
Values in the contents of charités television programs: Analytical study of the program "Kalbi Etameen" on Abu Dhabi Satellite Channel

Mohammed El-Fateh Hamdi, PHD

Qatar University

m.hamdi@qu.edu.qa**DOI: [10.31973/aj.v1i137.1094](https://doi.org/10.31973/aj.v1i137.1094)****Abstract :**

This analytical study focuses on the values included in the television programme "kalbi Atameen", which was broadcast on the satellite channel "Abu Dhabi" for the third consecutive season. The programme is considered as one of the charitable television programmes and through this study, we have tried to highlight the values and behaviours it reinforces within the Arab community, by analysing all the episodes broadcasted during the third season, estimated at (30) episodes, using the method of quantitative and qualitative content analysis. The "kalbi Etameen" programme is one of the programmes that gained high visibility during the month of Ramadan in the Arab world, as it became very popular on different social media sites as well as on traditional media. The idea of the programme is based on mobility between Arab countries and assistance to different marginalized groups suffering from poverty, unemployment, illness, political asylum and other social problems. Through this study, we will try to identify the most important positive values that the programme has contributed to reinforce among members of the Arab community, and to discover the most apparent and hidden objectives of the media message it provides in the shadow of the political, social and economic conditions that the Arab community is experiencing.

Keywords : values, television programmes, charities, « Kalbi Etameen » programme.

القيم في محتويات البرامج التلفزيونية ذات الطابع الخيري: دراسة تحليلية لبرنامج " قلبي إطمأن " عبر شاشة قناة أبو ظبي التلفزيونية الفضائية.

د.محمد الفاتح حمدي. جامعة قطر.

قسم الإعلام -الاتصال الجماهيري.

m.hamdi@qu.edu.qa

(مُلَخَّصُ البَحْث)

تتناول هذه الدراسة التحليلية موضوع القيم التي تضمّنها البرنامج التلفزيوني "قلبي إطمأن" الذي بث عبر قناة "أبوظبي" الفضائية في موسمه الثالث على التوالي، وبعد البرنامج من البرامج التلفزيونية ذات الطابع الخيري، وقد حاولنا في هذه الدراسة تسليط الضوء على القيم والسلوكيات التي يعززها داخل المجتمع العربي، وذلك من طريق تحليل جميع الحلقات التي تم بثها في الموسم الثالث والتي قدر عددها بـ(٣٠) حلقة، وذلك بالاعتماد على منهج تحليل المحتوى الكمي والكيفي، ويعد برنامج "قلبي إطمأن" من بين البرامج التي حققت مشاهدة كبيرة أثناء شهر رمضان داخل الوطن العربي، بحيث عرف رواجاً كبيراً عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية، وتقوم فكرة البرنامج على التنقل بين البلدان العربية وتقديم يد المساعدة لمختلف الفئات المهمشة التي تعاني من الفقر والبطالة والمرض واللجوء السياسي وغيرها من المشكلات الاجتماعية، وسنحاول من طريق هذه الدراسة الوقوف على أبرز القيم الإيجابية التي ساهم البرنامج في تعزيزها بين أفراد المجتمع العربي، ومعرفة أبرز الأهداف الظاهرة والخفية من الرسالة الإعلامية التي يقدمها في ظل الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي يمر بها المجتمع العربي.

الكلمات المفتاحية: القيم، البرامج التلفزيونية، العمل الخيري، برنامج "قلبي إطمأن".

مقدمة:

يعد العمل الخيري عامل أساس في بناء المجتمعات ونشر سلوك التضامن والتماسك بين أفرادها، كما أنه يعتبر من المؤشرات التي تدل على تحضرها وتطورها ورفي الحياة بداخلها. لكن قبل البحث عن تطور ورفي وبناء المجتمع يجب أن نبحث أولاً عن كيفية بناء الفرد وتربيته وتنشئته وتنشئة اجتماعية سليمة، تجعله يقبل على خدمة مجتمعه ووطنه وأمته من طريق تحليته بمجموعة من القيم والمبادئ والأخلاق التي توجه تفكيره وسلوكياته وتجعله شخصاً فعالاً وإيجابياً يساهم في خدمة مجتمعه ويبحث عن مصلحته.

هذه العملية المتعلقة ببناء الفرد وتنشئته وغرس القيم الإيجابية فيه، هي مسؤولية تقع على عاتق مجموعة من القوى التي تشكل المحيط الذي يعيش فيه الفرد سواء أكان على المستوى الضيق مثل: الأسرة والأصدقاء أم على المستوى الواسع مثل: المدرسة والمسجد والمؤسسات الإعلامية وغيرها، هذه الأخيرة تساهم في التنشئة الاجتماعية بواسطة طبيعة القيم والأخلاق والسلوكيات التي تروج لها عبر مختلف البرامج التي تبثها، والتي يكون لها انعكاس مباشر وتأثير على تصرفات وسلوكيات الأفراد داخل المجتمع. ومن البرامج الإعلامية التي تساهم في بناء الأفراد وغرس القيم الإيجابية فيهم نجد البرامج التلفزيونية ذات الطابع الخيري التي تقوم على فكرة مساعدة وخدمة الفئات الاجتماعية الهشة وتشجيع وحث الأفراد على المساهمة في هذه الأعمال الخيرية.

هذه البرامج التلفزيونية الخيرية التي تنتمي إلى ما أصبح يطلق عليه اسم (الإعلام الخيري)، الذي عرف رواجاً كبيراً وانتشاراً واسعاً على الساحة الإعلامية العربية خاصة في قطاع السمعي البصري. مما جعلنا نهتم بإجراء هذه الدراسة لأجل الكشف والتعرف على القيم التي يتضمنها البرنامج التلفزيوني الخيري "قلبي إطمأن" والذي تم بثته شاشات قنوات تلفزيونية عربية في شهر رمضان الماضي (١٤٤١هـ)، وذلك بالتركيز على تقديم قراءة تحليلية لمجموعة من فئات الشكل والمحتوى الخاصة بهذا البرنامج واستنباط مختلف القيم التي تتضمنها، وقد اخترنا برنامج "قلبي إطمأن" من بين كل البرامج التلفزيونية الأخرى نظراً للشهرة الكبيرة التي يتمتع بها في الأوساط الاجتماعية العربية والتي تترجمها عدد المشاهدات القياسية لحلقاته عبر موقع التواصل الاجتماعي (YouTube)، وكذلك الطريقة الفريدة التي اختارها القائمون على تقديمه وما صاحبها من هالة شعبية حول الشخصية المجهولة للصحافي الذي أشرف على تقديم البرنامج والذي اختار لنفسه اسم مستعار هو "غيث".

أولاً: مشكلة الدراسة:

تقوم وسائل الإعلام التقليدية منها والجديدة بمجموعة من الأدوار والوظائف المجتمعية مثل: الإعلام والإخبار، الرقابة، التنشئة الاجتماعية، نقل التراث الاجتماعي بين الأجيال، وغيرها، بالإضافة إلى استعمالها من طرف الأفراد والمنظمات والهيئات المالكة لها من أجل الترويج وغرس وتعزيز القيم داخل المجتمعات، هذه الأخيرة التي تعد من أهم الركائز التي تبنى عليها المجتمعات لأنها ترتبط بالأخلاق والمبادئ فهي معايير عامة وضابطة لسلوك الأفراد داخل المجتمع الذي يمارسون فيه حياتهم العادية.

وتتميز المجتمعات العربية والإسلامية على غرار باقي المجتمعات تتميز بمجموعة من القيم التي تعكس طابعها الديني والاجتماعي، التي يتم نقلها بين الأجيال والترويج لها وتعزيزها في الأوساط الاجتماعية من طريق الأفراد ومختلف المؤسسات الاجتماعية كالأ أسرة

والمدرسة والمسجد ووسائل الإعلام الجماهيرية المختلفة التي تساهم في ذلك من خلال محتوى الرسائل التي تبثها عبر مختلف الحصص والبرامج في المجالات شتى، وهي تملك القدرة على إحداث الأثر الكبير في تعديل سلوكيات الأفراد وتغييرها وتدعيمها في إطار الحياة الاجتماعية، مما ينعكس على المنظومة القيمية السائدة في المجتمع بالسلب أو الإيجاب. ومن بين هذه الوسائل نجد التلفزيون الذي يتميز بقدرة كبيرة على الإيصال والتأثير فهو ينقل مختلف الوقائع والأحداث بالصوت والصورة، "فالتلفزيون هو أحد المؤثرات الرئيسة التي تساعد على تعديل القيم وتغييرها". (بوعمامة، هني، ٢٠١٧، ص، ٢٤٤).

ونظراً لأهمية موضوع القيم في الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات، تخصص القنوات التلفزيونية برامج عديدة ومتنوعة من حيث الشكل والمحتوى لتمرير رسائل إعلامية بهدف الترويج وتعزيز أو تغيير القيم السائدة داخل المجتمع الذي يتواجد به جمهورها، ومن بين البرامج التي تستعمل في هذا الشأن نجد البرامج التلفزيونية ذات الطابع الخيري والإنساني. حيث يقول "سعيد لبيب" في كتابه "الثقافة والإعلام والاتصال": "إن الأثر الخيري للإعلام قد يكون بإضافة معلومات عن العمل الخيري أو خلق اتجاه جديد أو إضعاف اتجاه قديم، أو المعاونة على خلق قيمة خبرية جديدة أو تدعيمها أو إضعاف من سلوكيات قديمة أو التحول عنها، وقد يتمثل الأثر في تعديل سلوك قائم أو العدول عنه إلى سلوك جديد، وهذا كله ما يعرف باتجاهات التأثير". (علاق، ٢٠١٨، ص، ٨٩).

وأصبحت للبرامج التلفزيونية الخيرية مكانتها في الشبكات البرمجية لمختلف القنوات التلفزيونية والإذاعية وذلك بالتوازي مع تطور وازدهار مجال العمل الخيري والتطوعي في مجتمعاتنا العربية الذي أخذ الطابع المؤسسي والتنظيمي ممثلاً في الجمعيات الخيرية التي يتنوع ويختلف مجال نشاطها، وهذه الأخيرة التي ما فتئت تخطوا خطوات جبارة في مجال تحقيق التنمية الاجتماعية وتطوير سبل وآليات نشاطها، على غرار التوجه نحو استعمال وسائل الإعلام ذات الانتشار الواسع والتأثير القوي مثل التلفزيون من أجل بلوغ أهدافها المتمثلة في مساعدة الشرائح الاجتماعية الهشة والمحرومة على أداء أدوارها بصفة عادية داخل المجتمع.

وخير مثال على ذلك نجد برنامج "قلبي إطمأن" الذي يندرج تحت غطاء نشاطات الجمعية الخيرية "الهلال الأحمر الإماراتي" الذي بثته شاشة قناة "أبو ظبي" الإماراتية بالتزامن مع شهر رمضان الفضيل في مواسمه الثلاثة الأخيرة، الذي تبلورت من طريقه فكرة هذه الدراسة التي تبحث في القيم التي يجسدها هذا البرنامج ويروج لها ويسعى إلى تعزيزها مع التركيز على حلقات الموسم الثالث للبرنامج، التي تقوم على الإشكالية الرئيسة الآتية:

-كيف جسّد البرنامج التلفزيوني "قلبي إطمأن" منظومة القيم داخل المجتمع العربي عبر الحلقات التي تم بثها في شهر رمضان؟ بوساطة هذا التساؤل الرئيس نطرح بعض التساؤلات الفرعية:

١- ما طبيعة الموضوعات التي عالجها البرنامج التلفزيون "قلبي إطمأن" في موسمه الثالث؟

٢- ما طبيعة الشخصيات الفاعلة في البرنامج التلفزيوني "قلبي إطمأن" من خلال حلقاته؟
٣- ما طبيعة المساعدات التي قدمها البرنامج التلفزيوني "قلبي إطمأن" للحالات التي تناولها؟

٤- ما هي القيم الإيجابية التي عززها البرنامج التلفزيوني "قلبي إطمأن" داخل المجتمع العربي؟

٥- ما هي الأهداف الظاهرة التي يسعى البرنامج التلفزيوني "قلبي إطمأن" إلى تجسيدها عبر حلقاته؟

ثانياً: أسباب الدراسة.

- الشهرة التي اكتسبها برنامج "قلبي إطمأن" لدى الجمهور العربي بواسطة طريقة تقديمه، وأيضاً شموليته لحالات عدة من مختلف الدول العربية، وكذلك تنوع مواضيع الحلقات والفئات المستهدفة.

- التفاعل المستمر مع البرنامج عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي من طرف مختلف الجماهير داخل المجتمع العربي، مما أدى إلى خلق جو من النقاش والجدال بين مختلف الفئات سواء أكان داخل الإمارات أم خارجها.

- لم يكتف البرنامج بعرض طريقة جديدة في التقديم التلفزيوني للبرامج الحوارية، بل ساهم البرنامج في إحداث نقلة نوعية في محتوى حلقاته، وطريقة تصويرها، ونوعية الخدمات التي قدمها لمختلف الحالات التي كانت من مختلف الدول العربية، وقد انعكست هذه المساعدات بشكل إيجابي على مختلف الفئات التي مستها مساعدات البرنامج.

- الدور الذي لعبه البرنامج التلفزيوني في كشف مناطق داخل الوطن العربي لاتزال يعاني سكانها من أبسط ضروريات الحياة، ومحاولته تقديم يد المساعدة لهم، من طريق إقامة عدة مشاريع لها أثر كبير في محاربة العديد من الظواهر السلبية التي تهدد تماسك المجتمع العربي مثل المخدرات، والبطالة، الهجرة السرية، الحروب والنزاعات، اللجوء السياسي، إلخ...

- ترويج البرنامج للعديد من السلوكيات والقيم الإيجابية المعروفة في ثقافة الشعوب العربية الإسلامية، والعمل على ترسيخها بين الأفراد والمنظمات لتحقيق التنمية الاجتماعية والمساهمة في رقي وتطور المجتمع.

ثالثاً: أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة في كونها تعالج موضوع مهم داخل المجتمع وهو موضوع العمل الخيري والتطوعي، ولكن من زاوية الجانب الإعلامي لهذا الأخير أو بالأحرى فهي تعالج موضوع ما أصبح يسمى بـ (الإعلام الخيري)، وهو موضوع مهم بدأ يعرف انتشاراً واسعاً على الساحة الإعلامية العربية سواء على مستوى الإذاعة أم على مستوى القنوات التلفزيونية الفضائية، خاصة وأنها تسلط الضوء على برنامج حقق نجاحاً باهراً وانتشاراً واسعاً في الأوساط الاجتماعية العربية، ألا وهو برنامج "قلبي إطمأن" الذي بثته شاشة قناة "أبوظبي" بالتزامن مع شهر رمضان الفضيل في مواسمه الثلاثة الأخيرة. وتبرز أهمية هذه الدراسة لأنها تسعى إلى تقديم قراءة تحليلية لحلقات هذا البرنامج في موسمه الثالث للتعرف على مختلف القيم الإيجابية منها والسلبية التي تضمنها البرنامج ويروج لها ويسعى لتعزيزها وترسيخها في المجتمعات العربية.

كذلك تتجلى أهمية هذه الدراسة لأنها تهدف إلى تحليل شعارات البرنامج والتعرف على اللهجات التي تم استعمالها في تقديمه، وطبيعة الموسيقى والمؤثرات الصوتية المعتمدة فيه، والتعرف على درجة التفاعل مع حلقات البرنامج عبر موقع اليوتيوب من طريق الكشف عن عدد المشاهدات والتعليقات الخاصة بكل حلقة. بالإضافة إلى سعي الدراسة للكشف عن طبيعة الموضوعات التي تم معالجتها في البرنامج، والشخصيات الفاعلة على مدار حلقاته، والدول التي تم زيارتها والتصوير فيها، والأسباب التي دفعت بالقائمين على البرنامج لتقديم يد المساعدة لعدة فئات داخل المجتمع والتعرف على طبيعة ونوعية المساعدات التي يقدمها البرنامج لجمهوره.

رابعاً: أهداف الدراسة: نسعى من وراء إجراء هذه الدراسة لتحقيق جملة من الأهداف هي كالآتي:

- ١- التعرف على طبيعة القيم الإيجابية والسلبية التي تضمنتها حلقات البرنامج "قلبي إطمأن" التي يسعى للترويج لها وتعزيزها داخل المجتمع.
- ٢- تقديم قراءة تحليلية لشعارات البرنامج وطبيعة اللهجات المستعملة في تقديمه.
- ٣- الكشف عن درجة التفاعل مع حلقات البرنامج عبر موقع اليوتيوب وتقديم قراءة تحليلية لذلك.

٤- التعرف على موضوعات حلقات البرنامج والشخصيات الفاعلة فيه والدول التي تمت زيارتها والتصوير بها.

٥- الكشف عن طبيعة ونوعية المساعدات والخدمات التي يقدمها البرنامج وأهداف تقديمها.

٦- معرفة الأهداف الظاهرة والخفية من وراء تقديم مثل هذه البرامج التلفزيونية على نطاق واسع داخل المجتمع العربي، وتأثير ذلك في الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية داخل هذه المجتمعات.

خامساً: مفاهيم الدراسة.

٥-١- القيم:

اصطلاحاً: إنّ مفهوم القيم حقل واسع لا يسهل البت فيه، والإلمام بكل جوانبه، ولعل هذه الصعوبة نابعة من كون القيمة ليست أمراً ملموساً أو محسوساً، بل هي أفكار مجردة لا تتجسد إلا من طريق سلوك الفرد الذي يؤمن بها.

وتعرّف القيم على أنّها: "مجموعة مبادئ وقواعد توجّه التفاعل بين الأفراد داخل المجتمع وتضبط سلوكياتهم، وهي عنصر رئيس في المجتمع، وعلاقة الفرد بالقيم تخضع للتنشئة الاجتماعية". (بومعيزة، ٢٠٠٦، ص، ١٨٥).

كما تعرّف أيضاً بأنّها: "مجموعة من العادات والأعراف ومعايير السلوك والمبادئ المرغوبة التي تمثل ثقافة مجموعة من الناس أو جماعة أو فرد، وتعد عناصر بنائية مشتقة من التفاعل الاجتماعي، للتعبير عن مكونات أساسية للمجتمع الإنساني". (مصري، عياش، ٢٠١٩، ص، ٤٣).

إجرائياً: يقصد بمفهوم القيم في هذه الدراسة: كل أصناف وأنواع القيم سواءً أكانت الاجتماعية أم الثقافية أم الدينية أم الاقتصادية أم الإنسانية وغيرها، التي تتضمنها حلقات البرنامج التلفزيوني الخيري "قلبي إطمأن" في موسمه الثالث، التي يسعى إلى الترويج لها وترسيخها في الأوساط الاجتماعية العربية والإسلامية، من أجل المساهمة في تحديد وضبط سلوكيات الأفراد والتأثير في اتجاهاتهم نحو موضوع العمل الخيري ودفعهم للمساهمة في تقديم يد العون والمساعدة للأفراد المحتاجين والمحرومين على مستوى المجتمعات التي ينتمون لها وبمارسون حياتهم بها.

٥-٢- البرنامج التلفزيوني:

اصطلاحاً: يعرّف بأنه: "فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في قالب تلفزيوني معين، باستعمال الصورة والصوت بكامل تفاصيلها الفنية لتحقيق هدف معين". (عبادي، رزيوق، ٢٠١٨، ص، ٣٧٨).

كما يعرف أيضا بأنه: "سيل متدفق من المواد المرئية المتتابعة صوتاً وصورة وذات الأنواع التلفزيونية المختلفة، ولا توجد أية مادة تلفزيونية خارج هذه الأشكال المتدفقة من المواد التلفزيونية". (بديسي، ٢٠١٧، ص، ٥٠٥).

إجرائياً: يقصد بالبرنامج التلفزيوني في هذه الدراسة، ذلك البرنامج التلفزيوني الخيري الموسوم بـ "قلبي إطمأن" الذي يعنى بتقديم مساعدات وخدمات اقتصادية واجتماعية مختلفة للفئات الاجتماعية الهشة والمحرومة في شتى البلدان العربية وهو برنامج يبث عبر شاشة قناة "أبوظبي" الإماراتية وقنوات فضائية أخرى وكذلك إلى بعض مواقع التواصل الاجتماعي بالتزامن مع شهر رمضان الفضيل في مواسمه الثلاثة الأخيرة على التوالي، وهو برنامج يقدم برعاية الجمعية الخيرية "الهلال الأحمر الإماراتي"، ويتولى عملية تقديمه إعلامي يعتمد إخفاء هويته ويطلق على نفسه اسم مستعار هو "غيث"، والهدف من وراء ذلك محاولة التركيز على الحالات التي يتناولها البرنامج.

٥-٣- الإعلام الخيري.

اصطلاحاً: تعرفه "مباركي ابتسام" بأنه: "العملية الاتصالية التي بواسطتها يتم نقل الرسائل والأفكار والمعلومات والأخبار الصادقة حول ما يتعلق بالنشاطات والأعمال الخيرية والتي تصدر من جهات خيرية وتنتشر وتثبت من طريق وسائل الإعلام المختلفة، بهدف زيادة تأثير وفاعلية ما يصدر من أجهزة وسائل الإعلام المختصة ومن القطاع الخيري بالجمعيات التطوعية والمؤسسات الخيرية من نشاطات إعلامية ذات طابع خيري، تقدم عبر وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية منها والجديدة، لتحفيز مختلف الشرائح الاجتماعية على المساهمة في العمل الخيري". (مباركي، ٢٠١٧، ص، ١٤٩).

إجرائياً: يقصد بالإعلام الخيري في هذه الدراسة: عملية المزج بين العمل الخيري التطوعي الذي تقوم به الجمعية الخيرية "الهلال الأحمر الإماراتي" مع القناة التلفزيونية الفضائية "أبوظبي"، لإنتاج برنامج تلفزيوني يساهم في تنمية وتطوير وترقية نشاطات الجمعية الخيرية المتمثلة في المساعدات والخدمات المادية والمعنوية المختلفة التي تقدمها لجمهورها، وذلك بالاستثمار في مزايا التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية من أجل الوصول إلى أكبر قدر ممكن من الجماهير والتأثير في سلوكياتهم وقيمهم ومعتقداتهم وأفكارهم وتحفيزهم على الإقبال على فعل الخير والمساهمة فيه.

٥-٤- برنامج "قلبي إطمأن":

إجرائياً: هو برنامج تلفزيوني خيري يعنى بتقديم مساعدات وخدمات إنسانية ومادية بالدرجة الأولى لفئات اجتماعية هشة تعاني ظروف معيشية صعبة عبر مختلف الدول العربية، وذلك بهدف مساعدتهم على تحسين وتجاوز الظروف الصعبة التي يعيشون في

كنفها وأداء أدوارهم الاجتماعية بصفة عادية، الذي تم بثه في شهر رمضان لعام ١٤٤١ هجري الموافق لعام ٢٠٢٠ ميلادي عبر القناة الفضائية الإماراتية "أبو ظبي" ومواقع التواصل الاجتماعي في موسمه الثالث على التوالي. وقد تم عرضه رسمياً لأول مرة في (١٣ ماي ٢٠١٨)، إذ حقق نسب مشاهدة وتفاعلات عالية. يعرض البرنامج حالات اجتماعية واقعية، يعمل شاب من دولة "الإمارات العربية المتحدة" يسمى "غيث" على مساعدتها في بلدان مختلفة، تتراوح مدة الحلقة الواحدة ما بين (١٢-٢٢) دقيقة، إذ يقدم البرنامج (٣٠) حالة إنسانية في شهر رمضان من كل عام. عرض منه (٣) مواسم حتى رمضان (٢٠٢٠)، وكان هناك موسم قصير يسمى "الموسم الاكسترا" يتضمن (٨) حلقات عرضت في شهر نوفمبر (٢٠١٩).

٥-٥- الفنون الفضائية:

اصطلاحاً: تعرّف بأنها: " تلك المحطات التلفزيونية التي يتم استقبالها عبر الهوائيات المقعّرة سواء العربية أو الأجنبية، والتي تحمل مضامين ورسائل إعلامية متنوعة يقبل أفراد الجمهور على مشاهدتها لتلبية رغباتهم وإشباع حاجاتهم الاجتماعية والنفسية المختلفة ". (بولبازين، بريغت، ٢٠١٧، ص، ٥٠٠).

كما تعرّف أيضاً بأنها: "كل القنوات المرئية والمسموعة والمبثوثة عبر الأقمار الصناعية المتواجدة في الفضاء الخارجي للكرة الأرضية، وهي تعمل على نقل الرسائل المسموعة المرئية من جميع الدول ". (فوال، ٢٠١٨، ص، ٢٣٥).

سادساً: الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: هي دراسة الباحثتان "محمدي خيرة" و"بحري خولة" من جامعة الجزائر ٣، وهي عبارة عن مقال علمي منشور في مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد ٤، العدد ٢، جوان ٢٠٢٠. بعنوان: "ممارسات العمل التطوعي الخيري عبر مواقع الشبكات الاجتماعية- دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفيس بوك للجمعيات الخيرية في الجزائر". وتهدف إلى معالجة إشكالية ممارسة العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من طريق تشخيص الدور الذي تقوم به هذه المواقع الاجتماعية في خدمة العمل التطوعي الخيري وترقيته داخل المجتمع، ومعرفة الكيفيات التي يتم طريقها توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في النشاطات والمبادرات الخيرية التي تقوم بها الجمعيات الناشطة في الجزائر.

وقد اعتمدت الباحثتان على منهج المسح، وعلى الملاحظة واستمارة تحليل المحتوى كأداتين لجمع المعلومات اللازمة لإجراء دراستهما، أما مجتمع هذه الدراسة فقد تمثل في الصفحات الاجتماعية للجمعيات الخيرية في الجزائر، وقد استخدمت الباحثتان أسلوب العينات لتحديد وحصر الحجم الكبير لمفرداته من خلال العينة القصدية. وقد أسفرت هذه

الدراسة على مجموعة من النتائج منها: توظيف الصفحة الاجتماعية للجمعية الخيرية محل الدراسة كل مزايا موقع الفيس بوك من أجل تنشيط العمل التطوعي، واهتمامها باستخدام الروابط التشعبية التي تزيد من إمكانية تقديم معلومات أكثر حول مختلف النشاطات الخيرية التي تقوم بها على أرض الواقع. (محمدي، بحري، ٢٠٢٠).

الدراسة الثانية: هي دراسة الباحثة "مباركي ابتسام" من جامعة تلمسان، وهي عبارة عن مقال علمي منشور بمجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد ١، العدد ٣، ديسمبر ٢٠١٧. وهي دراسة نظرية بعنوان: "مدخل للإعلام الخيري... المفهوم والدور"، وقد حاولت الباحثة من طريقها تسليط الضوء على مقاربات مفهوم الإعلام الخيري وأهم مقوماته والدور الذي يؤديه في المجتمع والمكاسب التي يحققها لهذا الأخير. وقد قامت على التساؤلات الآتية:

- ما المقصود بالإعلام الخيري؟ ما هي أهم مقومات الإعلام الخيري؟

- فيما يكمن دور الإعلام الخيري في المجتمع؟

وقد توصلت الباحثة إلى أن الإعلام الخيري هو مصطلح يشير إلى العلاقة التكاملية بين وسائل الإعلام وسلوك القيام بالعمل الخيري التطوعي المتجذر في ثقافة الفرد المسلم، والذي تحث عليه العديد من النصوص الشرعية في الكتاب والسنة. كما ترى أن لوسائل الإعلام في المجتمعات العربية والإسلامية بصفة عامة وفي المجتمع الجزائري بصفة خاصة مسؤولية دينية وتوعوية يجب أن تراعيها لخدمة المجتمع وذلك من خلال القيام بالأعمال الخيرية. وتوصي الباحثة بأهمية تكثيف الجهود من طرف العاملين في القطاعين الخيري والإعلامي على حد سواء، وكذا من طرف الأكاديميين والمختصين في العلاقات العامة والإعلام وعلم الاجتماع لتحديد مفهوم الإعلام الخيري ورسم معالمه وآليات تطويره وتفعيله، على وفق منهجية محكمة ليؤتي الإعلام الخيري ثماره في المجتمع. (مباركي، مرجع سابق).

الدراسة الثالثة: دراسة الباحث "محمد أحمد قبلان الشهبان" بعنوان: "دور التلفزيون الأردني في تنمية العمل التطوعي من وجهة نظر الشباب - هيئة شباب كلنا الأردن أنموذجاً". وهي رسالة ماجستير قَدِّمت بكلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط العام ٢٠١٧. وهدفت الدراسة إلى معرفة دور التلفزيون الأردني ودرجة مساهمته في تنمية مفهوم العمل التطوعي من وجهة نظر الشباب، ولتحقيق هذا الغرض قام الباحث بالاعتماد على المنهج الوصفي المسحي، وتصميم استبانة وزعها على عينة قوامها (٣٨٥ مفردة) من الشباب المنتسبين "لهيئة شباب كلنا الأردن" قام باختيارهم بطريقة قصدية. وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- دوافع تعرض الشباب للبرامج التي تتناول العمل التطوعي في التلفزيون الأردني هي المساعدة والتعاون والمساهمة في العمل التطوعي.

- مستوى تقييم الشباب لبرامج التلفزيون الأردني الخاصة بالعمل التطوعي كان مرتفعاً، وذلك بسبب تخصيص حيز كافي من برامجه لإبراز أهمية العمل التطوعي. (الشهوان، ٢٠١٧).

الدراسة الرابعة: هي دراسة الباحثان "بلال بوترة" و"أمينة بوقروز" من جامعة الوادي بعنوان: "مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي الشبّاني - جمعية ناس الخير (عناية) أنموذجاً". وقد عالجت هذه الدراسة موضوع العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال البحث عن الدور الذي تلعبه هذه الأخيرة في تفعيل العمل التطوعي الشبّاني. ولبلوغ أهداف الدراسة اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي لإجرائها واستمارة الاستبيان لجمع البيانات من مجتمع الدراسة المتمثل في نشطاء جمعية "ناس الخير"، حيث قام الباحثان بتوزيعها على عينة قوامها (٢٢ مفردة) قاموا باختيارها بطريقة قصدية. وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج منها:

- الدردشة عبر موقع الفيس بوك ساهمت في النقاء وتعزّف أفراد العينة على بعضهم البعض والانخراط في العمل التطوعي من طريق انشاء جمعية "ناس الخير".
- وضحت الدراسة أنّ استعمال التقانة الإضافية أو دعوة الصداقة الافتراضية التي يتيحها موقع الفيس بوك ساهمت بدرجة كبيرة في انضمام الشباب للجمعية والمساهمة في العمل الخيري والتطوعي.
- بينت الدراسة أن أفراد العينة يجمعون بالأغلبية على الدور الكبير لموقع الفيس في تواصلهم والقيام بالمبادرات الخيرية، ومن ثم تقديم خدمات للمجتمع وتحقيق التكافل الاجتماعي. (بوترة، بوقروز، ٢٠١٧).

سابعاً: منهج الدراسة:

استخدمنا في دراستنا منهج تحليل المحتوى الذي يعرف بأنه: "منهج للبحث العلمي، يعتمد في مجالات بحثية متنوعة، وعلى الأخص في علم الإعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها، من حيث الشكل والمحتوى تلبية للاحتياجات المصاغة في تساؤلات البحث وفروضه الأساسية طبقاً للتصنيفات التي يحددها الباحث، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك، إما في وصف هذه المواد الإعلامية أو لاكتشاف الخلفية الفكرية والثقافية والسياسية التي تتبع منها الرسالة الإعلامية. أو التعرف على مقاصد القائمين بالاتصال، من خلال الكلمات والجمل، والرموز والصور، وكافة الأساليب التعبيرية شكلاً ومضموناً، وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منتظمة، على وفق أسس منهجية ومعايير موضوعية، وأن يستند الباحث إلى الأسلوب الكمي بصفة

أساسية". (أبراش، ٢٠٠٩، ص، ١٩١). كما يعرفه "بيرنارد بيرلسون" بأنه: "أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم والكمي للمحتوى الظاهر لمضمون الظاهرة المدروسة". (الدليمي، صالح، ٢٠١٥، ص، ١٦١).

وقد تم استعمال هذا المنهج في هذه الدراسة من طريق تقديم الباحثان قراءة تحليلية لمحتويات حلقات البرنامج الخيري "قلبي إطمأن" في موسمه الثالث، من أجل الكشف والتعرف على مختلف القيم التي تضمنتها والتي يعمل البرنامج على تعزيزها والترويج لها في الأوساط الاجتماعية. وذلك بوساطة تحليل وتفسير وقراءة ما يوجد بين السطور بالتركيز على مجموعة من فئات الشكل والمحتوى التي يمكن من طريقها استنباط نوعية القيم التي يروج لها البرنامج ويعززها في المجتمع.

ثامناً: أدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحثان في جمع البيانات من مجتمع الدراسة على أداة الاستبيان (استمارة تحليل المحتوى)، التي تعرف بأنها: "أداة التحليل التي يصممها الباحث لتساعده في جمع البيانات المطلوبة ورصدها لإيجاد معدلات تكرارها، وتحتوي في العادة على الفئات الرئيسية التي سيشمها التحليل وعلى عناصرها الفرعية بحيث توضع جميعاً في عمود يقع في يمين الصفحة، ويلبها عدد من الأعمدة تبين درجة تواجد كل عنصر منها في المحتوى الذي يجري تحليله، وهي أداة مفيدة للباحث فهي تساعده على استكمال عناصر التحليل من جهة وتجعل عمله منظماً وهادفاً من جهة ثانية". (دوقان، وآخرون، ٢٠١٥، ص، ١٤٢). وقد اشتملت استمارة تحليل المحتوى الخاصة بهذه الدراسة على أربعة محاور جاءت كالاتي: -

- **المحور الأول:** يحتوي على معلومات عامة حول برنامج "قلبي إطمأن".
- **المحور الثاني:** يحتوي على معلومات خاصة بفئات شكل البرنامج محل التحليل مثل: فئة اللغة واللهجات المستعملة، فئة المؤثرات الصوتية، وزوايا التصوير، وغيرها.
- **المحور الثالث:** يحتوي على معلومات خاصة بفئات محتوى البرنامج محل التحليل مثل: فئة القيم، فئة الموضوعات، فئة الفاعلون، إلى غير ذلك.
- **المحور الرابع:** خاص بالملاحظات العامة.

تاسعاً: مجتمع الدراسة: يعرف مجتمع الدراسة بأنه: "جميع أفراد الظاهرة المقصود دراستها، في حين يقصد بالعينة الجزء الذي يتم اختياره من المجتمع لتطبيق الدراسة عليه، وفي الدراسات الإنسانية بما في ذلك دراسات الإعلام والاتصال لا يتم اللجوء إلى اختيار عينة من المجتمع إلا في حالة تعذر تطبيق الدراسة على كل أفراد المجتمع". (الجيزان، ٢٠٠٤، ص، ٧١).

ويتمثل مجتمع هذه الدراسة في جميع حلقات برنامج "قلبي إطمأن" في موسمه الثالث باستثناء الحلقتين الأولى والأخيرة، وذلك لأن الأولى كانت عبارة عن تمهيد وذكر بعض المعلومات عن سيرورة عملية إعداد البرنامج، فضلا عن زيارة بعض الحالات التي تم مساعدتها في الموسمين الأول والثاني، والأخيرة لكونها جاءت عبارة عن ملخص لما تم عرضه في حلقات الموسم الثالث كذلك إلى إعادة التذكير بأهداف البرنامج والمؤسسة الخيرية الراعية له وطرائق جمع التبرعات وغيرها من الفقرات التي تضمنتها هذه الحلقة.

وقد اعتمد الباحثان أسلوب المسح الشامل لجميع حلقات البرنامج والتي قدرت بـ (٢٨) حلقة. ويعرّف أسلوب المسح الشامل بأنه: "الأسلوب الذي يهدف إلى البحث في كل مفردات المجتمع دون استثناء وتسمى طريقة المسح الشامل، وهي تمتاز بأهميتها العلمية في جمع المعلومات والبيانات، وتحليلها واستخلاص النتائج منها وتفسيرها وعرض الحلول والمقترحات والتوصيات". (عقيل، ٢٠١٤، ص، ١٠٩).

عاشراً: الجانب النظري للدراسة.

علاقة وسائل الإعلام بالعمل الخيري: يرى الباحث "صحراوي مقلاتي" أنّ العمل الخيري في علاقته بالإعلام محكوم بمدخلين هما:

١- أن يصبح العمل الخيري في خدمة الإعلام الإسلامي: بحيث تنشأ أوقاف للعمل الخيري بكل أصنافها وأنواعها. وهو ما نلاحظه في عالم الإعلام الإسلامي، فقد بدأت فضائيات إسلامية تشد جزءاً من الجمهور المسلم اليوم وتقوم بتوصيل رسائل الخير إليه وتنشئه وتنشئة إيمانية، ويغلب على هذه الفضائيات الطابع الديني. كما يمكن أن يتطوع بعض الإعلاميين الخيريين لتنشيط بعض البرامج الإعلامية الخيرية التي يمكن أن تتوّج الإنتاج في الفضائيات ويكون لها أثر إيجابي على جمهور المتلقين حول موضوع العمل الخيري. (صحراوي، ٢٠١٠، ص، ٤).

ويمكن تفسير لجوء الفضائيات الدينية أو الإسلامية إلى الاستثمار في مجال العمل الخيري والتطوعي من أجل توسيع قاعدتها الجماهيرية وتحقيق نسب مشاهدة عالية لبرامجها، أو لأغراض مادية ربحية تجنيها من عائدات الإشهار التي ترافق وترعى هكذا برامج، كما يمكن أن يكون ذلك لأغراض خيرية بحتة. وفي كلتا الحالتين لا يمكننا أن ننكر بأنّه أصبحت هناك في الساحة الإعلامية العربية نماذج لبرامج إعلامية خيرية تساهم في تطوير وترقية العمل الخيري في المجتمع.

٢- أن يصبح الإعلام في خدمة العمل الخيري: بحيث يزرع ثقافة "العمل الخيري" في الناس، حتى ننتج قنوات وآليات اجتماعية واضحة وثابتة ومختصة لتقوم هذه الآليات بتنشئة أجيال من الخيريين philanthropic generations، وبالتالي يأتي الإعلام الإسلامي

والتعليم الإسلامي وغيرهما فيما بعد كمحصلة طبيعية لهذه التنشئة. ومنه جاءت أسبقية وأولوية جعل الإعلام في خدمة العمل الخيري والرقي به من طريق استراتيجية واضحة الخطوات والمراحل حتى نصل إلى هدف تطوير إعلام خيري قائم بذاته. (صحراوي، المرجع السابق، ص، ٤).

ومنه نستنتج أن الإعلام يكون في خدمة العمل الخيري بوساطة تنشئة أجيال منديئة في البداية، تكون في خدمة العمل الخيري بصفة مباشرة وذلك من طريق بث برامج رسائل إعلامية تعزز وتدعم هذا الفعل في المجتمع، خاصة في ظل بيئتنا العربية الإسلامية التي تعد أرض خصبة للعمل الخيري بناءً على تعاليم ديننا الحنيف ورغبة أغلب الأفراد في المجتمع على فعله ومساعدة الآخرين ابتغاء مرضاة الله وتحصيل الأجر والثواب في الآخرة. "ويبرز أيضاً دور المؤسسات الإعلامية في خدمة العمل الخيري من طريق توضيح الثواب الجزيل والأجر العظيم الذي أعدّه الله سبحانه وتعالى لفاعلي الخير والبالدين لجهودهم وأوقاتهم في نفع العباد ومساعدتهم على تحمل أعباء الحياة، وكذلك توثيق الصلة بالجمعيات الخيرية والمنظمات الإغاثية والتطوعية ومنحهم مساحة أسبوعية مجانية للحديث عن مشاريعهم وتقديم انشغالاتهم، وتسليط الضوء على العقبات والمشكلات التي تقف في طريقهم وتعرقل السير الحسن لنشاطهم والتعاطف معهم في مواجهتها والقضاء عليها، فضلاً عن إنشاء قناة تلفزيونية فضائية وموقع عملاق على الإنترنت تكون مهمتهما نشر ثقافة العمل الخيري والتطوعي، والحديث عن إنجازاته وعن الصورة الجميلة والمشرقة التي أوجدها في حياة الأمة". (بكار، ٢٠١٢، ص، ٣٤).

ويرى الباحثان أنّ أداء هذا الدور يكون عبر بث حصص إذاعية وتلفزيونية وإنجاز ريبورتاجات وتحقيقات صحافية حول المبادرات والمشاريع الخيرية التي تقوم بها مختلف المنظمات والهيئات الخيرية على اختلاف المجال الذي تنشط فيه، للتعريف بها والترويج لها وإبراز المنفعة والخدمات التي تقدمها لجمهورها من الشرائح الاجتماعية الهشة والمحتاجة للمساعدة. وهذا من أجل خلق صدى إعلامي إيجابي حول نشاطها ودوره وانعكاسه المباشر على تحقيق التنمية الاجتماعية، وكذلك من أجل تشجيع نشطائها على بدل المزيد من الجهد والوقت لتطوير أساليب وآليات العمل الخيري وترقيته وتطوير خدماته ومساعدته من جهة، وتحفيز المنظمات والأفراد القادرين على تقديم يد العون والمساعدة على المساهمة والمشاركة في العمل الخيري من طريق تبرعاتهم المادية والمعنوية من جهة أخرى.

كما يرى الباحث "عثمان أبوزيد عثمان" أنّ علاقة وسائل الإعلام بالعمل الخيري تتجلى في احتياجات ورغبات العاملين في المنظمات الخيرية من وسائل الإعلام، إذ يريد نشطاء الجمعيات الخيرية أن تكون وسائل الإعلام شريكاً ومتعاملاً نشيطاً يساهم في تحقيق

أهداف هذه المنظمات وبرامجها، والإسهام في ترسيخها بزيادة عدد مرات النشر الإعلامي، وتزويد الجمهور بمعلومات صحيحة وخاصة عند وجود شائعات مغرزة أو شبهاة تتعلق وتستهدف العمل الخيري والعاملين فيه. كما يريدون أيضا زيادة أعداد المتابعين لأخبار العمل الخيري وأنشطته، وذلك من طريق انتاج برامج إعلامية ذات جودة ونوعية لخدمة العمل الخيري، والتعاون مع عناصر إعلامية مؤهلة وقادرة على إيصال الخطاب الإعلامي الخيري عبر وسائل النشر المتعددة مثل القنوات الفضائية والمواقع الالكترونية وغيرها. (عثمان، ٢٠٠٨، ص، ٣).

حادي عشر: الدراسة التحليلية:

أولاً: قراءة في فئات الشكل المتعلقة بالبرنامج التلفزيوني "قلبي إطمأن".

١-لمحة تعريفية بالبرنامج.

يعد البرنامج التلفزيوني "قلبي إطمأن" من بين البرامج التلفزيونية ذات الطابع الخيري الذي تم بثه خلال شهر رمضان الماضي عبر قناة أبوظبي الإماراتية، إلى جانب قنوات تلفزيونية عربية أخرى، وتعد هذه النسخة الثالثة من البرنامج بحيث تم تقديمه لموسمين سابقين، وقدرت عدد حلقات البرنامج في نسخته الحالية بـ (٣٠) حلقة، بحيث تم تخصيص الحلقة الأولى منه لأجل زيارة جميع الحالات التي مرت في البرنامج في نسخته الثانية وذلك لمعرفة أخبارهم ومدى نجاح مشاريعهم التي تم دعمها من طرف البرنامج، أما الحلقة الأخيرة من البرنامج فتم فيها عرض الجهات التي دعمت البرنامج، بالإضافة إلى الإشادة بدور حكّام الإمارات العربية المتحدة في العمل الخيري سواء أكان داخل البلد أم خارجه. تتراوح المدة الزمنية للبرنامج ما بين (١٢) دقيقة و(٢٢) دقيقة، يبث مباشرة مع موعد الإفطار في شهر رمضان وهذا الوقت الذي يتواجد فيها أغلبية المسلمين في الشرق الأوسط على مائدة الإفطار، يتم تمويل البرنامج من طرف الهلال الأحمر الإماراتي بالدرجة الأولى إلى جانب مؤسسات خيرية ورجال الأعمال بدول عربية عدة، يشرف على البرنامج طاقم من الإعلاميين والتقنيين والمصورين هويتهم مجهولة لدى الرأي العام العربي لغايات متعددة، يقدم البرنامج شاب يطلق على نفسه اسم مستعار "غيث"، يظهر في البرنامج بشكل مخفي الوجه، وهذا له مبررات متعددة، ويمكن تفسير ذلك بأنه أراد أن يصنع التميز في برنامجه من طريق التركيز على الحالات دون التركيز على دور الإعلامي في تقديم حلقات البرنامج، كما أن فكرة البرنامج تعد جديدة بظهور إعلامي مخفي الوجه مما يجعل المشاهد يقبل على متابعة حلقات البرنامج، إلى جانب ذلك تم إجراء تعديلات كثيرة على صوت المذيع، وأيضا صوت ضيوف الحلقات، من لأجل إخفاء شخصية مقدم البرنامج، وقد ظهر ذلك جليا في جنيريك البرنامج بحيث بدلا من تقديم الفريق الذي أشرف على البرنامج، تم تقديم شعار

البرنامج والجهات الداعمة له، وكذلك أرقام الهواتف للتواصل مع البرنامج، إلى جانب عرض الملابس التي يتم بها تقديم البرنامج مثل المحفظة التي يضعها المذيع على ظهره في جميع أسفاره، كما يتم عرض رسومات متعددة لها دلالات عدة على حب الخير ونشر السعادة بين الناس، يركز البرنامج في حلقاته على تقديم شعاراته المتعددة، منها أربعة شعارات يتم إعادتها في كل حلقات البرنامج، وتركز أغلب شعارات البرنامج على أهمية فعل الخير داخل المجتمع العربي، وأيضا ضرورة نشر السعادة بين الناس ولو كانت بأمور بسيطة، إلى جانب التأكيد على أهمية العطاء في حياة الفرد والجماعة، وضرورة التعاون والتضامن مع بعضنا البعض في مختلف محطات الحياة، كما يشير البرنامج في عدة شعاراته إلى أهمية أن يستلح الفرد بالصبر والتحدي لأجل تغيير ظروفه التي يعيش فيها نحو الأحسن.^١

ويعرض البرنامج على شكل مقابلة حوارية بين الحالة التي يتم مساعدتها والصحافي، ويتم اللقاء في الشارع، بحيث يتم برمجة لقاء مع الحالات التي يتم مساعدتها بدون علمهم وذلك بالتنسيق مع جهات متعددة (الأصدقاء، الأهل، زملاء في العمل... وغيرها) تشارك في عملية التواصل وتقديم يد العون لفريق البرنامج للوصول إلى هؤلاء المحتاجين، ولكن يبقى أمر اختيار هذه الحالات التي تعرض في البرنامج مجهول. أما عملية تصوير حلقات البرنامج فتتم بطريقة متخفية دون علم الحالات التي تعرض في الحلقات، كما يتخلل البرنامج عدة فواصل موسيقية لها دلالات متعددة، بحيث يتم عرض فواصل داخل البرنامج لأجل الفصل بين المشاهد واللقطات، إلى جانب موسيقى الجيتار، ويبدو أنها مستوحاة من البيئة المحلية في دولة الإمارات العربية المتحدة للفنان راشد الماجد بعنوان دين الحب.^٢ إذ يركز في كلماته على نشر الحب والسعادة عبر فعل الخير والعطاء المستمر. فيما يخص حركات الكاميرا المستعملة في تصوير حلقات البرنامج نلاحظ بأن مصور البرنامج استعمل في جميع حلقات البرنامج خمسة أنواع من لقطات التصوير، بحيث استعمل اللقطة العامة في تصوير الشوارع والصحاري والجبال ومختلف المناطق التي تم زيارتها أثناء محطات التصوير في دول عربية عدة، إلى جانب تصوير بعض المشاهد في بداية الحوار مع ضيوف البرنامج، وقد كان لهذه اللقطة دلالات متعددة، بحيث استطاع المصور أن يبرز من طريقها جمال طبيعة الوطن العربي، وأيضاً إبراز معاناة الناس في بعض البلدان العربية

^١ بعض شعارات البرنامج: (الدنيا بخير مدام الناس بخير، بسم الله نبدأ سعادة جديدة، ابحت عن نفسك بين دعاوي الناس، تبرع... إصنع سعادة جديدة، الباحث عن العطاء كالباحث عن السعادة، الخير ليس بالضرورة يكون له وجه، عندما تعطي فأنت ترسم سعادة على قلب كل متعب، لا مستحيل تحت الشمس، السعيد ممكن ما يملك كل شيء ولكنه يملك القناعة... الخ).

^٢ <https://www.youtube.com/watch?v=uJB0aL3Vcm4> تأريخ الزيارة ٢١-٦-٢٠٢٠

والإسلامية والتي لا تزال تعيش في العصور البدائية، كما تم الاعتماد على اللفظة المتوسطة بشكل كبير، وقد تجلى ذلك في الحوار الذي يجريه الصحفي مع الحالات، وهذه اللفظة أيضاً تبرز طريقة تفاعل الحالات مع الصحفي، وتحديد طبيعة مواقفهم من الرسالة التي يريد توصيلها لهم، كما تم استعمال اللفظة الكبيرة والكبيرة جداً في مشاهد كثيرة وكان الهدف منها إبراز ملامح الضيوف عند طلب المساعدة منهم، أو عند عرض المساعدة عليهم، بحيث كشفت عدسة الكاميرا سلوكيات كثيرة لأغلبية ضيوف الحلقات منها البكاء والفرح والسعادة والدهشة والتعجب، وأيضاً الألم والحزن والشقاء وغيرها من الملامح التي تظهرها الكاميرا، أما لفظ من الأعلى إلى الأسفل فقد تم توظيفها في بعض الحلقات والتي كان الهدف منها إعطاء نظرة شاملة عن مختلف تضاريس بعض البلدان العربية وخصوصاً تلك البلدان التي مساحتها كبيرة مثل السودان.

٢- قراءة حول شعارات البرنامج التلفزيوني " قلبي إطمأن".

يركز برنامج التلفزيوني في عرض حلقاته على عدة شعارات مهمة تعكس أهداف البرنامج، كما أنها توحى كلها بضرورة فعل الخير والإحسان للآخرين ومساعدتهم، وقد ركز البرنامج على شعارات ثابتة في كل الحلقات وهي: (الدنيا بخير ما دام الناس بخير)، وهذا الشعار يدل على أن الاستمرار في فعل الخير داخل المجتمعات يجعل من الفرد يعيش في أمان دون الخوف من المستقبل. كما يشير البرنامج في كل بداية حلقة جديدة إلى شعار آخر وهو: (بسم الله نبدأ سعادة جديدة)، وهذا يدل بأن الغرض من البرنامج يتمثل في نشر السعادة والفرح والسرور بين الناس، وقد وفق الصحفي بطريقته في تقديم البرنامج إلى جعل كل الحالات التي تم عرضها تشعر بالسعادة والبهجة بعد تقديم المساعدة لهم.

أما الشعار الثالث والذي تكرر في كل حلقات البرنامج فيتمثل في: (ابحث عن نفسك بين دعاوي الناس)، والغرض من هذا الشعار يتمثل في حث الجميع على فعل الخير بأي طريقة، حتى ولو كان بسيطاً، لأن فعل الخير له أثر إيجابي في نفسية الناس. أما الشعار الرابع والذي تم اعتماده في أغلب حلقات البرنامج فيركز على: (تبرع... اصنع لنفسك سعادة جديدة)، وكأن صاحب البرنامج يريد أن ينقل للمشاهد العربي بأن فعل الخير يجعلك تشعر بالسعادة دائماً، فطريق تحقيقها مرتبط بفعل التبرع. إلى جانب هذه الشعارات الثابتة قدم البرنامج مجموعة كبيرة من الشعارات، بحيث يخصص في كل حلقة شعار واحد ويحاول صاحب البرنامج أن ينقله للمشاهد من طريق تلك الحالات التي يتم مساعدتها، وقد ركزت أغلب تلك الشعارات على تعزيز القيم الأخلاقية والدينية والاجتماعية التي تربط مجتمعاتنا العربية مثل قيمة الصبر والتحدي والنشاط، وحب العمل، والسعادة، والتضامن والإحسان،

وقضاء الديون الفئات المحرومة، وفعل الخير، والابتسام في وجه أخيك... وغيرها من القيم التي برزت بشكل كبير في حلقات البرنامج.

٣- القالب الفني لعرض قصة البرنامج.

عرضت جميع حلقات البرنامج على شكل مقابلة حوارية بين الصحفي وجميع الحالات التي مرت في البرنامج، وقد يتم تحديد موعد المقابلة والمكان مع الحالات بدون علم مسبق بذلك، وذلك بالاعتماد على الأصدقاء والمقربين من الحالات التي يتم عرضها في كل حلقة، كما أن تصوير حلقات البرنامج تتم بشكل متخفي دون إعلام الحالات بذلك، وفي كل حلقة يؤدي الصحفي دوراً معيناً لأجل الوصول إلى الحالات التي يريد إجراء مقابلة معها، وأبرز هذه الأدوار كانت عبارة عن طلب المساعدة والبحث عن العمل أو أداء دور عضو في جمعيات خيرية، وتتم المقابلة في الشارع أو أمام المنزل، إذ يركز الصحفي في مقابلته على محاور تبرز الهدف من البرنامج، ويفتح المقابلة مع الحالة التي يريد مساعدتها بطلب المساعدة منها في بداية الأمر، وبعد ذلك يدخل في حوار طويل مع الحالة لمعرفة كل تفاصيل حياتهم المعيشية والصحية والاجتماعية، وبعد ذلك ينتقل إلى خطوة أخرى، تتمثل في معرفة طموحات وأحلام الحالات التي يجري معها الحوار، وبعد ذلك يعرض مساعدته على الحالات، وهذه الطريقة تجعل من المشاهد يتعرف على حقيقة معاناة أغلب الحالات التي مرت في البرنامج، كما أبرز أسلوب الحوار العديد من السلوكيات الإيجابية في هذه الفئات التي تعاني داخل المجتمعات العربية، ونظراً لوجود الحالات في مواقف غير مريحة يسعى الصحفي قدر المستطاع أن تكون المقابلة في حدود (٢٠) دقيقة مع تحقيق الهدف الجوهري من البرنامج والمتمثل في مساعدة جميع الحالات. ولكن الشيء السلبي في المقابلة الحوارية أنها تشكل إزعاج للكثير من الحالات التي تم استقبالها في البرنامج، نظراً لطبيعة المكان، وأيضاً عادات وتقاليد بعض المجتمعات العربية، لأن الصحفي استقبل الكثير من الأراذل والمطلقات وكبار السن وهذه الفئات تحتاج لظروف أحسن لأجل إجراء الحوار معها، وقد أظهرت العديد من الحالات الانزعاج من طريقة تعامل الصحفي معهم في الشارع.

٤- لغة تقديم البرنامج.

جدول (١) يوضح نوع اللهجة العربية في تقديم البرنامج.

النسبة المئوية	التكرار	أنواع اللهجات
١٨.٥١	٠٥	اللهجة السودانية
١٤.٨١	٠٤	اللهجة العراقية
١١.١١	٠٣	اللهجة اللبنانية
١١.١١	٠٣	اللهجة اليمنية

١١.١١	٠.٣	اللهجة الصومالية
٠٧.٤٠	٠.٢	اللهجة تونسية
٠٧.٤٠	٠.٢	اللهجة السورية
٠٣.٧٠	٠.١	اللهجة المصرية
٠٣.٧٠	٠.١	اللهجة الموريتانية
٠٣.٧٠	٠.١	اللهجة الليبية
٠٣.٧٠	٠.١	اللهجة المغربية
٠٣.٧٠	٠.١	اللهجة الأردنية
١٠٠	٢٧	المجموع

كشفت الدراسة التحليلية في الجدول (١) على أن حلقات البرنامج تم تصويرها في دول عربية عدة، وهذا يدل على أن اللغة التي تم تقديم بها حلقات البرنامج تختلف من حلقة إلى أخرى، إلا أن اللغة العربية كانت حاضرة بشكل كبير في مشاهد البرنامج، إذ تم توظيفها في بداية البرنامج من طريق التعليق على بعض المشاهد التمهيدية التي توحى بطبيعة موضوع الحلقة، كما أن الكثير من الحالات أظهروا تمكن كبير من اللغة العربية وخاصة الفئات المتعلمة، كما تم تقديم حلقات البرنامج باللهجة الإماراتية وهذا نظراً لطبيعة البرنامج الذي يشرف عليه طاقم إعلامي من الإمارات، كما تعمد مقدم البرنامج استعمال اللغة العربية في عدة حلقات لأجل سهولة التواصل مع الحالات التي تم استقبالها، إلا أن البرنامج أظهر عدة لهجات عربية تم استعمالها، وذلك نظراً للحالات التي تم استقبالها، وتعد اللهجة السودانية الأكثر استعمالاً وذلك بنسبة (١٨.٥١%) وهذا لتركيز البرنامج على حالات كثيرة من داخل السودان أو من خارجها، كما أن هذا البلد العربي يزخر بعدة لهجات يتحدث بها سكانه والمناطق المجاورة.^٣ إلى جانب اللهجة السودانية، وكشف البرنامج عن استعمال اللهجة العراقية وذلك بنسبة (١٤.٨١%) وذلك مع الحالات التي تم معالجتها، وتعد اللهجة البغدادية من أقرب اللهجات إلى اللغة العربية،^٤ كما كشف البرنامج عن عدة لهجات أخرى تم استخدامها وهي اللهجة اللبنانية والصومالية واليمينية ولهجات أخرى، وهذا دليل على أن

^٣ تاريخ الزيارة ٢٨-٦-٢٠٢٠ <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=634500&r=0>

٢٠٢٠

٤

<https://www.alaraby.co.uk/society/2015/8/3/%D9%84%D9%87%D8%AC%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A7%D9%82-%D8%AA%D9%86%D9%88%D8%B9-%D9%8A%D8%A4%D9%88%D8%A8-%D8%A5%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B5%D8%AD%D9%89>

٢٠٢٠-٦-٢٨ تاريخ

البرنامج وصل إلى عدة دول عربية سواء أكانت في المغرب العربي (تونس والمغرب وموريتانيا وليبيا) أم في المشرق العربي (العراق واليمن ولبنان ومصر والأردن)، وقد أظهر البرنامج بأن الوطن العربي يزخر بعدد كبير من اللهجات العربية، إلى جانب اللغة العربية التي تعد اللغة التي تتحدث بها الشعوب العربية.

٥- قراءة في طبيعة الموسيقى والمؤثرات الصوتية المعتمدة في البرنامج:

اعتمد البرنامج على عدة أنواع من الموسيقى والمؤثرات الصوتية المرافقة لمشاهد البرنامج، بحيث تخللت بداية البرنامج أغنية للفنان الإماراتي راشد الماجد والذي حاول أن يجسد من طريق هذه الأغنية أبرز أهداف البرنامج الذي يسعى القائمون عليه إلى نشر الخير والسعادة بين الناس في مختلف الدول العربية، وقد تخللت هذه الأغنية مشاهد كثيرة من عدة دول عربية تجسد قيم التعاون وفعل الخير بين الناس، وضرورة الإحسان إلى الآخرين ومساعدتهم على تجاوز المحن التي يعانون منها، وخصوصاً فئة الأرملة والشباب البطال، واللاجئين الهاربين من جحيم الحروب في بلدانهم، وأيضاً الفئات المحرومة التي تعاني في صمت. وقد تم توظيف عدة فواصل موسيقية داخل البرنامج، خصوصاً عند تقديم بعض المساعدات أو عرض بعض المشاريع التي أشرف عليها البرنامج وأغلبها توعي بالسعادة والسرور والفرح، كما تم توظيف بعض الفواصل الموسيقية الحزينة التي توعي بالحالة المزرية التي تمر بها الحالات التي تطرق لها البرنامج. ° فالموسيقى والكلمات التي تم أدائها من طرف الفنان راشد الماجد التي جسدت مشاهد تجمع بين الفرح والحزن لما يعانيه المواطن العربي من صعوبات في العيش، سواء أكان بسبب الحروب أم قساوة الطبيعة أم بسبب الإهمال وغياب المسؤولية لدى الكثير من المؤسسات الاجتماعية، فالبرنامج استطاع أن يصل إلى عدة حالات بعدة دول عربية، وأن ينقلها لنا في شكل لقطات ومشاهد تترجم البؤس والفقر الذي يعانيه عدد كبير من الأفراد داخل المجتمع العربي، وقد نجح القائمون على البرنامج في اختيار الموسيقى المناسبة لفكرة وأهداف البرنامج.

٦- قراءة حول طبيعة الدول التي تم تصوير حلقات البرنامج بها:

جدول (٢): يوضح مكان تصوير البرنامج.

الدول التي تم تصوير الحالات بها	التكرار	النسبة المئوية
الصومال	٠٧	٢٥.٩٢
تونس	٠٤	١٤.٨١
السودان	٠٤	١٤.٨١

⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=uJB0aL3Vcm4> فواصل موسيقية خاصة بالبرنامج بتاريخ (٢٠٢٠-٧-٤)

الأردن	٠٣	١١.١١
لبنان	٠٣	١١.١١
العراق	٠٣	١١.١١
موريتانيا	٠٢	٠٧.٤٠
مصر	٠١	٠٣.٧٠
المجموع	٢٧	١٠٠

الملاحظ على حلقات البرنامج في الجدول (٢) أنها شملت أغلب الدول العربية، بحيث تم تصوير بعض الحلقات في المغرب العربي، وأخرى في المشرق العربي، وهذا دليل على أن البرنامج وصل إلى بعض الفئات التي تعاني داخل المجتمع العربي، كما تم تجنب التصوير في عدة دول عربية بسبب الحروب والصراعات الداخلية مثل اليمن وسوريا وليبيا وفلسطين، أما الدولة التي تم تصوير بها عدة حلقات فتتمثل في دولة الصومال بنسبة (٢٥.٩٢%)، وهذا راجع لوجود عدة حالات هربت من الحروب والصراعات داخل بلدانها إلى دولة الصومال، أما تونس والسودان فقد تم تصوير بهما عدة حلقات وذلك بنسبة (١٤.٨١%)، كما تم تصوير بعض الحلقات بكل من لبنان والعراق والأردن، وقد أثبت القائمون على البرنامج بأن الهدف الرئيس من البرنامج السعي إلى الوصول إلى الفئات التي تعاني في صمت، وقد تم توزيع هذه الحلقات على عدة دول عربية، وخصوصاً تلك الدول التي تعاني من الفقر والبطالة والحرمان والحروب والصراعات مثل السودان والصومال واليمن والعراق.

٧- قراءة في حركات ولقطات التصوير المستخدمة في البرنامج.

اعتمد القائمون على البرنامج على أربع لقطات في تصوير أهم لقطات البرنامج، نظراً لطبيعة البرنامج الذي كان عبارة عن حوار بين الصحفي والحالات التي تم استضافتها فقد برزت اللقطة العامة في بداية البرنامج من طريق تصوير البلدان التي تم تصوير حلقات البرنامج بها، بحيث تم الكشف عن أبرز المناظر والشوارع والجبال والصحاري التي تزخر بها البلدان العربية، وقد كان لتوظيف هذه اللقطة دلالات عدة، بحيث كشف لنا القائمون على البرنامج عدة رسائل إعلامية من طريق هذه اللقطة، فالوطن العربي الذي يحتوى على ثروات طبيعية باطنية وأخرى سياحية، تجد نسبة كبيرة من سكانه تعاني من الفقر والبطالة، وقد استطاع البرنامج كشف المستور داخل هذه الأوطان من معاناة للإنسان في حياته اليومية بسبب قساوة الطبيعة، وأيضاً نقص التنمية في مناطق عدة من هذا الوطن الكبير، كما أن البرنامج كشف لنا بدائية طرائق العيش في عدة أحياء وشوارع عربية. أما اللقطة الثانية التي تم الاعتماد عليها كثيراً فتتمثل في اللقطة المتوسطة إذ تم استخدامها أثناء

الحوار مع شخصيات البرنامج، لأن طبيعة البرنامج الحوارية تجعل من المصورين يستعملون هذا النوع من اللقطات لإبراز حركات وملامح الحالات المشاركة في البرنامج. إلى جانب ذلك تم الاعتماد على اللقطة الكبيرة والكبيرة جداً لأجل توضيح ملامح الشخصيات عند التفاعل معهم وعرض المساعدات عليهم أو طلب المساعدة منهم، وقد كشف هذا النوع من اللقطات عدة ملامح مع الشخصيات التي مرت في البرنامج مثل الفرح والسعادة التي أظهرها كل المشاركين في البرنامج إلى جانب الحزن والألم والبكاء عند عرض قصصهم على الصحفي، إلى جانب إبراز سلوكيات التضامن والتعاطف مع الصحفي الذي يتقلد عدة أدوار داخل البرنامج. كما تم توظيف حركة الكاميرا من الأعلى إلى الأسفل في عدة دول عربية وذلك من أجل كشف جمال البلدان العربية وما تحتوي عليه من أراضي شاسعة ومناظر خلابة لم تجد من يحولها إلى مشاريع منتجة يستفيد منها الشباب العربي.

٨- التفاعل مع البرنامج عبر اليوتيوب.

جدول (٣) يوضح تفاعل الجمهور مع البرنامج

الحلقات	عدد المشاهدات	عدد التعليقات
٢	٦٣١٩٣١٢	٢٧٩٢٩
٣	٥٦٩١١٥٢٢	١٧٧٥٥
٤	٦٦١٨٤٠٠	٣٣٣٠٠

أشار الجدول (٣) إلى أن البرنامج عرف انتشاراً كبيراً عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل الإنستغرام واليوتيوب مما زاد من شعبيته والإقبال على مشاهدة حلقاته من طرف الجمهور العربي، على رغم من التفاوت الموجود في نسبة المشاهدة والتعليقات بين بعض الحلقات، إلا أن البرنامج شهد إقبالاً كبيراً على متابعة حلقاته اليومية، وقد نفسر التفاوت الموجود في المشاهدة والتعليق على البرنامج إلى نوعية الحالة التي يتم عرضها في البرنامج، كما أن الحلقات الأولى شهدت مشاهدات وتعليقات كبيرة مقارنة بالحلقات الأخيرة والجدول الموضح أعلاه يفسر ذلك، كما أن الحلقات الأولى من البرنامج تعد مهمة لكل من تعود على متابعة الموسم الأول والثاني من البرنامج. وتعد الحلقة الرابعة^٦ من البرنامج أكثر مشاهدة وتعليقات بحيث تناولت قصة أرملة يمنية هربت من الحروب والصراعات في اليمن إلى دولة الصومال، وقد تركت بعض أفراد أسرتها هناك، نظراً لصعوبة نقلهم، وتقوم هذه الأرملة ببيع الخبز اليمني لأجل مساعدة أفراد أسرتها، وقد حاول البرنامج تقديمها على أنها مغتربة وليس لاجئة، وهذا يعكس بأن البرنامج يحاول قدر المستطاع عدم تناول ما يحدث في اليمن من حرب ودمار سببه التحالف الإماراتي السعودي. كما سجلنا إقبال كبير على

⁶ رابط الحلقة (بتأريخ ١-٦-٢٠٢٠) <https://www.youtube.com/watch?v=IBS72TpuIIY>

الحلقة الثانية^٧ من البرنامج والتي تناولت قصة الأرملة الأردنية التي تكفل خمسة أيتام وتسكن في منطقة خطيرة بالأردن. وقد سجلنا مشاهدة كبيرة للحلقات الثمانية الأولى من البرنامج، والتي تناولت قصص مختلفة ومن بلدان عربية متعددة، وهذا دليل على أن البرنامج حقق نجاحاً كبيراً من حيث الانتشار داخل المجتمع العربي، إلى جانب بث البرنامج عبر اليوتيوب فقد تم إعادة نشره على عدة تطبيقات جديدة مثل الفيسبوك (face book) والإنستغرام، وهذا ما أدى إلى انتقاد البرنامج بشدة أثناء تناوله لحالات من سوريا واليمن وليبيا، بحيث اعتبروا ذلك السعي نحو تحسين صورة دولة الإمارات التي شاركت في الحرب على اليمن وليبيا وسوريا وفي مناطق كثيرة في الوطن العربي. وقد يعد ذلك جزء من الأهداف المخفية ولكن الواضح أن البرنامج ساهم في نشر السعادة والفرح بين عدد كبير من الناس في عدة مناطق داخل المجتمع العربي.

٩- طبيعة المواضيع التي تم معالجتها في البرنامج.

الجدول (٤) يوضح نوع الموضوعات المعالجة في البرنامج.

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة المواضيع التي تم تناولها
٣٤.٤٨	١٠	مساعدة كبار السن على العمل والعلاج والسكن لأجل حفظ كرامتهم.
٢٤.١٣	٠٧	مساعدة الأيتام والأرامل والمطلقات والتكفل بهم
١٧.٢٤	٠٥	مساعدة الشباب والفئات المحرومة على العمل والزواج وقضاء ديونهم والسكن
١٧.٢٤	٠٥	مساعدة اللاجئين على العيش الكريم والعودة لبلدانهم
٠٦.٨٩	٠٢	محاربة آفة المخدرات والهجرة السرية
١٠٠	٢٩	المجموع

كشف الجدول (٤) عن أن برنامج "قلبي إطمأن" تناول موضوعات عدة تم معالجتها عن طريق حلقاته الثلاثين التي تم بثها أثناء شهر رمضان، وبحكم أن البرنامج موجه في الأساس لمساعدة المحتاجين داخل المجتمع العربي، ولهذا مس أغلب فئات المجتمع، إذ ركز البرنامج على مساعدة كبار السن من طريق توفير لهم العمل والرعاية الصحية وتقديم لهم يد المساعدة لأجل الحصول على سكن وكل ذلك يدخل في إطار حفظ كرامة كبار السن وخصوصاً الفئات التي تعاني من اللجوء السياسي في عدة دول عربية وذلك بنسبة (٣٤.٤٨%) ممن مستهم المساعدة، كما تناول البرنامج بحجم كبير مساعدة الأيتام والأرامل

⁷ رابط الحلقة الثانية من البرنامج بتاريخ <https://www.youtube.com/watch?v=gHZji0jJZ6g> (٢٠٢٠-٦-١)

والمطلقات من طريق التكفل بهم وتوفير لهم السكن والرعاية الصحية والتعليم وغيرها من الخدمات وذلك بنسبة (٢٤.١٣%) ممن مستهم المساعدة، ولم يكتف البرنامج بهذه الفئات فقط وإنما قدم مساعدات كبيرة لفئة الشباب والفئات المحرومة لأجل دمجهم في الحياة من طريق توفير لهم مشاريع للعمل، وأيضا مساعدتهم على الزواج وقضاء ديونهم المتركمة عليهم، وتوفير لهم السكن في حالة تطلب الأمر ذلك، كما ساعد البرنامج عدة فئات على العيش الكريم بعد طلب اللجوء السياسي هروباً من الحروب والصراعات الداخلية، وذلك بنسبة (١٧.٢٤%)، وقد سعى القائمون على البرنامج إلى تقديم يد العون والمساعدة لأغلب الفئات التي تحتاج لذلك، فلم تتوقف المساعدات على فئات معينة فقط، ولهذا تم تخصيص حلقات لأجل متابعة بعض الشباب المدمن على المخدرات وتوفير له الرعاية الصحية لأجل العلاج والاندماج في الحياة مجدداً. وبهذا يكون البرنامج قد حقق عدة أهداف تم التخطيط لها بشكل محكم ودقيق، وعلى الرغم من صعوبة التنقل بين البلدان العربية بسبب الظروف السياسية وأيضا الصحية إلا أن القائمين على البرنامج حققوا نجاحاً كبيراً في الوصول إلى عدة فئات تعاني في صمت داخل المجتمع العربي.

١٠- الفاعلون في البرنامج.

الجدول (٥) يوضح الفاعلون في البرنامج.

النسبة المئوية	التكرار	الشخصيات الفاعلة في البرنامج
٣٥.٧١	١٠	الشباب
٢٥.٠٠	٠٧	الكهول
٢١.٤٢	٠٦	الأرامل والأيتام
١٧.٨٥	٠٥	كبار السن (الشيخوخة)
١٠٠	٢٨	المجموع

الجدول (٥) يوضح أن برنامج "قلبي إطمأن" من بين البرامج التلفزيونية ذات الطابع الخيري القليلة التي مست أغلب فئات المجتمع العربي، ومن خلال تحليل أغلبية حلقاته، توصلنا إلى أن فئة الشباب تعد الأكثر استهدافاً في البرنامج وذلك بنسبة (٣٥.٧١%) وهذا دليل على أن البرنامج يسعى قدر المستطاع إلى مساعدة هذه الفئة الحساسة داخل المجتمع نظراً لما تعانيه من مشكلات وصعوبات عدة مثل الفقر والبطالة وصعوبة الزواج، وأيضا الخوف من تناول المخدرات أو الهجرة السرية وغيرها من الآفات التي قد ينعكس فيها الشباب العربي، وقد تم تسليط الضوء على حالات كثيرة لمجموعة من الشباب من تونس واليمن والأردن والصومال والسودان، وقد كان للبرنامج التلفزيوني أثراً كبيراً في تغيير نمط حياتهم نحو الأفضل نظراً لحجم المساعدات الكبيرة التي تم تقديمها لهم. كما تم تسليط

الضوء في هذا البرنامج على فئة الكهول وذلك بنسبة (٢٥%) وهذه الفئة تعد من الفئات التي تعاني في صمت داخل الوطن العربي سواء أكان بسبب ظروف المعيشة الصعبة أم بسبب اللجوء السياسي، ولهذا تم تخصيص لها عدداً كبيراً من الحلقات لمساعدتهم وإيجاد الحلول لهم، وقد استطاع البرنامج معالجة عدة قضايا متعلقة بهم سواء فيما يخص توفير مشاريع للعمل أو مساعدة الأبناء على العلاج والتعليم وغيرها من الخدمات التي تم تقديمها من طرف البرنامج. أما الفئة الثالثة والتي حظيت باهتمام كبير في تغطيات البرنامج تتمثل في فئة الأرمال والأيتام وذلك بنسبة (٢١.٤٢%) وقد استطاع البرنامج أن يصل لعدة أرامل داخل الوطن العربي ومساعدتهم على حل مشكلاتهم وتقديم يد العون لهم سواء أكان في توفير السكن لهم أم تقديم الرعاية الصحية أم التعليم أم توفير لهم الكفالة الشهرية، وغيرها من الخدمات التي تم عرضها على هذه الفئة التي تستحق الدعم من جميع أفراد المجتمع. فالبرنامج على الرغم أنه يقدم خلال رمضان فقط إلا أنه استطاع أن يمس كل فئات المجتمع وفي عدة مناطق من الوطن العربي.

١١- الأسباب مساعدة الحالات التي ظهرت في البرنامج:

الجدول (٦) يوضح أسباب مساعدة الحالات وأنواعها في البرنامج.

النسبة المئوية	التكرار	أسباب مساعدة الحالات
٣٤.٣٢	٢٣	انتشار الفقر والبطالة والآفات الاجتماعية
٢٩.٨٥	٢٠	انعدام الدخل أو محدوديته
١٩.٤٠	١٣	صعوبة ظروف الحياة ونقص الإمكانيات (غياب السكن ونقص الماء، وصعوبة التعلم، وانعدام الكهرباء، وغياب العلاج، وعدم القدرة على الزواج، وكثرة الديون)
١٦.٤١	١١	اللجوء السياسي هروبا من الحروب والصراعات الداخلية
١٠٠	٦٧	المجموع

كشفت الجدول (٦) عن أن حلقات برنامج "قلبي إطمأن" عن أسباب متعددة دفعت بالقائمين على البرنامج إلى مساعدة عدة فئات داخل المجتمع، وأبرز هذه الأسباب تتمثل في انتشار الفقر والبطالة والآفات الاجتماعية داخل المجتمع العربي، وخصوصاً في البلدان التي تشهد زيادات كبيرة في نسبة البطالة والفقر مثل السودان والصومال واليمن والعراق وسوريا، بسبب الحروب والصراعات الداخلية أو بسبب نقص التنمية الاقتصادية داخل هذه البلدان، ولهذا حاول البرنامج أن يركز على الفئات التي تعاني من الفقر والبطالة لأجل مساعدتهم على الاندماج في الحياة الاجتماعية، وتحقيق جزء من طموحاتهم. وكذلك إلى هذا السبب

هناك فئات كثيرة تعاني من انعدام الدخل أو محدوديته ولهذا حاول البرنامج الوصول إلى هذه الفئات ومساعدتها في الحصول على عمل لأجل حفظ كرامتهم خصوصاً فئة الأرمال والأيتام والمطلقات وأيضاً اللاجئين السياسيين، وقد حاول القائمون على البرنامج تخصيص كفالات شهرية للعديد من الفئات، إلى جانب توفير عدة مشاريع تساعد الشباب على العمل وتوفير لقمة العيش. كما سعى البرنامج إلى تقديم المساعدات لمختلف الفئات التي تعاني من نقص الإمكانات الضرورية للحياة مثل غياب السكن، ونقص المياه، وصعوبة التعلم، وغياب العلاج، وعدم القدرة على الزواج، وكثرة الديون وغيرها، وقد توصل البرنامج من طريق عدة حلقات إلى معالجة الكثير من المشكلات والصعوبات التي تواجه الفرد العربي في حياته اليومية. وقد تعددت أسباب تقديم المساعدات من طرف البرنامج التلفزيوني والهيئات الداعمة له لمختلف الفئات التي تم اختيارها، ويبقى أن الهدف من وراء مساعدة هذه الفئات نشر الخير والسعادة والفرح بين الناس، وتقديم نموذج عن البرامج التلفزيونية ذات الطابع الخيري والتي يمكن أن تكون وسيلة لمساعدة الناس التي تعاني في صمت داخل المجتمع العربي، وخصوصاً في الدول التي تضررت من الحروب والصراعات الداخلية.

١٢- طبيعة المساعدات التي تم تقديمها من طرف البرنامج.

الجدول (٧) يوضح طبيعة المساعدات في البرنامج.

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة المساعدات
٣١.٧٦	٢٧	إعانات مالية (لقضاء الحوائج اليومية)
٢٣.٥٢	٢٠	توفير السكن والعمل للفئات المحرومة (الشباب-الكهول).
١٨.٨٢	١٦	كفالة الأيتام والمحتاجين وتوفير لهم الرعاية الصحية والتعليم
٠٢.٣٥	٠٢	تهيئة أماكن للترفيه والتسلية
٠١.١٧	٠١	علاج المدمنين على المخدرات
٠٣.٥٢	٠٣	جمع شتات الأسر
٠٣.٥٢	٠٣	مساعدة الشباب على الزواج وحل مشاكله اليومية
٠٥.٨٨	٠٥	مساعدة كبار السن على العلاج وأداء مناسك الحج وتكريمهم
٠٣.٥٢	٠٣	مساعدة الناس على خدمة الأرض وحفر الآبار
٠٥.٨٨	٠٥	مساعدة اللاجئين على العودة لديارهم وتوفير لهم مساعدات
١٠٠	٨٥	المجموع

الجدول (٧) يوضح عرض برنامج "قلبي إطمأن" مساعدات كثيرة على الحالات التي تم عرضها أثناء شهر رمضان، وأبرز هذه المساعدات تتمثل في تقديم إعانات مالية لأجل قضاء الحوائج اليومية وذلك بنسبة (٣١.٧٦%) ممن شملتهم هذه المساعدات، وتعد الإعانات المالية أبرز ما تم منحه لأغلب الحالات سواء أكان أمام الكاميرات أم من وراء الكاميرا، لأن الهدف من البرنامج محاولة تغيير حياة الكثير من الفئات التي كانت تعاني من قساوة ظروف الحياة وصعوبة العيش في بعض المناطق من الوطن العربي. إلى جانب الإعانات المالية، ساهم البرنامج في توفير السكن والعمل للعديد من الحالات التي مرت في البرنامج سواء فيما يخص الأرملة والأيتام أو فيما يخص بعض الشباب اللاجئين في بعض البلدان العربية، فالسكن والعمل يعدان من بين المساعدات الكبيرة التي استطاع البرنامج أن يقدمها للعديد من الفئات المحتاجة وذلك بنسبة (٢٣.٥٢%) ممن شملتهم هذا النوع من المساعدات، وقد تجلّى ذلك في خلق عدة مشاريع للعمل داخل عدة بلدان عربية ودمج الشباب ضمنها لأجل مساعدتهم على الاستقرار وبناء عائلات. لم يكتف البرنامج والهيئات الداعمة له بتوفير العمل والسكن للكثير من الفئات بل امتد إلى توفير كفالات شهرية للأيتام والأرامل والمطلقات، وأيضا الرعاية الصحية والتعليم للأبناء وهذا دليل على أن البرنامج يعمل على وفق مخطط دقيق لأجل تحقيق الأهداف الظاهرة والخفية التي تم تسطيرها. وقد حاول البرنامج تقديم مساعدات متنوعة سواء تعلق الأمر بالإعانات المالية أو توفير السكن والعمل للشباب، أم بتوفير الرعاية الصحية والتعليم لمختلف الفئات المحرومة، أم من طريق تقديم العلاج للفئات المدمنة على المخدرات، أم من طريق مساعدة الفلاحين على زراعة الأراضي بالأشجار المثمرة، وأيضا حفر الآبار المائية لأجل تسهيل الحياة في المناطق الصحراوية والنائية، فهذه المساعدات الكبيرة التي قدمها البرنامج كان لها أثرا كبيرا في نفسية المستفيدين منها، بحيث ساهم البرنامج في إدخال السعادة والبهجة على قلوبهم، ودفعهم نحو مواصلة مسيرة العطاء والعمل داخل المجتمع الذي يتواجد فيه.

١٣- الأهداف الظاهرة التي حققها برنامج قلبي إطمأن داخل المجتمع العربي.

الجدول (٨) يوضح الأهداف الظاهرة لرسالة البرنامج الإعلامية.

النسبة المئوية	التكرار	أهداف الرسالة الإعلامية
٢٦.٣١	٢٥	كفالة الأرملة والمطلقات والأيتام والمحتاجين وقضاء حوائجهم اليومية (الكفالة-التعليم-الرعاية الصحية-توفير السكن).
٢٣.١٥	٢٢	نشر السعادة والسرور والبهجة بين الناس.
١٠.٥٢	١٠	مساعدة الشباب ومختلف الفئات على الاندماج في المجتمع.

والعلاج من الآفات الاجتماعية.		
١٧.٨٩	١٧	توفير فرص للعمل للشباب وبعض الفئات المحرومة
١٠.٥٢	١٠	جمع شمل العائلات المشتتة ومساعدتهم على العيش
١١.٥٧	١١	حفظ كرامة كبار السن والعائلات المحتاجة
١٠٠%	٩٥	المجموع

كشف الجدول (٨) في الدراسة التحليلية عن أهداف متعددة لبرنامج "قلبي إطمأن"، بحيث يسعى البرنامج إلى كفالة الأرمال والأيتام والمطلقات والفئات المحتاجة وتغطية جميع متطلباتهم اليومية من سكن وصحة وتعليم وعمل وغيرها من الحاجيات، بحيث تم تخصيص مساعدات ضخمة لأجل التكلف بعدة حالات في مناطق متعددة داخل الوطن العربي، إلى جانب ذلك يهدف البرنامج من طريق كل حلقاته إلى نشر السرور والفرح والسعادة بين الناس وتقديم يد العون لهم ومساعدتهم على مواصلة مشوار الحياة، وقد جسد البرنامج ذلك في شعاراته ومضمون حلقاته، فكل الحالات التي مرت في البرنامج تغيرت حياتهم نحو الأفضل بعد تقديم لهم ما يحتاجونه. ومن بين الأهداف التي وقفنا عليها بعد تحليل حلقات البرنامج تقديم يد المساعدة للشباب لأجل الحصول على وظائف ضمن مشاريع خاصة، وقد كان لذلك أثراً كبيراً في إعادة إدماج فئات كثيرة في المجتمع، خصوصاً الفئات التي كانت تعاني من الإدمان على المخدرات أو تلك التي كانت تفكر في الهجرة السرية نحو أوروبا. كما سعى البرنامج إلى حفظ كرامة كبار السن ورعايتهم وتوفير لهم جميع متطلباتهم اليومية. هذا فيما يخص الأهداف الظاهرة للبرنامج، ولكن عندما نتأمل في طبيعة البرنامج والهيئات الداعمة لهم، وحجم المساعدات التي يقدمها، ندرك بأن البرنامج يحاول قدر المستطاع رسم صورة ذهنية إيجابية عن دولة الإمارات العربية المتحدة في مخيال الرأي العام العربي، لأن الإمارات العربية أصبحت سبباً في عدة أزمات التي حصلت في دول عربية عدة مثل اليمن وسوريا وليبيا، وقد كان لها دوراً كبيراً في خلق الأزمات الداخلية ونشر الحروب والصراعات داخل هذه الدول، ولهذا نرى بأن البرنامج اهتم بشكل ملحوظ باللاجئين السياسيين في عدة دول عربية، وقد حاول قدر المستطاع مساعدتهم على العودة إلى ديارهم مع توفير لهم الرعاية الكاملة.

١٤- القيم الإيجابية التي عززها البرنامج داخل المجتمع العربي.

الجدول (٩) يوضح القيم الإيجابية التي عززها البرنامج داخل المجتمع العربي.

القيم التي يعززها البرنامج	التكرار	النسبة المئوية	نماذج من القيم التي ظهرت في البرنامج
القيم الاقتصادية	١٨	١٩.٣٥	حب العمل
القيم النظرية	٠٨	٠٨.٦٠	حب التعلم
القيم السياسية	٠٩	٠٩.٦٧	الأمن والاستقرار وحب الوطن
القيم الجمالية	١٢	١٢.٩٠	الجمال والأناقة.
القيم الدينية والأخلاقية	٢٢	٢٣.٦٥	الإحسان-السعادة والسرور-القناعة - حب فعل الخير - الكرم والجود-التضحية - تنفيس الكروبوات - الإيثار.
القيم الاجتماعية	٢٤	٢٥.٨٠	التضامن والتعاون-الحب والمودة- قضاء حوائج الناس
المجموع	٩٣	١٠٠	

أشار جدول (٩) إلى أن برنامج "قلبي إطمأن" من طريق حلقاته أن يعزز مجموعة من القيم الإيجابية داخل المجتمع العربي، وقد تم تحقيق ذلك بوساطة محتوى الرسالة الإعلامية التي يقدمها التي تركز على مساعدات الفئات المحتاجة داخل الوطن العربي، وقد استطاع البرنامج أن يصل لعدة حالات متواجدة بعدة دول عربية، وعلى الرغم من الصعوبات والعراقيل والظروف غير المناسبة بسبب انتشار وباء كورونا في كل العالم إلا أن طاقم البرنامج استطاع تصوير (٣٠) حلقة من البرنامج في نسخته الثالثة. وبعد مشاهدة كل حلقات البرنامج استطعنا معرفة طبيعة القيم الإيجابية التي احتوى عليها البرنامج، وعلى الرغم من وجود عدة قيم داخل البرنامج إلا أن هناك تفاوت كبير فيما بينها، بحيث ترجمت سلوكيات ومواقف الحالات التي مرت في البرنامج القيم الدينية والأخلاقية أكثر من القيم الأخرى وذلك بنسبة (٢٣.٦٥%)، وهذا يرجع بالدرجة الأولى إلى طبيعة البرنامج والذي يركز على تقديم يد المساعدات للفئات المحتاجة مثل الأرملة والأيتام والمطلقات، والشباب البطال، وأيضا الفئات المحرومة، إلى جانب كبار السن واللاجئين في دول عربية عدة، وقد حاول البرنامج تقديم عدة مساعدات لهذه الفئات لأجل تغيير حياتها نحو الأفضل، وقد برزت القيم الدينية والأخلاقية في عدة مواقف ترجمتها سلوكيات وأفعال الأفراد الذين مروا في البرنامج، ومن بين هذه القيم، نجد قيمة الإحسان والتعاون، وحب فعل الخير، والسعادة والفرح والابتسام، والكرم والجود، والتضحية، وغيرها من القيم الدينية والأخلاقية التي عززها

البرنامج بشكل كبير في مشاهد تلفزيونية متنوعة، قد يكون لها انعكاس إيجابي على الرأي العام العربي، وخصوصاً فئة الشباب التي أصبحت تقبل بشكل كبير على فعل الخير داخل المجتمع العربي، من طريق الجمعيات والصفحات المتعددة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا دليل على أن القيم الدينية والأخلاقية والتي منبعاها الدين الإسلامي لا يمكن أن تندثر من المجتمع العربي، وإنما نحتاج إلى تعزيزها بمختلف الوسائل والتكنولوجيات الحديثة. إلى جانب القيم الأخلاقية والدينية والتي طغت على البرنامج بشكل كبير، إلا أن القيم الاجتماعية مثل التضامن والتعاون، والحب والمودة بين الناس، وقضاء حوائج الناس وغيرها تجسدت بشكل كبير ضمن حلقات البرنامج، وهذا دليل على أن البرنامج له أهداف متعددة يسعى إلى تحقيقها من طريق تقديم يد المساعدة لعدة فئات داخل المجتمع العربي، وكل قضية تختلف عن الأخرى، بحيث لم يكتف فقط بتقديم الإعانات المادية، وإنما يسعى إلى نشر العديد من القيم الاجتماعية بين الناس، فلو تأملنا في الكثير من الحلقات لوجدنا بأن الصحافي يسعى إلى أن تكون هذه الفئات التي تتلقى المساعدات مصدراً لفعل الخير مستقبلاً، ونشر السعادة بين الناس. لم يكتف القائمون على البرنامج على تعزيز القيم الدينية والأخلاقية والاجتماعية، وإنما برزت القيم الاقتصادية بشكل واضح في عدة مشاهد ولقطات، بحيث يسعى البرنامج إلى نشر ثقافة حب العمل والنشاط، والسعي لكسب الرزق بمختلف الطرائق المشروعة، وقد حاول البرنامج تقديم عدة مشاريع لأجل إدماج الشباب في العمل، كما ساعد فئات عديدة على إعادة بعث مشاريعهم القديمة وأيضاً زراعة الأرض وتشجيرها بمختلف الأشجار المثمرة. أما بقية الأصناف الأخرى من القيم السياسية والجمالية والنظرية فقد ظهرت بشكل متفاوت داخل البرنامج.

١٥- القيم السلبية التي سعى البرنامج إلى القضاء عليها.

الجدول (١٠) يوضح القيم السلبية التي عالجها البرنامج داخل المجتمع العربي.

القيم الإيجابية التي عززها البرنامج	النسبة المئوية	التكرار	القيم السلبية التي كشفها البرنامج
حب العمل	٢٤.٧٦	٢٦	الفقر والبطالة
السعادة والسرور	١٦.١٩	١٧	البؤس والشقاء
الصحة والعافية	١١.٤٢	١٢	المرض
العلم والتعلم	٠.٥٧١	٠.٦	الأمية
الفرح والبهجة	١٦.١٩	١٧	الحزن والألم
جمع شتات العائلات	٠.٥٧١	٠.٦	تشتت العائلات
العزة والكرامة	٠.٥٧١	٠.٦	الذل والمهانة

العزوبية	٠٢	٠١.٩٠	العفة
الاغتراب والهجرة السرية	٠٧	٠٦.٦٦	حب الوطن
الديون	٠٦	٠٥.٧١	تفريغ الهم وقضاء الدين
المجموع	١٠٥	١٠٠	

كشف الجدول (١٠) عن توصل الدراسة التحليلية إلى أن البرنامج التلفزيوني كشف عن وجود قيم سلبية كثيرة داخل المجتمع العربي، وقد تجلّى ذلك من طريق الحالات التي مرت في حلقات البرنامج، وقد حاول القائمون على البرنامج كشف هذه القيم، ومحاولة تعزيز القيم الإيجابية مكانها، وذلك بوساطة تقديم يد المساعدة لكل الفئات التي تناولها البرنامج، وأبرز القيم السلبية التي كشفتها كاميرا البرنامج والتي ترجمتها سلوكيات ومواقف الحالات التي ظهرت في حلقات البرنامج نجد قيمة الفقر والبطالة بحيث تعد من أبرز القيم السلبية التي كشفها البرنامج، بحيث أغلبية الحالات التي مرت في البرنامج من أيتام وأرامل ومطلقات وكبار السن، وأيضاً بعض الشباب يعانون من الفقر والبطالة، ولهذا حاول القائمون على البرنامج توفير كل المساعدات المادية من إعانات مالية، وأيضاً توفير مناصب عمل لمختلف الفئات من طريق إنشاء مشاريع متعددة تساعد هذه الفئات على العيش الكريم، وقد برز ذلك بوساطة متابعة هذه المشاريع على أرض الواقع. إلى جانب ذلك كشف البرنامج عن قيمة سلبية أخرى تتمثل في البؤس والشقاء والحزن والألم الذي تعيشه الكثير من العائلات جراء صعوبة المعيشة وغلائها، أو بسبب الحروب والصراعات الداخلية مثلما يحدث حالياً في كل من اليمن وسوريا وليبيا، فضلاً عن نقص التنمية والاهتمام بالمواطن في بلدان عربية عدة، وقد ساهم البرنامج في نشر السعادة والسرور والبهجة بين أفراد هذه العائلات، من طريق التكفل بجميع مطالبهم والسعي إلى إحداث تغيير كبير في حياتهم الاجتماعية، وقد كان للبرنامج أثراً كبيراً في نفسية الحالات التي مرت في البرنامج. كما ساهم البرنامج في كشف الحالات التي تعاني من المرض ولم تجد فرصة للعلاج سواء أكان في داخل الدولة أم خارجها، وهذا ما وقف عليه البرنامج بحيث منح فرصة للكثير من العائلات للعلاج والتداوي، إلى جانب ذلك كشف البرنامج عن قيم سلبية أخرى منتشرة في عدة مناطق من هذا الوطن مثل الأمية والجهل والذل والمهانة، وتشتت العائلات إلى جانب الهجرة السرية وغيرها من السلوكيات والقيم السلبية.

نتائج الدراسة:

١- اعتمد برنامج "قلبي إطمأن" في نسخته الثالثة على شعارات متعددة، بحيث توحى كلها بالسعادة والفرح والسرور، وحث الناس على العمل والنشاط والعطاء، وفعل الخير ومساعدة المحتاجين، وقد عكست هذه الشعارات طبيعة الفكرة التي يسعها البرنامج الوصول إليها من

طريق ثلاثين حلقة من البرنامج، والتي تتمثل في مساعدة الفئات المحتاجة وأيضاً زرع قيم حب العمل والسعادة بين الناس.

٢- عرض برنامج "قلبي إطمأن" على شكل مقابلة حوارية بين الصحفي والحالات التي مرت في البرنامج، وقد تعمد الصحفي إخفاء وجهه عن الكاميرا لأجل تحقيق أهداف البرنامج والتي تتمثل في التركيز على الفئات المحتاجة، وقد تم تصوير ثلاثين حلقة في عدة دول عربية، وفي أماكن مختلفة، ومع فئات متعددة، وقد استغرقت المقابلات (١٨) دقيقة كمتوسط زمني للحلقة، بحيث يتم تقديم البرنامج على ثلاثة مراحل، فالمرحلة الأولى يتقدم الصحفي من الحالات لطلب منهم المساعدة، والهدف من ذلك معرفة مدى تضامنهم معه، وبعد ذلك ينتقل لمرحلة معرفة ظروفهم المعيشية وأمنياتهم في هذه الحياة، ويختم الحلقة بتقديم يد المساعدة، ويتخلل هذه المراحل الثلاث مشاهد مؤثرة تبرز مدى تمسك الفرد العربي بقيم فعل الخير ومساعدة الآخرين.

٣- عرضت حلقات البرنامج بأكثر من لهجة عربية، وهذا راجع لتتنقل طاقم البرنامج من بلد عربي لآخر، ولقد غلب على البرنامج اللهجة السودانية والعراقية وهذا راجع لاستقبال عدة حالات من البلدين، كما تم توظيف اللغة العربية داخل البرنامج بشكل كبير، وهذا من طريق التعليق على بعض المشاهد في بداية البرنامج ونهايته، وقد كشف تعدد اللهجات داخل البرنامج على أن فكرة البرنامج تتمحور حول تقديم يد المساعدة للفئات التي تستحق ذلك داخل الوطن العربي، وذلك لأجل تجسيد قيم التضامن والتعاون بين الشعوب في الوطن العربي، وقد كشف البرنامج عن معاناة كبيرة لعدة فئات داخل المجتمع العربي بسبب الحروب والصراعات الداخلية، وأيضاً نقص التنمية المحلية في عدة دول عربية.

٤- توصلت الدراسة التحليلية إلى أن برنامج "قلبي إطمأن" استطاع أن يصل إلى أغلب الدول العربية ما عدا تلك التي تعيش أوضاعاً أمنية غير مستقرة مثل سوريا وليبيا واليمن، وقد تم استقبال عدة حالات من أغلب الدول العربية، وقد تم التصوير مع أغلب الحالات في كل من الصومال والسودان وتونس، نظراً لوجود حالات كثيرة فرّت من الحروب والصراعات الداخلية وشبح البطالة إلى هذه الدول، ولهذا حاول البرنامج أن يقدم لها يد المساعدة، وبعد هذا مؤشراً على أن البرنامج يسعى إلى تشكيل صورة إيجابية عن دولة الإمارات العربية المتحدة التي تعد سبباً فيما يحدث داخل دول عربية عدة من حروب وصراعات ونزاعات مثل اليمن وسوريا وليبيا.

٥- يعد التصوير والإخراج بمختلف مشاهد ولقطاته من بين العناصر المهمة في نجاح البرنامج، وعلى الرغم من صعوبة تصوير البرنامج إلا أنه استطاع أن يرسل عدة رسائل إلى مختلف فئات المجتمع العربي، سواء أكانوا مسؤولين أم مؤسسات أم جماعات أم أفراداً، لأن

ما حققه البرنامج من نجاح كبير داخل الوطن العربي يدل على أن الإعلام بمختلف وسائله يمكن استعماله في محاربة العديد من الظواهر السلبية داخل مجتمعنا العربي، فقد كشفت كاميرا البرنامج على أن الوطن العربي يتوفر على طاقات بشرية وطبيعية كبيرة ضائعة، كما أن الفرد العربي يحتاج فقط لمن يوفر لهم الظروف المناسبة للعمل والنشاط، وهذا ما كشفته حلقات البرنامج المتتالية، من طريق استعمال عدة لقطات في تصوير مشاهد البرنامج وأبرزها اللقطة العامة والمتوسطة والكبيرة، وكل واحدة منها لها دلالات من توظيفها.

٦- كشفت الدراسة التحليلية عن تفاعل كبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع برنامج "قلبي إطمأن" خصوصاً الحلقات الأولى، إذ شهد البرنامج متابعات وتعليقات كبيرة عبر موقع اليوتيوب والإنستغرام، وهذا دليل على أهمية البرنامج لدى الرأي العام العربي، إذ يعالج ظواهر متعددة داخل المجتمع، مثل ظاهرة الهجرة السرية، والمخدرات، والسرقة، والحرمان والفقر والبطالة، والجفاف، وغيرها من القضايا التي تنخر المجتمع العربي بسبب ما يحصل داخله من صراعات وحروب، وضعف التنمية والاقتصاد في عدة دول عربية.

٧- كشفت الدراسة التحليلية بأن برنامج "قلبي إطمأن" تناول في حلقاته عدة مواضيع مهمة تخص العائلة والفرد العربي، أبرزها مساعدة كبار السن على العمل والعلاج وحفظ كرامتهم، إلى جانب مساعدة الأيتام والأرامل والمطلقات والتكفل بهم وتوفير لهم الظروف المناسبة للعيش، كما تناول ملف الشباب العربي، إذ ساهم البرنامج في تقديم يد العون لهم من طريق توفير مناصب العمل ودمجهم في الحياة الاجتماعية، ومساعدتهم على تجاوز عدة عقبات في حياتهم، مثل الزواج، وقضاء ديونهم، وعلاجهم من عدة آفات اجتماعية، وتشجيعهم على البقاء في أوطانهم بوساطة منحهم فرص كبيرة للعمل والنشاط، كما تناول البرنامج ملف العائلات التي اضطرت إلى طلب اللجوء السياسي من طريق مساعدتهم على العودة أو توفير لهم الظروف المعيشية المناسبة.

٨- اهتم البرنامج بأغلب الفئات الاجتماعية المحرومة داخل المجتمع العربي، إذ سلط الضوء بشكل كبير على فئة الشباب التي تعاني من عدة أزمات داخل المجتمع العربي، فلم تقتصر المساعدات على الدعم المادي فقط، وإنما سعى البرنامج إلى توفير المئات من مناصب الشغل، وأيضاً تشجيع الشباب على تجسيد أفكارهم ومشاريعهم وفق تصوراتهم وقدراتهم الفكرية ومكتسباتهم وخبراتهم المهنية، كما سعى البرنامج إلى مرافقة الشباب في حياتهم الاجتماعية لأجل أن يكونوا هم القدوة للآخرين في المستقبل. إلى جانب ذلك اهتم البرنامج بفئة الأيتام والأرامل والمطلقات والكهول وذلك بتوفير لهم متطلبات العيش من رعاية صحية وتعليم ودعم مادي وأيضاً توفير كفالات شهرية للأطفال.

٩- أظهرت الدراسة التحليلية عن أسباب متعددة دفعت القائمين على البرنامج إلى تقديم المساعدات إلى الحالات التي تم اختيارها للتسجيل معها، ومن بين هذه الأسباب نجد زيادة نسبة الفقر والبطالة وانتشار الآفات الاجتماعية داخل الوطن العربي، وعالج البرنامج حالات كثيرة لعائلات وأفراد يعانون من الفقر في عدة دول عربية مثل السودان والصومال واليمن وسوريا والعراق والأردن، كما سلط الضوء على الشباب الذي يعاني من البطالة والتي أثرت بشكل سلبي على حياتهم ودفعت بالكثير منهم نحو اختيار الهجرة السرية أو الدخول لعالم المخدرات والسرقة والعنف. ومن بين الأسباب أيضا نجد محدودية الدخل لدى العديد من العائلات مما أثر في حياتهم ونفسياتهم، فغياب الرعاية الصحية وغياب ظروف المعيشة وكثرة الديون كلها عوامل جعلت من القائمين على البرنامج يقدمون يد المساعدة لهذه الفئات لإعادة دمجها في المجتمع.

١٠- كشفت الدراسة التحليلية بأن برنامج "قلبي إطمأن" عرض مساعدات كبيرة على جميع الحالات، وذلك من طريق دعم هيئة الهلال الأحمر الإماراتي، وقد استطاع البرنامج أن يحقق جميع أهدافه، والوصول إلى الفئات المحتاجة في الوطن العربي، ومن أبرز المساعدات التي قدمها البرنامج نجد تقديم الإعانات المالية لكل الحالات التي مرت في البرنامج وذلك لأجل قضاء حوائجهم اليومية، وقد كان لذلك أثراً كبيراً على نفسية الفئات التي تم استقبالها في البرنامج. كما تم توفير السكن والعمل للفئات المحرومة وخصوصاً فئة الأراذل والأيتام والشباب البطال، إذ ساهم البرنامج في إنشاء عدة مشاريع لأجل دمج الشباب وجميع الفئات المحتاجة في الحياة الاجتماعية. كما ساهم البرنامج في توفير الرعاية الصحية والتعليم لجميع الفئات المحرومة التي تم استقبالها، فتوزيع المساعدات كانت مدروسة بشكل دقيق، إذ يتم تقديم المساعدات التي ينتج عنها رأس مال استثماري، وهذا ما تم توفيره عن طريق عدة مشاريع تم وضعها على أرض الواقع في عدة دول عربية.

١١- كشفت الدراسة عن أهداف كثيرة من إنتاج مثل هذه البرامج التلفزيونية وبنها في شهر رمضان، وخصوصاً وأن البرنامج مدعوم بشكل كبير من طرف هيئة الهلال الأحمر الإماراتي، وقد حقق البرنامج نجاحاً كبيراً في النسختين السابقتين، فالملاحظ بأن البرنامج وصل إلى عدة دول عربية، وقد حقق عدة أهداف من طريق رسالته الإعلامية، وأبرزها كفاءة الأيتام والأراذل والمحتاجين وتوفير لهم ظروف المعيشة المناسبة وخصوصاً في المناطق التي تعاني من الفقر والبطالة وانعدام ظروف الحياة مثلما تم تصويره في بعض المناطق في دولة الصومال والسودان، فالبرنامج حاول قدر المستطاع أن يكون إلى جانب اليتيم والأرملة، كما يهدف البرنامج إلى نشر السعادة والفرح والسرور بين الناس، وقد تجسد ذلك من طريق شعارات البرنامج، وأيضاً في طبيعة المساعدات التي تم تقديمها، وأيضاً متابعة جميع

المشاريع إلى غاية تحققها على أرض الواقع، وقد كان لذلك أثراً كبيراً في نفسية الفئات المحرومة.

١٢- أظهرت الدراسة التحليلية بأن حلقات برنامج "قلبي إطمأن" كان لها دوراً كبيراً في تعزيز عدة قيم إيجابية داخل المجتمع العربي من طريق ما تم تقديمه من مساعدات لمختلف الفئات المحتاجة، وتجسدت هذه القيم من عبر العديد من السلوكيات والمواقف التي أظهرتها الحالات التي تم استقبالها في البرنامج، وقد تجلت القيم الأخلاقية والدينية بشكل كبير في عدة مشاهد ولقطات من البرنامج، بحيث أظهر البرنامج قيمة السعادة والسرور على وجوه الفئات التي تم استقبالها رغم الألم والفقر والبؤس التي تعيشها، إلا أن القائمين على البرنامج استطاعوا بوساطة تقديم المساعدات إعادة نشر السعادة بين الناس. كما كشف البرنامج على أن الفرد العربي يتميز بالتحدي والتضحية في المواقف الصعبة، وهذا ما كشفه البرنامج في عدة مواقف، كما أن حب الخير والكرم والجدود تعد من القيم المترسخة داخل المجتمعات العربية مهما كانت ظروف المعيشية للفرد العربي، وقد كشف البرنامج عن ذلك من طريق طلب الصحافي المساعدة من الآخرين في عدة مواقف. إلى جانب القيم الأخلاقية والدينية والتي أظهرها البرنامج بشكل كبير، نجد القيم الاجتماعية والقيم الاقتصادية، إذ حاول البرنامج ترسيخ ثقافة الاستثمار لدى مختلف الفئات المحتاجة، وأيضاً تشجيعهم على العمل والنشاط، وقد حاول البرنامج توفير عدة مشاريع لدمج الشباب في الحياة الاجتماعية لأجل محاربة العديد من الظواهر السلبية التي كشفها البرنامج مثل الهجرة السرية والجريمة والمخدرات والبطالة والسرقة وغيرها، وبهذا قدم البرنامج دروس كثيرة في التعاون والتضامن بين الناس، وأيضاً حث مختلف الفئات على تغيير أوضاعهم من طريق التعلم والبحث عن فرص للعمل.

١٣- كشفت الدراسة التحليلية على أن القائمين على البرنامج تعمدوا تصوير حلقات البرنامج دون طلب الإذن من الحالات التي مرت في البرنامج وبعد ذلك تعدى على حريات الآخرين، وخصوصاً وأن العديد من العائلات رفضت الحديث مع الصحافي في الشارع، كما أن الصحافي تعمد تقديم نفسه على أنه عبر سبيل لأجل اختبار الحالات التي مرت في البرنامج، وإظهار الحاجة للمساعدة في كل مرة يلتقي فيها مع الحالة التي يريد تقديم يد المساعدة لها، وكما أنه أظهر طبيعة الطبقة التي ينتمي إليها وذلك من طريق نفيه في نهاية الحلقة بأنه لا يحتاج لمساعدتهم، كما أن تقديم المساعدات المالية أمام الكاميرا فيه شيء من الإهانة لكرامة العائلات التي مرت في البرنامج.

الخاتمة:

لقد قمنا في هذه الدراسة بتسليط الضوء على موضوع القيم في البرامج التلفزيونية ذات الطابع الخيري، وذلك من طريق تقديم قراءة تحليلية لبرنامج "قلبي إطمأن" في موسمه الثالث، إذ حاولنا الكشف عن طبيعة القيم التي يتضمنها البرنامج ويسعى إلى الترويج لها وترسيخها في الأوساط الاجتماعية العربية.

وقد توصلنا من وراء إجرائنا لهذه الدراسة إلى التعرف على أن البرنامج يروج بالدرجة الأولى للقيم الأخلاقية والدينية ومجموعة من القيم الإيجابية الأخرى منها الاقتصادية والاجتماعية، كما تعرفنا على طبيعة المساعدات والخدمات التي كان البرنامج يقدمها لجمهوره من الفئات الاجتماعية الهشة كالأيتام والأرامل والمسنين واللاجئين وغيرهم في شتى البلاد العربية التي تستهدف القائمون على البرنامج تغطية وزيارة أكبر عدد ممكن من الدول. وهذه الدراسة ما هي إلا محاولة بسيطة لدراسة موضوع القيم في البرامج التلفزيونية الخيرية بالتركيز على البرنامج الإماراتي "قلبي إطمأن"، التي نتمنى أن تكون تمهيدا لإجراء بحوث ودراسات أخرى في المستقبل حول هذا الموضوع مما يساهم في تحقيق التراكم العلمي والمعرفي.

قائمة المراجع:

- ١- بوعمامة، العربي. هني، الحاج أحمد. (٢٠١٧). القيم والتغيرات السلوكية في المجتمع الجزائري- دراسة أثر مشاهدة القنوات التلفزيونية الفرنسية. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي. المجلد ٠٤، العدد ١٩.
- ٢- علاق، مفيدة. (٢٠١٨). القيم الاجتماعية في البرامج التلفزيونية الجزائرية- دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي بولاية تيارت. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية. المجلد ٠٢. العدد ٠٧.
- ٣- بومعيزة، السعيد. (٢٠٠٦). أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب- دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة. رسالة دكتوراه. كلية الإعلام والعلوم السياسية. جامعة الجزائر.
- ٤- مصري، إبراهيم سليمان. عياش، علاء الدين محمد. (٢٠١٩). اعتماد الشباب على القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية- دراسة ميدانية على طلبة الجامعات الفلسطينية في إطار نظرية الاعتماد. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية. المجلد ٠٧. العدد ٠٢.
- ٥- عبادي، إيمان. رزيوق، شريفة. (٢٠١٨). دور البرامج التلفزيونية في إبراز صورة المرأة الجزائرية الفعالة في المجتمع- برنامج دنيا المرأة بالتلفزيون الجزائري- نموذجاً. مجلة الدراسات الإعلامية. المركز الديمقراطي العربي. العدد ٠٢.
- ٦- بديسي، وحيدة بوفدح. (٢٠١٧). القيم في برامج قناة mbc3 الموجهة للأطفال. مجلة المعيار. العدد ٤٢.
- ٧- مباركي، ابتسام. (٢٠١٧). مدخل للإعلام الخيري... المفهوم والدور. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية. المجلد ٠١. العدد ٠٣.
- ٨- بوالبازين، حنان. بريغت، أنيسة. (٢٠١٧). القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية لدى الشباب. حوليات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية. العدد ٠٢.

- ٩- فوال، إيمان. (٢٠١٨). علاقة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة بواقع الشباب الجزائري- دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة مولود معمري- تيزي وزو. المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات. العدد ٠٢.
- ١٠- محمدي، خيرة. بدري، خولة. (٢٠٢٠). ممارسات العمل التطوعي الخيري عبر مواقع الشبكات الاجتماعية- دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفيس بوك للجمعيات الخيرية بالجزائر. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية. المجلد ٠٤. العدد ٠٢.
- ١١- الشهبان، محمد أحمد قبلان. (٢٠١٧). دور التلفزيون الأردني في تنمية العمل التطوعي من وجهة نظر الشباب- هيئة شباب كلنا الأردن- أنموذجا. رسالة ماجستير. قسم الإعلام. كلية الإعلام. جامعة الشرق الأوسط.
- ١٢- بوتزعة، بلال. بوقروز، أمينة. (٢٠١٧). مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي الشباني- جمعية ناس الخير (عناية) أنموذجا. مجلة الإعلام والمجتمع. العدد ٠٢.
- ١٣- أبراش، إبراهيم. (٢٠٠٩). المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية. ط١. دار الشروق للنشر والتوزيع. عمان.
- ١٤- الدليمي، عصام حسن أحمد. صالح، علي عبد الرحيم. (٢٠١٤). البحث العلمي، أسسه ومناهجه. ط١. دار الرضوان للنشر والتوزيع. عمان.
- ١٥- دوقان، عبيدات. كايد، عبد الحق. عدس، عبد الرحمان. (٢٠١٥). البحث العلمي، مفهومه وأدواته وأساليبه. دار الفكر ناشرون وموزعون. عمان.
- ١٦- الجيزان، محمد بن عبد العزيز. (٢٠٠٤). البحوث الإعلامية، أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط٢. مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر. الرياض.
- ١٧- عقيل، حسين عقيل. (٢٠١٤). خطوات البحث العلمي، من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة. ط١. دار ابن كثير.
- ١٨- صحراوي، مقلاتي. (٢٠١٠). تطوير الإعلام الخيري في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية. المركز الدولي للأبحاث والدراسات (مداد).
- ١٩- بكار، عبد العزيز. (٢٠١٢). ثقافة العمل الخيري، كيف نرسخها وكيف نعمّمها. ط١. دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة. القاهرة.
- ٢٠- عثمان، عثمان أبو زيد. (٢٠٠٨). الإعلام والعمل الخيري. ورقة عمل قدمت إلى ندوة العمل الخيري والتطوعي في إفريقيا. جامعة إفريقيا العالمية.

References :

1. Abrash, Ibrahim. (2009). The scientific method and its applications in the social sciences. I 1. Sunrise House for Publishing and Distribution. Amman.
2. Al-Dulaimi, Issam Hassan Ahmed. Saleh, Ali Abdul Rahim. (2014). Scientific research, its foundations and methods. I 1. Radwan House for Publishing and Distribution. Amman.
3. Al-Jizan, Muhammad bin Abdulaziz. (2004). Media Research, its foundations, methods, and fields, i 2. King Fahd National Library for Publishing. Riyadh.
4. Al-Shahwan, Muhammad Ahmad Qablan. (2017). The role of Jordanian television in developing volunteer work from the point of view of youth - We Are All Jordan Youth Authority - is a model. Master Thesis. Department of Media. College of Media. Middle East University.

5. Aqeel, Hussein Aqeel. (2014). Scientific research steps, from defining the problem to interpreting the result. I 1. Dar Ibn Kathir.
6. Badissi, Wahida Boufaddah. (2017). Curator of mbc3 programs for children. Benchmark magazine. Issue 42.
7. Bakkar, Abdulaziz. (2012). The culture of philanthropy, how to instill it and how to generalize it. I 1. Dar Al Salam for printing, publishing, distribution and translation. Cairo.
8. Blessed, Ibtisam. (2017). An introduction to charitable media ... the concept and the role. Al Resala Magazine for Media Studies. Volume 01. Issue 03.
9. Boualbazin, Hanan. Brigitte, Anissa. (2017). Satellite channels and their impact on the social values of youth. Annals of Guelma University for Social Sciences and Humanities. Issue 02.
10. Bouamama, Al-Arabi. Hani, Hajj Ahmed. (2017). Values and behavioral changes in Algerian society - A study of the impact of watching French TV channels. International Journal of Social Communication. Volume 04, Issue 19.
11. Boumaiza, Al-Saeed. (2006). The Impact of the Media on the Values and Behaviors of Young People - An exploratory study in the Blida region. Ph.D. Faculty of Media and Political Science. Algeria University.
12. Boutra'a, Bilal. Boukrouz, Amina. (2017). Social networking sites and youth volunteer work - People of Good Association (Annaba) as an example. Media and Society Journal. Issue 02.
13. Dukan, Obaidat. Kayed, Abdul Haq. Adas, Abdul Rahman. (2015). Scientific research, its concept, tools and methods. Dar Al Fikr Publishers and Distributors. Amman.
14. Egyptian, Ibrahim Suleiman. Ayyash, Aladdin Muhammad. (2019). Youth dependence on satellite channels and their impact on the system of social values - a field study on Palestinian university students within the framework of the theory of accreditation. Algerian Journal of Social and Human Sciences. Volume 07. Issue 02.
15. Hanger, useful. (2018). Social Values in Algerian TV Programs - A field study on a sample of university youth in the governorate of Tiaret. Al-Resala Magazine for Media Studies. Volume 02. Issue 07.
16. Mohammadi, the finest. Badri, Khawla. (2020). Charitable volunteer work practices through social networking sites - a descriptive and analytical study of the Facebook page of charities in Algeria. Al Resala Magazine for Media Studies. Volume 04. Issue 02.
17. My servant, Iman. Razioq, Sherifa. (2018). The role of television programs in highlighting the image of the active Algerian woman in society - The Women's World Program on Algerian TV - as a model. Journal of Media Studies. Arab Democratic Center. Issue 02.
18. Othman, Othman Abu Zeid. (2008). Media and charitable work. A working paper presented to the Symposium on Charitable and Voluntary Work in Africa. Africa Global University.
19. Sahara, my pans. (2010). Development of charitable media in the light of the purposes of Islamic law. International Center for Research and Studies (Medad).
20. Voile, Iman. (2018). The relationship of Algerian satellite channels on the reality of Algerian youth - a field study on a sample of students from Mouloud Mamari University - Tizi Ouzou. Algerian Journal of Research and Studies. Issue 02.