



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا  
كلية الدراسات العليا



الأسس الفنية وفعاليتها في إنتاج برامج المنوعات  
التلفزيونية

دراسة مسحية تطبيقية على قناة الشروق  
في الفترة ما بين يناير 2013- يناير 2015م

Technical Base its Effectiveness on the  
production of T.V Varsity Programme

Empirical survey on Alshroog channel

In the period between Jan 2013- Jan 2015

بجث مقدم لنيل درجة الماجستير في علوم الإتصال قسم الإذاعة والتلفزيون

إعداد الطالبة/

داليا كمال الدين عمر مالك

إشراف الدكتورة /

نهى حسب الرسول أحمد

2016م

## الآية

قال الله تعالى في محكم تنزيله :

(هُوَ الَّذِي أَنْزَلَ عَلَيْكَ الْكِتَابَ مِنْهُ آيَاتٌ مُحْكَمَاتٌ هُنَّ أُمُّ

الْكِتَابِ وَأُخْرُ مُتَشَابِهَاتٍ فَأَمَّا الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ زَيْغٌ فَيَتَّبِعُونَ مَا

تَشَابَهَ مِنْهُ ابْتِغَاءَ الْفِتْنَةِ وَابْتِغَاءَ تَأْوِيلِهِ وَمَا يَعْلَمُ تَأْوِيلَهُ إِلَّا اللَّهُ

وَالرَّاسِخُونَ فِي الْعِلْمِ يَقُولُونَ آمَنَّا بِهِ كُلٌّ مِنْ عِنْدِ رَبِّنَا وَمَا يَذَّكَّرُ

إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ)

صدق الله العظيم

سورة آل عمران الآية 7

## الإهداء

يكون الإهداء جزيلاً للود لمن هم أهلٌ للودِّ فكل حبي لوالدي الذي علمني معنى الصمود والثبات في الحياة وكل ودي إلي أُمِّي التي علمتني كيف أرى النور في نصف العتمة وكل تقديري إلي كل الأساتذة بجامعة السودان كلية علوم الإتصال والذين علموني كيف يكون التميز بالمثابرة والإجتهد ودعمهم المتواصل ،،،،،  
وإلي كل من وهبني دقائق من وقته وجهد ووهبني فكره لمساندتي في البحث ...  
يكون إهدائي هذا الجهد ،،،،،

،،، الباحثة

## الشكر والتقدير

أشكر الله تعالى أولاً على فضله ونعمته علي بأن سهل لي هذا البحث وهو وحده من يجعل الصعب سهلاً ...

وأقدم بوافر الشكر إلى أسرة كلية علوم الإتصال بجامعة السودان ،، ووافر الشكر أيضاً للدكتور ياسر بابكر الذي وقف معي في بداية هذا البحث ،،، وخالص التقدير للدكتورة/ **نهي حسب الرسول** المشرف الرئيس لهذه الرسالة و أشكر فيها رحابة صدرها وجميل صبرها وتعاونها معي بكل طيب سائلة الله تعالى لها التوفيق والسداد ويمتد شكري للدكتور عبد المولي موسي والذي تحمل الحاحي وتابع رسالتي بكل بشاشة وطيب خلق سائلة المولي أن يجعله شمعة تضي- لكل طالب علم ..

ويمتد خالص الشكر إلى أسرق قناة الشروق الذين أثبتوا كيف يكون التعاون العملي والعلمي ورغم مجهودات العمل المتواصلة لم ييخلوا وأخص بالشكر الإعلامي سيف الدولة الملمث وكل التقدير أيضاً لكل الزملاء الإعلاميين الذين مدوني بدعمهم وخبرتهم في مجال الإنتاج البرامجي والإحترام كله للأستاذ علي نجيله والذي تحمل أعباء التدقيق اللغوي لهذا البحث فكان كما هو عليه الآن ، والشكر أوفره والتقدير أجذله لأعضاء اللجنة المناقشة ولوقتهم الذي بذلوه لقراءة هذه الرسالة ،، والشكر لمركز الرؤية للدراسات والبحوث العلمية لتحليلهم إستارة الخبراء والإستبانة ...

وكل الشكر والتقدير لمن لاتسعني الصفحات لشكرهم لهم مني خالص التقدير .

## المستخلص

أتت الدراسة تحت عنوان الأسس الفنية لإنتاج برامج المنوعات التلفزيونية و تناولت الدراسة أهمية إنتاج برامج المنوعات التلفزيونية تطبيقاً علي برامج المنوعات بقناة الشروق الفضائية وحددت مشكلة البحث التي تكمن في التكرار المستمر لوجه العرض وعدم الإعداد الممنهج والواضح والخضوع لفكرة النمطية في البرامج .ويبقى السؤال الأساسي ماهي الأسس الفنية لإنتاج برامج منوعات تلفزيونية جيدة بقناة الشروق الفضائية؟

و هدفت الدراسة إلي معرفة أهمية عملية التخطيط السليم والإنتاج القويم ودورها في إنجاح برامج المنوعات التلفزيونية مستصلحة ماتأخذه نوعية هذه البرامج من مكانة في خارطة البرمجية لدي قناة الشروق وإتبعت الدراسة المنهج المسحي التحليلي والذي يعتمد علي إستقصاء الموضوع بكافة الجوانب بما في ذلك من استبانة وأخذ العينات والمقابلات الشخصية .

وخلصت الدراسة الي العديد من النتائج أهمها أن الإنتاج البرامجي السليم هو العمود الفقري لتحويل الفكرة إلي نص مرئي جاذب مكتمل العناصر الإنتاجية من إخراج صورة جاذبة وكذلك كفاءة العاملين من مخرجين يجعل من برامج المنوعات برامج جاذبة للمشاهد و أن عملية التخطيط من أهم مقومات نجاح أي عملية إدارية وأن متابعة الخطة البرمجية التي وضعت ومتابعة تحقيق أهدافها التي وضعت من أجلها هي متابعة لنجاح برامج التلفزيون وخصوصاً برامج المنوعات. كما أثبتت الدراسة أن قناة الشروق واحدة من أهم القنوات السودانية والتي برزت في الأونة الأخيرة وأنها تحظى بنسبة مشاهدة عالية بما تقدمه من برامج ترضي المشاهد

. أثبتت الدراسة أن إخراج برامج المنوعات بقناة الشروق لم تكن بالطريقة المطلوبة ولم يتماشى مع المستوي التقني الذي توفره القناة وذلك بنسبة 44.0% من اجاب بذلك

.أكدت الدراسة أن برامج المنوعات تحتاج إلي تقديم أفكار مختلفة وخروج عن المألوف وذلك برؤية إبداعية مختلفة وعرض مختلف جاذب وذلك بنسبة 58.03 من طلب هذا.

،وبناءً علي ماتوصلت إليه الباحثه من نتائج، دفعت بتوصيات مهمة من أبرزها توصيتها بالتخطيط السليم لبرامج المنوعات و المتابعة الإدارية الدقيقة لتنفيذ الخطة الموضوع .

## **Abstract**

The study dealt with the importance of television variety shows and production planning process in Sudan applied to a variety of programs ALSHROOG satellite channel identified the problem Search, which lies in the constant repetition in the preparation and presentation aspects in programs

Variety and lack of clear and systematic preparation and submission of the stereotypical idea of the programs as well as to mislead the viewer and not set targets clear cut.

Keep the basic question how to plans and produces television variety shows? As well as the objective of this study that the process

Proper planning and production of the most important success factors of television variety shows and that proportion to a variety of programs

Take of status

A large map in the program at Channel alshroog and when the viewer as well so it should pay attention to satisfy his ego and ambitions .use

Researcher analytical method which is based on analytical study and to cover the subject by collecting all related activities, as well as the descriptive approach

Which is based on field studies of identifying and sampling and interviews.

The study concluded that many of the most important results:

study showed that television variety shows of the most important television programs templates programs, because of its lightness and the movement of high and viewable by the public viewer audience.

the study proved that the proper production program is the backbone to

turn the idea into visible text of the unfinished aspects of the beautiful attractions.

use improvers moot and strobe effects and image and sound and a good selection of furniture and decoration and identification of the quiet nature as to create a full-color studios creating process enhances the production of variety shows satisfactory.

confirmed study that channel sunrise one of the most important channels of Sudan, which has emerged in recent times and they are by watching high, providing programs satisfy the ego of some of the public scenes.

the study showed that alshroog channel interested in developing a distinctive space for variety shows in the programming plans, and that this interest has resulted in the frequent-making material Variety was able to attract a fan base from which especially the joys Nile program.

Study confirmed and through the questionnaire that the variety shows of the most beautiful templates that provide a channel sunrise and came by the score of 44.04% disagree on it.

The study demonstrated that a variety of programs directed channel alshroog were not required manner not in line with the technical level provided by the channel with a rate of 44.0% answered that.

Study confirmed a variety of programs that you need to do different ideas and out of the ordinary and so different creative visions and display various attractive with a rate of 58.03 of this request

## فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع
أ	الآية
ب	الإهداء
ج	الشكر والتقدير
د	مستخلص الدراسة
هـ	Abstract
ز	فهرس الموضوعات
ط	فهرس الجداول
ل	فهرس الأشكال
<b>الفصل الأول : الإطار المنهجي</b>	
1	المقدمة
2	أهمية البحث
2	أهداف البحث
3	مشكلة البحث
4	أسئلة البحث
5	منهج البحث
6	حدود البحث
7	مصطلحات البحث
8	الدراسات السابقة
<b>الفصل الثاني : برامج المنوعات التلفزيونية</b>	

14	المبحث الأول : نشأت التلفزيون وتطوره
24	المبحث الثاني :تصنيف البرامج التلفزيونية
35	المبحث الثالث :مفهوم برامج المنوعات وأشكالها
<b>الفصل الثالث : إنتاج برامج المنوعات</b>	
42	المبحث الأول : تخطيط برامج المنوعات
52	المبحث الثاني: إنتاج برامج المنوعات
72	المبحث الثالث : إعداد وتقديم برامج المنوعات التلفزيونية
<b>الفصل الرابع: الدراسة التطبيقية</b>	
82	أولا : قناة الشروق الفضائية
104	ثانيا: إجراءات الدراسة التطبيقية
105	ثالثا: عرض وتفسير تحليل بيانات الدراسة التطبيقية
162	النتائج
164	التوصيات
165	المصادر والمراجع
171	الملاحق

## فهرس الجداول

الرقم	الموضوع	رقم الصفحة
1	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب النوع	105
2	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب العمر	106
3	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب المستوى التعليمي	107
4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب الحالة الإجتماعية	108
5	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب طبيعة العمل	109
6	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب سنوات الخبرة	110
7	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب أهم القوالب البرنامجية	111
8	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب الإهتمام ببرامج المنوعات	112
9	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب التزام قناة الشروق بالجوانب الفنية	114
10	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب إخراج برامج المنوعات بقناة الشروق	115
11	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب قيام برامج المنوعات علي رؤية إبداعية	116
12	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب إختيار المذيعين لبرامج المنوعات بالشروق	117
13	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الإضاءة الأساسية	118
14	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الإضاءة التكميلية	119
15	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الظلال والشدو	120
16	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الإضاءة الجمالية	121
17	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الجلاتيين والمحسّنات الضوئية	122

123	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الديكور الأساسي	18
124	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الأثاثات	19
125	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الإكسسوارات	20
126	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الألوان	21
127	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الخلفيات	22
128	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف اللقطات	23
129	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف حركات الكاميرا	24
130	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف المؤثرات الضوئية العاكسة	25
131	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف zoom out	26
132	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف المونتاج	27
133	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الجرافيكس	28
134	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف التترات	29
135	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف البرومات	30
136	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف صناعة التقارير	31
137	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف العمليات الإخراجية	32
138	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف عمليات المزج	33
139	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف عمليات القطع	34
140	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف عملية الإخراج المباشر	35
رقم الصفحة	الموضوع	الرقم
142	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب النوع	36
143	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب العمر	37
144	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب الحالة الإجتماعية	38

145	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب المستوي التعليمي	39
146	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب مشاهدتها لقناة الشروق	40
147	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب مشاهدتها لبرامج المنوعات بالقناة	41
148	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب ماتشبعه البرامج من رغبات	42
149	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب ما تحتاج من مواد متنوعة	43
150	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب جودة برامج المنوعات بالقناة	44
151	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب مشاركتها بالبرامج	45
153	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب إستعانة القناة بمقدمي برامج	46
154	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب إستخدام الديكور	47
155	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب تقويمها لبرنامج أفرح النيل	48
156	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب تقويمها لبرنامج ظلال الأصيل	49
157	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب تقويمها لبرنامج ستة ونص	50
158	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب تقويمها لبرنامج تسلم ياملك	51
159	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب تقويمها لبرنامج أجمل وطن	52
160	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب تقويمها لبرنامج مع النصري	53

## فهرس الأشكال

رقم الصفحة	الموضوع	الرقم
105	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب النوع	1
106	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب العمر	2
107	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب المستوى التعليمي	3
108	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب الحالة الإجتماعية	4
109	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب طبيعة العمل	5
110	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب سنوات الخبرة	6
111	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب أهم القوالب البرنامجية	7
112	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب الإهتمام ببرامج المنوعات	8
114	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب التزام قناة الشروق بالجوانب الفنية	9
115	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب إخراج برامج المنوعات بقناة الشروق	10
116	شكل جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب قيام برامج المنوعات علي رؤية إبداعية	11
117	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب إختيار المذيعين لبرامج المنوعات بالشروق	12
118	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الإضاءة الأساسية	13
119	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الإضاءة التكميلية	14
120	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الظلال والشدو	15
121	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الإضاءة الجمالية	16
122	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الجلاتيين والمحسّنات الضوئية	17

123	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الديكور الأساسي	18
124	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الأثاثات	19
125	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الإكسسوارات	20
126	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الألوان	21
127	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الخلفيات	22
128	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف اللقطات	23
129	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف حركات الكاميرا	24
130	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف المؤثرات الضوئية العاكسة	25
131	جدول يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف zoom out	26
132	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف المونتاج	27
133	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف الجرافيكس	28
134	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف التترات	29
135	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف البرومات	30
136	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف صناعة التقارير	31
137	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف العمليات الإخراجية	32
138	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف عمليات المزج	33
139	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف عمليات القطع	34
140	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المختصة حسب توظيف عملية الإخراج المباشر	35

رقم الصفحة	الموضوع	الرقم
142	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب النوع	36
143	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب العمر	37
144	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب الحالة الإجتماعية	38
145	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المشاهده حسب المستوى التعليمي	39

146	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المشاهدة حسب مشاهدتها لقناة الشروق	40
147	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المشاهدة حسب مشاهدتها لبرامج المنوعات بالقناة	41
148	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المشاهدة حسب ماتشبعه البرامج من رغبات	42
149	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المشاهدة حسب ما تحتاج من مواد متنوعة	43
150	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المشاهدة حسب جودة برامج المنوعات بالقناة	44
151	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المشاهدة حسب مشاركتها بالبرامج	45
153	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المشاهدة حسب إستعانة القناة بمقدمي برامج	46
154	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المشاهدة حسب إستخدام الديكور	47
155	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المشاهدة حسب تقويمها لبرنامج أفراح النيل	48
156	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المشاهدة حسب تقويمها لبرنامج ظلال الأصيل	49
157	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المشاهدة حسب تقويمها لبرنامج ستة ونص	50
158	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المشاهدة حسب تقويمها لبرنامج تسلم ياملك	51
159	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المشاهدة حسب تقويمها لبرنامج أجمل وطن	52
160	شكل يوضح توزيع أفراد العينة المشاهدة حسب تقويمها لبرنامج مع النصري	53

## Introduction: مقدمة

يؤدي الإعلام بوسائله المختلفة دوراً فاعلاً في حياة الناس ويكاد يدخل في أدق تفاصيل حياتها ولأننا نتأثر بكل نبض يحدث في ظل التطور في هذا العالم المتطور، وبهذا وجدنا أنفسنا غارقين جداً في استهلاك الإنتاج الإعلامي حيث استوردنا التكنولوجيا وبدأنا في تشكيل برامج محلية تخدم أهداف الإعلام في دولنا (عبد الملك . 1999. قضايا إعلامية . . دار مجد للنشر ط1. عمان . ص7).

ويسهم التطور التكنولوجي بصفة عامة ومستمرة في ترقية أدوات الترفيه كما أن جميع وسائل الاتصال وأدواته سوف تؤدي دوراً متناغماً في مجالات الثقافة والترفيه وأن جمهور وسائل الإعلام يتوقعون من هذه الوسائل أن تزودهم بالمتعة والثقافة والترفيه وأن جمهور وسائل (اليونسكو . 1981 أصوات متعددة وعالم واحد . . الشركة الوطنية للنشر والتوزيع. الجزائر . ص175) ، لذلك تعتبر

برامج المنوعات من أكثر البرامج التي تحظى بنسبة مشاهدة عالية جداً عند الجماهير لأنها تجمع بين عدة قوالب سواء أكانت مسابقات أو برامج تفاعلية أو أيّاً من تلك الأنماط ذات الطابع والإيقاع السريع التي أصبحت تعرف ببرامج (العروض المباشرة). ومن هنا كان لابد من إجراء دراسة لكيفية إنتاج برامج منوعات جاذبة للجمهور وخاصةً في قنواتنا السودانية دون أن نبعث له الملل ويدور بحثاً عن برامج المنوعات في القنوات العربية الأخرى أو حتى بين القنوات غير العربية .

ولأن برامج المنوعات تتفرد بمميزات خاصة كان لا بد من الاهتمام جيداً بعملية التخطيط . ومن ثم فإن التخطيط يعد ذو أهمية بالغة لأي خارطة برامجية تلفزيونية وهو الأساس لأي عمل على إطلاقه من مرحلة الفكرة وحتى مرحلة التنفيذ وكذلك الإنتاج والعمليات الإنتاجية هي العصب الحقيقي والعمود الفقري لنجاح برامج المنوعات.

تعد قناة الشروق من أهم القنوات السودانية وهي بدورها كقناة تهتم بإسعاد مشاهديها وتقديمها برامج ترضي رغباتهم وطموحاتهم خصوصاً برامج المنوعات التي تحتل مساحة كبيرة في الخارطة البرنامجية.

### أهمية البحث : the Importance of the reserch

وقد نبعت أهمية البحث من أن الدراسة تركز على أسس إنتاج برامج المنوعات التلفزيونية وما تقتضيه من مرتكزات تتمثل في الآتي :

- أن عملية التخطيط من أهم عوامل نجاح برامج المنوعات التلفزيونية.
- أهمية تقديم مواد منوعات بطريقه جاذبه للجمهور .
- برامج المنوعات ومكانتها من الخارطة البرنامجية لقناة الشروق .
- الإنتاج الجيد يمثل العمود الفقري لتنفيذ أي برنامج تلفزيوني وخصوصاً المنوعات .
- أهمية برامج المنوعات التلفزيونية ومكانتها عند الجمهور المشاهد .
- الجمهور المشاهد والالتزام بتقديم مادة ترضي تطلعاته وطموحاته .
- استحواذ البرامج التلفزيونية وخصوصا المنوعات علي أكبر قدر من المشاهدة .

### أهداف البحث : the goal of the Research

الباحث الذي يحدد مشكلة أو يختار موضوعاً محدداً يهدف في النهاية إلي إثبات قضية معينة أو نفيها أو استخلاص نتائج معينة ومن ثم فإن تحديد الأهداف هو مفتاح نجاح البحث العلمي .  
بهذا يسعى البحث إلى مجموعة من الأهداف التي تعتقد الباحثة إنها ذات أهمية بالغة وصاغتها في ما يلي :

1. توضيح الأسس الفنية لإنتاج برامج المنوعات التلفزيونية

2. تبين أهمية التخطيط ومكانته لبرامج المنوعات .

3. توضيح دور التخطيط في وضع الخارطة البرنامجية بقناة الشرق .
4. تأكيد أهمية سير العملية الإنتاجية بطريقة سليمة .
5. تقنين برامج المنوعات الحوارية و العروض المباشرة لجذب المشاهد .
6. السعي لابتكار طرق إعداد وتقديم وإخراج جاذبة .
7. إضافة عنصر الجاذبية والتشويق لبرامج المنوعات .
8. احترام عقلية المشاهد ومعرفة احتياجاته .
9. السعي للبعد عن التكرار وخلق الابتكار والتجديد .
10. الاهتمام بالقوالب البرنامجية وخصوصاً المنوعات لأنها أصبحت الملجأ للخروج من الضغوط النفسية التي يتعرض إليها المشاهد فيلجأ للتلفزيون ليعبث فيه مشاعر الرضا ويجدد نشاطه الفكري والمعنوي .

### مشكلة البحث : the problem of the Research

تتمثل المشكلة في أنها موقف أو قضية تحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها وإعادة صياغتها من خلال نتائج دراسية ووضعها في

الإطار السليم (حسين 2006. دراسات في مناهج البحث العلمي .عالم الكتاب . القاهرة . ص75)

وتتجسد المشكلة عندما يدرك الباحث من خلال ملاحظاته وتجاربه واطلاعاته أن أمراً معيناً ليس صحيحاً أو يحتاج لمزيد من الإيضاح والتفسير (حسين . 1995بحوث الإعلام . الأسس والمبادئ . القاهرة . عالم الكتاب . ص69)

دوماً ما نجد البحث العلمي ينشأ من وجود مشكلة أو ظاهرة معينة تثير اهتمام الباحث فيضع مجموعة من التساؤلات التي تحتاج إلي إجابة ومن ثم يسعى للوصول إلى هذه الإجابات من خلال البحث والدراسة والتحليل العلمي حتى توصله بدورها إلى نتائج موضوعية. ولأن برامج المنوعات من أهم البرامج التي توضع في الخارطة البرنامجية اليومية ولأن التخطيط السليم

الواضح الأهداف والإنتاج الجيد من أهم مقومات العمل التلفزيوني الناجح لذلك كان لابد من تحديد مشكلة البحث والتي تكمن في التكرار المستمر في أوجه العرض في برامج المنوعات وعدم الإعداد الممنهج والواضح والخضوع لفكرة النمطية في البرامج وكذلك تضليل المشاهد وعدم تحديد أهداف واضحة المعالم .

وتتمثل مشكلة البحث في السؤال الأساسي (ماهي الأسس الفنية لإنتاج برامج المنوعات التلفزيونية في قناة الشروق؟)

### أسئلة البحث: theQuestions of the Research

تعتبر أسئلة البحث من أهم الوسائل التي توضح وتكشف وتفسر الأبعاد الحقيقية لمشكلة البحث والتي تتمثل في الأسئلة التالية :

1. كيف نجعل برامج المنوعات أكثر جاذبيه للمشاهدين؟
2. ما طرائق التخطيط البرامجي السليم لبرامج المنوعات ؟
3. ما هي الطريقة المثلى لإنتاج برامج منوعات ناجحة؟
4. ما الوسائل التي تستخدمها قناة الشروق لاستخراج قوالب جاذبه للمشاهد؟
5. ما مدى تأثير النمطية علي إنتاج برامج المنوعات ؟
6. كيف يمكن تطوير برامج المنوعات في قناة الشروق حتى تنافس القنوات الخارجية ؟
7. ما الأدوات المطلوبة لإنتاج برامج المنوعات في قناة الشروق؟
- 8 . ما هي العناصر التي يجب توفرها في عملية الإنتاج البرامجي ؟
- 9 . هل الجمهور راضٍ عما تقدمه قناة الشروق من برامج منوعات ؟
- 10 . ما مدى التزام قناة الشروق بعملية التخطيط البرامجي ؟

## المنهج المستخدم: Approach Used:

عُرّف المنهج بأنه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة وعرف أيضاً بالتنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار المتعددة من أجل كشف الحقيقة حين نكون جاهلين بها أو من أجل البرهنة عليها حين نكون عارفين لها. (شفيق الخطوات المنهجية لإعداد البحوث العلمية والاجتماعية ص107)

وإستخدمت الباحثة المنهج المسحي التحليلي والذي يعتمد على الدراسات التحليلية وتغطية الموضوع بجمع ما يتعلق به ورأت الباحثة انه الأنسب لمثل هذه البحوث وكذلك إعتماده على الدراسات الميدانية وأخذ العينات والمقابلات الشخصية.

## الأدوات التي استخدمتها الباحثة: Research Tools:

### 1. الملاحظة: Note

هي معاينة مباشرة لبرامج المنوعات وتحديدًا برامج المنوعات بقناة الشروق. وكانت أيضا الملاحظة بالمشاركة من خلال عمل الباحثة في مجال إنتاج برامج المنوعات بقناة قوون الفضائية.

### 2. المقابلة: The Interview

وتعتبر هي وسيلة من وسائل جمع المعلومات وتعرف بأنها محادثة بين شخصين تأتي فيها المبادرة من الباحث وذلك بهدف الحصول على المعلومات المناسبة بالبحث . (الصدیق . 2006 م  
مناهج البحث العلمي . إيثار للطبع . الخرطوم . ص35)

وقامت الباحثة بمقابلة عدد من المختصين في مجال إنتاج برامج المنوعات ( الشفيق عبد العزيز - يس إبراهيم - النور معني - سيف الدولة الملثم وغيرهم )

### 3. صحيفة الاستبانة : Questionnaire

هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة التي تورد حول موضوع البحث ويتم وضعها في استمارة وتوزع للأشخاص المعنيين للحصول على معلومات وإجابات لتلك الأسئلة. (العكس . البحث العلمي . المناهج والإجراءات .ص21)

وقامت الباحثة بإختيار عينة عشوائية من مشاهدي قناة الشروق بشرط مشاهدتهم للقناة وقدرتهم علي الإجابة للفرضيات التي بالإستبانة .

### إستمارة الخبراء: Experts form

وهي إستمارة يعني بها معرفة آراء الخبراء حول موضوع معين . وصممت الباحثة إستبانة الخبراء للمختصين في مجال تخطيط وإنتاج برامج المنوعات بالقنوات الفضائية السودانية .

### مجتمع البحث: Research Community

مجتمع البحث هو المجتمع الذي تتعامل معه الباحثة في دراستها للتوصل لنتائج وإجابات عما تبحث عنه ومجتمع البحث هم (معدى برامج المنوعات . مقدمى - خبراء في التخطيط الإعلامي . مشاهدي برامج المنوعات في قناة الشروق بولاية الخرطوم ) .

### الإطار المكاني: Spatial Framework

حددت الباحثة ولاية الخرطوم إطاراً مكانياً للبحث حيث توجد قناة الشروق والعاملون فيها و أم درمان حيث الكثير من خبراء الإعلام بالتلفزيون القومي وقناة النيل الأزرق ولأنها أيضاً الولاية التي تضم مختلف السحنات السودانية من مشاهدي قناة الشروق وهي مركز القرار السياسي والإقتصادي والأمني ومصنع السياسات بالدولة .

### الإطار الزمني للبحث: Temporal Framework

حددت الباحثة الإطار الزمني لدراسة برامج المنوعات بقناة الشروق في الفترة من 1. يناير. 2013 وحتى 1. يناير 2015م.

تعريفات إجرائية لمصطلحات البحث:

### البرامج التلفزيونية لغة: T.V program

برنامج لغة جمع مفردة برنامج وهو أسم يتبعه لازم في اللغة وبرامج تلفزيونية هي خطة مرسومه لفقرات ينتج منها برنامج

**اصطلاحاً:** وهي عبارة عن فكرة تُجسد وتُعالج تلفزيونياً باستخدام التلفزيون كوسيلة تتوفر لها كل الإمكانيات وتعتمد على الصور المرئية سواء أكانت مباشرة أو مسجلة على أفلام أو أشرطة وتتخذ قالباً واضحاً ليعالج جميع جوانبها خلال فترة زمنية محددة. (توفيق . 2002م محاضرة رقم 4 . البرامج التلفزيونية . كلية الإعلام الجامعية الإسلامية )

**إجرائياً:** . تعرفها الباحثة بأنها فكرة نصية يتم تحويلها إلى صورة مرئية تعرض عن طريق التلفاز حتى تحقق الأهداف المرجوة من الفكرة ويستفيد منها المشاهد أو الجمهور المتلقي .

**المنوعات لغة:** أنت من نوع واحد ومنوعات عدد من نوع واحد وإرتبطت منوعات بالفن والغناء **اصطلاحاً:** هي برامج تعتمد على الأغاني والموسيقى الراقصة والمناظر والمؤثرات الصوتية وبرامج الحواة والسيرك ونجوم الفكاهة . (توفيق . نفس المحاضرة)

**إجرائياً:** هي برامج الخفة والحركة والإثارة والتشويق كما هو الحال في برامج المسابقات والعروض المباشرة .

**الإنتاج اصطلاحاً:** هو عبارة عن تحويل الفكرة الخلاقة المصوغة فنياً على الورق على هيئة نص غير مرئي إلى مادة مسجلة في شريط فيديو مغناطيسي بحيث تكون تلك المادة صالحة للبت طبقاً لمعايير محددة مقبولة ثقافياً وفنياً . (الحسن . الكتابة للتلفزيون الدار العالمية للنشر والتوزيع )

**إجرائياً:** الإنتاج هو تكامل العناصر التي تتيح صنع برنامج مكتمل النواحي الجمالية وتوصيل الفكرة النصية بأجمل صورة تلفزيونية محققة لأهدافها المرسومة مسبقاً.

**الدراسات السابقة :**

**الدراسة الأولى :**

الأسس الفنية لإنتاج وتقديم برامج المنوعات في تلفزيون السودان - دراسة مسحية يونيو 2006. (ضو البيت . 2006. جامعة أم درمان الإسلامية. )

**منهج الدراسة :**

اتبعت الدراسة منهج الوصف التحليلي.

**أهداف الدراسة :**

1. تقديم دراسة علمية في مجال الإنتاج وتقديم التلفزيون للاستفادة من النتائج المتوصل إليها.
2. إتباع الطرق العلمية المؤسسة في تقديم برامج المنوعات في تلفزيون السودان.
3. إكساب الجاذبية والتشويق لبرامج المنوعات في تلفزيون السودان.
4. إثبات أهمية العمل في التخصص .
5. السعي لتطبيق الطرق و الأساليب العلمية في تدريب المذيعين ومقدمي برامج المنوعات في تلفزيون السودان.

**النتائج :**

1. ضعف الإمكانيات المالية في تلفزيون السودان كان السبب الأساسي في تراجع تطور برامج المنوعات.
2. غالبية الممارسين لإنتاج البرامج التحقوا بالعمل بناءً على الرغبة والأقلية فقط بناء على التخصص في العمل الإخراجي .

3. ضعف التدريب الداخلي والخارجي .

### الدراسة الثانية :

إنتاج برامج المنوعات في التلفزيون دراسة تطبيقية على تلفزيون جمهورية السودان في الفترة من 1999-98م. (محمد مدني . 2001.جامعة أم درمان الإسلامية .)

### منهج البحث

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي .

### أهداف الدراسة:

1. الارتفاع بمستوي برامج المنوعات في تلفزيون السودان من حيث الشكل والمضمون.
2. تقديم دراسة علمية في مجال الإنتاج التلفزيوني بشكل عام.
3. توظيف برامج المنوعات لخدمة المجتمع وتطوير آفاق التنمية.
4. الوصول إلى أهم المشاكل التي تعوق حركة إنتاج برامج المنوعات في تلفزيون السودان.

### نتائج الدراسة :

1. برامج المنوعات في التلفزيون السوداني بحاجة إلى زيادة في عددها .
2. مضمون برامج تلفزيون السودان بحاجة إلى معالجة قضايا اجتماعية .
3. ركود بعض البرامج وعدم الحيوية يعود إلى قلة عدد المقدمين الأكفاء .
4. تصميم المواقع والديكورات في برامج المنوعات مناسبة للإمكانيات المتاحة ولكنه ليس بمستوى الطموح .

5. طريقة طرح برامج المنوعات في تلفزيون السودان غير مشوقة.

6. برامج المنوعات في التلفزيون السوداني تفتقر للتجديد والانتشار والإبداع.

### الدراسة الثالثة :

الترفيه في التلفزيون وتأثيره على المجتمع . دراسة حول تلفزيون السودان . ( أرباب . 1991.جامعة القرآن الكريم .)

#### منهج الدراسة :

الوصف التحليلي

#### أهداف الدراسة:

1. الوقوف على تأثير برامج الترفيه على المجتمع المسلم
2. وضع الأسس لترفيه يلبي قيم الإسلام ويلبي حاجات النفس.

#### أهم النتائج:

1. برامج الترفيه تشغل[61%]من خارطة البرامج وتستحوذ على أفضل الأوقات التي يجلس خلالها معظم الناس إلى أجهزة التلفاز .
2. تقسيم برامج الترفيه في التلفزيون غير علمي .
3. عدم وجود خطة عمل واضحة تحقق الأهداف المرجوة .

### الدراسة الرابعة :

تقديم برامج المنوعات (" دفع الله .2006..غير منشورة .جامعة أفريقيا .كلية الإعلام .)

#### منهج الدراسة:

اتبعت الدراسة منهج الوصف التحليلي

#### أهداف الدراسة:

- 1الارتقاء بتقديم برامج المنوعات .
2. توصيل البرامج من المحلية للعالمية .

#### أهم النتائج :

1. غالبية الممارسين للعمل التحقوا بناءً على الرغبة .

2. قلة الكوادر المؤهلة في إنتاج البرامج.

#### الدراسة الخامسة :

تخطيط البرامج في تلفزيون السودان 1995. 1998 م (عوض الكريم 2002م.دراسة غير منشورة.جامعة أم

درمان الإسلامية . كلية الإعلام .)

#### منهج الدراسة :

المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي .

#### أهداف الدراسة :

1. إظهار فاعلية التخطيط في وضع السياسات والإستراتيجيات والخطط البرنامجية التي تمكن

التلفزيون من تحقيق أغراضه الإعلامية والثقافية والترفيهية .

2. التعرف على مدى تأثير برامج التلفزيون السوداني على أذواق وميول واتجاهات المشاهدين في

ظل تخطيط علمي سليم .

3. مواكبة التطور الهائل الذي حدث في وسائل الاتصال ومدى تأثيره على المجال التلفزيوني

والتقني والإداري والمالي بالتلفزيون .

#### نتائج الدراسة :

1. إن أكثر من 50,4% من المبحوثين أفادوا بأن المحتوى والشكل ومقدم البرامج يعتبر أهم

العناصر التي تشدهم وتجذبهم لمشاهدة البرامج.

2. تصدرت الوظيفة الثقافية الوظائف التي تؤديها برامج التلفزيون تلتها الوظيفة الإخبارية

فالترفيهية والإعلانية على وظائف الأخرى.

3. تصدرت المشاكل الاجتماعية قائمة المشاكل التي يجب أن يعالجها التلفزيون.

## الدراسة السادسة :

التخطيط الإستراتيجي لوسائل الإعلام في السودان . (أبو بكر 2008. دراسة غير منشورة.جامعة أم درمان الإسلامية.كلية الإعلام. )

### منهج البحث :

اتبعت الدراسة منهج الوصف التحليلي .

### أهداف الدراسة :

1. إظهار فاعلية التخطيط في وضع السياسات والإستراتيجيات والخطط البرنامجية التي تمكن التلفزيون من تحقيق أغراضه الإعلامية .
2. تبيان أهمية التخطيط الاستراتيجي للتلفزيون واستخدامه .
3. البحث عن حلول لمشكلات التخطيط التلفزيوني .
4. تحديد معينات نجاح التخطيط التلفزيوني من موارد مادية وكادر بشري.

### نتائج الدراسة :

1. إمكانية تطبيق الخطط قصيرة المدى والمتوسطة وفق الإمكانيات المتوفرة مع التركيز على الأهداف بعيدة المدى للمؤسسة .
2. أهم عوامل نجاح البرامج التلفزيونية هي التخطيط السليم.
3. على كل مدير جديد وضع خطة برامجية جديدة غير التي كان يجري العمل بها بالتلفزيون.

### خلاصة :

ومن خلال الدراسات السبع السابقة أدركت الباحثة أن بحوث الإعلام تتبع المنهجين الوصفي التحليلي كما أن الدراسة الأولى اتفقت مع الباحثة في الأسس الفنية لإنتاج البرامج ومع الدراسة الثانية على أن برامج الترفيه والمنوعات أداة من أدوات الترفيه والثالثة في تقديم برامج المنوعات والرابعة في إنتاج برامج المنوعات والسادسة التخطيط للتلفزيون والسابعة تخطيط البرامج التنموية

وخلصت من خلال هذه الدراسات إلى ضرورة الاهتمام بجانب المنوعات وكذلك جانب التخطيط والإنتاج ولكن الاختلاف مع الدراسات السابقة جاء في أنها لم تجمع بين التخطيط والإنتاج لبرامج المنوعات في بحث واحد وكذلك أن أغلب الدراسات السابقة كانت دراستها التطبيقية على تلفزيون السودان بينما تختلف هذه الدراسة باقتصار الدراسة التطبيقية على برامج المنوعات في قناة الشروق . كما جاءت الدراسات السابقة في فترات زمنية سابقة نسبياً وفي وقت غير وقتنا هذا الذي تتوفر فيه كل معطيات الإنتاج.

## **الفصل الأول**

### **برامج المنوعات التلفزيونية وأشكالها**

- ❖ **المبحث الأول : نشأة التلفزيون وتطوره .**
- ❖ **المبحث الثاني :تصنيف البرامج التلفزيونية .**
- ❖ **المبحث الثالث :: برامج المنوعات التلفزيونية وأنواعها.**

## المبحث الأول

### نشأة التلفزيون وتطوره

أصبح التلفزيون وسيلة اتصال شعبية بسبب انتشاره الواسع وتعرض ملايين الأفراد لتأثيراته على اختلاف أعمارهم ومستوياتهم إذ يقضون أوقاتاً طويلة أمام الشاشة البلورية وهو أيضاً جامعة شعبية. (ويقدر الوقت الذي يمضيه الإنسان في الغرب في مشاهدة التلفزيون بحوالي عشر سنوات إذا ما عاش هذا الإنسان حتى الخامسة والستين مثلاً ولا يستبعد أن تفوق تقديرات الشعوب النامية هذا التقدير). (موسى 1986م المدخل في الاتصال الجماهيري . الأردن . مكتبة الكتب . .

ص105)

وهكذا يؤدي التلفزيون دوراً مهماً وفعالاً بين وسائل الاتصال الجماهيري خاصة في البلدان النامية فهو أداة من أدوات الاتصال الجماهيري ويتمتع بخصائص ومزايا من حيث الفعالية والاعتماد على حاستي السمع والبصر ومن ثم الاستحواذ التام على انتباه المشاهد إلى جانب أنه يجمع بين الصوت والصورة والحركة واللون بالإضافة للتنوع في اتجاهات وطبيعة البرامج المختلفة التي يتناولها لجذب الجمهور والشرائح الاجتماعية على اختلاف المستويات العلمية والميول والاهتمامات، ويستخدم التلفزيون مختلف الأساليب الفنية من إنتاج وإخراج للبرامج ويراعي في ذلك الوقت أخلاقيات المجتمع ومراعاة الذوق والآداب العامة تقادياً للآثار السلبية لبرامج التلفزيون (لذا ينبغي أن تبتعد البرامج عن فضاء الجريمة والعنف وكل ما يتنافى مع الأخلاق ويؤدي إلى التفكك والانحلال الخلفي). (القطب . 1982م أثر التلفزيون في المطالعة عند الشباب . بغداد . مجلة

البحوث - ص1)

### بداية ظهور التلفزيون :

تضافرت جهود علماء بريطانيين وأمريكيين وألمان وإيطاليين في هذا المجال ففي العام 1600 للميلاد أكد العالم وليم جلبرت أن الكرة الأرضية التي تدور في حركة حول نفسها ما هي إلا كتلة مغناطيسية هائلة الحجم تولد قوة مجهولة، و من ثم في العام 1780 اكتشف العالم الإيطالي

جالفاني أن تياراً كهربائياً قد انطلق من بطارية اخترعها بنفسه، وقام فولتا بناءً على ذلك باختراع جهاز تتولد منه الكهرباء نتيجة للتفاعلات الكيميائية وهذه كانت تحسب خطوة نحو الاتجاه لاكتشاف التلفزيون . (عبد الدائم . التلفزيون . مرجع سابق)

وقام العالم بازيلوس عام 1817م بمجهود كبير لفصل مادة كانت درجة حساسيتها الكهربائية تختلف باختلاف كميات الضوء المسلطة عليها وأطلق بازيلوس على تلك المادة اسم السيليسيوم وكانت لها خاصية التوهج الشبيه بتوهج القمر .

وبعدها قام أحد مهندسي التلغراف بمدينة فالنسيا عام 1873 وهو ماي باكتشاف الخلية الكهرومغناطيسية واستطاع أن يجد نقطة معينة تعرف بنقطة المقاومة المنهارة وهي النقطة التي تفقد فيها المادة كل مقاومة لأشعة الشمس . (الحلواني . 1999م مقدمه في الفنون الإذاعية والسمعية . مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح .)

ومن بعده جاء العالم الأمريكي (ج . ر . جاي ) في العام 1875 وحاول أن ينفذ هذه الفكرة فوضع جداراً من السيليوم مكوناً من أجهزة متساوية وسلط عليه أشعة مصباح كهربائي يعترض الجسم المراد إرسال صورته فكانت النتيجة أن أحدثت الأشعة تغييراً على أجزاء مادة السيليوم .

وهكذا استمرت جهود العلماء في سبيل إرسال الصورة المتحركة فكانت الخطوة الأولى هي تجربة العالم الألماني (بول نيكوف ) عام 1844 حيث استخدم جهازاً أطلق عليه ( القرص المساح ) وهو يتكون من قرص به سلسلة ثقوب أعدت على شكل حلزوني بحيث يكون كل ثقب فيه يختلف عن محيط الدائرة التي يقع عليها الثقب التالي إلى الداخل ثم توضع الصورة المراد تصويرها مضاءة بشدة أمام القرص بحيث تكون منعكسة عليه وحلل نيكوف الصورة إلى شرائط من الظلال والأضواء وأستطاع أيضاً أن يحول هذه الطاقة الضوئية إلى طاقة كهربائية ولكن النتيجة لم تكن مرضية تماماً إذ أنه لم يتمكن من الحصول على تيار كهربائي قوي ولم تكن الصمامات قد عرفت بعد ، بالإضافة إلى أن حجم الصورة على القرص كان صغيراً للغاية في الوقت نفسه كان القرص كبيراً . وتعتبر خطوة بول نيكوف الخطوة الأولى التي بنى عليها العالم البريطاني

جون لوجي بيرد التلفزيون . ( عمر . التلفزيونات في الجمهورية العربية المتحدة والعالم . القاهرة . الدار القومية للطباعة والنشر . بدون تاريخ . ص87 )

وأثبت بيرد بالعديد من التجارب أن التلفزيون أصبح حقيقة واقعية منذ العام 1926 وقطع المخترع الشاب شوطاً طويلاً في سبيل اختراع التلفزيون .

بدأت هيئة الإذاعة البريطانية تذيع الصوت والصورة في أستوديوهات في (بروكمان ) للمرة الأولى في مارس 1930 وظهرت أول تمثيلية في 14 يوليو عام 1930 من هيئة الإذاعة في أستوديوهات بيرد . ( ج. فلوهتري . قصة التلفزيون . ترجمة أسعد نجار . القاهرة . الهيئة العامة للكتاب . بدون تاريخ . ص112 )

## 2. تطور التلفزيون والحرب العالمية الثانية

لقد بدأ الإرسال التلفزيوني المنظم في الولايات المتحدة الأمريكية في أوائل عام 1939م وزادت رقعة البث التلفزيوني وأصبحت أجهزة الاستقبال جاهزة للبيع في معرض نيويورك ، ولكن أوقفت الحرب العالمية الثانية التلفزيون برسالة تسلمها المسؤولون بالتلفزيون البريطاني كانت عبارة عن أمر صريح بأنه (يجب أن تغلق محطة التلفزيون) وكان ذلك إيذاناً بدخول بريطانيا الحرب العالمية الثانية فأغلق التلفزيون أبوابه ومضى للحرب . (أريك بارنو . 1970 . إشارات في الهواء . القاهرة مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية . العدد9 . يوليو .)

ويرجع إصدار أمر إغلاق التلفزيون إبان الحرب العالمية الثانية ورغم قلة تأثيره في ذلك الوقت إلى ثلاثة أسباب رئيسية :

أولاً : أنه اعتبر من الكماليات التي لا يتمتع بها إلا الخاصة .

ثانياً : الحاجة الملحة لموظفيه المدربين الأكفاء للمجهود الحربي .

ثالثاً : لان الإشعاع التلفزيوني يفيد الأعداء في غاراته الجوية وذلك للاهتمام به .

وبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية استأنف التلفزيون نشاطه مرة أخرى وركزت الصناعات الإلكترونية على تطوير التلفزيون خاصة الأنبوب الذي يلتقط الصورة التلفزيونية إلكترونياً والذي

يعود الفضل في اختراعه وتطويره للعالم زوركاين حيث أسهم هذا الاختراع في المزيد من وضوح الصورة مع تقليل لمبات الإضاءة وغير ذلك من التحسينات الفنية .

### التلفزيون الملون :

تقدمت اللجنة الوطنية للأنظمة الألكترونية NTSC بالتوصية لاختيار النظام الأمريكي للتلفزيون الملون نظامين هما : الأول نظام بال PAL والثاني نظام سيكام (SECAM) طراً عليهما فيما بعد المزيد من التعديل والتحسين بهدف الوصول لصورة ملونة تقبلها العين بدون عناء أو تعب وتبدو أقرب إلى الواقع وهو الهدف الأساسي من التلوين لأن الصورة أسود وأبيض لا تمكن المشاهد من معرفة الألوان الحقيقية للأشياء التي تبدو أمامه في التلفزيون . (عبد الرحمن . مرجع سابق . ص8)

### التلفزيون عالي الدقة (HD\_TV)

لا يقتصر استخدام التلفزيون عالي الدقة والوضوح علي خدمات التلفزيون العادية فقط وله العديد من الاستخدامات : (شمو . 1999م .الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة . المملكة العربية السعودية . الدار القومية العربية للثقافة والنشر . ص145)

1. يتيح استخدام هذا النظام أجهزة تسجيل فيديو عالي الدقة .
2. يمكن استخدام التلفزيون عالي الدقة في شبكات كابل وإتاحة عشرات القنوات التلفزيونية التي تعمل على شاشات أوسع وصوت إستريو ودرجة وضوح عالية الدقة .
3. يمكن استخدام التلفزيون عالي الدقة والجودة في إنتاج الأفلام السينمائية بطريقة إلكترونية.

### تلفزيون الواقع life style tv

ظهر تلفزيون الواقع في أوروبا حيث تقوم فكرته علي نقل مايدور في المنتجعات من حفلات ليليه ومايقوم من احداث في ميادين عامة اي أنه يقوم بنقل الواقع نفسه من خلال عناصر انتاج ضخمة وعالية الدقة مما تجعل الأحداث كما هي في الواقع بل أكثر دقة مما هو عليه .

يعطي تلفزيون الواقع إحساس بالحياة فما هو مباشر مرغوب مشاهدته من قبل الجمهور لأنه يجد نفسه أحيانا في مثل هذه البرامج .

### التلفزيون علي الشبكة العالمية :

وفرت شبكات الإنترنت العديد من المجهودات لدي المشاهد وذلك من خلال توفرها الإيجابي والسهل وأصبح وصول القناة متاحا إلي إي مكان في العالم حتي وإن لم تشترك القناة في قمرها الصناعي وأصبحت المشاهدة علي الإنترنت متاحة في أي وقت ومتي ماطلبت من محرك البحث ذلك وهناك خدمة (youtube) وهي الأشهر في وقتنا هذا التي توفر مايلطلبه المشاهد ومايميز التلفزيون علي الإنترنت يجعل تقويم الأداء للقناة متاحا وذلك من خلال المشاهدات التي يتم رصدها ع الموقع .

### التلفزيون علي الموبايل mobile tv

وهذه التقنية هي آخر ماتوصلت اليه التكنولوجيا واتبعت القنوات الفضائية لتقديم خدماتها مباشرة عبر مواقع معينه وتوجد علي الموبايل وذلك أيضا علي شبكة الإنترنت ومن خلال إشتراكات وباقات معينة وله العديد من المميزات

- يتيح للمشاهد في الوقت التي يختاره المشاهد وفقا لما يناسبه .
- يمكن للمشاهد رؤية بعض البرامج والمسلسلات حتي قبل عرضها علي القنوات الفضائية .
- يمكن من التقويم من خلال المشاهدات التي يرصدها الموقع .

### الأنظمة التلفزيونية:television system

إن الأنظمة التلفزيونية هي نتاج طبيعي لتطور التلفزيون الذي بدأ وثيق الصلة بالصناعة الإلكترونية حيث تتواصل مراحل تطويره باستمرار تطور التكنولوجيا الإلكترونية .

تعتمد الصورة التلفزيونية لقياس جودتها علي عدد من العناصر والتي تسمى pixel وهي التي تكون الصورة إذ أن صورة الفيديو عبارة عن اتحاد عدد من البكسلات تعكس الإضاءة ولون الصورة وتحسن جودة الصورة بزيادة عدد ال pixels في وحدة مساحة الصورة .

ويحتوي إطار الفيديو بنظام ntsc علي 486 خط أفقي من ال pixels المرئية ويحتوي كل خط علي 720 pixels ينتج عن مجموعة 3,500,000 نقطة بينما يحتوي نظام pal علي 625 خط علي مساحة مرئية تساوي 720 \* 576. وظل تحدي جودة الصورة حافظا لصناع الصورة التلفزيونية ومرت مراح بالصورة التلفزيونية في تطويرها بثلاث مراحل (عادل ضيف الله 2012 الخرطوم المكتبة الوطنية ص20):-

### 1/ الصورة التماثلية: analogue:

إن اعتماد الصورة التلفزيونية علي نظام المسح ونقاط تكوين الصورة هي محصلات إلا أن أصل إشارة التلفزيون هي إشارة نظيرة analog signal لأنها تعمل تغيرات في التيار الكهربائي لتنتج صورة نظيرة analog image للصورة التي تقوم الكاميرتا بتصويرها فأشارة الفيديو التي تتولد بواسطة أنبوب الكاميرا هي إشارة متغيرة مستمرة ،حيث يطابق إتساع هذه الإشارة مع مستوي نصوع الصورة ،إلا أن الصورة التماثلية العديد من العيوب تتعلق بضعف قدرتها من التحويل وتأثرها بعدد النسخ لأكثر من مرة .

### الصورة الرقمية : digital

إن ماوفرته التكنولوجيا الرقمية من تقنيات هائلة ومعالجات كبيرة تحقق أبعادا عدة للصورة التلفزيونية ومجرد ما انتحول الصورة إلي صورة رقمية digital picture فإن فرص التعامل مع جيناتها الجديده تتسع وتتنوع وتسهل المعالجات المتاحة والصضورة الرقمية يقوم بتحويلها من الصورة التماثلية إلي إشارة رقمية ومن ميزاتها

\*النقاء والجودة للإشارة الرقمية تظل كما هي مهما كان عدد المرات التي يتم فيها التلعيب بعكس التماثلية .

\* إمكانية التحويل بسهولة ويسر دون التأثير في نقاء الصورة ،

\* سهولة إجراء التعديلات في المونتاج .

### خصائص التلفزيون :

التلفزيون هو وسيلة لنقل الصوتيات والمرئيات من مكان لآخر في شكل موجات كهرومغناطيسية عبر الأثير ويتم نقل هذه المرئيات إلى الجماهير في أماكن متفرقة بواسطة أجهزة إلكترونية خاصة ويشارك التلفزيون الراديو خاصيته الفريدة وهي النقل الفوري للأحداث ويتميز بإمكانية نقل الصوت والصورة معا . (فريدريك فاسورر 1996. وسائل الإعلام في المستقبل . بيروت منشورات عويدات ط1) ومن خصائص التلفزيون الاعتماد على الصورة أولاً وقبل كل شيء حيث أن تفكير الكاتب والمنتج التلفزيوني يبني في الأساس على الصورة أي التفكير في البرنامج بصورة أو بطريقة مرئية وترجمة المعاني المصاحبة إلى أشياء يمكن رؤيتها وليس مجرد تخيلها . (شيلي 1987م الكتابة للراديو التلفزيون جده . دار الشروق . ص23)

ومن خواص التلفزيون التي تجذب اهتمام المشاهد إن كل خدماته تعتمد على الصورة الحية المرئية وتلك لأهميتها وفعاليتها في جذب الانتباه وبميل المشاهد إلى تصديقها وتشكل قدرة في التأثير على عواطفه لما يتمتع به من مميزات وتعتبر الصورة الحية من أحسن الوسائل إقناعاً، خاصة ونحن نعلم أن الرؤية أساس الإقناع وأن الرؤية هي أهم وأكثر حواس الإنسان استخداماً في اكتساب المعلومات .

### مميزات التلفزيون :

للتلفزيون العديد من المميزات التي يتفرد بها على غيره من وسائل الاتصال ومن هذه المميزات

1. أنه أقرب وسيلة للاتصال المواجهي فهو يجمع بين الرؤية والصوت والحركة واللون بل يتفوق على الاتصال المواجهي في أنه يستطيع أن يكبر الأشياء الثابتة .

2. يمتاز التلفزيون باستخدام الألوان التي تساعد المشاهد على استنباط المعلومات واستيعابها وبالتالي يجعل التلفزيون المعلومات والأفكار المجردة صورة حية قابلة للفهم والإدراك وتعطي إحساساً بالألفة وتزيد من المشاركة التي يتيحها التلفزيون لمشاهديه . (معوض 1988م مدخل الى فنون العمل التلفزيوني القاهرة دار الفكر العربي . ص10)

3. يتميز التلفزيون بصفة الفورية التي تزيد من واقعية الأحداث وبذلك يستطيع أن يقدم مادة إعلامية في نفس زمن حدوثها مما يخلق نوعاً من المشاركة الجماهيرية . (نعمات فرح التلفزيون والتنمية السياسية . 1987م مجلة الفن الإذاعي . نالعدد115أكتوبر ص48)

4. يتم من خلال التلفزيون تبادل المعلومات والأخبار والأفكار بين الأشخاص دون عوامل أو قنوات بسيطة .

5. التلفزيون وسيلة قوية يمكن بواسطتها الوصول إلي جميع المواطنين . (رشتي 1991م الأسس العلمية لنظريات الإسلام . القاهرة . دار الفكر العربي ط2 ص368)

6. إنه أقرب وسيلة تثقيفية تتيح للمشاهد أن يتلقي الثقافة عن طريق الرؤية واللون والصوت والحركة . (جاد البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي القاهرة . الهيئة المصرية العامة للكتاب . 1987ص25)

### جمهور التلفزيون ( المشاهدون )

يعتبر الجمهور المتلقي عنصراً أساسياً في عملية الاتصال الجماهيري ذلك لأن هذه العملية تقوم أصلاً على توجيه الرسائل من مؤسسة مركزية إلى جمهور كبير ويتألف جمهور وسائل الإعلام من أعداد كبيرة من الأفراد تتفاوت مستوياتهم الثقافية والاجتماعية ينتشرون على رقعة واسعة من الأرض مقيمون في المدن أو القرى أو في المناطق النائية أو الجبلية أو الصحراوية ولهذا فإن الجمهور يتألف من الكبير والصغير على حد سواء.

ومن الحقائق الواضحة عن جمهور التلفزيون بشكل خاص وهم المشاهدون أنه جمهور بالغ الضخامة لذلك من الضروري والمهم أن تلبي البرامج رغباتهم المختلفة والاهتمام بها أمر أساسي لإنجاح الإنتاج الإعلامي ولجمهور التلفزيون مواصفات عديدة منها: (مكاوي . تكنولوجيا الاتصال الحديث في عصر العولمة 1993 . القاهرة . الدار المصرية اللبنانية . ص 185)

1. شخص متوسط .
  2. قد يكون جاهلاً وقد يكون متعلماً .
  3. مجهول غير معروف للقائم بالاتصال .
  4. ليس مضطراً للمشاهدة ومن ثم فهو يحتاج إلي إثارة اهتمامه بمهارة كي يستمر في المشاهدة
  5. له اهتماماته الخاصة وله اهتمامات عامة يشترك فيها مع الآخرين من المشاهدين.
  6. لا يعرض نفسه للمشاهدة إلا إذا كانت المادة المبتوثة تتفق مع مستوى إدراكه .
  7. المشاهد له ذكاؤه وقدراته ولا يقبل أن يُستهان بعقله وبذوقه .
- لذلك من المهم دراسة الجمهور للتعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات الخاصة به لأن إخفاق المنتج في معرفة مشاهديه من حيث طبيعتهم وثقافتهم وظروفهم الاجتماعية التي تتحكم في انتقائهم لبرامج التلفزيون فيجب علي الكاتب التلفزيوني أن يكون مدركاً جيداً لخصائص جمهوره حتى يصل إلى متطلباتهم والتي من خلالها يحقق رسالته ويدرك ماذا يقول ؟ وكيف ؟ ولمن ؟ ومتى ؟

## المبحث الثاني

### تصنيف البرامج التلفزيونية

تتعدد البرامج التلفزيونية وتختلف شكلا ومضمونا عن بعضها البعض فبعضها يأتي وفق لتخصص القناة بنفسها فالقنوات الرياضية الخاصة تكون كل برامجها رياضية سوا كانت إخبارية أو حوارية أو مجلات رياضية وكذلك الحال في القنوات الثقافية والإقتصادية والسياسية ويأتي التصنيف وفق لهذه التسميات .

#### المبادئ التي يجب مراعاتها في التصنيف البرنامجي :

يجب مراعاة إعطاء صورة عامة وموضوعية لأبعاد الخدمة التي تؤديها المؤسسات التلفزيونية من حيث حجمها وتنوعها وتكاملها لمواجهة الإحتياجات الإعلامية والثقافية والإجتماعية المختلفة ومن حيث مدي قدرتها علي مواجهة هذه الإحتياجات بالإنتاج الذاتي أو المشترك(عدي . نهي عاطف .

المدخل إلى التلفزيون . 2008 القاهرة . دار الإيمان للطباعة .ص120) .

كما يجب مراعاة الأبعاد التي يمكن أن يصنف بمقتضاها البرامج التلفزيونية :

#### الهدف :

تحديد الأهداف التي من أجلها وضعت الخطة للبرنامج والتي دوما ما تتراوح بين الإعلام والتوعية والترفية والتنقيب أو إرسال رساله معينة تجاه موضوع محدد .

#### الشكل :

إختيار الشكل المناسب لتوضيل الفكرة حتي يسهل فهمها وتحقيق الاهداف التي وضعت من أجلها وقد تختلف الأشكال فقد تحتاج المعالجة النصية إلي شكل درامي أو شكل منوعات أو شكل برنامج حوارى أو أو في شكل فيلم وثائقي أو فيلم تسجيلي أو مادة خبرية .

## المضمون :

المضمون هو ماتحتوية المادة التلفزيونية من أفكار وقيم ومحاور ومواد إضافية داعمة للقضية التي نريد التحدث عنها وماتحتويه من معلومات متسلسله تسلسل مريح سواء أن كان للمشاهد أو للضيف داخل الإستديو .

## الجمهور المستهدف :

وهو المشاهد الذي تسعى للوصول إليه من خلال المادة التلفزيونية التي تقدمها مع مراعاة الإختلاف في طبقاتهم الفكرية والعلمية والعملية وتقديم المادة التي تناسبهم وتتوافق مع إحتياجاتهم ومتطلباتهم .

وبناء علي هذه الأبعاد يتم تصنيف البرامج التلفزيونية وهي مستصحة كل المعايير الفنية والتقنية لها ،

## التصنيفات المختلفة للبرامج التلفزيونية :

تصنف البرامج التلفزيونية تصنيفات مختلفة حسب المبادئ الأربع السابقة وحسب الخطط الإستراتيجية ورؤية القناة في ذلك وذلك وفقاً لما تحدده من أهداف تسعى إلي تحقيقها بواسطة البرنامج المحدد وهناك عدة تصنيفات منها التصنيف الآتي :

أولاً: البرامج الإخبارية وتشمل نشرة الأخبار والتعليق والبرامج الخاصة بالشؤون العامة

والمناسبات ومختلف الأشكال الإخبارية (جاد البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي . 1987 القاهرة .الدار المصرية للكتب .ص.49

( 50

ثانياً :الإعلانات بنوعها التجارية والإعلامية .

ثالثاً :البرامج الترفيهية وتدخل فيها برامج المسابقات والموسيقى والدراما وبرامج الفكاهة والسيرك

والألغاز والفوازير والألعاب المختلفة .

رابعاً : البرامج التعليمية سواء كان التعليم الرسمي الخاص بالمدارس أو التعليم غير الرسمي

كبرامج الأطفال والشباب وتعليم الكبار .

**خامساً :** البرامج الدينية والتي تهتم بأمور الدين وشؤون العبادات وتعليمها للأمة المسلمة .

**سادساً :** البرامج الفنية والأدبية والتي تشمل كل ضروب الفن من شعر وغناء ورقص وموسيقي وأدب .

**سابعاً :** البرامج الدرامية والتي تشمل كل فنون الدراما من مسرح وتمثيلية ومسلسل وسلسلة حلقات وكل القصص الروائية المحولة إلي نص مرئي.

**ثامناً :** البرامج الجماهيرية المحددة والتي تشمل البرامج الخاصة بالطفل والخاصة بالمرأة والخاصة برجال الأعمال والبرامج الخاصة بقطاع الشباب .

**تاسعاً :** البرامج المتخصصة والتي تشمل تخصص بعينه كالبرامج الطبية والبرامج التوعوية والبرامج الرياضية والبرامج السياسية .

**عاشراً :** برامج المجالات الخاصة بالمؤسسات الخدمية سواء كانت شركات أو هيئات أو مصارف أو بنوك .

وهذا التصنيف هو التصنيف الأشمل علي حسب رؤية الباحثة والتي راعت فيه أن يشمل كل أنواع البرامج التلفزيونية شاملة كل القاعدة الجماهيرية المشاهدة بمختلف أعمارهم ومختلف تخصصاتهم .

فيما يلي توضيح لأهم البرامج التلفزيونية منها

### **البرامج الإخبارية :**

أصبحت البرامج الإخبارية بمختلف أنواعها وتخصصاتها من أهم القوالب التلفزيونية عند المشاهد وذلك لإهتمامه المتعظم وضرورة مجارسته للأحداث اليومية في محيطه مما أكب هذه النوعية من البرامج تأثيراً متزايداً في مجالات السياسة وتكوين الرأي العام .

وتتنوع القوالب الفنية التي تعرض من خلالها المادة الإخبارية هناك الرسائل الإخبارية القصيرة ، والريبورتاج الإخباري ، والمجلة الإخبارية بالإضافة إلي التقارير الإخبارية ومما يجب الإهتمام به

في البرامج الإخبارية علي محرر المادة الخبرية أن يراعي الإيجاز والإفادة دون التطويل في المادة الخبرية وعدم إستخدام أسلوب الحشو ، وعليه أن يلتزم الدقة .

وهناك خمسة مجالات للإستعمال والإشباع التي أوردتها مشاهدو الأخبار التلفزيونية وهي: (علي العبد .1993م. الإتصال والرأي العام . القاهرة . دار الفكر العربي .ص203)

1. مجال التسلية : وإستخلصه من عبارات المشاهدين التي تقول حينما يقوم مذيعو الأخبار

بالتكيت مع بعضهم البعض يكون تقبل الأخبار أسهل .

2. مجال المراقبة وإعادة الإطمئنان : ويتمثل في عبارة المشاهدين مثل قولهم تجعلني أخبار

التلفزيون أدرك أن حياتي ليست بهذا السوء علي أية حال وعبارة أشاهد أخبار التلفزيون

لكي أعرف الأسعار ولا أفاجأ بإرتفاعها .

3. مجال التوجيه المعرفي : ويتمثل في قول المشاهدين أن برامج الأخبار التلفزيونية تجعلهم

علي إتصال دائم مع العالم الخارجي

4. مجال الإستيلاءات : وإستخلصه من عبارات مثل عندما يأتي موعد الأخبار أكون قد

سمعت معظم ما قدم مسبقاً

5. مجال التوجيه العاطفي : وهو مستخلص من عبارات المشاهد أحيان تكون أخبار

التلفزيون مثيرة جداً .

**البرامج التعليمية :**

أصبح التعليم في الأونة الأخيرة سهل جدا وذلك من خلال توفر العديد من البرامج

التعليمية التي تقدم سواء من الراديو أو التلفزيون أو عن طريق الإنترنت ، لذلك أصبحت

البرامج التعليمية ذات أهمية بالغة وذلك لإهتمام المشاهد بها وما يتوفر من وسائل

توضيحية يجعل من البرامج التعليمية أكثر قبولا وأسهل إجراكا من خلال تقديمها علي

شاشة التلفزيون.

وتتنوع البرامج التعليمية وتختلف حسب أهدافها فهناك برامج تعليمية خاصة بتعليم الأطفال الصغار وقد برعت القنوات الفضائية المتخصصة في هذا المجال مثل قنوات طيور الجنة وكراميش وغيرها من قنوات الأطفال في هذا المجال وهناك البرامج التعليمية الأساسية كالبرامج التي تقدمها القنوات التعليمية المتخصصة وتقدم من خلالها الحصص الدراسية وفق جدول المواد وهذا مايسمي بالتعليم عن بعد والتعليم التفاعلي .

### برامج الندوة والمشاركات

تعرف برامج الندوات والمناقشات بأنها البرامج التي يلتقي فيها أكثر من ضيف للتناقش حول موضوع معين أو قضية معينة ويكون الضيوف من المختصين في مجال القضية المحدد لتبادل الآراء حولها وهي برامج تميز بالإثارة والتشويق لبحركة الندوة والمناقشة وهي برامج تعتمد اعتماد كلي علي مدى إدراك المذيع وإدارته للحوار لذلك يجب عليه أ يكون ملم بكل أطراف القضية متوقع لأي مفاجأة تحدث أثناء البرنامج وتكون برامج الندوة أنواعها كالأتي (عدلي العبد .1993م.الإتصال والرأي العام .القاهرة . دار الفكر العربي .ص206)

#### 1.المائدة المستديرة

وهي عبارة عن إجتماع عدد من الضيوف داخل الإستديو في الندوة حول المائدة ، يتبادلون الرأي ووجهات النظر المختلفة حول الموضوع من خلا الأسئلة التي يطرحها مقدم البرنامج أو مدير الندوة .

#### 2. المناظرة :

وهي مناقشة ثنائية تكون بين ضيفين مختلفين الرأي حول القضية ويحمل كل من الضيفين وجهة نظر مختلفة وأدلة ومستندات مختلفة عن الآخر ويكون اللقاء وجها سواء كانا داخل الإستديو أو خارجه من خلال الأقمار الصناعية كما هو برامج المناظرة علي القنوات الإخبارية مثل قناة الجزيرة الإخبارية .

#### 3. الندوات الجماهيرية :

وتقوم الندوات الجماهيرية بمشاركة الجمهور بالنقاش ومعرفة آرائهم حول الموضوع وتعد مثل هذه البرامج في إستديوهات خارجية أو مسارح بحيث تتيح المساحة لمشاركة الجمهور في الندوة.

### البرامج الدرامية :

أصبحت الدراما في الأونة الأخيرة بمختلف أشكالها تأخذ إهتمام واسع من قبل المنتجين للدراما وكذلك وضع القنوات الفضائية لها مساحة مقدره من الخارطة البرمجية بإعتبارها برامج التسلية والترفيه عند المشاهد وهي عبارة عن قصة ذات هيكل وبناء درامي وحبكة وتأليف سيناريو درامي للتلفزيون وتوجه بغرض الترفيه والتوجيه الإجتماعي وتأخذ الدراما التلفزيونية أشكالا متعددة من أهمها : (فوزية فهميم، التلفزيون فن . 1981م . القاهرة . فن المعارف.)

### 1- التمثيلية :

يتراوح طول التمثيلية ما بين 30 إلى 90 دقيقة وهي عبارة عن قصة درامية قصيرة جدا تتطلب من الكاتب الدرامي في حصر الأحداث وبتسلسل منطقي ومشوق وبطريقة مبسطة وسهلة خلال هذه الفترة الزمنية وقد أخذت التمثيلية منحى آخر وهو مايسمى بالافلام التلفزيونية أو السينمائية .

### 2- المسلسل :

والمسلسل هي قصة طويلة تحتاج إلي العديد من الحلقات ويتراوح عدد الحلقات ما بين 25-35 حلقة وقد تتطلب القصة وجود عدد من الأجزاء وذلك وفقا لما تحمله القصة من أحداث بداخلها وهي لا تختلف عن التمثيلية كعمل درامي له بناءه وحبكته ولكنها تختلف في طريقة معالجتها فالتمثيلية تدور من بدايتها حتي نهايتها في وحدة واحدة أما المسلسل فتتكون من عدة مواقف توزع علي عدة حلقات ويجب علي الكاتب أن يحافظ علي المشاهد حتي يظل مشدودا للحلقات القادمة وأن تنتهي كل حلقة بسؤال يجعله ينتظر الحلقة القادمة .

### 3- السلاسل :

أما السلاسل فهي عبارة عن مجموعة من التمثيليات مرتبطة ببعضها البعض من خلال فكرة معينة ولكن تختلف كل حلقة بقضية معينة حيث يمكن للمشاهد متابعة حلقات دون الأخرى منها

وتتضمن السلسلة بعض المواقف المضللة حتى تصرف ذهن المشاهد عن الوصول لحل الغز  
قبل الأوان .

## برامج القطاعات الجماهيرية أو البرامج الفنية :

وتهتم مثل هذه البرامج بالقطاعات المختلفة من الجماهير بمختلف فئاتهم ومنها كالآتي :

**برامج الطفل :** وهي برامج تهتم بتنمية قدرات الطفل وتنشئته تنشئة إجتماعية من خلال عكس  
البرامج التي تناسب عمره وتعزز ثقافته الطفولية وقد تكون برامج تعليمية كتعليمه الحروف  
والكلمات أو برامج التسلية والذكاء أو البرامج الدينية التي تعلمه أمور دينية والحكم والقيم بأبسط  
الوسائل التوضيحية وجعلها سهلة ومحبية إلي نفسه .

**برامج المرأة :** وهي البرامج التي تهتم بشؤون المرأة من مطبخ وبرامج طبخ وبرامج تصاميم منزلية  
وديكور وكذلك برامج تهتم أمورها الدينية والدنيوية وبرامج تثقيفية وتوعوية تجاه مختلف المواضيع  
من تربية أطفالها وإدارة بيتها والعديد من المواضيع التي تهتم المرأة .

**برامج الشباب :** ويعتبر الشباب من أهم شرائح المجتمع والتي من دور التلفزيون والبرامج  
التلفزيونية تقيفهم وتوعيتهم وطرح قضايا تهتمهم من خلال البرامج ويجب علي القنوات مشاركة  
الشباب ورائهم في البرامج أي يجب أن تكون برامجهم برامج تفاعلية تشركهم الرأي والفكر .

هنالك نقاط هامة يجب مراعتها في البرامج الفنية وهي : (الحسن . التلفزيون والأفكار المستحدثة . 2006م. سوريا  
. المطبعة الهاشمية .ص62)

1. الحرص علي إتساق المادة المقدمة للأطفال مع القيم الأخلاقية التي تحكم المجتمع وتوجهه  
الحضاري .

2. مراعاة الألفاظ المناسبة واللغة التربوية السليمة في مخاطبة الأطفال .

3. ضمان إبلاغ رسالة تربوية ومضمون بناء من خلال معالجة الموضوعات الموجهة لقطاعات  
الأطفال والأسرة والشباب في إتجاه ماترمي إليه سياسة الدولة ومناهجها الموجهة لهذه الفئات .

4. غرس القيم الدينية الحائثة علي العمل ، وإحترام المهن وإكتساب المهارات من خلال البرامج الموجهة للفئات .

### البرامج الدينية :

وهي البرامج التي تعتبر أنها برامج كافة الفئات من المشاهدين وهي البرامج التي تختص بأمور الدين وتأخذ البرامج الدينية عدة أشكال منها علي سبيل المثال :

1- **برامج الفتاوي** :والذي يكون برامج تفاعلي بمشاركة المشاهدين وهي النوعية الأشهر والتي يميل إليها المشاهد ويكون مقدم البرنامج شيخ ويتلقى إتصال من المشاهدين وإفتاءات حول مواضيع مختلفة .

2. **برامج حوارية دينية** : ويتم في هذه النوعية تحدد قضية معينة ويتم الحديث عنها بكافة الأدلة القرآنية والسنية والفقهية ويكون مقدم برنامج وشيخ وقد يتخللها أيضا تفاعل من الجمهور .

3. **رسائل دعوية وتوجيهية** : وتكون عبارة عن كبسولات دينية تقدم بشكل بسيط وتتبع اسلوب السهال الممتع وتقدم من خلالها رسائل دعوية وتوجيهية للمشاهد .

4. **محاضرات دينية** : وهي محاضرات يقوم بإعدادها وتقديمها شيخ أو مفتي وتكون بمثابة درس ويحضرها عدد من المشاركين ويتم تصويرها كمادة تلفزيونية .

### البرامج الثقافية :

واحد من وظائف التلفزيون هي التنقيف لذلك لا بد من توفر برامج تلفزيونية تقوم بتنقيف المشاهد وزيادة معرفته حول العديد من المواضيع المختلفة وبناء علي ذلك فإن مثل هذه النوعية من البرامج يجب أن تتجه إلي الجمهور بهدف نشر الثقافة بين فئات الشعب والنهوض بمستوي الفنون والمعرفة وإحياء التراث العلمي والأدبي والفكري وإطلاع الشعب علي خير ما أنتجته الثقافة الإنسانية.

والبرامج الثقافية هي البرامج التي تقدم من خلال التلفزيون بهدف تبسيط موضوع معين أو فكرة ثقافية في صورة تلفزيونية مقبولة تفيد علي الإفادة من إمكانيات الفن التلفزيوني تتميز

بالتجديد والتبسيط في تقديم الفكر والفن والعلم علي أوسع نطاق وفي أحب دائرة (سهير جاد . مرجع سابق .ص58)

ومن خلال الميثاق للعمل بالتلفزيون حددت الصفات التي جب أنتوفر في البرامج الثقافية وهي :

- 1- التأكيد علي القيم الدينية والأخلاقية والأعراف الحميدة للمجتمع السوداني .
- 2- التعبير بأمانة ومسئولية عن توجهات المجتمعلا وسياسة الدولة العامة واهدافها في مختلف المجالات مطلعا علي وثائقها الرسمية المعتمدة .
- 3- بث الأمل في مستقبل البلاد بشكل موضوعي وتجنب المبالغة والإسفاف .
- 4- الأخذ بمصادر ثقافة الأمة وتراثها والنزوع المستمر نحو التأصل والتجديد .
- 5- إبراز مظاهر الإمتياز والتفوق في المجتمع السوداني ثقافيا في كافة المجالات .
- 6- ترقية مشاعر الإلتناء للعقيدة والوطن والإسرة بين أفراد المجتمع كافة .
- 7- الإرتقاء بالزوق العام وتنمية الغساس بالمظاهر الجمالية للبيئة السودانية .
- 8- مراعاة المظهر العام وفقا لتوجه البلاد الحضاري وتكريس دوافع الإلتزام به دونما تناقض بين مظهر الفرد علي الشاشة ومظهرة في الحياة العامة .

هنالك مجموعة من الاشكال الفنية لبرامج المنوعات الثقافية التلفزيونية : (الحسن مرجع سابق .ص70)

### الشكل الإستدلالي :

يعتمد هذا الشكل علي المذيع ويتوقف نجاح البرنامج الإستدلالي علي توفر عدد من الخصائص في الشخصية التلفزيونية أهما الإيناس والإلفة وحسن التصرف واللباقة أما فيما يتعلق بالضيف سواء كان من العلماء أو النقاد أو الأدباء فيجب أن يكون الإختيار دقيقا يراعي فيه صورة الشخصية وطريقة معالجتها للموضوع الثقافي في تبسيط يستطيع المشاهد أن يستفيد منه

الإستفادة الحقيقية:(فوزية فهيم،التلفزيون فن . 1981م . القاهرة . فن المعارف.) .

## شكل المحاكمة :

ويعد هذا الشكل من أصلح الأشكال حيث يعتمد علي شكل المحكمة العادية بما فيها من مستشارين وقضاة ومحامين وشهود إثبات وشهود نفي ومدع عام ويعتمد هذا الشكل علي الديكور الذي يحقق له طابعه ويتم طرح المادة الثقافية بكل أدلتها حتي تتضح للمشاهد المعالم الثقافية بكل جوانبها ( الحسن مرجع سابق .ص70 ) :

## شكل الكتاب المرئي :

وهذا آخر ماتوصل إليه الفكر البرامجي في مجال تقديم البرامج الثقافية وتتلخص الفكرة في تقديم موضوع بعينه يهم المشاهدين وتجمع المادة العلمية للكتاب الذي يراد إستعراضه ويتم تصويره مشاهد كاملة لخدمة هذه المادة ويصحبها تعليق صوتي فقط مع الإسترسال في الصورة .

## شكل البرامج الفيلمية :

يقوم هذا الشكل علي عنصر المادة الفيلمية التي يقوم المذيع بربط مواضيعها مع بعضها البعض من أجل تحقيق الوحدة الموضوعية ، ولفت النظر إلي مواضع الإبداع فيه وقد يربط المقدم أكثر من فلم في الحلقة الواحدة .

## شكل المجلة التلفزيونية :

وقدم هذا الشكل بطريقة المجالات الصحفية والورقية التي تقدم أكثر من مادة وأكثر من موضوع في مجلة واحدة بإختلاف صفحاتها ويوفر هذا الشكل تنوع في الموضوعات الثقافية التي ترضي أذواق نوعيات مختلفة من الجماهير حيث ينتقل المشاهد من فقرة تسجيلية إلي فقرة حية إلي فقرة تتحدث عن كتاب إلي فقرة ثقافة عامة وغيرها من الفقرات المختلفة ( الحسن مرجع سابق .ص70) .

وهذه أنواع وتصنيفا البرامج التلفزيونية أما برامج المنوعات والتي سنتحدث عنها بإسهاب في المبحث القادم.

## المبحث الثالث

### برامج المنوعات التلفزيونية

تعتبر برامج المنوعات هي برامج الحركة والتنوع ما بين فنون الموسيقى والأكروبات . الاستعراضات . المشاهد الدرامية . المواقف الضاحكة وفنون الكلمة كالشعر والنثر وغيرها ، (فهي تترايط ترابطاً بسيطاً كما هو متبع في أغلب برامج المنوعات التلفزيونية ) . (الحسن . 2006م

التلفزيون والأفكار المستحدثة . سوريا . المطبعة الهاشمية . ص11)

لايحمل قالب المنوعات أي أهداف ذات عمق فالمشاهد ليس مطلوباً منه أن يفكر أو يركز لأن الهدف من تقديم هذا القالب لا يتعدى تذوق المشاهد لما يعرض عليه لأن غاية المنوعات في أغلب الأحيان قد تقتصر في أساسها على تقديم الإمتاع والتسلية (وليس هذا نقص بل هو في حد ذاته هدف يعمل من أجله) . (الطاهر . 1978قوالب البرامج التلفزيونية . مجلة الفن الإذاعي . العدد68. القاهرة . يناير .)

وبشكل عام فإن برامج المنوعات كثيرة وتشتمل في غالبيتها على أكثر من فقرة لذلك كلمة منوعات تطلق على البرامج التي تهدف إلى التسلية، ونجاح هذا النوع من البرامج التلفزيونية

يعتمد على مدى ما يحققه من آثار في نفسية المشاهد ومدى ما يحققه من تسلية وإمتاع . فبرامج المنوعات تؤدي وظيفة ترفيهية . (الغنام . 1983مدخل علم الصحافة إنتاج البرامج الإذاعية . المكتبة الأنجلو المصرية .

وكلمة منوعات طبقاً للمعنى الحرفي اللغوي هي مجموعة من الأشياء المختلفة، والتنوع ضروري للإنسان في مختلف مناحي الحياة وتمثل المنوعات العمود الفقري لكل القنوات التلفزيونية.

(شكري . 1999الفن الإذاعي وتحديات تكنولوجيا قرن جديد.العربي للنشر والتوزيع . القاهرة . ص162)

برامج المنوعات هي برامج تشد المشاهد إلىها من كافة الأعمار وتجذبهم لما لها من قدرة على التنوع والخفة والحركة والإيحاء واستخدام العدسات بشكل يفوق البرامج الأخرى فتعطي انطباعاً بالتركيز أو تداخل المناظر وغير ذلك من فنون العمل التلفزيوني . (شكري . 1999الفن الإذاعي

وتحديات تكنولوجيا قرن جديد.القاهرة.العربي للنشر والتوزيع ...ص162)

وكذلك هي مواد فنية متنوعة ومتعددة وتشمل الموسيقى والرقصات والأغنيات والموضوعات المختلفة التي يمكن وضعها في قالب خفيف كما تشمل المقابلات الفنية مع الموسيقيين والمغنين. (عباس. فنون الإعلام الإذاعي. مطبعة وزارة الثقافة والإعلام. ط1 ص19)

وهي أيضاً عبارة عن مواقف إنسانية ضاحكة تحمل مضامين اجتماعية وثقافية تهدف إلى إمتاع المستهدفين والمشاهدين حسيّاً وذهنياً . وهي أيضاً تجمع بين أكثر من شكل برامجي وتشتمل على برامج المسابقات والموسيقى والتمثيل الصامت وكذلك الشعر والمقابلات والبرامج التي يشترك فيها الجمهور . (شكري . 1996تكنولوجيا الاتصال .إنتاج برامج الراديو والتلفزيون .القاهرة دار الفكر .ص147) وهي برامج تعتمد على الأغاني والموسيقى الراقصة والمناظر والمؤثرات الصوتية وبرامج الحواة والسيرك ونجوم الفكاهة.

ومن التعريفات السابقة نجد أن المعرفين اتفقوا على أن برامج المنوعات من أهم البرامج التلفزيونية وأنها فن دمج عدد من الأشكال البرنامجية في برنامج واحد ولكن بإيقاع سريع وخفيف يتميز بتنوع المضمون والشكل وربط الفقرات ببعضها البعض ربط فنياً جذاباً يحوز على انتباه المشاهد بقصد الترفيه والمتعة والتنقيف .

وحتى تصبح برامج المنوعات ناجحة لابد من توفر الشروط التالية : (عباس .فنون الإعلام الإذاعي .مرجع سابق ص27)

- 1.البساطة في الأسلوب و البعد عن الكلمات الغريبة والمهجورة .
2. اعتمادها على الحقائق الموضوعية .
3. تأثيرها على المشاهدين وذلك ببعدها عن كل ما يهز كيان الأسرة .
4. مطابقتها للسياسة الإعلامية الدولية .
- 5.بعدها عن الإساءة للأفراد والجماعات في المجتمع و التزامها بإيراد الحقيقة المجردة فقط.

## عناصر نجاح برامج المنوعات :

1. العناية في اختيار من يقف أمام الكاميرا سواء أكان مقدم برامج أو مغنياً أو موسيقياً جاد .سامية علي. 1997البرامج الثقافية في الراديو .دار الفجر للنشر والتوزيع .القاهرة . ص 17 .)
2. تنوع أساليب وإخراج كل فقرة من فقرات المنوعات .
3. توزيع الفقرات وفقاً لخط فكري عام يربط بينها .
4. توفر عامل السرعة في تقديم اللوحة أو الفقرة .
5. توظيف إمكانات الإضاءة . الديكور . حركة الكاميرا .
6. الإعداد الجيد لربط الفقرات المختارة بعناية فائقة.

## وظائف برامج المنوعات :

التثقيف التسلية و تقوية الشعور بالوحدة الوطنية و تنشيط وتحفيز الهمم لدى المشاركين في البرنامج وترقية التربية القومية.

## أشكال برامج المنوعات :

### 1. برنامج منوع متخصص :

وهذا النوع يشمل برنامج منوعات يحتوي على فقرات متعددة ومنتوعة كبرنامج أفراح النيل بقناة الشروق.

### 2. برامج منوعات حوارية :

ويختلف حوار المنوعات عن الحوار الجاد بالتنوع داخل الحوار وإدخال فقرات متنوعة كبرنامج ظلال الأصيل وبرنامج ستة ونص .

## برامج المنوعات الحوارية وأنواعها :

الحوار في اللغة :جاء في مختار الصحاح المحاوره هي المجادلة والحوار التجاوب . (الرازي .

1983م مختار الصحاح .(مور) ،، دمشق دار الحكمة ..)

وجاء في القاموس المحيط استحاره أي استنطقه .( الفيروز أبادي . 1993م القاموس المحيط . ( مور ) .

بيروت . مؤسسة الرسالة . ط3 .)

## برامج الحوار اصطلاحاً :

المقصود بهذا المصطلح المقابلات بأنواعها والندوات والمناقشات وكلها تأخذ شكل الحوار وإن

اختلفت أساليب إنتاجها . (حسن . مرجع سابق ص64).

## برامج المنوعات الحوارية :

هي البرامج الحوارية في قالب خفيف ومنوع غير ممل ويتيح إضافة معلومات مع تحقيق

الجانب الترفيهي وجانب التسلية أيضاً . وتمثل برامج الحوار بأشكالها وأنواعها العمود الفقري

لكثير من قنوات البث التلفزيوني وهي شائعة بمختلف أنماطها وأقسامها (ويمد المشاهدين

بالمعلومات المهمة والمتعلقة بالأحداث الجارية ويضيف الحوار الحيوية إلى البرامج لشد انتباه

الجمهور) . (مرزوق . 1975 المدخل إلي حرفة الفن الإذاعي . القاهرة .المكتبة الأنجلومصرية. ص207)

ومن المهم جداً أن من يدير الحوار لابد له من المعرفة التامة بطبيعة المشاهد ورغباته ومتطلباته

واهتماماته وما هو الجديد الذي يمكن أن يقدمه للمشاهد .

## أنواع برامج المنوعات الحوارية :

يسمى الحوار مقابلة وتعرف المقابلة بأنها حوار بين مقدم وضيف في موضوع محدد وزمن محدد (المادح . 1995م المقابلات التلفزيونية الإعلامية . ورقة عمل للتدريب . دمشق . المركز العربي للتدريب الإذاعي والتلفزيوني ) . والمقابلة فن هادئ لا يتحمل التطرف والعصبية وله أهداف محددة إما الحصول على معلومة أو الوقوف على رأي أو عرض لشخصية ذات أهمية . (فهيم 1985.الإعلام المعاصر . الرياض دار الوطن للنشر والإعلام..ص 271) واستناداً على ما ذكر فإن المقابلة هي فن السهل الممتنع فكل إعلامي لا يستطيع إجراء مقابلة ولكن قلة هي التي تشتهر بقدرتها على إدارة المقابلة بكل ما تحتاجه من ذوق وحس وفهم.

## أنواع المقابلات التلفزيونية :

أ . مقابلة المعلومة: (حسن 2010 . التلفزيون . الخرطوم . الدار العالمية للنشر . ص320)

الهدف من هذا النوع تزويد المشاهد بمعلومات معينة في موضوع معين لأهميته السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية والحصول على معلومات وبيانات.

## ب . مقابلة الرأي :

يقصد بهذا النوع من المقابلات عرض أفكار بعض الناس وآرائهم ووجهات نظرهم في موضوع بعينه وبعالج الموضوعات التي تحتوي علي نقاط متعارضة وهذا النوع لا يهدف إلى جمع المعلومات بل إلى التعرف على اتجاهات التفكير لدى الناس حول موضوع معين والمسائل المطروحة

في الساحة ومن ثم التركيز على جمع الآراء والأفكار ووجهات النظر وعرضها على الرأي العام

## ج . المقابلة الشخصية :

وتُعنى بمقابلة الأعلام والعلم في اللغة الجبل وشبه المرء بالجبل لأن كليهما ظاهر للعيان وفي اللغة العربية يجعلون هذا التشبيه متداولاً فيقولون فلان علم على رأسه نار ومجالات الشهرة كثيرة بقدر النشاط الإنساني .

## برامج العروض المباشرة والمسابقات :

وهذا النوع يعتمد اعتماداً كلياً على التنوع ويجمع ما بين التسلية والترفيه وتنمية المواهب و حفز

روح المنافسة كبرنامج نجوم الغد بقناة النيل الأزرق وبرنامج سحر القوافي بتلفزيون السودان .

. وكذلك برامج العروض المباشرة مثل (the voice\_arab aidol). في قناة mbc

بما إن برامج المنوعات هي البرامج التي تهتم بجذب المشاهد بالإضافة لما تحققه من متعة

مشاهدة فهي أيضا تنعش القدرات الإبداعية وتنمي الطاقات . ( عوض الكريم . تخطيط البرامج التلفزيونية .

الخرطوم . الأمانة العامة للثقافة . ص 321)

لذلك تشكل الأغاني والموسيقى والمسابقات جزءاً كبيراً من برامج المنوعات وتقوم هذه البرامج

على عنصر المشاركة ما بين الجمهور داخل الأستوديو والجمهور خارجه .

( كما تقوم المسابقات والعروض المباشرة على عنصر الإثارة والتشويق ) ( فهم . 1987 . التلفزيون

أحدث وسيلة إعلام . القاهرة . مجلة الفن الإذاعي . العدد 115 . ص 56 ) وتحفيز روح

المنافسة بين المشتركين وتشجيع الجمهور لهم ولا يقف الجمهور عند حد التشجيع بل أحياناً

التصويت وخلق أتيام أيضاً للرهان بمتسابقهم على التقدم على الآخرين . وتعتبر برامج

المسابقات والعروض المباشرة واحده من أحدث برامج المنوعات والتي وجدت رواجاً شائعاً في

الفترة الأخيرة من قبل المشاهدين في شتي أنحاء العالم وتجد فائق الاهتمام

والترتيب المسبق لها من قبل القنوات الفضائية الغربية والعربية . وتحتاج مثل هذه البرامج إلى

أموال طائلة لإنتاجها وذلك من مسارح وأستديوهات ضخمة ومعدات فائقة الدقة وحديثة وكذلك

فنيين أكفاء حتى تكتمل فكرة الصورة مع الصوت .

وأصبحت برامج المسابقات مثل A RAB IADOL\_ THE VOIC في قناة M.B.C

و ينتظرها المشاهد في نهاية كل أسبوع وتحظي بنسبة مشاهدة عالية جدا من كل أنحاء العالم  
لما يكرس لها من مهارات عالية في الإنتاج وابتكار أساليب جديدة مقنعة ومشوقة تبعث التشويق  
والإثارة في دواخل المشاهدين.

ومن أهم ما تتميز به برامج العروض المباشرة هي الموسيقي والتي تعتبر لغة عالمية مشتركة  
بين كل الشعوب وهي العامل الأساسي أيضا في الترويج عن النفس والنأي بالإنسان عن الملل  
والضجر .

أما السهرات المسجلة والمباشرة فهي نوع آخر من برامج المنوعات وخرجت السهرات في الآونة  
الأخيرة من طابع الكلاسيكية والتسجيل داخل الأستديوهات إلى التسجيل في الصالات  
والمنتزهات وإشراك الجمهور في ذلك

## **الفصل الثاني**

### **إنتاج برامج المنوعات التلفزيونية**

- ❖ **المبحث الأول : تخطيط برامج المنوعات التلفزيونية.**
- ❖ **المبحث الثاني : إنتاج برامج المنوعات التلفزيونية.**
- ❖ **المبحث الثالث: إعداد وتقديم برامج المنوعات التلفزيونية.**

## المبحث الأول

### تخطيط برامج المنوعات

أصبح التخطيط علماً وفناً لأنه يعمل على إعادة صياغة وتنظيم المجتمع وإعادة ترتيب أوضاعه من جديد وتوجيه آماله وتطلعاته ، ويقول الكاتب الأمريكي ولتر ليمان ( إن المجتمع الحديث لا يتطلع في مجال الرؤية المباشرة لأحد.) (شرف . 1991.دراسات تطبيقية حول التعبير الإعلامي . بيروت الحديث .دار الجيل. ص25)

لهذا نرى أن الفلسفة التي يقوم عليها التخطيط الشامل والتخطيط الجزئي تنطلق من واقع المجتمع بطبيعته والعوامل الفاعلة فيه الأمر الذي يجعل مهمة المخطط في المجتمع الحديث أكثر صعوبة وخاصة أن التخطيط يتعلق بالتوصل إلي وضع مرغوب في المستقبل وهذا الوضع لا يمكن تحقيقه بدون وجود العنصر الإنساني .( الجزيري . 1990.وظيفة التخطيط . القاهرة. دار النهضة العربية . ص24)

ومن تعريفات التخطيط هو التقرير سلفاً بما يجب عمله وكيف يتم ذلك ومن الذي يقوم به .كما يشير إلى الاختيار بين البدائل من الأهداف والسياسات والقواعد مع تحديد الوسائل لبلوغها .( رضا و العبد . 2001.التخطيط الإعلامي . القاهرة. جامعة القاهرة للتعليم المفتوح . ص14)

والتخطيط ليس مذهباً جديداً يعتنقه رجال السياسة والإداريون بل هو منهج أو مدخل لحل المشكلات الاجتماعية والاقتصادية وغيرها .( ع درويش ويلي شكلا . 1977م أصول الإدارة العامة . القاهرة . المكتبة الأنجلومصرية . ص271)

وعند علماء الاجتماع التخطيط عملية إدارية تفاعلية تشمل البحث والتحري والمناقشة والاتفاق والعمل في سبيل الوصول إلي الظروف والعلاقات والقيم التي ينظر إليها كأمر مرغوب فيها (عبد الوهاب الكيالي - 1985م بيروت . موسوعة السياسة . ص 107)

ولدى علماء الإدارة التخطيط هو دراسة البدائل المختلفة لإدارة عمل معين ثم التوصل إلى أفضل البدائل الممكنة والتي تحقق أهدافاً معينة في وقت معين ومن حدود الإمكانيات المتاحة تحت الظروف والملابسات القائمة . (محمد بن . 2005م تخطيط البرامج التلفزيونية . الخرطوم . الأمانة العامة للنشر ص41)

وعند علماء الإعلام التخطيط هو الاستخدام الأمثل لإمكانيات الهيئة الإعلامية المادية والبشرية والفنية المتاحة التي ستتاح أثناء سنوات الخطة من أجل تحقيق أهداف معينة سبق عليها الاتفاق عليها بعد مناقشتها . (غنام . مدخل في علم الصحافة الجزء الثاني . القاهرة . مكتبة الأنجلومصرية)

وعرّف التخطيط بأنه توظيف الإمكانيات البشرية والمادية والتقنية المتاحة أو التي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة من أجل تحقيق أهداف معينة مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات وهي عملية إدارية . (محمد . 1988.الإعلام والتنمية . القاهرة . دار الفكر العربي ص316)

ويعتبر التخطيط في علم الاجتماع هو أداة أو وسيلة للتغيير الاجتماعي ويساعد على توجيه السلوك الإنساني واستغلال الموارد المادية والبشرية في إشباع الحاجات الإنسانية ويعمل على الموازنة بين الموارد والحاجات بصورة تساعد علي النهوض والتقدم كما إن التخطيط عملية إدارية تفاعلية تشتمل على البحث والتحري والمناقشة والاتفاق على العمل في سبيل الوصول إلى الظروف والعلاقات والقيم التي ينظر إليها كأمر مرغوبة . (عوض الكريم . تخطيط البرامج التلفزيونية . الخرطوم . المكتبة الوطنية.ص89)

أن أشمل وأدق التعاريف التي وردت بشأن التخطيط الإعلامي هو التعريف الذي يشير إلى التخطيط الإعلامي باعتباره توظيف الإمكانيات البشرية والمادية أو التي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة من أجل تحقيق أهداف معينة في إطار السياسات الإعلامية أو الاتصالية مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات. (فري مراد . 1983الإدارة الأسس والنظريات والوظائف . عمان . دار محلاوي . ص86)

## أهداف التخطيط البرامجي :

1. تلبية احتياجات الجمهور ورغباتهم بكل الفئات العمرية .
2. يساهم التخطيط البرامجي في تجنب تكرار أفكار البرنامج وتنسيق الأدوار بشكل يمكن من تحقيق الأفكار في الخارطة البرنامجية. (عدلي . 2009م التخطيط الإعلامي والأسس النظرية والنماذج التطبيقية . القاهرة . الدار العربية للنشر والتوزيع . ص25)
4. يساهم التخطيط البرامجي في تحديد وظيفة أهداف كل برنامج ويمنع حدوث أي تداخل أو تكرار في أفكار البرنامج المختلفة .
5. تحقيق التخطيط البرامجي المعايير اللازمة لتقويم الأداء ورصد التحديات وتحديد المشكلات

## هنالك أهداف عامة للتخطيط وهي :

1. اتباع الطرق العلمية والمنطقية لحل المشكلات واتخاذ القرارات عن طريق أهداف واضحة.
2. تحديد النتائج المتوقع الوصول إليها (محمد بن .تخطيط البرامج التنموية .مرجع سابق .ص55..)
3. يساعد على تحقيق رضاء العاملين وزيادة الإنتاج من خلال إحساس العاملين بأن ما يقدمون من مهام يمثل جزءاً من خطه أشمل من شأنها أن تضاعف من الإنتاج والعائد .
4. يحدد مراحل العمل التي تؤدي إلى تحقيق الهدف .
5. يساعد التخطيط على توفير الإمكانيات والوسائل الضرورية لتنفيذ العمل .
6. يسهل التخطيط الرقابة والالتزام بالتنفيذ وذلك بوضعه معايير محدده يسهل الرجوع إليها.
7. يؤدي إلى الاطمئنان النفسي .
8. يسارع في عملية التنمية ويوفر الموارد لأنه يتيح حسن استغلالها بفاعليه .
9. يوفر التناسق والانسجام بين نشاطات الأجهزة الإدارية المختلفة ويساعد على تحديد المسئولية
10. يقرر التخطيط شكل التنظيم المناسب .

## مقومات التخطيط لبرامج المنوعات:

إن مقومات التخطيط لبرامج المنوعات لا يختلف كثيرا عن مقومات التخطيط الاقتصادي والاجتماعي فكل منهما يحتاج للتنبؤ ويمكن تلخيص تلك المقومات في الآتي: (العبد . التخطيط الإعلامي . مرجع سابق . ص 29).

#### أولاً التنسيق :

ويقصد به التنسيق بين الأهداف التي ترمي الخطة إلي تحقيقها والتلاؤم بين المصادر واستخدام مختلف الفروع والنشاطات وكذلك التنسيق بين السياسات والإجراءات اللازم تنفيذها للخطة فهو يعد ضرورة موضوعية تتوقف عليها سلامة تنفيذ الأهداف المرجوة .

#### ثانياً : المركزية واللامركزية:

وهو أن يقوم الجهاز المركزي للتخطيط ووضع الخطة البرنامجية ويكون تحت إدارة متخصصة ومركزية وأحياناً تكون لا مركزية في إدارة متفرعة.

#### ثالثاً: تحديد أهداف واضحة بأعلى كفاية ممكنة :

إن إشباع الحاجات لم يعد يقتصر بالضرورة على إنتاج أو استيراد ما يلزم من حاجة استهلاكية خلال فترة زمنية معينة وإنما يتم أحياناً عن طريق إنتاج برامج و استيراد مستلزمات

ضرورية لتحسين البنية واستخدام المعدات التكنولوجية الحديثة ولذلك فإن الأهداف التي نبتغيها هي التي تستجيب للتطور المتوازن والمتناسق فيما بين الأهداف والمصادر وتحديد النشاطات،

رابعاً: التوازن النموذجي :ومن مقومات التخطيط أيضاً التوازن النموذجي ومراعاته بين أفراد المجتمع وخاصة في مجتمع كالسودان يجمع ما بين الريف والحضر ومختلف المحافظات وهو مجتمع تتمثل فيه ثنائية المجتمع بصورة واضحة.

#### خامساً : التنبؤ :

ويقصد بالتنبؤ الكشف عن المستقبل واتجاهات تطوره فهو يمثل أهمية قصوى في هذا العصر وخصوصاً في مجال الإعلام ويرجع هذا إلى سرعة المتغيرات والتبديلات في أساليب الحياة.

## عناصر التخطيط الإعلامي :

يقوم التخطيط الإعلامي على مجموعة من العناصر الأساسية (رضا و العبد . 2006م إدارة المؤسسات

الإعلامية . القاهرة. دار الفكر العربي. ص106 )

أ. توفر المعلومات :

وهي ضرورة توفر المعلومات بشأن الموارد المادية والبشرية المتاحة عند بداية تنفيذ الخطة وتوافر المعلومات عن الخطط القومية الشاملة والخطط الإقليمية والقطاعية وكذلك معرفة المشكلات والقضايا الاجتماعية والثقافية بالمجتمع .

ب . وضع سياسة اتصالية واضحة :

والسياسة الاتصالية هي مجموعة المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة على الأخص منها : وسائل الاتصال الجماهيري من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة في إطار النموذج السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تأخذ به الدولة.

ج . تحديد الأهداف والأولويات :

وهي تحديد الأولويات والأهداف العامة للخطة الإعلامية ووسائل الوصول إليها من خلال توجيه كافة الإمكانيات صوب تحقيقها بحيث يتم توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة أو التي يمكن إتاحتها خلال الأعوام القادمة للخطة .

د. التخطيط الإعلامي عملية مستمرة ومتكاملة :

وهذا بافتراض أن التخطيط عملية مستمرة لا تنتهي بنهاية وضع الخطة ويجب قياس آثار الخطة السابقة وتعديل الخطأ في الخطة التالية واكتشاف المعوقات التي تقف أمام تنفيذها والبحث عن طرق التغلب عليها وتحقيق التكامل الذي يمتد الي النواحي الهندسية والمالية.

هـ . المرونة :

ضرورة توافر أكبر قدر ممكن في الخطة الإعلامية حتى لا تتهار أمام الظروف الجديدة ويمكن وضع خطط بديلة مقدماً لمواجهة الظروف المحتملة فمن الضروري أن تشمل عملية التخطيط البحث عن البدائل واختيار أفضلها بما يتلاءم مع الأهداف الموضوعية.

و. المشاركة :

إن ضمان أكبر قدر من المشاركة في صياغة أهداف الخطة وإعدادها يوجب على قيادات المؤسسة الإعلامية عرض الخطوط العريضة للخطة الإعلامية وأهدافها ووسائل تنفيذها على القيادات الأدنى مع إيجاد الأساليب التي تضمن أن تعود الخطة إلى القيادة الأعلى متضمنة الاقتراحات المختلفة لهذه القيادات.

ز. متابعة الخطة الإعلامية :

ضرورة متابعة الخطة لضمان تنفيذها باكتشاف المعوقات وإزالتها وقياس الآثار الناتجة عن التنفيذ لمعرفة مدى مطابقتها للتصورات الخاصة في أذهان واضعي الخطة وفق ما تبين من آثارها.

**أهمية التخطيط الإعلامي :**

تأتي أهمية التخطيط الإعلامي من : (تخطيط البرامج التلفزيونية . مرجع سابق . ص101)

أ. خطورة الأجهزة الإعلامية نفسها فهي أجهزة ذات خطر جسيم إن لم تجد التوجيه والتخطيط العلمي السليم نحو تحقيق أهداف المجتمع وستكون معول هدم لقيم وتراث المجتمع وخاصة جهاز التلفزيون الذي أصبح يتمتع بمكانه حضاريه ومركز مرموق في المجتمع .

ب . المجتمع الآن يتعرض لاختراق إعلامي وغزو ثقافي فلذلك لابد أن يواكب هذا تخطيط إعلامي يأخذ من ماضي الأمة وحاضرها لبناء مستقبلها .  
ج . وتأتي أهمية التخطيط الإعلامي للهيئات الإعلامية من الدور التنموي المسند إليها في إرساء القيم الإيجابية ومحاربة القيم والعادات السلبية التي تعوق مسار التنمية الذي تعتمد عليه الدولة في اقتصادها فهو في نفس الوقت يحمل قيما سلبية تقف أمام كل فكر مستحدث وتحارب كل جديد .

### الصعوبات التي تواجه عملية التخطيط الإعلامي :

كل ما كان السؤال عن ماهية الصعوبات التي تواجه عملية التخطيط كانت أولي الإجابات هي المال في حين أن المال لم يكن يشكل الاختناق الوحيد في عملية التخطيط الإعلامي كما يبدو ولكن هذا الاختناق له الأثر السلبي الأكبر في ثلاث مراحل وهي : (تخطيط البرامج التلفزيونية . مرجع سابق . ص101)

1/ تدريب الكوادر للنهوض بالمهام والواجبات وهذا يقتضي وقتا طويلا وهي ليست بالعملية السهلة .

2/ المقدرة الإدارية للأجهزة الإعلامية كانت ضعيفة عجزت عن تحقيق الغايات المنشودة .

3/ المقدرة المحلية لتشييد المباني كانت محدودة للغاية .

وقد شكلت هذه الاختناقات بأشكالها الإدارية والبشرية والطبيعية المختلفة عوائق كثيرة أثرت على سرعة نمو الهيئات الإعلامية وعدم بلوغ مقاصدها وبالتالي لم توفق كي تؤدي دورها بالصورة المرضية.

أما الصعوبات التي تواجه المخطط الإعلامي فكثيرة، نذكر منها على سبيل المثال :

1. عدم الاستعانة بالمخططين الإعلاميين عند وضع السياسات العامة . ( جاد. البرامج التلفزيونية . والإعلام الثقافي . القاهرة)

2. نقص البحوث والمعلومات التي تؤثر على وضع الخطة .

3. وجود اختلاف بين ما يريده الناس وما يحتاجون إليه .

4. عدم وجود قنوات اتصال محليه فاعله في غالبية الدول النامية تهتم بإشباع الحاجات .

5. اتسام وسائل الإعلام التي تسيطر عليها الدول بالطابع الدعائي .

5. سيطرة الدولة على وسائل الإعلام .

### التخطيط الإعلامي ونظريات الإعلام :

تتخصر نظريات الإعلام على مستوى العالم في أربع نظريات وهي :؟ (سليمان . 1988م . التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام . المنصورة . دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع . ص2)

#### نظرية الحرية :

ترى هذه النظرية أن الحرية حق للجميع على أن لا تعوق حرية الفرد المصلحة العامة للمجتمع انطلاقاً من الفلسفة القائلة إن المصلحة العامة للمجتمع تتحقق تلقائياً من خلال تحقيق مصلحة الأفراد والمؤسسات، إذن هذه النظرية تؤكد حرية الإعلام وحرية الفكر وتقف ضد الرقابة الحكومية التي تحد من انطلاق الرسالة الإعلامية .

لاقت هذه النظرية رواجاً في أمريكا وأوروبا لكن لم تجد طريقها للتنفيذ الفعلي، بل ظلت بعيداً عن واقع الحال على الرغم مما تمتاز به من بريق لهذا طرح الدول الرأسمالية نظريه جديدة تسمى نظرية المسؤولية الاجتماعية .

#### نظرية المسؤولية الاجتماعية :

تقوم هذه النظرية على تأكيد المسؤولية الشخصية للأفراد والمؤسسات التي تعمل في مجال الإعلام وترى هذه النظرية :

1. أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في وقت واحد .

2. لا سلطان للحكومة على أجهزة الإعلام.

3. الجماهير حرة في اختيار الوسيلة أو الرسالة الإعلامية التي تتماشى مع ميولها ورغباتها كما أنها حرة في التعبير عن آرائها حتى إذا ما كانت مخالفه لرأي السلطة العليا.

4. الرأي العام في ظل هذه النظرية هو مجال أجهزة الإعلام حيث تعمل على إثارة اهتمامه والتأثير عليه وعلى الرغم مما تحمله هذه النظرية من الظاهر في حريات وهيمنة السلطة العليا إلا أن أجهزة الإعلام مكبله بقيود وتشريعات وتراخيص وأحياناً دعم يلزمها باتباع سياسة معينة وخضوع عام لهذه السلطة .

#### نظرية السلطة :

ومن مبادئ هذه النظرية

- أ. تقوم الدولة بدور المعلم والمربي والقائد لهذا تسعى إلى التأثير على اتجاهاتهم والسيطرة على منابع المعلومات والآراء والأفكار وفرض الرقابة عليها .
- ب. ملكية معظم وسائل الإعلام للسلطة الحاكمة .
- ج. لا حرية لأحد لكي يعبر عن رأي يخالف رأي السلطة .

#### النظرية السوفيتية الاشتراكية : (مرجع سابق ص 24)

تقوم هذه النظرية على النظام الشيوعي وتعتمد على الأسس التالية :

- أ. ملكية السلطة لوسائل الإعلام بالكامل .
- ب. تخضع جميع المواد الإعلامية إلى رقابة كاملة .
- ج. يتولى إدارة العمل الإعلامي جهاز مركزي يخضع مباشرة للحكومة أو الحزب .
- د. الرأي العام في النظرية السوفيتية يكون نتاجاً لرأي الشعب الناتج من رأي الحزب .

معوقات الخطط التلفزيونية :

أ. العوائق المتعلقة بالمخطط نفسه :

أولى هذه العقبات التي ترتبط بمعتقدات و اتجاهات الخطط وتجعله ينجح للذاتية ويكون هذا الجنوح واضحاً عندما يكون المخطط منحازاً لأيديولوجية معينة أو اتجاه بعينه ، وكذلك عدم فهمه للجمهور المستهدف وعدم الإلمام بطبيعته وعاداته وتقاليده ومستواه الثقافي والاقتصادي.

ب . العوائق المتعلقة بالمشاهد

ومن العوائق التي تعترض المخطط حينما يشرع في وضع خطه لمشاهد يجد أمامه مشكلات كثيرة منها :

1. الأمية بشقيها الأبجدي والثقافي وما تتركه من آثار سلبية على المشاهد وتجعله أقل قدرة على فهم الرسالة الإعلامية وأقل استجابة للتغيير واستيعاب التكنولوجيا وكسب المهارات .
2. ثنائية المجتمع والذي ينقسم إلى ريف وحضر؛ صفوة وعامة؛ ومركز وأطراف الأمر الذي يفرض على المخطط أن يقف مع نفسه لمعرفة لمن يخطط ؟ وكيف يخطط؟
3. اللغة والتباين الثقافي وتعدد اللهجات والقبائل .

## المبحث الثاني

### إنتاج برامج المنوعات

( يعتبر الإنتاج التلفزيوني علماً وفناً تتجمع فيه بالضرورة توفير المعلومات لمخططي البرنامج لمعرفة خصائصهم وعادات المشاهدة وتلبية رغباتهم و احتياجاتهم والحرص على جذبهم والاستحواذ على اهتمامهم) (أمين - 1987 أسس ومقومات البرنامج التلفزيوني . القاهرة .مجلة الفن الإذاعي - العدد115. أكتوبر ص70)

فعند تقديم أي نجم من نجوم الغناء في برامج المنوعات ليقدم مجموعة من أعماله لابد أن يكون هناك لقاء تمهيدي قبل البرنامج ومن ثم خلق جو هادئ وإحساس بالراحة قبل بدء العمل لأن التلفزيون يعتمد على الوجه أكثر من اعتماده على إشارات اليد وأصوات الكورس العالية لذلك يجب أن يقع الاختيار في برامج المنوعات على الشخص الذكي صاحب النكتة.( الطاهر. 1978م برامج التلفزيون كاملة النص . مجلة الفن الإذاعي . العدد73 يوليو .).

والإنتاج التلفزيوني هو عبارة عن تحويل الفكرة الخلاقة المصوغه فنياً على الورق على هيئة نص غير مرئي إلى مادة مسجلة على شريط فيديو مغناطيسي بحيث تكون تلك المادة صالحة للبت طبقاً لمعايير محددة مقبولة ثقافياً وفنياً وأيديولوجياً . (شكري -الفن الإذاعي - المرجع السابق ص81)

وعلى منتجي ومخرجي برامج المنوعات مراعاة عدم تقديم فقرات هابطة وذلك وصولاً إلى تنمية الذوق الفني والارتقاء بالإحساس الجماعي للمشاهدين لذلك يجب مراعاة الاعتبارات التالية: في

إنتاج برامج المنوعات: (عقل . 2009م.الإخراج الإذاعي والتلفزيوني . الدار العربية للنشر . القاهرة . )

## 1- اختيار المقدم :

ضرورة حسن اختيار من يقف أمام الكاميرا سواء أكان مقدماً للبرنامج أو مشتركاً فيه، وليس كل مقدم برامج يصلح لتقديم برامج المنوعات وليس كل مطرب يمكن أن يشارك في برامج المنوعات إذ لابد أن يتعلم كل منهما الكثير من خصوصية التلفزيون وبرامج المنوعات بصفة خاصة .

## 2- التوزيع:

توزيع وترتيب الفقرات حسب خط زمني محدد وعدم حشر كل الإمكانيات في فقرة واحدة .

## 3- السرعة :

ضرورة مراعاة عامل السرعة في تقديم الفقرات لانها برامج تمتاز بالخفة .

## 5- توظيف الإمكانيات :

ضرورة توظيف الإمكانيات . الإضاءة . الديكور . حركة الكاميرا توظيفاً رقيقاً وجذاباً .

## 6- الإعداد الجيد :

الإعداد الجيد لربط الفقرات واختيارها سواء أكانت فقرات حية مؤلفة خصيصاً للبرنامج أو فقرات من المكتبة.

لذلك تعتبر الحرفية في فن الإنتاج التلفزيوني هي القدرة على الاستفادة من مكونات الصورة والصوت وغيرها ووضع التنظيم إعلامي للاستفادة من العناصر وتقديمها في صورة إنتاج تلفزيوني سهل الإدراك تحقق الغاية التي يتم من خلالها إنتاج هذا البرنامج.

إذن الإنتاج هو عرض تلفزيوني يعني أن تكون هنالك فكرة وعناصر تنفيذ لهذه الفكرة لتكون صياغتها بأسلوب خاص وفي إطار فني مبدع يقدم للمشاهد ما يمتعهم. (عبدالدايم عمر حسن . الكتابة

للتلفزيون . مرجع سابق: ص141)

## عناصر الإنتاج التلفزيوني :

يشكل الإنتاج التلفزيوني جملة عناصر هندسية وفنية وفيها ما يتعلق بالصورة والصوت وفيها الجانب الهندسي إلى جانب مكونات الصورة من لقطات وحركات كاميرا إلى مكونات الصوت. وتمثل الصورة المرتكز الأساسي في الإنتاج التلفزيوني بالإضافة إلى عنصر الصوت والذي يأتي في المرتبة الثانية لتفسير مضمون الصورة. (حسن . الكتابة للتلفزيون . مرجع سابق: ص 142) وعند الحديث عن الإنتاج الإعلامي أو الرسالة فإن العنصر الأساسي الذي يبدأ فيه الإنتاج هو

الكاتب ويجب أن يتحلى بالآتي:

1. التخصص.

2. القدرة على التعامل مع الفريق أو العمل فيه.

3. الموهبة.

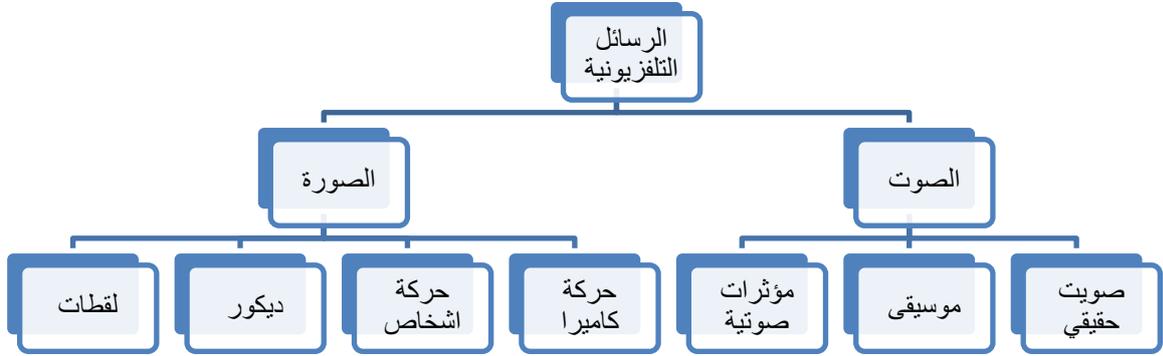
4. الثقافة العامة والمتخصصة.

5. المثابرة.

7. الرغبة في التجديد.

8. الابتكار.

ويتشكل الإنتاج التلفزيوني من جملة عناصر هندسية وفنية منها ما يتعلق بالصورة والصوت ومنها الجانب الهندسي إلى جانب مكونات الصورة من لقطات وحركات كاميرا إضافة إلى الإضاءة والديكور وغيرها.



مخطط يوضح أدوات الرسائل التلفزيونية

أولاً : الصورة والصوت في الإنتاج التلفزيوني

مصادر الصورة (موسوعة المعلومات علي الانترنت ،ويكيبيديا):

تتمثل مصادر الصورة التلفزيونية في الآتي:

أ- كاميرا التلفزيون:

هي أداة نقل الصورة وهي آلة الكترونية يمكن بواسطتها نقل المرئيات والأصوات الحية من داخل الاستوديو أو من خارجه.

ب- شريط التسجيل المرئي:

وهو شريط لتسجيل الصوت والصورة وتلك العملية الإلكترونية التي قامت بها الكاميرا.

ج- الصورة الثابتة:

وهي الصور الساكنة غير المتحركة كالصور الفوتوغرافية والإطارات والمسارح الجاهزة.

مصادر الصوت:

الميكروفون:

وهو مولد الإشارة الإلكترونية التي يمكن بواسطتها استخراج الصوت وأنواعه :.

أ- ميكروفون ذو اتجاه واحد.

ب- ميكروفون ذو اتجاهين.

ج- ميكروفون متعدد الاتجاهات.

ثانيا : أستوديو التلفزيون :

وهو المكان المخصص لإنتاج البرامج التلفزيونية وبثها إلى الجمهور المشاهد ويتكون الأستوديو

من جزئين :

غرفة الأستوديو : ( studiofloor )

وهي مسرح الأحداث وتكون غرفة مختلفة المساحات وتحتوي على أرضية مبطنة وحواجز

بعوازل للصوت وبارتفاع محدد ليحمل كثيراً من شاشات الإضاءة وتحتوي كذلك على ثلاث

كاميرات محمولة وكاميرا كرين .

غرفة المراقبة : ( control room )

وتحتوي غرفة المراقبة على ثلاث وحدات :

أ. وحدة مراقبة الصورة .

ب . وحدة مراقبة الصوت.

ج . وحدة التحكم في الإضاءة.

### ثالثاً: كاميرا التلفزيون :

تعتبر الكاميرا من أهم عناصر الإنتاج التلفزيوني وهناك نوعان أساسيان من أنواع الكاميرات:1.

- كاميرا الاستوديو.

- كاميرا محمولة .

أنواع الكاميرات (موقع mass communication):

يمكن تصنيف الكاميرات القديمة والحديثة من خلال صنعها الإلكتروني إما أن تكون تماثلية

(أنالوج)وهي

التي تعمل ب525 سطر أي 24 إطاراً(فريم) أو رقمية (ديجيتال) وهي التي تعمل ب 720.

الكاميرا الاحترافية والشخصية :

تصنيف الكاميرات الاحترافية بحسب وظيفتها إلى قسمين :

(PEDESTAL) إما أن تكون كاميرات إستوديو

وهي عالية الجودة وتكون عادةً ثقيلة تحمل على حامل لتسهيل الحركة على أرضية الاستوديو

والمفترض أن تكون مستوية

وناعمة السطح، وتستخدم لتصوير جميع البرامج داخل الإستوديو أو تكون كاميرا محمولة وهي

التي تستخدم

في التصوير الميداني خارج الاستوديو وهي عالية الجودة متصل بها جهاز تسجيل الفيديو وفيها

أزرار ومفاتيح أكثر من كاميرات الاستوديو وبسبب ذلك هو وحدة السيطرة على الصورة والسيطرة

على الصوت. لأن ذلك يتوجب وضعه تحت السيطرة من قبل مشغل الكاميرا وتشغيل جهاز

تسجيل الفيديو

الكاميرا الشخصية .:

إن الكاميرا الشخصية أو التجارية عادة ما يتم صنعها موحدة ومتكاملة مع مسجل الفيديو لا يمكن فصلهما عن بعضهما البعض، وهي في الغالب تحتوي على جهاز إظهار (لاقط صور)

ذي رقاقة واحدة وبنفس المواصفات

الأوتوماتيكية مثل وجود التركيز البؤري الأوتوماتيكي (الفوكس) وكذلك أداة تعديل مقدار الضوء النافذ عبر (AUTO-IRIS) العدسة.

#### العدسات واستخدامها :

العدسة عبارة عن قطعة زجاج ذات تكور في أحد سطحيها أو كليهما وهي تحدث انكساراً في الأشعة الضوئية الساقطة على أحد وجهيها وهناك نوعان من العدسات محدبة... ومقعرة؛ فالعدسة المحدبة تستخدم لتجميع الأشعة الضوئية الساقطة عليها أما العدسة المقعرة فتستخدم لتفريق الأشعة الضوئية الساقطة عليها والعدسة المحدبة أسمك في الوسط من العدسة المقعرة أما العدسة المقعرة فأسمك في الأطراف منها في الوسط وتسمى اصطلاحاً عدسة الكاميرا بينما في الواقع هي مجموعة بينما في الواقع هي مجموعة من العدسات يتراوح عددها بين ثلاثة و أربعة عدسات يتميز كل منها بخصائص معينة وتثبت داخل صمام الكاميرا. وهناك نوعان رئيسيان من العدسات هما :

#### العدسات ذات البعد البؤري الثابت: (FIXED FOCAL LENGHT)

وهي تناسب معظم كاميرات التصوير الفوتوغرافي وكاميرات التصوير السينمائي وتتميز بأنها تقدم العديد من الأحجام للمنظر الواحد على حسب المسافة التي تفصل بين الكاميرا والمنظور ولذلك فأنتنا كلما احتجنا إلى منظر أكبر يكون علينا أن نضع الكاميرا قرب المنظور .

## العدسة ذات البعد البؤري المتعدد أو المتغير: (ZOOM LENS)

وهي عدسة ذات بعد بؤري متعدد ويمكن تثبيتها في الكاميرا التلفزيونية بشكل مستمر للحصول على أي حجم للمنظر دون أدنى حاجة لتحريك الكاميرا من مكانها و دون أي تشويه أو حجب للصورة.

### التصوير التلفزيوني (موقع g00d news):

هناك نوعان من التصوير التلفزيوني؛ نوع يتم من خلال مجموعة من الكاميرات التلفزيونية (Mixer) ونوع آخر يكون بكاميرا محمولة منعزلة تنتقل بسهولة المرتبطة بـمـزج صور.

النوع الأول في التصوير التلفزيوني يكون إما في استوديوهات البث التلفزيوني كأن ترتبط الكاميرا مع خمس كاميرات أخرى أو أكثر عبر المـزج الصوري أو يكون في سيارة النقل الخارجي التي هي الأخرى تحتوي على مجموعة كاميرات تلفزيونية وغالباً ما ترتبط هذه الكاميرات بوحدة سيطرة تسمى بـ (C.C.U) وتختصر (Camera control Unit) وظيفتها هذه الوحدة تنظيم الإشارة فيما بين الكاميرات الموزعة في زوايا متنوعة ومختلفة، يستخدم هذا النوع من التصوير التلفزيوني في نقل العديد من الأنشطة الخارجية كالمؤتمرات الصحفية أو الاستعراضات العسكرية أو مباريات كرة القدم أو النشاطات المهمة التي تنقل عبر التلفزيون، وهنا يكون واجب المصور على الكاميرا هو تلبية المرتبطة مع كل المصورين (Talkback) طلبات المخرج الذي يكلمه عبر جهاز بـ (Mixer) الـ ، حيث أن كل كاميرا من الكاميرات المرتبطة بـ يكون لها مصور، في أغلب الأحيان تكون الكاميرا بعجلات تسهل تحريك الكاميرا لذا يتعين على المصور التلفزيوني أن يكون مدركاً للتحركات كي لا يقع في خطأ أثناء التصوير الذي عادة ما يكون مباشراً، المصور في هذا النوع لا بد أن يفهم أيضاً كل الأحجام وكل المصطلحات الخاصة بالتصوير لكي لا يقع في ارتباك ، لا بد أن يكون بحس جمالي وإحساس

عالٍ بالفن التشكيلي، حيث أن هناك الكثير من اللقطات يمكن أن تكون جميلة من خلال اختياره للحجم والمستوى والكادر فصحيح أن المخرج يجلس خلف المازج ويرى كل اللقطات بأجهزة الـ (Monitors) إلا أنه المصور هو سيد التشكيل الفني في نهاية الأمر خصوصاً عندما يكون النقل مباشراً .

النوع الثاني من التصوير وهو ما يسمى بالكاميرا المحمولة التي يمكن أن تكون عملها مشابهاً لعمل الكاميرا السينمائية في تصوير الأفلام، فهذه الكاميرا تنتقل كما تنتقل الكاميرا السينمائية ويؤدي المصور دوراً أكبر في هذه الكاميرا حيث انه مسئول مباشر عن التصوير كون أن لا أحد يشاركه في التصوير كما هو الحال في النوع الأول الذي يكون ذا تخصص واحتراف أكثر مما هو مطلوب في التصوير داخل الاستوديو حيث أنه في أكثر الأحيان يكون المصور في الاستوديو مشغل للكاميرا الذي يمكن أن يصحح الخطأ إن حدث من خلال تدخل المخرج أو زملائه في الاستوديو، أما في الكاميرا المحمولة فأن هذا الأمر يكون للمصور الذي يتحمل أعباء كثيرة لا أحد يشاركه فيها، فهو يحمل الكاميرا على كتفه وهو يضبط الساند ويشغل الكاميرا ويصحح ألوانها (White Balance) وهو الذي يختار المرشح (Filter) وهو الذي يحدد الأحجام للقطعة والمستوى والحركة خصوصاً في التصوير الأخباري أو التصوير للأعمال الوثائقية التي تعتمد الواقع الميداني.

التصوير التلفزيوني تطور كثيراً بعد دخول الكاميرات الرقمية، حيث أن الديجيتال حسن من الإشارة الصورية ليقر بها من إشارة لتصوير السينمائي حيث أن التصوير التلفزيوني يفقد الإمكانيات السينمائية من حيث الحركة والمستوى والحجم والإشارة لذلك هناك تحسينات وتطورات عديدة تجري في تقنيات التلفزيون لتحسين الإشارة الصورية لجعلها مشابهة لصورة السينما، ولعل مشروع التلفزيون عالي النقاء دليل على ذلك (High Defenition) لقد أصبحت

الكاميرا التلفزيونية بحجم صغير للغاية حيث أصبحت الكاميرا بوزن لا يتجاوز الكيلو غرام بحكم الإشارات الإلكترونية التي اختزلت العديد من المكونات التقنية واختزلت الشكل والحجم، ومع ذلك تبقى الأمور الأساسية في التصوير كما هي لا يعثرها التغيير، حيث أن المستوى التقني والتصوير الفني والحس الجمالي من الأمور التي تميز المصور المحترف عن سواه، فهذه الأمور لا يمكن أن يوجد لها بديل مهما تطورت الإمكانيات والعلوم أو التكنولوجيا، فلا بد أن يتمسك المصور بمبادئ التصوير المعهودة في السينما أو التلفزيون منذ عشرات السنين ليكون مصوراً متميزاً، ولا بد له من مواكبة الفنون التشكيلية لخلق جماليات تميزه تمثل جانباً كبيراً من جاذبية المادة المبتوثة وقبولها لدى المتلقي .

#### أنواع لقطات التصوير :

يقصد باللقطة ( shot ) الصورة التي تظهر على الشاشة عند تشغيل الكامرا وتقسّم اللقطات من حيث تحديد أحجامها وبعد آلة التصوير عن المنظر أو الشخص والأشخاص المراد تصويرهم إلى الأنواع الآتية:

#### اللقطة البعيدة أو الطويلة أو لقطة الأساس أو الشاملة : (Long Shot)

في هذه اللقطة يظهر المنظر أو الشخص أياً كان بكامله من أعلى لأسفل دون تركيز على جانب معين في المشهد إنما تبرز فكرة عامة عن المنظر بكامله وغالباً ما تستخدم هذه اللقطة في المشاهد الافتتاحية في البرامج والأعمال التلفزيونية .

#### اللقطة المتوسطة : (Medium Shot or Mid Shot) :

وهي من أسفل الصدر إلى أعلى الرأس .

### أ/ اللقطة الطويلة المتوسطة : (Long mid Shot)

وهي لقطة متوسطة طويلة من أسفل البطن إلى أعلى الرأس .

### ب/ اللقطة المتوسطة المكبرة : ( Big Mid Shot )

وهي لقطة تأخذ من أعلى الصدر إلى أعلى الرأس .

### ج/ اللقطة المكبرة: (Close Up)

وهي التركيز على شيء معين مثل أظهار تعابير الوجه . تأخذ صورة مقربة مكبرة للوجه كاملاً فتظهر تعابير الوجه كما تستخدم أيضاً لاعتبارات جمالية أو درامية أو نفسية وفقاً للنص أو السيناريو المكتوب .

### د/ اللقطة المكبرة جداً : (Big Close Up or Extreme Close Up) :

وهي لقطة مقربة جداً لشيء ما مثل لقطة مقربة للعينين لاعتبارات معينة . أو للفت النظر لقطعة أكسسوارات معينة أو قطعة سلاح أو أي شيء آخر يتوجب التركيز عليه .

كذلك هناك لقطات تسمى بعدد الأشخاص في الصورة مثل اللقطة

الأحادية (One Shot)

الثنائية (Two Shot)

الثلاثية (Three Shot)

أكثر من أربعة أشخاص Group Shot

اللقطة الجماعية (Mass Shot) : وعددها يتراوح بين 4 - 20

اللقطة الجماهيرية وهي اللقطة التي يزيد فيها عدد الأشخاص عن 20 شخصاً وهي لقطة قليلة

الاستخدام في التلفزيون إلا في حالات خاصة ووفقاً للمتطلبات الدرامية

## اللقطة الأمريكية : (American Shot or Knee Shot)

Cowboy لأنها تستخدم في أفلام وتكون من الركبة إلى أعلى الشخص.

## لقطة الابتعاد والاقتراب: Zoom In / out

دون تحريك الكاميرا بمجرد تغيير البعد البؤري للكاميرا نحصل على لقطة اقتراب أو ابتعاد وفي ذلك توفير للوقت والجهد . وتستخدم حسب الحاجة الدرامية.

## أنواع اللقطات حسب حركة الكاميرا

أي تكون الكاميرا على حامل مع ثبات الحامل وبمجرد حركة الكاميرا على محورها نحصل على القطة المطلوبة.

## حركة استعراضية أفقية : ( Panning )

حركة إلى اليمين أو اليسار : Left Pan / Right Pan

حركة رأسية إلى أعلى أو أسفل : Tilt Down / Tilt Up

حركة الاقتراب والابتعاد بكامل الكاميرا وهي على حامل : Dolly In / Dolly Out

## حركة المتابعة : (Tracking)

وتستخدم بتحريك الكاميرا إلى اليمين و اليسار والأمام والخلف لمتابعة جسم متحرك على أن

يراعى أن تكون حركة الكاميرا متساوية مع حركة الجسم المراد تصويره ويراعى أيضاً

المحافظة على مسافة معينة وثابتة بين الجسم المتحرك

## اللقطة المركبة : (Compounds Shot)

وهي اللقطة التي تتطلب حركتين للكاميرا كأن نأخذ لقطة اقتراب مع حركة استعراضية أنواع

اللقطات حسب زوايا التصوير المختلفة للكاميرا

### **لقطة الزاوية المستوية : (Eye Level)**

وهي لقطة عادية موضوعية وتكون في مستوى العين

### **لقطة الزاوية العلوية : (High Angel Shot)**

وهي اللقطة التي تعرف بلقطة الزاوية العلوية وتأخذ من الأسفل إلى أعلى أي أن تكون الكاميرا تتجه للأعلى وتستخدم لإعطاء الإحساس بالرهبة والإثارة والمبالغة في سرعة الحركة أو المبالغة في تضخيم المنظور كالعمارات أو الابراج أو بيان قوة الشخص وضخامته .

### **لقطة الزاوية السفلية : (Low Angel Shot)**

وهي على عكس الزاوية العلوية تأخذ من زاوية عالية إلى أسفل أي أن الكاميرا تتجه للأسفل وتستخدم في حالات الكشف الجغرافي في أماكن معينة وكذلك الدراما والبرامج لإعطاء الإحساس بضآلة أو مكانة شخص معين لارتكابه عملاً معيناً أو لضعف مكانته أو ثققل من طول الأشخاص.

### **لقطة الزاوية المائلة : (Canted Shot)**

تستخدم هذه اللقطة عندما يكون المحور الرأسي للكاميرا مائلاً بالنسبة للمحور الأفقي للكاميرا وعادة تؤخذ هذه اللقطة في حالات الكوارث وعدم التوازن أو في حالة فقدان التوازن العاطفي أو حالات اليأس والسكر .

**اللقطات وأحجامها وأنواعها:**

### **أ- لقطة طويلة (long shot):**

وهي تساعد في الحصول على نظرة موضوعية للمكان ودوماً ما يفتتح بها البرنامج .

## ب- اللقطة المتوسطة (Medium shot):

وهي لقطات وسيطة بين البعيدة والقريبة ويمكن من خلالها التعرف علي إشارات وحركات الجسم

## ج- اللقطة القصيرة (short shot or zoom shot):

وهي تلفت النظر لأشياء محددة في الكادر وتؤكد عليها وهي تظهر ردة الفعل وتعبيرات الوجه.

أساليب التنقل من لقطة إلى لقطة:

### أ- أسلوب القطع (cut):

ويتم مباشرة وبسرعة من الصورة التي تلتقطها إحدى الكاميرات إلى صورة تلتقطها كاميرا أخرى.

### ب- أسلوب المزج (dissolve):

ويعني اندماج نهاية المشهد الذي ينتهي في اللقطة الأولى مع بداية المشهد الذي يظهر في

اللقطة الثانية.

### ج- أسلوب الظهور والاختفاء (fead in/fead out):

يعني إظهار المشهد بالتدرج وينتهي حتى يتدرج المشهد الذي يليه.

### د- أسلوب المسح (wipe):

يتمثل في إحلال صورة التي تلتقطها إحدى الكاميرات بالتدرج محل صورة تلتقطها كاميرا أخرى.

زوايا الكاميرا:-

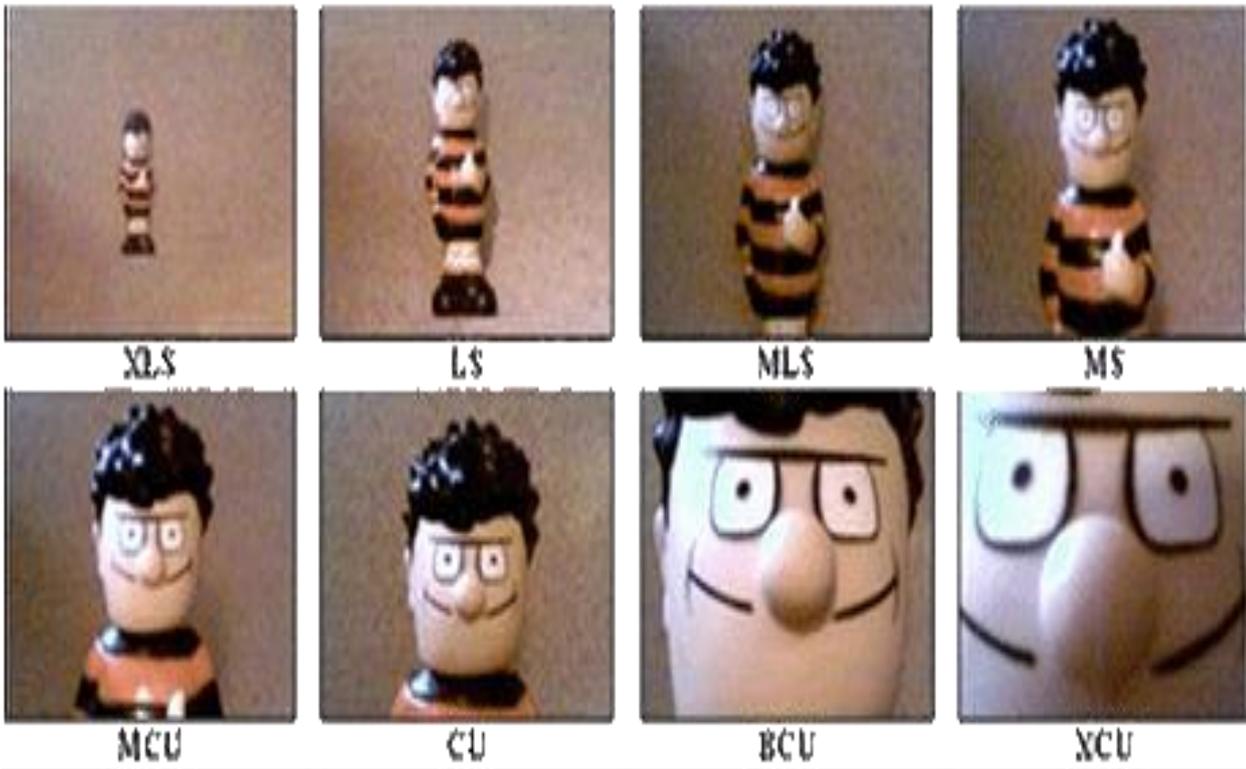
1- الزاوية المستوية أو الزاوية في مستوى النظر.

2- الزاوية العالية أو الزاوية فوق مستوى النظر.

3- الزاوية المنخفضة أو الزاوية تحت مستوى النظر.



### Shot Sizes



## Shot Angles



Low



Eye-level



High



Worm's eye



Canted



Bird's eye

## حجم اللقطة حسب حجم الشخص ١



VERY CLOSE UP  
لقطة مقربة جدا  
شكل رقم (٩)



BIG CLOSE UP  
لقطة كبيرة للشخص  
شكل رقم (١٠)



EXTRM CLOSE UP  
لقطة متناهية الكبر  
شكل رقم (٨)

## حجم اللقطة حسب حجم الشخص ٢



MEDIUM SHOT  
لقطة متوسطة للشخص  
شكل رقم (١٣)



MEDIUM CLOSE UP  
لقطة متوسطة قربه  
شكل رقم (١٢)



CLOSE UP  
لقطة قربه للشخص  
شكل رقم (١١)

## حجم اللقطة حسب عدد الاشخاص



2-SHOT

لقطة ثنائية  
شكل رقم ١٤



SINGLE

لقطة فردية  
شكل رقم ١٥



GROUP SHOT

لقطة جماعية  
شكل رقم ١٦



3- SHOT

لقطة ثلاثية  
شكل رقم ١٧

## حجم اللقطة حسب المنظر



MEDIUM SHOT

لقطة متوسطة  
شكل رقم ١٨



LONG SHOT

لقطة واسعة  
شكل رقم ١٩



CLOSE SHOT

لقطة مقربة  
شكل رقم ٢٠

## رابعاً: الإضاءة:

تعد الإضاءة العنصر الثاني بعد عمل الكاميرا وتعتمد التأثيرات التي يحدثها الضوء على عدة

عوامل:

1- كمية الضوء.

2- شدة الضوء.

3- لون الضوء.

أنواع الإضاءة (خريطة -I manual):

### الإضاءة الرئيسية : (key light)

وتعد هي المصدر الرئيسي الذي يسود المنظر ويسيطر على الموقع أو المكان أو الشخص ، وتنطلق بطبيعة الحال من موضوع أمامي متقاطع .ومعني ذلك إنها يجب أن تشع من مصدرين ضوئيين قويين يتقاطعان أشعاهما بزاوية 45 من امتداد خط العدسة ومن خواص هذه الإضاءة إنها تنشئ قمماً ضوئية عالية .وتخلق الظلال الرئيسية وتبرز شكل الأشياء وتسجل التكوين الأساسي للمنظور في أبعاده الثلاثة ، ومن الضروري الانتباه والتأكيد على أن تكون هناك إضاءة رئيسية واحدة للموضوع أو الغرض .

### الإضاءة الخلفية : (back light)

وهي إضاءة تصدر من وضع خلف الموضوع ،أي من الاتجاه المواجه للكاميرا فإنها في حالة تصوير الأشخاص توجه صوب رأس الشخص وكتفيه فتحقق نوعاً من السطوع على الشعر وتخلق حافة من الضوء حول الكتفين .ولعل أهم ما تحققه هذه الإضاءة من تأثيرات تشكيلية ، تتجلي في إنها تولد الإحساس بالبعد الثالث (العمق) فتبرز الخواص المجسمة للشخص فضلاً عن أنها تبرز التباين بين الدرجات الظلية .

### الإضاءة التكميلية (الحشو) : (fillin \_ fill \_ filler)

ويطلق عليها الإضاءة التكميلية لأنها تكمل ما قبلها . وتردم الفجوات والثغرات الظلية وتحشوها بالضوء ، ومن الخواص الأساسية لهذا النوع إنها إضاءة مستوية مسطحة من غير موجهة و ناعمة وهادئة منتشرة كما يمكن تنفيذها بأي نوع من الأجهزة . وتوضع عادة بزاوية 30 من خط إمتداد العدسة وفي الجانب المقابل للإضاءة الرئيسية .

### الإضاءة التأسيسية (bas light \_ foundation light) :

وهي إضاءة منتشرة تغمر المنظر كله لمحور التباين وللحيلولة دون التعريض المنخفض للظلال.

### إضاءة الحافة : (Rimming or rim light) :

وهي إضاءة حافة الجسم أو الموضوع بواسطة الإضاءة الخلفية .

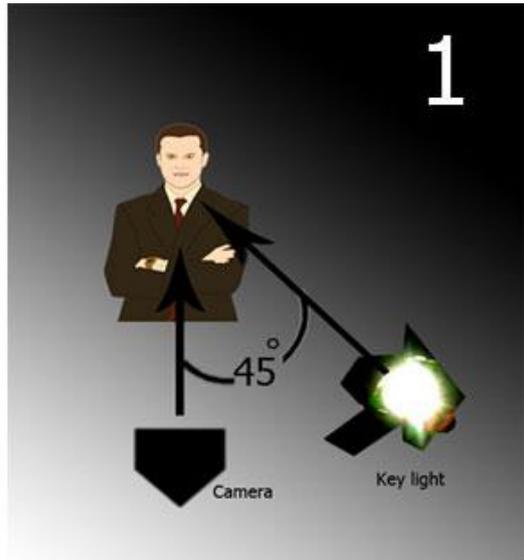
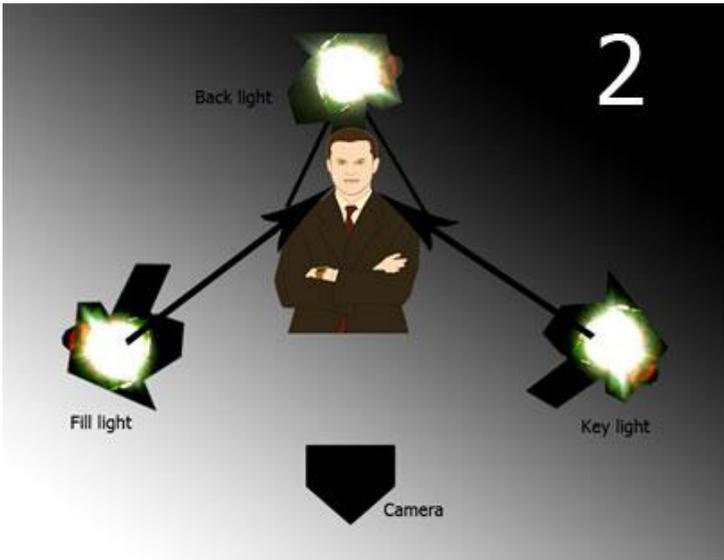
### الإضاءة المتوازنة : (Cross light)

وهي إضاءة إضافية أمامية ثانوية وتعرف بالإضاءة المتقاطعة . درجة أفقيا من إمتداد العدسة

60 توضع بزاوية 30

### أهداف الإضاءة:

- 1-إضاءة المنظر أمام الكاميرا للحصول على صورة مرضية.
2. إظهار صورة تلفزيونية على درجة عالية من الوضوح .
3. الحصول على تلوين مرضٍ من خلال توزيع الإضاءة.
4. المساعدة على إظهار العمق في الصورة .
5. إضافة الجمال والحيوية للوجه عن طريق الإضاءة الهادئة .



## المبحث الثالث

### مراحل إنتاج برامج المنوعات التلفزيونية

الإنتاج التلفزيوني يعني تحويل فكرة ذات معنى إلى برنامج تلفزيوني ذي قيمة من خلال الإشراف على كافة المراحل بدءاً من تجهيزات ما قبل الإنتاج مروراً بتصوير العمل حتى مرحلة الإنتاج وتقييم العمل (عمر عبد الدائم . الكتابة للتلفزيون .مرجع سابق .ص179)

أ/ مرحلة ما قبل الإنتاج من الفكرة إلى النص :

وتعتبر هذه المرحلة أهم مراحل الإنتاج وتكون كالآتي :

#### أولاً الفكرة الجيدة .:

يحتاج منتج أي برنامج تلفزيوني لفكرة جيدة وتقوم الفكرة على ما يريد المنتج إيصاله لجمهوره وفقاً للهدف المطلوب إحدائه من البرنامج ، والفكرة هي جوهر العمل التلفزيوني وهي المادة الأساسية للموضوع ويجب أن تشتمل على رأي أو قضية وأن تكون محددة المعالم واضحة المضمون متسلسلة في سياقها وأن تلتزم الفكرة السياسات الإعلامية المتبعة في الدولة وأن تحقق أهداف الخطة الإستراتيجية الموضوعة من قبل القناة ومن صفات الفكرة الجيدة:

1. الشمولية

2. الصدق والواقعية .

3. احتوائها على قيم إنسانية .

4. تمكنها من إثارة العواطف .

5.مناقشة قضية إنسانية .

6.التركيز والوضوح .

ومن شروط الفكرة الجيدة :

الشرط الأول : الترفيه و التسلية .

الشرط الثاني :الإعلام .

ويجب أن يصاحب تحديد الفكرة الجمهور المستهدف بمعنى هل المستهدف جمهور عام أم فئة محددة ومن أهم العوامل التي يجب أخذها في الاعتبار عند اختيار الفكرة هي : (عبد الدائم عمر .

الكتابة للتلفزيون . ص181)

### 1. نوع الجمهور :

يجب تحديد نوع الجمهور المستهدف والذي يكون إما جمهوراً عاماً وهذا إلى كافة الناس دون اعتبار لسن أو جنس أو مهنة أو جمهور خاص إلى فئة محددة من الناس.

### 2. الوقت المناسب للمشاهدين :

ولكل فئة من الفئات وقت مناسب يناسب أوقات فراغها فلذلك من المهم جدا تحديد الوقت المناسب.

### 3. الشكل البرمجي المناسب للفكرة المختارة :

لابد من تحديد شكل مناسب يناسب الفكرة والجمهور حتى يصل الهدف المطلوب للمشاهد المعنى .

هنالك عدة أنواع للفكرة منها :

### الفكرة العرضية :

وهي من أشهر الأفكار المستخدمة في الإعلام وتتجه إلى العرض مباشرة إي إنها تهدف إلى عرض مادة بعينها وهي أفكار واقعية وجادة وأكثر ما تكون في التقارير والموضوعات التسجيلية والأحداث التي تنقل علي الهواء مباشرة . (سوزان يوسف وهبة الله بهجت 993 . إنتاج برامج الراديو والتلفزيون .

القاهرة مكتبة النساك. ص171)

### الفكرة الوصفية :

وهي شبيهة بالسابقة مع تدخل أكثر درجة وأشد إيجابية من جانب العنصر البشري الذي لا يكتفي هنا بعمليات الرصد والمتابعة والتسجيل وإنما يتدخل ليقدم الوصف المشرق بروحه وفكره الإعلامي .

### الفكرة النقدية :

ويقصد بها في ذلك الإطار الفني التي تلتقي فيه الأضواء وتركز على الجانب السلبي في المجتمع والسلبيات الموجودة فيه بأنواعها .

**الفكرة المقارنة :** ( عدلي سيد محمد رضا . البناء الدرامي في التلفزيون . القاهرة دار الفكر العربي . ص58)

وهي فكرة عالية الكفاءة شديدة الحساسية تحتاج إلي عقلية إعلامية لبقة ومتمرسه خبرة و عميقة الثقافة.

### الفكرة التاريخية .:

وهي التي تتعلق بالتاريخ كتبه ووثائقه ومعالمه وقضاياه ومعاركة في قالب مثير وجذاب يشد الانتباه .

**الصفات التي يجب أن تتوفر في الفكرة:** (عبد هادي . 1997. التمثيلية التلفزيونية . القاهرة .مجلة الفن

الإذاعي . العدد150 . يوليو ص149)

1. يجب أن تحمل الفكرة قيمة إنسانية تضم أكبر عدد من الناس.

2. يجب أن تكون الفكرة صادقة ولها حقيقة موضوعية لكل الناس .

3. يجب أن تتعلق الفكرة بمشكلة أو قضية.

4. يجب أن تسعى لإثارة العواطف .

ثانياً البحث عن الموضوع: (عبد العزيز غنام، مرجع سابق، ص169)

يقوم بالبحث عن موضوع البرنامج أو الحلقة معد البرنامج ويعمل المعد في عملية البحث على اتجاهين :

الاتجاه الأول المضمون و الإجاه الثاني الجانب التقني .

### ثالثاً خطة الإنتاج:

ويتم في هذه المرحلة وضع خطة تفصيلية لما سيتم تنفيذه خلال مرحلة التصوير ووضع جدول زمني وفترة زمنية محددة تحديداً دقيقاً .

### رابعاً المعالجة .:

وهذه المرحلة يحدد من خلالها الشكل المبدئي للبرنامج التلفزيوني .

### مرحلة إنتاج البرنامج :

ويكون في هذه المرحلة التصوير والعمل الميداني للفكرة التي تم التنسيق لها في مرحلة ما قبل المونتاج بعد تحقيق وتوفير كل المعينات اللازمة فيقوم المصور بتنفيذ مهامه سواء أكان البرنامج مسجلاً أو على الهواء مباشرة ويقوم أيضاً المذيع بتنفيذ السيناريو المرسوم له وكذلك المخرج الذي يعتبر هو قائد العمل .

### مرحلة ما بعد الإنتاج :

وفي هذه المرحلة يكون التيم قد أنهى تنفيذ مهامه وبعدها تأتي عملية المونتاج والذي يكون إما مونتاجاً وقتياً إذا كان البرنامج المباشر أو المونتاج بعد التصوير ويكون المونتاج لوضع البرنامج في شكله النهائي للعرض وتعتبر عملية المونتاج هي العملية النهائية للإنتاج التلفزيوني وهي المرحلة النهائية .

### إعداد وتنفيذ البرامج الحوارية:

البرامج الحوارية بكل أنواعها تحتاج إلى إعداد دقيق ويبدأ بالبحث عن الموضوع وهناك قاعدتان أساسيتان للإعداد :

### **القاعدة الأولى: المباشرة والتركيز علي النقاط المراد معرفتها.**

وهنا يكون المعد يبحث عن إجابة محددة لأسئلة عامة وأن يكون السؤال مباشراً ومركزاً على النقاط المطلوبة ومعرفة وقائعا .

### **القاعدة الثانية: إعداد وصياغة السؤال بشكل سليم .**

فالسؤال الذي لا يصاغ لغوياً بشكل سليم وصحيح قد لا يفهم المتلقي حقيقته وقد يأتي بإجابات غير المراد الحصول عليها . ودوما ما يكون الإعداد للبرامج التلفزيونية مندرجاً تحت (من يقول

وهنا القائل هو المذيع الذي يترجم أفكار المعد . وماذا يقول هي الفكرة التي يراد توصيلها

للجمهور . ولمن يقول وهو الجمهور المستهدف ) (حمدي عبد المقصود . 2006. فن إعداد البرامج التلفزيونية . مركز تطوير الأداء والتنمية .مصر الحديثة .ص 24)

### **ويجب مراعاة الأتي في البرامج الحوارية :**

أولاً : عدم الانتقال فجأة من سؤال إلى آخر .

ثانياً : البعد عن ألفاظ اللزوم .

ثالثاً : عدم السخرية بالضيف .

### **تصميم هيكل البرامج الحوارية :**

إعداد البرامج الحوارية يحتاج لهيكل واضحة وتحتوي علي أربع خطوات : (عبد العزيز غنام .مرجع

سابق ص173)

## الخطوة الأولى :

### الترتيبات الأولية :

وتشمل البحث في موضوع المقابلة وجمع كل ما يمكن الحصول عليه من معلومات إلى الضيف بهدف تهيئته وإزالة الخوف من مواجهة الكاميرا وسؤال الضيف من أهم الجوانب التي يريد أن يتحدث فيها مع مراعاة عدم الخوض في كل التفاصيل حتى لا تفقد المقابلة التلقائية .

## الخطوة الثانية :

### مقدمة الحوار :

ويتم فيها تقديم الضيف ومهنته والموضوع المطروح فالمقدمة هي المفجر الحقيقي للحوار باعتبارها جزءاً أساسياً في توضيح جميع أركان الحوار ويشترط في المقدمة توفر سمتين هما الوضوح و الاختزال

## الخطوة الثالثة :

### متن المقابلة (جسم المقابلة) :

ويحتوي على وقائع إدارة الحوار والنقاش حول جوانب الموضوع المختلفة وطرح المحاور وتكون الأسئلة مرتبة و(ممنطقة) ويجب أن تكون الأسئلة مباشرة تؤدي إلى إجابات مباشرة دون غموض مع مراعاة الوقت المتاح حتى يتم الحصول علي كل ما يتعلق بالموضوع من معلومات خلال ذلك الوقت.

## الخطوة الرابعة :

### ختام المقابلة :

في ختام المقابلة عادة يذكر بموضوع الحلقة ويقدم تلخيصاً موجزاً جداً لما تم طرحه وخلاصة ما توصلت إليه المقابلة ويعرف مرة أخيرة بالضيف الذي شارك وشكره علي المشاركة وما قدمه منمعلومات للمشاهدين ومن ثم يشكر المشاهد ويختم اللقاء.

## وضع الأسئلة في برامج الحوار :

من أهم الطرق المتبعة في وضع الأسئلة وطرحها أربعة طرق هي : (حمدي أدهم . 1984 المقابلات الإعلامية . القاهرة . دار الثقافة للطباعة والنشر . ص40)

### الطريقة الأولى :: طريقة القائمة

وفي هذه الطريقة يقوم المعد أو المقدم بوضع الأسئلة وفقاً لجوانب الموضوع المختلفة ويصوغها الصياغة المناسبة ويرتبها في قائمة الأسئلة ومن مميزات الإلمام بكافة جوانب الموضوع وتغطيته تغطية شاملة .

### الطريقة الثانية :: طريقة المحاور والنقاط الأساسية

وتقوم هذه الطريقة علي وضع النقاط الرئيسية ورؤوس الموضوعات التي يدور حولها النقاش ومن أهم مميزات الحيوية والإحساس بطابع المرونة وعدم التقيد بالأسئلة وهذا أمر مطلوب في المقابلة التلفزيونية لإحداث الحيوية والقضاء علي الرتابة .

### الطريقة الثالثة :: الطريقة المختلطة

وتقوم هذه الطريقة على قائمة مختلطة تجمع بين الأسئلة الهامة والأساسية التي تركز على نوعية المعلومة والإجابة عليها ومن مميزات أنها تجمع بين ميزات الطريقتين السابقتين .

### الطريق الرابعة :: طريقة القائمة الذهنية

وتقوم هذه الطريقة علي أسلوب الارتجال وتسمي طريقة الأسئلة الذهنية وأساس هذه الطريقة هي الخبرة

والممارسة والتدريب فهي أكثر مرونة وقابلية لتغيير مجرى وأسلوب النقاش.

## أنتاج برامج العروض المباشرة والمسابقات والسهرة :

يقع عبء تحضير هذه البرامج على المنتج والمعد ويقوم المذيع بتنفيذ السيناريو وغالبا ما تكون مهمته الربط فقط ويقوم المعد في برامج المسابقات بالأدوار التالية: (نسمة بطريق .الكتابة للإذاعة التلفزيون .رينامج بكالوريوس الإعلام .جامعة القاهرة .ص 84)

1. تجهيز الأسئلة .

2. تحديد الضيوف .

3. خطة البرنامج من حيث المساحة الزمنية المطلوبة.

4. تحديد طبيعة مشاركة الجمهور .

5. تحديد وسائل الإيضاح المطلوب .

وتحتاج برامج العروض المباشرة والمسابقات إلى إمكانيات هائلة وضخمة من توفير مساحات واسعة ومقدرة من الإستديوهات ،ذلك نسبة لمشاركة الجمهور من داخل الأستوديو وكذلك توفير أحدث التقنيات من الكاميرات وكشافات الإضاءة والجلاتين الذي يضيفي على الاستديو عناصر الإثارة والتشويق وكذلك تعيين مهندسي ديكور وجرافيك محترفين في هذا المجال حتى يتمكنوا من صنع محسنات صورية خلابة وجاذبة للجمهور المشارك والجمهور المشاهد.

وكذلك الحال في السهرات الجماهيرية والتي أيضا تحتاج إلى مجهودات جبارة ومثل هذه البرامج لا تتوفر بالصورة المطلوبة في القنوات السودانية وتتعهد في قناة الشروق تحديداً .

**مقومات مذيع برامج المنوعات :**

**تعريف المذيع :**

المذيع في اللغة هو الشخص الذي يذيع وينشر الخبر فذاع الخبر أي نشره وأذاع أي أفشي والمذيع الشخص الذي لا يكتم الخبر .( مختار الصحاح ، مرجع سابق ص205 )

**وإصطلاحاً :**

هو الشخص الذي يحترف نقل وتقديم المعلومات بصوته للجماهير بواسطة الإذاعة (راديو . تلفاز) وبطريقة تخضع لمواصفات معينة . (جلال الخوالدة . المذيع التلفزيوني . التدريب والتأهيل ص145)

### مقومات المذيع التلفزيوني الناجح :

بالإضافة للموهبة والكفاءة والقدرة الصحفية هنالك مقومات أساسية ولها دور كبير وفعال في نجاحه.

### أ. حضور الشخصية :

يتأثر حضور الشخصية للمذيع التلفزيوني بمظهره العام وطبيعة قدراته ودوافعه وردود أفعاله العادية المفاجئة وحضور الشخصية وحدها دون أن يفعل أي شيء كفيلة بأن تجعله ناجحاً في أدائه.

### ج . سرعة البديهة وحسن التصرف :

يحتاج المذيع التلفزيوني حاجة ملحة إلى سرعة البديهة وحسن التصرف في كثير من المواقف التي تواجهه وغالبا ما تكون هذه المواقف متنوعة وقد تصيبه فيها حالة الإحراج .

### د. الاهتمام بالمظهر .

احترام المذيع لمظهره هو احترامه لجمهوره ومشاهديه ومحبيه .

### و. سعة الصدر والنضوج والوعي

دوما ما يتعرض المذيع في مهنته للنقد وقد يصل الأمر للتجريح وإذا تعرض لمثل هذه المواقف عليه أن يتحلى بالوعي والنضوج ويضبط أعصابه ويستخدم حكمته وحسن تصرفه فإذا وقف على أسباب هذا النقد عليه المحاولة للتعرف على أخطائه والسعي لمعالجتها بترؤ وذكاء .

### هـ . الحيدة والموضوعية :

الحيدة هي نقاء أي إنسان وعدم التعصب لأي رأي دون الآخر والموضوعية هي إعطاء صفة الوسطية والاعتدال للأفكار .

### مذيع ومقدم برامج المنوعات :

إن مذيع أو مقدم برامج المنوعات يعد حلقة الوصل بين التلفزيون والتقديم الجيد تتبدى فيه مشاركة الناس همومهم لأن المشاركة أمر مهم لكي نشعر المشاهد بإنسانيتنا مع الاختيار الجيد للعبارة الجميلة حيث إن برامج المنوعات تميل للطابع الترفيهي وتقديم المعلومة مبسطة في سهولة ويسر .

ويجب أن يتميز مقدم برامج المنوعات ببساطة الأداء وسرعة الإيقاع مع روح المرح وأن يتحلى بفصاحة اللسان وطلاقته ويقدم قبل تقديم البرنامج بوضع خطة مسبقة مع المعد أو المنتج عبر النص المفتوح الذي يخضع لتصرف المذيع في ضوء الخطوط الرئيسية المتفق عليها لذلك تعتبر برامج المنوعات هي البرامج التي يعتمد في أدائها علي المذيع بصورة أساسية . (كرم شليي .معجم

المصطلحات الإعلامية .دار الشروق .القاهرة .1989مص469)

ومن أهم ما يميز مذيع برامج المنوعات هو خفة الدم وسرعة الإيقاع والتحلي بالبسمة والهدوء معا .

## **الفصل الرابع**

**أولاً : قناة الشروق النشأة**

**ثانياً: السياسات التحريرية للقناة**

**ثالثاً: إجراءات الدراسة التطبيقية**

**رابعاً: عرض وتفسير الدراسة**

## قناة الشروق النشأة

\* (دليل قناة الشروق)

أولاً: التعريفات الأساسية للقناة :

### 1- تعريف القناة:

قناة فضائية سودانية إخبارية متنوعة تملكها مؤسسة الشروق الإعلامية، تعنى بالشأن السوداني خاصة والشأن العربي والأفريقي والدولي بشكل عام، وهي قناة مستقلة لا تمثل حزباً سياسياً ولا فصيلاً عرقياً ولا مذهباً دينياً، وإنما تمثل عموم الجمهور السوداني وتتطرق من أهدافه ومصالحه على مستوى الفرد والمجتمع والوطن، وتبث باللغة العربية على مدار 24 ساعة من مدينة دبي للإعلام والآن انتقل البث لأستديوهاتها بالسودان.

### 2- رسالة القناة:

المساهمة في نهضة السودان وتعزيز السلام والاستقرار والتنمية، انطلاقاً من مكوناته الحضارية وتنوعه الثقافي والاجتماعي، ومن موقعه كمعبر للتواصل والتفاعل العربي والإسلامي والأفريقي، ضمن سياسة إعلامية راسخة تلتزم بمبادئ المهنة وأخلاقيها، وتحترم حق الجمهور في المعرفة وحرية الرأي والتعبير.

### 3- رؤية القناة:

أن تكون مؤسسة إعلامية متكاملة في مجالاتها ووسائلها ووظائفها وتنوع إنتاجها، مما يحقق لها الريادة الإعلامية على المستوى السوداني والتميز على المستويين العربي والأفريقي، كما يتحقق لها الاستقرار المالي والربحية التجارية.

## الأهداف الإستراتيجية للقناة

1. المساهمة في نهضة السودان دولة وشعباً
2. المساهمة في تعزيز السلام والاستقرار للسودان داخلياً وخارجياً
3. المساهمة في دعم عجلة التنمية والتقدم
4. احتلال مرتبة الصدارة لدى الجمهور السوداني واكتساب تقدير المشاهد العربي
5. تحقيق الاكتفاء الذاتي من الإيرادات

### جمهور القناة:

الأسرة | الشباب | المرأة | الطفل | النخب | الجمهور العام.

### وظائف القناة:

التنمية | الإخبار | الترفيه | التوعية | الترويج.

### القوالب الفنية للبرامج المستخدمة:

الأخبار | الحوارات | المنوعات | الدراما | الوثائقيات | المباريات | الكرتون | التتويحات.

### التوزيع الجغرافي للبرامج:

سودانيو الداخل | سودانيو الخارج | الوطن العربي | أفريقيا | العالم الإسلامي | العالم.

### التوزيع الموضوعي للبرامج:

سياسي | اقتصادي | اجتماعي | ثقافي | ديني | رياضي | علمي | تاريخي.

### ثانياً: هوية القناة

المقصود بهوية القناة مجموعة المحددات التي ترسمها التعريفات الأساسية للقناة وفي مقدمتها التعريف العام والرسالة والرؤية والأهداف الإستراتيجية والوظائف المنوطة بها، مكونة هويتها الفكرية والبصرية. أي أن هوية القناة الفكرية والبصرية تنطلق مباشرة وبوضوح شديد وتحديد دقيق من رسالة القناة ورؤيتها وأهدافها الإستراتيجية، ولا تنطلق من تصورات فردية أو مؤقتة أو

متغيرة أو غامضة أو ضبابية. ويتم التعبير عن الهوية في الإعلانات الترويجية الخاصة بها بطريقة تضمن التعبير الصحيح للجمهور المخاطب عن الصورة الحقيقية للقناة ورسالتها وأهدافها والدور الذي تقوم به لخدمته ولتحقيق أهدافه.

وفيما يأتي أبرز المكونات الفكرية والبصرية التي تحدد هوية القناة :

## 1-المحددات الفكرية:

### \* سودانية

وتعني أنها سودانية الجغرافيا والتاريخ والمجتمع بمستوياتها المحلية والإقليمية، العربية والأفريقية والدولية. وأنها تنطلق من الإنسان السوداني ومجتمعه وبيئته وواقعه وثقافته وتتنبى المساهمة في تحقيق آماله وتطلعاته والتخفيف من همومه وآلامه وحل مشكلاته.

### وطنية

تخاطب القناة الإنسان الذي ينتمي للوطن السودان بكل أطيافه ومكوناته السياسية والدينية والاجتماعية، وتفسح برامجها لجميع الأحداث والموضوعات والمجالات، ولجميع الأحزاب والفصائل والقوى والهيئات والمؤسسات، ومع ذلك فهي لا تتحاز إلا للجمهور السوداني وما يحقق أهدافه ومصالحه.

### إخبارية متنوعة

تركز برامجها الإخبارية وغير الإخبارية على متابعة الجريات والقضايا في شتى المجالات وعلى كل المستويات لتحقيق التوعية والتنمية والمطلوبة، والمساهمة في تزويد المشاهد باحتياجاته من التسلية والترفيه والترويج اللازم.

ملتزمة تلترم القناة بمسئوليتها الكاملة تجاه الجمهور السوداني وقيمه الحضارية وقضاياها الراهنة والمستقبلية وفي مقدمتها السلام والاستقرار والتطور، التزاماً يؤكد انتماء القناة الأصل للسودان وشعبه بتاريخه وحاضره ومستقبله.

### مهنية

جميع المحددات السابقة للهوية تتم ضمن مهنية عالية تلتزم بالمبادئ المهنية الأساسية للعمل الصحفي التي تنص على دقة المعلومات وموضوعية التناول وتوازن العرض وعدالة الفرص، كما تلتزم بمواصفات الجودة التحريرية والفنية. وبذلك تلتزم القناة بعدم بث المعلومات دون تدقيق كامل يضمن صحتها من مصادر موثوقة، وتلتزم بحياد مذييعيها ومراسليها وعدم الانحياز لغير جمهورها وأهدافه وتطلعاته.

### منهجية :

تنتج القناة مضمونها وفقاً لمنهجية واضحة تجعل لكل كلمة وصورة ولكل خبر وبرنامج وإعلان دوره في خدمة أهداف القناة الإستراتيجية المنبثقة عن رسالة القناة ورؤيتها ويترتب على ذلك قيام القناة بإنتاج جميع برامجها مباشرة أو من خلال منتجين منفذين وفقاً للخطط المحددة للقناة، كما يترتب على ذلك انطلاق جميع مكونات حلقات البرامج والنشرات من موضوعات ومحاور وضيوف وتقارير وأسئلة ومعلومات.. من الخطط المحددة والهدف المحدد لكل برنامج، وأن تنطلق جميع خطط البرامج من الأهداف الاستراتيجية للقناة وما يتفرع من مكونات موضوعية.

### 1-المحددات البصرية

وهي مجموعة الألوان الرئيسية التي تستخدمها القناة في تنفيذ تصاميم الهوية والبرامج والخلفيات واختيار الديكور...

### الألوان

- الأزرق، مستمد من النيل والبحر الأحمر.
- الأخضر، مستمد من الزراعة والنماء.
- البني الفاتح، مستمد من الطين وتربة الخير.

- الأصفر المائل للذهبي، مستمد من شروق السلام والاستقرار والخير والعطاء ومن قيمة الإنسان الذي يمثل الثروة القومية الأساسية.

## الرموز

- الرموز الطبيعية: المزارع والسهول والجبال وضياف النيل وشواطئ البحر والخريف..
- الرموز الزراعية: قصب السكر والفول السوداني والسمسم والذرة والقمح والصبغ العربي..
- الرموز الحضارية: سد مروحي ومصافي البترول ومصانع السكر والسيارات والطائرات والإنشاءات والكباري والطرق والأبراج..
- الرموز التاريخية: القصر الجمهوري (قصر غوردون) باشا والطابية في أم درمان ومروي والجرافية وقصر السلطان علي دينار..
- الرموز التراثية: الثوب والعمامة والكركديه والتبلدي..
- الرموز السياسية: الخارطة الجغرافية/ العلم الوطني/ العاصمة الخرطوم/ ميناء بورتسودان..
- الرموز الفنية: رقصات القبائل والعرقيات المختلفة، والمعزوفات التراثية..

## 1-المحددات السمعية

نوع الموسيقى : السودانية فالعربية ثم الأفريقية ثم الأجنبية.

## الإيقاع

- الإيقاعات التي تبعث على التفاؤل والأمل والنشاط والعمل.
- الإيقاعات ذات الصلة بالوجدان السوداني.
- الإيقاعات المثيرة للألم المعقدة للإحساس بالمعاناة في البرامج التي تتناول القضايا الإنسانية المؤلمة مثل برنامج (مع كل الود).

• مواكبة الإيقاع للفترات الزمنية للبحث ما أمكن.

وهذه المحددات الفكرية والبصرية والسمعية - مجتمعة أو متفرقة - تحتاج إلى تصميم الترويجات الخاصة التي تحسن التعبير عنها بصورة جذابة ومقنعة وقادرة على تقديم هوية القناة للجهور المخاطب بالشكل الذي يبعث فيه الإحساس بانتمائه لهذه الهوية.

وهذه المحددات التي وضعتها القناة تبين أن القناة قامت علي منهجية محكمة وخطط إستراتيجية تسعى من خلالها الوصول الي كل مشاهد سوداني داخل وخارج الوطن الحبيب كما أنها تسعى بالوصول للعالمية وعكس الهوية السودانية وكل ماتحمله من ثقافة .

كل هذه المعطيات جعلت الباحثة صائبة في إختيارها لقناة الشروق التي تسعى لإنتاج برامج جذابة وتقوم علي تقويم ماتنتجها حتي تصيب الأخرى .

### ثالثاً: تحديد الحصص الزمنية الأسبوعية

يبلغ إجمالي البث الأسبوعي على مدار 24 ساعة يومياً 10080 دقيقة، يتم توزيعها بعناية على المحددات السابقة في التعريفات، بما يتناسب مع رسالة القناة وأهدافها الإستراتيجية للمرحلة الحالية.

ويوضح الجدول التالي توزيع الحصص الزمنية الإجمالي من البث حسب النسب المخصصة

الوظائف					
الإخبار	التوعية	التنمية	الترفيه	الترويج	
25%	15%	27%	18%	15%	
الجمهور					
الأسرة	الشباب	المرأة	الطفل	النخب	الجمهور العام
10%	15%	10%	10%	10%	45%
المجال الموضوعي					
سياسي	اقتصادي	رياضي	ثقافي	اجتماعي	علمي
8%	7%	10%	5%	10%	5%
ديني	تاريخي				
30%	5%				5%
النطاق الجغرافي					
السودان	المغترب	الوطن العربي	أفريقيا	العالم الإسلامي	العالم
65%	5%	15%	5%	5%	5%
القوالب الفنية					
أخبار	حوارات	دراما	منوعات	وثائقيات	كرتون
30%	20%	5%	20%	5%	5%
فواصل					
15%					

أن الوظائف كما أسلفنا هي الأساس التي يقوم عليه توزيع برامج القناة.

- محدد الجمهور يؤخذ بعين الاعتبار أثناء تصميم البرامج الخاصة بكل وظيفة على حدة بحسب الأهداف، إما بتخصيص برامج معينة للشرائح المستهدفة من الجمهور، وإما

بتخصيص نسب من حلقات البرامج لهذه الشرائح، فإذا اقتضت الأهداف على سبيل المثال تخصيص برنامج أو أكثر للشباب فإننا نقوم بعد ذلك بتحديد أي الوظائف التي نحتاج إلى تخصيص حصة زمنية منها للشباب، وما يتبقى من الحصة المقررة للشباب يتم توزيعه على حلقات البرامج العامة للوظائف. وهكذا مع الشرائح الأخرى.

- وعلى المنهج نفسه يتم توزيع حصص المجال الموضوعي والنطاق الجغرافي إما بتخصيص برامج كاملة أو حلقات من البرامج.
- أما محدد القالب الفني فيتم الالتزام به بحسب البرامج التي تندرج تحت كل نوع منها، وإذا جمع البرنامج بين أكثر من قالب فني فإنه يتم تصنيفه بحسب الجزء الغالب فيه.

## أولاً: الكشف الإجمالي

### لتوزيع الحصص والبرامج على الوظائف

يوضح الجدول التالي التوزيع الإجمالي للحصص والبرامج الخاصة بكل وظيفة من الوظائف

الأربع التي تؤديها القناة، والتي سيأتي تفصيلها تالياً.

الوظيفة	نوع البرامج	النسبة المئوية	المدة المخصصة	المدة الفعلية	الزيادة/العجز	عدد البرامج
الإخبار	الإخبارية	25%	2520	2568	48-	11
التوعية	التوعوية	15%	1512	1500	12	7
التنمية	التنموية	27%	2722	2725	3-	7
الترفيه	الترفيهية	18%	1814	1775	39	6
الترويج	إعلانات	15%	1512	1512	0	0
<b>المجموع</b>		<b>100%</b>	<b>10080</b>	<b>10080</b>	<b>0</b>	<b>30</b>

ويلاحظ في الجدول ما يأتي:

1- اشتملت وظيفة الإخبار على 11 برنامجاً ونشرة إخبارية، منها 4 نشرات يومية متوسطة وطويلة، ونشرتين متوسطتين (5 أيام أسبوعياً)، ونشرتين متوسطتين أسبوعيتين، و3 برامج إخبارية أسبوعية، و8 مواجز إخبارية يومية مدة كل منها 3 دق. وقد زادت المدة الفعلية للوظيفة عن المقررة بمقدار 48 دق.

2- اشتملت وظيفة التوعية على 7 برامج، منها 6 برامج مدة كل منها ساعة تلفزيونية، ومن بينها برنامجان دورة بث كل منهما نصف شهرية، والبرنامج السابع يبث 5 مرات في الأسبوع. وقد قلت المدة الفعلية للوظيفة عن المقررة بمقدار 12 دق.

3- اشتملت وظيفة التنمية على 7 برامج منها 4 برامج أسبوعية وبرنامجان يوميان وآخر بيث 5 مرات أسبوعياً. وقد زادت المدة الفعلية للوظيفة عن المقررة بمقدار 4 دق.

4- اشتملت وظيفة الترفيه على 6 برامج منها 4 برامج أسبوعية وبرنامجان بيثان 5 مرات أسبوعياً. وقد قلت المدة الفعلية للوظيفة عن المقررة بمقدار 39 دق.

5- اشتملت وظيفة الترويج على 75 إعلاناً ترويجياً موزعة على 6 مجالات هي: الشعار الرئيسي للقناة، رسالة القناة ورؤيتها وأهدافها الاستراتيجية، هوية القناة، وظائف القناة، جمهور القناة، الترويج العام لبرامج القناة، ويفترض إنتاجها على مدار العام حسب دورة التجديد المحددة لكل منها. هذا عدا إعلانات حلقات البرامج والفواصل المعلوماتية التي قد يتم الاتفاق عليها فيما بعد. وقد تساوت المدة الفعلية للوظيفة مع المدة المخصصة.

6- عند إعداد البطاقات التفصيلية للبرامج يتم مراعاة الحصص الخاصة بتقسيمات الجمهور والتوزيع الموضوعي والنطاق الجغرافي والقالب الفني، وفقاً لما تم تحديده في ذلك بحسب رسالة القناة وأهدافها الاستراتيجية، باستثناء برنامج وثائقي واحد لتعميق الوعي بالقضايا الرئيسية في السياسة والاقتصاد والعلوم الطبيعية والتقنية والاجتماعية...

### السياسات التحريرية

#### أولاً: المنطلقات

تعتبر رسالة قناة الشروق ورؤيتها وأهدافها الإستراتيجية وما فرع عنها من أهداف تفصيلية، الأساس الذي تنطلق منه سياسات القناة التحريرية والبوصلة التي تحدد اتجاهها، مساهمة في توفير المناخ الذي يساعد على تحقيق رسالة القناة وأهدافها الاستراتيجية على أسس إعلامية مهنية توفر معدلات النجاح المأمولة في الوصول إلى أوسع شريحة ممكنة من الجمهور المستهدف محلياً وإقليمياً وسط منافسة إعلامية شديدة.

ويقتضي ذلك من العاملين في الإدارات المسؤولة عن إنتاج المضمون الإعلامي للقناة بمختلف مستوياتها الوعي الكامل بكل من رسالة القناة ورؤيتها وأهدافها الاستراتيجية المعتمدة وتفصيلاتها من جهة، وبالسياسات التحريرية التي ينبغي الالتزام بها أثناء عملية إنتاج برامج القناة الإخبارية وغير الإخبارية وما يصاحبها من إعلانات للهوية والبرامج والتسويق من جهة أخرى. مع التأكيد على أن القناة مهنية مستقلة لا تمثل حزباً سياسياً ولا جماعة دينية أو مذهبية ولا تياراً أيديولوجياً ولا فصيلاً عرقياً أو جهوياً، فهي تبدأ من مصلحة المواطن السوداني أينما كان وتنتهي بها، وتقف معه تدافع عن حقوقه وقضاياها وتثق في قدرته على تجاوز المحن والصعاب والانطلاق نحو آفاق التقدم والتطور الفسيحة.

ويعتبر الالتزام بالسياسات التحريرية للقناة أمراً أساسياً لدعم مهنتها وترسيخ مبادئها وتأكيد مصداقيتها لدى جمهورها، وبالتالي المساهمة في تحقيق رسالتها وأهدافها الإستراتيجية. والمدير العام للقناة بتفويض من مجلس الإدارة هو المسؤول المباشر عن تطبيق هذه السياسات وتساعده في ذلك هيئة التحرير.

### ثانياً: المبادئ التحريرية العامة

المبادئ التحريرية العامة هي مجموعة الأسس والقواعد العامة التي يجب على جميع العاملين في التحرير والإنتاج مراعاتها والعمل بها أثناء إعداد وتقديم المادة الإعلامية للقناة في نشراتها وبرامجها المختلفة.

#### 1- دقة المعلومات:

المقصود بالمعلومة كل ما يتم جمعه وبثه في برامج القناة الإخبارية وغير الإخبارية من بيانات ومواقف وآراء وأفكار، والدقة هي التأكد من صحة نسب هذه المعلومات إلى أصحابها بصورة قطعية لا تقبل الشك أو الاحتمال.

## 2- الحياد:

المقصود به اتخاذ موقف محايد تجاه الأحداث والموضوعات والأشخاص والهيئات التي يتم ذكرها أو تناول القناة ما يتعلق بها في نشراتها وبرامجها، وعدم الانحياز إلى أي طرف أو موقف أو رأي أو اتجاه، ويتحقق ذلك باتباع ما يأتي:

✓ عدم إدراج أي آراء شخصية أثناء إعداد وتقديم المادة الإعلامية.

✓ عدم الإشادة بالمواقف أو الآراء التي تتناولها القناة في نشراتها وبرامجها أو الانتقاص منها.

✓ عدم الإشادة بالأشخاص أو الجهات صاحبة المواقف والآراء المطروحة أو الانتقاص منها.

✓ عدم إظهار أي ملامح انفعالية -إرادية أو غير إرادية- على وجه مقدم النشرة أو البرنامج توحى للمشاهد بمواقف معينة.

## 3- التوازن:

المقصود به تناول الأحداث والموضوعات والقضايا من جميع جوانبها، ويتم ذلك عن طريق:

✓ عرض وجهات النظر المختلفة في الأحداث والمجريات والقضايا وعدم الاكتفاء بوجهة نظر واحدة أو وجهتين، سواء في النشرات أو البرامج.

✓ عرض المواقف المختلفة للأطراف المعنية تجاه الأحداث والمجريات.

## 4- العدل:

المقصود به تحري المساواة في عرض مواقف وجهات نظر الأطراف المعنية من الأحداث والقضايا المختلفة، ومن ذلك:

✓ المساواة في توزيع الوقت والفرص على ضيوف النشرات والبرامج.

✓ المساواة في نوعية ومستوى المعالجة للقضايا ذات الطبيعة الواحدة كالانتخابات  
والمؤتمرات.

✓ المساواة في عرض الصور والأقوال للشخصيات المرتبطة بحدث معين.

### القيم الحاكمة

تدرك قناة الشروق أن الفارق الحقيقي بين النجاح والفشل في أدائها يعود دائماً إلى قدرتها على تحقيق أهدافها وفق الخطط الموضوعة لها، والعمل على استخراج الطاقات واستثمار المواهب الموجودة في العاملين، ضمن بيئة تساعد على تحقيق ذلك كله بما يشتمل عليه من تفاصيل.

وتأسيساً لهذه البيئة الصحية اتخذت الشروق مجموعة من القيم العملية الحاكمة للأداء في شتى المجالات وعلى مختلف المستويات، بما يساهم في توفير المناخ النفسي والإداري الذي يساعد الكوادر العاملة على التطور المستمر وتحقيق معدلات إنتاجية متقدمة.

وتعتبر هذه القيم الحاكمة الثقافة العامة للسلوك الوظيفي لجميع المنتسبين للقناة، والأعراف التي يتعاملون وفقها فيما بينهم، والأسس التي يقوم عليها مجتمع إنساني منسجم ومتوازن في بيئة العمل، كما يقوم عليها الاستقرار الوظيفي بين القناة والعاملين، فضلاً عن أنها ستكون بمثابة الملامح التي تميز هوية القناة الوظيفية والمستوى المهني الذي يتحلى به العاملون فيها.

إن الموظف يقضي ثلث حياته في بيئة العمل -إذا استبعدنا ساعات النوم- ولأن الموظف إنسان وليس آلة، فلا بد له من بيئة عمل متوازنة ومجتمع وظيفي متماسك ومنسجم تحافظ على

إحساسه بأدميته وتراعي مكوناتها النفسية والعصبية والفسولوجية، ولا يتحقق مثل هذا المجتمع ما لم تتوفر له النظم والضوابط والأسس التي يقوم عليها والقيم التي تحكم حركته وعلاقات أفرادها، وهو ما حرصت المؤسسة على توفيره منذ بداياتها الأولى وتعمل القيم الحاكمة بشكل مباشر على

تحقيق جملة من الأهداف المشتركة، من أهمها:

✓ توفير بيئة العمل المادية والمعنوية التي تساعد على تحقيق التوازن النفسي للعاملين  
وتحقيق معدلات الإنتاج المطلوبة كماً ونوعاً.

✓ التأسيس لعلاقات وظيفية متميزة بين العاملين، تقوم على الاحترام المتبادل والمساواة في  
الحقوق.

✓ زيادة التقدير والرضا المتبادل بين المؤسسة والعاملين فيها مما يقوي الانتماء لها ويدفع  
لمزيد من العطاء والإبداع.

✓ تقليص المشكلات التي تحدث عادة في بيئة العمل بين العاملين أنفسهم من جهة أو  
بينهم وبين المؤسسة من جهة أخرى.

وتؤمن الشروق بأن القيم الحاكمة لن يكون لها أي أثر ما لم تتحول إلى واقع ملموس في الحياة  
العملية لكافة الإدارات، حيث يتحمل الجميع - مؤسسة وعاملين - المسؤولية الكاملة في  
تحقيقها. وفيما يلي تعريف موجز بأهم هذه القيم:

#### 1- المؤسسة:

والمقصود بها قيام القناة على قواعد راسخة تحدد رسالتها ورؤيتها وأهدافها الاستراتيجية والخطط  
التنفيذية القادرة على تحقيقها، ضمن مجموعة النظم واللوائح والسياسات التي تبرز الهوية وتؤكد  
المهنية وتساعد على ضبط الأداء. وتحقق هذه القيمة لدى الموظف زيادة الرضا بالانتماء للقناة  
وتزيد من حرصه على التنظيم والمسؤولية والاجتهاد في المساهمة في تحقيق أهداف المؤسسة،  
كما تساعد المؤسسة على تأكيد شخصيتها المؤسسية وزيادة القدرة على تحقيق أهدافها وخططها  
الاستراتيجية وتطوير بنيتها المستقبلية وفق رؤية واضحة المعالم.

#### 2- التخطيط الإستراتيجي

وتبرز أهمية التخطيط الاستراتيجي للقناة في تحقيق ما يأتي:

✓ ضمان ارتباط الأداء برسالة القناة ورؤيتها وأهدافها، وعدم الخروج عنها في التوسعات المستقبلية.

✓ توقع بعض القضايا الحيوية وذلك من خلال تشخيص وتحليل بيئتها الداخلية وخصائصها وتوظيف ما لديها من نقاط قوة وضعف وكذلك تحديد عناصر البيئة الخارجية لها وتحليل خصائصها واتجاهاتها وتوظيف ما بها من فرص وقيود ومهددات.

✓ الاستثمار الأمثل للموارد والإمكانيات المتاحة المادية والبشرية والإعلامية والفنية.

✓ ترتيب الأولويات والتكامل بين المؤشرين الإداري والمالي.

✓ التكامل في الأنشطة والمشروعات على المستويين الداخلي والخارجي.

✓ الاستفادة من نتائج الدراسات التقييمية والتوصيات التطويرية.

### 3- القيادة القدوة:

تمثل قيادة العمل في القناة المفاصل الهيكلية التي تعتمد عليها في تنفيذ خططها وتحقيق أهدافها، وفي توفير البيئة اللازمة لتحقيق النموذج المؤسسي المأمول، وفي جعل القيم الحاكمة والنظم واللوائح واقعاً عملياً حقيقياً، ليس بالإشراف على تنفيذه وإنما بالتزامها الكامل بالنظم واللوائح وتطبيقها للقيم الحاكمة في الدوائر الإدارية التي تحت مسؤوليتها سواء أكانت إدارات أم أقسام أم وحدات، بحيث تصبح قدوة كاملة لمرؤوسيهيها تأخذ بأيديهم وتساعدهم على الفهم الصحيح والطريق السليم لتحقيق الانضباط المؤسسي وتحويل القيم الحاكمة إلى واقع معاش في كافة تفاصيل الحياة العملية داخل المؤسسة.

### 4- الانضباط:

والمقصود به الالتزام بالأسس والنظم التي تقوم عليها القناة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، بالإضافة إلى الالتزام بالحقوق والواجبات الخاصة بكل من المؤسسة والعاملين فيها.

والانضباط هو جوهر العلاقة الوظيفية بين الطرفين: المؤسسة والعاملين، وهو أساس التكامل

بينهما على قاعدة المصالح المتبادلة. ومن المجالات التي يتحقق فيها الانضباط ما يأتي:

✓ الانضباط بالأهداف والخطط الموضوعة لتحقيقها ضمن الجداول الزمنية المتفق

عليها.

✓ الانضباط بالتمسك بسياسات العمل العامة والخاصة.

✓ الانضباط بإجراءات العمل الموضوعة من قبل الجهات المختصة.

✓ تحقيق معدلات الإنتاج المطلوبة بالمواصفات المحددة لها.

✓ احترام النظم الإدارية والمالية واللوائح والقوانين المعتمدة والعمل بها.

✓ مراعاة الحقوق والواجبات المتبادلة.

#### 5- التطوير:

يمثل التطوير قيمة أساسية في القناة لتحديث مهارات العاملين وتحسين مستوى الإنتاج وزيادة

القدرة على المنافسة وتحقيق الرضا المستمر للفئات المستهدفة عن طريق تحسين مستوى

الإنتاج والتعرف أكثر على خصائص الجمهور المستهدف ومتطلباته، وبالتالي فإن عملية

التطوير ستكون مستمرة وتشمل مختلف الجوانب وفي مقدمتها على وجه الخصوص:

- خصائص الإنتاج.

- التواصل مع الجمهور.

- مهارات الأفراد.

- الهيكل التنظيمي.

- النظم واللوائح.

- بيئة العمل.
- آليات التخطيط والتنفيذ والمتابعة.
- الفرص الاستثمارية والتسويقية.

## 6- الإبداع:

هو تلك الطاقة الذهنية القادرة على ابتكار كل جديد متميز يساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها واحتلال المكانة التي تتطلع إليها بين أقرانها، كما تبعث في نفس العاملين الرضا والاعتزاز، وهي قيمة أساسية تحرص المؤسسة وجميع العاملين فيها على التمسك بها سعياً إلى التفوق والتميز واستثمار الطاقات الإبداعية. وهكذا يصبح الإبداع مطلباً ينبغي توفيره ليس فقط في المشاهد والصور والتصميمات الفنية والأثاث والديكور، وإنما كذلك في الخطط والنظم والإنتاج والعلاقات والسلوك الإنساني مع الذات والمحيطين بها. ومن العوامل المساعدة على إسناد الإبداع:

تحقيق الاستقرار النفسي للعاملين.

إعطاء الدماغ الوقت الكافي للتفكير والابتكار.

تنشيط قيم الشفافية والاحترام المتبادل وروح الفريق والنقد والتقييم.

توفير الآليات المناسبة للإبداع وتوليد الأفكار وتطويرها.

الاطلاع على تجارب الآخرين ودراساتها ومعرفة جوانب تميزها.

استشارة فريق العمل في الخطط والمشروعات والأفكار المبتكرة والاستفادة من آرائهم.

## 7- النقد والتقييم:

كافة أعمال البشر يشوبها النقص والخطأ، وما من عمل يقوم به الإنسان مهما بلغ كماله في نظره إلا وكان في نظر غيره ناقصاً معيباً، ويساعد النقد والتقويم على اكتشاف ما لا يستطيع الإنسان اكتشافه من جوانب نقص أو خطأ، بسبب اعتياده عليه أو انفعاله به أو بسبب انشغاله عن تدقيقه أو لقصور في حواسه أو خبرته أو بيئة عمله. ولذلك تحرص القناة والعاملون فيها على اتخاذ النقد والتقويم والتماس آراء الآخرين منهجاً راسخاً لتحسين العمل وتطوير الأداء وتقليل الخطأ من جهة وللاستفادة من القدرات الذهنية والتجارب المتنوعة المتوفرة لدى عموم العاملين. وتتعدد مستويات النقد والتقويم التي يمكن الاستعانة لها على النحو التالي:

- التقويم الخاص، الذي يقوم به العاملون المشتركون في إنتاج المادة موضع التقويم.
- التقويم العام الداخلي، الذي يشترك فيه جميع العاملين في المؤسسة.
- التقويم العام الخارجي، الذي يشترك فيه جمهور المشاهدين، وتقوم به المؤسسة عن طريق قسم التطوير وقياس الرأي العام.
- التقويم الاستشاري المتخصص، الذي يتم بالاستعانة بمجموعة من الخبراء والمختصين.
- التقويم التجاري، الذي تستعين فيه القناة بمراكز تجارية متخصصة في قياس الرأي العام ودراسات تحليل المضمون على أسس علمية منهجية
- أما الوسائل المستخدمة في التقويم ونماذجها ودورته فتختلف بحسب أهداف الخطط والإمكانيات المتاحة.

## 8- التوثيق:

والمقصود به توثيق كافة وقائع العمل على مستوى جميع العاملين في الإدارة العامة والإدارات والأقسام والوحدات، بتسجيل الوقائع والتوجيهات والتعليمات كتابة على الورق أو البريد الإلكتروني واعتمادها من الجهات المختصة، وعدم الاكتفاء بصورتها الشفهية مهما كانت الجهة الصادرة عنها، لأن التعليمات الشفهية تكون عرضة للنسيان أو التغيير أو النكران أحياناً، بحسب الظروف والملابسات المحيطة بها.

## 9- التهديد :

المقصود بالتهديد تحديد هدف لأي عمل يبصر الجهد الذي يبذل فيه والوقت الذي يقضى عليه والمال الذي ينفق من أجله، وقد حرصت المؤسسة منذ بداياتها الأولى على تحديد أهداف استراتيجية منبثقة من رسالة القناة ورؤيتها المستقبلية، وتتفرع عن هذه الأهداف شبكة من الأهداف تتوزع على مجالات العمل المختلفة الإعلامية والفنية والإدارية والمالية، بدءاً بالخطط العامة للإدارات والأقسام، إلى الخطط التفصيلية للعاملين، إلى الخطط التفصيلية للبرامج والحلقات اليومية، بحيث تلتقي الأهداف الفرعية في النهاية محققة الأهداف الاستراتيجية للقناة. ولكي تكون الأهداف قابلة للقياس للتأكد من مدى تحققها في نهاية العمل ينبغي عند تحديدها أن تكون واضحة الموضوع والمواصفات ومحددة الزمن والتكلفة وآلية التنفيذ.

#### 10. العمل الجماعي وروح الفريق :

إن سرعان روح الفريق في بيئة العمل أمر في غاية الأهمية لتغيير ثقافة العمل على المستويين الشخصي والمؤسسي، من أجل استثمار أفضل للطاقة الذهنية والارتقاء بمعدلات الإنتاج، وهذا يتطلب ما يأتي:

- احترام عقول الأفراد المشتركين في المسؤولية عن العمل، والإيمان بقدرتها على التطوير والإبداع.
- مساهمة العاملين في عملية التفكير والتخطيط لمهام العمل بحسب تخصصاتهم.
- إشعار العاملين بقيمة وأهمية دورهم في العمل مهما قل هذا الدور أو كثر.
- إشراك العاملين المعنيين في عملية التقويم والتطوير وتقدير آرائهم ومقترحاتهم مهما كان مستواها.

- ويترتب على ذلك أن يتحول قادة فرق العمل إلى قذوات فعلية في العمل الجماعي وإشاعة روح الفريق.

## 11- التميز:

ويتحقق ذلك عن طريق حرص القناة على امتلاك المقومات الذاتية المهنية الخاصة التي تؤكد

بها شخصيتها وقدرتها على المنافسة والتطلع للريادة.

وتسعى المؤسسة إلى تحقيق التميز في كل شيء: الرسالة والرؤية والأهداف - الفكر والفلسفة

- القيادة - العاملين - العمليات - النظم - السياسات - الإجراءات - الهيكل التنظيمي -

العلاقات - السلوك..

وتؤمن المؤسسة أن تحقيق التميز في هذه المجالات وغيرها مهمة شاقة تحتاج إلى الكثير من

الجهد والمثابرة والإرادة والإصرار، مع الصبر والتدرج.

### 12. التفوق في مستوى الجودة وتحقيق رضا الجمهور المستهدف:

إن حرص القناة لا يقف عند حدود إنتاج المضمون الإعلامي بأشكاله المختلفة وبثه، فهذا لا

يحقق على الإطلاق ما تصبو إليه القناة من وصول رسالتها إلى الجمهور وكسب تفاعله

معها وما تبثه له من معلومات وأفكار وقيم، وبالتالي تأخذ المؤسسة في حسابها العناية

الفائقة بالمنتج الإعلامي وتوفير المواصفات المهنية والفنية القادرة على المنافسة، وكسب

رضاء الجمهور.

### 13. المكافأة والمحاسبة :

وهو من أهم المبادئ التي تساعد على زيادة الانضباط الوظيفي وتحقيق الأهداف الكلية

والجزئية وقيام الموظف بالأعمال المكلف بها على النحو المطلوب من حيث المواصفات

والمواعيد مع الانضباط بالنظم واللوائح والقيم السائدة في القناة والحفاظ على توازن بيئة

العمل، وحيث إن مستويات تحقق ذلك تختلف من موظف إلى آخر بحكم الظروف الذاتية

والموضوعية لكل منهم، فإن المؤسسة تلجأ إلى مبدأ المكافأة والمحاسبة لتقدير الموظف

المجتهد وحثه على المزيد، ولردع الموظف المقصر عن الاستمرار في تقصيره، وفقاً للإجراءات والنظم المعتمدة.

#### 14 . المسؤولية المزدوجة :

تؤمن الشروق بأهمية تطوير مفهوم المسؤولية لدى جميع العاملين فيها بمختلف مستوياتهم الإدارية، عن طريق الجمع بين نوعين من المسؤولية: الأول هو المسؤولية الخاصة التي يتحملها الموظف بحسب المهام والمسئوليات المحددة في التوصيف الوظيفي للوظيفة التي يشغلها، وفي هذا النوع يتم مكافأة الموظف على حسن الأداء والانضباط ومحاسبته على التقصير والتفقت.

أما النوع الثاني فهو المسؤولية العامة المترتبة على انتماء الموظف إلى مجتمع وظيفي متناغم تتكامل فيه المسئوليات بين أفرادها لتحقيق الأهداف العامة للقناة، وتقتضي المسؤولية العامة من الموظف الاهتمام بكل ما يقع خارج نطاق تخصصه ومسئوليته المباشرة من أعمال وملاحظات ومقترحات وما يكتشفه من أخطاء ومشكلات ويقوم بتوصيلها للجهات المختصة لعمل ما يلزم، وبذلك يحقق الموظف التكامل مع بقية الموظفين دون التعدي على مسئولياتهم أو صلاحياتهم، ويساهم مع الإدارات العامة في تقليل نسبة الخطأ وتحسين الأداء ونقاء صورة المؤسسة.

وفي المقابل تقوم القناة بمسئوليتها المزدوجة تجاه العمل وتحقيق أهدافها وتنفيذ خططها من جهة، وتجاه العاملين من جهة أخرى، بتوفير بيئة العمل الملائمة لهم وتطوير مهاراتهم والحفاظ على حقوقهم ومراعاة احتياجاتهم المادية والمعنوية.

وتسعى المؤسسة إلى تحقيق التميز في كل شيء: الرسالة والرؤية والأهداف - الفكر والفلسفة  
- القيادة - العاملين - العمليات - النظم - السياسات - الإجراءات - الهيكل التنظيمي -  
العلاقات - السلوك..

وتؤمن المؤسسة أن تحقيق التميز في هذه المجالات وغيرها مهمة شاقة تحتاج إلى الكثير من  
الجهد والمثابرة والإرادة والإصرار، مع الصبر والتدرج.

## ثانياً : إجراءات الدراسة الميدانية

### مجتمع الدراسة :

توضح الإجراءات التي قامت بها الباحثة بهدف الوصول إلي إجابات علمية دقيقة تُدعم ماسعت إليه الباحثة من بحث عن معلومات تجيب علي تساؤلات وفرضيات البحث وهي أيضا تهدف من خلال مجتمع البحث في العينة الأولى أو في إستمارة الخبراء وكيفية إختيار المبحوثين والذين تم إختيارهم بفائق الدقة من مختلف مخططي ومنتجين البرامج وأصحاب المجال في مختلف القنوات الفضائية السودانية ، وكذلك الإجابة علي الفرضيات التي قدمتها في إستمارة الإستبيان وتم إختيار العينة أيضا بدقة وبعد التأكد من أن العينة من مشاهدي برامج المنوعات بقناة الشروق وذلك بهدف الحصول علي نتائج دقيقة جدا وغير عشوائية .

وقامت الباحثة بإختيار (45) مفردة من المختصين في المجال و (45) مفردة من مشاهدي القناة لملأ إستمارة الخبراء والإستبانة والتي أعدت في الفترة من (6/15 — 9/27/2015م) وتم التسليم للعينة باليد ومن ثم النقاش والمقابلة علي مضمون الفرضية بالنسبة لإستمارة الخبراء وكانت هنالك عينة لم تشاهد قناة الشروق أبدا فسقط عدد (9) إستمارات فاصبح عدد الإستمارات (36) إستمارة . وأستخدمت برنامج إحصاء الدراسات الإجتماعية لتحليل وعرض وتفسير نتائج البيانات والدراسة

### وصف إستمارة الخبراء والإستبيان :

إحتوت إستمارة الخبراء علي إثنا عشر سؤالا عن موضوع الدراسة لمعرفة آراء المختصين حول أهمية برامج المنوعات وركزت الإستمارة علي معرفة آرائهم حول برامج المنوعات بقناة الشروق من تخطيط وإنتاج وإخراج وإعداد ، وإحتوت إستمارة المشاهدين علي أربعة عشر سؤالا وذلك لمعرفة آراء المبحوثين حول برامج المنوعات التي تقدم بقناة الشروق ، أعدت الباحثة الإستمارة والإستبانة و تم عرضتهم علي مركز الرؤية لقياس الرأي العام وعدد من المحكمين الأكاديمين المختصين في مجال الإعلام ( ) ومعرفة إستيفائهم للمقاييس التي تقود إلي ماتهدف إليه الدراسة .وحتي يكتمل الصدق الإحصائي وضمان النتائج تم تحليل العينات بإستخدام بواسطة برنامج التحليل الإحصائي . والذي يعمل علي تحليل الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية Statistic package for social sciences(SPSS)

عرض وتفسير الدراسة الميدانية :

ثالثاً: عرض وتحليل الإستبانه الخاصة بالمختصين :

العرض الجدولي والبياني :

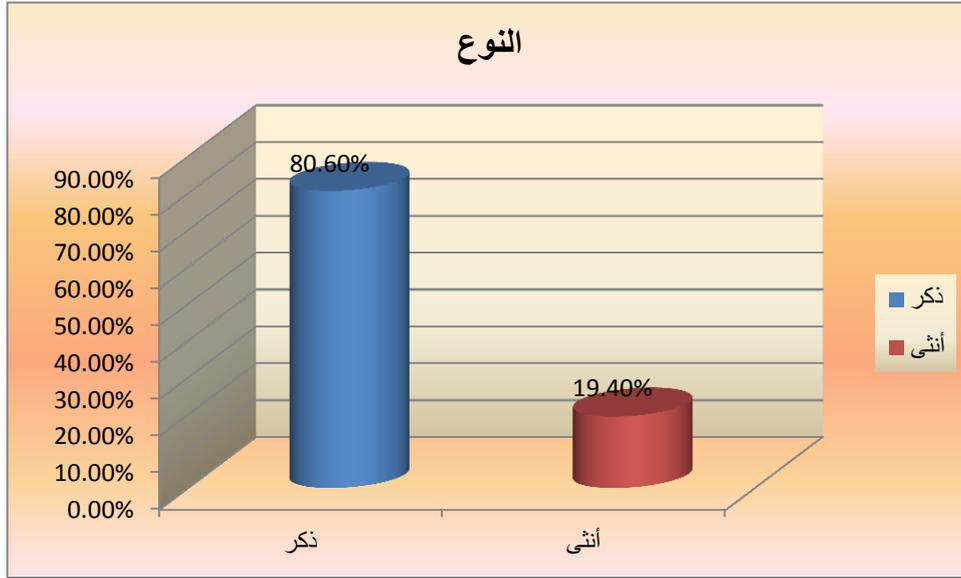
1/ النوع:

جدول (1)

النوع	التكرار	النسبة %
ذكر	24	80.6
أنثى	12	19.4
المجموع	36	%100

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (1)



أثبت الجدول 1 والشكل واحد أن 80.6% من العينة من الذكور، بينما الإناث 19.4%. وهذا يدل علي أن نسبة الذكور أكبر من الإناث. وهذا نسبة لما يحتاجه الإعلام من تواجد العاملين في المجال لفترات طويلة ومتأخرة والطبيعي أ، يكون النصيب الأكبر من هذه المهمة الصعبة من الرجال وهذا يرجع لرأي الباحثة الشخصي .

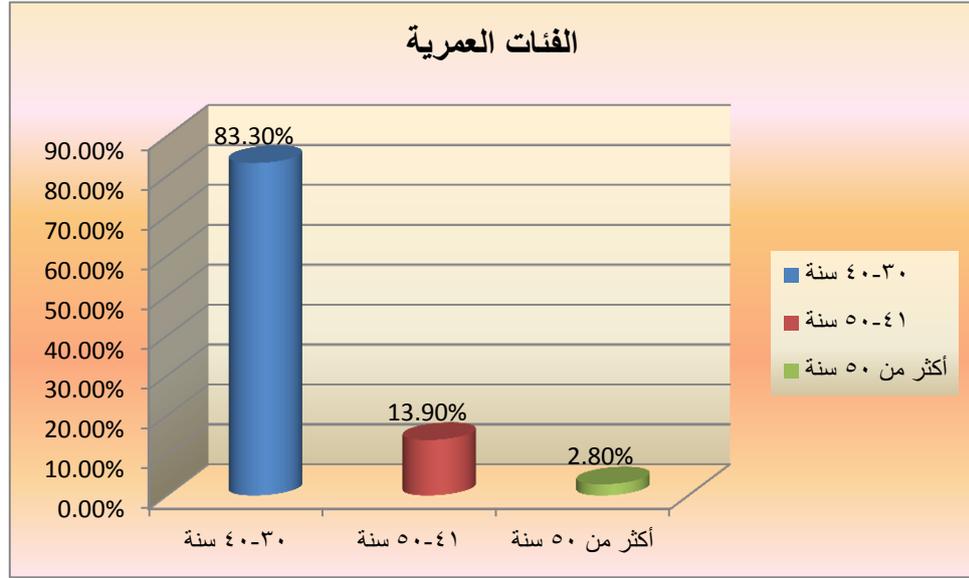
2/ العمر:

جدول (2)

فئات العمر	التكرار	النسبة %
30-40 سنة	30	83.3
41-50 سنة	10	13.9
أكثر من 50 سنة	5	2.8
المجموع	45	100.0

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (2)



من الجدول الثاني والشكل الثاني اتضح أن 83.3% من أفراد العينة من الفئة العمرية (30-40 سنة)، و13.9% من الفئة (41-50 سنة). وهذا ما أرادت الباحثة فأصحاب الأعمار المتقدمة تمتد عندهم وتتكاثف الخبرة العملية .

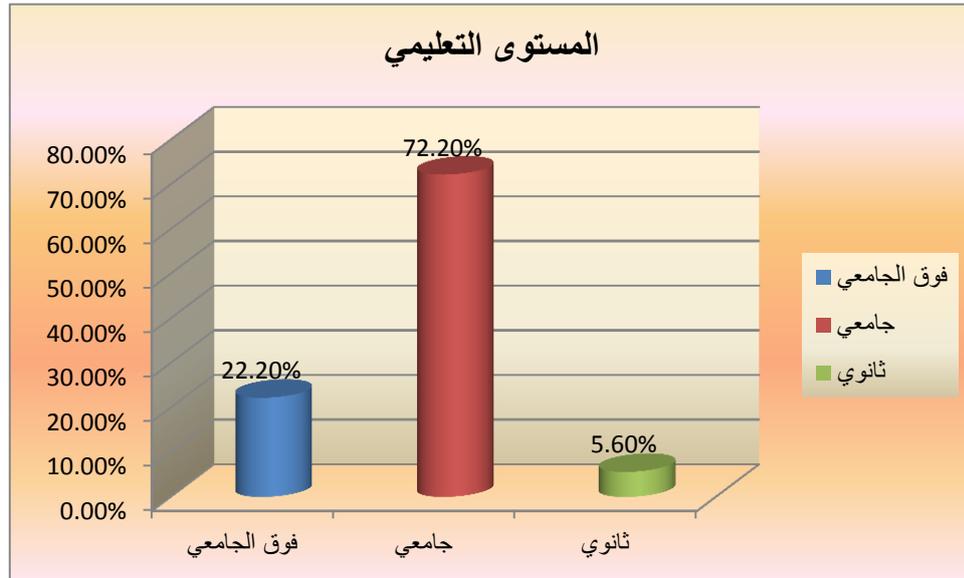
### 3/ المستوى:

جدول (3)

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
22.2	8	فوق الجامعي
72.2	26	جامعي
5.6	2	ثانوي
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (3)



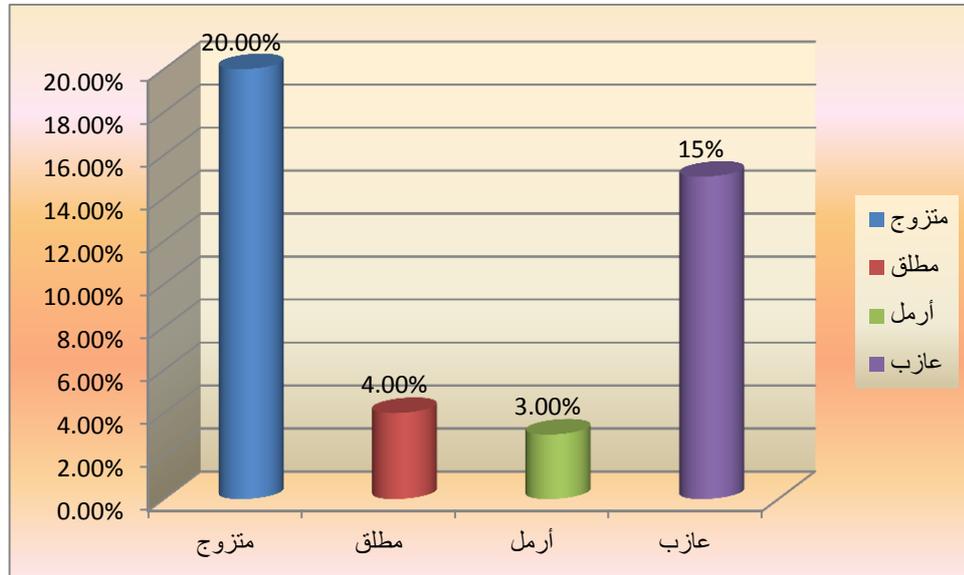
من الجدول أعلاه والذي يوضح المستوى التعليمي لأفراد العينة، ومنه يلاحظ أن 22.2% في المستوى فوق الجامعي، و72.2%، جامعي، بينما 5.6%، و4.8% ثانوي.

والمؤهل الجامعي وما فوق الجامعي يعزز من مسيرة العمل الإعلامي وما يطلبه من دراية أكاديمية ومهنية في ذات الوقت .

جدول (4)

النسبة %	التكرار	الحالة الاجتماعية
3.2	15	عازب
36.6	20	متزوج
15.1	4	مطلق
11.1	3	أرمل
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م



شكل رقم (4)

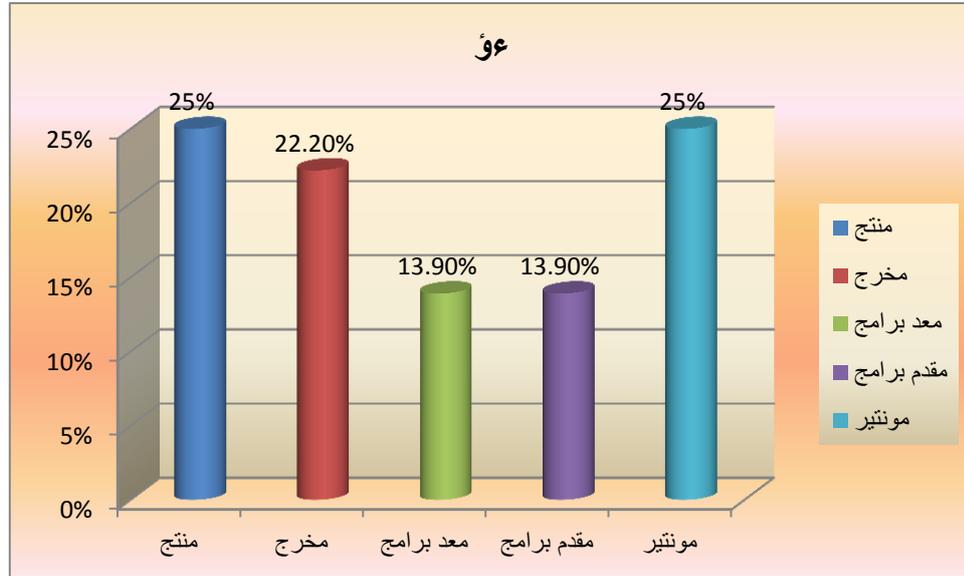
من الشكل 4 والجدول 4 اتضح ان - 15% من أفراد العينة عازبين، 20% متزوجين و4% مطلقين و3% أرمل أي ان نسبة الإستقرار عند العينة ابر من غيرها والحالة الإستقرارية تؤثر في الحالة المزاجية عند المشاهد

جدول (5)

النسبة %	التكرار	طبيعة العمل
25.0	9	منتج
22.2	8	مخرج
13.9	5	معد برامج
13.9	5	مقدم برامج
25.0	9	مونثير
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (5)



من الجدول 5 والشكل 5 إتضح ان انواع العينة كالاتي 25% من أفراد العينة منتجين، وذات النسبة (25%) فنيي مونثاج، و22.2% مخرجين، و13.9% معدي برامج، وذات النسبة (13.9%) مقدمي برامج. وتقاربت نسبة المخرجين والمنتجين وهذا التقارب يجب أن يكون أيضاً علي النطاق العملي.

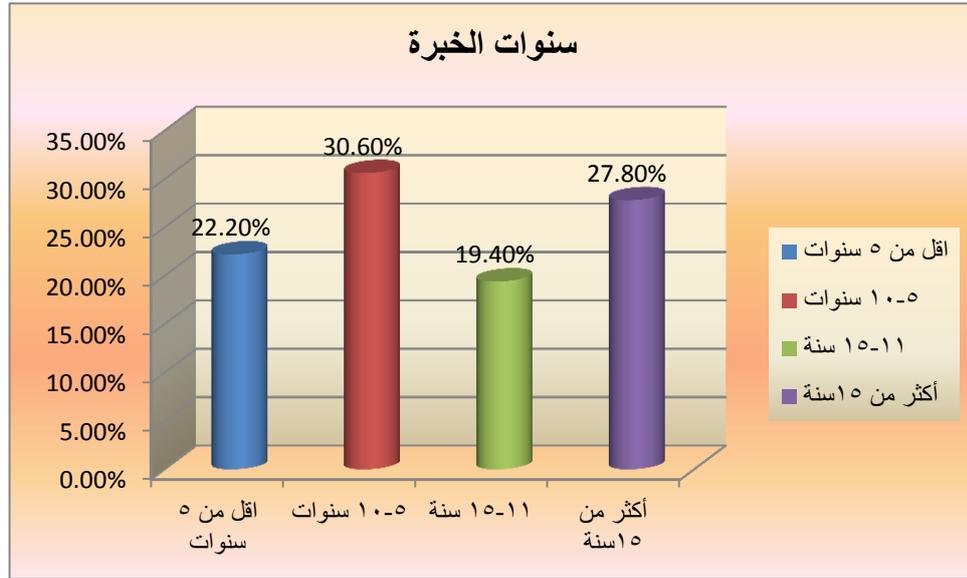
## 6/ الخبرة:

### جدول (6)

النسبة %	التكرار	سنوات الخبرة
22.2	8	أقل من 5 سنوات
30.6	11	5-10 سنوات
19.4	7	11-15 سنة
27.8	10	أكثر من 15 سنة
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

### شكل رقم (6)



كانت سنوات الخبرة كما ورد في الجدول 6 والشكل 6- 30.6% من أفراد العينة لديهم خبرة تتراوح بين (5-10 سنوات)، و27.8% خبرتهم (تزيد عن 15 سنة)، و19.4% (11-15 سنة) وكل ما زادت سنين الخبرة كل ما وسعت المدارك لابتكار الجديد.

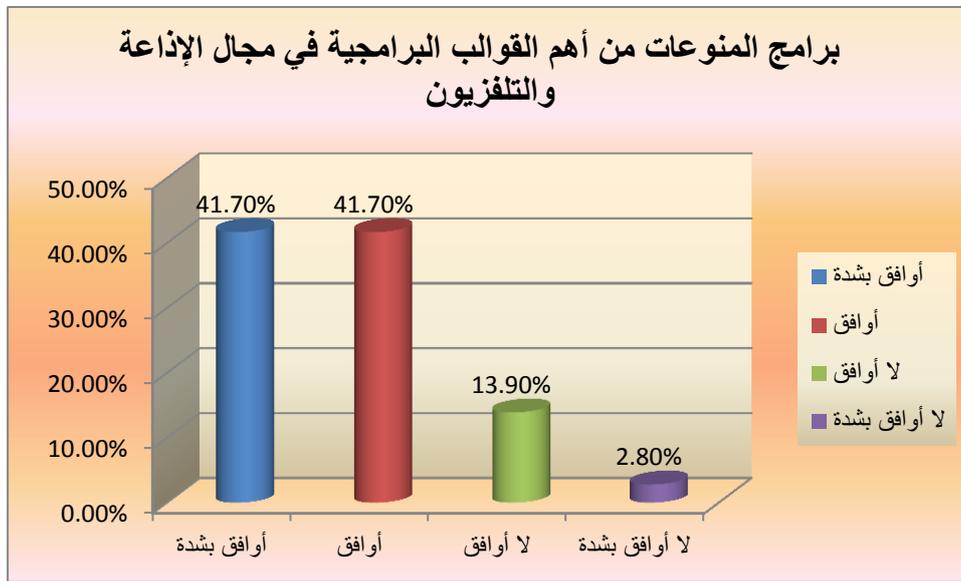
7/ برامج المنوعات من أهم القوالب البرنامجية:

جدول (7)

النسبة %	التكرار	برامج المنوعات من أهم القوالب البرنامجية في مجال التلفزيون
41.7	15	أوافق بشدة
41.7	15	أوافق
13.9	5	لا أوافق
2.8	1	لا أوافق بشدة
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (7)



أثبتت الدراسة أن برامج المنوعات من أهم القوالب البرنامجية الإذاعية والتلفزيونية وأنت نتائجهم كما ورد 41.7% من أفراد العينة يوافقون بشدة، وكذلك 41.7% يوافقون على أن برامج المنوعات من أهم القوالب البرنامجية في مجال الإذاعة والتلفزيون.

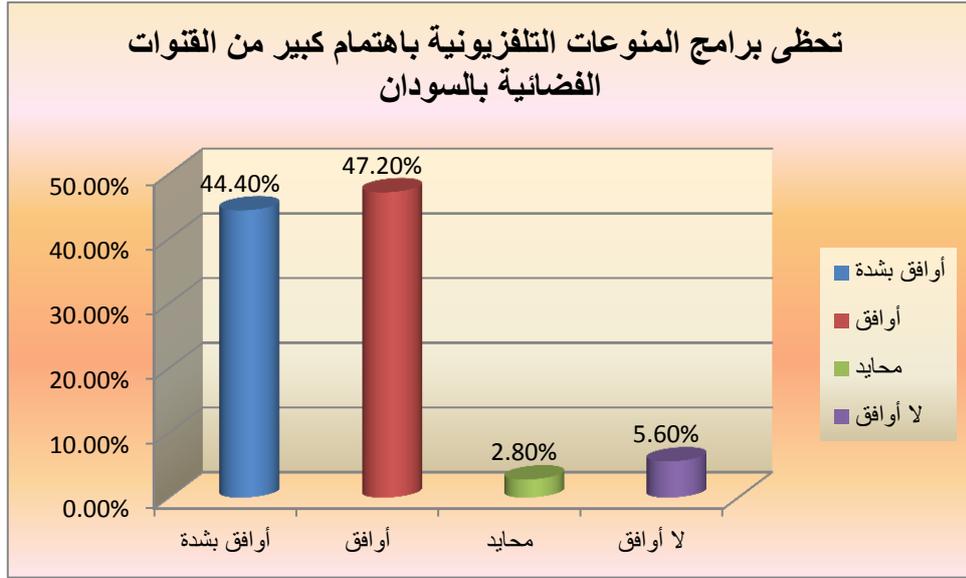
## 8/ تحظى المنوعات التلفزيونية باهتمام:

جدول (8)

النسبة %	التكرار	تحظى برامج المنوعات التلفزيونية باهتمام كبير من القنوات الفضائية بالسودان
44.4	16	أوافق بشدة
47.2	17	أوافق
2.8	1	محايد
5.6	2	لا أوافق
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (8)



47.2 % من العينة يوافقون ، و 44.4% يوافقون بشدة على أن برامج المنوعات التلفزيونية

تحظى باهتمام كبير من القنوات الفضائية بالسودان. وهذا ما أثبتته الجدول 8 والشكل ويتنت هذا

الجدول ما أفادت به الباحثة بأن برامج المنوعات من أهم القوالب البرنامجية.

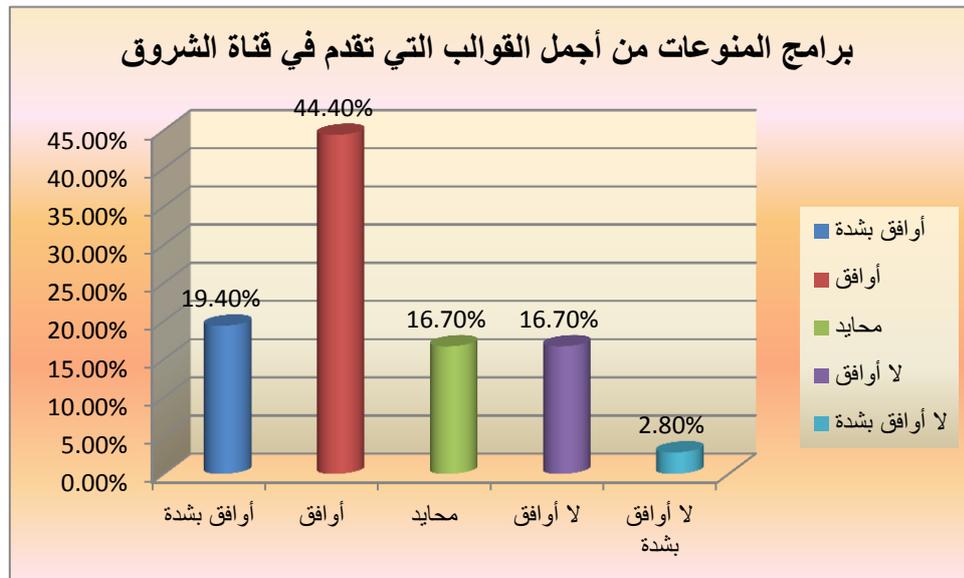
9/ المنوعات من أهم القوالب البرنامجية:

جدول (9)

النسبة %	التكرار	برامج المنوعات من أجمل القوالب التي تقدم في قناة الشروق
19.4	7	أوافق بشدة
44.4	16	أوافق
16.7	6	محايد
16.7	6	لا أوافق
2.8	1	لا أوافق بشدة
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (9)



44.4% من أفراد العينة يوافقون، و19.4% يوافقون بشدة على أن برامج المنوعات من أجمل القوالب التي تقدم في قناة الشروق. بينما 2.80% فقط من لا يرون ذلك وهذه النتيجة تثمن الجهود التي تقوم بها القناة.

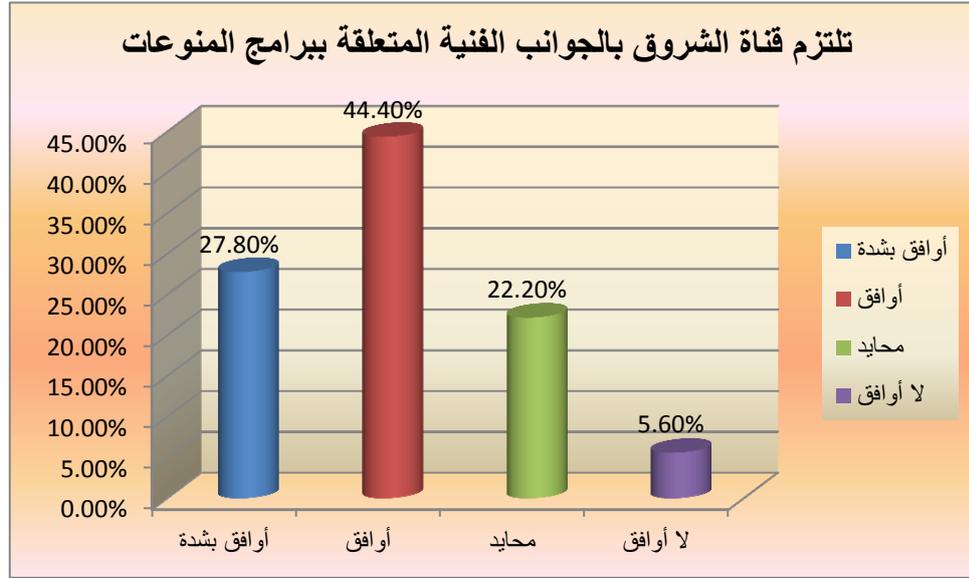
10/ تلتزم قناة الشروق بالجوانب الفنية:

جدول (10)

النسبة %	التكرار	تلتزم قناة الشروق بالجوانب الفنية المتعلقة ببرامج المنوعات
27.8	10	أوافق بشدة
44.4	16	أوافق
22.2	8	محايد
5.6	2	لا أوافق
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (10)



44.4% من أفراد العينة يوافقون، و 27.8% يوافقون بشدة على أن قناة الشروق تلتزم بالجوانب

الفنية المتعلقة ببرامج المنوعات. وهذه النتيجة تحسب ايجابية لقناة الشروق وماتقوم به .

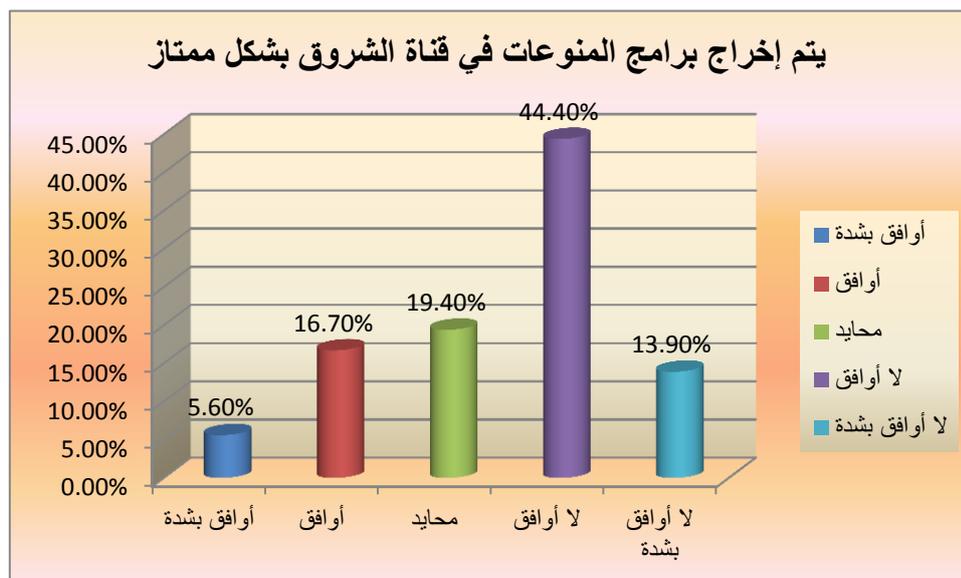
## 11/ إخراج المنوعات في الشروق ممتاز:

جدول (11)

النسبة %	التكرار	يتم إخراج برامج المنوعات في قناة الشروق بشكل ممتاز
5.6	2	أوافق بشدة
16.7	6	أوافق
19.4	7	محايد
44.4	16	لا أوافق
13.9	5	لا أوافق بشدة
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (11)



44.4% من أفراد العينة لا يوافقون على الفرضية التي تقول إنه يتم إخراج برامج المنوعات في قناة الشروق بشكل ممتاز. وكانت النتائج تثبت أن برامج المنوعات في الشروق تحتاج الي رؤية إخراجية مختلفة. وإخراج برامج المنوعات تحديدا يحتاج إلي رؤية إخراجية مختلفة .

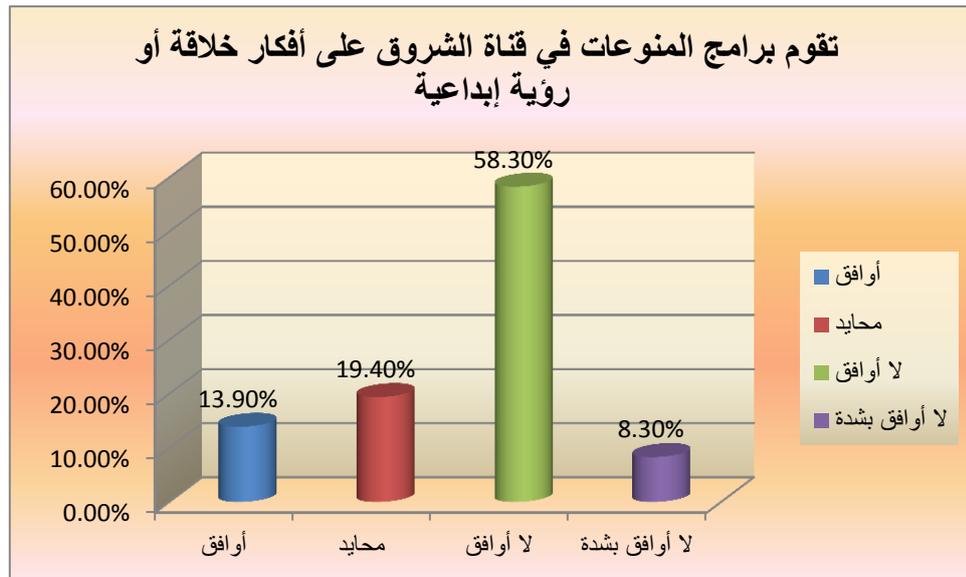
12/ تقوم المنوعات في الشروق على رؤية إبداعية:

جدول (12)

النسبة %	التكرار	تقوم برامج المنوعات في قناة الشروق على أفكار خلاقة أو رؤية إبداعية
13.9	5	أوافق
19.4	7	محايد
58.3	21	لا أوافق
8.3	3	لا أوافق بشدة
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (12)



من الجدول 12 والشكل 12 كانت النتيجة وفق ما أوردهته الباحثة من مشكلة تكرار البرامج.

12- 58.3% من العينة لا يوافقون على أن برامج المنوعات في قناة الشروق تقوم على أفكار

خلاقة أو رؤية إبداعية وهذه النتيجة أكدت أن مشكلة الدراسة التي قام عليها البحث هي عدم

وجود أفكار مبتكرة .

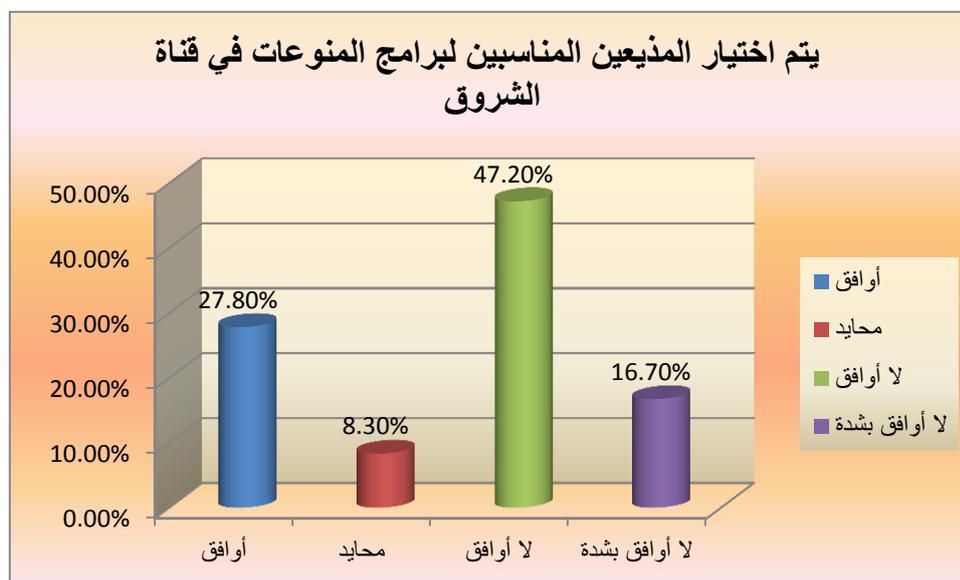
### 13/ اختيار المذيعين المناسبين لبرامج المنوعات:

جدول (13)

النسبة %	التكرار	يتم اختيار المذيعين المناسبين لبرامج المنوعات في قناة الشروق
27.8	10	أوافق
8.3	3	محايد
47.2	17	لا أوافق
16.7	6	لا أوافق بشدة
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (13)



من الجدول 13 والشكل 13 كانت تدل على ان اختيار المذيعين المناسبين لبرامج المنوعات لم يكن بالشكل المطلوب وكانت النتيجة - 47.2% من العينة لا يوافقون على أنه يتم اختيار المذيعين المناسبين لبرامج المنوعات في قناة الشروق، بينما 27.8% يوافقون على هذه الفرضية وهذه النتيجة تجعل من التوصية بتعيين مذيعين ذو خبرة وكفاءة بند هام جدا .

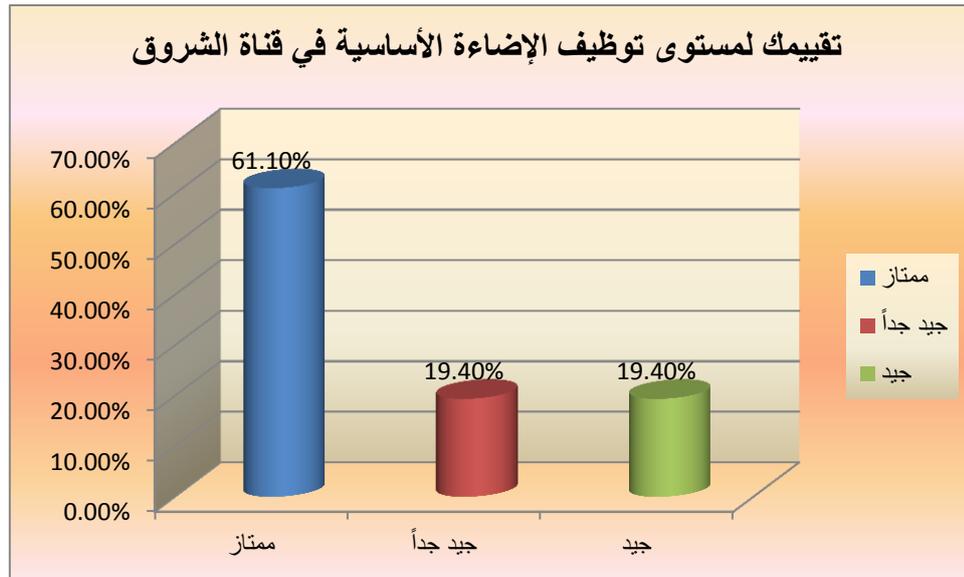
## 14/ توظيف الإضاءة الأساسية:

جدول (14)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف الإضاءة الأساسية في قناة الشروق
61.1	22	ممتاز
19.4	7	جيد جداً
19.4	7	جيد
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (14)



أثبت الجدول 14 والشكل 14 ان الإضاءة في قناة الشروق يتم توظيفها بصورة ممتازة -  
 61.1% من أفراد العينة مستوى توظيف الإضاءة الأساسية في قناة الشروق ممتاز، بينما  
 19.4% يرونه جيداً جداً، و 19.4% يرونه جيداً والإضاءة هي من الأساسيات التي تبني  
 عليها الصورة وقناة الشروق تهتم بهذا الجانب إهتمام مقدر .

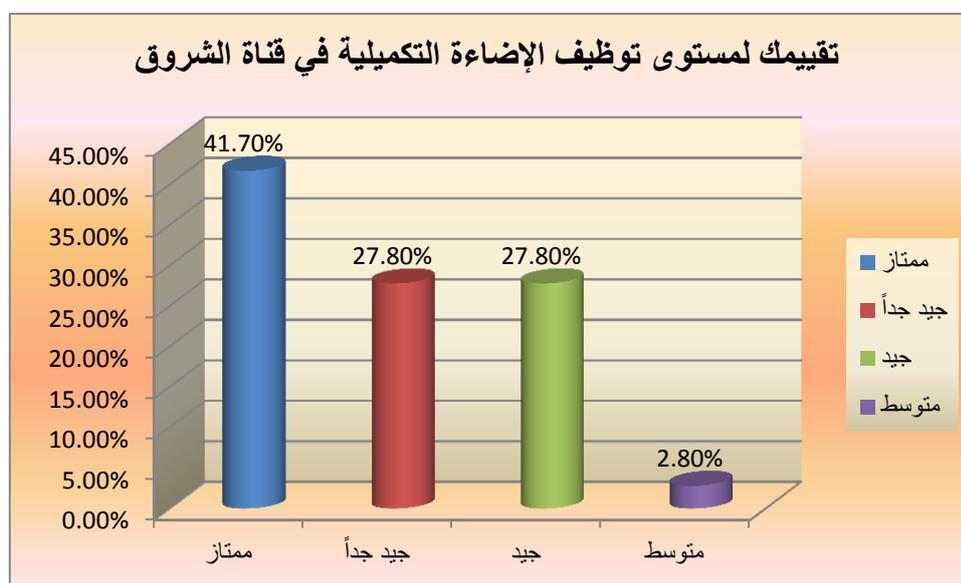
## 15/ توظيف الإضاءة التكميلية:

جدول (15)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف الإضاءة التكميلية في قناة الشروق
41.7	15	ممتاز
27.8	10	جيد جداً
27.8	10	جيد
2.8	1	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (15)



ايضا الجدول 15 والشكل 15 اثبت ان قناة الشروق تلتزم بتوظيف الإضاءة التكميلية يرون- 41.7% من أفراد العينة مستوى توظيف الإضاءة التكميلية في قناة الشروق ممتاز، بينما 27.8% يرونه جيداً، و27.8% يرونه جيداً، و2.8% يرون أنه متوسط.

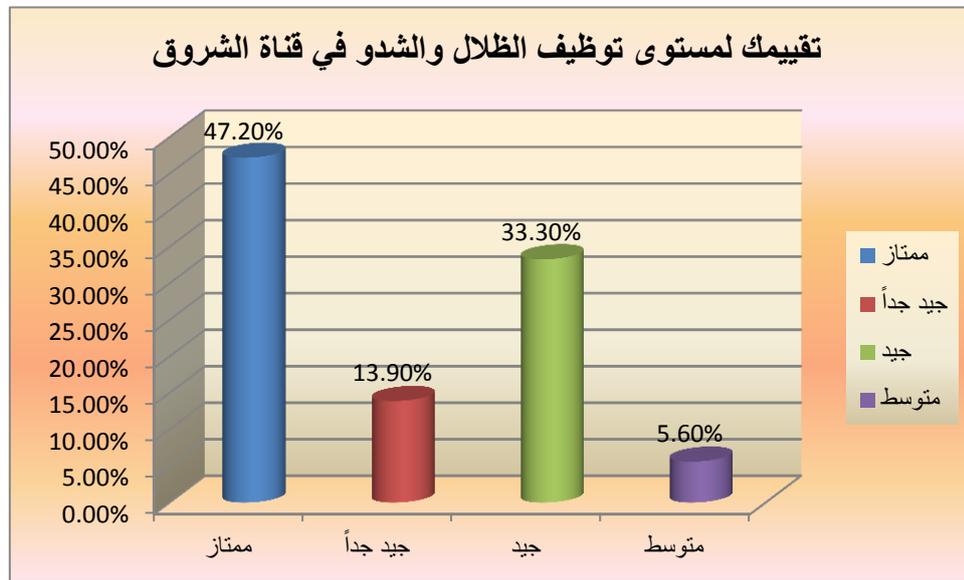
16/ توظيف الظلال والشدو):

جدول (16)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف الظلال والشدو في قناة الشروق
47.2	17	ممتاز
13.9	5	جيد جداً
33.3	12	جيد
5.6	2	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (16)



من الشكل 16 والجدول 16 أثبتت الدراسة أنه يتم توظيف الظلال يرون - 47.2% من أفراد

العينة مستوى توظيف الظلال والشدو في قناة الشروق ممتاز، بينما 13.8% يرونه جيداً جداً،

و 33.3% يرونه جيداً، و 5.6% يرون أنه متوسط.

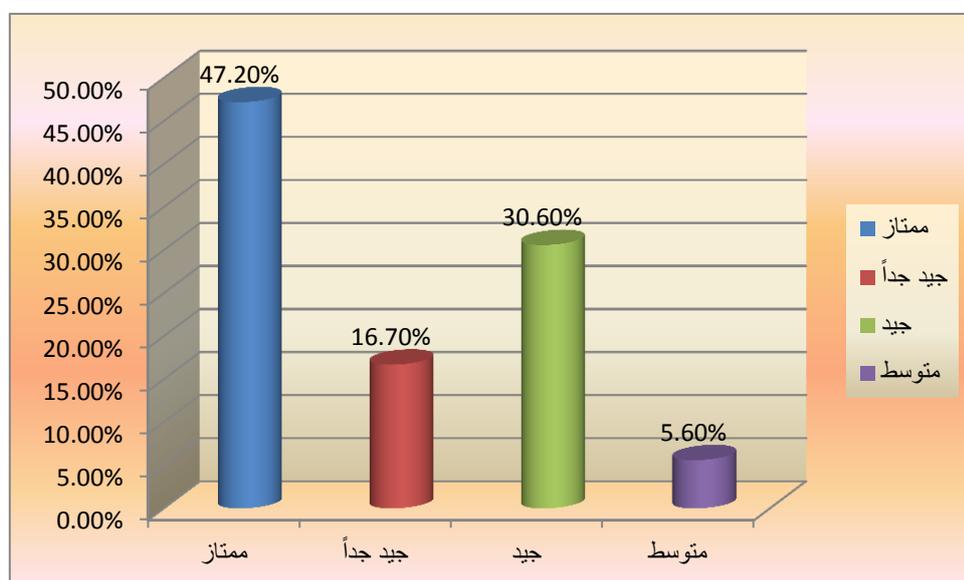
## 17/ توظيف الإضاءة الجمالية:

جدول (17)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف الإضاءة الجمالية في قناة الشروق
47.2	17	ممتاز
16.7	6	جيد جداً
30.6	11	جيد
5.6	2	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (17)



أنت نتيجة الجدول 17 والشكل 17 47.2% من أفراد العينة يرون أن مستوى توظيف

الإضاءة الجمالية في قناة الشروق ممتاز، بينما 16.7% يرونه جيد جداً، و30.6% يرونه

جيداً، و5.6% يرونه متوسطاً.

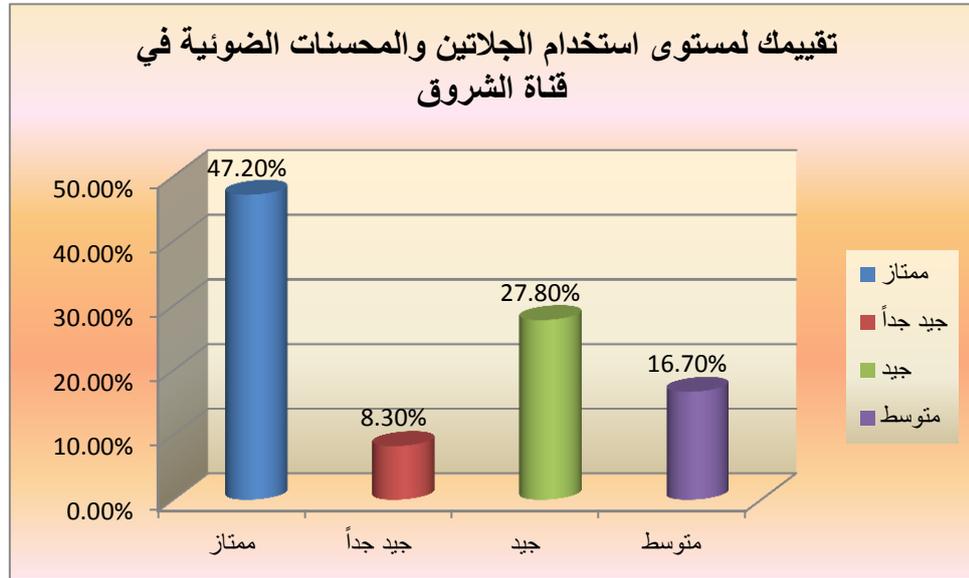
18/ توظيف الجلاتين والمحسّنات الضوئية:

جدول (18)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى استخدام الجلاتين والمحسّنات الضوئية في قناة الشروق
47.2	17	ممتاز
8.3	3	جيد جداً
27.8	10	جيد
16.7	6	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (18)



18- 47.2% من أفراد العينة يرون أن مستوى توظيف الجلاتين والمحسّنات الضوئية في قناة

الشروق ممتاز، بينما 8.3% يرونه جيداً جداً، و 27.8% يرونه جيداً، و 16.7% يرونه

متوسطاً.

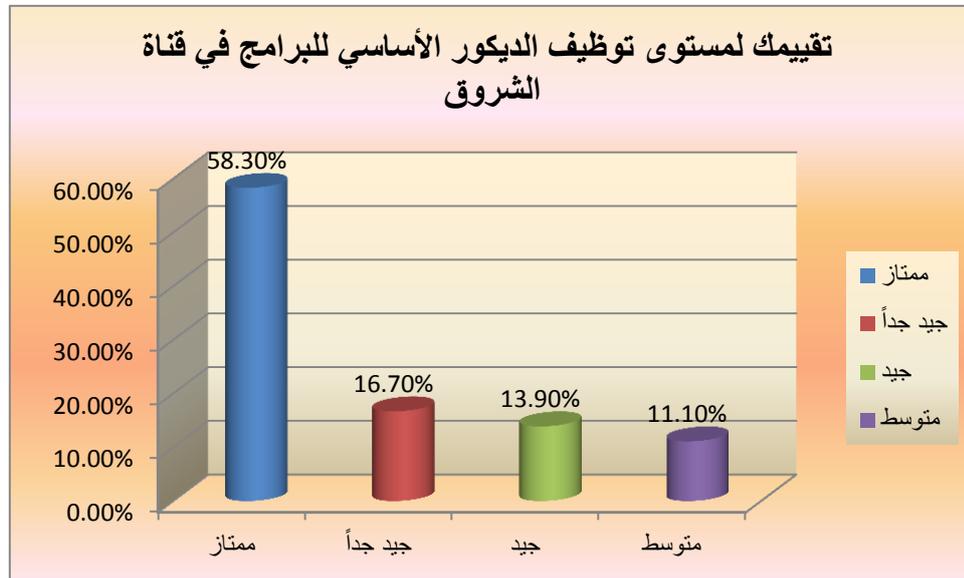
## 19/ توظيف الديكور الأساسي:

جدول (19)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف الديكور الأساسي للبرامج في قناة الشروق
58.3	21	ممتاز
16.7	6	جيد جداً
13.9	5	جيد
11.1	4	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (19)



58.3% من أفراد العينة يرون أن مستوى توظيف الديكور الأساسي للبرامج في قناة الشروق

ممتاز، بينما 16.7% يرونه جيداً جداً، و 13.9% يرونه جيد، و 11.1% يرونه متوسطاً.

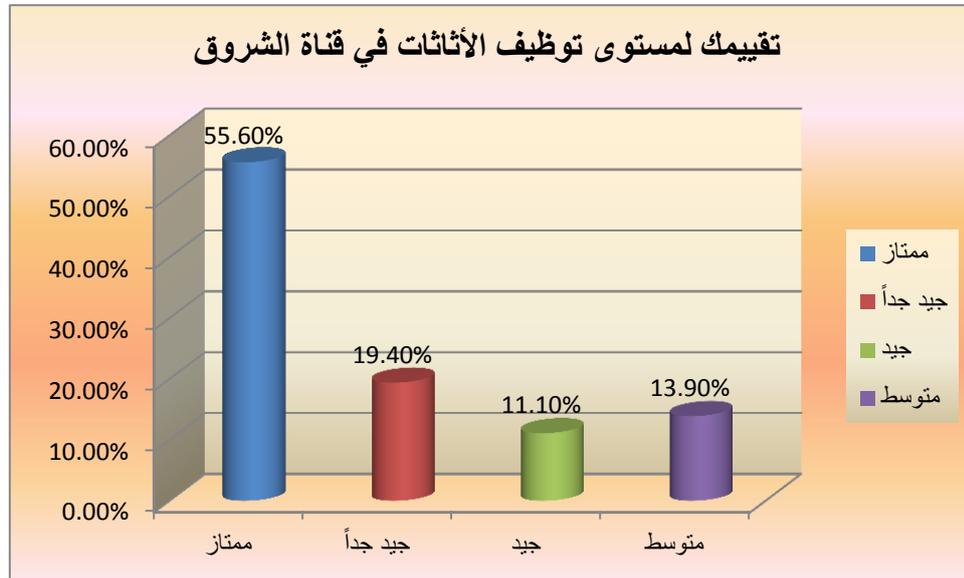
## 20/ توظيف الأثاثات:

جدول (20)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف الأثاثات في قناة الشروق
55.6	20	ممتاز
19.4	7	جيد جداً
11.1	4	جيد
13.9	5	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (20)



55.6% من أفراد العينة يرون أن مستوى توظيف الأثاثات في قناة الشروق ممتاز، بينما 19.4% يرونه جيد جداً، و 11.1% يرونه جيد، و 13.9% يرونه متوسط وتعتبر الأثاثات واحدة من العناصر التي تجذب المشاهد والنتيجة تثبت اهتمام قناة الشروق بهذا الجانب .

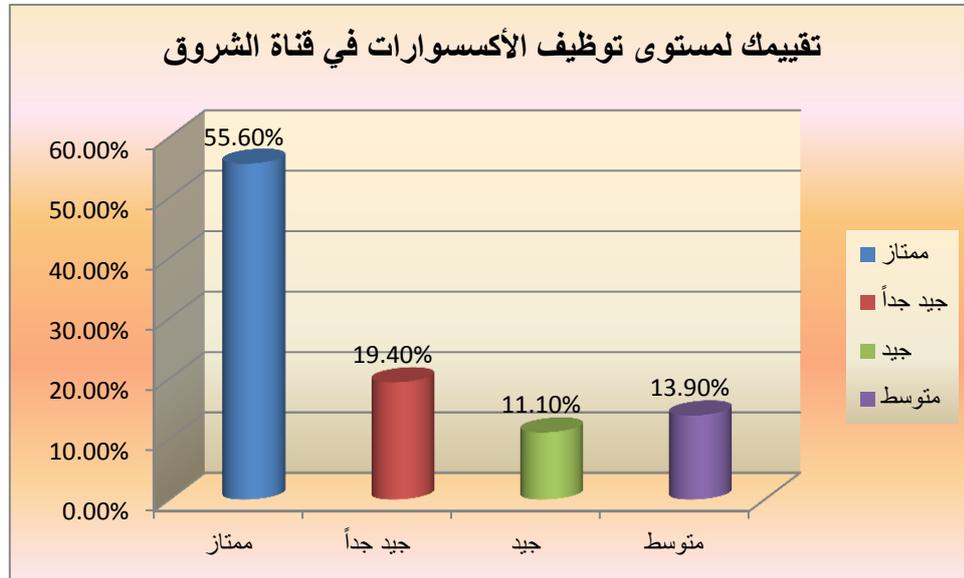
21/ توظيف الأكسسورات:

جدول (21)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف الأكسسورات في قناة الشروق
55.6	20	ممتاز
19.4	7	جيد جداً
11.1	4	جيد
13.9	5	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (21)



55.6% من أفراد العينة يرون أن مستوى توظيف الأكسسورات في قناة الشروق ممتاز، بينما

19.4% يرونه جيداً جداً، و 11.1% يرونه جيداً، و 13.9% يرونه متوسطاً .

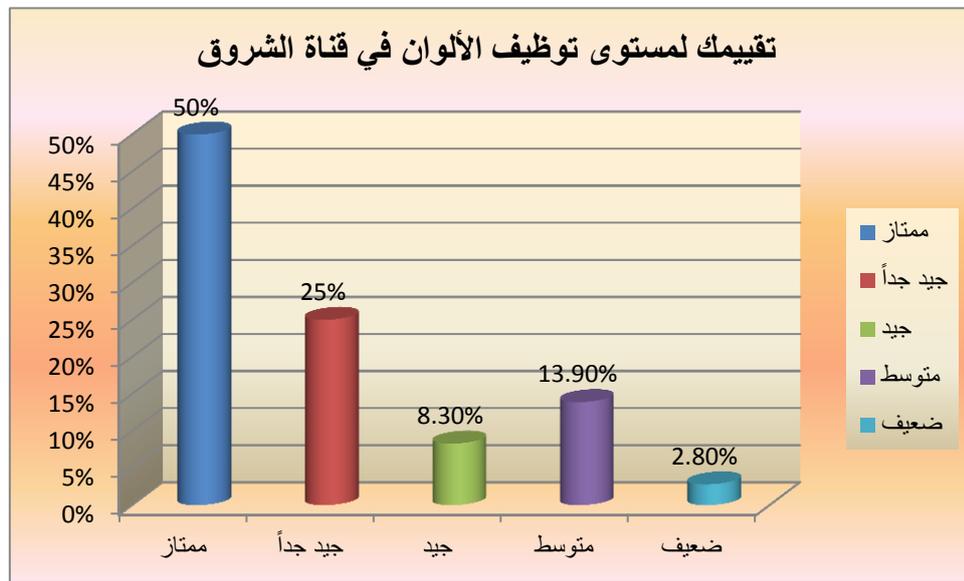
## 22/ توظيف الألوان:

جدول (22)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف الألوان في قناة الشروق
50.0	18	ممتاز
25.0	9	جيد جداً
8.3	3	جيد
13.9	5	متوسط
2.8	1	ضعيف
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (22)



22- 50% من أفراد العينة يرون أن مستوى توظيف الألوان في قناة الشروق ممتاز، بينما

25% يرونه جيداً جداً، و8.3% يرونه جيداً، و13.9% يرونه متوسطاً، و2.8% يرونه ضعيفاً.

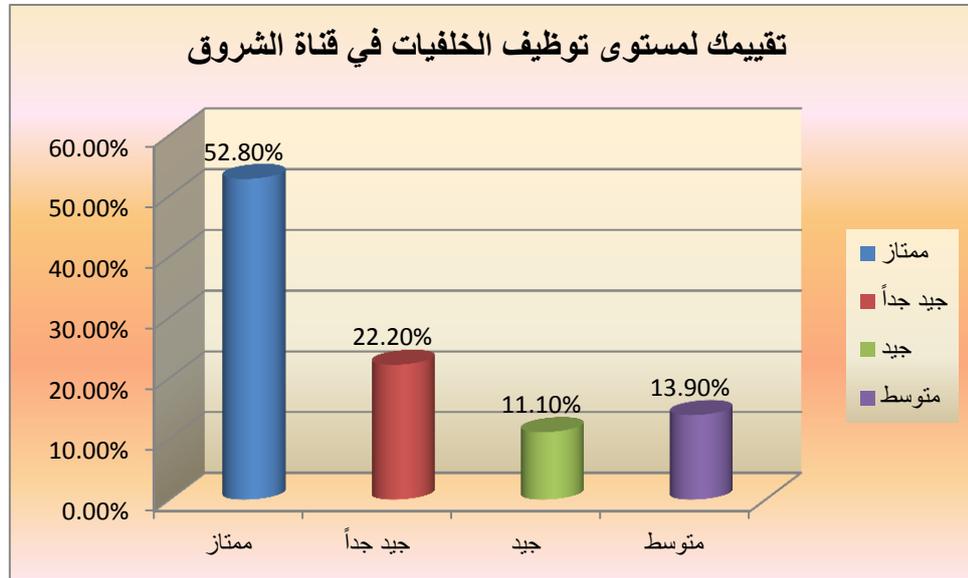
## 23/ توظيف الخلفيات:

جدول (23)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف الخلفيات في قناة الشروق
52.8	19	ممتاز
22.2	8	جيد جداً
11.1	4	جيد
13.9	5	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (23)



52.8% من أفراد العينة يرون أن مستوى توظيف الخلفيات في قناة الشروق ممتاز، بينما

22.2% يرونه جيد جداً، و 11.1% يرونه جيداً، و 13.9% يرونه متوسط.

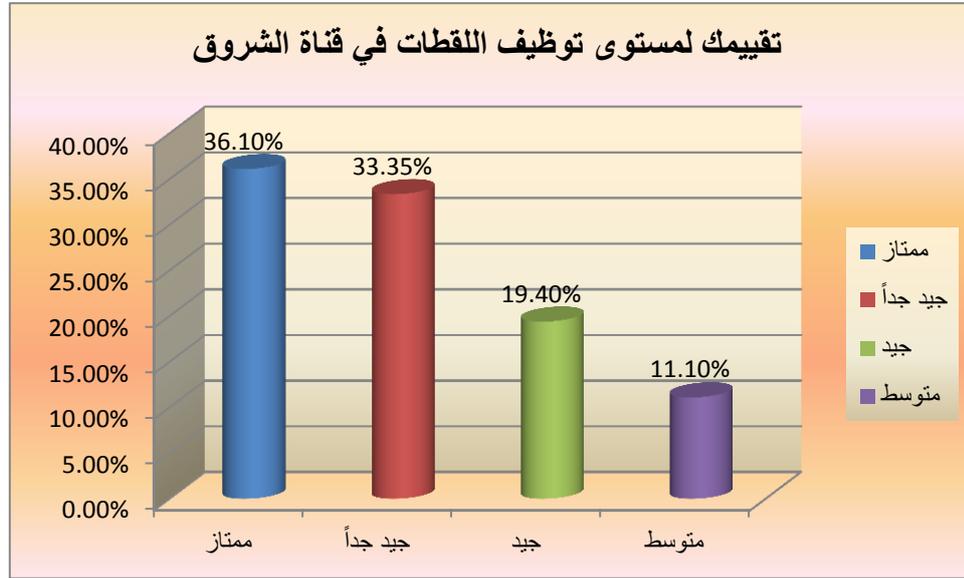
## 24/ توظيف اللقطات:

جدول (24)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف اللقطات في قناة الشروق
36.1	13	ممتاز
33.3	12	جيد جداً
19.4	7	جيد
11.1	4	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (24)



36.1% من أفراد العينة يرون أن مستوى توظيف اللقطات في قناة الشروق ممتاز، بينما

33.3% يرونه جيداً جداً، و19.4% يرونه جيداً، و11.1% يرونه متوسطاً.

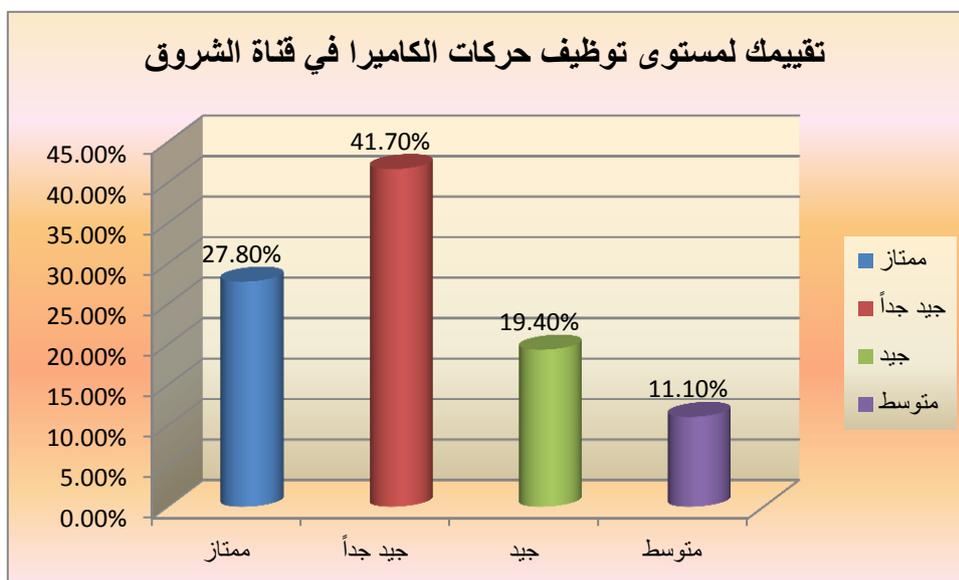
## 25/ توظيف حركات الكاميرا:

جدول (25)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف حركات الكاميرا في قناة الشروق
27.8	10	ممتاز
41.7	15	جيد جداً
19.4	7	جيد
11.1	4	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (25)



27.8% من أفراد العينة يرون أن مستوى توظيف حركات الكاميرا في قناة الشروق ممتاز، بينما

41.7% يرونه جيداً جداً، و 19.4% يرونه جيداً، و 11.1% يرونه متوسطاً.

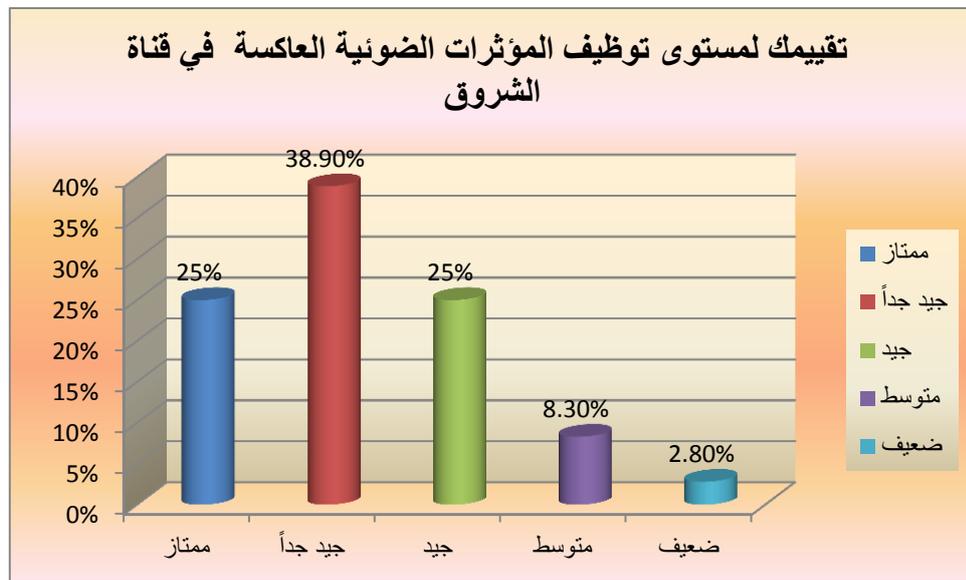
26/ توظيف المؤثرات الضوئية العاكسة :

جدول (26)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف المؤثرات الضوئية العاكسة في قناة الشروق
25.0	9	ممتاز
38.9	14	جيد جداً
25.0	9	جيد
8.3	3	متوسط
2.8	1	ضعيف
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (26)



25% من أفراد العينة يرون أن مستوى توظيف المؤثرات الضوئية العاكسة في قناة الشروق ممتاز، بينما 38.9% يرونه جيداً جداً، و 25% يرونه جيداً، و 8.3% يرونه متوسطاً، و 2.8% يرونه ضعيفاً.

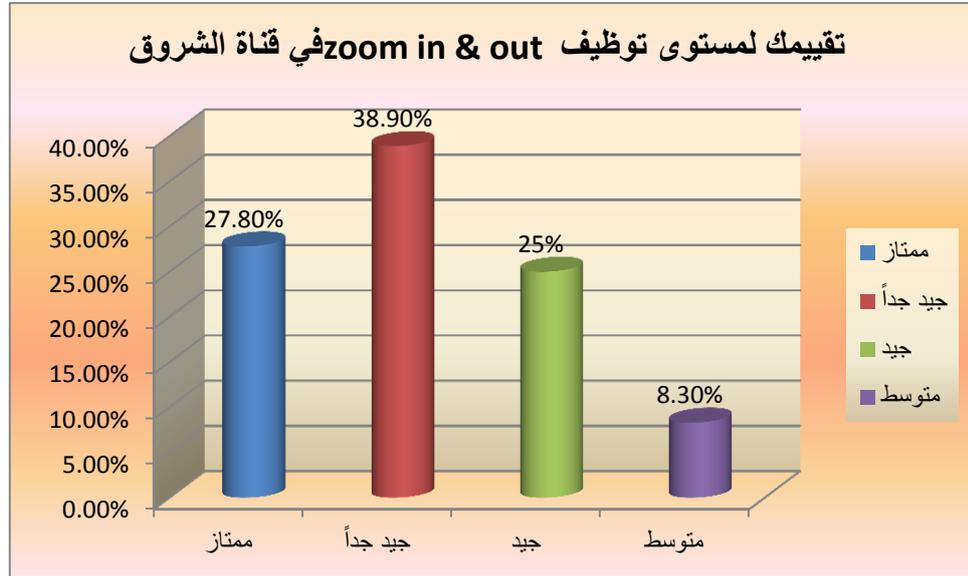
## 27/ توظيف: zoom in & out:

جدول (27)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف zoom in & out في قناة الشروق
27.8	10	ممتاز
38.9	14	جيد جداً
25.0	9	جيد
8.3	3	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (27)



مستوى توظيف zoom in & out 27.8% من أفراد العينة يرون أن في قناة الشروق ممتاز،

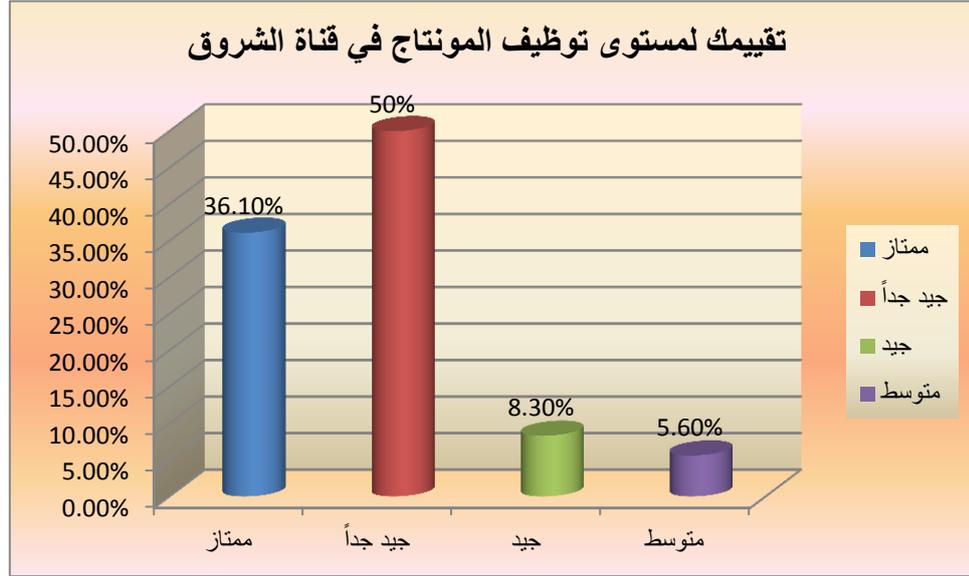
بينما 38.9% يرونه جيداً جداً، و 25% يرونه جيداً، و 8.3% يرونه متوسطاً.

28/ توظيف المونتاج:

جدول (28)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف المونتاج في قناة الشروق
36.1	13	ممتاز
50.0	18	جيد جداً
8.3	3	جيد
5.6	2	متوسط
100.0	36	المجموع

شكل رقم (28)



36.1% من أفراد العينة يرون أن مستوى توظيف المونتاج في قناة الشروق ممتاز، بينما 50%

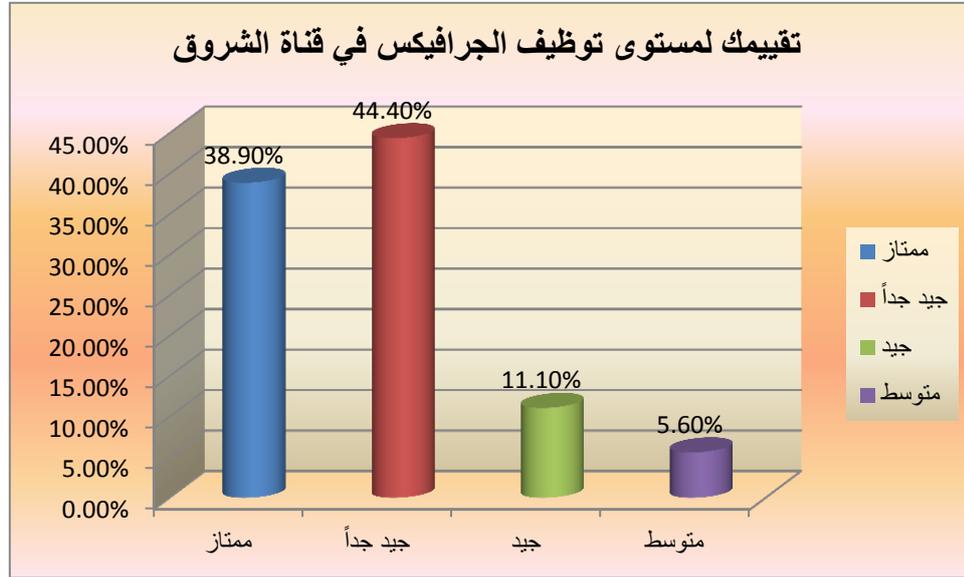
يرونه جيداً جداً، و 8.3% يرونه جيداً، و 5.6% يرونه متوسطاً.

جدول (29)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف الجرافيكس في قناة الشروق
38.9	14	ممتاز
44.4	16	جيد جداً
11.1	4	جيد
5.6	2	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (29)



38.9% من أفراد العينة يرون أن مستوى توظيف الجرافيكس في قناة الشروق ممتاز، بينما

44.4% يرونه جيداً جداً، و 11.1% يرونه جيداً، و 5.6% يرونه متوسطاً.

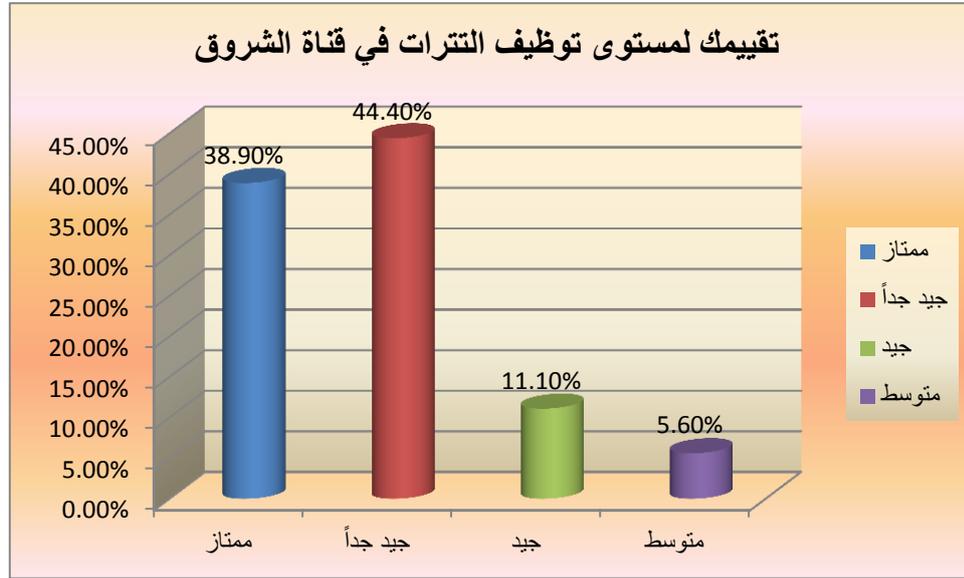
30/ توظيف التترات:

جدول (30)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف التترات في قناة الشروق
33.3	12	ممتاز
50.0	18	جيد جداً
11.1	4	جيد
5.6	2	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (30)



33.3% من أفراد العينة يرون أن مستوى توظيف التترات في قناة الشروق ممتاز، بينما 50%

يرونه جيد جداً، و 11.1% يرونه جيد، و 5.6% يرونه متوسط.

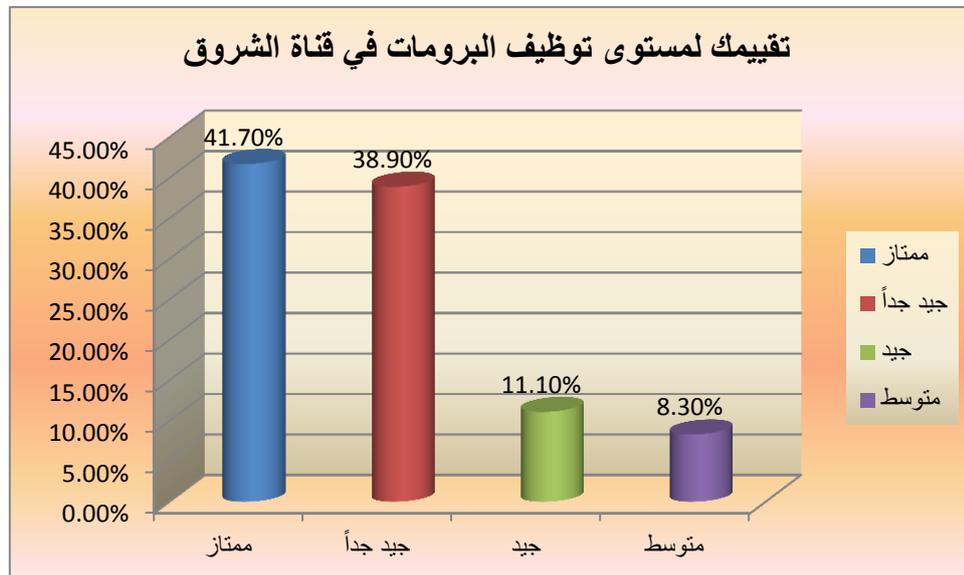
### 31/ توظيف البرومات:

جدول (31)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف البرومات في قناة الشروق
41.7	15	ممتاز
38.9	14	جيد جداً
11.1	4	جيد
8.3	3	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (31)



341.7% من أفراد العينة يرون أن مستوى توظيف البرومات في قناة الشروق ممتاز، بينما

38.9% يرونه جيداً جداً، و 11.1% يرونه جيداً، و 8.3% يرونه متوسطاً.

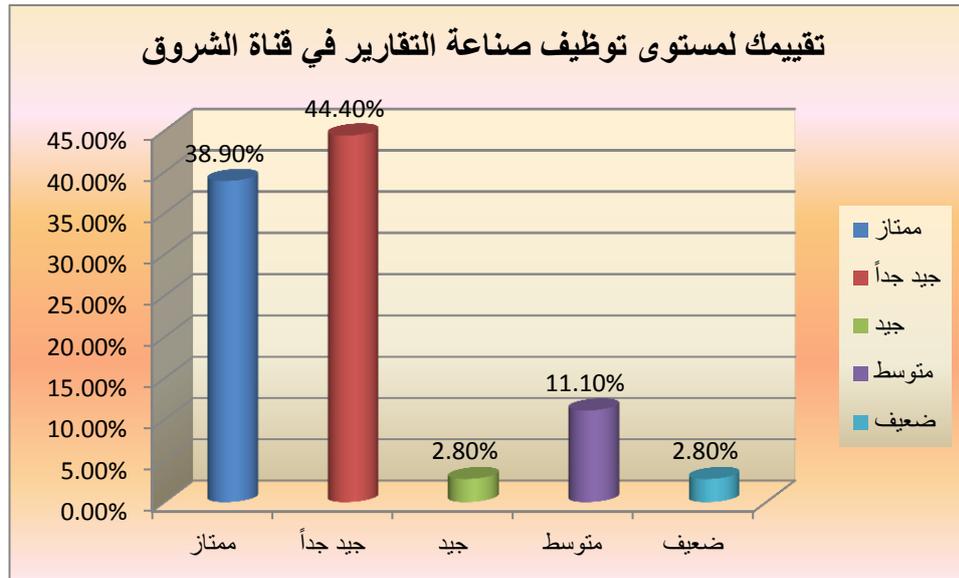
## 32/ توظيف صناعة التقارير:

جدول (32)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف صناعة التقارير في قناة الشروق
38.9	14	ممتاز
44.4	16	جيد جداً
2.8	1	جيد
11.1	4	متوسط
2.8	1	ضعيف
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (32)



38.9% من أفراد العينة يرون أن مستوى توظيف صناعة التقارير في قناة الشروق ممتاز، بينما 44.4% يرونه جيداً جداً، و2.8% يرونه جيداً، و11.1% يرونه متوسطاً، بينما 2.8% يرونه ضعيفاً.

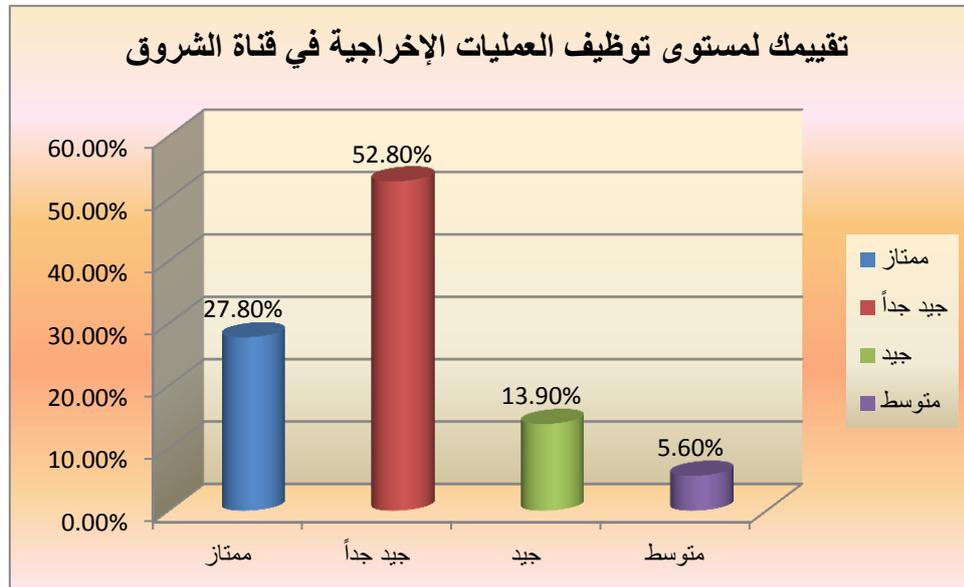
### 33/ توظيف العمليات الإخراجية:

جدول (33)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف العمليات الإخراجية في قناة الشروق
27.8	10	ممتاز
52.8	19	جيد جداً
13.9	5	جيد
5.6	2	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (33)



27.8% من أفراد العينة يرون أن مستوى توظيف العمليات الإخراجية في قناة الشروق ممتاز،

بينما 52.8% يرونه جيد جداً، و 13.9% يرونه جيداً، و 5.6% يرونه متوسطاً.

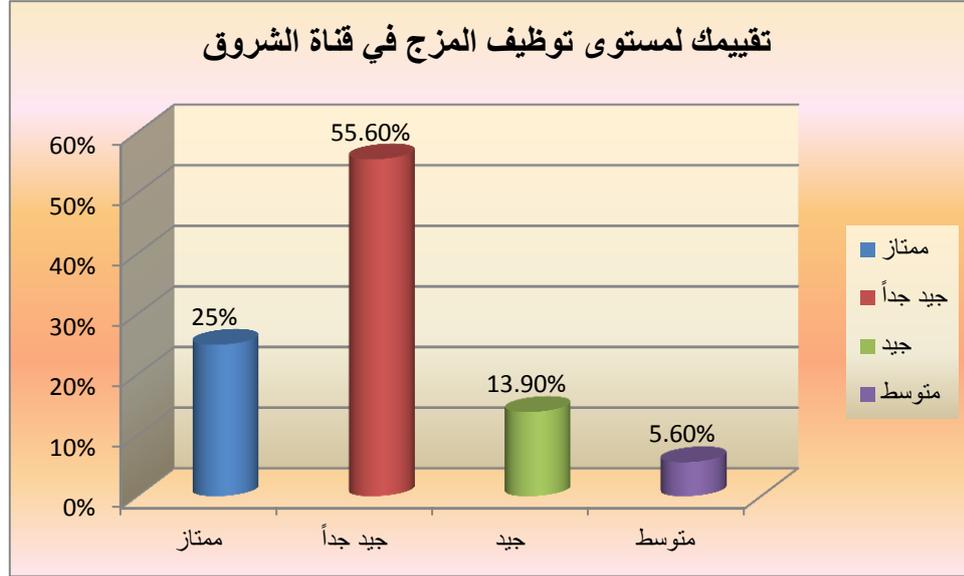
### 34/ توظيف المزج:

جدول (34)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف المزج في قناة الشروق
25.0	9	ممتاز
55.6	20	جيد جداً
13.9	5	جيد
5.6	2	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (34)



34- 25% من أفراد العينة يرون أن مستوى توظيف المزج في قناة الشروق ممتاز، بينما

55.6% يرونه جيداً جداً، و13.9% يرونه جيداً، و5.6% يرونه متوسط.

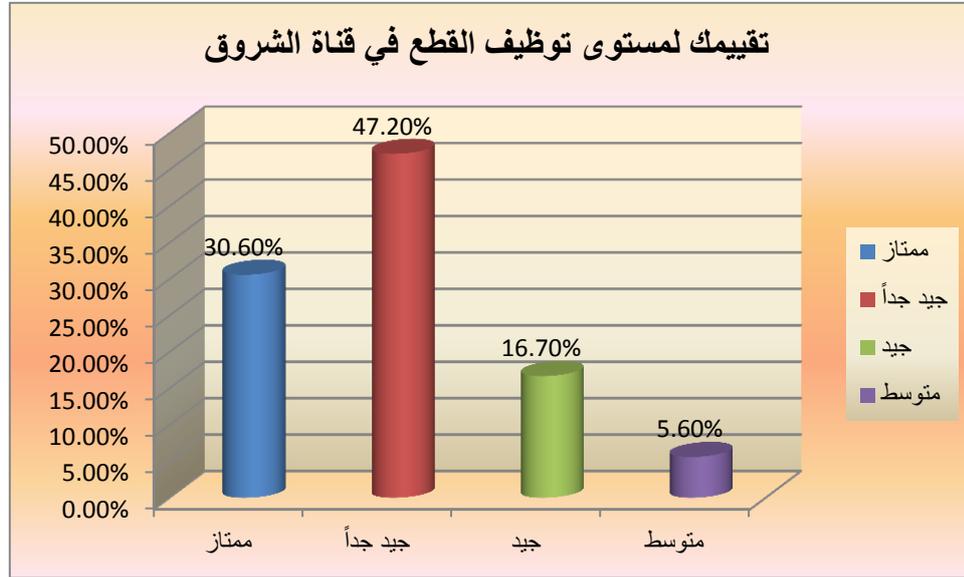
### 35/ توظيف القطع:

جدول (35)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف القطع في قناة الشروق
30.6	11	ممتاز
47.2	17	جيد جداً
16.7	6	جيد
5.6	2	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (35)



30.6% من أفراد العينة يرون أن مستوى توظيف القطع في قناة الشروق ممتاز، بينما 47.2%

يرونه جيداً جداً، و 16.7% يرونه جيداً، و 5.6% يرونه متوسطاً.

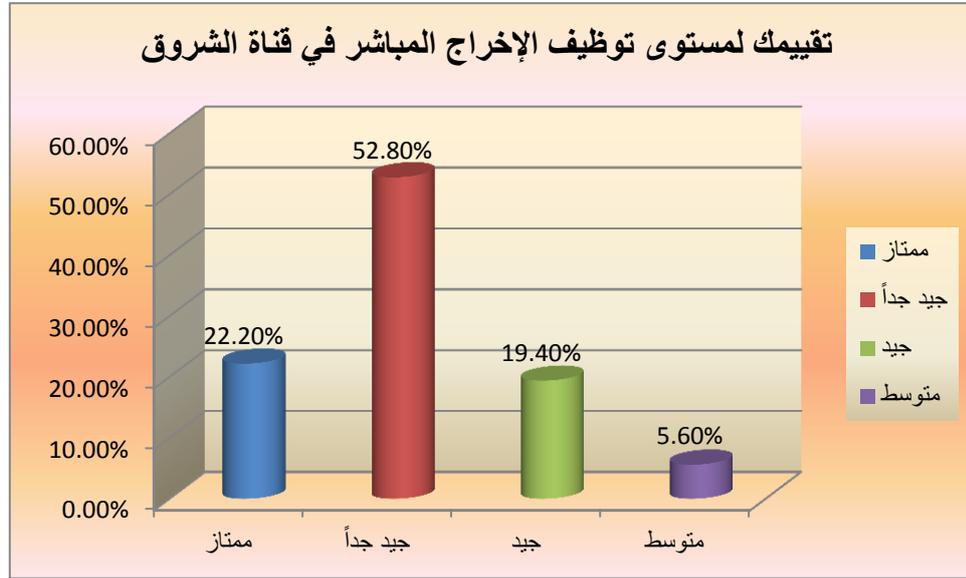
36/ توظيف الإخراج المباشر:

جدول (36)

النسبة %	التكرار	تقييمك لمستوى توظيف الإخراج المباشر في قناة الشروق
22.2	8	ممتاز
52.8	19	جيد جداً
19.4	7	جيد
5.6	2	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (36)



36- 22.2% من أفراد العينة يرون أن مستوى توظيف الإخراج المباشر في قناة الشروق

ممتاز، بينما 52.8% يرونه جيداً جداً، و 19.4% يرونه جيداً، و 5.6% يرونه متوسطاً وهذه

النتيجة مرضية لان الابداع في الاخراج المباشر دوما تقويمه يكون صعب جدا لما يحتاجه من عناية فائقة وانامل فنانة ومبدعه .

**37- سئل أفراد العينة عن تقويمهم لبرامج المنوعات في قناة الشروق ، فقالوا ما يلي:**

- جيدة لكنها دون مستوى الإمكانيات التقنية التي تتمتع بها قناة الشروق.

- فنياً وإخراجياً جيدة، لكن المحتوى عادي.

- المساحة المخصصة لبرامج المنوعات محدودة، مقارنة بالبرامج السياسية.

- برامج المنوعات بالقناة متشابهة، وهي على نمط برنامج "أفراح النيل".

**37- طلب من أفراد العينة تقييم برامج المنوعات في قناة الشروق ، فأجابوا بالآتي:**

- العمل على التطوير في مجال البرمجة والكادر العامل.

- ابتكار أساليب جاذبة.

- اختيار مذيعين محترفين، من أصحاب الثقافة والمعرفة بمختلف الشئون الفنية والثقافية.

- تطوير عملية البحث للخروج عن النمط التقليدي.

- أفراد مساحة لبرامج المنوعات الثقافية.

- الاهتمام بالأخبار الفنية والمسابقات.

- تطوير العرض البصري في عملية الإخراج.

عرض وتفسير الدراسة الميدانية الثانية :

العرض الجدولي والبياني :

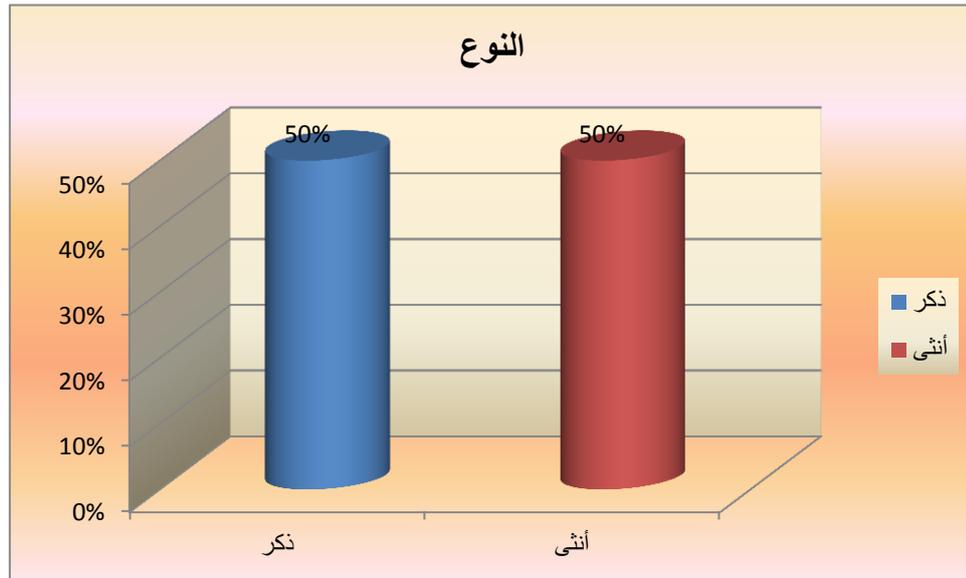
1/ النوع:

جدول (1)

النوع	التكرار	النسبة %
ذكر	18	50.0
أنثى	18	50.0
المجموع	36	100.0

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (1)

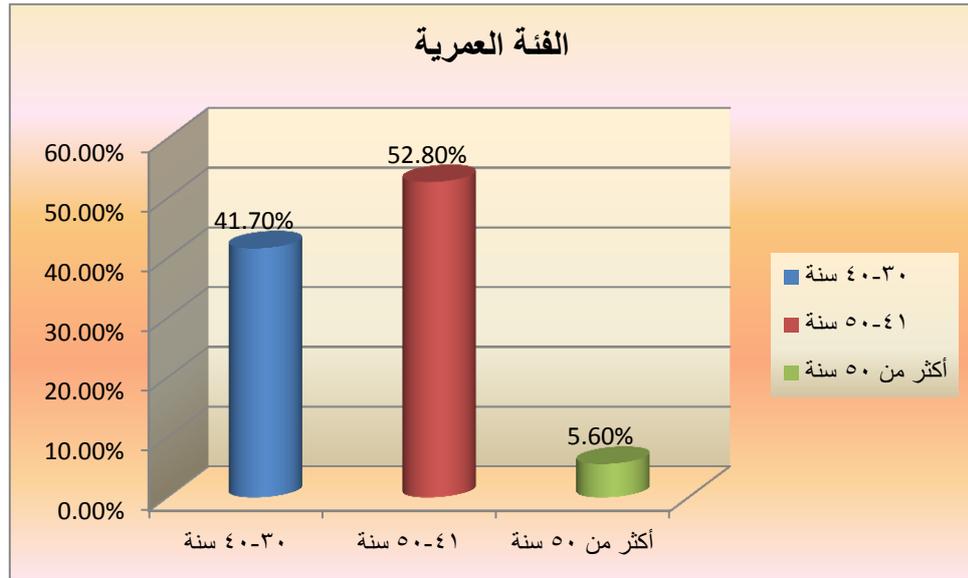


1- 50% من أفراد العينة من الذكور، وكذلك 50% الإناث.

جدول (2)

النسبة %	التكرار	فئات الأعمار
41.7	15	30-40 سنة
52.8	19	41-50 سنة
5.6	2	أكثر من 50 سنة
100.0	36	المجموع

شكل رقم (2)



2- 41.7% من أفراد العينة من الفئة العمرية (30-40 سنة)، و52.8% من الفئة (41-50 سنة)

سنة)، وهناك 5.6% من الفئة (أكثر من 50 سنة). وحدد العمر من ثلاثين فما فوق لضمان

الإجابات الجيدة والنضج التي تتمتع به هذه الأعمار

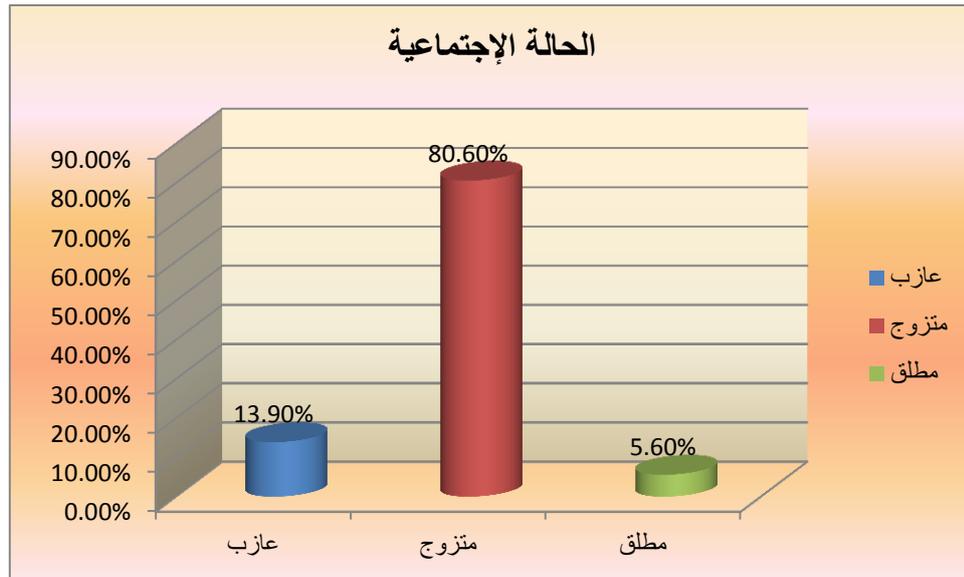
### 3/ الحالة الاجتماعية:

جدول (3)

النسبة %	التكرار	الحالة الاجتماعية
13.9	5	عازب
80.6	29	متزوج
5.6	2	مطلق
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (3)



3- 80.6% من أفراد العينة متزوجون، و 13.9% عازبون، وهناك 5.6% مطلوقون والجزء

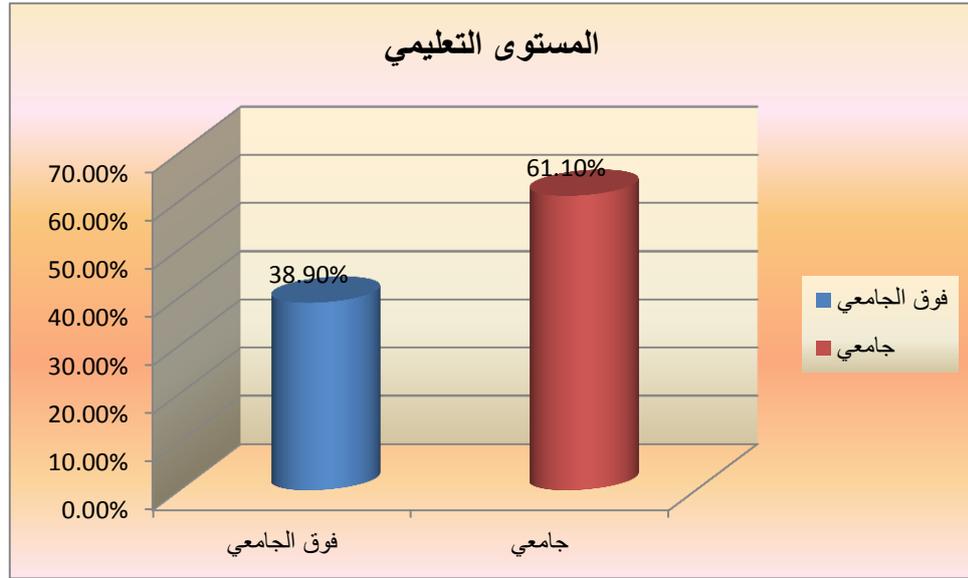
الأعظم للمتزوجين وهذا ماأرادته الباحثة لانها شريحة تتسم بالإستقرار النفسي.

جدول (4)

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
38.9	14	فوق الجامعي
61.1	22	جامعي
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (4)



4- 61.1% من أفراد العينة جامعيون، و38.9% فوق الجامعي. وهذا يدل علي موضوعية

اختيار العينة وإدراكها للفرضيات التي قدمت.

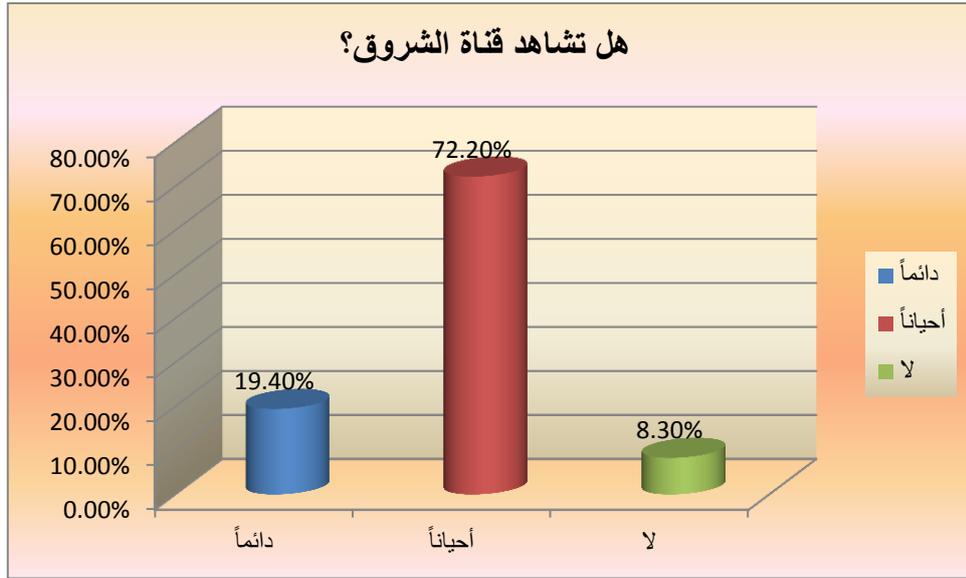
5/ مشاهدة قناة الشروق :

جدول (5)

النسبة %	التكرار	هل تشاهد قناة الشروق؟
19.4	7	دائماً
72.2	26	أحياناً
8.3	3	لا
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (5)



سئل أفراد العينة عما إذا كانوا يشاهدون قناة الشروق، فقال 19.4% إنهم يشاهدونها دائماً،

و72.2% أحياناً، بينما 8.3% لا يشاهدونها. وهي نتيجة متوقعة للباحثة في واقع اعلامي به

الاف القنوات الفضائية الأخرى .

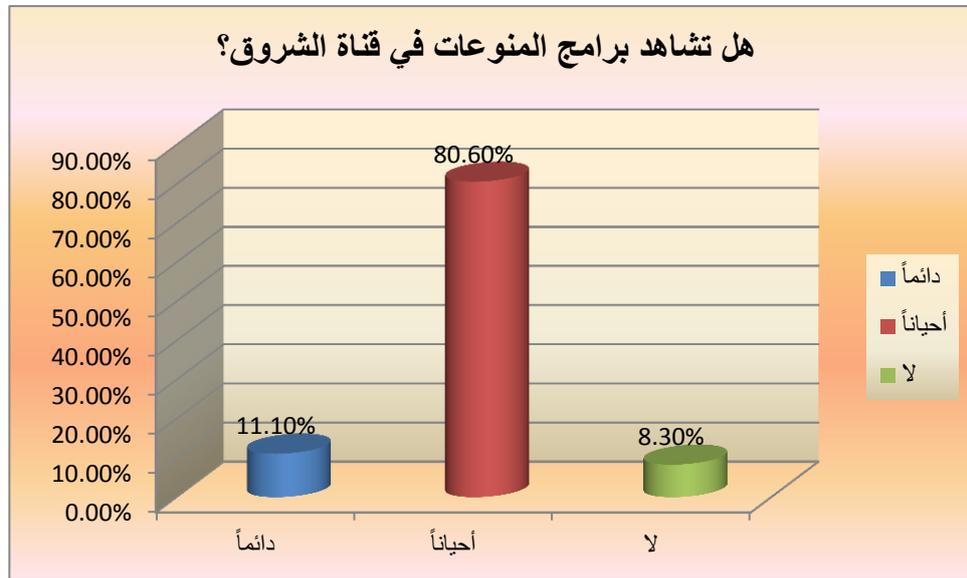
6/ مشاهدة المنوعات في الشروق:

جدول (6)

النسبة %	التكرار	هل تشاهد برامج المنوعات في قناة الشروق؟
11.1	4	دائماً
80.6	29	أحياناً
8.3	3	لا
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (6)



بسؤال أفراد العينة عما إذا كانوا يشاهدون برامج المنوعات في قناة الشروق، قال 11.1% إنهم دائماً ما يشاهدونها، بينما 80% يشاهدونها أحياناً، وهناك 8.3% لا يشاهدونها كانت النتيجة غير مرضية للباحث في عدم مشاهدة برامج المنوعات بالصورة المطلوبة والمرضية .

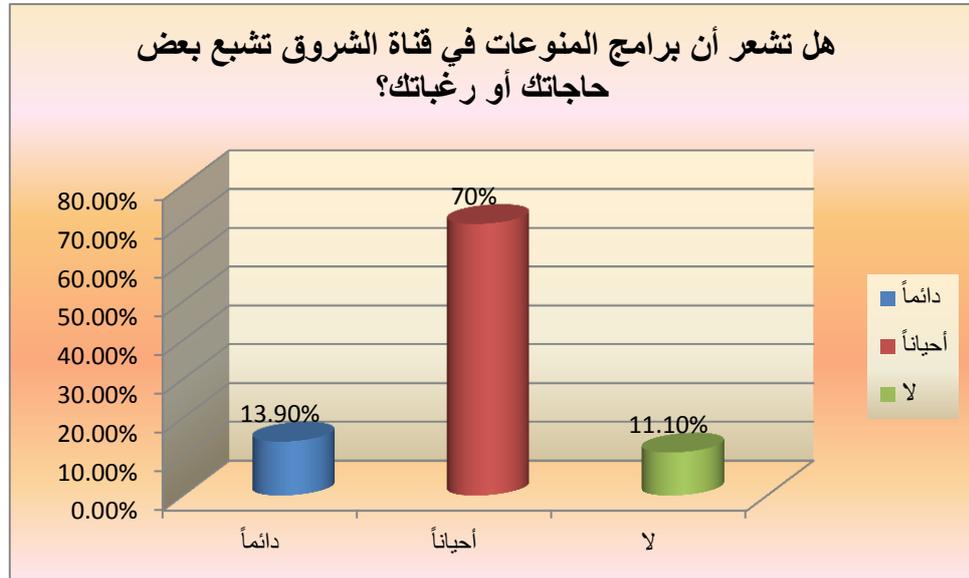
7/ المنوعات في الشروق وإشباع الحاجات:

جدول (7)

النسبة %	التكرار	هل تشعر أن برامج المنوعات في قناة الشروق تشبع بعض حاجاتك أو رغباتك؟
13.9	5	دائماً
75.0	27	أحياناً
11.1	4	لا
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (7)



سئل أفراد العينة عما إذا كانوا يشعرون أن برامج المنوعات في قناة الشروق تشبع بعض حاجاتك أو رغباتهم، فقال 13.9% إنها دائماً ما تشبع حاجاتهم ورغباتهم، بينما 75% أحياناً ما تشبع حاجاتهم ورغباتهم، لكن 11.1% لا تشبع حاجاتهم ورغباتهم.

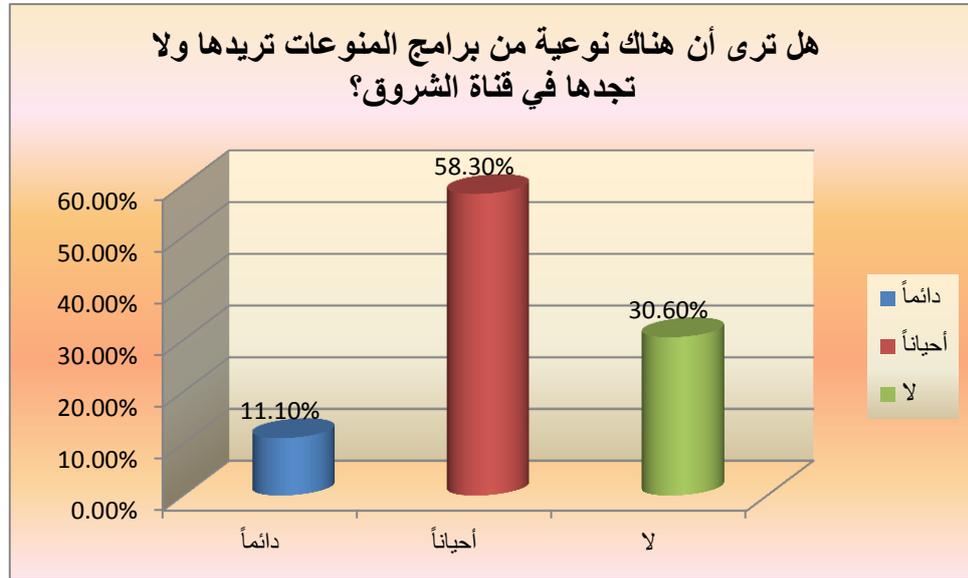
8/ ما تريده من منوعات و لا تجده بالشروق:

جدول (8)

النسبة %	التكرار	هل ترى أن هناك نوعية من برامج المنوعات تريدها ولا تجدها في قناة الشروق؟
11.1	4	دائماً
58.3	21	أحياناً
30.6	11	لا
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (8)



طرح سؤال على العينة عما إذا كانت هناك نوعية من برامج المنوعات يريدونها ولا يجدونها في

قناة الشروق ، فقال 30.6% إنه دائماً ما يريدون برامج ولا يجدونها، وقال 55.6% إنه أحياناً

ما يريدون برامج ولا يجدونها، وقال 2.8% إنهم يريدونها ولا يجدونها من هذه النتيجة يجب علي قناة الشروق البحث عن برامج تكفي احتياجات المشاهد.

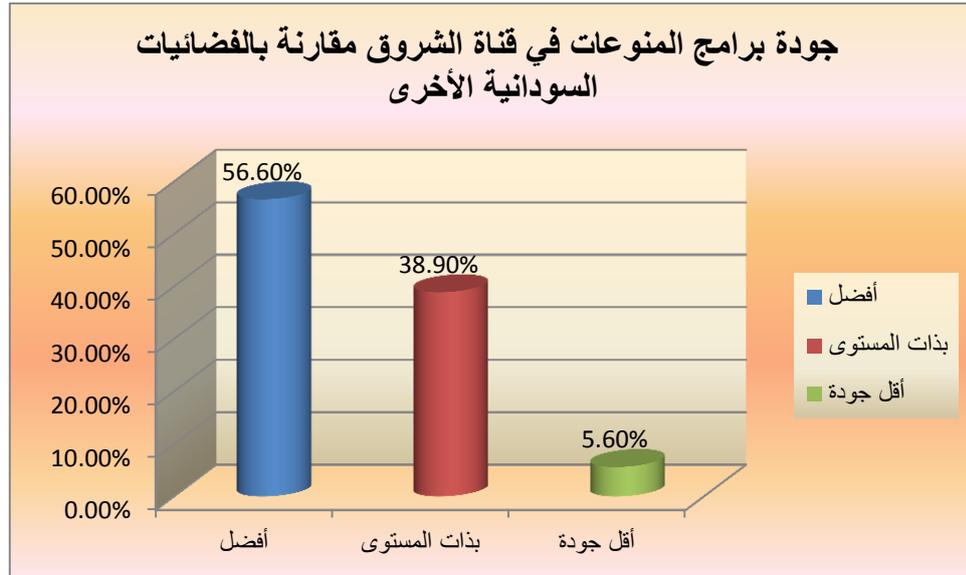
9/ جودة برامج المنوعات في قناة الشروق:

جدول (9)

النسبة %	التكرار	جودة برامج المنوعات في قناة الشروق مقارنة بالفضائيات السودانية الأخرى
55.6	20	أفضل
38.9	14	بذات المستوى
5.6	2	أقل جودة
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (9)



طرح سؤال على أفراد العينة عن جودة برامج المنوعات في قناة الشروق مقارنة بالفضائيات السودانية الأخرى، فقال 55.6% إنها أفضل، وقال 38.9% إنها بذات المستوى، فيما قال 5.6% إنها أقل جودة وهذه النتيجة مرضية للباحثة ودلتها على إختيارها الصائب لقناة الشروق.

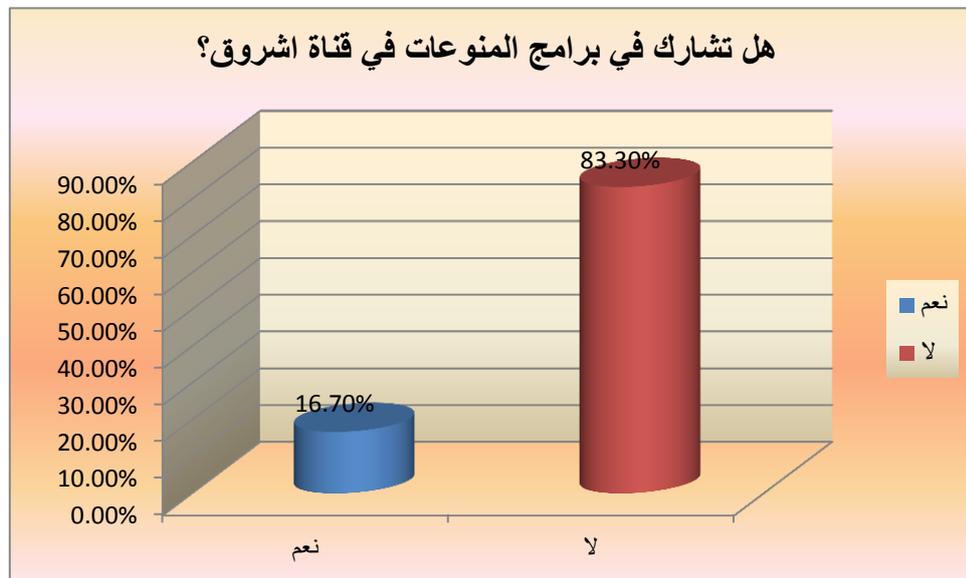
#### 10/ المشاركة في برامج المنوعات:

جدول (10)

النسبة %	التكرار	هل تشارك في برامج المنوعات في قناة الشروق؟
16.7	6	نعم
83.3	30	لا
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (10)



تم طرح سؤال على العينة عما إذا كانوا يشاركون في برامج المنوعات في قناة الشروق، فقال 16.7% إنهم يشاركون، بينما 83.3% لا يشاركون. واثت هذه الفرضية لادراك مدي فاعلية

المشاهد في برامج المنوعات بالقناة ولكن النتيجة أنت غير مرضية وأثبتت عدم وجود التفاعلية اللازمة بين القناة والجمهور .

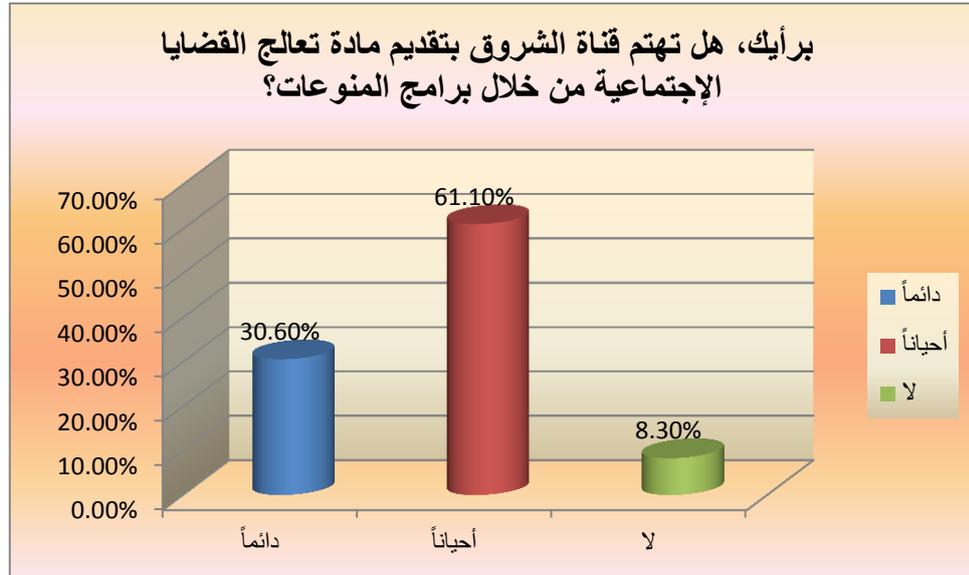
### 11/ القضايا الاجتماعية في المنوعات بالشروق:

جدول (11)

النسبة %	التكرار	برأيك، هل تهتم قناة الشروق بتقديم مادة تعالج القضايا الاجتماعية من خلال برامج المنوعات؟
30.6	11	دائماً
61.1	22	أحياناً
8.3	3	لا
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (11)



طرح سؤال على العينة عما إذا كانت قناة الشروق تهتم بتقديم مادة تعالج القضايا الاجتماعية من خلال برامج المنوعات ، فقال 30.6% إنها تهتم بذلك دائماً، و55.6% تهتم بذلك أحياناً، وقال 2.8% إنها لا تهتم. وكانت النتيجة مذبذبة وغير شاملة الرضا عن القناة في هذه الفرضية .

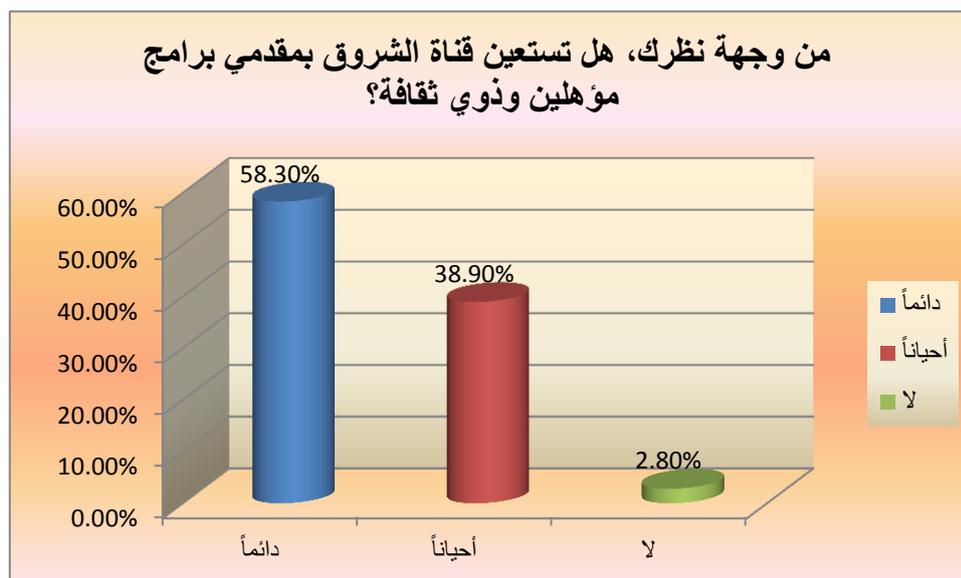
## 12/ استعانة الشروق بمقدمي برامج مؤهلين:

جدول (12)

النسبة %	التكرار	من وجهة نظرك، هل تستعين قناة الشروق بمقدمي برامج مؤهلين وذوي ثقافة
58.3	21	دائماً
38.9	14	أحياناً
2.8	1	لا
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (12)



طرح سؤال على أفراد العينة عما إذا كانت قناة الشروق تستعين بمقدمي برامج مؤهلين وذوي ثقافة، فقال 58.3% إنها تستعين بهم دائماً، و38.9% تستعين بهم أحياناً، وقال 2.8% إنها لا

تستعين بهم. وقيول المشاهد عن المذيع يمثل قبوله أيضا عن البرامج المقدمة لان المذيع هو المترجم الاول للبرنامج والمسئول عن نجاحه .

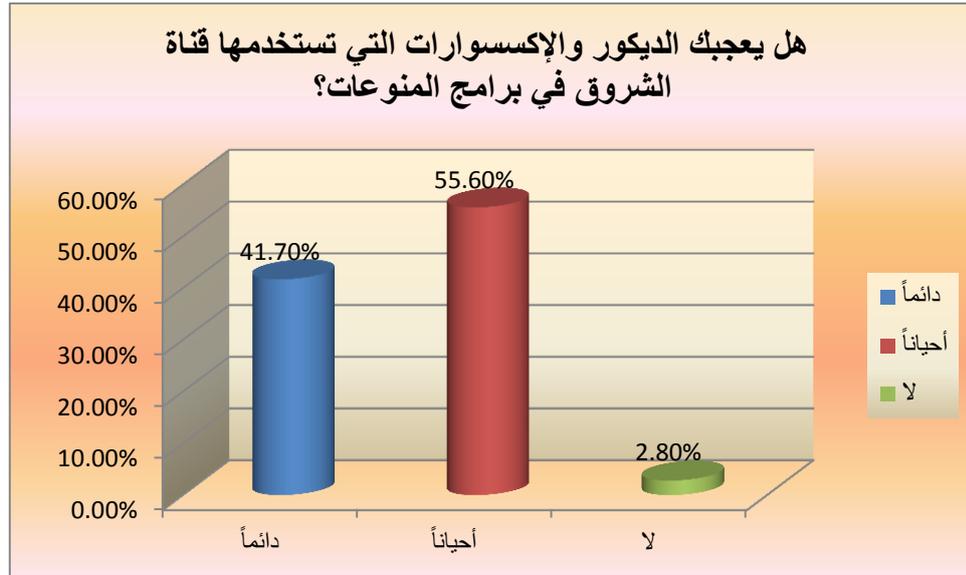
13/ الديكور والإكسسوارات التي تستخدمها الشروق:

جدول (13)

النسبة %	التكرار	هل يعجبك الديكور والإكسسوارات التي تستخدمها قناة الشروق في برامج المنوعات؟
41.7	15	دائماً
55.6	20	أحياناً
2.8	1	لا
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (13)



تم طرح سؤال على أفراد العينة عما إذا كان الديكور والإكسسوارات التي تستخدمها قناة الشروق في برامج المنوعات تعجبهم، فقال 41.7% إنها تعجبهم دائماً، و55.6% تعجبهم أحياناً، وقال 2.8% إنها لا تعجبهم. والإكسسوارات هي من جماليات البرنامج ومكمل ثانوي للصورة فيجب الإهتمام بها.

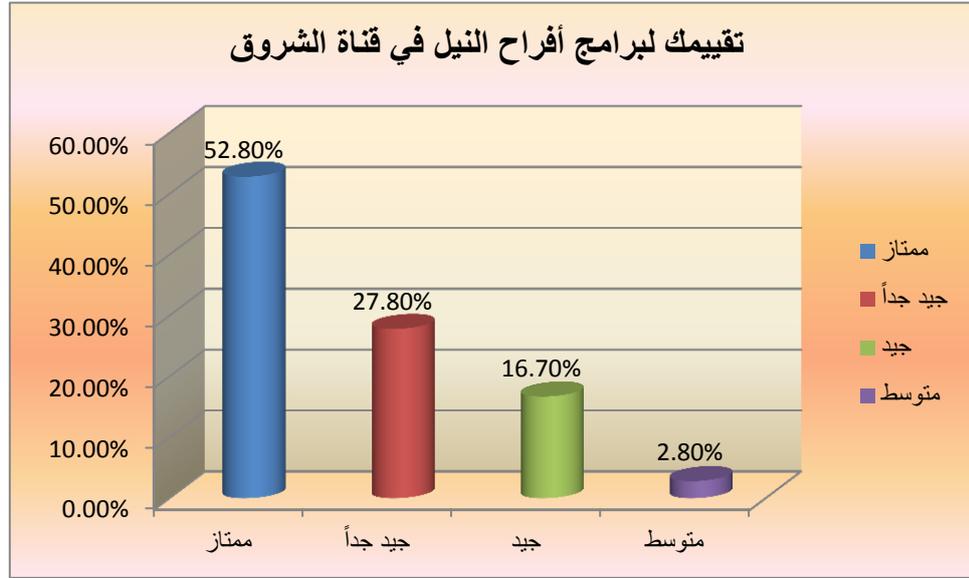
#### 14/ تقييمك لبرنامج أفراح النيل:

جدول (14)

النسبة %	التكرار	تقييمك لبرنامج أفراح النيل في قناة لشروق
52.8	19	ممتاز
27.8	10	جيد جداً
16.7	6	جيد
2.8	1	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (14)



طلب من أفراد العينة تقييم برنامج "أفراح النيل" في قناة الشروق، فقال 52.8% إنه ممتاز، و27.8%، قالوا إنه جيد جداً، وأجاب 16.7% أنه جيد، وذكر 2.8% إنه متوسط. وأفراح النيل هو برنامج منوعات حسب تعريفه العلمي. وما أتى من نتيجة كانت مرضية جداً لضخامة إنتاجه

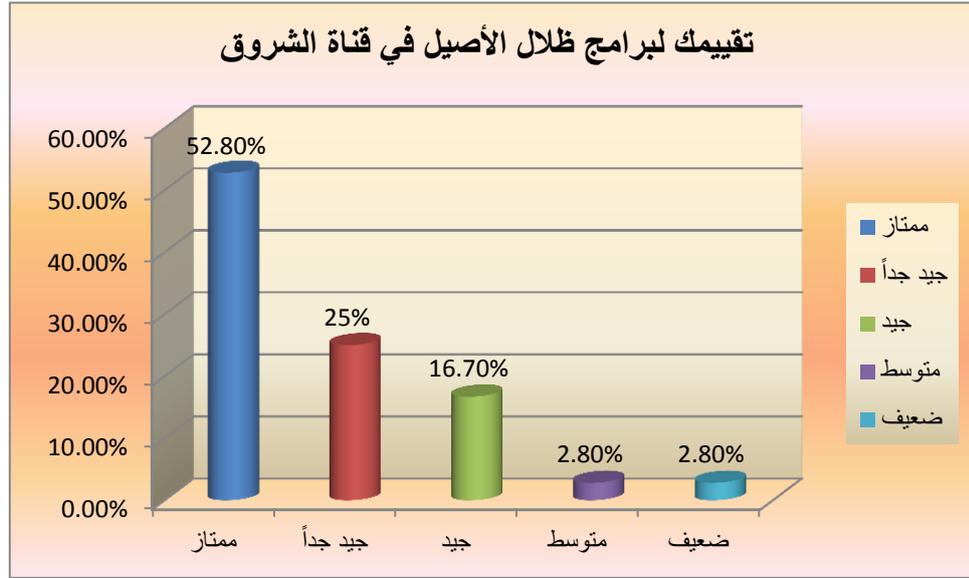
15/ تقييمك لبرنامج ظلال الأصيل:

جدول (15)

النسبة %	التكرار	تقييمك لبرنامج ظلال الأصيل في قناة الشروق
52.8	19	ممتاز
25.0	9	جيد جداً
16.7	6	جيد
2.8	1	متوسط
2.8	1	ضعيف
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (15)



طلب أفراد العينة تقييم برنامج "ظلال الأصيل" في قناة الشروق، فقال 52.8% إنه ممتاز، و25% رأوا أنه جيد جداً، وأجاب 16.7% بـ(جيد)، وقال 2.8% إنه متوسط، و2.8% ضعيف. هذه النتيجة أيقنت الباحثة مدي إهتمام الجمهور ببرامج المنوعات اليومية ومتابعتها واتي تقييم المشاهد مقبول جدا لهذا البرنامج.

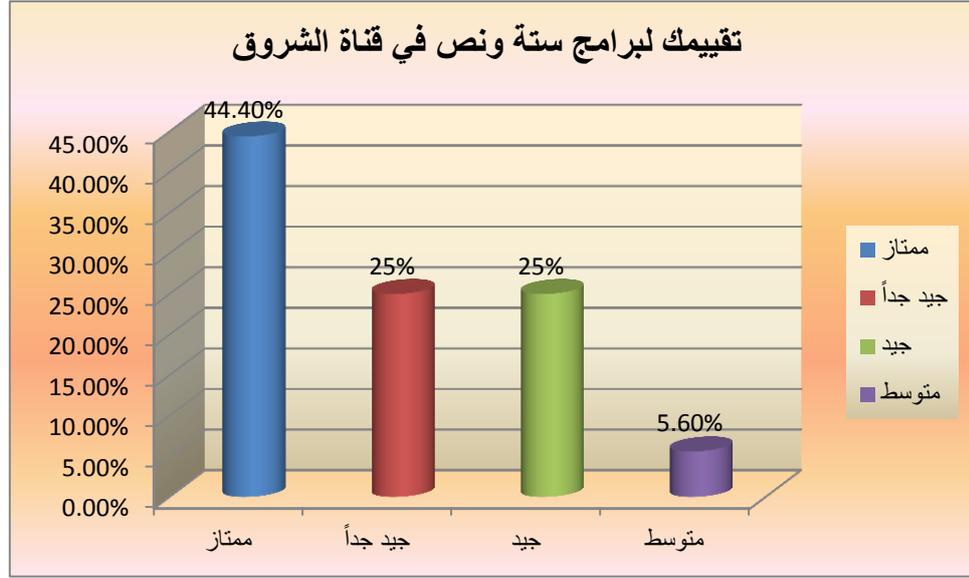
**16/ تقييمك لبرنامج ستة ونص:**

جدول (16)

النسبة %	التكرار	تقييمك لبرامج ستة ونص في قناة الشروق
44.4	16	ممتاز
25.0	9	جيد جداً
25.0	9	جيد
5.6	2	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (16)



طلب من أفراد العينة تقييم برنامج "ستة ونص" في قناة الشروق، فقال 44.4% إنه ممتاز، و25% رأوا أنه جيد جداً، وأجاب 25% بـ(جيد)، وقال 5.6% إنه متوسط. وهي نتيجة مرضية لإنتاج مثل هذه النوعية من برامج المنوعات .

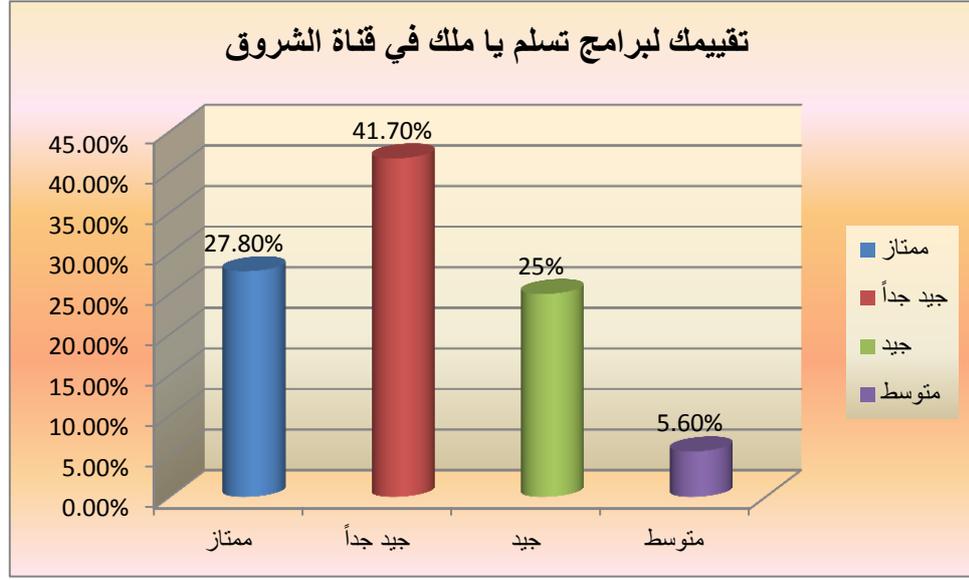
17/ تقييمك لبرنامج تسلم يا ملك:

جدول (17)

النسبة %	التكرار	تقييمك لبرنامج تسلم يا ملك في قناة الشروق
27.8	10	ممتاز
41.7	15	جيد جداً
25.0	9	جيد
5.6	2	متوسط
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (17)



طلب من أفراد العينة تقييم برنامج "تسلم يا ملك" في قناة الشروق، فقال 27.8% إنه ممتاز، و41.7% رأوا أنه جيد جداً، وأجاب 25% بـ(جيد)، و5.6% قالوا إنه متوسط.

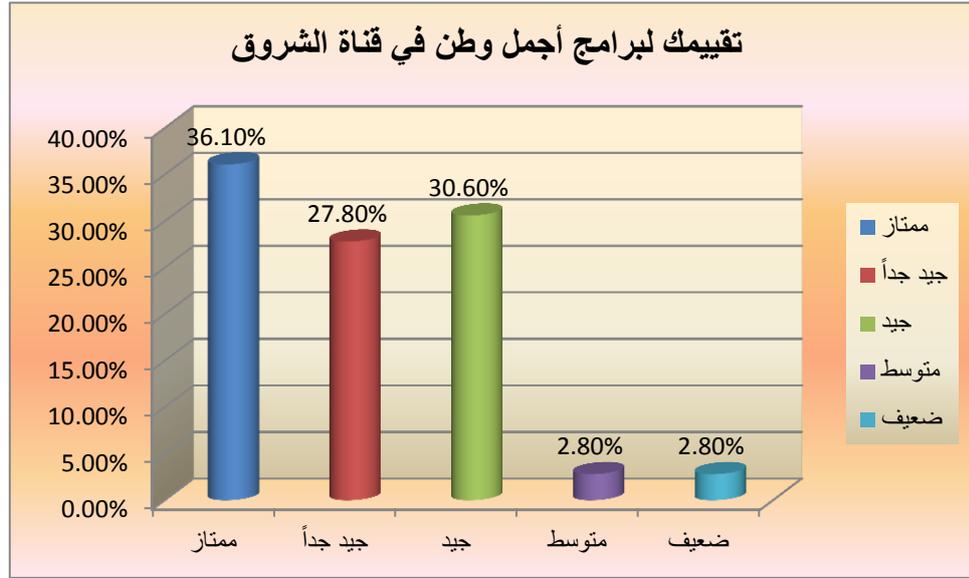
### 18/ تقييمك لبرنامج أجمل وطن:

جدول (18)

النسبة %	التكرار	تقييمك لبرنامج أجمل وطن في قناة الشروق
36.1	13	ممتاز
27.8	10	جيد جداً
30.6	11	جيد
2.8	1	متوسط
2.8	1	ضعيف
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (18)



طلب من أفراد العينة تقييم برنامج "أجمل وطن" في قناة الشروق، فقال 36.1% إنه ممتاز، و27.6% رأوا أنه جيد جداً، و30.6% جيد، وقال 2.8% إنه متوسط، وكذلك يرى 2.8% أنه ضعيف. وهذا الرضا عن هذا البرنامج خلق نوع من الإطمئنان علي تحسين إنتاج البرامج بقناة الشروق.

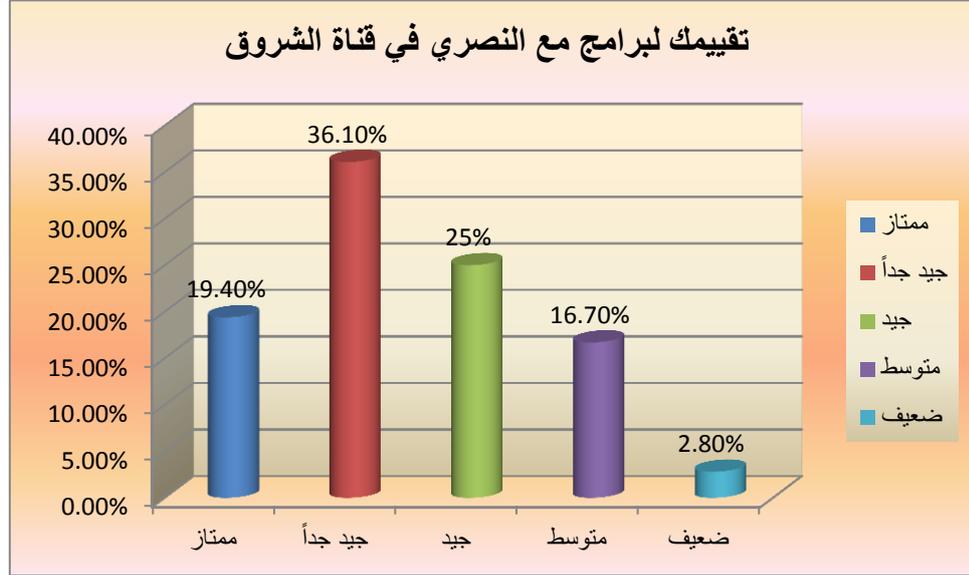
#### 19/ تقييمك لبرنامج مع النصري:

جدول (19)

النسبة %	التكرار	تقييمك لبرنامج مع النصري في قناة الشروق
19.4	7	ممتاز
36.1	13	جيد جداً
25.0	9	جيد
16.7	6	متوسط
2.8	1	ضعيف
100.0	36	المجموع

المصدر: اعداد الباحث من بيانات الاستمارة 2015م

شكل رقم (19)



طلب من أفراد العينة تقييم برنامج "مع النصري" في قناة الشروق، فقال 19.4% إنه ممتاز، و36.1% رأوا أنه جيد جداً، وأجاب 25% بـ(جيد)، وقال 16.7% إنه متوسط، فيما يرى 2.8% أنه ضعيف. وهذه النتيجة أثبتت أن قناة الشروق قامت بمجهودات مقدرة لإنتاج هذا البرنامج

20-سئل أفراد العينة عما يريدونه من برامج المنوعات ولا يجدونه في قناة الشروق، فقالوا:

- الرياضة
- أغاني الحقيبة
- برامج تهتم بالمجتمع
- برامج تهتم بقضايا المواطن
- الفكاهة
- الشعر

## النتائج

1. أوضحت الدراسة أن برامج المنوعات التلفزيونية من أهم قوالب برامج التلفزيون ، لما تتمتع به من خفة وحركة ومشاهده عالية من قبل الجمهور المشاهد .
2. أكدت الدراسة أن عملية التخطيط هي من أهم مقومات نجاح أي عملية إدارية وأن متابعة الخطة البرنامجية التي وضعت ومتابعة تحقيق أهدافها التي وضعت من أجلها هي متابعة لنجاح برامج التلفزيون وخصوصا برامج المنوعات .
3. أثبتت الدراسة أن الإنتاج البرامجي السليم هو العمود الفقري لتحويل الفكرة إلى نص مرئي مكتمل النواحي الجميلة الجاذبة .
4. إكتمال عناصر الإنتاج البرامجي من عناصر إخراج صورة وصوت جاذبين وكذلك كفاءة العاملين من مخرجين يجعل من برامج المنوعات برامج جاذبة للمشاهد بما تحتويه من صورة جميلة وصوت أجمل .
5. استخدام المحسنات الصورية والمؤثرات الضوئية والصورية والصوتية وحسن اختيار الديكورات والأثاثات وتحديد الألوان ذات الطابع الهادئ وتهيئة الاستديوهات تهيئة كاملة يعزز من عملية إنتاج برامج منوعات مرضية .
6. أثبتت الدراسة أن قناة الشروق واحدة من أهم القنوات السودانية والتي برزت في الأونة الأخيرة وأنها تحظى بنسبة مشاهدة عالية بما تقدمه من برامج ترضي بعض من غرور الجمهور المشاهد.
7. أوضحت الدراسة أن قناة الشروق تهتم بوضع مساحة مميزة لبرامج المنوعات في خططها البرنامجية وأن هذا الاهتمام المتواتر نتج عنه صنع مادة منوعات استطاعت ان تجذب من خلاله قاعدة جماهيرية وخصوصا برنامج أفراح النيل .

8. أكدت الدراسة ومن خلال الاستبانة أن برامج المنوعات من أجمل القوالب التي تقدم بقناة الشروق وأنت النتيجة بنسبة 44.04% من واقفوا علي ذلك .

9. أثبتت الدراسة أن إخراج برامج المنوعات بقناة الشروق لم تكن بالطريقة المطلوبة ولم يتماشي مع المستوي التقني الذي توفره القناة وذلك بنسبة 44.0% من اجاب بذلك .

10. أكدت الدراسة أن برامج المنوعات تحتاج إلي قيام أفكار مختلفة وخروج عن المألوف وذلك برؤى إبداعية مختلفة وعرض مختلف جاذب وذلك بنسبة 58.03 من طلب هذا.

11. أوضحت الدراسة أن مديعي برامج المنوعات يجب أن يكونو بطابع مختلف وأكثر خفة وتماشياً مع هذا القالب وأن مديعي برامج المنوعات بقناة الشروق غير مناسبين لمثل هذا القالب و47.02% من أبدى ذلك .

12. أكدت الدراسة ومن خلال المقابلات التي اجريت مع خبراء التخطيط بقناة الشروق أن القناة تضع خطة برامجية وتسعى لتحقيق أهدافها خلال الفترة المحددة لها . وان كل برنامج تقوم القناة بإنشاء ملف تعريفى له .

13. كذلك تقوم القناة بوضع استبيان تعمل من خلاله لمعرفة اراء مشاهديها في البرامج التي تقدمها من خلالها موقعها علي الإنترنت وذلك مايمكن القناة من معالجة أخطاء الخطة أو المواصله في تقديم البرامج بالصورة التي يقبلها المشاهد .

## التوصيات

1-الإهتمام بعملية التخطيط البرامجي ووضع خطة برامجية ذات أهداف واضحة ومن ثم متابعة سير هذه الخطة ومراجعة الأخطاء التي تحدث حتي يمكن ان نتقادها ويتبع ذلك عمل دورة برامجية ناجحة .

2-الإلتزام بعناصر الإنتاج السليم وتوفير الإمكانيات الإنتاجية اللازمة وتنفيذ ما وضع في الخطة البرنامجيةحتي تتسني فرصة إنتاج برامج منوعات جاذبة .

3-مواكبة التطورات والتقنيات الحديثة المتوفرة في ساحة الإنتاج الإعلامي حتي يواكب إنتاج برامج المنوعات في قناة الشروق القنوات العربية والعالمية الأخرى .

4-إفراد مساحة أكبر مما هي عليه الآن بالقناة لبرامج المنوعات ومقابل هذه المساحة إبتكار أساليب جاذبة ورؤى إبداعية مختلفة .

5-الخروج عن نمط برامج المنوعات الحوارية الكلاسيكية وتكثيف عملية البحث والخروج ببرامج المنوعات عن الطابع المألوف والنمط التقليدي .

6-يجب أن توجد برامج مسابقات حقيقية وعروض مباشرة . وتوفر مساح مهياة لمثل هذه البرامج والتي تخلق أجواء الإثارة والتشويق وخلق نوع من مشاركة المشاهدين في مثل هذه البرامج .

7-الإهتمام بتدريب مذيعين برامج المنوعات علي هذا القالب ومايحتاجه من خفة ولطف وكاريزما مختلفة حتي يخرجوا من طابع الجمود والصرامة .

8-تطوير عمليات العرض البصري وأوجه العرض وصنع أستوديوهات وديكورات مختلفة والبعد عن مثل هذه الجلسات التي تبعث الملل في نفس المشاهد.

المصادر :

أولا : القرآن الكريم

ثانيا : معاجم اللغة العربية

الكتب والمراجع :

- (1) أحمد عبد الملك\_ قضايا إعلاميه . عمان . دار مجد للنشر . ط1 . 1987م .
- (2) أبي بكر الرازي . مختار الصحاح .(مورد) . دار الحكمة . دمشق . 1983م . الفيروز أبادي . القاموس المحيط . (مورد ) . مؤسسة الرسالة . بيروت . ط3 . 1993م
- (3) حسن عماد مكاوي . تكنولوجيا الإتصال الحديث في عصر العولمة . القاهرة . الدار المصرية اللبنانية . 1993 .
- (4) حلمي فوزي . عبد الرحمن عبد الله . المرشد من كتاب الأبحاث . جدة . دار الشروق للنشر والتوزيع . 1991 .
- (5) حمدي عبد المقصود . فن إعداد البرامج التلفزيونية . مركز تطوير الأداء والتنمية . مصر الحديثة . 2006م
- (6) جيهان أحمد رشتي الأسس العلمية لنظريات الإسلام . القاهرة . دار الفكر العربي ط2 . 1991م
- (7) جون . ج . فلوهنتري . قصة التلفزيون . ترجمة أسعد نجار . القاهرة . الهيئة العامة للكتاب . بدون تاريخ .
- (8) خيرى الجزيري . وظيفة التخطيط . دار النهضة العربية . القاهرة . 1990 .
- (9) سهير جاد . سامية أحمد علي . البرامج الثقافية في الراديو . دار الفجر للنشر والتوزيع . القاهرة . 1997ص

- 10) سهير جاد البرامج التلفزيونية والأعلام الثقافي . . الهيئة المصرية العامة للكتاب. القاهرة. 1987.
- 11) سمير محمد حسين دراسات في مناهج البحث العلمي . عالم الكتاب . القاهرة . 2006.
- 12) سمير محمد حسين .بحوث الإعلام . الأسس والمبادئ . القاهرة . عالم الكتاب 1995.
- 13) عدلي سيد محمد رضا وعاطف عدلي العبد . التخطيط الإعلامي . جامعة القاهرة للتعليم المفتوح . القاهرة . 2001م
- 14) عثمان عوض الكريم .تخطيط البرامج التلفزيونية . المكتبة الوطنية . الخرطوم . ط1. 1989م
- 15) عاطف عدلي .التخطيط الإعلامي والاسس النظرية والنماذج التطبيقية .الدار العربية للنشر والتوزيع . القاهرة . 2009م
- 16) عبد المجيد شكري . الفن الإذاعي وتحديات تكنولوجيا قرن جديد العربي للنشر والتوزيع . القاهرة . 1999.
- 17) عبد المجيد شكري .تكنولوجيا الإتصال .إنتاج برامج الراديو والتلفزيون .دار الفكر. القاهرة. 1996.
- 18) عدلي سيد محمد رضا . البناء الدرامي في التلفزيون . دار الفكر العربي . القاهرة. 1998م
- 19) عصام سليمان موسي .المدخل في الإتصال الجماهيري . الأردن . مكتبة الكتب . 1986م.

- (20) عبد الماجد أحمد الحسن . التلفزيون والأفكار المستحدثة . سوريا . المطبعة الهاشمية .  
2006م
- (21) علي محمد شمو . الإتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة . المملكة العربية السعودية .  
الدار القومية العربية للثقافة والنشر .1999م
- (22) عثمان عوض الكريم . تخطيط البرامج التلفزيونية .الأمانة العامة للثقافة .  
الخرطوم.1999م
- (23) عبد العزيز شرف .دراسات تطبيقية حول التعبير الإعلامي الحديث.دار الجيل.  
بيروت 1991م
- (24) عبد العزيز الغنام . مدخل علم الصحافة أنتاج البرامج الإذاعية مكتبة الأنجلو  
المصرية . 1983
- (25) عبد الدائم عمر الحسن . الكتابة للتلفزيون . الدار العالمية للنشر والتوزيع . ط2  
2010
- (26) عبدالدائم عمر حسن . الكتابه والأنتاج الإذاعي . دار الفرقان.ط1 . 1978م
- (27) عبد الدائم عمر حسن . التلفزيون .الدار العالمية للنشر . الخرطوم .2010م
- (28) عدلي رضا وعاطف عدلي العبد .إدارة المؤسسات الإعلامية .دار الفكر العربي.  
القاهرة .2006م
- (29) عدلي سيد محمد رضا . البناء الدرامي في التلفزيون . دار الفكر العربي . القاهرة
- (30) عصام سليمان موسي المدخل في الإتصال الجماهيري . الأردن . مكتبة الكتب .  
1986م

**(31)** فاروق عبد الرحمن عمر . التلفزيونات في الجمهورية العربية المتحدة والعالم . القاهرة .  
الدار القومية للطباعة والنشر .

**(32)** فايق فهم . الإعلام المعاصر . الرياض . دار الوطن للنشر والإعلام . 1985م

**(33)** فيصل فري مراد . الإدارة الاسس والنظريات والوظائف . عمان . دار محلاوي . 1983 .

**(34)** ماجي الحلواني . مقدمه في الفنون الإذاعيه والسمعصريه . مركز جامعة القاهرة للتعليم  
المفتوح . 1999م

**(35)** محمد معوض مدخل الي فنون العمل التلفزيوني القاهرة دار الفكر العربي . 1988م

**(36)** محمود سيد محمد . الإعلام والتنمية . دار الفكر العربي . القاهرة . 1988م

**(37)** مختار عثمان الصديق . مناهج البحث العلمي . ايثار للطبع . الخرطوم . 2006 .

**(38)** كرم شلبي - الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج - القاهرة . مكتبه التراث الاسلامي .

**(39)** كرم شلبي . المذيع وفن وتقديم البرامج للراديو والتلفزيون . دار الجيل . 1990م

**(40)** كرم شلبي . معجم المصطلحات الإعلامية . دار الشروق . القاهرة . 1989م

**(41)** نشوة عقل . الإخراج الإذاعي والتلفزيوني . دار العربية للنشر . القاهرة . 2009م .

**(42)** يحي بسيوني مصطفى . التلفزيون الإسلامي ودوره في التنمية . عالم الكتب .  
الرياض . 1985م

#### الرسائل والدراسات :

**(1)** أزهرى الطاهر محمد أرباب . دراسة ماجستير غير منشورة بعنوان الترفيه في التلفزيون

وتأثيره علي المجتمع . جامعة القرآن الكريم . 1991 .

**(2)** افاق أمام الدين ضو البيت . دراسة ماجستير غير منشورة بعنوان الاسس الفنية لانتاج

وتقديم برامج المنوعات . جامعة أم درمان الإسلامية . 2006

(3) إحساس محمد مدني .دراسة ماجستير بعنوان إنتاج برامج المنوعات في التلفزيون .

جامعة أم درمان الإسلامية .1999م

(4) أحمد الماحي ابو بكر .رسالة دكتوراة غير منشورة بعنوان التخطيط الإستراتيجي لوسائل

الإعلام في السودان .جامعة أم درمان الإسلامية 2008م

(5) إيمان أحمد دفع الله .دراسة ماجستير غير منشورة بعنوان تقديم برامج المنوعات .جامعة

أفريقيا . 2006 م

(6) عثمان عوض الكريم .دراسة دكتوراة غير منشورة بعنوان تخطيط البرامج في تلفزيون

السودان .جامعة أم درمان الإسلامية . 2002م.

(7) لبنى إبراهيم المأمون دكتوراة غير منشورة بعنوان تخطيط البرامج التنموية التلفزيونية

وإنتاجها .جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا . كلية علوم الإتصال .2011م

### المجلات والدوريات :

(1) دويدار الطاهر .قوالب البرامج التلفزيونية . مجلة الفن الإذاعي . العدد68. القاهرة . يناير

1978.

(2) دويدار الطاهر. برامج التلفزيون كاملة النص . مجلة الفن الإذاعي . العدد73 يوليو .

1978م.

(3) حسين يسري زمين .أسس ومقومات البرنامج التلفزيوني .مجلة الفن الإذاعي .العدد115.

القاهرة .أكتوبر 1987

(4) عبده دياب .التمثيلية التلفزيونية .مجلة الفن الإذاعي .العدد150 .القاهرة .يوليو 1997.

(5) فوزية فهيم . التلفزيون أحدث وسيلة إعلام . مجلة الفن الإذاعي .العدد115 . القاهرة

1987.

- 6) نسمة بطريق . الكتابة للإذاعة التلفزيون . برنامج بكالوريوس الإعلام . جامعة القاهرة
- 7) ياسر المالح . المقابلات التلفزيونية الإعلامية . ورقة عمل للتدريب . المركز العربي للتدريب الإذاعي والتلفزيوني . دمشق . 1995م

مواقع الإنترنت عبر محرك البحث google:

1. موقع الموسوعة العلمية ويكيبيديا

2. موقع mass communication

3. موقع good news

4. موقع maxforums

5. موقع sudanes on line

بسم الله الرحمن الرحيم

## جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

### كلية الدراسات العليا

### كلية علوم الاتصال

### قسم الإذاعة (راديو - تلفاز)

السيد : .....

المحترم

### الموضوع : إستمارة إستبيان

بالإشارة للموضوع أعلاه نرجو من سيادتكم شاكرين التكرم بتعبئة الاستمارة لمرفقة ،  
علماً بأن هذا الاستبيان يهدف إلي معرفة رأيك الشخصي حول برامج المنوعات  
السودانية عموماً وبرامج المنوعات في قناة الشروق علي وجه الخصوص ، وبنيت هذه  
الاستبيانة وفقاً علي صفتكم من المختصين وذوي الخبرات في هذا المجال ،، وهذا  
الاستبيان جزء من بحث للحصول علي درجة الماجستير بكلية علوم الاتصال قسم  
الإذاعة ( راديو - تلفاز ) .

عنوان الرسالة :. تخطيط وإنتاج برامج المنوعات التلفزيونية في السودان

دراسة تطبيقية علي قناة الشروق الفضائية

الباحث :. داليا كمال الدين عمر مالك

مشرف البحث :. د/ نهي حسب الرسول

أ- بيانات المبحوثين :

النوع : ذكر  أنثي

1/ العمر 30\_40  40. 50  50 فأكثر

2/ المستوى التعليمي: أ/ فوق الجامعي  ب/ جامعي

ج/ ثانوي

3/ الحالة الاجتماعية : عازب  متزوج  م

أرمل

2/ طبيعة العمل: أ/ منتج  ب/ مخرج

ج/معد برامج  ج/مقدم برامج

هـ/مونتاج

3 / سنوات الخبرة : أ/أقل من 5 سنوات  / 5- 10 سنوات

ج/ 11-15 سنة  د/ أكثر من 15 سنة

ب- الأسئلة:

4/ برامج المنوعات من أهم القوالب البرنامجية في مجال الإذاعة والتلفزيون

- ( أ ) أوافق بشدة  ( ب ) أوافق  ( ج ) محايد   
( د ) لا أوافق  ( هـ ) لا أوافق بشدة

5/ تحظى برامج المنوعات التلفزيونية باهتمام كبير من القنوات الفضائية بالسودان:

- ( أ ) أوافق بشدة  ( ب ) أوافق  ( ج ) محايد   
( د ) لا أوافق  ( هـ ) لا أوافق بشدة

6/ برامج المنوعات من أجمل القوالب التي تقدم في قناة الشروق؟

- ( أ ) أوافق بشدة  ( ب ) أوافق  ( ج ) محايد   
( د ) لا أوافق  ( هـ ) لا أوافق بشدة

7/ تلتزم قناة الشروق بالجوانب الفنية المتعلقة ببرامج المنوعات ؟

- ( أ ) أوافق بشدة  ( ب ) أوافق  ( ج ) محايد   
( د ) لا أوافق  ( هـ ) لا أوافق بشدة

9/ يتم إخراج برامج المنوعات في قناة الشروق بشكل ممتاز:

- ( أ ) أوافق بشدة  ( ب ) أوافق  ( ج ) محايد   
( ب ) لا أوافق  ( ب ) لا أوافق بشدة

10/ تقوم برامج المنوعات في قناة الشروق على أفكار خلاقة، أو تحوي رؤية إبداعية؟

- ( أ ) أوافق بشدة  ( ب ) أوافق  ( ج ) محايد   
( ب ) لا أوافق  ( ب ) لا أوافق بشدة

12/ يتم اختيار المذيعين المناسبين لبرامج المنوعات في قناة الشروق؟

( أ ) أوافق بشدة       ( ب ) أوافق       ( ج ) محايد  
 ( ب ) لا أوافق       ( ب ) لا أوافق بشدة

8/ وضح تقييمك لمستوى التوظيف للجوانب التالية في برامج المنوعات في قناة الشروق ؟

م	التقييم	ممتاز	جيد جداً	جيد	متوسط	ضعيف
1: الإضاءة	الإضاءة الأساسية الإضاءة التكميلية الظلال والشدو الإضاءة الجمالية استخدام الجلاتين والمحسنات الضوئية					
2: الديكور	الديكور الأساسي للبرامج الأثاثات التي تستخدم الإكسسوارات الألوان التي تستخدم الخلفيات					
3 : الكاميرا	اللقطات التي تستخدم					

					حركات الكاميرا المؤثرات الصوتية العاكسات <b>Zoom in-out</b>	
					المونتاج الجرافيكس النترات البرومات . التراويج صناعة التقارير	<b>4 العمليات الفنية</b>
					العمليات الإخراجية عملية المزج عملية القطع الإخراج المباشر	<b>5</b>

13 ما تقييمك لبرامج المنوعات في قناة الشروق ؟

.....

.....

.....

.....



بسم الله الرحمن الرحيم

**جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا**

**كلية الدراسات العليا**

**كلية علوم الاتصال**

**قسم الإذاعة (راديو - تلفاز )**

السيد : .....

المحترم

### **الموضوع : استمارة إستبيان**

بالإشارة للموضوع أعلاه نرجو من سيادتكم شاكرين التكرم بتعبئة الاستمارة المرفقة ،  
علماً بأن هذا الاستبيان يهدف إلي معرفة رأيك الشخصي حول برامج المنوعات  
السودانية عموماً وبرامج المنوعات في قناة الشروق علي وجه الخصوص ، وبنيت هذه  
الاستبيانة وفقاً علي صفتكم من المشاهدين لهذه القناة ،، وهذا الاستبيان جزء من  
بحث للحصول علي درجة الماجستير بكلية علوم الاتصال قسم الإذاعة ( راديو -  
تلفاز).

أ/ بيانات المبحوثين :

1/ النوع : أ/ ذكر  ب/ أنثى

2/ العمر 30\_40  40-50  50 فأكثر

3/ الحالة الاجتماعية : عازب  متزوج  مطلق  أرمل

2/ المستوى التعليمي: أ/ فوق الجامعي  ب/ جامعي

ج/ ثانوي

ب/ الأسئلة:

3/ هل تشاهد قناة الشروق؟

( أ ) دائماً  ( ب ) أحياناً  ( ج ) أبداً

4 / هل تشاهد برامج المنوعات في قناة الشروق؟

( أ ) دائماً  ( ب ) أحياناً  ( ج ) لا

5 / هل تشعر أن برامج المنوعات في الشروق تشبع بعض حاجاتك أو رغباتك؟

( أ ) دائماً  ( ب ) أحياناً  ( ج ) لا

6 / هل ترى أن هناك نوعية من برامج المنوعات تريدها ولا تجدها في قناة الشروق؟

( أ ) دائماً  ( ب ) أحياناً  ( ج ) لا

7 / جودة برامج المنوعات في قناة الشروق مقارنة بالفضائيات السودانية الأخرى:

( أ ) أفضل  ( ب ) بذات المستوى  ( ج ) أقل جودة

10/برأيك هل تهتم قناة الشروق بتقديم مادة القضايا الاجتماعية من خلال برامج

المنوعات؟

(أ) دائما  (ب) أحيانا  (ج) لا

11/ من وجهة نظرك هل تستعين الشروق بمقدمين برامج مؤهلين وذوي ثقافة ؟

(أ)دائما  (ب) أحيانا  (ج) لا

12/هل يعجبك الديكور والأكسسوارات التي تستخدمها القناة في برامجها ؟

(أ) دائما  (ب) أحيانا  (ج) لا

10/ وضح تقييمك للبرامج المنوعات التالية في قناة الشروق وفقاً لمدى فائدتها لك:

م	التقييم	ممتاز	جيد جدا	جدا	متوسط	ضعيف
1	أفراح النيل (يومي)					
2	ظلال الأصيل(يومي)					
3	سنة ونص(يومي)					
4	تسلم يا ملك (سهرة رمضانية)					
5	أجمل وطن(سهرة رمضانية)					
6	مع النصري(سهرة رمضانية)					

11 / ما الذي تريده من برامج المنوعات، ولا تجده في قناة الشروق؟

.....

.....

.....

.....

وبالله التوفيق