



دراسات

◀ برنامج.. ▶

«رامز مجنون رسمي»

«دراسة تحليلية لاتجاهات وتفاعلات المغردين على تويتر»



مركز القرار

للدراستات الإعلامية



مايو
2020

المحتويات

مقدمة	03
موضوع الدراسة	05
نتائج الدراسة	06
أولاً: منشأ الهاشتاق وأهدافه	06
ثانياً: التفاعل الجماهيري	06
ثالثاً: الأدوات الرقمية التفاعلية	07
رابعاً: موضوعات النقاش في الفضاء الرقمي	08
خامساً: اتجاهات المؤردين نحو البرنامج	09
خاتمة	11



مقدمة..

تعود فكرة برامج المقالب إلى أكثر من ستين عاماً، ويُعدّ برنامج الكاميرا الخفية لمقدمه ألن فونت، الذي بُثّ عام 1948 على شاشة CBS الأقدم عالمياً، فيما بدأت أولى برامج المقالب عربياً في ثمانينيات القرن الماضي، من خلال التلفزيون المصري، مع الفنان فؤاد المهندس، الذي نال شهرةً واسعة، لكنه تراجع فيما بعد بسبب (استهلاك الأفكار) وسوء إدارة بعض المقالب، واكتشاف المُشاهد حقيقةً أن عدداً منها يتمّ بالاتفاق بين مقدّم البرنامج و«الضحية»، في خطة تستهدف اللعبَ على عواطف المشاهد الذي يستهجن استغفاله.

ولهذا السبب تحديداً عمدت برامج المقالب في التلفزيون الفرنسي إلى تنفيذ مقالب عفوية تحظى بالمصداقية، يستمتع بها المشاهد والضحية أيضاً، فيما اعتمدت برامج المقالب اللبنانية على فكرة الإيقاع بالمازّة.

وتسعى برامج المقالب إلى **تحقيق ثلاثة أهداف..**

- الهدف الأول **مالي**، لتحقيق إيرادات كبيرة للقناة الفضائية من خلال الإعلانات.
- بينما يتعلّق الثاني **بالشهرة الواسعة** التي يكتسبها مقدّم البرنامج وكادره والمحطة أيضاً.
- أما الهدف الثالث فهو **تحقيق المتعة** والترفيه والتسلية للمشاهد.

توالت برامج المقالب في الفضائيات العربية خلال العقدين الأخيرين، خاصة في شهر رمضان، محققةً نسبَ مشاهدة كبيرة، واعتمدت على تقديم النجوم العرب في مختلف المجالات، وخاصة مشاهير الفنّ والرياضة، للاستفادة من شهرتهم الواسعة في المجتمعات العربية.

توالت..

برامج المقالب في الفضائيات العربية خلال العقدين الأخيرين، خاصة في شهر رمضان.

ومهما قيل حول كون مقالب هذه البرامج مفرجة وتتمّ بترتيب مُسبقٍ مع الضيوف، فهناك فضول لدى الجمهور لمتابعة رُدود فعل الضيوف المشهورين، خاصة مع خطورة وصعوبة المقالب، والتي تؤثر بدورها على ضخامة تكاليف الإنتاج والإعلانات بهذه البرامج.



وعلى الرغم من الحضور القوي لمنصات التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة، واستحواذها على جانب كبير من وقت الجمهور واهتماماته، لم تنخفض بالتبعية شهرة برامج المقالب بين الجمهور العربي، بل زادت شهرتها من خلال توظيف المنصات الاجتماعية لصالحها، حيث تكثُر مناقشات الجمهور وتفاعلاته على هذه المنصات بشأن برامج المقالب المقدّمة، ما يزيد من شهرة هذه البرامج ويرفع نسبَ مشاهدتها، وبذلك فإن منصات التواصل الاجتماعي فتحت باب النقاش وإبداء الآراء حول برامج المقالب، وبالتالي حققت مزيداً من العائدات الإعلانية.

موضوع الدراسة:

رغم تعدّد برامج المقالب في الفضائيات العربية خلال السنوات الأخيرة، إلا أن برنامج الممثل المصري رامز جلال، أصبح الأشهر في فئة هذا النوع من البرامج التلفزيونية، نظراً لضخامة إنتاجه، واستهدافه لكبار النجوم العرب في مجالات مختلفة، وتقديمه لأشكال خطيرة ومثيرة من المواقف التي يتعرّض لها الضيوف، إلى جانب تقديم البرنامج سنوياً في شهر رمضان المبارك على قنوات mbc، وقد قُدّمت من البرنامج تسعة مواسم، بدءاً من عام 2011 وحتى هذا العام 2020م.

وقد أثار برنامج الممثل المصري رامز جلال الكثير من الجدل، نظراً لتضمّنه مقالب خطيرة قد يكون لها آثار جسدية ونفسية على ضيوف البرنامج، وعلى المشاهدين الذين يتابعون هذه المشاهد بترقب وقلق، ورغم اعتقاد البعض بأن مقالب البرنامج تتم بالاتفاق مع الضيف، إلا أن تأثير مشاهدتها السلبي على الجمهور، وخاصة فئتي الأطفال والمراهقين، يبقى قائماً، إما بتقليد بعض هذه المقالب مع أقرانهم أو المحيطين بهم، أو باستمرار مشاهد الترويع والتلذذ بممارسته، فضلاً عن العبارات غير اللائقة التي كثيراً ما تصدر عن المقدّم والضيوف.

ومع استغلال منصات التواصل الاجتماعي للدعاية والترويج للبرنامج، زحرت تلك المنصات بتفاعل المتابعين وتقديم وجهات نظرهم بشأن البرنامج، وخاصة الموسم الذي يُعرض هذا العام بعنوان (رامز مجنون رسمي)، والذي أثار جدلاً كبيراً من الحلقة الأولى له، لاحتوائه على مشاهد خطيرة، ما فاقم حالة الجدل على الفضاء الرقمي.

وقد أجرى مركز القرار للدراسات الإعلامية، دراسة تناولت أنماط التفاعل الجماهيري حول البرنامج، من خلال رصد وتحليل المحتوى الكمي والكيفي لـ 5 آلاف تغريدة أصلية لجمهور منصة تويتر، تضمّنت هاشتاق #رامز_مجنون_رسمي، بالإضافة إلى رصد الأدوات الرقمية المستخدمة، للكشف عن طبيعة النقاش الجماهيري، واتجاهات الجمهور نحو البرنامج، والآراء المتباينة تجاهه.

#رامز_مجنون_رسمي

تغريدة تمّ رصدها وتحليلها كمياً وكيفياً. 5,000

نتائج الدراسة:

أولاً: منشأ الهاشتاق وأهدافه

تم تدشين هاشتاق #رامز_مجنون_رسمي على شبكة تويتر، للترويج لبرنامج الممثل المصري رامز جلال، وقد ظهر هذا الهاشتاق بتاريخ 20/3/2020م، وكانت أول تغريدة في هذا الهاشتاق من أحد الحسابات المهتمة بمسلسلات رمضان.

أحد الحسابات
المهتمة بالمسلسلات



أول
تغريدة

20 مارس



تدشين
الهاشتاق

ومع بث أول حلقة من البرنامج، ظهر الهاشتاق بشكل يومي، سواء من جانب فريق عمل البرنامج نفسه أو من خلال المتابعين، مع تواصل الطلقات والمشاهد الخطيرة التي يتضمنها، حيث يُستدرج الضيف إلى كرسي كهربائي، ثم يتم إحكام تثبيته إلى الكرسي حتى لا يتمكن من النهوض، ومن ثم تحريك الكرسي الكهربائي بطرق مختلفة ورأساً على عقب، لإثارة هلعه ودفعه للاستغاثة والتلفظ بأي شيء يمليه عليه مقدم البرنامج.

ثانياً: التفاعل الجماهيري

بلغ عدد المتفاعلين مع الهاشتاق (8,534,986) مستخدماً، وهو عدد كبير يؤكد تحوّل موضوع هذا البرنامج إلى ظاهرة إعلامية في المجتمعات العربية، وتصدّر نشاط إعادة تغريد تغريدات الهاشتاق بنسبة 73% من أعداد التغريدات المنشورة تحت الهاشتاق، فيما احتلت التغريدات الأصلية نسبة 23.4%، ومثلت التعليقات والردود 3.6%.



إعادة التغريد

73%



عدد المتفاعلين

8,534,986



التعليقات والردود

3.6%



التغريدات الأصلية

23.4%

وتشير هذه النتيجة إلى أن السلوك الرقمي الأساسي في هذا الهاشتاق، يتفق مع مسارات السلوكيات الرقمية على شبكة تويتر، حيث يتفوق نشاط إعادة التغريد على التغريد الأصلي، إذ غالباً ما يقوم بالتغريد الأصلي الجمهور الذي يمتلك وجهات نظر في القضايا المجتمعية، أما إعادة التغريد فيقوم به الجمهور المتفاعل مع موضوعات التغريدات الأصلية، فيكتفي بإعادة تغريدها لنشرها على نطاق أوسع، وزيادة معدّل وصولها الجماهيري، كما يُعقّب بالردّ أو التعليق من يُؤيد أو يُعارض موضوعَ التغريدة الأصلية.


%68
صور

%27
فيديو

%4
GIF

ثالثاً: الأدوات الرقمية التفاعلية

اهتمت التغريدات بتوظيف الأدوات الرقمية التفاعلية وفي صدارتها الوسائط المتعددة، وقد احتلت الصور المرتبة الأولى للوسائط المستخدمة في هذا الهاشتاق بنسبة 68%، واحتلت مقاطع الفيديو المرتبة الثانية بنسبة 27%، واحتلت صور GIF المرتبة الأخيرة بنسبة 4%.

وقد وردت أشكال أخرى للوسائط المستخدمة بنسب ضئيلة، وتمثلت في الموشن جرافيك، والبيتّ المباشر، والإنفوجرافيك، ويلاحظ أن الصور كانت هي الشكل السائد في الهاشتاق، وخاصة الصور الخاصة بالبرنامج ومقدّمه وضيوفه.

ولم يكن الهاشتاق الرئيسي (#رامز_مجنون_رسمي) هو الوحيد المتداول حول البرنامج، بل استُخدمت معه العديد من الهاشتاقات المرتبطة بالهاشتاق الرئيسي، وتمحورت حول اسم البرنامج ومقدّمه. وهي هاشتاقات: #رامز_جلال_مجنون_رسمي، #رامز_خطر_رسمي، #رامز_اليوم، #رامز_جلال، #رامز، #إيقاف_رامز.



وتشير **كلمات الهاشتاقات** الرديفة إلى..

● أولاً: **السعي لترويج البرنامج** من خلال العلامة التصنيفية للهاشتاق، ودوره في تأطير المحتوى وإبرازه، وسهولة الرجوع إليه من مستخدمي تويتر.

● ثانياً: التعبير عن **توجّه معيّن للمستخدم**، من خلال اختيار كلمات معيّنّة وتضمينها الهاشتاق، مثل معارضة محتوى البرنامج، والتعبير عن رفض المشاهد الخطيرة

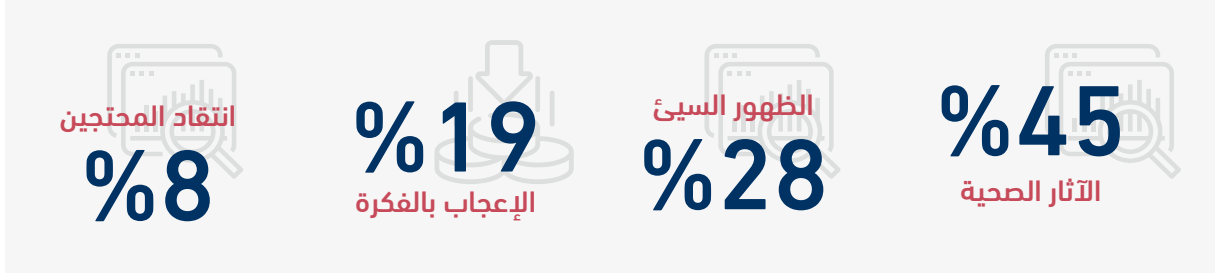
التي يحتويها من خلال هاشتاق #رامز_خطر_رسمي، وهاشتاق #إيقاف_رامز، أو تأييد البرنامج واعتباره برنامجاً ترفيهياً يُقدّم مشاهدةً تمثيلية، فبرز من خلال هاشتاقات مسوّقة للبرنامج ومقدّمه كـ #رامز_اليوم.

رابعاً: موضوعات النقاش في الفضاء الرقمي

كانت بداية ظهور برنامج مقالِب رامز جلال في عام 2011، وصاحبه منذ البداية جدل بشأن طبيعة مقالِبه، حتى إن الجمهور والمختصين كثيراً ما توقّعوا إيقاف برنامجهِ ومنع ظهورهِ.

ورغم أن مضامين البرنامج مثارُ نقاش رقمي على منصات التواصل الاجتماعي بصورة سنوية، مع عرض البرنامج في شهر رمضان، لكن موسم هذا العام أثار ضجةً هي الأكبر بين كلِّ المواسم السابقة، نتيجة مستوى العنف والتنمر الذي ظهر به.

وقد كشفت نتائج الدراسة تنوّع موضوعات النقاش حول برنامج رامز جلال هذا العام، ويمكن استعراضها فيما يلي:



أ) الآثار الصحية للبرنامج

بنسبة 45%، تصدّرت الآثار الصحية السلبية للبرنامج على مستوى الصحة الجسدية والنفسية، الموضوعات التي ناقشها المغرّدون، من حيث خطورة البرنامج على الأطفال والمراهقين والشبان الذين يمكن أن يُقلّدوا بعض محتويات البرنامج بشكل فكاهي، قد يؤدّي إلى حوادث وأزمات، كما تناول المغرّدون خطورة البرنامج على الصحة النفسية للضيوف والمُشاهدين.

ب) الظهور السيئ للضيوف

جاء موضوع الظهور السيئ لضيوف البرنامج في المرتبة الثانية بنسبة 28%، حيث انتقد المغرّدون الضيوف لقبولهم الظهور في هذا البرنامج مقابل مبالغ مالية

كبيرة، وأكدوا أن الضيوف يشاركون في البرنامج بإرادتهم وعلمهم بالمقلب المُنفذ، وأن هناك اتفاقاً مُسبقاً مع فريق عمل البرنامج، بدليل حضورهم إلى البرنامج بملابس ملائمة لظروف مقابله.

تحوّل..

في تكتيك برامج المقالب من أفكار مختلفة لكل حلقة، إلى فكرة مقلب واحدة في جميع حلقات البرنامج.

وتكشف هذه النتيجة انتقاد الضيوف على مشاركتهم في البرنامج، كما تكشف استغلال شهرة الضيوف ونجوميتهم في الترويج للبرنامج وتحقيق عوائد إعلانية ضخمة، وبهذا نرصد التحوّل في تكتيك برامج المقالب، التي كانت تستهدف كل حلقة منها مجموعة من المواطنين، وبأفكار مختلفة لكل حلقة، للتحوّل إلى أن تكون فكرة

المقلب واحدة في جميع حلقات البرنامج، مع ضيف واحد لكل حلقة، من الوسط الفني أو الرياضي أو الإعلامي، وهو ما يعني الاتفاق المُسبق على تحقيق الفائدة المالية للطرفين، حتى وإن انطوت البرامج على إساءة للمشاهير وخداع للمشاهدين.

ج) الإعجاب بفكرة البرنامج

يرى قطاع من المغرّدين أن برنامج رامت جلال برنامج ترفيهي ومُسلٍّ، وأن به جانباً من الإثارة والتشويق، ولهذا يؤيدون فكرة البرنامج ومضمونه، وقد حاز هذا الموضوع على المرتبة الثالثة بين موضوعات النقاش حول البرنامج بنسبة 19%.

د) انتقاد المحتجّين على البرنامج

اهتمّ بعض المغرّدين ممن يؤيدون برنامج رامت جلال، بانتقاد المحتجّين على البرنامج والمطالبين بإيقافه ومنع ظهوره عبر الشاشات التليفزيونية، وجاء ذلك في المرتبة الرابعة بنسبة 8%، مُعتبرين أن البرنامج ترفيهي ويستحقّ العرض، وأنّ من يعترض على محتواه ليس مضطراً لمشاهدته.

خامساً: اتجاهات المغرّدين نحو البرنامج

تتركز فكرة برامج المقالب على قاعدة أساسية، وهي كوميديا الموقف، حيث تُعدّ تلقائية المواقف البسيطة كقيلة بإضحاك الجمهور، وهي القاعدة التي سارت عليها برامج المقالب في بداياتها الأولى وحتى سنوات قريبة، ولكن تحوّل الأمر من موقف كوميدي بسيط إلى موقف إيذاء يستهدف إرغاب الضيوف والصّيك على تعابير خوفهم وصرخهم، وبدلاً من احترام الضيوف من المواطنين العاديين في

برامج المقالب الأولى، تحوّل الموقف إلى تقديم الضيوف من النجوم والمشاهير بطريقةٍ تسخر من تاريخهم أو أشكالهم، وتضعهم في مواقف مُهينة. وقد أثار ذلك لدى جمهور المشاهدين آراء متعارضة نحو محتوى البرنامج، تكشف تباين الاتجاهات الشخصية نحو البرنامج، وقد جاءت النتائج فيما يلي:

أ) الاتجاه الرافض للبرنامج

عَبّر قطاع كبير من المغرّدين عن رفضهم لفكرة البرنامج ومحتواه وأداء مقدّم البرنامج، وجاء هذا الاتجاه في صدارة اتجاهات المغرّدين بنسبة 45%، حتى إن البعض طالب النيابة العامة في السعودية بوقف البرنامج، لكونه يُبثّ على قناة سعودية التمويل. وقد عبّر هذا الفريق عن **رفضهم للبرنامج** للأسباب التالية:

- يعتمد البرنامج على **استقطاب الضيوف** لتمثيل مواقف المقالب، وهو ما يمثل خداعاً للمشاهدين.
- يتعمّد البرنامج **إهانة الضيوف** وإظهارهم في مواقف مسيئة.
- يؤدّي البرنامج إلى تأثيراتٍ سلبية على الضيوف الذين يتعرّضون **لمواقف خطيرة ومهينة**، فضلاً عن المشاهدين الذين قد يُقلّدون هذه المواقف أو يتأثرون بها سلبياً.
- البرنامج شديد الخطورة ويؤدّي إلى **تمرير السلوكيات الإجرامية** للمشاهدين، وكأنها مزحة.

ب) الاتجاه المؤيّد للبرنامج

بدعوى الاستمتاع..

يؤيد فريق من المغرّدين محتوى البرنامج.

رغم ما يحتويه البرنامج من مخاطر، وما يؤدّي إليه من آثار سلبية، إلا أن هناك فريقاً من المغرّدين يؤيّد محتوى البرنامج، بدعوى الاستمتاع بما يقدمه من إثارة وتشويق، بهدف التسلية والترفيه، وجاء هذا الموقف في المرتبة الثانية بنسبة 33%.

ج) الاتجاه غير الواضح

جاء الاتجاه غير الواضح في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة 22%، فلم يتّضح من بعض التغريدات تعبيرها عن موقفٍ معيّن، أو اتجاه واضح المعالم نحو البرنامج، وظهر ذلك لدى كثيرٍ ممّن يُعيدون تغريد بعض التغريدات دون تقديم وجهة نظر معينة، أو من يُعيدون مشاركة بعض التغطيات الإعلامية عن البرنامج.

خاتمة..

تكشفت نتائج الدراسة التحليلية لهاشتاق #رامز_مجنون_رسمي وجود تفاعل واهتمام كبيرين من مستخدمي شبكة تويتر، حول برنامج المقالب للممثل المصري رامز جلال، وهو اهتمام عربي عام وليس قاصراً على دولة بعينها، **ويرجع هذا الاهتمام** إلى جانبين..

● **الأول** هو المحتوى الخطير الذي يعرضه البرنامج في حلقاته، بما فيه من خطورة وآثار سلبية على الضيوف والمشاهدين، وهو ما يُخلّ بمواثيق الشرف الإعلامية وأخلاقيات المهنة.

● **والثاني** هو التيار الذي يُعجّب بأداء البرنامج ويُتابعه.

وهو ما أحدث موقفاً جديلاً استدعى إجراء هذه الدراسة، لكشف نسبة كلّ تيّار من خلال منصة تويتر، وما يقدمه من حجج لدعم وجهة نظره.

ورصدت الدراسة وجود **تيارات متباينة** بشأن محتوى البرنامج، فهناك التيار الأكبر الذي يعترض على ذلك المحتوى، لما فيه من عنفٍ وتنمرٍ وإهانةٍ وتخويفٍ وتلذذٍ سادٍ بتعذيب الضيوف، وهي ممارسات لا تتقبلها المجتمعات العربية، فضلاً عن الخليجية، فضلاً عن المجتمع السعودي.

وقد حدّر أصحاب هذا التيار من **خطورة البرنامج على الأطفال والمراهقين والشبان**، وترسيخه لصورة سلبية عن المجتمعات العربية، ولهذا رصدت الدراسة تغريدات مجموعةٍ من الإعلاميين والأطباء والناشطين الاجتماعيين في المجتمعات العربية، انتقدت البرنامج، بل وطالبت بإيقاف عرضه، في حين كان التيار الأقلّ انتشاراً على شبكة تويتر، هو التيار المؤيّد للبرنامج، بذريعة ممارسته دوراً ترفيهياً، وتقديمه محتوىً مسلياً.

وتوصي الدراسة **بتطبيق النصوص المنظمة للمحتوى** الإعلامي في المملكة على برنامج رامز جلال، نظراً لأنه يُبيّن على قناةٍ سعودية التمويل، ويُمكن أن يُسبّب للأطفال والمراهقين والشبان تأثيراتٍ نفسيةً وعقلية سلبية، فضلاً عن تمريره سلوكياتٍ عنيفة في قالبٍ فكاهي، وهو ما يمثل خطورة كبيرة، حيث يتمّ غرس هذه القيم والصور السلبية في نفوس المشاهدين بشكل غير مباشر.

مركز القرار

للداسات الإعلامية



..نخطو
بقرارك



تابع حسابنا على تويتر



 www.alqarar.sa

   @alqarar_sa