

معايير الجودة والابتكار في الإنتاج التلفزيوني

(دراسة ميدانية على عينة من المتخصصين والعاملين في الإعلام بدولة الإمارات ٢٠١٨-٢٠١٩)

الأستاذ المشارك الدكتور - مصطفى حميد الطائي

كلية الإعلام والعلوم الإنسانية - جامعة عجمان

ملخص البحث

أضحت الجودة والابتكار من المستلزمات الأساسية لنجاح عمليات الإنتاج في مختلف المجالات، وضرورة لتقدم المجتمعات الحديثة. وذلك لأن السمات العلمية والموضوعية التي تطبع المجتمعات الحديثة وتميزها عن المجتمعات التقليدية، تتمثل بمقدار ما تحققه من إنجازات مبتكرة في المجالات العلمية النظرية والتطبيقية المادية والروحية.

تجدر الإشارة إلى أن الجودة والابتكار في المجتمعات الحديثة، يقومان على ركيزتين أساسيتين هما: مقياس معيارية لقياس المبتكرات وتقويمها بما يحقق جودتها العالية، وتعميم ثقافة الابتكار لنشر الوعي بأهميتها وشروط نجاحها، وهذا ما قامت به الدول الصناعية المتقدمة، إلا أنه على الرغم من التفاوت الكبير بين الدول الصناعية المتقدمة والدول النامية في مجالات الجودة والإبداع والابتكار، فإن هذا التفاوت يظهر بشكل واضح بين الدول النامية فيما بينها أيضاً، وكانت دولة الإمارات العربية المتحدة من بين الدول التي أولت الإبداع والابتكار أهمية استثنائية من خلال إعداد الخطط وإجراء المسابقات وتقديم الحوافز المادية والمعنوية.

وعندما يتعلق الأمر بالتلفزيون وإنتاج مشاهده المؤثرة في المجتمعات الحديثة، فإن الموضوع يصبح أكثر أهمية، لما يمثله الإعلام من أهمية في تغيير بنى المجتمعات، وإسعادها وتحويلها إلى مجتمعات رفاهية.

وفضلاً عن ذلك أصبح التلفزيون وسيلة ترفيهية وتربوية واستثمارية في معظم المجتمعات الحديثة، وأضحت الدراما التلفزيونية تشغل اهتمام المجتمعات أفراداً ومؤسسات ودولاً، بعد أن تعددت وظائفها وازداد أعداد متابعيها. لهذه الأسباب سعت العديد من المؤسسات الإعلامية إلى تطوير وسائلها التقنية وأساليبها الفنية وتبنيها الابتكار والإبداع منطلقاً للتميز والجودة في عمليات الإنتاج لاسيما الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، حتى أضحت الابتكار والإبداع يشغلان اهتمام معظم دول العالم الحديث، التي اعتمدت الابتكار والإبداع منهجاً لها في مسيرة تقدمها.

الكلمات المفتاحية: الجودة، الإنتاج، المعيار، الابتكار، الإبداع.

Quality standards and innovation in television production.

production processes in various fields

Mustafa Hameed Kadhim Altai

Associate Professor ,Faculty of Communication and Human Sciences - Ajman University

Abstract:

And the necessity for the progress of modern societies Because the scientific and objective characteristics that characterize modern societies and distinguish them from traditional societies, Is represented by the extent of its innovative achievements in the theoretical, applied and material scientific and spiritual fields. It should be noted that quality and innovation in modern societies is based on two main pillars, Standard measures for measuring and evaluating innovations to achieve their high quality, And the dissemination of the culture of innovation to spread awareness of the importance and conditions of success, and this is done by the advanced industrial countries, However, despite the great disparity between developed industrial countries and developing countries in areas of quality, creativity and innovation ,, This disparity is evident among developing countries among them as well , The United Arab Emirates was one of the countries that gave creativity and innovation extraordinary importance through the preparation of plans and conducting competitions and provide material and moral incentives , When it comes to television and the production of influential scenes in modern societies , The subject becomes even more important because of the importance of the media in changing the structures of societies, their people and their transformation into rich societies , In addition, television has become a recreational, educational and investment medium in most modern societies , Television drama has become a concern for individual communities, institutions and nations, After the multiplicity of its functions and the number of followers.

For these reasons, many media organizations have sought to develop their technical means and techniques and adopt innovation and creativity as a platform for excellence and quality. Innovation and creativity have become the focus of much of the modern world, which has adopted innovation and innovation as its approach to progress.

key words: Quality ' Production 'Innovation ' Creativity.

المقدمة

سيتناول البحث موضوع الجودة والابتكار في الإنتاج التلفزيوني بعد شيوع ظاهرة الإنتاج التجاري، وقنوات البث الموجهة الوافدة، التي اعتمدت على إنتاج بجودة عالية، يرتبط بأهداف استراتيجية تهدد بنى المجتمعات النامية بالتفكك والضعف وعدم الاستقرار، وقد ركز الاعلام الموجه الوافد على المجتمعات التي يعدها مجالاً حيوياً لمصالحه، لذلك سيهدف هذا البحث إلى دراسة مقاييس معيارية لقياس جودة الإنتاج التلفزيوني ومدى صلاحيته لتحقيق الاشباعات وحماية المجتمعات العربية والنامية من الغزو البرمجي الأجنبي الوافد.

كما يهدف البحث إلى إشاعة ثقافة الابتكار وتعميمها في الإنتاج عالي الجودة، لنشر الوعي بأهمية الجودة في الإنتاج وشروط نجاحها وبلورة معاييرها، وهذا ما قامت به الدول الصناعية المتقدمة، وحققت نجاحات كبيرة. وقد أضحت مجتمعاتنا بأشد الحاجة إلى الحصانة والحماية من الآثار الضارة للإعلام الأجنبي الوافد، من خلال استحداث بدائل إنتاجية وطنية تنتج بمعايير جودة عالية.

الإطار المنهجي للبحث

سنتناوله من خلال النقاط الآتية:

١. مشكلة البحث

تتلخص مشكلة البحث: في أن عمليات إنتاج البرامج التلفزيونية ومعايير جودتها والاستراتيجيات التي تعمل بموجبها تنصدر اهتمامات الدول بمختلف مستويات تقدمها في العالم الحديث، كونها أضحت من المتغيرات المهمة في تماسك المجتمعات وعناصر قوتها واستقرارها.

الان العديد من مجتمعاتنا العربية لم تضع المتغير الإعلامي المرئي والمسموع متغيراً رئيساً في عمليات التنمية والتماسك الاجتماعي والاستقرار السياسي، ولم تضع استراتيجيات علمية واضحة المعالم والأبعاد لعمليات الإنتاج، بل أن معظمها ان لم يكن جميعها ما يزال يعتمد على الإنتاج التقليدي، الذي يفتقر إلى ابسط معايير الجودة، فضلاً عن ذلك ما تزال مجتمعاتنا تعتمد على الإنتاج العالمي المستورد، أكثر من اعتمادها على الإنتاج المحلي، الذي يفتقر إلى الجودة، وذلك هو جوهر المشكلة.

٢. أهمية مشكلة البحث

تبرز أهمية موضوع للبحث من التنافس الشديد بين قوى التأثير الإعلامي على المستوى الدولي. حيث سعت العديد من دول العالم إلى تأسيس شركات إنتاج كبرى تطبق معايير جودة عالية، وشبكات بث شاملة مدعومة فنياً وتقنياً بأضخم الإمكانيات، التي تمكنها من المنافسة وتحقيق الامن الاجتماعي والنفسي والتأثير في المجتمعات الأخرى، عن طريق غزو العقول وتغيير الأفكار وانماط الحياة والممارسات السلوكية، ومما زاد من أهمية هذه المشكلة انتقال البرامج الوافدة إلى قنوات التواصل الالكتروني، وازدياد أعداد متابعيها من المستخدمين العرب.

٣. أهداف البحث

يسعى الباحث التوصل إلى الأهداف الآتية:

- أ. التعرف على المصطلحات والمفاهيم المتعلقة بموضوع الجودة والابتكار والانتاج.
- ب. التوصل إلى معايير موضوعية تحدد جودة الانتاج التلفزيوني المبتكر.
- ت. التحقق من الجمال وتحديد مدى صلاحيته معياراً للمشهد التلفزيوني المبتكر.
- ث. التحقق من مدى صلاحية الاخلاق وما يرتبط بها من قيم وممارسات سلوكية معياراً لجودة الإنتاج التلفزيوني المبتكر.
- ج. التأكد من مدى إمكانية التكامل بين الجمال والقيم الأخلاقية العريقة، لتأصيل معيار يحدد جودة الإنتاج المرئي والمسموع.

٤. تساؤلات البحث

- ان الغاية من وضع التساؤلات هو الحصول على إجابات علمية تحقق الأهداف التي وضعت للبحث والتي يمكن تلخيصها بالآتي:
- أ. ما المصطلحات التي يستند إليها الباحث بوصفها مداخل علمية لإزالة الغموض عن مشكلة البحث؟
 - ب. ما المعايير التي يمكن الاحتكام إليها لقياس جمالية المشهد التلفزيوني وبيان مدى جودته؟
 - ت. هل يمكن للجمال أن يكون معياراً موضوعياً لجودة الإنتاج التلفزيوني المبتكر؟
 - ث. هل الاخلاق وما يرتبط بها من ممارسات قيمية تمثل معياراً لجودة المشهد التلفزيوني المبتكر؟
 - ج. ما المواصفات المعيارية، التي تحقق جودة المشهد التلفزيوني المبتكر؟
 - ح. هل يمكن وضع تصور لمشهد تلفزيوني مبتكر تتكامل فيه المعايير الجمالية والأخلاقية؟

٥. منهج البحث

تم تطبيق المنهج الوصفي لتوصيف مشكلة البحث والظواهر المتعلقة بها، واستخدام أدواته المسحية لمسح عينة من مجتمع البحث بهدف جمع البيانات والمعلومات التي تتيح إمكانية الاستنتاج المنطقي لمجاهيل المشكلة المبحوثة.

كما تم استخدام المنهج التحليلي لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، بقصد التوصل إلى نتائج وتوصيات تحقق أهداف البحث.

٦. أدوات البحث

استخدم الباحث الاستبانة أداة لجمع البيانات، كما استخدم الملاحظة العلمية والاستقراء أدوات لجمع المعلومات.

٧. حدود البحث

يلتزم الباحث بالحدود الآتية:

أ. الحدود الموضوعية: يلتزم الباحث بموضوع البحث الموسوم - معايير الجودة والابتكار في الإنتاج التلفزيوني (دراسة ميدانية على عينة من المتخصصين والعاملين في الإعلام بدولة الإمارات ٢٠١٨-٢٠١٩)

ب. الحدود الجغرافية: المؤسسات الإعلامية العامة والخاصة العاملة بدولة الإمارات العربية المتحدة.

ت. الحدود الزمنية: يتمثل المجال الزمني للبحث بالعام ٢٠١٨-٢٠١٩ م

ث. الإطار النظري: يتناول الإطار النظري للبحث المحاور الآتية:

٨. الكلمات المفتاحية: الجودة، الإنتاج، المعيار، الابتكار، الإبداع.

١٠. الإجراءات الميدانية:

تقسم الإجراءات الميدانية على ما يأتي:

أ. اختبار الصدق: تم اختبار صدق الاستبانة عن طريق عرضها على عشرة محكمين من ذوي الخبرة والتخصص في البحث العلمي، وقد حققت الاستبانة نسبة صدق مقدارها ٩٠٪، وهي نسبة يعتد بها، لبيان صلاحية فقرات استبانة الدراسة وإمكانية تطبيقها على عينة البحث، بعد حذف فقرة وإجراء تعديل على فقرتين.

ب. اختبار الثبات: تم تطبيق أسلوب إعادة الاختبار لبيان صلاحية تطبيق الاستبانة على عينة البحث. حيث تم توزيع الاستبانة على عينة أولية من عشرة مبحوثين وبعد عشرة أيام تم إعادة الاختبار على العينة التجريبية نفس، وتم مطابقة النتيجتين فحصت الاستبانة على نسبة ثبات بلغت ٨٠٪، وهذه النسبة تسمح بتطبيق الاستبانة على العينة الكلية، والحصول على نتائج علمية تصلح للتعميم على المجتمع الكلي.

ت. المعالجات الإحصائية: استخدم الباحث مربع كاي من خلال تطبيق برنامج مني تاب لاستخراج العلاقة بين متغيرات البحث الميدانية. واستخدام النسب المئوية لتحليل الجداول الميدانية بقصد التوصل إلى النتائج والتوصيات.

١١. الدراسات السابقة:

اعتمد الباحث أسلوب المقارنة في مناقشة الدراسات السابقة وهي عديدة يصعب حصرها

لكنني ركزت على نماذج منها وكالاتي(١):

أ. دراسة بوخلوه باديس: وتمت سنة ٢٠١٦م في الجزائر وكانت بعنوان « أثر تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة على جودة المنتجات النفطية» وكانت دراسة ميدانية ركزت على تطبيق

معايير الجودة الشاملة في المجال الاقتصادي. وبذلك اختلفت عن دراستي التي ركزت على الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، فضلاً عن ذلك فإن هذه الدراسة ركزت على الإدارة في حين ركزت دراستي على المنتج الإعلامي المرئي والمسموع. الذي اتصف بندرة الدراسات التي أجريت فيه.

ب. دراسة صالح حسين المالكي: بعنوان « أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على المؤسسات الإعلامية (دراسة حالة عن مؤسسة عكاظ للصحافة والنشر) ، رسالة ماجستير تمت سنة ٢٠١٣م قدمت الى جامعة الملك عبد العزيز، كان من أهدافها : معرفة أثر تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة على المؤسسات الإعلامية، والتعرف على النتائج المترتبة من وراء تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة من خلال تطبيقها على مؤسسة عكاظ للصحافة والنشر، اعتمدت الدراسة عينة من ٢٢٥ موظفاً من العاملين بوسائل الاعلام ، وقد اختلفت عن دراستي بتطبيقها في مجال الصحافة ودراستي طبقت بمجال التلفزيون ، كما انها تناولت الجودة في المؤسسات الإعلامية بوصفها من البنيات المؤسسية. اما دراستي فإنها ركزت على دراسة معايير الجودة في الإنتاج التلفزيوني.

ت. دراسة سعيد بن علي: التي أجريت سنة ٢٠١٢م في السعودية وكانت تحت عنوان:

« معوقات تطبيق إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي» وكانت دراسة ميدانية هدفت الى دراسة المعوقات التي تحول دون تطبيق معايير الجودة في مؤسسات التعليم العالي السعودية. وخرجت بنتائج كان من بينها: عدم قناعة بعض القيادات الاكاديمية بتطبيق إدارة الجودة في مؤسسات التعليم العالي السعودية، والغموض في سياسات واستراتيجيات تطبيق إدارة الجودة في مؤسسات التعليم فضلاً عن ضعف الحوافز المعنوية.

وكان من بين عوامل التشابه التركيز على أهمية الجودة، وطبيعة المعايير التي تحدد الجودة، أما عوامل الاختلاف فكانت في طبيعة المشكلة والعنوان الذي كان أكثر تخصصاً بالمقارنة مع دراسة سعيد التي ركزت على العموميات. وركزت في دراستي على المعايير المتعلقة بجودة المخرجات المتعلقة بالإنتاج الإذاعي والتلفزيوني مقارنة بدراسة سعيد التي ركزت على جودة الإدارة.

ث. دراسة محمد رحابلي وكانت بعنوان: الجودة في المكتبات والمؤسسات التوثيقية: دراسة ميدانية مقارنة، وهي رسالة ماجستير في المكتبات قدمها الباحث الى جامعة منتوري - قسنطينة - الجزائر - ٢٠٠٥، كان من أهدافها: دراسة المقاييس والمواصفات، الحديثة المتمثلة في (الأيزو) في ميدان المكتبات، والتوصل لأشهر القواعد والتقنيات الموضوعية، لتنظيم العمليات الفنية والتقنية الخاصة بتنظيم العمل المكتبي، وقد توصل الباحث الى عدد من النتائج المتعلقة بمعايير الجودة في التوثيق والعمل المكتبي. الا ان هذه الدراسة اختلفت عن دراستي في المجال الذي استهدفته الدراسة، ومنهجية الدراسة والاهداف وأساليب المعالجة والنتائج والتوصيات التي توصلت اليها.

الإطار النظري للبحث

وستتناول فيه المحاور الآتية:

أولاً/ فلسفة المفاهيم المتعلقة بمعايير الجودة والابتكار في الإنتاج التلفزيوني.

تعد المصطلحات مفاتيح أساسية لدراسة الموضوعات والمفاهيم والعلاقات التفاعلية فيما بينها، للتعبير عن الحقائق العلمية ووسائل وسبل اكتشافها، وتعد مسألة التعريف بالمصطلحات من المسائل النسبية المثيرة للجدل بين الباحثين، الذين تتعدد وجهات نظرهم بشأنها من حيث الزوايا التي ينظر كل منهم إليها. واختلاف المعلومات والخبرات التي يمتلكونها لتفسير الاصطلاحات والمفاهيم المتعلقة بالمشكلات والظواهر الإنسانية والطبيعية المتعلقة بالبحث العلمي، إلا أن ذلك لا يمنع من محاولة وضع إطار جامع لأهم المصطلحات المتعلقة بموضوع البحث، لتيسير سبل الوصول الى الحقائق المتعلقة بتحقيق أهداف البحث.

ومن بين أهم المصطلحات التي سنتناولها في هذا المحور هي:

١. المعيار: جمعه معايير وهو الأداة العلمية التي تقيس نوع الأداء وطبيعته ومستوى جودته. وتعتمد دقة المعيار أداة للقياس على القيمة التي يمثلها مقابل الجهد المبذول والمنتج الملموس أو المحسوس.

وتعد مقاييس الأداء من أهم المعايير المستخدمة لقياس مستويات الأداء ومعدلاته، بهدف قياس وتقويم أو تقدير كفاءة العاملين، باستعمال معايير محددة، يقارن بها أداءهم الفعلي في مدة زمنية معينة مع أدائهم في مدة زمنية أخرى، بعد خضوعهم لبرنامج تدريبي، أو لمقارنة أداء فرد أو فريق عمل مع فرد أو فريق آخر، لقياس مدى تباين الأداء القبلي والبعدي لشخصين أو فريقين.

حيث أن استخدام أسلوب التقويم المقارن يساعد في تشخيص الفروق الفردية بين الدارسين أو القادة أو المدراء والعاملين بمعيتهم، أو بين العاملين فيما بينهم، لتشخيص آدائهم وتشخيص المبدعين والمبتكرين منهم على اختلاف مستوياتهم الوظيفية، وتحديد من يمتلكون مهارات تميزهم عن غيرهم.

٢. معدل القياس للمعيار: يعرف معدّل القياس بأنه عبارة عن: ميزان يتمكّن المقيّم بوساطته - أن يزن إنتاجية الموظّف لمعرفة مدى كفاءته في العمل، من حيث الجودة في النوع والكم خلال مدة زمنية محددة أو بالمقارنة بين أدائه وأداء زملائه. أو يتم القياس بمقارنة العمل المنجز للموظّف مع المعدل المحدد المطلوب للحصول على درجة الابداع أو الابتكار. ولتحديد مستوى إنتاجه كماً ونوعاً (٢).

وبعامة يمكن عد المعيار: الأداة التي تستخدم لتثمين الأشياء وتحديد قيمتها التي تبرز أهميتها وهذا الأمر يفرض علينا تعريف القيمة.

٣. القيمة: تعرف القيمة على أنها الخاصية التي تجعل الأشياء مرغوباً فيها، وتتناسب القيمة طردياً مع الأهمية، فكلما زادت قيمة الأشياء ازدادت أهميتها. والقيم جمع لكلمة قيمة وهي مشتقة من الفعل الثلاثي قوّم وهو يأتي على معانٍ متعددة، فالقيمة تعني: ثمن الشيء، لأنه يقوم مقام

الشيء ويطلق على كل شيء له قيمة أو ثمن.

٤. الجودة (Quality): يعد اصطلاح الجودة من الموضوعات المثيرة للجدل بين الباحثين في مختلف التخصصات العلمية، شأنها شأن العديد من المصطلحات العلمية، فكلمة جودة أصلها من «جود» والجيد نقيض الرديء، وجاد الشيء جوده بمعنى صار جيداً (٣).

فالجودة من وجهة نظري هي: فن القدرة والإجادة والالتقان للأداء بما يحقق الإنجاز المتقن، وفقاً لأعلى المواصفات، بما يحقق الأهداف والغايات الموضوعية في الخطة، بأساليب مبتكرة تحقق التميز والتفوق في النوع والكم.

٥. التفكير: هو ما يحدث في خبرة الكائن العضوي الحي عندما يواجه مشكلة يتعرض إليها ويسعى إلى حلها. والتفكير "عبارة عن مجموعة من المهارات التي تزود الفرد بالقدرة على التحليل الموضوعي لأي أداء معرفي أو عقلي أو عضلي بهدف اتخاذ موقف أو قرار. يمكنه من التمييز بين الفرضيات والتعليمات والحقائق والآراء بطريقة منطقية واضحة.

لأن التفكير خاصية تمنح المفكر المقدرة على التصور وبناء الصور الذهنية للواقع وما فيه من تناقضات وجدل وقضايا خلافية (٤).

٦. التفكير الابتكاري: يمكن تعريف التفكير الابتكاري بأنه قدرة الفرد على الإنتاج المتفرد، الذي يتسم بأكبر قدر من الطلاقة الفكرية، والمرونة والتلقائية، والأصالة. أو ابتكار أسلوب جديد يتعلق بحل مشكلة ما، ويمكن الاستدلال على التفكير الابتكاري من المنجزات المبتكرة القابلة للتقييم والتثمين والقياس بأحد المعايير المتعلقة بقياس الابتكار.

٧. الابتكار: هو ايجاد شيء جديد لم يسبق استحداثه من قبل، أو تطوير شيء موجود أصلاً من خلال إعادة تصنيعه أو تطويره وهيكلته بطريقة جديدة مختلفة تماماً عن الهيكلية القديمة. بحيث تتفق عمليات التطوير أو الاستحداث مع معايير الابتكار ومتطلبات المستهلك للمنتج الجديد.

كما يُمكن تعريف الابتكار أيضاً بأنه: توجيه القدرات العقلية وتسخيرها لإيجاد فكرة جديدة قابلة للتطبيق، على أن تتطابق شروط الابتكار مع معايير الشيء المُبتكر، وقد يكون إجابة عن تساؤلات ليست مألوفاً أو لم يتم طرحها من قبل (٥).

ويُعرّف الابتكار اصطلاحاً بأنه: العملية التي تنتهي بعمل جديد نادر ومقبول أو نافع أو مرضٍ من قبل فرد أو جماعة، كما يُعرّف بأنه: التفكير العقلاني المُنتج لأفكار يمكن أن تكون حلول مناسبة للمشكلات الحياتية.

٨. المشهد التلفزيوني المبتكر: هو المنتج التلفزيوني الجديد والتميز، أو التكوين الناتج من

٣ - ابن منظور، أبو فضل جمال محمد بن مكرم، لسان العرب، بيروت، دار صادر.

٤ - علي سامي الحلاق، اللغة والتفكير الناقد، عمان. الأردن: دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط١ ٢٠٠٧، ص ٢٨.

٥ - <http://mawdoo3.com>

وضع المرئيات المؤلفة للمشاهد بتناسق فني جميل يعكس الموقف الدرامي المبتكر، ويعبر عنه بصورة مبسطة، يفهمها المشاهد ويتقبلها بإعجاب، لما تحمله من مؤثرات ظاهرة وإيحائية تتسم بالجمال والتشويق والجاذبية.

٩. الجمال: هو شعور مريح يحسس الإنسان بالسعادة من خلال تذوق القيم الجمالية. أو خاصية تجعل الأشياء الموصوفة بهذه الصفة مقبولة ومحبذة ومفضلة على غيرها. وهو من الموضوعات المثيرة للجدل بين الباحثين، لأنه قيمة مرتبطة بالغريزة والعاطفة والشعور الإيجابي، وهو يعطي معنى للأشياء الحيوية، ليس له وحدة قياس محددة فكل إنسان يراه بشكل مختلف.

والجمال هو انعكاس لما تراه العين وتشعر به الحواس بحيث يضيء على النفس الراحة والاسترخاء والتوافق النفسي. وهناك من يرى بأن الجمال هو جمال الروح والقلب والعقل أما الجمال الخارجي فهو مجرد زينة خداعة، يمكن لأي جراح تجميل أن يقوم بها لتحسين المظهر وتجميله. والجمال هو الحسن والنظرة والكمال، بما يتناسب فعلياً مع قيمة الشيء الموصوف بهذه الصفة (١).

١٠. الأخلاق: الأخلاق من الخلق: والخلق لغةً هو الطبع والسجية، واصطلاحاً وهو ميل الشخص إلى التصرف بطريقة معينة تتصف بالاستقامة وتثير الإعجاب وتلقى القبول.

بينما التخلق هو التكيف حيث يجبر الشخص نفسه على التصرف بطريقة معينة ومع الوقت يعتاد عليها (٧).

وتعرف الأخلاق بأنها: الدين والطبع والسجية، وهو عبارة عن الصورة الباطنية للإنسان، كما أن «الخلق» بالفتح عبارة عن الصورة الظاهرية للإنسان، فعند ما يقال: «فلان حسن الخلق» المراد أنه حسن الظاهر والباطن. وهذه الصورة الباطنية يظهر جمالها أو قبحها من خلال صدور الأفعال الناتجة عنها، فإن كانت الأفعال صادرة عن تلك الهيئة أفعالاً محمودة وحسنة عقلاً وممدوحة وراجحة شرعاً، سميت تلك الهيئة «خلقاً حسناً» وإن كان الصادر عنها أفعالاً ذميمة وقبيحة شرعاً أو عقلاً سميت «خلقاً سيئاً» (٨).

١١. المونتاج: هو عملية ربط المشاهد المكونة للبرنامج التلفزيوني المرئي والمسموع مع بعضها في تسلسل منطقي، وفقاً لسيناريو العمل، وما يهدف إليه المخرج، لاستكمال بناء البرنامج.

والمونتاج لا يقتصر على تجميع اللقطات ووصلها مع بعضها لإنتاج التمثيلية أو المسلسل أو الفيلم في العمل الدرامي بتسلسل معين لاستكمال البرنامج (٩). وإنما صياغة عناصر الفكرة بالصور والأشكال والجمل والعبارات والأصوات والألوان والحركات والموسيقى لتكوين رسالة مرئية ومسموعة هادفة، تتصف بالجمال والتشويق والجاذبية.

٦ - <https://www.google.ae/search?safe=strict&ei>

٧ - <http://mawdoo3.com>

٨ - السيد عبد الله شبر، «خلق وأخلاق» لسان العرب ج ٤ ص ١٩٤. هبة محمد الأمين، الاخلاق الإسلامية، ص ٨.

٩ - <https://www.slideshare.net/marianamaya/ss-12213422>

١٢. الدراما: الدراما كلمة تطلق على جميع الأنواع التمثيلية، وقد قال عنها «هيجل» (١٧٧٠-١٨٣١م) أنها نوع وسط غير مستقر تعنى: بدقائق الحياة الداخلية ومشكلاتها، وصورة الحياة ومناظرها وكثرة أشخاصها وغرابة حوادثها وعدد مفاجأتها (١٠).

١٣. الإنتاج التلفزيوني: هناك جهات نظر متعددة لتعريف هذا المفهوم، الا اننا نميل إلى وصفه عملية إبداعية تهدف إلى تحويل الأفكار المجردة إلى مجموعة من الصور والأصوات، المنتظمة بتسلسل منطقي، ووضعها في قالب فني يتصف بالتشويق والجاذبية، بهدف توصيلها إلى جمهور المشاهدين، لتحقيق عملية الاشباع.

١٤. البرنامج التلفزيوني: يمكن أن يعرف البرنامج بأنه خطة تبرمج فيها الأحداث والعلاقات الاجتماعية وظواهر السلوك بتسلسل قصصي أو روائي يجسد ظواهر الحياة التي يفرزها الواقع بأسلوب فني مشوق وجذاب. أو هو: «فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في قالب فني إذاعي أو تلفزيوني، باستخدام الصورة والصوت بكامل تفاصيلها الفنية، لتحقيق هدف معين».

ثانياً/ خصائص الشخصية الابتكارية وأهميتها لجودة الإنتاج التلفزيوني:

١. مفهوم الشخصية الابتكارية: هي الشخصية التي تتميز بسمات متفردة تميزها عن الآخرين، وأن أهم ما يميز تلك الشخصية المقدررة على الإتيان بالأفكار الجديدة النادرة والمفيدة وغير المرتبطة بتكرار أفكار سابقة، وهي إنتاج غير مألوف وبعيد المدى (١١).

ويتفق عدد من الباحثين على أن الشخصية الابتكارية ينبغي أن تتصف بالتجديد والتأصيل والمرونة العقلية، التي تمكنها من الربط بين الظواهر والاستنتاج والتشخيص والتحليل والتفسير للقضايا والمشكلات، واستنباط الحلول المناسبة في الأوقات المناسبة. أن القدرة على الابتكار للأفكار المستحدثة من الخصائص المتفردة للشخصية الابتكارية، أي أنه كلما قلت درجة شيوع الفكرة زادت درجة أصالتها. إلا أن استمرار الحاجة إلى الابداع والابتكار من العوامل التي تركز على عامل اكتساب المعرفة والمهارات الذهنية والفنية والمهنية.

ولا يمكن أن يتم ذلك من دون الحرص على التدريب المستمر والفعال واكتساب الخبرات والتجارب، لأنه بمساعدة المدرسين يمكن الوصول إلى أفكار وممارسات ومهارات جديدة في العديد من المجالات، وحلول مبتكرة للمشكلات وقرارات أكثر فعالية، لتحقيق الأهداف الشخصية والأهداف المؤسسية (١٢).

ولمعرفة العوامل المؤثرة في قدرة الأفراد على الابداع والابتكار، لابد أن نشير إلى الخصائص النفسية للمبتكرين، سيما وان هذه الخصائص تؤثر في الأفراد بدرجات متفاوتة، وذلك لأن الأفراد يشكلون عاداتهم وميولهم واتجاهاتهم بدرجات مختلفة، تبعاً لطبيعة البيئة والتنشئة الاجتماعية التي ينشأ فيها الفرد وظروفه الحياتية ومستويات تعليمه ودرجة نضجه ...

١٠ - أحمد حسن الزيات، في أصول الأدب محاضرات ومقالات في الأدب العربي، مطبعة الرسالة، ١٩٥٢، ص ٣٠٧

١١ - زكريا الشربيني وصادق، سيره. أطفال عند القمة: الموهبة-التفوق العقلي -الإبداع، القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠٢م.

١٢ - مدحت محمد أبو النصر، إدارة العمليات التدريبية (النظرية والتطبيق)، القاهرة، دار الفجر، ٢٠٠٨، ص ٦٦.

وبناءً على هذا التصور نجد ان المقدرة على الابداع والابتكار تختلف من شخص إلى آخر ومن بيئة إلى أخرى، فأضحينا نجد مستويات الابداع والابتكار مرتفعة في المجتمعات المتقدمة، ومنخفضة في المجتمعات المتخلفة، ومتفاوتة في المجتمعات النامية.

وفي ضوء ذلك فان للخصائص النفسية الإنسانية دوراً كبيراً في خلق الدافعية والقدرة على الانجاز والابتكار، من خلال إثارتها للعواطف والدوافع المحركة للذات الإنسانية، وتحفيزها على الابتكار والابداع، كما تبرز أهميتها في تحديد نوع وشكل الابتكار والانجاز المبتكر وقوة تأثيره في البيئة الاجتماعية (١٣).

٢. الخصائص الذاتية للشخصية الابتكارية:

يعد الابتكار من الخصائص المكتسبة في الذات الفردية، حيث تتأتى هذه الخاصية عن طريق التعليم والتدريب المنهجي المنظم، فضلاً عن القدرات العقلية وسلامتها، ويعد التدريب النوعي المستمر المفتاح المناسب لتحفيز خاصية الابتكار لدى العاملين في أي مجال من مجالات الحياة الحديثة، لذلك وضعت الدول المتقدمة والمنظمات الدولية والإقليمية برامج طموحة للتدريب في أولويات خططها الاستراتيجية منذ القرن الماضي. فقد انتهت توصية «اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام» في تقريرها النهائي لعام ١٩٨٠م إلى: ضرورة اعتماد برامج التدريب والتأهيل أساساً لإحداث التنمية والتطور (١٤).

والابتكار والابداع من الخصائص الإنسانية التي تطبع الشخصية الفردية وتميزها عن الآخرين في مجال معين من مجالات الحياة. وعلى الرغم من إمكانية اكتساب الخصائص الابتكارية، إلا أنه لا بد من توفر الإمكانيات العقلية والاستعدادات النفسية والإرادة القوية والتنشئة التربوية والاجتماعية السليمة. وتظهر خاصية الابتكار لدى الأفراد على شكل ميول واستعدادات يتم استثمارها وتطويرها من خلال التعليم والتدريب والممارسة، وإن هذه الاستعدادات والميول الأولية للمبتكرين والمبدعين يمكن تشخيصها لدى الأفراد عن طريق ملاحظة ومراقبة سلوكهم الابتكاري، ويمكن لنا أن نميزهم من خلال الميزات الآتية (١٥) :

أ. نشطون يبحثون عن التغيير والتطوير المستمر.

ب. يتصفون بعدم الرضا عن الوضع الوظيفي، وما أنجزوه، ويبحثون عن طرائق وحلول جديدة وبديلة ولا يكتفون بحل واحد لأية مسألة.

ت. يتميزون بالذكاء والثقة والنشاط والحيوية.

١٣ - مصطفى حميد الطائي، الاتصال الجماهيري: مدخل الى تحديث المفاهيم والوظائف والنظريات، الشارقة، مكتبة الجامعة، ٢٠١٣.

١٤ - UNESCO Many Voices One World Towards anew more just and more efficient world - London: Kogan Page) p229.232) ،Information and Communication order

١٥ - وفيق الأغا، دور القيادات الإدارية في التطوير والتنمية الإدارية، المؤتمر السنوي العام الرابع في الإدارة، دمشق، ٢٠٠٣، ص ٢٦٣

- ث. يتصفون بقوة الإرادة والثقة العالية بالنفس.
- ج. طموحون يضعون أهدافاً عالية المستوى ويسعون بجد إلى تحقيقها.
- ح. لا يهتمون بتعليقات الآخرين وأرائهم حول ما يقومون به من مهمات.
- خ. لا يخشون الفشل ولا يكفون عن المحاولات للوصول إلى النجاح.
- د. ايجابيون مرنون مبادرون ومتفائلون.
- ذ. يتسمون بالثبات في الراي والجرأة والإقدام والمجازفة والقدرة على اتخاذ القرار دون تردد.
- ر. متعاونون يهتمون بتحليل الظواهر التي يتعاملون معها وتفسيرها، ولهم قدرة على استنباط الأحكام.

٣. أهمية الشخصية الابتكارية للإنتاج التلفزيوني

تختلف أهمية الأفكار الابتكارية من شخص لآخر من حيث ندرتها وأهميتها وإمكانية تطبيقها وصلاحياتها لتطوير الحياة الإنسانية، إذ ينبغي أن تكون الأفكار صالحة ومقبولة وتحقق فوائد ومصالح عامة للفرد والمجتمع لكي توصف بانها ابتكارية. فتنسب إلى الشخصية وتسهم في شهرتها، وهذا الأمر يتطلب وجود معايير لها القدرة والصلاحية على تقويم الأفكار المبتكرة والابداعية وتمييزها عن غيرها، كما يتطلب وجود حاضنات بيئية لتنمية المبتكرين، ومساعدتهم على تطوير أفكارهم الإبداعية والمبتكرة: كالأسرة والمدرسة والمؤسسة. ويجب ألا يقتصر دور هذه المؤسسات على تقويم الأفكار المبتكرة وتحديد صلاحيتها، وإنما تحفيز المبتكرين ومساعدتهم على تطبيق أفكارهم، لكي لا تضيع الجهود المبذولة فيها من دون تحقيق أهداف المبتكر أو المؤسسة التي يعمل فيها.

وعندما يتعلق الامر بالإنتاج التلفزيوني يعد الابتكار أكثر ضرورة، وذلك لأن الإنتاج التلفزيوني يؤثر على الأفراد والمجتمعات بمختلف مستويات تقدمها، كما أن التأثيرات الإيجابية لبرامج التلفزيون، تعتمد على جمالية المشاهد الدرامية ومستوى جاذبيتها، لكي تخلق حالة من الاسترخاء والتوافق النفسي لدى الأفراد، وتخفف عنهم الضغوط النفسية، التي يتعرضون لها في حياتهم الاجتماعية.

سيما وان التلفزيون يؤدي دوراً كبيراً في تجسيد السلوك الواقعي بأشكال وصور درامية جذابة ، لأن التلفزيون يمتلك خصائص جامعة ، لا توجد في وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى ، فقد ورث الحوار والحدث والتمثيل عن المسرح، وورث عن السينما شاشتها وطريقة عرضها، حيث يقدم الواقع المصور بأشكال مثيرة ، كما ورث عن الإذاعة عرض الأصوات بصور تثير الاحاسيس والمشاعر ، وفضلاً عن ذلك يتصف التلفزيون بالحضور والتزامن: إن أجهزة التصوير التلفزيوني حاضرة في زمان الحدث ومكانه، وعلى مدار الساعة، إذ نجد حاضراً في قاعة المؤتمر وساحة الحرب والمسرح، وفي كل مكان يُراد تصويره (١٦).

لذلك يعد التلفزيون من أهم أدوات التغيير في المجتمعات الحديثة في كل مكان من العالم المعاصر.

ثالثاً/ معايير الجودة في المشهد التلفزيوني المبتكر

للمشهد التلفزيوني المبتكر معايير جمالية وإخلاقية عديدة ومنوعة، تعد من المكونات أو العناصر الرئيسية للمشهد الجميل، الذي تظهر أهميته في الشكل والمضمون، الذي تجسد القيم الجمالية للمشهد المبتكر، من خلال ما يعكسه من سمات مميزة تطبعه بطابع مختلف عن العديد من المشاهد التقليدية، وتضفي عليه الجاذبية وقوة التأثير، التي تجعل المشاهد يفقد الأحساس بالزمن وهو يمضي، فيتولد لديه الشعور بحب الحياة والناس والأشياء الجميلة، التي يعبر عنها المشهد، سيما وأن الإحساس بالجمال وتقدير القيم الجمالية من العوامل التي تؤثر في كل فرد، لأنها من دعائم سعادة الإنسان وشعوره بالبهجة واللذة وصولاً إلى السعادة. ويمكن تلخيص أهم المعايير المتعلقة بالجودة في الإنتاج بمايلي:

١. المعيار الذي تجسده عناصر المشهد التلفزيوني المبتكر

وتتلخص الخصائص الجمالية المكونة للمشهد التلفزيوني المبتكر بالعناصر الآتية:
أ. جمالية الصورة: يعد المعيار الذي تعبر عنه الصورة من أهم المعايير على الإطلاق، لأنه يعكس المضمون وطبيعة الرسالة المراد إيصالها، فالسمة الجمالية لصورة المرأة تغطي على صورة الرجل وصورة الزهرة تغطي جماليتها على الغصن والورقة، وصور الفرح تغطي على صور الحزن وصور الاحتفالات تغطي على صور الحروب، وصور الانتصارات تغطي على صور الهزائم والانتكاسات وصور النجاح والابداع والتميز تغطي على صور الاخفاق والفضائح ...

ب. جمالية المكان: للمكان أبعاد جمالية لا يمكن تجاهلها، فالصور التي تؤخذ في المروج والحقول والحدائق تختلف في جماليتها عن الصور التي تؤخذ في الصحاري والانفاق ومكبات النفايات، وصور الشواطئ للأتجار والبحار والشلالات تختلف في جماليتها عن البرك الراكدة والأسنة ... فالمكان موجود ولكن عملية تجميله وتحميله بالأبعاد القيمة الجمالية هي التي نستهدفها في صناعة المشهد المبتكر. لذلك فإن جمالية المكان ليست منفصلة عن شعورنا وإدراكنا، سواء كان الجمال طبيعي من صنع الخالق سبحانه وتعالى أو فيه لمسة من المخلوق، وتظهر جمالية المكان من خلال القدرة على خلق علاقة حسية بين المكان والعناصر المكونة للمشهد في ذلك المكان، وبذلك يشكل المكان الذاكرة الحسية للأحداث التي تجري فيه، وفي الاحوال كافة، لا بد أن يعطي المكان أبعاداً جمالية وفنية لها إيقاع نفسي كبير على المشاهد.

ت. جمالية الزمن أو الوقت: يقصد بالزمن وقت التقاط الصور التي تشكل المشهد خلال تلك اللحظات، أو تجميد الزمن لحظة التقاط الصور، لأنه عندما يتغير الزمن قد تتغير جمالية الأشياء، فالزمن له تأثير واضح على قدرة المخلوقات على التمييز بين الظل والضوء والظلام والنور، لاسيما ان التدرج اللوني يحكمه عامل الزمن، فيما إذا كان بداية النهار أو وسطه أو نهايته. فالساعات المبكرة من الصباح لها جمالية تختلف عن وقت الظهيرة، كما ان وقت الغروب ونزول الشمس في الأفق يعكس جمالية وإيحاءً مختلفاً عن التصوير الليلي للمشهد.

ث. جمالية التقنية (حداثة آلة التصوير): ان الخصائص التي تمتاز بها آلة التصوير الرقمي الحديثة تمكّن المصور من الجمع بين الشكل والمضمون واللون والصوت والحركة بأبعادها المختلفة، مما يجعل منها عناصر أساسية في تكوين المشهد الدرامي المبتكر.

ج.جمالية الحرفية والمهنية: الحرفية تعني حرية العمل وحبه والتمكّن منه والتفنن فيه وحسن إجادته.

فالمصور المحترف هو من يستطيع تجسيد فكرة المشهد المبكر، بالشكل الذي يجعله أكثر قدرة على التأثير في المتلقي، وان عملية التجسيد واستخدام التقنيات وفقاً لخصائصها الفنية، يحتاج إلى المهنية والحرفية، لأن الحرفية والمهنية تمكّن العاملين في هذا المجال من امتلاك المهارات التي تؤهلهم لإنتاج مشاهد تلفزيونية مبتكرة تمتاز بشدة التأثير والجاذبية.

ح. جمالية الأشكال والأشياء تمثل الأشياء والأشكال مضمون المشهد، وتظهر جمالية الأشياء في دقة ترتيبها في حيز الشاشة وخلق الإحساس بثلاثية البعد، وهذه الأشياء يحركها عقل المخرج وإدراكه وإحساسه؛ فيضيف لهذه الأشياء لوناً تعبيرياً جميلاً بلغته السينمائية وحسه الفني.

خ. جمالية الإضاءة ومستوى جماليتها: لا يمكن أن تتم عملية التصوير ما لم يتم توظيف الإضاءة في جمالية المشهد المبتكر، فالإضاءة هي التي تجسم الأشياء لخلق الإحساس بها، حيث أن أي جسم مهما بلغ حجمه أو شكله لا يمكن أن يكون له إحساس بصري ما لم تكن هناك إضاءة مسلطة عليه بمستوى معين، وهذه الإضاءة ليست بالضرورة أن تكون صناعية فالإضاءة لها دور مهم في خلق الجو العام للمشهد، الذي يؤثر على الحالة المزاجية والنفسية للمشاهد، بحيث تحرك خياله وتجعله يتذوق الجمال ويحس به.

والإضاءة ملازمة لعملية التصوير وهي تقوم بالتغيير في المظاهر الخارجية للأشياء، وهذا هو مفتاح وظيفتها الشعرية. وتكمن الإضاءة في ثلاث دعائم هي:

- الدعامة الكمية: فكمية الضوء لها تأثير جمالي بحسب الحاجة وحسن تقدير المخرج.
- دعامة اللون: فالأضواء تختلف ألوانها ومصادرها وإسقاطاتها، والألوان لها تأثيرات مباشرة على الحالة النفسية والسلوك الانساني.
- دعامة التوزيع: وتتمثل بكيفية توزيع الإضاءة على مناطق التمثيل ولأجسام المضاءة توزيعاً سليماً.

د. جمالية الألوان في المشهد التلفزيوني: الألوان تولد الإحساس بالجمال، وتعد الألوان ذات أهمية بالغة في الومضات الاشهارية، حيث تساهم بشكل فعال بكيفية في إبلاغ الرسالة الاشهارية بشاعرية تجذب انتباه المشاهد، وتخلق جواً وجدانياً انفعالياً، وتكمن جمالية الألوان في حسن استخدامها؛ فيمكن خلق الجمالية عن طريق تباين الألوان وهو التضاد، فالأبيض هو نقيض الأسود ويؤدي التباين دوراً كبيراً في تغيير مساحة الأشكال وإبرازها، وإيضاح شاعرية التوافق فيما بينها (١٧).

ذ. جمالية الصمت: تتجلى جمالية الصمت بوصفه من العناصر المهمة في جمالية المشهد التلفزيوني، وتكمن جمالية الصمت في دقة توظيفه في عناصر المشهد الأخرى، بما يولد الإحساس الجميل، وتمكين المشاهد من تذوق قيمة الهدوء والاسترخاء، وبذلك يجسد الصمت قيمة جمالية كبيرة أن أحسن استخدامه وتوظيفه درامياً.

فالصمت يعد قوة إيحائية، لأنه يجعل الصورة تعبر عن نفسها، عن طريق البعد المكاني ولغة الأشياء، والمحددات المكانية المتمثلة في الضوء واللون، تجعل المشاهد يفسر المشاهد كما يريد. وهذا ما يزيد من شاعرية المشهد وجماليته، بعيداً عن زحمة الضجيج والصراع الدرامي (١٨).

ر. جمالية السلوك: النماذج السلوكية الشخصية للمشاهير تولد انطباعات عقلية تؤثر في المتلقي وتدفعه إلى تقليد تلك الشخصيات، وذلك لما تعكسه تلك النماذج من خصائص إنسانية وأخلاقية ونفسية وحسية وعقلية وروحية ومادية متفردة، تثير الإعجاب لدي طيف واسع من الجمهور، وان الكثير من تلك النماذج تمثل الفضاء البيئي، الذي يحتضن الروح الإنسانية بتجلياتها وانفعالاتها وغرائزها وعواطفها وممارساتها السلوكية، التي تقع بين أدنى الصفات البهيمية وأرقى السمات الملائكية. وترتبط جمالية الشخصيات ارتباطاً وثيقاً بكل ما له صلة بعناصر المشهد الجمالية الأخرى.

ز. جمالية الإخراج: يمثل الإخراج العملية الشاملة التي تستكمل من خلالها هيئة البرنامج، عن طريق تكامل عناصره المختلفة، والمخرج هو الشخص المعني في صياغة الطاقة التعبيرية للعمل التلفزيوني، والمخرج المحترف تتضح مهاراته الفنية والمهنية في استثمار الوسائل التقنية والموارد البشرية كلها والمادية استثماراً قسدياً بهدف تجسيد الفكرة والتمهيد لها، بما يخلق عنصر التشويق والجاذبية في كل لقطة وفي كل مشهد من مشاهد البرنامج الجميل والمؤثر.

٢. المعيار الذي تجسده سمات الجمال في المشهد التلفزيوني المبتكر:

سبق لنا تعريف الجمال وتحديد مفهومه في المحور الأول، وسنستعرض هنا السمات التي تجسد الجمال في المشهد التلفزيوني المبتكر، فالمشهد المبتكر يتم من خلال تكامل وتناسق عناصره أو مقوماته التكوينية وسماته التي تميزه عما يماثله ومنها (١٩):

أ. السلامة من العيوب والتكامل: فمن الجمال أن يكون المشهد متكاملًا بعناصره الأساسية كافة، خالياً من العيوب لا نقص فيه، ولا خلل، لأن التكامل والسلامة من العيوب تضيف بعداً جمالياً للمشهد.

ب. التنظيم والتناسب والتناسق: فمن عظيم خلق الله وإبداعه أن خلق كل شيء بقدر، فكل مخلوق في هذا الكون جعل الله فيه التناسب في الشكل واللون والطول والعرض، والحركة والصوت، وان أي تغيير قد يطرأ على الخلق السوي، ترفضه العين، وتشمنز منه النفس، وأبسط مثال على ذلك الإنسان الذي هو قطعة متناسقة متناسبة في الخلق، فشكله متناسب مع روحه، متناسق مع أعضائه.

- 18 <http://www.kanaker.com/fainal/arabic/01/04.htm>05/4/2011-

١٩ - <http://mawdoo3.com>.

ت. قوة التأثير: لابد أن يكون للجمال قوة تأثير وجاذبية مادية أو معنوية، فالمشهد الذي يخلو من التأثير يفقد الصفة الجمالية.

٣. الأبعاد الجمالية في المشهد التلفزيوني المبتكر:

تظهر الأبعاد الجمالية للمشهد المبتكر، من خلال ما تعكسه المعايير المتعلقة بتقويم عناصره

وقياسها في المشهد المنتج، وقدرة المشهد على التأثير في المتلقين أثناء عمليات التعرض، ان تضمين المشاهد التلفزيونية للكلمات والاصوات المؤثرة والصور الجذابة والاحساس بالألوان وجماليتها و شحن المشاهد بالعواطف الجياشة التي تؤثر في العقل والوجدان وتوسع من الخيال والايقاع النفسي المنسجم مع حركات الجسد، لابد أن تضاعف من قوة تأثيره، وتكون لها أبعاد يمكن ايجاز أهمها بالآتي:

أ. البعد الحسي: يتولد البعد الحسي من طبيعة الصورة، ونوع الموضوع الذي تعبر عنه، والمعالجات الفنية المتعلقة بإخراجها، وما تعكسه من ملامح جمالية جذابة تجعلها تحرك أحساس من يشاهدها.

ب. البعد النفسي: للمشهد المبتكر قوة تأثير في النفس البشرية، فقد تطف البيئـة النفسية للمشاهد أو تخلق لدية حالة من الضيق والقلق والتوتر، وذلك يعتمد على طبيعة توظيف عناصر المشهد في البرنامج كما يعتمد على نوع البرنامج، فيما إذا كان فكاهياً أو تراجيدياً أو عاطفياً....

ت. البعد الاقتصادي: للمشهد بعد اقتصادي مؤثر عندما يوظفه المحترفون في عملية الاشهار والاظهار والترويج لتسويق المنتجات والأفكار والأشخاص الأشياء كافة التي لها عائدات مادية.

ث. البعد السياسي: يتمثل هذا البعد في العناصر التي توظف في برامج الحملات الانتخابية وغيرها من الموضوعات السياسية، فقد تسهم عمليات صناعة الصورة في تشويه صور القادة والشهيرين فتحولهم إلى أشرار ومجرمين، وقد تسهم في إضفاء ملامح البراءة والنسك والفضيلة والقيادة والريادة والابتكار على اشخاص معينين فتظهرهم قادة مبدعين في أعين الجمهور.

ج. الأبعاد الاجتماعية والثقافية: بإمكان البرنامج التلفزيوني المبتكر أن يشوه صورة الشعوب والمجتمعات، من خلال التركيز على نقاط ضعفها والجوانب المظلمة في تاريخها، وبإمكانه أن يحسن صورتها في أذهان الراي العام، حين يعكس الجوانب الإيجابية المشرقة للمجتمعات وطبائعها وعاداتها وتقاليدها، وأنماط حياتها، وتميز هويتها القيمية وطابعها القومي.

قواعد إعداد البرنامج التلفزيوني المبتكر:

هناك عدد من القواعد ينبغي مراعاتها عند انتاج أي مشهد تلفزيوني مبتكر وكما يأتي: (20):

- القاعدة الأولى: على كاتب السيناريو أن يرسم خارطة الطريق للفيلم أو البرنامج، ولا يجب ترك الأمر للشخصية، لأنه إذا ترك للشخصية ان تسيطر على المشهد، فان اغلب الشخصيات سوف تتجنب الصراع وسيتحول العمل الدرامي الى موضوع ممل.

- القاعدة الثانية: لا بد من حذف كل مشهد لا يؤثر على قيمة العمل المنتج، لكي يبقى على أفضل ما عنده من المشاهد في البرنامج، لأن إبقاء المشهد غير المهم في العمل يضعفه ويقلل من قيمته.
- القاعدة الثالثة: ينبغي الإبقاء على الشخصيات التي لها مهام وظيفية في العمل الدرامي، والتخلص من كل الشخصيات الثانوية الزائدة، التي ليس لها وظائف تسهم في استكمال مشاهد العمل التلفزيوني واضفاء التشويق والجاذبية عليه.
- القاعدة الرابعة: يجب أن يقدر المخرج مدى حاجة الفكرة للمكان، أثناء تنفيذ البرنامج التلفزيوني وليس حاجة المكان إلى الفكرة.
- القاعدة الخامسة: ليس بالضرورة أن نضع حدث غير متوقع في البرنامج التلفزيوني الدرامي، بل يجب ان نسأل أنفسنا متى نحتاج إلى حدث غير متوقع يحدث صدمة لدى المشاهد.
- القاعدة السادسة: كلما كان بالإمكان اختصار زمن المشهد بما يجعله أكثر جمالية وتأثيراً فالنفضل، لأن الإطالة دون مبرر مدعاة للملل.

رابعاً/ القيم الجمالية وعلاقتها بالقيم الأخلاقية في المشهد التلفزيوني المبتكر:

تعرف القيم الجمالية للمشهد التلفزيوني بانها: الحاجات النفسية والدوافع الغريزية لإيجاد التوازن النفسي والطمأنينة داخل النفس الإنسانية (٢١).

وعرفها الدكتور محسن عطية بأنها: قيم الحياة البشرية، التي لا يستطيع المرء ان يعزلها عن القيم الأخرى وقد تفهم الاخلاق على انها تتحد مع كل مظاهر القيم في خبراتنا الحياتية (٢٢).

فالقيم تطبع السلوك الإنساني بمقومات قد تكون إيجابية ترتقي بالإنسان وترفع من مكانته، وقد تكون سلبية تحط من قدره ومكانته الاجتماعية، وعلى الرغم من النسبية التي يمثلها كل من الجمال والأخلاق، إلا اننا لا يجوز لنا إنكار وجودهما والعلاقة بينهما في الحياة الاجتماعية وفي المشاهد التلفزيونية، وإذا كانت هناك إشكالية فقد تكمن في نوع العلاقة ومستواها، إلى الدرجة التي دفعت فريق من الباحثين إلى القول: بأن العلاقة بينهما عكسية. ويدافع هذا الفريق عن منطقته بصعوبة الجمع بين الجمالين في الحياة الواقعية.

ويشير إلى أن جمال الشكل والمظهر يدفع الآخرين إلى التملق له وابتكار شتى الأساليب لإفساده وانحرافه عن السلوك الأخلاقي السليم، وان أولى الأمراض الاجتماعية التي ستصيبه الكبر والغرور وهو ما يتنافى مع الجمال الأخلاقي، وغالباً ما تعكس البرامج الدرامية هذه الظاهرة بصور وأشكال متعددة.

فضلاً عن ان مغريات الحياة المادية الحديثة والبحث عن الرفاهية أضحت تربط بين المال والجمال وتفكك العلاقة بين الأخلاق والجمال وهو ما عبرت عنه الدراما العربية في العديد من البرامج.

٢١ - محمد عزيز سالم، القيم الجمالية مصر دار المعارف، ١٩٦٤ ص ٣٦.

٢٢ - د محمد عطية، القيم الجمالية في الفنون التشكيلية، دار الفكر العربي، ٢٠٠٠، ص ٧٠.

فالأخلاق تمثل منظومة قيمية متكاملة تستمد مصادرها من الدين والأعراف والعادات والتقاليد، وتفرض على من لا يتقيد بمعاييرها السلوكية مسؤوليات أخلاقية واجتماعية، وقد تتعدى ذلك إلى الإجراءات القانونية، لأنها أحد أهم مقومات العقد الاجتماعي، الذي يوضح طبيعة العلاقات الاجتماعية في كل مجتمع من المجتمعات. وهذا الأمر يفرض على منتجي البرامج التلفزيونية لاسيما الدرامية مراعاة تكامل الشكل والمضمون في المشاهد التي ينتجونها للجماهير، لاسيما في المجتمعات ذات الطابع الديني والقيمي، ومنها مجتمعاتنا العربية والإسلامية.

لذلك يعتقد بعض الباحثين في هذا المجال: ان مراعاة المعايير الأخلاقية في إنتاج البرامج الدرامية يعد مقياس النجاح من ناحية الحكم الجماهيري على مديات نجاح البرامج التلفزيونية (٢٣) ...

الإطار الميداني للبحث

ويتألف من المحاور الآتية

أولاً: مجتمع البحث

يتكوّن مجتمع البحث من المتخصصين في الإعلام والعاملين بوسائل الإعلام بدولة الإمارات العربية المتحدة، ويوصف هذا المجتمع: بالإطار الجغرافي والبشري والمهني والقانوني، الذي تمت الدراسة فيه، ووفقاً لهذا الوصف فإن مجتمع البحث يشمل جميع المتخصصين والعاملين في الاعلام على اختلاف تخصصاتهم ومهنتهم ووظائفهم في المؤسسات الاعلامية العامة والخاصة.

وقد تم تحديد مجتمع البحث بالمتخصصين بوصفهم يمثلون الإطار الجغرافي للبيئة الإعلامية التي ظهرت فيها مشكلة البحث، لأن الإعلاميين هم الأكثر دراية ومعرفة بكل ما يتعلق بالإعلام، ومجتمع الاعلام بدولة الامارات العربية المتحدة، شأنه في ذلك شأن أي مجتمع يتكون من عدد من الخصائص العامة والخاصة المتمثلة بالنوع والسن والتخصص والمهنة ومستوى التعليم...، وعلى الرغم من تعدد الخصائص العامة والخاصة لمجتمع البحث، إلا أننا سنركز على اعتماد الخصائص التي نعتقد انها تمثل متغيرات تؤثر في نتائج هذا البحث.

ثانياً: عينة البحث

سنتناول عينة البحث وفقاً للنقاط الآتية:

١. نوع العينة: توصف عينة البحث بأنها من العينات العمدية أو القصدية التي يستخدمها الباحثون على نطاق واسع في المنهج الوصفي وأبحاثه المسحية، لأن المجتمع الإعلامي معلوم ولا بد لنا اختيار الأفراد الأكثر دراية ومعرفة بالحقل الإعلامي دون غيرهم، للإجابة عن تساؤلات الاستبانة وتزويد الباحث بالبيانات والمعلومات التي تعزز من دقة النتائج. ولخصوصية هذا المجتمع الذي يتسم بالتشابه في العديد من الخصائص الخاصة والعامة ويوصف بأنه شبه متجانس.

٢. حجم العينة: تم اعتماد حجم العينة البالغ (١٠٠) مبحوث وفقاً للمصادر العلمية والمراجع

المتعلقة بالعينات وأحجامها وأساليب سحبها، حيث تشير بعض المصادر العلمية إلى أن حجم العينة يقرره الباحث وفقاً لمتطلبات بحثه، ولأن مجتمع المتخصصين من المجتمعات النوعية صغيرة الحجم في المجتمعات كافة، فضلاً عن أن مجتمع البحث من المجتمعات الطبقيّة النوعية شبه المتجانسة، لذلك شملت المتخصصين في الإعلام دون غيرهم وتم اعتماد هذا العدد لأن العديد من الدراسات اعتمدت هذا الأسلوب في تحديد حجم العينة (٢٤).

٣. طريقة سحب العينة: على الرغم من أن مجتمع البحث شبه متجانس، والعينة عمدية يقصدها الباحث بحسب الأفراد الذين تتوافر فيهم شروط التخصص والخبرة والتخصص الدقيق، فقد تم اختيارهم عشوائياً من بين العاملين في الإعلام وفقاً لمعايير وخصائصه مجتمع البحث، وذلك لعدم إمكانية الباحث حصر ومسح أفراد المجتمع الإعلامي كافة بدولة الإمارات وإن أسلوب السحب العشوائي يعطي فرصة لكل فرد في المجتمع لأن يكون ضمن العينة وضمان دقة النتائج.

٤. خصائص العينة:

سيتم وصف خصائص العينة وفقاً للجدول (١) أدناه

النوع	العدد	%	مستوى التعليم	العدد	%	السن	العدد	%	التخصص العام	العدد	%	التخصص النقي للإعلاميين	العدد	%	المهنة	العدد	%
ذكر	٧٤	٧٤%	ثانوي	٨	٨%	١٨-٢٧	٤٩	٤٩%	اعلام	٧٢	٧٢%	إذاعة وتلفزيون	٦٦	٦٦%	موظف	٣٢	٣٢%
انثى	٢٦	٢٦%	جامعي	٥٨	٥٨%	٣٧-٢٨	٢٢	٢٢%	علوم انسابيه واجتماعية	١٣	١٣%	علاقات عامة	١٠	١٠%	تدريسي	٣٢	٣٢%
			طبا	٣٤	٣٤%	٤٧	٨	٨%	علوم طبية	٧	٧%	صحافة	٢	٢%	فني	١٤	١٤%
						٤٨	٢١	٢١%	علوم هندسية وتقنية	٤	٤%	جرافيك	١٠	١٠%	تقني	١٦	١٦%
-									أخرى	٥	٥%	أخرى	١٣	١٣%	أخرى	٦	٦%
مج	١٠٠	١٠٠%		١٠٠	١٠٠%		١٠٠	١٠٠%		١٠٠	١٠٠%		١٠٠	١٠٠%	١٠٠	١٠٠%	

الجدول (١) يوضح الخصائص العامة لعينة البحث.

تبيين من تحليل جدول خصائص العينة، تفوق نسبة الذكور إلى الإناث فكانت نسبة الذكور

٢٤ - د. مصطفى حميد الطائي، مناهج البحث في الإعلام وعلوم الاتصال، الشارقة، مكتبة الجامعة، ٢٠١٢، ص ٢١٨-٢١٩.

٧٤٪ إلى ٢٦٪ اناث، وذلك لزيادة أعداد الذكور العاملين في الاعلام مقارنة بالإناث. كما تبين ان الحاصلين على المؤهل الجامعي كانت نسبتهم ٥٨٪ يليهم حملة الشهادات العليا بنسبة ٣٤٪ وهي نسب طبيعية في مجتمع كمجتمع الامارات، حيث ترتفع فيه نسب حملت الشهادات العلمية والتخصصات المختلفة، وشكلت أعمار الفئة من ١٨-٢٧ حوالي نصف العينة، لأن الشباب من أكبر الفئات العمرية في المجتمع، وشكلت نسبة المتخصصين في الاعلام ٧٢٪ كان ٦٦٪ منهم متخصصون في الإذاعة والتلفزيون أما النسبة المتبقية فتمثل الدارسين في الحقل الإعلامي والإداريين المساندين والمهتمين.

ثالثاً/ تحليل بيانات البحث الميدانية:

الجدول رقم (٢) يبين متابعة الدراما الاذاعية والتلفزيونية وفقاً لنوع الوسيلة الإعلامية التي يتابعها المبحوث.

المجموع		لا اتابعها		نعم بشكل منتظم		نعم بين الحين والآخر		اوقات المتابعة	
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	نوع الوسيلة الإعلامية	
٦٦٪	٦٦	٢٪	٢	١٦٪	١٦	٤٨٪	٤٨	التلفزيون	
٣٪	٣	٠٪	٠	٣٪	٣	٠٪	٠	الإذاعة	
٣١٪	٣١	٠٪	٠	٧٪	٧	٢٤٪	٢٤	مواقع الشبكة الالكترونية	
٠٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٠	أخرى	
١٠٠٪	١٠٠	٢٪	٢	٢٦٪	٢٦	٧٢٪	٧٢	المجموع	

$$Chi-Sq = 0.051, DF = 1, P-Value = 0.821$$

أظهرت نتائج مربع كاي عند مستوى دلالة ٠,٠٥ في الجدول (٢) عدم وجود علاقة تأثير بين انتظام متابعة المبحوثين للبرامج التلفزيونية ونوع الوسيلة الإعلامية التي يفضلونها.

وتبين من النسب المئوية ان (٩٨٪) يتابعون البرامج التلفزيونية مقابل (٢٪) لا يتابعونها، أما من يتابعون بشكل منتظم فيمثلون نسبة (٢٦٪) مقابل (٧٢٪) يتابعون بين الحين والآخر. الجدول (٣) يوضح نوع الدراما التي يتابعها المبحوثين وفقاً لمتغير السن.

المجموع		جميعها		الدراما الاجنبية		الدراما العربية		الوسيلة الأكثر متابعة السن	
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد
٥٨٪	٥٨	١٠٪	١٠	١٠٪	١٠	١٥٪	١٥	٢٣٪	٢٣
١٦٪	١٦	٢٪	٢	٢٪	٢	٤٪	٤	٨٪	٨
٦٪	٦	٢٪	٢	٠٪	٠	٢٪	٢	٢٪	٢
٢٠٪	٢٠	٠٪	٠	٢٪	٢	٤٪	٤	١٤٪	١٤
١٠٠٪	١٠٠	١٤٪	١٤	١٤٪	١٤	٢٥٪	٢٥	٤٧٪	٤٧

$$Chi-Sq = 4.321, DF = 6, P-Value = 0.633$$

يظهر من الجدول (٣) عدم وجود علاقة تأثير بين سن المبحوث ونوع البرامج التي يتابعها عند مستوى دلالة ٠,٠٥. وكان (٤٧٪) من المبحوثين يتابعون البرامج العربية مقابل (٢٥٪) للبرامج الأجنبية، و(١٤٪) للبرامج المدبلجة وكان (١٤٪) يتابعون البرامج كافة، وشكلت فئة الشباب ١٨-٢٧ نسبة (٥٨٪)

الجدول (٤) يوضح مدى وجود علاقة بين الأخلاق والجمال في المشهد الإذاعي والتلفزيوني. من وجهة نظر المتخصصين.

المجموع	ليست هناك علاقة بين الاخلاق والجمال		نعم هناك علاقة بين الاخلاق والجمال في المشهد الإذاعي		مدى وجود علاقة بين الاخلاق والجمال
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
٧٢	٧٢	٪٧٢	٨	٪٦٤	٦٤
١٦	١٦	٪١٦	٢	٪١٤	١٤
٧	٧	٪٧	٢	٪٥	٥
٣	٣	٪٣	١	٪٢	٢
٢	٢	٪٢	٠	٪٢	٢
١٠٠	١٠٠	٪١٠٠	١٣	٪٨٧	٨٧

$$Chi-Sq = 1.759, DF = 2, P-Value = 0.415$$

أظهرت نتائج الجدول (٤) أن هناك علاقة تكاملية بين الأخلاق والجمال في المشهد التلفزيوني المبتكر عند مستوى دلالة ٠,٠٥. وتبين من النسب المئوية أن (٨٧٪) من المتخصصين في العينة يعتقدون ان الممارسات السلوكية الأخلاقية وجمال الشكل في المشهد التلفزيوني يكملان بعضهما. مقابل (١٣٪) لا يعتقدون بوجود هذه العلاقة، مما يؤكد وجود هذه العلاقة التكاملية.

الجدول (٥) يوضح ايهما أكثر تأثيراً في المشهد جمال الشكل والمظهر أم جمال الاخلاقيات السلوكية وفقاً لتخصص الباحث.

المجموع	الاثنين معاً		جمال الاخلاقيات السلوكية		جمال الشكل والمظهر		الجمال المؤثر
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
٥٨	٥٨	٪٥٨	٣٨	٪٣٨	١٠	٪١٠	١٠
١٤	١٤	٪١٤	٦	٪٦	٤	٪٤	٤
٢	٢	٪٢	٠	٪٠	٠	٪٢	٢
١٤	١٤	٪١٤	٨	٪٨	٢	٪٤	٤
١٢	١٢	٪١٢	٤	٪٤	٤	٪٤	٤
١٠٠	١٠٠	٪١٠٠	٥٦	٪٥٦	٢٠	٪٢٠	٢٤

$$Chi-Sq = 5.824, DF = 4, P-Value = 0.213$$

يتضح من النتائج التي أظهرها الجدول (٥) وجود علاقة قوية بين جمال الشكل والمظهر وجمال المضمون والأخلاقيات السلوكية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) حيث يعتقد (٥٦٪) من أفراد العينة ضرورة الجمع بين جمالية الشكل وجمالية الأخلاق السلوكية في المشهد المبتكر، مقارنة بـ (٢٤٪) يعتقدون بجمال الشكل والمظهر فقط، و(٢٠٪) يؤيدون جمال الممارسات السلوكية دون الشكل. وكان (٥٨٪) ممن يعتقدون بتكامل جمال الشكل والسلوك من المتخصصين في الإذاعة والتلفزيون.

الجدول (٦) يبين المعيار الذي يعكس مفهوم المبحوث للجمال حسب نوع المبحوث.

المجموع		أنثى		ذكر		نوع المبحوث	
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	معيار الجمال	
٪٤	٤	٪٤	٤	٪٠	٠	لون البشرة	
٪٢	٢	٪٠	٠	٪٢	٢	لون العيون	
٪٦	٦	٪٢	٢	٪٤	٤	رقة الصوت	
٪٨	٨	٪٢	٢	٪٦	٦	خشونة الصوت	
٪٢٦	٢٦	٪٦	٦	٪٢٠	٢٠	بلاغة المنطق ودقة التعبير	
٪٦	٦	٪٠	٠	٪٦	٦	تعبير الوجه	
٪٢	٢	٪٠	٠	٪٢	٢	الرشاقة وحركات الجسد	
٪٨	٨	٪٤	٤	٪٤	٤	المظهر والذوق الرفيع في الملابس	
٪٢	٢	٪٢	٢	٪٠	٠	قوة الشخصية	
٪٣٦	٣٦	٪٢	٢	٪٣٤	٣٤	جميع هذه المعايير	
٪100	١٠٠	٪٢٢	٢٢	٪٧٨	٧٨	المجموع	

$$Chi-Sq = 6.300, DF = 2, P-Value = 0.04$$

تبين نتائج الجدول (٦) وجود علاقة بين جنس المبحوث ومعيار مقياسه للجمال عند مستوى دلالة (٠,٠٥)٪. حيث تميل النسب المئوية إلى معيار بلاغة المنطق ودقة التعبير، الذي بلغت نسبته من كلا الجنسين (٢٦)٪ و(٨)٪ على التوالي، ولكل من المظهر والذوق الرفيع و(٨)٪، ولكل من رقة الصوت وتعبير الوجه. و(٦)٪ وإلى لون البشرة و(٤)٪ ولون العيون والرشاقة وحركات الجسد وقوة الشخصية (٢)٪، وكانت نسبة من يعتقدون من كلا الجنسين بضرورة توفر جميع هذه المعايير في جمال المشاهد التلفزيوني المبتكر (٣٦)٪. مما يدل على ضرورة ان يتضمن المشهد المعايير الجمالية والأخلاقية كافة.

الجدول (٧) يوضح نوع المعيار الأخلاقي في المشهد الإذاعي والتلفزيوني حسب مستوى التعليم.

المجموع		عليا		جامعي		ثانوي		مستوى التعليم	
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	نوع المعيار الأخلاقي	
٪٢٤	٢٤	٪٦	٦	٪١٤	١٤	٪٤	٤	التواضع والتسامح	
٪٢١	٢١	٪٨	٨	٪١٢	١٢	٪١	١	الالتزام بقيم الجمهور الأخلاقية	
٪١٨	١٨	٪٦	٦	٪١٢	١٢	٪٠	٠	احترام العقائد الدينية للجمهور	
٪١٢	١٢	٪٤	٤	٪٨	٨	٪٠	٠	احترام العادات والتقاليد الاجتماعية	
٪١٠	١٠	٪٠	٠	٪١٠	١٠	٪٠	٠	احترام الرأي الآخر	
٪١٠	١٠	٪٤	٤	٪٦	٦	٪٠	٠	تقبل النقد	
٪٥	٥	٪٠	٠	٪٤	٤	٪١	١	أخرى	
100٪	١٠٠	٪٢٨	٢٨	٪٦٦	٦٦	٪٦	٦	المجموع	

$$Chi-Sq = 8.907, DF = 6, P-Value = 0.179$$

تبين من نتائج الجدول (٧) عدم وجود علاقة بين نوع المعيار الأخلاقي في المشهد التلفزيوني المبتكر ومستوى التعليم لعينة البحث عند مستوى الدلالة (٠,٠٥) .

وأظهرت النسب المئوية تأييداً واضحاً لمعيار التواضع والتسامح في السلوك بنسبة (٢٤٪) يليه الالتزام بقيم الجمهور بنسبة (٢١٪) ثم احترام المعتقدات الدينية للجمهور بنسبة (١٨٪) واحترام العادات والتقاليد الاجتماعية بنسبة (١٢٪) ونسبة (١٠٪) لكل من احترام الرأي الآخر وتقبل النقد ومعايير أخرى كانت نسبتها (٥٪)

وبذلك نتوصل إلى خلاصة مفادها: أن (٧٥٪) من عينة البحث يعتقدون بضرورة أن يعكس المشهد التلفزيوني المبتكر القيم الشخصية والدينية والاجتماعية للجمهور. وكان (٩٣٪) ممن يؤمنون بهذا الاعتقاد هم من حملة الشهادات الجامعية والشهادات العليا.

الجدول (٨) يوضح العنصر الأكثر تأثيراً في المشهد المبتكر من وجهة نظر أصحاب المهن.

المجموع	أخرى		تقني		فني		تدريسي		موظف		المهنة / العنصر الأكثر تأثيراً
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
٤٠	٤٠	٪٤٠	٠	٪٠	١٢	٪١٢	٦	٪٦	١٢	٪١٢	المقدم أو المؤدي
٢٠	٢٠	٪٢٠	٢	٪٢	٠	٪٠	٠	٪٠	١٠	٪١٠	الموضوع ومضمونه
٤	٤	٪٤	٠	٪٠	٤	٪٤	٠	٪٠	٠	٪٠	الوسيلة الاعلامية
٢٤	٢٤	٪٢٤	٠	٪٠	٢	٪٢	٨	٪٨	٨	٪٨	أساليب الإخراج والمعالجة الفنية
٦	٦	٪٦	٠	٪٠	٢	٪٢	٠	٪٠	٠	٪٠	توقيت العرض
٦	٦	٪٦	٠	٪٠	٢	٪٢	٢	٪٢	٠	٪٠	أخرى
100%	١٠٠	٪١٠٠	٢	٪٢	٢٢	٪٢٢	١٦	٪١٦	٣٠	٪٣٠	المجموع

$$Chi-Sq = 12.500, DF = 6, P-Value = 0.052$$

أثبتت نتائج البحث في الجدول (٨) وجود علاقة تأثير بين مهنة المبحوث والعنصر الذي يراه أكثر تأثيراً في المشهد التلفزيوني المبتكر عند مستوى دلالة (٠,٠٥). وتميل النتائج الجدولية إلى أهمية عنصر الأداء والتقديم على أنه الأكثر تأثيراً بنسبته (٤٠٪) مقارنة بأساليب الإخراج والمعالجات الفنية، الذي بلغت نسبته (٢٤٪) وجاءت أهمية الموضوع ومضمونه بنسبة (٢٠٪)، أما وسيلة العرض والتوقيت فبلغت كل منهما (٦٪).

ونسنتج من النتائج السابقة أن (٨٤٪) من الفنيين والتقنيين والعاملين بوسائل الإعلام يرجحون عناصر (المؤدي والمقدم وأساليب الإخراج والمعالجات الفنية والموضوع) على أنها العناصر الأكثر تأثيراً في المشهد التلفزيوني المبتكر.

رابعاً/ نتائج البحث:

نستخلص من البحث بشقيه النظري والتطبيقي النتائج الآتية:

١. يتضح من تحليل المعلومات النظرية ان مراعاة المعايير الأخلاقية في إنتاج البرامج التلفزيونية، يعد مقياساً للجودة والنجاح من ناحية الحكم الجماهيري على أهمية المشهد التلفزيوني المبتكر.
٢. تبين من نتائج البحث أنه على الرغم من أهمية الجمع بين معيار الجمال الأخلاقي وجمال الشكل والمظهر، إلا أن مغريات الحياة المادية الحديثة والبحث عن الرفاهية أضحت تربط بين المال والجمال على حساب العلاقة بين الأخلاق والجمال، وقد عبرت عن ذلك الدراما العربية في العديد من البرامج.
٣. أظهرت نتائج البحث عدم وجود علاقة تأثير بين سن المبحوث ونوع البرنامج الذي يتابعونه عند مستوى دلالة ٠,٠٥. وكان (٤٧٪) من المبحوثين الذين يتابعون البرامج العربية مقابل (٢٥٪) يتابعون البرامج الأجنبية، و(١٤٪) يتابعون البرامج المدبلجة، وكان (١٤٪) يتابعون البرامج كافة.
٤. تبين من نتائج البحث أن هناك علاقة تكاملية بين المعايير الأخلاقية والجمالية في المشهد التلفزيوني المبتكر عند مستوى دلالة ٠,٠٥. إذ يعتقد (٨٧٪) من المتخصصين في العينة: ان الممارسات السلوكية الأخلاقية وجمال الشكل في المشهد التلفزيوني يكملان بعضهما. مقابل (١٣٪) لا يعتقدون بوجود هذه العلاقة التكاملية.
٥. أظهرت النتائج وجود علاقة قوية بين جمال الشكل والمظهر وجمال الأخلاقيات السلوكية عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، حيث يعتقد (٥٦٪) من أفراد العينة ضرورة الجمع بين جمالية الشكل وجمالية المضمون في المشهد الدرامي المبتكر، مقارنة بـ (٢٤٪) يعتقدون بجمال الشكل والمظهر و(٢٠٪) يؤيدون جمال المضمون الذي يجسده السلوك. وكان (٥٨٪) ممن يعتقدون بضرورة تكامل جمال الشكل والمضمون، من المتخصصين في الإذاعة والتلفزيون. مما يدل على ضرورة ان يتضمن المشهد المبتكر المعايير الجمالية والأخلاقية كافة.
٦. أثبتت نتائج البحث وجود علاقة بين جنس المبحوث ومياري قياسه للجمال عند مستوى دلالة (٠,٠٥). حيث يميل (٢٦٪) من كلا الجنسين إلى بلاغة المنطق ودقة التعبير على أنه المعيار المفضل للجمال، مقابل (٨٪) لكل من المظهر والذوق الرفيع و(٦٪) لكل من رقة الصوت وتعابير الوجه. و(٤٪) إلى لون البشرة و(٢٪) إلى لون العيون والرشاقة وحركات الجسد وقوة الشخصية. وكانت نسبة من يعتقدون بضرورة توفر جميع هذه المعايير في جمال المشهد التلفزيوني المبتكر (٣٦٪) من عينة البحث.
٧. تشير نتائج البحث أن (٧٥٪) من عينة البحث يعتقدون بضرورة أن يعكس المشهد التلفزيوني المبتكر القيم الشخصية والدينية والاجتماعية للجمهور. وكان (٩٣٪) ممن يؤمنون بهذا الاعتقاد هم من حملة الشهادات الجامعية والعليا.
٨. أظهرت النتائج أن (٨٤٪) من الفنيين والتقنيين والعاملين بوسائل الإعلام يرجحون عناصر (المؤدي والمقدم وأساليب الإخراج والمعالجات الفنية والموضوع) على أنها العناصر الأساس في المشهد التلفزيوني المبتكر.

التوصيات:

بعد استخلاص نتائج البحث النظرية والتطبيقية توصل الباحث إلى التوصيات الآتية:

١. ضرورة تبني المنتجين العرب معايير جودة علمية احترافية لقياس جمالية المشاهد التلفزيونية المبتكرة.
٢. يوصي الباحث بضرورة الاهتمام بجودة الممارسات الأخلاقية في السلوك الدرامي الموجه إلى الفرد والأسرة في المجتمعات العربية والإسلامية.
٣. على الرغم من أهمية جمالية الشكل للمشهد التلفزيوني المبتكر يوصي الباحث الاهتمام بضرورة تكامله مع المضمون والممارسات الأخلاقية التي تجسدها شخصيات البرنامج.
٤. يوصي الباحث بضرورة تركيز المنتجين على إظهار جمالية الروح والخيال والطبيعة أكثر من تركيزهم على إثارة الغرائز والعقد والحساسيات الاجتماعية والدينية في المشاهد التلفزيونية.
٥. يوصي الباحث بعدم تبني المنتجين مشاهد غير متكاملة المعايير في البرامج الإعلامية العربية.
٦. يوصي الباحث بضرورة الاتفاق على تبني معايير جودة موحدة لقياس صلاحية البرامج المرئية والمسموعة في المجتمعات العربية والإسلامية.

مصادر البحث:

١. <https://www.uaeinnovates.gov.ae/ar/research>
2. <https://hrdiscussion.com/hr49320.html>.
٣. ابن منظور، أبو فضل جمال محمد بن مكرم، لسان العرب، بيروت، دار صادر المجلد الثاني فصل الجيم ص ٢٠٥.
٤. علي سامي الحلاقي، اللغة والتفكير الناقد، عمان - الأردن: دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ١ ط ٢٠٠٧، ص ٢٨.
- <http://mawdoo3.com-5>
- 6 - <https://www.google.ae/search?safe=strict&ei>.
- 7 - <http://mawdoo3.com>.
- ٨ - السيد عبد الله شبر، «خلق وأخلاق» لسان العرب ج ٤ ص ١٩٤. وهبة محمد الأمين، الاخلاق الإسلامية، ص ٨.
- 9 - <https://www.slideshare.net/marianamaya/ss-12213422>.
- ١٠ - أحمد حسن الزيات، في أصول الأدب محاضرات ومقالات في الأدب العربي، مطبعة الرسالة، ١٩٥٢، ص ٣٠٧.
١١. زكريا الشربيني ويسريه صادق. أطفال عند القمة: الموهبة-التفوق العقلي-الإبداع، القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠٢ م.
١٢. مدحت محمد أبو النصر، إدارة العمليات التدريبية (النظرية والتطبيق)، القاهرة، دار الفجر، ٢٠٠٨، ص ٦٦.
١٣. مصطفى حميد الطائي، الاتصال الجماهيري: مدخل إلى تحديث المفاهيم والوظائف والنظريات، الشارقة، مكتبة الجامعة، ٢٠١٣، ص ١٠٨.
- 14-UNESCO Many Voices One World Towards anew more just and more efficient world Information and Communication order (London: Kogan Page) p229.232
١٥. وفيق الأغا، دور القيادات الإدارية في التطوير والتنمية الإدارية، المؤتمر السنوي العام الرابع في الإدارة، دمشق، ٢٠٠٣، ص ٢٦٣.
- <http://www.kanaker.com/fainal/arabic/01/04.htm> - 05/4/2011.16
- <https://www.flickr.com/groups/1548035@N23/discuss/72157625595715765.17>
- <http://www.kanaker.com/fainal/arabic/01/04.htm-05/4/2011> .18
- <http://mawdoo3.com.19>
٢٠. جون اوغست، المشهد السينمائي والتلفزيوني، ترجمة د. طاهر علوان، ٢٠١٥.
٢١. محمد عزيز سالم، القيم الجمالية، مصر، دار المعارف، ١٩٦٤ ص ٣٦.
٢٢. د محمد عطية، القيم الجمالية في الفنون التشكيلية، دار الفكر العربي، ٢٠٠٠، ص ٧٠.
- 23 <https://www.alrakoba.net/news-action-show-id-49621.htm>
٢٤. د. مصطفى حميد الطائي، مناهج البحث في الإعلام وعلوم الاتصال، الشارقة، مكتبة الجامعة، ٢٠١٢، ص ٢١٩-٢١٨.

Reference

1. <https://www.uaeinnovates.gov.ae/ar/research> .1
2. <https://hrdiscussion.com/hr49320.html>.
3. Ibn Salman, Abu Fadl, Muhammad ibn Makram, *the tongue of the Arabs*, Beirut, Dar Sadder Volume II chapter of the gym p. 205.
4. Ali Sami Al-Hallaq, *Language and Critical Thinking*, Amman, Jordan: Dar Al-Masyera for Publishing, Distribution and Printing, 1, 2007, p.28
5. <http://mawdoo3.com>.
6. <https://www.google.ae/search?safe=strict&ei>.
7. <http://mawdoo3.com>.
8. Abdullah Shubar, "Creation and Ethics" of the Arabic language. And Hiba Mohammed Al-Amin, *Islamic Ethics*, p. 8.
9. <https://www.slideshare.net/marianamaya/ss-12213422>.
10. Ahmed Hassan Al-Zayat, *in the Origins of Literature Lectures and Articles in Arabic Literature*, Al-Risala Press, 1952, p. 307
11. Zakaria El Sherbini and Yasser Sadiq. *Children at the Summit: Talent - Mental Excellence - Creativity*, Cairo, Arab Thought House, 2002.
12. Medhat Mohamed Abu El-Nasr, *Managemaint of Training Operations (theory and practice)*, Cairo, Dar al-Fajr, 2008, p. 66.
13. Mustafa Hameed Al-Tai, *Mass Communication: An Introduction to Modernizing Concepts, Functions and Theory*, Sharjah, University Library, 2013.p108
14. UNESCO *Many Voices One World Towards anew more just and more efficient world Information and Communication order* (London: Kogan Page) p229.232
15. Wafik Al-Agha, *The Role of Administrative Leaders in Administrative Development and Development*, 4th Annual General Conference in Management, Damascus, 2003, p. 263.
16. <http://www.kanaker.com/fainal/arabic/01/04.htm> - 05/4/2011.
17. <https://www.flickr.com/groups/1548035@N23/discuss/72157625595715765>.
18. <http://www.kanaker.com/fainal/arabic/01/04.htm>-05/4/2011 .18
19. <http://mawdoo3.com>.18
20. John August, *Film and Television Scene*, Tahir Alwan, 2015.
21. Mohamed Aziz Salem, *The Values of the Aesthetic*, Egypt, Dar Al Ma'arif, 1964. p.36
22. Mohamed Attia, *The aesthetic values in plastic arts*, Dar al-Faker al-Arabi, 2000, p. 70.
23. <https://www.alrakoba.net/news-action-show-id-49621.htm> .
24. Mustafa H. Al-Tai, *Research Methods in Media and Communication Sciences*, Sharjah, University Library, 2012, pp. 218-219.