

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية أصول الدين والشريعة

والحضارة الإسلامية

قسم: الدعوة والإعلام والاتصال

النخصص: اتصال دعوي

جامعة الأمير عبد القادر

للعلوم الإسلامية

قسنطينة

البرامج الدينية في إذاعة جبل الجهوية -دراسة في تحليل المضمون-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير

إشراف الدكتور: نصير بوعلي

إعداد الطالب: عزالدين بوطينح

أعضاء اللجنة:

الاسم واللقب	الصفة	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية
د. عبد الله بوجلال	رئيسا	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة
د. نصير بوعلي	مقرا	أستاذ التعليم العالي	جامعة الشارقة - الإمارات
د. بشير قلاتي	عضوا	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة
د. مفيدة بلهامل	عضوا	أستاذة التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة

نوقشت يوم: 2011/07/14

السنة الجامعية: 1431 - 1432 هـ / 2010 - 2011 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة الأمير

للعلوم الإسلامية

شكر وتقدير

من الواجب عليّ أن أتوجّه بالشكر الجزيل وأن أقف وقفة تقدير وعرفان وامتنان لكل من أسهموا في إعانتني من قريب أو من بعيد وتشجيعي قلّ هذا العون أو أكثر أثناء إعدادي لهذا البحث وعلى مواصلة إنجازهِ إلى آخر لحظة فيه وأخص بالذكر:

- أستاذي ومشرفي الدكتور نصير بوعلي الذي لم يتردد في قبول الإشراف على هذا البحث وقد شجعني على المضي فيه صبره وتحمله وأخلاقه الرفيعة وصفاته العالية .

- أساتذتي الذين أثاروا لنا طريق العلم وأخص بالذكر أحمد عيساوي، فضيل دليو، عبد الله بوجلال، أبو بكر عواطي، عبد المالك بن السبتي، محمد مراح، بشير قلاتي .

- الزوجة الكريمة حليلة على تشجيعها الدائم ودفعها الحثيث لي لمواصلة إنجاز البحث وتقديمه في آجاله المحددة .

- كل عمال إذاعة جيجل الجهوية وأخص بالذكر بلال بوجعدار على تعاونه الكبير، وتوفير المادة السمعية لعينة البرامج الدينية محل الدراسة .

- معدّي ومقدّمِي البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية، كمال لعربي ومولود محصول ونجم الدين نافع على تعاونهم وتفاعلهم .

إهداء

- إلى من كانا سببا لوجودي و عوننا على تربيتي وتعليمي الوالدان الكريمان أمد الله في عمريهما ومنعهما بالصحة والعافية.
- إلى مرياحين بيتي وقرّة عيني، بنتي "سيرين" و"سهام" و ابني "تحيي".
- إلى إخوتي وأخواتي وأخص بالذكر فطيمة، جميلة، هجيرة، مخلوف، كمال، زهير.
- إلى أصدقائي ورفقاء دربي في حياتي وأخص بالذكر نورالدين بوسيس، عبد العالي بولناخ، حسين عبد المولى، فضيل شكير، محمد بزاز، عبد الكريم سناني.
- إلى أصدقائي في غربتي بفرنسا عبد الحميد معوش في مدينة برينفا، و بوحفص بلنوح و سمير دجون في مدينة نانير، و كمال لحسن و إيراهيم مقيراط في مدينة درو.

إلى كل هؤلاء و غيرهم كثير أهدي هذا العمل المتواضع

المقدمة:

لقد برزت أهمية الإعلام في عصرنا الحاضر بشكل كبير نظراً للتطور التقني والإلكتروني وظهور اختراعات جديدة شكّلت قفزة نوعيّة في عالم الاتصال سواء في الوسائل المكتوبة أو المسموعة أو المرئية، حيث ساهمت هذه الوسائل بشكل فعال في نقل الأخبار ومجريات الأحداث في العالم كلّ في لمح البصر، ويسّرت سبل نشر المعلومات الثقافية والدينية من توعية وتعليم وتوجيه وإرشاد في كافّة ميادين الحياة.

وأصبح هناك إجماع لدى الباحثين والدارسين ورجال الإعلام والفكر حول الدور الهائل والسريع والمتطور للإعلام والاتصال بالجمهور، باعتباره من بين أحد العناصر الأساسية التي أصبحت تساهم في تشكيل هيكل المجتمع وبنيتة الإجتماعية والتربوية والمعرفية والسياسية والدينية. بل تعدّى الأمر إلى أن قضية الإعلام اليوم والمدى الذي وصلت إليه من التحكم والإختراق وصناعة الرأي العام بالتأثير والإقناع، باتت من أخطر القضايا وأبعدها تأثيراً.

وقد تعاضم هذا الدور بفعل التطورات السريعة والهائلة التي عرفتها البشرية في العقود الأخيرة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، والتي زادت في تنوع ووسائل الإعلام والاتصال وسعة انتشارها وفعاليتها وتأثيرها على مختلف المجتمعات وبالأخص على مجتمعات العالم العربي والإسلامي، وساعد هذا التطور على إعطاء هذه الوسائل قوة التأثير والهيمنة بما تنقله بالكلمة المقروءة والمرئية والمسموعة وترسيخ فكرة المصادقية لما تبثّه من برامج خاصة مع القدرة على تقديمها بمضامين جيّدة وقوالب فنيّة جذّابة تتلاءم مع حاجات ورغبات الناس بغضّ النظر عن نوعية التأثير سواء كان سلبياً أم إيجابياً ويرفع من مستوى البشر أم يهوي بهم في أودية الرذيلة ويحمل لهم الحقيقة أم الكذب المغلّف بالمشوّقات والمرغبات الإقناعية.

ولكن برغم كل هذا التطور في وسائل وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وبرغم ظهور وسائل إعلامية واتصالية أخرى جديدة وفعالة في التأثير، إلا أن هناك من وسائل الإعلام الجماهيرية ما استطاع أن يحافظ على مبادئه وأهدافه التي أنشئ من أجلها، وهي خدمة جمهوره، والمساهمة في الحفاظ على مبادئه وقيمه وخصائصه ومميزاته، ومثال ذلك الإذاعة المسموعة خاصة في صورتها المحلية، والتي ثبتَ علمياً من خلال الدراسات والأبحاث الميدانية على مستوى عالمي أن لها قدرة كبيرة في المحافظة على مستمعها، وكذلك القدرة على المحافظة على المبادئ الأولى التي أنشئت من أجلها وهي الإعلام والترفيه والتثقيف حسب حاجة الجمهور ومتطلباته، وهذا

ما يساهم في التقليل من الأثر الكبير للكّم الهائل من المحتوى الإعلامي المتدفّق من الخارج عبر البثّ الفضائي وشبكة المعلومات الدولية الأترنت، وكذلك أيضا المساهمة في المحافظة على البنيّ القيميّة والإجتماعية والثقافية للمجتمعات الأقلّ تطوّرا وتحكّمًا في تكنولوجيايات الإعلام مثل الدول العربية والإسلامية.

وبما أن الدين الإسلاميّ يعتبر المرجعية الأولى التي تحدّد النسق القيميّ والإجتماعي والثقافي الخاصّ بهذه الدول، فما أهمية هذه المبادئ والقيم إذا لم تأخذ مكانها وتجد موطئ قدم لها في وسائل الإعلام، وتحصل على فرصتها في النشر والإذاعة، وتظلّ مشاعر دفينه في أعماق النفس لا يشعر بها إلا صاحبها.

ومن هنا يتبيّن لنا أهمية وسائل الإعلام الجماهيرية وخاصة منها الإذاعة في إعطاء الفرصة لهذه المبادئ والقيم التي تصاغ في شكل خطاب ديني دعوي، وتصب في قوالب إعلامية مناسبة بغرض الوصول إلى الجمهور المتلقي لها، بالعمل على إقناعه فكريا، و التأثير فيه روحيا، وإحداث الإستجابة فيه سلوكيا، في جميع اهتماماته العلمية والفكرية والثقافية، ونشاطاته الحياتية، وعلاقاته الإجتماعية المختلفة، من خلال النماذج التي تهديه هذه الوسيلة الإعلامية إليها.

ومساهمة مبي وسعيًا لزيادة معرفة واستكشاف هذه العلاقة بين الدعوة، والإعلام والاتصال، أرى أهمية البحث عن مضمون ومحتوى هذا الخطاب الديني الدعوي، وطريقة عرضه، وواقعه في الإذاعة، ومدى فعاليته وقوة تأثيره واستفادته من مميزات هذه الوسيلة الإعلامية، وحسن توظيفها في تبليغ الدعوة الإسلامية، والمحافظة على قيم المجتمع المسلم.

ومن أجل بيان حقيقة هذا المحتوى الديني الدعوي وكيفية عرضه في وسائل الإعلام سأقتصر في دراستي هذه على جزئية من جزئياته في شكلها الإعلامي وهي البرامج الدينية وكيفية عرضها في الإذاعة، وقد اخترت منها الإذاعة المحلية "إذاعة جيجل الجهوية" نموذجًا، ومنه ستكون دراستي تحت عنوان:

"البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية - دراسة في تحليل المضمون"

وقد جاءت هذه الدراسة في مقدمة وأربعة فصول وخاتمة، وذلك على النحو الآتي :

- المقدمة: وهي عبارة عن مدخل أبرزت فيها مدى أهمية الإعلام عامة والإذاعة خاصة في العصر الحاضر ودورها في تبليغ الدعوة الإسلامية والحفاظ على المبادئ والقيم الدينية للمجتمع.

- الفصل الأول: إطار الدراسة ومنهجيتها، وقد ضمنت إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وأهداف الدراسة وأهميتها، كما استعرضت فيه بيولوجيا الدراسات التي تناولت هذا الموضوع بالبحث والدراسة سابقا، ثم عرّجت على المفاهيم والمصطلحات التي استخدمتها في هذه الدراسة، وبعد ذلك بيّنت نوع الدراسة والمنهج الذي اعتمده وأداة التحليل التي استخدمتها في هذه الدراسة، وفي الأخير قمت بتحديد مجتمع الدراسة وعيّنتها.

- الفصل الثاني: البرامج الدينية في وسائل الإعلام، وقد تناولته في ثلاثة مباحث، خصّصت المبحث الأول للحديث عن المحتوى الديني في وسائل الإعلام، وتحدّثت في المبحث الثاني عن الخطاب الديني (الإسلامي) في وسائل الإعلام، كما تناولت في المبحث الثالث البرامج الدينية في وسائل الإعلام بين الواقع والطموح.

- الفصل الثالث: البرامج الدينية في الإذاعة، وقد تناولت هذا الفصل في ستة مباحث، تحدّثت في المبحث الأول عن الإذاعة من حيث تعريفها، ظهورها ونشأتها، مميزاتها ووظائفها، وتناولت في المبحث الثاني عن الإذاعة المحلية من حيث تعريفها، نشأتها، أهدافها، ومميزاتها، وتناولت في المبحث الثالث الإذاعة المحلية في الجزائر من ناحية النشأة والأهداف، وتناولت في المبحث الرابع البرامج الدينية في الإذاعة من ناحية أهميتها، ظهورها، وأهدافها، وفي المبحث الخامس تطرّقت إلى البرامج الدينية في الإذاعات المحلية في الجزائر والبرامج الدينية التي تقدّم فيها، وفي الأخير تناولت في المبحث السادس مستقبل الإذاعة في عصر البث الفضائي والإنترنت ومدى تأقلمها مع هذا الإعلام الجديد.

- الفصل الرابع: شكل البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية، وقد خصّصته للدراسة التحليلية الخاصة بالشكل الذي تقدّم به هذه البرامج، حيث تناولت هذا الفصل في ثلاثة مباحث، تحدّثت في المبحث الأول عن التعريف بعينة الدراسة، أما في المبحث الثاني فقد تناولت فيه تصنيف فئات التحليل، وأما في المبحث الثالث فقد تناولت فيه فئات التحليل الخاصة بمحور الشكل الذي يتناول الفئات التي تجيب عن السؤال كيف قيل؟.

- الفصل الخامس: مضمون البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية، وقد تناولته في أربعة مباحث كل مبحث تطرقت فيه لفئة من فئات التحليل الخاصة بمحور المضمون التي تجيب على السؤال ماذا قيل؟ وهي فئة الموضوع، فئة المصدر، فئة طرق تحقيق الأهداف، وفئة الأبعاد المحلية.

- الخاتمة: وقد ضمنتها النتائج التي توصلت إليها من خلال الدراسة التحليلية.

الفصل الأول

إطار الدراسة و منهجيتها

المبحث الأول: إشكالية الدراسة

المبحث الثاني: تساؤلات الدراسة

المبحث الثالث: أهداف الدراسة

المبحث الرابع: أهمية الدراسة

المبحث الخامس: الدراسات السابقة

المبحث السادس: مفاهيم الدراسة ومصطلحاتها

المبحث السابع: حدود الدراسة

المبحث الثامن: نوع الدراسة و منهجها

المبحث التاسع: أدوات تحليل البيانات

المبحث العاشر: مجتمع الدراسة

المبحث الحادي عشر: عينة الدراسة

الفصل الأول: إطار الدراسة ومنهجيتها

يعتبر هذا الفصل بمثابة فصل تمهيدي للفصلين المواليين، تعرّضت فيه إلى كل ما يتعلق بالجانب المنهجي للدراسة، وقد صدرت هذا الفصل بطرح إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وعرضت ملخصا عن بعض ما عثرت عليه من دراسات وبحوث مما يمكن اعتباره تراثا نظريا ودراسات سابقة للدراساتي هذه، وحددت المنهج الذي استخدمته في هذه الدراسة ومجتمع البحث فيها وعيّنتها والأداة المستخدمة في تحليل البيانات قبل الوصول إلى استخلاص النتائج.

المبحث الأول: إشكالية الدراسة

عرفت وسائل الاتصال الجماهيرية في السنوات الأخيرة تطورا تقنيا وتكنولوجيا مذهلا، مما ساعد على انتشارها وشيوع استخدامها من طرف جمهور عريض من الناس، وقد زاد هذا التطور قدرة هذه الوسائل على التأثير والإقناع، وتشكيل الآراء، وتدعيم الاتجاهات، وغرس القيم، وتكوين الوجدان، وتوجيه السلوك، بما تحويه من مضامين ومواد إعلامية، مصاغة بأساليب فنية، ومهارات إقناعية، وموجهة توجيهها مدروسا لخدمة فكرة معينة وفق رغبة القائم بالاتصال وأجندته وألوياته التي تقترب أو تبتعد من احتياجات واهتمامات الجمهور المتلقي، لتحدث الإستجابة المطلوبة والأثر المرجو فيه.

لقد أصبحت وسائل الاتصال المكتوبة، أو المسموعة، أو المرئية، تزاحم وتنازع الوسائل الأخرى، المربية والموجهة في المجتمع، مثل الأسر والمساجد ومؤسسات التربية والتعليم، بل يمكن القول أنها تعدّ أخطر منها؛ لأنها الأقدر في الوصول إلى وجدان الفرد واستمالاته وإقناعه.

من هنا تتبين أهمية هذه الوسائل في تربية الشعوب تربية معينة، وتوجيهها نحو اعتناق، وتبني مبادئ محددة. وبما أننا في البلدان العربية والإسلامية، فإنه ينبغي استغلال وسائل الاتصال المختلفة في الدعوة الإسلامية بالمساهمة عبر الصفحات الدينية في الجرائد والصحف، والخصص والبرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون، والمواقع الإلكترونية على شبكة الأنترنت، على تدعيم قيم المجتمع المسلم، وتعزيزها، والحفاظ عليها، وإحداث الحصانة والمناعة لدى أفراد من الإنسلاخ والذوبان.

وبالتالي سوف تدور إشكالية هذه الدراسة حول الكيفية التي يمكن أن تساهم بها وسائل الإعلام الجزائرية ممثلة في "إذاعة جيجل الجهوية" في تربية الفرد الجزائري على المستوى المحلي،

وتكوينه، والحفاظ على مبادئه وقيمه الدينية الأصيلة، وإحداث حصانة لديه من المواد الإعلامية الأجنبية الغربية عن قيم مجتمعه، والمضامين الدعوية الوافدة، التي تخالف مرجعيته الدينية الوطنية. وهذا ما يمكن معرفته من خلال معرفة هذه البرامج ونوعها ومدى تلبيتها لرغبات الجمهور المحلي الروحية والمعرفية والثقافية، ومعرفة كيفية بثّ وعرض هذه الإذاعة للبرامج الدينية، وبذلك يكون التساؤل الرئيس كما يلي:

ما هو مضمون البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية، وكيف تعرض وتبثّ؟

المبحث الثاني: تساؤلات الدراسة

تدرج تحت التساؤل الرئيس عدة تساؤلات أخرى ألخصها في النقاط التالية:

- 1- ما هي الموضوعات التي تتناولها، والمصادر التي تعتمد عليها إذاعة جيجل الجهوية في برامجها الدينية؟
- 2- ما هي الأشكال أو الأنماط الإذاعية التي تبثّ وتعرض بها البرامج الدينية، وما هو حجمها الزمني في إذاعة جيجل الجهوية؟
- 3- ما هي الأساليب المستخدمة في البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية بغرض الوصول إلى جمهورها، وما هو مستواها اللغوي؟

المبحث الثالث: أهداف الدراسة

أسعى من خلال هذه الدراسة للعمل على تحقيق عدة أهداف أستعرضها في النقاط الآتية:

- 1- التعرف على حقيقة الإذاعة المحلية من حيث السمات، والخصائص، والوظائف.
- 2- التعرف على كيفية مساهمة الإذاعة المحلية في الحفاظ على القيم والمبادئ الدينية في المجتمع المحلي.
- 3- التعرف على طبيعة الموضوعات التي تتناولها البرامج الدينية في الإذاعة المحلية، ومصادرها، وخلفيتها الفكرية، ومدى انسجامها مع المرجعية الدينية الوطنية، وتلبيتها للرغبات الروحية والفكرية والثقافية للجمهور المتلقي على المستوى المحلي.
- 4- التعرف على حجم الإهتمام بالموضوعات الدينية في وسائل الإعلام المحلية السمعية في الجزائر ممثلة في إذاعة جيجل الجهوية.
- 5- بيان أشكال البرامج الدينية في الإعلام السمعي المحلي.

6- التعرف على واقع البرامج الدينية في الإعلام السمعي، والصعوبات التي تواجهها، وكيفية الإرتقاء بها.

7- التعرف على سمات ومستوى الخطاب الديني الدعوي في وسائل الإعلام السمعية المحلية، والإسهام في تقويمه، وتطوير لغته ومحتواه.

المبحث الرابع: أهمية الدراسة

تحدّد أهمية هذه الدراسة أساسا في كونها إضافة إلى التراكم العلمي، وإثراء للبحوث الأكاديمية التي تتناول الإذاعة الجزائرية بالدراسة، وبخاصة ظاهرة البثّ الإذاعي المحلي، أو ما يصطلح عليه بالإعلام المجتمعي الجوّاري.

بالإضافة إلى أن أهم القضايا التي يكثر حولها الجدل والبحث في علاقتها بوسائل الإعلام، هي قضايا القيم الدينية، والأخلاق والمبادئ؛ لأنها هي التي غالبا ما تميّز كل مجتمع أو أمة عن غيرها. وللمساهمة في توضيح هذه العلاقة التي اهتم بدراستها الكثير من الباحثين، اخترت أن تكون دراستي في موضوع البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية أنموذجا كإعلام محلي جوّاري مجتمعي في الجزائر.

كما تبرز أهمية هذه الدراسة في الأهمية الكبيرة التي تحتلّها الإذاعة المحلية خاصة، والإعلام المحلي عامة، لقرّبا من الجماهير المحلية، وبذلك قدرتها على التأثير فيهم، وإرشادهم إلى أمور حياتهم الدينية والدينية، وتنشئتهم وتنشئة واعية تخدم مصالح مجتمعهم وتنميته. بالإضافة إلى نوعية الجمهور الذي تتوجّه إليه البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية، الذي يُعرف بتميّزه بعدة خصائص وسمات، لازالت تطبعه إلى حدّ كبير حتى وقتنا الحاضر، مثل كونه مجتمعا محافظا على قيمه الدينية، وعاداته الاجتماعية، وتماسكه.

وإسهاما في إثراء مثل هذه البحوث أعتقد أن هذه الدراسة تكتسب أهمية كبيرة في إعطاء تصوّر عن ماهية البرامج الدينية في هذا الجهاز الإعلامي المهمّ الذي فرض نفسه، وحافظ على مكانته وجمهوره، وتكيف مع التطوّرات التي حصلت في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

المبحث الخامس: الدراسات السابقة

من الضروري جدّا للباحث أن يسعى إلى البحث والتمحيص في الدراسات والبحوث

السابقة وأن يقوم بمسح شامل للتراث النظري الذي له علاقة بإشكالية الدراسة، إذ تشكل للباحث تراثا هاما ومصدرا غنيا لا بد أن يطلع عليه قبل البدء بالبحث، وأثناء قيامي بمسح التراث العلمي النظري والدراسات السابقة ذات الصلة بإشكالية هذه الدراسة وتساؤلاتها عثرت على الدراسات التالية:

1- البرامج الدينية في إذاعة الصومام الجزائرية: دراسة تحليلية لعينة برامج 2005:

إعداد سميرة هواري، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، السنة الجامعية 2005/2004، مذكرة مقدّمة لنيل شهادة الماجستير.

تتمحور إشكالية الدراسة حول كيفية مساهمة وسائل الإعلام الجزائرية في تكوين الفرد الجزائري وتربيته والحفاظ على قيمه ومبادئه بالحفاظ أولا على دينه.

وكان تساؤل الدراسة الرئيسي: ما هو مضمون البرامج الدينية في إذاعة الصومام؟ وكيف تُعرض وتُثبت؟

أما منهج البحث فقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وأداة تحليل المحتوى، وحصرت مجتمع الدراسة في البرامج الدينية التي تبثها إذاعة الصومام، واختارت دورة إذاعية كاملة تشتمل على ثلاثة أشهر من الموسم الإذاعي 2005، وهي شهر جانفي وفيفري ومارس للحصص الإذاعية التالية: حصة دين ودينا، وحصة الفتاوى الشرعية، وحصة حديث الصباح.

وكانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة كما يلي:

أولا: في الجانب النظري

- البرامج الدينية هي الشكل السمعي البصري للإعلام الديني الذي يعتبر بدوره الشكل الإعلامي للخطاب الديني.

- ضرورة التكامل بين الخطاب الديني والإعلامي من أجل إعطاء الفرصة لكل واحد منهما للقيام بدوره في خدمة الأمة في مختلف الميادين ودفعها في سلم الحضارة والرقي.

- رغم التطور الهائل الذي أصاب وسائل الإعلام الجماهيرية وخاصة التلفزيون إلا أن الإذاعة لازالت تحافظ على مكانتها وعلى جمهورها ولا زالت تعتبر من أكثر وسائل الإعلام جاذبية وقدرة على التأثير والوصول إلى عقول وقلوب الجماهير.

- من أبرز وجوه التطور الذي أصاب الإذاعة هو عودتها إلى المحلية وإلى ارتباطها بجمهورها.

- الإذاعة المحلية تساهم بدور كبير في الحفاظ على مبادئ وأسس الهوية الإسلامية بخدمة الدعوة

وتشكيل الرأي العام وذلك بما توفره من إمكانية مخاطبة كافة الفئات الجماهيرية على اختلاف مستوياتهم لاعتمادها على التبسيط والسهولة في عرض برامجها.

ثانياً: في الجانب التطبيقي

مستوى عرض البرامج الدينية في إذاعة الصومام مقبول من حيث الكيف، فهي تتناول أغلب القضايا الدينية، و تمزج في مصدر معلوماتها بين المصادر العامة والمصادر المحلية، و تراعي واقع المجتمع المحلي، وتستخدم أساليب علمية لتحقيق أهدافها، كما تستخدم لغة مناسبة في برامجها الدينية، وأنسب الأشكال الإذاعية لهذا النوع من البرامج.

2- البرامج الدينية في الإذاعة الكويتية: دراسة ميدانية لاستطلاع أثر البرامج الدينية في جمهور المستمعين:

إعداد عادل بن عبد الله الفلاح، جامعة الإمام المدينة المنورة، سنة 1407 هـ، مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه.

كانت الدراسة وصفية، استخدم الباحث فيها المنهج المسحي في جمع المعلومات والبحث الميداني عن طريق الاستبيان الذي وزع على عينة متعددة المراحل قوامها 500 فرد من الكويتيين فقط. كانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة كما يلي:

- الإذاعة المسموعة لا زالت قادرة على نقل المعلومات والآراء والأفكار والتأثير على نطاق واسع.

- الإذاعة تعتبر مصدراً هاماً يعتمد عليه في الحصول على الثقافة الدينية، وقد جاء ترتيبها الثالثة بعد أئمة المساجد ومدرسي التربية الدينية وقبل الوسائل المقروءة بجميع أنواعها.

- أنسب الأشكال لتقديم البرامج الدينية هي الحديث المباشر، والندوة، والسؤال والجواب.

3- القضايا التي تناولها البرامج الدينية في الراديو والتلفزيون:

إعداد عبد الستار عبد الله عبد الرحمن، جامعة القاهرة، سنة 1995، مقدمة لنيل شهادة الماجستير.

اعتمد الباحث في منهجية البحث على الأسلوب المسحي وأداة تحليل المضمون.

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها ما يلي:

- نسبة أو متوسط حجم البرامج في العينة لا يتناسب مع أهمية القضايا التي تناولها هذه البرامج.

- تقدّم غالبية برامج العينة في قوالب بسيطة أهمها الحديث المباشر والحوار.

- الإستثمارات المستخدمة في البرامج كانت عاطفية ومنطقية.
- القرآن الكريم كان المصدر الأول لمعلومات البرامج الدينية ثم تليه السنة النبوية الشريفة.

4- البرامج الدينية في الإذاعة اليمنية:

إعداد محمد حمود الهادي، المعهد العالي للدعوة، المدينة المنورة، قسم الإعلام، شعبة الإذاعة.

تناول البحث دور الإذاعة اليمنية في تبليغ الدعوة، ودور البرامج الدينية الإذاعية في تثقيف المسلم وأهميتها في حياته، كما تناول الباحث واقع البرامج الدينية في الإذاعة اليمنية من حيث التنوع والمصادر، كما تناول أيضا أثر البرامج الدينية في المستمعين وقد ركز بحثه على سكان الريف، ثم بين في الأخير الكيفية والوسائل لتطوير البرامج الدينية.

هذه الدراسات الأربع التي وقفت عليها استفدت منها في حصر مشكلة البحث وإثراء إشكاليته، وتكتسي أهمية كبيرة سواء في الجانب النظري أو التحليلي بالنسبة لبحثي، وخاصة ما يتعلق بمعرفة مراكز الإهتمام والتقارب والتباعد في الموضوعات والأشكال الإذاعية والحجم الساعي لهذه البرامج الدينية ومدى تليتها لاهتمامات جمهورها المحلي على اختلاف المناطق والولايات والبلدان التي أجريت فيها هذه الدراسات.

المبحث السادس: مفاهيم الدراسة ومصطلحاتها

سأتناول في هذه الدراسة مفهومي أساسيين، سأعرض لكل واحد منهما فيما يلي:

1- البرامج الدينية:

وردت عدة تعريفات للبرنامج الديني أورد بعضها فيما يلي:

- البرنامج الديني هو النشاط الإعلامي المتخصص في علوم الدين في إطار الإعلام العام الملتزم بالإسلام⁽¹⁾.

- البرامج الدينية هي كل نشاط إعلامي مرئي ومسجل وحي؛ متخصص في الدين الإسلامي وقضاياها، ومهتم بجوانب الحياة كافة، عبر برنامج مخصص لتلك الأغراض⁽²⁾.

(1) سعود دهلوي، ندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج، جهاز تلفزيون الخليج، الرياض، 1047هـ، ص: 3.
(2) محمد بن علي هندية، البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية دراسة تحليلية ميدانية تقويمية على عينة من البرامج الدينية والجمهور السعودي، رسالة دكتوراه، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، الرياض، السعودية، 1423هـ-1424هـ، ص: 2.

- البرامج الدينية هي تلك البرامج المتخصصة في تقديم المعلومات الدينية والثقافة الإسلامية، فهي أداة للتثقيف والتوجيه والتوعية بمبادئ الدين والثقافة الإسلامية عن طريق الأحاديث واللقاءات والندوات والتمثيلات والمسلسلات⁽¹⁾.

2- الإذاعة المحلية:

الإذاعة المحلية هي تلك التي تقوم بخدمة مجتمع محدود ومتناسق من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية والثقافية المتميزة، على أن لا تحدّه حدود جغرافية حتى تشمله رقعة الإرسال المحلي، أي أن هذه الإذاعة لا شأن لها بالتقسيمات الإدارية والتخطيطية التي قد تصطلح عليها الحكومة في فترة زمنية، وإنما هي ترتبط أساسا بمجتمع يضم أفرادا لهم خصائصهم في المجال الاقتصادي والاجتماعي وتجمعهم وحدة فكرية تراثية و ثقافية خاصة، وتعكس هذه الإذاعة فنهم وتراثهم وأفكارهم بل وحتى لهجتهم المحلية.

وتعرّف الإذاعة المحلية بأنها جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا يتميز بأنه مجتمع خاص محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، متناسق من الناحية الاقتصادية والثقافية والاجتماعية، كأن يكون سكان قرية واحدة أو مجموعة من قرى متقاربة متجانسة⁽²⁾، أو مدينة صغيرة أو مدن صغيرة متقاربة متجانسة، وقد تكون مدينة كبيرة.

ويعرّفها "كلود كولان" على أن هذا المفهوم يحدّد الإذاعة حسب مساحة البث- ويناقض هذا إذاعة وطنية أو إذاعة جهوية- إنه يفسرها بما يراه تقيضا⁽³⁾.

وقد أطلقت تسمية الإذاعات المحلية في الجزائر في بداية ظهورها، ثم تحوّلت تسميتها إلى الإذاعات الجهوية ولكن المعنى واحد. وقد ازداد خلال السنوات القليلة الماضية عدد الإذاعات المحلية في الوطن العربي وما زالت دائرة اتساعها تكبر مع مرور الأيام وهي إن كانت بالأساس ليست جهازا إعلاميا جديدا على المنطقة إذ أن وجودها يعود إلى عدة عقود سالفة كإذاعات فرعية يطلق عليها تارة الإذاعة المحلية وتارة أخرى الإذاعة الجهوية أو التنموية وكثيرا ما كانت

(1) السعيد دراجي، عادات وأنماط مشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية دراسة ميدانية بإكماليات مدينة قسنطينة، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، قسنطينة، الجزائر، 2003/2002، ص: 72-73.

(2) عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1987، ص: 13-14.

(3) حفيظة سنوسي، الإذاعة المحلية والعادات الإستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، قسم الإعلام والاتصال، الجزائر، 1993، ص: 2.

ترتبط بالإذاعة الأم الرئيسية في العواصم العربية⁽¹⁾. وهذا ما سوف أعتمده في هذه الدراسة.

- التعريف الإجرائي للإذاعة المحلية:

أقصد بالإذاعة المحلية في هذه الدراسة: تلك الإذاعة التي تقوم بخدمة مجتمع خاص محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة - كولاية مثلاً - يمتاز هذا المجتمع بكونه متناسقاً من الناحية الإقتصادية والثقافية والاجتماعية، وتجمعه وحدة فكرية تراثية وثقافية خاصة، وتعكس هذه الإذاعة فنّه وتراثه وأفكاره بل وحتى لهجته المحلية.

المبحث السابع: حدود الدراسة

تتم هذه الدراسة في شقيها النظري والتطبيقي التحليلي ببيان ماهية البرامج الدينية في الإذاعة والعلاقة بين هذه البرامج ووسائل الإعلام السمعي، ثم نوعية المواضيع والقضايا التي تتناولها البرامج الدينية الإذاعية وكيفية عرضها، وكيف يمكن توجيه الخطاب الديني فيها وتطويره والإرتقاء به من ناحية الشكل والمضمون.

المبحث الثامن: نوع الدراسة ومنهجها

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، وهي التي تُعنى بدراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويُهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويُعبر عنها تعبيراً كلفياً أو تعبيراً كمياً⁽²⁾، وهي تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية، وتحاول التنبؤ بما سيكون عليه في المستقبل.

وتبرز أهمية الدراسات الوصفية في بحوث الإعلام في كونها تمثل الأسلوب الأكثر قابلية للإستخدام لدراسة بعض المشكلات والظواهر التي تتصل بالإنسان ومواقفه وآرائه ووجهات نظره في علاقته بالإعلام ووسائله⁽³⁾.

ومن أهم أهداف البحوث الوصفية هو كشف الخلفية النظرية لموضوعات البحوث

(1) محمد الأمين موافي، الإذاعات المحلية الفضاء الآخر، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد4، 2004، ص:26.

(2) ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، دار مجدلاوي، الأردن، 1982، ص:183.

(3) محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2002، ص:82.

وتمهيد الطريق أمام إجراء المزيد منها، وجمع المعلومات والبيانات عن الظواهر والوقائع التي يقوم الباحث بدراستها لاستخلاص دلالاتها مما يفيد وضع تعميمات عن الظاهرة محل الدراسة⁽¹⁾. كما تهدف إلى توضيح خصائص أي ظاهرة، وسرعة ظهورها أو تكرارها⁽²⁾. وينبغي ألا تقتصر البحوث الوصفية على مجرد جمع البيانات بل يجب أن تمتد أبعد من ذلك إلى تقسيمها وتحليلها وتصنيفها وتفسيرها⁽³⁾.

المبحث التاسع: أدوات تحليل البيانات

سوف أستخدم في هذه الدراسة في شقها التحليلي أداة تحليل المضمون أو المحتوى لمعرفة مضمون البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية، وذلك لأن تحليل المضمون هو الأداة الأنسب لمعرفة نوع البرامج الدينية وكيفية عرضها. ذلك لأن تحليل محتوى الإعلام هو المنهج المناسب لوصف وتحليل نظام المعلومات في وسائل الإعلام بكافة عناصره ابتداء من وصف المحتوى ودلالاته وارتباطاته المتعددة بالإتجاهات المختلفة للنشر والإذاعة⁽⁴⁾. ويستهدف تحليل المحتوى معرفة سمات المضمون وغاية مادة الاتصال وآثاره⁽⁵⁾.

وتستخدم طريقة تحليل المضمون في تحليل المادة التي تقدمها وسائل الاتصال المختلفة مثل الأفلام وبرامج الراديو والتلفزيون، ومثل عدد ونوع الإعلانات في الإذاعة المسموعة أو المرئية أو في الأوعية المطبوعة كالكتب والصحف والمجلات، وغيرها من المجالات البحثية الأخرى⁽⁶⁾. فهي وسيلة لجمع بيانات كمية وموضوعية عن محتوى هذه الوسائل، وهي أداة حديثة تمكّننا من أن نعبر عن الظواهر والأحداث والكتابات التاريخية تعبيراً كمياً، من الممكن أن نتناوله تناولاً إحصائياً أو بواسطة الحسابات الإلكترونية؛ كما تمدّنا ببيانات عن عناصر الخطاب أو الرسالة،

(1) علي عبد المعطي محمد، والسرياقوسي، أساليب البحث العلمي، مكتبة الفلاح، ط1، الكويت، 1988، ص: 134-135.

(2) أ. لارامي، ب. فالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية، تر: فضيل دليو وآخرون، مخبر علم اجتماع الإعلام للبحث والترجمة، قسنطينة، 2004، ص: 241.

(3) مروان عبد الحميد إبراهيم، أسس البحث العلمي، مؤسسة الوراق، ط1، عمان، الأردن، 2000، ص: 40.

(4) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص: 213.

(5) عواطف عبد الرحمن وأخريات، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، دار الثقافة، القاهرة، 1986، ص: 10.

(6) أحمد بدر، مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص: 30.

وأعني المرسل والمرسل إليه أو المخاطب أو المستقبل، ومحتوى الخطاب أو الرسالة أو نصّها، ووسيلة الإرسال أو كيفية الاتصال، وظروف إرسالها، والأثر المتوقع للرسالة. وتمتاز بحوث تحليل المحتوى باعتمادها على التعبيرات الكمية والعدّ والأرقام في حساب تكرار كلمات معينة، وبعتمادها على مقاييس الإتجاه للتعرف على شدة الإتجاهات ومقدار التمسك بالقيم⁽¹⁾. وعليه فقد اشترك عدد كبير من الباحثين والكتّاب في تقديم تعريف إجرائي لتحليل المحتوى، وأهم هذه التعريفات هي⁽²⁾:

- تعريف برلسون: "إن تحليل المحتوى أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمضمون الظاهر لمادة من مواد الاتصال".

- تعريف كابلان: "يهدف تحليل المحتوى إلى التصنيف الكمي لمضمون معين، و ذلك في ضوء نظام للفئات صمّم ليعطي بيانات مناسبة لفروض محدودة خاصة بهذا المضمون".

- تعريف سمير محمد حسين: يخرج سمير حسين من هذه التعريفات جميعها بتعريف شامل لتحليل المضمون في ضوء استخداماته في مجال الدراسات الإعلامية. وهو التعريف الإجرائي الذي سوف أعتمده في دراستي هذه حيث يقول:

"تحليل المضمون هو أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمه الباحثون في مجالات بحثية متنوعة، وعلى الأخص في علم الإعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون، تلبية للإحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث، أو فروضه الأساسية، طبقاً للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك، إما في وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس السلوك الإتصالي العلني للقائمين بالاتصال، أو لاكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تتبع منها الرسالة الإعلامية، وللتعرف على مقاصد القائمين بالاتصال من خلال الكلمات والجمل والرموز والصور وكافة الأساليب التعبيرية شكلاً ومضموناً، والتي يعبر بها القائمون بالاتصال عن أفكارهم ومفاهيمهم و ذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منتظمة، ووفق أسس منهجية ومعايير موضوعية، وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات

(1) علي عبد المعطي محمد، ومحمد السرياقوسي، مرجع سابق، ص: 461-462.

(2) رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية مفهومه أسسه استخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص: 24.

وتبويبها وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية"⁽¹⁾.

وما دام تحليل المضمون يسعى إلى وصف عناصر المضمون وصفا كميا، فمن الضروري تقسيم هذا المضمون إلى فئات ووحدات، لذلك نجد تحليل المضمون ينقسم إلى قسمين:

أ- فئات التحليل:

يراعي المصدر أو المرسل وهو بصدد إعداد الرسالة الإعلامية للنشر أو الإذاعة جانبيين حتى يتحقق للرسالة التأثير المستهدف، فهو أولا يهتم بالمعاني والأفكار التي تضمها الرسالة، وثانيا بالشكل أو الإطار أو القالب الذي سوف تقدم فيه هذه الرسالة لتحقيق أهداف النشر أو البث والإذاعة.

وعلى هذا فإن تراث تحليل المحتوى اهتم بالترفة بين هذين الجانبين لتحديد أنواع الفئات الشائع استخدامها في بحوث تحليل المحتوى، حيث يتم التفرقة بين المادة التي تحتويها الرسالة والشكل الذي تقدم به، إذ يثار عادة سؤالان قبل بداية التحليل واختيار الفئات.

السؤال الأول ماذا كتب؟ أو ماذا قيل؟، وإجابة هذا السؤال تتناول مادة المحتوى والأفكار والمعاني التي يحتويها.

والسؤال الثاني هو كيف كتب أو قيل؟، وتتناول إجابته الشكل الذي يقدم به المحتوى من خلال الوسيلة الإعلامية⁽²⁾.

وعليه فإن الفئات التي تجيب على السؤال ماذا قيل؟ هي فئة الموضوع، فئة الاتجاه، فئة المعايير، فئة القيم، فئة طرق تحقيق الأهداف، فئة السمات، فئة المصدر...

أما الفئات التي تجيب على السؤال كيف قيل؟ فهي فئة شكل أو نمط النشر أو الإذاعة، فئة شكل العبارة أو الموضوع، فئة الشدة أو الكثافة في الاتجاهات، فئة وسيلة الإقناع...

ب- وحدات التحليل:

يمكن تعريف وحدات التحليل بأنها وحدات المحتوى التي يمكن إخضاعها للعدّ والقياس بسهولة، ويعطي وجودها أو غيابها وتكرارها أو إبرازها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية.

وتوجد خمس وحدات أساسية للتحليل النهائي للرموز اللفظية في أسلوب تحليل المحتوى، وهي وحدة الكلمة، ووحدة الموضوع، ووحدة الشخصية، ووحدة المفردة، ووحدة مقياس

(1) المرجع نفسه، ص: 24.

(2) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979، ص: 119 - 120.

المساحة والزمن⁽¹⁾.

المبحث العاشر: مجتمع الدراسة

ينحصر مجتمع الدراسة في دراستي هذه في البرامج الدينية التي تبثها إذاعة جيجل الجهوية.

المبحث الحادي عشر: عينة الدراسة

يسمح نظام العينات للباحث باستنتاج خصائص عدد كبير جدا من المفردات من خلال الاتصال المباشر مع عدد صغير منها، والتي يجب أن تختار بعناية شديدة بحيث تكون مماثلة في خصائصها لمجموع المفردات إلى مدى بعيد. ولما كان من العسير بل من المستحيل في كثير من الأحيان القيام بالبحث على جميع مفردات المجتمع الأصلي، لذا فإن اختيار العينات لتمثيل هذا المجتمع أمر مرغوب فيه.

وسوف أستخدم في هذه الدراسة العينة الدائرية أو الدورية المنتظمة، وهي تعتبر من أنواع العينة العشوائية، ويطبّق هذا الأسلوب عادة عند إجراء دراسة على الصحف اليومية أو البرامج الإذاعية، وفيه يحدّد الباحث فترة صناعية كأن تكون أسبوعا أو شهرا أو غيرهما، ثم يستخدم التقويم السنوي مرتبا أيام المجتمع الأصلي الذي يختار منه عينته ثم ينتقي الأيام التي تشكل عينة البحث⁽²⁾.

ومن أهم مزايا العينة الدائرية:

- إعطاء فرصة متساوية لجميع أيام الصدور أو الإرسال للتمثيل في العينة وضمان عدم سقوط أي يوم منها يترتب عليه كثيرا من النتائج.

- تمثيل كل الأعداد في أيام الصدور أو البرامج في أيام وساعات الإرسال على مواد الأسبوع يمكن من تحقيق المقارنة المنهجية السليمة بين الفترات وبعضها لثبات العامل الخاص باختيار العينة.

وسوف أتبع هذا الأسلوب للحصول على عينة الدراسة، وذلك أولا باختيار دورة إذاعية كاملة تشتمل على ثلاثة أشهر، وقد قمت باختيار شهر جويلية، أوت، وسبتمبر من سنة 2007. و بعد ذلك يتمّ بناء الأسبوع الصناعي لكل حصة منفردة على النحو التالي:

(1) عبد الله بوجلال، "مناهج البحث في الاتصال الدعوي"، (محاضرات السنة الجامعية 2006/2007).

(2) رشدي طعيمة، المرجع السابق، ص: 139.

أ- حصة فتاوى على الهواء:

وهي حصة أسبوعية كل يوم جمعة لمدة 60 دقيقة.
ويكون بناء الأسبوع الصناعي لحصة فتاوى على الهواء على أساس الحصر الشامل وليس على أساس العينة نظرا لاختلاف هذه الحصة عن الحصص اليومية الأخرى من حيث دورية الظهور والبت، وبالتالي فهي لا تخضع للمعاينة بل للحصر الشامل.

ب- حصة حديث الصباح:

وهي حصة يومية لمدة 10 دقائق.
ما دامت الحصة يومية فإن اختيار العينة سوف يكون كالأتي: السبت من الأسبوع الأول من الشهر الأول، ثم الأحد من الأسبوع الثاني من الشهر الثاني... وهكذا حتى يشمل الإختيار كل أيام الأسبوع من الأشهر الثلاثة بانتظام حتى الحصول على عدد الحصص المطلوب للتحليل.

ج- حصة سلوكيات حضارية:

وهي حصة يومية لمدة 5 إلى 10 دقائق.
يكون اختيار العينة كالأتي: السبت من الأسبوع الأول من الشهر الأول، ثم الأحد من الأسبوع الثاني من الشهر الثاني... وهكذا.
وبهذا يتم حصر جميع إجراءات الإطار المنهجي لهذه الدراسة لأنتقل في الفصل الثاني للحديث عن الجوانب النظرية ذات الصلة بموضوع البحث.

الفصل الثاني

البرامج الدينية في وسائل الإعلام

المبحث الأول: المحتوى الديني في وسائل الإعلام

المطلب الأول: تعريف البرامج الدينية

المطلب الثاني: الإعلام الديني

المطلب الثالث: أهمية البرامج الدينية في وسائل الإعلام

المطلب الرابع: حاجة المجتمع الإسلامي للبرامج الدينية في وسائل الإعلام

المطلب الخامس: أهداف البرامج الدينية في وسائل الإعلام

المطلب السادس: صور البرامج الدينية في وسائل الإعلام

المبحث الثاني: الخطاب الديني في وسائل الإعلام

المطلب الأول: تعريف الخطاب الديني

المطلب الثاني: محتوى الخطاب الديني

المطلب الثالث: أهداف الخطاب الديني

المطلب الرابع: علاقة الخطاب الديني بالخطاب الإعلامي

المبحث الثالث: البرامج الدينية في وسائل الإعلام بين الواقع والطموح

المطلب الأول: واقع البرامج الدينية في وسائل الإعلام

المطلب الثاني: كيفية التخطيط لتطوير البرامج الدينية في وسائل الإعلام

الفصل الثاني: البرامج الدينية في وسائل الإعلام

يعتبر هذا الفصل كمدخل يمهد للفصول الموالية، أتناول فيه مسألة البرامج الدينية في وسائل الإعلام السمعية منها والبصرية بصفة عامة وذلك من خلال بيان مفهوم هذه البرامج، وما هي المضامين الدينية التي تبث عبر هذه الوسائل، ومدى تبنيها لنظرية الإعلام الإسلامي والتزامها بقواعد الاتصال الدعوي، وما هو الخطاب الديني الدعوي السائد في هذه البرامج، وما هو واقعها وما يمكن أن تكون عليه في المستقبل. هذا ما سوف أتناوله من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: المحتوى الديني في وسائل الإعلام

المطلب الأول: تعريف البرامج الدينية

كلمة "البرامج الدينية" مصطلح مركب من كلمتين تركيباً إضافياً، وقبل تعريف هذا المصطلح المركب لابد أولاً من تعريف كلمة "البرامج".

- تعريف البرنامج لغة:

- البرامج جمع مفردة برنامج، والبرنامج كلمة فارسية معرّبة⁽¹⁾، وهو يأتي بمعنى:
- الورقة الجامعة للحساب، أو التي يرسم فيها ما يحمل من بلد إلى بلد من أمتعة التجار وسلعهم، والنسخة التي يكتب فيها المحدث أسماء رواته وأسانيده⁽²⁾.
 - جدول أعمال Agenda, Schedule⁽³⁾.
 - نشرة تحدد شروط العمل أو وقائع الحفلات⁽⁴⁾، أو شروط المباريات.
 - خطة يخططها المرء لعمل يريد⁽⁵⁾.

(1) سعيد الخوري، أقرب الموارد في فصح العربية والشوارد، منشورات مكتبة آية الله العظمى المرعشي النجفي، قم، إيران، 1403 هـ، ص: 28.

(2) مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط4، القاهرة، مصر، 2004، ص: 52.

(3) "قاموس المعاني"، عن موقع www.almaany.com، ت.د: 2008/12/25.

(4) يوسف محمد البقاعي، قاموس الطلاب "عربي - عربي"، دار المعرفة، الدار البيضاء، المغرب، ص: 107.

(5) علي بن الحسن الهنائي الأزدي، المنجد في اللغة والإعلام، دار الشروق، ط42، بيروت، 2007، ص: 36.

- تعريف البرنامج اصطلاحاً:

هناك تعريفات كثيرة لكلمة "البرنامج" أورد بعضها فيما يلي:

- الخطة المرسومة لعمل ما كبرنامج الدرس والإذاعة⁽¹⁾.

- عبارة عن خطط تنفذ من قبل الفرد أو مجموعة أفراد في فترة زمنية محددة لتحقيق أهداف معينة⁽²⁾.

- عبارة عن مجموعة من الفقرات المتتقة يتولى وصفه مخرجو التنفيذ ويعتبر بمثابة دستور العمل الذي تلتزم به جميع الأقسام والإدارات الفنية والهندسية ووحدات التشغيل والإنتاج، ويتضمن بالإضافة إلى أسماء البرامج ومواقيت إذاعتها بدقة، أسماء المشتركين الرئيسيين فيها والمخرجين والمنتجين، وجميع التفاصيل الفنية المطلوبة كأرقام التسجيلات وأنواع الشرائط والأفلام المستخدمة وضرورة شغل الفراغات الزمنية الطارئة التي قد تنشأ بين برنامج وآخر، وتلتزم بهذا البرنامج أقسام الإنتاج المختلفة وتقوم بتسليم الفقرات أو البرنامج الذي تقدمه إلى غرفة العرض أو شرائط الفيديو أو الأفلام لفترة كافية لمراجعتها واختبارها وتقرير مدى صلاحيتها⁽³⁾.

- البرنامج هو صيغة إذاعية مسموعة أو مرئية في مدة زمنية دورية (يومية أو أسبوعية) تعالج موضوعاً معيناً، وتختلف تلك الصيغة حسب الشكل والمضمون والمتلقي⁽⁴⁾.

ويعتبر هذا التعريف الأخير أفضل هذه التعاريف وأنا أميل إليه وأعتمده في دراستي هذه.

وبعد تعريف كلمة "البرامج" منفردة، أنتقل الآن إلى تعريف الكلمتين المركبتين "البرامج

الدينية" وذلك فيما يلي:

- تعريف "البرامج الدينية":

وردت تعاريف كثيرة لمصطلح "البرامج الدينية" أذكر بعضها فيما يلي:

- البرامج الدينية هي البرامج المتخصصة في تقديم المعلومات الدينية والثقافة الإسلامية والتي تقوم بالتوجيه الإسلامي، وليس معنى هذا أن البرامج الأخرى غير إسلامية، فالإذاعة وغيرها يجب عليها الإلتزام بالإسلام من افتتاحها إلى نهايتها، وما يوجد من تقسيم برامج دينية وغير دينية اقتضاه التخصص وممارسة المهنة، ومصطلح البرامج الدينية المقصود به البرامج الإسلامية

(1) مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، المرجع السابق، ص: 52.

(2) "كيف تضع برنامجاً ناجحاً للمدعوين"، عن موقع صيد الفوائد: www.saaaid.net ، ت.د: 2008/12/10.

(3) السعيد دراجي، مرجع سابق، ص: 72-73.

(4) محمد بن علي هندية، مرجع سابق، ص: 76.

ولكن المصطلح درج وشاع استعماله في الأوساط الإعلامية والإذاعية خصوصاً⁽¹⁾.

- البرامج الدينية هي أداة للتثقيف والتوجيه بالثقافة الدينية، ونشر الوعي الديني وشرح مبادئ الدين الإسلامي، وتحتوي على الأحاديث واللقاءات والندوات، وكذلك التمثيليات والمسلسلات، وذلك بغرض التوعية والتوجيه⁽²⁾.

- أي برنامج يكون دينياً بمعنى تكون مرجعيته هي المرجعية الدينية والأخلاقية والقيمية والسلوكية سواء كان هذا البرنامج منوعات، أو برنامج أطفال أو سياسي أو حتى مسلسل، ويتناول البرنامج الديني مختلف القضايا سواء كانت سياسية أم اقتصادية أم فكرية فهي دائرة اهتمامه وهو الأقرب لطلحها كالنظرة الإسلامية للمال أو الديمقراطية والشورى وغيرها⁽³⁾.

- البرامج الدينية هي التي مدار البرامج فيها هو الدين الإسلامي، ومحتويات تلك البرامج وعظ ديني وتفسير للقرآن الكريم ولقاءات وندوات تتصل بالدين الإسلامي وبعرض قضايا الوجود الإسلامي المعاصر⁽⁴⁾.

- وهناك تعريف راجح ودقيق خلصت إليه ندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج وهو: "النشاط الإعلامي المتخصص في علوم الدين في إطار الإعلام العام الملتزم بالإسلام"⁽⁵⁾.

المطلب الثاني: الإعلام الديني

أولاً: تعريف الإعلام الديني (الإسلامي)

كثير من الكتاب والباحثين والإعلاميين يستعملون مصطلحات الإعلام الديني، والإعلام الإسلامي، والاتصال الدعوي، والبرامج أو الحصص أو الفقرات الدينية، التي لا شك أن جميعها تتناول موضوعات وقضايا تتعلق بالدين الإسلامي، لا يفرقون في أحيان كثيرة فيما بينها نظراً

(1) عادل عبد الله الفلاح، البرامج الإسلامية في الإذاعة الكويتية، دراسة ميدانية لاستطلاع أثر البرامج الإسلامية في جمهور المستمعين، رسالة دكتوراه، جامعة محمد بن سعود الإسلامية، المعهد العالي للدعوة الإسلامية، المدينة المنورة، السعودية، 1987، ص: ب.

(2) السعيد دراجي، مرجع سابق، ص: 76.

(3) أحمد فراج، "المرجعية الإسلامية غائبة في برامجنا ومناقضة إذا ظهرت"، حوار: مصطفى عمارة، جريدة الزمان، العدد 788، السنة 17، 2002/03/03، عن موقع أسمار: www.asmar.net، ت.د: 2010/01/10.

(4) سعيد بن سعيد العلوي، "الإعلام الديني والفضائيات الإسلامية"، عن موقع المؤتمر: www.almotamar.net، ت.د: 2008/11/25.

(5) سيد محمد سادتي، البرامج الإعلامية بين الواقع والأمل، دار عالم الكتب، ط1، الرياض، 1407هـ، ص: 8.

لوجود تداخل كبير في معانيها، ودون الخوض في الإشكال القائم لدى الباحثين في مصطلح الإعلام الإسلامي وتسميته السائدة في العالم العربي والإسلامي والفرق بينه وبين الإعلام الديني، كما يقول أحد الباحثين في بيان هذا الفرق: "وهنا لا بد أن نُفرِّق بين أصل الموضوع (موضوع الإعلام الإسلامي) في جوهره وحقيقته من جانب، وبين صورته التي هو عليها من جانب آخر. ذلك أن المجتمع الإسلامي الذي يطبق الشريعة الإسلامية، مجتمع شمولي من حيث العقيدة، ومتكامل من حيث التنظيم. والإعلام فيه لا بد وأن يعكس شمول العقيدة وتكامل البناء الاجتماعي. ومن ثم فإن كل شيء فيه إسلامي، بدءاً من المرح والمزاح والتسلية حتى مواجهة الموت والكوارث. و الإعلام في هذه الحالة إسلامي في صدق أخباره، وإسلامي في تعليمه، وإسلامي في شرح الأخبار وتفسيرها، وهكذا.. أما المجتمع الذي يطبق من الشريعة شيئاً ويترك أشياء، أو يتحايل في تطبيقها بالمخالفة، أو المنع، أو الإلتفاف، وهو بالرغم من ذلك يُسمى نفسه مجتمعاً إسلامياً، أو هو بحكم تعداد السكان المسلمين فيه، يتحتم علينا أن نضع الإعلام الإسلامي في مثل تلك المجتمعات ضمن الإعلام المتخصص وليس الإعلام العام"⁽¹⁾.

وفي اعتقادي أن الإعلام الإسلامي هو إعلام ديني وأن الإعلام الديني هو إعلام إسلامي، فهو شيء واحد في نظري لا فرق بينهما من الناحية العملية والواقعية بغض النظر عن التخصص، والإطار الجغرافي، والنظرة التاريخية لهذا الإعلام، وهذا ما أعتمده في دراستي هذه. وسوف أسوق جملة من التعريفات لهذا الإعلام لنزيده إيضاحاً وذلك كما يلي:

- يقول عبد القادر طاش: "والحق أن الإعلام الإسلامي ليس مرتبطاً بفترة زمنية، وليس محدوداً ببقعة مكانية محدودة، بل هو منهج يتجاوز حدود الزمان والمكان، ويحمل في طياته بذور الملاءمة لكل زمان ومكان. أما النظرة الواقعية التحريضية للإعلام الإسلامي، فهي نظرة مجحفة، غير منطقية، وهي مثل سابقتها تحجّم هذا الإعلام، وتفصله عن الواقع، وتخصّص له جزءاً محدوداً من النشاط الإعلامي الحافل. وهذه النظرة ذات أثر خطير في حياة المسلمين، لأنها تفصل الإعلام بنشاطاته الواسعة وممارساته المتنوعة، عن المهدي الإسلامي، وتكتفي بتحكيم الإسلام في جزءٍ من النشاط الإعلامي، ثم لا تبالي أن يناقض الإعلام مبادئ الإسلام وأخلاقه ويتعدى حدوده وضوابطه في الأجزاء الأخرى التي يطلق عليها (الإعلام العام)، وكأن هذا المفهوم

⁽¹⁾ محمد سيد محمد، الإعلام الإسلامي والتحدي الحضاري المعاصر، مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، سلسلة كتاب الأمة، العدد 28، عن موقع الشبكة الإسلامية: www.islamweb.net، ت.د: 2008/12/10، ص: 89.

يقترّب من المفهوم الغربي العلماني في فصل الدين عن الحياة، واعتبار الدين شأنًا فردياً وعتيدة مكنونة، يخصّص له جزء من النشاط الإنساني، ولا سلطان له على الواقع، ولا هيمنة له على الحياة الاجتماعية ونشاطاتها العامة".

ثم يواصل ويقول: "إنّ المفهوم البديل، بل المفهوم الحقّ للإعلام الإسلامي هو المفهوم المنهجي، الذي لا يجعل مقاييس إسلامية الإعلام مبنية على أساس الحدود الجغرافية والمكانية، أو الوضعية التاريخية المحدودة، أو الممارسة الواقعية الخاطئة للإعلام في الحياة، بل يبيّن تلك المقاييس والمعايير على أساس المنطلقات الرئيسة والأطر الفكرية والاجتماعية والإنسانية المنبثقة من روح الإسلام وتصورات الكليّة وقيمه السامية، وعلى أساس الضوابط الشرعية التي ينبغي أن يسير الإعلام على هدي منها، ويلتزم بها في نشاطاته المختلفة وممارساته الواقعية. إن الإعلام الإسلامي - بهذا المفهوم المنهجي - روح تسري في النشاط الإعلامي كله، تصوغه، وتحركه وتوجهه منذ أن يكون فكرةً إلى أن يغدو عملاً منتجاً متكاملًا، مقروءاً كان أو مسموعاً أو مرئيًا. وبذلك يصبح الإعلام الإسلامي منهجاً قويمًا تسير وفقه جميع النشاطات الإعلامية في كافة الوسائل والقنوات دون أن يجيد نشاط واحد منها عن الطريق، أو يتناقض مع النشاطات الأخرى سواء في الوسيلة الواحدة أو الوسائل المتعددة"⁽¹⁾.

- يعرفه محي الدين عبد الحليم: "بأنه تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خلال وسيلة إعلامية عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويترجمها إلى واقع في سلوكه ومعاملاته"⁽²⁾.

- ويعرفه عبد الوهاب كحيل: "هو استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون عالمون عاملون بدينهم متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المختصرة والأخبار الحديثة والقيم الأخلاقية والمبادئ والمثل للمسلمين وغير المسلمين في كل زمان ومكان وفي إطار الموضوعية التامة بهدف

⁽¹⁾ عبد القادر طاش، إضاءات حول الإعلام الإسلامي، مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، سلسلة كتاب الأمة، العدد

28، عن موقع الشبكة الإسلامية: www.islamweb.net، ت.د: 2008/12/11، ص: 33-34.

⁽²⁾ محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مكتبة الخانجي، ط2، القاهرة، 1984، ص: 38.

التوجيه والتوعية والإرشاد وإحداث التأثير المطلوب والتعرف على مدى التأثير أولاً بأول⁽¹⁾.
- ويعرفه ميسر سهيل: "الإعلام الذي يخاطب الجماهير عامة من خلال العمليات الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية عبر مختلف وسائل الإعلام ومستجداته المتطورة ضمن منهج قواعد التقويم للإعلام الإسلامي"⁽²⁾.

وكتعليق سريع على هذه التعاريف نجد أن منها ما يحصر الإعلام الإسلامي ضمن الدعوة إلى الله والتعريف بالإسلام ومنهجه في الإرشاد والتوجيه متأثرة بتعريفات الإعلام بالمعنى العام، وهي في غالبها مقتبسة مما كتبه أساتذة الاتصال والإعلام الغربيون، وربما يعود ذلك إلى حداثة الكتابة عن الإعلام الإسلامي. ومنها ما جاء أكثر شمولية لأمر أهمها أن يكون المحتوى الإعلامي مقيداً بالمنهج الإسلامي كما تؤكد على أهلية رجل الإعلام الذي يقدم المضمون بأسلوب فني وجذاب ليخاطب الجماهير بصفة عامة بغض النظر عن توجههم الفكري والديني.
التعريف المختار:

الإعلام الإسلامي هو عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي وتؤدي جميع وظائفه المثلى، الإخبارية والإرشادية والترويجية على المستوى الوطني والدولي والعالمي، وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها وفيما يصدر عنا من رسائل و مواد إعلامية وثقافية وترويجية وتعتمد على الإعلاميين الملتزمين بالإسلام قولاً وعملاً، وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة والعامة⁽³⁾.

فالإعلام الإسلامي أو الديني ليس إعلاماً مختلفاً في أساليبه أو موضوعه أو فنونه المتنوعة عن الإعلام المعاصر، لكنّه ذو صبغة خاصّة مستمدّة من روح الشريعة الإسلامية لتظهر في جوهره ومحتواه وشكله وكل ما يصدر عنه حتى يكون معبراً عن قيم المجتمع الإسلامي وأصالته وتراثه الفكري والعقائدي.

وبذلك تنطلق العملية الإعلامية الإسلامية لتحقيق هدف محدد واضح ومتكامل ولتشمل الإخبار الصادق والتثقيف والتعليم والتسلية والإمتاع وفق قواعد تحدد وجهة هذه المسيرة هي

(1) عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، عالم الكتب، ط1، بيروت، 1985، ص: 29.

(2) ميسر سهيل، "تعريف الإعلام الإسلامي"، عن موقع الفاتح: www.alfatihonline.com ، ت.د: 2009/01/15.

(3) "المراد بالإعلام الإسلامي"، عن موقع مفكرة الإسلام: www.islammemo.cc، تحديث: 2002/09/19، ت.د: 2009/01/20.

قواعد التقويم للإعلام الإسلامي ولا بد من التأكيد على أنّ الدعوة الإسلامية منذ نشوئها استخدمت الوسائل الإعلامية المتاحة لتبليغ دين الله الحنيف بلاغاً مبيناً ومن البلاغ المبين أنّه دين شامل لشؤون الحياة الروحية والمادية انسجاماً مع ثنائية هذا المخلوق المكلف المنتمي بمادّيته إلى الأرض والمنتهي بروحانيّته إلى العالم الأسمى.

ثانياً: خصائص الإعلام الديني

يتميز الإعلام الديني أو الإسلامي بخصائص كثيرة يمكن إيجازها في النقاط التالية:

1- إعلام عالمي:

من خصائص الإعلام الإسلامي أنه عالمي التوجّه، لأن الدعوة التي يخدمها هي دعوة عالمية، فهو لا يصطدم بالحواجز الإقليمية أو القومية أو الدولية ليرتدّ إلى أصحابه، بل يتخطاها ولا يعترف بوجودها. فالإعلام الإسلامي يتوجه إلى كافة البشر لأنه يسعى لتحرير الإنسانية من ربقة الأهواء والظلم. فالإسلام لم يأت لطائفة معينة أو لجنس خاص من الناس، وإنما أتى للناس جميعاً، قال تعالى: ﴿وما أرسلناك إلا كافةً للناس بشيراً ونذيراً﴾ [سبأ، الآية: 28]، فالدعوة الإسلامية دعوة عمومية تشمل جميع الناس وعموم البشر في كل زمان ومكان، حتى يرث الله الأرض ومن عليها لأنّها خاتمة الرسالات. فمن واجب الإعلام الإسلامي أن يستثمر التكنولوجيا الحديثة والمخترعات الجديدة لخدمة الدعوة إلى الله، فهذا المنبر الجديد العالمي يعطي الدعوة الإسلامية فرصة مواتية لتحقيق عالميتها وإبلاغ جميع أرجاء المعمورة⁽¹⁾.

فلا بد من إعداد العدة لانطلاق صوت الإسلام في إذاعة مسموعة أولاً ثم مرئية من بعد تصل إلى كل مكان في العالم، بحيث تكون الإذاعة الأولى في العالم من حيث القدرة على مخاطبة المستمعين والمشاهدين باللغات العالمية الرئيسية والذائعة، توفر لها الخدمات الفكرية والثقافية والإرشاد في أمور الحياة اليومية، هدياً للنفوس الحائرة وإنقاذاً لها من ضياع لا ينتهي بها إلى غير الضلال والانحراف، ولبثّ روح الألفة وإشاعة التعاون والإنسجام بين سائر المسلمين وإزالة الغربة فيما بينهم⁽²⁾.

(1) فيصل حسون، الإعلام الإسلامي وسبل تطويره وإصلاحه، أحد بحوث اللقاء الثالث للندوة العالمية للشباب الإسلامي المنعقد في الرياض شوال 1396هـ - أكتوبر 1976م الذي نشر في كتاب: "الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية بين النظرية والتطبيق"، ط1، منشورات الندوة العالمية للشباب الإسلامي، الرياض، السعودية، 1399هـ، ص: 466.

(2) محمود إبراهيم شلبية، السياسات الاتصالية والإعلامية في العالم الإسلامي، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة - إيسيسكو، 2000، عن موقع المنظمة: www.isesco.org ، ت.د: 2009/02/03، ص: 88.

2- إعلام عقائدي:

ويرتبط ذلك بكون الإعلام الإسلامي يجب أن يعكس جوانب العقيدة الإسلامية في كافة جوانبها، وأن تكون نظرية الإعلام الإسلامي وفلسفته ميدانا لعكس تصورات العقيدة الإسلامية بشكل عام. ويعدّ التزام الإعلامي المسلم بثوابت وتفصيلات العقيدة الإسلامية ملزما له ومكلفا بالدفاع عنها ونشرها ما استطاع إلى ذلك سبيلا.

3- إعلام ملتزم:

الإعلام الإسلامي له آدابه وأخلاقياته، وهو ملتزم بالقيم الإسلامية التي تستهدف بناء الشخصية الإنسانية المتوازنة، وبناء المجتمع الإسلامي الفاضل المتمسك بالخير والتسامح والعدل والإحسان والعفة والطهارة. أما تلك الصحف والمجلات والإذاعات التي تسهب في ذكر مثالب الناس وتتشدد بنشر عوراتهم وعيوبهم، والإعتداء على حياتهم الخاصة، والتجسس على بيوتهم، والتفنن في اختلاس الصور لهم، فإنها تخالف قيم الإعلام الإسلامي. والإعلام الإسلامي يترفع عن قول الزور والإختلاق، وشهادة غير الحق، وينأى عن الثرثرة واللغو وما لا طائل تحته، ولا فائدة ترجى منه. ويأبى الإعلام الإسلامي التعريض والتشهير بالناس ويمتنع تماما عن السخرية منهم أو الهزاء بهم أو التهوين من شأنهم أو الإعتداء على كرامتهم أو حتى على مجرد خدشها تصريحاً أو تلميحاً. والإعلام الإسلامي يتوخى الدقة والموضوعية الأمينه، ويحرص على التأكد من الأنباء، والتثبت من دقتها، مؤثرا الجانب الأخلاقي على الجانب المادية الأخرى. فالإعلام الإسلامي المبني على التصور الإسلامي الصحيح للكون والحياة والإنسان يهتم بمعالجة الأخبار ونشر المعلومات وإجراء التحقيقات وتحليل الأحداث والتعليق عليها من منطلقات إسلامية مستهدفا تكوين رأي عام إسلامي رشيد منقاد لشريعة الله في طواعية وتقبل، وذلك باستخدام الأساليب الرفيعة والعبارات المشرقة والألفاظ المختارة بعيدا عن الإلتواء والخبث⁽¹⁾.

4- إعلام شامل:

والإعلام الإسلامي شامل يهتم بجميع شؤون الحياة وسلوك الإنسان لأن الإسلام دين يصنع جميع تصرفات المسلم ولا يمكن الزعم بأن ثمة أمورا خارجة عن نطاقه؛ لأن الدين يحكمه في كل شأن من شؤونه، فأحكام الإسلام ثابتة وشاملة لجميع شؤون العقيدة والإيمان والأخلاق وسائر أنواع العلاقات، كعلاقة الإنسان بخالقه وعلاقته بأسرته وبغيره من الأفراد،

(1) إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص: 50-51.

وكذلك التعامل مع غير المسلمين والعلاقات السياسية المختلفة، فالإعلام الإسلامي يتناول جميع العلاقات الإنسانية وعلاقة الإنسان بالكون، ويعنى بالمسائل السياسية والإقتصادية والإجتماعية والثقافية، ويهتم بالعلوم والآداب والفكر المتجدد في المجتمع الإسلامي...⁽¹⁾.

5- إعلام هادف:

الإعلام الإسلامي إعلام هادف وموجه لتحقيق هدف واحد وهو إعلاء كلمة الله...⁽²⁾.

ثالثاً: مصادر الإعلام الديني

المقصود بالمصادر هنا الأصول، حيث يعود الإعلام الديني في مصادره إلى مصادر التشريع في الإسلام لينهل من معينه الصافي في تشريعاته وقيمه وأخلاقه وآدابه، فيصطبغ هذا الإعلام به، وينضبط بضوابطه، ويقف عند حدوده، ومصادر التشريع في الإسلام كثيرة ومنها المتفق عليها والمختلف فيها، ومما ينبغي أن يعود إليه الإعلام الديني في مصادره وفي مقدمة ذلك ما يلي:

1- القرآن الكريم:

يعدُّ القرآن الكريم المصدر الأول للإعلام الإسلامي، والدعامة الأولى والرئيسية له، وأهم عوامل نجاح الرسالة الإعلامية الإسلامية، ذلك بما يتضمنه من أحكام، وتعاليم، وآداب، وأخلاق. فيلتزم الإعلام بكل ذلك، وكذلك كل شخص وكل مؤسسة إعلامية⁽³⁾. يقول محي الدين عبد الحلیم: "ذلك أن القرآن الكريم يحوي كل ما يهم المسلمين ويردّ على تساؤلاتهم، كما أنه ينظّم للرسول صلى الله عليه وسلم ودعاة المسلمين من بعده أساليب الدعوة ومجالاتها وجماهيرها"⁽⁴⁾، قال تعالى: ﴿ مَا فَرَطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ ﴾ [الأنعام، الآية: 38].

ومثال عناية القرآن الكريم بالإعلام قول الله سبحانه وتعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَيَّ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴾ [الحجرات، الآية: 6]، يقول أبو بكر جابر الجزائري في تفسيره لهذه الآية: "فالأخذ بمبدأ

(1) إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، المرجع السابق، ص: 52-53.

(2) محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي. المبادئ. النظرية. التطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2002، ص: 128.

(3) محمد موسى البر، الإعلام الإسلامي دراسة في المفاهيم والأصول والخصائص، ملف وورد، عن موقع ملتقى أهل الحديث: www.ahlalsharq.com ، ت.د: 17/02/2009، ص: 11.

(4) محي الدين عبد الحلیم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مرجع سابق، ص: 169.

التثبت والتبيين عند سماع خبر من شخص لم يعرف بالتقوى والإستقامة الكاملة والعدالة التامة واجب صوتاً لكرامة الأفراد وحماية لأرواحهم وأموالهم"⁽¹⁾، فهنا تبين الآية معيار كينونة النبأ أو "الخبر" حيث تبين شروطه وهي "الصدق والتثبت في نشره وإيداعه"، وبذلك يكون المنهج السليم في التعامل الإعلامي ما بين الناس في المجتمع الواحد أو مع باقي المجتمعات⁽²⁾.

بالنسبة لهذا المصدر؛ فإنه يجعل الرسالة الإعلامية في الإسلام تتسم بالثبات، حيث إن مصدرها الله رب العالمين، بخلاف رسالة الإعلاميين الأخرى، ولذلك فإن دور القائمين بالاتصال هو مجرد نقل وتبليغ الرسالة دون أية إضافة أو تحريف، ولذلك يجب أن يكونوا على أعلى درجات الصدق والحذر واليقظة التامة.

وبالنسبة للإعلام الإسلامي؛ لا يكون الإلتزام فقط بالقول، وإنما بالعمل أحياناً، ومن الضروري بيان وجوب هذا الإلتزام وحكمته وآثاره الطيبة من خلال وسائل الإعلام على اختلافها وتنوعها، وهذا هو المجال الأول بالنسبة للإعلام.

أمّا المجال الثاني؛ فهو ندب الناس إلى المثل الأعلى بعد التزامهم بالحد الأدنى أو ندب الناس إلى الفضل بعد أدائهم الحق أو التزامهم به أو ندب الناس إلى التوجيه بعد أدائهم التشريع والتزامهم به، ومن خلال مختلف الوسائل، وهو أمر لا يقدر عليه غير الإعلام.

أمّا المجال الثالث؛ فهو عرض القصص القرآني والمثل القرآني في حدود ما يسمح به الشرح، وذلك من خلال الوسائل والأساليب الملائمة، وهذا المجال إن أحسن استخدامه بغير خروج على القواعد فإنه يشغل الناس بالحق بدلاً من أن يشغلهم بالباطل، ويؤدي القصص والمثل القرآني دوراً مهماً في التربية وفي التوجيه، بل وفي التشريع⁽³⁾.

2- السنة النبوية:

تأتي السنة النبوية وأحاديث الرسول صلى الله عليه و سلم الشريفة بعد القرآن الكريم في

(1) جابر أبو بكر الجزائري، أيسر التفاسير لكلام العلي الكبير، ج5، مكتبة العلوم والحكم، ط5، المدينة المنورة، السعودية، 2003، ص: 125.

(2) هدى عكوشي، الإعلام الديني (الإسلامي) في الصحافة الجزائرية الأسبوعية الخاصة، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، قسنطينة، الجزائر، 2003/2002، ص: 11.

(3) علي جريشة، نحو إعلام إسلامي، إعلامنا إلى أين؟، دار الإرشاد للنشر والتوزيع، ط1، البليدة، الجزائر، 1990، ص: 89.

المرتبة و الأهمية، حيث تتضح أهميتها الإعلامية في أنها جاءت في مجملها تأكيدا وتفسيرا للمعاني التي وردت في القرآن الكريم⁽¹⁾، فكل حديث من أحاديث الرسول صلى الله عليه وسلم مادة قوية تصلح لكل عمل دعوي إعلامي، ينتقل فيه المسلمون عبر العصور من نظام إلى آخر إلا وأخذوا منها ما يتفق مع دعوتهم وفكرهم، ذلك أن الفرد المسلم لا يسمع حديثا من أحاديث النبي صلى الله عليه وسلم إلا وترك في نفسه من الأثر العميق ما لا تتركه وسيلة أخرى من وسائل الإعلام أو الإرشاد باستثناء القرآن الكريم⁽²⁾.

وقد أثبت التحليل الإعلامي لخطب الرسول صلى الله عليه وسلم ومراعاته الأسس الفنية لصياغة الرسالة أو الخطبة في شكل بليغ مقنع، مراعى فيه نفسية الإنسان العربي، فجمعت الخطب بين فصاحة اللفظ وجودة المعنى وحسن الأداء، وبلغت من البلاغة ذروتها ووصلت من الروعة إلى القمة؛ إنها من جوامع كلمه صلى الله عليه وسلم، فيها أخذ من القرآن أو وحي إليه من الرحمن⁽³⁾.

3- سيرة السلف الصالح:

ومن السلف الصالح، الذين جاءت أفعالهم وسيرتهم، امتثالاً للتوجيهات القرآنية والنبوية، وهم نماذج على أرفع المستويات في الإقتداء والتأسي.

4- استنباط الفقهاء:

يجب على رجال الإعلام إلى ما استنبطه العلماء والفقهاء من الأحكام الفقهية التي فهموها من أدلتها الشرعية التي أفردوا لها أبوابا كثيرة خاصة في كتبهم الفقهية، وذلك من أجل تصحيح مسيرة الإعلام وعدم تضليل الأمة بالأهواء⁽⁴⁾.

5- التجارب والقصص والإنتاج البشري:

والمقصود بالتجارب عرض وقائع وأحداث الذين سبقونا بالإيمان لأخذ العبرة وإعطاء

(1) محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مرجع سابق، ص: 169.

(2) عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة، 1978، ص: 61.

(3) سعيد بن علي ثابت، الجوانب الإعلامية في خطب الرسول صلى الله عليه وسلم، وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، ط1، السعودية، 1417هـ، ص: 107.

(4) علي رضوان أحمد الأسطل، الوفود في العهد المكي وأثرها الإعلامي، مكتبة المنار، ط1، الزرقاء، الأردن، 1404هـ/ 1984م، ص: 204.

القدوة، وكذلك ما وقع من القصص، وكل ما يمكن أن يقدم من إنتاج بشري في المجال الإعلامي⁽¹⁾.

رابعاً: أهداف الإعلام الديني

الإعلام الإسلامي له أهداف نذر نفسه لتحقيقها وأوقف إمكانياته على خدمتها وجنّد طاقاته لتبليغها⁽²⁾، حيث يهدف الإعلام الديني إلى خدمة الدين الإسلامي ومبادئه وأهدافه، ويساهم في إعداد المسلم إعداداً كاملاً، بذلك يكون الإعلام الديني الإسلامي أداة طيبة ومؤثرة للدعوة واستمراراً أميناً ودقيقاً لها وتعبيراً صادقاً عنها، فالإعلام مرحلة من مراحل الدعوة، المرحلة الأولى التي على أساسها يتحرك الوجدان ويقنع العقل ويتمّ الإيمان توطئة للإلتزام بالدين والعمل بقيمه⁽³⁾، وهو الجسور التي تعبر منها رسالة الإسلام إلى الناس، ويرجع إليه الفضل في انتشاره على هذه الرقعة الفسيحة من كوكب الأرض⁽⁴⁾.

يرى علي جريشة أن أهداف الإعلام الإسلامي هي⁽⁵⁾:

- تحقيق الشرعية الإسلامية التي ينبغي أن تصبغ المجتمع كله في عقيدته وعبادته وشرائعه وآدابه وأخلاقه، وأفراده وأسره، من خلال شرح الإسلام وتقديم القدوة الصالحة (من رجل الإعلام).
- مواكبة مرحلة الدعوة وذلك بتحقيق البلاغ لمن لا يعرف الدعوة أو يحتاج إلى التذكير بها، وتربية وتكوين الأفراد والأسر والمجتمع على الإلتزام بالإسلام والانتماء إليه والمحافظة عليه والعمل لإعلاء كلمة الله والشهادة على الناس.

- درء المفسدات التي يمكن أن ترد على الإعلام تصحيحاً إن لزم التصحيح وفضحاً وكشفاً لسوءاتها إن لزم الأمر ومنعاً من تسربها إلى وسائل إعلامنا المختلفة، ثم صرفاً للناس عن الإستماع إليها فضلاً عن الإستمتاع بها تتبعا لخطوات الشيطان.

ويذهب محمد عبده يماني إلى التفصيل أكثر عند الحديث عن أهداف الإعلام الإسلامي في هذا العصر حيث يقول أن مضمون الإعلام الإسلامي ينبغي أن يشتمل على مواد تهدف إلى أمور

(1) علي جريشة، مرجع سابق، ص: 89-90.

(2) سمير بن جميل راضي، الإعلام الإسلامي رسالة وهدف، دعوة الحق، رابطة العالم الإسلامي، مكة، العدد: 172، السنة: 15، ربيع الآخر 1417هـ، ص: 93.

(3) إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص: 38.

(4) محي الدين عبد الحليم، الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، (د.ت)، ص: 20.

(5) علي جريشة، مرجع سابق، ص: 81-83.

رئيسية وهي⁽¹⁾:

- ترسيخ القيم والمثل العليا المستمدة من الشريعة الإسلامية في قلوب وعقول أبناء الأمة الإسلامية خاصة الشباب من الجنسين.
- الدعوة إلى التمسك بالمبادئ والأهداف الإسلامية في مواجهة التيارات المادية الملحدة التي تسود العالم هذه الأيام.
- شرح الحقائق والمواقف التي تؤكد سماحة الإسلام واعتداله وتوسطه في الأمور بين التفريط والإفراط وحرصه على سعادة الإنسان.
- تأكيد مسؤولية الشباب في بناء المستقبل للمجتمع الإسلامي الذي يقوم على أساس الشريعة الإسلامية ويأخذ بأحدث منجزات العالم والتكنولوجيا العالمية.
- بيان أن الفطرة التي فطر الله الإنسان عليها هي فطرة طيبة خيرة، وإذا كانت النفس تجنح أحيانا إلى العكس فالأوامر الإسلامية والنواهي تستهدف تنمية الجوانب الخيرة وردع النزعات الشريرة أو إبدالها والتسامي فيها.
- دعوة المرأة إلى المساهمة في تحقيق المبادئ والمثل العليا المستمدة من الشريعة الإسلامية من خلال تربيتها لأولادها، وتنشئتهم التنشئة الصالحة على أساس من هذه الأهداف والمبادئ.
- إيضاح المسؤوليات الكبرى الملقاة على عاتق كل فرد من الأمة المسلمة تجاه غير المسلمين كداعية مكلف بالتبليغ والتثقيف والتوجيه والإرشاد ومسؤوليته في الوفاء بالعهد كقدوة حسنة في القول والفعل والسلوك.

ويقول أديب حضور: يسعى الإعلام الديني لتحقيق الوظائف التالية⁽²⁾:

- 1- تكوين النسق المعرفي الديني عن طريق نشر المعلومات والحقائق المتعلقة بالجوانب الدينية المختلفة.
- 2- تكوين النسق الفكري الديني عن طريق تحليل وتفسير القضايا والمسائل الدينية المختلفة.
- 3- تكوين النسق القيمي الديني عن طريق تأكيد وترويج وترسيخ المثل والقيم الأخلاقية الدينية.

⁽¹⁾ محمد عبده بمان، لمحات حول الإعلام الإسلامي، البحوث والدراسات المقدمة للمؤتمر العالمي الثالث للسيرة والسنة النبوية، ج7، منشورات المكتبة العصرية، صيدا، بيروت، 1401هـ-1981م، ص: 560-561.

⁽²⁾ أديب حضور، البرامج الدينية في البرجة الرمضانية العربية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد1، 2003، ص: 62.

4- ربط الدين بقضايا العصر عن طريق تقديم الرؤية الدينية لقضايا العصر وللمشكلات التي تواجه الإنسان المعاصر.

والإعلام الديني يسعى من خلال تحقيقه لهذه الأهداف وإنجازها لهذه الوظائف بشكل منسجم ومتكامل إلى الحفاظ على قوة حضور الدين في حياة الفرد والمجتمع، وإلى ضمان استمرار تطوير الموضوعات وأساليب المعالجة بشكل مواز للتطور الحاصل في المجتمع، والهدف الرئيسي من ذلك كله الإسهام في تكوين مواطن يعرف أمور دينه، ويفهم بعمق وشمولية المسائل الدينية، ويحمل القيم والأخلاق الدينية، ويسلك في المجتمع سلوكا لا يتناقض مع الرؤية الدينية⁽¹⁾.

خامسا: منهج الإعلام الديني

يقوم الإعلام الدعوي على أصول راسخة وقواعد ثابتة، لأنه يستقي منهجه من القرآن الكريم، ومن سنة النبي صلى الله عليه وسلم في الإعلام والتأثير. ويفضل هذا المنهج استطاعت رسالة الإسلام الانتشار على مساحة واسعة من كوكب الأرض، وتمكنت من التأثير في الجماهير التي تقطن فوق هذه الأجزاء من العالم شرقاً وغرباً، وبسطت نفوذها في العديد من الأماكن، وبين مختلف الفئات والطوائف التي اعتنقت الإسلام، وهذا يدل دلالة واضحة على القوة الذاتية الكامنة في هذا الدين الذي يستهوي كل من يقترب منه ويفهمه فهماً صحيحاً، ويفتح قلبه وعقله للتعرف على مبادئه وفهم جوهره. وإذا كانت الدعوة الإسلامية تبعث في رجالها الثقة بالنفس والقدرة على المواجهة، فإنها تهيب لهم المناخ الصحي الذي يمكنهم من تحقيق النجاح إذا التزموا بالمنهج الذي سار عليه إمام الدعوة صلى الله عليه وسلم في البلاغ والإقناع، وتزودوا بالمعطيات العلمية المعاصرة⁽²⁾.

إن المنهج الذي يجب أن يقوم عليه الإعلام الديني هو الذي بيّنه الله سبحانه وتعالى في كتابه العزيز وهو أن الدعوة لها طريق سوي يعتمد على الحكمة والموعظة الحسنة والجدل والتي هي أحسن، مع الإعراض عن الجاهلين وعدم الجهر بالسوء⁽³⁾، وذلك في قول الله سبحانه

(1) أديب حضور، المرجع السابق، ص: 62.

(2) محي الدين عبد الحلیم، إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية، سلسلة كتاب الأمة، العدد 64،

1419هـ، السنة 17، عن موقع الشبكة الإسلامية: www.islamweb.net ، ت.د: 2009/02/22، ص: 94.

(3) إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص: 41.

وتعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ [النحل، الآية: 125].

يقول سمير بن جميل راضي: "أن تكون الدعوة بالحكمة (والحكمة عبارة عن معرفة أفضل الأشياء بأفضل العلوم)، أي بالقول الحكيم والدليل الموضح للحق المزيح للشبهة، والدعوة بالحكمة تكون لمن يتأثر بالفعل والبرهان ويقتنع بالحقائق والوقائع، وبالحكمة أي بما ورد في القرآن من آيات وبراهين على وجود الله وعلى صحة دين الله. وأن تكون بالموعظة الحسنة أي بتذكير الناس بأيام الله وحكم الله وعبر الزمان لترقيق القلوب وكسب النفوس التي جبلت على الخير، والوعظ هو توضيح الخير من الشر عن طريق حوادث ووقائع تقع للناس فيأخذون منها العبرة والعظة وتكون الموعظة لأهل الشعور والقلب الرقيق والضمير الحي.

والمجادلة بالتي هي أحسن أي أن يتخير الإعلام أفضل طرق الجدل من ناحية المنطق والعلم والبرهان الساطع وأن يتحمل الداعية عنت المجادل ومخاصمته وأن يكون الهدف هداية المجادل وليس إحراجه أو تحقيره"⁽¹⁾.

ويقول عبد الكريم زيدان في شرح هذه الآية: "على الداعي أن يكون كلامه في الجدل والمناقشة بالحسنى وبالكلام الطيب والأدب الجمّ والتواضع والهدوء وعدم رفع الصوت وعدم إغاضة المقابل والإستهزاء به وليبق كلامه معه على مستواه العالي الرفيع الرقيق اللين المحبوب الخالي من الفظاظ والخشونة، ولكن فيه قوة الإقناع ووضوح الحق"⁽²⁾. و ذلك من أجل أن يتحقق للرسالة الإعلامية هدفها الإقناعي والتأثيري سواء على المستوى العقلي والإدراكي أو المستوى العاطفي والروحي"⁽³⁾.

ويقول محي الدين عبد الحليم: "تقوم الدعوة الإسلامية على أساس ثابت ومبدأ راسخ في إعلام الجماهير بها، ويعتمد هذا المبدأ على الكلمة الطيبة، والحكمة البالغة، من غير عصبية أو عنف، والحكمة تجعل الداعي إلى الله يقدر الأمور حق قدرها، كما تجعله ينظر ببصيرة المؤمن ليرى حاجة الناس فيعالجها بحسب ما يقتضيه الحال، وبذلك ينفذ إلى قلوب الناس من أوسع الأبواب، فتنتشر له صدورهم، ويرون فيه المنقذ لهم، الحريص على سعادتهم ورفاهيتهم وأمنهم

(1) سمير بن جميل راضي، مرجع سابق، ص: 94-95.

(2) عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة الإسلامية، مؤسسة الرسالة، ط3، بيروت، 1396هـ/1976م، ص: 460.

(3) هدى عكوشي، مرجع سابق، ص: 26.

ومستقبلهم. والموعظة الحسنة هي الكلمة الطيبة تخرج من فم الداعية لتصل إلى عقول الناس وقلوبهم، فيجدون فيها الخير والسعادة، وهي التي تحمل للناس البشري، وتأخذ بأيديهم إلى طريق الحق والصواب، ولا تسيء إلى أحد، ولا تعنف أحداً، وهي الكلمة الطيبة الرقيقة التي تلمس القلوب فترق لها، وتخالط النفوس فتهدئ لها وتفرح بها، وهي البلسم الشافي يداوي الجروح، ويخفف الآلام، ويشفي النفوس... وهكذا تكشف الدعوة الإسلامية عن سمو في منهجها، ورقى في خططها، ورفعة في خطابها، وسماحة في أسلوبها، ودقة في مضمونها، والتزام في إعلامها"⁽¹⁾.

المطلب الثالث: أهمية البرامج الدينية في وسائل الإعلام

لم نعد بحاجة إلى أن نؤكد على الأهمية البالغة والمكانة الكبيرة التي يحتلها الإعلام في المجتمع المعاصر، وذلك بعد أن أصبح النشاط الاتصالي جزءاً رئيساً من الحياة اليومية للأفراد والجماعات المختلفة، وشريان الحياة في المجتمع البشري، سواء في الأنظمة الديمقراطية أو الشمولية، في البيئات الزراعية أو الصناعية، في المجتمعات المتقدمة أو النامية، فلم يعد المرء يستطيع الحياة دون الاتصال مع غيره من الناس، ودون مواكبة ما يدور حوله من أحداث، سواء على الساحة المحلية أو العالمية. وفي غياب الاتصال بين الأفراد والجماعات الإنسانية، فإن العلاقات بينها تتجمد، ومعين الحياة فيها سوف ينضب، لأن الإنسان يمارس الاتصال في حياته اليومية بصورة تلقائية، منذ أن يستيقظ من نومه في الصباح وحتى يأوي إلى فراشه في المساء. ولو لم يسع المرء إلى وسائل الإعلام، فإن هذه الوسائل سوف تسعى إليه لتقدم له ما يدور حوله من أحداث، وما أفرزته الأدمغة البشرية من علوم ومعارف، لا سيما بعد أن فرضت التقنيات المعاصرة وثورة المعلومات نفسها عليه، وأعطته الفاعلية والقدرة على التغيير وتكوين الاتجاهات، فأصبح إنسان اليوم أسيراً لهذه الوسائل، تحاصره في كل وقت وفي كل زمان، فلا يستطيع الفكك منها أو الحياة بدونها، أي أن إنسان اليوم أصبح يعيش ثورة إعلامية تحاصره من مختلف الجهات، وبمختلف اللغات، ليلاً ونهاراً، تحاول أن ترسم له طريقاً جديداً لحياته، وأسلوباً معاصراً لنشاطه وعلاقاته"⁽²⁾.

⁽¹⁾ محي الدين عبد الحليم، إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية، مرجع سابق، ص: 103.

⁽²⁾ المرجع نفسه، ص: 31.

وفي العالم العربي تمثل البرامج الدينية صنفاً قارراً في الشبكة البرمجية الإذاعية والتلفزيونية، وهي تحتل مرتبة هامة من حيث حجم البث أسبوعياً وسنوياً إذا استثنينا البرامج الإخبارية والمضامين الدرامية التي تأتي في طليعة ما يبث، فإن البرامج الدينية تحتل المرتبة الرابعة عامة والثالثة في بعض القنوات الإذاعية والتلفزيونية سواء من حيث النسبة المئوية في البرمجة العامة أو المعدل العام لساعات البث يومياً وأسبوعياً وسنوياً⁽¹⁾، في عينة من إذاعات الدول العربية كان المعدل العام لحجم البث بالساعات في العديد منها يتجاوز الألف ساعة سنوياً في كل من إذاعة الأردن وقطر والمغرب^(*). مثل هذه الأرقام تؤكد منزلة البرامج الدينية في البرمجة العامة في الإذاعات العربية وهو ما ينسحب كذلك على القنوات التلفزيونية.

وإذا كانت وسائل الإعلام قد حققت هذه القوة في الجذب والإبهار، حيث أصبح معها من الصعب التمييز بين تأثير الوسيلة وتأثير الرسالة، كما يؤكد ذلك مارشال ماكلوهان، وإذا كانت البرامج الدينية قد استحوذت بصفة عامة على مساحة زمنية لا بأس بها في الشبكات البرمجية؛ فإن هذه الأهمية امتدت كذلك بالنسبة لمتابعة البرامج الدينية من قبل الجمهور العربي. يقول عبد القادر بن الشيخ: "ومهما تفاوتت الأرقام فإنه يجوز التأكيد بأن البرامج الدينية لا تقلّ متابعة وبصفة منتظمة عن متابعة المضامين الدرامية، وهي ما أثبتته عينة من البحوث العربية وهي في صلب المناخ الاجتماعي الروحاني سواء داخل الأسرة العربية المسلمة أو في الفضاءات العمومية"⁽²⁾. كما أكدت إحدى الدراسات أن الإستماع للبرامج الدينية يعتبر مرتفعاً خاصة في أوقات المناسبات كرمضان، حيث بلغت نسبة 88.5%⁽³⁾.

فالبرامج الدينية التي تقدّم في هذه الوسائل تظفر باهتمام المسلمين اهتماماً كبيراً، فالشعور الديني يدفعهم إلى متابعة هذه البرامج والعناية بفهم ما تقدّمه من موضوعات شتى⁽⁴⁾؛ ذلك لأن

(1) عبد القادر بن الشيخ، الخطاب الديني في البرامج الإذاعية والتلفزيونية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 4، 2004، ص: 15.

(*) تجدر الإشارة إلى أن حجم البث بالساعات بالنسبة للإذاعة الجزائرية في هذه العينة كان الأخير بـ 292 ساعة سنوياً ونسبة مئوية قدرها 3.33%، أنظر: عبد القادر بن الشيخ، المرجع السابق نفسه، ص: 15.

(2) عبد القادر بن الشيخ، المرجع السابق، ص: 18.

(3) إتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، "آراء المستمعين حول الأداء الإذاعي خلال شهر رمضان 1427هـ"، بحوث إعلامية، عن موقع: www.egyptradio.tv، ت.د: 2009/02/25.

(4) إبراهيم إمام، نحو بلاغة تلفزيونية جديدة في البرامج الدينية، جهاز تلفزيون الخليج، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيونية 4، الرياض، 1983، ص: 4.

هذه البرامج تعمل على تأصيل الحس الديني لدى المستمعين على اختلاف فئاتهم سواء العمرية أو الثقافية نظرا لما للبرامج الدينية في أجهزة الإعلام من أهمية خاصة و دور فاعل في توعية المواطنين بأحكام دينهم وتقديم المعالجات الحياتية النافعة لما يعانون من مشكلات في مختلف المجالات⁽¹⁾.

كما يمكن لهذه البرامج الدينية أن تدعم رسالة الإسلام وتساهم في تعميق إيمان المؤمنين، وتساهم في تطور الخطاب الإعلامي الديني ومدى قدرته على التجديد، وتوصيل صورة الإسلام صحيحة غير مبتورة للذات وللآخر⁽²⁾، هذه الصورة السلبية التي ليس من ريب أن وسائل الإعلام الغربية قد عملت على تضخيمها والمبالغة في تسليط الأضواء عليها وإعادة تلميعها وتعزيز ما تتضمنه من إيجابيات ودلالات في العقل الغربي وتقديمها للجمهور⁽³⁾.

كما يمكن لهذه البرامج الدينية عند الإلتزام بالإسلام في كل ما يصدر عن تلك الوسائل أن تحافظ على عقيدة الأمة، وأن تستبعد كل ما يناقض شريعة الله، ومعلوم أن القرآن الكريم هو المصدر لهذه العقيدة والموضح لتلك الشريعة⁽⁴⁾، فالقرآن الكريم إذا أمكن للجماهير أن تستوعبه يمكن أن يدعم مفاهيم الشورى والعدل والمساواة في الإسلام وتدعيم القيم الإنسانية والتسامح والتقوى، ونفس الشيء ينطبق على الأحاديث النبوية الشريفة⁽⁵⁾.

ويقول علي طه، وعاصم مشعل: "تمثل البرامج الشرعية التي تقدم في وسائل الإعلام وبخاصة الراديو والتلفزيون أهمية خاصة نظرا لكونها مرتبطة بأهم جانب من حياة الإنسان، وهي مجال خصب من مجالات الدعوة ووسيلة هامة ينبغي استغلالها الإستغلال الأمثل، فعن طريق هذه البرامج يستطيع الداعية أن يصل إلى ملايين المشاهدين خاصة بعد توفّر البث عن طريق الأقمار

(1) محمد الصرايرة، البرامج الدينية في الإذاعة الأردنية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 4، 2004، ص: 34.

(2) وسام كمال، "الإعلام الديني وعجلة الإصلاح النائمة"، عن موقع إسلام أون لاين: www.islamonline.net، ت.د: 2009/03/29.

(3) عبد القادر طاش، صورة الإسلام في الإعلام الغربي، الزهراء للإعلام العربي، ط2، القاهرة، 1993، ص: 148.

(4) إسماعيل أحمد محمد النزازي، عناية الإعلام السعودي بالقرآن الكريم- دراسة تحليلية لبرامج القناة الأولى، مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، مكتبة معهد الإمام الشاطبي، سلسلة: "أعمال مستقلة ذات علاقة فيما بينها"، المدينة المنورة، السعودية، 1421هـ-2000م، ص: 8.

(5) محمد علي العويني، الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق، عالم الكتب، ط2، القاهرة، 1987، ص: 259.

الصناعية، ونظراً لأهمية تلك البرامج في تصحيح عقائد الناس وإرشادهم فيما يعترضهم في حياتهم اليومية من عقبات ومشاكل⁽¹⁾.

المطلب الرابع: حاجة المجتمع الإسلامي للبرامج الدينية

إن الحاجة لتقديم برامج دينية إذاعية أو تلفزيونية في وقتنا الحاضر مهم جداً وملح في ضوء إفرزات وسائل الاتصال الحديثة وخاصة التلفزيون بقنواته الفضائية المتعددة والأترنت كشبكة عالمية، وما صاحب هذا البث عبر هذه الوسائل الجديدة والمتطورة من هدم أخلاقي وتوليد عادات وتقاليد خارجة عن قيمنا الإسلامية.

بالإضافة إلى ذلك أن الدعوة الإسلامية تحتاج إلى استخدام كل وسيلة متاحة للاتصال بال جماهير وإعلامهم وتبليغهم هدي الله على الوجه الصحيح⁽²⁾. ومن هنا جاءت الحاجة إلى بث برامج دينية متخصصة؛ لأن هناك عدة عوامل تؤكد حاجة المجتمع لها ومن تلك العوامل مايلي:

- 1- زيادة نسبة الأمية في المجتمعات الإسلامية، مما يقلل الإعتماد على الكتاب أو الصحيفة، وزيادة التلقي من غير الوسائل المقروءة.

- 2- زيادة تكلفة الكتب وسهولة تلقي المعلومة من خلال الإستماع أو المشاهدة.

- 3- طريقة تلقي المعلومة في برامج الأحاديث الدينية والندوات في المنزل أو السيارة، بما تحتويه من حرية الحركة ومشاهدة البرامج أو الإستماع إليها بالوضع المريح للمتلقي، والتي لا تتوافر في المحاضرات العامة أو خطبة الجمعة⁽³⁾.

- 4- أن هناك قضايا ومشكلات أفرزتها الحضارة المعاصرة مما يستوجب قيام الندوات الدينية بمناقشتها وبيان نظرة الإسلام فيها.

- 5- يظهر من برامج الفتاوى المقدمة من بعض الفضائيات والإذاعات الوطنية أو المحلية في الوطن العربي كثرة المتصلين تلفونياً بتلك البرامج لمعرفة أحكام فقهية من شتى بقاع العالم، ولا يستطيع معه وقت البرنامج الديني نصف تلك الاتصالات مما يؤكد وجود زيادة كثافة برامج الفتاوى لما فيها من فائدة للمسلمين.

(1) علي طه، وعاصم مشعل، البرامج الدينية .. هل خدمت الدعوة، مجلة الدعوة، الرياض، السعودية، 1414/8/9هـ، ص:3.

(2) محمد بن علي هندية، مرجع سابق، ص: 69.

(3) خالد أبو الخير، برامج الأحاديث الدينية التلفزيونية، دار المجتمع، ط1، جدة، السعودية، 1409هـ، ص: 17.

6- هناك شعائر ومناسبات دينية مثل الحج ورمضان والأعياد يحتاج معها المسلمون إلى إبراز واجباتهم نحوها، وكيفية استقبال هذه المناسبات والشعائر على الوجه الشرعي الصحيح. إن حاجة المجتمع المسلم إلى البرامج الدينية حاجة ملحة، بل إن من علماء المسلمين من طالب بقنوات إسلامية تواكب تطوّر العصر وتحمل رسالة الإسلام إلى كافة شعوب العالم، وإذا كانت التحديات التي فرضت على عالمنا الإسلامي أظهرت بعض الأنشطة الدينية المتخصصة مثل البرامج الدينية في بعض القنوات التلفزيونية إضافة إلى إذاعات وقنوات دينية، إلا أن المواجهة تتطلب الكثير من الجهود لبناء إعلام دعوي ينتقل من حالة التنظير والدراسات إلى ميدان العمل في حقول الإعلام المختلفة وخاصة التلفزيون الذي أفرز الكثير من السلبيات في مجتمعنا الإسلامي في ظل التطور الذي طرأ عليه وما ترك من آثار سلبية عقدياً وأخلاقياً واجتماعياً⁽¹⁾.

المطلب الخامس: أهداف البرامج الدينية

من خلال مفهوم البرامج الدينية^(*)، والمهمة التي تقوم بها، نستطيع أن نوضح أهداف هذه البرامج بأنها لا تخرج عن الأهداف المشروعة التي حددها الإسلام، فإن البرامج الدينية نجدها تختص بمهمة نشر الدين الإسلامي وعلومه وشريعته وأخلاقه وآدابه بين المسلمين وغير المسلمين، ولها أغراض منها: الإعلام عن الدين، والدفاع عنه، والدعوة إليه⁽²⁾. والبرامج الدينية المتخصصة بهذا المفهوم تدخل في إطار الإعلام الإسلامي وأهدافه، وهذه الأهداف تنقسم على قسمين⁽³⁾:

أ- أهداف تدعيم الإسلام:

وذلك انطلاقاً من مبدأ الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ويندرج تحت هذا القسم أهداف كثيرة منها:

1- ترسيخ عقيدة الإيمان بالله في نفوس الناس.

(1) محمد بن علي هندية، مرجع سابق، ص: 70-73.

(*) أنظر تعريف البرامج الدينية، الفصل الأول، ص: 6-7.

(2) محروس عبد الوهاب، البرامج الدينية في الإذاعات الموجهة، مجلة الفن الإذاعي، العدد 104، السنة 1985، ص: 61.

(3) سعيد بن علي ثابت، الحرية الإعلامية في ضوء الإسلام، دار عالم الكتب، ط1، الرياض، السعودية، 1412هـ، ص:

- 2- النهوض بالمستوى الفكري والحضاري والوجداني للمجتمع الإسلامي.
- 3- علاج المشكلات الاجتماعية والاقتصادية من خلال المنظور الإسلامي.
- 4- الدعوة إلى وحدة الأمة الإسلامية وتآلفها وانسجامها وإزالة أسباب الفرقة والشحناء والبغضاء فيما بينها.

ب- أهداف تعميم الإسلام:

وذلك بإعلاء كلمة الله في الأرض، ونشر كلمة التوحيد الخالص، وقيم الإسلام العليا، وهذا الهدف الإستراتيجي يقوم به الإعلام الإسلامي من خلال برامجه الدينية نيابة عن الأمة جمعاء وأداء لواجب البلاغ المبين وانطلاقاً من عالمية الدعوة الإسلامية.

بالإضافة إلى أن هناك أهدافاً ومرتكزات أخرى للسياسة الإعلامية في المجال الديني كما يرى بعض الباحثين⁽¹⁾، وهي:

- 1- التعريف الصحيح للإسلام من حيث أنه عقيدة ومنهج كامل للحياة.
- 2- العمل على نشر الإسلام وتعميقه في نفوس الجماهير المستهدفة.
- 3- التعريف الصحيح بمبادئ الإسلام الخمس.
- 4- الربط بين الالتزام بالإسلام وتقديم المجتمع ورفاهيته.
- 5- نشر الثقافة الإسلامية وتعميقها من خلال القرآن الكريم والسنة النبوية، وتشجيع حفظ القرآن ودراسة السنة.
- 6- التعريف بالشخصيات الإسلامية التي كان لها دور في التاريخ الإسلامي.
- 7- تسليط الضوء على الأحداث والوقائع الإسلامية التي كانت ذات تأثير في الإسلام.
- 8- عرض وتقديم الحل الإسلامي الناجح للمشكلات التي تواجه البشرية وتهدها مع إمكانية تطبيق الحلول الإسلامية لهذه المشكلات.
- 9- تقديم مآثر الدين الإسلامي من خلال شخصية الرسول صلى الله عليه وسلم وشخصيات الصحابة والسلف الصالح.
- 10- الرد على المزاعم والأكاذيب التي من شأنها الإساءة للإسلام والمسلمين.
- 11- التعرف على أحوال المسلمين في شتى بقاع الأرض وخاصة الأقليات الإسلامية.

(1) ماجي الحلواني، الإعلام الإسلامي، التحديات والمواجهة، مكتبة مصباح، ط1، جدة، السعودية، 1411هـ، ص: 23.

وعلى ضوء هذا التحديد للأهداف التي ينبغي أن تكون عليها البرامج الدينية، فإنه من الواجب على القنوات الإذاعية والتلفزيونية الالتزام بتلك الأهداف المشروعة، والعمل في إطارها، وبلورة جميع برامجها الدينية في نطاقها، لكي يظهر إعلامنا الإسلامي بالمظهر اللائق والمتوافق مع تعاليم الإسلام ومبادئه، ويؤدي الخدمة المرجوة منه للإسلام والمسلمين. وعلى الرغم من وجود برامج دينية متخصصة على خرائط البث اليومي في القنوات الإذاعية والتلفزيونية العربية حققت أغلب الأهداف، إلا أن الإهتمام بالبرامج الدينية دون المستوى المطلوب، في ظل غياب التخطيط البرامجي الجيد لها والذي أظهر ضعفاً في مجمل محتواها، وكل هذه السلبيات كانت نتيجة عدم تدريب كوادر إعلامية كافية في الإعلام الديني، وعدم الاستفادة من الدراسات النظرية والميدانية في هذا الحقل⁽¹⁾.

المطلب السادس: صور البرامج الدينية في وسائل الإعلام

إن المتتبع للبرامج الدينية في الإذاعة أو التلفزيون يستطيع تصنيفها على الشكل التالي:

- 1- المواد والبرامج المتعلقة بتغطية الشعائر الدينية.
- 2- المواد والبرامج المتعلقة بتغطية النشاطات والفعاليات الدينية.
- 3- المواد والبرامج التي يقدمها علماء الدين مباشرة.
- 4- الحوارات والأحاديث التي يجريها إعلاميون مع علماء الدين حول قضايا دينية واجتماعية مختلفة.
- 5- التمثيليات الإذاعية والتلفزيونية التي تصور حياة شخصيات دينية أو تعالج موضوعات دينية.
- 6- المسلسلات الإذاعية والتلفزيونية التي تعالج قضايا دينية، أو تصور أحد مراحل انتشار الدعوة، أو سيرة إحدى الشخصيات الفاعلة في تاريخ الدعوة⁽²⁾.
- 7- الأفلام التسجيلية والمؤتمرات الإسلامية تدخل أيضاً في البرامج الدينية⁽³⁾.
- 8- المواد الإعلامية التي تعكس صوراً من الثقافة الإسلامية مثل المسلسلات وبعض البرامج

(1) محمد بن علي هندية، مرجع سابق، ص: 359.

(2) أديب حضور، مرجع سابق، ص: 64.

(3) محمد كامل عبد الصمد، التلفزيون والبرامج الدينية، مجلة منار الإسلام، العدد 1، السنة 15، الإمارات العربية المتحدة،

1989، ص: 118.

الثقافية.

9- المواد الإعلامية لشهر رمضان ولالأعياد والمواسم، وقرآن الإفتتاح والختم في الراديو والتلفزيون⁽¹⁾.

10- الأفلام الروائية مثل: الرسالة، والقادسية، وعمر المختار، والأفلام التسجيلية عن الآثار الإسلامية أو المناسبات وخاصة الحج.

11- الحصاص والمواد الإعلامية والثقافية والمنوعات ذات مضمون إسلامي هادف⁽²⁾، فالقناة الإسلامية الهادفة، ليست قاصرة على البرامج الدينية بكافة وسائلها ولكنها أوسع من ذلك، فهي تقدّم مواد دينية ومواد تعليمية عامة، ومواد ترفيهية لأفراد الأسرة لكن كل ذلك داخل الإطار الإسلامي، بمعنى آخر أنها تقدّم كل شيء بشرط ألا يخالف أصول الدين وضوابطه المحددة والمتفق عليها⁽³⁾.

ونجد أن لدى بعض الباحثين رؤية أخرى في بعض أنواع البرامج الدينية، فيقول محمد كامل عبد الصمد: "ولا يدخل في البرامج الدينية القرآن الكريم في افتتاح ونهاية البرامج كما أن الأذان أيضا لا يعتبر من البرامج الدينية، لأنه إعلام وإعلان لوقت الصلاة الذي حان حتى يقوم الناس إلى صلاتهم فهو لا يفقه الناس في الدين ولا يعلمهم بقواعده وأصوله حتى يحسب برنامجا دينيا"⁽⁴⁾.

أما الأشكال والقوالب الفنية التي تعرض وتقدّم بها البرامج الدينية فيمكن تصنيفها كما يلي:

الحديث، كحصة "الحديث الديني" - المقابلة، كحصة "فتاوى على الهواء" - الندوة، كحصة "ندوة الجمعة" - الدراما - القصة - الرسوم البيانية والخرائط - المناظرات - الصور أو الرسوم المتحركة⁽⁵⁾.

(1) محمد سيد محمد، الإعلام الإسلامي والتحديات الحضارية المعاصرة، مرجع سابق، ص: 3.

(2) إسماعيل أحمد محمد الزاري، مرجع سابق، ص: 47.

(3) محمود بن عبد الرازق، "الفضائيات والغزو الفكري"، الرياض، 2006، عن موقع بوابة الإسلام:

<http://islamport.com> ، ت.د: 2009/03/03، ص: 96.

(4) محمد كامل عبد الصمد، المرجع السابق، ص: 24.

(5) إبراهيم إمام، كيف نجعل البرامج الدينية في التلفزيون أكثر تشويقا، المجلة العربية، العدد 71، السنة 7، السعودية،

أكتوبر 1983، ص: 30.

المبحث الثاني: الخطاب الديني في وسائل الإعلام

المطلب الأول: تعريف الخطاب الديني

يعدّ مصطلح الخطاب الديني أو الإسلامي مصطلحا جديدا على الأدبيات الإسلامية نسبيا، وبالتالي لا يسهل العثور على تعريف محدّد لهذا المصطلح، هذا من جانب، ومن جانب آخر يلحظ الباحث أن ثمة إشكالا ظاهرا لدى كثير من المهتمين بالخطاب الإسلامي حدّا بهم إلى تجاوز الحديث عن ماهية الخطاب الإسلامي إلى الحديث عن واقعه ومشكلاته دون الإشارة إلى أيّ تصور أو تحديد لهذا الخطاب وحقيقته.

ليس من المستطاع تحديد مفهوم واحد لمفهوم الخطاب الإسلامي، لأن ذلك يختلف باختلاف رؤية الباحثين والدارسين، وللخطاب معاني كثيرة متميزة، فهو مصطلح قديم وجديد في الوقت نفسه، فقد تحدّث الفلاسفة قديما عن الخطابة كما اهتم به علماء اللغة والألسنية، ونجد لمصطلح الخطاب في الحضارة الإسلامية والفكر الإسلامي والعربي ظهورا متميزا واهتماما بالغا سواء عند المتقدّمين أو المتأخرين، ومن المهمّ في البداية معرفة دلالة هذا المصطلح وبيان المراد منه.

أولا: تعريف الخطاب في اللغة:

الخطاب والمخاطبة مراجعة الكلام، والخُطْبَةُ عند العرب الكلامُ المُتَشَوُّرُ المُسَجَّعُ، قال بعض المفسرين في قوله تعالى: ﴿ وَفَصَّلَ الْخِطَابِ ﴾ [ص، الآية: 20] هو أن يَحْكُمَ بِالْبَيِّنَةِ أَوْ الْيَمِينِ وَقِيلَ مَعْنَاهُ أَنْ يَفْصَلَ بَيْنَ الْحَقِّ وَالْبَاطِلِ وَيُمَيِّزُ بَيْنَ الْحُكْمِ وَضِدِّهِ. والخطاب الكلام بين متكلم وسماع، وخطيب القوم: المتكلم عنهم، والخطبة: اسم للكلام الذي يتكلم به الخطيب، والخطبة مثل الرسالة لها أول وآخر⁽¹⁾. الخطاب هو فعّال مصدر من خاطبه خطابا ومخاطبة، وهو يعني كلاما موجها إلى طرف آخر⁽²⁾.

والخطاب عند الأصوليين حسب عبارة الإمام الزركشي قال: "عرفه المتقدمون بأنه كلام المقصود

(1) ابن منظور، لسان العرب، ج1، دار صادر، ط1، بيروت، لبنان، 1990، ص: 360.

(2) عبد الله المحفوظ بن بيه، الخطاب الإسلامي بين القواطع والإجتهد، أبحاث مؤتمر مكة الثامن، "الخطاب الإسلامي وإشكاليات العصر"، 5-7 ذي الحجة 1428هـ/15-17 ديسمبر 2007، ملف pdf، عن موقع بن بيه:

www.binbayyah.net ، ت.د: 2009/05/25، ص: 2.

به إفهام من هو متهيبٌ للفهم"⁽¹⁾.
وعرّفت الخطابة بأفها "جودة الإقناع" وموضوع الخطابة إنما هو الأقوال المقتنعة النافعة في استمالة الجمهور إلى رأي أو صدّهم عنه⁽²⁾.
والخطاب قد يراد به الكلام نفسه أي المضمون والمحتوى، وقد يراد بالخطاب الطريقة التي يؤدّى بها الكلام⁽³⁾.
وفي دراسة للباحث التونسي المختار الفجاري "تأصيل الخطاب في الثقافة العربية" قدّم تأصيلاً لمصطلح الخطاب من خلال القرآن الكريم والحديث النبوي الشريف ولسان العرب وخلص إلى أن للخطاب عدة معاني أهمها:

- 1- الشّان والغرض، والدلالة في ذلك المصدر المشتقّ: "الخطبُ" وهو في قوله تعالى: ﴿ قَالَ مَا خَطْبُكُمْ أَيُّهَا الْمَدْيُنِيُّونَ قَالُوا الْيَوْمَ الْيَوْمَ نَتُحَدِّثُكَ بِالْحَقِّ وَالْحَقُّ يَضْحَكُ وَيَهْتَكِرُ ﴾ [يوسف، الآية: 51].
- 2- إنجاز الشّان والغرض، ويكون بذلك للخطاب قدرة تعبوية وسلطة مؤثرة على السامعين⁽⁴⁾.

والخطاب في الإصطلاح الغربي هو: شرح شفوي يتعلق بموضوع معين يوجه إلى الجمهور وهو عبارة عن مجموعة المظاهر القولية والمكتوبة التي تمثل إيديولوجية⁽⁵⁾.
وقد تبنّى المفكرون العرب والمسلمون هذا المصطلح حديثاً في ملتقى "ابن رشيق" بالجزائر في شهر ماي سنة 1980، وشاع مؤخراً في الأدبيات العربية⁽⁶⁾.

(1) بدر الدين الزركشي، البحر المحيط في أصول الفقه، ج1، دار الكتيبي للنشر، ط1، الجزيرة، مصر، 1414هـ - 1994م، ص: 168.

(2) جبرار جيهامي، سلسلة موسوعات المصطلحات العربية والإسلامية، موسوعة مصطلحات الفلسفة عند العرب، ط1، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، لبنان، 1998، ص: 301.

(3) محمد بن شاكر الشريف، تجديد الخطاب الديني بين التأصيل والتحرير، مجلة البيان، مكتبة الملك فهد الوطنية، ط1، السعودية، 2004، ص: 28.

(4) الزواوي بغورة، مفهوم الخطاب في فلسفة ميشال فوكو، المجلس الأعلى للثقافة، الهيئة العامة للمطابع الأميرية، ط1، الجزيرة، مصر، 2000، ص: 88-89.

(5) عبد الله المحفوظ بن بيه، المرجع السابق، ص: 2.

(6) محمد حافظ دياب، سيد قطب.. الخطاب والإيديولوجيا، دار موفم للنشر، (د.ط)، الجزائر، 1991، ص: 7.

ثانيا: تعريف الخطاب الديني اصطلاحا:

بعد هذه الإشارة إلى أصل مصطلح الخطاب، سوف أعرض بعض التعاريف الخاصة بالمصطلح المركب الخطاب الديني أو الإسلامي أو الدعوي، وذلك فيما يأتي:

- يقول يوسف القرضاوي: "في رأبي أن المراد بخطابنا الديني الإسلامي: البيان الذي يوجّه باسم الإسلام إلى الناس مسلمين أو غير مسلمين، لدعوتهم إلى الإسلام، أو تعليمه لهم، وتربيتهم عليه، عقيدة أو شريعة، عبادة أو معاملة، فكرا أو سلوكا. أو لشرح موقف الإسلام من قضايا الحياة والإنسان والعالم، فردية أو اجتماعية، روحية أو مادية، نظرية أو عملية"⁽¹⁾.

ويقول في حصة "الشريعة والحياة" بقناة الجزيرة القطرية: "كلمة الخطاب الديني كلمة مجملّة، وربما يفهم بعض الناس الخطاب الديني يعني خطبة الجمعة أو درس المسجد، ولكن الخطاب الديني مفهومه أوسع وأكبر من هذا بكثير، فهو يشمل الخطبة والمحاضرة والدرس والحديث العادي، والمقالة يكتبها الكاتب أو الصحفي، والبحث الميداني والكتاب يؤلّف والتحقيق الصحفي والبرنامج الإذاعي أو التلفزيوني، والعمل الدرامي في شكل تمثيلية أو فيلم أو مسلسل، كل هذا يمكن أن يكون دعوة وخطاب... الخطاب الديني الآن أصبح يشمل الكلمة المقروءة والكلمة المسموعة في الإذاعة والمرئية المشاهدة في التلفاز، ويضم الوسائل الحديثة كالقنوات الفضائية والإذاعات الموجهة وشبكة الأنترنت، هذا كله المعنى الواسع والكبير للخطاب الديني الذي يحتاج إلى مجهودات وعمل علمي وفكري منظم لخدمة وبيان حقيقة الإسلام"⁽²⁾.

- ويقول علي جمعة: "الخطاب الديني هو ذلك التوجه بالكلام المسموع والمرئي والمقروء في الإذاعة والتلفزيون والصحافة المكتوبة ويقصد بالديني هنا ما كان متعلقا بدين الإسلام خاصة"⁽³⁾.

- ويقول سعيد عبد الله حارب: "هو ما استنبطه الفقهاء والعلماء والمفكرون المسلمون من النصوص الشرعية الثابتة أو اجتهاد الفقهاء وآراء المفكرين، ويتم التعبير عنه بوسائل الاتصال المختلفة. ومن هنا فإن الخطاب الإسلامي ليس نصا شرعيا بل هو رأي يعبر به صاحبه عما فهمه من النصوص أو من آراء الآخرين أو من اجتهاده الشخصي، سواء كان هذا الرأي يحمل

⁽¹⁾ يوسف القرضاوي، خطابنا الإسلامي في عصر العولمة، دار الشروق، ط1، القاهرة، 2004، ص: 15.

⁽²⁾ يوسف القرضاوي، "الخطاب الإسلامي في عصر العولمة"، أجرى الحوار ماهر عبد الله، 2003/10/22، عن موقع

الجزيرة: www.aljazeera.net ، ت.د: 2009/02/17.

⁽³⁾ علي جمعة، نقد الخطاب الديني في رمضان، مجلة العربي، العدد 505، ديسمبر 2000، ص: 36-39.

حكما شرعيا اجتهاديا أو رأيا فكريا، ولذا يمكن مخالفة هذا الاجتهاد أو الرأي بحجة أقوى منه أو رأي آخر⁽¹⁾.

- الخطاب الإسلامي هو الفكر الإسلامي مجسدا في رسالة، وهذه الرسالة قد تكون كتابا أو خطبة أو مقالة أو قصة أو مسرحية، إنه في الجملة كل ما يستخدم بوصفه وسيلة للتواصل والتفاهم⁽²⁾.

- المقصود بالخطاب الإسلامي المعاصر هو مجمل الفعاليات الاتصالية الإسلامية من وسائل وأساليب ومناهج ومواقف، المحبذة والمستخدمة في العمليات التغييرية المخططة أو العفوية، الرسمية أو الشعبية الفردية أو الجماعية، الهادفة إلى نصرته الإسلام، كمنهج وكتاريخ وكحضارة وك مستقبل... والتمكين له في الواقع الإسلامي أولا والواقع الإنساني ثانيا... الخطاب الإسلامي كإعلام مقروء ومسموع ومنظور... متطور ومؤثر وفعال، أو كحركة اتصال فعال بالمجتمع... أو كقصة ورواية ومسرح ونقد وقصيدة وفيلم وخدمات اجتماعية وتجارب سياسية وبرامج اقتصادية ومشروعات ثقافية وتنموية، وكبدائل أصيلة في الفكر والثقافة والسياسة والإجتمع والإقتصاد والعسكرية وال عمران والإدارة والقضاء⁽³⁾.

- الخطاب الإسلامي هو الوسيلة لإيصال ما يريده الشارع المطهر من الناس، فالأوامر والنواهي جزء من الخطاب الإسلامي، والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر جزء آخر، والدعوة إلى الله تعالى بلسان المقال جزء ثالث، هكذا نرى الخطاب الإسلامي واسع، متشابك، عظيم الأثر، فاعل في الناس الأفاعيل⁽⁴⁾.

- يراد بالخطاب الديني ما يوجه به المتحدث أو الداعية أو الكاتب الأفراد والجماعات، والحكام

(1) سعيد عبد الله حارب، الخطاب الإسلامي سماته وأهدافه، أبحاث مؤتمر مكة المكرمة الثامن، "الخطاب الإسلامي وإشكاليات العصر"، 5-7 ذي الحجة 1428هـ/15-17 ديسمبر 2007، ملف pdf، عن موقع منظمة رابطة العالم الإسلامي: www.themwl.com، ت.د: 2009/05/26، ص: 1.

(2) عبد الكريم بكار، مشكلات تواجه الخطاب الإسلامي، أبحاث مؤتمر مكة الثامن، "الخطاب الإسلامي وإشكاليات العصر"، 5-7 ذي الحجة 1428هـ/15-17 ديسمبر 2007، ملف pdf، عن موقع منظمة رابطة العالم الإسلامي: www.themwl.com، ت.د: 2009/05/27، ص: 8.

(3) الطيب برغوث، الخطاب الإسلامي المعاصر وموقف المسلمين منه، دار الإمتياز، ط1، قالمة، الجزائر، 1990، ص: 11.

(4) محمد بن موسى الشريف، الخطاب الإسلامي بين الواقع والمأمول، أبحاث مؤتمر مكة الثامن، "الخطاب الإسلامي وإشكاليات العصر"، 5-7 ذي الحجة 1428هـ/15-17 ديسمبر 2007، ملف pdf، عن موقع منظمة رابطة العالم الإسلامي: www.themwl.com، ت.د: 2009/05/28، ص: 2.

والمحكومين والأمم والشعوب، والكبار والصغار إلى ما فيه هديهم وسعادتهم، وخيرهم وأمنهم، ونجاتهم وهناءهم دنيا وأخرى⁽¹⁾.

رغم اختلاف الزاوية الفكرية التي تناول بها كل تعريف لمعنى الخطاب الديني، إلا أن هذه التعاريف متفقة على شمولية الخطاب الديني لمختلف جوانب الحياة سواء في مضمونه أو في منهجه وأساليبه، هذه الشمولية التي استمدتها من الإسلام الذي هو مصدر هذا الخطاب. يقول محمد لعقاب: "وما يجب الإشارة إليه أن الإعلام الديني الإسلامي يملك هذه الخاصية التي يستمدّها بدوره من أصوله الإسلامية، رغم أن هذه الشمولية لا تنفي وجود إعلام متخصص سواء في الدراسات الإسلامية أو الطبية أو الفنية... وهكذا فالإعلام الإسلامي أيضا شامل لكل مجالات الحياة ومتخصص في نفس الوقت في كل فرع من فروع هذه المجالات"⁽²⁾.

ولوجود خلط كبير عند البعض بين مفهوم الخطاب الديني وبين الدين الإسلامي، يقول حافظ دياب: "الإسلام والخطاب الإسلامي يتصلان ولا يتساوقان، فالإسلام واحد يتجسد في نصوص القرآن الكريم والسنة النبوية، والخطاب الإسلامي متعدّد ومتباين لأنه يعكس تفسيرات متعددة ومتباينة لهذه النصوص تعبيرا عن تباين مواقف ومواقف ومطامح فئات اجتماعية تتخذ من تأويلها للقرآن الكريم والسنة النبوية متكئا لمشروعيتها، وحاملا لقيمها، وسندا لممارستها"⁽³⁾.

ومنه فأيّا كان مفهومه فإن مجمل ما يمكن أن يطلق عليه الخطاب الإسلامي يتكوّن من مكونين هما: المكون الشرعي، ونعني به البيان الشرعي الذي جاء به الوحي الإلهي قرآنا وسنة ثابتة. والمكوّن البشري ويتعلق بما فهمه أو استنبطه البشر من البيان الشرعي فقهاً كان أو فكرياً أو أدبياً أو علماً⁽⁴⁾.

المطلب الثاني: محتوى الخطاب الديني

يتحدّد الخطاب الديني حسب من نوجّه إليهم هذا الخطاب؛ لأن لكل مقام مقالا،

(1) أحمد عمروش، حول تجديد الخطاب الديني للطفل، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد4، 2004، ص:45.

(2) محمد لعقاب، المسلمون في حضارة الإسلام الجديدة، شركة دار الأمة للطباعة والنشر، الجزائر، 1996، ص: 91.

(3) محمد حافظ دياب، مرجع سابق، ص: 9.

(4) عبد الملك منصور، خصائص الخطاب الإسلامي المعاصر، سلسلة فكر المواجهة، ج3، الإسلام وتطوير الخطاب الديني، ط1، رابطة الجامعات الإسلامية، دار البيان للطباعة والنشر، مصر، 2002، ص: 67.

فصاحب الخطاب الديني مثله مثل الطبيب يصف لكل مريض ما يناسبه من العلاج، وقبل أن يصف الدواء عليه أن يتعرّف على نوع الداء، وبعد التعرّف عليه يكون وصف الدواء، لأن الدواء الذي يحتاجه مريض معيّن لا يصلح لآخر فلكل نوع من المرض دواء. وكذلك الخطاب الديني لكل مجتمع من المجتمعات ما يناسبه من العلاج، والخطاب الذي يصلح لفئة قد لا يصلح لآخرى، وما يكون لأهل مجتمع معيّن قد لا يصلح لمجتمع آخر، وما يناسب أهل زمان معيّن قد لا يناسب أهل زمان آخر وهكذا... ومن أجل ذلك كانت هناك استفسارات وأسئلة توجّه إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم ومع كون السؤال في كل مناسبة واحدا فإن إجابة رسول الله صلى الله عليه وسلم كانت تختلف من سائل إلى آخر حسب ظروف السائلين وحسب أحوال مجتمعاتهم وعصرهم وزمانهم.

ومن مجموع التعاريف سألنا للخطاب الديني يتّضح لنا أن محتوى هذا الخطاب ومضمونه يتنوّع حسب ظروف من يخاطبون وعصرهم ووطنهم. ومنه فإن محتوى الخطاب الديني إما أن يكون نقلياً، وإما أن يكون عقلياً.

فأما الخطاب الديني النقلي فهو ما يشتمل عليه من آيات القرآن الكريم، والأحاديث النبوية الشريفة، والسيرة النبوية، والأحكام الفقهية القطعية، وهي تعتبر من الثوابت التي لا تتغير فيها ولا تتبدل، فالقرآن الكريم صالح لكل زمان ومكان، ومصالح لكل زمان ومكان، وهو يتجلى في عقول المسلمين في كل جيل بما يتناسب معهم ويكتشف فيه في كل عصر ومصر ما فيه الخير والرشد، وتتراعى في مستقبل كل عصر وما بعده من الآيات ما يشهد بأن هذا الدين حق، وإذا كان محتوى الخطاب الديني من القرآن الكريم ومن السنة النبوية المشرفة، الشارحة والموضحة للقرآن ومن الأحكام الفقهية والسيرة النبوية من الثوابت التي لا ينضب معينها⁽¹⁾.

وأما الخطاب الديني العقلي فهو كل ما يدخل في باب الإجتهد وإعمال العقل والفكر في النصوص الشرعية وذلك بفهمها وقياس ما لم يرد بشأنه دليل على ما ورد بشأنه دليل وبالتحديد ما تركه الناس وإحياء السنن والأحكام والمفاهيم الدينية مصداقاً لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم: "إن الله تعالى يبعث لهذه الأمة على رأس كل مائة سنة من يجدد لها دينها"⁽²⁾.

(1) أحمد عمروش، المرجع السابق، ص: 45.

(2) رواه أبو داود والحاكم.

المطلب الثالث: أهداف الخطاب الديني

للخطاب الإسلامي أهداف عديدة يمكن ذكر أبرزها من خلال النقاط التالية:

1- الدعوة إلى الإسلام:

من أهم أهداف الخطاب الإسلامي الدعوة إلى الإسلام، عقيدة وشريعة وأخلاقاً ومنهج حياة، فالدعوة هي الوسيلة التنفيذية للعقيدة؛ لأن هذه العقيدة التي جاء بها الإسلام ليست عقيدة محصورة بزمن أو أرض أو جنس، بل هي للناس كافة، وهذا المفهوم للدعوة في الخطاب الإسلامي يعطيه امتداداً في الزمان والمكان، لأن الدعوة لا تتوقف عند حدود جغرافية ولا تتوقف عند جنس، ولو كانت كذلك لتوقفت الدعوة منذ العهد النبوي، بل امتداد ينساب إلى كل مكان يقبل أن يتخذ الإسلام ديناً⁽¹⁾.

2- الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر:

يمثل الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر أسلوباً متميزاً لمعالجة الأخطاء والتقصير الذي قد يلمّ بالحياة الإسلامية أفراداً وجماعات، وهو لا يقوم بالنقد الهدام لما عند الآخرين أو لبيان نقائصهم وأخطائهم وعيوبهم، وإنما يقوم على تأكيد الجوانب الإيجابية والنهي عن الجوانب السلبية⁽²⁾.

3- نشر الأخلاق والفضائل:

إن الخطاب الإسلامي حينما يعتني بالفضيلة ويجعلها إحدى أهدافه فإنما يضع قاعدة مهمة في حياة الشعوب وهي قيامها على مبدأ الخلق؛ إذ يعمل الخلق الحسن على إشاعة روح المحبة والألفة والمعاملة الحسنة بين أفراد المجتمع فينشأ سليماً معافى⁽³⁾.

4- الشهود الحضاري:

الخطاب الإسلامي يعمل على إيجاد مكانة لائقة بالحضارة الإسلامية التي بقيت مستعصية على الفناء والإهيار، من خلال قدرة الحضارة الإسلامية على المحافظة على مقومات النهوض والإستمرار، والتاريخ قد علمنا أنها قادرة على العودة إلى الصف الأول مع غيرها من الحضارات، وقادرة على الإسهام مع غيرها في صنع حضارة إنسانية تحقق للإنسان مبتغاه من الحياة الكريمة، ولعل من الشهود الحضاري للأمة المسلمة هو المشاركة في صنع هذه الحضارة

(1) سعيد عبد الله حارب، مرجع سابق، ص: 5.

(2) المرجع نفسه، ص: 5.

(3) المرجع نفسه، ص: 5.

الإنسانية المعاصرة المتوازنة روحيا وماديا⁽¹⁾.

5- تحرير المفاهيم الإسلامية:

من أحد الأهداف التي يجب أن يعمل لها الخطاب الإسلامي التعامل مع الأسس التي قامت كثير من المفاهيم والأفكار والدعوات السائدة بين المسلمين ومعالجتها؛ إذ أن معظم هذه المفاهيم والأفكار تزعم أنها تنطلق من تصوّر إسلامي، وتستند إلى بعض النصوص الشرعية وبعض المواقف التاريخية، وتعتمد على فتاوى تصدر من بعض الباحثين في الأحكام الشرعية ل يتم توظيفها لتبرير كثير من التصرفات والأعمال. ولعل من أبرز المفاهيم التي تحتاج إلى بيان وتحرير مفهوم الجهاد والتكفير والولاء والبراء، والعلاقة مع الآخر وغيرها حتى تنزع المشروعية عن هذه الأفكار الخاطئة السائدة⁽²⁾.

6- التواصل مع الآخر:

الإختلاف والتنوع طبيعة بشرية خلقها الله، وهي أمر حتمي لا يمكن تجاوزه أو تجاهله، فمنذ بداية البشرية اختلف الناس في أديانهم ومذاهبهم وأفكارهم وأجناسهم وألوانهم، ولذلك فمن أحد أهداف الخطاب الإسلامي التواصل مع الآخر، وقد شهدت السنوات الأخيرة أهمية الخطاب الإسلامي المتوازن في التواصل والحوار مع الآخر بصورة واضحة جلية، مستفيدة من التواصل البشري الذي يسرته وسائل الاتصال والمعرفة والتقنية، والتحويلات التي شهدها العالم وما زال من خلال الأحداث التي مرّت بها البشرية خلال العقدين الأخيرين⁽³⁾.

7- تأصيل المفاهيم الحديثة:

تشيع بين فترة وأخرى مفاهيم جديدة أو مفاهيم قديمة ولكن يتم طرحها بصيغ جديدة وأشكال حديثة قد تتفق وقد تختلف مع مضمونها القديم، وقد يراد لها أن تعطي دلالات جديدة يهدف مُطلقوها إلى تحقيق أغراض خاصة، ومن أبرز المفاهيم المتداولة، التسامح والسلام والحرية والمساواة والمواطنة والعمولة وغيرها من المصطلحات التي يكثر تداولها وتحتاج إلى دراسة وتمحيص وتفنيد، أو تأصيل وتأسيس، وهذا ما يقوم الخطاب الإسلامي به، حين يراجع هذه المفاهيم ويدرس مدى ملاءمتها للمشروعية الإسلامية أو الفكر الإسلامي⁽⁴⁾.

(1) المرجع نفسه، ص: 6.

(2) المرجع نفسه، ص: 6-7.

(3) المرجع نفسه، ص: 7.

(4) المرجع نفسه، ص: 8.

المطلب الرابع: علاقة الخطاب الديني بالخطاب الإعلامي

يمكن معرفة علاقة الخطاب الديني بالخطاب الإعلامي ومدى الترابط والتكامل بينهما في تبليغ الدعوة الإسلامية وذلك من خلال النقاط التالية:

أولاً: مكانة الإعلام وأهميته في الدين الإسلامي:

الإعلام وجه من أوجه الحضارة، فهو الوجه المعبر عن العقيدة الدينية والمذاهب السياسية والاتجاهات الفكرية والظروف الاجتماعية والنظم الاقتصادية، فهو يتأثر بهذه العوامل مجتمعة كما يؤثر فيها أيضاً. فالإعلام يعبر عن النظام العام في الأمة. ومما لا شك فيه أن التطورات العقدية والقيم والمبادئ المنبثقة عنها تمثل لحمة الإعلام وسداه⁽¹⁾.

فالإعلام وإن اختلف باختلاف الزمان أو المكان ونظم الحكم وظروف كل مجتمع من المجتمعات، لا يستطيع أي مجتمع إنساني أن يحيا بدونه. فلا يوجد عصر من العصور خلا من الإعلام⁽²⁾. فالإعلام ظاهرة اجتماعية شقت طريقها إلى كل البيئات وكل العصور منذ كان الإنسان يحيا حياة بدائية حتى العصر الحديث.

ومن الطبيعي أن يتأثر الإعلام والعمل الإعلامي بحقائق المجتمعات التي يعمل بها ويعكس ظروفها وواقعها، الأمر الذي أدى إلى تعدد أهدافه ونظمه في كل مجتمع من هذه المجتمعات⁽³⁾. فلا نستطيع أن نفصل الإعلام عن الواقع الإعتقادي والاجتماعي والسياسي السائد في مجتمع ما، فالنظام الإعلامي في مجتمع ما هو وليد البيئة وهو وليد النظام السياسي القائم فيه⁽⁴⁾، ويعكس ظروفه السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

والإعلام لم ينفصل يوماً عن مسيرة الحياة الإنسانية منذ خلق الله آدم عليه السلام حيث كان أول تكليف كلف به هو الإعلام والإخبار بأن أمره الله بأن يعلم الملائكة الأسماء كلها فقال تعالى: ﴿ قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئِهِمْ بِأَسْمَائِهِمْ ﴾ [البقرة، الآية: 33]، وما أرسل الله الرسل إلا لإعلام الخلق بحقيقة الخالق وبيان الطريق الصحيح للحياة السعيدة، وجاء كل نبي ورسول يؤكد

(1) إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص: 20.

(2) محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مرجع سابق، ص: 19.

(3) إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، المرجع السابق، ص: 20.

(4) المرجع نفسه، ص: 27.

هذه المهمة، قال تعالى: ﴿أَبْلُغْكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَأَنْصَحْ لَكُمْ﴾ [الأعراف، الآية: 62]، والشرائع كلها تقوم على الإعلام والبيان، حيث يقوم كل رسول بإبلاغ قومه ويدعوهم إلى الإيمان بالله وعبادته... وهذه رسائل الأنبياء من آدم حتى خاتم الأنبياء⁽¹⁾، وكان هذا أمر الله لرسوله الخاتم فقال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ﴾ [المائدة، الآية: 67].

وعلى الرغم من أن الإعلام بأجهزته ووسائله ونظرياته وتقنياته الحديثة لم يكن معروفاً وقت نزول الوحي على نبينا محمد صلى الله عليه وسلم، إلا أنه وبتطبيق المقاييس العلمية الحالية على الدور الملقى على عاتق الدعوة الإسلامية، يمكننا القول أن الإعلام كان ولا يزال أداة هذا الدين ودعامته الرئيسية.

فالدين الإسلامي دين دعوة، والدعوة عمل إعلامي بكل ما تحمل هذه العبارة من معنى في أذهان أساتذة وخبراء الإعلام والاتصال بالجماهير، ذلك أن الدعوة عمل إعلامي يخاطب العقل ويستند إلى المنطق والبرهان ويعمل على الكشف عن الحقيقة، فالإعلام كان ولا يزال أداة هذا الدين ودعامته الرئيسية⁽²⁾.

فإذا استعرضنا التعريف العلمي للإعلام نجده متطابقاً مع مفهوم الدعوة بمعناها الأصيل، فالإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم⁽³⁾.

وتتضح لنا مكانة الإعلام في الدين الإسلامي من خلال استعراضنا للحقائق الإعلامية الحديثة والحقائق الدينية الثابتة، التي تؤكد المكانة المرموقة والأهمية البارزة للعمل الإعلامي في الإسلام.

إن الحياة الإعلامية الحافلة التي عاشها الرسول محمد صلى الله عليه وسلم، الداعي الأول للدين الإسلامي، وما حققه في غضونهما من منجزات مذهلة في حقل الدعوة الإسلامية، استجابة لنداء ربه وتحقيقاً للمهمة التي كلف بها: هي مهمة إعلامية بالدرجة الأولى.

(1) علي حسن مصطفى، الإذاعة المدرسية والإعلام الديني، دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة، 2003، ص: 191.

(2) محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مرجع سابق، ص: 140-141.

(3) عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط1، القاهرة، 2002/01/01، ص: 11.

فإلى جانب النبوة والقوى الروحية التي اختصه الله بها، كان النبي محمد صلى الله عليه وسلم، موجهًا إعلامياً يتضاءل بجانبه جهابذة الإعلام في العالم. فقد اكتشف أهمية الإعلام لنشر دعوته بصورة أذهلت خبراء الاتصال بالجماهير، كما نهج في دعوته منهجاً إعلامياً خاصاً. لقد أنجز الرسول صلى الله عليه وسلم، في عشرين عاماً من حياته ما عجزت عن إنجازه قرون من جهود المصلحين اليهود والنصارى رغم السلطة الزمنية التي كانت تساعد جهودهم ومارس العمل الإعلامي بفنونه المختلفة بروح الدعوة إلى الله. وأعد له الخطط العلمية الدقيقة ورغم ما كان أمامه صلى الله عليه وسلم، من الوثنية والجهل والخرافات واضطهاد الضعفاء بين القبائل⁽¹⁾.

وتبرز المكانة السامية التي يتبوأها العمل الإعلامي في الإسلام إذا أدركنا أن المهمة الإعلامية لم تكن قاصرة على الرسول وحده صلى الله عليه وسلم، أو على الدعاة المتخصصين والمتفرغين لنشر الدعوة الإسلامية، فالمهمة الإعلامية تمتد لتشمل المسلمين جميعاً، فقد كلف الله بها كل مسلم عاقل. والمسؤولية الإعلامية في الإسلام ما هي إلا عبادة كلف الله بها جميع المسلمين وهذه المسؤولية لا تقل أهمية عن سائر العبادات الأخرى كالصوم والزكاة، فالتقصير في تحمل المسؤولية الإعلامية الإسلامية يعني عدم الإمتثال لأوامر الله عزّ وجلّ⁽²⁾.

ثانياً: الخطاب الديني والإعلام المعاصر

الحقيقة التي لا جدال فيها هي أن أبرز صفة يمكن أن يوصف بها هذا العصر أنه عصر الإعلام... ولقد ضاعف التقدم التقني من فاعلية وأثر هذا الإعلام ملايين المرات...⁽³⁾، وتظهر هذه الحقيقة في المجالات المتعددة المتنوعة التي يستخدم فيها الإعلام، فقد جاءت ثورة المعلومات والاتصال لتجعل من رسائله شريكاً فاعلاً يسهم بقدر كبير في عملية التنشئة الاجتماعية والعلمية التربوية بجانب الأسرة والمدرسة والمسجد ومراكز التوجيه والتوعية، بسبب فاعليتها وقدرتها على التحدي وفق أساليب مستحدثة وتقنيات عالية فإنها تجعل الإنسان يسلم عقله وعاطفته لجاذبيتها فتقوم بدور الأب والمعلم، بل وأحياناً بدور الإفتاء والإرشاد دون إدراك

⁽¹⁾ محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مرجع سابق، ص: 141-143.

⁽²⁾ المرجع نفسه، ص: 144.

⁽³⁾ مني حداد يكن، أبنائنا بين وسائل الإعلام وأخلاق الإسلام، مؤسسة الرسالة، ط2 بيروت، لبنان، 1983، ص: 14.

المتلقي أن ما تحمله هذه الرسائل مشحون بقيم صاحب الرسالة يسعى لإحلالها مقام القيم القائمة إذا كانت هذه القيم تتعارض مع أهدافه، مثلاً قد يرى المشاهد مشاهد مسلية تضحكه ولكنها تحمل السخرية من قيم قائمة كتعدد الزوجات فإنها لا تأتي بصورة مباشرة قد تجد معارضة من المشاهد، لكن عندما تأتي في سياق الترفيه والتسلية والكوميديا الضاحكة تكون أسهل للوصول إلى قلب المتلقي⁽¹⁾.

كما أن لوسائل الإعلام القدرة على صنع النسق القيمي في المجتمع، حيث نجد مثلاً الرسائل الاتصالية الصادرة عن التلفزيون تشتمل على تناقض في تناول هذا النسق، فتارة تدعو إلى تبني نموذج الإنسان المنجز أو الإنسان المتدين، وتارة أخرى تغمر المشاهد بفيض من نماذج الإنسان المنحرف أو المغترب أو الإنسان المقهور، ومجمل هذه النماذج من البشر قد تؤدي إلى عدم تثبيت ذلك النسق المطلوب الذي يشيع بين الأفراد الوحدة والتماسك والتوجيه نحو الهدف المشترك والذي شكّله الدين في الأساس والعوامل الأخرى المساعدة في التنشئة الاجتماعية⁽²⁾. كما أن للإعلام دور كبير في نشر المعارف والمعلومات والمبادئ، لأنه بدون هذا النشر لا تعدو أن تكون حبراً على ورق أو مشاعر دفينّة في أعماق النفس لا يستشعرها إلا مالكيها، وكذلك الحال بالنسبة للدين وللدعوة إن لم ينشر ويذاع وتُعرف حقيقته وتُعرض على الجماهير يظل حبيس بطون الكتب ويبقى أسفاراً في مجلدات يطويها الزمن ويُبليها النسيان.

يقول محي الدين عبد الحلیم: "لا أهمية للمبادئ والقيم إذا لم تأخذ فرصتها للنشر والإذاعة لأنها لا تعدو أن تكون آثاراً منحنطة وأفكاراً مهملة لا ينتفع الناس بها، ولا يكشفون عن جوهرها ولا يستفيدون في سلوكهم من النماذج التي تهديهم إليها، ولذلك كان نشر الإسلام والتبصير به بُباً من لباب الدعوة ولم يقتصر على رسول الله صلى الله عليه وسلم بل تعداه إلى أمته، ووصل حدّ الوجوب والأمة كلّها آثمة إن تراجعت عن حمل الأمانة"⁽³⁾.

أما على المستوى الدولي فقد غدا الإعلام السلاح الرئيسي الأكبر الذي يستخدم في

(1) أحمد حسن محمد، "التأثير الإعلامي في الظواهر بين السلب والإيجاب"، عن موقع مداد: www.midad.com، ت.د: 2009/03/20.

(2) محمد شمال حسن، مسألة التضليل في الخطاب التلفزيوني، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 1، 2002، ص: 15، 18.

(3) محي الدين عبد الحلیم، الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي، مرجع سابق، ص: 23.

العلاقات والتعاملات المستهدفة في تحقيق المصالح المختلفة لكل قوة دولية وكل حكومة ونظام، وهذا ما تظهره لنا المحطات التلفزيونية التي تبث عبر الأقمار الصناعية بأنها قوة إستراتيجية مهمة وفاعلة في التأثير على سياسات الدول الكبرى، وفي هذا الموضوع قالت وزيرة الخارجية الأمريكية السابقة مادلين أولبرايت: "من المؤكد أن المحطة التلفزيونية الأمريكية CNN هي العضو السادس الدائم في مجلس الأمن"⁽¹⁾.

والصورة الفاعلة التي يستخدم فيها هذا الإعلام هي الغزو العقائدي والفكري والثقافي وذلك لتحقيق الأهداف السياسية والإقتصادية والتمكين للنفوذ والسيطرة على مختلف الشعوب، حيث تستغل الدول الكبرى هذه الآلية الضاربة الضخمة في الإضعاف المعنوي والتحطيم النفسي حتى تسلب الآخرين أيّ مقدرة على المقاومة والدفاع، وبذلك تركّز على تحطيم عوامل القوة الكبرى المحصنة للبشر، المتمثلة في العقيدة والدين والبناء القيمي والمعنوي، وهذا هو الغزو العقائدي، ولذلك توجه آلاف الأنواع الإعلامية ضد الإسلام بعضها بشكل ناعم ماكر والآخر ببرمجة سافرة من خلال إذاعات معادية وصحافة وقنوات تلفزة وأفلام سينما وملصقات وغيرها.

بل تعدّى الأمر إلى أن قضية الإعلام اليوم والمدى الذي وصل إليه من التحكم والإختراق، ومن ثمّ الإحتواء باتت من أخطر القضايا الثقافية، وأبعدها تأثيراً في تشكيل الأفراد والجماعات، ذلك أن الإرتهان الإعلامي هو الصورة الأحدث التي تطوّر إليها الإستعمار، فالإعلام هو الذي يحضّر الأمم أو ينشأ عندها القابليّات للعمالّة الثقافية والحضارية⁽²⁾، خاصة إن كان القائمون وراء هذا الإعلام خبراء وأخصائيين في التوجيه الإعلامي والدعائي، وأشخاص بارعون في استخدام وسائله⁽³⁾، وقد وفرّ التطور التكنولوجي غير المسبوق للإعلام فرصاً أكثر فاعلية في هذا التحكم باستعمال شبكات الأترنت والأسطوانات المدججة، التي أحدثت ثورة حقيقة في مجال تقنيات بثّ الأفكار التي تعتبر بالدرجة الأولى تكنولوجيا

(1) مصطفى متبولي، تصورات مستقبلية لخطاب إعلامي عربي موجه للمتلقّي الغربي، الإعلام والقضايا العربية بعد 11 أيلول 2001، ط1، ندوة الدراسات الإنمائية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2002، ص: 120.

(2) عمر عبيد حسنة، مراجعات في الفكر والدعوة والحركة، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، سلسلة قضايا الفكر الإسلامي

(7)، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 1991، ص: 48.

(3) منى حداد يكن، المرجع السابق، ص: 15.

إيديولوجية، فالولايات المتحدة الأمريكية مثلا لا تسيطر على العالم بواسطة الإقتصاد فقط بل عبر التأثير على نظم المفاهيم وامتلاك تكنولوجيا العقل⁽¹⁾.

لكن المفارقة كبيرة إذا ما أردنا الحديث عن هذه الوسائل في خطابنا الإعلامي، فرغم ما وفّرت هذه الوسائل خاصة الأنترنت من فرصة تاريخية لنشر الخطاب الإسلامي للعالم وبيان تلويناته وخريطة وعيه التي يتحرك فيها من خلال تشكيلاته الخطابية وتوزّعاته عبر مواقعها، إلا أن هذا المشهد الإسلامي العام لم يغادر خطابه التقليدي، ولا يبدو أن هذه التقنيات التي ينظر إليها كأداة حيادية أحدثت تطورات ذات بال على جوهره وهذا لا يمنع من وجود تجارب واعية قدّمت من طرف مواقع قليلة مثل موقع "إسلام أون لاين" الذي يحاول إعطاء مفاهيم ورؤى واجتهادات جديدة و يدرك بعمق حتمية تغيير عقلية المخاطبين، وهذا إسهام جدّ قليل حتى يصل على مستوى تحديد عالمية الإسلام فهما وتطبيقا فضلا عن التمكين له من السيطرة والتحكم⁽²⁾.

ويمكن للإعلام إذا تبني خطابا إسلاميا واعيا وهادفا وراقياً واستخدم أساليب الإقناع وتقنيات الإستمالة وقوالب تكسبه قوة في الجذب والإبهار، أن ينفع بكل وسائله ويلعب دورا بالغا في بناء الأمة وتكوين أجيالها ودفعها إلى سلّم الحضارة والرقي، ويمكن أن يبرز هذا النفع في عدة مجالات أذكر بعضها منها فيما يلي:

1- نشر وتبليغ الدعوة الإسلامية:

يمكن أن يوصل الإعلام الدعوة والدعاة إلى البيوت عبر الإذاعة والتلفزيون وخاصة القنوات الفضائية، حيث يساهم في توعية وتثقيف الناس وتعليمهم أمور دينهم، وتزداد تلك الجرعات في المواسم الدينية كرمضان والجمع والأعياد.

2- إصلاح وتنمية المجتمع:

يمكن أن يساهم الإعلام في رصد بعض المظاهر السيئة في المجتمع ومعالجتها وطرح الحلول لها مع ربط الناس بالعلماء من خلال الفتاوى المباشرة على الهواء التي تسهّل بدورها وصول

(1) مصطفى متبولي، المرجع السابق، ص: 111-112.

(2) معتر الخطيب، "الإنترنت الإسلامي... أين الخلل؟"، عن موقع الجزيرة: www.aljazeera.net ، ت.د:

2009/03/07.

العلم الشرعي إلى عامة الناس بأسلوب بسيط وتكلفة قليلة أو معدومة⁽¹⁾، يفترض في الخطاب الديني أن يعزز الإيمان، ومن حسن فهمه لدينه حسن إيمانه وحسن سلوكه وحسن أدائه في الحياة وتعامله مع الناس وما يصنعه لهم⁽²⁾، فيمكن للإعلام الديني أن يغير في سلوك الفرد المسلم من شخص كسول إلى إنسان حركي، وأن يثير فيه الحماسة ليرز قدراته، ويقدم عملاً صالحاً لهذه الأمة⁽³⁾، وتنمية المجتمع ورفاهيته وإقامة علاقات المودة والألفة والتعاون بين أفرادها وجماعاته، وبذلك تقوم دولة الهداية وأمة الفضيلة، إضافة إلى ذلك فإنه بوسائله من أهم عوامل نقل الحضارة وإشاعة الثقافة الجادة ودعم الفكر الصالح وبت القيم الصحيحة في العادات والسلوك، وإصحاح البيئة الإنسانية والمجتمع البشري وتحقيق التواصل الاجتماعي والثقافي بين الأفراد والجماعات والأمم⁽⁴⁾.

3- تصحيح المفاهيم:

الإعلام له دور فعال في تصحيح كثير من المفاهيم الخاطئة وأنماط السلوك وطرائق التفكير للحفاظ على الهوية ولتكوين رأي عام سليم تجاه قضايا الأمة الإسلامية⁽⁵⁾.

4- حماية الأسرة:

الإعلام البناء يستطيع أن يساهم في بناء الأسرة ويساعدها على حل كثير من مشاكلها وأزماتها وإضفاء أجواء السعادة فيها، وهو قادر على إيجاد المناعة الفكرية والنفسية حيال الغزو الجاهلي الرهيب، وعلى تزويد الفتيات والأمهات بما يعينهن على إنشاء جيل صالح قوي⁽⁶⁾.

5- محو الأمية:

الإعلام له أن يساهم بقدر كبير في محو الأمية وإيجاد حوافز لتعلم القراءة والكتابة ومحو

(1) إكرام الزيد، "الإعلام في رمضان إثم كبير ومنافع للناس"، عن موقع قصة الإسلام: <http://islamstory.com>، تحديث: 2009/08/22، ت.د: 2009/03/11.

(2) علي عقلة عرسان، ثقافتنا والتحدي خطابنا وخطاب العصر، منشورات إتحاد الكتاب العرب، دمشق، 2001، عن موقع إتحاد الكتاب العرب: www.awu-dam.com، ت.د: 2009/03/05، ص: 13.

(3) منصور الرفاعي عبيد، المنبر وأثره في اتجاهات الرأي العام، دار الجليل، بيروت، ومكتبة التراث الإسلامي، ط1، القاهرة، 1993، ص: 27.

(4) أحمد حسن محمد، مرجع سابق.

(5) سهيلة زين العابدين حماد، "الإعلام الإسلامي وخطر العولمة"، عن موقع الإسلام اليوم: <http://islamtoday.net>، تحديث: 06 أوت 2003، ت.د: 2009/03/13.

(6) منى حداد يكن، مرجع سابق، ص: 25-26.

الأمية الثقافية لدى أنصاف المتعلمين بمساهمة كل الوسائل الإعلامية⁽¹⁾.

6- تعميق التدين:

بإمكان الإعلام أن يجعل التدين والالتزام ثقافة للناس، إن هناك أنشطة كثيرة ووسائل إعلامية متاحة يمكن الاستفادة منها إذا نحن قررنا فعلا تهيئة المناخ المساعد على نجاح الأعمال الدعوية؛ إذ بالإمكان استخدام الملصقات والإعلانات في الصحف واللوحات والهاتف ومحطات الإذاعة والتلفاز، وإقامة مهرجانات في المناسبات المختلفة في بث الأفكار التي تحارب الرذيلة وتؤكد الترابط الاجتماعي مثل الحث على إقامة الصلاة^(*)، والحرص على صلاة الجماعة وصلوة الرحم والقرض الحسن وكفالة الأيتام ومناصرة المظلوم والحرص على لقمة الحلال والإقتصاد في استهلاك الماء والكهرباء والمحافظة على البيئة وتشجيع المرافق العامة والمحافظة عليها وغير هذا كثير، مما يساهم في بناء المجتمع الفاضل والأمة الملتزمة. إن جعل هذه المسائل حاضرة في حسّ الناس من صلب العمل الدعوي وهو مهمل في أكثر الأحيان⁽²⁾.

ثالثا: الخطاب الديني ومواجهة الإعلام الهدام

ونحن نعيش اليوم زمن القرية الكونية الإعلامية، حيث اختزلت المسافات وألغيت الحدود والسدود واخترقت الحدود الأمنية والسياسية دون بطاقة مرور أو جواز سفر؛ إلا أن الخطر الأعظم من وراء هذه السماوات المفتوحة تجاوز المشاهدات واختزال المسافات والجغرافيا والتاريخ إلى السطو على البنية التحتية للشعوب وتدميرها، وبرجحة الأدمغة والعقول وإعادة تشكيل الذهنية والقناعات العقديّة بعدما أفرغت من محتواها العقدي وموروثاتها الثقافية والاجتماعية⁽³⁾. ذلك ما للإعلام المعاصر من جوانب سلبية وقدرة عجيبة على الهدم، حيث يبثّ الباطل ويعمد إلى خداع الناس به وتزيينه بكل وسائل التحايل القادرة على التشويق والجذب والإغراء، فتكون لها نتائج وخيمة وتنعكس آثارها على البناء القيمي والمعتقدات

(1) المرجع نفسه، ص: 26.

(*) من أمثلة ذلك إطلاق مشروع ركاز لتعزيز الأخلاق في الكويت، وركاز مؤسسة إعلامية مستقلة غير ربحية تهدف إلى تعزيز الأخلاق في المجتمع بإقامة حملات إعلامية تحمل كل حملة منها مجموعة من القيم ومجموعة من الأهداف الخاصة، للمزيد أنظر موقع ركاز: <http://www.rekaaz.com/ar>.

(2) عبد الكريم بكار، مقدمات للنهوض بالعمل الدعوي، دار القلم، ط2، دمشق، سوريا، 2001، ص: 184.

(3) عبلة الكحلوي، البرامج الدينية في القنوات الإذاعية والتلفزيونية العربية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 4، 2004، ص: 28.

الموجودة في المجتمعات الإسلامية، ومن الجلي أن اتصال المواطن العربي بالشعوب والملل والثقافات الأخرى قد تحرّر اليوم من كل المعوّقات، وأيضا من كل إكراه و إرغام، ففيض المعلومات التي تديعها وسائط الاتصال والإعلام واللقاءات الشخصية المباشرة، وشبكة الأنترنت العنكبوتية... قد أغنت حياة هذا المواطن بتجارب لا يستهان بها، وفي ذات الوقت طبعت سلوكه في حالات كثيرة بطابع التمرد على كل ما هو ذاتي⁽¹⁾، فنجد أن بعض الشباب نتيجة تأثره بهذه البرامج تنكّر لأصالته وأعرافه من الفكر والثقافة والمظهر والتعامل والممارسات اليومية، ونتيجة لهذا ينشأ صراع بين ما هو عليه أبناء الأمة الإسلامية من قيم مستمدّة من ثوابت العقيدة، وبين هذه القيم الدخيلة مما يكون سببا في تعرّض الاستقرار النفسي للإهتزاز، ويهدد العلاقات بين الأفراد وأسرههم وجماعاتهم وقياداتهم الشرعية، بل ويهدّد علاقة الإنسان بنفسه، بين ما يؤمن به وما يشاهده من سخرية بالدين ومظاهره وتشكيك في العقيدة ومصادرها فتبدأ رحلة ضياعه، ونتيجة لذلك تحجب الصورة الحقيقية للمجتمع المسلم وتقاليده وأعرافه بالقدر الذي يعبر عن أمانة الكلمة ومهمة البلاغ وفريضة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، والإعلام الهدام هو الذي يصنع لشبابنا نماذج البشر الذي يقتدون بهم، فقد باتت أجيالنا تعرف من خلال الوسائل الإعلامية المختلفة الكثير من الفنّانين والمغنيين والممثلين والراقصين ممن أصبحوا مثلا أعلى لحياة العديد من شبابنا، في حين هي في جهل مطبق لتراجم عظمائنا وسير أبطالنا وروائع تاريخنا⁽²⁾، وهذا الإعلام هو الذي امتهن المرأة وأظهرها في صور مبتذلة وأصبحت وسيلة لترويج البضائع والمنتجات، ولم يرحم هذا الإعلام حتى براءة الأطفال فهم جمهور جيد ومقلّد ويُقبلون بدون أيّ تساؤل ولا يفرّقون بين الجيد والسيّئ فيما يعرض عليهم. ولكن إذا كان غيرنا ينتج المواد والبرامج الإعلامية ويضمّننها قيمه وأفكاره الغربية الهدّامة، الغربية عن قيمنا وأفكارنا وعقائدنا، فماذا يمكن أن يقدمه الخطاب الإعلامي الإسلامي، وما مدى نجاحه وفعالته في ذلك؟.

ولنجاح المضمون الإسلامي لهذا الخطاب الإعلامي يجب أن تكون له نظرة واضحة واستراتيجية مدروسة وفق قواعد وأسس وهذا ما سوف أبيّنه فيما يلي:

⁽¹⁾ نور الدين بلليل، القنوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 4، 2004، ص:20.

⁽²⁾ منى حداد يكن، مرجع سابق، ص:31.

أ- على المستوى الدولي:

إن الواقع الدولي المعاصر في حاجة إلى مضمون الرسالة الإسلامية كحاجة الظمأى إلى الماء العذب الزلال؛ ذلك لأنها تتعامل مع فطرة الإنسان التي فطر الله الناس عليها، وحتى يكون لهذه الرسالة صدى لدى الآخر وتلفت نظره إلى مضمونها، فلا بد للخطاب الإسلامي أن يتناول القضايا التي يركز عليها الإعلام المعاصر ويقوم بعرضها وفق التصور الإسلامي، مثل قضية حقوق الإنسان، وقضية الجهاد والحرب والسلام، وقضايا الإقتصاد والمال وغير ذلك من القضايا التي يجب أن يتبناها الخطاب الإعلامي الإسلامي مع ضرورة استخدام كل التقنيات والوسائل والإمكانيات الحديثة حتى يصل هذا الخطاب إلى الجمهور المستهدف بوضوح وقوة وقدرة على الإستمالة والجذب والإبهار، وبذلك يمكن للخطاب الإسلامي أن يشكل رأيا عاما عالميا جديدا تقنعه الفكرة ويعجبه السلوك وتشده قيم ومفاهيم رسالية هادفة تحملها أفكار سليمة من عقائد لها قدرة على نقل الإنسان إلى شاطئ الأمان بعد أن دمّرت الحضارة الحديثة كل هذه المعاني في نفوس الأفراد والأمم.

ولتحقيق هذا النجاح المطلوب لمضمون الخطاب الإعلامي الإسلامي لابد من أن يقوم على قواعد وأسس أذكرها فيما يلي:

1- أن يكون الإسلام بفكره وقيمه ومبادئه وحضارته هو الأصل الذي ينبغي أن يصدر عنه ذلك النظام الإعلامي المنشود، وهو الأساس الذي ينبغي أن يستند إليه صياغته للنشاط الإعلامي، وتحديد أبعاده ووظائفه ومسؤولياته ولا بد أن يتفاعل مع الواقع الذي تعيشه المجتمعات العربية، وتتبلور أسسه وتنظيماته وممارساته بما يخدم مصالح هذه المجتمعات وحاجاتها⁽¹⁾.

2- توفير قاعدة قوية من أبناء الأمة يحملون أمانة الدعوة ويقومون بدراسة المجتمع القائم وطبيعة الفكر المعاصر وأساليبه والإطلاع والتحليل لثقافة الغرب وأصولها ودواعيها، للقدرة على الحديث بلغة يفهمونها، ومن خلال الخطاب الإعلامي لمثل هذه العقول والثقافات يقدم الإسلام السلوك والعمل ليقتنع الرأي العام بالرسالة الموجهة ويلمس أثرها⁽²⁾.

3- تسخير كل الوسائل العلمية والتقنية والتكنولوجية والأجهزة الإلكترونية الحديثة، والإستفادة من قدرات وإمكانيات وسائل الإعلام على الإقناع والتأثير لتوصيل مضمون

(1) عبد القادر طاش، مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص: 51.

(2) أحمد حسن محمد، مرجع سابق.

الخطاب الإعلامي الإسلامي، يقول محي الدين عبد الحلیم: والحقیقة أنه إذا تم وضع خطة علمية سليمة وتم إعداد حملات إعلامية متكاملة الأبعاد ومتناسقة التخطيط تستهدف عقل الإنسان في أي منطقة من العالم، فإن استراتيجية الإعلام الإسلامي الدولي ستتمكن من خلق رأي عام عالمي مناصر ومؤيد له⁽¹⁾.

ب- على المستوى المحلي:

إن وسائل الإعلام في العالم الإسلامي مطالبة بإيجاد مناخ يتم من خلاله بناء قيم ومعتقدات وسلوكيات مرتبطة بالعبقيرة الإسلامية، وأن تضع أنماط جديدة للإستهلاك الإعلامي وأن تصنع نماذج بشرية تكون مفضلة لدى الجماهير من العلماء ورجال الفكر والعلم، وأن تساعد في بناء ثقافة تأخذ بعين الاعتبار التراث الإسلامي والإنساني، وأن تكون الفرصة مهيأة لتعدد الآراء والرأي والرأي الآخر في إطار آداب الحوار والمسؤولية الاجتماعية والإسلامية. كما ينبغي على صنّاع القرار وقادة الرأي والحكومات والشعوب الإسلامية أن تبذل كل الجهود لإعلاء صرح الإعلام الإسلامي وتقويمه وتطويره وتبني المنهج القويم في كل الممارسات الإعلامية المتصلة بالمسلمين وواجبهم تجاه دينهم وأمتهم، لأنه السبيل لصحة الفكر واستقامة السلوك وتحصيل العلم النافع والعمل الصالح.

ج- على مستوى الأفراد:

تختلف مسؤولية التصدي للإعلام الهدام على مستوى الأفراد حسب الفئات والسّن والمستوى الثقافي والعلمي، فمسؤولية الأطفال تقع على آبائهم، وذلك بتربيتهم وتوجيههم الوجهة السليمة للإستفادة من الإعلام واختيار البرامج التي يشاهدونها أو يستمعون إليها في التلفزيون والإذاعة. وإذا كان الفرد بالغاً فإن الوازع الديني لديه يجعله يراقب ويمنع نفسه بنفسه للتعرض للمضامين الإعلامية الهدامة التي لا يجوز له متابعتها في غياب الرقابة الإعلامية⁽²⁾. وإذا كان المستوى العلمي والثقافي للمتلقى متدنياً ولا يفقه من أمور دينه إلا قليلاً فاحتياطاً لنفسه وحفظاً لدينه أن يهجرها ويقاطعها.

(1) محي الدين عبد الحلیم، الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي، مرجع سابق، ص: 17-18.

(2) عبد الله أحمد اليوسف، "أفضل طريقة للتعامل مع وسائل الإعلام هي تنمية الوازع الديني"، حاوره: حسن آل حماد، جريدة الوطن، 2002، عن موقع: www.alyousif.org، ت.د: 2009/04/15.

المبحث الثالث: البرامج الدينية في وسائل الإعلام بين الواقع والطموح

المطلب الأول: واقع البرامج الدينية في وسائل الإعلام

البرامج الدينية جزء أو صورة من صور الخطاب الديني، ونظراً لسيادة المنظور الثقافي في التحليل السياسي تحت ظل العولمة، والحديث عن صراع الحضارات حيث يتم التركيز على دور الأفكار والقيم في التفاعلات الاجتماعية والسياسية والإقتصادية والتي كانت عنواناً لكل الممارسات الغربية الأمريكية خاصة بدءاً من الحرب على الإرهاب وصولاً إلى نشر الديمقراطية وتجديد الخطاب الديني وتغيير المناهج، وظهور ما يعرف بـ(إسلاموفوبيا). وإذا كانت هذه التطورات في العلاقة بين الإسلام والغرب قد أفرزت الضرورة إلى إعادة النظر في النتاج الثقافي والإعلامي ككل والإذاعي بشكل خاص وتعالى دعوات التجديد في الخطاب، فإن من العقلاني بمكان مراجعة وفحص المحتوى والآلية والشكل الذي يتخذه المنتج كطريق للوصول إلى المتلقي المحلي والخارجي على حد سواء مع ملاحظة التأثير والفاعلية التي تتمخض من تلك العملية الاتصالية⁽¹⁾.

وإذا كان للباحثين والمنظرين في مجال الإعلام الديني الإسلامي صولات وجولات في وضع الأسس والقواعد، وبيان المميزات والخصائص، ووصف الأهداف والمناهج التي ينبغي أن يكون عليها هذا الإعلام؛ فإن الناظر إلى واقع الإعلام الديني وما هو عليه على أرض الميدان وفي مجال الممارسة الفعلية، يجد نفسه أمام حقيقة مرّة ومشكلة حقيقية ألا وهي مشكلة الإعلام الديني الذي تبدو عليه ملامح الضعف وعدم الفاعلية وعدم مواكبة التطور، فنياً وتقنياً، شكلاً ومضموناً وإخراجاً، وعلى الرغم من وجود بعض التجارب الرائدة والناجحة في الإعلام الديني الإذاعي أو التلفزيوني العربي والإسلامي إلا أن السمة الغالبة هي الإلتصاف بالضعف والهزال. وهذه الحقيقة أن الخطاب الديني في وسائل الإعلام يعاني من أمراض كثيرة فما زالت الوجوه هي الوجوه والبرامج هي البرامج والمخرجون هم المخرجون بل مازال الكلام هو نفس الكلام الذي نسمعه منذ وقت طويل⁽²⁾.

ولم يزل الإعلام الإسلامي إلى حد ما في إطار الأمنيات والشعارات لم تتبلور ملامحه بعد

(1) حيدر السلامي، "الخطاب الديني عبر الأثير"، عن موقع مؤسسة الحوار المتمدن: www.ahewar.org، ت.د:

2009/04/04، ص:2.

(2) المرجع نفسه، ص:4.

النظرية (المجرد) والعملية (المجسد) ويتحوّل من ثم إلى أفعال قاصدة وممارسات هادفة، وانزوى في ركن قصير من الصحف والصفحات والبرامج الإذاعية والتلفزيونية وبعض الفضائيات الدينية، مساحة وزمنا ومضمونا وأشخاصا، فهو يفتقر إلى الكثير من مواصفات الإعلام الحديث⁽¹⁾.

وفيما يأتي سوف أحاول تسليط الضوء على بعض المفردات التي تكوّن الواقع الذي يعيشه إعلامنا الإسلامي المعاصر ونزرع الأمل في التحديد والتطوير حتى بلوغ الغاية في إزالة الضباب عن الوجه الحضاري المشرق للإسلام الأصيل برغم ما ألقى به من التهم والإفتراءات بسبب عمليات التشويه المستمرة. وسأعرض ذلك من خلال النقاط التالية:

أولا: أساليب إعداد وتقديم البرامج الدينية

يلاحظ على هذا الجانب عدة نقائص وعيوب مما يتعلق بالشكل الذي يتم به تقديم أو إعداد أو إخراج البرنامج الديني، والطريقة التي تعالج بها المواضيع الدينية، ومنها ما سنذكره في النقاط التالية:

1- كثرة استعمال اللغة التراثية أو التخصصية البحتة التي مكّانها الدرس والبحث العلمي وليس الإعلام الجماهيري لأنها تخلق غربة اتصالية بين المرسل والمتلقي وبذلك تضعف بل تنعدم الإستجابة المطلوبة، فعلماء الدين أثناء أحاديثهم الإذاعية يتحدثون بلغة بعيدة عن التداول اليومي للمواطن العادي، بل إنهم يتكلمون بأسلوب المعلم لتلاميذه وهذا ما يبعث على الملل والتأؤب وبالتالي الإنقطاع والإنفصام بين المتلقي والراديو⁽²⁾.

2- أسلوب الإرشاد والوعظ المباشر والإستعلاء في الكلام وطرح الشخصيات والأفكار بطريقة مثالية تبتعد عن الواقع المعاش وهذا يوّلد إحباطا لدى المتلقي ولا يزرع في قلبه إلا التقديس اللاواعي لرموز وتعاليم الدين ويفرغ التجربة البشرية من محتواها⁽³⁾.

3- البرامج الدينية في الإذاعة يغلب عليها الإملال والجمود وعدم التطوير، وعدم التوازن في كثير مما يعرض من برامج، وضآلة العناصر الفنية المستخدمة فيها وبدائية أغلبها وطريقة العرض

⁽¹⁾ نصير بوعلي، الإعلام والقيم قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزوي، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2005، ص:82.

⁽²⁾ حيدر السلامي، المرجع السابق، ص:14،17.

⁽³⁾ المرجع نفسه، ص:17.

الكلاسيكية التي لا تقوم على الحوار المباشر مع الجمهور الأمر الذي أنتج نوعاً من التلقي السلبي والملل⁽¹⁾. فنجد أن البرامج الدينية تقدّم في أشكال تقليدية، حيث ضعف الإخراج وُبعده عن الإبداع والابتكار لتوظيفه في التجديد للشكل والمضمون حتى يجعل من البرنامج الديني مادة محببة لدى الجماهير، فنجدها أهما لا تعدّ وتخرّج بما يليق بمكانتها في نفوس شعب متدين، فمثلاً نجد بعض الضيوف يكرّرون أنفسهم و يكرّرون غالب المواضيع حتى يختلط الأمر على الجمهور فلا يدري إن كان رأي هذا البرنامج من قبل أم لا، وهذا دليل على رداءة الكيف والكمّ معا⁽²⁾.

ويبرز هذا جلياً خاصة عند معالجة المناسبات والأحداث الدينية الدورية المتكررة، فمن المآخذ التي يسجلها البعض على البرامج الدينية في رمضان، ذلك الإلحاح والتكرار على نفس القضايا والفتاوى كل عام حول أحكام الصيام وضوابطه ومقدار زكاة الفطر وشروطها، وهذا الأمر يبدو واضحاً بشدة في وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة، والتي تلجأ للاعتماد على أرشيفها القديم توفيراً للوقت والنفقات، وهذا الانتقاد وعلى الرغم من وجاهته، إلا أنه يجب أن يُوجّه إلى الأسلوب وليس إلى المضمون، فالمشكلة في نمط العرض المملّ وغير الجذّاب، كما أن هذا التكرار يتجاهل وجود قضايا مستجدة تستحق الإهتمام والمتابعة⁽³⁾. فالحدث ثابت وكذلك المناسبة، ولكن منظور الرؤية وزاوية تناول ومستوى المعالجة وإسقاط الراهن وهمومه وانشغالاته يجب أن تختلف، وذلك من أجل تحقيق حيوية الحدث وربطه بعصره وواقعه وجمهوره. إن قوة الفكرة الدينية وتماسكها ومنطقيتها وجماهيريتها تستدعي معالجات في مستوى هذه القوة والتماسك والفاعلية.

وكذلك الإكتفاء والإعتماد على الخطاب الوعظي الإنشائي في معالجة هذه الأحداث والظواهر المستجدة، رغم أن الحياة الدينية غنيّة ومتنوّعة والمستوى التعليمي للمتلقي ارتفع والإفتتاح الإعلامي متوفر بالتكنولوجيا المعاصرة، فلم يعد ممكناً الرهان فقط على القوة الذاتية للموضوع الديني⁽⁴⁾.

(1) المرجع نفسه، ص: 17.

(2) محمد كامل عبد الصمد، التلفزيون والبرامج الدينية، مرجع سابق، ص: 117.

(3) مصطفى عياط، "الإعلام الرمضاني في الميزان"، عن موقع الإسلام اليوم: www.islamtoday.net، تحديث: 22

سبتمبر 2007 ، ت.د: 2009/04/11.

(4) أديب حضور، مرجع سابق، ص: 65.

4- إهمال طريقة تقديم البرامج الدينية التي ينبغي أن تمتاز بروعة الإلقاء، وهو ما يميز البرنامج الإذاعي الذي يحتاج إلى قالب فني يصاغ فيه ليُكسبه جواً من التشويق والمتعة تشدّدان السّامع للإنصات إلى جهاز الراديو، ذلك أن البرامج الدينية بشكل عام تحتاج إلى هذا التشويق والإمتاع والجاذبية؛ لأنها مواد دسمة المواضيع صحيحة الفكرة سليمة الهدف ولكن هذا لا يكفي إلا إذا أثّرت كوامن العواطف وشهية الإطلاع ورغبة المتابعة⁽¹⁾. وهو ما ينسحب على معظم البرامج الدينية في الفضائيات العربية التي تفتقر هي كذلك إلى استخدام عوامل الجذب التي تشدّد الجمهور لمتابعتها، حيث تستخدم معظمها قوالب تقليدية في الشكل، منها ما يندرج تحت نوعية البرامج الحوارية التي غالباً ما تكون بين الأساتذة المتخصصين والدعاة الدينيين وبين مشاركات المشاهدين وأسئلتهم، ومن أكثر القوالب التقليدية التي ما تزال تستخدمها البرامج الدينية قالب الحديث المباشر وفيها يتواجد الضيف بمفرده في الاستوديو حيث يقدم حديثاً مباشراً يهدف منه إلى تقديم النصح والإرشاد في الأمور الدينية والحياتية⁽²⁾.

فالقوالب الكلاسيكية القديمة لم تعد تلبّي احتياجات الجمهور وتجتذب شرائحه المتعددة إلى ما تطرحه الإذاعات الإسلامية بل إن العديد من البرامج الدينية التي اعتادت تبثها الإذاعات الإسلامية العامة والمتخصصة على حد سواء أخذت تعد من مولدات الملل والروتين وصار بعض البرامج المقدمة بهذه الطرق الرتيبة تنفر الجمهور من الإذاعة وهذا هو الفشل المركب الذي قد يصيب الخطاب الديني ويشل حركته ويفقده مزية التأثير والفاعلية⁽³⁾.

5- الإرتجال والعفوية وهيمنة العوامل الشخصية والمزاجية، حيث تفتقر غالبية المحطات الإذاعية والتلفزيونية إلى اعتماد خطة واضحة ومحددة تتم ترجمتها إلى أهداف ملموسة تشكّل الأساس والمنطلق لعملية البرمجة برمتها⁽⁴⁾. وافتقاد رؤية إسلامية وإستراتيجية واضحة تعمل البرامج الدينية في القنوات الفضائية الحكومية والخاصة من خلالها لتحقيق عدد من الأهداف للتأثير على الآخرين، وقد يرجع ذلك إلى وجود نوع من الخلافات الفكرية بين العالم الإسلامي⁽⁵⁾.

(1) عبد الله سالم، البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون نقد وتحليل، مجلة المجتمع، الكويت، العدد 234، السنة 1975، ص: 46.

(2) عزة عبد العظيم محمد، رؤية نقدية للحوارات الدينية في الفضائيات العربية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 3، 2006، ص: 40.

(3) حيدر السلامي، مرجع سابق، ص: 4.

(4) أديب حضور، مرجع سابق، ص: 65.

(5) عزة عبد العظيم محمد، المرجع السابق، ص: 41.

6- تُقدم البرامج الدينية في الفضائيات في قوالب أقرب إلى الإذاعة المسموعة منها إلى الإعلام التلفزيوني الفضائي، وهذا دليل على عدم مراعاة طبيعة كل وسيلة من وسائل الإعلام التي تختلف فيها فنّيات التقديم والعرض. فما زالت معظم البرامج الدينية المقدمة على شاشة التلفزيون هي برامج إذاعية، وذلك لأن التلفزيون يعتمد على الصورة أولاً ثم الصوت، ولكن للأسف معظم البرامج الدينية في التلفزيون تقدّم دون تقديم وسائل إيضاح، ودون مرافقة صور توضيحية للصوت؛ إذ غالباً ما يجلس المتحدث أمام الكاميرا دون حراك وهذا بالطبع لا يتوافق مع الطبيعة التلفزيونية⁽¹⁾.

كما تقدّم بأسلوب خطابي تقليدي لا يتماشى مع الأداء التلفزيوني المعاصر، فضلاً عن غياب الوسائل الفنية الجذّابة لحسن العرض، واستخدام لغة تراثية قد لا تكون مفهومة لغير الصفوة من المثقفين وهذا ما يمنع تجاوب المشاهدين معها⁽²⁾.

وبالنسبة للحديث الديني في الإذاعة فإن علماء الدين لم يدركوا بعد التطور الذي حدث للميكروفون، فالميكروفونات الحديثة يكون الهمس فيها أفضل ولأن الصوت الرقيق الهادئ يؤثر في الناس أكثر، لكن علماء الدين تعودوا على الصوت المرتفع حتى يسمعون أكثر عدد من الناس. كما أن الخطاب الديني في الإذاعة ينبغي أن يكون على هيئة حوار حي بين إنسان يسأل ويجاور وعالم يجب ويردّ عليه حتى تناقش كل تفاصيل الموضوع بشكل حي وليس عن طريق أسئلة تجري قراءتها من ورقة⁽³⁾.

يقول إبراهيم عيسى صحافي ومقدم برنامج "الله أعلم" الديني على قناة "دريم" الفضائية خلال شهر رمضان: "إن أزمة البرامج الدينية أزمة عميقة وبعيدة الأثر منذ السنوات الأولى للإذاعة، مروراً بمراحلها في التلفزيون وحتى الآن، وهي قائمة على الوعظ التقليدي وأداء خطب الجمعة التي تخاطب القيم الأخلاقية دون مخاطبة العصر الذي نعيشه وهذا لا ينفي وجود علماء دين استطاعوا مخاطبة العصر"⁽⁴⁾.

(1) ممدوح الحوشان، البرامج الدينية في التلفاز، تحقيق، مجلة الدعوة، الرياض، السعودية، العدد 1590، 02 محرم 1418هـ/08 ماي 1997م، ص: 20-21.

(2) إبراهيم إمام، كيف نجعل البرامج الدينية أكثر تشويقاً، مرجع سابق، ص: 30.

(3) حيدر السلامي، مرجع سابق، ص: 5.

(4) دينا وادي، "البرامج الدينية في الفضائيات العربية يصفها الجمهور بالنمطية والرتابة والملل"، عن موقع جريدة الشرق الأوسط: www.aawsat.com ، ت.د: 2009/03/19.

7- عدم مراعاة خصائص وسائل وأساليب الاتصال، مما يدل على ممارسات إعلامية خاطئة؛ لأن الرسالة الإعلامية الدينية لا تحقق هدفها بالنوايا الطيبة، بل إضافة إلى ذلك لابد من انتقاء الوسيلة المناسبة، والمدخل الإقناعي المناسب، وآليات التأثير المناسبة، واستخدام الشكل الفني المناسب للوسيلة والموضوع والجمهور المستهدف والهدف المتوخى تحقيقه، وهذا يستدعي ممارسة الإعلام الديني وفق قوانين علم الإعلام ونظرياته⁽¹⁾.

8- تقدّم البرامج الدينية في رمضان ضمن طقوس احتفالية استهلاكية، تستدعي الإسترخاء وطلب المتعة والتسلية ما يبعد هذا الشهر عن دلالاته الدينية ومغازيه الأخلاقية ودلالاته القيمية، الأمر الذي يسهم بإعطائه طابعا يتناقض مع قوته الرمزية.

9- تفتقر المواد و البرامج إلى المعالجة التفسيرية والتحليلية الإبداعية والخلاقة، القادرة على تفسير الحدث أو التطور أو الظاهرة الدينية، ووضعها في سياقها، وتعميق فهم المتلقي لها، مما يترتب على ذلك تعثر خطوات تقديم رسالة إعلامية دينية تمتلك المقدرة الإقناعية المطلوبة، وينعكس ذلك سلبيا على مهام التكوين والتوعية، وبالتالي على وظيفة تكوين النسق الفكري العميق والمتماسك⁽²⁾.

10- البرامج الدينية التي تقدّم في الفضائيات الإسلامية تقدّم بأشكال أقرب إلى الإستنساخ منها إلى التجديد والإبتكار، فعندما تشاهد قناة دينية ما وتنتقل إلى أخرى لا تجد فروقا تذكر إلا في شخص المتحدث واسم البرنامج، فقد تشابه المحتوى بدرجة تقترب من التماثل، والقلب الإعلامي الذي تقدم فيه تلك البرامج يكاد يكون مستقرا حول شيخ يفتي أو يتحدث للجمهور أو حتى يدير برنامجا حواريا تفاعليا، وهذا كله جيد، لكن يبقى أنه لا يجب أن يكون هو المكون الرئيس للخريطة البرمجية في تلك الفضائيات⁽³⁾.

ثانيا: توقيت بثّ البرامج الدينية

يعاني الإعلام المعاصر على مستوى البرمجة والتوقيت الخاص ببثّ البرامج الدينية من عدة أمراض خطيرة سأعرض إلى جانب منها فيما يلي:

(1) أديب حضور، مرجع سابق، ص:66.

(2) المرجع نفسه، ص:65.

(3) "الفضائيات الإسلامية وعقدة الدراما"، مجلة الوعي الإسلامي، وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، دولة الكويت، العدد 532، عن موقع مجلة الوعي: www.alwaei.com ، ت.د: 2009/10/15.

1- الإزدواجية والتناقض في الوسيلة الواحدة، فضلا عن وجودهما في الوسائل المتعددة، حيث تستمع إلى برنامج ديني يحث على الفضيلة فيعقبه مباشرة برنامج آخر يغري بالرديلة، أو أغنية ماجنة تزيّن السقوط بصورة جذابة مشوقة، وتشاهد في التلفاز برنامجا دينيا يبني في نفوس المشاهدين معاني الرجولة والصلاح والخير، ثم لا تلبث أن تُصدم في الوسيلة نفسها بفيلم مثير ينقض كل ما بناه البرنامج الديني و يهدمه⁽¹⁾. و كل البرامج الدينية تعاني هذه الضروب من الإهانة والتحقير بإقحام برامج المجون والإعلانات الخليعة عليها، والمثير للدهشة أن هذا العبث يزداد في شهر رمضان، حيث يتم التلاعب بجرمته، فمن جهة يزداد حجم هذه البرامج الدينية والندوات وتلاوة القرآن الكريم، وبالمقابل تملأ الشاشة بالإعلانات الماجنة⁽²⁾، وما يسمى أيضا بالفوازير، التي تلتصق بالشهر الكريم لا لشيء إلا لتمجيد حياة التافهين، والإستخفاف بالشهر العظيم ومعه مشاعر المؤمنين، أضف إلى ذلك ما يسمى بالمسلسلات الفكاهية والتي تختار أوقات الإفطار، أكثر الأوقات تجمعا للصائمين فصرفوهم عن ذكر الله، فأسمى المسلسل الفكاهي كشعيرة من شعائر الشهر العظيم⁽³⁾.

2- تذاغ أغلب البرامج الدينية ويتم لها اختيار أوقات لا تناسب الجمهور والمشاهدين، كأن تذاغ متأخرة جدا أو أثناء صلاة التراويح والتهجد في رمضان⁽⁴⁾، أو أن تذاغ هذه البرامج وقت الظهيرة، أي الوقت الذي يكون الناس ما زالوا مستغرقين في أعمالهم أو في طريق عودتهم إلى بيوتهم أو وقت استراحتهم⁽⁵⁾، وعليه فإن 90% من البرامج الدينية تذاغ في أوقات لا تمثل ذروة كثافة المستمعين⁽⁶⁾.

3- انحسار الفترة الدينية في أغلب المناهج الإذاعية وصغر مساحة البرامج ذات الصبغة الدينية

(1) عبد القادر طاش، إضاءات حول الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص:35.

(2) أحمد باكو، البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزة، مجلة الإحياء، رابطة علماء المغرب، المغرب، ج2، ص6، 1987، ص:15-16.

(3) أحمد جاد، من ذا يقول لقادة الإعلام رمضان شهر شعائر المسلمين، مجلة الدعوة، القاهرة، مصر، العدد 39، السنة 28، 1979، ص:18.

(4) غازي بن زين عوض الله، البرجة الرمضانية وكثافة الإنتاج التلفزيوني، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد1، 2003، ص:69.

(5) محمد كامل عبد الصمد، التلفزيون بين الهدم والبناء، دار الدعوة للطبع والنشر والتوزيع، ط2، الإسكندرية، مصر، 1993، ص:26.

(6) حيدر السلامي، مرجع سابق، ص:7.

قياساً بالبرامج الترفيهية والفترات المنوعة دفع بالجمهور إلى الإنصراف عن متابعة الخطاب الديني من خلال تلك المحطات الإذاعية⁽¹⁾.

ومع سوء التوقيت نجد أن البرامج الدينية لا تعرف لها موعداً مستقراً، حيث نجد مثلاً أن البرامج الدينية في الإذاعة تتغير مواعيدها حتى بدون سابق إنذار فلا تكاد تستقر في موعد حتى تدفع إلى موعد آخر حتى تضيق عن طلبها⁽²⁾، بل وتصل الأمور إلى حدّ إلغاء البرنامج الديني بسبب مباراة لكرة القدم والمبرر لذلك أن تلك المباراة لا تعاد وينبغي متابعتها من البداية، أما الأحاديث الدينية فيمكن سماعها في يوم آخر وهكذا تكون النتيجة أن تصير تلك البرامج مهجورة أو شبه مهجورة لا جمهور لها إلا ما ندر⁽³⁾.

وإن حصل وأن وضع البرنامج الديني في وقت مناسب كالساعة السابعة مساءً أو التاسعة مساءً فإن الوقت المخصص له يكون أقلّ من البسمة والسلام⁽⁴⁾. وبذلك نجد أنه لا تحظى البرامج الدينية إلا بفترة قليلة جداً من البرجة، فلم تحتل بعد حجماً يتناسب مع أهميتها⁽⁵⁾.

ثالثاً: جمهور البرامج الدينية

لزيادة اطلاع على واقع البرامج الدينية في القنوات الإذاعية والتلفزيونية العربية والإسلامية، لابد من التعرّيج على واقع مشاهدة ومتابعة هذه البرامج من طرف الجمهور العربي والمسلم وذلك حتى تكتمل الرؤية والصورة، لأن هناك عدة أسباب ومعوقات أدت إلى هذا الواقع المزري لحال هذه البرامج وحال جمهورها. يرى "عادل المكنيزي" صعوبة قياس حجم التفاعل الجماهيري مع البرامج الدينية لعدم توفر دراسات وأبحاث وإحصاءات عن مدى تقبّل الجمهور للبرامج الدينية، وألح إلى أن الموعد الزمني له أثر في نسبة متابعة الجمهور للبرامج الدينية كأوقات الحج ورمضان حيث يكون الناس أكثر اهتماماً بالرسالة الإعلامية الدينية لارتباطها بواجبات شرعية محددة في هذه الأزمنة⁽⁶⁾.

(1) المرجع نفسه، ص: 18.

(2) أحمد باكو، المرجع السابق، ص: 13-14.

(3) محمد كامل عبد الصمد، التلفزيون بين الهدم والبناء، المرجع السابق، ص: 26.

(4) المرجع نفسه، ص: 27.

(5) إبراهيم إمام، كيف نجعل البرامج الدينية أكثر تشويقاً، مرجع سابق، ص: 30.

(6) عزة عبد العظيم محمد، مرجع سابق، ص: 42.

وتشير إحدى الدراسات التي أجريت حول نمط استهلاك الأسرة الخليجية للبرامج الدينية ورغم أن العينة اختيرت من أسر تعيش في مدينة الرياض إلا أن نسبة مشاهدة البرامج الدينية جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 5.9%⁽¹⁾. وفي السياق نفسه تقول "ماجى الحلواني" عميدة كلية الإعلام بجامعة القاهرة: "قامت كلية الإعلام بعمل استبيان حول القنوات المتخصصة سواء كانت أرضية أو فضائية فجاءت نسبة مشاهدة القنوات الإسلامية في ترتيب متأخر وعلل البعض ذلك بأنهم لم يجدوا فيها جديد أو أنها أغفلت عناصر الإهمار التلفزيوني في تقديمها لبرامجها"⁽²⁾. ويرى "عبد العزيز السيد" أن الإعلام الديني غائب عن الفضائيات العربية التي تضع البرامج الدينية خارج أوقات الذروة حيث تقل كثافة المشاهدة، قائلاً: "من السخرية أن نعرض برنامجاً هادفاً يدعو إلى الهداية والإستقامة في الساعة الثالثة صباحاً مثلاً، هذا التوقيت وغيره يعكس تهميش القائمين على الفضائيات العربية للبرامج الدينية واعتبارها من البرامج الثانوية والتي لا يهم أن يتابعها الجمهور"⁽³⁾.

ومن هنا نلاحظ أن حجم التفاعل الجماهيري مع البرامج الدينية لا يزال دون المستوى المأمول.

وفيما يلي سأعرض للأسباب المتعلقة بالجمهور:

- 1- ترتبك الكثير من المواد والبرامج الدينية في عملية تحديد دقيق نسبياً للجمهور الذي تستهدفه، الأمر الذي يؤدي إلى تقديم رسالة إعلامية دينية غير مطابقة كما يجب مع حاجات الجمهور وغير ملبية كما يجب لاهتماماته وانشغالاته⁽⁴⁾.
- 2- تُتناول الكثير من المواضيع والقضايا الدينية بأسلوب صعب، خاصة المسائل الفقهية التي يتم تناولها وفق منهجية الفقهاء القدامى حيث كان الفقه عندهم أشبه ما يكون بالألغاز التي تحتاج إلى تبسيط ليفهمها المشاهد العادي وغياب ذلك يجرمه من متعة الإستماع والمشاهدة، وبذلك يجرم الرسالة الإعلامية من جمهورها ويصرفهم عنها⁽⁵⁾.

(1) سهام الصويغ، "نمط استهلاك الأسرة الخليجية لبرامج التلفزيون العربية"، عن موقع منتديات المنشاوي للدراسات والبحوث: www.minshawi.com، ت.د: 2009/03/14.

(2) ماجى الحلواني، "الفضائيات والبرامج الدينية، غائبة مغيبة أم تفتقد إلى التخطيط؟"، عن موقع مجلة عربيات: www.arabiyat.com، ت.د: 2009/03/23.

(3) المرجع نفسه.

(4) أديب حضور، مرجع سابق، ص: 65.

(5) غازي بن زين عوض الله، مرجع سابق، ص: 69.

3 - جمهور القنوات الدينية يكاد ينحصر في الجمهور الملتزم، الأمر الذي جعل بعض هذه القنوات كمن يتشبث بمخاطبة نفسه، ولذلك يستشعر الخبراء والمطلعون من الداخل على منظومة الإعلام الإسلامي بمكوناتها إشكالية عامة تعترض توصيل رسالتها التي يؤمن القائمون عليها بصلاحياتها للناس جميعا، وبالتالي فإن التحدي الأكبر أمام أي قناة تسم نفسها بالإسلامية يتمثل في مقدرتها على استقطاب واستمالة جمهور من خارج دائرة الجمهور المتوقع (أي من خارج الرقعة الملتزمة)، وذلك انطلاقا من إيمان عميق بصلاحيات رسالتها للعامة، وهو تحدّ ما زال ماثلا للعيان وسي تعمق مستقبلا، أمام سيل القنوات التلفزيونية وكثرة الخيارات المتاحة للمشاهدين⁽¹⁾.

4- عدم الإستجابة لرغبات الجمهور في إعادة بعض البرامج الدينية التي لا يتمكّنون من مشاهدتها، وهذا من المفروض هو دور قسم "المتابعة والمراقبة" الذي يختص برسائل القراء والرد عليها⁽²⁾.

5- يتسم البرنامج الديني بصلاية مادته التي تحتاج على فهم وتركيز للاستيعاب الذهني مما يحول دون القدرة على متابعته بوجه السرعة أو التعجل في عرضه، لذا كان من الضروري الحتم أن تكون البرامج الدينية في أوقات تسمح لأن يُقبل عليها أكبر عدد من الناس⁽³⁾.

رابعا: القائم بالاتصال والكوادر العاملة في البرامج الدينية

لا شك أن القائم بالاتصال يتوقف عليه نجاح الخطة الإعلامية أو فشلها، ولهذا فمن الأهمية بمكان ونحن نستقصي أسباب أزمة الإعلام الديني والبرامج الدينية الموصوفة بالضعف والهزال النظر إلى جميع جوانب العملية الإعلامية وأهمها القائم بالاتصال كإطار وكادر من الكوادر العاملة في البرامج الدينية، ومما يلاحظ على هذا الجانب نستعرضه فيما يلي:

1- القائم بالخطاب الديني، فنجد أن البرامج التي تقدم إلى الجمهور إنما هي من إعداد أشخاص بعيدين عن التخصص في الميدان الديني، والأدهى من ذلك أن بعضهم ليس بعيدا عن المسائل الدينية فحسب، بل هو بعيد عن أسس العملية الإعلامية أيضا. فيغلب على معدّي ومقدّمّي

(1) سعيد أبو معلا، "جدل البرامج الدينية على قنوات ليبرالية"، عن موقع الإسلام اليوم: www.islamtoday.net، ت.د: 2009/03/22.

(2) محمد كامل عبد الصمد، التلفزيون والبرامج الدينية، مرجع سابق، ص: 116.

(3) محمد كامل عبد الصمد، التلفزيون بين الهدم والبناء، مرجع سابق، ص: 28-29.

البرامج الدينية عدم الخبرة المهنية في قواعد وأساليب الإعداد التلفزيوني وتقديم البرامج المرئية⁽¹⁾. والمفروض أن يكون المرسل لأية رسالة اتصالية على علم وإحاطة بمحتوى تلك الرسالة، وبمحمل الظروف والتأثيرات التي تحيط بالعملية الاتصالية، وعلى دراية تامة بخصائص الجمهور المستهدف واحتمالات نوع الإستجابة وتفسيرات الرموز التي تنطوي عليها الرسائل الإعلامية وغير ذلك من أساسيات العمل الإعلامي، وإلا فإن فاقد الشيء لا يعطيه. إذن فمن شروط القائم بالخطاب الديني أن يكون على علم ودراية بأحوال عصره وقضايا أمته، والإهتمام بالعلوم السياسية والإنسانية والإعلامية، فضلاً عن الدراية بقوانين الشريعة والموازنة بين الثابت والمتغير، من أجل الخروج بهذا الخطاب إلى فضاء العالمية وعدم تكريس التخلف عن ركبها⁽²⁾. وحتى وإن تعرّض لها أصحاب الإختصاص لا يتم التدقيق فيها قبل عرضها، أي غياب المراجعة لهذه البرامج من قبل أصحاب الإختصاص قبل البث⁽³⁾.

2- غياب الكوادر الإعلامية المدربة والقادرة على مخاطبة جمهور البرامج الدينية بشكل مهني عالي المستوى، وإدارة الحوارات بشكل مشوّق وجذاب، تُظهر إمام المحاور التام بجوانب الموضوع المطروح، وهو ما يجنّب ظهور المحاور بمظهر الجاهل بما يؤدي إلى فقد مصداقيته لدى الجمهور، مما ينعكس سلباً على توصيل الرسالة الاتصالية بالكفاءة المطلوبة. إن معظم مقدّمي البرامج الدينية يفتقدون للمبادئ الأساسية لإدارة الحوار التلفزيوني، فنجد المحاور يقطع المتصل تلفونيا بالبرنامج بشكل غير لائق طالبا منه الإختصار، أو مقاطعة ضيف البرنامج وهو يجيب على السؤال بحجة ضيق الوقت المخصص للبرنامج... مما يؤدي غالباً إلى قطع تسلسل الأفكار والتشويش على المشاهد ووصول الفكرة أو الفتوى غير مكتملة⁽⁴⁾.

3- تفتقد الكوادر القائمة على أغلب الفضائيات الإسلامية للوعي الكامل والصحيح بالإسلام، ففي هذا المجال نحن لا نسوّق لبضاعة وإنما نسوّق لمادة إعلامية قائمة على الثقافة الدينية فيجب أن يتحلى من يقدمها بدراية علمية واسعة بهذا الدين، وليس بالضرورة أن يكون هؤلاء من

(1) أنور العسيري، "الإعلام الإسلامي في القنوات الفضائية"، عرض لكتاب عبد القادر طاش، ط2، دار الأندلس الخضراء للنشر والتوزيع، عن موقع الإسلام اليوم: www.islamtoday.net، تحديث: 2004/04/06، ت.د.: 2009/03/19.

(2) حيدر السلامي، مرجع سابق، ص: 6.

(3) عبد الله سالم، مرجع سابق، ص: 46.

(4) عزة عبد العظيم محمد، مرجع سابق، ص: 42.

علماء الدين ولكن إعلاميين متخصصين في المجال الذي تختص القناة بتقديمه للجمهور⁽¹⁾.

4- عدم وضوح الأساس الذي يتم اختيار الأشخاص أو الأساتذة الذين يتحدثون في البرامج الدينية، حيث يمكن أن يفاجأ المشاهد في بعض الأحيان بمحدثين لا يزيد فهمهم ومعرفتهم وثقافتهم على أي شخص عادي يلم بمعلومات عامة فقط⁽²⁾، فنجد أن جميع القنوات الفضائية هدفها استثماري بما فيها الفضائيات الإسلامية التي تلجأ عادة إلى مصادر تمويل أو شخصيات لها ثقل اقتصادي، كما تبحث عن أسماء إعلامية شهيرة دون أن تضع بعين الاعتبار توافق ثقافة الإعلامي مع أهداف القناة، وهؤلاء بالمفهوم الدارج شخصيات (محروقة) لن تتمكن من الإعداد والتقديم بشكل يخدم المتلقي والقناة⁽³⁾. وهذا يؤدي إلى تكرار ظهور عدد محدود من الدعاة وعلماء الدين بعينهم في كثير من الحوارات الدينية⁽⁴⁾.

فيجب أن يكون هناك انتقاء للقائمين على القناة وبرامجها مع استبعاد أصحاب الإتجاهات الفكرية المنحرفة أو المتطرفة فالاعتدال والوسطية من أهم سمات الإسلام التي يجب أن تتبناها القناة وتدعو لها حتى لا تشوبها الشبهات فيما تُقدّمه من مواد وبرامج⁽⁵⁾، وهذه الحالة غالباً تؤدي إلى تلك الإنزلاقات التي يقع فيها بعض ضيوف البرامج الدينية وهذه المسائل تفاجئنا من حين لآخر لتؤكد ضرورة إيلاء الخطاب الفقهي أهمية بالغة باعتبار تأثيره العميق في النفوس⁽⁶⁾.

5 - مازال في ذهن الكثيرين من المعنيين بالبرامج الدينية العربية ومعدّيها ومنتجها أنهم المصدر الوحيد والخيار الوحيد المتاح أمام المتلقي، وغياب الإحساس بأننا نعيش عصر السماوات المفتوحة، وأن ثمة تنوعاً غير مسبوق في الرسائل الإعلامية الدينية المتعددة المصادر والمرجعيات، والإمكانات المتاحة للتعرّض لهذه الرسائل، مما يجعل المتلقي للرسالة الإعلامية الدينية يندفع في الأعم والأغلب للتعرّض للرسالة التي توافق أفكاره وعقائده وينجذب إليها ويهمل ما عداها⁽⁷⁾.

(1) ماجي الحلواني، "الفضائيات والبرامج الدينية، غائبة مغيبة أم تفتقد إلى التخطيط؟"، مرجع سابق.

(2) محمد كامل عبد الصمد، التلفزيون بين الهدم والبناء، مرجع سابق، ص: 23.

(3) ماجي الحلواني، "الفضائيات والبرامج الدينية، غائبة مغيبة أم تفتقد إلى التخطيط؟"، المرجع السابق.

(4) عزة عبد العظيم محمد، مرجع سابق، ص: 43.

(5) ماجي الحلواني، "الفضائيات والبرامج الدينية، غائبة مغيبة أم تفتقد إلى التخطيط؟"، المرجع السابق.

(6) محمد عبد الكافي، تأملات في الخطاب الديني بالفضائيات العربية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية،

تونس، العدد 1، 2003، ص: 89.

(7) أديب حضور، مرجع سابق، ص: 67.

خامساً: المضمون العلمي المعرفي والمعلومات في البرامج الدينية

يمكن رصد واقع المضمون المعرفي للبرامج الدينية في القنوات الإذاعية والتلفزيونية العربية والإسلامية في النقاط التالية:

1- غياب التصور الكلي للإسلام غالباً في الخطاب الديني في وسائل الإعلام عموماً، فهو يذكر شيئاً عن الصوم وبتفناً عن الحج وقليلاً عن الحيض... الخ. أي أنه يقدم الإسلام مفتتاً ومفككاً، كما يقدم الإسلام حسب المواسم فقط. كل موسم بما يقابله في الشريعة كما يغلب الحديث عن الشعائر والأشكال وما من نفوذ إلى الجوهر. وبهذا فإن الخطاب الديني الحالي يحصر الإسلام في أمور ضيقة ويعتمد على تلقين المتلقي للرسالة، ولا يجهد نفسه في تكوين عقلية المتلقي حتى يستطيع أن يفكر ويبحث لوحده وبمعزل عن الإعلام. وحتى التاريخ الديني للمسلمين غالباً ما يتم تصويره بعيداً عن حياتهم المعاصرة. فالحاصل في الخطاب الديني الآن هو أن الماضي كله كان خيراً وكان الناس فيه ملائكة أما الحاضر فكله شر والناس فيه شياطين.. وهذا خطأ. وبكلمة أخرى إن خطابنا الديني عبر الأثير أو الفضاء يفتقد بالإضافة إلى ما تقدم إلى عنصرين هامين وهما دفع الناس للعمل ودفع الناس للتفكير العقلي المنطقي⁽¹⁾.

2- تمتاز المعلومات والمعارف التي تقدمها البرامج الدينية أنها عامة ومتكررة، جزئية وغير شاملة، مبعثرة وغير متماسكة، معزولة عن السياقات التي أنتجتها، لا تشكل تراكماً نسقياً معرفياً متناسقاً ومتكاملاً، ولا تسهم فيها التفاصيل في تكوين الصورة الكلية، ارتباطاً غير وثيق بالراهن والملموس⁽²⁾. فعدم شمولية الخطاب وحصر الإسلام في زوايا محدودة وضيقة وعدم الإفتتاح على الآخر ومشاركته في الأمور العمومية أدى إلى ضمور التأثير وبقية العملية الاتصالية في طور الإثارة والإستفزاز⁽³⁾.

3- تأثير الشكل السياسي في توجيه الخطاب الديني عبر الأثير وتحديد مساراته بل ومحاوله امتلاكه بكامل عناصره الإيديولوجية وكوادره الفنية وتمرير الأهداف والمخططات الحزبية والسياسية من خلاله تمريراً قوياً مباشراً وغير مباشر. وستبقى الجدلية قائمة بين المفكرين ورجال الدين والسياسيين حول تسييس الإسلام وأسلمة السياسة. وبما أن الراديو أو قل وسائل الإعلام بأنواعها تشكل النافذة التي يمر من خلالها الخطاب سواء الديني أو السياسي فإنها بالضرورة لن

(1) حيدر السلامي، مرجع سابق، ص:6.

(2) أديب حضور، مرجع سابق، ص:64-65.

(3) حيدر السلامي، المرجع السابق، ص:18.

تكون على الحياد من هذه القضية وإنما ستأخذ لونها وحجمها واتجاهها. مما يعني وجود التنوع النظري والعملي فيما يطرح من خطاب ديني عبر الأثير تبعا لتعدد الإتجاهات السياسية وكذلك المذاهب الدينية. فهناك الحزب الحاكم والحزب المعارض وثمة الفكر الصوفي والفكر السلفي، والعقلي الإجهادي، والنصي الظاهري، والإصلاحي المنفتح على الآخر والمنغلق على ذاته.. إلى آخر القائمة. هذا التلون يؤدي بالنتيجة إلى تعدد الخطاب الديني وضعف إمكانية التعامل مع وسائل الإعلام الجماهيرية.

وهذا هو الحاصل الآن بالفعل؛ إذ إن لدينا خطاباً يعبر عن الوسطية الإسلامية، وخطاباً آخر يخاطب العقل وخطاباً يعتمد أسلوب الرفض والإحتجاج. والخطاب الديني عندما يتعد عن الثوابت والقواعد غير المرتبطة بالهوية الإسلامية فإن مصيره الفشل⁽¹⁾.

4- معظم البرامج الدينية في القنوات الفضائية تطرح موضوعات غير مناسبة في هذا العصر، فمعظمها يعتمد على الحكايات على السلف التي يملّ منها المشاهد وينصرف عنها، ولا تُعنى بحاضر العالم الإسلامي، ولا تعالج قضايا المسلمين المعاصرة سواء ما يحصل في بلاد العرب والمسلمين من أحداث، أو ما يتعلق بقضايا ومشاكل الجاليات المسلمة في المهجر.

لماذا لا تنقل المؤتمرات الإسلامية التي تعنى بمناقشة وبيان هذه الحقائق والوقائع، فهي من أحسن ما يمكن الإستزادة من العلم والمعرفة بأمور الدين، كما أنها فرصة لتداول العلماء لمشاكل العصر وإيجاد الحلول وتوعية الرأي العام الإسلامي بحقيقة وجوده وموقعه على الساحتين العالمية والإعلامية⁽²⁾.

5- تركيز البرامج الإذاعية عموماً على قضايا الصراع الديني والمذهبي وتجنح في كثير من الأحيان إلى ممارسة الدور الدعائي لجهات وجماعات وشخصيات دينية أو مذهبية متجاهلة ما يحتاج إليه الجمهور من حقائق وأفكار ومعلومات وقيم معرفية وحضارية ومتناسية الطبيعة العالمية التي يتمتع بها الإسلام مما يحصر الخطاب الديني الإسلامي في أطر ضيقة ومحدودة تعزله عن الساحة الفكرية عزلاً شبه تام ومن دون مسوغ. تشتت الخطاب وتعدد قنواته بتأثير الطائفية والمذهبية والحزبية والنمط السياسي القائم في هذه البلاد وتلك أوقع الجمهور المتلقي في خلط مفاهيمي كبير وتشويش فكري وحالة من الإيهام المعرفي.

(1) حيدر السلامي، المرجع السابق، ص:10.

(2) محمد كامل عبد الصمد، التلفزيون بين الهدم والبناء، مرجع سابق، ص:33، 38.

6- طغيان لغة الفرض والترهيب وغياب الترغيب كمعادل موضوعي أفقد الخطاب الديني القدرة على الوصول الآمن إلى عقل وقلب الجمهور الهدف فضلا عن تسيّد الموقف.

7- الإزدواجية التي تعيشها وسائل الإعلام وحشيتها من الإسلام وبروز تقابلية (الديني واللاديني) في معظم البرامج التي تبثها أدى توهين الخطاب الديني والنظر إليه بموازاة أو مجازاة الخطاب اللاديني⁽¹⁾.

8- جاءت العديد من وسائل الإعلام الإسلامية الجديدة بصراعاتها وإرثها المتأزم، بل بعادات وتقاليد مجتمعاتها المتخلفة لتقدم لنا مادة غير صالحة للنشر أو التداول، يتم بثها بصورة مستمرة في أكبر عملية تشويه للمثال الإسلامي. بما يستدعي القول أن التحول من المنشور الصغير إلى الفضائية العملاقة، ومن تسجيل الأشرطة في كهوف ومغارات "تورا بورا" إلى البث المباشر من استوديوهات معدة بأحدث الأجهزة و أجهزتها ثمنا، لا يعني أكثر من تبدل في الأدوات والأساليب المستخدمة للتعبير عن الأشخاص. عشرات المطبوعات والوسائل الإعلامية في يد الإسلاميين تُصرّ على طرح القضايا دون عمق، وتعالج القضايا الاجتماعية والسياسية بنظريات قديمة⁽²⁾.

سادسا: المسلسلات والدراما الدينية

برامج الدراما الدينية من مسلسلات وأفلام لها جمهور عريض يتابعها خاصة في شهر رمضان، وأصبح الطرح الإسلامي يلقي قبولا في شتى دول العالم الإسلامي وأصبح الإنتاج الإعلامي الذي يعالج القضايا الإسلامية والشرعية يحظى باهتمام الناس وذلك لتعطش الناس للطرح النظيف والمعالجة المنبثقة من عقيدة الأمة، حيث أثبتت الدراسات أنها تأتي في مقدمة البرامج الإعلامية المفضلة لدى الجمهور، خاصة الدراما التلفزيونية نظرا للخصائص التي يتميز بها التلفزيون والتي قد لا تتوفر لغيره من وسائل الإعلام الأخرى. والدراما لها أهمية كبرى حيث لم تعد مجرد تسلية وترويح، كذلك الحال في السينما التي هي أخطر وسائل التعبير، وأشرس

(1) حيدر السلامي، المرجع السابق، ص:18.

(2) أحمد شهاب، "الإعلام الإسلامي والخطاب الجديد"، عن موقع منتدى القرآن: www.montadaalquran.com، ت.د: 2009/04/02.

أدوات الإعلام والدعاية⁽¹⁾، بل تعدت إلى كونها وسيلة من وسائل التأثير والتغيير وال ضبط الإجتماعي والتعامل مع القيم الأساسية التي يعيشها الناس، بل وحتى التعبير عن أفكار ليست بالضرورة انعكاسا للحياة اليومية إنما أفكار تحمل نماذج جديدة للسلوك الذي يسعى لإرضاء المشاهد وضمن ارتباطه بالبرنامج أكثر من سعيه في توجيه وتعديل السلوك أو الدعوة إلى نماذج أفضل لقيم ومُثل مستمدة لمعاني الإصلاح⁽²⁾.

والآن سأستعرض واقع الدراما الدينية الإسلامية وذلك من خلال النقاط التالية:

1- تقدّم الكثير من الأعمال الدرامية التي تعتمد أساسا على القوة الذاتية للموضوع أو الشخصية أو على تعاطف الجمهور إلى درجة التماهي والتحيّز التام لصالح الموضوع أو الشخصية، الأمر الذي يؤدي إلى التراخي الفني والكسل الفكري، وإفقار الموضوع وتسطيح الشخصية وإلغاء تاريخيّتها واستخدام أساليب ومعالجات سريعة وسطحية وبالتالي تقديم أعمال هشة وساذجة وبالتالي إضعاف الجانب الدرامي في العمل⁽³⁾.

2- المسلسلات الدينية والعمل الدرامي في الإطار التاريخي توحى أن هذا الدين كان لأمة قد حلت ومرحلة تاريخية مضت وانقضت، وأن الماضي لن يعود والتاريخ لا يعيد نفسه، والأمر بهذه الصورة فيه تئيس من أن يقوم مجتمع معاصر يستظل تحت راية القرآن والدين، بل الأمر محصور في أكثر الأحيان داخل إطار أشدّ ضيقا، حيث أن ما يقدم من تمثيلات إسلامية تبرز بطابع العنف والقتل والتلوّيح بالسيف بالتهديد والوعيد، ويبدو أن إبراز العنف والقتل من أساسيات التمثيلية الدينية وكأن الإثارة الوحيدة فيها التي يلجأ إليها المخرج هي إزهاق الأرواح⁽⁴⁾، هذا الإطار من المعارك والحروب حيث الخشونة والعنف والحياة غير الطبيعية يوّلّد انطباع غير أليف وينشأ سؤال قلق عن الدين الذي يتغلغل في جنبات الحياة⁽⁵⁾، حيث النتيجة بعدها أن ترسخ في أذهان المشاهدين ولا سيما الشباب أن الدين الإسلامي دين العنف والقتل، وتوضع بذلك في عقول المشاهدين مفاهيم خاطئة عن الإسلام لا يدركها إلا المتخصصون دينيا

(1) محمود حنفي كساب، السينما الإسلامية سلاح فعال للدعاية المسلم، مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص: 112.

(2) أحمد حسن محمد، مرجع سابق.

(3) أديب حضور، مرجع سابق، ص: 65-66.

(4) محمد كامل عبد الصمد، التلفزيون بين الهدم والبناء، مرجع سابق، ص: 55.

(5) أحمد جاد، مرجع سابق، ص: 19.

أو الذين لديهم ثقافة إسلامية تحول دون التأثر بها، وهؤلاء وأولئك هم قلة من مجموع المشاهدين⁽¹⁾، وذلك كله فضلا عن الجانب المظهري المتمثل في أصحاب اللحى الكثيفة والملابس البدوية المرهقة والإبل والخيام والأسلحة البدائية، مما يشعر المتلقي بمزيد من الإغتراب عما يشاهد⁽²⁾، والأغرب من ذلك أن هذه التمثيليات والمسلسلات تظهر السلف الصالح كأنهم لا يعرفون الإبتسامة والبشاشة وطلاقة الوجه، وتصوّروهم يلهثون وراء الفتيات الجميلات والحواري حسان الوجوه، غارقون في العشق والغرام والهيام، فلا يكاد يخلو مسلسل ديني لأحد الشخصيات الدينية التاريخية إلا وله علاقة حب مع امرأة!.

3- نجد المسلسلات الدينية من حيث الأسلوب غالبا لا تحوي عمق الفكرة أو الإخراج، الحوار فيها جاف غير حيوي إنشائي، خالية من التصوير الدرامي الذي يمثل المشاهد الحية التي تعتمد على الأفعال لا الأحاديث الجوفاء⁽³⁾، وهذا ما يدفع باتجاه تقديم أعقد القضايا وأغنى الشخصيات وأخصب المراحل بطريقة ساذجة خالية من أي عمق تاريخي، وهو دليل على ضعف الجانب الدرامي في العمل.

4- ضعف كتاب المسلسلات الدينية وعدم تخصصهم ولا دراية لهم بأسلوب مؤرخي هذه العصور الذين يكتبون الأحداث مختلفة تحتاج إلى متخصص يعلم صدق الخبر من كذبه، قد يفضي إلى فساد مضمون هذه المسلسلات والأفلام الدينية مثل الأخطاء التي وقعت في مضمون مسلسل صلاح الدين الأيوبي الذي أسال النقاد بشأنها الكثير من الحبر⁽⁴⁾، كما ذكر لنا أحد أساتذتنا وهو دكتور مختص في السيرة النبوية والتاريخ الإسلامي معلقا على أحد المسلسلات الدينية في أحد الرمضانات أن فيه مغالطات تاريخية وفيه مجانبة للحقائق الصحيحة الثابتة، لذلك فالكتابة بحاجة إلى متخصص لتستقيم المادة و يخرج السيناريو على أحسن ما يكون، والأمر في الإخراج نظير أخيه في الكتابة⁽⁵⁾.

إن التمثيلية الدينية الناجحة هي التي تعالج قضايا المسلمين التاريخية والواقعية بلغة وأسلوب فني

(1) محمد كامل عبد الصمد، التلفزيون بين الهدم والبناء، مرجع سابق، ص:55.

(2) أحمد جاد، المرجع السابق، ص:19.

(3) محمد كامل عبد الصمد، التلفزيون بين الهدم والبناء، المرجع السابق، ص:56.

(4) نصير بوعلي، الإعلام والبعد الحضاري دراسات في الإعلام والقيم، ط1، دار الفجر للطباعة والنشر، قسنطينة، الجزائر،

2007، ص:110.

(5) محمد كامل عبد الصمد، التلفزيون بين الهدم والبناء، المرجع السابق، ص:56-57.

معاصر، يراعي متطلبات الإعلام الراهن، ويحافظ على القيم الإسلامية السوية. إن الخطاب الديني في صورته الشاملة هو الذي يلتزم بمقاصد الدين وقيمه. فيمكن أن تكون هناك دراما ليس فيها آية واحدة لكنها تلتزم بروح الإسلام وقيمه فهي أفضل من الخطاب الديني الصريح. إن العبرة في البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون ليست في تعدد الساعات ولكن في ماذا تقول هذه البرامج؟!⁽¹⁾. وبهذا يمكننا القول إن غاية الأعمال الدرامية الدينية أن تنمّي في المواطن التذوق الفني والقناعة الفكرية والسموّ الأخلاقي⁽²⁾.

5- الملاحظة البارزة على الفضائيات الإسلامية التي كثرت في الآونة الأخيرة هو الغياب الواضح للدراما في تلك الفضائيات، رغم أهمية الدراما من مسلسلات وأفلام في التأثير في وعي المشاهد في الوقت الراهن، فالمسلسلات الإجتماعية التي تعرض يوميا أصبحت العائلة في الكثير من المجتمعات العربية تلتفت حولها وتستمتع إليها، لأنها قد تجد فيها نفسها من خلال المشكلات التي تعرض لها، أو جاذبية الموضوعات التي تتطرق لها، أو تتقاطع الدراما مع اهتمامات الأشخاص، وبالتالي تكون مادة خصبة لحديثهم واستشهاداتهم في مواقفهم الحياتية.

ولعل أهم المعوقات التي تقف أمام الفضائيات الدينية في إنتاج دراما هادفة وذات مستوى فني راق، تكلفة الإنتاج العالية لتلك الدراما والتي تصل ملايين الدولارات في المسلسل الواحد، وضعف القدرات التسويقية للقنوات الدينية وهو ما يجعل عبء الإنتاج ضخماً، ومحدودية الموضوعات التي تفكر تلك الفضائيات في إنتاجها وهو ما جعلها تقع أسيرة إنتاج أو عرض المسلسلات التاريخية من دون أن تفكر في الدراما الإجتماعية التي تناقش مشكلات المجتمع وسبل علاجها وفق رؤية دينية وإنسانية، كذلك وجود قدر من ضعف الأداء الفني في بعض الأعمال الدرامية التي قدمتها تلك الفضائيات، وهو ما جعل الفضائيات والقنوات تنصرف عن إنتاج تلك الدراما وتلجأ إلى البديل الأسهل وهو تحويل الفضائيات إلى منابر خطابية فقط⁽³⁾.

المطلب الثاني: كيفية التخطيط لتطوير البرامج الدينية في وسائل الإعلام

لا شك أن هناك عناصر وأسباباً وعوامل تساعد على نجاح البرنامج الديني في أداء رسالته، فما هي أهم الملاحظات والإقتراحات لتحقيق قدر من النهوض والتقدم للخطاب الديني

(1) حيدر السلامي، مرجع سابق، ص: 13.

(2) أديب حضور، مرجع سابق، ص: 66.

(3) "الفضائيات الإسلامية وعقدة الدراما"، مرجع سابق.

وللبرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون، وتسهم مساهمة فعالة في تقديم صورة مرضية عن الإسلام ديانة وفكراً وأخلاقاً وإعلاماً، هذا ما سوف أستعرضه من خلال النقاط التالية:

أولاً: من ناحية الأسلوب والعرض

1- العمل الجماعي المنهجي: من عوامل نجاح أيّ برنامج ديني هو أن يحظى بإعداد علمي جيد تستخدم فيه كل الإمكانيات والأشكال الإعلامية الفنية المختلفة، ويقوم بهذا العمل فريق للإنتاج وليس شخص واحد، حيث يشارك فيه العالم الذي يقدم المادة العلمية مكتوبة، ثم يبدأ الفريق في تصوير البرنامج وتتابع موضوعاته، وذلك من أجل كتابة السيناريو، الذي يحوّل المعاني المجردة إلى مناظر متتابعة، فيها الكثير من عوامل التشويق والجاذبية، باستخدام اللون والحركة وغيرها من وسائل التعبير الفني وأدوات الإفصاح البصري كالشرائح الشفافة الملونة والصور المتحركة، ولنجاح هذه المهمة لا بد أن يكون فريق الإنتاج مجموعة متكاملة من ذوي الاختصاص الإعلامي والخبرة في التلفزيون، وذوي الاختصاص الديني والعلماء من ذوي الخبرة في الدعوة، على أن يتدرّب الجميع على التقنيات التلفزيونية في الأستوديوهات وخارجها، حيث يمكنهم استيعاب أغراض البرامج الدينية⁽¹⁾، ويمكن توظيف مادة الخدع التصويرية، وإخراج البرنامج الديني خارج الأستوديو بعيداً عن ديكوره من مكتب وكراسي، والتفنن في ابتكار موقف حيوي يعطي من خلاله الضيف الجرعة الدينية للمشاهدين، وهذا للقضاء على الشكل التقليدي للبرنامج الديني مما يجعله كفيلاً برفع مستوى هذا البرنامج والبعد عن الملل والرتابة⁽²⁾، بالإضافة إلى ذلك ضرورة استخدام أساليب الإقناع والتأثير والإستفادة من تقنيات الإخراج الحديث وفنونه.

2- العرض التجريبي: وهو أسلوب متّبع في الدول الغربية بشكل واسع، حيث تعرض عينات من البرامج الجديدة على عينة عشوائية تمثل جميع فئات المشاهدين، وأخذ انطباعهم حولها.

3- بلاغة اللغة البصرية: البلاغة الجديدة هي بلاغة اللغة البصرية عندما تتزاوج مع اللغة السمعية في إطار متحرّك وملوّن يحمل أسمى معاني الدعوة الإسلامية، ومهما يكن نوع البرنامج الديني المعروض؛ فإن اللغة التلفزيونية ببلاغتها هذه هي العامل المشترك الذي يجعل هذه البرامج

(1) إبراهيم إمام، نحو بلاغة تلفزيونية جديدة في البرامج الدينية، مرجع سابق، ص: 11، 20.

(2) محمد كامل عبد الصمد، التلفزيون بين الهدم والبناء، مرجع سابق، ص: 30-31.

ناجحة ومؤثرة وجذابة، فضلا عن الفورية التي يوفرها التلفزيون. هذه البلاغة مبنية على الصورة والحركة واللون والكلمة في تعانق وتشابك كاللحمة مع تلافى الحشو والإطالة، تجعل البرنامج الديني جذابا مشوقا ومكتسبا الأسلوب المتلائم مع البيئة الفكرية المعاصرة، وتساعد في تقديم الواقع في صورة حركية صوتية معدلة ومنقحة⁽¹⁾.

4- برامج دينية تحول الأسئلة وتعرض المشكلات الاجتماعية بطريقة درامية وذلك لتشخيص المشكلة وتقديمها بأسلوب حيّ جذاب، ثم يأتي الحل الإسلامي الصحيح من أحد العلماء بطريقة مشوقة واقعية مع الإشارة إلى العرض الدرامي حتى لا يبدو الحل مقدّما بطريقة غير منطقية⁽²⁾.

5- البرنامج الديني يكون ناجحا إذا استطاع أن يستثير في المشاهد العادي كوامن العواطف وشهية الإطلاع ورغبة المتابعة، وهذا يمكن تحقيقه باستخدام كل الإمكانيات والأشكال الإعلامية الفنية المختلفة في الإعداد، بالإلقاء الجيد والسبك المتراس والعمق المناسب، إضافة إلى حسن اختيار الموضوع بأن يكون حيوي ومتجدد، وإذا أضفنا إلى ذلك تصوّر شامل لكيفية عرضه خلال الفترة الزمنية المسموح له بها⁽³⁾.

6 - الإعتناء بالمادة العلمية للعمل الإعلامي: من جهة الاعتدال والتوازن، والتثبت، والالتزام بالثوابت والموضوعية، والحيوية والجادبية التي تقضي على رتابة اللقاء⁽⁴⁾، والتقليل من الطريقة التقليدية مثل الخطب أو القراءة من مادة مكتوبة، لأن هذه الأساليب قد لا تكون مناسبة للتلفاز، وإن قدرة المقدم اللغوية وتمكّنه من الموضوع إلى جانب علمه الشرعي يعطي المشاهد انطبعا جيدا عن الملقى، بينما التعثر في الكلام والتلعثم يشعر المشاهد بأن الملقى غير واثق من نفسه. وكذلك البعد عن الخلافات المذهبية والمسائل التي قد تثير الجدل وتصرف المشاهد عن البرنامج، والموضوع كلّما خرج عن التقليدية في الطرح والعرض، واهتمّ بموضوعات الساعة لدى الملقى، كان عاملا مهما لنجاح البرنامج. ولا بد من التنوع في القوالب التي تقدم فيها البرامج الدينية عن طريق استخدام الحوار المباشر على الهواء، واستخدام التمثيلية الهادفة، واستخدام اللقاءات الحية، فلا بد من التنوع بدلا من الإصرار على أسلوب واحد، يعتمد على الإلقاء المباشر لأنه دليل عجز.

(1) إبراهيم إمام، نحو بلاغة تلفزيونية جديدة في البرامج الدينية، المرجع السابق، ص: 3، 17، 18.

(2) المرجع نفسه، ص: 14-15.

(3) أحمد فراج، مرجع سابق، ص: 2.

(4) ممدوح الحوشان، مرجع سابق، ص: 20.

ثانياً: من ناحية الجمهور

1- يكون البرنامج الديني ناجحاً بالإهتمام بقضايا المشاهدين والإجابة على انشغالاتهم والمساهمة في فهم مشكلاتهم، واستيعاب نفسياتهم، ومحاولة مساعدتهم بعرض معاناتهم وتوصيل صوتهم إلى المسؤولين، فتناول المواضيع الحياتية التي يعيشها الفرد يعطينا جسراً إلى آذان المستمعين، أو همزة وصل إلى قلوبهم، ليلقوا إلينا بأسماعهم، و يقربوا منا بقلوبهم، إذن يجب التعامل مع الإنسان بطريقة تنفذ إلى انفعالاته وأحاسيسه وأفكاره لنحتل المركز الأول في سلم أولوياته⁽¹⁾، فينبغي أن تقدم المادة الإعلامية وفق أطر ملائمة لطبيعة الجماهير نفسياً واجتماعياً واقتصادياً، فما يطرح في زمان سابق قد لا يتناسب مع هذا الزمن في أسلوبه ومادته⁽²⁾.

2- كسر القوالب التقليدية وإنتاج البرامج التفاعلية مع الجمهور والإصغاء لمطالبهم وعدم إغفال حقهم في التعبير عن القضايا التي تواجههم مع التركيز على العامل النفسي وعدم الإفراط باستخدام أساليب البرهنة العقلية والآلية الجامدة. وكذلك محاولة تسجيل رد فعل ورجع الصدى لدى المشاهد، فالبرامج العصرية تركز على المشاركة والتبادلية بين الجمهور والمتكلم عبر الإذاعة وتقوم هذه العملية على أساس من الإحترام والتقدير المتبادل أيضاً. فالمتلقي ليس مستعداً لأن يجلس لوقت طويل كمستمع خشبي لا حراك له ولا رأي يصرح به وكأنه تلميذ في المرحلة الابتدائية والمتحدث كأنه الأستاذ والمربي المقدس الذي لا يجوز مقاطعته، إننا اليوم بحاجة إلى تطبيق برامج الهواء على البرامج الدينية حيث يكون النقل خارجياً بحضور الجمهور وعدة علماء وليس عالماً واحداً ويتم التفاعل والحوار والسؤال والجواب بين الطرفين حياً⁽³⁾. إذن فالمشاهد هو المقصود من الرسالة الإعلامية، ونظراً لأن التعرف على رأيه يساعد في معرفة مدى نجاح الرسالة وأبرز سلبياتها وإيجابياتها.

3- إجراء بحوث الإستماع والمشاهدة، مثل البحوث الإستطلاعية وبحوث تحليل المضمون، التي يؤدي استعمالها إلى التوصل إلى محاور الإهتمام الحقيقية، التي ينبغي أن تدور حولها البرامج الدينية، حتى لا يكون البرنامج في واد والمشاهدون في واد آخر⁽⁴⁾.

(1) عبد الله سالم، مرجع سابق، ص: 47.

(2) إكرام الزيد، مرجع سابق.

(3) حيدر السلامي، مرجع سابق، ص: 14.

(4) محمد كامل عبد الصمد، التلفزيون بين الهدم والبناء، مرجع سابق، ص: 12-13.

ثالثاً: من ناحية الكوادر العاملة

1- أهمية أن يتوفر صاحب الخطاب أو القائم بالاتصال على المعرفة الكافية بالموازن الشرعية وحسن اختيار الموضوع والأسلوب المؤثر والمنهج الوسطي المعتدل فضلاً عن المؤهلات الشخصية الأخرى والإحاطة التامة بالعملية الاتصالية والظروف المحيطة بها⁽¹⁾. فلا بد من حسن اختيار الكفاءات والكوادر العاملة في إطار البرامج الدينية إدارة وإعداداً وإخراجاً وتقديماً، وتمكينهم من الاستفادة من التقنيات الحديثة على نحو يعينهم على التخطيط والإنتاج⁽²⁾، إننا في حاجة إلى دعاة يعرفون لغة العصر وفنون الاتصال، والقدرة على الإقناع، وتتوافر لديهم ملكة القول وملكة الإستماع⁽³⁾. بل لا بد أن يتخصص مقدّم البرامج الدينية في الفكر الديني ويفضّل أن يحاكي مستوى الأساتذة الذين يستضيفهم ليصبح أحد أفراد الندوة وليس مجرد مقدّم، وهنا يتمكن من سدّ الثغرات في حلقاته إن وجدت.

إن الشخص المقدم للبرنامج الديني هو الدعامة والأساس، وأنه إذا كان على قدر من العلم والمعرفة وسعة الثقافة، وقبل ذلك الإخلاص والرغبة في التعليم والدعوة، ثم القدرة على شدّ الأنظار والأسماع بجودة النص وحسن الحديث وبساطة التعبير فإنه يوفق في عمله ويكتب له القبول عند الناس⁽⁴⁾. وكذلك شخصية المقدم ومن يشترك معه في الحوار، فكلما كانت الشخصية ديناميكية ومتفاعلة وتجيد التعامل الصحيح مع الكاميرا، كان ذلك أدعى لنجاح البرنامج.

2- على المخرجين معرفة أن الإخراج هي مهنة الإبداع والابتكار، وأن توظيف هذا الإبداع يكون بالتحديد في الشكل والمضمون، حتى يجعل من البرنامج مادة محببة إلى المشاهد، وذلك بمعرفة فنون الإخراج والإرتفاع بمستواه إلى أحدث النظم والأساليب التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة في مجالي الصوت والصورة، كما لا يجب إغفال جانب الثقافة الإسلامية والمعرفة بالمواضيع الدينية المعاصرة منها والتاريخية⁽⁵⁾.

(1) حيدر السلامي، مرجع سابق، ص:19.

(2) عبد الله الحيدري، الإعلام المحلي في تونس، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد2، 1998، ص:41.

(3) محي الدين عبد الحليم، "موقوفات الخطاب الإسلامي في العالم الغربي"، مجلة الوعي الإسلامي، وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، دولة الكويت، العدد 516، عن موقع مجلة الوعي: www.alwaei.com ، ت.د: 2009/04/07.

(4) ممدوح الحوشان، مرجع سابق، ص:20.

(5) محمد كامل عبد الصمد، التلفزيون بين الهدم والبناء، مرجع سابق، ص:40.

3- تعميق الصلة بعلماء الأمة وتهيئة كافة السبل والإمكانات التي تعينهم على العطاء والمشاركة في البرامج الدينية، وعقد لقاءات مشتركة بين العلماء وبين المتخصصين في إعداد البرامج الدينية بهدف تدارس الأساليب المثلى في العرض⁽¹⁾. فالوقت لم يعد وقت أحاديث وعظية تسجل وتعرض، بقدر ما هو وقت برامج حوارية ونقاش على الهواء، وانتقال إلى العلماء في بيوتهم ومساجدهم لربط المشاهد بهم⁽²⁾.

4- الإهتمام بالبناء العلمي والثقافي للإعلاميين، فنحن لا نريد أن تكون كليات الإعلام زهورا صناعية جميلة الشكل، ولكن بدون رائحة ولا طعم، بل نريدها إنتاجا إيمانيا تربويا علميا، تجمع بين العلم بالوسيلة والعلم بهدف الدعوة التي تحملها الوسيلة. وعلى الجامعات في الدول الإسلامية أن تعمل على توفير الكفاءات والكوادر العاملة في مجال البرامج الدينية والإعلام بصفة عامة، وذلك بفتح أقسام للصحافة الإسلامية على أسس علمية تستوعب التقنيات الاتصالية والإعلامية المتطورة⁽³⁾.

يقول نصير بوعلي: "إن احتياجات الخطاب الديني الإعلامي، احتياجات كلية تتوقف على كل عناصر العملية الإعلامية ومنها أساسا رجل الإعلام الديني الذي هو ذاته رجل الإعلام الإسلامي غير أنه يجب أن يكون متخصصا في الإعلام الديني. وصفة رجل الإعلام الديني تمتد -في اعتقادي- لتشمل كل العاملين في مجال الإعلام أو الخطاب الديني، فالمذيع الذي يدير الندوة الإذاعية الدينية و كاتب الحوار في المسلسل الديني (التلفزيوني أو الإذاعي) ومخرج البرامج الدينية ومعدّ الصفحة الدينية في الجرائد والمجلات وحتى الرسّام الذي يقوم بتصميم غلاف مجلة إسلامية كل هؤلاء يجب إعدادهم بما يكفل لهم أداء رسالتهم الإعلامية على الوجه الأكمل، ذلك أن العملية الإعلامية تقوم على جهود جزئية تتكامل عناصرها وتتسق لتصنع المحتوى الإعلامي المؤثر والناجح"⁽⁴⁾.

(1) عبد الله الحيدري، مرجع سابق، ص:40.

(2) ممدوح الحوشان، مرجع سابق، ص:20.

(3) عبد الرحمن شيخ حمادي، نحو وعي إعلامي إسلامي يتصدى للغزو الثقافي، مجلة الوعي الإسلامي، وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، دولة الكويت، العدد 380، 1997، ص:36.

(4) نصير بوعلي، الإعلام والبعد الحضاري دراسات في الإعلام والقيم، مرجع سابق، ص:111.

رابعاً: من ناحية الدراما والمسلسلات

1 - ينبغي علينا أن نلتفت إلى أهمية الفيلم الإسلامي، ونعامله كما نعامل أي مطبوع إسلامي، فنحن نحرص على طباعة قرآنا وترويجه بالنص، وأحياناً يترجم إلى اللغات الأخرى، ولكن السينما عالمية مقبولة من الشعوب المتقدمة والمتخلفة، واهتمامنا بها سيضيف إلى إمكاناتنا إمكانية جبارة تسهل عمل الدعاة .. بل نكون في مناطق كثيرة في غير حاجة إليهم، حيث سيكون الفيلم داعية لا يُشَقَّ له غبار نتيجة التأثير الخطير الذي يمارسه على الوجدان والعقل، فلدينا أفلام حققت كثيراً من النجاح؛ ففيلم (ظهور الإسلام) رغم بساطته الفنية، كان مؤثراً وشديد الخصوصية في التعبير عن بدايات الدعوة الإسلامية، وفيلم (خالد بن الوليد)، كان ذا أثر في الوجدان المسلم. وهناك فيلم (وإسلاماه) الذي كان مجيداً في رواية الكفاح الإسلامي ضد التتار، و(صلاح الدين الأيوبي) الذي صور بطولة أحد حكام المسلمين في مقاومة الغزو الصليبي وإنهائه. ولكننا نريد إلى جانب الفيلم التاريخي الفيلم المعاصر الذي يقدم حياة المسلم في بيته وعائلته وتصديقه لمشكلات الحياة حسبما رسم الإسلام⁽¹⁾.

2- كما يجب أن نبحت فكرة أن نخصص بعض الممثلين للبرامج الدينية فقط. ففي أوروبا حينما حولوا رواية المسيح إلى فيلم جاءوا بشباب لم يسبق له التمثيل وأعطوه ما يكفيه طوال حياته وطلبوا منه أن يمثل دور المسيح في هذا الفيلم ولا يمثل بعد ذلك طيلة عمره حتى لا يظهر في أفلام أخرى وهو يرتكب الرذيلة فتتهز الصورة في أذهان الناس ولا يفعلون بما قاله في ذلك الفيلم الجيد⁽²⁾. وهذا ما لاحظته شخصياً على سبيل المثال في مسلسل (عمر بن عبد العزيز) للممثل نور الشريف الذي عُرض في أحد الرمضانات، وربما في نفس الشهر أو قبله أو بعده وربما في القناة نفسها تراه في فيلم هابط آخر.

خامساً: إقتراحات أخرى

1- التخطيط الإعلامي لوسائل الإعلام الإسلامية: وهو مهمة المؤسسات الإعلامية من صحف وإذاعات ودور نشر، ومهمة المنظمات الإعلامية من اتحادات ونقابات، ومهمة مراكز البحث العلمي والجامعات، وعلى مستوى القائم بالإعلام. إن التخطيط الإعلامي الإسلامي لا بد أن يكون سمة لهذا الإعلام وطريقة تفكير العاملين في حقله، وينبغي أن يكون على عدة مستويات

(1) محمود حنفي كساب، مرجع سابق، ص:120.

(2) حيدر السلامي، مرجع سابق، ص:14.

مستوى الوسيلة، جريدة كانت أو مجلة أو كتاباً أو إذاعة أو مسجداً، والمستوى الجغرافي، والمستوى المحلي أو القومي أو العالمي، ثم التخطيط على المستوى البشري في مجال الإعلاميين وتدريبهم، ثم التخطيط للقضايا، ثم التخطيط على المدى القصير والتخطيط طويل المدى، وهكذا تتعدد مستويات التخطيط في الإعلام الإسلامي⁽¹⁾.

2- للخروج بحلول عملية من المشكلات التي يعانها الخطاب الديني الحالي يقترح "حيدر السلامي" النقاط التالية⁽²⁾:

- زيادة مساحة البرامج الإسلامية في أجهزة الإعلام، وأن يتم تقديمها في أوقات مناسبة تمثل الذروة بالنسبة لحضار تلك البرامج ومستمعيها.

- إختزال أصول الشريعة والعقيدة في الخطاب الديني الإعلامي وتقديم الوجه الحقيقي للإسلام الحضاري والمدني.

- إعداد منظومة متشابهة من الآليات تبدأ بإنشاء مركز إسلامي عالمي تتعدّد فروعه في الدول الغربية.

- إيجاد خطاب عام وخاص في الوقت نفسه تبعاً لتنوع جمهور المتلقين للخطاب الإسلامي مع مراعاة خصائصه في أن يقوم على الشفقة والرحمة واللين ووزن الأمور بالميزان الصحيح وأخذ الناس بالتدرج باعتبار ذلك سنة شرعية ..

- إستحداث ساعات بثّ باللهجات الأجنبية لكي يستطيع من خلالها مخاطبة الآخر والتعريف بالإسلام على حقيقته، ومراعاة زمان ومكان وظروف المخاطبين، وتحديث الخطاب وتجديده بما يعكس عملية الدعوة الإسلامية، وأنه خارج حدود الإقليمية والعرقية.

- التوفيق بين ثوابت الدين ولغة العصر والإتفاق على تصور مشترك لهذا الخطاب الديني المواكب لقضايا العصر ومستجدّاته.

3- لا بد من ممارسة الإعلام الديني وفق قوانين علم الإعلام ونظرياته، ويجب تصميم الرسالة الإعلامية الدينية في مختلف مراحلها باعتبار أنها ليست الرسالة الوحيدة والمصدر الوحيد، وأتى الزمن الذي يجب أن تعمل فيه كل وسيلة إعلامية باعتبارها تشكل جزءاً من منظومة إعلامية متكاملة وبعدها يتم إخضاع الممارسات الإعلامية لمزيد من البحث والدراسة، وعقد الندوات

(1) محمد سيد محمد، الإعلام الإسلامي والتحدّي الحضاري المعاصر، مرجع سابق، ص: 92.

(2) حيدر السلامي، مرجع سابق، ص: 18-19.

العلمية المتخصصة التي يشترك فيها متخصصون لمناقشة نتائج هذه البحوث والدراسات واستخلاص القيم والمعايير والقوانين التي تؤسس لإعلام يعي دوره ويسيطر على أدواته"⁽¹⁾.

4- لأداء أفضل للحوارات الدينية في الفضاءات العربية، والتي تمثل المأمول بالنسبة للبرامج الدينية يقترح "عزة عبد العظيم محمد" مايلي ويدعو المسؤولين إلى النظر إليها بعين الاعتبار⁽²⁾:

- توجد ضرورة ملحّة لابتكار أشكال تلفزيونات جديدة لم تستخدم من قبل ولا تقلد من التلفزيونات الغربية، يتم فيها استغلال إمكانيات التلفزيون التكنولوجية والمؤثرات الصوتية والبصرية والبعد عن الديكورات العقيمة التي ملّ منها المشاهد وأصبحت لا تؤدي الغرض منها سوى أن نعرف أننا بصدد مشاهدة برنامج ديني.

- يمكن تقديم فقرات دينية تتخلل البرامج والفقرات المختلفة في القنوات التلفزيونية تذكّر المشاهدين خاصة الشباب والمراهقين بالآداب الإسلامية، بحيث تقدّم بشكل جيد جذاب يمس تعاملات الناس اليومي، وبذلك يقدّم النصح والإرشاد بأسلوب الترغيب وليس التهيب. كما يمكن أيضا أن تصبح هذه الفقرات الدينية مكفولة من جانب هيئات أو شركات، وبذلك تكون بديلة عن الإعلانات التجارية، وبذلك تضمن البرامج الدينية وجود تمويل يغطي نفقاتها، وفي الوقت نفسه تكون جذابة للمشاهدين، وتعمل في الإطار الديني اللائق.

- نقترح أن تقدّم برامج دينية تعليمية للطفل عبر مراحل السنّية المختلفة لتنمية الفضيلة والعفاف بأسلوب ديني شيق سلس ومحبّب للأطفال، وبذلك تسهم البرامج الدينية بشكل فعال في تنفيذ ما تنادي به، حيث أن وسائل الإعلام لا يقتصر دورها على تقديم النصح والإرشاد ولكن يمتد ليشمل محاولة تحسين الواقع وتطويره.

- عقد دورات تدريبية متخصصة لمعدّي ومقدّمي الحوارات الدينية بصفة خاصة تشترك في تنظيمها المؤسسات الدينية والإعلامية المعنية على المستوى العربي، تهدف إلى رفع مستوى أداء ومستوى المعلومات الدينية لديهم.

- الإبتعاد عن مناقشة القضايا الدينية الجدلية والتي تظهر فيها تناقضات بين آراء العلماء والأئمة الدينين، والبحث عن موضوعات جديدة تفيد المشاهدين بشكل مباشر، وتناهى عن بثّ الشك والريبة في الأمور الدينية، فلا يعيبها تناول موضوعات عن الإقتصاد أو الرياضة على سبيل المثال، وعلى هذه البرامج طرح الرؤية الدينية في المجالات المختلفة.

(1) أديب حضور، مرجع سابق، ص:67.

(2) عبد الله الحيدري، مرجع سابق، ص:38.

- يجدر بالبرامج الدينية الإهتمام باحتياجات المسلم الفكرية والإجتماعية والرياضية وكافة شؤون حياته ولا يجب أن تقتصر على الجانب التعبدي فقط.

- يجب وضع استراتيجية واضحة للبرامج الدينية، تستهدف تحقيق عدد من الأهداف قصيرة المدى وأخرى طويلة المدى، تتضمن الخطوط الرئيسية التي يجب أن تسير عليها الرسالة الإعلامية الموجهة للعالم الإسلامي خاصة في وقت الأزمات. ويستلزم دراسة التحديات الحضارية المعاصرة والتصدي بمنهجية للحملات الإعلامية المعادية للإسلام والأمة الإسلامية، ويتعين على الإعلاميين في العالم الإسلامي التدقيق فيما ينشر ويذاع حماية للأمة الإسلامية من التأثيرات الضارة بشخصيتها الإسلامية و بمرتكزاتها⁽¹⁾، مثل التصدي للهجوم الذي يتعرض له الإسلام والمسلمون من الغرب، وكذلك تقوية النزعة الدينية لدى الشباب.

5- يقترح الكاتب والباحث الكويتي أحمد شهاب⁽²⁾ مايلي:

- تشكيل فريق عمل إعلامي يتضمن أصحاب الإختصاص في الإعلام وعلم النفس وعلوم الإجتماع والعلوم السياسية إذا اقتضت الضرورة، تكون مهمتهم إعداد الدراسات الميدانية والبحوث المتخصصة المستنطقة لأهم احتياجات المجتمع المعني بالبحث الإعلامي.

- إعداد كادر مدرّب من الفنيّين من كتاب أو معدّين، مديعين أو مخرجين، تتملّكهم الرغبة في الإبداع والتميّز، ولديهم القدرة على فهم احتياجات المرحلة، والجرأة على خوض غمار التطوير المستمر للمواد المطروحة وطرق بثّها والتوقيت الملائم لذلك.

- هيكلة البرامج من جديد وبصورة جذرية، والتفكير بصورة إبداعية علمية بنوعية المواد الإعلامية والبرامج الصالحة للعرض، وانتقاء الأفضل منها حسب رسالة الوسيلة الإعلامية وبما يحقق رؤيتها العامة وأهدافها المستقبلية.

- المصالحة بين المؤسسة الدينية التقليدية وبين المبدعين الإعلاميين والتقنيين والمثقفين، إذ أن انشغال المؤسسة الدينية بالعلوم القديمة والقضايا التاريخية، وتخوّفها من أطروحات التجديد ومستحدثات الأمور، دفعها للعمل على تحجيم تيارات التجديد في المجتمع، وإظهار عيوب ونواقص المثقفين وملاحقة المبدعين، بدلا من المساهمة في التجديد الفكري، والإضطلاع بموقف ايجابي يدعم قضايا المجتمع واحتياجاته المتجددة، وهو ما انتهى إلى الإنشغال بالصراع الداخلي

⁽¹⁾ عزى عبد الرحمن، الإعلام الإسلامي تعثر الرسالة في عصر الوسيلة، حوليات جامعة الجزائر، العدد4، 1989-1990، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص:44.

⁽²⁾ أحمد شهاب، مرجع سابق.

أو ما أطلق عليه البعض صراع الأجيال أو صراع الحداثة والتقليد، أو صراع المعاصرة والأصالة، ولو ترفع هؤلاء وهؤلاء عن تصفية الحسابات لأفقتنا على واقع جديد يتضامن فيه الفقيه مع المثقف والإعلامي والمبدع لإنتاج مادة إعلامية صالحة للعرض وبناء خطاب عصري ومؤثر. - بالنسبة إلى الفضائيات والوسائل الإعلامية التي تصل إلى الدول الغربية أو تنطلق منها لمخاطبة المغتربين من المسلمين هناك، فينبغي أن تولي اهتمامها لإيصال أفكار وقضايا العالم الإسلامي إلى الغرب بدلا من الإنشغال في نقل برامج بعيدة عن اهتمامات الإنسان الغربي.

6- العناية القصوى باللغة العربية الفصحى وترسيخ مفهوم الروابط الوثيقة بين اللغة العربية والإسلام⁽¹⁾.

7- صناعة البدائل الإسلامية في مجال الإعلام بمختلف فنونه وضروره وألوانه: وذلك بإنشاء مؤسسات وشركات إسلامية للإنتاج والتوزيع الإعلامي في مختلف المجالات، من طباعة وصحافة ونشر وتلفاز وفيديو وتسجيلات صوتية وشرائح مصورة وأفلام سينمائية وغيرها. وهذا يتطلب طاقات بشرية وتكاليف مالية باهظة. ولكن الإستثمار في هذا النوع من الإنتاج سيحقق مكاسب معنوية ومادية لا نظير لها. ولكن ينبغي أن يتولّى مثل هذا الإنتاج العملي الإسلامي المميّز طاقات ذات إخلاص وتقوى، وأن يستعان فيه بأهل الخبرة والمعرفة وأن تكون الأعمال المنتجة متقنة من حيث جوانبها الفكرية والفنية، حتى لا تشوّه الإنتاج الإسلامي البديل وتعطي صورة سيئة عنه⁽²⁾.

وبهذا نختم هذا الفصل الذي تطرقت فيه للمضامين الدينية في وسائل الإعلام عامة، و إلى الخطاب الديني الدعوي في شكله الإعلامي، وإلى واقع هذه البرامج وما نطمح إليه في المستقبل من تطوير على مستوى الشكل والمضمون. وفي الفصل الموالي سوف أنتقل للحديث عن البرامج الدينية في الإذاعة على وجه الخصوص، وفي الإذاعة المحلية بشكل أخص، لارتباط ذلك وصلته الوثيقة بموضوع دراستي هذه.

(1) عبد الله الحيدري، مرجع سابق، ص:40.

(2) عبد القادر طاش، "البديل الإسلامي في مجال الإعلام"، عن موقع الإسلام اليوم: www.islamtoday.net، ت.د:

2009/04/19.

الفصل الثالث

البرامج الدينية في الإذاعة

المبحث الأول: الإذاعة

المطلب الأول: تعريف الإذاعة

المطلب الثاني: ظهور الإذاعة ونشأتها

المطلب الثالث: مميزات الإذاعة ووظائفها

المبحث الثاني: الإذاعة المحلية

المطلب الأول: تعريف الإذاعة المحلية

المطلب الثاني: نشأة الإذاعة المحلية

المطلب الثالث: أهداف الإذاعة المحلية

المطلب الرابع: مميزات الإذاعة المحلية وسماتها

المبحث الثالث: الإذاعة المحلية في الجزائر

المطلب الأول: نشأة الإذاعة في الجزائر

المطلب الثاني: نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر

المطلب الثالث: أهداف إنشاء الإذاعات المحلية في الجزائر

المبحث الرابع: البرامج الدينية في الإذاعة

المطلب الأول: أهمية البرامج الدينية في الإذاعة

المطلب الثاني: ظهور البرامج الدينية في الإذاعة

المطلب الثالث: أهداف البرامج الدينية في الإذاعة

المبحث الخامس: البرامج الدينية في الإذاعات المحلية في الجزائر

المبحث السادس: مستقبل الإذاعة في عصر البث الفضائي والإنترنت

الفصل الثالث: البرامج الدينية في الإذاعة

برغم التطور المعلوماتي الهائل الذي شهدته الوسائل الإعلامية وتنوعها وتماشيها مع التقنية والتطور العلمي مازالت الإذاعة المسموعة تنصدر قائمة الوسائل الإعلامية وهذه حقائق لا يمكن نكرانها أو التغاضي عنها أو حتى مجرد إبعادها من الخارطة الإذاعية؛ إذ أن المذيع يعتبر أداة ممتازة لتحقيق مضمون الرسائل الإعلامية خاصة إذا ما أضفنا إلى ذلك حجم التطور العلمي والتقني الذي تحقق لهذه الوسيلة لتكون أكثر شمولية وأكثر فائدة وأهمية وأكثر اتساعاً وأسهل انتشاراً.

ذلك لأن الإذاعة هي الوسيلة المثلى لمخاطبة الجماهير العريضة على اختلاف مستوياتها الثقافية والتعليمية فضلاً عما تتمتع به من إمكانيات وقدرات تيسر لها الوصول إلى هذه الجماهير العريضة المتنوعة في أماكن متعددة على مساحات واسعة في الأرض، متخطية حواجز المسافات وحواجز الرقابة وحواجز الأمية في آن واحد، إضافة إلى ما تتميز به من خاصية فريدة في اعتمادها على الصوت بكل ما ينتجه من تأثيرات عقلية ووجدانية سواء كان الصوت هو الصوت البشري أو صوت الأشياء، أو صوت الموسيقى، وهي خاصية تفرد بها الإذاعة وتتميز بها تميزاً كلياً عن الوسائل المطبوعة مهما كان شكلها ومحتواها، ناهيك عما أحدثه انتشار الترانزستور ما يطلق عليه ثورة الإستماع حيث زادت قاعدة المستمعين واتسعت رقعة الإستماع بسبب انتشار ذلك الجهاز الصغير الذي يمكن حمله واصطحابه إلى كل مجلس وكل مكان والذي يضع الدنيا بين أصابعك في كل لحظة دون أدنى أعباء مالية أو تقنية تذكر، فلا زال هو الأرحص تكلفة والأسهل استخداماً والأقرب إلى تناول اليد والأقرب إلى الوجدان والذهن بين كافة وسائل الاتصال بلا منازع⁽¹⁾.

المبحث الأول: الإذاعة

المطلب الأول: تعريف الإذاعة

يعرّف إبراهيم إمام الإذاعة: "أنها الإنتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها لتُلقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى أنحاء

⁽¹⁾ كرم شلي، الإذاعات التنصيرية الموجهة إلى المسلمين العرب، مكتبة التراث الإسلامي، ط1، القاهرة، 1991، ص:62.

العالم فرادى وجماعات، باستخدام أجهزة الإستقبال المناسبة". ويرى أن الإذاعة تشمل نقل الصوت "إذاعة مسموعة" أو نقل الصورة أو نقل الصوت والصورة معا "إذاعة مرئية" أو التلفزيون⁽¹⁾.

وقد استعمل العرب هذا اللفظ "الإذاعة" بمعنى لا يخالف المعنى المعاصر، ومعناه الإلتشار والإفشاء، ومنه تكون الإذاعة نشر عن طريق الاتصال اللاسلكي وذلك بنقل الصوت عبر الموجات اللاسلكية المتوسطة، الطويلة، القصيرة... أي أن الإذاعة وسيلة تتوسل بها في الإرسال للمادة الإذاعية التي تتميز بخصائص وأشكال فنية كالموسيقى، الدراما، الأحاديث، الأخبار،... ليستقبلها جمهور المستمعين عن طريق أجهزة الإستقبال المختلفة⁽²⁾.

ومما سبق يتضح لنا أن العملية الإعلامية في الإذاعة تعتمد خاصة على عنصر "الإنتشار" الذي تحققه الموجات اللاسلكية لضمان وصول الرسالة الإذاعية، كما أن أجهزة الإستقبال لا غنى عنها في العملية الإذاعية الإعلامية.

المطلب الثاني: ظهور الإذاعة ونشأتها

بعد ثورة الطباعة وسيطرة وسائلها لمدة طويلة، بدأت ثورة الإلكترونيات نتيجة أبحاث مكثفة ومستمرة في حقل الكهرباء والمغناطيس، والراديو كان أحد ثمار تراكم هذه الجهود العلمية النظرية والتطبيقية⁽³⁾.

ويمكن القول أن قصة الإذاعة بدأت في عام 1865 عندما تنبأ عالم الطبيعيات الإنجليزي "جيمس ماكسويل" بوجود الموجات الكهرومغناطيسية، وفي عام 1888 أثبتت تجارب العالم الفيزيائي الألماني "هينرش هرتز" صحة نظرية ماكسويل وقام بإجراء عدة تجارب في السنوات العشر التالية حول طرق إنتاج الموجات، وخصائصها وسرعتها، وهذا ما حفز العالم الإيطالي "غوغليلمو ماركوني" على إرسال الإشارات اللاسلكية عام 1894 فأنشأ شركة لتطوير اختراعه والتي مكنته فيما بعد من إرسال أول إشارة لاسلكية عبر المحيط الأطلسي والمانش إلى الولايات المتحدة الأمريكية⁽⁴⁾، وفي الوقت نفسه ودون التنسيق مع "ماركوني" سنة 1895 تمكّن المهندس الروسي

(1) إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة، 1985، ص:256.

(2) عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري، ط2، القاهرة، 1989، ص:403.

(3) فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2003، ص:88.

(4) إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، المرجع السابق، ص:256.

"بوبوف" من تركيب جهاز مستقبل للموجات الهرتزية ليجري بعد ذلك عدة تجارب إرسال تلغرافي⁽¹⁾.

ولم يكن هذا التطور الحادث في مجال الاتصال اللاسلكي سوى بشير بحلول عصر البث الإذاعي ففي عام 1915 قام مدير شركة ماركوني للإرسال اللاسلكي دافيد سارنوف بطرح فكرة استخدام الإذاعة على نطاق تجاري بحيث يصبح الراديو أحد الأجهزة المنزلية⁽²⁾، ولكن أول استخدام فعلي لموجات الراديو كان من جانب السفن التي كانت تتصل بالشاطئ وبعضها البعض من خلال في الراديو ولعل أهم الأحداث التي وقعت خلال تلك الفترة هي إنقاذ العديد من ركاب سفينة تيتانيك من الغرق سنة 1912⁽³⁾.

في بداية القرن العشرين لم تكن معدّات نقل الصوت متاحة إلى أن قام "جون فلمنج" باختراع ما يعرف بالصمّام المفرّغ وتحسينه ثم استطاع "لي دي فورست" أن يخترع السّماعة، وكل هذه الاختراعات مع ما أضافته اختراعات "توماس إيدسون" أعانت على نقل تنوّعات الصوت البشري وأصوات الآلات الموسيقية لأن قناة الراديو هي التي تقوم ببناء الإشارة قبل الإرسال وبعد الإستقبال، كما أنها تقوم بتوليد موجات الراديو عالية التردد وهي ضرورية لإذاعة الصوت البشري⁽⁴⁾.

ونتيجة لكل هذه الجهود شهد العالم ميلاد "الراديو" وكان ذلك بالتحديد شهر نوفمبر سنة 1920، حيث حصلت شركة "وستنجهوس" على رخصة إنشاء أول محطة إذاعية باسم "KDKA" وقد افتتحت المحطة إذاعتها بتقديم نتائج الانتخابات الأمريكية⁽⁵⁾، وفي نفس السنة ظهرت أول محطة إذاعية في موسكو وأول برامج يومية مذاعة من محطة "ديتريوت نيوز" في الولايات المتحدة الأمريكية، وبعدها بعام ظهرت أول محطة إذاعية تجارية (W.B.Z) في ماساشوتس⁽⁶⁾. ثم توالى محطات الإرسال وتضاعف عددها في العشرينيات من القرن العشرين،

(1) فضيل دليو، المرجع السابق، ص: 89.

(2) نوال محمد عمر، فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1993، ص: 10.

(3) محمد سيد محمد، وحسن عماد مكاوي، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 1999، ص: 31.

(4) جيهان أحمد رشدي، الأنظمة الإذاعية في المجتمعات الغربية، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1994، ص: 8.

(5) محمد سيد محمد، حسن عماد مكاوي، المرجع السابق، ص: 34.

(6) فضيل دليو، المرجع السابق، ص: 89.

وأضحى الراديو ابتداء من الثلاثينيات متواجدا في المساكن والأماكن العامة في المجتمع الغربي⁽¹⁾. وقد ساعد الإذاعة على التطور عدة عوامل منها: المنافسة، المصلحة القومية الذاتية وحبّ الإستطلاع العلمي⁽²⁾، وقد حدث تطور آخر أعطى للإذاعة آفاق أخرى وإمكانيات للوصول إلى اتصال عبر مساحات كبيرة جدا وهو اكتشاف الموجات القصيرة وتعرف أيضا بالموجة ذات الذبذبات العالية بعد نهاية الحرب العالمية الأولى، تبع ذلك استخدام الإذاعة الدولية (الاتصال الدولي)⁽³⁾.

أما في الوطن العربي فقد ظهرت الإذاعة بعد الحرب العالمية الثانية، وقد عرفها في فترات مختلفة وفي ظروف متباينة وذلك بدءا من المبادرات الفردية لبعض المهندسين العرب مرورا بالإستعمار الذي أوجدها لخدمة تواجده، وانتهاءً بالظهور العادي في فترة الإستقلال، وقد كان السبب للإذاعة في الجزائر ومصر في منتصف العشرينيات عن طريق المبادرات الفردية لبعض المستوطنين الفرنسيين باللغة الفرنسية وبعض المصريين، ثم توالى ظهورها تدريجيا في باقي الأقطار العربية حتى عمّتها سنة 1970، وكانت لمدة طويلة أهم أدوات مخاطبة الجماهير نظرا لانتشار الأمية⁽⁴⁾.

أما عن تطور الإذاعة في العصر الحديث فقد كان الحلم الذي يراود الكثير من الإذاعات العالمية الغنية هو إمكانية استخدام الأقمار الصناعية في البثّ الإذاعي المباشر بدلا من البثّ عن طريق استخدام المحطات الأرضية ذات الموجة القصيرة التي صارت متزاحمة مع بعضها البعض⁽⁵⁾، وقد تحقق هذا الحلم بتوفر شرطين أساسيين هما:

- 1- وجود الأقمار الصناعية التي وفّرت الذبذبات اللازمة للبثّ الإذاعي المعلوماتي أو الرقمي⁽⁶⁾.
- 2- توفر الأجهزة اللازمة والقادرة على نقل هذا البثّ وهي ما يسمى بالإذاعة الرقمية، والتي ظهرت سنة 1995 مع عدّادها النوعي من طراز الأسطوانة المندمجة، وهذا التحسين لنوعية النقل الإذاعي صار ممكنا بفضل نظام بثّ جديد يدعى "DAB" المطوّر منذ منتصف الثمانينيات من

(1) عزي عبد الرحمن وآخرون، عالم الاتصال، سلسلة الدراسات الإعلامية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص:39.

(2) جيهان أحمد رشدي، الأنظمة الإذاعية في المجتمعات الغربية، المرجع السابق، ص: 11.

(3) ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، مصر، 1982، ص: 9.

(4) فضيل دليو، المرجع السابق، ص: 90.

(5) نوال محمد عمر، المرجع السابق، ص: 58.

(6) منصف الحزار، البرامج الثقافية في البرمجة الإذاعية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد3، 2001، ص: 58.

قبل (CCETT) المركز المشترك لدراسة البثّ الهاتفي والاتصالات الهاتفية ، والمعهد الألماني (IRT) وصناعي "فيليس" و"طومسن" و"تلفونكن"، ويمتاز هذا النظام بمقاومته للتشويشات والأصداء والإنعكاسات، فضلا عن نوعية الصوت، وكذلك إمكانية امتلاك الإذاعة مجال جغرافي لا محدود لموجة واحدة وهو ما لا يمكن مع نظام "FM"⁽¹⁾.

المطلب الثالث: مميزات الإذاعة ووظائفها

أولا: مميزات الإذاعة

يعتبر أغلب المستمعين أن الراديو يلعب دورا هاما في حياتهم اليومية، هذا الدور الشامل والموحد للراديو إنما هو من الوجود العام المتعدد الجوانب والمزايا والذي يستطيع أن يثير أو يريح أو يهدئ، وهو بمثابة رفيق عزيز وغير طفيلي، كما أنه في الوقت الذي يستطيع فيه أن يعرض الأحداث الكبرى والتي تقع في العالم الخارجي فإنه يستطيع أيضا أن ينبئ بارتداء ملابس معينة لحالة الطقس التي يعلن عنها.

وقد اكتسبت الإذاعة هذه المكانة عند الجمهور بفضل الميزات التي تتمتع بها وتجعلها من بين أكثر وسائل الإعلام جاذبية وقدرة على التأثير والوصول إلى عقول وقلوب جماهيرها، كم رأينا إذاعات أثارت حماسة المواطنين لخدمة شعوبهم وبلادهم، واستطاعت أن تنفث في الناس روحا جديدة؛ لأنها اعتمدت الصدق والنزاهة الموضوعية، وصادفت هامشا من الحرية مكّنها من ممارسة النقد والمحاسبة وتسليط الأضواء على المشكلات والأزمات التي يعاني منها المجتمع... كما أننا شاهدنا الكثير من الإذاعات التي بذرت في نفوس الناس اليأس من صلاح الأحوال والزهدي في خدمة الأوطان، والإلتفاف حول المصالح الشخصية، بما انتهجته وبثته من قيم فاسدة خارجة عن معتقدات المجتمع ومبادئه الأساسية⁽²⁾. وسأذكر فيما يلي مميزات الإذاعة المسموعة:

1- تعتبر الإذاعة المسموعة أسهل الوسائل الإعلامية، لأنها تعتمد على وظيفة الإستماع⁽³⁾، وتوضح هذه السهولة في عدة أوجه، كونها أولا تؤثر في المستقبلين حتى وإن كانوا يختلفون من حيث صفتهم أكثر من وسائل الإعلام الأخرى لأن حاسة السمع تسهل عليهم تذكر المواد

⁽¹⁾ فردريك قاسور، وسائل الإعلام في المستقبل: تر: خليل أحمد خليل، منشورات عويدات، ط1، بيروت، لبنان، 1996، ص: 71، 74.

⁽²⁾ عبد الكريم بكار، مقدمات للنهوض بالعمل الدعوي، دار القلم، ط2، دمشق، 2001، ص: 181.

⁽³⁾ عبد العزيز شرف، مرجع سابق، ص: 405-423.

الإعلامية المقدمة خاصة عند الجمهور الذين تقلّ درجة تعليمهم وذكائهم. وثانياً لأن عملية الإستماع يمكن أن تتم دون عناء، ولا تتطلب تفرغ المستمع بشكل كامل، بل تُتيح له حق إمكانية القيام بعمل آخر في نفس الوقت⁽¹⁾، وبذلك تعتبر الإذاعة الوسيلة الوحيدة التي لا تأسر العين ولذلك فهي الوسيلة الوحيدة التي يمكنها خدمة جمهور نشيط، أثناء نومه واستيقاظه وقيامه بالعمل اليومي المنزلي. وثالثاً لقدرتها على توجيه برامجها لجمهورها في كل الأماكن، أثناء السفر أو الإجازات أو لمن يعيشون في مناطق نائية⁽²⁾.

2- توفر الإذاعة المسموعة لجمهورها المواد الترفيهية أكثر من غيرها من الوسائل، حتى أن المستمعين غالباً ما يخلدون إليها لقضاء أوقات فراغهم حول حلو الغناء وجميل التمثيل والتفكّه حتى أنّها ما زالت تمثل مصدراً رئيسياً للإستماع للموسيقى⁽³⁾.

3- تمتاز الإذاعة بكثرة التعرّض لها رغم التقدّم الذي أصاب التلفزيون ومثاله ذلك أن الإستماع للإذاعة في ألمانيا واليابان منتشر حتى في أوقات الذروة للإرسال التلفزيوني، وأن جمهور الأخبار الإذاعية في الولايات المتحدة الأمريكية ما زال بالغ الضخامة، حتى بعد تقديم نشرات الأخبار التلفزيونية في الصباح، وقد أثبتت بعض الدراسات أن برامج الإذاعة تعطي نتائج أفضل من برامج التلفزيون وأن استيعاب الجمهور لها كان أفضل⁽⁴⁾.

3- يعتبر الراديو في كثير من الدول النامية المصدر الوحيد للمعلومات والإرشادات للسواد الأعظم من سكان هذه البلاد وخاصة الأميين منهم الذين يشكلون نسبة كبيرة فيها، وهذا لأن عملية الإستماع لا تتطلب معرفة القراءة والكتابة. وقد لاقت الإذاعة في العالم العربي نجاحاً كبيراً خصوصاً بعد الإستقلال حيث استخدمت لإعادة الإعتبار للذات الوطنية، ولدعم ركائز الدولة الجديدة، ولإيقاظ الهمم وبتّ الوعي والإرشاد الوطني، كما أنه نظراً لارتفاع نسبة الأمية فقد لعبت الإذاعة دوراً كبيراً في نشر الإعلام الجماهيري بين كل الفئات الإجتماعية وخصوصاً سكان المناطق النائية⁽⁵⁾.

(1) جبارة عطية جبارة، علم اجتماع الإعلام، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، الرياض، 1985، ص: 150.

(2) عبد العزيز شرف، مرجع سابق، ص: 408.

(3) نوال محمد عمر، مرجع سابق، ص: 27.

(4) محمد علي العويني، الراديو والتنمية السياسية، عالم الكتب، القاهرة، 1981، ص: 20.

(5) عزت حجاب، وسائل الإعلام وأثرها في المجتمع العربي المعاصر دراسة تأليفية لأهم البحوث العربية (1985-1990)، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، العدد 8، 1992، ص: 11.

وهذه الميزة قد أُثبت من بعض البحوث التي أجريت في أمريكا أنه كلما انخفض المستوى الثقافي والإقتصادي للفرد كان اعتماده على الراديو في باب الإعلام أكثر من اعتماده على الصحف، والعكس صحيح⁽¹⁾.

4- يتميز الراديو بأنه يؤثر في معظم الناس تأثيراً حميمياً أشبه بما يحدث بين شخصين، تفتح العلاقة بينهما عالماً كاملاً من الاتصال الضمني⁽²⁾، وهذا راجع على أن الصوت البشري عبر المذيع هو حامل الرسالة الإذاعية مما يجعل المستمع من خلال المذيع تأخذ طابعاً شخصياً، الأمر الذي يعطي لتجربة الإستماع طابعها الفردي والذاتي.

5- تعتبر الإذاعة المسموعة أسهل وسائل الإعلام في الإستخدام وهذا من حيث سهولة استخدام حاسة واحدة هي السمع حيث بإمكان الإنسان الإستماع على الراديو حتى وإن كان مشغولاً بعمل آخر⁽³⁾، وكون الإذاعة تشتغل معها حاسة واحدة وهي الأذن فهي تنقل الوسائل الإعلامية بطريقة الترسيب في الذهن عن طريق حاسة السمع لوحدها، وهذه الطريقة تساعد المتلقي على المزيد من التصور والتخييل وتقليب الفكرة على جميع وجوهها فيحصل على فكرة مستقرة ثابتة في مخيلته بدون تشوّه أو اهتزاز⁽⁴⁾.

6- تمتاز الإذاعة بكونها وسيلة سريعة للنشر باستعمال دفء الصوت البشري وتأثيره، وهذا يجعلها أكثر الوسائل قدرة على الإستهواء والإيحاء⁽⁵⁾، وبذلك تتفوق على غيرها من وسائل النشر الأخرى، وتنفرد بالسبق وأولوية النشر والأثر الأول للخبر أو الرأي لا يمحى بسهولة⁽⁶⁾، وهذه المقدرة على الإستهواء تساعد على الإنتشار الواسع للإذاعة وإعطاء إحساس عام وجماعي بحيث تجعلها أكثر الوسائل قدرة على الوصول والتأثير في أوساط الجماهير التي لها مستوى ثقافي محدود.

7- تتميز الإذاعة بكون تكاليف إنتاج المادة الإذاعية منخفضة نسبياً.

8- اعتبار المذيع كشخص وكنصر تجسيد في يقوم بدور كبير الأهمية، وقد ازدادت هذه الأهمية الدرامية لصوت المذيع باعتباره الحامل الأساسي للرسالة الإذاعية، كما ازداد الطابع الخاص لتجربة

(1) عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، مرجع سابق، ص: 20.

(2) عبد العزيز شرف، مرجع سابق، ص: 405.

(3) نوال محمد عمر، مرجع سابق، ص: 26.

(4) منى حداد يكن، مرجع سابق، ص: 17، 18.

(5) محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2004، ص: 338.

(6) عبد العزيز شرف، المرجع السابق، ص: 418.

الإستماع بحيث نشأت علاقة خاصة بين المستمع والمذيع وهو ما جعل الإذاعة أكثر مقدرة على مخاطبة عواطف الجماهير وانفعالاتها وأمزجتها، وهذا ما يفسر نجاح الإذاعة في نشر وترويج المعلومات والأفكار والمواقف من خلال التحريض والإثارة في أوساط الجماهير الواسعة التي لا تملك خبرة اتصالية ومعرفية كافية.

9- تتميز الإذاعة بكونها وسيلة الاتصال الوحيدة التي لا يمكن وقفها والوسيلة التي ليس لها حدود، حيث يمكن أن تصل إلى جميع أنحاء العالم في نفس الوقت وتنقل رسالة من دولة إلى أخرى⁽¹⁾.

10- يتعدّر على المستمع التحكّم في ظروف التعرّض للمادة الإعلامية فهو يستمع إلى المادة المحددة سلفاً، والمنقولة بإيقاع معيّن، وفي توقيت معيّن، وعبر مذيع معيّن وهو يتعرّض لهذه المادة مرة واحدة ولا يستطيع تكرار عملية التعرض.

11- يمكن القول أن بعض ميزات الإذاعة كإخفاض مستوى جمهورها إضافة إلى خصائص الذاكرة السمعية الأضعف من البصرية وصعوبة التحكّم في ظروف التعرّض، وتعدّر تفرّغ المستمع للرسالة الإذاعية وظروف الإستماع التي تتم غالباً في أماكن مختلفة، قد جعلت الرسالة الإذاعية الإعلامية محدودة ومتواضعة من حيث الموضوع والمضمون وأسلوب المعالجة، وقد أدّى انخفاض تكاليف إنتاج المادة الإذاعية وعدم تعقيدها إلى توفر الإنتاج المحلي وعدم الإعتماد على الإنتاج المستورد.

12- تمتاز الكلمة المذاعة بإمكان تسجيلها وإعادة إذاعتها أكثر من مرة، فتكتسب في كل مرة قوة إضافية، فضلاً عن قدرتها على بثّ الإهتمام بالمسائل العامة وفي سرعة تجميع الجماهير حول رأي معيّن وخاصة أوقات الأزمات⁽²⁾.

ثانياً: وظائف الإذاعة

مهما اختلفت النظم الإذاعية في العالم فما زالت أهداف الإذاعة ووظائفها تحافظ على الثوابت التي قام عليها البث منذ البدء وهي الإعلام والترفيه والتثقيف وإن زاد نصيب بعض هذه الأهداف على سائر الأغراض الأخرى فإنما ليلبي احتياجات الجمهور ويساهم في خدمة المجتمع،

(1) ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، مرجع سابق، ص: 13.

(2) محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، المرجع السابق، ص: 339.

وسأعرض هنا أهم الوظائف التي تقوم بها الإذاعة:

1- الوظيفة الإخبارية:

كان المجال الأول لاستخدام الراديو للإخبار يقتصر على نقل الرسائل بين السفن بعضها البعض أو بين الشواطئ والسفن وهي في عرض البحر قصد تغيير اتجاهاتها أو إرسال إشارات إغاثية في حالة حدوث كارثة بعيدا عن الشاطئ، وقد تأكدت هذه المزية للراديو في مجال الاتصال البحري بعد وقوع عدة حوادث في فترة زمنية قصيرة كان للراديو أثره الفعال في تفادي أخطارها أو التخفيض منها، ومثال ذلك الكارثة التي لحقت بالسفينة "ريلك" عام 1900 و"تيتانيك" عام 1912 حيث كان له الفضل في إنقاذ جميع ركاب السفينة الأولى وإنقاذ 700 راكب من بين 1500 في السفينة الثانية⁽¹⁾.

رغم أن المادة الإخبارية بأشكالها المتنوعة هي جوهر الوظيفة الإعلامية لما تتضمن من معلومات تمكن الناس من فهم الظروف الشخصية والبيئية والتصرف تجاهها عن علم ومعرفة وبالتالي توصلهم إلى القرارات الصحيحة فيما يخصهم، كما تقدم للجماعة في وقت واحد وباستمرار رصيد مشترك من المعرفة⁽²⁾، إلا أنه في البداية لم يكن أحد يتصور أن الراديو سوف ينافس الصحف في جمع ونقل الأخبار لأنه كان وسيلة من وسائل الدعاية للصحيفة، وبعد سنة 1929 وبعد الكساد الإقتصادي أصبح الناس أكثر اهتماما بالأخبار الإذاعية، وفي عام 1932 تم إيصال الشاطئ الشرقي بالغربي في الولايات المتحدة الأمريكية من خلال كابل تحت الأرض مما أتاح نقل المؤتمرات السياسية والأخبار بسرعة أكبر، وقد فرضت على الراديو عدة قيود اتضح فيما بعدها أنها في صالحه من بينها تحديد زمن النشرة بـ 10 دقائق، وألا يزيد أطول خبر عن 30 كلمة⁽³⁾.

وبعد اندلاع الحرب العالمية الثانية كان الراديو مصدرا مهما للأخبار، وقد استمع الجمهور إلى أصوات المعارك الحقيقية، وتزايدت بذلك أهمية الوظيفة الإخبارية للراديو نظرا لسرعتها وحالتها في تقديم الأخبار، ومع التطورات التقنية الهائلة في أجهزة الإرسال والاستقبال تطورت الخدمة الإخبارية وحشدت المحطات الإذاعية لنفسها جيشا من المندوبين والحررين والمعلقين، مما طوّر طرق إذاعة الأخبار من الرسائل الصوتية المذاعة بصوت المراسل إلى تصريحات السياسة.

(1) جيهان أحمد رشدي، الأنظمة الإذاعية في المجتمعات الغربية، مرجع سابق، ص: 7.

(2) محمد معوض، و بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة، 1996، ص: 11.

(3) محمد سيد محمد، وحسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص: 38.

ومن أجل نقل هذه الأحداث نجد أن نشرة الراديو للأخبار تتضمن أجزاء مسجلة من موقع الحدث كعنصر مكمل لتقديم بعض القصص الإخبارية تسمى بالشرائط المسجلة وهي الصور الصوتية الواقعية، الشريط الإستجوابي، التقرير الإخباري، التقرير الشامل⁽¹⁾.

2- الوظيفة الترفيهية:

يتضح الدور الترفيهي الذي يمكن أن يقوم به الراديو في أنه يحصر يوم المستمع وينظمه كما يحقق نغمة أو إيقاعاً معيناً للنشاط اليومي للمستمع عندما يقدم له ما يجري من أحداث، والتهديدات المحتملة الروتينية، كما يساهم الإرسال الصباحي مساهمة كبيرة في تشكيل مزاج المستمع وفي تحديد إطاره العقلي كما أن إرسال نهاية السهرة يهدّته، ولقد تبين أن الراديو يمكن أن يلعب دور الرفيق ويساعد على خفض التوترات الناتجة عن روتين العمل اليومي من جهة والشعور بالعزلة من جهة أخرى، ويدعم هذه الوظيفة قابلية الراديو للإختيار والإنتقاء، بحيث يسهل على المستمع أن يدير المؤشر لكي يستمع إلى ما يوافقه سيكولوجياً ومزاجياً ومن ثمّ يتطابق الراديو مع الحالة المزاجية للمستمع⁽²⁾.

3- الوظيفة الدعائية:

كانت الدعاية من وظائف ومهام الراديو الأساسية في فترة الثلاثينات من القرن الماضي وخاصة عند اندلاع الحرب العالمية الثانية حيث حولت كل دولة استخدام هذه الوسيلة للحصول على أكبر قدر من التأثير على الرأي العام العالمي⁽³⁾، وأكبر ما يوضح الهدف الدعائي للإذاعة هو إنشاء الإذاعات الموجهة أو الإذاعات الدولية التي توجه برامجها المختلفة إلى أنحاء العالم بلغات شعوب الدول المستهدفة وفقاً للزمن الذي يوافق تلك الشعوب ووفق ما تخطّطه الدولة ضمن سياستها الإعلامية⁽⁴⁾.

ومن بين أكبر المناطق المستهدفة الدول العربية، حيث كانت هيئة الإذاعة البريطانية تبثّ برامجها الموجهة خاصة إلى مصر وفلسطين، حيث يغطي إرسال هيئة الإذاعة البريطانية المنطقة العربية بصورة واضحة من خلال محطات التتيميم في قبرص وجزيرة مارسيا⁽⁵⁾، وكذلك فعلت

(1) سعيد محمد السيد، إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 1998، ص: 149-154.

(2) عبد العزيز شرف، مرجع سابق، ص: 424.

(3) جيهان أحمد رشدي، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 1985، ص: 179.

(4) ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، مرجع سابق، ص: 15.

(5) المرجع نفسه، ص: 21.

إيطاليا حيث قدّمت إذاعة منتظمة للوصول إلى شمال إفريقيا والشرق الأوسط، وكانت البرامج الإيطالية الموجهة للعرب تبث بانتظام، وأعدت أجهزة راديو قادرة فقط على تلقي برامج المحطات الإيطالية ووزعتها بدون مقابل ووضعها في الأماكن التي يكثر فيها انتشار الناس مثل المقاهي والأسواق⁽¹⁾. وانظمت أمريكا إلى تلك الدول حيث بدأت إذاعة صوت أمريكا بالعريية سنة 1948 وبمعدل 49 ساعة أسبوعياً، ولم تصبح خدمة منتظمة إلا سنة 1951، وعقدت اتفاقية مع فرنسا لاستخدام إمكانيات الإرسال في طنجة بالمغرب لتوجيه إرسالها إلى البحر المتوسط، بالإضافة إلى المحطة الدينية بعد ذلك بـ 10 سنوات التي تبث إرسالها من جزيرة رودس⁽²⁾، كما أطلقت أمريكا حديثاً أعقاب غزوها للعراق إذاعة "سوا".

وحالياً قلما نجد دولة من الدول إلا وتوجه برامج إلى مناطق العالم المختلفة، سواء ما كان هدفها الدعاية السياسية أو التبشير الديني خاصة المسيحي منه الموجه للعالم العربي والإسلامي، مثل "راديو الفاتيكان" و"صوت الإنجيل" و"إذاعة المحبة" و"راديو مونتي كارلو"...

4- الوظيفة الثقافية:

الاتصال الجماهيري يسعى لتكامل المجتمع، بتنمية الإتفاق العام ووحدة الفكر بين أفراده وجماعاته، ويقوم بتثبيت القيم والمبادئ والإتجاهات والعمل على صيانتها والحفاظة عليها⁽³⁾. والإذاعة باعتبارها وسيلة إعلامية جماهيرية سمعية تعتمد بشكل كبير على الكلمة وفنونها مثل الأدب والشعر والقصة والرواية والمسرح والتمثيلية والدراما الإذاعية.

لكن ما اشتهر عن الراديو أنه من الوسائل التي يعرض الإنسان نفسه عليها بلا اهتمام أو بلا تركيز وتعمل أساساً كمصدر يوفر له خلفية ترفيهية أكثر مما يعمل كهدف للإهتمام المركز، وهذا ما دفع بعض المفكرين إلى اعتباره من معوقات الثقافة لأن اعتماد الإذاعة على التبسيط والسهولة واليسر يضطرّها إلى تجنّب المعرفة الرفيعة والثقافة العميقة والواسعة كما تصرفهم عن القراءة. ومن هنا جاء التساؤل: هل نستطيع أن نؤسس ثقافة قوية خصبة على الصور والأدوات الشفوية⁽⁴⁾، ثم ماذا يستطيع الراديو أن يقوم به في أداء وظيفة التثقيف؟.

ويمكن إيضاح قدرة الراديو على نشر وحفظ الثقافة فيما يلي:

(1) جيهان أحمد رشدي، مرجع سابق، ص: 181-182.

(2) ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، المرجع السابق، ص: 21.

(3) عزي عبد الرحمن وآخرون، عالم الاتصال، مرجع سابق، ص: 13.

(4) عبد العزيز شرف، مرجع سابق، ص: 409-411.

- يمكن للإذاعة أن تجعل هذه الثقافة أمراً كثير المرونة بما تسهم به من أقلمة سريعة للعالم الكثير التغير، كما أن بإمكانها أن تكشف الوعي عن آفاق وعوالم ما كان لها أن تبين لو ظلت تجريدية. استطاعت الإذاعة أن تعيد للأشكال الأدبية المهجورة كالخطابة والإنشاد مكانهما في الفن الأدبي بعدما كاد التدين أن يقضي على هذه الأنواع.
- كاد الشعر أن يظل محتفياً، فجاءت الإذاعة وقدمت للشعر إمكانية التنشيط واستخدام الإمكانيات الصوتية.
- الإذاعة تحفز المستمع الذي يعجب بعمل أدبي مذاع إلى قراءة العمل نفسه بعد إذاعته، وهذا ما يدفع الجمهور إلى معايشة الكتب⁽¹⁾.
- الإذاعة وعاء ازدهرت فيه الفنون فعادت الأغنية والموسيقى إلى مجدها القديم وهي أصلح لنشر المسرحيات على نطاق أوسع من حدود دور التمثيل.
- يعين الراديو على انتشار الثقافة، لأنه يتيح للأفراد والجماعات في كل مكان أن تفيد من المعرفة وأن تتذوق الفن على اختلاف طبقاتهم ومهنتهم ولم يجعله مقصوراً على الفئة المتعلمة⁽²⁾.
- يقوم الراديو بتزويد الجماهير بزيادة ثقافية وفنية ويشترك في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع عن طريق تقديم المعارف وتفسيرها والتعليق عليها، وفي تكوين الذوق الفني والحضاري.
- الإذاعة يمكنها القيام بدور رائد في مستوى التعريف بالثقافة المحلية، وتسخير أجهزتها لبث ثقافة جادة وعميقة في مختلف القطاعات الثقافية وذلك في توجه يختلف عن الأنساق التعليمية والأكاديمية لتقترب أكثر من الجمهور الواسع⁽³⁾.

5- الوظيفة الاجتماعية:

يسمح الراديو للمستمع أن يشارك مع الآخرين في تشكيلة متنوعة من الأحداث ذات المغزى والإهتمام المشتركين، كما يحقق له نوع من الإرتباط مع غيره من المستمعين لمجرد اشتراكه في سماع الأخبار نفسها والبرامج ذاتها، بالإضافة إلى ما يتبع ذلك من أنه قد يناقش الآخرين فيما سمعه من أخبار أو تابعه من برامج إذاعية، ومن هنا نلاحظ أن الراديو قد يخلق مجال اهتمام مشترك، ومن ثم فإنه قد يدعم التفاعل الاجتماعي بموضوعات جديدة⁽⁴⁾.

(1) سهير جاد، البرامج الثقافية والإعلام الإذاعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط1، القاهرة، 1997، ص: 49.

(2) عبد العزيز شرف، مرجع سابق، ص: 416.

(3) منصف الجزار، مرجع سابق، ص: 17-18.

(4) عبد العزيز شرف، المرجع السابق، ص: 425.

المبحث الثاني: الإذاعة المحلية

المطلب الأول: تعريف الإذاعة المحلية

وردت عدة تعريفات متقاربة المعنى للإذاعة المحلية سأستعرض بعضها فيمايلي:

- المقصود بالإذاعة المحلية الخدمات الموجهة لجماعات محدودة جدا من السكان أو تصل تغطيتها الجغرافية إلى منطقة صغيرة مثل مدينة أو مجموعة من القرى والتجمّعات السكانية المتجانسة، ويطلق على هذا النمط من الإذاعات الصغيرة محددة النطاق الجغرافي إذاعات الجيران، وهي إذاعات متخصصة تخدم قضايا البيئة المحلية، وسكان المناطق النائية، والجامعات⁽¹⁾.

- الإذاعة المحلية وتسمى "الإذاعة المجتمعية" هي الإذاعة التي تخاطب مستمعاً محدداً له مصالحه وارتباطاته الإجتماعية المعروفة، وله تقاليده وعاداته وتراثه الفكري الخاص. وهي تبثّ برامجها مخاطبة مجتمعاً خاصاً محدود العدد، يعيش فوق أرض محدودة المساحة... مجتمعاً له خصائص البيئة الإقتصادية والثقافية المتميزة... قد يكون هذا المجتمع مدينة أو مجموعة قرى أو مدناً صغيرة متقاربة⁽²⁾.

- تعرّف الإذاعة المحلية بأنها جهاز إعلامي يخدم مجتمعاً محلياً يتميز بأنه مجتمع خاص محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، متناسق من الناحية الإقتصادية والناحية الثقافية والإجتماعية، كأن يكون سكان قرية واحدة أو مجموعة من قرى متقاربة متجانسة، يمارس معظم أفرادها نشاطاً اقتصادياً رئيسياً ينسب هذا المجتمع إلى هذه الحرفة المشتركة كأن يكون المجتمع زراعياً لأنه يمارس النشاط الزراعي⁽³⁾.

- يرتبط مفهوم الإذاعة المحلية بمفهوم المجتمع المحلي وبالتنمية المجتمعية وقد تعدّدت التعريفات للمجتمع المحلي ومنها أن المجتمع المحلي عبارة عن مجتمع محدّد العدد فوق أرض محدودة المساحة يؤدي معظم أفرادها نشاطاً رئيساً محدداً اقتصادياً، تجارياً أو حرفياً.. الخ، وهو جماعة من المواطنين مترابطة بفضل اشتراك أفرادها في مجموعة من التصورات والقيم المشتركة، وهناك تعريف آخر وهو أن المجتمع المحلي مجموعة من الناس تعيش في منطقة جغرافية متجاورة نشأت بينهم علاقات

(1) عماد مكاوي، وعادل عبد الغفار فرج، مستقبل الإذاعة في عصر البثّ الفضائي، مجلة إتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (57)، تونس، 2006، ص: 32.

(2) منى سعيد الحديدي، وسلوى إيمان، الإعلام و المجتمع، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2006، ص: 161-163.

(3) عبد المجيد شكري، مرجع سابق، ص: 13-14.

اجتماعية وثقافية معينة أدت إلى وجود مجموعة من المؤسسات والمنظمات الاجتماعية وإلى وجود أهداف اجتماعية مشتركة، ويتميز المجتمع المحلي في حينه من الحياة المشتركة قد يكون قرية أو مدينة أو محافظة أو دولة⁽¹⁾.

ولكن في ظل الثورة التكنولوجية الحديثة والعولمة فإننا نعيش تغييراً كبيراً شمل العديد من القضايا التي أصبحت موضع بحث وتساؤل من جديد، ومنها المصطلحات والمفاهيم، ومثال ذلك مفهوم "القرب" لم يعد يعني الحدود الجغرافية الضيقة والفضاء المتجانس لمجموعة معينة، إذ بوجود شبكات الاتصال الإلكترونية أصبح يعني كل ما هو مشترك بين الأجناس والثقافات المختلفة، فأصبح بذلك يكتسي معنىً شمولياً ويطرح بُعداً زمنياً وهو أمر على غاية من الأهمية لأن صيغة الإعلام المحلي ارتقت إلى درجة رمزية ثانية تستوجب الفحص، فالحلية في المنظور السابق كانت تعني "المسائل الخصوصية المرتبطة بجهة محددة في بلد ما ومفهومها مقترن بالمفهوم الذي يحده التقسيم الإداري في البلاد - ولاية، معتمدية، محافظة... - أو الذي تفرضه الجغرافيا الطبيعية مثل: الشمال، الوسط، الجنوب... في مكان معين" ورغم أن هذا المفهوم لا يزال سائداً إلى يومنا هذا باعتباره يجسد حقيقة لا لبس فيها وواقعاً لا يمكن تجاهله، إلا أن مفهوم الحلية أصبح يرمز من خلال العولمة إلى واقع آخر، حيث أضحت المفهوم مقترنا بثقافة مجتمع بأسره، ولا يدرك جوهره إلا في وجود حدود ثقافية معينة، فالحلية إذن بعد ثقافي مترامن مع أبعاد أخرى والعلاقة بين الأبعاد ليست على علاقة إحاء وتجاوز إنما هي علاقة مؤسسية على صراع تأكيد الذات والصراع لا يعدو أن يكون منهجاً معرفياً في إنتاج المضامين ونشرها⁽²⁾.

وفي ظل افتقار البيبليوغرافيا العربية إلى بحوث متعددة المقاربات تقف على واقع ما اصطح على تسميته بالإعلام المحلي، نجد أنه غالباً ما يتداخل مفهومه في عينة من الدراسات مع المفهوم الجهوي وحتى الإقليمي، ومنه فإنه في واقعنا العربي المعاصر، نطلق تسميات الصحافة الحلية، والصحافة الإقليمية والجهوية للدلالة على مسمى واحد هو الصحف التي تصدر في إقليم جغرافي في داخل وطن ما وكذلك الأمر بالنسبة للإذاعة "الراديو والتلفزيون"⁽³⁾.

(1) "الإذاعة الحلية المفهوم وأسس التخطيط"، عن موقع جيران: <http://mediacom.jeeran.com>، ت.د.: 2009/04/11.

(2) عبد الله الحيدري، مرجع سابق، ص: 34-35.

(3) إبراهيم عبد الله المسلمي، الإعلام الإقليمي، دراسة نظرية وميدانية، العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 1993، ص: 28-27.

ولبيان الأمر سوف أعطي التعاريف الخاصة بكل من الإعلام الإقليمي والجهوي لنتمكن من تحديد الفروقات المميزة لها عن الإعلام المحلي.

- تعريف الإعلام الإقليمي:

الإعلام الإقليمي هو نوع من أنواع الإعلام، ويقصد به إعداد الرسائل التي تنتقل إلى نوعية معينة من الجماهير المحدد إطارها جغرافيا، عن طريق إحدى وسائل الإعلام الإقليمية بهدف تزويد الناس بالأخبار الصحيحة،... ولمساعدتهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر عن الرأي تعبيرا موضوعيا وعن عقلية هذه الجماهير وميولهم واتجاهاتهم⁽¹⁾.

وتُعرّف الإذاعة الإقليمية بأنها إذاعة تخاطب جماهير مجتمعات تعيش داخل إقليم محدد طبقا للتقسيم الإداري للدولة، فقد يفصل بين هذا الإقليم وغيره حاجز أو عدة حواجز كاللغة، الدين، العرق، أو حواجز طبيعية كالأهوار، البحيرات،... مما يجعل كل إقليم مستقل، والإذاعة الإقليمية تبث برامجها من عاصمة الإقليم وتقدم برامج وخدمات لأبناء الإقليم بلغتهم أو لهجتهم، كما يغطي إرسالها الإقليم بأكمله⁽²⁾.

أما الفرق بين الإعلام المحلي والإقليمي فهو أن الإعلام المحلي يكون قاصرا داخل نطاق أماكن الإقليم والتي قد يغلب عليها الطابع الحضري ولا يوجّه إلى سكان الإقليم بكامله، كما أن ترجمة المحلي قد تنصرف إلى كل وسائل الإعلام التي تنطلق داخل حدود الدولة كلها، بعكس كلمة إقليمية التي تنصرف إلى وحدة إدارية ومجتمعية داخل حدود الدولة، والذي يقابله "الإعلام القومي أو الوطني" والذي غالبا ما يكون مركزيا ينطلق من العاصمة السياسية⁽³⁾.

وما نستنتجه أن العلاقة بين الإعلام الإقليمي والمحلي علاقة عموم وخصوص أي أن الإعلام الإقليمي أعم وأشمل من المحلي الذي هو جزء منه، وهذا طبعا في حالة عدم انصراف مفهوم المحلي إلى الإعلام المقابل للإعلام الخارجي أو الأجنبي.

- تعريف الإعلام الجهوي:

الصحافة الجهوية هي التي تصدر في إقليم محدد وتوزع داخله، ويقوم بتحريرها صحفيون من الجهة التي صدرت فيها أما الصحافة المحلية فهي لا تخرج عن إطارها المحلي مثل المدن

(1) المرجع نفسه: ص: 29.

(2) عبد المجيد شكري، مرجع سابق، ص: 15.

(3) إبراهيم عبد الله المسلمي، المرجع السابق، ص: 29.

والضواحي، حيث لا يتعدى توزيعها إطار الولاية أو المدينة، أما الجهوية فقد تتعدى حدود هذه المنطقة بكثير⁽¹⁾.

وما يمكن ملاحظته أن ما قلته عن الإعلام الإقليمي والمحلي ينطبق على الجهوي. يقول الطاهر بن خرف الله: "نطلق في واقعنا العربي المعاصر عموماً، وفي الجزائر خصوصاً، تسميات عديدة كالصحافة المحلية والصحافة الإقليمية والصحافة الجهوية للدلالة على مسمى واحد، وهو الصحف التي تصدر في إقليم جغرافي أو منطقة جغرافية داخل بلد من البلدان، وكذلك الأمر بالنسبة للإذاعة الإقليمية بشقيها الراديو والتلفزيون، ولأن الإعلام ليست له الدقة التي تتسم بها الخرائط الجغرافية فإن مفهوم الصحافة الإقليمية (أو المحلية) يتسع أحياناً فوق المساحة الجغرافية. وقد تصدر الصحيفة أحياناً في طرف من الإقليم وليس في المركز الجغرافي. وربما كانت الجغرافية البشرية (أي السكانية) هي الأساس الأكثر دقة في تحديد معنى الإذاعة والصحافة المحلية. وذلك لأن التجمع السكاني الحضاري (المدني) في إقليم أو جهة هو النبع الذي ينبثق منه الإعلام الإقليمي ويعتبر هو سوق هذا الإعلام أيضاً"⁽²⁾.

يقول عبد القادر بن الشيخ: "إن توظيف مصطلح المحلي لنعث الإعلام الإذاعي أو التلفزيوني العربي اقترن غالباً وبصفة آلية بالجهوي أي بمفهوم نابع من تصوّر تنظيمي - إداري: المحافظة - الولاية - الإقليم، وهو تنظيم يستهدف عبر وسائل الاتصال جعل المسافة بين السلطة المركزية والمواطنين قصيرة وذلك تطبيقاً لقاعدة القرب"⁽³⁾. وهذا ما يؤكد عبد الرزاق الحمّامي بقوله: "الإعلام المحلي يحقق قاعدة القرب ذلك لأن علاقة وسائل الإعلام بمكان ما هي علاقة بالحدود الجغرافية للوطن قبل كل شيء لذلك وجب على وسائل الإعلام ومنها الإذاعة أن تتناول الأحداث والمواضيع القريبة من المواطن، وبما أن الإنسان ميّال إلى معرفة كل ما يحيط به أكثر من ميله إلى معرفة الأشياء البعيدة عنه، كانت الحاجة أكيدة إلى إعلام قريب يهتم بمشاغل المستمع ومشاكله، ومن هذا المنطلق يبرز دور الإذاعة الجهوية في مراعاة قاعدة القرب لأنها قاعدة الاتصال

⁽¹⁾ صالح بن بوزة، الصحافة الجهوية: المفهوم والخصائص والوظائف، حوليات جامعة الجزائر، العدد 3، 1994، ص: 173-174.

⁽²⁾ الطاهر بن خرف الله، واقع الصحافة الإقليمية في الجزائر، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 4، 1990، ص: 75.

⁽³⁾ عبد القادر بن الشيخ، ويبقى مفهوم المحلي موضع تساؤل، مدخل ملف الإعلام المحلي في الإذاعات العربية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 4، 2004، ص: 19.

المباشر بين الأفراد المحليين"⁽¹⁾.

ويقول محمد الأمين موافي: "ازداد خلال السنوات القليلة الماضية عدد الإذاعات المحلية في الوطن العربي وما زالت دائرة اتساعها تكبر مع مرور الأيام وهي إن كانت بالأساس ليست جهازاً إعلامياً جديداً على المنطقة إذ أن وجودها يعود إلى عدة عقود سالفة كإذاعات فرعية يطلق عليها تارة الإذاعة المحلية وتارة أخرى الإذاعة الجهوية أو التنموية وكثيراً ما كانت ترتبط بالإذاعة الأم الرئيسية في العواصم العربية ومنها من تبث عبر الأمواج الوطنية في أوقات محددة من اليوم أو تبث محلياً من خلال شبكة إرسال إقليمية تغطي منطقة محددة، بينما عرفت في وقتنا الحاضر انتشاراً واسعاً إلى درجة بات فيها في بعض البلدان العربية لكل إقليم أو ولاية أو منطقة إذاعة تم إنجازها أو هي في طور الدراسة والبرمجة وهو ما يعني وجود النية الفعلية في المضي قدماً نحو إقامة مثل هذه الإذاعات"⁽²⁾.

لذا سأستعمل كل هذه المصطلحات التي تدلّ على شيء واحد في دراستي هذه.

المطلب الثاني: نشأة الإذاعة المحلية

أول من اهتم جدياً بالإذاعات المحلية في الوطن العربي، الإعلامي الكبير "بجي أبو بكر" حيث واكب هذا الموضوع الحيوي طيلة ثلاثين سنة، وبفضل تخصصه في مختلف مجالات الاتصال قام بتجربة ذاتية في دورين لا يمكن أن ينفصما عن بعضهما، هما دور الإذاعي ودور القارئ والمستمع والمشاهد ورغم الفوارق بين الأربعينات والخمسينات، ثم الثمانينات فقد ظلّ مخلصاً للإذاعة، و في أوائل الخمسينات شارك في تجربة مصرية أمريكية حول تقديم الأخبار من أول إذاعة محلية هي إذاعة الإسكندرية التي بدأت البثّ عام 1954 حيث قارن في نفس الفترة كيف تعمل إذاعة محلية أمريكية في مدينة برمينكهام، وبين المجتمع الذي يعمل في دائرته والتي كانت تهتم بقضايا الزراعة والصناعة. كما أتيح له أن يعقد من جديد مقارنة على أسس اتصالية واقتصادية واجتماعية بين الفكر العربي في مصر إزاء وظيفة الإذاعة المحلية، وبين الفكر الأمريكي بعد التطورات التي مر بها نتيجة لاستماعه للإذاعات المحلية منذ أكثر من نصف قرن، حيث كان النموذج الأمريكي إذاعة محلية في مدينة "برستون" بولاية نيوجرسي، أما النموذج العربي مشروع

⁽¹⁾ عبد الرزاق الحمّامي، إذاعة القرب، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد1، 2005، ص:85.

⁽²⁾ محمد الأمين موافي، مرجع سابق، ص: 26.

إذاعة محلية في قرى مصر⁽¹⁾.

أما في أوروبا فقد كانت فكرة إنشاء الإذاعات المحلية تعود إلى مبادرات من الكنيسة وقد أصبحت لهذه المجالس إدارة تضم العديد من المنشطين في مختلف المجالات، أما في أمريكا اللاتينية فيعود تاريخ ظهورها إلى عام 1949 حيث استخدمت في برامج التعليم الأساسي والنهوض بالزراعة⁽²⁾.

وخلال السنوات القليلة الماضية ازداد عدد الإذاعات المحلية في الوطن العربي وما زالت دائرة اتساعها تكبر مع مرور الأيام، حيث أصبح في بعض الدول العربية لكل إقليم أو ولاية أو منطقة إذاعة تم إنجازه أو هي في طور الدراسة والبرمجة وهو ما يعني وجود النية الفعلية في المضي قُدما نحو إقامة مثل هذه الإذاعات وهذا نظرا للأهمية الكبيرة التي يتمتع بها هذا الجهاز، ففي أوروبا مثلا نشأت خلال العقد الأخير آلاف من الإذاعات المتخصصة كالإذاعات المحلية، الموسيقية،...⁽³⁾.

- أسباب نشأة الإذاعة المحلية:

هناك العديد من الأسباب الكامنة وراء إنشاء الإذاعات المحلية أو التفكير في إنشائها في بعض الدول العربية منها:

1- الكمّ الإعلامي الكبير الوارد من السماء إذ لا يخفى تأثيره على البنى الاجتماعية في الوطن العربي وعلى ثقافته وتراثه، لذا وجبت المحاولة للتقليل من هذا الأثر وإيجاد بدائل عربية لمواجهة أو منافسته، ويكون دور الإذاعة المحلية بصفة خاصة دورا مهما في مواجهة الصوت والصورة معا، بما ثبت علميا وعلى مستوى عالمي على قدرة الإذاعة في الحفاظ على مستمعيها، ولعل السرّ في ذلك هو هذا التنوع والتخصص الحاصل في الميدان الإذاعي فنسبة الإستماع لم تتغيّر وإنما التغيّر حصل في عادات الإستماع ونوع المنتج الإذاعي.

2- الطبيعة الجغرافية للبلدان العربية فمعظمها يتمتع بأراض شاسعة وفي عدد منها سلاسل جبلية متواصلة تمتدّ آلاف الكيلومترات، الأمر الذي كثيرا ما أعاق وصول الأمواج المركزية الموجهة من العواصم ومراكز الإرسال الضخمة، ونتيجة ذلك فإن المسألة تطرح من حيث الإمكانيات والمزيد

⁽¹⁾ نواف عدوان، أهمية الإذاعة المحلية في التنمية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد2، 1998، ص: 31-32.

⁽²⁾ المرجع نفسه، ص: 30.

⁽³⁾ محمد الأمين موقاي، مرجع سابق، ص: 26.

من التجهيزات بكل ما يتطلب ذلك من أموال ضخمة، بينما إقامة الإذاعة المحلية سيعفي من هذه الأعباء ويمكن من الالتقاط الجيد للبرامج خاصة باستعمال الأمواج الترددية FM.

3- طول المسافات الرابطة بين مختلف المناطق والمدن العربية داخل البلد الواحد تعتبر بمثابة فضاء إعلامي هام يمكن استغلاله، فالمعروف لدى رجال الإعلام والمهتمين بميادينهم أن الإستماع إلى الإذاعة والذي يبلغ أحيانا الذروة، يتم أثناء استعمال السيارة، فقطع المسافات الطويلة يشجع على الإستئناس بالإذاعة كمرافق يوفر الكثير من العناء ويجلب المتعة ويربط المسافر بآخر الأخبار الوطنية والعالمية وهذه النقطة بالذات تركت المستثمرين في ميدان الإعلام ينشئون ما اصطلح على تسميته بالطريق السريع للإعلام وقد شرعت بعض الهيئات العربية في التفكير والإهتمام بالموضوع⁽¹⁾.

4- من الدواعي لإنشاء الإذاعات المحلية أن الإتجاه العالمي اليوم يتجه نحو نشر هذه الإذاعات، وهذا ما يتضح في نشر الدول المتقدمة والدول الآخذة في النمو لهذا النوع من الإذاعات، ومثال ذلك أن عدد الإذاعات المحلية في إيطاليا مثلا يفوق كل معقول إذ يزيد العدد عن 400 ألف محطة محلية، وفي الولايات المتحدة الأمريكية يوجد ما يزيد عن 100 محطة، وتعتبر دولة مالي من أكثر الدول الإفريقية التي تتواجد فيها إذاعات مجتمعية⁽²⁾، وتعتبر الجزائر الأولى عربيا.

5- طبيعة العصر ذاته هي التي فرضت هذا الإتجاه، فقد برزت عوامل جديدة أكدت ضرورة وجود الإذاعات المحلية، فإزاء تعقد المصالح بين الفئات الإجتماعية المختلفة، وتشابك تلك المصالح وما تأكد من أهمية تماسك كل مجتمع وحرص كل فرد على استقلالية مجتمعه والدفاع عن مصالحه ومصالح هذا المجتمع في إطار وحدة الوطن، كان الإتجاه العام نحو وجود حكومات أكثر ديمقراطية تعترف بحقوق مواطنيها وتعمل على التخفيف من قبضة الحكم المركزي بتوسيع دائرة الحكم المحلي وإعطاء حقوق أكثر للأقليات وسكان الأقاليم... ولهذا كان لابد من وجود أجهزة إعلام محلية من إذاعة وتلفزيون.

6- منافسة التلفزيون للراديو دفعها لتطوير نفسها وكان أبرز صور هذا التطور هو عودتها إلى المحلية وإلى ارتباطها الوثيق بالمجتمع الذي تخدمه⁽³⁾.

(1) محمد الأمين موافي، مرجع سابق، ص: 27.

(2) رياض شحادة، وسائل الاتصال والمجتمع (الإذاعات المجتمعية نموذجا)، عن موقع ملتقى البحث العلمي:

www.rsscra.info ، ت.د: 2009/05/03، ص: 9.

(3) عبد المجيد شكري، مرجع سابق، ص: 17-19.

- أسباب انتشار الإذاعات المحلية:

1- العامل الجغرافي:

يعد العامل الجغرافي من أهم العوامل التي تؤثر على النظام الإذاعي في أي دولة فحجم وشكل الأرض في أية منطقة أو دولة له تأثير كبير على نظامها الإذاعي حيث لا تستطيع أحيانا الإذاعة المركزية أن تغطي كل أجزاء الدولة ولا يمكنها أيضا أن تلبّي احتياجاتها.

2- عامل اللغة:

حيث تعتبر اللغة أحد أهم العوامل التي تؤثر على الأنظمة الإذاعية إذ أن تعدّد اللهجات واللغات داخل الدولة الواحدة قد يشكل عائقا أمام الإذاعة في بعض الأحيان وهذا يؤكد الحاجة إلى إذاعات محلية لمخاطبة التركيبات السكانية المختلفة بلغتهم.

3- التحفيز للمشاركة في التنمية:

تمثل التنمية أحد العوامل والدوافع الأساسية لإنشاء الإذاعات المحلية من أجل تفعيل المشاركة في التنمية، حيث أن الدول النامية لا تستطيع أن تحقق أهداف التنمية دون أن تولى اهتماما بأفرادها في مجتمعاتهم المحلية وقد أدركت دول عديدة أن أفضل أساليب الإعلام لتحقيق مشاركة فعالة من جانب الجماهير في خطط وبرامج التنمية هو الوصول إلى هذه الجماهير في بيئاتهم المحلية، فأنشأت عديدا من وسائل الإعلام المحلية كالصحف والمجلات والإذاعات والقنوات التلفزيونية المحلية، وهكذا أصبح هذا النمط من الإذاعات ضرورة لكافة الدول المتقدمة والنامية، ومن المعروف أن الأفراد لا يمكن أن ينسلخوا عن بيئتهم المحلية حيث يزداد الارتباط بالإعلام المحلي الداخلي بما يتفق مع خصوصية المكان والشعوب والثقافات⁽¹⁾.

المطلب الثالث: أهداف الإذاعة المحلية

تقوم الإذاعة المحلية بوظائف وأهداف خاصة إضافة إلى وظائف الإذاعة بصفة عامة مما تقوم به الإذاعات الوطنية، وسأذكر أهم هذه الوظائف فيما يلي:

1- تؤدي دور الوسيط في الإتجاهين بين القمة والقاعدة أي السلطة والمواطنين في المناطق النائية التي تكون في الغالب شبه معزولة عن الإعلام إلا في المناسبات والأحداث الوطنية الكبرى⁽²⁾، هذا

(1) "الإذاعة المحلية المفهوم وأسس التخطيط"، مرجع سابق.

(2) صالح بن بوزة، مرجع سابق، ص: 173.

على المستوى الوطني، أما على المستوى المحلي فإنها أيضا تضمن الاتصال مع أجهزة الحكم المحلي فهي توصل للمواطنين خطط وتعليمات وإرشادات الإدارة المحلية... ومن جهة عن طريقها يسمع المسؤولون نبض المواطنين وأفكارهم وآرائهم ومطالبهم وشكواهم⁽¹⁾.

2- لقد كان للإذاعة المحلية دور أساسي في نشر الثقافة، وتشجيع مختلف الفنون والترويج لها، وهذه المسألة تبقى بالنسبة للمجتمعات العربية من الأولويات التي ينبغي أن يكون لها تصور خاص بالنسبة للإذاعة المحلية، فتقريب الميكروفون من المواطن سيكشف لا محالة عن مواهب كامنة للارتقاء والإبداع ويفتح أمامها الطريق، وبذلك فإنه يبعث الحيوية في التراث العربي سيما الموسيقى والفلكلور المحلي، ويبقيه حيًا في أذهان المستمعين ويعمل في نفس الوقت على إخراجهم إلى دائرة الضوء في صورة إبداعية بإضافات تساهم في نشره واستحسانه في نطاق واسع⁽²⁾.

3- إن المهام الرئيسية للإذاعة المحلية تتركز في تقديم الخدمات المختلفة للمجتمع المحلي وتحقيق رغبة الناس في المشاركة والتعبير عن أنفسهم عن طريق ممارسته لما يمكن أن نطلق عليه حق الاتصال... حق كل مواطن في التعبير عن نفسه وفي نصيب عادل من إعلام بلده والذي تمثله الإذاعة المحلية، حق كل مواطن في أن يعلم ويتقّف ويرفّه عن نفسه⁽³⁾، ومن أهم الأشكال المناسبة في هذا المجال ما يسمى بـ "نوادي الإستماع والمشاركة الجماعية" وهي التي يتم فيها تقديم برنامج إذاعي على عدد من المستمعين ثم يعقبه مناقشة في مضمون هذه البرامج وإجابة على كافة الإستفسارات المتعلقة بجوانبه المختلفة⁽⁴⁾.

4- للإعلام الجهوي درجة كبيرة من الأهمية حيث يعدّ قناة من قنوات الاتصال التي تكوّن السياسة الإعلامية للدول النامية، كما أنه يكمل الإعلام الوطني، لأنه يعمل على تناول موضوعات يعجز الإعلام الوطني عن الوصول إليها وتغطيتها بنفس الفعالية والكفاية، وحتى في الدول المتقدمة نجد أيضا هذا المفهوم التكاملي بين الإعلام الوطني والجهوي⁽⁵⁾.

5- يمكن للإعلام المحلي أن يلعب دورا هاما في التنمية السياسية حيث له القدرة على تشجيع المواطنين على المشاركة السياسية وذلك بالحثّ على التصويت والمشاركة الانتخابية... كما يمكنه

(1) عبد المجيد شكري، مرجع سابق، ص: 35.

(2) محمد الأمين موافي، مرجع سابق، ص: 28.

(3) عبد المجيد شكري، المرجع السابق، ص: 15.

(4) عبد الله إبراهيم المسلمي، مرجع سابق، ص: 47.

(5) صالح بن بوزة، مرجع سابق، ص: 174.

أن يغطي اجتماعات ومناقشات البرلمانات المحلية وهي المجالس الشعبية المحلية في القرى، من جهة أخرى كلما توطدت العلاقة بين الإعلام الإقليمي المحلي والمجالس الشعبية المحلية فإنهما يتعاونان من أجل الرقابة الشعبية، وفضح جميع صور الفساد والانحرافات داخل أجهزة الحكم التنفيذية التي تثار داخل المجلس أو التي تثيرها نفس وسائل الإعلام⁽¹⁾.

6- للإذاعة المحلية دور فعال في التنمية الاجتماعية لأنها تستطيع القيام بدور كبير في محو الأمية، وذلك بالتوعية وحث المواطنين الأميين على التقدم لمدارس محو الأمية، وأيضا تقديم دروس في هذا المجال بشرط أن يوجد المنتدى الإذاعي وفصول محو الأمية التي تفتح وقت إذاعة برامج محو الأمية لمتابعة الدروس بواسطة الراديو ويحضر مرشد أو معلم داخل المنتدى الإذاعي والإستعانة بالكتب والصور⁽²⁾. ومن جهة أخرى وفي المجال الاجتماعي دائما فإن للإعلام المحلي عامة والإذاعة خاصة دور كبير في تغيير الأوضاع الاجتماعية القديمة التي لم تعد تسير روح العصر وإقامة بناء اجتماعي جديد تنبثق عنه علاقات جديدة وقيم مستحدثة تسمح للأفراد بتحقيق أكبر قدر ممكن من إشباع المطالب والحاجات⁽³⁾.

7- للترفيه أيضا حظه في الإذاعات المحلية، حيث عليها أن تقوم بإشباع وإرضاء الأذواق الجماهيرية المحلية ولكن دون تدهور في تقديم المعاني الفجة والسطحية التي تؤدي بالتالي إلى تدهور في الذوق الجماهيري خاصة أن الترفيه يخلص الناس من مشاق الحياة وصعوبتها⁽⁴⁾. ولكي يساهم الإعلام في التنمية المحلية فلا بد من تنميته هو بالمقابل بمختلف أبعاده الرأسية والأفقية، الكمية والنوعية وإتاحة الفرصة لوسائل الإعلام لتصبح أدوات فعالة للتواصل الاجتماعي والإنساني⁽⁵⁾.

المطلب الرابع: مميزات الإذاعة المحلية وسماقتها

تتميز الإذاعة المحلية عن غيرها من الأنماط الإذاعية الأخرى بما يلي:

(1) عبد الله إبراهيم المسلمي، مرجع سابق، ص: 46-47.

(2) عبد المجيد شكري، مرجع سابق، ص: 99.

(3) عبد الله إبراهيم المسلمي، المرجع السابق، ص: 43-44.

(4) المرجع نفسه، ص: 41.

(5) عواطف عبد الرحمن، إشكالية الإعلام التنموي في الوطن العربي، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 1985، ص: 73.

1- الرسالة:

محتوى المواد التي تقدمها الإذاعة المحلية نابع ومستمد من المجتمع المحلي ذاته وخدمته، بحيث تعكس البرامج المختلفة عادات السكان وتقاليدهم وتراثهم واهتماماتهم⁽¹⁾.

2- اللغة المستخدمة:

تتحدث الإذاعة المحلية بلغة الجمهور المستهدف وتخطبه بها، وقد يظهر فيها أيضا لهجة سكان المنطقة المستهدفة⁽²⁾.

3- طريق الاتصال:

تتصل الإذاعة المحلية بالمجتمع أو بالجمهور المستهدف من خلال البرامج التي تقدمها سواء كانت مسجلة أو تبث مباشرة عبر الهواء أو من خلال نشرات الأخبار والقصص الإخبارية والتقارير المهمة...

4- الوسيلة:

إن أهم ما يميز الإذاعة أنها الوسيلة الوحيدة غير المرئية بين كل وسائل الاتصال، وهي ليست إلا مجموعة من الأصوات و"الصمت" كما أن الصحافة المكتوبة مجموعة من الكلمات والمساحات البيضاء أو الفراغات البيضاء التي تفصل بينها⁽³⁾. والصوت في الإذاعة عموماً يخلق مسرحاً خيالياً للمستمع، وهو خيال يجتاز ويتجاوز كل ما سبق أن رآه أو يعرفه أو يخزنه في مخيلته من صور ومرئيات.

5- الجمهور:

للإذاعة المحلية جمهور مجتمع محلي بعينه، محدود من حيث العدد مقارنة بجمهور الإذاعات الوطنية أو الإذاعات الدولية.

ويعتبر المستقبلون لكل إذاعة محلية والذين يشكلون جمهور المستمعين من أهم عناصر العملية الاتصالية حيث أنهم المستهدفون من البث الإذاعي وهم في الوقت نفسه هدف العمل البرمجي كله وبالتالي يتوقف تحقيق أهداف الإذاعة على الوصول إليهم والتأثير فيهم على مستوى المعرفة والإتجاهات والسلوكيات، لذلك لا بد أن تراعي الإذاعات المحلية طبيعة الجمهور المستهدف

⁽¹⁾ منى سعيد الحديدي، وسلوى إيمان، مرجع سابق، ص: 161-163.

⁽²⁾ محمد مليك، دراسة وصفية تحليلية للشبكة البرمجية العادية 2007 لإذاعة سوف المحلية، عن موقع إذاعة الوادي:

www.radio-eloud.dz ، ت.د: 2009/05/07.

⁽³⁾ كرم شلي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مكتبة التراث الإسلامي، ط1، القاهرة، 1998/12/30، ص: 19-21.

وخصائصه واتجاهاته واحتياجاته ورغباته عند اختيار البرامج والمواد الإذاعية حيث أن احتياجات الجمهور تتعدّد وتختلف باختلاف البيئة الجغرافية والمستوى التعليمي والثقافي وأنواع المهن وباختلاف الفئة العمرية والنوع⁽¹⁾.

وقد انتهت كثير من الدراسات والبحوث التي حاولت التعرف على جمهور الإذاعة، إلى الكشف عن العديد من مواصفات هذا الجمهور على النحو التالي:

- شخص متوسط، قد يكون أمياً وقد يكون عالماً، مجهول وغير متجانس مع الآخرين.
- ليس مضطراً للاستماع أو المتابعة، له اهتمامات خاصة.. واهتمامات عامة يشترك بها مع الآخرين.
- جمهور خليط من الأطفال والنساء والرجال وفي شتى مراحل العمر.
- مستمع يمكنه متابعة المواد والبرامج والإستماع بها إلى جانب قيامه بعمل آخر "قيادة السيارة، الأعمال المنزلية.. الخ"⁽²⁾.

المبحث الثالث: الإذاعة المحلية في الجزائر

المطلب الأول: نشأة الإذاعة في الجزائر

مرّ ظهور الإذاعة في الجزائر بعدة مراحل شهدت كل مرحلة عدد من التحولات والتطورات في السياسة الإعلامية التي تنتهجها الإذاعة، أو في إمكانيات بثّها ومجالها الجغرافي للبت.

- قبل الثورة:

تعود نشأة الإذاعة إلى سنة 1929 من طرف الإحتلال الفرنسي بغية خدمة حاجيات الأقلية الأوربية المتواجدة في المناطق الساحلية، ولكن حوّل مقرها إلى باريس سنة 1959. وقبل ذلك وفي عام 1925 قام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة لم تتعدّ قوّتها 100 كيلوواط ثم عام 1928 إلى 600 كيلوواط ثم أقيمت محطتين للإرسال في قسنطينة، قوة الأولى 600 كيلوواط وتذيع بالفرنسية والأخرى بقوة 250 كيلوواط وتذيع بالعربية، ثم

(1) "الإذاعة المحلية المفهوم وأسس التخطيط"، مرجع سابق.

(2) كرم شلي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، المرجع السابق، ص: 28-30.

تتابعت المحطات فأقيم عام 1942 في كل من وهران محطة قوتها 600 كيلواط وفي العاصمة محطة قوتها 500 كيلواط⁽¹⁾.

- أثناء الثورة:

لم يلبث صوت الجزائر أن انطلق يدوي من الإذاعات العربية الشقيقة بصوت المرحوم عيسى مسعودي، بدءاً بالرباط فطنجة ثم تونس، لتفتح أغلب الإذاعات العربية برنامجاً خاصاً بدعم الثورة الجزائرية، مثلما فعل صوت العرب من القاهرة، والإذاعة الليبية من طرابلس وبنغازي، والكويت وبغداد وجدة ودمشق وغيرها⁽²⁾. فقد اعتمدت الثورة الجزائرية في البداية على إذاعات الدول العربية لإيصال صوتها إلى العالم الخارجي، وكانت إذاعتا القاهرة وتونس أولى الإذاعات العربية التي خصصت برامج محددة في فترات لإذاعة أخبار الثورة الجزائرية؛ إذ خصصت إذاعة القاهرة في نهاية عام 1955 ثلاث برامج أسبوعية للجزائر لكل برنامج مدة عشر دقائق. أما الإذاعة الجزائرية في تونس فقد بدأت في سنة 1956، وكانت عبارة عن برنامج تونسي يذاع ثلاث مرات في الأسبوع مدته ربع ساعة. وقد ظلت هذه البرامج تذاع حتى بعد إنشاء الإذاعة السرية في قلب الجزائر عام 1957 بعدما تقرر إنشاؤها في مؤتمر الصومام عام 1956 وبدأت نشاطها الفعلي في أوائل عام 1957، رُكبت هذه الإذاعة على ظهر شاحنة تجوب الفيافي والجبال والولايات على الحدود الجزائرية المغربية، متخفية من العدو الذي لم يتمكن من تحديد موقعها، وقد كان أول مدير لها المرحوم محمد السوفي المتوفى في ديسمبر 2006⁽³⁾، كان بثها يستمر ساعتين في فترة المساء ثم تعيد البرامج في اليوم التالي بالعربية والفرنسية والقبائلية، وكانت تخصص يومين في الأسبوع لتوجيه إذاعات خاصة للعمال الجزائريين بفرنسا... وكانت المواد المذاعة تشمل البلاغات العسكرية، وتعليقات سياسية، ثم تطوّرت وأصبحت تذيع نشرة الأخبار، كما أصبحت تذيع برامج أسبوعية، ثم أصبحت تذيع النشيد "قسما"⁽⁴⁾.

واجهت الإذاعة في بدايتها عدة مشاكل منها قلة الإمكانيات المادية وانعدام المواد الإذاعية والعزلة والتشويش والتهديد المتواصل من قوّات الاحتلال الفرنسي، إلى أن تمّ إقامة محطة إذاعة

(1) ماجي الحلواني، وعاطف عدلي العبد، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص: 202.

(2) "تاريخ الإذاعة الجزائرية"، عن موقع إذاعة تيسمسيلت الجهوية: www.tissemsiltfm.com، ت.د: 2009/05/12.

(3) المرجع نفسه.

(4) عواطف عبد الرحمن، الصحافة العربية في الجزائر - دراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية (1954-1962)، المؤسسة

الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص: 58-59.

مستقرة على الحدود المغربية والتي تم إحاطتها بوسائل الدفاع المختلفة حيث بدأت إرسالها في 12 جويلية عام 1959 تذيع على ثلاث موجات ثلاث مرات يوميا، و قد طرأ عليها بعض التنوع على المواد المذاعة حيث زاد عدد الحصص سواء بالفرنسية أو بالعربية أو بالقبائلية، وبذلك قامت الإذاعة الجزائرية بدورها كاملا في رفع معنويات المناضلين وبث الثقة في نفوس الشعب الجزائري⁽¹⁾.

- بعد الإستقلال:

كانت بداية الإذاعة في الجزائر المستقلة من الإتفاق الذي تم في اتفاقيات إيفيان والذي حددت بموجبه الشروط التي سيتم بمقتضاها نقل إنشاء الراديو والتلفزيون إلى حيازة الجزائر نهائيا، وفي 17 أوت 1962 أعلنت الهيئة التنفيذية المؤقتة أنه بالإتفاق مع المكتب السياسي لجهة التحرير الوطني قد قامت بتكليف شخصية جزائرية بالإشراف على برامج الإذاعة الجزائرية إلى أن يتم تشكيل الحكومة الجزائرية.

وفي السنة الأولى من الإستقلال، كان ينبغي الإحتفال أول مرة بعيد الثورة (أول فاتح نوفمبر في عهد الإستقلال) فوجد المسؤولون حرجا في أن يتم الإحتفال بذلك، بينما العلم الفرنسي يرفرف فوق مبنى الإذاعة والتلفزيون، وفي الثامن والعشرين من أكتوبر 1962 تم بسط السيادة الوطنية من جديد على هذه المؤسسة الإستراتيجية، التي كان عليها أن تجسد الإستقلال الثقافي والإعلامي الذي لم يكن ليتغير ذلك⁽²⁾.

وفي 1 أوت 1963 صدر قرار ينظم راديو و تلفزيون الجزائر اللذين تعتبرهما الحكومة الجزائرية عنصراً يساعد في التنمية القومية وفي بناء المجتمع الجزائري⁽³⁾، وقد واجه حينها الإعلام الجزائري أزمة كبيرة نتيجة الإرث الإعلامي الإستعماري، والتخريب لأجهزته التي تركها، وانعدام الإطارات المتخصصة وقلة الإمكانيات والتجهيزات التقنية، فلم تكن شبكة الإرسال الإذاعية سنة 1962 تتعدى نطاق المدن الكبرى وضواحيها مثل العاصمة، وقسنطينة، ووهران. ومنذ ذلك الوقت والإذاعة الجزائرية "صوت من لا صوت له"، وصدى العمل الوطني الجبار في مجال التنمية، في جميع تجلياتها الإقتصادية والإجتماعية والثقافية، ونشر الوعي السياسي والتنشئة الديمقراطية⁽⁴⁾.

(1) المرجع نفسه، ص: 60-61.

(2) "تاريخ الإذاعة الجزائرية"، مرجع سابق.

(3) ماجي الحلواني، وعاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص: 204.

(4) "تاريخ الإذاعة الجزائرية"، المرجع السابق.

وقد واصلت السياسة الجزائرية تركيز الجهود على الميدان السمعي البصري نظرا لتفشي الأمية وإيماننا منها بمساهمة الإعلام في محو الأمية والتنمية المحلية فقامت الجزائر بتوسيع شبكات الراديو والتلفزيون، فأنشأت سنة 1966 محطتان جديدتان للإرسال الأولى في عين البيضاء والثانية قرب وهران كانتا تديعان على الموجة المتوسطة بقوة 500 كيلوواط حيث أصبحت بعدها الإذاعة تسمع من جميع مناطق شمال البلاد، وفي سنة 1970 أنشأت محطة على الموجة الطويلة قوتها 1000 كيلوواط، ومحطة أقوى ببوشاوي على الموجة القصيرة مما جعل الراديو يسمع في جميع التراب الوطني، وفي سنة 1978 كانت نسبة 98% من التراب الوطني يسمع فيها الراديو نهارا و100% ليلا، فضلا عن سماعها من طرف المهاجرين وخارج البلاد خاصة⁽¹⁾.

وفي سنة 1982، أصبح من الممكن اعتبار الإذاعة والتلفزة الجزائرية، أنها دخلت دخولا صحيحا إلى عالم الاتصال بتجهيزها بأحدث التقنيات وبمشاركتها في تجارب رائدة. وبموجب المرسوم رقم 86-146، أنشأت المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة، بعدما انقسمت الإذاعة والتلفزة الجزائرية إلى أربع مؤسسات مستقلة وهي:

- المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة

- المؤسسة الوطنية للتلفزة

- مؤسسة البث الإذاعي

- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري.

بعدها جاء المرسوم التنفيذي رقم 91-102 المتضمن تحويل المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، تسمى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة "EPRS"، تتمتع بالشخصية المعنوية واستقلالية التسيير كما تخضع لوصاية يعينها رئيس الحكومة.

وفي سنة 1986 تم فصل المؤسستين الشقيقتين الإذاعة والتلفزيون، لتستقل كل منهما بوضع قانوني جديد، ودفتر أعباء خاص بطبيعة مهمتها وأدائها، فانطلقت الإذاعة الوطنية في تحديث وسائلها وطرائق عملها، بالتركيز على سياسة تكوين جريئة، وبالمراهنة على الإعلام الجوّاري الذي ترجمه انتشار الإذاعات التي تُعدّ اليوم ثلاث قنوات وطنية وإذاعة دولية وإذاعتين موضوعائيتين بينما توزعت الإذاعات المحلية في ولايات القطر، حتى بلغ عددها اليوم 39 محطة

⁽¹⁾ زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، الجزائر، 2002، ص: 107.

جهوية، تحتضن أحسن الكفاءات الشابة، وتعمل بأحدث تكنولوجيات الاتصال، بفضل نظام البث الرقمي، واستغلال ما تتيحه التقنيات المعلوماتية، التي تمكننا اليوم من الربط بين مختلف إذاعاتنا، في شبكة موحدة تفاعلية وآنية، يشارك المستمع بقسط وافر في برامجها المفتوحة على شعونه وشجونته⁽¹⁾.

المطلب الثاني: نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر

يعود تاريخ فكرة إنشاء الإذاعات المحلية في الجزائر إلى صدور المرسوم المتعلق بإنشاء المؤسسة الوطنية للإذاعة سنة 1986، حيث صدر مقرر وزاري في شهر أكتوبر من نفس السنة يقضي بإنشاء محطتين جهويتين في كل من ورقلة وبشار، وفي جانفي 1988 بدأ النشاط الفعلي لمحطة بشار الجهوية من خلال رصد وتغطية أحداث وأنشطة منطقة الجنوب الغربي عن طريق مراسلات أو بث مباشر ضمن برامج القناة الأولى، من هنا أضحي الإنشغال يطرح نفسه بحدة وهذا كون أن الفترة التي تحتلها المحطة بالقناة الأولى لا تكفي للتكفل أكثر بانشغالات سكان هذه المناطق، كما أن المخزون الثقافي والحضاري والموروث الشعبي الذي تزخر به هذه المناطق يتطلب حيزا إعلاميا واسعا ومستمرا، ومن هنا ارتأى الفريق الذي كُلف بالإشراف على انطلاق المحطة أن يطرح فكرة إنشاء إذاعة محلية ببشار، إلا أن الفكرة قوبلت بالرفض نظرا للطابو الذي ظل قائما حول الإذاعة المحلية كونها تهدد الوحدة الوطنية بالإضافة إلى أنها فكرة استعمارية.

وفي بداية التسعينات تفتّح قطاع الإعلام على مبادرات جديدة وكانت بذلك مبادرة الإذاعة الجزائرية إلى إنشاء أول إذاعة محلية وهي إذاعة الساورة⁽²⁾، وانطلق أول صوت لإذاعة محلية ببلادنا من بشار في 20 أفريل 1991.

ثم تتابعت وتيرة إنشاء وتدشين الإذاعات المحلية الأخرى تباعا إلى يومنا هذا. وقد بينت آخر دراسة قامت بها مجموعة المرشدين العرب، أن الجزائر هي الأولى عربيا في عدد المحطات الإذاعية المحلية الحكومية⁽³⁾، حيث بلغ عددها حتى الآن 39 محطة إذاعية محلية. على أن يكون الهدف النهائي هو أن تكون لكل ولاية من ولايات الوطن كله إذاعة محلية خاصة بها وتسمى

(1) "تاريخ الإذاعة الجزائرية"، مرجع سابق.

(2) موقع الإذاعة الجزائرية: www.radioalgerie.dz ، ت.د: 2009/05/07.

(3) مجموعة المرشدين العرب، "الجزائر تنصدر الدول العربية من ناحية عدد محطات الإذاعة المحلية الحكومية"، عن موقع مجموعة المرشدين العرب: www.arabadvisors.com/arabic ، ت.د: 2010/01/05.

باسم ولايتها.

والآن سأعرض الإذاعات المحلية الجزائرية والتي أصبحت يطلق عليها اسم الإذاعات الجهوية

وذلك فيمايلي:

إذاعة سيرتا وهي امتداد لإذاعة قسنطينة الجهوية، دشنت يوم 02 فيفري 1995، إذاعة أدرار شرعت بثّ برامجها بتاريخ 04 جوان 1995، إذاعة الصومام ولاية بجاية، دشنت في 19 أوت 1996، إذاعة سوف ولاية الوادي، دشنت في 21 نوفمبر 1996، إذاعة الطاسيلي ولاية إيليزي رأت النور يوم 27 جانفي 1997، إذاعة تندوف كان أول بثّها يوم 12 مارس 1999، إذاعة الزيبان ولاية بسكرة بدأت بثّ برامجها في 14 جوان 1999، وتم تدشينها الرسمي في 30 جويلية 1999⁽¹⁾. ثم إذاعات: البهجة، سعيدة، النعامة، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، وهران، مستغانم، تيارت، البيض أنشئت بتاريخ 08 سبتمبر 2003، بسكرة، الشلف أنشئت بتاريخ 06 جانفي 2003، غرداية، الأغواط، متيجة، ورقلة، سطيف، سكيكدة، تبسة، المسيلة، تمنراست، سوق أهراس، عنابة، باتنة، جيجل، غليزان، عين تموشنت، تيسمسيلت، أم البواقي، برج بوعريريج، عين الدفلى، الجلفة⁽²⁾.

المطلب الثالث: أهداف إنشاء الإذاعات المحلية في الجزائر

لعل الهدف الحقيقي من وراء إنشاء إذاعة مسموعة محلية هو أن تكون ملمة بكل الجوانب التي تشغل بال المواطن أينما كان وتسلب الأضواء على قضايا وشؤون أفراحه وأتراحه وإرثه الثقافي، وكل ما يمسّ المواطن الكريم من خلال برامج لا بد أن تكون متنوعة ومتجددة وجادة وغنية بالمعلومات من برامج ثقافية وسياسية واجتماعية وترفيهية تشدّ المستمع إليها وتغذيه بكل ما هو مفيد وجديد⁽³⁾.

يستند تأسيس إذاعة محلية إلى خطة مدروسة تأخذ بعين الاعتبار حاجات المناطق الأكثر حرمانا من الوسائل الإعلامية وتراعي خصوصية سكانها. ويمكن إجمال أهداف إنشاء الإذاعات المحلية في الجزائر في النقاط التالية:

(1) موقع الإذاعة الجزائرية، المرجع السابق.

(2) عن موقع إذاعة سعيدة الجهوية: www.saidafm.com ، ت.د: 2009/10/12.

(3) "الإذاعات المحلية تنطق بلسان المواطن أم بلسان القائمين عليها"، عن موقع الزحف الأخضر:

www.azzahfalakhder.com ، ت.د: 2009/10/17.

- 1- السهر على أن تلي شبكة البرامج الإحتياجات الفعلية للمستمعين الذين تصلهم برامج الإذاعة والأمر يتعلق بالمضمون واللغة، حيث يجب أن تتلاءم شبكة البرامج مع ما يحتاجه المجتمع المحلي وبلغته المحلية المتفق عليها، وأيضا تغطية الأحداث المحلية، وإبراز الثقافة المحلية، والتعريف بتقاليد المنطقة وخصوصيات سكانها.
- 2- تعتبر منبرا حرا بالنسبة للأشخاص والأعضاء الراغبين في تبليغ السكان بالمواضيع ذات المصلحة المشتركة.
- 3- العمل على تحقيق التفاعل في عملية الاتصال الجماعي.
- 4- تعكس الأهداف الموضوعية لها من خلال الحصص المختلفة باعتماد التفاعلية والجوارية التي تعني بكافة قضايا المجتمع بإشراك المستمعين⁽¹⁾.
- 5- الإذاعة المحلية لها دور هام في الحفاظ على التراث والحضارة، فهي تسعى لإحياء التراث المحلي والمحافظة على بقاءه.
- 6- مساحة تلتقي فيها كل شرائح هذا المجتمع المحلي للتداول والتشاور لبناء مجتمع متكامل.
- 7- همزة وصل بين الإدارة والمواطن باعتبارها عنصرا أساسيا لبرامج التنمية المحلية.
- 8- نافذة يطلّ من خلالها المجتمع المحلي على ما يجري في وطنه والعالم الخارجي.
- 9- نقل المهرجانات الثقافية والتظاهرات الاقتصادية المختلفة.
- 10- التحكم في المحيط.
- 11- مواكبة التحولات المحلية والوطنية.
- 12- تعتبر الإذاعة المحلية في مجال التنمية أداة قوية من شأنها تحسين فرص نجاح مشروعات التنمية. وتساعد كذلك على تقييم المخاطر والفرص الاجتماعية والسياسية في مبادرات التنمية والوصول إلى تحقيق النتائج على أرض الواقع. كما أنها تسعى إلى إحداث تغيير ايجابي حقيقي في حياة الناس والأخذ بهم إلى مستقبل واعد ومشرق. والجدير بالذكر هنا أن الإعلام في الماضي كان يلعب دورا تقليديا يقتصر فقط على نقل المعلومة أو إبراز القضية أو تغطية الخبر، ولكننا حين نتحدث اليوم عن الإعلام، فإننا نقصد الإعلام بمفهومه الحديث أي الإعلام التئموي باعتباره شريكا أساسيا في تحقيق التنمية من خلال مشاركته في وضع وتنفيذ وتقييم الخطط التئموية وذلك عن طريق ما تمثله وسائل الإعلام من ثقل وما تستطيع أن تقدمه وتقوم بتنفيذه من مبادرات

⁽¹⁾ موقع الإذاعة الجزائرية، مرجع سابق.

إعلامية وحوارات شعبية تجذب انتباه أفراد المجتمع، وتنقل اهتمامات هذا المجتمع إلى صانعي القرار وواضعي خطط التنمية، بحيث يشعر أفرادهم أنهم مسئولون ومشاركون في المشاريع التنموية، وهذا أفضل ضمان للتقدم ولاستمرارية العمل الجدي، بالإضافة إلى دور الإعلام في نشر الإدراك والمعرفة وإبداء رأيه المحايد وإبراز التجارب والممارسات الناجحة لخلق رأى عام واع يستطيع أن يتصدى لمختلف المشاكل التنموية، ويسهم في حلها على أسس علمية⁽¹⁾.

المبحث الرابع: البرامج الدينية في الإذاعة

المطلب الأول: أهمية البرامج الدينية في الإذاعة

في ظل التيارات والعقائد المختلفة التي يموج بها العالم اليوم، يتبين لنا أهمية الدين في دنيا الناس وأهمية الإعلام في التبليغ عنه بفضل وسائله العديدة التي أهّله لتبوء مكانة متميزة، حيث صار يلعب دورا رائدا في تطوير المجتمعات و في تغيير سلوك الإنسان و في توثيق الصلات التي تربط أفراد هذه المجتمعات⁽²⁾، و لعل الإذاعة خاصة في صورتها المحلية هي الأقرب إلى تحقيق تلك الأهداف كونها وسيلة إتصال جماهيري مرتبطة أساسا بمجتمع خاص محدد المعالم والظروف⁽³⁾. ذلك أن الإذاعة خادم ومرافق لكل فرد سواء كان في بيته أو سيارته أو حقله...، والدين ثقافة ومنهج حياة لكل إنسان، ومن هنا كان للإذاعة دور كبير في نشر هذه الثقافة وذلك المنهج وحملهما إلى أتباعهما وروّادهما، كذلك فإن ساعة في إذاعة خير من ألف ساعة على منبر أو مائة كتاب في خزانة، فالمنبر مهما حشدت حوله من حضور، والكتاب مهما زدت في عدد نسخه لن يصل أيّ منهما إلى ما تصل إليه ومن تصل إليه ذرات الأثير وموجات الصفيح⁽⁴⁾.

والإذاعة المسموعة وسيلة إعلامية متميزة، ولأهميتها البالغة كان طبيعيا أن يتجه الإهتمام إلى استخدامها في البرامج المختلفة ومنها البرامج الدينية بهدف الدعوة إلى الإسلام والتعريف به والتبشير بمبادئه وترسيخها وتأصيلها وتدعيمها في فكر ووجدان وسلوك جمهور المستمعين محليا

(1) محمد مليك، مرجع سابق.

(2) حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، ط1، القاهرة، 1998/12/30، ص:20.

(3) منى سعيد الحديدي، وسلوى إيمان، مرجع سابق، ص: 161.

(4) عبد الله سالم، مرجع سابق، ص:45.

وإقليميا ودوليا.

إن محاصرة الإذاعة للمستمع في كل مكان يمكنها من تأدية رسالتها إلى الجمهور والتأثير فيه بما يحقق التوافق والإنسجام عن طريق نشر الأفكار وتغيير الذهنيات بفضل الكلمة التي تبثها والتي ينبغي أن تعبّر عن الوفاء لواجباتنا الأساسية تجاه مبادئنا وثوابتنا، وبالتالي المساهمة في تحقيق وحدة المجتمع والمحافظة على معتقداته وعاداته وتقاليده ودعم الشعور بالانتماء للأمة.

ولقد مرّ مجتمعنا بظروف صعبة وعرف أحداثا تاريخية متميزة أثرت في وضوح الرؤية بالنسبة للعديد من الأفكار والقيم سواء من حيث السلوك أو التعلق بالأوهام والخرافات. وأمام تلك التيارات المتباينة بات استخدام الإذاعة من أجل تصحيح المفاهيم وكشف ما يهدّد قيم المجتمع ويؤثّر فيها أكثر من ضروري.

ولعل واقع الإعلام الإذاعي اليوم بإختلاف أساليبه وتنوّعه جعلنا نفكر في برامج دينية هادفة تعنى بمختلف شؤون الحياة وتعمل على مواجهة بعض الإذاعات الغربية الموجهة التي أصبحت تروج للعقائد والمذاهب الضالة عملا وفكرا⁽¹⁾.

ومما يلاحظ أن الكنيسة ومؤسسات التنصير فطنت منذ وقت مبكّر إلى أهمية الإذاعة بالراديو وقد جاء التعبير عن ذلك بقولهم "إن كل جهاز ترانزيستور قد يصبح مبشّرا بالمسيح. وأن هذا الجهاز الذي ساعد الناس على سماع كلمة الإنجيل ينبغي أن يكرّس لخدمة الله"⁽²⁾. وقد خصّصت الدول الغربية وسائل إعلام تهتم فقط بعمليات التبشير، منها 14 محطة إذاعية⁽³⁾.

المطلب الثاني: ظهور البرامج الدينية في الإذاعة

لقد بدأت البرامج الدينية والإعلام الإسلامي يأخذ طريقه إلى الإذاعة المسموعة مع نشأة إذاعات القرآن الكريم في مصر ونداء الإسلام في مكة المكرمة، بعدما كانت الإذاعات قبل ذلك لا تقدّم أية برامج دينية سوى الإفتتاح المبارك في الصباح بالقرآن الكريم ويعقبه حديث ديني والختام المبارك في بعض الإذاعات أو قرآن المساء في بعضها الآخر، أما البرامج الدينية بالمعنى الفني

(1) "البرامج الدينية في الإذاعة المحلية (الجزائر نموذجا)"، عن موقع: www.startimes.com، ت.د: 2009/06/03.

(2) محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، مرجع سابق، ص: 342.

(3) جيلالي عباس، سلطة الصحافة في الجزائر (الحرية، الرقابة، والتعتيم)، مؤسسة الجزائر كتاب، ط2، تلمسان، الجزائر،

فلم يكن لها وجود في إذاعات بلاد العالم الإسلامي قبل ذلك بكثير⁽¹⁾.

إذن كان أول دخول للبرامج الدينية بمعناها الفني إلى الإذاعات عن طريق إذاعات القرآن الكريم، وقد اكتسبت هذه الإذاعات أهمية كبيرة في عصرنا مع التنافس الإعلامي بين مختلف الدول والإيديولوجيات الحديثة، وقد أطلق على هذه الإذاعات "الإذاعات الدينية الإسلامية" وهي تقابل الإذاعات الدينية الأخرى التي تعمل على نشر الديانات الأخرى وخاصة منها الديانة المسيحية، ومنه تعتبر الإذاعات الموجهة لخدمة الدين الإسلامي من أهم الإذاعات التي تعمل الدول على رسم سياسة تخطيطية منظمة لها بهدف نشر الدين والتبشير بالدعوة له وإقامة الصلوات وإذاعة شعائر الصلاة ومناسك الحج وغيرها... وعلى ذلك تكون هذه الإذاعات تحت إشراف الحكومة التي تقوم بتمويل هذا الجانب الإعلامي والدعائي في نفس الوقت، بجانب الهيئات الدينية التي يكون لها هي الأخرى دور هام وبارز في تمويل هذه الإذاعات بجانب الهبات والتبرعات التي تقدم من مختلف الهيئات والشخصيات بهدف رفع لواء الدين في أنحاء العالم⁽²⁾.

المطلب الثالث: أهداف البرامج الدينية في الإذاعة

تسعى البرامج الدينية في الإذاعة إلى تحقيق عدة أهداف أذكر منها مايلي:

1- إن للبرامج الدينية الإذاعية دور كبير في خدمة الدعوة الإسلامية وتشكيل الرأي العام، وذلك بما توفره لها الإذاعة من إمكانية مخاطبة كافة الفئات الجماهيرية خاصة فئة الأميين الذين لا تصل إليهم وسائل الإعلام المكتوبة، ومنه يمكن للبرامج الدينية في الإذاعة نشر الوعي الإسلامي، وتتبع ما ينشر عن الإسلام من أعدائه والمتآمرين عليه كما أنها تهدف إلى إخراج الناس من الظلمات إلى النور بتعميق الإيمان في نفوس المؤمنين.

2- إن للبرامج الدينية في الإذاعة المحلية دور كبير في نقل التراث الديني بالمحافظة على العادات والقيم الروحية الأصيلة، والأخلاق والمثل الرفيعة ومحاربة الرذائل والموبقات والفساد، والتعصب الذميمة والممقوت، كما لها دور في الوقوف أمام موجات العنف والانحراف والأفكار الإلحادية، كما يجب على الإعلام المحلي بموضوعاته الدينية أن يكون التنبؤ الحي لعصرنا والبلسم الشافي لأمراض مجتمعاتنا وخاصة الشباب لما لهم من تأثير على الحياة ولأهم الاستثمار البشري والطاقة

⁽¹⁾ كامل البوهي، البرامج الدينية في الإذاعة، المجلة العربية، حوار: أحمد يوسف فرغلي، العدد 104، السنة 10، 1986، ص: 82.

⁽²⁾ ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، مرجع سابق، ص: 142.

الإنتاجية للمجتمع وعدّته في المستقبل⁽¹⁾.

المبحث الخامس: البرامج الدينية في الإذاعات المحلية في الجزائر

تسعى الإذاعة الجزائرية على غرار الإذاعات في الدول العربية والإسلامية إلى نشر القيم الإسلامية ودعوة المجتمع إلى التمسك بالأصالة والتعرّف على مبادئ الإسلام، وبتعدّد المحطات الإذاعية المحلية في الجزائر فإن البرامج الدينية تتعدد وتكرر، فكل إذاعة تسعى جاهدة لتعريف جمهورها وربطه بقيمه ودينه مستخدمة في ذلك كل الإمكانيات المتوفرة لها من مراعاة لخصائص الجمهور المحلي المتوجهة إليه من حيث اللغة المحلية والمواضيع والقضايا الدينية التي تثير اهتماماته وتساؤلاته، ومن حيث المستوى الثقافي الديني الذي يتمتع به ذلك المجتمع.

إن البرامج الدينية في الإذاعة المحلية هو نموذج مصعّر وانعكاس ونتيجة حتمية ومنطقية لما هي عليه في القنوات الإذاعية الوطنية العامة وفي وسائل الإعلام بصفة عامة، فهي لم تشذّ عن القاعدة ولم تخرج عن المألوف والمعتاد مما دَرَج عليه واقع البرامج الدينية في وسائل الإعلام، من حيث نوعية هذه البرامج وحجمها والوقت المخصص لها، والقوالب والأشكال التي تعرض بها، وكذلك من حيث الكوادر العاملة والمضمون العلمي والمعرفي الذي تقدّمه هذه البرامج، فهي لا تعدو أن تكون حديثا مباشرا أو فتاوى للإجابة على بعض أسئلة المستمعين في قوالب جامدة وبأسلوب غير جذاب^(*).

وإذا كان من أهداف الإذاعة المحلية هي الإعتماد على الكوادر والطاقات الإعلامية المحلية وذلك من أجل تشجيعها وإبرازها؛ فإن هذا قد لا ينسحب على البرامج الدينية لأنه سوف يفوت فرصة الاستفادة من الطاقات والخبرات وأصحاب المؤهلات العلمية عالية المستوى والتكوين من دعاة وعلماء ومتخصّصين، فقد لا يتوفر هذا العنصر على المستوى المحلي الضيق، وكما هو معروف فإن معدّي ومقدّمي هذه البرامج هم بعض أئمة الولاية التي تتواجد بها هذه الإذاعة، ولا شك أن الغالب عليهم هو ضعف الملكة الفقهية وهزلة المستوى العلمي ومحدودية التكوين، والإفتقار إلى أبسط أبعاديات العمل الإعلامي الإذاعي، وقلة البضاعة في فنون الإستمالة وأساليب الإقناع والتأثير، وعدم التخلّص في معرفة وفهم الواقع الإجتماعي ومشاكله وانشغالاته واهتماماته، حتى يتصوّر بعضهم أنه على أعواد المنبر في مسجده، أو بصدد إلقاء خطبة جمعة عصماء، وبالتالي

(1) كامل البوهي، المرجع السابق، ص: 83.

(*) أنظر: واقع البرامج الدينية في وسائل الإعلام في المبحث الثالث من الفصل الثاني، ص: 56-83.

تطلع علينا تلك البرامج مّيّنة لا فعالية فيها.

والبرامج الدينية محصورة في مساحة ضئيلة من خريطة الإذاعة اليومية، ولا تخرج عن أشكال محدودة كالحديث الديني والندوة الإذاعية الدينية وبرامج الفتاوى ولم يتم استثمار إمكانيات الفن الإذاعي في هذه البرامج⁽¹⁾.

ويمكن إجمال بعض ما تقدّمه الإذاعات المحلية في الجزائر من برامج دينية وأغراضها فيمايلي⁽²⁾:

- الحصص القائمة بالرد على انشغالات المجتمع في كل ما يتعلق بأحكام الدين من فرائض وواجبات ومحرمات ومكروهات مثل "اسألوا أهل الذكر- الدين والحياة - أنت تسأل والإمام يجيب ...".

- الحصص القائمة على ربط آخر هذه الأمة بأولها تحت عناوين أخاذاة كـ "أيام من حياة الرسول صلى الله عليه و سلم" و "رجال حول الرسول صلى الله عليه و سلم" ...

- الحصص الخاصة بإطلاع الناس على العلاقة الوثيقة بين دينهم و العلم الحديث كـ "الإعجاز العلمي في القرآن - أولو الألباب".

- الحصص الهادفة إلى تسديد قراءة القرآن الكريم دون لحن أو خطأ وإكتشاف المواهب في التجويد كبرنامج "أحكام الترتيل".

- الحصص الخاصة بالتفسير وذكر سبب النزول وأوامر الآية ونواهيها كـ "تفسير القرآن الكريم- قبسات من القرآن الكريم".

وحصص أخرى كثيرة في الشبكات البراجمية العادية والصيفية والرمضانية إلى جانب البرامج الدينية الخاصة بالطفل لما لها من أهمية كبيرة في إعداد نشئ صالح.

والآن سوف أستعرض بعض الأمثلة عن البرامج الدينية في بعض الإذاعات المحلية في الجزائر وذلك فيمايلي:

- إذاعة غرداية: حصة "ندوة الجمعة" كل يوم جمعة مساء من الساعة الثالثة وخمس دقائق إلى غاية الرابعة تماما.

- إذاعة أدرار: تبتّ أربع برامج دينية هي: حصة "الدين النصيحة" يوميا، وحصة "اسألوا أهل الذكر" كل يوم أحد، وحصة "حديث الجمعة" كل يوم جمعة، وحصة "رب زدني علما" كل يوم

(1) محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، مرجع سابق، ص: 340.

(2) "البرامج الدينية في الإذاعة المحلية (الجزائر نموذجاً)"، مرجع سابق.

جمعة.

- إذاعة تندوف: حصة "حديث اليوم" كل يوم، وحصة "حديث الجمعة" كل يوم جمعة.

- إذاعة بشار: حصة "حديث اليوم" كل يوم صباحا.

- إذاعة قسنطينة: حصة "فتاوى" كل يوم جمعة لمدة ساعة، وحصة "تحفة الذاكرين" كل يوم

جمعة.

- إذاعة بجاية: حصة "حديث الصباح" كل يوم، وحصة "الفتاوى الشرعية" كل يوم جمعة لمدة

ساعة، وحصة "دين ودنيا" كل يوم اثنين لمدة نصف ساعة.

- إذاعة جيجل (محل الدراسة): حصة "حديث الصباح" كل يوم، وحصة "سلوكات حضارية"

كل يوم، وحصة "فتاوى على الهواء" كل يوم جمعة لمدة ساعة.

- إذاعة الوادي: حصة "في رحاب الدين" كل يوم جمعة لمدة 55 دقيقة، وحصة "الدين والحياة"

لمدة 40 دقيقة⁽¹⁾.

المبحث السادس: مستقبل الإذاعة في عصر البث الفضائي والإنترنت

أمام ما يشهده عالم اليوم من طفرة هائلة في وسائل الإعلام والاتصال ووسط استحواد الأنترنت والقنوات الفضائية على اهتمام الجمهور المتلقي وخاصة بعد تعميم البث الفضائي الداخلي والخارجي، حيث جذبت القنوات الفضائية التلفزيونية انتباه الناس، يبرز سؤال في غاية الأهمية .. هل لا تزال الإذاعة تحتل نفس الصدارة في قائمة التأثير؟⁽²⁾.

ذلك لأنه بفضل الثورة الهائلة في تكنولوجيا الاتصال والحاسبات وشبكات المعلومات، اتسع نطاق مفهوم وسائل الإعلام، وأصبح هناك ما يُعرف بوسائل الإعلام الجديدة والتي تعتمد على الأنترنت والتداخل والتكامل بين شبكات المعلومات والحاسبات والبث الفضائي التلفزيوني، وظهرت كتابات عديدة لخبراء وباحثين في مجال الإعلام والإجتماع والثقافة تتحدث عن الصحافة والإذاعة والتلفاز باعتبارها موضحة قديمة، فهي وسائل إعلام قديمة وليس لها مستقبل إذا ما قورنت بوسائل الإعلام الجديدة التي تُتيح المجال لعالم جديد وحياة من نوع فريد لم تعرفه البشرية، تتمحي فيه المسافات، ويقلّ فيه تأثير الزمن والمال والقوة السياسية، وتزول فيه الفروق بين إمكانيات

(1) محمد مليك، مرجع سابق.

(2) صلاح صالح أحمد، "في زمن الأنترنت والفضائيات: الإذاعات المحلية.. هل فقدت دورها الريادي؟"، استطلاع، عن موقع

الجمهورية: www.algomhoriah.net ، ت.د: 2009/10/15.

وقدرات المرسل والمستقبل وتحقق فيه درجة غير مسبوق من الحرية والمشاركة الشعبية، ويسمح بحجم هائل ومتنوع من المعلومات والمضامين المعرفية والترفيهية، كما يوفر الإعلام الجديد عدداً لا نهائي من قنوات الاتصال المترابطة فيما بينها، والتي ستقلص تماماً من قيود الجغرافيا والحدود السياسية، بالتالي ستضعف أمام الجمهور فرص الاختيار الحر بين قنوات اتصالية عديدة، وبين عدد هائل من المضامين الإعلامية⁽¹⁾.

إذن هناك نظرة قاصرة إلى الإذاعة باعتبارها وسيلة إعلامية متخلفة، بل تعدّ الإذاعة أهمّ الوسائل الصوتية المسموعة، كانت لها الصدارة بين وسائل الإعلام قبل انتشار التلفزيون، الذي أزاحها إلى المرتبة الثانية، ثم طلعت الأنترنت فأرجعتها إلى المرتبة الثالثة، لكنها لم تنزل إحدى الوسائل الهامة واسعة الانتشار⁽²⁾، وأن الإستخدامات الحالية لتلك الوسيلة تشير إلى مستقبل واعد باعتبارها واحدة من أفضل الوسائل الجماهيرية لتحقيق ديمقراطية الاتصال، وإتاحة التعددية الفكرية، ومراقبة البيئة الداخلية والخارجية، ونقل التراث الإجتماعي والثقافي عبر الأجيال، والمساهمة الفعالة في نقل الفنون والعلوم والآداب، ودفع عمليات التنمية الإجتماعية والإقتصادية، فهناك استخدامات عديدة وخلاقة للإذاعة ولكن العديد من الدول لم تستغل إمكانيات الإذاعة بالقدر الأمثل لتحقيق هذه الأهداف التنموية.

الإذاعة تمثل إحدى وسائل الاتصال الفريدة التي تكتسب أهمية متزايدة نظراً لسرعة تكيفها مع أوضاع الاتصال الجديدة، وما تتمتع به من خصائص فريدة تضمن لها القدرة على التعايش، بل والتفوق على العديد من وسائل الاتصال الأخرى إذ أنّها الوسيلة الأرخص كلفة، والأيسر استخداماً، والأقدر على تخطي حواجز الزمان والمكان والأمية، كما أنّها الوسيلة الأكثر استفادة من نتاج تكنولوجيا الاتصال الحديثة بما أتاحتها من خصائص التفاعلية، وتجزئة رسائل الاتصال، والمرونة والحركة، والجمع بين الكونية والمحلية⁽³⁾. كما أنّ المتابعين لها مازالوا أكثر، وخاصة أولئك الذين لا يستطيعون متابعة البث التلفزيوني بحكم أعمالهم التي يمارسونها ومن ضمنهم المزارعون ومالكو السيارات، والمهنيون المختلفون، ومالكو المكتبات⁽⁴⁾.

(1) محمد شومان، "هل نقول وداعاً للصحافة والإذاعة والتلفزيون"، عن شبكة طلبة الجزائر: <http://etudiantdz.com>، ت.د: 2009/10/20.

(2) عن موقع موسوعة ويكيبيديا: <http://ar.wikipedia.org>، ت.د: 2009/10/25.

(3) حسن عماد مكايي وعادل عبد الغفار فرج، مرجع سابق، ص: 18-19.

(4) صلاح صالح أحمد، مرجع سابق.

ويمكن رصد التطورات التي مسّت الإذاعة في الجانب التكنولوجي وجانب العمل الإذاعي والقوالب الإذاعية لتواكب المنافسة مع وسائل الاتصال الأخرى، وما استتبع ذلك من تطورات في أداء القائمين بالاتصال، وتحقيق التفاعل مع الجمهور في النقاط التالية:

أولاً: التطورات التكنولوجية للإذاعة

تواصلت الجهود الإنسانية منذ نجح "ماركوني" في تحقيق أول إرسال لاسلكي للصوت وصولاً للبثّ الإذاعي الرقمي عبر شبكة الأترنت، فقد شهدت تكنولوجيا الإذاعة تطورات متلاحقة منذ استخدام الموجات الطويلة في الإرسال الإذاعي خلال البدايات الأولى للراديو، ثم تطورت تكنولوجيا الإذاعة في استخدام الموجات المتوسطة التي تغطي مساحات جغرافية أكبر باستخدام نظام التشكيل الإتساعي "MW" وبعد ذلك نظام التشكيل الترددي "FM"، ثم استخدام تكنولوجيا الميكروويف من خلال استخدامات الرادار حيث يمكن تشغيل العديد من محطات الراديو على ترددات مختلفة القوة مما يسمح بوجود عدد ضخم من القنوات الإذاعية في منطقة جغرافية واحدة وبدون تداخل بين هذه الموجات، ثم ظهرت الألياف الضوئية وهي عبارة عن قوائم زجاجية رقيقة تسمح بمرور أشعة الليزر خلالها ويمكن أن يحل هذا الضوء محل الإشارات الإلكترونية التقليدية، ثم حدثت طفرة هائلة في التطور التكنولوجي الإذاعي باستخدام الأقمار الصناعية في البثّ الإذاعي المباشر حيث أمكن الإذاعة أن تقدّم نقلاً حياً على الهواء مباشرة للأحداث المهمة كما أمكن نقل الرسالة الإذاعية إلى مناطق بعيدة كان يصعب الوصول إليها بالموجات القصيرة والمتوسطة⁽¹⁾.

ويمكن رصد انعكاسات تطورات تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة المسموعة في الجوانب

التالية:

1- قنوات الإذاعة عبر الفضائيات التلفزيونية:

وهذا من خلال الإستفادة من القنوات الصوتية الموجودة في القنوات القمرية للبثّ الفضائي عبر الأقمار الصناعية يمكن الإستماع إليها عبر جهاز الإستقبال التلفزيوني.

2- الراديو الرقمي:

بدأ هذا في الثمانينات من القرن العشرين بعد أن زاد استخدام الحاسبات الإلكترونية وتمّ

(1) حسن عماد مكاي، وعادل عبد الغفار فرج، المرجع السابق، ص: 86-87.

الإستفادة من مزايا الإشارات الرقمية في مختلف أنواع الاتصالات.

3- الراديو الرقمي الفضائي:

وهو استخدام نظام الأقمار الصناعية لبثّ الإذاعة الصوتية تختلف عن استخدام القنوات الإذاعية المصاحبة للقنوات التلفزيونية، وذلك بإطلاق أقمار صناعية خصيصاً للبثّ الصوتي من خلال تكنولوجيا بثّ رقمية تضمن لها الجودة والنقاء، ويتم استقبالها من خلال أجهزة راديو فضائية، ومتنقلة.

4- أجهزة الإستقبال الإذاعي الحديث:

وقد بدأت تنتشر مع ظهور الراديو الفضائي، وتتم بمساهمة الإستخدام وصغر الحجم وسهولة الحمل والتنقل، وتزويدها بإمكانات الوسائط المتعددة من خلال شاشة ملحقه بجهاز الإستقبال⁽¹⁾.

ثانياً: التطور المعاصر في المحتوى الإذاعي

تطور المضمون البرامجي للإذاعات المعاصرة وأصبحت له ملامح جديدة، يحاول الراديو من خلالها التكيف مع متطلبات العصر الجديد. ويمكن وصف التطور المعاصر في المضمون الإذاعي بالوجهة الجديدة في البرامج الإذاعية التي تعكس جهود الإذاعيين في مسيرة بيئة الاتصال الجديدة. ويمكن رصد ملامح هذا التطور على النحو التالي:

- 1- التحوّل في الخدمات الإذاعية من نمط الإذاعات العامة إلى الإذاعات المتخصصة.
- 2- تزايد الإتجاه نحو إنشاء قنوات إذاعية تخاطب فئات متجانسة من الجمهور، مثل الأطفال، المرأة، كبار السن...
- 3- تتجه المضامين الإذاعية المعاصرة إلى التركيز على الموضوعات والقضايا المحلية الموجهة إلى مناطق جغرافية محدودة النطاق الجغرافي ومحدودة الجماهير المستهدفة.
- 4- زيادة نسبة البرامج المخصصة للتسلية والترفيه والمنوعات.
- 5- التوسّع في برامج التفاعل مع المستمعين⁽²⁾.

(1) المرجع نفسه، ص، ص: 88، 96.

(2) المرجع نفسه، ص، ص: 96، 98.

ثالثا: التطور المعاصر في الأشكال والقوالب الفنية للبرامج الإذاعية

إن من أهم ملامح تكيف الإذاعة مع الإعلام المعاصر العمل على تطوير الأشكال والقوالب الفنية للبرامج و يبرز ذلك من خلال ما يلي:

- 1- الإبتحاح نحو زيادة البرامج القصيرة الزمن، والتي تتسم بسرعة الإيقاع للتجاوب مع سرعة إيقاع العصر الذي نعيش فيه.
- 2- التركيز على البرامج الخفيفة ذات المضمون الترفيهي أكثر من التركيز على البرامج الجادة.
- 3- التركيز على البرامج التي تُتيح التفاعل مع الجمهور سواء كانت البرامج حية أو مسجلة⁽¹⁾.

رابعا: التطور في أداء القائمين بالاتصال في البرامج الإذاعية

أدت المنافسة الكبيرة على تطوير أداء القائمين بالاتصال في العمل الإذاعي على مستويات الإعداد والتقديم والإخراج. فعلى مستوى الإعداد تتميز بعض القنوات الإذاعية بسعيها الجاد نحو طرح الأفكار والموضوعات الجديدة غير المستهلكة، والتي تتميز بالإبداع والإبتكار. وعلى مستوى التقديم يلاحظ زيادة الإهتمام بعقد دورات تدريبية لتنمية مهارات تقديم البرامج وتطوير الأداء أمام الميكروفون، وتنمية مهارات التحدث، والإنصات، وتحليل السلوك غير اللفظي، وإدارة الحوار، والتفاعل مع الجمهور⁽²⁾.

خامسا: التفاعل مع الجمهور في البرامج الإذاعية المعاصرة

أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة ربط أجزاء العالم ببعضها البعض عبر العديد من وسائل الاتصال، ولعل أبرزها شبكة الأنترنت، وقد استفادت الإذاعة المسموعة من ذلك وانعكست آثارها الإيجابية عليها سواء فيما يتعلق بالشكل أو المضمون. وتمثلت إحدى الثمار الإيجابية لتكنولوجيا الاتصال في تنمية التفاعل والتواصل بين وسائل الاتصال الجماهيرية وقطاعات الجمهور المستهدف، ويعدّ عنصر تفاعل الجمهور مع القنوات الإذاعية أحد معالم الدور الفاعل للإذاعة في المجتمع المعاصر، إضافة إلى دور المستمعين في تنشيط العمل الإذاعي وتطويره. ويعدّ الاتصال الهاتفي والفاكس والبريد الإلكتروني من الوسائل المهمة لتحقيق التفاعل بين الإذاعة

(1) المرجع نفسه، ص،ص: 99 ، 101.

(2) المرجع نفسه، ص،ص: 101 ، 102.

وجماهيرها. كما أصبحت الأنترنت مصدراً مهماً للإذاعة في الحصول على الأخبار من المواقع الإخبارية على الشبكة وهو ما يساعد الإذاعة على تقديم الجديد لمستمعيها⁽¹⁾

لقد تطورت الصحافة المطبوعة وتغيّرت من ناحيتي الشكل والمضمون حتى تستطيع مواجهة التحديات التي فرضها ظهور الإذاعة المسموعة في مطلع القرن العشرين، وتعايشاً معاً، ومع ظهور التلفاز حدث الشيء نفسه، إذ نجحت الصحافة والإذاعة في تطوير أدواتهما على قاعدة التنافس بينهما لمواجهة تحدي ظهور وانتشار التلفزيون وسطوة عالم الصوت والصورة، وبالتالي فإن وسائل الإعلام التقليدية قادرة على الإستجابة للتحديات التي تفرضها وسائل الإعلام الجديدة، والتأقلم معها، وقد بدأت هذه العملية فعلياً أملتتها ضرورات البقاء وآليات المنافسة على كسب الجمهور وتحقيق السبق الإعلامي، فالصحافة المكتوبة استخدمت شبكة الأنترنت وظهرت الصحافة الإلكترونية، وبالمثل أصبحت محطات الإذاعة والتلفاز مواقعها المميزة على شبكة الأنترنت، وحدث مزج وتعاون غير متوقع بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديدة، فقد استخدمت شبكة الأنترنت لتفعيل مساهمات جمهور وسائل الإعلام التقليدية في بعض البرامج والمواد التي تقدّم عبر الصحف والإذاعات ومحطات التلفاز، كما استخدمت تكنولوجيا الاتصال ووسائل الإعلام الحديثة في التسريع بعمليات تغطية الأحداث أو الترويج لما تقدّمه وسائل الإعلام التقليدية.

وهكذا ستتطور وسائل الإعلام ليس انطلاقاً من تناقض وصدام، بل من تكامل وتطور بينهما، وقد يفتح هذا التطور التكاملي الطريق أمام تجديد شامل لكل ما عرفته البشرية من وسائل إعلام أو حتى ظهور وسائل إعلام جديدة تماماً عن كل ما نعرفه حتى الآن، لكن سيظل المعيار الرئيس لهذا التطور ليس فقط منجزات تكنولوجيا الاتصال، بل هناك وبالدرجة الأولى البناء الإجتماعي والحاجات والمتطلبات النفسية للجمهور وأهداف ومصالح المتحكمين في صناعة وإنتاج الإعلام⁽²⁾.

وبهذا تم هذا الفصل الذي تناولت فيه الإذاعة بصفة عامة وفي صورتها المحلية خاصة في الجزائر من حيث الأهداف والمميزات، والنشأة والظهور، كما تناولت البرامج الدينية الإذاعية من حيث الأهمية والنشأة والأهداف، وختمت الفصل بالحديث عن مستقبل الإذاعة في عصر البث

(1) المرجع نفسه، ص، ص: 102 ، 103.

(2) محمد شومان، مرجع سابق.

الفضائي والأترنت وهل استطاعت أن تتأقلم مع الإعلام الجديد؛ لأننتقل في الفصل الموالى إلى الجانب التحليلي التطبيقي على الإذاعة المحلية عينة الدراسة إذاعة جيجل الجهوية.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الفصل الرابع

شكل البرامج الدينية

في إذاعة جيجل الجهوية

المبحث الأول: التعريف بعينة الدراسة

المطلب الأول: التعريف بالعينة المكانية للدراسة

أولاً: التعريف بإذاعة جيجل الجهوية

ثانياً: أهداف إنشاء إذاعة جيجل الجهوية

ثالثاً: القواعد المتحكمة في إنجاح مهمة الإذاعة

المطلب الثاني: التعريف بالحصص الثلاث

المطلب الثالث: التعريف بالعينة الزمانية للدراسة

المبحث الثاني: تصنيف فئات التحليل

المبحث الثالث: شكل البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية

المطلب الأول: فئة شكل أو نمط البث

المطلب الثاني: فئة اللغة المستخدمة

المطلب الثالث: فئة الزمن

الفصل الرابع: شكل البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية

يمثل هذا الفصل الجزء التطبيقي من هذه الدراسة، وهو التحليل الكمي لمضمون موضوعات البرامج الدينية لإذاعة جيجل الجهوية محل الدراسة، وسوف أبدأ فيه بتعريف شامل بعينة الدراسة، كما أتناول أيضا في هذا الشق الأول من الدراسة التحليلية شكل البرامج الدينية التي تبث على هذه الإذاعة وذلك من خلال الفئات التي تجيب على هذا المحور وهو: كيف قيل؟.

المبحث الأول: التعريف بعينة الدراسة

المطلب الأول: التعريف بالعينة المكانية للدراسة

اخترت لدراستي هذه إذاعة جيجل الجهوية أنموذجا وعيّنت من بين الإذاعات الجهوية في الجزائر التي لم تفرد بالدراسة بعد، واخترت البرامج الدينية في هذه الإذاعة كعينة للدراسة التحليلية لمضمونها من مجموع برامج الإذاعة الأخرى. وسوف أقوم بتعريف عام وشامل للإذاعة وبيان أهدافها وقواعدها وكذلك التعريف بالحصص الثلاث محل الدراسة من خلال النقاط الموالية.

أولا: التعريف بإذاعة جيجل الجهوية

1- نشأة الإذاعة:

إذاعة جيجل الجهوية هي الإذاعة المحلية لولاية جيجل وتسمى كذلك إذاعة جيجل FM، منذ البدء كانت ولاية جيجل تحلم بأن تصير لها إذاعة محلية تفتح عليها وعلى أصوات الناس بمختلف انشغالاتهم واهتماماتهم، لهذا الحلم كانت تتطلع وهي ترى الإذاعات المحلية تفتح هنا وهناك؛ ولأن تضاريس هذه الولاية جبلية محضة كان الإصرار على الوصول لكل الناس خاصة أولئك الذين يقطنون المناطق النائية، فلا شيء كان يمكنه أن يبسط الطريق وأن يمهد كإذاعة محلية تصير مع الوقت جسرا بين المسؤولين والمواطنين، وصوت يواكب المسيرة التنموية، صوت يدخل العمق الحقيقي لهذه المدينة وينقل بأمانة أحلام وواقع الناس.

بدأ التجسيد من المديرية العامة للإذاعة الوطنية التي بادرت بإرسال السيدين: "شعبان لوناكل" مدير تنسيقية الإذاعات الجهوية و"الحاج مهدي" المدير التقني لولاية جيجل في شهر ماي 2005 لاختيار المقر الذي سيحتضن هذا الصرح الإعلامي وقد وقع الاختيار يومها على المقر السابق لمديرية التربية (الضمان الإجتماعي سابقا) لتجسيد الحلم وترسيخ قواعد عمل إعلامي جوارى يؤسس للرأي والرأي الآخر ضمن منطق تحركه المسؤولية ويرتكز على لغة رزينة وحكيمة تسير الآني وتتطلع للمستقبل وفق استراتيجية مسبقة.

وفي شهر جويلية من السنة ذاتها تم تعيين الصحفي والشاعر عبد الوهاب زيد رئيسا لمشروع إذاعة جيجل لتكثيف الجهود بعدها، لتجسيد هذا الحلم، وهذا الصرح الإعلامي، فكانت إذاعة جيجل، إذاعة محظوظة بموقع بقلب المدينة، بقلب الحدث وبتجهيزات رقمية بعضها هدية من السفير الكندي بالجزائر.

في الفاتح من نوفمبر عام 2006، انطلقت إذاعة جيجل رسميا بعد أن تم اختيار طاقم شباب وحيوي أشرف على تكوينه السيدان "فادي الهاروني" و "Huges Sweeny" من إذاعة كندا⁽¹⁾.

2- مجال الإرسال والبث:

تستخدم إذاعة جيجل الجهوية في بث برامجها كل الوسائط الاتصالية والمعدّات التقنية الرقمية المتطورة لإيصال صوتها إلى مستمعيها في كافة تراب الولاية وإلى العالم كله، عن طريق البثّ الأرضي، والبثّ عبر الأقمار الصناعية، والبثّ عبر الأنترنت، تبث برامجها على الموجات الترددية FM باستخدام جهاز للإرسال متواجد بقاعة البث " Salle TDA " ^(*) على الذبذبة "94.8 Mgh" عبر الساتل، والذبذبة "89.9 Mgh" عبر الهوائي المتواجد فوق بناية الإذاعة لتغطي مدينة جيجل وما جاورها، وعلى الذبذبة "95.4 Mgh" لتغطي مدينة الميلية المتواجدة شرق الولاية، كما تبث الإذاعة برامجها عبر القمر الصناعي NSS7، 22 درجة غربا على التردد 12735 ب/ثا استقطاب أفقي لتغطي الشرق الأوسط وأوروبا وشمال إفريقيا،

⁽¹⁾ "إذاعة جيجل تاريخ وآفاق مستقبلية"، عن موقع إذاعة جيجل الجهوية: www.radio-ijjel.dz ، ت.د: 2008/08/21.

^(*) لم يسمح لي بذكر معلومات أكثر عن أجهزة البث والإرسال وقوتها وأماكن تواجدها ومدى البث وقطر شعاعه ومناطق التغطية لأسباب لم يتم الإفصاح عنها.

وعلى القمر الصناعي "Atlantic Bird 3"، 5 درجات غربا على التردد 11065 ب/ثا استقطاب أفقي، بالإضافة إلى أنها تبث كذلك برامجها البث الحي عبر الأترنت على الموقع الإلكتروني www.radio-jijel.dz، وبهذا تكون إذاعة جيجل الجهوية باستخدامها لكل هذه الإمكانيات التكنولوجية الهائلة تصل إلى كل مكان على وجه الكرة الأرضية فهي بالتالي أكبر من كونها مجرد إذاعة محلية.

بدأت الإذاعة بث برامجها عند انطلاقها 12 ساعة يوميا، من الساعة السابعة صباحا إلى غاية الساعة السابعة مساء.

زاد الحجم الساعي للبث ابتداء من يوم 16 جوان 2007 بمعدل 18 ساعة يوميا، من الساعة السادسة صباحا إلى غاية الساعة الثانية عشر منتصف الليل.

وابتداء من يوم 22 فيفري 2008 جاءت تعليمة كما يلي:

- الربط مع إذاعة القرآن الكريم يوميا ابتداء من الساعة السادسة إلى غاية الساعة السادسة وأربعين دقيقة صباحا.

- الربط مع الإذاعة الثقافية يوميا ابتداء من الساعة السادسة إلى غاية الساعة السابعة مساء.

- الربط مع القناة الوطنية ثلاث فترات يوميا، الفترة الأولى ابتداء من الساعة الواحدة إلى غاية الساعة الواحدة والنصف زوالا، والفترة الثانية من الساعة الخامسة إلى غاية الساعة الخامسة والربع مساء، والفترة الثالثة من الساعة السابعة والنصف إلى غاية الساعة الثامنة مساء.⁽¹⁾

3- الهيكل الإداري والتنظيمي:

تمتلك إذاعة جيجل الجهوية كغيرها من المؤسسات الإعلامية المختلفة هيكلًا إداريًا وتنظيميًا يشرف ويقوم بالمهام المختلفة المخولة له لتحقيق الأهداف التي أنشئت الإذاعة من أجلها، ويمكن استعراض ذلك فيما يلي:

- الإطار الإداري:

تتبع إذاعة جيجل الجهوية من ناحية إطارها الإداري إلى المؤسسة الوطنية للإذاعة

(1) مقابلة مع السيد بلال بوجعدار، مسؤول الإنتاج بإذاعة جيجل الجهوية، "التعريف بإذاعة جيجل الجهوية"، جيجل، 2008/11/20.

المسموعة، حيث تشرف عليها تنسيقية الإذاعات الجهوية التي يتواجد مقرها بالجزائر العاصمة إشرافا مباشرا وتعمل تحت وصايتها الكاملة، أي أنها لا تمتلك استقلالاً إدارياً بل تعتبر مؤسسة إعلامية تابعة للمؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة، وهذا ما ينسحب كذلك على مجال التمويل وتغطية المصاريف المختلفة الخاصة بأعباء الكهرباء والماء، والهاتف، ومصاريف مستحقات المنتجين والمتعاونين، حيث أن الهيكلة الإدارية المعمول بها حالياً لا تمنح للإذاعة هذا الإستقلال المالي، وهذا ما تؤكد لنا مثلاً مداخليل الإشهار التي تحصل عليها الإذاعة، فهي وإن كانت مداخليل هامة فإنها تدفع للخزينة العامة.⁽¹⁾

– الإطار البشري العامل في الإذاعة:

- تمتلك الإذاعة إطاراً بشرياً عاملاً بصفة رسمية ودائمة يصل عددهم إلى ثلاثين عاملاً، وعمالاً متعاونين يصل عددهم إلى ثلاثين عاملاً كذلك، مقسمين كما يلي:
- **مدير الإذاعة:** وهو المسؤول الأول في الإذاعة يقوم بالإشراف وتسيير شؤون الإذاعة.
- **رئيس التحرير:** تمتلك الإذاعة رئيساً للتحرير رغم صغر حجمها وقلة الطاقم الصحفي العامل فيها.
- **الصحفيون:** تمتلك الإذاعة أربعة صحفيين يعملون في مختلف التخصصات السياسية، ثقافية، رياضية،...
- **المنشطون:** تمتلك الإذاعة أربعة منسطين يعملون في تنشيط مختلف الحصص الفكاهية، الغنائية، الإجتماعية، الثقافية، والترفيهية.
- **المخرجون:** يعمل في الإذاعة أربعة مخرجين يتناوبون على العمل الصباحي والمسائي والليلي دون التخصص في برنامج وآخر، حيث يعمل في الفترة الصباحية منسبط ومخرج وتقني من الساعة السادسة وأربعين دقيقة إلى الساعة الثانية عشر من منتصف النهار، والشئ نفسه في الفترة المسائية من الساعة الثانية عشر زوالاً إلى الساعة السادسة مساءً، والفترة الليلية من الساعة السادسة مساءً إلى الساعة الحادية عشر ليلاً.
- **التقنيون:** يعمل في الإذاعة أربعة تقنيين مكلفين بمختلف الأعمال التقنية كالعامل في العارضة التقنية أو قاعة التركيب والمزج أو طاولة الصوت...
- **بقية العمال:** أما بقية العمال فهم موظفون خارج التخصص، ويصل عددهم إلى عشرة

⁽¹⁾ مقابلة مع السيد بلال بوجعدار، المصدر السابق.

عمال، منهم أربعة عمال للصيانة وسائقان وخمسة عمال للإستقبال والأمن. كما تمتلك الإذاعة عمالا متعاونين يصل عددهم إلى ثلاثين متعاملا، مقسمين بين قسم الأخبار من مراسلين محليين ويصل عددهم إلى ستة مراسلين، وقسم الإنتاج الخاص بإنتاج الحصص والبرامج في مختلف الميادين كالميدان الديني، والميدان الصحي، والميدان الإجتماعي، والميدان الإقتصادي، إلى غير ذلك، ويصل عددهم إلى أربعة وعشرين متعاملا.

- مقر الإذاعة:

يقع مقر إذاعة جيجل الجهوية بشارع القباضة الرئيسية، كان مقرا لمديرية التربية سابقا، وهو يقع بمحاذاة مقر المجلس الشعبي الولائي لولاية جيجل ومقر الولاية بحج موسى، يشتمل على طابق علوى وآخر أرضي ويحتوى على المكاتب والقاعات التالية:

- مكتب الإدارة: ويحتوي بدوره على مكتبين أحدهما للمدير والآخر للسكريتاريا.

- مكتب رئيس قسم الإنتاج.

- مكتب رئيس القسم التقني.

- مكتب المكلف بالإشهار.

- مكتب الأرشيف.

كما يشتمل مقر الإذاعة على القاعات التالية:

- قاعة التحرير: وهي القاعة المخصصة للتحرير الصحفي حيث يجتمع فيها الصحفيون لتحضير أعمالهم وترتيبها.

- قاعة التركيب والمزج: وهي القاعة المخصصة لاستقبال المراسلات من طرف المراسلين المحليين، ثم يتم تهيئتها وترتيبها من طرف أحد الصحفيين، ثم يتم مزجها من أحد تقني الصوت ليتم إرسالها إلى الأستوديو لعرضها في الموجز أو نشرة الأخبار، وهذا العمل إنما يتم من خلال توفر مختلف أجهزة ووسائل الإلتقاط والتسجيل والعرض.

- قاعة المنتجين.

- قاعة الأترنت: وهي قاعة مجهزة بأجهزة الإعلام الآلي ومزودة بخدمة الأترنت عالي السرعة Adsl للإستخدام في البحث وتحضير الأعمال ومتابعة الأخبار وكذلك للإدارة والإشراف على موقع الإذاعة على الشبكة العنكبوتية ومتابعة البث الحي للإذاعة عليها.

- الأستوديوهات: وتملك الإذاعة قاعتين مخصصتين كأستوديوهات لتحضير وإعداد أو تسجيل الحصص المباشرة وغير المباشرة.
- قاعة تبديل الملابس⁽¹⁾.

ثانيا: أهداف إنشاء إذاعة جيجل الجهوية

- يمكن إجمال الأهداف العامة التي أنشئت إذاعة جيجل من أجل تحقيقها وذلك من خلال الجوانب والنقاط التالية:
- الجانب التنموي: تعمل الإذاعة في الجانب التنموي على إبراز مختلف الإنجازات المحققة محليا خاصة وأن ولاية جيجل تشهد في هذه السنوات مشاريع تنمية مختلفة في الجانب السياحي والعمراي، والأشغال العمومية والطرق.
 - الجانب الثقافي: تعمل الإذاعة على إحياء التراث المحلي وتوثيقه وترسيخه ونشره.
 - الجانب السياحي: تعمل الإذاعة على ترويج المعالم السياحية والأثرية التي تمتاز بها الولاية مثل وجود الكهوف العجيبة والشواطئ والجبال والغابات.
 - تفعيل كل ما هو محلي، اقتصاديا، تاريخيا،...
 - إحياء تاريخ المنطقة وتوثيقه.
 - رفع انشغالات المواطنين في الجوانب المختلفة وإيصالها إلى المسؤولين.
 - في إطار السعي الوطني تعمل الإذاعة على صناعة الرأي العام وتوجيهه.
 - إضافة إلى أهداف الإعلام العامة، كالإعلام والترفيه والتثقيف وإثراء أوقات الفراغ لدى سكان المجتمع المحلي ومستمعي الإذاعة⁽²⁾.

ثالثا: القواعد المتحكمة في إنجاز مهمة الإذاعة

- تتحرى إذاعة جيجل الجهوية وتعمل على الإلتزام بمجموعة من القواعد التي تساهم في إنجاز مهامها وتحقيق أهدافها التي أنشئت من أجلها وذلك بمراعاة الجوانب التالية:
- تعتمد الإذاعة وتلتزم بشروط الموضوعية وذلك من أجل الوصول إلى المصدقية.

(1) مقابلة مع السيد بلال بوجعدار، المصدر السابق.

(2) المصدر نفسه.

- تعتمد الإذاعة في عملها على الإعلام الحر النزيه، فهي تتمتع بحجم كبير من الحرية في اختيار الموضوعات ما عدا التي لها علاقة بالجانب السياسي.
- يكاد ينحصر دور رئيس التحرير في الإذاعة فقط بسحب الجانب الذاتي من الصحفي.
- تعتمد الإذاعة على المستوى العلمي والثقافي للمنشط والمخرج، وهي في هذا الجانب تعاني من غياب الخبرة ونقص التكوين.
- التحكم في المحيط وذلك من خلال القرب من اهتمامات الناس وانشغالهم، وكذلك من خلال معرفة المحيط الذي تنمو فيه الإذاعة وتمارس فيه مهامها. بمعرفة التاريخ، والجغرافيا، والعادات والتقاليد، والهيات المحلية، والجمعيات، وصانعي الرأي المحلي، ومختلف أنماط الحياة...
- احترام أخلاقيات المهنة من خلال تجنب الذاتية والتحيز في تغطية الأحداث ومعالجة القضايا والمواضيع، ومن خلال تفادي المعلومات الخاطئة وغير المتأكد منها.
- التركيز على الحصص التفاعلية، فهناك على سبيل المثال برنامج "صوت جيغل" معدّ خصيصاً لانتقاد الإذاعة وهو بمثابة مرآة عاكسة للإذاعة في المجتمع المحلي.
- وهذا بدوره يدفع للاهتمام برفع الصدى وإدراج التعديلات التي من شأنها إزالة الإحباط لدى جمهور المستمعين.
- إبراز النماذج الناجحة في الولاية في جميع الميادين الأدبية، والثقافية، والإقتصادية...⁽¹⁾.

المطلب الثاني: التعريف بالحصص الثلاث

قمت باختيار ثلاث حصص دينية للدراسة التحليلية من بين حصص الإذاعة الأخرى، وهي "حديث الصباح"، و"سلوكات حضارية"، و"فتاوى على الهواء"، والتي سأقوم بتعريفها وتعريف معدّيها ومقدّمها فيما يلي:

1- حصة حديث الصباح:

هي حصة دينية إذاعية تبث صباح كل يوم على الساعة السابعة إلا عشر دقائق، تستغرق مدة الحصة من 5 إلى 10 دقائق، تبث بعد تسجيلها من طرف معدّها ومقدمها أثناء تواجده في الاستوديو لهذا الغرض، وهو حديث ذو طبيعة واختصاص ديني يتناول كل مواضيع الحياة

⁽¹⁾ مقابلة مع السيد بلال بوجعدار، المصدر السابق.

الروحية والإجتماعية والأخلاقية وغيرها في إطار رؤية دينية⁽¹⁾، يعتمد مقدّم الحصة في طريقة سيرها وتقديمها على الحديث المباشر.

كان أول بث لهذه الحصة مع بداية البث الأول للإذاعة في الأول من شهر نوفمبر سنة 2006، يعدّ ويقدم الحصة الأستاذ "مولود محصول"، بمشاركة الإمام "ناصر حمدادوش"، ولا تزال الحصة مستمرة دون انقطاع إلى يومنا هذا.

- التعريف بمعدّ الحصة:

يعدّ ويقدم حصة حديث الصباح الأستاذ "مولود محصول" المولود بتاريخ: 1967/10/23 ببلدية تاكسنة ولاية جيجل، متزوج وأب لطفل، حصل على شهادة البكالوريا سنة 1996، وبعدها حصل على شهادة الليسانس في الشريعة والقانون سنة 2000 من جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بقسنطينة، ثم حصل على شهادة مراسل صحفي من مدرسة المراسل الصحفي بعنابة سنة 2001.

شغل منصب أمام مدرس بمدينة قسنطينة من سنة 1997 إلى سنة 2002، كما شغل منصب إمام بمدينة فيرونا بإيطاليا لمدة عام 2003/2002، يشغل منصب مفتش التعليم المسجدي والتكوين بمديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية جيجل من سنة 2003 إلى يومنا هذا. وأثناء مساره المهني كان عضواً بالمجلس العلمي لولاية قسنطينة، وعضواً بلجنة الخطابة وترقية الخطاب المسجدي بمديرية الشؤون الدينية لولاية قسنطينة لمدة ستة سنوات، وهو عضو بالمجلس العلمي لولاية جيجل منذ سنة 2003 إلى يومنا هذا.

وفي النشاط الجمعوي كان عضواً مؤسساً للشعبة الولائية لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين لولاية قسنطينة ونائب رئيسها سنتي 2002/2001 .

وأما في المسار الثقافي فله الكثير من المقالات المنشورة في الصحافة الوطنية ومن الصحف التي كتب فيها (النصر - العقيدة - النور - الإرشاد - النبأ - اليوم - رسالة الأطلس - الشروق اليومي - أصداء جيجل)، وألقى العديد من المحاضرات في ملتقيات وطنية منها ملتقى القرآن الكريم الذي تنظمه وزارة الشؤون الدينية والأوقاف سنوياً تحت الرعاية السامية لفخامة رئيس

(1) مقابلة مع السيد مولود محصول، معدّ حصة حديث الصباح بإذاعة جيجل الجهوية، "التعريف بحصة حديث الصباح ومعدّها"، جيجل، 2008/11/21.

الجمهورية.

وفي مجال الجوائز والتكريمات فقد فاز بجائزة أحسن مقال في المسابقة الفكرية الأولى التي نظمتها جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية سنة 2000، كما حصل على شهادة شرفية من وزير الشؤون الدينية والأوقاف على نشاطه في الأسبوع الوطني للقرآن الكريم سنة 2005، وكرّم من قبل مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية قسنطينة مرتين على جهوده في العمل^(*).

2- حصة فتاوى على الهواء:

هي حصة دينية أسبوعية، تختص بالقضايا الفقهية والتربوية والإفتاء، وتراعي المناسبات الدينية المختلفة ك رأس السنة الهجرية، وعاشوراء، وبداية رمضان، والإسراء والمعراج، والمولد النبوي الشريف، والأعياد...⁽¹⁾.
كان أول بث للحصة مع انطلاق بث الإذاعة في الأول من شهر نوفمبر سنة 2006، بمدة زمنية قدرها ساعة واحدة، تبث مباشرة على الهواء يوم الجمعة في الساعة العاشرة صباحا في البرمجة العادية، وفي البرمجة الصيفية للإذاعة تبث الحصة في الساعة الحادية عشر صباحا.
يعدّ ويقدم الحصة الأستاذ "كمال لعربي"، وتجمع الحصة بين الحوار والسؤال والجواب، وغالبا يتم استضافة أحد أئمة مساجد ولاية جيجل، يتم تحضير موضوع أو مادة علمية حول موضوع من المواضيع التي تهم المسلمين في هذا الوقت، يدور حولها النقاش في الحصة، وبعد 10 دقائق من طرح الموضوع يفتح المجال للأسئلة والاستفسارات وانشغالات المستمعين مباشرة عن طريق الهاتف حيث يقوم بالإجابة عليها مقدم الحصة أو أحد الأئمة يستضيفه للإجابة على الأسئلة التي ترد إلى الإذاعة.

- التعريف بمعدّ الحصة:

يعدّ ويقدم حصة فتاوى على الهواء الأستاذ "كمال لعربي"، وهو من مواليد 4 أكتوبر 1966 أراس ولاية ميله، تحصل على شهادة البكالوريا شعبة الرياضيات سنة 1985، ثم تحصل على شهادة الليسانس في العلوم الإسلامية من جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

^(*) السيرة الذاتية للأستاذ مولود محمول، قدّمها من أجل التوظيف كمراسل صحفي بولاية جيجل.

⁽¹⁾ مقابلة مع السيد كمال لعربي، معدّ حصة فتاوى على الهواء بإذاعة جيجل الجهوية، "التعريف بحصة فتاوى على الهواء ومعدّها"، جيجل، 2008/10/22.

بقسنطينة سنة 1989، ثم تحصل على شهادة الماجستير من الجامعة نفسها، قسم الدعوة والإعلام والاتصال تخصص علوم الإعلام والاتصال، في شهر جوان سنة 2006، برسالة تحت عنوان: "الدور الاتصالي والإقناعي للإمام كقائم بالاتصال بولاية جيجل دراسة ميدانية". شغل منصب إمام أستاذ بالمسجد الكبير "محمد الطاهر ساحلي" بولاية جيجل من سنة 1989 إلى غاية سنة 1998، ثم شغل منصب مفتش التعليم المسجدي والتكوين من 17 أكتوبر 1998 إلى غاية 02 جانفي سنة 2002، ثم شغل بعد ذلك منصب رئيس مصلحة الأوقاف والشعائر الدينية من 02 جانفي سنة 2002 إلى غاية يومنا هذا. وأثناء مساره المهني كان عضوا بالمجلس العلمي لمديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية جيجل من سنة 1991 إلى غاية سنة 2001، ثم أمينا للمجلس العلمي من سنة 2001 إلى غاية يومنا هذا⁽¹⁾.

3- حصة سلوكات حضارية:

هي حصة دينية يومية تختص بقضايا الأخلاق والسلوكات الإجتماعية من حيث موافقتها أو مخالفتها للدين الإسلامي الحنيف خاصة، ومن حيث اتساقها وانسجامها مع السلوك الإنساني والحضاري عامة، وذلك باستعراض حادث من الحوادث أو سلوك من السلوكات الخاطئة في المجتمع المحلي على وجه الخصوص ثم التعليق عليه بإعطاء وجهة النظر الإسلامية فيه، كان أول بث لهذه الحصة في 7 نوفمبر 2006، أي مع بداية الأسبوع الثاني من انطلاق بث الإذاعة، كانت الحصة في البداية تسمى "حادث وحديث"، ثم استبدل بعد ذلك باسم "سلوكات حضارية"، المدة الزمنية للحصة 5 دقائق، وتبث الحصة مسجلة.

- التعريف بمعدّ الحصة:

يعدّ ويقدم حصة سلوكات حضارية الأستاذ "نجم الدين نافع"، وهو من مواليد 07 مارس سنة 1975 بمدينة جيجل، تحصل على شهادة البكالوريا سنة 1995، ثم تحصل على شهادة الليسانس من جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بقسنطينة سنة 1999. شغل منصب أستاذ التعليم الثانوي بثانوية الكندي بمدينة جيجل، ثم شغل منصب أستاذ التعليم

(1) مقابلة مع السيد كمال لعربي، المصدر السابق.

الأساسي بإكمالتي "بوشعاب عمار" بتاكسنة، و"كعولة تونس". بمدينة جيجل، ثم شغل منصب إمام أستاذ مكلف بالإمامة بمسجد "الإصلاح" بجي الحدادة، ثم بمسجد "معاذ بن جبل" بجي بن عياد ببلدية قاوس.

حصل على شهادة مسعف في الحالات الطارئة مع الهلال الأحمر الجزائري، كما حصل على شهادات شرفية من معهد أصول الدين بالجامعة الإسلامية بقسنطينة، وعلى شهادة شرفية من مدير ثانوية الكندي⁽¹⁾.

المطلب الثالث: التعريف بالعينة الزمانية للدراسة

تشمل العينة الزمانية في هذه الدراسة ثلاثة أشهر خلال دورة إذاعية موافقة للشبكة البرمجية الصيفية للإذاعة، والتي انطلقت يوم 16 جوان إلى غاية 07 سبتمبر 2007، حيث تم اختيار حصة واحدة من كل أسبوع من كل شهر دوريا باستخدام العينة الدورية أو (الدائرية) المنتظمة.

ويطبق هذا الأسلوب عادة عند إجراء دراسة على الصحف اليومية أو البرامج الإذاعية وفيه يحدد الباحث فترة صناعية كأن تكون أسبوعا أو شهرا أو غيرهما ثم يستخدم التقويم السنوي مرتبا أيام المجتمع الأصلي الذي يختار منه عينته ثم ينتقي الأيام التي تشكل عينة البحث⁽²⁾.

وسوف أستخدم في اختيار حصص عينة الدراسة الطريقة التي تمثل جميع الأسابيع في العينة، كما تمثل كل أيام الأسبوع على الشكل التالي:

- السبت من الأسبوع الأول من الشهر الأول.
- الأحد من الأسبوع الثاني من الشهر الثاني.
- الإثنين من الأسبوع الثالث من الشهر الثالث... وهكذا.

هذا بالنسبة لحصتي "حديث الصباح" و"سلوكات حضارية"، أما بالنسبة لحصتي "فتاوى على الهواء" فإني أستخدم الحصر الشامل وليس الحصر بالعينة الدورية؛ لأنها حصة أسبوعية على خلاف الحصتين الأوليتين اليوميتين. والحصص المختارة مبيّنة في الجدول أدناه:

(1) مقابلة مع السيد نجم الدين نافع، معدّ حصة سلوكات حضارية بإذاعة جيجل الجهوية، التعريف بحصص سلوكات حضارية ومعدّها، جيجل، 2008/10/23.

(2) رشدي طعيمة، مرجع سابق، ص: 139.

الجدول رقم 01- العينة الزمانية

المجموع	فتاوى على الفواء	سلوكات حضارية	حديث الصباح	المخصص	العينة الزمانية
03	2007/06/22	2007/06/17	2007/06/18	(06/22-06/16)	الأسبوع الأول
02	2007/06/29	-----	2007/07/24	(07/27-07/21)	الأسبوع الثاني
03	2007/07/06	2007/08/25	2007/08/24	(08/31-08/25)	الأسبوع الثالث
02	2007/07/13	2007/07/08	-----	(07/13-07/07)	الأسبوع الرابع
03	2007/07/20	2007/07/16	2007/07/16	(07/20-07/14)	الأسبوع الأول
02	2007/07/27	2007/08/23	-----	(08/24-08/18)	الأسبوع الثاني
03	2007/08/03	2007/07/06	2007/07/06	(07/06-06/30)	الأسبوع الثالث
02	2007/08/10	-----	2007/08/06	(08/10-08/04)	الأسبوع الرابع
02	2007/08/17	2007/08/13	-----	(08/17-08/11)	الأسبوع الأول
03	2007/08/24	2007/07/27	2007/06/27	(06-29-06/23)	الأسبوع الثاني
02	2007/08/31	-----	2007/08/01	(08/03-07/28)	الأسبوع الثالث
03	2007/09/07	2007/09/06	2007/09/03	(09/07-09/01)	الأسبوع الرابع
30	12	09	09	المجموع	

المبحث الثاني: تصنيف فئات التحليل

يُقصد بتصنيف فئات التحليل مجموعة المراحل التي يتم من خلالها تحويل محتوى الإعلام إلى وحدات قابلة للعدّ والقياس، وهذه المراحل تمثل السمات الأساسية للتحليل الكمي للمحتوى والتي يتوقف عليها دقة وصدق النتائج. وما يتوصل إليه من قرارات بناء على هذا التصنيف والترميز لبيانات التحليل لا بد أن تنطلق من الإطار النظري وإشكالية الدراسة.

وترتبط عملية التصنيف وتحديد الفئات بمفهوم التجزئة أي تحويل الكل إلى أجزاء ذات خصائص أو مواصفات أو أوزان مشتركة بناء على محددات يتم وصفها والإتفاق عليها مسبقاً⁽¹⁾.

من الشائع في تحليل المحتوى استخدام نوعين من الفئات يجيبان عن سؤالين عادة ما يثاران قبل بداية التحليل واختيار الفئات، السؤال الأول هو ماذا قيل؟ وإجابة هذا السؤال تتناول مادة المحتوى والأفكار والمعاني التي يحتويها، والسؤال الثاني هو كيف قيل؟ والإجابة على هذا السؤال تتناول الشكل الذي يقدم به المحتوى من خلال الوسيلة الإعلامية محل الدراسة⁽²⁾.

وسوف أستخدم من الفئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل، فئة الموضوع، فئة المصدر، فئة طرق تحقيق الأهداف، وفئة الأبعاد المحلية، وأما من الفئات التي تجيب عن السؤال كيف قيل فسوف أستخدم فئة شكل أو نمط البث، فئة اللغة المستخدمة، وفئة الزمن.

وقبل البدء في تصنيف فئات التحليل ينبغي أن أشير إلى وحدات التحليل وهي تلك الوحدات القابلة للعدّ والقياس وهي وحدة اللغة، وحدة الفكرة، وحدة الشخصية، ووحدة مفردات النشر أو الإذاعة. وسوف يكون مقياس تسجيل التكرارات بالإعتماد على وحدة الفكرة.

المبحث الثالث: شكل البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية

يهتم هذا النوع من الفئات التي تجيب عن السؤال كيف قيل؟ بالقوالب والأنماط التي قدّمت من خلالها المادة الإعلامية⁽³⁾.

(1) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص: 112.

(2) المرجع نفسه، ص: 120.

(3) المرجع نفسه، ص: 132.

المطلب الأول: فئة شكل أو نمط البثّ

فئة شكل أو نمط البثّ أو النّشر أو الإذاعة هي القوالب الفنية التي تتخذها المواد الإعلامية في وسائل الإعلام. وتستخدم هذه الفئة و تقوم على التفرقة بين الأشكال المختلفة التي تقوم بها المواد الإعلامية في وسائل الإعلام المختلفة للاستدلال من خلال الشكل عن المركز أو القيمة التي يعبر عنها الشكل المختار للنّشر أو الإذاعة⁽¹⁾.

وتتناول هذه الفئة التقسيم على أساس فنون الكتابة الإعلامية في الإعلام المكتوب أو فنون العرض في الإعلام السمعي البصري⁽²⁾.

وبناء على ذلك فإنّ المادة الإعلامية في الإذاعة تقدّم على الشكل التالي: حديث مباشر، حوار، مناقشة، ندوة، سؤال وجواب، تمثيلية، منوعات، أخبار، دراما⁽³⁾. وهذه الفئات هي أكثر الفئات استخداماً لبساطتها وتعبيرها عن الشكل التفضيلي للوسيلة في تقديم المحتوى الإعلامي⁽⁴⁾.

وقد اعتمدت في دراستي هذه أنماط البثّ التالية: الحديث الإذاعي المباشر، المقابلة الإذاعية، الندوة الإذاعية، المناظرة الإذاعية، الحوار، سؤال وجواب.

كما اعتمدت "مفردة النّشر" وحدة للعدّ والقياس ووحدة للتحليل في الوقت نفسه.

وسأبيّن ذلك من خلال الجدول التالي:

(1) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص: 132.

(2) سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، عالم الكتب، ط2، القاهرة، 1995، ص: 628.

(3) عاطف عدلي العبد، و زكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، مصر، 1993، ص: 214.

(4) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص: 132.

الجدول - 20- فئة شكل أو نمط البث

متوسط النسبة %	مجم النسب %	مجم التكرارات	فتاوى على الهواء		سلوكات حضارية		حديث الصباح		الحصص نمط البث
			النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
54.55	100	18	0	0	50	9	50	9	الحديث الإذاعي المباشر
0	100	0	0	0	0	0	0	0	المقابلة الإذاعية
0	100	0	0	0	0	0	0	0	الندوة الإذاعية
0	100	0	0	0	0	0	0	0	المناظرة الإذاعية
27.27	100	9	100	9	0	0	0	0	سؤال وجواب
18.18	100	6	100	6	0	0	0	0	الحوار الإذاعي
100	100	33	45.46	15	27.27	9	27.27	9	مجم.ت/ متوسط النسبة

- القراءة التحليلية للجدول رقم -02- الخاص بفئة شكل أو نمط البث:

تتعلق البيانات الرقمية في الجدول رقم -02- ببيان نوع الأشكال والأنماط الإعلامية التي يتم من خلالها صياغة وعرض البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية، وهي التي تجيب عن التساؤل التالي: ما هي الأشكال والأنماط الإذاعية التي تستخدمها إذاعة جيجل الجهوية في عرض برامجها الدينية؟

من خلال القراءة الرقمية للإحصائيات الواردة في الجدول نجد أن مجموع أنماط البث التي استخدمتها الإذاعة في عرض برامجها الدينية قدرت بـ 33 تكرارا موزعة بين الحصص الثلاث، فقد حصلت حصة "فتاوى على الهواء" على أعلى مجموع تكرارات قدره 15 تكرارا، ثم تليها في المرتبة الثانية كل من الحصتين الأخريين بمجموع تكرارات متشابه قدر بـ 9 تكرارات. وقد سجل أعلى متوسط نسبة قدره 54.55% والتي حصل عليها نمط "الحديث الإذاعي المباشر". مجموع تكرارات قدره 18 تكرارا، ثم يليه في المرتبة الثانية متوسط نسبة 27.27%

والتي حصل عليها نمط "سؤال وجواب" بمجموع تكرارات قدره 9 تكرارات، ويأتي في المرتبة الأخيرة وهو أدنى متوسط نسبة سجل قدره 18.18% والتي حصل عليها نمط "الحوار الإذاعي"، وهذه هي النسب الوحيدة المسجلة من مجموع ستة أنماط إذاعية مختلفة، حيث لم يتم استخدام بقية الأنماط في إذاعة جيغل الجهوية في عرض برامجها الدينية.

وقد جاءت نسبة كل نمط من هذه الأنماط المستخدمة في كل حصة من الحصص الثلاث

كمايلي:

- الحديث الإذاعي المباشر:

حصلت كل من حصتي "حديث الصباح" و"سلوكات حضارية" على المركز الأول بنسبة قدرها 27.27% لكل منهما وبمجموع تكرارات قدره 9 تكرارات لكل حصة على حدة، وهذا يدل على أن هاتين الحصتين تعتمدان بشكل كلي على هذا النمط في بثها، أما حصة "فتاوى على الهواء" فلم تعتمد على هذا النمط ولم تستخدمه في بثها.

- الحوار الإذاعي:

حصلت حصة "فتاوى على الهواء" على النسبة الكاملة 100% بمجموع تكرارات قدره 6 تكرارات، بينما لم يتم استخدام هذا النمط في الحصتين الأخرين.

- سؤال وجواب:

حصلت حصة "فتاوى على الهواء" النسبة الكاملة 100% بمجموع تكرارات قدره 9 تكرارات، بمعنى أن الحصة تعتمد اعتمادا كلياً على هذا النمط في بثها بينما لا يستعمل هذا النمط إطلاقاً في الحصتين الأخرين.

كيف نفسر اعتماد إذاعة جيغل الجهوية على هذه الأنماط في عرض برامجها الدينية؟

- نمط "الحديث الإذاعي المباشر":

يعود استخدام إذاعة جيغل الجهوية واعتمادها على هذا القالب في عرض برامجها الدينية لكون هذا القالب هو في الغالب الشكل الإذاعي المفضل والمستخدم في مثل هذه البرامج، وهو يعتبر كذلك الشكل الإذاعي الذي له قدرة أكثر على استخدام الإلقاء المباشر وهذا ما يلائم طبيعة المواضيع الدينية التي تعتمد على الأسلوب الوعظي، كما أن استخدام أسلوب الإلقاء المباشر يلائم طبيعة الوسيلة الإعلامية وهي الإذاعة التي يعتمد فيها على وظيفة الإستماع.

- نمط "السؤال والجواب":

يعود استخدام هذا النمط إلى ملاءمته لنوع موضوعات الفتاوى التي يوجد فيها دائماً

طرف يسأل وهم الجمهور، وطرف يجيب وهو معدّ الحصة أو ضيوفه والذين هم في الغالب من ذوي الإختصاص في الشريعة الإسلامية مثل الأئمة والمفتين وأساتذة العلوم الشرعية.

- نمط "الحوار الإذاعي":

يعود استخدام هذا النمط كما لاحظناه في الجدول رقم -02- كشكل من أشكال البث ونمط من أنماط عرض البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية كما صرح بذلك معدّ الحصة في الحصة المؤرخة في: 2007/06/22 رادًا على سؤال لأحد المستمعين يطلب من معدّ الحصة أن تكون المواضيع المطروحة في الحصة قصيرة على أن يترك الوقت الكافي للمستمعين، فرد عليه معدّ الحصة قائلاً: إننا نقوم بذلك في الحقيقة ملاً للفراغ إذا لم تكن هناك اتصالات فإننا نحضر موضوعاً أو مادة علمية نتحدث عنها ثم نفتح المجال للأسئلة. ولا شك أن طرح هذه المواضيع أو مناقشة هذه المادة العلمية المحضرة تكون على شكل حوار بين معدّ الحصة وضيوفه، ومما يدل على ذلك ففي كثير من الحصص يطرح المستمعون جملة من الأسئلة على الحصة ولكون معدّ الحصة وضيوفه منهماكان ومنشغلان بمناقشة الموضوع والمادة العلمية المحضرة يعتذران للمستمعين بعدم الإجابة على أسئلتهم لضيق الوقت ويؤجّلان الإجابة عنها إلى حصص قادمة.

ملخص مجمل نسب الأنماط الإذاعية المختلفة:

54.55 %	←	الحديث الإذاعي المباشر: 18 تكرارا
27.27 %	←	سؤال و جواب: 9 تكرارات
18.18 %	←	الحوار الإذاعي: 6 تكرارات

المطلب الثاني: فئة اللغة المستخدمة

فئة استخدام اللغة من الفئات الهامة في عملية التحليل، نظرا لما يترتب عليها من نتائج مرتبطة بمدى فهم الرسالة الإعلامية واستيعابها من طرف جمهور المستمعين والمشاهدين والقراء. ويستهدف تحليل اللغة المستخدمة التعرف على النمط اللغوي السائد في تقديم معلومات معينة ومدى استخدام المستويات اللغوية المناسبة لنوع الجمهور المستهدف من المادة الإعلامية أو الدعائية⁽¹⁾.

(1) سمير محمد حسين، المرجع السابق، ص: 629.

وتشمل هذه الفئة ما يلي:

- اللغة المستخدمة: اللغة العربية، اللغة الإنجليزية، اللغة الفرنسية، لغة أخرى تذكر.
 - مستويات اللغة العربية المستخدمة: اللغة الفصحى، اللغة الفصحى المبسطة، اللغة العامية، أكثر من مستوى.
 - مدى وجود ترجمة أو تعليق على المحتوى الأجنبي: توجد ترجمة فقط، يوجد تعليق فقط، توجد ترجمة وتعليق، لا توجد ترجمة ولا تعليق.
 - مدى التعليق: تعليق على كل المحتويات، تعليق على بعض المحتويات.
 - وقت التعليق: التعليق عبارة عن تقديم للمحتوى الأجنبي، التعليق أثناء عرض الصورة، التعليق بعد انتهاء المحتوى، التعليق على المحتوى.
 - مستويات اللغة العربية المستخدمة في التعليق: الفصحى، الفصحى البسيطة والعامية⁽¹⁾.
- وسوف أستخدم اللغة العربية الفصحى، واللغة العربية الدارجة (العامية)، واللغة الفرنسية كوحدة للعدّ والقياس، وكوحدة للتحليل في الوقت نفسه.
- وسأبيّن ذلك من خلال الجدول المبين أدناه:

الجدول رقم -03- فئة اللغة المستخدمة

متوسط النسبة %	مج التكرارات	فتاوى على الهواء		سلوكات حضارية		حديث الصباح		الحصص نوع اللغة
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
93.53	27373	94.36	22496	79.70	2152	100	2725	اللغة العربية الفصحى
6.27	1834	5.41	1290	20.15	544	0	0	اللغة العربية الدارجة
0.20	58	0.23	54	0.15	4	0	0	اللغة الفرنسية
100	29265	100	23840	100	2700	100	2725	المجموع

(1) عاطف عدلي العبد و زكي أحمد عزمي، مرجع سابق، ص: 214-215.

- القراءة التحليلية للجدول رقم -03- الخاص بفئة اللغة المستخدمة:

تتعلق البيانات الرقمية في هذا الجدول ببيان الإحصائيات الخاصة باللغة المستخدمة في البرامج الدينية لإذاعة جيجل الجهوية، والتي تجيب عن التساؤل التالي: ما هو نوع ومستوى اللغة التي تستخدمها البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية؟ من خلال القراءة الأولية للجدول نجد أن أعلى متوسط نسبة سجل قدره 93.53% الخاص باللغة العربية الفصحى في الحصة الثلاث، تليها اللغة العربية الدارجة بمتوسط نسبة قدره 6.27%، أما أدنى متوسط نسبة سجل قدره 0.20% وهو خاص باللغة الفرنسية. توزيع نسب نوع اللغات المستخدمة والفرق بين استخدام كل نوع وآخر في الحصة الواحدة من الحصة الثلاث جاء كما يلي:

- حصة حديث الصباح:

وقد حصلت على النسبة الكاملة 100% والمعبرة عن اللغة العربية الفصحى، وهذا مما يدل على أن هذه الحصة برنامج ديني يقدم باللغة العربية الفصحى فقط وأما اللغة الوحيدة المستخدمة، بينما نجد أن اللغة العربية العامية و اللغة الفرنسية لم يتم استخدامهما على الإطلاق في هذه الحصة.

- حصة سلوكيات حضارية:

نجد أن أعلى نسبة سجلت في حصة "سلوكيات حضارية" قدرها 79.70% والمعبرة عن اللغة العربية الفصحى، وهي نسبة كبيرة تدل على أن هذه الحصة كذلك برنامج ديني يقدم باللغة العربية الفصحى، إلى جانب ذلك سجل كذلك في هذه الحصة استخدام اللغة العربية الدارجة بنسبة قدرها 20.15%، وتليها اللغة الفرنسية بنسبة قدرها 0.15%، وإنما يعود استخدام اللغة العربية الدارجة وكذلك بعض المفردات والكلمات من اللغة الفرنسية هو لزيادة التوضيح أو شرح لكلمة فصحى قد تكون صعبة الفهم من طرف المستمع من المجتمع المحلي.

- حصة فتاوى على الهواء:

نجد أن أعلى نسبة سجلت قدرها 94.36% والمعبرة عن اللغة العربية الفصحى، مما يدل على أن هذه الحصة برنامج ديني يقدم باللغة العربية بالأساس، ولكن سجل إلى جانب ذلك استخدام اللغة العربية الدارجة بنسبة قدرها 5.41%، وتليها اللغة الفرنسية بنسبة قدرها 0.23%، وهما نسبتان ضئيلتان جدا مقارنة مع النسبة الأولى، مما يدل على أن اللجوء إلى

استخدامهما أمر عارض يلجأ إليه مقدّم الحصة للتوضيح فقط أو لشرح كلمة عربية فصحي غير مفهومة.

يتّضح لنا من خلال ما سبق أن نوع اللغة المستخدمة "اللغة العربية الفصحى" هي اللغة الأكثر استخداماً في البرامج الثلاث، حيث حصلت على أعلى متوسط نسبة قدره 93.53% وهذا أمر طبيعي؛ لأن هذه الحصص برامج دينية تقدّم باللغة العربية الفصحى التي هي لغة القرآن والسنة، وتُخاطب مجتمعاً محلياً يتقن اللغة العربية الفصحى ويفهمها في غالبيتها.

أما ما يمكن أن نفسر به استخدام اللغة العربية الدارجة والتي حصلت على متوسط نسبة قدره 6.27%، فيعود في أساسه إلى مراعاة واقع الجمهور المحلي الذي فيه من الناس من لا يتقن اللغة العربية الفصحى التراثية التي تتطلب مستوى تعليمي معيّن، بينما نجد كثيراً من الناس من يتقن اللغة العربية الدارجة ويفهمها خاصة من قبل الفئات الأمية وغير المتعلّمة؛ لأنّها هي اللغة المحكيّة في الأسرة والشارع والإعلام.

وبالإضافة إلى ذلك نجد أن اللغة الفرنسية كان لها موضع قدم واستطاعت النفوذ إلى الإستعمال اليومي لسكان المجتمع المحلي والإمتزاج باللغة الأم، وهذا ما بيّنه لنا ورود استعمالها في البرامج الدينية لإذاعة جيجل الجهوية بمتوسط نسبة قدره 0.20% موزّعة على حصتي "سلوكات حضارية" و"فتاوى على الهواء".

المطلب الثالث: فئة الزمن

هي الفئة التي تقيس الحجم المتاح من الجريدة أو المجلة أو النشرة أو الكتاب للمضمون موضع التحليل، وكذلك الوقت المخصص لإذاعة أو عرض هذا المضمون في الراديو أو التلفزيون أو السينما، حيث يشير عنصر الحجم أو الوقت إلى مدى الإهتمام بعرض الموضوع وتقديمه، بحيث كلما زادت المساحة أو الوقت كان ذلك دليلاً على ازدياد الإهتمام⁽¹⁾.

وقد صنّفت برامج إذاعة جيجل الجهوية بعرض معرفة حجم الوقت المخصّص للبرامج الدينية التي هي محلّ الدراسة إلى ما يلي:

1- البرامج الترفيهية:

وهي كل الفقرات الإذاعية التي تشمل الحصص الغنائية والحصص الفكاهية وحصص

(1) سمير محمد حسين، مرجع سابق، ص: 269-270.

الألعاب وغيرها مما هو من باب الترويح عن النفس.

2- البرامج الثقافية والوثائقية:

وهي التي تحتوي على الفقرات الإذاعية المخصصة لمعالجة القضايا الثقافية والتراثية كحصص الفنون، مثل المسرح والشعر والآداب واللغات، والحصص التي تتحدث عن التراث الثقافي والتاريخي للمنطقة، والأشرطة الوثائقية والعلمية وغيرها.

3- البرامج الاجتماعية:

وتشمل كل الحصص التي تعالج القضايا الاجتماعية، مثل الحصص الموجهة للأسرة وكذلك الحصص الحوارية المباشرة مع الجمهور لمعرفة انشغالاته اليومية وطرح مشاكله.

4- البرامج الإخبارية:

وهي البرامج التي تهتم بنقل الأخبار والأحداث المحلية والوطنية والدولية والتي تكون على شكل نشرة الأخبار أو موجز الأخبار.

5- البرامج الرياضية:

وهي الحصص التي تهتم بنقل الأخبار والمنافسات الرياضية المختلفة، مثل مباريات كرة القدم أو كرة اليد أو كرة السلة، بالإضافة إلى الرياضات والسباقات الأخرى.

6- برامج الأطفال:

وهي الحصص التي توجه إلى شريحة الأطفال، مثل حصص التسلية والمنافسات العلمية بين مختلف المستويات، وكذلك الحصص الحوارية المباشرة مع الأطفال.

7- البرامج الدينية:

وهي البرامج المخصصة لعرض المواضيع والقضايا الدينية باستثناء تلاوة القرآن الكريم في بداية ونهاية البث، والأذان، والنقل المباشر لصلاة الجمعة. وسأبين ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم - 04 - فئة الزمن

النسبة %	زمن البثّ (بالدقيقة)	نوع البرامج
37.88	2160	البرامج الترفيهية
23.59	1345	البرامج الثقافية والوثائقية
16.49	940	البرامج الإجتماعية
10.66	608	البرامج الإخبارية
7.36	420	البرامج الرياضية
3.06	175	البرامج الدينية
0.96	55	برامج الأطفال
100	5703	المجموع

- القراءة التحليلية للجدول رقم -04- الخاص بفئة الزمن:

يتضح لنا من خلال عنوان هذا الجدول أن الغرض منه هو معرفة الحجم الزمني لبثّ البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية، وذلك للإجابة على السؤال: ما هو الحجم الزمني الذي تشغله البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية؟.

تبيّن لنا البيانات الرقمية للجدول الفروقات الزمنية بين البرامج المختلفة، حيث نجد أن "البرامج الترفيهية" احتلت المرتبة الأولى مسجّلة بذلك أعلى نسبة قدرها 37.88% بحجم بثّ وصل إلى 2160 دقيقة أسبوعياً، ثم تأتي في المرتبة الثانية "البرامج الثقافية والوثائقية" بنسبة قدرها 23.59% بحجم بثّ وصل إلى 1345 دقيقة، وهذا يدلّ على اهتمام الإذاعة بالبرامج الثقافية، وتأتي في المرتبة الثالثة "البرامج الإجتماعية" بنسبة قدرها 16.49% وبحجم بثّ وصل إلى 940 دقيقة، وهذا يدلّ كذلك على اهتمام الإذاعة بالبرامج الإجتماعية وهي غالباً برامج تفاعلية مما يدلّ على ارتباط الإذاعة بجمهورها المحلي، وتأتي بعدها "البرامج الإخبارية" بنسبة قدرها 10.66% وبحجم بثّ قدره 608 دقيقة، وبعدها "البرامج الرياضية" بنسبة 7.36% وبحجم بثّ قدره 420 دقيقة.

أما البرامج الدينية التي هي محل الدراسة فقد جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة بنسبة قدرها 3.06% وبحجم بثّ قدره 175 دقيقة، وهي نسبة قليلة مقارنة مع أهمية هذا النوع من

البرامج وهو ما يعكس واقع هذه البرامج في الإذاعة وفي وسائل الإعلام عامة في العالم العربي والإسلامي التي تنحصر البرامج الدينية من مجمل البث الإذاعي والتلفزيوني فيها ما بين 1% إلى 4% في البرمجة العادية وترتفع في المناسبات مثل رمضان إلى 15%. وجاءت في المرتبة الأخيرة "برامج الأطفال" بنسبة 0.96% وبحجم بث قدره 55 دقيقة، وهو ما يدل على قلة الإهتمام بهذا النوع من البرامج في الإذاعة. وبهذا تم هذا الفصل التطبيقي التحليلي الذي قمت فيه بجولة عرّجت فيها على إذاعة جيجل الجهوية من ناحية التعريف والنشأة والمهام والأهداف، وعرّجت على الحصص الدينية الثلاث عيّنة الدراسة بالتعريف بها ومعدّيها، كما كانت جولتي التحليلية الكمية في المعطيات الرقمية للشكل الذي قدّمت به هذه البرامج، على أن أتناول في الفصل الموالي الجانب التحليلي لمضمون هذه البرامج.

الفصل الخامس

مضمون البرامج الدينية

في إذاعة جيجل الجهوية

المبحث الأول: فئة الموضوع

المبحث الثاني: فئة المصدر

المبحث الثالث: فئة طرق تحقيق الأهداف

المبحث الرابع: فئة الأبعاد المحلية

الفصل الخامس: مضمون البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية

يتناول هذا الفصل من الدراسة الشق الثاني من جانب التحليل الكمي لموضوعات إذاعة جيجل الجهوية في إطار محور المضمون وهو الفئات التي تجيب على السؤال: ماذا قيل؟. ولا بد أن أذكر في مطلع هذا الفصل بأنه عادة ما يثار قبل بداية التحليل واختيار الفئات سؤالان، السؤال الأول هو ماذا قيل؟ وإجابة هذا السؤال تتناول مادة المحتوى والأفكار والمعاني التي يحتويها، والسؤال الثاني هو كيف قيل؟ والإجابة على هذا السؤال تتناول الشكل الذي يقدم به المحتوى من خلال الوسيلة الإعلامية محل الدراسة^(*)، فمحور الشكل قد قمت بدراسته في الفصل الرابع، وأما محور المضمون فهو ما سوف نراه في هذا الفصل، وذلك من خلال الفئات التالية:

المبحث الأول: فئة الموضوع

تستهدف فئة الموضوع الإجابة على السؤال: علام يدور موضوع المحتوى؟، وتفيد هذه الفئات في الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى، أي الكشف عن المحتوى النوعي ومستويات الاهتمام به خلال الإطار الزمني للدراسة⁽¹⁾. وفئة الموضوع هي الفئة الأكثر استخداما في دراسات تحليل المضمون، والتي تقوم بتصنيفه وفقا لموضوعاته، وتجب عن التساؤل الرئيسي الخاص بالموضوع ومجموعة الموضوعات التي تدور حولها المادة الإعلامية⁽²⁾. ويتم تقسيم المحتوى إلى فئات رئيسية وأخرى فرعية تفيد في الإجابة على تساؤلات البحث⁽³⁾.

وقد قمت بتقسيم وتصنيف محتوى عينة الدراسة التحليلية في إطار فئة الموضوع إلى فئات رئيسية، وقمت بتقسيم الفئات الرئيسية إلى فئات فرعية كالاتي:

1- الموضوعات العقديّة: وقسمتها إلى الموضوعات الفرعية التالية:

التوحيد والإيمان، القضاء والقدر، الغيب (أهوال القيامة، الجنة والنار...).

^(*) أنظر: تصنيف فئات التحليل، في المبحث الثالث من الفصل الرابع، ص: 138.

⁽¹⁾ محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص: 121.

⁽²⁾ سمير محمد حسين، مرجع سابق، ص: 265.

⁽³⁾ محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص: 121.

2- الموضوعات التشريعية: وقسمتها إلى الموضوعات الفرعية التالية:

العبادات (الصلاة، الزكاة، الصيام، الحج)، الزواج والطلاق، الميراث والوصية، المعاملات المالية (البيع، الشراء، القرض، المضاربة...)، المسجد (قراءة القرآن، صفة اللباس...)، الحلال والحرام.

3- الموضوعات الإجتماعية: وقسمتها إلى الموضوعات الفرعية التالية:

الآداب والأخلاق والسلوك، الآفات الإجتماعية (البطالة، الإدمان، الإيدز، الإنحراف الأخلاقي...)، السياحة، الشباب.

4- الموضوعات الفكرية: وقسمتها إلى الموضوعات الفرعية التالية:

الدعوة والإعلام والفكر الإسلامي، التنمية البشرية والنجاح في الحياة، طلب العلم. وبهذا يكون الموضوع الرئيسي بفتاته الفرعية وحدة للتحليل، وأما وحدة العدّ والقياس فستكون "وحدة الفكرة" حسب تكرارها الدالة في مضمونها عن الموضوع الرئيسي أو إحدى فتاته. وهذا ما سوف أبيّنه من خلال الجدول التالي:

جدول رقم 05- فئة الموضوعات

الموضوعات الرئيسية	الموضوعات الفرعية	التكرار	النسبة %	الموضوعات الاجتماعية	التكرار	النسبة %	الموضوعات الفكرية	التكرار	النسبة %
الموضوعات الرئيسية	الموضوعات الفرعية	الموضوعات الرئيسية	100	الموضوعات الاجتماعية	100	32.53	الموضوعات الفكرية	100	8.44
		الموضوعات الفرعية	83	الشباب	27	56.62	التنمية البشرية والنجاح في الحياة	83	18.18
		الموضوعات الفرعية	58	السياحة	10	70.69	الدعوة والإعلام والفكر الإسلامي	58	0
		الموضوعات الفرعية	13	الآفات الاجتماعية	2	9.09		13	2
الموضوعات الفرعية	7	الآداب والأخلاق والسلوك	5	2.41			7	0	
الموضوعات الفرعية	3	العبادات	1				3	0	
الموضوعات الفرعية	3	الغيب وأهوال القيامة	1				3	0	
الموضوعات الفرعية	3	القضاء والقدر	1				3	0	
الموضوعات الفرعية	3	التوحيد والإيمان	1				3	0	
الموضوعات الفرعية	3	الجموع	1				3	0	

- القراءة التحليلية للجدول رقم -05- الخاص بفئة الموضوعات:

تتعلق البيانات الرقمية والإحصائية الواردة في الجدول رقم -05- بنوع الموضوعات التي تناولها البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية، والتي تهدف إلى الإجابة عن التساؤل الأول في الدراسة، وهو مضمون وماهية المواضيع التي تناولها البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية، حيث اعتمدت في بيان ذلك على عدد تكرارات كل موضوع وبيان نسبته المئوية بالمقارنة مع سائر الموضوعات الأخرى.

يتضح لنا حسب البيانات الرقمية للجدول رقم -05- أن أعلى نسبة وصلت إلى 56.62 % والتي تعبر عن نسبة الموضوعات التشريعية. مجموع تكرارات قدره 47 تكرارا، أما أدنى نسبة سجلت من خلال هذا الجدول فكانت 2.41 % و التي تعبر عن نسبة الموضوعات العقديّة بتكرار واحد فقط، أما النسبة المتوسطة فكانت 32.53 % وهي النسبة التي تمثل الموضوعات الإجتماعية. مجموع تكرارات قدره 27 تكرارا.

وفيما يخص توزيع نسبة الموضوعات في كل حصة من الحصص الخاصة بعينة الدراسة فهي كما يلي:

- فيما يخص الموضوعات التشريعية، حصلت حصة "فتاوى على الهواء" على المركز الأول بنسبة 70.69 %، ثم تلتها حصة "سلوكات حضارية" بنسبة 38.47 %، وجاءت حصة "حديث الصباح" في المركز الثالث بنسبة 9.09 %، وهي نسبة صغيرة جدا مع النسبتين السابقتين، وهو ما يدل على عدم تركيز هذه الحصة وعدم اهتمامها بهذا النوع من الموضوعات.

- فيما يخص الموضوعات الإجتماعية، حصلت حصة "حديث الصباح" على المركز الأول بأعلى نسبة قدرت بـ 63.63 %، ثم تلتها حصة "سلوكات حضارية" في المركز الثاني بنسبة 61.53 %، وجاءت حصة "فتاوى على الهواء" في المركز الثالث بنسبة 20.69 %، وهو ما يدل على أن هذه الحصة أقل تركيزا واهتماما بهذا النوع من الموضوعات.

- فيما يخص الموضوعات الفكرية، فأجد أن حصة "حديث الصباح" قد حصلت على المركز الأول بنسبة قدرها 18.18 %، ثم تليها في المركز الثاني حصة "فتاوى على الهواء" حيث حصلت على نسبة 8.62 %، وجاءت في المركز الأخير حصة "سلوكات حضارية" بلا شيء أي 0 %، وهو ما يدل دلالة قاطعة على عدم اهتمام هذه الحصة بهذا النوع من الموضوعات بشكل كامل.

- فيما يخص الموضوعات العقديّة، فقد حصلت حصة "حديث الصباح" على المركز الأول بنسبة 9.09 %، ثم تليها حصتي "سلوكات حضارية" و"فتاوى على الهواء" بنسبة 0 %، وهو ما يدل كذلك على أن هاتين الحصتين لا تهتمان إطلاقاً بهذا النوع من الموضوعات.

ما نلاحظه من خلال البيانات الرقمية الواردة في الجدول رقم -05- هو نسبة المواضيع العقديّة حيث قدرت بـ 2.41 % والتي لها تكرار واحد فقط في حصة "حديث الصباح" وهذا إنما يدل دلالة قاطعة على قلة التركيز وشبه انعدام الإهتمام بهذا النوع من الموضوعات في البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية، رغم أهمية هذا الجانب في صقل العقيدة من الخرافات والبدع والعوائد التي لا زالت منتشرة عند فئة النساء خاصة في الأرياف نظراً لانتشار الجهل وارتفاع نسبة الأمية.

ما نخلص إليه من خلال القراءة الرقمية والتحليلية للجدول رقم -05- مما سبق بيانه أنه يمكن لي أن نستنتج أن البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية تهتم بمجمل وأغلب الموضوعات الدينية في مضامينها المختلفة، رغم التفاوت الملحوظ في نسبة الإهتمام بنوع من الموضوعات والتركيز عليها على حساب أنواع أخرى من الموضوعات.

ولعل هذا هو الهدف العام لإنشاء أي إذاعة والمطلوب منها وما ينبغي أن تحرص عليه هي خدمة المستمع والإرتقاء به فكرياً وثقافياً وروحياً، وذلك بما توفره الإذاعة للبرامج الدينية من إمكانية مخاطبة جميع الشرائح الإجتماعية والفئات الجماهيرية خاصة فئة الأيمن منهم. فتنقل الإسلام إليهم بمفهومه الشامل والصحيح بعيداً عن التفسيرات الشاذة والإجتهاادات الباطلة ومذاهب أهل الأهواء والنحل. فتقدّم إليهم الإسلام صافياً نقياً ببرامج تدعم القيم الروحية وتعمقها وتوصلها في النفوس والقلوب، وتقدّم المفاهيم الصحيحة للدين، وربط الدين بالحياة بالمحافظة على العادات والتقاليد والقيم الروحية الأصيلة والأخلاق والمثل الرفيعة.

ولكن ما السبيل إلى تفسير هذا التفاوت في الإهتمام بالمواضيع و التركيز على بعضها على حساب البعض الآخر، هذا ما سنراه فيما يلي:

أولاً: كيف نفسر مجيء الموضوعات التشريعية في المركز الأول من بين الموضوعات الأخرى، ولماذا حصلت حصة "فتاوى على الهواء" على المركز الأول من بين الحصص الأخرى في إطار هذا النوع من الموضوعات؟

ثانياً: ما السبيل إلى تفسير حصول حصة "حديث الصباح" على المركز الأول في الموضوعات الإجتماعية من بين الحصص الأخرى؟

ثالثاً: لماذا انخفضت نسبة الإهتمام بالمواضيع العقدية وتأتي بعدها المواضيع الفكرية في هذه البرامج الدينية؟

يمكن أن نفسر ما سبق بما يلي:

1- إن السبيل إلى تفسير حصول فئة الموضوعات التشريعية على المرتبة الأولى من بين الموضوعات الأخرى يرجع إلى النسبة العليا التي حصلت عليها "حصة فتاوى على الهواء" وهي الحصة التي تخصص عادة للإجابة على أسئلة المستمعين واستفساراتهم وانشغالهم حول الأحكام الشرعية والفروع الفقهية من العبادات والمعاملات والأحوال الشخصية من زواج وطلاق ونفقة ورضاع وميراث...، وهذا ما يبدو لنا جلياً في الجدول رقم -05-، حيث نجد أن موضوع "العبادات" وحده استولى على أعلى تكرار قيمته 18 تكراراً، وأن موضوع "الحلال والحرام" حصل على 11 تكراراً، كما أن موضوع الأحوال الشخصية خاصة الزواج حصل على 10 تكرارات، هذا وبالإضافة إلى ذلك فإن حصة "فتاوى على الهواء" تمتلك أكبر حجم زمني من حيث التوقيت إذ تستغرق الحصة مدة ساعة كاملة أي 60 دقيقة مقارنة بالحصتين الأخرين، رغم أنها حصة أسبوعية، بينما نجد حصة "حديث الصباح" تستغرق من 5 إلى 10 دقائق، وحصة "سلوكات حضارية" تستغرق 5 دقائق فقط، وهما حصتان يوميتان إلا أن حجم توقيتهما في مدة أسبوع لا يكاد يعادل في مجموعه حجم حصة "فتاوى على الهواء". إذن يمكن لنا القول من خلال ما سبق أن حيازة الموضوعات التشريعية على المرتبة الأولى من بين الموضوعات الأخرى لا يعود إلى اعتبارها الأهم بل إلى حيازتها على حجم زمني أكبر لتقديمها.

2- أن حصول حصة "حديث الصباح" على المركز الأول في الموضوعات الإجتماعية على حساب الحصتين الأخرين يعود في الأصل إلى أن هذه الحصة تهتم منذ بدايتها بهذا النوع من المواضيع وما يدور في فلكها ويصبّ في روافدها، وهذا ما صرح به معدّ الحصة الأستاذ المفتش "مولود محمول" قائلاً: "حديث الصباح هو حديث يتناول مواضيع الحياة الروحية والإجتماعية والأخلاقية وغيرها في إطار رؤية دينية"⁽¹⁾.

3- أن انخفاض وقلة الإهتمام والتركيز على المواضيع العقدية والفكرية في هذه البرامج يمكن أن أفسره بما يلي:

(1) مقابلة مع السيد مولود محمول، مصدر سابق.

- طبيعة المواضيع الفكرية التي تتميز غالبا بكونها مواضيع دسمة صعبة الفهم، تتطلب التركيز وبذل الجهود لفهمها واستيعابها، والإذاعة لا توفر هذا لأنها تقوم أساسا في عرض برامجها على السهولة والتبسيط، ولأنها تعتمد على وظيفة الاستماع التي لا تتطلب التفرغ التام لها، بل يمكن للمستمع القيام بعمل آخر في الوقت نفسه، وهذا ما لا يتوفر في المواضيع الفكرية التي تشتت انتباه المستمع وتمنعه من التركيز.

- معظم الجمهور المستمع للإذاعة المحلية من شرائح المجتمع ذوي المستوى العلمي والفكري المنخفض وغير المتعلم والأمي خاصة فئة النساء الماكثات في البيوت، وهذا ما لا يؤهل هذه الفئات الأمية إلى الإهتمام بمثل هذا النوع من المواضيع التي تهم في الغالب النخبة المتعلمة والمتقنة.

- غياب القوالب الفنية المناسبة لمثل هذه المواضيع التي تعمل على تبسيطها وتقديمها في صيغة يفهمها الجمهور مثل البرامج الحوارية مع أهل الإختصاص مثل المقابلة والندوة، وهذا ما يكاد ينعدم في إذاعة جيجل الجهوية حيث تعرض برامجها الدينية على شكل الحديث المباشر الذي يعتمد على السرد في حصتي "حديث الصباح" و"سلوكات حضارية"، وعلى شكل سؤال وجواب في حصة "فتاوى على الهواء" التي يقوم معدّ ومقدّم الحصة في معظم الأحيان باستضافة إمام مختصّ في الشريعة للإجابة على الأسئلة الفقهية التي ترد إلى الحصة أو يطرحها الجمهور.

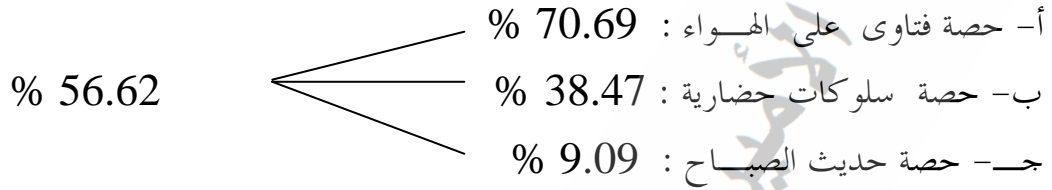
- غياب الإهتمام والتركيز على المواضيع العقيدية قد يعود إلى اعتقاد معدي الحصص الدينية في الإذاعة أن الجمهور المستمع في ولاية جيجل وفي الجزائر بصفة عامة هو جمهور مسلم بفطرته، سني العقيدة، مالكي المذهب، كان هذا لقرون عديدة من عوامل وحدة هذا الشعب وتماسكه، وبالتالي لا يصح بأي وجه من الوجوه الدخول به إلى أتون الخلافات المذهبية والصراعات الطائفية و شقّ صفه، والسقوط في التكفير والتبذيع والتفسيق، و جعل الإذاعة مطية لتمرير هذه الأفكار والمهرطقات التي لا طائل من ورائها، بل إن من أهداف إنشاء الإذاعة هو جمع شمل الأمة وترسيخ وحدتها ونبذ الفرقة.

ولكن هذا لا يمنع من التطرّق إلى المواضيع المتعلقة بسلامة العقيدة ومحاربة البدع والخرافات التي ما زالت تعشّش في عقول كثير من العجائز والفئات الأمية في المجتمع، دون الخوض فيما سبق ذكره والمساس بالطابع العام للجوانب العقيدية للمجتمع.

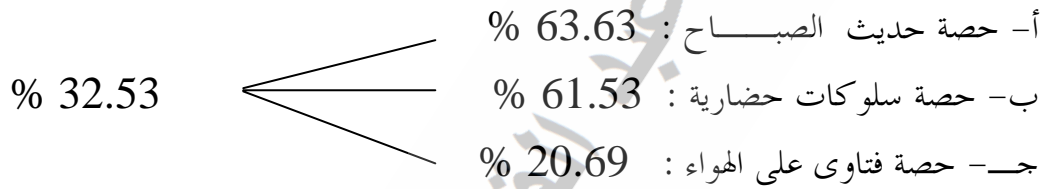
- عدم ملاءمة الشكل الفني للمواضيع العقيدية للبرامج الإذاعية قد تحول الحصة الدينية في الإذاعة إلى خطبة جمعة أو إلى درس في الوعظ والإرشاد في المسجد التي غالبا ما تخاطب القلوب

وتدغدغ العواطف. وإذا كان هذا جائزا بالنسبة لجمهور المصلين بالمسجد، فإن مخاطبة جمهور البيت أو الشارع لا بد أن يقوم الخطاب على الدليل والإقناع ومخاطبة العقل قبل القلب. والآن أذكر بمجمل ما جاء من إحصائيات رقمية تكشف عن مراكز الإهتمام بالموضوعات المصنفة في كل حصة من الحصص الثلاث:

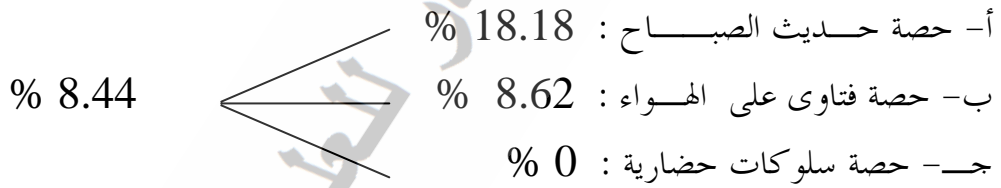
1- الموضوعات التشريعية:



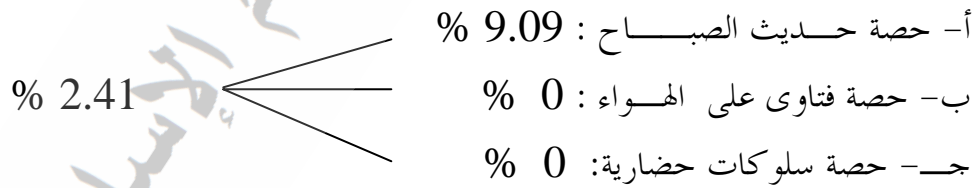
2- الموضوعات الإجتماعية :



3- الموضوعات الفكرية :



4- الموضوعات العقديّة :



أمثلة لبعض النصوص الإذاعية للموضوعات المختلفة في الحصص الثلاث:

1- الموضوعات العقديّة:

أ- حديث الصباح:

في الحصة المؤرخة في: 2007/06/27 يتحدث معدّ الحصة عن عقيدة القضاء والقدر، جدد حياتك بالإستيعاب والتّشبع بعقيدة القضاء والقدر.

يقول الشيخ محمد الغزالي عليه رحمة الله: إحساس المؤمن بأن زمام العالم لن يفلت من يد الله يقذف بمقادير كبيرة من الطمأنينة في فؤاده.

إذ مهما اضطربت الأحداث وتقلبت الأحوال فلن تُبْتَّ فيها إلا المشيئة العليا، يقول الله تعالى:

﴿وَاللَّهُ غَالِبٌ عَلَىٰ أَمْرِهِ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾ [يوسف، الآية: 21].

والحق أنه لا معنى لتوتر الأعصاب واشتداد القلق بإزاء أمور تخرج عن نطاق إرادتنا، على أن استلام المسلم للقضاء والقدر وسكونه إلى ربه واطمئنانه إليه والأنس به لا يكون إلا بعدما يؤدي الإنسان ما عليه من واجب وبذله لجهده فيما كلف به واستغراقه لجهده وطاقته والأخذ بالأسباب التي طولبنا باحترامها والأخذ بها.

ولذلك نقول أنه لا مكان للقلق وتوتر الأعصاب فيما لا دخل لنا فيه فيما قضت به الحكمة الإلهية وحكمت به الإرادة الربانية.

ونحن جميعا على موعد مع الحياة فلا بد أن نستقبلها بشجاعة كما كان يقول الإمام علي رضي الله عنه:

أيّ يوميّ من الموت أفر؟ يوم يُقَدَّرُ أو يوم قُدر؟

يوم لا يُقَدَّرُ لا أحذره ومن المقدور لا ينجو الحذر

وهذه المرأة في استقبال أحداث الحياة التي لا حول للإنسان فيها ولا قوة تعطي للمؤمن طعما للحياة ويكون أمره كله خيرا، كما قال النبي صلى الله عليه وسلم: «عجبا لأمر المؤمن إن أمره كله خير، وليس ذلك إلا للمؤمن، إن أصابته سراء شكر فكان خيرا له، وإن أصابته ضراء صبر فكان خيرا له»⁽¹⁾.

وعندما تكون هذه الآية الكريمة شعار للمؤمن في الحياة فإنها تتسم بالقوة والتحدي وهي قول

الله تعالى: ﴿قُلْ لَنْ يُصِيبَنَا إِلَّا مَا كَتَبَ اللَّهُ لَنَا هُوَ مَوْلَانَا وَعَلَى اللَّهِ فَلْيَتَوَكَّلِ

الْمُؤْمِنُونَ﴾ [التوبة، الآية: 51]

وهؤلاء المؤمنون هم الذين لا يبالون أن يعيشوا في سبيل الله أو يموتوا على رضوانه فهم إن كسبوا المعركة فرحوا بنصر الله، وإن ماتوا فيها ظفروا بالشهادة وهي نصر كذلك، كما قال

الله تعالى لنبينا صلى الله عليه وسلم أن يهزم الأعداء بهذه المعركة النفسية: ﴿قُلْ هَلْ تَرَبَّصُونَ

بِنَا إِلَّا إِيحَادِي الْحُسَيْنِيِّينَ﴾ [التوبة، الآية: 52]. إن الذين لا دين لهم فإنهم إن اتصروا أو

انهزموا بين عذابين آجل وعاجل، كما قال الله تعالى على لسان المؤمنين: ﴿وَنَحْنُ نَتَرَبَّصُ

(1) أخرجه مسلم وغيره عن صهيب ابن سنان و عبد الله ابن عباس رضي الله عنهما.

بِكُمْ أَنْ يُصِيبَكُمُ اللَّهُ بِعَذَابٍ مِنْ عِنْدِهِ أَوْ بِأَيْدِينَا فَتَرْبِّصُوا إِنَّا مَعَكُمْ مُتْرَبِّصُونَ ﴿٥٢﴾
[التوبة، الآية: 52].

كم من أناس يباشرون أعمالهم في حياتهم وهم يحملون بين جوانبهم هموما مقيتة ومشاعرا عقيمة وأحزانا وهمية، بل ويجزعون من أحزان يتوقعونها ويفترضون أن المستقبل سيرميهم بها، وكم يملاً الخيال الفاسد حياة الكثير بأشباح الخوف والقلق ويوهمهم أنهم معرضون للهجوم من هنا أو غدر من هناك، يقول ديل كارنيجي: "لكن كثيرا من الرجال الناضجين لا تقلل مخاوفهم سخفا عن مخاوف الأطفال والصبيان وفي استطاعتنا جميعا أن نتخلص من تسعة أعشار مخاوفنا تَوّاً لو أننا توقفنا عن اجترار خواطرنا واستعنا بالحقائق المدعومة بالإحصاء"، ثم يضرب مثالا بشركات التأمين التي تبيع ملايين الدولارات مستغلة ميل الإنسان إلى الهواجس والمخاوف التي لا مبرر لها.

إن الإيمان بالقضاء والقدر فيما لا دخل لنا ولا قدرة للإنسان فيه وتقبل أسوأ الاحتمالات على أنها من إرادة الله ومشئته يريح من تعب كثير ويزيح هموما ثقيلة، وفي ذلك يقول النبي صلى الله عليه وسلم: « من سعادة ابن آدم رضاه بما قضى الله له، ومن شقاوة ابن آدم سخطه بما قضى الله له »^(*).

والإيمان لا يكتمل ولا ينير قلب وحياة وآخرة الإنسان إلا إذا استوعب وتلمس حقيقة الإيمان بالقضاء والقدر، كما قال النبي صلى الله عليه وسلم: « لا يؤمن عبد حتى يؤمن بالقدر خيره وشره، وحتى يعلم أن ما أصابه لم يكن ليخطئه وما أخطأه لم يكن ليصيبه »⁽¹⁾.

على أننا دائما نؤكد أن الدائرة المسموح بها لهذا الإستسلام للقدر والإستسلام للإرادة الإلهية تبدأ بما يغلب على قدرة الإنسان ويخرج عن نطاق الإختيار الحر. إن أحاديث القدر علاج للقلق والتشاؤم وليست ذريعة إلى الكسل والخمول، وملاحظة صنع الله تعالى بنا يضبط العواطف ويجنبنا الإهيار العصبي، ولذلك نرى أهل السعادة معتدلين في الفرح والحزن، متوسطين في الحب والكره، فهم لا يجزنون بما فاتهم ولا يفرحون بما آتاهم، قال الله تعالى: ﴿ مَا أَصَابَ مِنْ مُصِيبَةٍ فِي الْأَرْضِ وَلَا فِي أَنْفُسِكُمْ إِلَّا فِي كِتَابٍ مِنْ قَبْلِ

^(*) رواه الترمذي عن سعد ابن أبي وقاص، وفيه زيادة، والحديث: « من سعادة ابن آدم رضاه بما قضى الله له، و من شقاوة ابن آدم تركه استخارة الله، و من شقاوة ابن آدم سخطه بما قضى الله له ».

⁽¹⁾ رواه الطبري عن جابر ابن عبد الله رضي الله عنه.

أَنْ تَبْرَأَهَا إِنَّ ذَلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرٌ لِكَيْلًا تَأْسَوْا عَلَى مَا فَاتَكُمْ وَلَا تَفْرَحُوا بِمَا آتَاكُمْ
وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ ﴿[الحديد، الآية: 22].

ولا يعني التوسط والاعتدال هو مصادرة الطبع الإنساني في إحساسه بالألم والسرور وشعوره
بالحزن والفرح، وإنما القصد ألا تتحول الفرحة الطاغية إلى نشوة تخرج عن الصواب، ويتحول
الحزن الشديد إلى هاجس يسحق الإرادة. إن يعقوب عليه السلام الذي فجع في ابنه يوسف
عليه السلام، عندما ادعى إخوته أنه قد أكله الذئب، لم يجد أمام هذه المصيبة التي لا حول له
ولا قوة إلا أن قال: ﴿فَصَبْرٌ جَمِيلٌ وَاللَّهُ الْمُسْتَعَانُ عَلَى مَا تَصِفُونَ﴾ [يوسف، الآية:
18]. وبينما هو ينتظر عودته وهو يتردد بين حياته أو موته؛ إذ به يتجدد الجرح القديم بجرح
جديد فيفقد شقيقه الآخر ولم يجد أمامه كذلك إلا أن يواجه هذه المصيبة بمثل ما واجه به
الأولى فقال: ﴿فَصَبْرٌ جَمِيلٌ عَسَى اللَّهُ أَنْ يَأْتِنِي بِهِمْ جَمِيعًا إِنَّهُ هُوَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ﴾
[يوسف، الآية: 83].

فعلّمنا كيفية التشبث برحمة الله والتعلق بشعاع الأمل الذي لا تطفئه المصائب المتلاحقة، وعلم
حينها أبناءه هذا السلوك العالي و هذا الثبات في وجه العواصف القاسية فقال لهم: ﴿ادْهَبُوا
فَتَحَسَّسُوا مِنْ يُوسُفَ وَأَخِيهِ وَلَا تَيَاسُوا مِنْ رُوحِ اللَّهِ إِنَّهُ لَا يَيَّاسُ مِنْ رُوحِ اللَّهِ إِلَّا الْقَوْمُ
الْكَافِرُونَ﴾ [يوسف، الآية: 87].

هل سمعنا يوما أن الصراخ يحي الموتى أو أن الحزن الشديد يعيد المفقودين أو أن الحزن يوصل
إلى الراحة والسعادة، إن المصائب قد تكون إيقاظا للإيمان النائم ورجعة صادقة بالإنسان إلى الله
تعالى وهذه النتيجة تحول الداء إلى دواء، وتغيّر المحنة إلى المنحة، وما على المسلم إلا أن يتجه
دائما إلى صاحب الإرادة العليا وواهب الخير الجليل سبحانه، وفي هذا يقول سبحانه وتعالى:
﴿وَلَنْبَلُونَكُمْ بِشَيْءٍ مِنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالثَّمَرَاتِ وَبَشِّرِ
الصَّابِرِينَ الَّذِينَ إِذَا أَصَابَتْهُمُ مُصِيبَةٌ قَالُوا إِنَّا لِلَّهِ وَإِنَّا إِلَيْهِ رَاجِعُونَ أُولَئِكَ عَلَيْهِمْ
صَلَوَاتٌ مِنْ رَبِّهِمْ وَرَحْمَةٌ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُهْتَدُونَ﴾ [البقرة، الآية: 155].

إن المرونة في مواجهة المصائب دلالة على التأدب مع الله تعالى وسكينة في ملاقاته قدره، وهي
علامة على غنى النفس، كما قال النبي صلى الله عليه وسلم: «وارض بما قسم الله لك تكن أغنى

الناس»⁽¹⁾.

2- الموضوعات التشريعية:

أ- حديث الصباح:

في الحصة المؤرخة في: 2007/07/16 تحت عنوان "هدي الإسلام في الزواج"، يقول معدّ الحصة: إن الإسلام يدعو إلى التكاليف البسيطة السهلة، ويدعو إلى تيسير المهور، فالنبي صلى الله عليه وسلم تزوج نساءه بمهور يسيرة، وزوّج بناته بمهور يسيرة، زوّج ابنته فاطمة وهي سيدة نساء العالمين بدرع، وجّهّها جهازا بسيطا. لم يطلب النبي صلى الله عليه وسلم لها مهرا بالملايين، ولم يجهزها بجهاز عظيم، ولم يكن عرسها حفلا كبيرا، ولا فراشها فراشا وثيرا، إنما زوّجها بدرع، وماذا تفعل بالدرع؟ هل هي رجل حتى تحارب به؟

جهزها جهازا بسيطا وكان بإمكانه أن يجهزها بأعظم جهاز ممكن، ولكنه لم يفعل. لماذا كل ذلك؟ ليعلم المسلمون أن العبرة في زواج البنت ليس بالمهر الغالي ولا بالجهاز العظيم والثياب الفاخر، وإنما العبرة في تزويج البنت في تحصينها، في تزويجها من زوج صالح يرعاها ويستترها، وهذا الذي ينبغي أن يحرص عليه الآباء والأمهات، ينبغي أن يحرصوا على الإنسان الذي يريد أن يتزوج ابنتهم، وليس على المهر الغالي والجهاز الفاخر والشخصية المرموقة، وهذا ما كان يحرص عليه السلف الصالح من البنات والآباء والأمهات، كانوا يحرصون على الرجل الصالح، لا يهتم بعد ذلك المهر أو الجهاز أو أي شيء آخر.

عن عامر ابن ربيعة رضي الله عنه أن امرأة من بني فزارة تزوجت على نعلين - أي حذاءين - فقال النبي صلى الله عليه وسلم: «أرضيت عن نفسك ومالك بنعلين؟ فقالت: نعم. فأجازه النبي صلى الله عليه وسلم»⁽²⁾.

وعن بن مالك رضي الله عنه قال: "تزوج أبو طلحة أم سليم فكان صداق ما بينهما الإسلام"، أسلمت أم سليم قبل ابن طلحة، فخطبها فقالت: إني أسلمت، فإن أسلمت نكحتك، فأسلم فكان الصداق بينهما الإسلام.

وجاء الخليفة عبد الملك ابن مروان إلى سعيد ابن المسيّب سيد التابعين وأفقهم يخطب ابنته لابنه فرفض سعيد ابن المسيّب أن يزوج ابنته من ابن الخليفة، وزوّجها لأحد طلاب العلم في

(1) رواه الترمذي عن أبي هريرة رضي الله عنه.

(2) رواه الترمذي، باب مهور النساء.

هذه فتاة تجعل مهرها الإسلام، وهذا أب يرفض أن يزوج ابنته من ابن الخليفة ويزوجها من طالب علم؛ لأنهم كانوا يحرصون على الرجل الصالح أكثر من حرصهم على المال والجاه والسلطة. فأين بناتنا وآباؤنا وأمهاتنا من هؤلاء؟ الذين أصبحوا يطلبون أغلى المهور وأغلى الثياب وأغلى الأثاث، فمن أين للشباب صاحب الدخل المحدود أو المتخرج حديثاً من الجامعة أن يأتي بذلك.

ينبغي أن نعيد النظر في تلك العادات والتقاليد والأعراف التي ما أنزل الله بها من سلطان، لا بد أن نعلن ثورة على هذه التقاليد الفاسدة التي منعت أبناءنا وبناتنا من الزواج، لا قداسة لتقاليد تتعارض مع هدي النبي صلى الله عليه وسلم، لا بد أن نعود في أمور الزواج إلى هدي النبي صلى الله عليه وسلم، فنيسر المهور، ونلغي الشروط الزائدة، حتى نساعد أبناءنا وبناتنا على الزواج، ونتخلص من شبح العزوبة والعنوسة المدمرة التي يعيشها أبناءنا وبناتنا في هذا الواقع الذي لا يرحم المليء بالمثيرات والانحرافات.

فيا أيها الآباء والأمهات المفتاح لأزمة أبنائكم وبناتكم في أيديكم، اتركوا المغالاة في المهور، اتركوا الشروط التعجيزية، لا تمنعوا بناتكم من الزواج بسبب هذه العادات والتقاليد الفاسدة المضرة، بناتكم لسن سيارات أو أبقار تطلبوا فيهن أغلى الأثمان، بناتكم أرفع قدراً من ذلك، بناتكم يردن الزواج، يُردن الإستقرار، يردن أزواج يأنسن إليهم، يردن أولاد ينعمن بهم، هذا الذي تردنه بناتكم فأعينوهن على ذلك، ولا تمنعهن من الزواج بسبب هذه التعقيدات، الرجاء أفهموهن، إنهن يمتنعن الحياء من أن ينطقن بهذه الحقيقة، كل ولي أغلق باباً من أبواب الزواج أمام ابنته إلا فتح أمامها باباً من أبواب الرذيلة.

ب- سلوكيات حضارية:

في الحصة المؤرخة في: 2007/07/16 تحت عنوان "اختيار المرأة" يقول معاً الحصة: خطابنا يكون موجهاً اليوم إلى الرجل كما يكون خطابنا موجهاً إلى أمه، فاختيار المرأة شيء صعب، ربما يسأل سائل فيقول: النساء موجودات في المجتمع، فأصعب شيء بالنسبة للرجل اختيار هذه المرأة، كيف يكون هذا الشيء صعباً، كيف يختار هذه المرأة، أين يختار هذه المرأة، كيف تكون صفاتها وأخلاقها، ربما يأتي بها إلى البيت كيف تكون معاملتها مع أمه، مع إخوته، مع أخواته، كيف يختار المرأة التي تجمع البيت التي لا تفرق هذه المرأة التي تكون أداة إصلاح في البيت، أداة خير، لا تكون أداة إفساد، فأيهما يختار؟

يقول قائل: النساء في كل مكان، كيف تختار هذه المرأة التي تدخل البيت، يرى نساء كثيرات يصعب عليه الاختيار، فجاء الإسلام السمع بتعاليمه، كما أعطى للرجل اختيار المرأة أعطى للمرأة اختيار الرجل وأعطى لها مكانة، عندما أعطى النبي صلى الله عليه وسلم للمرأة، للزوجة، للأم، كيف تختار لابنتها، كيف تختار الرجل السعيد لابنتها، قال النبي صلى الله عليه وسلم: «إذا جاءكم من ترضون دينه وخلقه فزوجوه إلا تفعلوا تكن فتنة في الأرض وفساد كبير»⁽¹⁾. إن المرأة تختار الرجل لأخلاقه وليس لماله وجاهه على حساب الأخلاق والتربية، فكذلك الرجل يختار كيف يختار هذه المرأة، فوضع الإسلام كيف تختار المرأة، فقال الرسول صلى الله عليه وسلم: «تنكح المرأة لأربع لمالها ولجمالها ولنسبها ولدينها فاظفر بذات الدين تربت يداك»⁽²⁾.

الرسول صلى الله عليه وسلم يعلم أن هذا الشاب يكون قلقا، يكون مضطربا كيف يختار المرأة، فبين له أنه يجوز له اختيار المرأة لمالها ولجمالها، حتى لا ينظر بعد الزواج لغيرها فتكفيه، ربما لحسبها ونسبها وتكون عائلة محترمة، وكذلك قال لدينها، للدين، للأخلاق، للتربية، فقال: «فاظفر بذات الدين تربت يداك».

كل هذه الأمور الأربع فهي لك، ولكن أساس اختيار المرأة دوام العشرة والمحبة بين الرجل والمرأة، وبين هذه العائلات التي تصبح في حسب ونسب بينها هو الدين والأخلاق والتربية التي تدوم، لا يدوم المال والجمال، ربما لمرض يذهب جمالها، ربما لدين يذهب مالها، ربما الحسب والنسب لا يفيد إذا كانت المرأة صاحبة المشاكل. فتوفر هذه الشروط شيء رائع أن يختار امرأة فيها هذه الشروط الأربع، فإذا اختارها لمالها لا بد أن تكون ذات أخلاق، وإذا اختارها لجمالها لا بد أن تكون ذات أخلاق، وإذا اختارها لحسبها لا بد من الدين، لكن إذا اختارت المرأة لمالها ووجدتها ذات أخلاق سيئة فتتحمل مسؤوليتك. كذلك تختار المرأة لدوام العشرة، حتى لا تكون هناك مشاكل وعداوة في البيت وتناطح وتدابر، يقال قديما في المثل الشعبي: "المرأة دي الدار"، أي المرأة تختار للدار فهي تعيش للدار كاملة.

لذلك ينبغي للرجل أن يختار المرأة لدينها وأخلاقها وتربيتها، حتى تحفظ ماله وعرضه وكرامته في غيابها، فالرجل لا بد أن يختار المرأة كما أمر الإسلام حتى تكون هناك مودة ورحمة، قال الله

(1) رواه الترمذى بلفظ: «إِذَا جَاءَكُمْ مِنْ تَرْضُونَ دِينَهُ وَخُلُقَهُ فَأَنْكِحُوهُ، إِلَّا تَفْعَلُوا، تَكُنْ فِتْنَةٌ فِي الْأَرْضِ وَفَسَادٌ كَبِيرٌ».

(2) رواه مسلم عن أبي هريرة رضي الله عنه.

تعالى: ﴿وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ﴾ [الروم، الآية: 21].

ج- فتاوى على الهواء:

في الحصة المؤرخة في: 2007/08/03 تحت عنوان "حكم الإسلام في الموسيقى والغناء" يقول ضيف الحصة: إن الغناء مما عمّت به البلوى، فلا تكاد تتجه إلى مكان إلا وتسمع فيه الغناء، ولا تكاد تمر بجانب بيت إلا وتسمع فيه غناء، ولا تكاد تخلو إذاعة في هذا العصر إلا وفيها الغناء، فما هو حكم الإسلام في الغناء؟

الغناء أصبح لا تنفك حياة الإنسان عنه، وفي كل لحظة يمكن للإنسان أن يطرق سمعه هذا الغناء، ولذلك احتار الناس في حكمه ويسألون احتياطا لدينهم.

العلماء اختلفوا في هذه المسألة وهي حكم الغناء والموسيقى في الإسلام، منهم من فتح أذنيه لكل نوع من الغناء ولكل لون من ألوان الموسيقى، وهناك منهم من صمّ أذنيه عن كل غناء وموسيقى بالتحريم المطلق الجازم، وهناك من تردد بين هؤلاء وهؤلاء بين من يجيزه مرة ويحرّمه مرة أخرى، وبين من يحرمه في موضع ويحلّه في موضع آخر، لكن ما يمكن أن نقوله في مجمله أنهم قد اتفقوا بتحريم الغناء في مواطن معينة كأن هذا الغناء يشتمل على كلمات محرمة أو كلمات تخالف آداب الإسلام وأخلاقه كأن تدعو إلى فتنة أو إثارة غرائز وشهوات أو يشمل على كلمات بذيئة، فهذا الغناء الذي يشمل على محرم، أو يدعو إلى محرم، أو يحرض ويشجّع على هذا المحرم، أو يقرّ ويذكر بهذا المحرم، فالعلماء اتفقوا جميعا على تحريم هذا النوع من الغناء. ولكن كذلك اتفقوا على إباحة الغناء في مواطن أخرى إذا خلى من هذه المحرمات وكان له قصد أو مبرر لمناسبة معينة كالعرس أو الأفراح أو الختان أو الجهاد أو استقبال غائب من سفر، فإذا كان لا يشتمل على محرم فالعلماء اتفقوا على إباحته.

ولكن اختلفوا فيما وراء ذلك اختلافا بيّنا مما يثير الشك والريبة وما يزيد الموضوع غموضا لدى كثير من الناس، فلذلك اقتضى الأمر أن نفصل في هذه المسألة.

بداية لا بد أن نؤكد أن لفظة الغناء ومدلولها ومضمونها لفظة شريفة، ولفظة نظيفة، ولفظة شرعية، وإنما الإستعمال والتطبيق السيء لكلمة الغناء واشتهارها واختزلها في نمط معين من الفنون القولية أو السماعية جعل كثيرا من المتدينين يحتاطون أو يترددون أو يمكن دائما يسيئون فهم موضوع الغناء، فيحكمون على كل ما يسمى غناء بأنه حرام، وكأن لفظة الغناء في حد ذاتها محرمة، والأصل أن لفظة الغناء وردت في نصوص شرعية من الأحاديث النبوية الشريفة

بحيث يستعملها النبي صلى الله عليه وسلم في موضع المدح وليس في موضع الذم، وهذا يدل على أن لفظة الغناء في حد ذاتها ليست مشكلة، وليست محرمة لذاتها، ومن الأمثلة: قال النبي صلى الله عليه وسلم: «ليس منا من لم يتغن بالقرآن»⁽¹⁾. وقال صلى الله عليه وسلم: «ما أذن الله لشيء ما أذن لني حسن الصوت يتغنى بالقرآن يجهر به»⁽²⁾. وقال صلى الله عليه وسلم: «زَيَّنُوا الْقُرْآنَ بِأَصْوَاتِكُمْ فَإِنِ الصَّوْتُ الْحَسَنُ يَزِيدُ الْقُرْآنَ حُسْنًا»⁽³⁾.

ولذلك ابتداء لا بد أن نزرع هذه الشبهة وهذا الفهم الخاطئ حول لفظة الغناء، كذلك لا بد أن نبه إلى أن الصوت الحسن، وإلى أن فن الجمال المسموع الأصل فيه أن الإسلام لا يعترض عليه بل يدعو إليه ويذكر به، على سبيل المثال القرآن الكريم دائما ينبه الإنسان المسلم ويقول بأن المسلم في حد ذاته عميق الإحساس بالجمال في الكون والحياة، والقرآن الكريم دائما يربط بين المنفعة المادية أو الحسية وبين الجمال المعنوي، والإسلام ينبه المسلم أنه لا تعارض بينهما، لا بين المصلحة المادية ولا بين الجمال كفن، ومن جملته مثلا فن الجمال المسموع كالغناء، ولذلك القرآن الكريم عنده عناية خاصة ونبه المسلم إليه مثلا الجمال الموجود في الحيوان، قال الله تعالى: ﴿وَاللَّائِمَاتِمْ خَلَقَهَا لَكُمْ فِيهَا دِفءٌ وَمَنَافِعُ وَمِنْهَا تَأْكُلُونَ﴾ [النحل، الآية: 5]. هذا إشارة إلى المنفعة المادية، و لكن إلى جانب المنفعة المادية ينبه القرآن المسلم إلى المنفعة المعنوية المتمثلة في الجمال المودع في الحيوان، يقول الله تعالى: ﴿وَلَكُمْ فِيهَا جَمَالٌ حِينَ تُرِيحُونَ وَحِينَ تَسْرَحُونَ﴾ [النحل، الآية: 6]. كذلك في آية أخرى ينبه القرآن ويُقرن بين المنفعة المادية والإحساس بالجمال فيقول سبحانه وتعالى: ﴿وَالْخَيْلِ وَالْبِغَالِ وَالْحَمِيرِ لَتَرَ كِبْوَهَا وَزِينَةً﴾ [النحل، الآية: 8]. إشارة إلى الجمال المودع فيها. مثلا في البحر يقول الله تعالى: ﴿وَهُوَ الَّذِي سَخَّرَ الْبَحْرَ لِتَأْكُلُوا مِنْهُ لَحْمًا طَرِيًّا وَتَسْتَخْرِجُوا مِنْهُ حِلْيَةً تَلْبَسُونَهَا﴾ [النحل، الآية: 14]. إشارة إلى الجمال. وربنا أمرنا خاصة في المساجد بقوله: ﴿يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ﴾ [الأعراف، الآية: 31].

(1) رواه البخاري عن أبي هريرة رضي الله عنه.

(2) رواه مسلم عن أبي هريرة رضي الله عنه.

(3) رواه الحاكم عن البراء ابن عازب رضي الله عنه.

نلاحظ أن القرآن الكريم يعمق إحساس المسلم بهذا الجمال المودع في الكون، ومن جملة هذا الجمال الموجود في الكون الصوت الحسن ما يمكن أن نسميه بالغناء والموسيقى. لذلك نقول ابتداءً أن الإسلام لا يتعارض، لا مع الصوت الحسن، ولا مع الغناء، ولا مع الفن، ولا مع الموسيقى، ولا مع هذا الفن الجمالي المسموع. ولكن للأسف الشديد العلماء اختلفوا في مسألة الغناء في الإسلام، ونحن الآن نناقش هذه الأدلة:

- الذين قالوا بتحريم الغناء:

استدل المحرمون للغناء بقول الله تعالى: ﴿وَمِنَ النَّاسِ مَن يَشْتَرِي لَهْوَ الْحَدِيثِ لِيُضِلَّ عَن سَبِيلِ اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَيَتَّخِذَهَا هُزُوًا أُولَٰئِكَ لَهُمْ عَذَابٌ مُّهِينٌ﴾ [لقمان، الآية: 6]. وفسروا الحديث بأنه الغناء، وروى ذلك عن ابن مسعود وابن عباس أنهم فسروا الحديث بالغناء، وبالتالي هذه الآية يعتقدون أنها دليل في التحريم، ولكن هذا الدليل ليس صريحاً في تحريم الغناء وفيه نوع من التفسير والمناقشة.

فنقول أولاً: تفسير الحديث بالغناء ليس متفقاً عليه بين العلماء، لا بين الصحابة، ولا بين التابعين، ولا بين العلماء، ولم يثبت عن النبي صلى الله عليه وسلم أنه فسّر الحديث بالغناء وهو أولى بالتفسير والتبيين كما قال الله تعالى: ﴿لَتُبَيِّنَنَّ لِلنَّاسِ مَا نُزِّلَ إِلَيْهِمْ﴾ [النحل، الآية: 44]. وهذه مهمته في البلاغ والبيان، ولكن النبي صلى الله عليه وسلم لم يبين ولم يفسّر الحديث بالغناء، وإنما هو اجتهاد ورأي لصحابيين أو مجموعة من الصحابة وليس دليلاً على الإجماع في ذلك.

ثانياً: أن هذه الآية هناك من الصحابة والتابعين من خالفوهم في تفسيرها، فيدل على أن المسألة ليست على إطلاقها، كما أن المقصود المذموم في الآية: ﴿مَن يَشْتَرِي لَهْوَ الْحَدِيثِ لِيُضِلَّ عَن سَبِيلِ اللَّهِ﴾ يعني أن من يشري لهو الحديث ولا يضل عن سبيل الله فليس مقصوداً بهذه الآية وليس مذموماً، ولذلك فمن يستمع للغناء من باب الترويح على النفس، ومن باب سماع الفن الجمالي المسموع المودع في هذا الكون، فإنه إذا كان لا يقصد بذلك الضلال والانحراف، ولا الصد عن سبيل الله، والوقوف في وجه الشريعة الإسلامية، وإفساد أخلاق الناس؛ فإن الآية لا تصدق عليه، وبالتالي لا تعتبر دليلاً صريحاً في تحريم الغناء، ولذلك قال العلماء المسألة ليست

محصورة إذن في الغناء فكل من يشتري مصحفاً ويجرفه ليضل به الناس فذلك محرماً، ولذلك هذه الآية لا تصلح أن تكون دليلاً صريحاً في تحريم الغناء.

الدليل الثاني: قال الله تعالى: ﴿وَإِذَا سَمِعُوا اللَّغْوَ أَعْرَضُوا عَنْهُ﴾ [القصص، الآية: 55]. وقالوا الغناء من اللغو فوجب الإعراض عنه. فالعلماء عندما ناقشوا هذا الدليل قالوا أن هذه الآية ليست صريحة في تحريم الغناء، يظهر أن المقصود باللغو في هذه الآية هو سفه القول من السب والشتم، وبقية الآية ينطق بذلك، قال الله تعالى: ﴿وَقَالُوا لَنَا أَعْمَالُنَا وَلَكُمْ أَعْمَالُكُمْ سَلَامٌ عَلَيْكُمْ لَا نَبْتَغِي الْجَاهِلِينَ﴾ [القصص، الآية: 55]. فدلّ على أن المقصود باللغو هنا هو السب والشتم والكلام البذيء، والكلام البذيء سواء كان في الغناء أو غيره فهو محرّم، والأصل اللغوي للغو هو ما لا فائدة منه، وسماع ما لا فائدة منه ليس محرماً بل هو من المباحات، ولكن بشرط ما لم يضيع حقاً أو يشغل عن واجب. ولذلك روي أن ابن جريج أنه كان يرخص في سماع الغناء، ف قيل له: أيؤتى به يوم القيامة من جملة حسناتك أم من جملة سيئاتك؟ فقال: لا في حسناتك ولا في سيئاتك. فقال أنه شبيه اللغو والله تعالى يقول: ﴿لَا يُؤَاخِذُكُمُ اللَّهُ بِاللَّغْوِ فِي أَيْمَانِكُمْ﴾ [البقرة، الآية: 255]. إذا كان هذا هو اللغو الذي لا يؤاخذنا الله به هو قسم بالله وقسم في غير محله من غير قصد ولا نية لا يؤاخذ الإنسان عليه، فما بالك إذا كان كلام إنسان عادي حتى ولو سمي لغواً فهو ليس بالضرورة محرماً.

الدليل الثالث: كما استدلووا لتحريم الغناء بقول الرسول صلى الله عليه وسلم: «كل لهُو يلهو به المؤمن فهو باطل إلا ثلاثة ملاعبة الرجل أهله وتأديبه فرسه ورميه عن سهمه»⁽¹⁾. قال العلماء أن هذا الحديث فيه اضطراب بمعنى حديث ضعيف، فقالوا كل لهُو فهو باطل إلا ثلاثة والغناء خارج عن الثلاثة إذن فالغناء باطل. وعلى افتراض أن الحديث صحيح فقوله صلى الله عليه وسلم فهو باطل لا يدل على التحريم بل يدل على عدم الفائدة فقط، فقد روي عن أحد الصحابة وهو أبو الدرداء قوله: «إني لأستجم نفسي بالشيء من الباطل ليكون أقوى لها على الحق».

والنبي صلى الله عليه وسلم كان ينظر هو وعائشة رضي الله عنها للحبشة وهم يلعبون بالحراب

(1) رواه أصحاب السنن الأربعة.

في المسجد، هل هذا يدخل في الثلاثة؟ لا يدخل، هل هو من اللهو؟ نعم، هل هو محرم؟ لا. وإلا لمنع عائشة من النظر. كذلك سماع أصوات العصافير لا أحد من العلماء قال بحرمته سماعه. الدليل الرابع: قال النبي صلى الله عليه وسلم: «ليكونن قوم من أمي يستحلون الحر والحريم والخمر والمعازف»⁽¹⁾. العلماء ناقشوا هذا الدليل وقالوا أنه لا يصلح دليلاً للتحريم، وقالوا هذا حديث معلق يعني غير متصل الإسناد والإمام البخاري رواه في المعلقات. وعلى افتراض صحة الحديث، فإن مدلوله فيه خلاف، فقد اختلف العلماء في معنى المعازف هل هي الملاهي أم الآلات الموسيقية، وعلى افتراض أن الآلات الموسيقية فقد ثبتت أدلة على جواز بعض الآلات مثل الدف كما في الزواج، يقول النبي صلى الله عليه وسلم: «فصل ما بين الحلال والحرام الدف والغناء»⁽²⁾. وفي رواية: «الدف والصوت»، فدل على أنه ليست كل المعازف محرمة، وبالتالي لا يمكن أن نأخذ الحديث على إطلاقه.

وكذلك لأنهم اختلفوا هل هذه الأشياء المذكورة "الزنا والحريم والخمر والمعازف" هل هي محرمة مجتمعة أم هي محرمة منفردة؟ ولا خلاف بين العلماء في تحريمها مجتمعة، لكن استقلال المعازف أو آلات الموسيقى بعيداً عن باقي الحرمات لا يوجد دليل صريح في تحريم الآلات الموسيقية بدليل أن الخمر ذكرت في دليل مستقل.

الدليل الخامس: استدلو بما رواه نافع عن ابن عمر أنه سمع صوت مزار راع فوضع إصبعيه في أذنيه وعدل براحلته عن الطريق وهو يقول أتسمع يا نافع، فيقول نعم، حتى قال: لا، فرفع يديه وقال: رأيت رسول الله صلى الله عليه وسلم يسمع مزار راع فصنع مثل هذا.

فالعلماء الذين ناقشوا هذا الدليل قالوا هذا الحديث رواه أبو داود وقال هذا حديث منكر. وعلى افتراض صحة هذا الدليل فهو دليل على الجواز لا على التحريم؛ لأن ابن عمر أقر نافع في سماعه فقال له: أتسمع، وقال ابن عمر: رأيت رسول الله صلى الله عليه وسلم يفعل ذلك. فدل على أن رسول الله صلى الله عليه وسلم أقر ابن عمر في سماعه، وإنما النبي صلى الله عليه وسلم أخذ احتياطاً ألا يسمع ولو كان محرماً هذا المزار لمنعه من السماع.

- أدلة القائلين بحل الموسيقى والغناء:

هذه الأدلة التي استند إليها المحرمون ضعيفة غير صحيحة والصحيح منها غير صريح في تحريم

(1) رواه البخاري.

(2) رواه البيهقي في السنن عن محمد بن حاطب مرسلًا بلفظ: «فصل بين الحلال والحرام الصوت وضرب الدف في النكاح».

الغناء، والعلماء قرروا هذه الإباحة؛ إذ الأصل في الأشياء الإباحة، وربنا سبحانه وتعالى قال في الآية: ﴿وَقَدْ فَصَّلَ لَكُمْ مَا حَرَّمَ عَلَيْكُمْ﴾ [الأنعام، الآية : 119]. والنبى صلى الله عليه وسلم صرح بأن المحرمات المذكورة في القرآن فقال: « مَا أَحَلَّ اللَّهُ فِي كِتَابِهِ فَهُوَ حَلَالٌ، وَمَا حَرَّمَهُ فَهُوَ حَرَامٌ، وَمَا سَكَتَ عَنْهُ فَهُوَ عَفْوٌ، فَاقْبَلُوا مِنَ اللَّهِ عَافِيَتَهُ، فَإِنَّ اللَّهَ لَمْ يَكُنْ لِيَنْسَى شَيْئًا، ثُمَّ تَلَا هَذِهِ الْآيَةَ: ﴿وَمَا كَانَ رَبُّكَ نَسِيًّا﴾⁽¹⁾. وهذه الأدلة هي:

1- ما ورد في الصحيحين من حديث غناء الجاريتين عند عائشة في يوم العيد وأن النبي صلى الله عليه وسلم كان متوسدا فدخل عليهم أبو بكر الصديق فنههما وقال: أمزور الشيطان في بيت رسول الله صلى الله عليه وسلم، فقام النبي صلى الله عليه وسلم وقال له: « دعهما يا أبا بكر فإنه يوم عيد ولتعلم يهود أنه في ديننا فسحة وإنما بعثت بحنيفة سمحة»⁽²⁾.

فدلّ على أن غناء الجاريتين كان في زمن النبي صلى الله عليه وسلم وفي حضرته وفي بيته ومع عائشة، ولما اعترض أبو بكر رد عليه النبي صلى الله عليه وسلم وأجاز وأقرّ غناء الجاريتين، وهذا الحديث صحيح و صريح.

2- ما رواه البخاري عن عائشة أنها زفت امرأة إلى رجل من الأنصار فقال لها النبي صلى الله عليه وسلم: « أهديتم إلى بعلمها؟ فقلت: نعم، فقال: أرسلتم معها من يغني لها؟ فقالت: لا يا رسول الله، فقال النبي صلى الله عليه وسلم: إن الأنصار قوم فيهم غزل فلو بعثتم معها من يقول: أتيناكم أتيناكم فحيانا وحياكم ولولا الذهب الأسمر ما حلت جواريكم ولولا الحنطة السمرء ما سممت عذاريكم». «.

الضوابط والقيود والشروط التي ينبغي مراعاتها في سماع الغناء:

1- لا بد من مراعاة مضمون وموضوع الغناء، فهو يحدد حكم الغناء، فلو كان مضمون الغناء من الكلمات والمعاني والإيحاء والتأثير سلبي يثير الغرائز ويدفع إلى الشهوات والمعصية ويذكر بها، فأبى موضوع للغناء لا يتفق ولا ينسجم مع آداب الإسلام، ومع الحياء، ومع أخلاق

(1) رواه أبو داود عن ابن عباس.

(2) رواه البيهقي في شعب الإيمان بلفظ: «دخل أبو بكر وعندي جاريتان من جوارى الأنصار يغنيان بما تناولت الأنصار يوم بعثت قالت: وليستا بمغنيتين فقال أبو بكر: أمزور الشيطان في بيت رسول الله صلى الله عليه وسلم وذلك يوم عيد فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: يا أبا بكر إن لكل قوم عبدا وهذا عيدنا»، وليس فيه زيادة: «ولتعلم يهود أنه في ديننا فسحة وإنما بعثت بحنيفة سمحة»، وإنما هو حديث آخر.

الإسلام، فإن الغناء محرم.

2- طريقة الأداء للأغنية: قد تكون الكلمات جميلة ونظيفة وبريئة ولكن طريقة أداء المغني بإجاءات غريزية والغمز واللمز كما هو في الفيديو كليبات الموجودة اليوم، وفرق بين أن يغني إنسان فاسق وفاجر ومعروف بانحرافه وبين غيره.

3- يجب ألا يقترن هذا الغناء بمحرم أو يدعو ويشجع على المحرم أو يقرّ ويمجّد هذا المحرم.

4- الغناء كغيره من المباحات لا بد ألا يؤول إلى المبالغة والإسهاب، ألا يكون ديدن الإنسان في كل الأوقات وفي كل المناسبات وكل الحالات وجميع أوقات الإنسان على حساب الواجبات والحقوق والتكاليف الأخرى.

5- موضوع الغناء يختلف من شخص إلى آخر، فقد يؤثر في الشباب الأعزب ويعتبر كارثة أخلاقية بالنسبة إليه بينما شخص آخر فهو أمر عادي.

ويخلص مقدّم الحصة في النهاية بالقول إلى أن أكثر الغناء في هذا الزمان هو ليس من الغناء المباح وهذه حقيقة ينبغي ألا نخفيها أن الغناء اليوم المنتشر في المجتمع من بين الغناء المحرم الذي لا ينبغي للإنسان أن يسمعه، أن يتجوز فيه، وهو صعب للإنسان أن يتغير بين عشية وضحاها.

نقول عليه أن يغير من نفسه ومن المجتمع شيئاً فشيئاً حتى يتخلص من كل هذه الرواسب التي هي من تأثير الحضارة الغربية علينا، ومن تأثير البعد عن الإسلام وأحكامه.

3- الموضوعات الإجتماعية:

أ- حصة حديث الصباح:

في الحصة المؤرخة في: 2007/09/03 وتحت عنوان: "من أخلاق المسلم لا يمنّ على من يعطيهم". يقول مقدّم الحصة: من أخلاق المسلم أنه جواد كريم، ومن أخلاقه كذلك أنه لا يمنّ على من يعطيهم، فالمسلم التقي الواعي إذا وفقه الله إلى العطاء والبذل في سبيله لا يمنّ على من أعطاهم، ويحرص على أن يكون ممن قال الله تعالى فيهم: ﴿الَّذِينَ يَنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ثُمَّ لَا يُتَّبِعُونَ مَا أَنْفَقُوا مَنًّا وَلَا أَذَىٰ لَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ﴾ [البقرة، الآية: 262]. ولا يخفى عليه أي شيء أحبط للعمل، وأبطل لثواب الصدقة من المن و الأذى، بل إن نداء الله للمؤمنين بالنهي والتحذير من المن الذي يبطل

الصدقات ويطيح بالحسنات ليملاً سمعه ويهزّ كيانه ويصرفه عن التفكير بالمن والأذى، قال الله تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَبْطُلُوا صَدَقَاتِكُمْ بِالْمَنِّ وَالْأَذَى ﴾ [البقرة، الآية : 264].

إن المنّ على الإنسان الفقير الذي أُلجأته حاجته للأخذ إهانة لإنسانيته، وامتهان لكرامته، وخطأ لقدره، وهذا كله محرم في شرعة الإسلام التي تعدّ المعطي والآخذ أخوين لا فرق بينهما إلا بالتقوى والعمل الصالح، والأخ لا يمنّ على أخيه، ولا يؤذيه في نفسه وكرامته، يقول له أعطيتك، وتصدقت عليك، وتفضلت عليك، ولولا أنا لمتّ جوعاً، ولولا أنا لبقيت فقيراً، ولولا عطائي لما استطعت أن تسكن، ولولا مالي لما استطعت أن تتزوج.

هذا المنّ منبوذ ومرفوض في الإسلام، ومن هنا اشتد الوعيد للمنان في الحديث الذي رواه مسلم عن أبي ذر؛ إذ صنفه الرسول صلى الله عليه وسلم في زمرة الأشقياء يوم القيامة ولا ينظر الله إليهم ولا يزكيهم فقال: « ثلاثة لا يكلمهم الله يوم القيامة ولا ينظر إليهم ولا يزكيهم ولهم عذاب أليم - قرأها ثلاث مرات - قال أبو ذر: خابوا وخسروا من هم يا رسول الله؟ قال: المسبل إزاره، والمنان، والمنفق سلعه بالحلف الكاذب ».

وبديهى أن المسلم الحق الذي أشربت روحه معاني الكرم مضياف يهش لاستقبال الضيف، ويسارع إلى إكرامه مستجيباً إلى خليقة الإسلام الأصيلة في نفسه، المنبثقة من الإيمان بالله واليوم الآخر، يقول النبي صلى الله عليه وسلم: « من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليكرم ضيفه »⁽¹⁾. فكرم الإنسان يؤكد إكرامه ضيفه أنه مؤمن بالله واليوم الآخر، ومن هنا سمي هذا الإكرام جائزة تقدم للضيف، وكأنها شكر له على ما أتاح للمضيف من عمل صالح يحقق به إيمانه، ويرضي ربه، يقول الرسول صلى الله عليه وسلم: « من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليكرم ضيفه جائزة، قالوا: وما جائزته يا رسول الله؟ يومه وليلته والضيافة ثلاثة أيام، فما كان وراء ذلك فهو صدقة »⁽²⁾.

إن إكرام الضيف في الإسلام عمل عزيز محب للمسلم الصادق يتاب عليه، وقد نظمه الإسلام ووضع له حدوداً، فجائزة الضيف يوم وليلة، ثم يأتي واجب الضيافة ومدته ثلاثة أيام، وما زاد على ذلك فهو صدقة تثبت في صحيفة الرجل الكريم المضيف. وليس إكرام الضيف في الإسلام أمراً اختيارياً يتبع الأمزجة والأهواء والنفسيات، وإنما هو واجب على المسلم، عليه أن يبادر إلى

(1) رواه البخاري ومسلم عن أبي هريرة رضي الله عنه.

(2) رواه البخاري ومسلم وأصحاب السنن من طريق سعيد بن أبي سعيد عن أبي شريح العدوي رضي الله عنه.

تأديته إذا قرع بابه طارق، أو نزل بفنائه ضيف. ليلة الضيف حق واجب على كل مسلم، فمن أصبح بفنائه فهو دّين عليه، فإن شاء اقتضاه، وإن شاء تركه كما ورد في الحديث. أما الذين يضيّقون ذرعا باستقبال الضيف، ويغلقون دونه الأبواب فلا خير فيهم كما جاء في الحديث الذي رواه الإمام أحمد عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: «لا خير فيمن لا يضيف». لقد جعل الإسلام الضيافة واجبة على كل مسلم، وعدّها حقاً مفروضاً للضيف لا ينبغي أن يقصّر في أدائه مسلم؛ فإن استحكّم شح النفوس في قوم، وبلغ بهم أن يمنعوا الضيف حقه، فإن الإسلام أذن للضيف أن يأخذ حقه منهم وذلك في الحديث الذي رواه الشيخان وغيرهما عن عقبة بن عامر رضي الله عنه قال: «قلت يا رسول الله: إنك تبعثنا فننزل بقوم فلا يُقرونا فماذا ترى في ذلك؟ فقال: إن نزلتم بقوم فأمر لكم بما ينبغي للضيف فاقبلوا وإن لم يفعلوا فخذوا منهم حق الضيف الذي ينبغي لهم».

إن الضيافة خلق إسلامي أصيل، ولذلك لا تجد مسلماً حسن إسلامه بخيلاً ممسكاً عن الضيف مهما كانت حاله، ذلك أن الإسلام علّمه أن طعام الإثنين يكفي الثلاثة، وطعام الثلاثة يكفي الأربعة، وألا خوف البتة من طروق الضيف المفاجئ، عن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: «طعام الواحد يكفي الإثنين وطعام الإثنين يكفي الأربعة وطعام الأربعة يكفي الثمانية».

إن إكرام الضيف من خصال المؤمن وأخلاقه التي كان يحرص عليها النبي صلى الله عليه وسلم، ويحرص عليها صحابته الكرام، ويحرص عليها الصالحون في كل زمان، وينبغي على المسلم الحق الذي يرجو الله واليوم الآخر أن يحرص على إكرام الضيف، ولا يتحرج منه؛ فإن في إكرامه إكرام له، ومن يكرم ضيفه؛ فإن الله عز وجل سيكرمه.

ب- حصة سلوكات حضارية:

في الحصة المؤرخة في: 2007/06/27 تحت عنوان: "الخيانة وتضييع الأمانة"، يقول معدّ الحصة: إنه لجدير بنا أن نتكلم عن سلوك غريب شاع بين الناس، ألا وهو الخيانة وتضييع الأمانة، فنلاحظ من يقرض مالا ولا يرده إلى صاحبه، وإلا رده بعد سنين مخالفاً لوعده وبعزة نفس، وإذا طلب إليه أداء المال استكبر ولا يبالي، وفي هؤلاء قال الله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ﴾ [الأفال، الآية: 27]. فالأمانة تبقى في رقبته حتى تؤديها، وتظن أنك إن لم تؤدّها أنك قد رجمتها كلا والله، فهذا خطأ، وفي قصة جمع فيها الرسول صلى الله عليه وسلم أصحابه وألقى عليهم سؤالاً، قال: من

المفلس؟ قالوا: من لا درهم له ولا متاع، قال صلى الله عليه وسلم: «المفلس من أمتي من يأتي يوم القيامة بصلاة وصيام وزكاة ويأتي وقد ضرب هذا وسفك دم هذا وأخذ مال هذا فيأخذ هذا من حسناته وهذا من حسناته فإذا فنت حسناته أخذ من سيئاتهم فطرح عليه ثم طرح في النار»⁽¹⁾.

والرسول صلى الله عليه وسلم لما بعث وجد الناس لا يبالون بالأمانة، فقال أنس بن مالك رضي الله عنه: خطبنا رسول الله صلى الله عليه وسلم فقال: «لا إيمان لمن لا أمانة له ولا دين لمن لا عهد له»⁽²⁾.

فالأمانة من مال وسرّ أخبار الناس لخلق كريم واسع الدلالة تتعدد صورته وتتنوع لتشمل الحياة كلها، من أكل الأمانة، وتضييع حقوق الناس، والإخلال بالنظام العام، لأمانة على اختلال الموازين، واضطراب القيم، وتقارب الزمان. فالإنسان يبالي بما عنده للآخرين، لا يقول "ما عندهم ما يديرو"، أو تقول: سأخون فلانا كما خانني، وأغتصب ماله وهو ينظر وأحطمه كما حطمني، فهذا خطأ وما لا ينبغي على المسلم السوي، وليس من السلوك البشري السوي أن الإنسان يؤدي أخاه المسلم، لا بد أن يؤدي الأمانة على وجهها المشروع ولو وافق إنسانا خانه وخدعه؛ لأن الخيانة من صفات المنافقين، لذلك قال الرسول صلى الله عليه وسلم ناصحا أميننا: «أدّ الأمانة إلى من ائتمنك ولا تخن من خانك»⁽³⁾. نصحا وتوجيها إلى قومه وأمته أن لا يخونوا عهدهم وميثاقهم بينهم؛ لأن الخيانة للأمانة إذا كانت لا تجوز بين المسلم والكافر فمن باب أولى المسلم لا بد أن تؤدي الأمانة التي فرضها الله عليك أن تؤديها وأمرك بها. فأداء الأمانة واجب اتجاه الآخرين حتى تكون بهذا السلوك إنسان طيب، إنسان ناجح، إنسان يعمل الخير ويدفع الشر.

ج- حصة فتاوى على الهواء:

في الحصة المؤرخة في: 2007/06/29 تحت عنوان "المخدرات" بمناسبة ذكرى اليوم العالمي لمكافحة المخدرات، يقول ضيف الحصة: لا شك أن تناول المخدرات والمتاجرة فيها والإدمان عليها هي إحدى الآفات الفتاكة المنتشرة في مجتمعنا وفي المجتمعات العالمية والتي باتت تشكل خطرا على النسيج الاجتماعي، وتشكل خطرا على صحة الأفراد وعلى الأسر، وتشكل

(1) رواه أحمد عن أبي هريرة رضي الله عنه، ولكن بلفظ: هل تدرون من المفلس، و في رواية: أتدرون.

(2) رواه البيهقي في شعب الإيمان.

(3) رواه الحاكم في المستدرک عن أنس رضي الله عنه.

خطرا على الأمة بصورة عامة، الأمر الذي يتطلب منا جميعا أينما كنا أن نضع أيدينا مع بعضنا البعض وأن نتكاتف جهودنا وأن نتضافر لكي نحد من هذه الظاهرة ولكي نقلل من أخطارها على أنفسنا وعلى أبنائنا وعلى أسرنا وعلى مجتمعنا بصورة عامة.

فما المقصود بالمخدرات، ولماذا يخصص يوم عالمي لمكافحةها، وما هي الأضرار الصحية والنفسية والإجتماعية والإقتصادية لهذه المخدرات، وما هي الأسباب التي تجعل هذه المخدرات تنتشر في المجتمع، وما هو الحكم الشرعي لتناول المخدرات والإتجار فيها، وكيف السبيل لمحاربة هذه الظاهرة والحد من انتشارها وحماية أبنائنا وأسرنا من أخطارها؟

المخدرات هي إحدى أمراض الإنسانية و مآسيها في هذا العصر، أصبحت من الأمراض الخطيرة التي تعاني منها البشرية جميعا بمختلف أديانها ومللها وثقافتها، وهي أول ما ظهرت في بلدان غير إسلامية، أوروبا وأمريكا، ولكن مع الأسف في المدة الأخيرة بدأت هذه الظاهرة تمتد حتى إلى المجتمعات العربية والإسلامية ومنها الجزائر، هذه بلادنا كانت في منأى عن هذه الظاهرة وكانت بعيدة حتى إلى سنوات قريبة جدا حين كانت الجزائر نقطة عبور- أي أن المخدر لا ينتج و لا يستهلك عندنا - عن طريق المهريين والتجار والسماسرة، ولكن في الآونة الأخيرة لاحظ الجميع، الصحافة والرأي العام والدعاة والخطباء إلى أن هذه الظاهرة، ظاهرة تعاطي المخدرات أصبحت تجدها موطنا في هذه البلاد وأصبحت الجزائر تتحول شيئا فشيئا إلى بلد مستهلك للمخدرات، وأصبحنا نجد قطاعات واسعة من الشباب ومن الكبار ومن الشيوخ في مختلف المرافق والمؤسسات حتى المؤسسات التربوية في المرحلة المتوسطة وصل أبنائنا إلى تناول وتعاطي المخدرات.

فمن الضرورة. يمكن تسليط الضوء على هذه الظاهرة، فما هي المخدرات؟
المخدرات لغة: جمع مخدر وتدور معاني خدرَ في اللغة حول الضعف والفتور والكسل والإسترخاء.

أما من الجانب العلمي الإصطلاحي المتداول في الأدبيات الإعلامية وعند الخبراء المقصود بالمخدرات: هي كل المواد التي تخدر الإنسان وتفقد وعيه وتغيبه عن إدراكه وتخرجه عن طبيعته المميزة ويترتب على تعاطيه الإدمان النفسي أو الجسمي حيث يصبح الإنسان أسيرا لما يتعاطاه.

من خلال تعريف المخدرات ندرك أن هناك أضرار وآثار سيئة جدا على صحة الإنسان وعلى الفرد والمجتمع، فما هي بعض هذه الأضرار؟

أسلفنا في التعريف أن المخدرات هي المواد التي تغيب العقل وتؤثر على الوعي هذا إلى جانب أن للمخدرات آثارا جسيمة على الفرد وعلى المجتمع وإلا لما كانت هذه الحالة وهذا الجهد الكبير من أجل التحسيس بمخاطرها ومحاربتها، وما ذلك إلا لكون هذه المواد وتعاطيها يشكل خطرا جسيما ومدمرا. ومخاطرها لا تعد ولا تحصى، فيها أضرار صحية يعرفها المختصون، وأضرار اجتماعية ونفسية.

أولا: الأضرار الصحية

الإدمان يؤدي إلى ضمور قشرة الدماغ التي تتحكم في التفكير والإرادة، وتؤكد الأبحاث الطبية أن تعاطي المخدرات ولو بدون إدمان يؤدي إلى نقص في القدرات العقلية وإلى إصابة خلايا المخ بالضمور مما يخل بقدرة الشخص على الوقوف من غير ترنح، كما يصاب المدمن بنوبات من الهذيان والإرتعاش وفقدان الوعي وتليّف كبده وتخريب طحاله ويصاب بالتهاب في الأعصاب المتعددة فيؤدي في بعض الأحيان إلى فقدان البصر والتهاب مزمن في البلعوم والمريء وقد يؤدي إلى سرطان المريء، القيء المتكرر، فقدان الشهية مما يؤدي بدورها إلى الهزال الشديد، تهيج الأغشية المخاطية للأمعاء والمعدة مما يؤدي إلى احتقانها وتقرحاتها وينتج عن هذا نوبات إسهال وإمساك وسوء هضم وسوء امتصاص للأمعاء. وكلّ المخدرات يدعي متعاطوها تزيد في متعتهم الجنسية بل العكس تماما فهي تؤدي إلى العجز الجنسي والعنانة الكاملة والبرودة الجنسية عند المرأة. الشعور بالإضطهاد والكآبة والتوتر العصبي النفسي، حدوث أهلاس سمعية وبصرية مثل سماع أصوات ورؤية أشياء لا وجود لها في واقع الأمر، تخيلات قد تؤدي إلى الخوف فالجنون وفي بعض الأحيان الإنتحار، كما تحدث عند المدمنين اضطرابات في تقدير الزمان والمكان مما ينتج عنه أحكام خاطئة، وضعف في التركيز وهذا يقلل تفاعل المدمن مع محيطه بحيث لا يسعه أي شيء مثل ما تكون سعادته كبيرة بالحصول على المخدر.

ثانيا: الأضرار النفسية

- إصابة الإنسان بنوبة من النسيان بحيث يصبح لا يتذكر وليس له القدرة على استحضار الأشياء الماضية.

- غياب العقل واختلاله فلا يستطيع أن يركز أو يهتم بالأمر أو يحلها.

- يصاب بنوبات من الإضطرابات والهلوسة تؤثر على عقله وعلى نفسه وعلى كيانه كله.

ثالثا: الأضرار الإقتصادية

- ضياع الأموال، فهناك ميزانيات ومبالغ ضخمة في سبيل المخدرات وهو مستعد يسرق أو يأخذ أغراض بيته ليحصل على المخدرات.

- ضياع الجهود والأوقات وتأتي على أعمارهم وعلى حياتهم.

رابعا: الأضرار الاجتماعية

- تجعل المدمن عائلة على الأسرة، ومصدر قلق وعدم استقرار لها.

- مفتاح الدخول إلى عالم الإنحراف والمعاصي من زنا وشذوذ جنسي والإخلال بالأمن وارتكاب الجرائم.

أسباب انتشار المخدرات:

ما هو السرّ في هذا الإنتشار المذهل لظاهرة المخدرات؟ في الحقيقة أن انتشار هذه الظاهرة في أوساط الشباب لها أسباب عديدة، هناك أسباب ذات بعد عالمي عابر للأوطان، وهناك أسباب على مستوى الشخص المتعاطي للمخدرات.

- السبب السياسي: تستعمل من قبل القوى الكبرى وقوى الهيمنة والإستعمار كسلاح وتوظف في الحروب من أجل إضعاف المجتمعات الأخرى، تروج المخدرات داخل المجتمع؛ لأن المخدرات تفعل مفعول سحري وسلاح فتاك في القضاء على تلك الأمة.

- السبب الإقتصادي: ربح المال وتكثير الثروة حيث أن المحترفين في البنسة والباحثين عن الثروة من كثير من الشبكات واللوبيات يهتمهم فقط الربح المادي، ولا يهم إن كان الأمر يقضي ويفتك بالناس.

- الهدف الإجتماعي: بعض القوى والدوائر التي تعمل على نشر الفساد الخلقي وتكوين الجريمة وقطع العلاقات الإجتماعية مثل الأترنت، فهناك ترويج ودعاية للمخدرات حتى يتجه الشباب إلى شرائها والإقبال عليها والإدمان عليها، وهم بعد ذلك يقطفون الثمار والربح المادي.

ومن أسباب الظاهرة الظروف الإجتماعية والإقتصادية القاهرة والصراع بين الوالدين وغياب الآباء عن متابعة أبنائهم مما يسهل الخلطة السيئة للأبناء مما يسهل الدخول في متاهات الكحول وبعد الكحول المخدرات، التسرب المدرسي المبكر.

الحكم الشرعي لتناول المخدرات:

الذي يتعاطى المخدرات لابد أن يبحث عن المبررات ولا يقول أنها حرام، بل حتى يؤول النصوص الشرعية لصالحه، والكلمة المشهورة هي أنها ليس هناك نص قرآني في تحريم المخدرات.

نقول أن حكم المخدرات في الإسلام محرم من نواح كثيرة :

- من حيث مقاصد الإسلام ذاته، فالإسلام جاء لحفظ الدين وحفظ النفس وحفظ العقل وحفظ النسل وحفظ المال، فكل الأشياء التي تضر بالدين أو النفس أو العقل أو النسل أو المال فهي حرام.

- من جانب النصوص الإسلام يحرم الأشياء التي فيها ضرر، فهل المخدرات فيها مضار أم لا؟ ونحن لو جلسنا في تعداد المضار لما انتهينا، والنصوص في هذا كثيرة، قال الله تعالى: ﴿وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا﴾ [النساء: الآية: 29]. وقال الله تعالى: ﴿وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ﴾ [البقرة، الآية: 195]. فهي نصوص صريحة تنهى عن كل ما يضر الإنسان أو يؤدي إلى قتل الإنسان.

- ثم هناك مسألة أخرى أن الله عندما يحرم شيء بالنص فالعلماء ينظرون على علة تحريمه، مثل الخمر في قوله تعالى: ﴿إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تَقْلِحُونَ إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنْتُمْ مُنْتَهُونَ﴾ [المائدة، الآيتان: 90-91]. لأن الخمر تخامر العقل فكل الأشياء التي تعمل عمل الخمر وتضر بعقل الناس وتضر بأجسامهم تأخذ حكم الخمر وهذا يسميه العلماء بالقياس، ولهذا قال عمر ابن الخطاب رضي الله عنه: "الخمر ما خامر العقل" أي غطاه.

المخدرات تعاطيها ونقلها وشراؤها والمتاجرة فيها وكل عمل يتعلق بها فهو حرام حرمة قاطعة لا خلاف فيها ولا شك ولا أحد قديما وحديثا قال بجلها.

- وهناك نصوص صريحة في تحريم المخدرات مثل قول الله تعالى: ﴿يُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ﴾ [الأعراف، الآية: 157]. وقوله تعالى: ﴿وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ﴾ [البقرة، الآية: 195]، وروى أحمد أن النبي صلى الله عليه وسلم: «نهى عن كل مسكر ومفتّر»⁽¹⁾، والمفتّر هو الذي يضعف العقل والجسم، والمتاجرة في المخدرات أشد تحريما من تناولها؛ لأن عمل متعدي وليس قاصرا على الشخص.

السبيل إلى محاربة المخدرات والحد منها ومحاصرتها:

⁽¹⁾ رواه أحمد عن أم سلمة رضي الله عنها، قال الألباني (ومفتّر) ضعيف.

الحقيقة العامل المهم في العلاج هو عامل الوقاية، نحن نريد لمجتمعنا ألا يسقط في المخدرات، ومن الأمور التي تساعد على محاصرة هذه الظاهرة:

- تحيين الأفراد خاصة الأبناء بالتربية الدينية والخلقية، والتقصير في هذا الجانب ينتج أفرادا بلا حصانة يكونون عرضة للأمراض والآفات.

- إحاطتهم بالرعاية والحنان والإهتمام والرقابة وليس كما يقال: "أولد ولدك وارميه للشارع".

- ملء أوقاتهم بالدراسة والعمل ومختلف الأنشطة العلمية والثقافية والرياضية والفنية وما إلى ذلك، ولا تتركوهم إلى الفراغ؛ لأنه هو الذي يؤدي إلى كل الشرور؛ لأن الطبيعة لا تقبل الفراغ، والنفوس إذا لم تشغلها بالحق شغلتك بالباطل.

- الإبتعاد عن رفقاء السوء، والإبتعاد عن أفلام الرعب والجنس والجريمة.

4- الموضوعات الفكرية:

أ- حصة حديث الصباح:

في الحصة المؤرخة في: 2007/07/10 تحت عنوان "جدد حياتك لأن حياتنا من صنع أفكارنا". يقول معدّ الحصة: سعادة الإنسان لا يمكن أن يستوردها أو تهدى إليه من غيره أو يتلقاها من مصدر خارجي إنما تنبع من أعماق النفس وحدها، وهو الذي يعطي حياته لونها الذي يريد، فما تكون عليه الحالة النفسية ويصطبغ به القلب يترجم تلقائيا في واقع الحياة اليومية للإنسان، قال النبي صلى الله عليه وسلم: « فمن رضي فله الرضا ومن سخط فعليه السخط»⁽¹⁾. فكما يفكر الإنسان تكون الثمرة التي يجدها في حياته، فقد عاد النبي صلى الله عليه وسلم أعرابيا مريضا يتلوى من شدة الحمى فقال له مواسيا ومشجعا له: « لا بأس عليك طهورا إن شاء الله »، فقال الأعرابي: بل هي حمى تفور بشيخ كبير لتورده القبور، قال صلى الله عليه وسلم: « فهي إذن »⁽²⁾.

أي أن النبي صلى الله عليه وسلم أراد أن يرمج عقل هذا المريض على المعاني الإيجابية والأفكار السليمة معتبرا هذا المرض فيه الطهارة من الذنوب والدعاء له بالشفاء والرضا برحمة الله فيما قدره الله عليه، إلا أن هذا المريض فكر تفكيرا سلبيا ونظر إلى هذا المرض على أنه هلاك، فقال صلى الله عليه وسلم: «فهي إذن»، فالمسألة تخضع للاعتبار الشخصي والحالة النفسية للإنسان،

(1) رواه البيهقي في شعب الإيمان عن أنس بن مالك رضي الله عنه.

(2) رواه النسائي عن ابن عباس رضي الله عنه بلفظ: «لا بأس عليك طهورا إن شاء الله فقال بل هي حمى تفور في عظام شيخ كئيبا تزيره القبور قال النبي صلى الله عليه وسلم فنعم إذا».

فالعمل قد يكون واحدا ولكن تفكير الإنسان ونيته فيه تغير ثمرته ونتيجته في الواقع، وقد ضرب الله سبحانه وتعالى مثلا لصنفين من الناس يقومان بنفس العمل ولكن تفكيرهما فيه يختلف وبالتالي تختلف ثمرته في حياتهما، فقال تعالى: ﴿ وَمِنَ الْأَعْرَابِ مَنْ يَتَّخِذُ مَا يُنْفِقُ مَغْرَمًا وَيَتَرَبَّصُ بِكُمُ الدَّوَائِرَ عَلَيْهِمْ دَائِرَةُ السَّوِّءِ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴾ [التوبة، الآية: 98]. وقال عن الصنف الثاني: ﴿ وَمِنَ الْأَعْرَابِ مَنْ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَيَتَّخِذُ مَا يُنْفِقُ قُرْبَاتٍ عِنْدَ اللَّهِ وَصَلَوَاتِ الرَّسُولِ أَلَّا إِنَّهَا قُرْبَةٌ لَهُمْ ﴾ [التوبة، الآية: 99]. فكلاهما ينفق المال ويدفعه، ولكن الصنف الأول ينفقه ونفسه كارهة له ويعتبره غرامة مؤذية ويتمنى الشر لآخذه فكانت حياته شقية كما قال تعالى: ﴿ عَلَيْهِمْ دَائِرَةُ السَّوِّءِ ﴾؛ لأن تفكيرهم في هذه النفقة سلبي، والثاني يقوم بنفس العمل ولكن بتفكير إيجابي ويعتبره قرابة إلى الله تعالى، فمدحه الله وأثنى عليه، ولذلك فإن حياتنا جميعا لا تخرج عن هذا الميزان وهو أن حياتنا من صنع أفكارنا، فقيمة العمل وقيمة صاحب العمل ترتبط ارتباطا وثيقا بحقيقة الأفكار التي تدور في ذهنه والمشاعر التي تختلج بها نفسه، يقول العلامة الأمريكي ديل كارنيجي: "إن أفكارنا هي التي تصنعنا واتجاهنا الذهني هو العامل الأول في تقرير مصيرنا، ولذلك فإن مشكلتنا التي نواجهها هي كيف نختار الأفكار التي تسعدنا فإذا انحلت هذه المشكلة انحلت بعدها كل المشكلات، فإذا راودتنا أفكار سعيدة كنا سعداء، وإذا سيطرت علينا أفكار سلبية واستسلمنا لها كنا أشقياء".

يقول الشيخ الغزالي رحمه الله: "والنفس وحدها هي مصدر السلوك والتوجيه حسبما يغمرها من أفكار ويصبغها من عواطف، إن الإنسان عندما يرتفع عن الأرض تتغير الأشكال والأحجام في عينه وتكون نظرتة إلى ما دونه أوسع مدى وأرحب أفقا وهو لم يتغير، كذلك ارتفاع الإنسان في مدارج الإرتقاء الثقافي والكمال الخُلقي إنه يغير كثيرا من أفكاره وأحاسيسه".

إن الإنسان يستطيع أن يصنع من نفسه مثلا رائعا للنجاح والسعادة إذا أراد، وذلك بتجديد أفكاره ومشاعره، فالإصلاح النفسي الداخلي هو الدعامة الأولى لتغلب الخير كما قال الله تعالى: ﴿ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ آلٍ ﴾ [الرعد، الآية: 11]. والله عز وجل يريد أن يبين لنا الصلة الوثيقة بين صفاء النفس بالإيمان والتقوى والروح المعنوية، وبين صفاء الحياة والعيش فيها،

ويربط بين جمال الخلق وجمال الحياة، فقال تعالى: ﴿وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ﴾ [الأعراف، الآية: 96].

وذكر الله تعالى قوما أنزل عليهم الهزيمة والخزي بسبب حالتهم النفسية السيئة وأفكارهم السلبية وهي الرياء والإستعلاء، فقال تعالى: ﴿خَرَجُوا مِنْ دِيَارِهِمْ بَطْرًا وَرِيَاءَ النَّاسِ وَيَصُدُّونَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ﴾ [الأنفال، الآية: 47]. ثم فتح لهم نوافذ الرجاء إلى مستقبل أفضل وخيّرهم أن يصلوا إلى السعادة وجعل ذلك رهن بتغير قلوبهم، فقال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِمَنْ فِي أَيْدِيكُمْ مِنَ الْأَسْرَىٰ إِنَّ يَعْلَمَ اللَّهُ فِي قُلُوبِكُمْ خَيْرًا يُؤْتِكُمْ خَيْرًا مِّمَّا أُخِذَ مِنْكُمْ وَيَغْفِرَ لَكُمْ وَاللَّهُ غَفُورٌ رَّحِيمٌ﴾ [الأنفال، الآية: 70].

يقول أحد العلماء: دع إنسانا يغيّر اتجاه أفكاره وسوف تتملكه الدهشة لسرعة التحول الذي يحدثها هذا التغير في جوانب حياته المتعددة.

إن القدرة الإلهية التي تكيف مصايرنا مودعة في أنفسنا بل هي أنفسنا ذاتها، وكل ما يصنعه المرء هو نتيجة مباشرة لما يدور في فكره، فكما أن المرء ينهض على قدميه وينشط وينتج بدافع من أفكاره، كذلك يمرض ويشقى بدافع من أفكاره أيضا. فلذلك فإن الأفكار هي التي تصنع حياة الإنسان، والله سبحانه وتعالى لن يكون إلا كما يظن هذا الإنسان، ولذلك قال الله تعالى: «أنا عند حسن ظن عبدي بي فليظن بي ما يشاء»⁽¹⁾.

فلذلك فإذا ظن الإنسان بربه حسنا فإنه سيجد الحسنى أمامه في الحياة، وإذا ظن بربه سوءا فلن يجد أمامه إلا الشقاء والشرّ والعياذ بالله.

المبحث الثاني: فئة المصدر

فئة المصدر أو ما تسمى كذلك فئة المرجع أو السلطة، وهذه الفئة تجيب على السؤال التالي: إلى من تنسب الأقوال أو التصريحات، أو ما هو المرجع أو المصدر الذي تنسب إليه مادة المحتوى؟ وتحدد إجابات هذه الأسئلة مدى الثقة فيما يسوقه المصدر أو المرجع من تصريحات أو بيانات أو معلومات⁽²⁾.

(1) رواه البيهقي في شعب الإيمان عن أبي هريرة رضي الله عنه، ولا توجد زيادة: «فليظن بي ما يشاء»

(2) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص: 130.

وتتمثل أهم المصادر في الأشخاص والصحف والكتب والمصادر غير الشخصية والوثائق وغيرها من المصادر المختلفة⁽¹⁾.

ونظرا لطبيعة موضوع الدراسة الذي يركز على الإذاعة المحلية وما يميّز هذا النوع من الإذاعات عن غيرها سوف أستخدم هذه الفئة لمعرفة نوع المصادر التي يعتمد عليها في البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية.

ولأجل ذلك فقد قمت بتقسيم المصادر إلى نوعين:

أ- مصادر خارجية:

والمقصود بها المصادر العامة التي يعتمد عليها في البرامج الدينية عامة، وهذه المصادر هي: القرآن الكريم، السنة النبوية، السيرة النبوية، أقوال وأفعال الصحابة، أقوال الفقهاء والمفسرين، الشعر والحكم.

ب- مصادر محلية:

والمقصود بها المصادر الخاصة بإذاعة جيجل الجهوية لوحدها، وهذه المصادر هي: القائم بالاتصال وهو معدّ الحصة، الضيوف، الجمهور، الأمثال الشعبية المحلية⁽²⁾. وبناء عليه يصبح كل نوع من أنواع المصادر المختلفة وحدة للعدّ والقياس، ووحدة للتحليل في الوقت نفسه.

وهذا ما سوف أبيّنه في الجدول التالي:

(1) سمير محمد حسين، مرجع سابق، ص: 267.

(2) سميرة هوارى، البرامج الدينية في إذاعة الصومام الجزائرية دراسة تحليلية لعينة برامج 2005، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، قسنطينة، الجزائر، سنة 2005/2004، ص: 148.

الجدول رقم -06- فئة المصدر

متوسط النسبة %	مجموع النسب %	مجموع التكرارات	فتاوى على الهواء		سلوكات حضارية		حديث الصباح		الحصص نوع المصدر
			النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
26.60	100	91	67.03	61	3.30	3	29.67	27	القرآن الكريم
35.97	100	123	43.91	54	13.01	16	43.08	53	السنة النبوية
0.88	100	3	66.66	2	0	0	33.34	1	السيرة النبوية
3.22	100	11	72.73	8	0	0	27.27	3	أقوال وأفعال الصحابة
1.47	100	5	60	3	20	1	20	1	أقوال الفقهاء والمفسرين
3.80	100	13	76.92	10	15.38	2	7.70	1	الشعر والحكم
7.30	100	25	32	8	24	6	44	11	القائم بالإتصال
1.75	100	6	100	6	0	0	0	0	الضيوف
17.55	100	60	100	60	0	0	0	0	الجمهور
1.46	100	5	40	2	60	3	0	0	أمثال شعبية محلية
100	100	342	62.58	214	9.06	31	28.36	97	مج.ت/ متوسط النسبة

- القراءة التحليلية للجدول رقم -06- الخاص بفئة المصدر:

البيانات الرقمية لهذا الجدول خاصة بفئة المصدر، وهي التي تتعلق بالإجابة عن التساؤل: ما هو نوع المصادر التي تستخدمها إذاعة جيجل الجهوية في عرض برامجها الدينية؟. من خلال القراءة الأولية للجدول يتبين لنا أن المصادر حصلت على مجموع تكرارات قدره 342 تكرارا مقسمة بين المصادر الخارجية بعدد تكرارات قدره 246 تكرارا، والمصادر المحلية بعدد تكرارات قدره 96 تكرارا.

حصل مصدر "السنة النبوية" كمصدر خارجي على أعلى تكرار قدره 123 تكرارا، وبأعلى متوسط نسبة قدره 35.97%، أما أقل تكرار مسجل فحصل عليه مصدر "السيرة النبوية" كمصدر خارجي أيضا بـ 3 تكرارات أي بأصغر متوسط نسبة وهي 0.88%، ثم جاء في المركز الثاني مصدر "القرآن الكريم" كمصدر خارجي كذلك بمجموع تكرارات قدره 91 تكرارا، وبمتوسط نسبة قدرت بـ 26.60%، ويأتي في المركز الثالث مصدر محلي وهو مصدر "الجمهورية" حيث حصل على مجموع تكرارات قدره 60 تكرارا أي بمتوسط نسبة قدره 17.55%.

ولمزيد من التوضيح نجد أن نسب المصادر لكل حصة توزعت كالتالي:

1- السنة النبوية:

وهي المصدر الأكثر اعتمادا في الحصص الثلاث من المصادر الخارجية حيث حصلت حصة "فتاوى على الهواء" على أعلى نسبة قدرها 43.91%، وتليها حصة "حديث الصباح" بنسبة قدرها 43.08%، وفي المرتبة الأخيرة حصة "سلوكات حضارية" بنسبة قدرها 13.01% أي أن هذه الحصة أقل استدلالا بالسنة النبوية.

2- القرآن الكريم:

حصلت حصة "فتاوى على الهواء" على أعلى نسبة قدرها 67.03%، تليها حصة "حديث الصباح" بنسبة قدرها 29.67%، وأخيرا تأتي حصة "سلوكات حضارية" في المرتبة الثالثة بنسبة قدرها 3.30% وهي نسبة قليلة جدا مقارنة مع النسبتين في الحصتين الأخريين.

3- الجمهور:

حصلت حصة فتاوى على الهواء على النسبة الكاملة 100%، بينما انعدمت عند الحصتين الأخريين، ويرجع السبب في ذلك إلى كون حصة "فتاوى على الهواء" هي الحصة الوحيدة التي تتعامل تعاملًا مباشرًا مع جمهور المستمعين بتلقي مداخلاتهم وأسئلتهم واستفساراتهم حول قضاياهم واهتماماتهم الدينية.

4- القائم بالاتصال:

حصلت حصة "حديث الصباح" على أعلى نسبة قدرت بـ 44%، وتليها حصة "فتاوى على الهواء" بنسبة قدرها 32%، وأخيرا تأتي حصة "سلوكات حضارية" في المرتبة الثالثة بنسبة قدرها 24%.

5- الشعر والحكم:

حصلت حصة "فتاوى على الهواء" على أعلى نسبة قدرها 76.92%، وتليها حصة "سلوكات حضارية" بنسبة قدرها 15.38%، وأخيرا حصة "حديث الصباح" بنسبة قدرت بـ 7.70% .

6- أقوال وأفعال الصحابة:

حصلت حصة "فتاوى على الهواء" على أعلى نسبة قدرت بـ 72.73%، وتليها حصة "حديث الصباح" بنسبة قدرها 27.27%، وأخيرا حصة "سلوكات حضارية" بـ 0%.

7- الضيوف:

حصلت حصة "فتاوى على الهواء" على المرتبة الأولى بنسبة مئوية كاملة 100%، وانعدمت في باقي الحصص؛ لأن حصة "فتاوى على الهواء" هي الحصة الوحيدة التي استضافت ضيوفا في أغلب أعدادها.

8- أقوال الفقهاء والمفسرين:

حصلت حصة "فتاوى على الهواء" على المرتبة الأولى بأعلى نسبة قدرت بـ 60%، وهذا أمر منطقي يرجع إلى طبيعة الحصة التي تعد في الغالب للإفتاء وللإجابة على أسئلة المستمعين وبيان الحكم الشرعي في المسائل والقضايا التي يطرحها الجمهور، وهو ما يقتضي من القائم بالاتصال في الغالب الرجوع إلى آراء الفقهاء والمجتهدين في بيان هذه الأحكام واستنباطها، وتليها الحصتين الأخرين بنسبتين متساويتين قدرت كل واحدة منهما بـ 20%.

9- أمثال شعبية ومحلية:

حصلت حصة "سلوكات حضارية" على أعلى نسبة قدرت بـ 60%، تليها حصة "فتاوى على الهواء" بنسبة قدرها 40%، وانعدم الإعتماد على هذا المصدر في حصة "حديث الصباح" بـ 0%.

10- السيرة النبوية:

حصلت حصة "فتاوى على الهواء" على أعلى نسبة قدرها 66.66%، وتليها حصة "حديث الصباح" بنسبة قدرها 33.34%، وأخيرا انعدم الإعتماد على هذا المصدر في حصة "سلوكات حضارية" بـ 0%.

نستنتج مما سبق أن حصة "فتاوى على الهواء" حصلت على المركز الأول من حيث الإعتماد على المصادر الخارجية. بمجموع تكرارات قدره 138 تكرارا، ثم تأتي بعدها حصة

"حديث الصباح" في المركز الثاني بمجموع تكرارات قدره 85 تكرارا، وأخيرا جاءت في المركز الثالث حصة "سلوكات حضارية" بمجموع تكرارات قدره 22 تكرارا.

أما من حيث الاعتماد على المصادر المحلية فنجد كذلك أن حصة "فتاوى على الهواء" قد جاءت في المرتبة الأولى بمجموع تكرارات قدره 76 تكرارا، وتأتي بعدها حصة "حديث الصباح" بـ 11 تكرارا، وأخيرا حصة "سلوكات حضارية" بـ 9 تكرارات.

وإذا أردنا المقارنة بين نسبة المصادر الخارجية والمحلية في الحصص الثلاث نجد أن المصادر الخارجية قد حصلت على أعلى متوسط نسبة والمقدرة بـ 71.93%، أما المصادر المحلية فقد حصلت على متوسط نسبة قدره 28.07%.

ثم كيف يمكن تفسير ما يلي:

- حصول المصادر الخارجية على نسبة أكبر من نسبة المصادر المحلية.

- حصول مصدر السنة النبوية على المركز الأول من بين المصادر الأخرى.

إن حصول المصادر الخارجية على نسبة أكبر مقارنة مع نسبة المصادر المحلية يرجع إلى طابع البرامج محل الدراسة، وهو كونها برامج دينية، ولذلك فإنه من المنطقي والطبيعي أن تكون مرجعيتها الأولى التي تعتمد عليها وتستمد منها مادتها العلمية والإستدلالية في عرض هذه البرامج هي المرجعية الدينية التي تتمثل في أصول ومصادر التشريع الإسلامي سواء المتفق عليها أو المختلف فيها، وعلى رأسها القرآن الكريم، والسنة النبوية، وأقوال ومواقف الصحابة، وآراء واجتهادات الفقهاء والمفسرين، وهي المصادر التي يعتمد عليها كل المسلمين في أمورهم الدينية. وبعدها تأتي المصادر المحلية المعتمدة من قبل الوسيلة الإعلامية التي تنقل هذه الموضوعات والقضايا دون غيرها من الوسائل الأخرى.

وإن حصول مصدر السنة النبوية على المركز الأول من المصادر الأخرى يعود إلى أن هذا المصدر من أهم مصادر التشريع في الإسلام من حيث كونها هي أقوال وأفعال وتقريرات الرسول صلى الله عليه وسلم، وكونها هي المؤكدة لما جاء في القرآن الكريم والشارحة والمبينة له كتخصيص العام وتقييد المطلق وتبيين المحمل، وكون السنة النبوية ومعها القرآن الكريم هما المصدران اللذان لا ينبغي لأي مفتٍ أو عالم أو أستاذ في الشريعة أو إمام في المسجد الإستغناء عنهما في تأصيل المسائل الشرعية واستنباط الأحكام منها وإسقاطها على واقع الناس وهمومهم وانشغالهم الدينية.

وفي الأخير أذكر بمجمل ما جاء من متوسط النسب المتعلقة بالمصادر الخارجية والمحلية:

1- المصادر الخارجية:

مج : 71.94 %	- القرآن الكريم : 26.60 %
	- السنة النبوية : 35.97 %
	- السيرة النبوية : 0.88 %
	- أقوال و أفعال الصحابة : 3.22 %
	- أقوال الفقهاء و المفسرين : 1.47 %
- الشعر و الحكم : 3.80 %	

2- المصادر المحلية :

مج : 28.06 %	- القائم بالإتصال : 7.30 %
	- الضيوف : 1.75 %
	- الجمهور : 17.55 %
	- أمثال شعبية محلية : 1.46 %

وهنا أيضا يحمل النسب الكلية لمختلف المصادر التي حصلت عليها الحصص الثلاث:

- 1- فتاوى على الهواء : 62.58 %
- 2- حديث الصباح : 28.36 %
- 3- سلوكيات حضارية: 9.06 %

وهذه بعض الأمثلة المبينة لنوع المصادر المختلفة في الحصص الثلاث:

أ- حصة حديث الصباح:

- القرآن الكريم:

في الحصة المؤرخة في: 2007/06/18 يتحدث معدّ الحصة عن تجديد الحياة وفتح صفحة جديدة في الحياة وهو ذلك الطموح النبيل والطريق المشروع الذي تفتح بابه التوبة، مستندا في ذلك إلى قول الله تعالى: ﴿إِلَّا مَنْ تَابَ وَآمَنَ وَعَمِلَ عَمَلًا صَالِحًا فَأُولَٰئِكَ يُبَدِّلُ اللَّهُ سَيِّئَاتِهِمْ حَسَنَاتٍ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا﴾ [الفرقان، الآية: 70]. وفي نفس السياق يتحدث عن تجديد الحياة بالأمل مستندا في ذلك إلى قول الله تعالى: ﴿قُلْ يَا عِبَادِيَ الَّذِينَ أَسْرَفُوا عَلَىٰ أَنفُسِهِمْ لَا تَقْنَطُوا مِن رَّحْمَةِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يَغْفِرُ الذُّنُوبَ جَمِيعًا إِنَّهُ هُوَ الْغَفُورُ الرَّحِيمُ﴾ [الزمر، الآية: 53].

- السنة النبوية:

في الحصة المؤرخة في: 2007/08/01 يتحدث معدّ الحصة عن خلق المسلم في مجتمعه وخصّ بالذكر خلق الرفق وأثره على الفرد والمجتمع، مستندا في ذلك إلى قول الرسول صلى الله عليه وسلم عن جابر: «إذا أراد الله بقوم خيرا أدخل عليهم الرفق»⁽¹⁾. وقوله صلى الله عليه وسلم: «ألا أحرركم بمن يحرم على النار، قالوا: بلى يا رسول الله، قال: تحرم على كل قريب هين لين سهل»⁽²⁾. ويضيف معدّ الحصة متحدثا في سياق كلامه عن المهدي النبوي الذي يرشد الناس إلى الرفق حتى بالحيوان الذبيح ويطالبه بالإحسان إليه، مستندا إلى قول الرسول صلى الله عليه وسلم: «إن الله كتب الإحسان على كل شيء، فإذا قتلتم فأحسنوا القتلة، وإذا ذبحتم فأحسنوا الذبّح، وليحدّ أحدكم شفرته فليرح ذبيحته»⁽³⁾.

- السيرة النبوية:

في الحصة المؤرخة في: 2007/08/10 يتحدث معدّ الحصة كذلك عن خلق المسلم في مجتمعه ويخص بالذكر خلق الرحمة، مستندا في ذلك إلى ثلاثة مواقف في سيرة النبي صلى الله عليه وسلم. الموقف الأول أنه صلى الله عليه وسلم يكون في الصلاة فيسمع صوت الصبي فتأخذه الرحمة بأمه الولمى لبكاء طفلها فيوجز ويقصر في صلاته فيما أخرجه الشيخان عن ابن عباس أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: «إني لأدخل الصلاة و إني لأريد أن أطيلها فأسمع بكاء الصبي فأتجوز مما أعلم من شدة وجد أمه من بكائه». والموقف الثاني أنه جاء أعرابي إلى النبي صلى الله عليه وسلم فقال: أتقبّلون صبيانكم فما نقبّلتهم نحن، فقال له النبي صلى الله عليه وسلم: «أو أملك أن نزع الله من قلبك الرحمة». والموقف الثالث أن النبي صلى الله عليه وسلم قبل الحسن ابن علي رضي الله عنهما وعنده الأقرع ابن حابس التميمي، فقال الأقرع: إن لي عشرة من الولد ما قبلت أحدا، فنظر إليه النبي صلى الله عليه وسلم وقال: «من لا يرحم لا يُرحم».

- أقوال وأفعال الصحابة:

في الحصة المؤرخة في: 2007/08/01 يتحدث معدّ الحصة عن خلق المسلم في مجتمعه ويخصّ بالذكر خلق الرحمة، مستندا في ذلك إلى موقف أمير المؤمنين عمر ابن الخطاب رضي الله

(1) رواه أحمد.

(2) رواه الترمذي عن ابن مسعود رضي الله عنه.

(3) رواه مسلم عن شداد ابن أوس رضي الله عنه.

عنه حينما أراد أن يولي رجلا على المسلمين، فسمعه يقول مقولة الأقرع ابن حابس أنه لا يقبل صبيانه، فعدّل عمر عن توليه وتراجع عن منحه الإمارة قائلا: إذا كانت نفسك لا تبضّ بالرحمة لأولادك فكيف تكون رحيفا بالناس، والله لا أوليك أبدا، ثم مزق الكتاب الذي أعده لتوليته.

- القائم بالاتصال:

في الحصة المؤرخة في: 2007/07/06 يتحدّث معدّ الحصة عن مناسبة عيد الإستقلال والشباب فيقول: بهذه المناسبة نتحدث عن هذه الفئة الحية من المجتمع، عن هذه الثروة النفيسة والرأسمال الذي تفتخر به الأمم؛ فإن الشباب محرك الشعوب وصانع نهضتها والحارس الأمين لاستقلالها، وهو ثروتها الحقيقية؛ فإن ثروة الأمم ليست في الذهب والفضة، ولا في البترول والغاز، ولا بالإقتصاد القوي، ولا بالتكنولوجيا المتطورة فحسب، ثروة الشعوب والأمم الحقيقية هي الإنسان والشباب فهي أعظم ثروة، وإذا أردت أن تعرف مستقبل أمة من الأمم فانظر إلى شبابها، والحمد لله نملك هذه الثروة، مجتمعنا أكثره شباب وسواده الأعظم شباب وهذه نعمة من الله عز وجل والله الحمد والمنّة، بقي أن يعرف الشباب هويته ورسالته في الحياة حتى يكون أداة نفع لأمته ودينه، ولا يكون كمًّا مهملا أو طاقة معطلة.

ب- حصة سلوكيات حضارية:

- القرآن الكريم:

في الحصة المؤرخة في: 2007/08/24 يتحدّث معدّ الحصة عن سلوك حضاري وأدب إسلامي وهو ستر العورة واللباس اللائق والمحترم في المسجد، مستندا في ذلك بقول الله عزّوجل: ﴿يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ﴾ [الأعراف، الآية: 31].

- السنة النبوية:

في الحصة المؤرخة في: 2007/07/06 يتحدّث معدّ الحصة عن حسن الخلق وخصّ بالذكر آداب الجلوس في الأعراس والولائم والسلوك اللائق بالمسلم عند الأكل من طعام الوليمة، مستندا في ذلك بما ورد عن عمرو ابن أبي سلمة رضي الله عنه قال: «كنت غلاما في حجر رسول الله صلى الله عليه وسلم وكانت يدي تطيش في الصحفة، فقال لي: يا غلام سمى الله وكل بيمينك وكل مما يليك» رواه البخاري.

- أقوال الفقهاء والمفسرين:

في الحصة المؤرخة في: 2007/07/08 يتحدّث معدّ الحصة عن سلوك حضاري يتعلق

بعدم تبذير الماء؛ لأنه نعمة من الله عز وجل، مستندا في ذلك بقوله عن الإمام مالك: نهي الإمام مالك عن تبذير الماء وأمر بالإقتصاد.

- الشعر والحكم:

في الحصة المؤرخة في: 2007/08/23 يتحدث معدّ الحصة عن سلوك حضاري يتمثل في نظافة المحيط، فالإرتقاء بالسلوك الحضاري إلى مصاف الأمم المتقدمة إنما يكون بالأخلاق والمعاملات والنظافة، فلا يقول الإنسان أن الزمان تغير وبالتالي إذن الناس يرمون القاذورات في الشارع فأنا أرمي مثلهم، مستندا بما قاله الشاعر:

نعيب زماننا والعيب فينا وما لزماننا عيب سوانا
ونهبو ذا الزمان بغير ذنب ولو نطق الزمان لنا هجانا

- القائم بالاتصال:

في الحصة المؤرخة في: 2007/07/06 يتحدث معدّ الحصة مستهلا موضوعه عن حسن الخلق قائلا: لا بد لكل واحد منا أن يمتاز بحسن الخلق والتربية السليمة حتى يكون محترما من قبل القاصي والداني ويضرب به المثل في حسن السلوك والأدب، فهناك سلوك لا بد أن يحترم ألا وهو الجلوس في الأعراس لتناول الطعام والشراب فهنا نلاحظ بعض التجاوزات أو بعض السلوكيات الغير لائقة.

- أمثال شعبية ومحلية:

في الحصة المؤرخة في: 2007/07/16 يتحدث معدّ الحصة عن الزواج وحسن اختيار المرأة ومواصفات المرأة الصالحة، فهي تختار لدوام العشرة حتى لا تكون هناك مشاكل وعداوة في البيت وتناطح وتدابر، مستندا في ذلك بمثل شعبي هو: "المرأة دي الدار" أي المرأة تختار للدار فهي تعيش للدار كاملة.

ج- فتاوى على الهواء:

- القرآن الكريم:

في الحصة المؤرخة في: 2007/07/27 يتحدث ضيف حصة "فتاوى على الهواء" عن السياحة، مفهومها ومشروعيتها في الإسلام، مستدلا بقول الله تعالى: ﴿فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ﴾ [التوبة، الآية: 2]. وقول الله تعالى: ﴿أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَتَكُونَ لَهُمْ

قُلُوبٌ يَعْقِلُونَ بِهَا ﴿ [الحج، الآية: 46]. وقول الله تعالى: ﴿ قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ﴾ [العنكبوت، الآية: 20].

- السنة النبوية:

في الحصة المؤرخة في: 2007/08/25 يتحدث معدّ الحصة عن الإستعداد لرمضان وذلك بالإكثار من الصيام في شعبان، و استدل بما روي عن أسامة ابن زيد قال: « قلت يا رسول الله: لم أرك تصوم من شهر من الشهور كما تصوم من شعبان، قال: ذلك شهر يغفل الناس عنه بين رجب ورمضان وهو شهر ترفع فيه الأعمال إلى رب العالمين وأحب أن يُرفع عملي وأنا صائم» رواه النسائي.

- السيرة النبوية:

في الحصة المؤرخة في: 2007/07/27 يتحدث معدّ الحصة عن حكم الأكل في المسجد فقال: الأصل أن الأكل والنوم في المسجد أنه جائز على ألا يتوسع الناس فيه، وألا يتحول المسجد إلى فندق أو مطعم إلا إذا كان هناك ضرورة، واستدل على ذلك أنه كان في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم مكان في المسجد وهو المكان الوحيد المغطى يسمى الصفة، وكان بعض الصحابة لا أهل لهم ولا ديار فكانوا يبيتون في ذلك المكان وكانوا يسمون بأهل الصفة وكان الصحابة إذا أرادوا أن ينفقوا عليهم كانوا يحضرون إليهم الطعام إلى ذلك المكان.

- أقوال وأفعال الصحابة:

في الحصة المؤرخة في: 2007/06/22 يتحدث ضيف الحصة عن إدارة الذات مع الوقت وبرمجة الإنسان نفسه مع الزمن، يقول العلماء إن إدارة الذات مع الوقت هي القدرة على إنجاز الأعمال بشكل منظم ومنسق وفعال وتحقيق الأهداف بأقل التكاليف، ولذلك الفرق بين الناجحين والفاشلين هو مدى الاستفادة من الوقت وملء الفراغ؛ لأن الوقت هو مشترك ومتساوٍ بين الجميع، فالتعامل مع الوقت وإدارته من المهارات التي يجب أن نتعلمها، وأن أي خطأ في الوقت يؤدي إلى الخطأ في العمل. وقد استدل على ذلك بقول أبي بكر الصديق رضي الله عنه: «اعلم أن الله عملا بالنهار لا يقبله بالليل وعملا بالليل لا يقبله بالنهار».

- أقوال الفقهاء والمفسرين:

في الحصة المؤرخة في: 2007/06/22 يتحدث ضيف الحصة عن حكم الصور والتصوير فقال: الصور في حد ذاتها من حيث الأصل هي جائزة وخاصة إذا كانت لضرورة

كاستعمال الصور في الوثائق التي تثبت هوية الإنسان كبطاقة التعريف أو جواز السفر أو في الدراسة أو في الملفات التوظيفية أو غيرها، فهذه الصور جائزة وقد تكون واجبة، وقد استدلت لهذا الحكم بقاعدة فقهية ذكرها الفقهاء وهي: ما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب.

- الشعر والحكم:

في الحصة المؤرخة في: 2007/08/31 يتحدث معدّ الحصة عن فضل العلم بمناسبة الدخول المدرسي، فهو قيمة مضافة للإنسان في الحياة، وشرف الإنسان في الحياة، وضرورة حضارية وغذاء للعقل. وقد استدلت لذلك بأبيات من الشعر فقال:

ففر بعلم تعش به حيا أبدا الناس موتى وأهل العلم أحياء
ثم قال:

تعلم فليس المرء يولد عالما وليس أخو علم كمن هو جاهل

- القائم بالاتصال:

في الحصة المؤرخة في: 2007/07/13 يتحدث معدّ الحصة عن أفراح المسلمين في فصل الصيف قائلا: بداية أقول أن ديننا دين شامل ومنهج حياة متكامل يشمل العبادات والمعاملات ويضمّ الحرب والسلم ويعالج الحياة الشخصية للإنسان في حياته الأسرية وحياته الاجتماعية، وإسلامنا يشمل حياة الإنسان بما فيها من فرح وحزن، بما فيها من حياة للإنسان في طفولته أو عند كبره، كما قال الله تعالى: ﴿مَا فَرَطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ﴾ [الأنعام، الآية: 38]. والإنسان المسلم ينطلق في هذه الحياة من منطلق العبودية لله تعالى: ﴿وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ مَا أُرِيدُ مِنْهُمْ مِنْ رِزْقٍ وَمَا أُرِيدُ أَنْ يُطْعَمُونَ﴾ [الذاريات، الآية: 56-57]. الإنسان المسلم يعتقد في هذه الحياة أن في الإسلام نجاته وسعادته في الدنيا والآخرة ولذلك لا يرضى عنه بديلا كما قال الله تعالى: ﴿وَمَا كَانَ لِمُؤْمِنٍ وَلَا لِمُؤْمِنَةٍ إِذَا قَضَى اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَمْرًا أَنْ يَكُونَ لَهُمُ الْخِيَرَةُ مِنْ أَمْرِهِمْ﴾ [الأحزاب، الآية: 36]. ومن الأمور التي نظن أنه قد حدث فيها كثير من الانحراف عن جادة الصواب في حياة المسلمين في هذا الزمان قضية الأعراس والولائم ولذلك كان لابد لنا أن نبسط فيها القول.

- الضيوف:

في الحصة المؤرخة في: 2007/06/29 يطرح معدّ الحصة السؤال على أحد الضيوف

الذين يستضيفهم كعادته غالبا لمعالجة قضية من القضايا الاجتماعية الهامة، وهو السيد مولود محمول مفتش التعليم المسجدي والتكوين بمديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية جيجل فيقول: ما هي المخدرات؟ فيجيب الضيف قائلا:

"بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على رسول الله وعلى آله وصحبه ومن والاه، الحقيقة أن المخدرات هي إحدى أمراض الإنسانية وماسيها في هذا العصر، أصبحت من الأمراض الخطيرة التي تعاني منها البشرية جميعا. بمختلف أديانها ومللها وثقافتها، وهي أول ما ظهرت في البلدان غير الإسلامية في أوروبا وأمريكا وغيرها من المجتمعات، ولكن مع الأسف بدأت في المدة الأخيرة تمتد حتى المجتمعات العربية والإسلامية ومنها الجزائر هذه بلادنا كانت في منأى عن هذه الظاهرة..." وهكذا أكمل الضيف مداخلته في إجابته على السؤال المطروح.

- الجمهور:

في الحصة المؤرخة في: 2007/07/25 تسأل إحدى المواطنات معدة الحصة قائلة: ما هو حكم قضاء شهر رمضان في أيام شوال، هل أصوم شوال ثم أقضي الدين الذي علي في رمضان، أم أقضي الدين ثم أصوم ستة أيام من شوال؟ إذن السائلة تستفسر عن الحكم الشرعي لقضاء رمضان هل يكون على الفور بالإسراع إلى قضائه وإبراء الذمة منه وذلك في شهر شوال مباشرة أم يجوز تقديم صيام ستة أيام من شوال وبعد ذلك تأتي بالقضاء ما لم يأتي عليها رمضان جديد.

- أمثال شعبية محلية:

في الحصة المؤرخة في: 2007/07/27 يتحدث ضيف الحصة عن السياحة في الإسلام وذكر أن مما شرعت له السياحة في الإسلام أن السياحة في الأرض لا بتغاء الرزق، وقد استدل لذلك بمثل شعبي دارج هو: "في الحركة بركة".

المبحث الثالث: فئة طرق تحقيق الأهداف

فئة طرق تحقيق الأهداف وتسمى هذه الفئة أيضا بفئة الأساليب المتبعة، وهي تتعلق بالوسائل والأساليب التي يسعى من خلالها لتحقيق الأهداف أو بث القيم⁽¹⁾. وتندرج تحتها كافة الأساليب المتبعة لعرض الأفكار والآراء والإتجاهات وشرحها وإقناع الجمهور المستهدف

(1) رشدي طعيمة، مرجع سابق، ص: 72.

بها، كما تندرج تحتها كون هذه الأساليب تحليلية أم دعائية أم نقاشية أم تبادل أفكار أم إملاء آراء واتجاهات⁽¹⁾.

وهناك أساليب كثيرة استخدمت في هذه الفئة مثل: الوضوح، الضمنية، ذكر المصدر بوضوح، الإستمالات المنطقية والعاطفية، عرض جانب واحد للموضوع، تقديم أدلة وبراهين، الإستشهاد بوقائع سابقة، التسلسل المنطقي، ترتيب نتائج على مقدمات، تقديم أمثلة واقعية، ذكر الجوانب الإيجابية والسلبية، تقديم حقائق وأرقام⁽²⁾، الترغيب والترهيب، بيان الحكم الشرعي، بيان الحكمة والتعليل.

وقد اعتمدت في دراستي لهذه الفئة بعض هذه الأساليب وفق ما يلي:

1- تقديم الأدلة والبراهين:

ويتم من خلال هذا الأسلوب إيراد الأدلة والبراهين التي تستخدم للإنتصار إلى وجهة نظر ما، أو حكم شرعي، أو قول، أو فكرة، وذلك لتدعيمها أو تأكيدها.

2- الإستشهاد بالوقائع السابقة:

ويعتمد هذا الأسلوب على عرض وذكر النماذج والأمثلة الواقعية الحية التي حدثت في الأزمنة الماضية، وذلك بهدف أخذ العبر والدروس والعظات والإرشادات منها، مثل قصص الأنبياء والأمم السابقة وسير الصحابة والتابعين والأئمة والصالحين والقادة وغيرهم.

3- تقديم أمثلة واقعية:

وهذا الأسلوب يعتمد على تقديم وإعطاء الأمثلة الواقعية من الواقع المعيش، وذلك بهدف تقريب المفاهيم والحقائق ليسهل إدراكها وفهمها واستيعابها.

4- الترغيب والترهيب:

يستخدم هذا الأسلوب كثيرا في القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة في الأوامر والنواهي، والحلال والحرام، والمواعظ والتوجيهات والإرشادات، وذلك ببيان إيجابيات أو سلبيات موضوع ما بغرض الدعوة إلى الإلتزام به أو الإبتعاد عنه مع قرنه بالثواب أو العقاب المترتب عنه.

(1) ريتشارد بن لويس دونهير، و روبرت روث، تحليل مضمون الإعلام، المنهج والتطبيقات العربية، تر: محمد ناجي جوهرى، دار أربد قدسية للنشر، الأردن، 1992، ص:125.

(2) المرجع نفسه، ص:125.

5- بيان الحكم الشرعي:

وهو أسلوب يتم استخدامه بهدف إقناع الجمهور المستهدف للالتزام أو الإبتعاد عن أمر أو مسألة من المسائل لا يعلم بحليتها أو حرمتها، فيتم بيان الحكم الشرعي لتلك المسألة.

6- بيان الحكمة والتعليل:

نظرا لأن الجمهور أو الناس عادة يبحثون عن معرفة أسباب الأشياء وعللها وحكمها وإيجاد تفسير منطقي أو علمي لها؛ فإن استخدام هذا الأسلوب الغرض منه هو بيان هذه الأسباب أو العلل التي ورد الأمر أو النهي من أجلها، وذلك من أجل إقناع الجمهور بالالتزام هذا الأمر أو الإبتعاد عنه.

7- تقديم الحقائق:

وهو الأسلوب الذي تستخدم فيه الحقائق الملموسة المعروفة عند غالبية الناس؛ لأنها أكثر تأثيرا من الآراء الشخصية والذاتية.

8- تقديم الأرقام:

وهذا الأسلوب يعتمد على ذكر الإحصائيات والأرقام بغرض بيان مدى أهمية قضية معينة، أو إعطاء أمثلة توضيحية. وسأبين ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم -07- فئة طرق تحقيق الأهداف

متوسط النسبة %	مجم النسب %	مجم التكرارات	فتاوى على الهواء		سلوكات حضارية		حديث الصباح		الحصص نوع الطريقة
			النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
49.25	100	98	45.92	45	18.37	18	35.71	35	تقديم أدلة وبراهين
6.03	100	12	58.34	7	0	0	41.66	5	الإستشهاد بوقائع سابقة
3.51	100	7	57.15	4	0	0	42.85	3	تقديم أمثلة واقعية
8.54	100	17	35.30	6	17.65	3	47.05	8	الترغيب و الترهيب
25.63	100	51	100	51	0	0	0	0	بيان الحكم الشرعي
4.02	100	8	37.5	3	12.5	1	50	4	بيان الحكمة والتعليل
1	100	2	100	2	0	0	0	0	تقديم الحقائق
2.02	100	4	100	4	0	0	0	0	تقديم الأرقام
100	100	199	61.30	122	11.06	22	27.64	55	مجم. ت/متوسط النسبة

- القراءة التحليلية للجدول رقم -07- الخاص بفئة طرق تحقيق الأهداف:

من خلال عنوان هذا الجدول يتضح لي أن البيانات الرقمية الموجودة فيه تسعى إلى الإجابة عن التساؤل التالي: ما هي الأساليب والطرق التي تستخدمها إذاعة جيجل الجهوية في عرض برامجها بغرض الوصول إلى جمهورها والتأثير فيه والعمل على إقناعه بمضمون هذه البرامج؟.

من خلال النظرة الأولية لإحصائيات هذا الجدول يتضح لي أن فئة طرق تحقيق الأهداف حصلت على مجموع تكرارات قدره 199 تكرارا مقسمة بين حصة "فتاوى على الهواء" بمجموع تكرارات قدره 122 تكرارا، و بمتوسط نسبة قدرها 61.30% ، وحصة "حديث الصباح" بمجموع تكرارات قدره 55 تكرارا، و بمتوسط نسبة قدرها 27.64%، وحصة "سلوكات حضارية" بمجموع تكرارات قدره 22 تكرارا، و بمتوسط نسبة قدرها 11.06% و فيما يخص الأساليب والطرق المستخدمة في الإقناع وتحقيق الأهداف في الحصص الثلاث، فنجد أن "طريقة تقديم الأدلة والبراهين" حصلت على أعلى تكرار من بين الطرق المستخدمة

الأخرى بمقدار 98 تكرارا وبمتوسط نسبة قدرها 49.25 %، تليها في المرتبة الثانية "طريقة بيان الحكم الشرعي" بمجموع تكرارات قدره 51 تكرارا وبمتوسط نسبة قدرها 25.63 %، وتأتي في المرتبة الثالثة "طريقة الترغيب والترهيب" بمجموع تكرارات قدره 17 تكرارا وبمتوسط نسبة قدرها 8.54 %، إلى أن جاءت في المركز الأخير "طريقة تقديم الحقائق" بمجموع تكرارين فقط، وبأقل متوسط نسبة قدرها 1 %.

ونجد توزيع نسب طرق تحقيق الأهداف حسب الحصص كما يلي:

– طريقة تقديم الأدلة والبراهين:

حصلت حصة "فتاوى على الهواء" على المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ 45.92 %، وتأتي في المرتبة الثانية حصة "حديث الصباح" بنسبة قدرت بـ 35.71 %، وتأتي في المرتبة الأخيرة حصة "سلوكات حضارية" بنسبة قدرت بـ 18.37 %.

يعود حصول حصة "فتاوى على الهواء" على هذه النسبة العليا في استخدام طريقة تقديم الأدلة والبراهين في تحقيق أهدافها وإقناع جمهور المستمعين لها؛ لأنها حصة تتناول في العادة الفتاوى الشرعية التي تُعنى ببيان الأحكام الفقهية، والتي في الغالب تكون مدعمة بالأدلة من القرآن والسنة وأقوال الصحابة والفقهاء والمفسرين لتأكيد ما وترسيخها في العقول وتعميقها في القلوب، فيتم الإقناع بها، خاصة ونحن في زمن كثر المطالبون بالأدلة على مسائل فقهية بسيطة واضحة كالشمس في رابعة النهار؛ لوجود نوع اهتزاز للثقة بالعلماء والمفتين عند بعض الفئات والجماعات من المسلمين في عصرنا الحاضر، ولا ريب أن هذه المطالبة بالدليل ليست بدعا من الأمر في الأصل فهي منهج قرآني ومبدأ إسلامي ورد ذكره في كثير من الآيات كقول الله سبحانه وتعالى: ﴿قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ إِن كُنتُمْ صَادِقِينَ﴾ [البقرة، الآية: 111].

– طريقة الإستشهاد بوقائع سابقة:

حصلت حصة "فتاوى على الهواء" على المركز الأول بنسبة قدرها 58.34 %، وتليها في المركز الثاني حصة "حديث الصباح" بنسبة قدرها 41.66 %، وجاءت في المركز الأخير حصة "سلوكات حضارية" بنسبة 0 %.

– طريقة تقديم الأمثلة الواقعية:

حصلت حصة "فتاوى على الهواء" على الرتبة الأولى بنسبة قدرها 57.15 %، تليها في المرتبة الثانية حصة "حديث الصباح" بنسبة قدرها 42.85 %، وتأتي في المرتبة الأخيرة حصة "سلوكات حضارية" بنسبة 0 %.

- طريقة الترغيب والترهيب:

نجد أن حصة "حديث الصباح" قد حصلت على المركز الأول بنسبة قدرها 47.05% وتليها حصة "فتاوى على الهواء" في المركز الثاني بنسبة قدرها 35.30%، وفي المركز الأخير تأتي حصة "سلوكات حضارية" بنسبة قدرها 17.65%.

- طريقة بيان الحكم الشرعي:

نجد أن حصة "فتاوى على الهواء" قد حصلت على النسبة المئوية الكاملة 100% من بين الحصتين الأخرين اللتان حصلتا على نسبة 0%، وهي نسبة كبيرة جدا لهذه الحصة مقارنة مع الحصتين الأخرين، مما يدل على أهمهما لا يعتمدان على هذه الطريقة إطلاقا في تحقيق أهدافهما.

وأما تفسير اعتماد حصة فتاوى على الهواء على هذه الطريقة بهذه النسبة الكبيرة، فهو يعود إلى طبيعة الحصة باعتبارها متخصصة في الفتاوى وهي مفتوحة للجمهور وتتعامل معه مباشرة عن طريق الاتصالات الهاتفية بالإجابة على أسئلتهم الفقهية، وهذا يتم ببيان الحكم الشرعي ورأي الشرع والدين في تلك القضايا والمسائل المطروحة.

- طريقة بيان الحكمة والتعليل:

حصلت حصة "حديث الصباح" على المرتبة الأولى بنسبة قدرها 50%، تليها حصة "فتاوى على الهواء" بنسبة قدرها 37.5%، وتأتي حصة "سلوكات حضارية" في المرتبة الثالثة بنسبة قدرها 12.5%.

- طريقة تقديم الحقائق:

نجد أن حصة "فتاوى على الهواء" قد حصلت على المركز الأول بنسبة مئوية كاملة 100%، بينما حصلت الحصتين الأخرين على نسبة 0%، مما يدل على انعدام استخدام هذه الطريقة لتحقيق أهداف هاتين الحصتين.

- طريقة تقديم الأرقام:

حصلت حصة "فتاوى على الهواء" كذلك على المركز الأول بنسبة مئوية كاملة 100%، بينما حصلت كل من الحصتين الأخرين على نسبة 0%، وهذا مما يدل كذلك على عدم استخدامهما لهذه الطريقة لتحقيق أهداف هاتين الحصتين وإقناع الجمهور بمضامينها. وهذا ملخص للنسب الخاص بطرق تحقيق الأهداف والدالة على مراكز الإهتمام بكل أسلوب:

- تقديم الأدلة و البراهين : ← 49.25 %
- بيان الحكم الشرعي : ← 25.63 %
- الترغيب و التهيب : ← 8.54 %
- الإستشهاد بوقائع سابقة : ← 6.03 %
- بيان الحكمة و التعليل : ← 4.02 %
- تقديم أمثلة واقعية : ← 3.51 %
- تقديم الأرقام : ← 2.02 %
- تقديم الحقائق : ← 1 %

وهذا ملخص لترتيب الحصص الثلاث حسب استخدامها لفئة تحقيق الأهداف:

- حصة "فتاوى على الهواء" 122 تكرارا ← 61.30 %
- حصة "حديث الصباح" 55 تكرارا ← 27.64 %
- حصة "سلوكات حضارية" 22 تكرارا ← 11.06 %

أمثلة عن طرق تحقيق الأهداف في الحصص الثلاث:

أ- حصة حديث الصباح:

1- طريقة الأدلة والبراهين:

في الحصة المؤرخة في: 2007/06/18 يتحدث معدّ الحصة فيقول: ما على الإنسان إلا أن يعمل بتجديد حياته والصلح مع الله تعالى، وقد استدل على ذلك بحديث للرسول صلى الله عليه وسلم: «واحدروا التسوية فإن الموت يأتي بغتة ولا يغترن أحدكم بحلم الله عزوجل فإن الجنة والنار أقرب إلى أحدكم من شراك نعله، ثم قرأ قوله تعالى: ﴿فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ﴾ [الزلزلة، الآية: 6-7].

2- طريقة الإستشهاد بوقائع سابقة:

في الحصة المؤرخة في: 2007/06/27 يتحدث معدّ الحصة فيقول: لا يعني التوسط والإعتدال هو مصادرة الطبع الإنساني في إحساسه بالألم والسرور وشعوره بالحزن والفرح وإنما القصد ألا تتحول الفرحة الطاغية إلى نشوة تخرج عن الصواب ويتحول الحزن الشديد إلى هاجس يسحق الإرادة. وقد استشهد للاستدلال على ذلك بقصة يعقوب مع يوسف عليهما السلام فقال: إن يعقوب عليه السلام فجع في ابنه يوسف عليه السلام لما ادعى إخوته أنه أكله

الذئب لم يجد أمام هذه المصيبة التي لا حول له ولا قوة إلا أن قال: ﴿فَصَبْرٌ جَمِيلٌ وَاللَّهُ الْمُسْتَعَانُ عَلَىٰ مَا تَصِفُونَ﴾ [يوسف، الآية: 18]، وبينما هو ينتظر عودته و هو يتردد بين حياته أو موته إذ يتحدد له الجرح القديم بجرح جديد إذ يفقد شقيقه الآخر و لم يجد أمامه كذلك إلا أن يواجه المشكلة بما واجه به الأولى فقال: ﴿فَصَبْرٌ جَمِيلٌ عَسَى اللَّهُ أَنْ يَأْتِيَنِي بِهِمْ جَمِيعًا إِنَّهُ هُوَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ﴾ [يوسف، الآية: 83].

3- طريقة تقديم أمثلة واقعية:

في الحصة المؤرخة في: يعرض معد الحصة مثالا واقعيا معاشا في المجتمع وهو يتحدث عن عيد الإستقلال والشباب فقال: الكثير من شبابنا طاقة معطلة بعيدون عن الله، عاطلون عن العمل، غارقون في الشهوات والملذات، غارقون في الخمر والمخدرات.

4- طريقة الترغيب و الترهيب:

في الحصة المؤرخة في: 2007/06/18 يتحدث معدّ الحصة فيقول: إن الله عزّ وجل يهيب بالبشر أن يجددوا حياتهم مع إقبال كل ليل ومع إقبال كل نهار وأن يستقبلوا أشعة الأمل والرحمة وأن يتعلقوا بخيوط التوفيق والهداية فإن صوت الحق يهتف دائما وفي كل مكان والله عزّ وجل دائما يسأل عن الداعي والسائل والمستغفر، قال صلى الله عليه وسلم: «إذا مضى شطر الليل أو ثلثاه ينزل الله سبحانه وتعالى إلى السماء الدنيا فيقول هل من سائل فأعطيه هل من داع فأستجيب له هل من مستغفر فأغفر له»، وقال صلى الله عليه وسلم: «أقرب ما يكون العبد من ربه في جوف الليل».

فمعدّ الحصة يرغب المستمعين في الإقبال على الله بالدعاء والإستغفار وقيام الليل واغتنام أوقات الإجابة خاصة في جوف الليل.

5- طريقة بيان الحكمة والتعليل:

في الحصة المؤرخة في: 2007/07/10 يقول معدّ الحصة: ذكر الله تعالى قوما أنزل عليهم الهزيمة والخزي، ثم ذكر معد الحصة وبين الحكمة والعلة من وراء هذا العقاب والخزي الذي ألحقه الله بهذا القوم فقال: بسبب حالتهم النفسية السيئة وأفكارهم السلبية وهي الرياء والإستعلاء فقال عنهم أنهم: ﴿خَرَجُوا مِنْ دِيَارِهِمْ بَطْرًا وَرِيَاءَ النَّاسِ وَيَصُدُّونَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ﴾ [الأنفال، الآية: 47].

ب- حصة سلوكيات حضارية:

1- طريقة تقديم الأدلة والبراهين:

في الحصة المؤرخة في: 2007/07/06 يتحدث معدّ الحصة عن حسن الخلق في الأعراس عند الجلوس لتناول الطعام والشراب، ويؤكد على الإلتزام بالأدب والإحترام، مستندا في ذلك بحديث عمرو ابن أبي سلمة قال: «كنت غلاما في حجر النبي صلى الله عليه وسلم وكانت يدي تطيش في الصّحفة فقال: يا غلام سم الله وكل بيمينك وكل مما يليك».

2- طريقة بيان الحكمة والتعليل:

في الحصة المؤرخة في: 2007/07/06 يتحدّث معدّ الحصة فيقول: لماذا الذهاب إلى الأعراس والولائم والأكل والشرب، ثم يعلل ويذكر الحكمة من وراء ذلك بقوله: نذهب لكي نفرح مع هذا الإنسان المقبل على الزواج أو الذي سيختن لأولاده.

3- طريقة الترغيب والترهيب:

في الحصة المؤرخة في: 2007/09/06 يتحدّث معدّ الحصة فيقول: الرسول صلى الله عليه وسلم ينهانا عن الظن الذي يعلمنا ويوجهنا إلى خير طريق، يوجهنا إلى السلامة، يوجهنا إلى صفاء الصدور والقلوب، يقول صلى الله عليه وسلم: «إياكم و الظن فإنه أكذب الحديث».

فمعدّ الحصة يرهّب الناس من مغبة الوقوع في الظن واستخدم هذا الأسلوب لإقناع المستمعين بضرورة ترك هذا الخلق الذميم.

ج- حصة فتاوى على الهواء:

1- طريقة تقديم الأدلة والبراهين:

في الحصة المؤرخة في: 2007/06/22 يتحدث معدّ الحصة عن قيمة الوقت فيقول: إن الله يشير إلى علاقة الزمن أو علاقة الوقت بالعبادة وما الزمن الحقيقي للإنسان إلا بمضمونه العملي والحركي في هذه الحياة فالله سبحانه وتعالى عندما يربط هذا العمل الصالح وهو الصلاة يربطه بالزمن كأنه يشير للإنسان أن ينتبه إلى التوافق مع الزمن ومع عقارب الحياة. ثم يبرهن معدّ الحصة على ما يقول بأدلة من القرآن الكريم فيستشهد بما قاله الله تعالى في شأن الصلاة: ﴿أَقِمِ الصَّلَاةَ لِدُلُوكِ الشَّمْسِ إِلَى غَسَقِ اللَّيْلِ وَقُرْآنَ الْفَجْرِ إِنَّ قُرْآنَ الْفَجْرِ كَانَ مَشْهُودًا﴾ [الإسراء، الآية: 78]، ثم يواصل كلامه فيقول: ويقول عن الحج بعدما سأل

الصحابة عن الأهله وكيف يتغير حجم القمر من الهلال إلى أن يصير بدرا كاملا، فلما سأل الصحابة عن هذه الظاهرة الكونية نبه الله تعالى أن الإنسان المسلم غير منفصل أو منعزل عن قوانين هذا الكون. ويستشهد على ذلك بقوله تعالى: ﴿يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْأَهْلِ قُلْ هِيَ مَوَاقِيتُ لِلنَّاسِ وَالْحَجِّ﴾ [البقرة، الآية: 189]، فالله تعالى يربط بين هذه الأعمال وهي العبادات ويجعلها مجدولة زمنيا بأوقات معينة لا بد أن ينتبه إليها المسلم ولا بد أن يتوافق معها ولا بد أن يرمج نفسه على أساسها.

2- طريقة الإستشهاد بالوقائع السابقة:

في الحصة المؤرخة في: 2007/08/25 يتحدث معدّ الحصة فيقول: كثير من الناس ممن قد عجز أن يقضي أيام رمضان التي لم يصمها العام الماضي حتى أيام شهر شعبان، فمن الإستعداد لرمضان ومن واجب الإنسان قبل أن يقدم عليه شهر رمضان أن يسعى وأن يسرع إلى قضاء هذه الأيام التي فاتته في رمضان الماضي. وقد استشهد لما يقول بواقعة للسيدة عائشة رضي الله عنها فيقول: وقد كان يحدث للسيدة عائشة رضي الله عنها وهي أم المؤمنين كانت أحيانا يمر عليها العام ولا تقضي أيام رمضان فتقضيها في شهر شعبان.

وفي الحصة المؤرخة في: 2007/08/31 يتحدث معدّ الحصة عن طلب العلم بمناسبة الدخول المدرسي فيستشهد بقصة أم الإمام مالك التي كانت تغسل ولدها وتلبسه أحسن الثياب وتعمّمه وتطيّبه بأحسن الطيب وترسله إلى ربيعة الرأي ليتعلّم عنده ومن هو الإمام مالك الذي يقال عنه لا يُفتى ومالك في المدينة.

3- طريقة تقديم الأمثلة الواقعية:

في الحصة المؤرخة في: 2007/06/29 يتحدث ضيف الحصة حول ذكرى اليوم العالمي لمكافحة المخدرات فقال ضاربا مثلا واقعيا لانتشار هذه الآفة: في الآونة الأخيرة بدأت هذه الظاهرة تمتد حتى إلى المجتمعات العربية والإسلامية ومنها الجزائر، هذه بلادنا كانت في منأى عن هذه الظاهرة وإلى سنوات قليلة فقط كانت الجزائر منطقة عبور وليست منطقة استهلاك، ولكن في السنين الأخيرة لاحظ العلماء والخطباء والأدباء والكتّاب والصحافة أن هذه الظاهرة أصبحت تجر لها موطننا وأصبحت الجزائر تتحول إلى بلد مستهلك للمخدرات حتى وصل الأمر إلى المؤسسات التربوية.

وفي الحصة المؤرخة في: 2007/07/13 يقدم ضيف الحصة مثلا واقعيا وهو يتحدث عن الزواج وحفلات الزفاف وما فيها من المخالفات الشرعية وما يترتب على ذلك من قضايا

قد لا تحمد عقباهما، فيقول: سمعت فلانا من الناس صوراً فلماً لعرضه بما في ذلك من نساء متبرجات ثم عرض هذا الفيلم في محلّ فجاء أحد الرجال فإذا به يرى صورة لامرأته في التلفاز فتفاجأ بهذا الفعل فسأل فقيل له كان هذا في عرس فذهب فوراً إلى زوجته فطلقها.

4- طريقة الترغيب والترهيب:

في الحصة المؤرخة في: 2007/08/25 يتحدث معدّ الحصة عن وسائل الإستعداد لشهر رمضان بأسلوب وعظي الهدف منه ترغيب الجمهور في أخذ الأهباء لاستقبال شهر رمضان فيقول: ينبغي أن ننتبه من الغفلة ونعترف بيننا وبين أنفسنا أننا قد قصرنا في جنب الله تعالى وأنا قد ابتعدنا عن الله وأنا قد نسينا الله سبحانه وتعالى، ليست العبادة مجرد صلاة باردة إنما هي اتصال قلبي بين العبد وربّه سبحانه وتعالى قبل كل شيء ذلك الاتصال الدائم الحي بالله ذلك التلذذ والتنعم بذكره والتسبيح باسمه بأن نصبح ونمسي ولساننا رطبا بذكر الله وقلوبنا يراقب الله سبحانه وتعالى ويراه، لا بد ونحن نستعد لاستقبال شهر رمضان أن نتوب إلى الله سبحانه وتعالى من كل هذا وأن نرد كل المظالم إلى أهلها، لا بد أن نغسل أيدينا من حقوق الناس لكي نبرأ فنكون نظيفين فيقبلنا الله سبحانه وتعالى ونحن نقبل على شهر رمضان.

5- طريقة بيان الحكم الشرعي:

في الحصة المؤرخة في: 2007/06/22 إجابة على سؤال يتعلق بحكم تحميل الأغاني والفيديو كليبات مع القرآن الكريم في الهواتف النقالة، يقول ضيف الحصة مبيناً الحكم الشرعي لهذه المسألة: ما هو حلال في الواقع هو حلال في هذه الأجهزة الإلكترونية أو الأجهزة التقنية، وما هو حرام كذلك في الواقع هو حرام في هذه الأجهزة، فمن يجمّل أصوات مزعجة أو أصوات تشتمل على منكرات أو كلمات مخلة بالحياء كبعض الأغاني أن الأصل أن الإنسان ينزه نفسه خاصة بالنسبة للمتديّنين الذين يؤدون الصلوات، فهناك في بعض الحالات إزعاج وإيذاء للمصلين. تمثل هذه الأصوات وإلا الأصل هناك فرق بين الأصوات الجميلة أو الأصوات الهادئة أو الأصوات المباحة حتى وإن اجتمعت في هاتف واحد، فليس معنى ذلك أن نلغي الأحسن وإنما نلغي الأسوأ من ذلك.

6- طريقة بيان الحكمة والتعليل:

في الحصة المؤرخة في: 2007/06/22 يتحدث معدّ الحصة فيقول: عندما يشير الله تعالى إلى الزمن المتمثل في الليل والنهار إنما جعل هذا التداول بين الليل والنهار لحكمة ربانية. ثم يبين معدّ الحصة هذه الحكمة فيقول: وهي أن هذا الإنسان لا بد أن يستعمل هذا الوقت ولا بد

أن يملاه بما يرضي الله عزّوجل ويجمعه أداة لذكر الله تعالى وأداة لشكره عزّوجل على نعمة الوقت فقال تعالى: ﴿وَهُوَ الَّذِي جَعَلَ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ خِلْفَةً لِمَنْ أَرَادَ أَنْ يَذَّكَّرَ أَوْ أَرَادَ شُكُورًا﴾ [الفرقان، الآية: 62].

وفي الحصة المؤرخة في: 2007/07/13 في سياق كلام ضيف الحصة عن السياحة في الإسلام ذكر الحكمة والعلة في إباحة السياحة فقال: الحكمة من الإهتمام بالسائح أو ابن السبيل أو المسافر أن الإسلام دعا إلى السياحة ورغب في السفر وأمر بالسير في الأرض لعدة أسباب منها أن السياحة في الأرض لابتغاء الرزق كما قال الله تعالى: ﴿فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ﴾ [الملك، الآية: 15]. فالسياحة ليست مقتصرة فقط على الترفيه وعلى العطالة، وقال النبي صلى الله عليه وسلم وهو يرغبنا في السفر كما روى الإمام المنذري في الترغيب والترهيب: «سافروا تستغنوا».

7- طريقة تقديم الأرقام:

في الحصة المؤرخة في: 2007/06/22 يقدّم معدّ الحصة إحصائيات وأرقاماً لتدعيم موضوعه من أجل تحقيق الهدف من الحصة فيقول: تشير الإحصائيات إلى أن أغلب حالات الزواج الفاشلة كانت بالنسبة للمتزوجين الذين سبقت لهم علاقة بين الزوج والزوجة قبل الزواج وكلما طالت المدة كلما ذهبت نكهة وحقيقة الحياة الزوجية؛ لأنهما سيستهلكا الحياة العاطفية ويستهلكا علاقتهما قبل العرس وبالتالي ماذا يبقى بعد العرس.

وفي الحصة المؤرخة في: 2007/08/31 يتحدّث معدّ الحصة حول طلب العلم بمناسبة الدخول المدرس ويقدم بين يدي الموضوع إحصائيات وأرقاماً فقال: ذكر رئيس إتحاد الناشرين العرب أن معدل القراءة لدى الأوروبي 6 دقائق في اليوم ولدى العربي 6 دقائق في السنة.

وفي الحصة المؤرخة في: 2007/07/27 يقدّم ضيف الحصة إحصائيات في سياق حديثه عن السياحة فيقول: في سنة 2000 تقول الإحصائيات أن الخليجيين أنفقوا على السياحة في ديار الغرب حوالي 27 مليار دولار.

وهكذا نجد معدّ الحصة يستشهد بهذه الأرقام ويقدمها في موضوع حصّته كطريقة من طرق الإقناع وتحقيق أهداف الحصة.

8- طريقة تقديم الحقائق:

في الحصة المؤرخة في: 2007/06/22 يتحدّث معدّ الحصة فيقول: إن توزيع التكاليف

الشرعية كالصلاة مثلا وتنويع أوقاتها وتعددها في اليوم الواحد منظور فيه إلى هذه الحقيقة. ثم يبين معدّ الحصّة هذه الحقيقة كطريقة من طرق الإقناع التي استعملها في الحصّة من أجل تحقيق أهدافها فيقول: وهي ملء وقت الإنسان، ولهذا يقول ديل كارنيجي: "إننا لا نحسّ أثرا للقلق عندما نعكف على أعمالنا".

وفي الحصّة المؤرخة في: 2007/07/20 يقدّم معدّ الحصّة بين يدي موضوعه هذه الحقيقة وهي أن الإنسان يعرف الخير والشر بفطرته، فيقول: الحيوان مثلا القط لو سرق لحما لهرب ولكن عندما نعطيه عن طيب نفس وعن طريق حلال؛ فإنه سيأكل ويتمتع ويتمسح بك، ولكن عندما يأخذ خلسة يعرف أنه فعل محرما فيهرب، كذلك النفس البشرية أن الإنسان يعرف الخير والشرّ بفطرته.

المبحث الرابع: فئة الأبعاد المحلية

تتعلق هذه الفئة ببيان المؤثرات والمحددات الدالة على البعد أو التخصص المحلي أو الجهوي في الوسيلة الإعلامية المستخدمة، وبغرض الوصول إلى بيان هذه الفئة أدرجت تحتها عددا من المحددات التي من خلالها يمكن استنتاج البعد المحلي للإذاعة محل الدراسة. وسأذكر نوع المحددات كمايلي:

1- الشخصيات المحلية:

وهي الشخصيات التي تكون معروفة ومشهورة غالبا لدى جمهور المجتمع المحلي، كما يمكن أن تكون تلك الشخصيات التي يعرفها القائم بالاتصال معرفة شخصية.

2- الأماكن المحلية:

الأماكن المحلية كاسم الولاية أو دائرة من دوائرها أو بلدية أو قرية أو حيّا من أحيائها الشعبية أو مؤسسات اجتماعية أو معالم أثرية أو طبيعية أو بيئية...

3- الإستدلال بالواقع المحلي:

وهو ذكر وقائع وأحداث محلية للاستدلال على موضوع ما بإعطاء أمثلة عن وقائع، عادات، تقاليد، أعراف أو ظواهر منتشرة في المجتمع المحلي لتلك المنطقة.

4- الإعتدال على المصادر المحلية:

وهو أن تعتمد الإذاعة المحلية أو الجهوية على المصادر المأخوذة من المجتمع المحلي، كأن يكون القائم بالاتصال شخص عامل بالإذاعة المحلية، أو ضيوف الحصّة من المجتمع المحلي، أو

حتى الجمهور المحلي إن كانت له تدخلات أو إسهامات ومشاركات في الحصة سواء كان ذلك بالأستلة أو المناقشة والإثراء.

5- ذكر بعض خصائص المجتمع المحلي:

وهو ذكر بعض الجوانب الخاصة التي تعبر عن ذلك المجتمع المحلي، وتبين معالنه وخصائصه ومميزاته، مثل أن يكون نوع النشاط الإقتصادي للمجتمع المحلي الذي يمارسه سكان المنطقة (زراعة، صناعة، صيد،...)، أو أن يكون ميزة طبيعية وبيئية للمنطقة (مدينة ساحلية، مدينة صحراوية،...)، أو أن تكون مميزات وخصائص معيشية للسكان. وسوف أعتمد في دراستي هذه نوع "المحدد المحلي" كوحدة للعدّ والقياس وكوحدة للتحليل والدراسة في الوقت نفسه. وسأبيّن ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم -08- فئة الأبعاد المحلية

متوسط النسبة %	مجم النسب %	مجم التكرارات	فتاوى على الهواء		سلوكات حضارية		حديث الصباح		الحصص نوع المحدد المحلي
			النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
0.84	100	1	100	1	0	0	0	0	الشخصيات المحلية
2.52	100	3	66.67	2	33.33	1	0	0	الأماكن المحلية
24.37	100	29	51.73	15	41.38	12	6.89	2	الإستدلال بالواقع المحلي
71.43	100	85	78.82	67	10.59	9	10.59	9	الإعتماد على المصادر المحلية
0.84	100	1	100	1	0	0	0	0	ذكر بعض خصائص المجتمع المحلي
100	100	119	72.27	86	18.48	22	9.25	11	مجم.ت/متوسط النسبة

- القراءة التحليلية للجدول رقم -08- الخاص بفئة الأبعاد المحلية:

من خلال عنوان الجدول يتضح لي أن إحصائياته الرقمية متعلقة ببيان نوع الخصائص والمحددات المحلية للإذاعة، وأنها تجيب عن التساؤل التالي: ما هي المحددات المحلية التي تستخدمها إذاعة جيجل الجهوية في برامجها الدينية للدلالة على بعدها المحلي؟

نجد من خلال القراءة الأولية لإحصائيات الجدول رقم -08- أن المحددات المحلية حصلت على مجموع تكرارات قدره 119 تكرارا، توزعت بين الحصص الثلاث كما يلي:

86 تكرارا لحصّة "فتاوى على الهواء" بنسبة قدرها 72.27%، وهي نسبة كبيرة حصلت عليها هذه الحصّة مما يدل على أنّها استخدمت هذه المحددات أكبر من الحصص الأخرى، ثم تأتي بعدها حصّة "سلوكات حضارية" بمجموع تكرارات قدره 22 تكرارا بنسبة قدرها 18.48%، وتأتي في الترتيب الأخير حصّة "حديث الصباح" بمجموع تكرارات قدره 11 تكرارا بنسبة قدرها 9.25%، وهي نسبة تعتبر قليلة مقارنة مع الحصتين الأخرين مما يدل على قلة الاعتماد على هذه المحددات في هذه الحصّة.

ومن حيث نوع المحدد المحلي نجد أن أعلى متوسط نسبة سجل من خلال الجدول هو 71.43% والذي حصل عليه محدد "الإعتماد على المصادر المحلية"، يليه في الرتبة الثانية محدد "الإستدلال بالواقع المحلي" بمتوسط نسبة قدرها 24.37%، وجاء في المرتبة الثالثة محدد "الأماكن المحلية" بمتوسط نسبة قدرها 2.52%، أما أدنى متوسط نسبة سجل هو 0.84% الذي حصل عليه كل من محدد "الشخصيات المحلية" و"ذكر بعض خصائص المجتمع المحلي"، وهذا مما يدل على شبه انعدام استخدام هذه الحصص لهذا النوع من المحددات إلا نادرا جدا لا نكاد نجد لذلك مثلا واحدا في جميع حصص عينة دراستي.

إن السّرّ في ارتفاع نسبة المحدد المحلي "الإعتماد على المصادر المحلية" مقارنة مع غيره من المحددات المحلية الأخرى يرجع إلى كون القائم بالاتصال وكذلك الجمهور والضيوف مصدرا محليا اعتمدها في دراستنا هذه، تدلّ هذه العناصر الثلاث على البعد المحلي، ولذلك حصل هذا المحدد على هذه النسبة الكبيرة من مجموع نسب المصادر الأخرى المعتمدة في البرامج الدينية للإذاعة.

ونجد من خلال القراءة الداخلية للجدول أن محدّدات الأبعاد المحلية توزعت حسب

الخصص كما يلي:

- الإعتقاد على المصادر المحلية:

وهو المحدد الذي حصل على أعلى متوسط نسبة مقارنة مع المحددات الأخرى، حيث حصلت فيه حصة "فتاوى على الهواء" على أعلى نسبة قدرها 72.27%، ثم تليها في المرتبة الثانية حصة "سلوكات حضارية" بنسبة قدرها 18.48%، وفي الأخير جاءت حصة "حديث الصباح" بنسبة قدرها 9.25%.

- الإستدلال بالواقع المحلي:

ويأتي هذا المحدد في المركز الثاني من حيث النسبة، فحصلت حصة "فتاوى على الهواء" على أعلى نسبة قدرها 51.73%، ثم تليها في المرتبة الثانية حصة "سلوكات حضارية" بنسبة قدرها 41.38%، وجاءت في المرتبة الأخيرة حصة "حديث الصباح" بنسبة قدرها 6.89%.

- الأماكن المحلية:

حصلت حصة "فتاوى على الهواء" على أعلى نسبة قدرت بـ 66.67%، ثم تليها حصة "سلوكات حضارية" بنسبة قدرت بـ 33.33%، وانعدمت النسبة في حصة "حديث الصباح" مما يدل على عدم اللجوء إلى استخدام هذا المحدد في هذه الحصة.

- الشخصيات المحلية:

حصلت حصة "فتاوى على الهواء" على النسبة الكاملة 100%، وانعدمت النسبة في الحصتين الأخرين، مما يدل على عدم استخدام هذا المحدد في هذه الحصة. - ذكر بعض خصائص المجتمع المحلي: حصلت حصة "فتاوى على الهواء" على النسبة الكاملة 100%، وانعدمت النسبة في الحصتين الأخرين، مما يدل كذلك على عدم استخدام هذا المحدد في هذه الحصة.

مما سبق نلاحظ أن حصة "فتاوى على الهواء" كانت أكثر الحصص استخداماً لهذه المحددات، وتأتي بعدها حصة "سلوكات حضارية"، ثم تأتي في الأخير حصة "حديث الصباح"، وهذا قد يعود إلى كون هذه الحصة تتعامل مع الجمهور مباشرة؛ لأنها حصة مخصصة للفتاوى والأسئلة والأجوبة مما يتيح الفرصة للتطرق إلى الجانب المحلي في هذه الحصة أكثر من غيرها من الحصص، وذلك بذكر الأماكن والأشخاص والبيئة والمجتمع المحلي، وكذلك كونها استخدمت في حصة "سلوكات حضارية"؛ لأن هذه الحصة كذلك متخصصة في معالجة بعض الظواهر والسلوكات الاجتماعية مما يتيح لها أيضاً فرصة ذكر هذه المحددات المحلية؛ لأنها تربط الموضوع

بالواقع المحلي المعيش، أما قلة استخدام هذه المحددات وانعدامها أحيانا في حصة "حديث الصباح" قد يعود إلى كون الحصة تعرض مواضيعها الدينية بشكل عام وتتأى بها عن الإتجاه المحلي، أي أنها تركز على الرسالة الإعلامية ومضمونها أكثر من الوسيلة الإعلامية ونوعيتها. ملخص بمجمل الإحصائيات الواردة في الجدول رقم -05- المتعلقة بنسبة كل محدد:

الإعتماد على المصادر المحلية:	←	17.43 %
الإستدلال بالواقع المحلي :	←	24.37 %
الأماكن المحلية :	←	2.52 %
الشخصيات المحلية :	←	0.84 %
ذكر بعض خصائص المجتمع المحلي :	←	0.84 %

ملخص بمجمل الإحصائيات الواردة في الجدول المتعلقة بالنسبة الإجمالية لكل حصة:

حصة " فتاوى على الهواء " 86 تكرارا	←	72.27 %
حصة " سلوكات حضارية " 22 تكرارا	←	18.48 %
حصة " حديث الصباح " 11 تكرارا	←	9.25 %

أمثلة عن بعض المحددات المحلية في الحصص الثلاث:

1- حصة فتاوى على الهواء:

- الشخصيات المحلية:

في الحصة المؤرخة في: 2007/06/29 اتصل هاتفيا معدّ حصة "فتاوى على الهواء" السيد كمال لعربي بالسيد "عبد الحليم فول" -وهو طبيب عام و إطار في صندوق الضمان الإجتماعي بولاية جيجل- للإسهام بمداخلة لإثراء موضوع الحلقة الخاص بذكرى اليوم العالمي لمحاربة المخدرات، وذلك للتعريف بالمخدرات وبيان أضرارها وسبل الوقاية منها.

- الأماكن المحلية:

في الحصة المؤرخة في: 2007/07/20 ورد سؤال من إحدى المواطنات تقول فيه: ما حكم ما نراه في شواطئ ولاية جيجل من عري وقلة الحياء؟
فلاحظ أن محدد "الإعتماد على المصادر المحلية" المتمثل في الجمهور الذي اعتمده في دراستي قد استخدم الأماكن المحلية للدلالة على البعد المحلي لهذه الإذاعة.

- الإستدلال بالواقع المحلي:

في الحصة المؤرخة في: 2007/06/29 نجد أن ضيف الحصة يستدل بالواقع المحلي وهو

يتحدث عن طرق مكافحة المخدرات فيقول: يوجد ترويج ودعاية للمخدرات عن طريق الإنترنت حتى يتجه الشباب لشرائها وتعاطئها والإقبال عليها والإدمان عليها؛ ولهذا فإن مسؤولية جسيمة تلقى على عاتق أصحاب مقاهي الإنترنت وعلى أصحاب المؤسسات الرسمية المسؤولة؛ لأن مسؤوليتها مراقبة هذه المقاهي، ثم أصحاب هذه المقاهي لابد عليهم أن يراقبوا مستخدمي هذه الشبكة العالمية العنكبوتية الإنترنت.

وفي الحصة المؤرخة في: 2007/08/31 يتحدث معدّ الحصة فيقول: هناك بعض الأولياء الذين لا يرغبون في تعليم كل أبنائهم خاصة الإناث منهم وإن كانت قد انحصرت هذه الظاهرة.

- الإعتدال على المصادر المحلية:

في الحصة المؤرخة في: 2007/06/29 تطرح إحدى المواطنات سؤالاً لمعدّ الحصة قائلة: هل يجوز للمرأة الذهاب لزيارة القبور، وهل يجوز كتابة اسم الميت على قبره؟ وفي الحصة المؤرخة في: 2007/07/27 تطرح إحدى المتصلات كذلك سؤالاً لمعدّ الحصة فتقول: هل يجوز للمرأة المتحجبة وهي في حجابها الشرعي أن تسبح؛ لأنه لا يخفى أن 90% من نساء ولاية جيجل لديهن مرض الغدة الدرّقية وهنّ محتاجات لليود الموجود في البحر؟

2- حصة سلوكات حضارية:

- الأماكن المحلية:

في الحصة المؤرخة في: 2007/08/23 يتحدث معدّ الحصة على النظافة فيقول: من السلوك المتنافي مع الفطرة السليمة أن بعض الناس من المصطافين أو من أهل البلد أنهم يأكلون ويشربون على شواطئ البحار ويتركون القمامة على الأرض ولا يضعونها في الأماكن المخصصة لذلك، فهذه الأماكن أيها المصطافون عليكم بالمحافظة على هذا الإرث الغالي الذي وهبه الله لنا الذي نلجأ إليه في حرّ الصيف.

فلاحظ أن معدّ الحصة قد استخدم في حصته أماكن محلية، فذكر الشاطئ والبحر وهو بالطبع يقصد شاطئ ولاية جيجل، وذلك للدلالة على البعد المحلي للإذاعة.

- الإستدلال بالواقع المحلي:

في الحصة المؤرخة في: 2007/07/06 يتحدث معدّ الحصة عن حسن الخلق في الجلوس في الأعراس لتناول الطعام والشراب منبهاً لسلوك غير لائق عند بعض الناس في هذه الأعراس،

مستدلاً في ذلك بالواقع المحلي فيقول: يأكل طعام الوليمة ثم عندما ينتهي من أكله يطلب المزيد من الطعام كما نلاحظ بعض الناس يبحث فقط على اللحم وغير ذلك من السلوكات التي قد تكون مخرجة لأهل العرس.

وفي الحصة المؤرخة في: 2007/07/08 يتحدث معدّ الحصة عن تبذير الماء وينبّه إلى سلوك غير لائق وغير حضاري وضرب لذلك مثالا من الواقع المحلي فيقول: تبذير الماء في غسل السيارات باستعمال الأنبوب أو ببراميل من الماء وترك برك من الماء في الشوارع، هذا الماء المبذر الذي قد يكفي عائلات.

وفي الحصة المؤرخة في: 2007/07/16 يتحدث معدّ الحصة عن مواصفات اختيار المرأة للزواج في الإسلام وينبّه في سياق كلامه إلى ما هو عليه الواقع المحلي في هذا الشأن فيقول: يختار المرأة التي تعمل وصاحبة المال...

3- حصة حديث الصباح:

- الإستدلال بالواقع المحلي:

في الحصة المؤرخة في: 2007/07/16 يتحدث معدّ الحصة عن هدي الإسلام في الزواج واستشهد بالواقع المحلي الشائع في الزواج فيقول: لقد أصبح الآباء والأمهات والبنات يطلبن أعلى المهور وأعلى الثياب وأعلى الأثاث، فمن أين للشباب أن يأتي بذلك، ينبغي أن نعيد النظر في تلك العادات والتقاليد والأعراف التي ما أنزل الله بها من سلطان، لا بد أن نعلن ثورة على هذه التقاليد الفاسدة التي منعت أبناءنا وبناتنا من الزواج، لا قداسة لتقاليد تتعارض مع هدي النبي صلى الله عليه وسلم.

وبهذا تم هذا الفصل الذي تناولت فيه بالتحليل الكمي مضمون الموضوعات الدينية في إذاعة جيجل الجهوية، وتم بذلك هذه الدراسة، على أن أتكلم عن النتائج التي توصلت إليها من خلال هذه الدراسة التحليلية بعد هذا الفصل في الخاتمة.

جامعة الأمير

الخاتمة

نتائج الدراسة

الإسلامية

الخاتمة: نتائج الدراسة

كانت هذه الدراسة محاولة متواضعة لإضافة شيء للتراكم العلمي الخاص بالدراسات التحليلية لمضمون ما تقدّمه الإذاعات الجهوية، التي يوجد توجه عالمي لنشر هذا النوع من الإذاعات بما فيها الدول العربية، حيث احتلت الجزائر المرتبة الأولى عربيا في عدد الإذاعات الجهوية.

ورغم وجود بعض الدراسات الأكاديمية التي عاجلت هذا الجانب إلا أنها مازالت في طور الإستطلاع والإستكشاف، فهي محتشمة وقليلة؛ لأن هذه الظاهرة جديدة لم يمرّ عليها في بلادنا سوى عقدين من الزمن. ولذلك فإن دراستي هذه تندرج في إطار المساهمة في تقييم هذه الإذاعات وتحليل محتوى برامجها خاصة الدينية منها، وذلك من أجل معرفة مدى قدرة هذه الإذاعات على المحافظة على مكانتها ومستمعيها والقيم الدينية والاجتماعية للمجتمعات المحلية، وحمايتها من الكمّ الهائل من الرسائل والمضامين الإعلامية الوافدة عبر البثّ الفضائي والإنترنت. وقد قدّمتُ لدراستي هذه بقسم نظري عملت فيه على حصر الجوانب الأساسية للموضوع ليكون بمثابة الإطار المرجعي الذي يُقاس عليه أداء هذه الإذاعات ومدى قيامها بوظائفها التي أنشئت من أجلها، ومدى نجاحها في صياغة خطاب ديني في أنماط وأشكال إعلامية يمكنها من التصدي بفعالية ونجاح للمضامين الغربية الوافدة أو المرجعيات الدينية الأخرى التي تصادم القيم الروحية والاجتماعية لأمتنا وتمسّ بأصالتنا وبُعدنا الوطني والحضاري.

وقد حاولت الإستفادة القصوى مما توفّر لدي من المادة النظرية اللازمة لهذا البحث من دراسات وكتب ومجلات ومواقع إنترنت، وقد تناولت على وجه الخصوص البرامج الدينية في الإذاعة من حيث محتواها وأهميتها وصورها وأشكالها، كما تناولت الخطاب الديني في شكله الإعلامي، ثم وقفت على واقع البرامج الدينية في وسائل الإعلام والطموحات المستقبلية الإستشرافية لما ينبغي أن تكون عليه هذه البرامج، وختمتُ الدراسة النظرية بالحديث عن الإذاعة المحلية من حيث النشأة والأهداف والمميزات، ومن حيث مستقبلها في عصر البثّ الفضائي والإنترنت.

أما القسم التحليلي التطبيقي من دراستي فقد تناولت فيه البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية بالتحليل الكمي لمعرفة مراكز الإهتمام في هذه الإذاعة والأنماط والأشكال التي تقدّم بها برامجها الدينية.

وكانت أهم النتائج التي توصلت إليها في دراستي هذه مايلي:

أولاً: في الجانب النظري

- على الرغم من وجود بعض التجارب الرائدة والناجحة في الإعلام الديني الإذاعي أو التلفزيوني العربي والإسلامي إلا أن السمة الغالبة هي الإتصاف بالضعف والهزال، وهو يبرز حقيقة مرّة هي أن الخطاب الديني في وسائل الإعلام يعاني من أمراض كثيرة.

- البرامج الدينية هي الشكل السمي للبصري للإعلام الديني، والإعلام الديني هو الشكل الإعلامي للخطاب الديني.

- الخطاب الديني شامل شمول الشريعة الإسلامية ولذلك لا ينبغي أن تقتصر البرامج الدينية في حصص الفتاوى ودروس الوعظ والإرشاد عن طريق الإلقاء المباشر، بل لابد أن تتعدّى إلى استخدام الوسائل الفنية والقوالب الإعلامية الأخرى.

- لا زالت الإذاعة قادرة على نقل المعلومات والآراء والأفكار، وتعتبر من أكثر وسائل الإعلام جاذبية وقدرة على التأثير في الجماهير على نطاق واسع، ويؤكد ذلك محافظتها على مكانتها وعلى جمهورها رغم التطور الهائل الذي أصاب وسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى خاصة التلفزيون وظهور البثّ الفضائي والإنترنت.

- تعتبر الإذاعة المسموعة أداة ممتازة لتحقيق مضمون الرسائل الإعلامية خاصة إذا ما أضفنا إلى ذلك حجم التطور العلمي والتقني الذي تحقق لهذه الوسيلة لتكون أكثر شمولية وأكثر فائدة وأهمية وأكثر اتساعاً وأسهل انتشاراً، ذلك لأن الإذاعة هي الوسيلة المثلى لمخاطبة الجماهير العريضة على اختلاف مستوياتها الثقافية والتعليمية.

- إن عودة الإذاعة إلى المحلية وإلى ارتباطها بجمهورها عن طريق الحوارية والتفاعلية يعتبر من أبرز وجوه التطور الذي استطاعت أن تتكيف به مع الواقع الإعلامي والتكنولوجي الجديد.

- الإذاعة تعتبر مصدراً هاماً يعتمد عليه في الحصول على الثقافة الدينية خاصة الشكل المحلي منها، حيث لها دور كبير في الحفاظ على مبادئ وأسس الهوية الإسلامية بخدمة الدعوة وتشكيل الرأي العام وذلك بما توفره من إمكانية مخاطبة كافة الفئات الجماهيرية على اختلاف مستوياتهم لاعتمادها على التبسيط والسهولة في عرض برامجها.

ثانياً: في الجانب التطبيقي

إن اقتصار البرامج الدينية من حيث الكمّ في الشبكة البرمجية التي تعدّها الإذاعة بثلاث برامج أو أربع لمدة خمس أو عشر دقائق ماعدا حصة فتاوى على الهواء لمدة ساعة أمر غير كاف، باعتباره تقزيم للجانب الديني للمجتمع في برنامج فتاوى وآخر بالمعاملات والسلوكات

اليومية، والتغاضي عن الجوانب الأخرى للشريعة الإسلامية من وعظ وإرشاد، فنسبة أو متوسط حجم البرامج الدينية في العينة لا يتناسب مع أهمية القضايا التي تتناولها هذه البرامج، خصوصا ما تشهده المجتمعات حاليا من غزو للثقافة الغربية المنافية للتعاليم الإسلامية ولاسيما من خلال الوسائل الإعلامية سواء الغربية أو العربية منها، وهنا يأتي دور الإعلام المحلي في مواجهة هذه الهجمة الغربية لإبعاد المجتمعات الإسلامية عن تعاليم دينها الإسلامي وزرع ثقافة أخرى منافية لها، وهو ما نلاحظه في أبسط صوره من تفكك أسري وانحلال أخلاقي.

أما من حيث الكيف فإن مستوى عرض البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية مقبول، ويتجلى ذلك من خلال مايلي:

- تنوع الموضوعات وتناول أغلب القضايا الدينية المختلفة.
- المزج في مصدر معلوماتها بين المصادر العامة والمصادر المحلية.
- مراعاة واقع المجتمع المحلي.
- استخدام أساليب علمية لتحقيق أهدافها، مثل الإستمالات العاطفية والمنطقية.
- استخدام لغة مناسبة في برامجها الدينية.
- استخدام أنسب الأشكال الإذاعية لهذا النوع من البرامج، مثل الحديث المباشر، والندوة، والحوار، والسؤال والجواب، رغم أنها قوالب بسيطة.

قائمة المصادر والمراجع

أ. المصادر الشرعية:

- 1- القرآن الكريم.
- 2- كتب السنة النبوية.

ب- الكتب:

- 1- أبو الخير خالد، برامج الأحاديث الدينية التلفازية، دار المجتمع، ط1، جدة، السعودية، 1409هـ.
- 2- إبراهيم مروان عبد المجيد، أسس البحث العلمي، مؤسسة الوراق، ط1، عمان، الأردن، 2000.
- 3- إحدادن زهير، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، الجزائر، 2002.
- 4- إمام إبراهيم، نحو بلاغة تلفزيونية جديدة في البرامج الدينية، جهاز تلفزيون الخليج، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيونية 4، الرياض، السعودية، 1983.
- 5- إمام إبراهيم، أصول الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1985.
- 6- إمام إبراهيم، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة، مصر، 1985.
- 7- الأسطل علي رضوان أحمد، الوفود في العهد المكي وأثرها الإعلامي، مكتبة المنار، ط1، الزرقاء، الأردن، 1404هـ / 1984م.
- 8- الجزائري جابر أبو بكر، أيسر التفاسير لكلام العلي الكبير، ج5، مكتبة العلوم والحكم، ط5، المدينة المنورة، السعودية، 2003.
- 9- الحديدي منى سعيد، وسلوى إيمان، الإعلام و المجتمع، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، مصر، 2006.
- 10- الحلواني ماجي، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، مصر، 1982.
- 11- الحلواني ماجي، وعاطف عدلي العبد، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1987.

- 12- الحلواني ماجي، الإعلام الإسلامي، التحديات والمواجهة، مكتبة مصباح، ط1، جدة، السعودية، 1411هـ.
- 13- الخوري سعيد، أقرب الموارد في فصيح العربية والشوارد، منشورات مكتبة آية الله العظمى المرعشي النجفي، قم، إيران، 1403 هـ.
- 14- الزركشي بدر الدين، البحر المحيط في أصول الفقه، ج1، دار الكتي للنشر، ط1، الجزيرة، مصر، 1414هـ - 1994م.
- 15- السيد سعيد محمد، إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، عالم الكتب، ط1، القاهرة، مصر، 1998.
- 16- العبد عاطف عدلي، و عزمي زكي أحمد، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، مصر، 1993.
- 17- العويني محمد علي، الراديو والتنمية السياسية، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1981.
- 18- العويني محمد علي، الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق، عالم الكتب، ط2، القاهرة، مصر، 1987.
- 19- القرضاوي يوسف، خطابنا الإسلامي في عصر العولمة، دار الشروق، ط1، القاهرة، مصر، 2004.
- 20- المسلمي إبراهيم عبد الله، الإعلام الإقليمي، دراسة نظرية وميدانية، العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 1993.
- 21- النزاري إسماعيل أحمد محمد، عناية الإعلام السعودي بالقرآن الكريم- دراسة تحليلية لبرامج القناة الأولى، مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، مكتبة معهد الإمام الشاطبي، سلسلة: أعمال مستقلة ذات علاقة فيما بينها، المدينة المنورة، السعودية، 1421هـ-2000م.
- 22- بدر أحمد، مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1998.
- 23- برغوث الطيب، الخطاب الإسلامي المعاصر وموقف المسلمين منه، دار الإمتياز، ط1، قالمة، الجزائر، 1990.
- 24- بغورة الزواوي، مفهوم الخطاب في فلسفة ميشال فوكو، المجلس الأعلى للثقافة، الهيئة العامة للمطابع الأميرية، ط1، الجزيرة، مصر، 2000.

- 25- بكار عبد الكريم، مقدمات للنهوض بالعمل الدعوي، دار القلم، ط2، دمشق، سوريا، 2001.
- 26- بوعلي نصير، الإعلام والقيم قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2005.
- 27- بوعلي نصير، الإعلام والبعث الحضاري دراسات في الإعلام والقيم، ط1، دار الفجر للطباعة والنشر، قسنطينة، الجزائر، 2007.
- 28- ثابت سعيد بن علي، الجوانب الإعلامية في خطب الرسول صلى الله عليه وسلم، وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، ط1، السعودية، 1417هـ.
- 29- ثابت سعيد بن علي، الحرية الإعلامية في ضوء الإسلام، دار عالم الكتب، ط1، الرياض، السعودية، 1412هـ.
- 30- جاد سهير، البرامج الثقافية والإعلام الإذاعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط1، القاهرة، مصر، 1997.
- 31- جبارة جبارة عطية، علم اجتماع الإعلام، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، الرياض، السعودية، 1985.
- 32- جريشة علي، نحو إعلام إسلامي، إعلامنا إلى أين؟، دار الإرشاد للنشر والتوزيع، ط1، البليدة، الجزائر، 1990.
- 33- جيهامي جيار، سلسلة موسوعات المصطلحات العربية والإسلامية، موسوعة مصطلحات الفلسفة عند العرب، ط1، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، لبنان، 1998.
- 34- حجاب محمد منير، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2002.
- 35- حجاب محمد منير، الإعلام الإسلامي. المبادئ. النظرية. التطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2002.
- 36- حجاب محمد منير، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2004.
- 37- حسن حمدي، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، ط1، القاهرة، مصر، 1998/12/30.

- 38- حسنة عمر عبيد، مراجعات في الفكر والدعوة والحركة، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، سلسلة قضايا الفكر الإسلامي (7)، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 1991.
- 39- حسون فيصل، الإعلام الإسلامي وسبل تطويره وإصلاحه، أحد بحوث اللقاء الثالث للندوة العالمية للشباب الإسلامي المنعقد في الرياض شوال 1396هـ - أكتوبر 1976م الذي نشر في كتاب: "الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية بين النظرية والتطبيق"، ط1، منشورات الندوة العالمية للشباب الإسلامي، الرياض، السعودية، 1399هـ.
- 40- حسين سمير محمد، دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، عالم الكتب، ط2، القاهرة، مصر، 1995.
- 41- حمزة عبد اللطيف، الإعلام في صدر الإسلام، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة، مصر، 1978.
- 42- حمزة عبد اللطيف، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط1، القاهرة، مصر، 2002/01/01.
- 43- دليو فضيل، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2003.
- 44- دهلوي سعود، ندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج، جهاز تلفزيون الخليج، الرياض، السعودية، 1047هـ.
- 45- دوثير ريتشارد بن لويس، و روث روبيرت، تحليل مضمون الإعلام، المنهج والتطبيقات العربية، تر: محمد ناجي جوهرى، دار أربد قدسية للنشر، الأردن، 1992.
- 46- دياب محمد حافظ، سيد قطب .. الخطاب والإيديولوجيا، دار موفم للنشر، (د.ط)، الجزائر، 1991.
- 47- رشتي جيهان أحمد، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، مصر، 1985.
- 48- رشتي جيهان أحمد، الأنظمة الإذاعية في المجتمعات الغربية، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1994.
- 49- زيدان عبد الكريم، أصول الدعوة الإسلامية، مؤسسة الرسالة، ط3، بيروت، لبنان، 1396هـ/1976م.

- 50- ساداتي سيد محمد، البرامج الإعلامية بين الواقع والأمل، دار عالم الكتب، ط1، الرياض، السعودية، 1407هـ.
- 51- شرف عبد العزيز، المدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري، ط2، القاهرة، مصر، 1989.
- 52- شكري عبد المجيد، الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1987.
- 53- شلي كرم، الإذاعات التنصيرية الموجهة إلى المسلمين العرب، مكتبة التراث الإسلامي، ط1، القاهرة، مصر، 1991.
- 54- شلي كرم، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مكتبة التراث الإسلامي، ط1، القاهرة، مصر، 1998/12/30.
- 55- طاش عبد القادر، صورة الإسلام في الإعلام الغربي، الزهراء للإعلام العربي، ط2، القاهرة، مصر، 1993.
- 56- طعيمة رشدي، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية مفهومه أسسه استخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1987.
- 57- عباسة جيلالي، سلطة الصحافة في الجزائر (الحرية، الرقابة، والتعتيم)، مؤسسة الجزائر كتاب، ط2، تلمسان، الجزائر، 2001.
- 58- عبد الحليم محي الدين، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مكتبة الخانجي، ط2، القاهرة، مصر، 1984.
- 59- عبد الحليم محي الدين، الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، مصر، (د. ت).
- 60- عبد الحميد محمد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979.
- 61- عبد الحميد محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000.
- 62- عبد الرحمن عواطف، إشكالية الإعلام التنموي في الوطن العربي، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، مصر، 1985.
- 63- عبد الرحمن عواطف، الصحافة العربية في الجزائر - دراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية (1954 - 1962)، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.

- 64- عبد الرحمن عواطف وأخريات، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، دار الثقافة، القاهرة، مصر، 1986.
- 65- عبد الصمد محمد كامل، التلفزيون بين الهدم والبناء، دار الدعوة للطبع والنشر والتوزيع، ط2، الإسكندرية، مصر، 1993.
- 66- عبيد منصور الرفاعي، المنبر وأثره في اتجاهات الرأي العام، دار الجيل، بيروت، ومكتبة التراث الإسلامي، ط1، القاهرة، مصر، 1993.
- 67- عبيدات ذوقان وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، دار مجدلاوي، الأردن، 1982.
- 68- عزي عبد الرحمن وآخرون، عالم الاتصال، سلسلة الدراسات الإعلامية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
- 69- عمر نوال محمد، فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1993.
- 70- قاسور فردريك، وسائل الإعلام في المستقبل، تر: خليل أحمد خليل، منشورات عويدات، ط1، بيروت، لبنان، 1996.
- 71- كحيل عبد الوهاب، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، عالم الكتب، ط1، بيروت، لبنان، 1985.
- 72- لارامي. أ، و فالي. ب، البحث في الاتصال عناصر منهجية، تر: فضيل دليو و آخرون، مخبر علم اجتماع الإعلام للبحث والترجمة، قسنطينة، الجزائر، 2004.
- 73- لعقاب محمد، المسلمون في حضارة الإسلام الجديدة، شركة دار الأمة للطباعة والنشر، الجزائر، 1996.
- 74- متبولي مصطفى، تصورات مستقبلية لخطاب إعلامي عربي موجه للمتلقى الغربي، الإعلام والقضايا العربية بعد 11 أيلول 2001، ط1، ندوة الدراسات الإنمائية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2002.
- 75- محمد علي عبد المعطي، والسرياقوسي، أساليب البحث العلمي، مكتبة الفلاح، ط1، الكويت، 1988.
- 76- محمد محمد سيد، وحسن عماد مكاي، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 1999.

- 77- مصطفى علي حسن، الإذاعة المدرسية والإعلام الديني، دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2003.
- 78- معوض محمد، و بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة، مصر، 1996.
- 79- منصور عبد الملك، خصائص الخطاب الإسلامي المعاصر، سلسلة فكر المواجهة، ج3، الإسلام وتطوير الخطاب الديني، ط1، رابطة الجامعات الإسلامية، دار البيان للطباعة والنشر، مصر، 2002.
- 80- يكن منى حداد، أبنائنا بين وسائل الإعلام وأخلاق الإسلام، مؤسسة الرسالة، ط2، بيروت، لبنان، 1983.
- 81- يماني محمد عبده، لمحات حول الإعلام الإسلامي، البحوث والدراسات المقدمة للمؤتمر العالمي الثالث للسيرة والسنة النبوية، ج7، منشورات المكتبة العصرية، صيدا، بيروت، لبنان، 1401هـ-1981م.

ج- المجلات

- 1- إمام إبراهيم، كيف نجعل البرامج الدينية في التلفزيون أكثر تشويقاً، المجلة العربية، العدد71، السنة7، السعودية، أكتوبر1983.
- 2- البوهي كامل، البرامج الدينية في الإذاعة، المجلة العربية، حوار: أحمد يوسف فرغلي، العدد104، السنة10، 1986.
- 3- الجزائر منصف، البرامج الثقافية في البرمجة الإذاعية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد3، 2001.
- 4- الحمامي عبد الرزاق، إذاعة القرب، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد1، 2005.
- 5- الحوشان ممدوح، البرامج الدينية في التلفاز، تحقيق، مجلة الدعوة، الرياض، السعودية، العدد1590، 02 محرم 1418هـ/08 ماي 1997م.
- 6- الحيدري عبد الله، الإعلام المحلي في تونس، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد2، 1998.

- 7- الصرايرة محمد، البرامج الدينية في الإذاعة الأردنية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 4، 2004.
- 8- الكحلوي عبلة، البرامج الدينية في القنوات الإذاعية والتلفزيونية العربية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 4، 2004.
- 9- باكو أحمد، البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزة، مجلة الإحياء، رابطة علماء المغرب، المغرب، ج2، مج6، 1987.
- 10- بليل نور الدين، القنوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 4، 2004.
- 11- بن الشيخ عبد القادر، الخطاب الديني في البرامج الإذاعية والتلفزيونية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 4، 2004.
- 12- بن الشيخ عبد القادر، ويبقى مفهوم المحلي موضع تساؤل، مدخل ملف الإعلام المحلي في الإذاعات العربية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 4، 2004.
- 13- بن بوزة صالح، الصحافة الجهوية: المفهوم والخصائص والوظائف، حوليات جامعة الجزائر، العدد 3، 1994.
- 14- بن حرف الله الطاهر، واقع الصحافة الإقليمية في الجزائر، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 4، 1990.
- 15- بن زين عوض الله غازي، البرمجة الرمضانية وكتافة الإنتاج التلفزيوني، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 1، 2003.
- 16- بن شاكر الشريف محمد، تجديد الخطاب الديني بين التأصيل والتحريف، مجلة البيان، مكتبة الملك فهد الوطنية، ط1، السعودية، 2004.
- 17- جاد أحمد، من ذا يقول لقادة الإعلام رمضان شهر شعائر المسلمين، مجلة الدعوة، القاهرة، مصر، العدد 39، السنة 28، 1979.
- 18- جمعة علي، نقد الخطاب الديني في رمضان، مجلة العربي، العدد 505، ديسمبر 2000.
- 19- حجاب عزت، وسائل الإعلام وأثرها في المجتمع العربي المعاصر دراسة تأليفية لأهم البحوث العربية (1985-1990)، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، العدد 8، 1992.

- 20- حسن محمد شمال، مسألة التضليل في الخطاب التلفزيوني، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد1، 2002.
- 21- خضور أديب، البرامج الدينية في البرمجة الرمضانية العربية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد1، 2003.
- 22- راضي سمير بن جميل، الإعلام الإسلامي رسالة وهدف، دعوة الحق، رابطة العالم الإسلامي، مكة، العدد: 172، السنة: 15، ربيع الآخر 1417هـ.
- 23- سالم عبد الله، البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون نقد وتحليل، مجلة المجتمع، الكويت، العدد 234، السنة 1975.
- 24- شيخ حمادي عبد الرحمن، نحو وعي إعلامي إسلامي يتصدى للغزو الثقافي، مجلة الوعي الإسلامي، وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، دولة الكويت، العدد 380، 1997.
- 25- طه علي، وعاصم مشعل، البرامج الدينية .. هل خدمت الدعوة، مجلة الدعوة، الرياض، السعودية، 9/ 8/ 1414هـ.
- 26- عبد الصمد محمد كامل، التلفزيون والبرامج الدينية، مجلة منار الإسلام، العدد1، السنة 15، الإمارات العربية المتحدة، 1989.
- 27- عبد الكافي محمد، تأملات في الخطاب الديني بالفضائيات العربية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد1، 2003.
- 28- عبد الوهاب محروس، البرامج الدينية في الإذاعات الموجهة، مجلة الفن الإذاعي، العدد 104، السنة 1985.
- 29- عدوان نواف، أهمية الإذاعة المحلية في التنمية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد2، 1998.
- 30- عزي عبد الرحمن، الإعلام الإسلامي تعثر الرسالة في عصر الوسيلة، حوليات جامعة الجزائر، العدد4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989- 1990.
- 31- عمروش أحمد، حول تجديد الخطاب الديني للطفل، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، عدد4، 2004.
- 32- محمد عزة عبد العظيم، رؤية نقدية للحوارات الدينية في الفضائيات العربية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 3، 2006.

33- مكاوي عماد، و فرج عادل عبد الغفار، مستقبل الإذاعة في عصر البث الفضائي، مجلة
إتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (57)، تونس، 2006.

34- مواقي محمد الأمين، الإذاعات المحلية الفضاء الآخر، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات
الدول العربية، تونس، العدد4، 2004.

د- الرسائل الجامعية

1- الفلاح عادل عبد الله، البرامج الإسلامية في الإذاعة الكويتية، دراسة ميدانية لاستطلاع أثر
البرامج الإسلامية في جمهور المستمعين، رسالة دكتوراه، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية،
المعهد العالي للدعوة الإسلامية، المدينة المنورة، السعودية، 1987.

2- دراجي السعيد، عادات وأنماط مشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية دراسة ميدانية بإكماليات
مدينة قسنطينة، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين
والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، قسنطينة، الجزائر،
2003/2002.

3- سنوسي حفيظة، الإذاعة المحلية والعادات الإستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر، رسالة
ماجستير، جامعة الجزائر، قسم الإعلام والاتصال، الجزائر، 1993.

4- عكوشي هدى، الإعلام الديني (الإسلامي) في الصحافة الجزائرية الأسبوعية الخاصة، رسالة
ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة
الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، قسنطينة، الجزائر، 2003/2002.

5- هندية محمد بن علي، البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية دراسة تحليلية
ميدانية تقويمية على عينة من البرامج الدينية والجمهور السعودي، رسالة دكتوراه، جامعة الإمام
محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، الرياض، السعودية،
1423هـ/1424هـ.

6- هواري سميرة، البرامج الدينية في إذاعة الصومام الجزائرية دراسة تحليلية لعينة برامج 2005،
رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة
الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، قسنطينة، الجزائر، سنة 2005/2004.

هـ- القواميس

- 1- ابن منظور، لسان العرب، ج1، دار صادر، ط1، بيروت، لبنان، 1990.
- 2- الأزدي علي بن الحسن الهنائي، المنجد في اللغة والإعلام، دار الشروق، ط42، بيروت، 2007.
- 3- البقاعي يوسف محمد، قاموس الطلاب "عربي - عربي"، دار المعرفة، الدار البيضاء، المغرب، (د.ت).
- 4- مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط4، القاهرة، مصر، 2004.

و- المحاضرات

- 1- بوجلال عبد الله، "مناهج البحث في الاتصال الدعوي"، (محاضرات السنة الجامعية 2006/2007).

ي- مواقع الأنترنت

- 1- أبو معلا سعيد، "جدل البرامج الدينية على قنوات ليبرالية"، عن موقع الإسلام اليوم: www.islamtoday.net.
- 2- أحمد صلاح صالح، "في زمن الأنترنت والفضائيات: الاذاعات المحلية .. هل فقدت دورها الريادي؟"، استطلاع، عن موقع الجمهورية: www.algomhoriah.net.
- 3- إتحاد الاذاعة والتلفزيون المصري، "آراء المستمعين حول الأداء الإذاعي خلال شهر رمضان 1427هـ"، بحوث إعلامية، عن موقع: www.egyptradio.tv.
- 4- "إذاعة جيغل تاريخ وآفاق مستقبلية"، عن موقع إذاعة جيغل الجهوية: www.radio-jijel.dz.
- 5- "الإذاعات المحلية تنطق بلسان المواطن أم بلسان القائمين عليها"، عن موقع الزحف الأخضر: www.azzahfalakhder.com.
- 6- "الإذاعة المحلية المفهوم وأسس التخطيط"، عن موقع جيران: <http://mediacom.jeeran.com>.
- 7- البر محمد موسى، "الإعلام الإسلامي دراسة في المفاهيم والأصول والخصائص"، ملف وورد، عن موقع ملتقى أهل الحديث: www.ahlalhdeth.com.

- 8- "البرامج الدينية في الإذاعة المحلية (الجزائر نموذجاً)"، عن موقع: www.startimes.com .
- 9- الحلواني ماجي، "الفضائيات والبرامج الدينية، غائبة مغيبة أم تفتقد إلى التخطيط؟"، عن موقع مجلة عربيات: www.arabiyat.com .
- 10- الخطيب معتر، "الإنترنت الإسلامي ... أين الخلل؟"، عن موقع الجزيرة: www.aljazeera.net .
- 11- الزيد إكرام، "الإعلام في رمضان إثم كبير ومنافع للناس"، عن موقع قصة الإسلام: <http://islamstory.com> .
- 12- السلامي حيدر، "الخطاب الديني عبر الأثير"، عن موقع مؤسسة الحوار المتمدن: www.ahewar.org .
- 13- الشريف محمد بن موسى، "الخطاب الإسلامي بين الواقع والمأمول"، أبحاث مؤتمر مكة الثامن، "الخطاب الإسلامي وإشكاليات العصر"، 5-7 ذي الحجة 1428هـ/15-17 ديسمبر 2007، ملف pdf، عن موقع منظمة رابطة العالم الإسلامي: www.themwl.com .
- 14- الصويغ سهام، "نمط استهلاك الأسرة الخليجية لبرامج التلفزيون العربية"، عن موقع منتديات المنشاوي للدراسات والبحوث: www.minshawi.com .
- 15- العسيري أنور، "الإعلام الإسلامي في القنوات الفضائية"، عرض لكتاب عبد القادر طاش، ط2، دار الأندلس الخضراء للنشر والتوزيع، عن موقع الإسلام اليوم: www.islamtoday.net .
- 16- العلوي بن سعيد، "الإعلام الديني والفضائيات الإسلامية"، عن موقع المؤتمر: www.almotamar.net .
- 17- "الفضائيات الإسلامية وعقدة الدراما"، مجلة الوعي الإسلامي، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، دولة الكويت، العدد 532، عن موقع مجلة الوعي: www.alwaei.com .
- 18- القرضاوي يوسف، "الخطاب الإسلامي في عصر العولمة"، أجرى الحوار ماهر عبد الله، 22/10/2003، عن موقع الجزيرة: www.aljazeera.net .
- 19- "المراد بالإعلام الإسلامي"، عن موقع مفكرة الإسلام: www.islammemo.cc .
- 20- اليوسف عبد الله أحمد، "أفضل طريقة للتعامل مع وسائل الإعلام هي تنمية الوازع الديني"، حاوره: حسن آل حماد، جريدة الوطن، 2002، عن موقع: www.alyousif.org .

- 21- بكار عبد الكريم، "مشكلات تواجه الخطاب الإسلامي"، أبحاث مؤتمر مكة الثامن، "الخطاب الإسلامي وإشكاليات العصر"، 5-7 ذي الحجة 1428هـ/15-17 ديسمبر 2007، ملف pdf، عن موقع منظمة رابطة العالم الإسلامي: www.themwl.com.
- 22- بن بيه عبد الله المحفوظ، "الخطاب الإسلامي بين القواطع والإجتهااد"، أبحاث مؤتمر مكة الثامن، "الخطاب الإسلامي وإشكاليات العصر"، 5-7 ذي الحجة 1428هـ/15-17 ديسمبر 2007، ملف pdf، عن موقع بن بيه: www.binbayyah.net.
- 23- بن عبد الرازق محمود، "الفضائيات والغزو الفكرى"، الرياض، 2006، عن موقع بوابة الإسلام: <http://islamport.com>.
- 24- "تاريخ الإذاعة الجزائرية"، عن موقع إذاعة تيسمسيلت الجهوية: www.tissemsilftm.com.
- 25- حارب سعيد عبد الله، "الخطاب الإسلامي سماته وأهدافه"، أبحاث مؤتمر مكة المكرمة الثامن، "الخطاب الإسلامي وإشكاليات العصر"، 5-7 ذي الحجة 1428هـ/15-17 ديسمبر 2007، ملف pdf، عن موقع منظمة رابطة العالم الإسلامي: www.themwl.com.
- 26- حماد سهيلة زين العابدين، "الإعلام الإسلامي وخطر العولمة"، عن موقع الإسلام اليوم: <http://islamtoday.net>.
- 27- سهيل ميسر، "تعريف الإعلام الإسلامي"، عن موقع الفاتح: www.alfatihonline.com.
- 28- شحادة رياض، "وسائل الاتصال والمجتمع (الإذاعات المجتمعية نموذجاً)"، عن موقع ملتقى البحث العلمي: www.rsscra.info.
- 29- شلبية محمود إبراهيم، "السياسات الاتصالية والإعلامية في العالم الإسلامي"، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة - إيسيسكو، 2000، عن موقع المنظمة: www.isesco.org.
- 30- شهاب أحمد، "الإعلام الإسلامي والخطاب الجديد"، عن موقع منتدى القرآن: www.montadaalquran.com.
- 31- شومان محمد، "هل نقول وداعاً للصحافة والإذاعة والتلفزيون"، عن شبكة طلبة الجزائر: <http://etudiantdz.com>.

- 32- طاش عبد القادر، "البديل الإسلامي في مجال الإعلام"، عن موقع الإسلام اليوم:
. www.islamtoday.net
- 33- طاش عبد القادر، "إضاءات حول الإعلام الإسلامي"، مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، سلسلة كتاب الأمة، العدد 28، عن موقع الشبكة الإسلامية:
. www.islamweb.net
- 34- عبد الحليم محي الدين، "معوقات الخطاب الإسلامي في العالم الغربي"، مجلة الوعي الإسلامي، وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، دولة الكويت، العدد 516، عن موقع مجلة الوعي:
. www.alwaei.com
- 35- عبد الحليم محي الدين، "إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية"، سلسلة كتاب الأمة، العدد 64، 1419هـ، السنة 17، عن موقع الشبكة الإسلامية:
. www.islamweb.net
- 36- عرسان علي عقله، "ثقافتنا والتحدي خطابنا وخطاب العصر"، منشورات إتحاد الكتاب العرب، دمشق، 2001، عن موقع إتحاد الكتاب العرب:
. www.awu-dam.com
- 37- عياط مصطفى، "الإعلام الرمضاني في الميزان"، عن موقع الإسلام اليوم:
. www.islamtoday.net
- 38- فراج أحمد، "المرجعية الإسلامية غائبة في برامجنا ومتناقضة إذا ظهرت"، حوار: مصطفى عمار، جريدة الزمان، العدد 788، السنة 17، 03/03/2002، عن موقع أسمار:
. www.asmarna.net
- 39- قاموس المعاني، عن موقع www.almaany.com
- 40- كمال وسام، "الإعلام الديني وعجلة الإصلاح النائمة"، عن موقع إسلام أون لاين:
. www.islamonline.net
- 41- "كيف تضع برنامجا ناجحا للمدعوين"، عن موقع صيد الفوائد: www.saaaid.net
- 42- مجموعة المرشدين العرب، "الجزائر تتصدر الدول العربية من ناحية عدد محطات الاذاعة المحلية الحكومية"، عن موقع مجموعة المرشدين العرب: www.arabadvisors.com/arabic
- 43- محمد أحمد حسن، "التأثير الإعلامي في الظواهر بين السلب والإيجاب"، عن موقع ممداد:
. www.midad.com

- 44- محمد محمد سيد، "الإعلام الإسلامي والتحدي الحضاري المعاصر"، مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، سلسلة كتاب الأمة، العدد 28، عن موقع الشبكة الإسلامية: www.islamweb.net.
- 45- مليك محمد، "دراسة وصفية تحليلية للشبكة البرمجية العادية 2007 لإذاعة سوف المحلية"، عن موقع إذاعة الوادي: www.radio-eloued.dz.
- 46- موقع إذاعة سعيدة الجهوية: www.saidafm.com.
- 47- موقع الإذاعة الجزائرية: www.radioalgerie.dz.
- 48- موقع موسوعة ويكيبيديا: <http://ar.wikipedia.org>.
- 49- وادي دينا، "البرامج الدينية في الفضائيات العربية يصفها الجمهور بالنمطية والرتابة والملل"، عن موقع جريدة الشرق الأوسط: www.aawsat.com.

فهرس الموضوعات

المقدمة ❁

الفصل الأول : إطار الدراسة ومنهجيتها ❁

01	المبحث الأول: إشكالية الدراسة
02	المبحث الثاني: تساؤلات الدراسة
02	المبحث الثالث: أهداف الدراسة
03	المبحث الرابع: أهمية الدراسة.....
03	المبحث الخامس: الدراسات السابقة.....
06	المبحث السادس: مفاهيم الدراسة ومصطلحاتها
08	المبحث السابع: حدود الدراسة.....
08	المبحث الثامن: نوع الدراسة ومنهجها
09	المبحث التاسع: أدوات تحليل البيانات.....
12	المبحث العاشر: مجتمع الدراسة.....
12	المبحث الحادي عشر: عينة الدراسة.....

الفصل الثاني : البرامج الدينية في وسائل الإعلام ❁

المبحث الأول: المحتوى الديني في وسائل الإعلام

14	المطلب الأول: تعريف البرامج الدينية.....
16	المطلب الثاني: الإعلام الديني.....
16	أولاً: تعريفه
20	ثانياً: خصائصه
22	ثالثاً: مصادره.....
25	رابعاً: أهدافه.....
27	خامساً: منهجه
29	المطلب الثالث: أهمية البرامج الدينية في وسائل الإعلام.....
32	المطلب الرابع: حاجة المجتمع الإسلامي للبرامج الدينية.....
33	المطلب الخامس: أهداف البرامج الدينية.....
35	المطلب السادس: صور البرامج الدينية في وسائل الإعلام.....

المبحث الثاني: الخطاب الديني في وسائل الإعلام

37	المطلب الأول: تعريف الخطاب الديني.....
41	المطلب الثاني: محتوى الخطاب الديني.....
43	المطلب الثالث: أهداف الخطاب الديني.....
	المطلب الرابع: علاقة الخطاب الديني بالخطاب الإعلامي
45	أولا: مكانة الإعلام وأهميته في الدين الإسلامي.....
47	ثانيا: الخطاب الديني والإعلام المعاصر.....
52	ثالثا: الخطاب الديني ومواجهة الإعلام الهدام.....
	المبحث الثالث: البرامج الدينية في وسائل الإعلام بين الواقع والطموح
56	المطلب الأول: واقع البرامج الدينية في وسائل الإعلام.....
57	أولا: أساليب إعداد وتقديم البرامج الدينية.....
61	ثانيا: توقيت بث البرامج الدينية.....
63	ثالثا: جمهور البرامج الدينية.....
65	رابعا: القائم بالاتصال والكوادر العاملة في البرامج الدينية.....
68	خامسا: المضمون العلمي المعرفي والمعلومات في البرامج الدينية.
70	سادسا: المسلسلات والدراما الدينية.....
73	المطلب الثاني: كيفية التخطيط لتطوير البرامج الدينية في وسائل الإعلام
74	أولا: من ناحية الأسلوب والعرض.....
76	ثانيا: من ناحية الجمهور.....
77	ثالثا: من ناحية الكوادر العاملة.....
79	رابعا: من ناحية الدراما والمسلسلات.....
79	خامسا: اقتراحات أخرى.....

❖ الفصل الثالث : البرامج الدينية في الإذاعة

المبحث الأول: الإذاعة

84	المطلب الأول: تعريف الإذاعة.....
85	المطلب الثاني: ظهور الإذاعة ونشأتها.....
88	المطلب الثالث: مميزات الإذاعة ووظائفها.....
88	أولا: مميزات الإذاعة.....
91	ثانيا: وظائف الإذاعة.....

المبحث الثاني: الإذاعة المحلية

- 96المطلب الأول: تعريف الإذاعة المحلية.
- 100المطلب الثاني: نشأة الإذاعة المحلية.
- 103المطلب الثالث: أهداف الإذاعة المحلية.
- 105المطلب الرابع: مميزات الإذاعة المحلية وسماتها.
- المبحث الثالث: الإذاعة المحلية في الجزائر
- 107المطلب الأول: نشأة الإذاعة في الجزائر.
- 111المطلب الثاني: نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر.
- 112المطلب الثالث: أهداف إنشاء الإذاعات المحلية في الجزائر.
- المبحث الرابع: البرامج الدينية في الإذاعة
- 114المطلب الأول: أهمية البرامج الدينية في الإذاعة.
- 115المطلب الثاني: ظهور البرامج الدينية في الإذاعة.
- 116المطلب الثالث: أهداف البرامج الدينية في الإذاعة.
- 117المبحث الخامس: البرامج الدينية في الإذاعات المحلية في الجزائر.
- 119المبحث السادس: مستقبل الإذاعة في عصر البث الفضائي والإنترنت.
- 121أولا: التطورات التكنولوجية للإذاعة.
- 122ثانيا: التطور المعاصر في المحتوى الإذاعي.
- 123ثالثا: التطور المعاصر في الأشكال والقوالب الفنية للبرامج الإذاعية.
- 123رابعا: التطور في أداء القائمين بالاتصال في البرامج الإذاعية.
- 123خامسا: التفاعل مع الجمهور في البرامج الإذاعية المعاصرة.

❖ الفصل الرابع : شكل البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية

المبحث الأول : التعريف بعينة الدراسة

- 126المطلب الأول : التعريف بالعينة المكانية للدراسة.
- 126أولا: التعريف بإذاعة جيجل الجهوية.
- 131ثانيا: أهداف إنشاء إذاعة جيجل الجهوية.
- 131ثالثا: القواعد المتحكمة في إنجاح مهمة الإذاعة.
- 132رابعا: التعريف بالحصص الثلاث.
- 1321- حصة حديث الصباح.

134	2- حصة فتاوى على الهواء.....
135	3- حصة سلوكيات حضارية.....
136	المطلب الثاني: التعريف بالعينة الزمانية للدراسة.....
138	المبحث الثاني: تصنيف فئات التحليل.....
138	المبحث الثالث: شكل البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية.....
139	المطلب الأول: فئة شكل أو نمط البث.....
142	المطلب الثاني: فئة اللغة المستخدمة.....
145	المطلب الثالث: فئة الزمن.....
❖ الفصل الخامس : مضمون البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية	
149	المبحث الأول: فئة الموضوع
179	المبحث الثاني: فئة المصدر.....
191	المبحث الثالث: فئة طرق تحقيق الأهداف.....
203	المبحث الرابع: فئة الأبعاد المحلية.....
210	❖ الخاتمة: نتائج الدراسة التحليلية.....
213	❖ قائمة المصادر والمراجع.....