فاعلية تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إخراج البرامج التليفزيونية
دراسة ميدانية

الباحث / مينا نادي لمعي شفيق

لدرجة الماجستير في الآداب قسم الإعلام / شعبة الإذاعة (راديو وتليفزيون)

تخصص تكنولوجيا الفن الإذاعي / جامعة المنصورة

إشـــــــــراف

أ.د/محمود عبد العاطي مسلم مبروك
أستاذ ورئيس قسم الإذاعة والتليفزيون السابق
بكليةالإعلام- جامعة الأزهر
مشرفاً رئيسياً

د/سحر مؤنس أحمد عيد
مدرس الإذاعة والتليفزيون – بقسم الاعلام
كلية الآداب - جامعة المنصورة
مشرفاً مشاركاً

مقدمة:

نعيش اليوم بشكل مباشر في بيئة إعلامية سريعة التغيير فقبل سنوات قليلة فقط فلم يكن أكثر الناس سبق أن سمعوا عن الإعلام المتعدد أو الانترنت، ولكن مع التطور الهائل أصبح المصطلح المنتشر هو الإعلام الرقمي الذي يعبر عن قوة تطور تكنولوجيا الاتصال في مجال الإعلام.

إن التغييرات التي حدثت في البيئة الإعلامية عديدة وفي بعض الحالات مدهشة، إن الصحف تهبط في التوزيع ومجموعة القراء في بعض الوقت، لقد تغير التليفزيون من شبكات محدودة إلي شبكات متعددة يتسارع عددها يوماً بعد يوم، وتجذب ملايين المتلقين.

يمتد تاريخ الراديو والتليفزيون، علي التوالي، إلي أكثر من تسعة وستين عاماً بوصفهما وسيلتين من وسائل الإعلام ، وكلاهما نشأ من تكنولوجيات كانت قائمة قبل وجودهما

مثل: الهاتف، والتليغراف، والتصوير الفوتوغرافي الثابت والمتحرك، والتسجيل الصوتي.

ويتطور التليفزيون تطوراً مستمراً، وكل فترة يتطور فيها التليفزيون تستلزم تحديث من جانب الأشخاص القائمون بالاتصال على هذه المهنة، لذا كان للتطور التكنولوجي الواضح الآثر في صناعة العمل التليفزيوني تأثيراً كبيراً على عملية الإخراج التليفزيوني من ناحية **أسس الإخراج وتعامل المخرج التليفزيوني** ذاته مع (زوايا الكاميرا- أحجام اللقطات- حركات الكاميرا – مكان التصوير – نوع الإضاءة – المؤثرات المرئية – وسائل الإيضاح – نوع الصوت- وسائل الانتقال)، وتأثيرها أيضاً علي فريق العمل المعاون للمخرج (مدير التصوير- المصور- مهندس الصوت- فني الصوت- مقدم البرنامج- المونتير- المكسير- المونتير الإلكتروني – مهندس الديكور- مساعد المخرج).

وبناءً على ما سبق تتضح **أهمية** "**أسس إخراج البرامج التليفزيونية**" ومن ثم أهمية "**الأطر البصرية**" المرتبطة بها، ولهذا سعى عددٍ من الباحثين والباحثات على المستوى العربي والأجنبي لدراسة هذا النوع من الدراسات التي تهتم بتحليل الصورة بالدرجة الأولى، كما استعرضهم الباحث ضمن الإطار المنهجي بأسلوب التشابة والاختلاف، لكن لم تستطيع هذه الأبحاث حتى الآن من مسح جميع الجوانب المتعلقة بإخراج البرامج البرامج التليفزيونية، فهذا المجال يحتاج لمزيد من الدراسات في محاولة لوضع أساس علمي منهجي لكيفية تحليل هذه الأسس بالبرامج التليفزيونية.

الدراسات السابقة:

١- دراسة نهى غالي (٢٠٢١)، توظيف التكنولوجيا الرقمية في الممارسة المهنية بوسائل الإعلام الإقليمية واتجاهات القائم بالاتصال نحوها: دراسة ميدانية.[١]

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة توظيف التكنولوجيا الرقمية في الممارسة المهنية بوسائل الإعلام الإقليمية واتجاهات القائم بالاتصال بها، وقد طبقت هذه الدراسة على عينة من القائمين بالاتصال في شبكة الإذاعات والقنوات الإقليمية المصرية، وتبرز أهمية هذه الدراسة من سعيها للوقوف على رؤية القائم بالاتصال بالإعلام الإقليمي المصري للتكنولوجيا الرقمية واتجاهاته نحو توظيفها واستخدام تقنياتها في ممارسته المهنية للعمل الإعلامي بالمؤسسات الإعلامية التي ينتمي إليها، كما سعت الدراسة للإجابة عن بعض التساؤلات، من بينها:

- ما التقنيات التكنولوجية الرقمية التي يتم توظيفها في الممارسة المهنية بوسائل الإعلام الإقليمية؟
- ما آليات توظيف التكنولوجيا الرقمية في الممارسة المهنية بوسائل الاتصال الإقليمية؟
- ما أوجه إفادة الممارسة المهنية بوسائل الإعلام الإقليمية من التقنيات التكنولوجية الرقمية؟

كما قامت الدراسة باختبار الفروض منها:

الفرض الأول:

تختلف معدلات توظيف القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام الإقليمية للتقنيات التكنولوجية الرقمية واتجاهاتهم نحو هذه التقنيات باختلاف خصائصهم الوظيفية

([١]) نهى غالي، **توظيف التكنولوجيا الرقمية في الممارسة المهنية بوسائل الإعلام الإقليمية واتجاهات القائم بالاتصال نحوها: دراسة ميدانية**، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٥٩، مجلد ٤، (القاهرة،جامعة الأزهر، كلية الإعلام، أكتوبر ٢٠٢١).

والديموجرافية.

وجاءت أبرز النتائج كما يلي:

- وجود فروق دالة إحصائيًّا بين العاملين بالإذاعات القنوات التليفزيونية من القائمين بالاتصال وفق المستوى التعليمي؛ ما بين متوسط وجامعي وفوق الجامعي في استجاباتهم لأسئلة مقاييس مدى توظيف التقنيات التكنولوجية الرقمية بوسائل الإعلام الإقليمية والاتجاه نحوها.
- وجود فروق دالة إحصائيًّا بين العاملين بالإذاعات القنوات التليفزيونية من القائمين بالاتصال وفق طبيعة وظائفهم؛ ما بين (مذيع، مصور، مخرج، مذيع، مهندس صوت، مونتاج، إعداد، وغيره) في استجاباتهم لأسئلة مقاييس مدى توظيف التقنيات التكنولوجية الرقمية بوسائل الإعلام الإقليمية والاتجاه نحوها.

٢- دراسة عبد الكريم حسين عباس (٢٠٢١)، الإخراج الفني للشاشة التليفزيونية.[٢]

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن اللون الإخراجي للشاشة التليفزيونية في القنوات الفضائية الإخبارية، وألوان الشارة التليفزيونية (اللوكو) وشكلها وموقعها على الشاشة التليفزيونية في القنوات الفضائية الإخبارية، وكذلك ألوان الشريط الإخباري (السبتايتل) وشكله وموقعه وألوان الكتابة وكيفية ظهورها على الشاشة التليفزيونية في القنوات الفضائية الإخبارية، وألوان التوقيت وألوان الكتابة وموقعه على الشاشة التليفزيونية في القنوات الفضائية الإخبارية.

(٢) عبد الكريم حسين عباس السوداني، **الإخراج الفني للشاشة التليفزيونية**، حوليات آداب عين شمس، المجلد ٤٩، عدد ٥، (القاهرة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، يوليو- سبتمبر ٢٠٢١).

ويرى الباحث أن عناصر الإخراج الفني للشاشة التليفزيونية تنقسم إلي نوعين أساسيين هما:

- عناصر ثابتة: وهي العناصر التي تبقى على الشاة على مدار البث وتشمل (لون الشاشة، شارة القناة "اللوكو"، شريط الاخبار " السبتايتل"، التوقيت)
- عناصر غير ثابتة: وهي العناصر التي تظهر على الشاشة لفترة محدودة ثم تختفي وتشمل : (شريط الاخبار العاجلة، شريط عناوين البرامج والاخبار وتصريحات الضيوف واسمائهم، نوعية البث إذا كان مباشراً تظهر إشارة إلي ذلك، صورة أو شعار مكتوب للحملات الإعلامية وبعض المناسبات).

وعليه فإن مهمة المخرج الفني للشاشة التليفزيونية تنحصر بتوزيع هذه العناصر الفنية على مساحة الشاشة توزيعاً جمالياً يؤمن الوضوح التام من جانب والارتياح البصري للمشاهد من جهة أخرى معطياً للشاشة تميزها عن الشاشات الفضائية الأخرى وفق أسس وقواعد فنية إبداعية.

وتوصلت الدراسة إلي نتائج واستنتاجات هامة وعديدة أبرزها:

- إن اعتماد اللون الازرق كلون للشاشة التليفزيونية وبنسبة ٦٧% إنما يعود لمواصفات هذا اللون وانسجامه مع الألوان الاخرى، وكذلك هو الحال بالنسبة للون الأحمر الذي حصل على نسبة ٢٣%.
- إن اعتماد لونين في رسم الشارة التليفزيونية (اللوكو) يعطي فرصة أكبر لايضاح بعض الرموز التي يحملها الشعار ويحقق قاعدة التباين اللوني.
- استخدام اللون الأبيض أكثر من بقية الالوان في جميع عناصر إخراج الشاشة التليفزيونية وذلك كون اللون الأبيض من أكثر الالوان سطوعاً أو وضوحاً وهو من

الالوان الخفيفة التي (ليس لها لون) ولأنه يتميز بظاهرة الانعكاس الكلي، فضلاً عن قدرته على تحقيق قاعدة الإنسجام اللوني مع الألوان الاخرى.

- لطبيعة وشكل الحروف والكلمات والدور الكبير في اختيار مساحة الشريط الإخباري (السبتايتل) فالحروف والكلمات الإنكليزية تتلائم ومساحة الشريط الضيق وهي عكس الحروف والكلمات العربية التي تكتب بخطوط عديدة.

٣- دراسة Qiangyin Wu (٢٠٢١)، بحث في أسلوب العمل العملي للتحرير الإذاعي والتلفزيوني وإخراج التخصص بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات الحاسوبية.[٣]

- تناولت هذه الدراسة أسلوب وصميم العمل التحريري والإخراجي في الإذاعة والتليفزيون في الصين، اعتماداً علي تكنولوجيا الحاسب الآلي، فإن الجمع بين الإنترنت والتلفزيون يجعل الترفيه اليومي للناس أكثر وفرة. لا شك أن الإذاعة والتلفزيون من أهم الوسائل لإثراء العالم الروحي للناس، **وتوصل هذا البحث للاتي:** يمكننا أن نعتقد أن البحث عن أسلوب العمل المهني والعملي لمدير الإذاعة والتلفزيون له أهمية عملية كبيرة للازدهار المستقبلي لمجال الإذاعة والتلفزيون في الصين وتلبية الاحتياجات الروحية والثقافية للشعب.

---

[٣]) Qiangyin Wu, **Research on the Practical Working Mode of Radio and Television (Editing and Directing Major Based on Computer Information Technology**,(China, Normal University, School of Media & Communication, College of Humanities & Sciences of Northeast , 2021). Journal of Physics: Conference Series, Available at : https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1744/3/032201

- ويمكن أن يعكس ابتكار أسلوب العمل في ظل نظام الاستوديو أساليب التدريب العملي الحالية على الابتكار من الجانب في الوقت نفسه، ويعد الابتكار أيضًا الهدف الرئيسي للبحث حول طريقة العمل الفعلية للتحرير والإخراج الإذاعي والتلفزيوني.

٤- دراسة حسن محمد جمال الشربيني (٢٠١٩)، تأثير التعرض للتليفزيون ثلاثي الأبعاد على إدراك المشاهد المصري: دراسة تجريبية مقارنة بين التليفزيون ثلاثي وثنائي الأبعاد بالتطبيق على قالب درامي.[٤]

- هدفت هذه الدراسة إلي التعرف على التأثيرات الإدراكية المرتبطة بالتليفزيون ثلاثي الأبعاد، وركزت على التعرف على الفروق بين العمليات الإدراكية (الانتباه، الإدراك، التذكر) عند التعرض للتليفزيون ثلاثي الأبعاد مقارنة بالتليفزيون ثلاثي الأبعاد بالتطبيق على التعرض للمضامين الدرامية، والتعرق علي تأثير النوع والتعرض المسبق – كعوامل وسيطة – على العمليات الإدراكية (الانتباه، الإدراك، التذكر) عند مشاهدة المحتوى الدرامي بنظام المشاهدة ثلاثية الابعاد.

- استخدم الباحث المنهج التجريبي باعتباره مناسباً لطبيعة الدراسة واختيار فروضها، وتم اختيار طلبة الجامعة كإطاراً بشرياً لاختيار العينة باعتبارهم من أنسب الفئات لتطبيق الدراسات التجريبية .

([٤])حسن محمد جمال الشربيني، **تأثير التعرض للتليفزيون ثلاثي الأبعاد على إدراك المشاهد المصري: دراسة تجريبية مقارنة بين التليفزيون ثلاثي وثنائي الأبعاد بالتطبيق على قالب درامي**، رسالة ماجستير، **غير منشورة**، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٩).

وقد تم إجراء الدراسة على عينة من المبحوثين قوامها ٩٠ مبحوثاً من طلبة الفرقة الاولى، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ثم تقسيمهم عشوائياً على ثلاث مجموعات (كمجموعتين تجريبيتين وأخرى ضابطة) بحيث يكون حجم العينة في كل مجموعة ٣٠ مبحوثاً.

توصلت الدراسة إلي:

- قدرة التليفزيون ثلاثي الأبعاد على دعم التمثيل المتعمق لإدراك العمق البصري للصورة المقدمة من خلاله بشكل يفوق التليفزيون التقليدي، حيث بلغ متوسط نسب التمثيل المتعمق لإدراك العمق البصري في المجموعات التجريبية ٨٩%، في حين بلغت نسبة التمثيل المتعمق لإدراك العمق البصري في المجموعة الضابطة ١٣% فقط (بفارق ٧٦%).
- التليفزيون ثلاثي الأبعاد يدعم من رغبة المشاهد في التفاعل اجتماعياً مع الشخصيات الدرامية والتواصل معهم (الحضور الاجتماعي الإيجابي)، وقد بلغ متوسط نسب التمثيل المتعمق في المجموعات التجريبية ٥٤%، في حين أنه بلغت نسبة التمثيل المتعمق في المجموعة الضابطة ٧% فقط، (بفارق ٤٧%).

٥- دراسة جورج لطيف زكي سيدهم (٢٠١٩)، دور التقنيات الجيرافيكية الحديثة في تطوير البرامج التليفزيونية بالقنوات الفضائية.(٥)

- هدفت الدراسة بشكل رئيسى إلى فحص دور التقنيات الجرافيكية الحديثة فى تطوير شكل ومضمون البرامج التليفزيونية المذاعة على الهواء نتيجة لتطور التكنولوجيا

(٥) جورج لطيف زكي سيدهم، **دور التقنيات الجيرافيكية الحديثة في تطوير البرامج التليفزيونية بالقنوات الفضائية**، رسالة دكتوراه، **غير منشورة**، (القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، ٢٠١٩).

الرقمية: و ينبثق من هذا الهدف الرئيسى مجموعة من الأهداف الفرعية كما يلى: قياس مدى استخدام الاستوديو التخيلى و الجرافيك على الهواء و الـــ فيديو وول فى البرامج التليفزيونية المصرية و العربية و المجالات الأكثر استخدامها لهم، والعوامل المؤثرة فى تفعيل توظيف الاستوديو التخيلى و الجرافيك على الهواء و الـــ فيديو وول فى البرامج التليفزيونية المصرية و العربية، ودراسة تأثير نمط ملكية القنوات الفضائية ما بين المصرية و العربية و الأجنبية الموجهة باللغة العربية فى توظيف التقنيات الجرافيكية ما بين الاستوديو التخيلى و الجرافيك على الهواء و الـــ فيديو وول فى البرامج التليفزيونية المصرية و العربية لتوصيل رسالتهم الإعلامية بشكل أفضل. الوصول إلى الإستخدام الأمثل و مبرراته للاستوديو التخيلى و الجرافيك على الهواء و الـــ فيديو وول كتقنيات حديثة فى الإعلام فى تصميم الشكل و المضمون البرامجى. نظرة مستقبلية لتطور و إستخدام الاستوديو التخيلى و الجرافيك على الهواء و الـــ فيديو وول فى تطوير البرامج التليفزيونية المصرية و العربية.

- وكذلك نظرة مستقبلية على استخدام تقنية الهولوجرام فى العروض التليفزيونية المباشرة و فى وجود جمهور داخل استوديو التصوير، **ومن أهم نتائج الدراسة:** ارتفاع مستويات استخدام التقنيات الحديثة فى البرامج التليفزيونية المباشرة بالقنوات الفضائية المصرية و العربية.

٦- دراسة يحيى محمد عبد الله عبد الغنى (٢٠١٩)، استخدام تطبيقات الإعلام الجديد في الإخراج التليفزيوني ودورها في تحسين أداء القائم بالاتصال بالقنوات الاقليمية المصرية: دراسة ميدانية علي قناتي القاهرة- الصعيد. [٦]

- سعت هذه الدراسة إلي التعرف علي مدى استخدام تطبيقات الإعلام الجديد في الإخراج التليفزيوني ودورها في زيادة الوعي المهني لدى القنوات الاقليمية المصرية، حيث أنها دراسة وصفية تستهدف وصف الظاهرة وعناصرها وعلاقتها في وضعها الراهن.
- وشملت عينة الدراسة ٢٠٠ قائم بالاتصال في قناتي (القاهرة – الصعيد)، ذكور وإناث.
- **وجاءت نتائج الدراسة كالتالي:**
- -جاءت نسبة الذين خبرتهم أقل من ٥ سنوات ٢٣% في قناة القاهرة، في حين الذين خبرتهم أقل من ١٠ سنوات ٥٢%، والذين خبرتهم أقل من ١٥ سنة ١٨%، والذين خبرتهم أكثر من ١٥ سنة ٧%.
- -جاءت نسبة الذين خبرتهم أقل من ٥ سنوات ١٥% في قناة الصعيد، في حين الذين خبرتهم أقل من ١٠ سنوات٤٣%، والذين خبرتهم أقل من ١٥ سنة ٣٦%، والذين خبرتهم أكثر من ١٥ سنة ٦%.

---

(٦) يحيي محمد عبد الله، **استخدام تطبيقات الإعلام الجديد في الإخراج التليفزيوني ودورها في تحسين أداء القائم بالاتصال بالقنوات الاقليمية المصرية: دراسة ميدانية علي قناتي القاهرة- الصعيد**، رسالة ماجستير، **غير منشورة**، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٩).

- –وترجع هذه النتيجة إلى أن أغلبية العاملين في مجال العمل الإخراجي يكونون من ذوي الخبرة والشباب، وتزيد مدة خبرتهم في هذا المجال عن ١٠ سنوات.

٧- دراسة عبد المولى موسى و بشير قمر الدولة (٢٠١٩)، دور بحوث الاتصال في إنتاج البرامج التليفزيونية.(٧)

- تأتي هذه الدراسة بعنوان دور بحوث الاتصال في إنتاج البرامج التلفزيونية بالتطبيق على تلفزيون السودان خلال الفترة يناير – أكتوبر ٢٠١٨ م، وتتمثل مشكلة البحث في السؤال التالي إلى أي مدى نجح تلفزيون السودان في توظيف بحوث الاتصال في إنتاج البرامج التلفزيونية؟
- وهي دراسة وصفية تحليلية، اختار الباحث فيها عينة غير منتظمة من العاملين بالتلفزيون القومي، واستخدم ادوات الملاحظة والمقابلة والاستبانة لجمع المعلومات كأدوات مهمة من أدوات البحث، وتم تحليل البيانات عن طريق برنامج التحليل الإحصائي.
- **فخلصت لعدة نتائج من أهمها:**
- – لم ينجح التلفزيون في توظيف بحوث الاتصال لإنتاج البرامج التلفزيونية، هناك معوقات تعترض تنفيذ نتائج بحوث الاتصال في إنتاج البرامج التلفزيونية.
- – الأطر البشرية بتلفزيون السودان تعاني من ضعف ثقافة التعامل مع نتائج البحوث العلمية كما أوصت الدراسة بمضاعفة الجهد والتنسيق بين الجهات ذات الصلة

(٧) عبد المولى موسى و بشير قمر الدولة، **دور بحوث الاتصال في إنتاج البرامج التليفزيونية، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد ٤**، (السودان، جامعة افريقيا العالمية، كلية الإعلام، ٢٠١٩).

لتوظيف بحوث الاتصال في إنتاج البرامج التلفزيونية. وتذليل كافة العقبات والمعوقات التي تعترض تنفيذ نتائج بحوث الاتصال، تأهيل وتدريب الأطر البشرية بالتلفزيون وتعريفها بأهمية البحث العلمي وبحوث الاتصال.

٨- دراسة إيمان سيد علي محمد (٢٠١٩)، أُسس الإخراج في البرامج الوثائقية "قناة ناشيونال جيوجرافيك أبو ظبي نموذجاً". (٨)

- سعت هذه الدراسة إلي تحقيق هدفها الرئيسى وهو التعرف على أسس الإخراج في البرامج الوثائقية بقناة ناشيونال جيوجرافيك أبو ظبي، والتعرف على الأطر البصرية الخاصة بها وكيفية توظيفها، والتعرف على زوايا الكاميرا المستخدمة بالبرامج الوثائقية المعروضة على قناة ناشيونال جيوجرافيك أبو ظبي عينة الدراسة، ورصد اماكن التصوير المختلفة بالبرمج الوثائقية، والتعرف على أنواع الإضاءة والوقوف على المؤثرات المرئية المستخدمة، ومعرفة وسائل الإيضاح المستخدمة بالبرامج الوثائقية، واستخلاص أهم عناصر الصوت وتوضيح وسائل الانتقال المستخدمة، كذلك التعرف على الأطر البصرية المستخدمة لوسائل الانتقال والكشف عن كيفية توظيف تلك الأطر.
- وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلي دراسة وإيضاح خصائص الظاهرة أو حالة معينة كما هي كائنة في الواقع وتفسيرها وتحديد علاقاتها في

(٨) إيمان سيد علي محمد يوسف، **أسس الإخراج في البرامج الوثائقية "قناة ناشيونال جيوجرافيك أبو ظبي نموذجا"**، رسالة ماجستير، **غير منشورة**، (القاهرة، جامعة الازهر، كلية الدراسات العربية والإسلامية بنات القاهرة، قسم الإذاعة والتليفزيون، ٢٠١٩).

إطار المتغيرات المحيطة بها، وبالإحداثيات التي تقود إلى تعميمات متباينة، واعتمدت الباحثة في دراستها على منهج المسح الإعلامي بشقيه الكمي والكيفي لعينة من البرامج الوثائقية بلغت عدد حلقاتها 184 حلقة مقسمة بين برامج (حياة برية وبرامج اجتماعية وبرامج تاريخية وبرامج علمية)، في الفترة ما بين ٢٠١٨/١/١م إلي ٢٠١٨/٣/٣١م وتم اختيار العينة بأسلوب" دورة الأسبوع الصناعي "عن طريق" العينة العشوائية المنتظمة"، وتم الاستعانه" بأداة تحليل المضمون "لمناسبتها لطبيعة الدراسة التحليلة، لكي تتمكن الباحثة من تحقيق أهداف البحث في التعرف على أسس الإخراج المستخدمة بالبرامج الوثائقية عينة الدراسة، وفي إطار الدراسة الحالية استخدمت الباحثة الأسلوب المقارن.

- **وتوصلت الدراسة إلي نتائج هامة أبرزها:** أن هناك اختلاف وتطور جذري حدث في شكل إخراج البرامج الوثائقية، حيث تم إدخال أحدث التقنيات للمساعده في انتاجه بشكل مبهر، كالاستعانه بالكاميرات الرقمية الحديثة مثل كاميرا " الدروون"، وأيضاً استخدام أدق برامج المونتاج في مرحلة التحرير.
- التنوع في استخدام أسس الإخراج بتصنيفاتها المختلفة والتنوع في طرق توظيفها، فبعد أن كان البرنامج الوثائقي يعتمد على بعض الأسس ويوظفها بطريقة اعتيادية، أصبح الآن هناك تفتح أكثر في خلق واستخدام أشكال متنوعة وتفصيلية من تلك الأسس الإخراجية مثل استخدام وتوظيف العديد من المؤثرات المرئية مثل تبطئ وتسريع وتجميد الحركة أو مؤثر الزوال الزمني، أو ادخال المزيد من وسائل الإيضاح مثل الرسوم المتحركة أو وسيلة الانفوجراف.

٩- دراسة ابراهيم أحمد و آية صلاح السيد و سماح محمد و أحمد حسين (٢٠١٦)، تقنيات الإخراج المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية الموجهة: دراسة تحليلية. [٩]

هدفت هذه الدراسة إلي التعرف على تقنيات الإخراج التليفزيوني المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة باللغة العربية، والتعرف على الأساليب المتبعة في معالجة القضايا السياسية بقنوات (الحرة، روسيا اليوم، CBC، العالم) ، وهي دراسة وصفية حيث تعتمد على منهج المسح لعينة من البرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة باللغة العربية.

وكان مجتمع هذه الدراسة متمثل في البرامج السياسية بالتليفزيون وتم اختيار عينة من هذه البرامج السياسية بالقنوات المصرية والموجهة متمثلة في برنامج هنا العاصمة المذاع على قناة CBC المصرية، برنامج حديث اليوم المذاع على قناة روسيا اليوم الروسية، برنامج تحت الضوء المذاع علي قناة العالم الايرانية، وبرنامج حوار القاهرة المذاع على قناة الحرة الأمريكية.

وجاءت النتائج أن برنامج هنا القاهرة احتل المرتبة الأولى من حيث استخدامه للعديد من أشكال تقديم البرامج بنسبة ٦٩.٦% حيث كان برنامج هنا العاصمة هو البرنامج الأكثر تنوعاً وشمولاً للعديد من أشكال التقديم التليفزيوني، يليه في المرتبة الثانية برنامج تحت الضوء المذاع على قناة العالم الإيرانية، ثم في المرتبة الثالثة برنامج حديث اليوم المذاع على قناة روسيا اليوم، ثم في المرتبة الرابعة برنامج حوار القاهرة المذاع على قناة الحرة الأمريكية.

---

(٩) ابراهيم أحمد و آية صلاح السيد و سماح محمد و أحمد حسين، **تقنيات الإخراج المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية الموجهة: دراسة تحليلية**، مجلة دراسات الطفولة ، مجلد ١٩، عدد ٧٣، (جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٦).

١٠- دراسة بشير حامد البشير(٢٠١٦)، "فاعلية التصميم الإيضاحي في إخراج الأفلام الوثائقية دراسة تطبيقية على عينة من الأفلام الوثائقية بتليفزيون السودان في الفترة ١٩٩٩- ٢٠١٣. (١٠)

استهدفت الدراسة التعرف على قوالب التصميم الإيضاحي الأكثر استخداماً في الأفلام الوثائقية والوقوف على أساليب توظيف تقنيات التصميم الإيضاحي التي تعتمد على البعد الثالث في عملية الإخراج واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي بشقيه الميداني والتحليلي كما استخدم المنهج التاريخي، وقام بعمل دراسة تحليلية على جميع الأفلام الوثائقية التي حازت على جوائز في المهرجانات الخارجية والتي شاركت باسم تليفزيون السودان في الفترة من 1999 وحتى 2013 م، وقام بجمع البيانات باستمارة تحليل المضمون بينما قام بعمل الدراسة الميدانية على الخبراء في مجال إنتاج الأفلام التسجيلية في تلفزيون السودان في مجالات كتابة السيناريو، والإنتاج، والتصوير، والإخراج، والتصميم الإيضاحي على عينة قوامها 30 مفردة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- يعتبر الإبراز والشرح وإضفاء الجاذبية على العمل المنتج والإيضاح من أهم تأثيرات استخدام التصميم الإيضاحي في الأفلام التسجيلية بحسب % 88 من آراء الخبراء.
- وظف التصميم الإيضاحي في معالجة الصور الفوتوغرافية عن طريق إدخالها للحاسوب ومعالجتها رقمياً كإجراء ترميم للتالف من أجزاؤها وضبط مستويات الإضاءة والألوان والسطوع.

(١٠) بشير حامد البشير، **فاعلية التصميم الإيضاحي في إخراج الأفلام الوثائقية دراسة تطبيقية على عينة من الأفلام الوثائقية بتليفزيون السودان في الفترة ١٩٩٩- ٢٠١٣**، رسالة ماجستير، **غير منشورة**، (السودان، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، ٢٠١٦).

- الإهتمام بالجيرافيك وبرامج الـــــ 3D بشكل أساسي في تصميم التايتل الخاص بالمتحدثين في الافلام أو لتوضيح بعض الأماكن أو لشرح شئ ما.
- **التعليق على الدراسات السابقة:**

من خلال العرض السابق للدراسات السابقة يتضح الآتي:

- قلة الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت وتطرقت لموضوع الإخراج التليفزيوني بشكل مباشر سواءً منفرداً أو بتأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة علي إخراج البرامج التليفزيونية.
- أغلبية الدراسات السابقة تدور حول تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها في مجال الإعلام بصفة عامة، أو كيفية التناول الإعلامي للمجالات الأخرى في ظل تكنولوجيا الاتصال.
- معظم الدراسات السابقة تدور حول عملية الإنتاج التليفزيوني بصفة عامة، وإنتاج البرامج بصفة خاصة.
- تباين واختلاف النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات باختلاف الوسيلة الإعلامية، ونوعية الجمهور المستهدف والفترة الزمنية وغيرها من المتغيرات التي تساعد في اختلاف النتائج.
- تنوعت الدراسات التي تناولت الإخراج التليفزيوني وأهمية المخرج ودوره الرئيسي كقائم بالاتصال، ما بين التقنيات المستخدمة في إخراج البرامج، ودلالات وثقافة الصورة، والشكل والألوان والإطار العام لشكل إخراج الصورة التليفزيونية،

وعلاقة الإخراج بالإبداع البصري، واستخدام وتوظيف المؤثرات الصوتية، وأهمية الجيرافيك في العمل التليفزيوني البرامجي.

- تنوعت الدراسات السابقة التي تناولت تكنولوجيا الاتصال وتأثيرها على عملية الإخراج البرامجي، ما بين استخدام التكنولوجيا في أشكال معينة من البرامح التليفزيونية، وتأثيرها في نقل الاحداث الفورية، والاستفادة من المؤثرات الصوتية والبصرية الحديثة في تصميم الفواصل الإعلانية المتحركة بالقنوات الفضائية ، في حين يقوم الباحث في هذه الدراسة بالتعرف على فاعلية وتأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على البرامج التليفزيونية.
- تناولت بعض الدراسات السابقة كيفية إدارة عجلة الإنتاج التليفزيوني، من جانب مديري الإنتاج، وإدارة المحطات الفضائية من جانب مديري الفضائيات.
- **بالنسبة للمنهج المستخدم في الدراسات السابقة:** استخدمت غالبية الدراسات منهج المنهج المسحي والمنهج المقارن والمنهج الوصفي، كما تنتمي غالبية الدراسات لنمط البحوث الوصفية التحليلية.
- **بالنسبة لعينة الدراسة في الدراسات السابقة:** غالبية الدراسات السابقة استخدمت العينة المتاحة، والعينة العابرة عن طريق الصدفة.
- **تنوعت الأدوات** التي استخدمتها الدراسات السابقة بين الاستبيان والمقابلات المتعمقة والمباشرة، واستمارة تحليل المضمون.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

- أفادت الدراسات السابقة الباحث في كيفية إعداد دراسته وتنسيقها وتنظيمها، وذلك من خلال أهدافها والإجراءات المنهجية التي اتبعتها والنتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة.
- أفادت الدراسات السابقة الباحث في اختيار المنهج الملائم للدراسة والأداة المستخدمة.
- التعرف على مدى تأثير وفعالية تكنولوجيا الاتصال الحديثة علي عملية الإخراج البرامجي، في القنوات الفضائية.
- استفاد البا حث من الدراسات السابقة في صياغة التسا ؤلات الخاصة بالدراسة بأسلوب علمي رصين.
- تحديد عينة الدراسة بدقة وعناية.
- استفاد الباحث من جميع الدراسات السابقة في إثراء الإطار النظري للدراسة وأيضاً أستفاد منها في تحديد الخطوات المنهجية اللازمة للدراسة وخاصة الجانب التطبيقي للبحث في مجال استخدام المستحدثات في إخراج البرامج التليفزيونية ، علماً بأن قلة البحوث السابقة المرتبطة بموضوع هذه الدراسة بشكل مباشر خاصة فيما يتعلق بالجانب التطبيقي، كانت من أثر الصعاب التي واجهها الباحث.
- معرفة مواطن القصور عند تحليل عناصر الإخراج البرامجي بالدراسات السابقة، وبالتالي محاولة الدراسة الحالية تعويض بعض هذا القصور بتحليل هذه العناصر بشكل أكثر تفصيلاً وأيضاً بتحليل العناصر الإخراجية الأخرى التي لم يتم تناولها من قبل في الدرسات السابقة.

- تحديد المفاهيم الإجرائية التي توضح وتفسر موضوع البحث.

مشكلة الدراسة:

يمكننا القول أن الإخراج التليفزيوني هو عصب العمل في القنوات التليفزيونية، وبناءً علي قوته و فنياته تحتل المؤسسة مكانتها بين القنوات في سوق العمل الإعلامي، ولكل قناة أسلوبها الخاص بها وسياستها التحريرية، ويتم تأهيل المخرجين ومساعدي الإخراج على هذه السياسة وهذا الأسلوب الخاص بالقناة.

وقد فرضت البيئة الرقمية الجديدة أدوات جديدة وأساليب جديدة أصبح من الضروري في كل قناة التعامل بها وإتقانها حتي تستطيع أن تنافس بين القنوات الأخرى، فالمعلومات باتت متوفرة بالفعل ولكل الناس مما يسهل مهمة فريق الإعداد في جميع القنوات، إلا أن ما يميز قناة عن أخرى وبرنامج عن أخر هو أسلوب طرح المادة الإعلامية الذي يبرزه المخرج بأدواته و فنياته التي يمتلكها وخبراته الشخصية، فالحس الإخراجي عندما يجتمع مع خبرة المخرج وإتقانه للبيئة الرقمية الجديدة ينتج عملاً متميزاً يحفظ للقناة مكانتها في السوق بين القنوات.

ويعد التطور التكنولوجي الهائل في صناعة التليفزيون له دوراً رئيسياً في الشكل الذي يظهر به البرنامج التليفزيوني، فقد أثبتت الدراسات أن هذا التطور التكنواوجي له تأثيره الواضح على الشكل والمحتوى بشرط الاستخدام الجيد للتقنيات والامكانيات المادية والبشرية.

وهنا تظهر مشكلة الدراسة في رصد وقياس مدى فعالية تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إخراج البرامج التليفزيونية، وحجم التطور والاختلاف في شكل البرامج التليفزيونية.

أهمية الدراسة:

يمكن تقسيم أهمية دراسة هذا الموضوع إلي أهمية علمية وأخرى عملية علي النحو الآتي:

أولاً: الأهمية العلمية:

- تكتسب هذه الدراسة أهمية خاصة بسبب قلة الدراسات التي أُجريت في مجال الإخراج التليفزيوني بصفة عامة وعلاقته بتكنولوجيا الاتصال الحديثة بصفة خاصة.
- تمثل هذه الدراسة امتداداً للمجهودات العلمية التي تتناول النمو المستمر لتكنولوجيا الاتصال والتكنولوجيا الرقمية التي شملت المنتج التليفزيوني في جميع مراحله الانتاجية والإخراجية.

ثانياً: الأهمية العملية:

- تعتبر هذه الدراسة مؤشراً لتحديد التوظيف الامثل والواقعي للتكنولوجيا الحديثة في إخراج البرامج التليفزيونية، والذي من شأنه تحسين مستوى الخدمات الإعلامية المقدمة بالبرامج التليفزيونية.
- التأثير الذي أحدثته تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عملية الإخراج التليفزيوني.

أهداف الدراسة:

للدراسة هدف رئيسي يتمثل في قياس **مدى فعالية تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إخراج البرامج التليفزيونية**، ويتفرع من هذا الهدف عدة أهداف فرعية وهي:

- الكشف عن مدى تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على عملية الإخراج التليفزيوني.

- الكشف عن مدى تأثير التكنولوجيا الحديثة على العمل الإعلامي داخل المؤسسة الإعلامية، الذي بالطبع سينعكس هذا التأثير على المخرج وجميع العاملين معه في هذا الكيان الإعلامي.
- تحديد العوامل التي تعوق التوسع في استخدام التكنولوجيا الحديثة في المؤسسات الإعلامية.
- التعرف على الجهد المبذول من المخرجين لتعلم هذه التكنولوجيا الجديدة وكيفية تطبيقها في عملهم.
- الكشف عن الضغوط والمعوقات التي تواجه المخرجين في عملهم نتيجة تطبيق البيئة الرقمية الحديثة في مهنتهم.
- دراسة مدى اهتمام المخرجين بتطوير مهاراتهم الذاتية للتعامل مع التقنيات الحديثة.
- **الإطار النظري للدراسة:**
- استقر الباحث علي نموذج **ثراء الوسيلة الإعلامية**، لتحديد فاعلية تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إخراج البرامج التليفزيونية.

١- نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية Media Richness theory :

تستخدم هذه النظرية لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الاعلامية التكنولوجية وفقا لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح ان فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكل اكبر على الاشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة وطبقا لنظرية ثراء وسائل الإعلام فان الوسائل الاعلامية التي توفر رجع صدى تكون اكثر ثراء، فكلما قل الغموض كلما كان

الاتصال الفعال اكثر حدوثا فثراء المعلومات هو العملية التي تقوم فيها المعلومات بتخفي ضمن درجة الغموض وايجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة.

فثراء الوسيلة هو العملية التي تقوم فيها المعلومات بتخفيض درجة الغموض، وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة بإستخدام وسيلة اتصالية معينة، ولذا فإن مصطلح ثراء الوسيلة هو الأداة الفعلية التي يمكن من خلالها قياس ثراء المعلومة، وتفرق نظرية ثراء وسائل الإعلام بين الوسائل الأقل والأكثر ثراء من خلال عدد المواقف المتاحة في الوسيلة. (١١)

مصطلحات خاصة بالنظرية:

- قام "**Daft & Lengel**" بين عامي ١٩٨٤و ١٩٨٦ بصياغة مصطلح ثراء الوسيلة والذي يشير إلي قدرة الوسيلة الإعلامية على تحسين الفهم بتقليل عدم التأكد"Uncertainty" والغموض "Ambiguity" أي المفردات والأحداث التي تحمل معنيين الأمر الذي يساعد منتج الرسالة علي استخدام الوسيلة الملائمة للموقف الاتصالي وفق درجة غموض الموضوع.
- تقوم النظرية على ثلاث مصطلحات رئيسية هي " **الثراء**" المرتبط بالوسيلة، "**عدم التأكد**"، "**والغموض**" المرتبطان بموضوع الاتصال وإزالتهما هو الهدف الرئيسي للعملية الاتصالية وهي المفاهيم التي يمكن توضيحها كالتالي:

١-الثراء Richness

(١١) عيسى عبد الباقي: ٢٠١٦، **مناهج البحث الإعلامي**، القاهرة، جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة لدى المؤلف، صـ ١١١- ١١٢.

يعد الثراء مفهوماً لدراسة اختيار وسائل الإعلام على مستوي الاتصال التنظيمي وهو يميز بين وسائل الإعلام الثرية في مقابل وسائل الإعلام ضعيفة المستوي، وذلك وفقاً لمدى اتساع وتعدد ملامح كل وسيلة.

٢-عدم التأكد والغموض Uncertainty & Ambiguity

يعبر عدم التأكد عن حالة نفس المعلومات، أما الغموض فهو ازدواجية المعني التي تسببها التفسيرات المختلفة والمتصارعة إزاء مواقف بعينها او البيئة المحيطة بها وهو يختلف عن عدم التأكد، إذ ان الأخير يحدث في حالة معرفة الافراد الجوانب المفقودة والتي هي بحاجة إلي توضيح اما الغموض فتسود حالة من التشويش ولا يكون لدى الافراد معرفة أصلاً بالمعلومات التي يجب أن يحصلوا عليها. (١٢)

الفرضيات الاساسية للثراء:

- وقد افترض Ali Nabeeh أن وسائل الاتصال تمتلك العديد من القدرات والإمكانيات لتوصيل المعلومات والمعارف لمستخدميها، وبالتالي تساعد في حل مشكلات الغموض وتمكين مستخدميها، من الوصول لحلول للخلافات في الرأي وتسهيل التفاهم بين الناس.
- وأن هذه الوسائل تتنوع في ثرائها المعلوماتي على أساس قدرتها في تسهيل هذا المعنى المشترك في فترة زمنية محددة، وأن هناك عوامل أربعة تؤثر في ثراء تلك الوسائل هي، قدرة الوسيط الإعلامي على نقل المؤثرات المتعددة من نبرات الصوت، والإيماءات، وفورية التغذية المرتدة، وتنوع اللغة، والتركز الشخصي للوسيلة الإعلامية.

(١٢) عايدة ابراهيم السخاوي: **نظريات الإعلام**، القاهرة، جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة لدى المؤلف، صـ ١٧٤-١٧٦.

- وتشير النظرية كما يرى Ali Nabeeh إلى أن وسائل الإعلام الاكثر ثراءً تمكن المستخدمين من الاتصال بسرعة أكبر وأن يفهموا الرسائل الغامضة والمبهمة بصورة أفضل.(١٣)

وتفترض النظرية فرضين أساسيين هما:

الفرض الأول: أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الفرض الثاني: هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلي الأقل من حيث درجة الثراء وهي:

سرعة رد الفعل– قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل: الوسائط المتعددة– والتركيز الشخصي على الوسيلة– واستخدام اللغة الطبيعية.(١٤)

تساؤلات الدراسة الخاصة بالشباب عينة الدراسة:

١) ما مستوى إدراك الشباب عينة الدراسة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة المستخدمة في إخراج البرامج التليفزيونية في الفضائيات العربية؟

٢) كيف يرى الشباب عينة الدراسة دور الإخراج التلفزيوني في إخراج البرامج التليفزيونية؟

٣) ما مدى متابعة الشباب عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية في الفضائيات العربية؟

٤) ما دوافع التعرض للبرامج التليفزيونية المقدمة في الفضائيات العربية؟

(١٣) عيسى عبد الباقي: **نظريات الإعلام**، القاهرة، جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة لدى المؤلف، صـ ١٩٥- ١٩٦.
(١٤) صلاح محمد عبد الحميد: ٢٠١٢، **الإعلام الجديد**، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، صـ ٨٤.

٥) كيف تستخدم عناصر الجذب المختلفة داخل البرامج التليفزيونية؟

٦) ما دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة المستخدمة في إخراج البرامج التليفزيونية في التأثير على اتجاهات الشباب؟

فروض الدراسة الميدانية على الشباب (عينة الدراسة)

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج التلفزيونية والأساليب والمؤثرات الفنية التي تجذب انتباههم أثناء التعرض لتلك البرامج.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج التلفزيونية وفعالية تكنولوجيا (التصوير – الصوت– المونتاج– الإضاءة) في الاخراج التلفزيوني.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج التلفزيونية وتقييم مدى فعالية استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إخراج البرامج التلفزيزنية في الفضائيات (المصرية الحكومية– المصرية الخاصة– الفضائيات العربية).

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع تعرض المبحوثين للبرامج التلفزيونية وفعالية تكنولوجيا (التصوير– الصوت– المونتاج– الإضاءة) في إخراج البرامج التلفزيونية.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم المبحوثين لفعالية عناصر التكنولوجيا في إخراج البرامج التلفزيونية طبقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع- محل الإقامة- التخصص- مستوى دخل الاسرة).

أدوات الدراسة:

- **استمارة الاستبيان:**

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على استمارة الاستبيان (للجمهور و القائمين بالاتصال)، كأداة لجمع البيانات، حيث إنها أداة تستخدم للحصول على أجوبة لأسئلة معينة في إطار مجموعة أسئلة وفقرات محكمة البناء والتنظيم، وتعد بعناية وترتيب معين لتقدم إلى المبحوثين بقصد استثارتهم بطريقة منهجية للحصول على معلومات تساعد الباحث في عملية التحليل للوصول إلى نتائج يمكن تعميمها على المجتمع الكلي للدراسة.[١٥]

- **أداة المقابلة المتعمقة المقننة:**

وتم إجراء مقابلة مقننة مع القائم بالاتصال في القنوات التليفزيونية المختلفة بإستخدام الاستبيان المقنن.

- وقد احتوت استمارة الاستبيان الخاصة بالشباب- عينة الدراسة -على 19 سؤالاً مغلقاً (يقدم بدائل للمبحوثين)، بينما احتوت استمارة الاستبيان الخاصة بالقائمين بالاتصال على21 سؤالاً ما بين مغلق ومفتوح.

نوع الدراسة:

(١٥) محمد عبد الحميد: ٢٠٠٢، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، القاهرة، عالم الكتب، صـ ٢١٣.

- تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية Descriptive Studies التي تهدف إلى دراسة وإيضاح خصائص الظاهرة أو حالة معينة كما هي كائنة في الواقع وتفسيرها وتحديد علاقاتها في إطار المتغيرات المحيطة بها، وبالإحداثيات التي تقود إلى تعميمات متباينة.[١٦] ، وفي هذا الإطار يقوم الباحث بدراسة ميدانية على كل من : دارسي الإعلام، والقائمون بالاتصال من المخرجين ومساعديهم بالفضائيات العربية، وذلك بهدف الوصول إلى تعميمات خاصة بفاعلية تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إخراج البرامج التليفزيونية.

منهج الدراسة:

- تنتمي هذه الدراسة إلي منهج المسح الإعلاميSURVEY ، الذي يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات واضحة تساعد على تفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو بيئة معينة، كما يهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتعميمها وتفسيرها، وذلك للاستفادة بها في المستقبل.[١٧] وهنا سوف تعتمد الدراسة على منهج المسح الوصفي في إجراء الدراسة الميدانية على عينة من دارسي الإعلام، وعلي عينة من القائمون بالاتصال ، لمعرفة مدى فعالية تكنولوجيا الاتصال علي تقنيات الإخراج التليفزيوني

مجتمع الدراسة:

([١٦]) حسام محمد: ٢٠١٢، **أصول مناهج البحث في التربية وعلم النفس**، ط ١، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، صـ ٢٦٠ .

([١٧]) فرج الكامل: ٢٠٠١، **بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها**، القاهرة، دار النشر للجامعات، صـ ١٢٣.

أولاً: مجتمع الدراسة الميدانية من المبحوثين المتلقين:

يعد الشباب الجامعي المصري الذي يتعرض لبرامج المنوعات في الفضائيات العربية هو مجتمع هذه الدراسة وإطارها العام الذي تسحب منه العينة، ولما كان هذا المجتمع من التعدد والاتساع مما يستحيل معه تطبيق الحصر الشامل على جميع جزئياته، فقد عمد الباحث إلى اختيار أسلوب العينة.

ثانياً: مجتمع الدراسة الميدانية من القائمين بالاتصال:

يعد جميع العاملين في المجال الإعلامي بالقنوات التليفزيونية المصرية المختلفة سواء حكومية أو خاصة والفضائيات العربية، والقائمين بالاتصال كـــــــ (المخرجين، ومساعدي الإخراج، وفريق التصويروالإضاءة، ووحدة المونتاج، وغرفة التحكم Control Room)، مجتمع هذه الدراسة وإطارها العام الذي تسحب منه العينة.

عينة الدراسة:

أولاً: عينة الدراسة الميدانية من المبحوثين:

- طلاب الفرق الرابعة ودارسي الإعلام في الجامعات المصرية الخاصة والحكومية المختلفة.

ويرجع اختيار الباحث لكليات وأقسام الإعلام، لأنهم على دراية بالإخراج التليفزيوني ويستطيعوا ان يقيموا استخدام تكنولوجيا الاتصال في إخراج البرامج التليفزيونية، كذلك قدرتهم على فهم الأسئلة التي تشتمل عليها استمارة الاستبيان والمتعلقة بتخصص الإخراج ومن ثم الحصول على نتائج أكثر دقة.

نتائج الدراسة:

جدول (١) مدى حرص عينة الدراسة على مشاهدة البرامج التلفزيونية

معدل المتابعة	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
دائما	119	59,2	2,50	,664	مرتفع
أحيانا	63	31,3			
نادرا	19	9,5			
حجم العينة	201	100			

توضح بيانات هذا الجدول كثافة تعرض عينة الدراسة للبرامج التليفزيونية.

جدول (٢) معدل مشاهدة عينة الدراسة للبرامج التلفزيونية أسبوعياً

معدل المشاهدة	ك	%	الترتيب
يومان	43	21,4	2
ثلاثة أيام	33	16,4	3
أربعة أيام	19	9,5	5
خمسة أو أكثر	24	11,9	4
يوميا	82	40,8	1
حجم العينة	**201**	**100**	

أشارت نتائج الجدول السابق إلى أن المعدل الأسبوعي لمشاهدة عينة الدراسة للبرامج التلفزيونية جاء يومياً في **الترتيب الأول** بدرجة كبيرة بنسبة ٤٠,٨%، وفي **الترتيب الثاني** يومان في الأسبوع بنسبة ٢١,٤%، وفي **الترتيب الثالث** ثلاثة أيام

بنسبة ١٦,٤ %، **وفي الترتيب الرابع** خمسة أيام أو أكثر بنسبة ١١,٤%، وفي **الترتيب الأخير** أربعة أيام بنسبة ٩,٥%.

ويتضح من النتائج: حرص جمهور العينة على متابعة البرامج التليفزيونية المختلفة بصفة يومية، وقد يرجع ذلك لأسباب مختلفة أبرزها كثرة وتوالي الأحداث العالمية في اليوم الواحد سواءً كانت أحداث وموضوعات علمية أو اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية التي تجعل الجمهور لا يغفل من متابعة البرامج التليفزيونية المختلفة، إلي جانب التطوير المستمر في أشكالها وقوالبها المختلفة.

جدول (٣) عدد ساعات مشاهدة عينة الدراسة للبرامج التلفزيونية يومياً

عدد الساعات	ك	%	الترتيب
من ساعة لساعتين	54	26,9	2
من ساعتين لثلاثة ساعات	40	19,9	3
من ثلاث ساعات فأكثر	18	9	4
أقل من ساعة	89	44,3	1
حجم العينة	201	100	

أوضحت نتائج الجدول السابق إلى أن عدد الساعات اليومية التي تقضيها عينة الدراسة في مشاهدة البرامج التلفزيونية جاءت **في الترتيب الأول** أقل من ساعة بنسبة ٤٤,٣%، ومن ساعة لساعتين في **الترتيب الثاني** بنسبة ٢٦,٩%، وفي **الترتيب الثالث** من ساعتين لثلاث ساعات بنسبة ١٩,٩%، في حين جاءت من ثلاث ساعات فأكثر في **الترتيب الأخير** بنسبة ٩%.

جدول (٤) العلاقة بين كثافة مشاهدة البرامج التلفزيونية ونوع المبحوث (ذكور

النوع / كثافة التعرض	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	41	٥٤,٧	60	٤٧,٦	101	٥٠,٢
متوسط	24	٣٢	42	٣٣,٣	66	٣٢,٨
منخفض	10	١٣,٣	24	١٩	34	١٦,٩
المجموع	75		126		201	
قيمة كا٢ 1.398[a] درجة الحرية ٢ مستوى الدلالة .497 غير دالة						

إناث).

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدم وجود فروق في كثافة مشاهدة المبحوثين للبرامج التلفزيونية ونوع المبحوث حيث بلغت قيمة كا٢ 1.398a عند مستوى معنوية ٠,٤٩٧ وهي غير دالة إحصائيا.

جدول (٥) البرامج التي تفضل عينة الدراسة مشاهدتها في القنوات الفضائية

برامج دينية	٧٣	٣٦,٣	٥
برامج سياسية	٩٨	٤٨,٧	١
برامج رياضية	٩٣	٤٦,٢	٢
برامج تناقش الموضوعات الاجتماعية	٧٩	٣٩,٣	٣
برامج تاريخية وتراثية	٧٢	٣٥,٨	٦
برامج ثقافية	٧٨	٣٨,٨	٤
برامج تعرض أغاني الفيديو كليب	٥٥	٢٧,٣	٩
البرامج الغنائية والاستعراضات	٤٤	٢١,٨	١١

برامج تهتم بإلقاء الضوء على النماذج المشرفة	٣٧	١٨,٤	١٢
برامج فنية	٧١	٣٥,٣	٧
برامج المسابقات بين المواهب	٥٣	٢٦,٣	١٠
برامج علمية	٦٢	٣٠,٨	٨
برامج تهتم بإلقاء الضوء على نماذج مشرفة وأشخاص مشهورين	٣٧	١٨,٤	١٢
حجم العينة	٢٠١		

يتضح من بيانات الجدول السابق أن البرامج السياسية جاءت في المرتبة الأولى من ناحية تفضيل المبحوثين مشاهدتها بنسبة ٤٨,٧%، تلاها في المرتبة الثانية البرامج الرياضية بنسبة ٤٦,٢%، ثم البرامج التي تناقش الموضوعات الإجتماعية بنسبة ٣٩,٣%، ثم البرامج الثقافية بنسبة ٣٨,٨%، وفي المرتبة الخامسة البرامج الدينية بنسبة ٣٦,٣%، تلاها البرامج التاريخية والتراثية بنسبة ٣٥,٨%، مقتربة منها البرامج الفنية في المرتبة السابعة بنسبة ٣٥,٣، وفي المرتبة الثامنة البرامج العلمية بنسبة ٣٠,٨%، والبرامج التي تعتمد على عرض أغاني الفيديو كليب في المرتبة التاسعة بنسبة ٢٧,٣%، تلاها برامج المسابقات والمواهب بنسبة ٢٦,٣%،

والبرامج الغنائية والاستعراضات في المرتبة قبل الأخيرة بنسبة ٢١,٨ %، ثم البرامج التي تُلقي الضوء على النماذج المشرفة والشخصيات الملهمة في المرتبة الأخيرة بنسبة ١٨,٤%.

ويتضح من النتائج: أن البرامج السياسية استحوذت على النسبة الاكبر من تفضيل المشاهدين ويرجع ذلك بنسبة ٤٨,٧%، وذلك بسبب كثرة التطورات السياسية المهمة في السنوات الاخيرة على الصعيد المحلي أو الدولي، وتلاها البرامج الرياضية بنسبة ٤٦,٢%، وذلك بسبب أن معظم الشعب المصري يعشق الرياضة وخاصة كرة القدم " اللعبة الجماهيرية الشعبية " التي تستحوذ على عشق ومتابعة الملايين من المصريين أطفالاً وشباباً وكبار السن، في حين أن برامج المسابقات والمواهب جاءت بنسبة ٢٦,٣%، وفي المرتبة الثالثة برامج القضايا الإجتماعية اليومية الحياتية بنسبة ٣٩,٣%، ويرجع ذلك إلي قوة السوشيال ميديا وما يتم نشره على المواقع المختلفة تحت مسمى (الترينـد) مما حتم على فضائيات معينة أن تنتج برامج متخصصة لهذا الشأن وهذه القضايا، التي لها جمهورها ومتابعيها لذلك أتت نسبة المشاهدة مرتفعة لهذا النوع من البرامج وهذا منطقي.

جدول (٦) القوالب الفنية التي يفضل الجمهور متابعتها

نوعية القوالب التي يفضل الجمهور مشاهدتها	ك	%	الترتيب
حديث مباشر	٧١	٣٥,٣	٥
البرامج الحوارية	٩١	٤٥,٢	١
برامج المسابقات	٨٠	٣٩,٨	٣

برامج الاستعراض والغناء	٨٥	٤٢,٢	٢
التحقيقات التلفزيونية	٥٤	٢٦,٨	٧
برامج المنوعات	٧٤	٣٦,٨	٤
برامج المناظرات	٥٦	٢٧,٨	٦
برامج المحاكمة	٥١	٢٥,٣	٨
جم العينة	٢٠١		

يتضح من بيانات الجدول السابق أن البرامج الحوارية تحتل المرتبة الأولى في القوالب المفضلة لدي المبحوثين عينة الدراسة بنسبة ٤٥,٢%، وفي المرتبة الثانية برامج الاستعراض والغناء بنسبة ٤٢,٢%، تلاها في المرتبة الثالثة برامج المسابقات بنسبة ٣٩,٨%، ثم في المرتبة الرابعة برامج المنوعات بنسبة ٣٦,٨%، تلاها في المرتبة الخامسة قالب الحديث المباشر بنسبة ٣٥,٣%، وفي المرتبة السادسة قالب المناظرات بنسبة ٢٧,٨%، ثم قالب التحقيقات التليفزيونية في المرتبة قبل الأخيرة بنسبة ٢٦,٨%، ثم قالب المحاكمة في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢٥,٣%.

جدول (٧) درجة مشاهدة عينة الدراسة للقنوات التي تهتم بالتطور التكنولوجي في مجال إخراج برامجها

أسماء القنوات	أشاهدها دائمًا		أشاهدها أحيانًا		لا أشاهدها		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة المشاهدة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
مجموعة قنوات MBC	158	78,6	41	٢٠,٤	2	1,0	2,78	.441	دائما	١
CBC	106	52,7	93	٤٦,٣	2	1,0	2,52	.521	دائما	٣
قناة الغد	89	44,3	٨١	٤٠,٣	31	15,4	2,29	.719	أحيانا	١٠
قناة العربي	88	43,8	٨٣	٤١,٣	30	14,9	2,29	.712	أحيانا	١٠
مجموعة قنوات DMC	118	58,7	٦٧	٣٣,٣	16	8,0	2,51	.641	دائما	٤

الفضائية المصرية	88	43,8	٩٢	٤٥,٨	21	10,4	2,33	.658	دائما	٨
قناة الحياة	93	46,3	١٠٠	٤٩,٨	8	4,0	2,42	.570	دائما	٦
قناة النهار	89	44,3	٩٧	٤٨,٣	15	7,5	2,37	.620	دائما	٧
قناة الجزيرة	35,8	44,3	٧٢	٣٥,٨	40	19,9	2,24	.765	أحيانا	١١
ON Time Spots	108	53,7	٧١	٣٥,٣	22	10,9	2,43	.683	دائما	٥
قناة القاهرة والناس	123	61,2	٦٦	٣٢,٨	12	6,0	2,55	.607	دائما	٢
سكاي نيوز العربية	85	42,3	٩٠	٤٤,٨	26	12,9	2,29	.684	أحيانا	١٠

BBC عربي	94	46,8	٧٥	٣٧,٣	32	15,9	2,31	.731	أحيانا	٩
الانحراف المعياري	.43071									
الوزن المرجح العام	٢,٤٠٩٩ (مرتفع)									

تشير نتائج الجدول السابق إلى إرتفاع درجة مشاهدة القنوات التلفزيونية التي تهتم بمواكبة التطور التكنولوجي في إخراج برامجها بدرجة كبيرة حيث بلغ الوزن المرجح العام لمشاهدة تلك القنوات ٢,٤٠٩٩ وهي مشاهدة عالية ، وقد جاء ترتيب القنوات كتالي:

جاءت مشاهدة مجموعة قنوات MBC في الترتيب الاول بمتوسط حسابي بلغ ٢,٧٨، والترتيب الثاني قناة القاهرة والناس ٢,٥٥، بينما جاءت مشاهدة قناة CBCفي الترتيب الثالث بمتوسط حسابي بلغ ٢.٥٢، وفي الترتيب الرابع مجموعة قنوات DMC بمتوسط حسابي 2,51، وفي المرتبة الخامسة قناة ON Time Spots بمتوسط حسابي 2,43، بينما جاءت قناة الحياة في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي 2,42، تلاها قناة النهار بمتوسط حسابي 2,37، ثم الفضائية المصرية في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي 2,33، واحتلت قناة BBCعربي المرتبة التاسعة

بمتوسط حسابي 2,31، وتساويا كلاً من قناة الغد مع قناة العربي وقناة سكاى نيوز العربية في المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي 2,29، وفي المرتبة الأخيرة قناة الجزيرة بمتوسط حسابي 2,24.

وهذا يرجع إلي: أن هذا التغلب الواضح لمجموعة قنوات MBC يرجع إلي ضخامة الإنتاج والتزود بأحدث المعدات والاستديوهات الحديثة إلى جانب امتلاكها كوادر بشرية مميزة، وإعتمادها على البرامج الأجنبية المميزة المستوردة مثل: Arab Got Talent.

وبالنسبة لقناة الجزيرة التي جاءت في المرتبة الأخيرة في نسب المشاهدة بمتوسط حسابي 2,24، فهذا يرجع إلي أن الشعب المصري لا يشاهد قناة الجزيرة لأسباب عدة وقناعات مختلفة، لكن هذا لا يمنع أو يقلل من حجمها كقناة تمتلك العديد من الأجهزة والاستديوهات الحديثة والقوية.

جدول (٨) القنوات الفضائية المصرية والعربية الأكثر جاذبية للجمهور

القنوات الأكثر جاذبية	ك	%	الترتيب
لا أدري	13	6,5	٤
القنوات الفضائية العربية	88	43,8	١
القنوات المصرية الخاصة	73	36,3	٢
القنوات المصرية الحكومية	27	13,4	٣

حجم العينة	201	100

تشير بيانات الجدول إلى أن القنوات الفضائية العربية هي الأكثر جاذبية للجمهور من وجهة نظرة بنسبة ٤٣,٨% ، تلاها في الترتيب الثاني القنوات الفضائية المصرية الخاصة بنسبة ٣٦,٣% ، وفي الترتيب الثالث القنوات المصرية الحكومية بنسبة ١٣,٤%، بينما نسبة 6,5% من المبحوثين الذين لا يفضلون قناة بعينها.

ويرجع ذلك إلي: أن تفضيل المبحوثين للفضائيات العربية له أسباب منطقية عدة أبرزها الإنتاج القوي والضخم، إلي جانب التجديد المستمر للمعدات والاستديوهات، وأيضاً التطوير في المحتوى والأشكال البرامجية المقدمة، فهناك فضائيات عربية تطورت وجددت من شكلها وخلعت ثوبها القديم وتقدمت على قنوات أجنبية، وبالنسبة لوجود القنوات المصرية الخاصة في المرتبة الثانية وسبقت التليفزيون الرسمي الذي جاء في المرتبة الثالثة فهذا أيضاً منطقي جداً ويرجع إلي التنوع في شكل البرامج والمحتوى المقدم في الفضائيات المصرية الخاصة على غير التليفزيون الرسمي الذي يهتم بالدرجة الأولي بالاحتفالات الرسمية والأخبار التي تخص البلاد، إلي جانب عرضه لأشكال برامجية قديمة كلاسيكية تستحوذ على نصيب كبير من الخريطة البرامجية على مدار اليوم، ولا يمكننا أن ننكر أيضاً أنه يوجد تطور قد حدث في شكل التليفزيون الرسمي المصري وقد خلع ثوبه العتيق ولبس ثوب التجديد والتطور فقد استفاد التلفزيون القومي من التقنية من حيث تقنية الصورة التي تعتمد على الكاميرات الحديثة، وكفاءة الكادر الفني، والأجهزة والبرامج المستخدمة في المونتاج والجيرافيك، ولكن تطور وحداثة الفضائيات العربية والفضائيات المصرية الخاصة أكبر وأبرز وأوسع، فتستطيع هذه

الفضائيات العربية والمصرية الخاصة أن تجذب المشاهد إليها فترتفع نسب المشاهدة والتفضيل.

النتائج العامة للدراسة الميدانية على الشباب:

- توصلت الدراسة الميدانية على الشباب إلي ان نسبة (59,2%) من إجمالي عينة الدراسة الميدانية يشاهدون البرامج التليفزيونية المختلفة دائماً، في حين أن نسبة (31,3%) من إجمالي عينة الدراسة الميدانية يشاهدون البرامج التليفزيونية المختلفة أحياناً، في مقابل أن نسبة (9,5%) من إجمالي عينة الدراسة الميدانية من الشباب يشاهدون البرامج التليفزيونية المختلفة نادراً.
- جاءت البرامج السياسية في مقدمة نوعية البرامج التي يفضل المبحوثين مشاهدتها، وفي المرتبة الثانية البرامج الرياضية، ثم البرامج التي تناقش الموضوعات الإجتماعية والحياتية اليومية في الترتيب الثالث، ثم البرامج الثقافية في الترتيب الرابع، وفي المرتبة الخامسة البرامج الدينية.
- جاءت البرامج الحوارية في المرتبة الأولى في القوالب المفضلة لدي المبحوثين عينة الدراسة بنسبة (٤٥,٢%)، وفي المرتبة الثانية برامج الاستعراض والغناء بنسبة (٤٢,٢%)، وفي المرتبة الثالثة برامج المسابقات بنسبة (٣٩,٨%)، ثم في المرتبة الرابعة برامج المنوعات بنسبة (٣٦,٨%).
- كانت أكثر القنوات تفضيلاً لدى المشاهدين عينة الدراسة، لمشاهدة البرامج التليفزيونية المختلفة في القنوات التي تهتم بعملية التطوير التكنولوجي، جاءت مجموعة قنوات MBC في الترتيب الاول، وفي الترتيب الثاني قناة القاهرة

والناس، وفي الترتيب الثالث قناة CBC، وفي الترتيب الرابع مجموعة قنوات DMC، كأعلى درجات المشاهدة في القنوات التلفزيونية التي تهتم بمواكبة التطور التكنولوجي في إخراج برامجها.

الهوامش:

١. إبراهيم عبد الله خلف الله، التوظيف الإبداعي لتكنولوجيا الإتصال في إخراج الدراما المصرية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (القاهرة، جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٥).

٢. إبراهيم يختي، مقياس تكنولوجيات و نظم المعلومات فى المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، أكتوبر ٢٠٠٥م)

٣. إسلام إبراهيم عمر، استخدامات الشباب لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في التغطية الإخبارية لتداعيات أحداث ثورة ٣٠ يونيه في إطار نموذج "إعلام المواطن"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٦).

٤. أسماء شبوب ، تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تلقي العرض الإخباري التلفزيوني دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، **رسالة ماجستير غير**

منشورة، (الجزائر، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٠١٧).

٥. ابراهيم أحمد و آية صلاح السيد و سماح محمد و أحمد حسين، تقنيات الإخراج المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية الموجهة: دراسة تحليلية، **مجلة دراسات الطفولة** ، مجلد ١٩، عدد ٧٣، (جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٦).

٦. آدم رحمون وشريف زهرة: الاستخدام المتميز لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة في ظل الإيداع التنظيمي، **مجلة العلوم الاجتماعية**، جامعة الأغواط، العدد ٧، جانفي ٢٠١٨م.

٧. أزهر جواد حسين: التشكيل الجمالي للإضاءة والديكور في البرامج التليفزيونية، **مجلة الاكاديمي**، العدد ٥٦، العراق، جامعة بغداد، ٢٠١١م.

٨. آلاء بهاء الدين عوض: دور المؤثرات البصرية والصوتية في أفلام الخيال العلمي الأجنبية وانعكاسها على جماليات التلقي لدى الجمهور، **المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال**، القاهرة، جامعة جنوب الوادي، العدد السابع، يناير– يونيو ٢٠٢٠م.

٩. أيمن عبد الحليم نصار: ٢٠٠٧، **إعداد البرامج الوثائقية**، ط١، الأردن، دار المناهج للنشر والتوزيع.

١٠. بوحنية قوي: ٢٠١٠، **الاتصالات الإدارية داخل المنظمات المعاصرة**، ط ١، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.

11. Anne O'Brien1, Producing Television and Reproducing Gender, SAGE journals, Television & New Media, 2015, Vol. 16(3) 259– 274, (Ireland, Maynooth, National University of Ireland, Centre for Media Studies 2015).

12. Bianca Florentina, The visual framing of Romanian migrants in the British television Documentaries: A constructivist approach, Journal of Media Research, v 8, issue 2, (Berlin: Research Gate, 2015).

13. http://almadapaper.net/ar/printnews.aspx?NewsID=467865

14. https://almerja.net/reading.php?idm=183880