

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة
كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية
قسم: الدعوة والإعلام والاتصال

البرامج الدينية

في إذاعة الصومام الجزائرية
دراسة تحليلية لعينة برامج 2005

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير
شعبة: الدعوة والإعلام والاتصال

<u>الجامعة الأصلية</u>	<u>الرتبة</u>	<u>الاسم واللقب</u>	<u>أمام اللجنة</u>
.....	الرئيس :
.....	المقرّر :
.....	العضو :
.....	العضو :

إشراف : أ.د. فضيل دليو

إعداد : هواري سميرة

نوقشت يوم :

السنة الجامعية : 1425 - 1426 هـ
2004 - 2005 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَقُلْ رَبِّ زَكَاةً وَسَعَةً
عِلْمًا وَعِلْمًا

طه: 114

سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران

شُكر وعرفان

- * - إلى كلِّ من علّنى حرفاً منذ طفولتي ، أو كان سبباً في زيادة علمي .
- * - إلى كلِّ من ساعدني في إنجاز هذا البحث أخص بالذكر:
- الأستاذ الدكتور: فضيل دليو الذي قبل الإشراف على هذا البحث، شكراً غير منقوص لنصائه القيمة وأخلاقه الرفيعة.
- الأساتذة الكرام : سكمال نور الدين، نصير بوعلوي، قلاتي بشير، عواطي أبو بكر، وينتن مصطفى، الذين كانوا لنا كالسراج الذي ينيّر طريق العلم.
- زميلاتي الكريمات : بوشوشة فوزية، بوسنان رقية، فرح بوعزة، اللواتي لم تبخلن علي بالرفقة المونسة المريحة.
- أصدقاء زوجي الذين لم يبخلوا عليّ بالمساعدة في إتمام هذا البحث، خاصة الأساتذة: اعمر عبد الحفيظ، مناوي عبد الكريم ...
- * - إلى كلِّ عمال إذاعة الصومام على رأسهم مدير الإذاعة السيد محمد كمال حمي، وشكر خاص للأستاذ بوعلام جوهرى لتعاونه الكبير.

إهداء

- * - إلى الذي علّمني أن قيمة الإنسان بأخلاقه ورفعة شأنه بعلمه، إلى الذي لم أجد له مثيلاً في عطفه وحرصه علينا، أبي العزيز حفظه الله لنا.
- * - إلى التي وهبت راحتها وصحتها من أجل أن ترانا في أعلى المراتب، التي لم أجد بديلاً أبداً كحبها وصبرها الكبير، أمي الحبيبة حفظها الله لنا.
- * - إلى حسنة الدنيا التي منحها الله لي سكوناً ورحمة، صفيّ عسري الذي قاسمني أتعاب هذه الرسالة بكل صدق وإخلاص زوجي الغالي.
- * - إلى الذين كبرت معهم فلما نوا جزءاً منّي وكنت جزءاً منهم إخوتي وأخواتي، دون أن أنسى جدي حفظه الله.
- * - إلى ذكرى جدتي رحمها الله.
- * - إلى عائلتي الكبيرة بسطيّف الذين كانوا لي سنداً وحضناً ودفناً في وحشة الغربية.
- * - إلى عائلتي الصغيرة، وأخص بالذكر حماتي وحماتي الغاليان أدامهما الله لنا، وشقيق زوجي الذي رأيت فيه أنواع معاني الاحترام والعطاء والتواضع.
- * - إلى أختي التي لم تلدها أمي: نادية، وإلى رمز الصداقة الفريدة، عابدة وعائشة.
- * - إلى الذين عرفتهم فيهم النبل والشرف والكرم، ولا أدري كيف أفني معرفتهم السيد: فنانة عبد الحكيّد وزوجته رشيدة.
- * - إلى من غمروني بالاحترام وكانوا لي كالعائلة السيد: محمد بونصر وزوجته فتية.
- * - إلى كل من يسعى جاهداً في خدمة كلمة الحق...

المقدمة

إن أبرز صفة يمكن أن يوصف بها هذا العصر أنه عصر الإعلام، ولقد ضاعف التقدم التقني من فاعلية وأثر هذا الإعلام ملايين المرات بل تعدى الأمر إلى أن قضية الإعلام اليوم والمدى الذي وصل إليه من التحكم والاختراق باتت من أخطر القضايا وأبعدها تأثيراً في تشكيل الأفراد والجماعات، حيث وفر التطور التكنولوجي غير المسبوق للإعلام فرصاً أكثر فاعلية في هذا التحكم باستعمال شبكة الانترنت والأسطوانات المدججة والنظام الرقمي في البث الفضائي...

ولكن رغم كل ما سبق نجد أنه هناك من وسائل الإعلام الجماهيرية ما استطاع أن يحافظ على مبادئه وأهدافه التي أنشأ من أجلها وهي خدمة جمهوره والمساهمة في الحفاظ على مبادئه وميزاته وتميزه، وخير مثال على ذلك "الإذاعة" خاصة في صورتها المحلية والتي ثبت علمياً وعلى مستوى عالمي على أن لها قدرة كبيرة في المحافظة على مستمعيها وكذلك القدرة على المحافظة على المبادئ الأولى التي أنشأت لأجلها وهي الإعلام والترفيه والتثقيف حسب حاجة الجمهور ومتطلباته، وهذا ما يساعد على التقليل من الأثر الكبير للكم الهائل من الإعلام الوارد من الخارج والحفاظ على البنى القيمية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات الأقل تطوراً وتحكماً في تكنولوجيات الإعلام مثل الدول العربية والإسلامية.

وكما لا يخفى على أحد فإن الدين الإسلامي يعتبر في هذه المجتمعات المرجعية الأولى التي تحدّد غالباً النسق القيمي والاجتماعي والثقافي الخاص بها ببيان المبادئ والقيم التي يجب عليه الإيمان والالتزام بها، ولكن هل هناك أهمية لهذه المبادئ والقيم إن لم تأخذ فرصتها للنشر والإذاعة؟ ما فائدتها إن لم تتعدّ كونها مشاعر دفينية في أعماق النفس لا يستشعرها إلا مالكيها؟.

من كلّ هذا يتبيّن لنا أهمية وسائل الإعلام الجماهيرية وخاصة منها الإذاعة في إعطاء الفرصة لهذه المبادئ والقيم التي تُصاغ على شكل خطاب ديني للوصول إلى أتباعها ورؤادها والاستفادة في سلوكهم من التماذج التي تهيئهم إليها، وسعيًا منّا لزيادة معرفة هذه العلاقة نرى أهمية البحث عن مضمون هذا الخطاب وطريقة عرضه في الإذاعات العربية عامة، وما دامت الجزائر معنية بذلك، بحكم كون سكانها مسلمين، وبحكم أنّها من بين الدول الإسلامية التي تُعنى وسائلها الإعلامية بالخطاب الديني المعبر عن الإسلام دين الأمة، فإنّ دراسة موضوع الخطاب

الديني في وسائلها الإعلامية يُعدّ بالنسبة إلينا موضوعا أكثر أهمية لأنه يُخصّنا ويُعيننا على معرفة واقع خطابنا الديني في وسائل إعلامنا الجماهيرية.

يعود اهتمام وسائل الإعلام الجزائرية بالخطاب الديني إلى فترات الاستعمار الفرنسي، والذي كان ممثلا في الصحف الخاصة لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين، مثل جريدة البصائر...، أما بعد الاستقلال فقد كان الإعلام الوطني يُخصّص صفحات دينية وحصص دينية في كلّ وسائله، وفي بداية التسعينيات من القرن الماضي عاد الاهتمام أكثر بالخطاب الديني مع ظهور التيارات والأحزاب الإسلامية إلى الواجهة مثل: حزب الجبهة الإسلامية للإنقاذ، حركة النهضة، حركة حماس والتي كانت تُصدر صحفا سمّيت إسلامية مثل: جريدة المنقذ، النهضة، الإرشاد بالإضافة إلى صحف دينية عمومية مثل العقيدة...، والتي كانت تُعدّ حينها معبرة عن التوجّه الإسلامي والديني للمجتمع الجزائري، وإلى يومنا لا زالت وسائل الإعلام الجزائرية المحليّة تهتمّ بالقضايا الدينية، ويتّضح ذلك جليا في الصفحات الدينية التي يتضمّنّها الإعلام المكتوب، والحصص والبرامج الدينية التي يعرضها الإعلام السمعي البصري.

ومن أجل بيان حقيقة هذا الخطاب وكيفية عرضه في وسائل الإعلام، سنقتصر في دراستنا على جزئية من جزئياته في شكلها الإعلامي، وهي "البرامج الدينية" وكيفية عرضها في وسائل الإعلام الجزائرية والتي اخترنا منها الإعلام السمعي أو الإذاعة المحليّة وكنموذج عنها إذاعة الصومام المحليّة لولاية بجاية، ومنه ستكون دراستنا تحت عنوان "البرامج الدينية في إذاعة الصومام الجزائرية"، والذي سيتمحور حول مضمون وشكل هذه البرامج في هذه الإذاعة وكيف تعرض وتبثّ هذه الأخيرة المواضيع الدينية.

اعتمدنا في الدّراسة على مصادر ومراجع مختلفة منها ما هو في المجال الفكري، وأخرى في مجال الإعلام العام والإعلام الإسلامي، وكتب أخرى في المنهجية تعيننا في الجانب التطبيقي خاصّة، ولا نغفل الدوريات والمجلات، وما سنحصل عليه من مقالات ومعلومات من الانترنت.

أما عن مكونات الدّراسة فنعرضها فيما يلي:

- الفصل الأوّل: الإطار المنهجي للدّراسة، وفيه تحديد الموضوع، إشكالية الدّراسة، تساؤلات الدّراسة، أهمية وأسباب اختيار الموضوع، أهداف الدّراسة، الدّراسات السابقة، أهداف الدّراسة، منهج الدّراسة، مجتمع الدّراسة والفترة الزمنية، وأخيرا صعوبات الدّراسة.

- الفصل الثاني: البرامج الدينية في وسائل الإعلام، وقسم إلى ثلاثة عناصر، الأول فيه التعريف بالبرامج الدينية أمّا الثاني فخصّصناه للبرامج الدينية في وسائل الإعلام من حيث الواقع وآفاق التطوير بعد بيان العلاقة بين الخطاب الديني والخطاب الإعلامي، أما العنصر الثالث فخصّصناه للبرامج الدينية في الإذاعة والذي يبيّن متى وكيف ظهرت هذه البرامج في الإذاعة دون إغفال الإشارة إلى البرامج الدينية في الإذاعة الجزائرية.

- الفصل الثالث: الإذاعة، وقسمناه إلى ثلاثة عناصر أيضا، الأول فيه حديث عن الإذاعة من حيث النشأة، المميزات والوظائف، الثاني فيه حديث عن التقنيات المستخدمة في العمل الإذاعي بداية بانطلاق صوت المذيع حتى وصوله إلى آذان المستمعين ببيان مختلف المراحل والعناصر التي تتكفّل بضمان سير هذه العملية من بدايتها إلى نهايتها، أمّا العنصر الثالث فكان الحديث فيه عن الإذاعة المحليّة بداية بتعريف الإذاعة المحليّة والنشأة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها وختاما بالحديث عن الإذاعة المحليّة الجزائرية.

- الفصل الرابع: البرامج الدينية في إذاعة الصومام، والمخصّص للدراسة التحليلية والذي كان الحديث في بدايته عن التعريف بهذه المؤسسة الإعلامية المحليّة التي تعتبر كنموذج مصغّر يعرفنا عن بعض خصائص الإذاعات المحليّة الجزائرية الأخرى، أمّا العنصر الثاني فكان لتصنيف فئات التحليل بشقيها، محور المضمون والذي يتناول الفئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل، ومحور الشكل وفيه الفئات التي تجيب عن السؤال كيف قيل، وهي الفئات المعرّفة بالبرامج الدينية من حيث المضمون والشكل في إذاعة الصومام كنموذج عن الإذاعات المحليّة الجزائرية.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

- تحديد الموضوع
- إشكالية الدراسة
- تساؤلات الدراسة
- أهمية وأسباب اختيار الموضوع
- أهداف الدراسة
- الدراسات السابقة
- تحديد مفاهيم الدراسة
- منهج الدراسة
- مجتمع الدراسة والفترة الزمنية
- صعوبات الدراسة

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة :

1- تحديد الموضوع :

تتم الدراسة في شقيها النظري والتطبيقي ببيان ماهية البرامج الدينية في الإذاعة، حيث ستبين العلاقة بين هذه البرامج ووسائل الإعلام عامة وبالإذاعة خاصة، ثم نوعية المواضيع والقضايا التي تناولها البرامج الدينية الإذاعية وكيفية عرضها.

2- إشكالية الدراسة :

تقوم أجهزة الإعلام بدور حيوي في تكوين الوجدان والسيطرة على عقول الناس وتوجيههم، لذا فهي مهمة جدا لكل من يريد أن يربي الشعوب تربية معينة ويوجهها نحو اعتناق مبادئ محددة خاصة مع التطور التقني المذهل سواء منها المرئية أو المسموعة ... ولا نبالغ إن قلنا أن وسائل الإعلام تقع ضمن الوسائل الأخرى التي تكوّن وجدان المواطن وتربي عقله الذي ينعكس على سلوكه، حيث أصبحت تُنازع الوسائل الأخرى المرئية للنشأ في المجتمع مثل الأسرة مؤسسات التربية والتعليم، المساجد... ، بل إن وسائل الإعلام تُعدّ أخطر منها لأنها الأقدر في الوصول إلى وجدان الفرد، حيث نجد الإذاعة تتسلّل إلى المواطن في منزله وفي غرفة نومه وفي وسط أسرته وفي راحته من عنائه، والتلفاز لا يختلف كثيرا عن ذلك خاصة مع انتشار القنوات الفضائية والتقدم التقني الحادث في الصور والأقوال المبتوثة فيه.

ورغم اختلاف شتى وسائل المعرفة التي تبثها وسائل الإعلام إلا أن المشكل قائم في العلوم الإنسانية لأنها لا تتميز بقوانين ثابتة حيث يمكن أن تكون فيها الحقائق وفقا لرغبة القائم بالاتصال حيث تكون رسائله عادة موجّهة لخدمة فكرة معينة، هذه الفكرة ربما تكون بعيدة عن الواقع والحقيقة ولكن تخدم مجموعة ضغط نافذة في المجتمع تتفق مع مصالحها أو مصالح أفراد معينين.

وانطلاقا مما سبق ستمحور إشكالية دراستنا حول كيفية مساهمة وسائل الإعلام الجزائرية في تكوين الفرد الجزائري وتربيته والحفاظ على قيمه ومبادئه بالحفاظ أولا على دينه وهذا ما يمكننا معرفته إذا أجبنا على السؤال المتمحور حول كيفية بثّ وعرض هذه الوسائل للبرامج الدينية،

وبذلك يكون التساؤل الرئيسي: ما هو مضمون البرامج الدينية في إذاعة الصومام ؟ وكيف تعرض وتبث ؟

وسيندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي عدّة تساؤلات أخرى نوردتها فيما يلي :

3- تساؤلات الدراسة :

- 1- ما هو نوع المواضيع التي تناوّلها البرامج الدينية في إذاعة الصومام ؟
- 2- ما نوع المصادر التي تعتمد عليها البرامج الدينية في إذاعة الصومام ؟
- 3- ما هي الأساليب والطرق التي تستخدمها البرامج الدينية في إذاعة الصومام بغرض الوصول إلى جمهورها ؟
- 4- ما هي المحدّات المحليّة التي تستخدمها إذاعة الصومام في برامجها الدينية للدلالة على البعد المحلي لها ؟.
- 5- ما هي الأشكال أو الأنماط الإذاعية التي تستخدمها إذاعة الصومام في عرض برامجها الدينية ؟.
- 6- ما هو نوع ومستوى اللّغة التي تستخدمها البرامج الدينية في إذاعة الصومام ؟.
- 7- ما هو حجم البرامج الدينية في إذاعة الصومام ؟.

4- أهميّة وأسباب اختيار الموضوع:

إنّ أهمّ القضايا التي يكثر حولها الجدل والبحث في علاقتها بوسائل الإعلام هي قضايا الدين والأخلاق والمبادئ، لأنّها غالبا تعتبر أكثر ما يميّز كلّ أمة عن غيرها أو كلّ مجتمع عن غيره، لذلك اهتمّ بدراستها الكثير من الباحثين، ولتوضيح هذه العلاقة اخترنا أن تكون دراستنا في موضوع "البرامج الدينية في إذاعة الصومام"، مساهمة أخرى لمعرفة هذه العلاقة ولكن بالاعتصار على الإعلام المحلي الجزائري ممثلا في الإذاعة المحليّة لولاية "بجاية".

ونظرا لقلّة الدّراسات حول هذا الموضوع نرى أنّ دراستنا هذه تكتسب أهمّية كبيرة في إعطاء ولو تصوّر بسيط عن ماهية البرامج الدّينية في هذا الجهاز الإعلامي البسيط من جهة والمهمّ من جهة أخرى.

إضافة لهذه الأهمّية فإنّه هناك عدّة أسباب دفعتنا إلى اختيار الموضوع، منها أسباب علمية خاصة بالموضوع في حدّ ذاته وأخرى شخصية نابعة من آمالنا وشعورنا.

1- الأسباب العلمية :

1-1: العلاقة الكبيرة بين وسائل الإعلام وقضايا القيم والمبادئ والدّين لأنّها محور تميّز كلّ مجتمع أو أمّة عن غيرها .

1-2: الأهمية الكبيرة التي تحتلّها الإذاعة المحليّة خاصة-والإعلام المحليّ عامة- لقرّبها من الجماهير المحليّة، وبذلك قدرتها على التأثير فيهم وإرشادهم إلى أمور حياتهم الدّينية والدّنيوية وتنشأهم تنشئة واعية تخدم مصالح مجتمعهم.

1-3: قلّة أو ندرة البحوث المتعلّقة بالبرامج الدّينية في الإذاعة عامة وفي الإذاعة المحليّة خاصّة إن لم نقل انعدامها في بلادنا.

2- الأسباب الشخصية :

1-2: محاولة الإسهام ولو بقليل في إفادة ومساعدة الإذاعة للوقوف ضدّ التنصير والانحراف الذي تبثّه بعض الإذاعات خاصّة في فئة الشباب.

2-2 : الرغبة في الاقتراب والاحتكاك المباشر بالممارسة الإعلامية الميدانية.

2-3 : الرغبة الصادقة في خدمة الدّين الإسلامي وإرجاع مكانته في مدينة كانت من عواصم الإسلام فيما مضى.

5- أهداف الدّراسة :

تشتمل هذه الدّراسة على عدّة أهداف نوردّها فيما يلي:

1- التعرف على واقع البرامج الدّينية في الإعلام السمعي وما هي الصعوبات التي تواجهها وكيفية الارتقاء بهذا النوع من البرامج.

2- التعرف على حقيقة هذا الجهاز الإعلامي "الإذاعة المحليّة" وعلى أهمّ السمات والخصائص والوظائف التي تميّزها وتقوم بها.

3- التعرف على كيفية مساهمة الإذاعة المحليّة في الحفاظ على القيم والمبادئ الدّينية في المجتمع المحليّ.

- 4- التعرف على طبيعة المواضيع التي تناولها البرامج الدينية والحللفية الفكرية والمصادر التي تعتمد عليها هذه البرامج في الإذاعة المحلية.
- 5- الوصول إلى معرفة حجم اهتمام وسائل الإعلام المحلية السمعية في الجزائر ممثلة في "إذاعة الصومام" بالمواضيع الدينية .
- 6- بيان أشكال البرامج الدينية في الوسائل السمعية.

6- الدراسات السابقة:

ما تجدر الإشارة إليه أننا لم نعثر على أية دراسة حول البرامج الدينية في الإذاعة الجزائرية ولكن هذا لا يمنع من وجود دراسات حول البرامج الدينية في الإذاعات الأجنبية أو بحوث عن الإذاعة بصفة عامة؛ وسنوردها فيما يلي:

1- "البرامج الإسلامية في الإذاعة الكويتية": دراسة ميدانية لاستطلاع أثر البرامج الدينية في جمهور المستمعين، إعداد: عادل بن عبد الله الفلاح، إشراف: محمد كرم شلبي وعبد المجيد معاذ، المعهد العالي للدعوة، جامعة الإمام، المدينة المنورة 3ج، 1407هـ، 576 ورقة، مقدم لنيل شهادة دكتوراه.

وكانت أهداف البحث كالتالي:

- التعرف على الأشكال المفضلة لدى الجمهور عموماً والبرامج الدينية خصوصاً.
- التعرف على أوقات الاستماع واللغة المفضلة والعوامل المؤثرة على درجة الاستماع للبرامج الدينية.

أما أداة البحث فقد استخدم الباحث المنهج الوصفي من جمع المعلومات والبحث الميداني فقد تمّ تصميم الاستمارة وعرضها على المحكمين وإجراء اختبار أولي لها، وبعدها تمّ اختيار عينة متعدّدة المراحل قوامها 500 فرد من الكويتيين فقط ثمّ وزّعت عليهم الاستمارة. تمّ تقسيم البحث إلى تمهيد وثلاثة أبواب، حيث تناول التمهيد خصائص الإذاعة ووظائفها، بالإضافة إلى خصائص المجتمع الكويتي، أما الباب الأول فتناول فيه واقع البرامج الدينية في الإذاعة الكويتية؛ الباب الثاني وهو البحث الميداني وتناول فيه عادات الانتقاء والتعرض للبرامج الدينية، وأثر وتأثير هذه الأخيرة؛ الباب الثالث تناول فيه كيفية التخطيط لتطوير البرامج الدينية في الإذاعة الكويتية.

كانت أهمّ 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 يُعتمد عليه في الحصول على الثقافة الدينية، وقد جاء ترتيبها الثالثة بعد أئمة المساجد ومُدّرسي التربية الدينية، وقبل الوسائل المقروءة بجميع أنواعها.

- المستوى العام للبرامج الدينية في الإذاعة مقبول.

- أعلى نسبة كثافة للاستماع تقع بين السادسة والسابعة صباحاً، وبين الخامسة وما قبل السادسة مساءً، ثمّ الواحدة ظهراً، ثمّ الرابعة إلى الخامسة مساءً.

- أنسب الأشكال لتقديم البرامج الدينية هي "الحديث المباشر"، "الندوة"، "السؤال والجواب".

- اللغة التي يفضل المستمعون أن تقدّم بها البرامج الدينية مختلفة فهناك من يفضل العربية الفصحى، وهناك من يفضل ما يُسمى بفصحى المثقفين، وآخرون يفضلون العامية ومن ثمّ فإنّ استخدام فصحى المثقفين قد يكون حلاً وسطاً.

2- "القضايا التي تناولها البرامج الدينية في الراديو والتلفزيون": إعداد: عبد الستار عبد الله عبد الرحمان، إشراف: انشراح الشال وأحمد عمر هاشم، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 1995/1416، مقدّم لنيل الماجستير.

كانت أهداف البحث كالتالي:

- بيان أهمية البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون باعتبارها تجمع بين فعالية الدين الإسلامي من ناحية وفعالية تأثير وسائل الإعلام من ناحية أخرى.

- بيان أهمّ القضايا الدينية التي تناولها البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون.

أمّا منهجية البحث فقد اعتمد الكاتب على الأسلوب المسحي وأداة تحليل المضمون.

وقد تمّ تقسيم البحث إلى باين :

الباب الأول: تناول فيه القضايا التي تركّز عليها الدراسة وقُسم إلى ثلاثة فصول، تطرّق الأوّل إلى قضايا التنمية بين المفهوم الإسلامي وواقع الاقتصاد المصري، أمّا الثاني فتحدّث عن قضايا المدّ الإسلامي بين الصحوة والتطرف، والثالث عن قضايا الشورى والديمقراطية بين الواقع والتصوّر الإسلامي.

الباب الثاني: تناول فيه نتائج الدراسة التحليلية لعينة البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون المصري؛ وتمّ تقسيمه إلى خمسة فصول، الفصل الأوّل كان فيه الحديث عن جوانب الشكل في البرامج الدينية في الخدمات الإذاعية المدروسة، الثاني عن قضايا ومصادر معلومات البرامج

الدّينية في نفس الخدمات، الثالث كان عن نتائج الدّراسة التحليلية لقضايا ترشيد المدّ الإسلامي في البرامج الدّينية بالخدمات نفسها، الرابع عن نتائج الدّراسة لقضايا الشورى، الخامس عن نتائج الدّراسة لتصور المحكمين لأولويات قضايا البرامج الدّينية في الراديو والتلفزيون.

توصلت الدّراسة في النهاية إلى جملة من النتائج هي:

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

- تقدّم غالبية برامج العينة في قوالب فنيّة بسيطة أهمها "الحديث المباشر"، "الحوار".

- يتمّ تقديم غالبية البرامج الدّينية باللغة العربية الفصحى.

- مدّة البرامج الدّينية في العينة لا تتعدّى عشرين (20) دقيقة.

- الاستمالات المستخدمة في البرامج كانت عاطفية ومنطقية.

- القرآن الكريم كان المصدر الأوّل لمعلومات البرامج الدّينية ثمّ تليه السّنة النبوية الشريفة.

3- "البرامج الدّينية في الإذاعة اليمنية": إعداد: محمد حمود الهادي، إشراف: محمد أسامة صقر

وأحمد محمد الخراط، المعهد العالي للدعوة المدينة المنورة، قسم الإعلام، شعبة الإذاعة.

تناول البحث دور الإذاعة اليمنية في تبليغ الدّعوة، ودور البرامج الدّينية الإذاعية في تثقيف المسلم وأهميتها في حياته، كما تناول الباحث واقع البرامج الدّينية في الإذاعة اليمنية من حيث التنوع والمصادر، ومن بين الأمور التي تناولها الباحث أيضا أثر البرامج الدّينية في المستمعين وقد ركّز بحثه على سكّان الريف، وفي الأخير بيّن الكاتب كيفية تطوير البرامج الدّينية ووسائل هذا التطوير.

4- "إذاعة نداء الإسلام: دراسة تحليلية للبرامج المذاعة": إعداد: عبد الله محمد الهادي، د،

المعهد العالي للدعوة، جامعة الإمام، المدينة المنورة، 1404هـ، 135 ورقة، بحث مكمل للماجستير.

5- "الاتجاهات الدّينية في برامج الإذاعة 1981/1961م": حمدي حسن، كلية اللغة العربية، جامعة

الأزهر، القاهرة، بحث مقدّم لنيل دكتوراه.

7- تحديد مفاهيم الدّراسة :

ستتناول الدّراسة في شقيها النظري والتطبيقي - التحليلي - مفهومين أساسيين هما:

1- البرامج الدينية :

تُعرّف البرامج الدّينية بأنها البرامج المتخصّصة في تقديم المعلومات الدّينية والثقافة الإسلامية،

فهي أداة للتثقيف والتوجيه بالثقافة الدينية ونشر الوعي الديني وشرح مبادئ الدين الإسلامي، وتحتوي على الأحاديث واللقاءات والندوات وكذلك التمثيليات والمسلسلات بغرض التوعية والتوجيه.

2 - الإذاعة المحلية :

تُعرّف الإذاعة المحلية بأنها جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا، بمعنى أن الإذاعة المحلية تبثّ برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، تخاطب مجتمعا متناسقا من الناحية الاقتصادية والثقافية والاجتماعية، فجمهورها هم أفراد المجتمع المحلي كأن يكونوا سكان قرية واحدة أو مجموعة قرى متقاربة متجانسة أو مدينة صغيرة أو مدن صغيرة متقاربة متجانسة، وقد تكون مدينة كبيرة.

8- منهج الدراسة :

سوف نستخدم في هذه الدراسة الوصفية التي تهتمّ بجمع البيانات وتحليلها وتصنيفها وتفسيرها منهج "تحليل المحتوى" أو "تحليل المضمون" "Content Analysis" لأنه الأنسب لمعرفة نوع البرامج الدينية وكيفية عرضها في إذاعة الصومام.

- **تعريف منهج تحليل المحتوى:** اختلف الباحثون في تحديد التعريف الإجرائي الدقيق لتحليل المحتوى فهناك من يرى أنه منهج من مناهج البحث العلمي، وهناك من يعتبره مجرد أداة من أدوات المنهجية وسوف نعرض هنا إلى هذين الرأيين، وبذلك فإنّ تحليل المحتوى يمكن تعريفه كالآتي:

أ- "هو أسلوب للبحث العلمي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها - من حيث الشكل والمضمون - تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه، طبقا للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك إما في وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال، أو لاكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تنبع منها الرسالة الإعلامية أو للتعرف على مقاصد القائمين بالاتصال، وذلك بشرط أن تتمّ عملية التحليل بصفة منتظمة، ووفق أسس منهجية، ومعايير موضوعية، وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية"⁽¹⁾.

(1) سمير محمد حسين: بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص:233، ص:234.

ب- أمّا التعريف الثاني فيرى ما يلي: "تحليل المضمون هو أداة منهجية للدراسة الكميّة وأداة الاتصال، وأداة لاختبار فروض معيّنة عن مادة الاتصال وأداة للتنبؤ، وتكمن أهميّة تحليل المضمون في كونه منهجاً لدراسة الظاهرة في حالتها الديناميكية"⁽¹⁾.

وما دام تحليل المضمون يسعى إلى وصف عناصر المضمون وصفاً كمياً فمن الضروري تقسيم هذا المضمون إلى وحدات أو فئات، لذلك نجد تحليل المضمون ينقسم إلى قسمين:

1- وحدات تحليل المضمون أو المحتوى: مثل وحدة الكلمة، وحدة الموضوع أو الفكرة، مقياس المساحة والزمن... .

2- فئات تحليل المضمون أو المحتوى: وتنقسم إلى نوعين رئيسيين:

أ- فئة الموضوع "ماذا قيل"، مثل فئة الموضوع، فئة الاتجاه، فئة القيم... .

ب- فئة الشكل "كيف قيل"، مثل فئة اللغة، فئة شكل العبارة... .

9- مجتمع الدراسة والفترة الزمنية :

ينحصر مجتمع الدراسة في البرامج الدينية التي تبثها الإذاعة، وسنستخدم العيّنة الدورية المنتظمة التي تعتبر نوع من أنواع العيّنة العشوائية والتي تعتمد على تحديد فترة صناعية كأن تكون أسبوعاً أو شهراً أو غيرها ثم يستخدم التقويم السنوي مرتباً أيام المجتمع الأصلي الذي تُختار منه العيّنة ثم تُنتقى الأيام التي تشكل عيّنة الدراسة⁽²⁾.

وقد اتبعنا هذا الأسلوب للحصول على عيّنة دراستنا وذلك أولاً باختيار دورة إذاعية كاملة تشمل على ثلاثة أشهر⁽³⁾، وقد قمنا باختيار ثلاثة أشهر من الموسم الإذاعي 2005 وهي شهر جانفي، فيفري ومارس وبعدها بناء الأسبوع الصناعي لكل حصّة منفردة على النحو التالي:

- حصّة "دين ودنيا": حصّة أسبوعية كلّ يوم اثنين لمدة ثلاثين (30) دقيقة:

نأخذ الاثنين من الأسبوع الأوّل من الشهر الأوّل، بعده الاثنين من الأسبوع الثاني من الشهر الثاني، بعده الاثنين من الأسبوع الثالث من الشهر الثالث... وهكذا حتى نحصل على سبع حصص.

- حصّة "الفتاوى الشرعية": حصّة أسبوعية كلّ يوم جمعة لمدة ستين (60) دقيقة:

(1) رشدي طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، د.ت، ص: 22.

(2) رشدي طعيمة: المرجع نفسه، ص: 141.

(3) عبد المجيد شكري: الإذاعات المحليّة لغة العصر، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1987، ص: 81.

نأخذ الجمعة من الأسبوع الأوّل من الشهر الأوّل، بعده الجمعة من الأسبوع الثاني من الشهر الثاني... وهكذا أيضا حتى نحصل على سبع حصص.

- حصّة "حديث الصّباح": حصّة يومية لمُدّة خمس (05) دقائق:

ما دامت الحصّة يومية فإنّ الاختيار سيكون كالآتي، السبت من الأسبوع الأوّل من الشهر الأوّل، ثمّ الأحد من الأسبوع الثاني من الشهر الثاني... أي أنّ الاختيار سيشمل كلّ أيام الأسبوع بانتظام حتى الحصول على سبع حصص.

ومنه سنحصل على سبع (7) حصص لكلّ حصّة مختلفة موزّعة على الأشهر الثلاثة بانتظام.

10- صعوبات الدّراسة:

ومثل أيّ دراسة فدراستنا لا تخلو من صعوبات خاصّة في المجال التطبيقي وذلك بسبب قلة التراث النظري الخاص بالإعلام المحليّ الذي ينتج عنه ندرة الدّراسات التحليلية الخاصّة بالبرامج الإذاعية حيث أنّ البليوغرافيا العربية تفتقر إلى بحوث تقف على واقع ما اصطلاح على تسميته بالإعلام المحليّ؛ ومن أكثر الصعوبات التي واجهتنا أيضا عدم قدرتنا الحصول على الأرشيف الخاص بإذاعة الصومام وبرامجها نظرا لإمكانياتها ووسائلها المتواضعة جدا، أضف إلى ذلك تعرّضها للحرق والتخريب في الأحداث الأخيرة لمنطقة القبائل -سنة 2001- حتى أنّ البرامج محلّ دراستنا سنقوم بتسجيلها بإمكانياتنا الشخصية بغية تحليلها فيما بعد.

ونرجو من الله تعالى أن يوفّقنا إلى إتمام إنجاز هذا البحث المتواضع، وأن يعود بالفائدة علينا وعلى كلّ من سيطلّع عليه.

الفصل الثاني : البرامج الدينية ووسائل الإعلام

2-1 : البرامج الدينية والمصطلحات المشابهة :

2-1-1 : تعريف البرامج الدينية :

قبل التطرق إلى التعاريف الخاصة بالمصطلح المركب "البرامج الدينية" نشير أولاً إلى التعاريف الخاصة بمصطلح البرنامج حيث نجد ما يلي:

- لغة :

برمج برجة :- الإذاعة أو التلفزيون وغيرهما: وضع أو نظم برنامجاً لها.

- العقل الإلكتروني: زوده بالحقائق والأرقام، لقمه لها.

والبرنامج جمعه برامج: معناه الورقة الجامعة للحساب، وأيضا فهرست المكاتب ونحوها؛ ومعنى ثالث هو النسخة التي يكتب فيها المحدث أسماء رواته وأسانيده كتبه؛ ومعنى آخر هو "المنهج" فيقال: "برنامج الدرس"، "برنامج الحفلة".⁽¹⁾

وهناك تعريف آخر يرى أن البرنامج معناه: نشرة تحدد شروط العمل أو وقائع الحفلات.⁽²⁾

- اصطلاحاً :

- يعرف البرنامج بأنه عبارة عن خطط تنفذ من طرف الفرد أو مجموعة من الأفراد في فترة زمنية محددة لتحقيق أهداف معينة.⁽³⁾

- ومنه أخذ البرنامج اليومي في وسائل الإعلام والذي معناه: "هو عبارة عن مجموع من الفقرات المتتقاة، يتولى وضعه 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

(1) دار المجاني: مجاني الطلاب، (د. ط) بيروت، لبنان، 2001، ص: 62.

(2) يوسف محمد البقاعي: قاموس الطلاب: "عربي-عربي"، مراجعة وتدقيق: شهاب الدين أبو عمرو: د. ط، دار المعرفة،

الدار البيضاء، المغرب، د. ت، ص: 107.

(3) من موقع صيد الفوائد www.saaaid.net، ت. د: 2004/07/14، ص: 1.

الفصل الثاني

البرامج الدينية ووسائل الإعلام

- 1-2 : تعريف البرامج الدينية والمصطلحات المشابهة
- 2-2 : البرامج الدينية في وسائل الإعلام، واقع وآفاق
- 3-2 : البرامج الدينية في الإذاعة

المختلفة وتقوم بتسليم الفقرات أو البرنامج الذي تقدّمه إلى غرفة العرض أو شرائط الفيديو أو الأفلام لفترة كافية لمراجعتها واختبارها وتقرير مدى صلاحيتها.⁽¹⁾

بعد الإطلاع على المعنى اللغوي والاصطلاحي لمصطلح "برنامج" سوف نعرض هنا إلى التعاريف التي تناولت معاني المصطلح المركب "البرامج الدينية".
تعرف البرامج الدينية كما يلي:

- البرامج الدينية هي نشاط إعلامي متخصص في إطار الإعلام العام الملتزم بالإسلام.⁽²⁾
- 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.⁽³⁾

- 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 من وسائل الإعلام يجب عليها الالتزام بالإسلام من افتتاحها إلى نهايتها، وما يوجد من تقسيم برامج دينية وغير دينية اقتضاه التخصص وممارسة المهنة، ومصطلح البرامج الدينية المقصود به البرامج الإسلامية ولكن المصطلح درج وشاع استعماله في الأوساط الإعلامية والإذاعية خصوصاً.⁽⁴⁾

يقول الإعلامي أحمد فراج: "الناس يعتقدون أن البرنامج الديني هو البرنامج الذي يقدمه عدد من العلماء (واحد أو أكثر) ويتحدثون فيه حول قضايا وموضوعات دينية محضة، وتصوري الخاص ألا تكون البرامج الدينية مقصورة على هذا اللون وإن كان مطلوباً، ولكنني أعتقد أن أي برنامج لابد أن يكون دينياً، بمعنى تكون مرجعيته هي المرجعية الدينية والأخلاقية والقيمية والسلوكية سواء كان هذا البرنامج منوعاً، أو برنامج أطفال أو سياسي أو حتى مسلسل..."
ويضيف: "البرنامج الديني له الحق في أن يتناول مختلف القضايا سواء كانت سياسية أم اقتصادية

(1) السعيد دراجي: عادات وأنماط مشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية: دراسة ميدانية بإكماليات مدينة قسنطينة، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، 2002/2003، ص-ص: 72-73.

(2) مجلة الإذاعات العربية، العدد 2، السنة 1987، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، ص: 37.

(3) السعيد دراجي: المرجع السابق، ص: 76.

(4) عادل عبد الله الفلاح: البرامج الإسلامية في الإذاعة الكويتية، دراسة ميدانية لاستطلاع أثر البرامج الإسلامية في جمهور المستمعين، المعهد العالمي للدعوة الإسلامية بالمدينة المنورة، السلطنة العربية السعودية، ص: "ب" المقدمة.

أم فكرية فهي دائرة في دائرة اهتمامه وهو الأقرب لطرحتها كالنظرة الإسلامية للمال أو قضايا الديمقراطية والشورى وغيرها".⁽¹⁾

- أهمية البرامج الدينية :

لاشك أن البرامج الدينية تظفر باهتمام المسلمين اهتماما كبيرا، فالشعور الديني يدفعهم إلى متابعة هذه البرامج والعناية بفهم ما تقدمه من موضوعات شتى⁽²⁾؛ ذلك لأنه يمكن لهذه البرامج الدينية أن تدعم رسالة الإسلام وتساهم في تعميق إيمان المؤمنين وتوضيح للآخرين الصورة الحقيقية للإسلام، 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.⁽³⁾

- صور البرامج الدينية :

يستطيع الباحث المتبع للمواد والبرامج الدينية تصنيفها على النحو التالي :

- 1- المواد والبرامج المتعلقة بتغطية الطقوس الدينية.
 - 2- المواد والبرامج المتعلقة بالنشاطات والفعاليات الدينية.
 - 3- المواد والبرامج الدينية التي يقدمها رجال الدين مباشرة.
 - 4- الحوارات والأحاديث التي يجريها إعلاميون مع رجال الدين حول قضايا دينية واجتماعية مختلفة.
 - 5- التمثيليات الإذاعية والتلفزيونية التي تصور حياة شخصيات دينية أو تعالج مواضيع دينية.
 - 6- المسلسلات الإذاعية والتلفزيونية التي تعالج القضايا الدينية أو تصور أحد مراحل انتشار الدعوة أو سيرة إحدى الشخصيات الفاعلة في تاريخ الدعوة.⁽⁴⁾
 - 7- الأفلام التسجيلية والمؤتمرات الإسلامية تدخل أيضا في البرامج الدينية.⁽⁵⁾
- وتعرض البرامج الدينية في أشكال فنية هي :

(1) أحمد فراج : "المرجعية الإسلامية غائبة في برامجنا... ومتناقضة إذا ظهرت"، حوار : مصطفى عمارة، جريدة الزمان،

العدد: 788، السنة 17، 2002/03/03، عن موقع الجريدة : www.azzaman.com ، ت.د: 2003/12/15، ص:1

(2) إبراهيم إمام : نحو بلاغة تلفزيونية جديدة في البرامج الدينية، (د.ط) ، جهاز تلفزيون الخليج ، الرياض ، 1983 ، ص: 4.

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

(4) أديب حضور : "البرامج الدينية في البرجة الرمضانية العربية" ، مجلة الإذاعات العربية ، العدد 1 ، السنة 2003 ، ص: 64.

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

1989. ص: 118 .

الحديث، كحصة: "الحديث الديني"، المقابلة، كحصة: "فتاوى على الهواء"، الندوة كحصة: "ندوة الجمعة"، الدراما، القصة، الرسوم البيانية والخرائط، المناظرات، والصُّور أو الرسوم المتحركة.⁽¹⁾ ولا يدخل في البرامج الدينية القرآن الكريم في افتتاح ونهاية البرامج كما أن الآذان 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.⁽²⁾

2-1-2 : البرامج الدينية ومصطلحات مشابهة :

هناك بعض المصطلحات المقاربة في معناها للبرامج الدينية كونها تتناول نفس الموضوعات المتعلقة بالدين الإسلامي، وأيضا كون العديد من الكتاب يستعملون هذه المصطلحات أحيانا دون التفريق بينها للتداخل الكبير الحاصل في معانيها، وبيان هذا الأمر سيكون فيما سيأتي:

أ- البرامج الدينية والإعلام الديني:

قبل الاسترسال في الشرح سوف نورد أولاً بعض التعاريف للإعلام الديني. لازال الإشكال قائما في تسمية الإعلام السائد في العالم الإسلامي والعربي بين "الإعلام الديني" و"الإعلام الإسلامي" وفي هذا الصدد يقول محمد سيد محمد:
"يجب التفريق بين أصل الموضوع (موضوع الإعلام الإسلامي) في جوهره وحقيقته من جانب وبين صورته التي هو عليها من جانب آخر، فالإعلام الإسلامي يكون في مجتمع إسلامي يطبق الشريعة الإسلامية، مجتمع شمولي من حيث العقيدة والتنظيم، وبذلك يعكس الإعلام الإسلامي صورة هذا المجتمع".⁽³⁾

فالإعلام الإسلامي شامل ينسجم مع الحقيقة الأصيلة لهذا الدين، وهي أنه منهج شامل للحياة وليس منهجا جزئيا يعالج جانب من جوانب الواقع الإنساني، بل يبني مقاييسه ومعاييره على أساس المنطلقات الرئيسية والأطر الفكرية والاجتماعية والإنسانية المنبثقة من روح

(1) إبراهيم إمام: "كيف نجعل البرامج الدينية في التلفزيون أكثر تشويقا"، المجلة العربية، العدد 71، السنة 7، المملكة العربية السعودية، أكتوبر 1983، ص:30.

(2) محمد كامل عبد الصمد: التلفزيون بين الهدم والبناء، ط 2، دار الدعوة للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 1993، ص:24.

(3) "الإعلام الإسلامي والتحدّي الحضاري المعاصر"، مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، كتاب الأمة، العدد 28، ط 1، رئاسة المحاكم الشرعية والشؤون الدينية، قطر، 1991، ص: 94.

الإسلام، وعلى أساس الضوابط الشرعية التي ينبغي أن يسير الإعلام على هدي منها، ويلتزم بها في نشاطاته المختلفة وممارساته الواقعية.⁽¹⁾

أما الإعلام الموجود الآن في المجتمعات الإسلامية فهو الإعلام المتخصص وليس الإعلام العام، فهو إعلام ديني متخصص يتمركز في حدود الصحف والمجلات التي تسمى نفسها الإسلامية والمسلسلات التاريخية والدينية المشاهدة في التلفزيون أو السينما⁽²⁾، وما نجده في: الصفحات الدينية في بعض الجرائد اليومية، البرامج الدينية في الراديو والتلفزيون، إذاعات القرآن الكريم والكتب والكتيبات، الإذاعات الحية للمناسبات الدينية، الأفلام الروائية مثل: الرسالة، القادسية، عمر المختار،...⁽³⁾.

يعود الإعلام الديني في مصادره إلى مصادر التشريع الإسلامي وفي مقدمتها القرآن الكريم، فهو الدعامة الرئيسية للإعلام الإسلامي وأهم عوامل نجاح الرسالة الإعلامية الإسلامية، ذلك أن القرآن الكريم يحوي كل ما يهم المسلمين ويردّ على تساؤلاتهم، كما أنه ينظم للرّسول صلى الله عليه وسلم ودعاة المسلمين من بعده أساليب الدعوة ومجالاتها وجمهورها⁽⁴⁾، قال تعالى: (. . مَا فَرَطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ) (الأنعام: 38).

ومن بين الأمثلة التي يمكن إيرادها في عناية القرآن الكريم بالإعلام، قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَيَّ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ) (الحجرات: 6) فهنا تبين الآية معيار كينونة النبأ أو "الخبر" حيث تبين شروطه وهي "الصدق والتثبت في نشره وإذاعه" وبذلك يكون المنهج السليم في التعامل الإعلامي ما بين الناس في المجتمع الواحد أو مع باقي المجتمعات.⁽⁵⁾

(1) عبد القادر طاش: "إضاءات حول العالم الإسلامي"، مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، كتاب الأمة، العدد 28، ط 1،

رئاسة المحاكم الشرعية والشؤون الدينية، قطر، 1991، ص: 37، 38.

(2) المرجع نفسه، ص: 36.

(3) محمد سيد محمد، مرجع سابق، ص: 95.

(4) محي الدين عبد الحلیم: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، ط 2، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1984، ص: 169.

(5) هدى عكوشي: الإعلام الديني (الإسلامي) في الصحافة الجزائرية الأسبوعية الخاصة، رسالة ماجستير، دعوة وإعلام

واتصال، جامعة الأمير عبد القادر لعلوم الإسلامية، فستطينة، 2003، 2002، ص: 11.

وبعد القرآن الكريم تأتي السنة النبوية أو الحديث الشريف، حيث تتضح أهميتها الإعلامية في أنها جاءت في مجملها تأكيداً وتفسيراً للمعاني التي وردت في القرآن الكريم.⁽¹⁾ ويقول عبد اللطيف حمزة أن كل حديث من أحاديث الرسول صلى الله عليه وسلم مادة قوية تصلح لكل ثورة من الثورات الإسلامية، فلم يكدمر عصر من العصور، ينتقلون فيه من نظام إلى آخر إلا وأخذوا منها ما يتفق مع دعوتهم وفكرهم، ذلك أن الشعب الإسلامي لا يسمع حديثاً 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⁾

يهدف الإعلام الديني إلى خدمة الدين الإسلامي ومبادئه وأهدافه، ويساهم في إعداد المسلم إعداداً كاملاً، وبذلك 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 ويقتنع العقل ويتم الإيمان توطئة للالتزام بالدين والعمل بقيمه⁽³⁾، وهو بعدها الجسور التي تعبر منها رسالة الإسلام إلى الناس، ويرجع إليه الفضل في انتشاره على هذه الرقعة الفسيحة من كوكب الأرض.⁽⁴⁾

أما المنهج الذي يجب أن يقوم عليه الإعلام الديني فهو الذي بينه الله لنا في كتابه العزيز أن الدعوة لها طريق سوي يعتمد على الحكمة والموعظة الحسنة والجدل والتي هي أحسن، مع الإعراض عن الجاهلين وعدم الجهر بالسوء⁽⁵⁾، في قوله تعالى: (ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ) (النحل: 125).

ويقول عبد الكريم زيدان في شرح هذه الآية:

على الداعي أن يكون كلامه في الجدل والمناقشة بالحسنى وبالكلام الطيب والأدب الجم والتواضع والهدوء وعدم رفع الصوت وعدم إغاضة المقابل والاستهزاء به وليبق كلامه معه على مستواه العالي الرفيع الرقيق اللين الخالي من الفظاظ والخشونة لكن فيه "قوة الإقناع ووضوح

(1) محي الدين عبد الحلیم ، مرجع سابق، ص: 169.

(2) الإعلام في صدر الإسلام، (د.ط.)، دار الفكر العربي، القاهرة، (د.س.ن)، ص: 61. وانظر أيضاً: محمد مرعي: الإعلام

الإسلامي وخطر التدفق الإعلامي ، ط 1 ، دار الصحوة للنشر ، القاهرة ، 1988 ، ص: 21.

(3) إبراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامي ، (د.ط.)، دار الفكر العربي، القاهرة، (د.ت)، ص: 38.

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

(5) إبراهيم إمام : المرجع السابق، ص: 41.

الحق⁽¹⁾، ليتحقق للرسالة الإعلامية الدينية هدفها الإقناعي والتأثيري سواء على المستوى العقلي والإدراكي أو المستوى العاطفي والروحي⁽²⁾.

ب- البرامج الدينية والخطاب الديني :

للخطاب معاني كثيرة متميزة، فهو مصطلح قدم وجديد في نفس الوقت، فقد تحدّث الفلاسفة قديماً عن الخطابة كما اهتمّ به علماء اللغة والألسنية، ونجد لمصطلح الخطاب في الحضارة الإسلامية والفكر الإسلامي والعربي ظهوراً متميّزاً واهتماماً بالغاً سواء عند المتقدّمين أو المتأخّرين، فعند العلماء الأوائل كان الاهتمام بعلم الخطابة، وقد عرّفت هذه الأخيرة بأنّها "جودة الإقناع" وموضوع الخطابة إنّما هو الأقوال المقنعة النافعة في استمالة الجمهور إلى رأي أو صدّهم عنه⁽³⁾.

ولعلّ الباحث التونسي "المختار الفجاري" قد قدّم محاولة تأصيلية لمصطلح الخطاب في دراسته "تأصيل الخطاب في الثقافة العربية" حيث رجع في هذا التأصيل إلى القرآن الكريم والحديث النبوي الشريف ولسان العرب وكانت الخلاصة أنّ للخطاب عدّة معاني أهمّها :

1- الشّان والغرض والدّلالة في ذلك المصدر المشتقّ: "الخطب" وهو في قوله تعالى: (قَالَ مَا

خَطْبُكَ إِذْ رَأَوْتَنِي يَوْسُفُ عَنْ نَفْسِهِ) (يوسف: 51).

2- يعني إنجاز الشّان والغرض ويكون بذلك للخطاب قدرة تعبوية وسلطة مؤثّرة على السّامعين⁽⁴⁾.

ونجد في لسان العرب أنّ الخطبة معناها الكلام المنثور المسجوع، أمّا قوله تعالى: (... وَفَصَّلَ الْخُطَابِ) (ص: 20) ، فقال فيها بعض المفسّرين أنّه الحكم بالبيّنة واليمين، وقيل يفصل بين الحقّ والباطل⁽⁵⁾.

(1) أصول الدعوة الإسلامية، (د.ط)، مؤسسة الرسالة ، دار الوفاء ، (د.ب.ن) ، ص: 478.

(2) هدى عكوشي، مرجع سابق ، ص: 26 . وفيه كلام كثير عن أهداف الإعلام الديني الإسلامي، ص: 27، 21 .

(3) جبرار جيهامي: سلسلة موسوعات المصطلحات العربية والإسلامية، موسوعة مصطلحات الفلسفة عند العرب، ط 1 ، مكتبة لبنان ناشرون ، بيروت ، لبنان ، 1998 ، ص: 301.

(4) الزواوي بغورة : مفهوم الخطاب في فلسفة ميشال فوكو ، (د.ط) ، المجلس الأعلى للثقافة، طبع بالهيئة العامة للمطابع

الأميرية ، (د.ب.ن)، 2000 ، ص: 88، 89 .

(5) ابن منظور: لسان العرب، ط 1، ج 1، مطبعة بولاق ، مصر ، 1300 هـ: ص: 349.

وقد تبنت هذا المصطلح حديثا المفكرين العرب والمسلمين في ملتقى "ابن رشيق" بالجزائر في شهر ماي 1980 وشاع مؤخرًا في الأدبيات العربية أفضل من "الحديث" أو "القول" وأشمل من "المقال" وأيسر من "الأقاويل" عند قدامى الفلاسفة العرب⁽¹⁾، وقد ترجمت كلمة الخطاب من الكلمة الفرنسية: "Discours" التي اشتهرت في الدراسات الألسنية الحديثة خاصة في المدرسة الفرنسية بزعامة ميشال فوكو (1926-1984) و "بنفست" (1902-1976).⁽²⁾

بعد هذه الإشارة إلى أصل مصطلح الخطاب بصفة عامة، سوف نعرض بعض التعاريف المتعلقة بمصطلح "الخطاب الديني" محلّ المشابهة:

- الخطاب الديني هو كل إنتاج لغوي يتخذ من الإسلام مرجعًا له لصياغة هذا الموقف أو ذاك⁽³⁾
- 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 والدّرس والحديث العادي، والمقالة يكتبها الكاتب أو الصحفي، والبحث الميداني والكتاب يؤلّف والتحقيق الصحفي والبرنامج الإذاعي والبرنامج التلفزيوني والعمل الدرامي في شكل تمثيلية أو فيلم أو مسلسل، كلّ هذا يمكن أن يكون دعوة وخطاب... الخطاب الديني الآن أصبح يشمل الكلمة المقروءة والكلمة المسموعة في الإذاعة والمرئية المشاهدة في التلفاز، ويضمّ الآليات والوسائل الحديثة كالقنوات الفضائية والإذاعات الموجهة وشبكة الانترنت، هذا كلّ المعنى الواسع والكبير للخطاب الديني الذي يحتاج إلى مجهودات وعمل علمي وفكري منظم لخدمة وبيان حقيقة الإسلام⁽⁴⁾.

- الخطاب الديني هو كلّ ما تقدّمه دور التربية والتعليم سواء في مناهجها الرسمية أو أنشطتها غير الصّفيّة، وما ينتجه العاملون في ميدان الدّعوة والتوجيه الديني، الرسميّة وغير الرسميّة، من ثقافة دينية تُطرح بوسائل متنوّعة⁽⁵⁾.

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

(2) الزواوي بغورة، مرجع سابق، ص:87.

(3) محمد أسليم: "السّحر والخطاب في المغرب الراهن"، موقع محمد أسليم، 2002/01/27، www.aslim.net.

ت.د، 2003/10/10، ص:2.

(4) يوسف القرضاوي: "الخطاب الإسلامي في عصر العولمة"، حصّة الشريعة والحياة، أجرى الحوار ماهر عبد الله،

2003/10/22، عن موقع قناة الجزيرة، www.aljazeera.net، ت.د، 2003/11/18، ص:1.

(5) عبد القادر طاش: "خطابنا الديني...مراجعة مشروعة ونقد ذاتي مطلوب"، مجلة شؤون سعودية، التحالف الوطني من أجل

الديمقراطية، السعودية، 2003/06/24، عن موقع الخلفاء، www.saudiaffairs.net، ت.د، 2003/10/14، ص:1.

- المقصود بالخطاب الإسلامي المعاصر 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 نصرة الإسلام، كمنهج وكتاريخ وكحضارة وك مستقبل... والتمكين له في الواقع الإسلامي أولاً والواقع الإنساني ثانياً⁽¹⁾.

رغم اختلاف الزاوية الفكرية التي تناول بها كل تعريف معنى الخطاب الديني، إلا أن هذه التعاريف متفقة على شمولية الخطاب الديني لكل ما هو متعلق بمجالات الحياة، سواء في مضمونه أو في منهجه وأساليبه، وخاصة الشمولية والتي استمدّها الخطاب الديني من مصدره الذي هو الإسلام، وقد وردت آيات كثيرة دالة على هذه الشمولية منها قوله تعالى: (وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تِبْيَانًا لِّكُلِّ شَيْءٍ) (النحل: 89) وقوله عنه: (وَنَفَّصِلَ كُلَّ شَيْءٍ) (يوسف: 111).

وما يجب الإشارة إليه أن الإعلام الديني الإسلامي يملك هذه الخاصّة التي يستمدّها بدوره من أصوله الإسلامية، رغم أن هذه الشمولية لا تنفي وجود إعلام متخصص سواء في الدراسات الإسلامية أو الطّبية أو الفنيّة... وهكذا فالإعلام الإسلامي أيضا شامل لكل مجالات الحياة ومتخصّص في نفس الوقت في كل فرع من فروع هذه المجالات⁽²⁾، قال تعالى: (وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ) (التوبة: 122).

ولكن ننتقل إلى سؤال مهمّ، هل الخطاب الديني الإسلامي بهذه المعاني والمفهوم

الواسع موجود حاليا ؟

إنّ الخطاب الإسلامي كإعلام مقروء ومسموع ومنظور... متطور ومؤثر وفعال، أو كحركة اتصال فعال بالمجتمع... أو كقصّة ورواية ومسرح ونقد وقصيدة وفيلم وخدمات اجتماعية وتجارب سياسية وبرامج اقتصاديّة ومشروعات ثقافية وتنموية، وكبدائل أصيلة في الفكر والثقافة والسياسة والاجتماع والاقتصاد والعسكرية وال عمران والإدارة والقضاء... إنّ الخطاب الإسلامي بهذا المعنى لم يتمّ بعد، إن لم أقل لم يبدأ بعد⁽³⁾.

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

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

(3) الطيب برغوث: المرجع السابق، ص: 11.

وهنا نعود إلى نفس الإشكالية المطروحة في "الإعلام الديني" بين أصل الموضوع وجوهره وحقيقته وبين صورته التي هو عليها في الواقع من جانب آخر.

أمّا عند الحديث عن منهج الخطاب الديني فقد رسم القرآن الكريم معالم هذا المنهج في قوله تعالى: (ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ) (النحل: 125) وترشد إلى أن كل مسلم مطالب بحمل الخطاب الديني والدعوة على قدر ما، وأن الخطاب الديني ذو دعوة ربانية إلى سبيل الله ومنهجه وليس إلى فلسفة أرضية أو قانون وضعي، وثالث الأمور أن هذه الدعوة تكون بالإقناع لا بالإكراه⁽¹⁾، قال تعالى: (قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا اللَّهَ وَلَا نُشْرِكَ بِهِ شَيْئًا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِنْ دُونِ اللَّهِ) (آل عمران: 64).

* - ملاحظة :

يلاحظ في وقتنا خلط كبير بين مفهوم الخطاب الديني وبين الدين الإسلامي في أصوله، وبذلك يجب علينا الإشارة إلى الفرق بينهما، يقول حافظ دياب: الإسلام والخطاب الإسلامي يتصلان ولا يتساوقان، فالإسلام واحد يتجسد في نصوص القرآن الكريم والسنة النبوية، والخطاب الإسلامي متعدد ومتباين لأنه يعكس تفسيرات متعددة ومتباينة لهذه النصوص تعبيراً عن تباين مواقف ومواقع ومطامح فئات اجتماعية تتخذ من تأويلها للقرآن الكريم والسنة متكماً لمشروعيتها، وحاملاً لقيمها، وسندا لممارستها⁽²⁾. ومنه فأيما كان مفهومه فإنّ يحمل ما يمكن أن يطلق عليه الخطاب الإسلامي يتكوّن من مكونين هما:

- 1- المكوّن الشرعي: ونعني به البيان الشرعي الذي جاء به الوحي الإلهي قرآناً وسنة ثابتة.
- 2- المكوّن البشري: ويتعلّق بما فهمه أو استنبطه البشر من البيان الشرعي فقهاً كان أو فكرياً أو أدبياً أو علماً⁽³⁾.

(1) يوسف القرضاوي: "منهج الخطاب الديني كما رسمه القرآن"، الإسلام وقضايا معاصرة، 2003/02/04، عن موقع إسلام أون لاين، ت. د. : 2004/03/09، www.islamonline.net، ص: 1.

(2) محمد حافظ دياب، مرجع سابق، ص: 09.

(3) عبد الملك منصور: خصائص الخطاب الإسلامي المعاصر، سلسلة فكر المواجهة، ج 3، الإسلام وتطوير الخطاب الديني،

ط 1، جامعة الإمارات الإسلامية، دار البيان للطباعة والنشر، مصر، 2002، ص: 67.

*- الخلاصة :

بعد هذه الشروحات المفصلة يمكننا القول أننا توصلنا إلى النتائج التالية حول

علاقة البرامج الدينية بالإعلام الديني والخطاب الديني :

- 1- البرامج الدينية جزء من الإعلام الديني.
- 2- الإعلام الديني جزء من الخطاب الديني وهو مجال من مجالاته ومنه تكون البرامج الدينية أيضا جزء أو صورة من صور الخطاب الديني.
- 3- مصادر الإعلام الديني والخطاب الديني هي مصادر التشريع الإسلامي الأصلية: القرآن الكريم والسنة النبوية الثابتة.
- 4- منهج الإعلام الديني ومنه البرامج الدينية هو منهج الخطاب الديني الذي رسمه القرآن الكريم في الآية (125) من سورة النحل.
- 5- إشكالية الإعلام الديني بين النظرية والتطبيق هي نفسها إشكالية الخطاب الديني.
- 6- البرامج الدينية هي الشكل السمعي البصري للإعلام الديني، أما الإعلام الديني فهو الشكل الإعلامي للخطاب الديني، إذن فيين المصطلحات الثلاث علاقة عموم وخصوص.

2-2 : البرامج الدينية في وسائل الإعلام، واقع وآفاق :

2-2-1 : علاقة الخطاب الديني بالخطاب الإعلامي :

أ- مكانة الإعلام في الإسلام^(*) :

لم ينفصل الإعلام يوماً عن مسيرة الحياة الإنسانية فقد صاحب النشأة البشرية منذ اللحظة الأولى يوم أن خلق الله سبحانه آدم عليه السلام، وكان أول تكليف كلف به هو الإعلام والإخبار، بأن يعلم الملائكة الأسماء كلها، قال تعالى: (قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ) (البقرة:33)، وما أرسل الله الرسل إلا لإعلام الخلق بحقيقة الخالق وبيان الطريق الصحيح للحياة السعيدة، وجاء كل نبي ورسول يؤكد هذه المهمة قال تعالى: (أَبْلَغُكُمْ رَسُولَاتِ رَبِّي وَأَنْصَحُ لَكُمْ) (الأعراف:62) ، وكان هذا أمر الله لرسوله الخاتم⁽¹⁾ (يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ مَرِسَاتَهُ) (المائدة:67). ويقول محي الدين عبد الحليم في هذا الصدد:

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

والشرائع كلّها تقوم على الإعلام والبيان، حيث يقوم كلّ رسول بإبلاغ قومه ويدعوهم إلى الإيمان بالله وعبادته ... وهذه رسائل الأنبياء من آدم حتى خاتم الأنبياء⁽³⁾.

(*) أشرنا في العنصر السابق عند تعريف الإعلام الديني عن مكانة الإعلام في الدين الإسلامي، كما نشير أنه هناك عدة محاولات لتأصيل الإعلام من القرآن والسنة وقد وضعت بحيث دراسات في الموضوع، أنظر: حسن رجب: "أدب الإسلام وعلم الاتصال"، كتاب الأمة، مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، العدد 28، 1991، ومحمد فريد محمود عزت: دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 1984/1404.

(1) أحمد حسن محمد: "التأثير الإعلامي في الظواهر بين السلب والإيجاب"، عن موقع شبكة المشكاة الإسلامية:

www.elmichkat.com ، 2003 ، (ت.د): 2003/11/07 ، ص:1

(2) الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، ط2، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1984، ص:147.

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

ب- الإعلام المعاصر والخطاب الديني الإسلامي:

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...⁽¹⁾ وتظهر هذه الحقيقة في المجالات المتعددة المتنوعة التي يستخدم فيها الإعلام، فقد جاءت ثورة المعلومات والاتصال لتجعل من رسائله شريكا فاعلا يسهم بقدر كبير في عملية التنشئة الاجتماعية والعلمية التربوية بجانب الأسرة والمدرسة والمسجد ومراكز التوجيه والتوعية، فبسبب فاعليتها وقدرتها على التحدي وفق أساليب مستحدثة وتقنيات عالية فإنها تجعل الإنسان يسلم عقله وعاطفته لجاذبيتها فتقوم بدور الأب والمعلم، بل وأحيانا بدور الإفتاء والإرشاد دون إدراك المتلقي أن ما تحمله هذه الرسائل مشحون بقيم صاحب الرسالة يسعى لإحلالها مقام القيم القائمة إذا كانت هذه القيم تتعارض مع أهدافه، مثلا: 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⁽²⁾.

كما أن لوسائل الإعلام القدرة على صنع النسق القيمي في المجتمع (Value System)، حيث نجد مثلا 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 المعترب أو الإنسان الاستعراضي أو المقهور، أو الإنسان السوق، 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⁽³⁾.

كما أن للإعلام دور كبير في نشر المعارف والمعلومات والمبادئ، لأنه بدون هذا النشر لا تعدو أن تكون حبرا على ورق أو مشاعر دفينية في أعماق النفس لا يستشعرها إلا مالكتها، وكذا حال الدين إن لم ينشر ويذاع وتعرف حقيقته وتعرض على الجماهير يبقى أسفارا في مجلدات يطويها الزمن ويؤليها النسيان.

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

(2) أحمد حسن محمد: مرجع سابق، ص:2.

(3) محمد شمال حسن: "مسألة التّضليل في الخطاب التلفزيوني"، مجلة الإذاعات العربية، العدد1، سنة2001، ص:15،18.

وفي هذا الصدد يقول محي الدين عبد الحليم:

"لا أهمية للمبادئ والقيم إذا لم تأخذ فرصتها للنشر والإذاعة لأنها لا تعدو أن تكون آثاراً محنطة وأفكاراً مهملة لا ينتفع الناس بها، ولا يكشفون عن جوهرها ولا يستفيدون في سلوكهم من التماذج التي تهديهم إليها، ولذلك كان نشر الإسلام والتبصير به لبناً 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.⁽¹⁾"

أما على المستوى الدولي فقد غدا الإعلام السلاح الرئيسي والأكبر الذي يُستخدم في العلاقات والتعاملات المستهدفة في تحقيق المصالح المختلفة لكلّ قوة دولية وكلّ حكومة ونظام⁽²⁾، وهذا ما تظهره لنا المحطّات التلفزيونية التي تبثّ عبر الأقمار الصناعية بأنّها قوة إستراتيجية مهمّة وفاعلة في التأثير على سياسات الدول الكبرى، وفي هذا الموضوع قالت وزيرة الخارجية الأمريكية السابقة (مادلين أولبرايت): "من المؤكّد أنّ المحطّة التلفزيونية الأمريكية (CNN) هي العضو السادس الدائم في مجلس الأمن"⁽³⁾.

والصورة الفاعلة التي يستخدم فيها هذا الإعلام هي الغزو العقائدي والفكري والثقافي وذلك لتحقيق الأهداف السياسية والاقتصادية والتمكين للنفوذ والسيطرة على مختلف الشعوب، حيث تستغلّ 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 المحصّنة للبشر، المتمثلة في العقيدة والدّين والبناء القيمي والمعنوي، وهذا هو الغزو العقائدي، ولذلك توجه آلاف الأنواع الإعلامية ضدّ الإسلام بعضها بشكل "ناعم ماكر" والآخر ببرجحة سافرة من خلال إذاعات معادية وصحافة وقنوات تلفزة وأفلام سينما وملصقات وغيرها⁽⁴⁾.

بل تعدّى الأمر إلى أنّ قضية الإعلام اليوم والمدى الذي وصل إليه من التحكم والاختراق، ومن ثمّ الاحتواء باتت من أخطر القضايا الثقافية، وأبعدها تأثيراً في تشكيل الأفراد والجماعات، ذلك

(1) الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي: مرجع سابق، ص: 23.

(2) صلاح محي الدين محمد: "الإعلام والإعلام الإسلامي المفهوم والتطورات"، مجلة الجندي المسلم، العدد 115، سنة 2004،

عن موقع "نسيج": www.naseej.com، ت. د. : 2004/07/24، ص: 1.

(3) مصطفى متبولي: "تصورات مستقبلية لخطاب إعلامي عربي موجّه للمتلقّي الغربي"، الإعلام والقضايا العربية بعد 11 أيلول

2001، ط 1، ندوة الدراسات الإنمائية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2002، ص: 120.

(4) صلاح محي الدين محمد: المرجع السابق، ص: 2.

أنّ الارتقان الإعلامي هو الصورة الأحدث التي تطوّرت إليها الاستعمار، فالإعلام هو الذي يحضّر الأمم أو يُنشأ عندها القابليات للعمالة الثقافية والحضارية⁽¹⁾، خاصّة إن كان القائمون وراء هذا الإعلام خبراء وأخصائيين في التوجيه الإعلامي والدعائي، وأشخاص بارعون في استخدام وسائله⁽²⁾، وقد وفّر التطور التكنولوجي غير المسبوق للإعلام فرصاً أكثر فاعلية في هذا التحكم باستعمال شبكات الانترنت والأسطوانات المدججة، والتي أحدثت ثورة حقيقية في مجال تقنيات بثّ الأفكار (Techniques De Pensées) التي تعتبر بالدرجة الأولى تكنولوجيا إيديولوجية، فالولايات المتحدة الأمريكية مثلاً لا تسيطر على العالم بواسطة الاقتصاد فقط بل عبر التأثير على نظم المفاهيم وامتلاك تكنولوجيا العقل⁽³⁾.

لكن المفارقة كبيرة إذا ما أردنا الحديث عن هذه الوسائل في خطابنا الإعلامي، فرغم ما وفّره هذه الوسائل خاصّة الانترنت من فرصة تاريخية لنشر الخطاب الإسلامي للعالم وبيان تلويحاته وخريطة وعيه التي يتحرّك فيها من خلال تشكيلاته الخطابية وتوزّعاته عبر مواقعها، إلّا أنّ هذا المشهد الإسلامي العام لم يغادر خطابه التقليدي، ولا يبدو أنّ هذه التقنيات التي ينظر إليها كأداة حيادية أحدثت تطوّرات 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 ويدرك بعمق حتمية تغيير عقلية المخاطبين، وهذا إسهام جدّ قليل حتى يصل إلى مستوى تجديد عالمية الإسلام فهما وتطبيقاً فضلاً عن التمكين له من السيطرة والتحكم⁽⁴⁾.

تّمّا سبق، لنا أن نقول بأنّ التجربة الإعلامية المعاصرة سلاح ذو حدين، فإنّ وجهت الوجهة الصّحيحة نفعت وأصلحت وإنّ وجهت توجيهها خاطئاً ضلّت وأفسدت، وسوف نعرض إلى أمثلة للأثر الإيجابي والسّلبّي للإعلام المعاصر على خطابنا الدّيني وأمتنا الإسلامية.

ب1 : الأثر الإيجابي للإعلام :

يمكن للإعلام أن ينفع بكلّ وسائله ويلعب دوراً بالغاً في بناء الأمة وتكوين أجيالها ودفعها في سبيل الحضارة والرّقي، وهذا ما يمكن أن نجده في عدّة مجالات نذكر منها ما يلي:

(1) عمر عبيد حسنة: مراجعات في الفكر والدعوة والحركة، المعهد العامي للفكر الإسلامي، د.ط، دار الهدى للطباعة والنشر، عين مليلة، الجزائر، د.ت، ص: 48.

(2) مبنى حداد يكن: مرجع سابق، ص: 15.

(3) مصطفى متبولي: مرجع سابق، ص - ص: 111-112.

(4) معتر الخطيب: "الانترنت الإسلامي... أين الخلل؟" عن موقع الجزيرة: www.aljazeera.net، ت.د: 2004/05/30، ص: 2.

- الإعلام السليم له أن يساهم بقدر كبير في محو الأمية وإيجاد حوافر لتعلم القراءة والكتابة ومحو الأمية الثقافية لدى أنصاف المتعلمين بمساهمة كل الوسائل الإعلامية⁽¹⁾.

- الإعلام البناء يمكن أن يوصل صوت الدعوة والدعاة إلى بيوت لم تكن تعلم عن الصحوة شيئاً وهذا الدور تقوم به خاصة القنوات الفضائية^(*)، كما أن الإعلام البناء يساهم في زيادة الجرعات التثقيفية والتوعوية في المواسم كرمضان والجُمع، وهذا إسهام ولو بقدر قليل في توعية الناس بأمر دينهم وإقبالهم على الطاعات والتقرب إلى الله.

- الإعلام البناء يساهم في رُصد بعض المظاهر السيئة في المجتمع ومعالجتها وطرح الحلول لها مع ربط الناس بالعلماء من خلال الفتاوى المباشرة على الهواء التي تسهّل بدورها وصول العلم الشرعي إلى عامة الناس بأسلوب بسيط وتكلفة قليلة أو معدومة⁽²⁾.

- الإعلام السليم هو الذي يصحح كثير من المفاهيم وأنماط السلوك وطرائق التفكير للحفاظ على هويتنا الإسلامية ولتكوين رأي عام سليم تجاه قضايا الأمة الإسلامية⁽³⁾.

- الإعلام البناء يستطيع أن يُسهّم في بناء الأسرة وسعادتها ويساعدها على حلّ كثير من مشاكلها^(**)... وهو قادر أيضاً على إيجاد المناعة الفكرية والنفسية حيال الغزو الجاهلي الرهيب، وعلى تزويد الفتيات والأمهات بما يعينهنّ على إنشاء جيل صالح قوي⁽⁴⁾.

- الإعلام الرّاشد وسيلة لربط الإنسان بحقيقة عبوديته لله ودعوته لتوجيه فكره وعقله نحو القدير في ملكوت الحقّ سبحانه، والتي تقوده من بعد ذلك إلى تنمية المجتمع ورفاهيته وإقامة علاقات المودّة والألفة والتعاون بين أفرادها وجماعاته، قال تعالى: (يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ

(1) منى حداد يكن: مرجع سابق، ص: 25.

(*) هذا ما نلاحظه في النجاح الكبير الذي حققه الداعية عمرو خالد من خلال قناتي: "اقرأ و ART"، والتأثير الكبير الذي حقّقه البرامج التي كان يعدّها على فئة الشباب خاصة، كبرنامج "ونلقى الأحبة" وبرنامج "صنّاع الحياة" الذي حصل على الجائزة الأولى من المنظمة العالمية للصحة للبرنامج الذي وضعه لمكافحة التدخين والمخدرات.

(2) إكرام الزيد: "الإعلام في رمضان... إثم كبير ومنافع للناس"، ت: 2003/11/16، عن موقع الإسلام اليوم:

www.islamtoday.net، ت: د: 2004/06/13، ص: 1.

(3) سهيلة زين العابدين حمّاد: "الإعلام الإسلامي وخطر العولمة"، ت: 2003/08/16، عن موقع الإسلام اليوم:

www.islamtoday.net، ت: د: 2004/05/31، ص: 1.

(**) من الحصص والبرامج الجيدة في ذلك برنامج "البيوت السعيدة" للأستاذ جاسم المطوع في قناة اقرأ، ففيه معالجات تستحق التشجيع.

(4) منى حداد يكن: المرجع السابق، ص: 25-26.

عَلِيمٌ خَيْرٌ⁹ (الحجرات:13)، وبذلك تقوم دولة الهداية وأمة الفضيلة، إضافة إلى ذلك فإنه بوسائله من أهمّ عوامل نقل الحضارة وإشاعة الثقافة الجادة ودعم الفكر الصالح وبتّ القيم الصحيحة في العادات والسلوك، وإصحاح البيئة الإنسانية والمجتمع البشري وتحقيق التواصل الاجتماعي والثقافي بين الأفراد والجماعات والأمم.⁽¹⁾

- الإعلام البناء بإمكانه إثراء الخيال اللّازم لبناء المجال الحيوي المطلوب وجعل التدين والالتزام ثقافة للناس وهذا يكون بالأنشطة الكثيرة والوسائل الإعلامية المتاحة، إذ بالإمكان استخدام الملصقات والإعلانات في الصحف واللوحات والهاتف ومحطّات الإذاعة والتلفاز، وإقامة مهرجانات في المناسبات المختلفة في بثّ الأفكار التي تحارب الرذيلة وتوكّد الترابط الاجتماعي مثل الحثّ على إقامة الصلاة والحرص على صلة الرحم إن جعل هذه المسائل حاضرة في حسّ الناس من صلب العمل الدعوي وهو مهمل في أكثر الأحيان⁽²⁾.

- الإعلام الرّاشد هو الذي يساعد على تجسيد العلاقة بين مفكّرّي الأمة وجمهورها، ولا يكون ذلك إلاّ بتكثيف استخدام الوسائل الإعلامية في هذا المجال، مثل: كاتب سلسلة إذاعية يمكنه تصوير بعض المشكلات والأزمات التي تعرّضت لها الأمة وكيفية مواجهتها لها، والمجال رحبٌ أيضا في مجال الكتابة للطفل والمسرح الجامعي.

إنّ المسرح والسينما والتلفاز والإذاعة والروايات والقصص أدوات ممتازة لتبسيط الفكر الراقى المعقّد إذا وجد الاهتمام أوّلا، وإذا وجدت الطبقة المتوسطة من المثقّفين الذين يمثلون حلقة الوصل بين ذوي الثقافات العليا وذوي الثقافة الشعبية ثانيا، والداعي إلى هذا أنّ مبدعي الأفكار النقدية والبناءة لا يستطيعون غالبا تبسيط أفكارهم، كما أنّه من غير الصواب شغل كبار المفكّرّين بتعميم أفكارهم، ففيه قتل للوقت وانصراف من الأهمّ إلى المهمّ وموضوعيا يجب مساعدة المبدعين على الإنتاج وإعفائهم من كثير من تكاليف الحياة اليومية حتى تنعم الأمة بثمار عبقريتهم⁽³⁾.

وحقيقة فإنّ الإعلام إن وضع في أيدٍ أمينة وحكمته سياسة بناءة هادفة كان له أثر كبير وسريع على حياة الناس وتوجّهاتهم⁽⁴⁾، وصدق الله العظيم حين قال: (الْمُتَرَكِّفُ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا

(1) أحمد حسن محمد: مرجع سابق، ص: 3

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

(3) المرجع نفسه: ص-ص: 184-185.

(4) ميني حنّاد يكن: مرجع سابق، ص: 26.

كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ، تُؤْتِي أُكْلَهَا كُلَّ حِينٍ بِإِذْنِ رَبِّهَا
وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ) (إبراهيم: 25، 24).

ب2: الأثر السلبي للإعلام:

بيث الإعلام المعاصر من الباطل أكثر مما يث من الحق... وهو فوق هذا يعمد إلى خداع الناس بهذا الباطل، إذ يزينه بالصورة الملونة والمكياج والإخراج وكل وسائل التحايل القادرة على التشويق والجذب والإغراء.

وتزداد خطورة تأثير وسائل الإعلام إذا علمنا أننا - كمسلمين - لا زلنا مستهلكين ولسنا منتجين، ومتأثرين ولسنا مؤثرين فأغلب المادة الإعلامية الموجودة في إعلامنا مستوردة وليست منتجة، وتظهر الآثار السلبية لهذا الإعلام المستورد في عدة مجالات:

- القيم والمعتقدات التي يروج لها الإعلام المستورد كثيرا ما تختلف - غالبا ما تتناقض - عن القيم والمعتقدات الإسلامية، وبالتالي يساهم هذا الإعلام في خلق بناء قيمي لا يتماشى مع ذلك الموجود في المجتمعات الإسلامية⁽¹⁾، ومثال هذه القيم السلبية ما تشمله الأفلام الرديئة والأغاني الهابطة من ثقافة الإباحية والتحلل الأخلاقي⁽²⁾.

- إن أفلام الرعب ورعاة البقر تعطي المشاهد تصورا خاطئا ملخصه أن الموم والمشاكل تنتهي بطلقة واحدة من بندقية، ومثل هذه الأفلام بدأنا نحصد ثمارها، فكم حصل من حوادث وبشكل محزن ومن مختلف الأعمار، فهذا أب يقتل أسرته ثم يتنحى وآخر يطلق النار على صديقه، وآخر أقدم على قتل نفسه^(*)... كما أنها تدعم وتغذي ترمد بعض الشباب على النظام، وتحول أفكارهم إلى توافه الأمور، حتى وصل الأمر ببعض الشباب إلى ارتداء ملابس نسائية والاستعراض بها عبر

(1) محمد علي العويبي: مرجع سابق، ص: 36.

(2) عبد الله أحمد اليوسف: "الخطاب الإسلامي قديم كثيرا من المعالجات النظرية لشريحة الشباب وقليل من المعالجات العملية"،

حاوره: حسن آل حماد، جريدة الوطن السعودية، 2002، عن موقع الجريدة: www.alwatan-news.com،

ت.د: 2003/09/25، ص: 4.

(*) ازدياد نسبة الجريمة وارتفاع معدلات أعمال العنف لا تعاني منها الدول الإسلامية المستوردة لهذا الإعلام فقط، بل حتى الدول المنتجة لمثل هذه الأفلام أفلتت زمام الأمور من بين يديها، خاصة في شريحة الأطفال والأحداث، حيث ارتفعت نسبة الجريمة لدى هذه الفئة بصفة مخيفة مما دفع هذه الدول إلى وضع قوانين واستحداث إجراءات كبيرة لحمايتهم من هذه الأفلام ومن البرامج الأخرى التي تبثها خاصة الإنترنت، ثبت على سبيل المثال أن 39% من الأحداث المنحرفين في إسبانيا قد تلقوا معلوماتهم من الأفلام السينمائية، وفي الولايات المتحدة الأمريكية صرح الرئيس الراحل "كيندي" أن الجريمة زادت بسبب التلفزيون وأن مكافحة الانحراف تكلف بلاده ما لا يقل عن 5 آلاف دولار سنويا. أنظر: محمد محمود المرسي: "الآثار السلبية والإيجابية للتلفزيون على الأطفال"، مجلة المنهل، العدد 577، السنة 67، المملكة العربية السعودية، ص: 157.

الطَّرَقَات⁽¹⁾، ولو توقّف الأمر عند هذا الحدّ لكان هيناً، ولكن المشكلة أن بعض الشَّبَاب نتيجة تأثره بهذه البرامج تنكّر لأصالته وأعرافه من حيث الفكر والثقافة والمظهر والتعامل والممارسات اليومية، والمؤسف أنّه حتى الإعلام المحليّ يشجّعه على ذلك والذي أصبح في بعض حالاته يدور حول الفكر الغربي وقيمه وعاداته ممّا أوجد مفاصلة واضحة بين ما هو مطلوب وما هو واقع فعلاً؛ ونتيجة لهذا ينشأ صراع بين ما هو عليه أبناء الأُمَّة من قيم مستمدّة من ثوابت العقيدة، وبين هذه القيم الدّخيلة ممّا يكون سبباً في تعرّض الاستقرار النفسي للاهتزاز، ويهدّد العلاقات بين الأفراد وأسرههم وجماعاتهم وقياداتهم الشرّعية، وأبعد من ذلك يهدّد علاقة الإنسان بنفسه، بين ما يؤمن به وما يشاهده من سحرية بالدين ومظاهره وتشكيك في العقيدة ومصادرها فتبدأ رحلة ضياعه، ونتيجة لذلك تحجب الصّورة الحقيقية للمجتمع المسلم وتقاليد وأعرافه، بالقدر الذي يعبر عن أمانة الكلمة ومهمّة البلاغ المبين وفريضة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر⁽²⁾.

- الإعلام الهدّام هو الذي يصنع لشبابنا نماذج البشر الذي يقتدون بهم، فقد باتت أجيالنا تعرف من خلال الوسائل الإعلامية المختلفة الكثير عن الفنّانين والمغنيين والممثلين والراقصين ممّن أصبحوا مثلاً أعلى لحياة العديد من شبابنا، في حين هي في جهل مطبق لتراجم عظمائنا وسير أبطالنا وروائع تاريخنا⁽³⁾.

- الإعلام الهدّام امتهن المرأة وجعل منها عنصراً مهيناً مستقلاً مهدور الكرامة في صورة مبتذلة لا ترضى بها كرامة الإنسان، ففي دنيا الأدب الرّخيص تعتبر المرأة العارية المحور الذي يدور حوله شعر الشّاعر وأدب الأديب وعمل المسرح... وانتقلت هذه الظاهرة إلى عالم الإعلام والترويج للبضاعة، فإطارات السيارات والجرّارات الثقيلة وأنواع الطعام وأقلام الحبر... وكلّ ما يشاهده المواطن أو يسمعه أو يقرؤه مطبوعاً، يعلن عنه ويروج له مع امرأة تسلك سبل الإغراء بصورة لا تروّج بضاعة بل تمسّد أسرة وتفسخ جيلاً⁽⁴⁾.

- الإعلام الهدّام لم يرحم حتى البراءة وهم الأطفال، حيث أنّ نتائج قياسات الرّأي العام تشهد بأنّ الأطفال جمهور جيّد فضلاً عن أنّه "جمهور مقلّد" وهنا مكنم الخطر حيث أنّ أغلب الأطفال يميلون إلى أن يقبلوا بدون أيّ تساؤل، جميع المعلومات التي تظهر في الأفلام وتبدو

(1) علي بن سليمان الديبختي: "نحو استراتيجية هادفة للفضائيات العربية"، مجلة الجندي المسلم، العدد: 102، 03/01/2001.

عن موقع نسيج: www.naseej.com، ت.د: 2004/02/15، ص: 2.

(2) أحمد حسن محمد: مرجع سابق، ص: 2.

(3) منى حدّاد يكن: مرجع سابق، ص: 31.

(4) المرجع نفسه: ص: 41، 40.

واقعية ويتذكرون تلك المواد بشكل أفضل، كما أنهم لا يستطيعون التفريق بين ما هو جيد أو سيئ فيما يعرض عليهم⁽¹⁾.

ويرى العلماء والخبراء والمتخصصون أن مشاهد العنف والجريمة والجنس التي تعرض على التلفزيون لها تأثير كبير على الأطفال ويؤدي تكرار عرضها إلى انحرافهم... ويستند الكثير منهم في هذا الرأي إلى نظرية "التعلم بالملاحظة" والتي تقوم على افتراض أن الأفراد يمكن أن يتعلموا السلوك العدواني عن طريق ملاحظة العدوان في وسائل الاتصال، فهناك قدر كبير من سلوك الأطفال يُكتسب عن طريق الملاحظة، والطفل الذي يشاهد نموذجاً عدوانياً في التلفزيون قد يقوم بتقليد ذلك النموذج، لذلك بلغ الحدّ بأحد الأطباء النفسانيين إلى القول: "إذا كان السّجن بالنسبة للمراهقين هو كلية يتعلّمون فيها الجريمة، فإنّ التلفزيون هو المدرسة الإعدادية للانحراف"، وأمثلة ذلك كثيرة منها أن بعض الشباب قاموا بمداهمة مقهى بالقاهرة بالمدافع الرّشاشة على غرار ما شاهدوه في فيلم سينمائي، أيضاً قام مجموعة من الصّبيان بتقليد أحداث الفيلم العربي "الصّوص لكن ظرفاء" في سرقة بعض المنازل بأحد الدول العربية⁽²⁾. وترداد الأمور خطورة إذا علمنا أن أجهزة الإعلام تعتبر أداة تشكيل لنفسية الطفل وتعريفه بنفسه، فالأمور التي لا يستطيع تعلّمها من أبويه أو عائلته يلجأ فيها إلى وسائل الإعلام التي تدرّس القيم السّالبة خاصّة في البرامج أو المواضيع التي يفضّلها مثلاً: مجلّات الأطفال تنحرف في تيار من التّشويق يهدف إلى تدمير معنويات الطفل وتعليمه كيفيّة الخداع، أو تعطيه فكرة وأسلوب لجريمة ما يطبّقها فيما بعد في الواقع، بعد أن تصرفه عن دراسته وواجباته اليومية⁽³⁾. هذا هو الوجه القاتم للإعلام إذا وضع في يد تجّار الرّذيلة وسمّاسة الفساد والانحراف، وكلّ هذا يحدث في غياب ثقافة إعلامية مستوحاة من مصادر التراث الإسلامي وتنفق والعادات والاتجاهات الاجتماعية الدّينية، فكيف السّبيل إذن لمواجهة هذا الإعلام الهدّام؟

ب3 : كيفية مواجهة الإعلام الهدّام :

على المستوى الدّولي نقول أنّه رغم تباين الأنظمة والتشريعات والتعقيدات الهائلة التي طرأت على المجتمعات الإنسانية، نجد أن الواقع المعاصر مازال في حاجة إلى مضمون الرسالة

(1) منى حداد يكن: المرجع السابق، ص: 49، 50.

(2) محمد محمود المرسي: مرجع سابق، ص: 157، 158.

(3) منى حداد يكن: مرجع سابق، ص: 49، 54.

الإسلامية لأنها تتعامل مع فطرة الإنسان التي فطر الله الناس عليها، ولكي نلفت نظر الآخرين إلى مضمون هذه الرسالة فإنه يجب التركيز على القضايا التي يتناولها الإعلام المعاصر وتعرض عرضاً إسلامياً كقضية الوحدة الإنسانية، حقوق الإنسان، قضية الحرب والسلم، قضية المال والاقتصاد والصراع الربوي ... وغير ذلك من القضايا التي يجب أن يتبناها الخطاب الإعلامي الإسلامي مع استخدام كلِّ التقنيات والوسائل والإمكانيات الحديثة لتوصيل هذا الخطاب إلى الجمهور المستهدف، وبذلك يمكن للخطاب الإعلامي الإسلامي أن يخرج للعالم بوضوح وقوة ويوجد رأياً عاماً جديداً تقنعه الفكرة ويعجبه السلوك، وتشدّه قيم ومفاهيم رسالية هادفة تحملها أفكار سليمة من عقائد لها قدرة نقل الإنسان إلى شاطئ الأمان بعد أن دمّرت الحضارة الحديثة كلَّ هذه المعاني في نفوس الأفراد والأمم، فيخطب حامل الرسالة الإعلامية الإسلامية المجتمعات الغربية في حالتها التي تشعر فيها أنها قد تحضّرت وتمدّنت وأنّ الدين تحلّف ورجعية ليعلم أنّ الإسلام دين يعلن بقوة فكرة تعمير الأرض والانتقال من مرحلة التخلف ولا يرفض أقصى مراحل التقدّم دون تجاهل الرّابط القوي بين السماء والأرض والخالق والمخلوق⁽¹⁾.

ولنجاح المضمون الإسلامي لهذا الخطاب الإعلامي يجب أن يقوم على القواعد

والأسس التالية :

1- أن يكون الإسلام بفكره وقيمه ومبادئه وحضارته هو الأصل الذي يصدر عنه ذلك النظام الإعلامي المنشود، وهو الأساس الذي ينبغي أن يستند إليه في صياغته للنشاط الإعلامي وتحديد أبعاده ووظائفه ومسؤولياته⁽²⁾.

2- توفير قاعدة قويّة من أبناء الأمة يحملون أمانة الدّعوة، وإذا ما توفّر هذا العنصر فإنّ عليهم دراسة 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 يقدّم الإسلام السلوك والعمل ليقنع الرأي العام بالرسالة الموجهة ويلمس أثرها⁽³⁾. وبذلك فمع ثبات المبادئ والقيم تتنوّع الوسائل وتختلف باختلاف الجماهير والبيئات والمعتقدات واللغات حيث ينبغي أن تتوافر المعلومات الكافية عن كلِّ جمهور وكلِّ فئة من

(1) أحمد حسن محمد: مرجع سابق، ص:3.

(2) عبد القادر طاش: مرجع سابق، ص:53.

(3) أحمد حسن محمد: المرجع السابق، ص:3.

الفئات ليتسنى التخطيط العلمي عند إعلامها⁽¹⁾.

3- لا بدّ من الاستفادة من كلّ ما وصل إليه العلم من أجهزة حديثة ووسائل إلكترونية وتكنولوجيا متقدّمة، ومعرفة أنّ لكلّ وسيلة اتصال مقدرة معيّنة على الإقناع وأنّ الإمكانيات الفعلية لمختلف الوسائل الإعلامية تختلف بشكل واضح حسب الموضوع والظرف الاتصالي، لحمل هذا النّصّ الإعلامي الإسلامي، والحقيقة أنّه إذا تمّ وضع خطة علمية سليمة وتمّ إعداد حملات إعلامية متكاملة الأبعاد ومتناسقة التخطيط تستهدف عقل الإنسان في أيّ منطقة من العالم، فإنّ استراتيجية الإعلام الإسلامي الدولي ستمكّن من خلق رأي عام عالمي مناصر ومؤيّد له⁽²⁾.

أمّا على المستوى المحليّ فإنّ وسائل الإعلام في العالم الإسلامي مطالبة بتحقيق المناخ الملائم للتغيير، وذلك ببناء قيم ومعتقدات منظورة تقدّس العمل والإنتاج وتكافؤ الفرص وتربط ذلك بالعبقيرة الإسلامية، وتضع أنماط جديدة للاستهلاك الإعلامي الرّشيد وعدم تقليد كلّ ما هو غربي وأن تكون الأنماط البشرية المفضّلة للجماهير هي العلماء بفئاتهم المختلفة ورجال العلم والإنتاج، وليس الفئات الهامشية التي شقّت طريقها في غفلة من الزّمن مثل أصحاب الفنّ الهابط...، وتساعد في بناء ثقافة عصرية تأخذ في الاعتبار التراث الإسلامي والإنساني، وأن تكون الفرصة مهيأة لتعدّد الآراء في إطار المسؤولية الاجتماعية والإسلامية، وإذا كنّا بدأنا ندرك الصّحوة الإسلامية فلا بدّ علينا أن ندرك دور الإعلام في هذه الصّحوة، والأديان الأخرى استفادت من هذه التّغييرات العصرية واستخدمت وسائل الإعلام الحديثة للخدمة وتحقيق أهدافها⁽³⁾.

وعلى الحكومات والشّعوب الإسلامية أن تدرك خطورة الإعلام في الحياة وتدعو إلى تبني المنهج الأقوم فيه في كلّ الممارسات الإعلامية المتّصلة بالمسلمين وواجبهم تجاه دينهم وأمتهم، وأن تبذل كلّ الجهود في إعلاء صرح الإعلام الإسلامي تنظيراً وتطبيقاً لأنّه السبيل القويم لصحّة الفكر واستقامة السلوك وتحصيل العلم النّافع والعمل الصّالح وأداة حقيقية لجمع الخلق على الحقّ بشرط أن يكون الهدف الأوّل من كلّ ذلك هو رضوان الله تعالى لأنّها الغاية

(1) إبراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص: 39.

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

(3) محمد علي العويبي: الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص: 38-40.

الكبرى التي تسعى إليها حركة الحياة عند المسلمين⁽¹⁾، قال تعالى: (إِنْ تُنصِرُوا اللَّهَ يَنْصِرْكُمْ وَتُنْتِزِعَ أقدامَكُمْ) (محمد:7).

أما على مستوى الأفراد فإن التصدي للإعلام الهدام يختلف من فرد إلى آخر ومن فئة إلى أخرى، حسب السن والمستوى الثقافي والعلمي، فمسؤولية الأطفال تقع على الآباء، فهم المطالبون بتوجيه أبنائهم الوجهة السليمة للاستفادة من الإعلام، فيجب على الآباء التعامل بجدية مع أبنائهم سواء في اختيار البرامج التي يشاهدونها أو يستمعون إليها في التلفزيون والإذاعة، أو باختيار أنواع الكتب والمجلات التي على الطفل مطالعتها، أو بالجدية في الالتزام بأمر الدين والقيم الخلقية، وبذلك يتشكّل الطفل بمدى سيطرة أسرته على نفسها في احترام كل من الأبوين لهذه القيم، وصدق رسول الله صلى الله عليه وسلم حين قال: "كل مولود يولد على الفطرة فأبواه يهودانه أو ينصرانه أو يمجسانه" رواه البخاري.

أما إن كان الفرد بالغاً عاقلاً، فإن أفضل طريقة للتعامل مع وسائل الإعلام، هي تنمية الوازع الديني، حيث يمنع الشاب نفسه بنفسه من مشاهدة ما لا يجوز له مشاهدته، وهذا يعني أن يكون الإنسان رقيب نفسه - في غياب الرقابة الإعلامية - واضعاً نصب عينيه أن الله سبحانه وتعالى يراه، وأنه محاسب على كل تصرفاته وسلوكياته، وهذا كله يتولّد من القناعة بهذه القيم التي يكتسبونها من التربية منذ الصغر، ولذلك فمن المهم للغاية أن يدرك الآباء أهمية الإقناع في التربية، وليس الفرض والقسر، وأن يعطى بعدها الأولاد فسحة للتكيف مع متطلبات زمانهم⁽²⁾.

وعند النظر إلى مستوى المتلقّي، فلا بدّ أيضاً من النظر في حاله، فإن كان المتلقّي من عامّة الناس وممن لا يفقه أمور دينه إلاّ القليل فإنّه من الأجدر به وحفظاً لدينه أن يهجرها ويقاطعها، وإن أمكن ألاّ يدخلها بيته مثل المجلات الهابطة... أمّا إن كان المتلقّي لا يستطيع عمل شيء أو لا يملك إخراجها أو عدم اقتنائها، فإنّه يتوجّب عليه في هذه الحالة أن يزيد من تثقيف بيته ومن حوله بضررها والإثم المترتب على سماعها أو مشاهدتها... كما عليه أن يشغل وقت فراغه بما هو مفيد ونافع، كقراءة القرآن الكريم أو سماعه عبر الأشرطة والإذاعة أو

(1) سيد محمد ساداتي الشنقيطي: "تعريف الإعلام الإسلامي"، عن موقع: www.alsadati.com ، ت.د: 2003/10/14.

ص: 1.

(2) عبد الله اليوسفي: مرجع سابق، ص: 4.

ملاحقة البرامج المهادفة، وإن كان ممكنا الجلوس مع العائلة وتعرية بعض الأفكار وكشف المخفي تحتها والمراد منها⁽¹⁾.

2-2-2 : واقع البرامج الدينية في وسائل الإعلام :

عندما نتجاوز المستوى النظري للإعلام إلى واقع الإعلام الديني المعاصر في البلدان الإسلامية، فإننا نجد أنفسنا أمام ما يسمّى بمشكلة الإعلام الديني، وأوّل ملامح المشكلة هو الضعف سواء من حيث الشكل أو المضمون -رغم الاستثناءات التي نجدها هنا أو هناك- وليبيان هذا الأمر سنتطرق إلى واقع البرامج الدينية في وسائل الإعلام والتي سنعرضها في جملة نقاط:

أ- أسلوب تقديم وإعداد البرامج الدينية:

ويتعلّق هذا بالشكل الذي يتمّ به تقديم أو إعداد أو إخراج البرنامج الديني، والطريقة التي تُعالج بها المواضيع الدينية، وهذا الجانب يلاحظ عليه عدّة نقائص وعيوب منها ما يلي:

- نجد البرامج الدينية تُقدّم في أشكال تقليدية، حيث ضعف الإخراج وبعده عن الإبداع والابتكار لتوظيفه في التحديد للشكل والمضمون حتى يجعل من البرنامج الديني مادة محبّبة لدى الجماهير، حيث نجد أنّ البرامج الدينية لا تُعدّ ونُخرّج بما يليق بمكانتها في نفوس شعب متديّن، فمثلا نجد بعض الضيوف يكرّرون أنفسهم ويكرّرون غالب المواضيع حتى يختلط الأمر على الجمهور فلا يدري إن كان رأى هذا البرنامج من قبل أم لا! وهذا دليل على رداءة الكيف والكمّ معا⁽²⁾.

- إهمال طريقة تقديم البرامج الدينية وإهمال أهميّة روعة الإلقاء، فمن المعلوم أنّ أيّ برنامج إذاعي مثلا يحتاج إلى قالب فنيّ يُصاغ فيه ليكسبه جواً من التشويق والمتعة تشدّد السامع إلى جهاز الرّاديو والإنصات، كما أنّ البرامج الدينية عامة تحتاج إلى تشويق وإمتاع وجاذبية فهي موادّ دسمة المواضيع صحيحة الفكرة سليمة الهدف ولكن هذا لا يكفي إلاّ إذا أثّرت كوامن العواطف وشهية الإطلاع ورغبة المتابعة⁽³⁾.

- تقدّم البرامج الدينية في الفضائيات بطريقة مرتجلة وغير مدروسة وهي تقدّم في قوالب أقرب إلى الإذاعة المسموعة منها إلى الإعلام التلفزيوني الفضائي، وهذا دليل على عدم مراعاة طبيعة

(1) إكرام الزيد : مرجع سابق، ص:2.

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

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

كلّ وسيلة من وسائل الإعلام التي تختلف فيها فنّيّات التقديم والعرض⁽¹⁾.

- تقدّم البرامج الدّينية بأسلوب خطابي تقليدي لا يتماشى مع الأداء التلفزيون المعاصر، فضلا عن غياب الوسائل الفنّية الجذّابة لحسن العرض، واستخدام لغة تراثية قد لا تكون مفهومة لغير الصّفوة من المثقّفين وهذا ما يمنع تجاوب المشاهدين معها⁽²⁾.

- البرامج الدّينية لا تراعى فيها خصائص وأساليب الاتصال، لأنّ الرسالة الإعلامية الدّينية لا تحقّق هدفها بالنوايا الطّيبة، بل أيضا بانتقاء الوسيلة المناسبة والمدخل الإقناعي المناسب وآليات التأثير المناسبة واستخدام الشكل الفنّي المناسب للوسيلة والموضوع والجمهور المستهدف والهدف المتوخّى تحقيقه، ومثال ذلك: استخدام مدخل إقناعي ذهني للتأثير على الأطفال، أو استخدام البرنامج مدخلا إقناعيا عاطفيا للتأثير على جمهور المثقّفين والأولى هو العكس⁽³⁾.

- تقدّم البرامج الدّينية في رمضان ضمن طقوس احتفالية استهلاكية، تستدعي الاسترخاء وطلب المتعة والتّسليّة ممّا يبعد هذا الشّهر عن دلالاته الدّينية ومغازيه الأخلاقية ودلالاته القيمية.

- تفتقد المواد والبرامج الدّينية إلى المعالجة التفسيرية والتحليلية الإبداعية والخلاقّة، القادرة على تفسير الحدث أو التطور أو الظاهرة الدّينية ووضعها في سياقها وتعميق فهم المتلقّي لها، ويترتّب عن ذلك تعثر خطوات تقديم رسالة إعلامية دينية تمتلك القدرة الإقناعية المطلوبة، وينعكس ذلك سلبا على مهام التكوين والتوعية، وبالتالي على وظيفة تكوين النسق الفكري العميق والمتماسك⁽⁴⁾.

- يلاحظ على أسلوب البرامج الدّينية طغيان الجمود والتكرار القاتل والملل، حيث يغيب اختلاف منظور الرؤية وزاوية تناول ومستوى المعالجة بل ثابت كلّ مرّة، كما يغيب إسقاط الراهن وهمومه وانشغالاته لتحقيق حيوية الحدث وربطه بواقعه وجمهوره، أضف إلى ذلك الاكتفاء والاعتماد على الخطاب الوعظي الإنشائي في معالجة هذه الأحداث والظواهر المستحدّة، رغم أنّ الحياة الدّينية غنيّة ومتنوّعة والمستوى التعليمي للمتلقّي ارتفع والانفتاح الإعلامي متوقّف بالتكنولوجيا المعاصرة ...

(1) علي بن سليمان الديخي: مرجع سابق، ص:2.

(2) إبراهيم إمام: "كيف نجعل البرامج الدّينية في التلفزيون أكثر تشويقا؟"، مرجع سابق، ص:30.

(3) أديب حضور: مرجع سابق، ص:67.

(4) المرجع نفسه، ص:65.

إنَّ قوَّةَ الفكرة الدِّينية و تماسكها و منطقيَّتها و جماهيريَّتها تستدعي معالجات في مستوى هذه القوَّة و التماسك و الفاعلية و لم يعد ممكنا الرهان فقط على القوَّة الذاتِيَّة للموضوع الدِّيني⁽¹⁾.

ب- توقيت البرامج الدِّينية :

يعاني الإعلام المعاصر من عدَّة أمراض خطيرة من بينها الازدواجية و التناقض في الوسيلة الواحدة، فضلا عن وجودهما في الوسائل المتعدِّدة، حيث تستمع إلى برنامج ديني بحثَّ على الفضيلة فيعقبه مباشرة برنامج آخر يغري بالذيلة، أو أغنية ماجنة تزين السقوط بصورة جذابة مشوقة؟! و تشاهد في التلفاز برنامجا دينيَّا يبني في نفوس المشاهدين معاني الرجولة و الصِّلاح و الخير، ثمَّ لا تلبث أن تُصدم في الوسيلة نفسها بفيلم مثير ينقض كلَّ ما بناه البرنامج الدِّيني و يهدمه⁽²⁾!؟.

وكلَّ البرامج الدِّينية تعاني هذه الضروب من الإهانة و التحقير بإقحام برامج المحون و الإعلانات الخليعة عليها، و المثير للدَّهشة أنَّ هذا العبث يزداد في شهر رمضان، حيث يتمُّ التلاعب بجرمته، فمن جهة يزداد حجم هذه البرامج -الدِّينية- و الندوات و تلاوة القرآن الكريم، و بالمقابل تمتلأ الشاشة بالإعلانات الماجنة⁽³⁾، و ما يسمَّى أيضا بـ "الفوازير"، التي تلتصق بالشهر الكريم لا لشيء إلاَّ لتمجيد حياة التافهين، و الاستخفاف بالشهر العظيم و معه مشاعر المؤمنين؟! أضف إلى ذلك ما يسمَّى بـ "المسلسلات الفكاهية" و التي يختار لها أوقات الإفطار، أكثر الأوقات تجمُّعا للصَّائمين فصرفوهم عن ذكر الله، فأمسى المسلسل الفكاهي كشعيرة من شعائر الشهر العظيم⁽⁴⁾.

- تذاع أغلب البرامج الدِّينية في أوقات غير مناسبة للجمهور، كأن تذاع متأخرة جدًا أو أثناء صلاة التراويح و التهجد في رمضان⁽⁵⁾، أو أن تذاع هذه البرامج وقت الظهيرة أو مساء على الساعة الرابعة مثلا، أي المشاهدين خارج بيوتهم و في أماكن عملهم⁽⁶⁾.

(1) أديب نحضور: المرجع السابق، ص:66.

(2) عبد القادر طاش: مرجع سابق، ص:38.

(3) أحمد باكو: "البرامج الدِّينية في الإذاعة و التلفزة"، مجلة الإحياء، ج 2، مج 6، رابطة علماء المغرب، المملكة المغربية، نوفمبر/أفريل 1987، ص:ص:16، 15.

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

(5) غازي بن زين عوض الله: "البرحة الرمضانية و كثافة الإنتاج التلفزيوني"، مجلة الإذاعات العربية، العدد 1، السنة 2003، ص:69.

(6) محمد كامل عبد الصمد: التلفزيون بين الهدم و البناء، مرجع سابق، ص:22.

ومع سوء التوقيت نجد أن البرامج الدينية لا تعرف لها موعدا مستقرًا، حيث نجد مثلا أن البرامج الدينية في الإذاعة تغير مواعيدها - حتى بدون سابق إنذار - فلا تكاد تستقر في موعد حتى تدفع إلى موعد آخر حتى تضيق عن طالبها⁽¹⁾، بل وتصل الأمور إلى حد إلغاء البرنامج الديني بسبب مباراة لكرة القدم والميرر 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⁽²⁾.

وإن حصل وأن وضع البرنامج الديني في وقت مناسب كالساعة السابعة مساءً أو التاسعة مساءً فإن الوقت المخصص له يكون أقل من البسمة والسلام⁽³⁾.

وبذلك نجد أنه لا تحظى البرامج الدينية إلا بفترة قليلة جدا من البرجة، فلم تحتل بعد حجما يتناسب مع أهميتها⁽⁴⁾، ومثل ذلك أن تكون المساحة المخصصة لهذه البرامج لا تزيد عن 1% من جملة الإرسال، وأن يعطى البرنامج الديني مدة عشر (10) دقائق أو أقل، وحتى في المناسبات الدينية كعيد الأضحى والفطر وعاشوراء... لا يكون لها إلا نصيب يسير من فترات مخاطفة أو فيلم ديني مقرر عرضه كل عام في تلك المناسبة، بينما الأولى أن تستغل هذه المناسبات لزيادة الأعمال الهادفة التي تعرف المسلم بدينه ومقدساته مع عدم إغفال وقفة عرفات وصلاة العيد من مسجد الحرام⁽⁵⁾.

ولتوضيح ذلك يعطي محمد كامل عبد الصمد بعض الأمثلة عن النسبة الزمنية المخصصة للبرامج الدينية في القنوات الأولى والثانية للتلفزة المصرية لسنة 1981 إلى 1983:

مثلا: المساحة الزمنية المخصصة لإذاعة البرامج الدينية في التلفزيون تبلغ "52 دقيقة" على القناة الأولى يوم السبت والتي يبلغ مدة إرسالها فيها 690 دقيقة.

وكذلك القناة الثانية تعرض طوال إرسالها الممتد عبر 630 دقيقة نصف ساعة "30 دقيقة" فقط للبرامج الدينية، والنتيجة أن مقدار ما يعرض من البرامج الدينية في قناتين في يوم واحد لا يزيد عن ساعة وعشرين (20) دقيقة وهي نفس المدة المخصصة لعرض فيلم ترفيهي على القناة الأولى. وليبان أكثر نعطي مثال من واقعنا بعرض المساحة الزمنية المخصصة للبرامج الدينية في التلفزيون

(1) أحمد باكو: مرجع سابق، ص: 14، 13.

(2) محمد كامل عبد الصمد: المرجع السابق، ص: 26.

(3) المرجع نفسه، ص: 27.

(4) إبراهيم إمام: "كيف نجعل البرامج الدينية في التلفزيون أكثر تشويقاً"، مرجع سابق، ص: 30.

(5) محمد كامل عبد الصمد: المرجع السابق، ص: 25.

الجزائري لمدة أسبوع، حيث نجد من مجموع 168 ساعة لا يخصص للبرامج الدينية إلا ساعتان و55 دقيقة، إذا علمنا أن عدد البرامج الدينية في الأسبوع 5 حصص، منها حصتان تثنان لمدة ساعة واحدة لكل منهما، وحصتان لمدة عشر (10) دقائق لكل منهما، والحصّة الأخيرة لمدة خمس (5) دقائق يوميا، ومنه تكون نسبة البرامج الدينية 1,74 % في الأسبوع، مع العلم أن الإرسال لا يتوقف طوال ساعات الليل والنهار.

ج- جمهور البرامج الدينية:

تؤكد بعض الدراسات أن البرامج الدينية لا يشاهدها أحد، ففي إحدى الدراسات العلمية التي أجرتها الدكتورة "سهام الصويغ" 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 9,5 % بعد كل من البرامج الإخبارية 31,9 % تليها المسلسلات العربية ثم الأفلام الأجنبية ثم الأغاني العربية ثم البرامج الرياضية ثم السياسية ثم الثقافية... ثم برامج الفن والديكور والموضة ثم البرامج التعليمية وأخيرا البرامج الدينية⁽¹⁾.

إن هذا الواقع المزري لحال هذه البرامج من جهة وحال جمهورها من جهة أخرى أدت إليه عدّة أسباب منها ما ذكرنا سابقا من معوقات البرامج الدينية من حيث التوقيت غير المناسب والأسلوب الفني الرديء الذي تقدّم وتعرض به هذه البرامج، وستعرض الآن للأسباب المتعلقة بالجمهور في حدّ ذاته حيث نجد ما يلي:

- الكثير من المواد والبرامج الدينية ترتبك في عملية تحديد دقيق نسبيا للجمهور الذي تستهدفه، الأمر الذي يؤدي إلى تقديم رسالة إعلامية دينية غير مطابقة كما يجب مع حاجات الجمهور وغير ملبية كما يجب لاهتماماته وانشغالاته⁽²⁾.

- تُتناول الكثير من القضايا الدينية بأسلوب صعب، خاصّة القضايا الفقهية التي تحتاج إلى تبسيط ليفهمها المشاهد العادي وغياب ذلك يجرمه من متعة الاستماع والمشاهدة، وبذلك يجرم الرسالة الإعلامية من جمهورها ويصرفهم عنها⁽³⁾.

(1) عن موقع مجلة باب الجريدة: www.bab.com ت.د: 2004/05/30، ص: 1.

(2) أديب حضور: مرجع سابق، ص: 65.

(3) غزالي بن زين عوض الله: مرجع سابق، ص: 69.

- عدم الاستجابة لرغبات الجمهور في إعادة بعض البرامج الدينية التي لا يتمكنون من مشاهدتها، وهذا طبعاً من المفروض أن يكون دور قسم "المتابعة والمراقبة" الذي يختص برسائل القراء والردّ عليها⁽¹⁾.

- يتسم البرنامج الديني بصلافة مادته التي تحتاج إلى فهم وتركيز للاستيعاب الذهني مما يحول دون القدرة على متابعته بوجه السرعة أو التعجل في عرضه... لذا كان من الضروري المحتم أن تكون البرامج الدينية في أوقات تسمح لأن يقبل عليها أكبر عدد من الناس⁽²⁾، ولكن الواقع غير ذلك كما أشرنا إليه سابقاً في مشكل سوء التوقيت.

د- الكوادر العاملة في البرامج الدينية :

- يغلب على معدّي ومقدّمي البرامج الدينية عدم الخبرة المهنية في قواعد وأساليب الإعداد التلفزيوني وتقديم البرامج المرئية⁽³⁾، والعكس موجود حيث نجد أن بعض المقدّمين الذين يتعرّضون للبرامج الدينية غير أصحاب الاختصاص بها، وذلك ما يوقعهم في الخطأ مثلاً أن تنسى مذبةة لخصّة أطفال ذكر ركن الزكاة عند سردها لأركان الإسلام، وحتى إن تعرّض لها أصحاب الاختصاص لا يتمّ التدقيق فيها قبل عرضها، أي غياب المراجعة لهذه البرامج من قبل أصحاب الاختصاص قبل البث⁽⁴⁾.

- يقع أحياناً عدم اختيار الأشخاص أو الأساتذة الذين يتحدثون في البرامج الدينية، وعدم بيان الأساس الذي يتمّ عليه اختيارهم، حيث يمكن أن يفاجأ المشاهد في بعض الأحيان بمتحدّثين لا يزيد فهمهم ومعرفتهم وثقافتهم على أيّ شخص عادي يلمّ بمعلومات عامة فقط⁽⁵⁾، وهذه الحالة غالباً تؤدّي إلى تلك الانزلاقات التي يقع فيها بعض ضيوف البرامج الدينية، الذين يحرصون على الظهور بمظهر القادر على الردّ على كلّ سؤال يطرح لديه، ومثال ذلك: إعطاء تبريرات أبعد ما تكون عن مقاصد الشريعة وجوهر الدين، كتقدير أحدهم في بيان أسباب تخلف المسلمين وتقدّم غيرهم في المجالات الصناعية والتكنولوجية بقوله: "إنّ الله سخّر المسلمين للعبادة وسخّر غيرهم ليصنعوا للمسلمين ما ينعمون به في الدّنيا"، وهذه المسائل تفاجئنا من

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

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

(3) أنور العسيري: "الإعلام الإسلامي في القنوات الفضائية"، عرض لكتاب عبد القادر طاش، ط 2، دار الأندلس الخضراء للنشر والتوزيع، (د.ب.ن)، 2004/04/06، عن موقع الإسلام اليوم: www.islamtoday.net، ت.د: 2004/05/31، ص: 2.

(4) عبد الله سالم: مرجع سابق، ص: 46.

(5) محمد كامل عبد الصمد: "التلفزيون بين الهدم والبناء"، المرجع السابق، ص: 23.

حين لآخر لتؤكد ضرورة إيلاء الخطاب الفقهي أهمية بالغة باعتبار تأثيره العميق في النفوس⁽¹⁾.

هـ- المسلسلات الدينية:

سوف نفردها بالحديث لأهميتها الكبيرة وللجمهور العريض الذي يتابعها خاصة في شهر رمضان، حيث أثبتت كثير من الدراسات أن برامج الدراما من مسلسلات وأفلام تأتي في مقدمة البرامج الإعلامية المفضلة لدى الجمهور، وخاصة التلفزيونية منها نظرا للخصائص التي يتميز بها التلفزيون والتي قد لا تتوفر لغيره من وسائل الإعلام الأخرى.

تسهم الدراما التلفزيونية إسهاما واضحا في عملية الضبط الاجتماعي والتعامل مع القيم الأساسية التي يعيشها الناس، حيث لم تعد مجرد تسلية وترويح، بل تعدت إلى كونها وسيلة من وسائل التأثير والتغيير، بل وحتى التعبير عن أفكار ليست بالضرورة انعكاسا للحياة اليومية إنما أفكار تحمل نماذج جديدة للسلوك الذي يسعى لإرضاء المشاهد وضمنا ارتباطه بالبرنامج أكثر من سعيه في توجيه وتعديل السلوك أو الدعوة إلى نماذج أفضل لقيم ومثل مستمدة لمعاني الإصلاح⁽²⁾.

والسؤال الذي يتبادر إلى الأذهان الآن: كيف هو واقع الدراما الدينية الإسلامية؟! وسنحاول الإجابة عن السؤال التالي في جملة نقاط نوردتها كالاتي:

- تقدم الكثير من الأعمال الدرامية التي تعتمد أساسا على القوة الذاتية للموضوع أو الشخصية أو على تعاطف الجمهور إلى درجة التماهي والتحيز التام لصالح الموضوع أو الشخصية، الأمر الذي يؤدي إلى التراخي الفني والكسل الفكري، واستخدام أساليب ومعالجات سريعة وسطحية وبالتالي تقديم أعمال هشة وساذجة⁽³⁾.

- تتخذ المسلسلات الدينية دائما الإطار التاريخي، وذلك يوحى وبخاصة مع التكرار والإصرار على أن هذا الدين دين أمة قد خلت، ومرحلة تاريخية أفرغت واقعا وانتهت.... وهيهات للماضي أن يعود، والأمر بهذه الصورة فيه تيميس صارم من أن يقوم المجتمع الذي يستظل براية الدين، ثم إن هذا الإطار لا يبقى مع ذلك على اتساعه الطبيعي، بل هو محصور في أكثر الأحيان

(1) محمد عبد الكافي: "تأملات في الخطاب الديني بالفضائيات العربية"، مجلة الإذاعات العربية، العدد 1، السنة 2003، ص: 89

(2) أحمد حسن محمد: مرجع سابق، ص: 3.

(3) أديب بحضور: مرجع سابق، ص: 65.

داخل إطار أشدّ ضيقاً⁽¹⁾ ، حيث أنّه للأسف الشديد أنّ ما يقدّم من تمثيلات إسلامية تتسم بطابع العنف والقتل والتلويع بالسيف بالتهديد والوعيد، ويبدو أنّ إبراز العنف والقتل من أساسيات التمثيلية الدّينية وكأنّ الإثارة الوحيدة فيها هي إزهاق الأرواح، فيلجأ إليها المخرج بافتعال⁽²⁾ ، هذا الإطار من المعارك والحروب حيث الخشونة والعنف والحياة غير الطبيعية يولّد انطباع غير أليف وينشأ سؤال قلق عن الدّين الذي يتغلغل في جنبات الحياة⁽³⁾!! حيث النتيجة بعدها أن ترسخ في أذهان المشاهدين ولا سيما الشباب أنّ الدّين الإسلامي دين العنف والقتل، وتوضع بذلك في عقول المشاهدين مفاهيم خاطئة عن الإسلام لا يدركها إلا المتخصّصون دينياً أو الذين لديهم ثقافة إسلامية تحول دون التأثير بما... وهؤلاء وأولئك هم قلة من مجموع المشاهدين⁽⁴⁾، وذلك كلّه فضلاً عن الجانب المظهري المتمثّل في أصحاب اللحي الكثيفة والملابس البدوية المرتملة والإبل والخيام والأسلحة البدائية.... ممّا يشعر المتلقّي بمزيد من الاغتراب عمّا يشاهد⁽⁵⁾ ، والأغرب أنّ هذه المسلسلات مع ذلك تظهر السلف الصالح من المسلمين كأنّهم لا يعرفون الابتسامة والبشاشة وطلاقة الوجه وكأنّ الإسلام قد منعهم من ممارسة الحياة الطيبة.

إذن لماذا لا تتحدّث تلك التمثيلات عن روح الإسلام نفسه من الرحمة والسماحة ولين الجانب والحكمة والموعظة الحسنة؟! أين التمثيلية التي تتحدّث عن أخلاقيات وسلوكيات السلف التي تضيء السبيل لمن يلتمسها وتبرز القيم الرحيمة والعادلة في التعامل مع الآخرين؟! حقيقي أنّ تلك الجوانب تعالج ولكن معالجتها لا تتم إلاّ بصورة ثانوية جانبية بعيدة عن المعالجة الأساسية لفكرة موضوع التمثيلية⁽⁶⁾.

- أمّا من حيث الأسلوب⁽⁷⁾ فإنّ المسلسلات الدّينية بنجدها غالباً لا تحوي عمق الفكرة أو الإخراج، الحوار فيها جاف غير حيوي إنشائي، خالية من التصوير الدرامي الذي يمثّل المشاهد الحيّة التي تعتمد على الأفعال لا الأحاديث الجوفاء⁽⁷⁾ ، وهذا ما يضعف الجانب الدرامي في

(1) أحمد جاد: مرجع سابق، ص: 19

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

(3) أحمد جاد: المرجع السابق، ص: 19.

(4) محمد كامل عبد الصمد: المرجع السابق، ص: 55.

(5) أحمد جاد: المرجع السابق، ص: 19.

(6) محمد كامل عبد الصمد: المرجع السابق، ص: 55.

(*) أشرنا سابقاً إلى واقع أسلوب تقديم البرامج الدّينية.

(7) المرجع نفسه: ص: 56.

العمل من جهة، ومن جهة أخرى يدفع باتجاه تقديم أعقد القضايا وأغنى الشخصيات وأخصب المراحل بطريقة ساذجة خالية من أي عمق تاريخي، وتقديم شخصيات مسطّحة، بدأت ناجرة وكاملة لا تعرف التطور، واستخدام معالجات تدمن الثنائية القطبية الاستيعادية وتلغي هائيا المناطق الرمادية، كلّ الأمور أسود أو أبيض وكلّ شخصية إمّا خير مطلق أو شرّ مطلق⁽¹⁾. - يلاحظ أيضا أنّ بعض كاتبي المسلسلات الدّينية غير متخصصّين وبالتالي لا علم لهم ولا دراية بأسلوب مؤرّخي هذه العصور الذين يكتبون الأحداث مختلفة تحتاج إلى متخصصّ يعلم صدق الخبر من كذبه، لذلك فالكتابة بحاجة إلى متخصصّ لتستقيم المادة ويخرج السيناريو على أحسن ما يكون، والأمر في الإخراج نظير أخيه في الكتابة⁽²⁾.

إنّ التمثيلية الدّينية الناجحة هي التي تعالج قضايا المسلمين التاريخية والواقعية بلغة وأسلوب فني معاصر، يراعي متطلّبات الإعلام الرّاهن من جهة ويحافظ على القيم الإسلامية الصحيحة الصافية عن حبّ لها وتقدير، مع تقديم الشخصية الإسلامية السوية التي كان مثلها الأوّل رسولنا الكريم صلّى الله عليه وسلّم، كلّ ذلك لإعطاء نموذج الإنسان الصالح الذي يكون قدوة يحتذي به شباب الأمّة.

و- المعلومات والمعارف في البرامج الدّينية:

- تمتاز -ودائما الحديث في الأعمّ والأغلب- المعلومات والمعارف التي تقدّمها البرامج الدّينية أنّها عامّة ومتكرّرة، جزئية وغير شاملة، مبشرة وغير متماسكة، معزولة عن السياقات التي أنتجتها، لا تشكّل تراكما نسقيا معرفيا متناسقا ومتكاملا، ولا تسهم فيها التفاصيل في تكوين الصورة الكلّية، ارتباطها غير وثيق بالرائن والملموس⁽³⁾.

- معظم البرامج الدّينية في القنوات الفضائية مثلا تطرح موضوعات غير مناسبة في هذا العصر، فمعظمها يعتمد على الحكايات على السوالف التي يملّ منها المشاهد وينصرف عنها، ومثال ذلك أنّ البرامج الدّينية لا تعني بما يسمّى بـ "حاضر العالم الإسلامي"، فنجد أنّ هذه البرامج التي تبثّ في التلفزيون لا تعالج قضايا المسلمين المعاصرة مثل ما يحدث في أفغانستان... العراق والقضية الفلسطينية، أين صور وأخبار المجاهدين هناك، أين المعلومات الحقيقية عن واقع المسلمين في مختلف بلدان العالم، نسبتهم، مشاكلهم، أحوالهم المعيشية، لماذا لا تنقل لنا وسائل

(1) أدب حضور: مرجع سابق، ص:66.

(2) محمد كامل عبد الصمد: مرجع سابق، ص:56،57.

(3) أدب حضور: المرجع السابق، ص:64.

إعلامنا ما يحدث لإخواننا المسلمين في كل بقاع العالم مثل ما تفعل وسائل الإعلام الأخرى؟ لماذا نحصل عن معلومات عن أنفسنا من غيرنا وبصورة مشوهة مبتورة عن الحقيقة والواقع؟ وإذا قال قائل أن الإمكانات المادية والظروف الراهنة من السيطرة الغربية على الإعلام تمنع ذلك، فلماذا لا تشتري الأفلام التسجيلية الهادفة بدل شراء الأفلام السينمائية الهابطة والتي تكلف مبالغ طائلة ماديا ومعنويا، ولماذا لا تنقل المؤتمرات الإسلامية التي تعني بمناقشة وبيان هذه الحقائق والوقائع، فهي من أحسن ما يمكن الاستفادة منه للاستزادة من العلم والمعرفة بأمر الدين، كما أنها فرصة لتداول العلماء لمشاكل العصر وإيجاد الحلول وتوعية الرأي العام الإسلامي بحقيقة وجوده وموقعه على الساحتين العالمية والإعلامية⁽¹⁾.

وأخيرا يجب الإشارة إلى أن الحديث عن واقع البرامج الدينية كان في الأعم والأغلب، لأنه رغم كل هذه الحقائق المؤسفة، هناك تجارب جد ناجحة في مجال البرامج الدينية نرجو لها دوام النجاح مع الاستمرارية الدائمة والإبداع.

وخلاصة القول: أن واقع البرامج الدينية هو صورة مصغرة لواقع الإعلام الديني، فمنذ ثلاثة عقود ونحن نسمع ونقرأ عن الإعلام الديني - وخاصة الإسلامي - ولكن الإنجازات الإعلامية العلمية الحقيقية في هذا المجال ما زالت متواضعة إن لم تكن مفقودة، ويتم تغطية ذلك النقص بمزيد من الضجيج الحاد والكثيف الذي يحاول تغطية الخواء، في حين أن المطلوب البحث الجاد الهادف وتوليد الأفكار والمعاني المناسبة للواقع الملموس ولروح العصر ومعطياته، وعدم الاستكانة إلى اجترار السائد والمنتج في سياقات مختلفة ولتحقيق وظائف ومهام مختلفة⁽²⁾. وهذا الواقع للإعلام يعكس هو الآخر ظروف التخلف التي تعيشها المجتمعات الإسلامية في واقعها الإقليمي باعتبارها كيانات متفرقة وما تعيشه الحركة الإسلامية في جملتها من عدم التنسيق أو التعاون و التكتاف أو الفاعلية، فالإعلام يستطيع أن يؤدي دورا فعالا في التقدم لكن ذلك جزء من صحوة الناس وتقبلهم واستعدادهم لأن يفضوا عن أنفسهم وأرواحهم وعقولهم رمال التخلف⁽³⁾.

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

(2) أديب حضور: مرجع سابق، ص: 67.

(3) محمد سيد محمد: "الإعلام الإسلامي والتحدّي الحضاري"، مرجع سابق، ص: 96.

2-2-3 : آفاق تطوير البرامج الدينية :

أ- أسلوب عرض البرامج الدينية :

إن من عوامل نجاح أيّ برنامج ديني هو أن يحظى بإعداد علمي جيّد تُستخدم فيه كلّ الإمكانيات والأشكال الإعلامية الفنيّة المختلفة، ويكون ذلك كما يلي :

- ينبغي أن يعمّم البرنامج الديني على أسس منهجية، فلا يعدّ البرنامج شخص واحد بل يقوم بإعداده فريق يسمّى "فريق الإنتاج"، 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 والجازبية، باستخدام اللون والحركة وغيرها من وسائل التعبير الفنيّ وأدوات الإفصاح البصري كالشرائح الشفّافة الملوّنة، والصور المتحرّكة⁽¹⁾، ولنجاح هذه المهمة فلا بدّ أن يتكوّن كلّ فريق من فرق الإنتاج من مجموعة متكاملة ذوي الاختصاص الإعلامي، وذوي الاختصاص الديني، أي تجنيد العلماء من ذوي الخبرة في التلفزيون والفنيين من ذوي الخبرة في الدّعوة على أن يتدرّب الجميع على التقنيات التلفزيونية في الاستوديوهات وخارجها، حيث يمكنهم استيعاب أغراض البرامج الدينية⁽²⁾.

وللقضاء على الشكل التقليدي للبرنامج الديني، وخاصة من الناحية الفنيّة، يتمّ تسجيل خلفية وإطار البرنامج الديني في الطبيعة مثلا وسط قدرات الله العجيبة في خلقه، ويتمّ معالجة هذا التصوير أثناء التسجيل، بعرضه تباعا مع ضيف الحلقة، على أن يتفق ما يقوله مع الصور والمناظر المعروضة على الشاشة، ثم تأتي صورة الضيف في الوقت الذي يُفتقد فيه المنظر الذي يُعرض، وأيضا يمكن توظيف مادة الخدع التصويرية لتقريب المفاهيم التي يتناولها ضيف الحلقة في حديثه، كما أنّ التوسّع في إخراج البرنامج الديني خارج الاستديو بعيدا عن ديكوره من مكتب وكراسي... والتفنّن في ابتكار موقف حيوي يعطي من خلاله الضيف الجرعة الدينية للمشاهدين؛ هذا كلّه كفيل برفع مستوى هذا البرنامج والبعد عن الملل والرتابة اللذان يتركهما التكرار والشكل التقليدي لها⁽³⁾.

وإضافة إلى ذلك الاستفادة من تقنيات الإخراج الحديث وفنونه، والأساليب المباحة التي تستخدم في الإقناع والتأثير، كما يمكن الاستعانة بالأفلام العلمية والتعليمية الملائمة، وتوظيف

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

(2) المرجع نفسه: ص: 20.

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

الإحصاءات الاجتماعية والصحية والأمنية في التذكير مثلاً بسنن الله الكونية والاجتماعية، أو في إظهار عظمة الشريعة الإسلامية⁽¹⁾.

- واحد من الأساليب التي يمكن أتباعها لتطوير البرامج الدينية، هو أسلوب متبع بشكل واسع في الغرب هو "العرض التجريبي" وذلك بأن تعرض عينات من البرامج الجديدة على عينة عشوائية تمثل جميع فئات المشاهدين، وأخذ انطباعهم حول البرامج بعد مشاهدتها، وأسلوب آخر تتبعه القنوات المسيحية هو تدريب الشخصيات الدينية والوعظية - والقياس مع الفارق طبعاً - على حسن التعامل مع الكاميرا والتحدّث إلى الجمهور⁽²⁾.

- يعرض الأستاذ إبراهيم إمام فكرة أخرى تخصّ رفع مستوى البرامج الدينية في التلفزيون سماها "بلاغة اللغة البصرية"، فيقول: إنّ البلاغة الجديدة التي نتحدّث عنها هي بلاغة اللغة البصرية عندما تتزاح مع اللغة السمعية في إطار متحرّك وملوّن يحمل أسمى معاني الدّعوة الإسلامية، ومهما يكن نوع البرنامج الديني المعروف: ندوة، مناظرات حول قضايا معاصرة،... فإنّ اللغة التلفزيونية ببلاغتها هذه، هي العامل المشترك الذي يجعل هذه البرامج ناجحة ومؤثّرة وجذّابة، فضلاً عن الفورية التي يوفّرها التلفزيون.

إنّ البلاغة الجديدة هي التي تحثّ على تلافي الحشو والإطالة، وتشجّع على تكثيف الأمثلة والانتقال من نقطة إلى نقطة بإيقاع سريع يتماشى مع إيقاع الحياة التي نعيشها⁽³⁾. هذه البلاغة مبيّنة على الصورة والحركة واللون والكلمة في تعانق وتشابك كاللحمة والسدى، بحيث تجعل البرنامج الديني جذّاباً مشوّقاً ومكتسباً الأسلوب المتلائم مع البيئة الفكرية المعاصرة، ومثال ذلك تصوير المناظر الطبيعية والحقائق الكونية مع اقترانها بالصوت المعبر، فتتفاعل الكلمة مع الصورة وكأنّ هذه الطبيعة وهذا الكون يتحدّثان عن نفسيهما ولكن بظاهر أحوالهما ممّا يؤدّي إلى الإقناع والتصديق ومنه صحّة الاعتقاد وعمقه⁽⁴⁾.

وما يساعد هذه البلاغة في تقديم الواقع في صورة حركية صوتية معدّلة ومنقّحة، هو استخدام فنون التحرير التلفزيوني أو التوليف "المونتاج"، وهو قطع الفيلم السينمائي في مواقع معيّنة لإعطاء تسلسل مقنع ومشوّق، وقد أصبح المونتاج الإلكتروني للفيلم التلفزيوني أمراً ميسوراً ممّا

(1) مجلة الإذاعات العربية: العدد 2، السنة 1987، مرجع سابق، ص: 24.

(2) عن موقع مجلة باب الجريدة، مرجع سابق، ص: 1.

(3) إبراهيم إمام: نحو بلاغة تلفزيونية جديدة، مرجع سابق، ص: 3.

(4) المرجع نفسه: ص، ص: 17، 18.

يحقّق للبلّاحة الجديدة أهدافها وهي أن تسهّل للمشاهد ما يراود إدراكه، ومثال ذلك صورة مكبّرة للحياة داخل خلية صغيرة، وعلى العكس من ذلك صورة مصعّرة لمفاعل ذريّ ضخم توضح أجزاءه وعلاقتها... ببعضها البعض⁽¹⁾.

- من بين الأشكال الناجحة للبرامج الدّينية تلك التي تعرض المشكلات الاجتماعية بطريقة درامية يعقبها توجيه من أصحاب الرّأي وكبار رجال الفكر، ويمكن تحويل الأسئلة والمشكلات التي تعرض على البرنامج إلى عروض درامية لتشخيص المشكلة وتقديمها بأسلوب حيّ جذاب، ثم يأتي الحلّ الإسلاميّ الصحيح من أحد العلماء بطريقة مشوّقة واقعية مع الإشارة إلى العرض الدرامي حتى لا يبدو الحلّ مقدّما بطريقة غير منطقية⁽²⁾.

- البرنامج الدّينيّ يكون ناجحا إذا استطاع أن يستثير في المشاهد العاديّ كوامن العواطف وشهية الاطلاع ورغبة المتابعة، ويمكن تحقيق هذا، أوّلاً بإعداد علمي جيّد تستخدم فيه كلّ الإمكانيات والأشكال الإعلامية الفنّية المختلفة، بالإلقاء الجيّد والسّبك المتراص والعمق المناسب، وثانياً حسن اختيار الموضوع والدّراسة المتعمّقة لأبعاده، والاستعانة بالمراجع المختلفة لإعداد المادّة، مع مراعاة أن يكون الموضوع حيويّ متجدّد، وإذا أضفنا إلى ذلك تصوّر شامل لكيفية عرضه خلال الفترة الزمنية المسموح له بها⁽³⁾، مع اختيار الوقت المناسب لعرضه مع تغطيته للأهداف التي قدّم من أجلها والإجابة عن التساؤلات التي يطرحها المشاهد، مع إخراج جيّد ناجح نكون قد وصلنا إلى نصف الحلّ⁽⁴⁾.

ب- جهور البرامج الدّينية :

تنجح البرامج الدّينية إذا تناولت المواضيع التي تهّمّ المسلم ذي الثقافة العادية والمتوسّطة في كلّ المجالات، فتناول المواضيع الحيّاتية التي يعيشها الفرد يعطينا جسرا إلى آذان المستمعين، أو همزة وصل إلى قلوبهم، ليلقوا إلينا بأسماعهم ويقربوا منّا بقلوبهم، إذن يجب التّعامل مع الإنسان بطريقة تنفد إلى انفعالاته وأحاسيسه وأفكاره لنحتلّ المركز الأوّل في سلّم أولوياته⁽⁵⁾؛ وهذا الاهتمام بالفرد سوف يدفع فيما بعد إلى العناية العلمية البصيرة بكلّ قضايا

(1) إبراهيم إمام: المرجع السابق، ص:19.

(2) إبراهيم إمام: "كيف نجعل البرامج الدّينية في التلفزيون أكثر تشويقاً"، مرجع سابق، ص:15، ص:14.

(3) أحمد فراج: مرجع سابق، ص:2.

(4) عبد الله سالم: مرجع سابق، ص:46.

(5) المرجع نفسه: ص:47.

المجتمع ومشكلاته⁽¹⁾، والدخول في حياة الناس العامة وفهم مشكلاتهم، واستيعاب نفسياتهم، ومحاولة مساعدتهم بعرض معاناتهم وتوصيل صوتهم إلى المسؤولين والوقوف معهم، يتبع ذلك دخول عوالم جديدة والغوص في خصوصياتها لمحاولة علاجها، وفكّ شفراتها والاستفادة منها، وإبراز الدور المطلوب تجاهها، مثل: حياة الأيتام في دور الرعاية، المعوقين، المساجين،... والإسهام الصبور في علاجها وفق موازين الإسلام⁽²⁾.

إنّ العناية بالجمهور تتطلب أن تقدّم المادة الإعلامية وفق أطر ملائمة لطبيعة الجماهير نفسيا واجتماعيا واقتصاديا، فما يطرح في زمان سابق قد لا يتناسب مع هذا الزمن في أسلوبه ومادته⁽³⁾؛ ومن الوسائل الناجحة لتحقيق ذلك هو تشجيع المشاهدين على المشاركة في البرنامج، وأنواع المشاركة كثيرة مثل: "استمع وقل معنا"، وأيضاً محاولة تسجيل ردّ الفعل لدى المشاهد عن البرنامج، وهو ما يُطلق عليه في علم الإعلام بـ "رجع الصدى"، فيسأل المشاهد عمّا يودّ أن يراه مرّة أخرى، وما الذي تعلّمه من البرنامج مثلاً...، كما أنّ هناك طريقة أخرى هي إجراء بحوث الاستماع والمشاهدة، أو البحوث الاستطلاعية عن أسئلة المشاهدين، وتحاول توجيه البرامج الدينية للإجابة عنها، وهذه البحوث تسمّى أيضاً "بحوث تحليل المضمون"، التي يؤدّي استعمالها في التوصل إلى محاور الاهتمام الحقيقية، التي ينبغي أن تدور حولها البرامج الدينية، حتى لا يكون البرنامج في واد والمشاهدون في واد آخر⁽⁴⁾.

إنّ إسهام الجمهور في تقييم البرامج الدينية والتعليق عليها من حيث وقت العرض والموضوع والشكل والمستوى الفني للأداء من أهمّ عناصر نجاحه، خاصّة بمشاركة النخبة المثقفة في ذلك، حيث يتمّ نشر مواعيد البرامج الدينية في الصحف، وتشجيع هذه النخبة على مناقشة هذه البرامج والكتابة عنها وتقييمها واقتراح أوجه التحسين التي يمكن إدخالها عليها⁽⁵⁾.

ج- الكوادر العاملة في البرامج الدينية :

- للارتفاع بمستوى البرامج الدينية تقديمًا وإخراجًا - مضمونًا وشكلًا - فلا بدّ من حسن اختيار الكفاءات العاملة في حقلها إدارة وإعدادًا وإخراجًا وتقديمًا، وتمكينهم من الاستفادة

(1) مجلة الإذاعات العربية: العدد 2، مرجع سابق، ص: 41.

(2) إكرام الزيد: مرجع سابق، ص: 3.

(3) المرجع نفسه: ص نفسها.

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

(5) المرجع نفسه: ص: 14.

من التقنيات الحديثة على نحو يعينهم على التخطيط والإنتاج⁽¹⁾.

فمن حيث تقديم البرامج الدينية لابد أن يتمتع الإعلامي بثقافة واسعة ونظرة عميقة ومتفحّصة في الموضوع الذي يتم مناقشته أو طرحه، حتى يستطيع استيعاب كل الآراء وتحديد المنطلقات وبالتالي عرضها وتفنيدها⁽²⁾، بل لابد أن يتخصّص هذا المقدم في الفكر الديني ويفضّل أن يحاكي مستوى الأساتذة الذين يستضيفهم ليصبح أحد أفراد الندوة وليس مجرد مقدم، وهنا يتمكن من سدّ الثغرات في حلقاته إن وجدت⁽³⁾.

أمّا من حيث الإخراج فإنّه على المخرجين معرفة أن الإخراج هي مهنة الإبداع والابتكار، وأنّ توظيف هذا الإبداع يكون بالتّجديد في الشكل والمضمون، حتى يجعل من البرنامج مادة محبّبة إلى المشاهد، وذلك بمعرفة فنون الإخراج والارتفاع 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⁽⁴⁾.

- لنجاح البرامج الدينية لابد من تعميق الصلة بعلماء الأمة وتهيئة كافة السبل والإمكانات التي تعينهم على العطاء والمشاركة في البرامج الدينية، وعقد لقاءات مشتركة بين العلماء وبين المتخصّصين في إعداد البرامج الدينية بهدف تدارس الأساليب المثلى في العرض⁽⁵⁾.

- إن توفير الكفاءات والكوادر العاملة في مجال البرامج الدينية والإعلام عامّة ملقى على عاتق الجامعات والكليات المتخصّصة في علوم الإعلام والاتصال، لذلك يجب أن تعمل الجامعات في الدول الإسلامية على إنشاء أقسام للصحافة الإسلامية على أسس علمية تستوعب التقنيات الاتصالية والإعلامية المتطورة⁽⁶⁾، ولا بدّ من أن تتوافر لهذه الكليات والأقسام والمعاهد الإمكانيات البشرية والمادية الملائمة، التي تجعلها تستطيع القيام بمهمّتها في إعداد وتهيئة هذه

(1) مجلة الإذاعات العربية: العدد 2، مرجع سابق، ص: 41.

(2) إكرام الزيد: مرجع سابق، ص: 3.

(3) عن موقع جريدة الوطن: WWW.ALWATAN-NEWS.COM، ت.د: 2003/11/30، ص: 3.

(4) محمد كامل عبد الصمد: المرجع السابق، ص: 40.

(5) مجلة الإذاعات العربية: العدد 2، المرجع السابق، ص: 40.

(6) عبد الرحمن شبح حمادي: "نحو وعي إعلامي إسلامي يتصدى للغزو الثقافي"، مجلة الوعي الإسلامي، العدد 380،

السنة 1997، ص: 36.

الكوادر الإعلامية المتخصصة، التي تسهم في دفع عجلة النمو الإعلامي، وتعمل على تحقيق سياسة الاعتماد على الذات⁽¹⁾.

د- اقتراحات أخرى :

لتطوير البرامج الدينية لابد من التكامل بينها وبين البرامج الأخرى تكاملاً يرتكز على القواعد التالية:

1- وحدة الأصل ووحدة المعيار ووحدة الغاية.

2- التخطيط العلمي الذي يعطي كل برنامج حقه من الإمكانيات البشرية والتقنية والمادية والزمنية.

3- نفي كل ما يتعارض مع الإسلام من البرامج جميعاً.

4- النصح المتبادل: النصح بالعلم الشرعي من جانب، والنصح بالخبرة الفنية من جانب آخر⁽²⁾.

وفي نفس المجال وهو التكامل بين البرامج الدينية وغيرها، فإنه من الضروري الاهتمام بقضية "البرامج الترفيهية" لأن تركها بحجة أنها ليست برامج دينية وثقافية يؤثر على الجوانب الإيجابية من البرامج، حيث يتم اختيار البرامج الترفيهية الأقل ضرراً بقدر الإمكان وهذا أفضل من ترك البرامج تقدّم الشرّ الكثير والفكر الخطير دون اختيار أو رقابة شرعية، وهذا تكلف به لجنة تتكوّن من مختصّين في العلم الشرعي وعلوم الإعلام من ذوي الخبرة والإحساس والمسؤولية، ويمكن أن تقوم اللجنة المقترحة بوضع التصوّر العملي لذلك وفق الأهداف التالية:

- إنشاء مركز عالمي للإنتاج البراجمي الإذاعي والتلفزيوني يهدف إلى سدّ حاجة العالم الإسلامي من الساعات البراجمية في مختلف أنواع البرامج.

- يستخدم المركز أعلى مستوى فني في مجال الإنتاج ويموّل من طرف الحكومات الإسلامية وأغنياء العالم الإسلامي إلى أن يستطيع تمويل نفسه⁽³⁾.

ولبرامج الأطفال أيضاً نصيب من هذا الاهتمام، حيث تقدّم لهم أعمال تحبّبهم في الصلاة والصيام، وتشرح لهم بصورة محبّبة تتناسب مع أعمارهم السنوية المختلفة الأحكام الفقهية، بل تستطيع أن تقدّم للأطفال النماذج المشرقة من أطفال المسلمين كعلامات مضيئة يمكنهم التأسّي

(1) عبد القادر طاش: مرجع سابق، ص: 54.

(2) مجلة الإذاعات العربية : العدد 2 ، سنة 1987 ، مرجع سابق، ص: 38.

(3) سعيد بن مبارك آل زعير: "الدعوة إلى الله ووسائل الإعلام"، عن موقع صيد الفوائد: www.saaaid.net، 1989 ،

والإقتداء بها، والأسماء كثيرة، كما أنّ هناك الكثير من الكتابات في هذا الصدد مثل: أطفال حول الرسول، فرسان حول الرسول، أطفال لكنّهم كبار⁽¹⁾...

- البرنامج الدّيني الناجح هو الذي يقدّم المعلومة بموضوعية وحنكة إعلامية ويرتكز على عمق أدبي وفكري ليضيف الجديد إلى المشاهد، ونموذج ذلك برنامج "الشريعة والحياة" الذي يعنى بقضايا العصر لا سيما الحوارية منها، والتي تتعلّق بحقوق المرأة، حقوق الإنسان... كما هو الحال في قناتي "إقرأ وأوربت"، ذلك لأنّ برامجها تفتح مجالات عدّة من الدّين⁽²⁾.
- لنجاح البرامج الدّينية لا بدّ أن تحظى بتخطيط سليم، وهذه مهمّة المؤسسات الإعلامية من صحف، إذاعات، دور النشر والمنظمات الإعلامية من اتّحادات ونقابات ومراكز البحث العلمي وجامعات، وينبغي أن يكون هذا التخطيط على عدّة مستويات : على مستوى القائم بالإعلام، الوسيلة، الجمهور، المستوى الجغرافي، المستوى المحلّي أو القومي⁽³⁾، وبعد ذلك يتم تحديد أهدافها ورسم الخريطة السنوية بالقضايا والموضوعات مع ترك مساحة معقولة للقضايا المتجدّدة⁽⁴⁾.

- لتطوير البرامج الدّينية لا بدّ من ممارسة الإعلام الدّيني وفق قوانين علم الإعلام ونظريّاته، ويجب تصميم الرسالة الإعلامية الدّينية في مختلف مراحلها باعتبار أنّها ليست الرسالة الوحيدة والمصدر الوحيد، وأتى الزمن الذي يجب أن تعمل فيه كلّ وسيلة إعلامية باعتبارها تشكّل جزءاً من منظومة إعلامية متكاملة وبعدها يتمّ إخضاع الممارسات الإعلامية لمزيد من البحث والدّراسة، وعقد الندوات العلمية المتخصصة التي يشترك فيها متخصصون لمناقشة نتائج هذه البحوث والدّراسات واستخلاص القيم والمعايير والقوانين التي تؤسّس لإعلام يعي دوره ويسيّطر على أدواته⁽⁵⁾.

- على مستوى المؤسسات يمكن إقامة مؤسسات إنتاج إعلامي تقف شعباً منها للتخصّص في الإنتاج الإعلامي ذي الصبغة الإسلامية.

(1) شعيب الغباشي: "الإعلام والدّعوة في رمضان"، عن موقع إسلام أون لاين : www.islamonline.net ،

2002/11/18 ت.د: 2004/07/14 ، ص: 3.

(2) عن موقع باب الجريدة: مرجع سابق، ص: 2.

(3) محمد سيد محمد: الإعلام الإسلامي والتّحدي الحضاري، مرجع سابق، ص: 96.

(4) مجلة الإذاعات العربية: العدد 2 ، مرجع سابق، ص: 39.

(5) أديب خضور: مرجع سابق، ص: 67.

- توسيع فرص التواصل، ومساحات التبادل البرمجي في مجال البرامج الدّينية بين التلفزيونات العربية والتعاون على إنتاج برامج دينية مشتركة والاستفادة من القمر الصناعي العربي في إنتاج هذه البرامج وتبادلها.

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

أشرنا في واقع البرامج الدّينية إلى أن هذا الواقع يعكس واقع الإعلام الدّيني الذي بدوره يعكس واقع الأمة الإسلامية، ومنه فإنّ تطوير البرامج الدّينية مرهون بتطوير الإعلام الدّيني نفسه، وهذه بعض الاقتراحات المساهمة في هذا التطوير:

- لنجاح الإعلام الإسلامي لابدّ من الالتزام بميثاق "جاكرتا" الذي وقّعت عليه ما يقرب من 450 شخصية إعلامية والذي انعقد سنة 1980 والذي كان من أهم بنوده:

1- الالتزام بترسيخ قيم الإسلام ومبادئه والعمل على تكامل الشخصية الإسلامية بتقديم الحقيقة له خالصة في حدود الآداب الإسلامية.

2- العمل على جمع كلمة المسلمين ودعوتهم إلى التحلّي بالعقل واليقظة لمواجهة ما يعادي الإسلام.

3- التدقيق فيما يذاع وينشر ويعرض لحماية للأمة الإسلامية، والامتناع عن نشر كلّ ما يمسّ الآداب العامّة أو يوحى بالانحلال الخلقي أو يرغّب في الانحراف.

4- الامتناع عن إذاعة ونشر الإعلان التجاري في حالة تعارضه مع الأخلاق العامّة والقيم الإسلامية.

5- أن يلتزم رجل الإعلام الإسلامي بأسلوب عفّ كريم حرصاً على شرف المهنة، وعلى الآداب الإسلامية، فلا يستخدم ألفاظاً نابية ولا ينشر صوراً خليعة ويتجنّب السخرية والظعن الشخصي والقذف والسبّ والشتيم...

6- الالتزام بنشر الدّعوة الإسلامية والتعريف بالقضايا الإسلامية والدفاع عنها وتعريف الشعوب الإسلامية بعضها ببعض.

7- إحلال الشريعة الإسلامية محلّ القوانين الوضعية لاسترجاع السيادة التشريعية للقرآن الكريم والسنة النبوية، والالتزام بتثبيت فكرة الأمة الإسلامية المترهّمة عن الإقليمية الضيقة والتعصّب

(1) مجلة الإذاعات العربية: العدد 2، المرجع السابق، ص: 40.

العنصري والقبلي، واستنهاض الهمم لمقاومة التخلف في جميع مظاهره وتحقيق التنمية الشاملة التي تضمن للأمة الازدهار والرقي والمناعة⁽¹⁾.

ولتحقيق هذا الإعلام فلا بد من مشاركة جموع الأمة ودعمها المادي والمعنوي، والدعاية لذلك وبيان أن مثل هذه المشاريع إنما هو دعم لأمتنا وقضاياها⁽²⁾؛ فرغم أن العالم الإسلامي لا يملك الأموال ولا التقنيات الموجودة في الغرب لكن مشكلته الكبرى إدراك أهمية الاستثمار في المجال الإعلامي والدعاة يملكون تحريض أهل الخير من الأثرياء ليوجّهوا استثمارهم نحو الوسائل الإعلامية كما أنهم يستطيعون تجميع أموال كثيرة عن طريق إنشاء شركات المساهمة التي تقوم بتمويل محطات الإذاعة والتلفزيون والمجلات والجرائد... رغم الظروف القانونية والنظامية والسياسية الصعبة إلا أن الأهم هو تغيير نظرة أثرياء المسلمين إلى العمل الإعلامي وتشجيعهم للمبادرة إلى العناية به مثل غيره من أعمال الخير كبناء المساجد، المدارس،...⁽³⁾.

(1) سهيلة زين العابدين حماد: "الإعلام الإسلامي.. الواقع.. المستقبل" مجلة المنهل، العدد 577، المجلد 63، السنة 67، المملكة العربية السعودية، ص: 67، 66.

(2) هيا الرشيد: "الإعلام الإسلامي... حقائق وآمال"، عن موقع الإسلام اليوم: www.islamtoday.net، (ت.د): 2004/03/10، ص: 1.

(3) عبد الكريم بكار: مرجع سابق، ص: 182، 181.

2-3 : البرامج الدينية في الإذاعة :

الإذاعة خادماً ومرافقاً لكل فرد، والدين ثقافة ومنهج لكل إنسان، ومن هنا كان للإذاعة دور كبير في نشر هذه الثقافة وذلك المنهج وحملهما إلى أتباعهما وروادهما، 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 الصفيير⁽¹⁾.

2-3-1 : 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، بعد ما كانت الإذاعات قبل ذلك لا تقدم أية برامج دينية سوى الافتتاح المبارك في الصباح بالقرآن الكريم ويعقبه حديث ديني والختام المبارك في بعض الإذاعات أو قرآن المساء في بعضها الآخر، أمّا البرامج الدينية بالمعنى الفني فلم يكن لها وجود في إذاعات بلاد العالم الإسلامي قبل ذلك بكثير.⁽²⁾ تسعى البرامج الدينية في الإذاعة إلى تحقيق عدة أهداف نذكر منها ما يلي:

- إن للبرامج الدينية الإذاعية دور كبير في خدمة الدعوة الإسلامية وتشكيل الرأي العام، وذلك بما توفّره لها الإذاعة من إمكانية مخاطبة كافة الفئات الجماهيرية خاصة فئة الأميين الذين لا تصل إليهم وسائل الإعلام المكتوبة⁽³⁾، ومنه يمكن للبرامج الدينية في الإذاعة نشر الوعي الإسلامي، وتتبع ما ينشر عن الإسلام من أعدائه والمتآمرين عليه كما أنّها تهدف إلى إخراج الناس من الظلمات إلى النور وذلك بتعميق الإيمان في نفوس المؤمنين⁽⁴⁾.

- إن البرامج الدينية في الإذاعة المحلية ينبغي أن تجعل أهم أهدافها هو دعم القيم الروحية بتقديم المفاهيم الصحيحة بعيداً عن الخرافات والبدع والتأكيد على أنّ الدين هو المعاملة... وأنّ الدين تطبيق لا كلمات تردّد... وأنّ الدين سلوك يتعلّق بعلاقة الإنسان برّبّه والناس أجمعين... إنّ تركيز الدعوة الدينية على الحديث عن الكبائر وعن الحدود دون ربط الدين بالحياة لا يؤدّي

(1) عبد الله سالم: مرجع سابق، ص: 45.

(2) كامل البوهي: "البرامج الدينية في الإذاعة"، المجلة العربية، حوار: أحمد يوسف فرغلي، العدد 104، السنة 10، 1986،

ص: 82

(3) مراد زعيمي: محاضرات سنة أولى ماجستير عن "الرأي العام"، 2002 - 2003.

(4) كامل البوهي: المرجع السابق، ص: 83

إلى النجاح المنشود في بناء الإنسان، إن تأكيد معنى الحلال والحرام أمرٌ له دوره في تعديل سلوك الأفراد... مثلا السرقة هي السطو على ما هو ملك للآخرين دون رضاهم... هذا صحيح... ولكن ماذا عن الموظف والعامل والمزارع الذي يسرق وقت العمل ولا ينتج؟ ماذا عن الذي يتحدث في تليفون الجهة التي يعمل بها مكالمات خاصة يضيّع معها وقت العمل وتكلف غيره أموالا طائلة⁽¹⁾، وهذا ما يجب أن تؤدّيه الإذاعة المحليّة لكونها الأقرب إلى الجمهور من غيرها من وسائل الإعلام الأخرى.

- إنّ للبرامج الدّينية في الإذاعة المحليّة دور كبير في نقل التراث الدّيني 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 المحليّ بموضوعاته الدّينية أن يكون التّبص الحّي لعصرنا والبلسم الشافي لأمراض مجتمعاتنا وخاصة الشباب لما لهم من تأثير على الحياة ولأنّهم الاستثمار البشري والطاقة الإنتاجية للمجتمع وعُدّته في المستقبل⁽²⁾.

وفي الإذاعات الإسلامية حاليا برامج موجهة لغير المسلمين بشقّي اللغات وهذه الإذاعات الموجهة يستحسن أن تبثّ برامجها بلغات غير الناطقين بالعربية من المسلمين توعية لهم، وبرامج باللغات العالمية لغير المسلمين تخفيفا لتعصّبهم ضدّ الإسلام وكشفا لجوهره أمام عقولهم لعلهم يرتفعون إلى مبادئهم الأصلية ويتنفعون بأهدافه النبيلة⁽³⁾.

2-3-2: كيفية إعداد حديث ديني إذاعي:

يعتبر الحديث في الغالب الأعمّ الشكل الصحفي أو القالب الإذاعي المستخدم بكثرة في البرامج الدّينية الإذاعية، وسوف نعرض إلى كيفية تحضير الحديث الدّيني في الإذاعة وما هي الضوابط والشروط الواجب مراعاتها أثناء إعداد الحديث وإلقائه. إنّ تحضير الحديث الدّيني في الإذاعة أصعب من التلفزيون لأنّه في الإذاعة الصوت وحده هو الذي يصل المذيع بالجمهور وبذلك يقوم وحده بجميع وسائل الإيضاح، غير قادر على

(1) عبد المجيد شكري : مرجع سابق، ص:97.

(2) إبراهيم عبد الله المسلمي: الإعلام الإقليمي: دراسة نظرية وميدانية، د.ط، 1992، العربي للنشر والتوزيع، د.ب.ن، ص:27، 28.

(3) كامل البوهي: مرجع سابق، ص:83

الاستعانة بقسمات الوجه أو إشارة اليد أو الصّورة والحركة⁽¹⁾... ، ولهذا يفضل تحضير الحديث قبل إلقائه ويجب مراعاة النقاط التالية:

- الحرص على سهولة العبارة وقصر الفواصل وتحاشي الكلمات الصعبة في النطق واستبدالها بكلمات أيسر وأسهل .

- لا بدّ أن يكون الحديث بعيدا عن التكلف، معبراً عما يعهده الإنسان، مستندا للصدق والواقع، متجاوزا فيه الإنسان مع نفسه ومجتمعه.

- مراعاة الوقت، لأنّ مدّة الحديث في الإذاعة محدود فهو يضع دقائق في العادة، وأحيانا عشر أو خمس عشرة دقيقة ولذلك لا بدّ من تهيئة الحديث في الذهن وتحضير نقاط الموضوع ومراعاة أن يكون التمهيد قصيرا ومناسبا ويتبع بذلك حسن التخلّص والوصول إلى الموضوع، ومعالجة الموضوع في نقاط مركّزة لتغطية جوانبه وتقديم تصوّر العام له ومناقشة الأفكار المعارضة له في سهولة ويسر، والبعد عن العلاقات والأقوال المتعدّدة التي تشوّش فكر الإنسان العادي.

- على المتحدث أو مقدّم البرنامج أن يكون رزينا هادئا⁽²⁾، متمكّنا من الموضوع، حسن الإلقاء، مستريحا ومريحا، حلو الحديث، صادق اللهجة، واضح التعبير، متمتعا بالموهبة وحسن الصوت والأداء حتى يصل إلى هدفه بأفضل السبل وأنجح الوسائل، قال تعالى: (ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ . .) (النحل:125)، وقال: (. . وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا . .) (البقرة:83).

- يجب على المذيع الاهتمام بالنقاط الكبرى الأساسية في الموضوع والابتعاد عن التفرّعات والجزئيات، وأن يحضّر بعض الأمثلة أو القصص أو الأحاديث التي يستشهد بها ويختار من ذلك أحسن الشواهد حتى لا يخرج عن الوقت المحدّد للبرنامج.

- بعد الانتهاء من إعداد الحديث لا بدّ من مراجعته وتنظيم فقراته وتشكيل كلماته الصعبة وتكرير قراءته حتى يكون سهلا ذلولا، كما ينبغي التثبّت من الآيات القرآنية ومراجعتها ومعرفة رقمها، وعليه أن يتأكّد من صحّة الأحاديث النبوية ودرجتها وسلامة المصادر التي ينقل

(1) عبد الله شحاته: الدّعوة الإسلامية والإعلام الدّيني، ط2، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، مصر، 1986، ص:36.

(*) ستحدّث عن صفات وشروط المذيع في البرامج الإذاعية بالتفصيل في الفصل الثالث.

عنها، ويمكن تسجيل الحديث قبل إلقائه لتصحيح ما يمكن أن يكتشف فيه من خطأ لفظي أو إعرابي.

وبعبارة موجزة فالمتحدث يعرض عقله على الناس، فعليه بحسن التخيّر وتزيين حديثه بالفكرة المناسبة والخير الطريف، والشاهد المختار وأن يقصد بعمله وجه الله ونفع العباد⁽¹⁾، قال تعالى:

{وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ} (فصلت: 33).

- إضافة إلى الحديث الديني فإن البرامج الدينية الإذاعية تعتمد إلى الوصول إلى فئات الأميين خاصة ذور المستوى الثقافي المحدود متوجهة بلغة عربية مبسطة، ومختلطة باللهجات المحلية لهذه الفئة والتي لا تزال تحتل حيزا كبيرا بين الفئات الجماهيرية الأخرى، وأهم البرامج التي تهتم بها إضافة إلى الحديث برامج الفتاوى الشرعية والبرامج ذات الحوارات الفكرية والثقافية في المجال الديني⁽²⁾.

2-3-3 : إذاعات القرآن الكريم:

سبق الحديث عن أن أول دخول للبرامج الدينية بمعناها الفني إلى الإذاعات كان 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...

على 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⁽³⁾.

(1) عبد الله شحاتة: المرجع السابق، ص-ص: 36-38.

(2) محي الدين عبد الحليم: الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1984، ص: 4.

(3) ماجي الحلواني: مدخل إلى الإذاعات الموجهة، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1982، ص: 142.

وسنذكر هنا لمحة عن بعض هذه الإذاعات الدينية التي كان لها السبق بخدمة البرامج الدينية خاصة والدين الإسلامي عامة :

أ- محطة القرآن الكريم بجمهورية مصر العربية :

أنشأت في 29 مارس 1964، وكان من أهم أهدافها:

- ربط المستمع بالقرآن الكريم عن طريق إذاعته لساعات طويلة، وجذب المستمعين للتزوّد منه بمعاني الخير والفضيلة.

- المساعدة في تحفيظ القرآن الكريم للمستمع.

- حفظ القرآن الكريم من التحريف الذي تقوم به بعض الجهات الملحدة.

- تزويد المستمعين بالثقافة القرآنية المختلفة من برامج تدور حول القرآن الكريم باعتباره مصدر الحياة للإنسان.

- محاولة خلق وإيجاد مستمعين من الدول الآسيوية التي يصل إرسال الخدمة إليها.

- تقوم المحطة ببث برامج عديدة منها: الثقافية، الدينية والتعليمية، كبرامج السيرة النبوية، تفسير الأحاديث النبوية، قراءة المصحف المرتل بالإضافة إلى نقل شعائر الصلاة ومناسك الحجّ من الحرمين الشريفين، دون إغفال برامج لمناقشة القضايا الإسلامية المعاصرة⁽¹⁾.

وتمت الإذاعة خاصة بالحديث الديني، لأنّ له دور مباشر في متابعة قضايا الإنسان المعاصر من وجهة نظر إسلامية، وهو أمر يترك أثرا سريعا في جمهور المستمعين الذين هم أحد العناصر الهامة في نظرية الاتصال؛ ولتحقيق هذا الأثر تعمل الإذاعة في ثلاثة مجالات :

1- العمل على نشر الإسلام الصحيح كمنهاج للحياة ليؤكد دوره في حياة الإنسان على امتداد العالم كلّ .

2- نشر مزيد من التوعية الدينية وتعميق الثقافة الإسلامية وتدعيم الشخصية المسلمة.

3- ربط الإسلام بقضايا الإنسان المعاصر ومشكلاته اليومية وعرض وجهة النظر الإسلامية حتى لا يحدث الانفصال بين الدين والحياة.

أمّا عن مجالها الجغرافي فقد كانت الإذاعة في البداية محلية يغطي إرسالها بعض

المقاطعات المصرية فقط مثل: "وسط الدلتا، دمنهور، الإسكندرية" ثمّ تمّ توسيع مجال الإرسال

(1) ماجي الحلواني: المرجع السابق، ص: 144.

حتى شمل أغلب الدول العربية المجاورة مثل: الأردن، سوريا، فلسطين، الكويت، العراق، البحرين، الجزيرة العربية شرقاً، والجزائر، تونس، ليبيا والمغرب غرباً.

وأجريت لها عدة تحسينات لزيادة قوّة الإرسال لتشمل بعدها كل الدول العربية والعالم الإسلامي، بعد افتتاحها لمحطة جديدة تصل قوتها إلى 500 كيلوواط⁽¹⁾.

ب- إذاعة القرآن الكريم بالعربية السعودية:

تحرص الإذاعة السعودية على أن تكون البرامج الإذاعية الإسلامية والدينية متواجدة في كل إذاعتها المحليّة والموجّهة، حيث اهتمت بنشر الدّعوة الإسلامية فقامت بإنشاء إذاعة "نداء الإسلام" التي بدأت باسم "صوت الإسلام" وقد تمّ افتتاحها في الرياض سنة "1972" وفي نفس اليوم افتتح فرع لها في مدينة مكّة المكرّمة بحيث تختلف فترات البثّ ومدته بين محطة وأخرى. تقدّم الإذاعة عدة برامج تشكّل التلاوات والتّراويل القرآنية نسبة 75% من مجموع ما تقدّمه، كما تقدّم برامج خاصّة بمسابقات القرآن الكريم في التجويد والحفظ.

كانت الإذاعة في بدايتها تبثّ برامجها على موجة واحدة هي الموجة المتوسّطة وكان إرسالها يغطّي جزءاً محدوداً من مدينة جدّة، ثمّ زادت قوّة البثّ وشملت بإرسالها جزءاً كبيراً من مناطق ومدن المملكة وزادت سنة 1980 قوّة إرسالها ممّا زاد من تأثير هذه الإذاعة ومن ساعات بثّها، فوصلت إلى 18 ساعة مستمرة دون انقطاع، كما استعملت الموجات القصيرة التي ساعدت على انتشارها في شرق وجنوب آسيا وإلى شمال ووسط إفريقيا.

ولتحقيق هذا الهدف فإنّ إذاعة القرآن الكريم في المملكة تبثّ خلال موسم الحجّ برامج خاصّة بالتنوع الإسلامية بغير اللغة العربية وهي اللغات: الأوردية، الإندونيسية، الصومالية، السواحلية، الفارسية، والتركية وذلك بمعدّل نصف ساعة لكلّ لغة يومياً، بالإضافة إلى زيادة اللغة الكورية نسبة لزيادة عدد الكوريين الموجودين في المملكة، كما تنقل الإذاعة في موسم الحجّ من كل عام المناسبات الدينيّة مثل الاحتفال بغسل الكعبة المشرفة، ونقل صور حيّة لتحرك الحجّاج من عرفات، وقد استطاعت الإذاعة خلال فترة قصيرة أن تسجّل المصحف المرثّل لعدد من أحسن القارئین، بل أصبحت تزوّد عدداً كبيراً من الإذاعات الإسلامية بنسخ من هذه التلاوات⁽²⁾.

(1) ماجي الحلواني: المرجع السابق، ص-ص: 145-147.

(2) المرجع نفسه: ص-ص: 153-156.

وما تجدر إليه الإشارة أنه تم دمج إذاعة الرياض وإذاعة مكة المكرمة في إذاعة واحدة في غرة محرم 1413/1993 سميت "إذاعة القرآن الكريم" من المملكة العربية السعودية بالرياض، وفتحت لها فروع أخرى في عدة مدن كالمدينة المنورة... (1).

وإضافة إلى إذاعة القرآن الكريم في مصر والمملكة العربية السعودية فإننا نجد إذاعات للقرآن الكريم في البلدان العربية الأخرى تعتبر حديثة النشأة وأمثلة ذلك: إذاعة القرآن الكريم في الجزائر التي أنشأت سنة 1991، إذاعة القرآن الكريم في ليبيا سنة 1996، إذاعة القرآن الكريم في السودان سنة 1993 (2)، إذاعة القرآن الكريم في الأراضي المحتلة-فلسطين- والتي أنشأت سنة 1998 وتم تسجيلها تحت اسم "شركة الصفا" لإذاعة القرآن الكريم (3).

ومن أجل أن تنجح الإذاعات في البلدان الإسلامية من أداء دورها في خدمة الدين الإسلامي والإعلام الإسلامي في مختلف مجالات وميادين الدعوة الإسلامية والإعلام الديني فعليها أن تعمل في إطار تنظيمي وجماعي يستثمر إمكانيات وقدرات كل إذاعة ويمكنها من التواصل مع غيرها، في عصر التكتلات الاقتصادية والإعلامية وحتى الإيديولوجية، وهذا ما تسعى إليه "منظمة إذاعات الدول الإسلامية".

2-3-4: منظمة إذاعات الدول الإسلامية:

تعدّ هذه المنظمة حتى الآن من أهم وأنشط المنظمات الدولية للإعلام الإسلامي، وقد تمّ إنشاؤها سنة 1975، بقرار من المؤتمر السادس لوزراء خارجية الدول الإسلامية المنعقد في جدة في يوليو-جويلية- سنة 1975 بعد دراسة المشروع الخاص بإنشائها (4) فتقرّر أن تُنشأ منظمة إذاعات الدول الإسلامية لتضمّ 42 دولة، ولكن هذه المنظمة لا تقدّم للإذاعات أيّ دعم مالي أو أيّ تخطيط براجمي لأنها تضمّ كلّ الإذاعات في العالم الإسلامي مهما كان اتجاهها (5). وينصّ النظام الأساسي للمنظمة بأن أهدافها على النحو التالي:

1- نشر الدعوة الإسلامية والاهتمام بالتراث الإسلامي، بالإضافة إلى التعريف بالقضايا الإسلامية والدفاع عنها.

(1) عن موقع: www.qurancomplex.org . ت.د: 2004/10/10 ، ص: 1.

(2) نواف عدوان: "أهمية الإذاعة المحلية في التنمية"، مجلة الإذاعات العربية، العدد 2، سنة 1998، ص: 31، 32.

(3) عن موقع: www.quran-radio.com ، ت.د: 2004/10/10، ص: 1.

(4) محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ط 1، ، مكتبة الخانجي، القاهرة، مصر، 1983، ص: 328.

(5) كامل البوهي: مرجع سابق، ص: 83.

- 2- تعريف الشعوب الإسلامية ببعضها، وتعميق روح الإخاء الإسلامي فيما بينها.
- 3- دعم العلاقات بين أعضاء المنظمة لتوحيد جمهورها في خدمة أهدافها المشتركة.
- 4- تبادل البرامج الإذاعية والأخبار والمعلومات الفنية والتقنية، وكذلك تدريب الموظفين في المجالات الإذاعية للمنظمة.
- 5- التنسيق في مجال الإرسال الإذاعي وتخطيط البرامج فيما بين أعضاء المنظمة.
- 6- تنظيم التعاون مع المنظمات الدولية للإذاعات، بحيث تضمن المنظمة دفاعاً موحّداً عن متطلّباتها في الجداول اللاسلكية للموجات وفي غيرها من المسائل التي تهمها.
- 7- حلّ كافة المشاكل الإذاعية التي تحدث بين الأعضاء بروح الأخوة الإسلامية وضمن إطار المجلس التنفيذي أو الجمعية العامة للمنظمة.

حصلت المنظمة على مقرّ متواضع في مدينة جدّة، وبدأت تزاوّل نشاطاً أو بمعنى أدقّ تحلم بمزاولة نشاط ودور كبير في الإعلام الإسلامي...، ولكن عدم تسديد الدّول الأعضاء للحصص المالية حال دون الكثير من مشروعات المنظمة.

ورغم القصور المالي الشديد فقد استطاعت هذه المنظمة أن تقدّم خدمات في مجال تبادل البرامج وفي مجال الإنتاج وفي مجال الاقتراحات، وخاصّة تعليم اللغة العربية بواسطة الراديو ووضع تصوّر لاستراتيجية عمل للإعلام الإسلامي وبخاصّة في مجال الإذاعة المسموعة والمرئية⁽¹⁾. ومع التطور الحديث في وسائل الإعلام أصبح من الممكن توسيع مجال التعاون وتبادل البرامج الإذاعية لتحسينها كما وكيفا، لذلك وضعت منظمة الإذاعات العربية مشروعاً متعلّقاً بتبادل البرامج الإذاعية عبر القمر الصناعي، ولأجل تنفيذ هذا المشروع عقدت مجموعة عمل خبراء البرامج الإذاعية اجتماعاتها خلال الفترة من 26-28 ماي 1997 في تونس وبحضور الهيئات التالية: تونس، السعودية، الجزائر، سوريا، مصر، الإمارات العربية، السودان، سلطنة عمان، ليبيا، وقد تمّ خلال الاجتماع إعداد مشروع تصوّر عملي، يحدّد أنواع البرامج الإذاعية المقترحة للتبادل عبر السّاتل وقد شمل هذا تبادل البرامج الدّينية وخاصّة برامج المناسبات الدّينية مثل شهر رمضان المبارك وموسم الحجّ والأعياد، كما يشمل تغطية حيّة ومباشرة للمناسبات الدّينية الهامة كمناسك الحجّ والصلوات في الأماكن المقدّسة، بحيث يتولّى مركز التبادل إدراج تلك البرامج الدّينية في الجدول الأسبوعي الخاص بالبرامج الإذاعية، كما تتولّى الهيئة المنتجة إعلام الإدارة

(1) محمد سيد محمد: مرجع سابق، ص-ص: 330-392.

العامة ومركز التبادل بمضمون البث وتقويته حتى يتمكننا من برمجته وتعميمه على الهيئات الأعضاء⁽¹⁾.

2-3-5 : البرامج الدينية في الإذاعة الجزائرية:

على غرار الإذاعات العربية والإسلامية فإن الإذاعة الجزائرية تسعى إلى نشر القيم الإسلامية ودعوة المجتمع إلى التمسك بالأصالة والتعرف على مبادئ الإسلام، وتعدد المحطات الإذاعية المحليّة في الجزائر فإن البرامج الدينية تتعدّد وتكثر، فكلّ إذاعة تسعى جاهدة لتعريف جمهورها وربطه بقيمه ودينه مستخدمة في ذلك كلّ الإمكانيات المتوفّرة لها من مراعاة لخصائص الجمهور المحليّ المتوجّهة إليه من حيث اللغة المحليّة والمواضيع والقضايا الدينية التي تثير اهتماماته وتساؤلاته، ومن حيث المستوى الثقافيّ الدينيّ الذي يتمتّع به ذلك المجتمع.

وسوف نذكر هنا بعض الأمثلة للبرامج الدينية عند بعض الإذاعات الجزائرية:

1- القناة الأولى: وهي الإذاعة المركزية والقومية في الجزائر، تبثّ برامجها باللغة العربية وتبثّ برنامجا واحدا في الأسبوع هو "فتاوى عبر الأثير" ومن عنوانه يتّضح أنّه يُجيب عن أسئلة المشاهدين حول القضايا الفقهية، يُبثّ يوم الجمعة صباحا لمدة أربعين (40) دقيقة من الساعة الحادية عشر وثمان دقائق إلى الثانية عشر تماما.

2- القناة الثانية: هي أيضا إذاعة مركزية ولكنها تبثّ برامجها باللغة الأمازيغية، تبثّ برنامجين دينيين هما:

- "حديث الصباح" ويُبثّ يوميا لمدة ساعة واحدة من السادسة صباحا حتى السابعة.

- "حصة الفتوى" وتُبثّ كلّ يوم جمعة لمدة نصف ساعة-وهي أيضا خاصة بأسئلة الفقه- من الحادية عشر والنصف صباحا إلى الثانية عشر.

3- القناة الثالثة: وهي كالأوليين ولكن باللغة الفرنسية، تبثّ برنامجا دينيا واحدا كلّ يوم جمعة لمدة ساعة من الواحدة إلى الثانية زوالا.

4- إذاعة غرداية: تبثّ برنامجا واحدا حصة "ندوة الجمعة" كلّ يوم جمعة، تبثّ مساء من الساعة الثالثة وخمس دقائق زوالا إلى غاية الرابعة تماما.⁽²⁾

5- إذاعة أدرار: تبثّ أربعة برامج دينية هي:

(1) مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدّول العربية، تونس، العدد3، السنة1997، ص:39.

(2) عن موقع: www.algerian-radio.dz، ت.د: 2004/09/05، ص: 1.

- حصّة "الدّين النصيحة" يوميا عدا الجمعة من التاسعة والرّبع إلى التاسعة والنصف صباحا.
- حصّة "اسألوا أهل الذكر" كلّ يوم أحد من الثانية عشر وخمس دقائق إلى الثانية عشر والنصف زوالا.

- حصّة "حديث الجمعة" كلّ يوم جمعة من الثانية عشر وخمسة وأربعون دقيقة إلى الواحدة زوالا.

- حصّة "ربّ زدني علما" كلّ يوم جمعة من الثالثة وخمس دقائق إلى الرابعة مساء.
6- إذاعة تندوف: تبثّ برنامجين دينيين هما :

- حصّة "حديث اليوم" كلّ يوم من التاسعة وخمس دقائق إلى التاسعة وعشر دقائق صباحا.

- حصّة "حديث الجمعة" كلّ يوم جمعة من الثانية عشر تماما إلى الثانية عشر ونصف.

7- إذاعة بشار: تبثّ برنامجا دينيا واحدا هو: "حديث اليوم" كلّ يوم من التاسعة وست دقائق إلى التاسعة وعشرون دقيقة صباحا.

8- إذاعة سیرتا: تبثّ برنامجين دينيين هما :

- حصّة "فتاوى" كلّ يوم جمعة من العاشرة إلى الحادية عشر صباحا.

- حصّة "تحفة الذاكرين" كلّ يوم جمعة من الثانية عشر تماما إلى الثانية عشر وربع⁽¹⁾.

9- إذاعة القرآن الكريم :

كما أشرنا سابقا، فإنّ الجزائر تمتلك إذاعة القرآن الكريم التي تعتبر الإذاعة الوحيدة المتخصصة، حيث تعتبر أوّل إذاعة مواضيعية في الجزائر وقد انطلق بثّها في 12 جويلية 1991. لم تستقرّ الإذاعة على مواعيد ثابتة للبثّ حيث تأرجحت بين الصّباح الباكر والنهار والمساء، لترسو منذ جويلية 2000م على الفترة الممتدة من الخامسة إلى التاسعة صباحا؛ وتبثّ الإذاعة برامجها على الموجة المتوسطة 211 متر بذبذبة قدرها 1422 كيلومتر.

- مراحل تطوّر مواعيد البثّ للإذاعة:

- المرحلة الأولى: 1991/7/12 انطلاق أوّل بثّ، حيث كانت مادة البثّ "القرآن الكريم" على

ثلاث فترات، الأولى من الرابعة إلى السادسة صباحا، الثانية من العاشرة إلى الثانية

عشر (منتصف النهار)، الثالثة من الثانية إلى الرابعة زوالا⁽²⁾.

(1) عن موقع: www.algerian-radio.dz، المرجع السابق، ص: 2.

(2) عن إذاعة القرآن الكريم: فاكس رقم: 021662547، 2004/09/26، ص: 1.

- المرحلة الثانية: 1992/03/06 إضافة إلى القرآن الكريم بداية بثّ البرامج الأخرى، فيها فترتان، لكل فترة ثلاث ساعات، الأولى من الثالثة صباحا إلى السادسة وهي مسجلة، الثانية من العاشرة صباحا إلى الواحدة زوالا وهي مباشرة.
 - المرحلة الثالثة: 1992/12/5 وتشمل على فترة واحدة لمدة أربع ساعات يوميا من الساعة الخامسة إلى التاسعة صباحا.
 - المرحلة الرابعة 1993/7/1 تبثّ على فترتين لمدة أربع ساعات يوميا، الأولى من الخامسة إلى السادسة صباحا وتكون مسجلة، الثانية من العاشرة صباحا إلى الواحدة زوالا وتكون مباشرة.
 - المرحلة الخامسة 2000/7/1 وتمّ فيها العودة إلى فترة واحدة لمدة أربع ساعات من الخامسة إلى التاسعة صباحا.
- تحتل نسبة بثّ التلاوات القرآنية 35% من مجموع مدة البثّ أمّا باقي النسبة 65% فتخصّص لبثّ البرامج والأناشيد والأخبار.
- وخلال هذه المسيرة حاولت إذاعة القرآن الكريم على الدوام ترقية أدائها بما يعزّز مصداقيتها لدى جمهورها ويخدم ويحافظ على معالم شخصيتنا الوطنية، ويلبّي حاجيات الجمهور المتعطّش لمعرفة دينه معرفة صحيحة ونشر التعاليم السمحة للدين في وجه مفاهيم الجمود والغلوّ والتطرف التي برزت خلال السنوات الأخيرة.
- وتحاول الإذاعة دخول مرحلة جديدة لتطوير برامجها وعملها، ونورد في الآتي أهمّ معالم هذا التصوّر الجديد تبعا للمحاور التالية:

1- محور القرآن الكريم :

أ- التلاوات :

- تقليص عدد التلاوات اليومية من 5 إلى 4 وهو ما يمثّل حوالي 30% بالنسبة لشبكة البرامج، علما أنّ 75% من التلاوات المرجحة بأصوات جزائرية وما تبقى أي 25% لقراء غير جزائريين على سبيل التنويع.
- مواصلة تشجيع التنويع باستقطاب قراء جزائريين من مختلف جهات الوطن بالتعاون مع الإذاعات الموجهة⁽¹⁾.

(1) عن إذاعة القرآن الكريم: المرجع السابق، ص:2.

- التركيز على التسجيل برواية ورش ذات الانتشار الواسع مغاريا وجزائريا على الأخص.
- عدد القراء الجزائريين الذين تعاونوا مع الإذاعة إلى هذا التاريخ بلغ 20 قارئاً.
- ب- تفسير القرآن الكريم :
- رصيد التفسير في مكتبة إذاعة القرآن الكريم جزائري 100% ، ويقارب الـ 1000 تسجيل ذات مواضيع منتقاة لتقريب وتبسيط معاني القرآن الكريم.
- الحرص على انتهاج أسلوب أكثر تبسيطا لإيصال المعاني الصحيحة لجمهور الإذاعة.
- 2- باقي المحاور تتغير حسب كل موسم إذاعي.
- وضعت الإذاعة لهذا الموسم الإذاعي الجديد 2005/2004 شبكة برمجية متنوعة تحتوي على 24 برنامجا منها برامج يومية وأخرى أسبوعية نوردها فيما يلي :
- أ- **الخصص اليومية** : وهي التي تبت كل أيام الأسبوع وتتضمن ما يلي :
- تلاوات القرآن الكريم: وتمثل 6 تلاوات كل يوم، ما عدا يوم السبت والأربعاء والخميس ففيها 5 تلاوات فقط.
- الأحاديث النبوية "من أقوال المصطفى".
- تفسير القرآن الكريم .
- الحديث الديني :ويخص حصتين للحديث الديني بالأمازيغية يومي الاثنين والجمعة.
- ب- **الخصص الأسبوعية** : وتتضمن ما يلي :
- حصة "و ضرب الله مثلا" يقدمها "أبو سعد" هي محاولة لتبسيط بعض المفاهيم الإسلامية من خلال ضرب الأمثلة الحية المعبرة وإسقاطها على الواقع المعيش والنفاد بها إلى الضمائر الحية.
- من عالم المعرفة يقدمها "حسام" وفيها رصد لمختلف الأنشطة الثقافية الوطنية والدولية وأهم الإصدارات في عالم النشر مواكبه للأحداث التي تشكل الحياة الثقافية والفكرية المعاصرة.
- مفاتيح الخير يقدمها "بيرم" يعالج المواضيع الاجتماعية والتربوية من منظور الكتاب والسنة وغرس القيم الإسلامية الحسنة⁽¹⁾.

(1) عن إذاعة القرآن الكريم: المرجع السابق، ص:3.

- حوار الأفكار يقدمها "حسام": يستضيف شخصيات فكرية وثقافية لمناقشة أهم القضايا المعرفية المطروحة على الساحة الإسلامية والعالمية.
- الحياة الطيبة يقدمها "قارة": يسلط الضوء على بعض المظاهر الاجتماعية السائدة وما تولد من آثار سواء كانت إيجابية أم سلبية.
- لفتات قرآنية يقدمها "بلمهدي": يتعرض بالشرح لمضامين بعض الآيات وسير أغوارها واستخلاص بعض الإيحاءات والإشارات منها.
- مساهمات المستمعين تقدمها "فاطمة": أهم إسهامات المستمعين في شتى المجالات.
- وقفات في السيرة يقدمها "قارة": يتناول جوانب السيرة العطرة للرسول صلى الله عليه وسلم من مختلف جوانبها للاستفادة منها من بداية الوحي إلى وفاته.
- المسلسل "صوت الضمير": يعالج قضايا اجتماعية وتربوية وتاريخية متعدّدة.
- السراج الوهاج يقدمها "منير": برنامج يستشرف عوالم الحكمة الإنسانية في أبعادها الفكرية وبعض أبعادها المختلفة .
- الظاهرة والعلاج يقدمها "أبو بشرى": رصد الظواهر السلبية وأسباب نشوئها والخوض في خلفياتها وكيفية التعامل معها مع محاولة إعطاء العلاج العملي لها.
- إنما يخشى الله من عباده العلماء يقدمها "عبد الفتاح سراج": يتعرض لمدى تطابق الحقائق العلمية الحديثة مع أوامر ونواهي الشريعة الإسلامية التي جاءت لسلامة البشرية البدنية والنفسية.
- شواهد العظمة تقدمها "مريم": يتناول ظواهر الكون ومختلف مكونات الإنسان التي تتجلى فيها قدرة الخالق سبحانه على ضوء ما جاء في القرآن الكريم وما توصل إليه العلم الحديث.
- من قبس النبوة: محاولة لشرح الأحاديث النبوية الشريفة شرحا دقيقا للوقوف على الدلالات الفقهية والعقائدية والتربوية.
- بين المثال والواقع يقدمها "مسعد": يسلط الضوء على بعض السلوكيات والأفكار الواقعية في ضوء ميزان الشرع والعقيدة⁽¹⁾.

(1) عن إذاعة القرآن الكريم: المرجع السابق، ص:4.

- خدمات خيرية يقدمها "حسام وزهراء": يربط بين المحسن والمحتاج لتقديم المساعدات الطبية.

- فقه الأولويات يقدمها "بن زعيمة": يتناول الأولويات والموازنات في القرآن والسنة وعند الصحابة والفقهاء في الأعمال والموازنة بين المصالح والمفاسد.

- دراسات قرآنية يقدمها "آيت الجودي": نافذة على حقل البحوث والأعمال التي أنجزها العلماء عبر الأزمنة لتيسير فهم القرآن المترل نصًا ومعنا وإعجازًا.

- محاضرة اليوم: تختار من مختلف ما ألقى من محاضرات خلال الملتقيات الفكرية والثقافية.

- نبراس حضارة الإسلام يقدمها "بن زيتوني" يعكس صورًا نيرة من أوجه الحضارة الإسلامية في عصورها الذهبية بحركة عملية وثقافية كانت نواة الحضارة المعاصرة عند العرب.

- مائدة الفقه يقدمها "أبو عبد السلام": حصّة أسبوعية على المباشر يجيب فيها الأستاذ على مختلف الأسئلة الشرعية. (1)

(1) عن إذاعة القرآن الكريم، المرجع السابق، ص:5.

الفصل الثالث : الإذاعة

3-1: الإذاعة، المميزات والوظائف.

3-1-1: تعريف الإذاعة :

يُعرّف إبراهيم إمام الإذاعة بأنها الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها لتُلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى أنحاء العالم فرادى وجماعات، باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة. ويرى أنّ 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 "الانتشار" و"الإفشاء" ومنه تكون الإذاعة نشر عن طريق الاتصال اللاسلكي وذلك بنقل الصوت عبر الموجات اللاسلكية المتوسطة، الطويلة، القصيرة... أي أنّ الإذاعة وسيلة تتوسّل بها في الإرسال للمادة الإذاعية التي تتميز بخصائص وأشكال فنية كالموسيقى، الدراما، الأحاديث، الأخبار،... ليستقبلها جمهور المستمعين عن طريق أجهزة الاستقبال المختلفة⁽²⁾.

ومّا سبق يتّضح لنا أنّ العملية الإعلامية في الإذاعة تعتمد خاصة على عنصر "الانتشار" الذي تحقّقه الموجات اللاسلكية لضمان وصول الرسالة الإذاعية، كما أنّ أجهزة الاستقبال لا غنى عنها في العملية الإذاعية الإعلامية.

3-1-2 : نشأة وظهور الإذاعة :

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

ويمكن القول أنّ قصّة 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" صحّة نظرية ماكسويل وقام بإجراء عدة تجارب في السنوات العشر

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

(2) عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام، د ط ، الهيئة المصرية للكتاب، 2000 ، ص:403.

(3) فضيل دليو: مدخل إلى الاتصال الجماهيري، د.ط، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2003/1424 ،

الفصل الثالث

الإذاعة

1-3 : الإذاعة، المميّزات والوظائف

2-3 : تقنيات العمل الإذاعي

3-3 : الإذاعة المحليّة

التالية حول طرق إنتاج تلك الموجات، وخصائصها وسرعتها... وهذا ما حفز العالم الإيطالي "جوجيليمو 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⁽¹⁾، وفي الوقت نفسه ودون التنسيق مع "ما ركوني" سنة 1895 تمكن المهندس الروسي "بوبوف" من تركيب جهاز مستقبل للموجات المرترية ليجري بعد ذلك عدة تجارب إرسال تلغرافي⁽²⁾.

ولم يكن هذا التطور الحادث في مجال الاتصال اللاسلكي سوى بشير بحلول عصر البث الإذاعي ففي عام 1915 قام مدير "شركة ما ركوني" للإرسال اللاسلكي "دافيد سار نوف" بطرح فكرة استخدام الإذاعة على نطاق تجاري بحيث يصبح الراديو أحد الأجهزة المترية⁽³⁾، 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⁽⁴⁾.

في بداية القرن العشرين لم تكن معدات نقل الصوت متاحة إلى أن قام "جون فلمنج" باختراع ما يعرف بالصمام المفرغ وتحسينه ثم استطاع "لي دي فورست" أن يخترع السماع⁽⁵⁾، وكل هذه الاختراعات مع ما أضافته اختراعات "توماس إيدسون" أعانت على نقل تنوعات الصوت البشري وأصوات الآلات الموسيقية لأن قناة الراديو هي التي تقوم ببناء الإشارة قبل الإرسال وبعد الاستقبال، كما أنها تقوم بتوليد موجات الراديو عالية التردد وهي ضرورية لإذاعة الصوت البشري⁽⁶⁾.

ونتيجة لكل هذه الجهود شهد العالم ميلاد "الراديو" وكان ذلك بالتحديد شهر نوفمبر سنة 1920، حيث حصلت شركة "وستنجهاوز" على رخصة إنشاء أول محطة إذاعية باسم "KDKA"

(1) إبراهيم إمام: الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سابق، ص: 256.

(2) فضيل دليو، مرجع سابق، ص: 89.

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

(4) محمد سيد محمد، حسن عماد مكاوي: الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، د.ط، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 1999، ص: 31.

(5) المرجع نفسه، ص: نفسها.

(6) جيهان أحمد رشتي: الأنظمة الإذاعية في المجتمعات الغربية، د.ط، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1994، ص: 8.

وقد افتتحت المحطة إذاعتها بتقديم نتائج الانتخابات الأمريكية⁽¹⁾، وفي نفس السنة ظهرت أول محطة إذاعية في موسكو وأول برامج يومية مذاعة من محطة "ديترويت نيوز" في الولايات المتحدة الأمريكية، وبعدها بعام ظهرت أول محطة إذاعية تجارية (W.B.Z) في ماساشوتس⁽²⁾. ثم توالى محطات الإرسال وتضاعف عددها في العشرينات من القرن العشرين، وأضحى الراديو ابتداء من الثلاثينيات متواجدا في المساكن والأماكن العامة في المجتمع الغربي⁽³⁾.

وقد ساعد الإذاعة على التطور عدة عوامل منها: المنافسة، المصلحة القومية الذاتية وحب الاستطلاع العلمي⁽⁴⁾، وقد حدث تطوّر 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، وتبع ذلك استخدام الإذاعة الدولية (الاتصال الدولي)⁽⁵⁾.

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 بالقوى الاستدمارية التي أوجدتها لخدمة تواجدها وانتهاء بالظهور العادي في فترة الاستقلال، وقد كان السبق للإذاعة في الجزائر ومصر في منتصف العشرينيات، عن طريق المبادرات الفردية لبعض المستوطنين الفرنسيين^(*) باللغة الفرنسية وبعض المصريين على التوالي، ثم توالى ظهورها تدريجيا في باقي الأقطار العربية حتى عمّتها سنة 1970، وكانت ولمدة طويلة أهم أدوات مخاطبة الجماهير نظرا لانتشار الأمية⁽⁶⁾.

- تطوّر الإذاعة في العصر الحديث :

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

(1) محمد سيد محمد، حسن عماد مكاوي: مرجع سابق، ص: 34.

(2) فضيل دليو: مرجع سابق، ص: 89.

(3) عزى عبد الرحمان وآخرون: عالم الاتصال، سلسلة الدراسات الإعلامية، ديوان المطبوعات الجامعية، د.ط، د.ت، الجزائر، ص: 39.

(4) جيهان رشتي: مرجع سابق، ص: 11.

(5) ماجي الخلواني: مرجع سابق، ص: 9.

(*) سنشير إليه بالتفصيل عند الحديث عن ظهور الإذاعة في الجزائر.

(6) فضيل دليو: مرجع سابق، ص: 90.

ذات الموجة القصيرة التي صارت متزاحمة مع بعضها البعض⁽¹⁾، وقد تحقّق هذا الحلم بتوفّر شرطين أساسيين هما :

1- وجود الأقمار الصناعية التي وفّرت الذبذبات اللازمة للبتّ الإذاعي المعلوماتي أو الرقمي⁽²⁾.
2- توفر الأجهزة اللازمة والقادرة على نقل هذا البتّ وهي ما يسمى بـ "الإذاعة الرقمية"، والتي ظهرت سنة 1995 مع عدّادها النوعي من طراز الأسطوانة المندمجة، وهذا التحسين لنوعية النقل الإذاعي صار ممكنا بفضل نظام بتّ جديد يدعى "DAB" (Digital Audio Broadcasting) المطوّر منذ منتصف الثمانينيات من قبل (CCETT) المركز المشترك لدراسة البتّ الهاتفية والاتصالات الهاتفية، والمعهد الألماني (IRT) وصناعيّ "فيليس" و"طومسن" و"تلفونكن"⁽³⁾. إنّ نظام "DAB" الذي تمّ اختباره في "رين وباريس"، وضع على أساس قولبة أوروبية في نطاق مشروع أوريكا (Eureka) 147، ويقوم نظام الدّاب على ابتكارين جديدين :

1- الضّغط الموزيكام :

وهي تقنية تقوم على نموذج ضغط للصوت الرقمي، وطريقة جديدة للبتّ الإذاعي تسمح بالحصول على صوت من نوعية أسطوانة مندمجة وفي نفس الوقت مطابق لحجم مساو لحجم قنال راديو تقليدية. ويقوم موزيكام أساسا على دراسة قدرات الأذن البشرية، بحيث تجعل الدماغ لا يتعرّف إلى كل محتوى قطعة موسيقية، لكنّه يتعرّف فقط على بعض الوتائر الضرورية وإزالة كلّ الأصوات التي لا تسمعها الأذن البشرية.

2- النقل (COFDM) :

وهو الابتكار الثاني، وهو تقنية إذاعية قوامها تنظيم الإشارة الإذاعية في عدة باقات مع المعطيات الإعلامية... والفائدة الكبرى منه هي مقاومة ممتازة للتشويشات والأصداة و الانعكاسات وسوى ذلك من المظاهر التي تقلق الإذاعيين.

*- فوائد نظام "DAB": فضلا عن نوعية الصوت، لنظام "DAB" ثلاث فوائد كبرى⁽⁴⁾:

(1) نوال محمد عمر: فنّ صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، مرجع سابق، ص:58.

(2) منصف الجزائر: "البرامج الثقافية في البرمجة الإذاعية"، مجلة الإذاعات العربية، عدد 3، 2001، ص:20.

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

(4) المرجع نفسه: ص:72.

- إمكان الإذاعة امتلاك مجال جغرافي لالمحدود لموجة واحدة وهذه السهولة مستحيلة مع نظام الـ FM.

- إن الثقة بنظام "DAB" تسمح من جهة باستعمال أجهزة بث ذات قوة أدنى بعشر مرات من قوة الأجهزة المستعملة لأجل إذاعة FM ومن جهة ثانية تسمح بشغل أفضل للطيف، وذلك من خلال الحد من سعة الأشرطة غير المستعملة الفاصلة بين محطتين متجاورتين، ومنه يمكن الإرسال في كتلة معينة من الموجات على الأقل بضعفي المحطات العاملة اليوم، مما يسمح بتخفيض التشويش الرهيب لشريط الموجة بالنصف، وهذا يسمح بتحسين فخامة الاستماع وتوسيع الرقعة الجغرافية للمحطات القائمة، وإنشاء محطات جديدة.

- يمكن مع نظام "DAB" استعمال قسم صغير من القنال الرقمية لا لنقل الأصوات بل لنقل معطيات من طراز النص البعيد، هكذا يمكن تجهيز الإذاعات بشاشة صغيرة يمكنها الإعلان عن اسم المحطة وعن مراجع الأسطوانة التي ستذاع ورقم الهاتف.

وفي الأخير لكي يتوافق نظام "DAB" مع تشكيلة الإذاعات الموجودة لابد للصناعيين من وضع نماذج استقبال جديدة وتكاد شركة "فيليس" من إلماء تصور دارات إلكترونية ضرورية لاستقبال "DAB".

- لا يفترض بأجهزة بث "DAB" أن تكون أكثر كلفة من أجهزة البث الإذاعي الراهنة، والحال فإن الإذاعات التي يفترض بها البث على نظام FM و "DAB" لن تتعرض لمزيد من التكاليف الكبيرة⁽¹⁾.

3-1-3 : مميزات الإذاعة :

يعتبر أغلب المستمعين أن الراديو يلعب دورا هاما في حياتهم اليومية، هذا الدور الشامل والموحد للراديو إنما هو نوع 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 تصلح 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، وسنذكر

(1) فردريك قاسور: المرجع السابق، ص: 74.

فيما يلي مميزات الإذاعة المسموعة :

- تعتبر الإذاعة المسموعة أسهل الوسائل الإعلامية، لأنها تعتمد على وظيفة الاستماع⁽¹⁾، وتتضح هذه السهولة في عدة أوجه، كونها أولاً تؤثر في المستقبلين حتى وإن كانوا يختلفون من حيث صفتهم أكثر من وسائل الإعلام الأخرى لأن حاسة السمع تسهل عليهم تذكر المواد الإعلامية المقدمة خاصة عند الجمهور الذين تقل درجة تعليمهم وذكائهم⁽²⁾.

وثانياً لأن عملية الاستماع يمكن أن تتم دون عناء، ولا تتطلب تفرغ المستمع بشكل كامل، بل تتيح له حق إمكانية القيام بعمل آخر في نفس الوقت⁽³⁾، وبذلك تعتبر الإذاعة الوسيلة الوحيدة التي لا تأسر العين ولذلك فهي الوسيلة الوحيدة التي يمكنها خدمة جمهور نشيط، أثناء نومه واستيقاظه وقيامه بالعمل اليومي المتزلي ... وثالثاً لقدرتها على توجيه برامجها لجمهورها في كل الأماكن، أثناء السفر أو الإجازات أو لمن يعيشون في مناطق نائية⁽⁴⁾ .

- 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 والتفكه حتى أنها مازالت تمثل مصدراً رئيسياً للاستماع للموسيقى⁽⁵⁾.

- تمتاز الإذاعة بكثرة التعرض لها رغم التقدم الذي أصاب التلفزيون ومثال ذلك أن الاستماع للإذاعة في ألمانيا واليابان منتشر حتى في أوقات الذروة للإرسال التلفزيوني، وأن جمهور الأخبار الإذاعية في الولايات المتحدة الأمريكية مازال 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⁽⁶⁾.

- 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 الاستماع لا تتطلب معرفة القراءة والكتابة.

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

(2) جبارة عطية جبارة: علم اجتماع الإعلام، د.ط، دار عالم الكتاب للنشر والتوزيع، الرياض، 1985، ص: 150.

(3) حسن بومالي: محاضرات سنة أولى ماجستير، 2002-2003، ص: 13.

(4) عبد العزيز شرف: المرجع للسابق: ص: 408.

(5) نوال محمد عمر: فن صناعة الخبر...، مرجع سابق، ص: 27.

(6) محمد علي العويني: الراديو والتنمية السياسية، د.ط، عالم الكتب، القاهرة، د.ت، ص: 20.

- يتميز الراديو بأنه يؤثر في معظم الناس تأثيراً حميمياً أشبه بما يحدث بين شخصين، تفتح العلاقة بينهما عالماً كاملاً من الاتصال الضمني⁽¹⁾، وهذا راجع إلى أن الصوت البشري عبر المذيع هو حامل الرسالة الإذاعية مما يجعل مخاطبة المستمع من خلال المذيع تأخذ طابعاً شخصياً، الأمر الذي يعطي لتجربة الاستماع طابعها الفردي والذاتي⁽²⁾.

- تعتبر الإذاعة المسموعة أسهل وسائل الإعلام في الاستخدام وهذا من حيث سهولة استخدام حاسة واحدة هي السمع حيث بإمكان الإنسان الاستماع إلى الراديو حتى وإن كان مشغولاً بعمل آخر⁽³⁾.

- تتميز الإذاعة بكونها وسيلة سريعة للنشر وهذا عند "دوب (Doop)" هو سرّ القوة الإيحائية للإذاعة وبذلك تتفوق على غيرها من وسائل النشر الأخرى، وتنفرد بالسبق وأولوية النشر والأثر الأول للخبر أو الرأي لا يحصى بسهولة⁽⁴⁾، ويساعد الانتشار الواسع للإذاعة على إعطاء إحساس عام وجماعي بحيث تجعلها أكثر الوسائل مقدرة على الاستهواء، وبالتالي على الوصول والتأثير في أوساط الجماهير التي لها مستوى ثقافي محدود⁽⁵⁾.

- 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⁽⁶⁾.

- تتميز الإذاعة بكون تكاليف إنتاج المادة الإذاعية منخفضة نسبياً.

- اعتبار المذيع كشخص وكعنصر تجسيد في يقوم بدور كبير الأهمية، وقد ازدادت هذه الأهمية الدرامية لصوت المذيع باعتباره الحامل الأساسي للرسالة الإذاعية، كما ازداد الطابع الخاص لتجربة الاستماع بحيث نشأت علاقة خاصة بين المستمع والمذيع وهو ما جعل الإذاعة أكثر مقدرة على مخاطبة عواطف الجماهير وانفعالها وأمرجتها، 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.

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

(2) حسن بومالي: مرجع سابق، ص: 14.

(3) نوال محمد عمر: مرجع سابق، ص: 26.

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

(5) حسن بومالي: المرجع السابق، ص: 14.

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

- يتعدّر على المستمع التحكم في ظروف التعرض للمادة الإعلامية فهو يستمع إلى المادة المحددة سلفاً، والمنقولة بإيقاع معيّن، وفي توقيت معيّن، وعبر مذياع معيّن وهو يتعرض لهذه المادة مرة واحدة ولا يستطيع تكرار عملية التعرض .

وفي الأخير يمكن القول أن بعض ميزات الإذاعة كإخفاض مستوى جمهورها، إضافة إلى خصائص الذاكرة السمعية الأضعف من البصرية وصعوبة التحكم في ظروف التعرض، وتعدّر تفرغ المستمع للرسالة الإذاعية وظروف الاستماع التي تتم غالباً في أماكن مختلفة... قد جعلت الرسالة الإذاعية الإعلامية محدودة ومتواضعة من حيث الموضوع والمضمون وأسلوب المعالجة، وقد أدى انخفاض تكاليف إنتاج المادة الإذاعية وعدم تعقيدها إلى توفر الإنتاج المحلي وعدم الاعتماد على الإنتاج المستورد⁽¹⁾.

3-1-4 : وظائف الإذاعة :

مهما اختلفت النظم الإذاعية في العالم فمازالت 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، وسنعرض هنا أهم الوظائف التي تقوم بها الإذاعة:

أ- الوظيفة الإخبارية للإذاعة :

كان المجال الأوّل لاستخدام الراديو للأخبار يقتصر على نقل الرسائل بين السفن بعضها البعض أو بين الشواطئ والسفن وهي في عرض البحر قصد تغيير اتجاهاتها أو إرسال إشارات الإغاثة في حالة حدوث كارثة بعيداً عن الشاطئ، وقد تأكّدت هذه المزية للراديو في مجال الاتصال البحري بعد وقوع عدة حوادث في فترة زمنية قصيرة كان للراديو أثره الفعّال 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⁽²⁾.

رغم أن المادة الإخبارية بأشكالها المتنوّعة هي جوهر الوظيفة الإعلامية لما تضمن من معلومات تمكّن الناس من فهم الظروف الشخصية والبيئية والتصرف تجاهها عن علم ومعرفة وبالتالي توصلهم إلى القرارات الصحيحة فيما يخصّهم، كما تقدّم للجماعة في وقت واحد وباستمرار

(1) حسن بومالي: مرجع سابق، ص: 15.

(2) جيهان أحمد رشدي: مرجع سابق، ص: 7.

رصيد مشترك من المعرفة⁽¹⁾، 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 الاقتصادي 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⁽²⁾.

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 والمحررين والمعلقين، مما طوّر طرق إذاعة الأخبار من الرسائل الصوتية المذاعة بصوت المراسل إلى تصريحات الساسة... 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 "Cuts" وهي: الصور الصوتية الواقعية، الشريط الاستجوابي، التقرير الإخباري، التقرير الشامل⁽³⁾.
تصاغ الأخبار في الإذاعة على عدة أشكال مختلفة أساسها الخبر الإذاعي، أما الأشكال الأخرى فتتمثل في:

- 1- نشرة الأخبار، وهي نوعان: النشرة العامة تتوجّه إلى الجمهور أو المجتمع ككله، والنشرة المتخصصة تتوجّه مثلا للجمهور مستهدف أو لنطاق جغرافي معين... مثل: النشرة المحلية.
- 2- موجز الأخبار، وهو مجموعة مختصرة من الأخبار تُقدّم عدة مرات على مدار فترة الإرسال الإذاعي في توقيت ثابت وتركز عادة على آخر الأحداث.
- 3- التعليقات والتحليلات الإخبارية، التعليق هو حديث إخباري يعبر عن رأي متخصص، أما التحليل فيقوم على المعلومة.

(1) محمد معوض وبركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ط1، دار الكتاب الحديث، د.ب.ن، 1996، ص:11.

(2) حسن عماد مكاوي ومحمد سيد محمد: مرجع سابق، ص:38.

(3) سعيد محمد السيد: إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1988، ص-ص:149-154.

4- الجريدة والمجلة الإخبارية، الجريدة تتناول الأحداث التي وقعت على مدار اليوم تقدّم بأسلوب الجريدة المطبوعة أمّا المجلة فهي أسبوعية تتناول أخبار الأسبوع.

5- التحقيق والتقارير الإذاعي، الأول هو الريبورتاج يتقصّى حقيقة حدث معين، أمّا التقرير فهو خير تفصيلي لحدث أو موضوع ما⁽¹⁾.

ب- الوظيفة الترفيهية (السيكولوجية) :

يتّضح الدور الترفيهي الذي يمكن أن يقوم به الراديو في أنّه يحصر يوم المستمع وينظّمه كما يحقق نغمة أو إيقاعا معيّنا للنشاط اليومي للمستمع عندما يقدّم له ما يجري من أحداث، والتهديدات المحتملة الروتينية، كما يساهم الإرسال الصباحي مساهمة كبيرة في تشكيل مزاج المستمع وفي تحديد إطاره العقلي كما أنّ إرسال نهاية السهرة يُهدئه، ولقد تبين أنّ 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 للاختيار والانتقاء، بحيث يسهل على المستمع أن يدير المؤشّر لكي يستمع إلى ما يوافقه سيكولوجيا ومزاجيا ومن ثمّ يتطابق الراديو مع الحالة المزاجية للمستمع⁽²⁾.

ج- الوظيفة الدعائية :

كانت الدعاية من مهام الراديو الأساسية في فترة الثلاثينات من القرن الماضي وخاصة عند اندلاع الحرب العالمية الثانية حيث حاولت كلّ دولة استخدام هذه الوسيلة للحصول على أكبر قدر من التأثير على الرأي العام العالمي⁽³⁾؛ وأكبر ما يوضّح الهدف الدعائي للإذاعة هو إنشاء "الإذاعات الموجهة" أو "الإذاعات الدولية" التي توجّه برامجها المختلفة إلى أنحاء العالم بلغات شعوب الدول المستهدفة وفقا للزمن الذي يوافق تلك الشعوب ووفق ما تحطّطه الدولة ضمن سياستها الإعلامية⁽⁴⁾.

ومن بين أكبر المناطق المستهدفة الدول العربية، حيث كانت هيئة الإذاعة البريطانية تبث برامجها الموجهة خاصة إلى مصر وفلسطين، حيث يغطّي إرسال هيئة الإذاعة البريطانية المنطقة العربية

(1) محمد معوض وبركات عبد العزيز: مرجع سابق، ص: 9، 10.

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

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

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

بصورة واضحة من خلال محطات التتميم في قبرص وجزيرة مارسيا⁽¹⁾، وكذلك فعلت إيطاليا حيث قدّمت إذاعة منتظمة للوصول إلى شمال إفريقيا والشرق الأوسط، وكانت البرامج الإيطالية الموجهة للعرب تُبث بانتظام، وأعدت أجهزة راديو قادرة فقط على تلقي برامج المحطات الإيطالية ووزعتها بدون مقابل ووضعتها في الأماكن التي يكثر فيها انتشار الناس مثل المقاهي والأسواق⁽²⁾.

وانظمت الولايات المتحدة الأمريكية إلى تلك الدول حيث بدأت إذاعة "صوت أمريكا" بالعربية 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"⁽³⁾.

وحالياً قلما نجد دولة من الدول إلا وتوجه برامج إلى مناطق العالم المختلفة، ومن أمثلة ذلك الإذاعات الدينية الموجهة التي أسسها مجلس الكنائس العالمي وأهمها:

1- **راديو الفاتكان:** يعتبر الصوت الرسمي المعبر عن الديانة المسيحية الكاثوليكية، كانت بدايته سنة 1931، وبدأ إرساله باللغة العربية في عام 1950 مستخدماً الموجات القصيرة والمتوسطة للوصول إلى الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ويقوم بثث ساعتين أسبوعياً لإذاعة الصلوات والقداس بالعربية.

2- **إذاعة صوت الإنجيل:** تتميز بموضوعيتها مما أكسبها احترام المستمعين لها، تذيع عدة برامج دينية بمختلف اللغات بجانب اللغة العربية التي تذيع بها ما يزيد عن 20 ساعة وتبث برامجها من "أديس بابا".

إضافة إلى ذلك نجد الهيئات المسيحية تقدّم خدمات إذاعية هامة باللغة العربية للشرق الأوسط وشمال إفريقيا وذلك من خلال أجهزة إرسال في أمريكا وأوروبا وإفريقيا لمدة تزيد عن 450 ساعة أسبوعياً⁽⁴⁾.

(1) ماجي الحلواني: المرجع السابق، ص: 21.

(2) جيهان أحمد رشدي، ص: 181، 182.

(3) ماجي الحلواني: المرجع السابق، ص: 21.

(4) المرجع نفسه، ص: 156، 157.

د- : الوظيفة الثقافية (التثقيفية) :

بما أن الإذاعة وسيلة جماهيرية سمعية فاعتمادها كبير على الكلمة وفنونها، ولأنّ الأدب فنّ الكلمة يأتي الالتقاء الواضح بين دنيا الإذاعة ودنيا الأدب.

ولكن ما اشتهر عن الراديو أنّه من الوسائل التي يعرض الإنسان نفسه عليها بلا اهتمام أو بلا تركيز وتعمل أساسا كمصدر يوفر له خلفية ترفيهية أكثر مما يعمل كهدف للاهتمام المركز، وهذا ما دفع بعض المفكرين إلى اعتباره من معوّقات الثقافة لأنّ 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 قويّة خصبة على الصّور والأدوات الشفوية⁽¹⁾؟ ثم ماذا يستطيع الراديو أن يقوم به في أداء وظيفة التثقيف؟ إن قدرة الراديو على نشر وحفظ الثقافة يتّضح لنا فيما يلي:

- يمكن للإذاعة أن تجعل هذه الثقافة أمرا كثير المرونة بما تسهم به من أقلمة سريعة للعالم الكثير المتغير، كما أنّ بإمكانها أن تكشف للوعي عن آفاق وعوالم ما كان لها أن تبين لو ظلت تجريدية⁽²⁾.

- استطاعت الإذاعة أن تعيد للأشكال الأدبية المهجورة كالخطابة والإنشاد، وما إليهما مكانهما في التفتن الأدبي بعدما كان التدوين قد قضى على هذه الأنواع أو كاد.

- أكّدت الإذاعة الحضيصة الأولى للأدب باعتباره فنّا تعبيريا كسائر الفنون الجميلة لا يختلف عنها إلا بالوسيلة وهي اللغة.

- يمكن للإذاعة أن تقدّم للشعور إمكانية التنشيط واستخدام الإمكانيات الصوتية بينما كان الشعر محتفيا قبل أن يذاع في الإذاعة.

- الإذاعة تحفّز المستمع الذي يعجب بعمل أدبي مذاق إلى قراءة العمل نفسه بعد إذاعته، وهذا ما يدفع الجمهور إلى معايشة الكتب⁽³⁾.

- الإذاعة أعطت فرصة جديدة للفنون الزمنية كلها بالازدهار فعاتد الأغنية والموسيقى إلى مجددها القديم، كما أنّها أصلح وعاء لنشر المسرحيات على نطاق أوسع من حدود دور التمثيل.

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

(2) سهير جاد: البرامج الثقافية والإعلام الإذاعي، د.ط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1997، ص: 49.

(3) المرج نفسه: ص: 187.

- يمكن للراديو أن يعين على ديمقراطية التثقيف، لأنه يتيح للأفراد والجماعات في كل مكان أن تفيد من المعرفة وأن تتذوق الفن، على اختلاف طبقاتهم ومهنتهم ولم يجعله مقصوراً على الفئة المتعلمة⁽¹⁾.

- 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⁽²⁾.

- تعمل الإذاعة على إبراز مجموعة من التقاليد والعوائد التي تصقل الأحاسيس الجماعية وأفكارها وسلوكها، ولتقريب أواصر العلاقة بين الفرد والمجموعة وبين المجموعات فيما بينها لإنشاء أرضية فكرية وسلوكية تقوم على ثوابت متكاملة قصد تحديد الهوية الموحدة الباعثة على الانخراط في نمط مشترك من أنماط التنمية القائمة والمؤملة في آن واحد.

- الإذاعة يمكنها القيام بدور رائد في مستوى التعريف بالثقافة المحلية، وتسخير أجهزتها لثبات ثقافة جادة وعميقة في مختلف القطاعات الثقافية وذلك في توجه يختلف عن الأنساق التعليمية والأكاديمية لتقترب أكثر من الجمهور الواسع⁽³⁾.

هـ - : الوظيفة الاجتماعية :

يسمح الراديو للمستمع أن يشارك مع الآخرين في تشكيلة متنوعة من الأحداث ذات المغزى والاهتمام المشتركين، كما يحقق له نوع من الاقتراب أو الارتباط 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 فيما تابعه من برامج إذاعية، ومن هنا نلاحظ أن الراديو قد يخلق مجال اهتمام مشترك، ومن ثم فإنه قد يدعّم التفاعل الاجتماعي بموضوعات جديدة⁽⁴⁾.

3-1-5 : الإعلام الإذاعي والنظريات الإعلامية المعاصرة :

تطوّرت بحوث الاتصال الجماهيري مما أدّى إلى بروز نظريات معاصرة يمكن أن تفيد الإعلام الإذاعي المسموع، ويمكن أن نذكر باختصار أهمّ هذه النظريات:

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

(2) سهر جاد: مرجع سابق، ص: 245.

(3) منصف الجزائر: مرجع سابق، ص: 17، 18.

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

أ- نظرية الاختلافات الفردية :

تدخل في إطار تقسيم السلوك البشري ولاسيما "الاتجاه" الذي يكتسبه الإنسان من بيئته التعليمية ذات الاتجاهات والقيم والمعتقدات المميّزة عن غيرها من البيئات ويمكن أن تفيد هذه النظرية الإعلام الإذاعي في نشر القيم والمعتقدات والتعبير عنها لتتماشى مع التنمية، كما تفيد عند دراسة مستقبل الرّسالة الإذاعية.

ب- نظرية الفئات الاجتماعية :

وتفترض وجود عدد من الفئات الاجتماعية التي لديها خصائص مشتركة ومعرفة هذه الخصائص يساعد في وضع محتوى الاتصال وهذا ما يوصل إلى معرفة السلوك تجاه مدى الاستماع للراديو أو برامج معينة، ويمكن الاستفادة منها خاصة للإذاعات المحليّة أو الموجهة التي تهم كثيرا بخصائص الفئة التي تتوجّه إليها، ومعرفة طبيعة المجتمع الذي تخاطبه.

ج- نظرية العلاقات الاجتماعية :

تركز على دور العلاقة بين الجماعات في عملية الاتصال الجماهيري أو ما يسمى بالاتصال على مرحلتين والذي يعتمد على ما يسمى بـ"قادة الرأي"، ويمكن بذلك للإعلام الإذاعي أن يركز على قادة الرأي لتحقيق فعالية أكثر في التأثير على الجماهير.

د- نظرية الأنماط الحضارية :

وتفترض هذه النظرية أنّ وسائل الإعلام الجماهيرية -ومن بينها الإذاعة طبعاً- لها أن تقوّي من الأنماط الحضارية الموجودة، أو تخلق اقتناعات جديدة أو أن تعيّر الأنماط القائمة، والاعتماد على هذه النظرية يساعد الإذاعة في العمل على تقوية القيم الحضارية الأصلية من خلال تركيز الإعلام الإذاعي على الحضارة العربية والإسلامية، والحضارات الإنسانية الأخرى وتطوير هذه القيم الحضارية بما يتماشى مع روح العصر أي خلق اقتناعات جديدة تستوعب التطور العصري⁽¹⁾.

3-1-6 : التنظيم الإذاعي :

أدركت الحكومات في العالم ما تملكه الإذاعة من إمكانات ضخمة لنشر الثقافة والوعي السياسي والتعليم والدعاية، لذلك وضعت نظم إذاعية تتحكّم بموجها بتسيير المؤسسات الإذاعية حيث تخضع هذه النظم لاعتبارات الأوضاع السياسية والاقتصادية

(1) محمد علي العويبي: مرجع سابق، ص-ص: 28-31.

والاجتماعية والثقافية والدينية في تلك الدولة، ومع ارتقاء الفن الإذاعي عرف العالم نوعين من المؤسسات الإذاعية هما :

أ- مؤسسات تقوم على الأساس التجاري البحث والتنافس الحر بقصد الربح، ومركزها العالمي أمريكا وفيها الإذاعة التجارية بمعناها الواسع حيث يستغل الأثير أو الهواء كما يسمونه للدعاية التجارية وحيث مجال التنافس الحر مفتوح على مصراعيه أمام الجميع.

ب- مؤسسات مركزية للإذاعة تشرف عليها الحكومة وتوجهها للخدمة العامة للجماهير ومركزها بريطانيا حيث كانت الإذاعة تستهدف أولا وأخرا خدمة الجماهير بغض النظر عن لون الحكومة القائمة، وحيث احتكار الإذاعة موكول إلى هيئة مركزية تخضع لإشراف الحكومة وتوجيهاتها ولرغبة الجماهير⁽¹⁾.

أما حاليا فإنه يسود في العالم نظامان إذاعيان أساسيان قوامهما العلاقة التي تربط الدولة بالهيئة التي تتولى إدارة الراديو؛ نظام تملكه وتديره الدولة، ونظام ترخصه الدولة ويدار على أساس تجاري، ولكن الشائع الآن أن معظم البلدان تبنت الجمع بينهما⁽²⁾ (*).

(1) عبد العزيز شرف: مرجع سابق، ص: 440.

(2) فضيل دليو: مرجع سابق، ص: 95.

(*) لمزيد من التفاصيل عن الأنظمة الإذاعية خاصة في المجتمعات الغربية، أنظر: جيهان أحمد رشدي: الأنظمة الإذاعية في المجتمعات الغربية، ص-ص: 24-36.

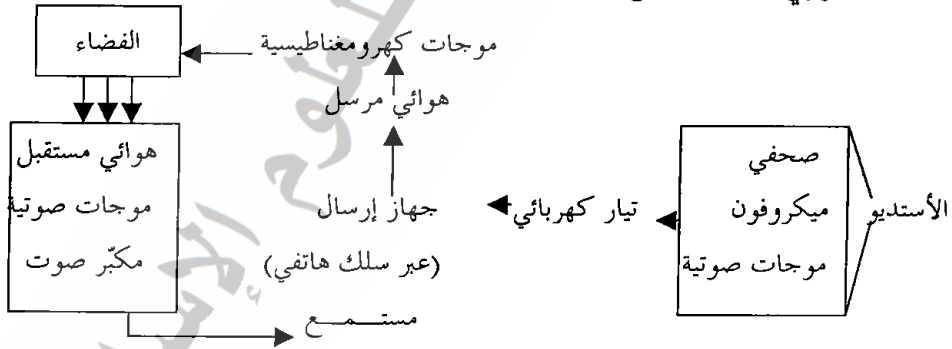
2-3: تقنيات العمل الإذاعي :

1-2-3: كيفية عمل الإذاعة:

يتوقف البث الإذاعي على عدة عوامل: بشرية، مالية، مادية، تقنية وتنظيمية، فالإذاعة مثلها مثل باقي وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة، تعتمد في وصولها إلى جمهورها على طاقم بشري متخصص (إداريين، صحفيين، تقنيين...) وإمكانيات مالية ضخمة لتغطية تكاليف الإنتاج الإذاعي، بالإضافة إلى أجهزة وأدوات خاصة تعمل على تجميع وإيصال الأصوات الإذاعية إلى أجهزة الاستقبال الموجودة لدى المستمعين، وفيما يلي عرض موجز لكيفية عمل الإذاعة :

تبدأ عملية البث داخل قاعة مجهزة تجهيزاً خاصاً تسمى "الأستديو" أين يتحدث الصحفي أمام "ميكروفون" لتنتقل أصواته إلى طاولة كبيرة تسمى طاولة التجميع "Table de mixage" وذلك بعد أن تكون قد تحوّلت إلى تيار كهربائي يعمل على إنتاج موجات إلكترومغناطيسية عن طريق جهاز إرسال ثم تنشر هذه الأمواج في الفضاء في شكل تيار ضخمة لتلتقطه أجهزة الاستقبال وتشتقّ منه تياراً ضعيف الشدة يكون مطابقاً للتيار المنتج من قبل الميكروفون، الذي يضخمه بدوره ليمرّ بعد ذلك عبر مكبر الصوت إلى أذن المستمع.

- مخطط تقريبي لكيفية عمل الإذاعة :



تهدف العملية السالفة ذكرها إلى نقل مادة إذاعية تسمى "بالبرامج الإذاعية" ويقصد بها مختلف الحصص الإذاعية التي تتناول مواضيع متنوعة (سياسية، ثقافية، اجتماعية، اقتصادية، تربية، ترفيهية...) سواء في شكل الإلقاء العادي للأخبار أو أشكال فنية إعلامية خاصة ومؤثرات صوتية مناسبة⁽¹⁾.

(1) فضيل دليو: مرجع سابق، ص: 93، 94.

لنجاح النص الإذاعي فإنه لا بد أن يلتزم بعدة شروط:

- تحديد الهدف وتعيين الجمهور: على القائم بالاتصال الإذاعي أن يحدد جمهوره والهدف الذي يريد منه لأن ذلك يحدد له المعلومات المطلوبة وأفضل الأساليب للعرض والتناول والتأثير العقلي والعاطفي.

- التشويق وإثارة الاهتمام .

- الخضوع لعامل الوقت: وذلك لأنّ كلّ برنامج إذاعي يخضع لعامل الوقت خضوعاً كاملاً ويتحمّ تقديمه وقتاً محدداً.

- الخضوع للذوق والآداب العامة: وهو اعتبار نابع من طبيعة الراديو كوسيلة تخاطب الأسرة وتتواجد داخل المنزل، لذلك يجب أن يتقيّد ما يذاع وفقاً للاعتبارات الأخلاقية والأعراف السائدة والسياسة التي تنتهجها المحطة وتسير عليها⁽¹⁾.

هذا من ناحية المضمون، ويضاف إلى هذه الشروط عوامل أخرى متعلقة بالجانب الشكلي والتقني للنص الإذاعي تتمثل فيما يلي :

- البرمجة المناسبة من حيث الترتيب والتوقيت والحجم الساعي والتنويع.

- حُسن إلقاء المذيع وتنشيطه للبرنامج بحموية وعفوية بعد التحضير الجيد لموضوعه.

- الدقة في الإخراج وجعله مناسباً لطبيعة البرنامج وموافقاً لرغبة المستمع مع استخدام المؤثرات الصوتية المثيرة للاهتمام.

- الصياغة المناسبة للمادة الإذاعية الإعلامية التي يُفضّل أن تكون قصيرة ومباشرة وبأسلوب طبيعي وقريب من المحادثة الشخصية.

- إضافة إلى هذه لا بدّ من حسن الإرسال والاستقبال الخاصين بالجانبين المادي والتقني⁽²⁾.

وعلى غرار وسائل الإعلام الجماهيرية المتعدّدة فإنّ للإذاعة أشكال فنيّة تُعرض بها المادة الإذاعية، وهذه الأشكال تختلف وتتعدّد وفقاً لنوع وطبيعة المادة التي تعرضها فقد يكون البرنامج درامياً أو سردياً أو حوارياً ... كما يمكن أن يجمع البرنامج بين عدد من الأشكال والفنون الإذاعية في قالب واحد وسنعرض فيما يلي إلى أهم هذه الأشكال :

أ- : الخبر الإذاعي:

وهو أساس كافة الأشكال الإخبارية الأخرى وله أيضاً عدة أشكال إخبارية- أشرنا

(1) كرم شلبي: فن الكتابة للراديو والتلفزيون، د. ط، مكتبة التراث الإسلامي، د. ب. ن، د. ت، ص-ص: 40-42.

(2) فضيل دليو: مرجع سابق، ص: 95.

إليها سابقا- هي: نشرة الأخبار، موجز وعرض الأنباء، التعليقات والتحليلات الإخبارية،
الجريدة والمجلة الإخبارية⁽¹⁾... .

ب- الحديث الإذاعي المباشر :

يُطلق هذا الاصطلاح على المادة الكلامية التي تعرض لموضوع معيّن يوجّهه أحد
المتخصّصين إلى الجمهور، ويُعرف أحيانا بالحديث المباشر لأنه يلتزم السرد
(Narration)، ويتوجه بأفكاره وآرائه إلى المستمع مباشرة فيما يشبه المحادثة الشخصية وهذا ما
يُميّزه عن غيره من الأشكال الأخرى .

تتعدّد أنواع الحديث تبعاً للموضوعات والمجالات التي يتناولها ويتعرّض لها وعلى ذلك قد يكون
الحديث دينياً، سياسياً، اقتصادياً... وتُختار مواضيعه على أساس أهميته بالنسبة للجمهور وما
يحمّله من معلومات جديدة، مفيدة أو ضرورية⁽²⁾.

ولكي يتمكن المتحدث من عرض أفكاره ومعلوماته وآرائه بطريقة شيّقة تجذب المستمع فعليه
مراعاة الحقائق التالية :

- تنوع الإيقاع وعرض الموضوع من عدة زوايا، وتنوع الحالات النفسية في الموضوع تارة
بالاستفهام، التعجّب، التأكيد... .

- عدم الإكثار من الإثارة أي لا يسير الحديث من بدايته إلى نهايته على وتيرة واحدة من
الإثارة.

- يجب توزيع المعلومات والأفكار والنقاط المشوّقة في الحديث على فقرات وفترات متفاوتة
لضمان إثارة الانتباه ومواصلة الاستماع.

- الحديث عن الحقائق الملموسة يكون أكثر تأثيراً من التفسير أو الآراء الشخصية أو الذاتية
المجرّدة.

- كلّ موضوع يمكن أن يعالج إلى الحدّ الذي يفلح معه في اجتذاب الجمهور المختلف⁽³⁾.

- على المتحدث أن يعي دائماً أنه يعبر عن وجهة نظر خاصّة في مجال يعجّ بوجهات النظر

(1) محمد معوض وبركات عبد العزيز: مرجع سابق، ص-ص: 9-11.

(2) كرم شلي: فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص: 97.

(3) المرجع نفسه: ص: 101.

المختلفة الأخرى ومن ثمّ يكون عليه أن يلتزم بقواعد النقد التريه المجرد وقواعد الأدب والذوق السليم.

- أن يأتي الحديث كما لو كان محادثة بين المتحدثّ والمستمع، محادثة تشمل على الوقفات التعبيرية والردّ على ما يمكن أن يجول في ذهن المستمع من أسئلة أو تعليقات.

- نباح الحديث يتوقّف على قدرة المتحدثّ وتوفيقه في أن يضع يده على الأسئلة الهامة الملحة التي تتصل بموضوع حديثه والمتردة في أذهان الناس ثمّ يبدأ الإجابة عنها بعد ترتيبها واحدة واحدة في فقرات يتصاعد فيها الخطّ الدرامي بحيث تُشبع كلّ فقرة فضول المستمع وتثير فيه فضولا جديداً للفقرة القادمة...، وهذا يعني أنّ كلّ إجابة عن سؤال من جانب المتحدثّ يجب أن تثير فيه سؤالاً جديداً وتتقدّم به خطوة إلى الأمام حتى إذا انتهت كل الأسئلة المفترضة يكون الموضوع قد اكتمل، ويختم بخاتمة لا تقل أهمية عن المقدمة لأنها تترك الانطباع الأخير عند المستمع⁽¹⁾.

ج- : الدراما :

وتسمى أيضاً "التمثيلية الإذاعية" وتتكوّن من سبعة عناصر هي: الموضوع، الحكمة، الشخصيات، الأماكن، الحوار، المؤثرات الصوتية والموسيقى.

وقد بدأت الدراما الإذاعية تتميز كشكل إذاعي مستقلّ عندما بدأت طريقها نحو التأليف من واقع البيئة الاجتماعية بدل الترجمة والاقْتباس، وبدأ بعدها المؤلّفون في دراسة البناء الفني للتمثيلية الإذاعية ودراسة الحرفية التي تستلزمها، وذلك من خلال الاطلاع على الكتب الأجنبية التي تناولت هذا الشكل الجديد⁽²⁾.

د- : المقابلة الإذاعية :

تدخل ضمن البرامج الحوارية (Interviewing) وهذا النوع يمثّل نسبة لا بأس بها من وقت الإرسال اليومي في كلّ إذاعة من الإذاعات، ويطلق مصطلح "المقابلة" على البرنامج الحواري عندما يلتقي المذيع مع شخص ليجري معه الحوار حول موضوع من الموضوعات التي تهتمّ المستمعين أو المشاهدين، فيطرح الأسئلة ويتلقّى الإجابة.

(1) كرم شلي: المرجع السابق، ص:103،102.

(2) عبد العزيز شرف وسامية أحمد علي: الدراما في الإذاعة والتلفزيون، ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر،

1999، ص-ص:76-82.

تأخذ المقابلة الإذاعية أشكالاً مختلفة منها: المقابلة المتعلقة بالوقائع، المقابلة الاستعراضية، الفيلم التسجيلي، الحديث الاستعراضي والسرد التاريخي، وهناك من يقسمها وفقاً لأهدافها والغرض منها إلى:

- حوار الرأي : يستهدف عرض الآراء والمواقف إزاء موضوع أو قضية ما.
- حوار الشخصية : يقوم هذا النوع من أنواع الحوار أساساً على الشخصية التي يستضيفها البرنامج ومدى إثارتهما⁽¹⁾.

وتلعب المقابلة الإذاعية دوراً هاماً في برامج الإذاعة بتحقيقها المشاركة الجماهيرية.

هـ- الريبورتاج الإذاعي:

ويسمى أيضاً التحقيق الإذاعي الذي يتطلب إجراء حوار لمعرفة آراء المواطنين في موضوع يشغل أذهانهم ويمس مصالحهم بهدف الوصول إلى القضية المطروحة أو مجرد إلقاء الضوء على مشروع معين أو إبراز تفاصيل حادثة معينة⁽²⁾.

و- التقرير الإذاعي:

وهو عبارة عن خبر إذاعي تفصيلي لحدث أو موضوع أو نشاط، وإن كان يتضمن رؤية ذاتية لكاتبه، ويقدم إما مكتوباً أو في صورة رسالة صوتية يؤدّيها المندوب أو المراسل سواء كان داخلياً أو خارجياً⁽³⁾.

كانت هذه أهمّ الأشكال الإذاعية التي تعتمد عليها الإذاعة في عرض نصوصها، ولزيادة فاعليتها استحدثت أساليب جديدة بإتاحة فرصة أكبر للجماهير في المشاركة الإعلامية من خلال برامج المشاركة الجماهيرية التي توضع لها عناوين مثل: "حلّ مشاكل الجماهير" و"الإفضاء والمشاركة الجماهيرية" وهي برامج تكون فيها مشاركة الجماهير مباشرة للإفضاء بمشاعرهم ومشاكلهم وآرائهم قصد إيصالها إلى المسؤولين أو مناقشتها مع المختصين⁽⁴⁾.

(1) كرم شلبي: المذيع وفن تقديم البرامج للراديو والتلفزيون، د. ط، مكتبة التراث الإسلامي، القاهرة، مصر، د. ت، ص-ص: 243-246.

(2) عبد المجيد شكري: مرجع سابق، ص: 68.

(3) محمد معوض وبركات عبد العزيز: مرجع سابق، ص: 11.

(4) عبد المجيد شكري: المرجع السابق، ص: 46.

3-2-2: عناصر العملية الإذاعية :

تعتمد الإذاعة في سعيها للوصول إلى جماهيرها على عدّة عناصر، نذكر منها خاصّة العناصر المتعلّقة بأشكال الإنتاج الإذاعي داخل الأستديو.

أ- الأستديو الإذاعي :

هو المكان المخصّص لإنتاج المواد الإذاعية سواء تلك التي تُبثّ حية على الهواء مباشرة أو التي يجري تسجيلها على أشرطة، وتُبنى الأستديوهات ويتمّ تجهيزها بطريقة خاصّة توفر لها الظروف والإمكانات المثلى لنقل وتسجيل مختلف أنواع البرامج. تحتاج محطات الراديو المختلفة لأنواع متعددة من الأستديوهات فهناك المخصّصة للبث المباشر والتي يطلق عليها "أستديوهات التنفيذ" أو "الربط"⁽¹⁾، ويطلق عليها أيضا (dead studio)، ويخصّص غالبا للأخبار ويجب أن يكون معزولا عزلا تاما ويتميّز بزمن ارتداد قصير للموجات الصوتية، ومسارات ارتداد طويلة⁽²⁾، أمّا النوع الثاني فيسمى "أستديوهات الإنتاج" المخصّصة للموسيقى والدراما والبرامج التي يشارك فيها الجمهور مثل برامج المسابقات والندوات العامة.. وفي بعض الحالات تستخدم قاعات المسارح وقاعات الاجتماعات لتسجيل البرامج الجماهيرية على اختلاف أنواعها، ومن أجل الحصول على صوت جيّد، واضح، دقيق وأمين فإنّ الأستديوهات تعدّ إعدادا خاصّا يكفل لها نقل كافة الخصائص الصوتية والتحكم بها، ويتمّ ذلك بطريقتين:

1- عزل الأستديو : وذلك بعزله عن سائر المبنى باستخدام شعر الخيل أو "الليابات الحديدية" كما يفصل عن الحجرات الأخرى بواسطة جدران مزدوجة تبنى خصيصا وهي مملوءة بالهواء الساكن بطبيعة الحال ومن ثمّ لا تنقل الأصوات منها وإليها⁽³⁾، كما يمكن ذلك ببناء غرفة داخل غرفة على أن يترك بينها فراغ تشدّه سوست معدنية أو يملأ بالمطاط ولكن هذه الطريقة مكلفة جدا لذا يلجأ إلى عزل الاستديو بتغطية الجدران بمواد مصنّعة من الفير الماص للصوت والأرض بالفلين أو الموكيت السميك، والسقف يغطى بألواح السيلوتكس أو بلاستر ماص للصوت⁽⁴⁾.

(1) كرم شلبي: فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص:59.

(2) سعيد محمد السيد: إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون: مرجع سابق، ص:85.

(3) كرم شلبي: المرجع السابق، ص:59،60.

(4) سعيد محمد السيد: المرجع السابق، ص:85.

أ2- المعالجة الهندسية : وتمّ داخل الأستديو بحيث يتوازن فيها الصوت بطريقة سليمة، ويكون ذلك باستخدام "القفل الصوتي" أو "مصيدة الصوت" حيث يوجد بابان خارجي وآخر داخلي وما بينهما يكون مصيدة للأصوات الخارجية غير المرغوب فيها.

ويُقسّم الأستديو عادة إلى غرفتين هما: "غرفة الأستديو" و"غرفة المراقبة" ويفصل بينهما حاجز زجاجي سميك، الأولى عادة ما تكون فارغة إلاّ من الميكروفونات والساعة الميقاتية والإشارات التنبيهية وكراسي للجلوس إذا كان البرنامج للحوار، أمّا الغرفة الثانية فتوجد بها أجهزة التسجيل وإذاعة الأشرطة والأسطوانات وطاولة المزج⁽¹⁾.

وتعتبر طاولة المزج من أهمّ الأجهزة المستخدمة في الأستديو لأنها تقوم بالوظائف الأساسية في نقل الصوت من الأستديو حتى أجهزة الاستقبال عند المستمعين، ويتم ذلك كما يلي:

- تقوم الطاولة بتكبير الصوت أو الطاقة الكهربائية الصادرة عن الميكروفون الذي تلقاها على شكل موجات صوتية في الأول وحوّلها إلى طاقة كهربائية، بعدها تكبّرها الطاولة مع غيرها من الأصوات إلى نسب صالحة للاستخدام ثمّ تنقلها إلى محطة الإرسال الخارجية التي تحمله على موجة طويلة يقوم الهواء ببثّها إلى طبقة الإينوسفير التي تبعثها إلى هوائي جهاز الاستقبال الذي بدوره ينقلها إلى مكبّر الجهاز لفصل تردّد الموجة الحاملة ثمّ تكبيره وأخيرا تقوم السماعه في الجهاز بتحويل الطاقة الكهربائية إلى موجات صوتية⁽²⁾.

ب- المذيع :

يُقصد به الشخص الذي يحترف نقل وتقديم المعلومات بصوته إلى الجماهير بواسطة الإذاعة (الراديو أو التلفزيون) وبطريقة تخضع لمواصفات معينة، وذلك من خلال أجهزة الإرسال الإلكترونية لإحدى محطات الراديو وعبر موجات عامة (Public Waves)، هذا بصفة عامة، كما أنّ هناك عدة تخصصات للمذيع منه المذيع قارئ النشرة، المذيع الرئيسي، المعلق، المذيع الذي يقوم بتحليلات سياسية، مقدّم البرامج الموسيقية، مقدّم البرامج الرياضية⁽³⁾
ومن أجل أن يقوم المذيع بأداء وظيفته على أحسن وجه والوصول إلى جمهوره فلا بد من توافر ومراعاة عدة عوامل وشروط أو مواصفات يتحلّى بها المذيع أو يطبقها أثناء قيامه ببثّ رسالته الإذاعية:

(1) كرم شلبي: فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص:61.

(2) سعيد محمد السيد: إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون: مرجع سابق، ص:87.

(3) كرم شلبي: المذيع وفن تقديم البرامج للراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص:21.

ب1- مواصفات شخصية : وتمثل هذه المواصفات في الملكات الفردية للمذيع من ثقافة، مستوى تعليمي، نوع الشخصية ... ونذكرها هنا باختصار :

- المستوى التعليمي: والمقصود بذلك أن يكون المذيع قد حصل على قسط معقول من التعليم، وهناك بعض المحطات تشترط حصوله على مؤهل جامعي كحدّ أدنى للمستوى التعليمي.

- المستوى الثقافي: والمقصود به هو المعارف والخبرات العامة، والدراية بالحياة والناس وإدراك المذيع الكامل للأحداث التي تجري من حوله، وإن أمكن أن يكون ذو ثقافة موسوعية لأنّه يتواجد في بيوت الناس ويجدر بذلك أن يكون شخصية عميقة الفهم جديرة بالاحترام والثقة⁽¹⁾

- المستوى الاحترافي: والمقصود به أن يكون المذيع محترفا في تقديم مادته الإذاعية كأن يكون مرنا مستعدا للتطرق لكافة أنواع البرامج وفي شتى الموضوعات مع مختلف الأشخاص والأحوال والظروف وأن يكون قادرا على الإنصات الجيّد سواء لضيوفه في البرامج أو الجماهير التي تتصل به، كما يكون فضوليا يحبّ الاستطلاع ومثابرا لاختيار المواضيع الجيّدة وكذلك الضيوف، كما ينبغي عليه أن يكون قادرا على البروز والتألق وصاحب وجود محسوس من خلال تعليقاته الذكية والأسئلة المناسبة في الوقت المناسب⁽²⁾.

ويضاف إلى ما سبق أن يكون المذيع متخصصا في الموضوع الذي يتحدّث فيه لأنّه بدون التخصص لا يمكن أن يكون هناك احتراف.

وهناك من يزيد إلى هذه الصفات أن يكون المذيع من أصحاب الأسماء المعروفة على مستوى جماهيري واسع وهذا ما يطلق عليه عنصر "الشهرة" حيث يكون من المشهود لهم بالكفاءة والخبرة الواسعة في مجال التخصص⁽³⁾.

ويرى المتخصصون وأهل المهنة أن هناك عدد من الخصائص أو الصفات التي تحدّد من هو المذيع الجيّد والمتالي وهي:

- الإنسان الطبيعي الذي تتسم انفعالاته بالتلقائية وعدم التكلف، فيكون أحد ضيوف العائلة الذي يستقبله الجميع وينتظرونه.

(1) كرم شلي: المرجع السابق، ص: 23.

(2) المرجع نفسه: ص، ص: 251، 250.

(3) كرم شلي: فن الكتابة للراديو التلفزيون، مرجع سابق، ص: 107.

- صاحب الشخصية الآسرة الجذابة الواثقة المتواضعة - يظهر ذلك من خلال صوته -
والذي يُشعر المستمع بأنه ليس غريبا عنه بل صديق يتطّلع إلى معرفة شيء جديد حول
موضوع الحديث.

- هو الذي يدرك جيّدا أنّه يتوجّه بحديثه إلى مستمع شديد الحساسية والرفض لكل ما
يمس عقيدته أو ينال من مقدساته، أو يجرح مشاعره وخصوصياته أو يسخر منه أو
يستخفّ بعقله أو يتندّر على صفة من صفاته الخلقية، وبذلك على المذيع أن يتمتّع
بخاصية "الإحساس الجماهيري" وهي عاطفة يصعب وصفها، ونوع من المشاركة في
الاستماع والتجربة، والتجاوب الجماعي مع المادة المعروضة، ومن ثمّ فإنّ المذيع البارِع
هو الذي يعمل على تنمية هذه الحاسة التي تؤهله للتفتح على أحاسيس الجمهور
والعزف على أوتاره الوجدانية⁽¹⁾.

ب2- مواصفات الصوت والإلقاء : إنّ صوت المذيع هو الأداة الرئيسية للاتصال مع
المستمعين والمشاهدين، وهي الأداة التي سيظل يستخدمها طيلة حياته ما دام قد اختار هذا
العمل مهنة له ولهذا يتحمّم عليه الاعتناء بها وبذل كل ما في وسعه لصقلها وتخليصها من كل ما
يعلق بها من الأصوات الخشنة المنفّرة والأصوات الحادة المزعجة، كما يشترط في الصوت أن
يكون جميلا وذلك بأن يكون واضحا، قويا، معبرا سليما يعكس شخصية المتحدث وفي ذات
الوقت متنوعا وذلك بتكليفه حسب المقامات والأحوال والظروف⁽²⁾.

كما أنّ الصوت الجميل الملائم هو الذي لا يكون حادا أو غليظا، مرتفعا أو منخفضا، خاليا
من العيوب أثناء عملية الكلام "النطق" بحيث تظهر فيه القدرة على الكلام بطريقة سليمة
واضحة ترتاح إليها الأذن⁽³⁾.

الحقيقة أنّ العناية بالصوت هي في الأخير بداية للعناية "بفنّ الإلقاء" الذي هو فنّ نطق الكلام
على صورة توضح ألفاظه ومعانيه وهي مسألة في غاية الأهمية لأنّ المادة الإذاعية في النهاية لا
يمكن نقلها إلى المستمع إلا من خلال الإلقاء الجيّد والأداء الصوتي الملائم⁽⁴⁾، ويشترط في الأداء
الجيد ما يلي :

(1) كرم شلبي: فن الكتابة للراديو التلفزيون، مرجع سابق، ص:31.

(2) محمد أنيس المحتسب: المذيع والإلقاء، الإذاعات العربية، العدد1، السنة2001، ص:46،47.

(3) سعيد محمد السيد وحسن عماد مكاوي: الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص:62.

(4) محمد أنيس المحتسب: المرجع السابق، ص:46.

- يجب أن ينوّع الأداء أو الإلقاء لإعطاء الكلمات نوع من الحيوية، فيعرف بذلك كيف يقسمّ الجمل الكلامية، ويلوّن الأداء الصوتي للعبارات والكلمات بما يتفق مع موسيقاها ومعناها والأثر المطلوب منها⁽¹⁾.

- سلاسة الإلقاء، وذلك بتنوع نغمات الإلقاء والسرعة المناسبة مع التركيز أثناء القراءة على المعاني التي تحتويها الكلمات والجمل ولكن على المذيع ألا يقع في أحد خطأين:

1- التركيز في الإلقاء على النغم والموسيقى اللفظية للكلمات والجمل عن طريق رفع أو خفض الصوت بدون مبرر .

2- الاعتماد على نبرة واحدة لا تتغيّر في الأداء مما يؤدي إلى ملل المستمعين⁽²⁾.

- على المذيع أن يكون إلقاءه بنبرات صوتية واضحة المخارج ومستوية الذبذبات.

- على المذيع أن يكيّف إلقاءه مع شعور مستمعيه وحالاتهم النفسية فيتحدّث إليهم بحادثة عادية ذات نغم وصوت جذاب وطبيعي يظهر منه الإخلاص وعدم التزمّت والتعالي⁽³⁾.

- على المذيع أن يكون أدائه في حدود الوقت المخصّص له دون زيادة أو نقصان، وفي حدود السرعة المناسبة للقراءة أو التلاوة والتي ينبغي ألا تزيد عن "70 كلمة في الدقيقة" لأنّ القراءة الأسرع من ذلك لا تمكّن المستمع من المتابعة بشكل طبيعي.

- على المذيع أن يراعي أثناءه استخدام لهجة ذات ألفة وحميمية توثق الصلة وتعمّقها مع المستمع، وأن يكون أسلوبه أقرب إلى الارتجال وبنفس نبرة الصوت التي يتحدّث بها إلى صديق مبتعدا عن التعالي وتصنّع الأهمية، كما لا بدّ من تجنّب اللهجة المتدنية المستجدية، بل يجب أن يأتي الحديث في إطار المخاطبة التي تكون بين الصديق والصديق، والند للند والمتكافئين الأليفين اللذين يجالس أحدهما الآخر ولا يفصل بينهما سوى الميكروفون⁽⁴⁾.

ج- : الصوت والمؤثرات الصوتية :

إنّ ما يميز الإذاعة المسموعة حتى الآن أنّها الوسيلة الوحيدة غير المرئية بين كل الوسائل الاتصالية، ولذلك يطلق عليها اسم "الوسيلة العمياء" فهي ليست إلاّ مجموعة من "الأصوات والصمّت" واللوحة الإذاعية بذلك لا تتكوّن إلاّ من عنصر واحد وهو "الصوت"

(1) كرم شلبي: فن الكتابة للراديو التلفزيون، مرجع سابق، ص:108.

(2) سعيد محمد السيد وحسن عماد مكاوي: الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص:63.

(3) محمد أنيس المحتسب: مرجع سابق، ص:47.

(4) كرم شلبي: المرجع السابق، ص:109، ص:108.

وتتشكّل اللّوحة الإذاعية صوتيا ممّا يلي:

ج1- الصوت البشري: أو الكلمة المنطوقة وهو صوت يمكن إخضاعه للتعديل والتلوين (الصدى والتضخيم) طبيعيا وآليا⁽¹⁾، وهي تصدر عن الإنسان أو حركته مثل: الكلام والغناء والتصفيق⁽²⁾.

ج2- المؤثرات الصوتية: هي الأصوات المحيطة بموقع الحدث، وهي ضرورية لأنها تؤدي تأثيرا خاصا ومطلوبا في الإنتاج الإذاعي وتشمل على أصوات الحيوانات والأشياء وهي نوعان:
- مؤثرات طبيعية: مثل خرير المياه وزئير الأسد أو الأصوات الطبيعية المألوفة مثل: انسكاب الماء في كأس أو إشعال سيجارة⁽³⁾، وهي لا تخرج عن كونها أصوات حيّة ينقلها الميكروفون مباشرة أثناء حدوثها وفي نفس اللحظة التي تجري فيها الأحداث، أو تكون أصوات مسجّلة إذا تعرّس الحصول عليها في الاستديو ويتمّ ذلك بأحد المصادر التالية: شريط الفيديو، الفيلم، شريط التسجيل الصوتي، الأسطوانات الصوتية⁽⁴⁾.

- مؤثرات مصنوعة أو اصطناعية: وهي التي تنتج من غير مصادرها فالمعروف أنّ الميكروفون حسّاس جدا لسائر الأصوات التي يمكن تأليفها وتضخيمها من مصادر صناعية فيمكن استخدام الورق والرمال والزجاج ... وغيرها من العناصر التي ينتج عن احتكاكها أو هزّها أصوات معيّنة وهذه هي "الحيل الإذاعية" مثلا: تحريك بعض أوراق ناعمة أمام الميكروفون يعطي مؤثرا صوتيا يعبر عن اندلاع النيران⁽⁵⁾... كما أنّه هناك عدة أجهزة يمكن بواسطتها الحصول على أصوات مختلفة مثل "رنين الصوت" أو "صدى" أو "أصوات خاصة" ... ومثال ذلك المرشّح الصوتي "الفلتر" ويوجد في غرفة المراقبة يُمكننا من الحصول على العديد من الأصوات المختلفة، كالتضخيم والأصوات القادمة من الأعماق...، بالإضافة إلى حجرة الصدى التي يكون الغرض منها الحصول على الصدى وهو تأثير صوتي يمكن استخدامه في العديد من الحالات مثل الحركة أو الحديث داخل الكهف...⁽⁶⁾.

(1) كرم شلبي: المرجع السابق: ص:20.

(2) كرم شلبي: الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج، د.ط، دار الجيل للطباعة، القاهرة، مصر، د.ت، ص:207.

(3) إبراهيم إمام: الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ط2، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1985، ص:207.

(4) كرم شلبي: المرجع السابق، ص:208.

(5) إبراهيم إمام: المرجع السابق، ص:89.

(6) كرم شلبي: المرجع السابق، ص:208.

كما أن هناك عدة طرق أخرى منها تسجيل الأصوات تسجيلًا بطيئًا ثم عرضها بالسرعة العادية ... وهنا تزداد حدة الصوت، ومن خلال مزج أكثر من تسجيل واحد لشيء واحد يمكن مضاعفة الصوت فيبدو وكأنه لشخصين أو ثلاثة أو أربعة أشخاص⁽¹⁾ . . .

ج3- الموسيقى: وهي الأصوات التي تنتج من آلات خاصة عند استخدامها وفق قواعد وأصول معينة وتعتبر الموسيقى جزءًا مهمًا في معظم برامج الراديو وتستخدم في أغراض متعددة هي:

- البرامج الموسيقية الخالصة . . .
- الألحان المصاحبة والمميّزة للبرامج الدرامية وغير الدرامية، وفي كثير من الأحيان الموسيقى المميّزة للبرنامج كما هو الحال في اللحن المميّز لنشرة الأخبار أو لبرنامج ما.
- الانتقال بين فقرات البرنامج أو التمثيلية.
- الإيحاء أو التأثير من خلال تصوير جوّ نفسي أو عاطفي أو الإشارة إلى تراث بلد أو حضارة معينة عند استخدامها من الخلفية.
- استخدامها كمؤثر صوتي مصاحب للمؤثرات الأخرى أو مستقلّ عنها⁽²⁾.

ج4- الصّمت: وهو عنصر رابع يرى بعض الخبراء أنه موجود ضمن اللوحة الإذاعية ولا يمكن إغفاله، خاصّة وأنه يؤدّي وظيفة الفواصل بين الكلمات والجمل والعبارات، كما يمكن استخدامه وتوظيفه توظيفًا خاصًا لإحداث تأثير معيّن في حالات محدّدة ... وما يجب معرفته أن هذه الأصوات لا تستخدم استخدامًا عشوائيًا، وليست مجرد مجموعة عشوائية من الضجيج، بل تأتي في إطار بناء خاص يخضع للترتيب والتركيّب في إعداده ويسعى لإحداث تأثير عقلي وعاطفي معيّن.

ولقد أكّدت البحوث أن الراديو يمكن أن يقدم للمستمع صورًا خيالية بعيدة المدى بقدر ما يحتمل هذا الخيال، وذلك بواسطة العناصر الإذاعية المعروفة "صوت، مؤثرات، موسيقى، صمت"، حيث يمكن أن تترابط وتتجمّع لتقدّم أعظم الأعمال وأبلغها أثرًا لأنّها تقوم بتحرير الخيال وإطلاقه بلا قيود أو حدود ليخلق عالماً للأشكال والتفاصيل والانفعالات والأفكار لا تعرف حدود الحيز الزماني والمكاني⁽³⁾.

(1) كرم شلبي: المرجع السابق، ص: 208.

(2) كرم شلبي: فن الكتابة للراديو التلفزيون، مرجع سابق، ص: 62، 63.

(3) المرجع نفسه: ص-ص: 20-22.

ج5- أداة نقل الصوت (الميكروفون): يعتبر الميكروفون صلة الوصل بين المذيع والجمهور، ومن هنا يقتضي مراعاة دور الميكروفون في تحويل الصوت ونقله والتعرف على أنواع الميكروفونات وخصائص كل نوع ودرجة تحسّسه، ويعرّف الميكروفون بأنه مولّد الإشارة الإلكترونية أو الصوتية التي يمكن بواسطتها استخراج الصوت⁽¹⁾ . . .

أما التقنية التي يعمل بها فهي كالتالي: يقوم الميكروفون بترجمة الموجات الصوتية إلى موجات كهربائية ممتثلة، ولذلك يطلق عليه "محول الطاقة Transducer" وتتلخّص الفكرة في أنّ اهتزازات الموجة الصوتية تؤدّي إلى تحريك ملف يقع داخل مجال مغناطيسي فتتولّد موجة كهربائية ممتثلة للصوتية⁽²⁾.

وما تجب الإشارة إليه أنه لا يوجد لحدّ الآن الميكروفون الذي يصلح لكافة الأغراض أو يمكن استخدامه في أيّ نوع من أنواع الإنتاج وفي أيّ موقع من مواقعها، والمعروف أيضا أنّ الميكروفونات القياسية المستخدمة في الإذاعة تستجيب لتردّدات تصل إلى "15000 سيكل في الثانية" وهو القدر الذي تسمع به الأذن⁽³⁾.

لذلك نجد أنّ الميكروفونات تنقسم إلى عدة أنواع سواء حسب التصميم والمواد المستخدمة في تصنيع مجال استقبال الصوت أو الطراز، أو من حيث مجال التقاطه.

ج5-1: أنواع الميكروفون حسب الطراز :

- الميكروفون الكربوني: يستخدم في صنعه حبيبات الكربون التي تتذبذب حسب الصوت مسببة اختلاف في الطاقة الكهربائية الناتجة، وهو يستخدم بكثرة في الإذاعات الخارجية وقليل الاستخدام في الاستديو لأنه ينتج صوتا أجوفا وهشّا.

- الميكروفون الديناميكي: وهو مصنوع من رقاقة معدنية من البلاستيك يعمل في مجال مغناطيسي ثابت، ومعظم الميكروفونات من هذا النوع تلتقط الصوت من جميع الاتجاهات، ويستخدم بكثرة داخل الاستديو، كما أنّه شديد الاحتمال ولذلك يصلح استخدامه في التسجيلات الخارجية بوضع غلاف إسفنجي رغوي حول رأسه.

(1) كرم شلي: الإنتاج التلفزيوني، مرجع سابق، ص: 18.

(2) سعيد محمد السيد: إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص: 94.

(3) كرم شلي: المرجع السابق، ص: 217.

- الميكروفون الشريطي: يستخدم في الأستديو ولا يتأثر بخاصية الضغط وبذلك يستخدمه من يميلون للضغط على بعض الحروف مثل: الباء، الطاء، أو الحروف الأجنبية "B.P.T" (1).

ج5-2: أنواع الميكروفونات حسب الالتقاط :

- الميكروفون اللاآتجاهي أو متعدد الاتجاهات: وهو الذي يلتقط الأصوات التي تأتي من أي اتجاه في جودة متساوية، ويستخدم هذا النوع بشكل مثالي في برامج وندوات "المائدة المستديرة" حيث يلتقط أصوات الجالسين في كافة الاتجاهات.

- الميكروفون ثنائي الاتجاه: وهو شائع الاستخدام في محطات الراديو خاصة، وذلك لاستخدامه بفعالية في برامج المقابلات والتمثيلات والعروض الدرامية، وفي التقاط الموسيقى من مصدرين متواجهين.

- الميكروفون وحيد الاتجاه: وهو مصمّم على أساس التقاط الأصوات الصادرة من اتجاه واحد ولا يلتقط الأصوات غير المرغوب فيها وهو أيضا أنواع منه الميكروفون القلبي....

كما أنّ هناك ميكروفونات صمّمت في أشكال وأحجام صغيرة للغاية لكي لا تحتلّ مساحة ذات قيمة من المنظر أو تحجب وجه المذيع مثل: ميكروفون العنق أو القلادة، اللاسلكي، ومنها ما هو من حجم الزرّار (2).

ولكي يقوم الميكروفون بدوره فلا بدّ من انتقاء الميكروفون الذي يتفق وطبيعة البرنامج واحتياجاته، مثلا: برامج الأخبار يكتفي بميكروفون واحد ذو اتجاه واحد، والعروض الدرامية يمكن استخدام أكثر من ميكروفون...، كما أنّ الأداء الجيد أمام الميكروفون يحتم اختيار المواضيع المناسبة في حدود المجال الحساس للميكروفون وهذه المواضيع هي:

- أمام الميكروفون: وهو الموضوع المناسب لالتقاط الصوت العادي حيث يشعر المستمع بأنّ المؤدّي معه في نفس الموقع.

- بعيدا عن الميكروفون: في الاتجاه الصحيح لكن بعيدا عنه يشعر بوقوف الشخص في مكان آخر.

- الارتفاع التدريجي: أن يتحرّك المؤدّي نحو الميكروفون ببطء فيرتفع صوته تدريجيا كلّما اقترب وعكسه "الخفوت التدريجي".

(1) سعيد محمد السيد: إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص: 94، 95.

(2) كرم شلبي: الإنتاج التلفزيوني، مرجع سابق، ص: 217-219.

- وراء حاجز: وهنا يأتي صوت المؤدّي معطيا الإحساس بأنّ هناك شيئا يقف بينه وبين المستمع⁽¹⁾.

د- اللغة الإذاعية :

إنّ من أصول الإلقاء الإذاعي تقدير القيمة الصوتية للألفاظ والتدقيق في استخدامها وفي معرفة وقعها الحقيقي على الأذن، ومن هنا كانت للغة أهمية عظيمة لأنّها هي التي تضمن للإلقاء الإذاعي القيام بهذه العملية على أكمل وجه، كما أنّه من جهة أخرى نجد أنّ اللغة هي العامل المشترك الأعظم بين كل عناصر العملية الإعلامية من مرسل ومستقبل ووسيلة اتصال⁽²⁾. وما تجدر الإشارة إليه أنّ الاهتمام باللغة لم يبدأ في وسائل الإعلام بل كان الاهتمام بها قديما جدا، فمنذ وقت مبكر اعتبرت اللغة عنصرا محدّدا لماهية الإنسان ممّا جعل القدماء يستنبطون له تعريفات مستوحاة من الظاهرة اللغوية ذاتها، فقد رأى فيه أرسطو "حيوانا ناطقا" بمعنى عاقل لتأكيد الصلّة الوثقى بين العقل والكلام، وعرفه العرب المسلمون انخراطا في النص القرآني وروحه بأنّه "حيوان مبین"، وقرنوا تكريسا لقداسة اللغة عندهم نظرية الإعجاز القرآني بمقولة اللسان العربي المبین، وعلى مدى تاريخ العرب الطويل بمختلف أحقابها كانت اللغة عنصرا أساسيا من عناصر شخصيتهم ومكوّنا جوهريا من مكوّنات هويّتهم وهي قبل ذلك وبعده عنوان توحدّهم وتواصلهم السياسي وحصانهم الفكرية ومجدهم الحضاري⁽³⁾.

ولا شك أنّ اللغة العربية تقدم اليوم على أداء دور جديد وحيوي بالنسبة إلى العالم العربي في قطاع من أخصّ قطاعات الحضارة الحديثة وأطرافها وهو "القطاع السمعي البصري" وتحديدًا البرامج الإذاعية والتلفزيونية في الوطن العربي، وانطلاقا ممّا سبق يتبادر إلينا السؤال التالي: كيف هي اللغة العربية في الإعلام العربي السمعي منه والبصري؟ والإجابة عن هذا التساؤل تكون في العناصر التالية:

د- اللغة في نظرية الإعلام : اللغة كغيرها من مظاهر الثقافة تتميّز بخاصية التراكم والاستمرار والنمو والقدرة على الانتقال، والأكثر من هذا كله، فإنّها ذلك الجزء من الثقافة أو الحضارة الذي يساعد أكثر من غيره على التعلم وزيادة الخبرة والمشاركة في خبرات الآخرين سواء

(1) كرم شلي: فن الكتابة للراديو التلفزيون، مرجع سابق، ص: 57.

(2) عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص: 180.

(3) أبو بكر بلطح: "اللغة العربية في الإذاعة والتلفزيون بين ثوابت الكيان وثقافة الحداثة"، مجلة الإذاعات العربية، العدد 2،

السنة 2000، ص: 65، 66.

الماضية أو الحالية أي أنّها العامل الأساسي في عملية التراكم التي هي أهمّ عنصر في الحضارة الإنسانية، والإعلام كغيره من العلوم جزء من هذه الحضارة ومنه فاللغة في هذا العلم لها نفس المكانة.

تنظر نظرية الإعلام إلى اللغة على اعتبار أنّها نظام من العلامات الصوتية، ينشأ ويتطوّر مرتبطاً بتاريخ الناطقين بهذه اللغة ويستخدم وسيلة للتواصل ووسط للتفكير ومجال للتعبير عن الأفكار والعواطف والمشاعر، والمقصود باستخدام اللغة في التواصل هو: "عملية تبادل المعلومات بين الأفراد والجماعات" ويظهر هذا التواصل اللغوي على شكل عبارات أو تعبيرات شفوية وكتابتية تتبادلها الأطراف في موقف معين لغرض معين عن واقعة معينة⁽¹⁾.

كما تعتبر اللغة اللسانية مكتوبة أو منطوقة أهم نسق من الرموز يساعد على التفكير في عملية الإعلام بوجه خاص، حيث نستعمل اللغة إما بهدف التفكير أو لكي نعبر عن ذاتنا أو الواقع من حولنا، وانطلاقاً مما سبق وضعت اللغة الإعلامية والتي بنيت على نسق عملي اجتماعي عادي، فهي في جملتها فن يستخدم في الإعلام بوجه عام⁽²⁾.

واللغة الإعلامية لا تتصل بعلوم اللغة والاتصال بالجماهير فقط، بل إنّ بحوثها متّصلة كذلك بشواهد وأدلة متكاملة تقدّمها المصادر العديدة في الفلسفة وعلم النفس والفنون والبلاغة والأدب وعلم الاجتماع، السياسة، وآثار الاتصال ونتائجه⁽³⁾.

وعلى ذلك فإنّ منهج البحث الإعلامي في اللغة إنّما يهدف إلى البحث عن ماهية اللغة من حيث كونها أداة اتصال يستعملها المشتغلون في الأجهزة الإعلامية بحيث ينصبّ المنهج على البحث بشكل خاص في "اللغة الإعلامية". بمستواها العملي الاجتماعي باعتبارها كياناً خاصاً متميّز الملامح والسمات مستقلاً عن اللغة، بمستويها التذوّقي الفني الجمالي، والعلمي النظري التحريدي، ذلك أنّ اللغة الإعلامية لا تهدف إلى مناقشة حاسة الجمال لدى القراء بل على العكس من ذلك تتضمّن اتصالاً ناجحاً أساسه الوضوح والسهولة⁽⁴⁾.

د-2 علاقة اللغة بالإعلام: هي علاقة تأثير وتأثر فاللغة تؤثر في الإعلام وهو بدوره يؤثر فيها ويتّضح لنا ذلك في النقاط التالية :

(1) عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص-ص: 184-203.

(2) المرجع نفسه: ص: 185.

(3) المرجع نفسه: ص: 256.

(4) المرجع نفسه: ص: 263.

- العلاقة بينهما علاقة تنمية لغوية والإعلام أهمّ عوامل التأثير في حياة اللغات ذلك أنّ اللغة في مختلف مظاهر حياتها، شأنها في ذلك شأن النظم الاجتماعية الأخرى ترتبط ارتباطاً وثيقاً بما عداها من مؤثرات العمران ولعلّ أهمّ هذه العوامل تلك التي تؤثر فيها وسائل الاتصال الإعلامية، التي تعكس مقتضيات الحياة الاجتماعية وشؤونها فهي تسهم في نشأة كلمات لم تكن موجودة في اللغة من قبل وفي هجر كلمات كانت مستخدمة فيها أو انقراضها انقراضاً تاماً، ذلك أنّ وسائل الاتصال تعكس أهمّ العوامل التي تدعو إلى نشأة كلمات في اللغة كمقتضيات الحاجة إلى تسمية مستحدث اجتماعي جديد، سواء كان نظاماً اجتماعية أو اقتصادية أو نظرية جديدة أو فلسفية أو مخترعاً مادياً جديداً⁽¹⁾.

- إنّ الإعلام الجماهيري بدناميته وإمكاناته وتقنياته، قادر على تحديث اللغة العربية وعصرنتها وجعلها لغة مألوفة مندمجة في الحياة اليومية، إذ ما عليه سوى الغوص في أعماقها واستخراج ما يلزمه لصناعة لغة إعلامية حيّة متحرّكة تضاهي أكثر اللغات الإعلامية تقدماً، ومثال ذلك المذيع فهو أداة عظيمة لتعليم الشعب لغة بلاده فهو عامل قوي للتقدم ومكافحة الأمية ونشر المعرفة وإثارة الروح الغريزية للشعوب العربية لانتهاز الفرصة للظهور في الميدان.

- للإعلام الجماهيري دور بالغ الأهمية في تعليم اللغة العربية تعليماً جماعياً يتلقاه مئات الملايين من الناس في المحيط العربي وغير العربي⁽²⁾.

- اللغة هي العروة الوثقى التي جعلت الاتصال عملية اجتماعية وهي التي تحدّد الكيان الاجتماعي للاتصال الإعلامي أو اضطرابه في مواجهة المعايير التي يفرضها المجتمع في المظهر والسلوك⁽³⁾.

- الإذاعة باعتبارها من وسائل الإعلام الجماهيري أعانت على إظهار المفهوم الاجتماعي الصحيح للغة، وهذا لأنّها من خلال لغتها وأساليبها الفنية تساهم في صوغ صورة العالم في أذهان المستمعين، ولغة الفن الإذاعي هي الوسيلة الإذاعية الأساسية لنقل المعلومات إلى المستمعين⁽⁴⁾.

إذا ما تحقّق هذا التكامل بين اللغة والإعلام وصلنا إلى لغة إعلامية مؤهّلة أكثر من غيرها

(1) عبد العزيز شرف: المرجع السابق، ص: 265.

(2) فريال مهنا: "لغة الإعلام العربي بين الفصحى والعاميات"، مجلة الإذاعات العربية، العدد 2، السنة 2000، ص: 31.

(3) عبد العزيز شرف: المرجع السابق، ص: 263.

(4) عبد العزيز شرف: المرجع السابق، ص: 420.

للإسهام في تشكيل إرادة حرّة وقناعة طوعية وفي إنضاج وعي حقيقي قادر على التقاط الحركة المادية العامة في المجتمع وتوظيفها في تحقيق التطوّر ضمن صيغ سياسية واقتصادية متقدمة، وذلك لأنّ حدود هذه اللغة لا تقف عند مخاطبة الخاصة، بل هي قادرة على أن تتوجّه مباشرة محمولة في عربة الإعلام الجماهيري إلى تلك الكتلة التي تشكل أداة التطور الحاسمة، والتي بدونها تبقى مفاهيم التطور العلمي والثقافي والاقتصادي والاجتماعي والفكري مجرد اجترار في أذهان النخبة وأوراقها، ومجرد أوهام في عقول الطليعة، من هنا تنبع أهمية اللغة الإعلامية في صنع عقلية جماهيرية واعية فعلا ومهيأة طوعا لاستيعاب معطيات القرن الواحد والعشرين⁽¹⁾.

3- سمات اللغة الإعلامية : أشرنا إلى أنّ اللغة الإعلامية مختلفة عن غيرها من اللغات، كما أضفنا أنّ اللغة الإعلامية لا تهدف إلى مناقشة حاسة الجمال عند القراء أو المستمعين بل على العكس من ذلك تتضمن اتصالا ناجحا أساسه الوضوح والسهولة، فما هي إذن الشروط والسمات التي ينبغي أن تتوفر في اللغة الإعلامية عامة والإذاعية خاصة ؟

1- تتسم اللغة الإذاعية المعاصرة بالتخلّص من الكليشيهات المحفوظة والمتوارثة وألوان الزينة اللفظية والتأثقات البلاغية التقليدية، متّجهة إلى تحقيق بلاغة عصرنا من نوع جديد يتمثل في المباشرة والتحديد والمرونة والعمق والقدرة على الحركة ومراعاة مستويات المستمعين واحتياجاتهم⁽²⁾.

2- يشترط في الأسلوب اللغوي الإذاعي عدة شروط يجب مراعاتها وهي:

- البساطة والوضوح في التعبير ومعناه عدم استخدام الكلمات والتعبيرات المعقّدة وصياغة المادة بأسلوب بسيط مفهوم يمكن أن يفهمه المستمع العادي.

- تجنّب الجمل الطويلة وتقسيمها إلى مقاطع قصيرة تبسّط الفكرة من جهة، وتمكّن من إلقائها بسهولة من جهة ثانية⁽³⁾.

- الابتعاد عن استخدام الكلمات الصعبة مثل الكلمات شديدة التجريد كالرأسمالية، اشتراكية، لأنّها تحتاج إلى مجهود ووقت أطول لفهمها مما يعسر عملية الاستيعاب ويجعلها أصعب، كما

(1) فريال مهنا: مرجع سابق، ص:39.

(2) سهير جاد: مرجع سابق، ص:147.

(3) محمد معوض وبركات عبد العزيز: مرجع سابق، ص:50.

يجب تجنّب الكلمات المركّبة مثل: "الأيدولوجيات" يفضل استخدام "المعتقدات" مكانها لأنها أوضح وأسهل، وأيضاً الابتعاد عن الكلمات التقليدية الصعبة مثل: "جحافل" بدلها "وفود"⁽¹⁾..

- أن يكون الأسلوب قويا معبراً بدقّة ووضوح عن المعنى، بعيداً عن الركاكة والألفاظ الفجة وأن تصاغ المادة الإذاعية على شكل فقرات تعبّر كل واحدة عن فكرة واحدة مع سلاسة الربط والانتقال بين الفقرات جميعاً لتشكّل نصاً متكاملًا يجيب عن التساؤلات الضرورية والعناصر الأساسية في الموضوع⁽²⁾.

3- هناك عدة اعتبارات لغوية يمكن أيضاً الالتزام بها في اللغة الإذاعية وهي:

- مراعاة دقّة الكلمات المعبّرة عن المعاني حيث توضع كلّ كلمة للمعنى المراد منها والاحتباس من إساءة استخدام الكلمات في غير مواقعها، ومنه استخدام أقلّ عدد ممكن من الألفاظ للتعبير عن أكبر عدد ممكن من الأشياء.

- مراعاة قواعد النحو والصرف، حيث يجب الاحتباس من الوقوع في الأخطاء النحوية والصرفية لأنّه من جهة يمكن أن يغيّر المعنى كما أنّ الأذن العربية شديدة الحساسية لهذه الأخطاء فهي تستطيع أن تحسّ بالخطأ وإن كانت لا تستطيع تحديد موضعه بدقّة من جهة ثانية، ومن جهة ثالثة كثرة هذه الأخطاء تفقد الرسالة الإذاعية موضوعيتها لأنها ترسّخ هذه الأخطاء عن غير قصد⁽³⁾.

ومن الأمور النحوية أيضاً مراعاة استخدام الضمائر، حيث لا بدّ أن يكون الضمير المستخدم قريباً ممّن يعود عليه مثل الفاعل أو المفعول به، وينطبق الأمر على الأسماء الموصولة فلا يجب الإكثار منها خاصة إذا طالت الجملة، وكذلك الأمر في الظروف والصفات فإنّه يستحسن التقليل منها، والجملة الاعتراضية يفضّل حذفها أو التقليل منها قدر المستطاع وفي الأخير يراعى أن يكون الفعل قريباً من الفاعل بقدر الإمكان لكي لا تختلط الأمور في ذهن المستمع ولا يعرف إلى من يعود الحديث أو الفعل أو التصريح⁽⁴⁾.

- فيما يخص الأفعال يستحسن استخدام الأفعال الدالة على الحركة لإضفاء القوّة على الجملة مثل "ساد، اقتحم،..." مع الإشارة إلى ضرورة استخدام صيغة المبني للمعلوم وتجنّب المبني

(1) سعيد محمد السيد: إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص-ص: 207-212.

(2) محمد معوض وبركات عبد العزيز: مرجع سابق، ص: 51.

(3) كرم شليبي: فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص: 219.

(4) محمد معوض وبركات عبد العزيز: المرجع السابق، ص: 51.

للمجهول قدر الإمكان، أما زمن الأفعال فيفضل "الفعل المضارع" خاصة في الأخبار لأنه يدل على استمرارية الحدث والجدّة⁽¹⁾.

4- من السمات المميّزة أيضا للغة الإعلامية عن اللغة الأدبية خاصّة هو عنصر "التكرار" الذي يعتبر عاملا هاما للقضاء على الغموض وازدواج المعنى، فالصحفي لا يتردّد في تكرار كلمات معيّنة بغرض الوضوح وتبديد كل غموض محتمل.

5- تمتاز أيضا اللغة الإعلامية بالمرونة والقدرة على الحركة، فهي لغة حركية أي قادرة على استيعاب المنجزات الحضارية وروح العلم، وواقعية المجتمع الجديد، وذلك بالتنقيب عن الكلمات التي تدل من قرب أو بعد على ما طرأ من المسمّيات مادية أو معنوية، أو استحداث ألفاظ وصيغ جديدة من مادة اللغة الأصلية لتسد حاجة التعبير الحضاري في حياتنا الراهنة⁽²⁾.

6- من الأمور المهمّة أيضا في اللغة الإعلامية الإذاعية هي "الكتابة الإذاعية"، حيث أحيانا يكون المذيع ملتزما بكتابة نصّه الإذاعي قبل إلقائه على المستمعين، وخاصّة "الأحاديث الإذاعية" حيث يفضل الكثيرين كتابتها أوّلا قبل إلقائها، وأيضا "التمثيلات الإذاعية" يشترط قبل تمثيلها وضع النص والسيناريو والشخصيات... ومن هنا يتحتّم على الكاتب أن يعتمد أسلوبا خاصا في الكتابة هو "أسلوب الحديث" أو "المخاطبة والتحدّث" وليس أسلوب الكتابة، أي على الكاتب أن يكتب كما لو كان يتحدّث ليس كما لو كان يكتب، وليس الأمر هينا إلى هذه الدرجة لأنّ استخدام الفصحى في الكتابة له متطلّباته بينما تتّصف اللغة العامية بتجرّدها من قواعد اللغة إلى الحدّ الذي يخرج أحيانا عن اللغة الأم، ومعنى كلّ ذلك أن يتجنّب التركيبات اللغوية المعقّدة أو الأساليب الأدبية الصعبة، ولكي ينجح الإذاعي في ذلك فعليه أن ينسى الإذاعة والميكروفون ويتذكّر أنّه يتحدّث إلى صديق أو شخص يعرفه جيّدا مغلّبا الكلمات ذات طابع الألفة والمودّة وعدم التكلف حيث يشعر المستمع وكأنّ المذيع يتحدّث إليه شخصيا ولا شكّ أنّ ذلك يتّفق مع القائلين بأنّ "الأسلوب" في الإذاعة يعني "شخصية الإذاعي"⁽³⁾.

ولكن إذا كانت سلامة اللغة تعدّ شرطا أساسيا لصياغة أيّ نصّ إذاعي... فإنّ هذا الموضوع بالذات يثير سؤالا لا مفرّ من مواجهته: أيّ لغة يجب أن يسود استخدامها هل هي اللغة العربية الفصحى أم اللهجة العامية؟

(1) كرم شلبي: فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص: 216.

(2) عبد العزيز شرف: المرجع السابق، ص-ص: 236-238.

(3) كرم شلبي: المرجع السابق، ص: 36.

4- الفصحى والعاميات في الإعلام العربي:

إنّ القضايا التي يثيرها الاستعمال اللغوي في الإعلام السمعي البصري تشبه شبها كبيرا القضايا التي أثارها الاستعمال اللغوي في الصحف، وقد بدأ المثقفون العرب يهتمون بالمسألة في إطارها العام منذ أواسط النصف الثاني من القرن التاسع عشر الميلادي نتيجة طبعا لظهور الصحافة المكتوبة وانتشارها، وهذا نتيجة لما لاحظوه من خروج عن النماذج التي عرفوها من الاستعمال الفصيح، ومن أوّل الكتب المصنّفة في التصويب اللغوي لمادة الصحف كتاب "لغة الجرائد" للشيخ إبراهيم اليازيجي، ثمّ أصبح الأمر أكثر انتشارا بظهور الجامع اللغوية في كل من دمشق سنة 1919، والقاهرة سنة 1939 والتي جعلت أهمّ أهدافها "الدّفاع عن سلامة اللغة العربية"⁽¹⁾.

وازدادت الأمور تعقيدا مع ظهور الإعلام السمعي البصري في الوطن العربي الذي يميّز بقدرته في الوصول إلى مختلف شرائح الجماهير المختلفة صغارا وكبارا، متعلّمين أو أميين وهذا ما لم تتمتع به الصحافة المكتوبة من قبل، وإضافة إلى تلك التقنيات الاتصالية الحديثة التي توفّر للمواطن العربي عروضاً ثقافية وأطباقاً معرفية بشتّى اللغات وخاصة الإنجليزية الغالبة على غاية من الإتقان في الإخراج ومهارة التّعليب حيث تشدّ انتباه المستمع أو المشاهد باستمرار وهذا ما ينتج عنه الإعراض عن الإنتاج العربي -الرديء مقارنة بالأول- وهو ما يؤدي إلى تهميش الثقافة العربية ومنه اللغة العربية الفصحى من العرب أنفسهم⁽²⁾.

والأهمّ من كلّ ذلك أنّ العامية أصبحت ترد بصفة رسمية على ألسنة رجال السياسة ورجال الدّين وكبار الكتاب والأدباء⁽³⁾.

ولكن ما يجب معرفته في البداية هو كيف دخلت العامية إلى وسائل الإعلام السمعية البصرية؟ لماذا اقترن ظهور وتطور وسائل البث الإلكتروني بجنوح اللغة الإعلامية إلى الاستعانة بالعاميات في العديد من موادها أو أغلبها ؟ ، وهذا التساؤل نجيب عليه فيما يلي:

1- طبيعة الوسائل السمعية البصرية من حيث الصوت والصورة التي اخترقت المكان وابتلعت الزمان صنعت جمهوراً إعلامياً يحتوي شرائح أمّية وشبه أمّية أجدد ومعرفياً وثقافياً ممّا جعل

(1) إبراهيم بن مراد: "في مسألة الاستعمال اللغوي في البرامج الإذاعية والتلفزيونية"، مجلة الإذاعات العربية، العدد 2،

السنة 2000، ص: 42.

(2) فريال مهنا: مرجع سابق، ص: 67.

(3) إبراهيم بن مراد: المرجع السابق، ص: 43.

الفصحى تشكّل عائقاً اصطلاحياً وتواصلية وتأثيرياً لا يمكن تخطّيه إلا باللجوء إلى العاميات التي تضمن الوضوح والحميمية، وفعالية تحقّق الأهداف الجوهرية للإعلام الجماهيري⁽¹⁾، والتي من بينها جذب أكبر عدد من المتلقّين، وهذا يعتبر من الناحية الإعلامية أمراً مشروعاً أو طبيعياً لأنّه عادة ما يقاس نجاح الوسيلة بنجاحها في الوصول إلى الشريحة الأكبر، كما أنّ الخصخصة تدفع القنوات للتنافس لاجتذاب هذه الشريحة ممّا يلجئها إلى استراتيجية استخدام العامية لملاءمتها للبرامج الخفيفة في نظر معديها⁽²⁾.

2- اعتقاد بعض القنوات أنّ العصرية والتطوّر ومحاكاة الأمم الأكثر تقدّماً تستوجب الابتعاد عن الفصحى واللجوء إلى العاميات رغم أن جميع البلدان المتقدّمة تستخدم لغاتها الفصحى فحسب في موادها الإذاعية والتلفزيونية، بما فيها الأعمال الفنيّة كالدراما والمسلسلات والبرامج الترفيهية⁽³⁾.

3- من العثرات التي وقعت للفصحى هو مبالغة العلماء في التعقيد أو قل التعقيد في قواعد النحو والصرف، ولاسيما تصعيد الغريب والشاذ حتى أصبحت الإحاطة بالمسائل النحوية من الخيال، هذا الأمر أدّى فيما بعد بالبعض إلى محاربة التسكين، والمطالبة بحذف بعض أبواب النحو... وانتقال هذه المشاكل إلى واقعنا أثقل كاهل المتلقّين للغة والمتعاملين بها فحتّطوا على محصول ضخم لأبعاد نظرية مملوءة بالثرغرات، وقلّت الإفادة وصعب الفهم وكثر الخطأ عند الإعلاميين وغيرهم ونتيجة محاولة التملّص من هذا الإشكال إحلّال العامية بدل الفصحى⁽⁴⁾.

4- يعتقد البعض أنّ محاولة تسيّد العاميات ينطوي على مؤامرة يحكيها أعداء العرب والمسلمين لتبديد اللغة الفصحى التي تعد عاملاً تاريخياً وتراثياً أساسياً في دفع العالمين العربي والإسلامي نحو التوحد والانصهار، ولكن المحطّات التي تعمل وفق خلفيات سياسية وفكرية وعقائدية مناوئة للأطر القومية والإسلامية بصورة عامة تشكل قلة من المنطقة العربية وخارجها .

5- تمسّك بعض الأوساط الثقافية والأكاديمية بحرفية اللغة العربية التراثية إلى حدّ التعصّب والتزمّت، ورفض هذه الأوساط حتمية مواكبة اللغة للتطوّر المجتمعي والتقدّم الثقافي في مجال الاتصال الجماهيري، يدفع العديد من القائمين على الإعلام نحو التخلّي التدريجي عن لغة

(1) فريال مهنا: مرجع سابق، ص: 29.

(2) عصام سليمان الموسى: "اللهجات العامية في وسائل الإعلام الإلكترونية"، مجلة الإذاعات العربية، العدد 2، السنة 2000، ص: 63.

(3) فريال مهنا: مرجع سابق، ص: 30.

(4) محمد نجيب التلاوي: "مسألة حضور الفصحى في وسائل الإعلام"، مجلة الإذاعات العربية، العدد 2، السنة 2000، ص: 49.

فصحى تحتضن العديد من عناصر التخلف... وتعجز عن التقايس مع التطور الهائل الذي طرأ على اللغة الإعلامية في جميع أنحاء العالم.

6- لعلّ بعض المضامين الهابطة لبعض البرامج التلفزيونية وخاصة الترفيهية تحتم استخدام العاميات لأنّ اللغة الفصحى لا تتلاءم بطبيعتها مع هذا الضرب من ثقافات الترفيه⁽¹⁾.

7- هناك أسباب سياسية جمّدت اللغة الفصحى الإعلامية، حيث تظهر التجربة الإعلامية المعاصرة أنّ احتكار السلطة السياسية لكلّ الإعلام قد عطّل إمكانية النهوض باللغة الإعلامية فبدلاً من أن تتّجه بخطوات حثيثة نحو العصرية والعقلنة والارتقاء فكرياً وموضوعياً وشكلاً، حيث غرقت في تخلف مطبق ووهنت بنيتها واختلّت وظائفها وشلّت حركتها، وأسباب الحالة التي وصلت إليها هذه اللغة هي:

- فرض السلطة لأنماط تعبيرية جاهزة جمّدت حرفيتها خوفاً من أن تتسبّب اللغة في فلت الزمام من يديها، وبذلك فالسلطة تحصر أنماطها اللغوية فيما يحقّق لها هذه التقوية والديمومة، وهذه النمطية تجعل اللغة أسيرة عبودية تعبيرية تعمّق تخلفها وتقهرها في زمن يشهد سطوة لا مثيل لها للغة إعلامية جمعوية تمارس حرّية التعبير موضوعياً وشكلاً، مدلولاً وصياغة، وتمتّع بقدرة فائقة على استنباط أساليب فعّالة لاستيعاب صيغ الحضارة ومفاهيم التطور.

وتتضح صورة هذه النمطية المفروضة في جمل مضبوغة، ألفاظ مصطبغة وعبارات جوفاء وأشكال تعبيرية حفظية، شعاعية، وصور لغوية خشبية تتزاحم فيها طقوس تمجيدية وأخرى هجائية، وأساليب إملائية استكراهية يصيغها إعلام اختلّت وظائفه الفيزيولوجية، في إطار يكرّس أمية المتلقّي ودونية ثقافته، متجاهلاً ذكاءه الفطري، مهملاً تجربته الحياتية، طامساً جسمه السليم، مغرقاً عقله وذهنه في حمول عميق، مفترضاً أنّ هذا المتلقّي شخص قاصر، لا إنسان عادي، بالغ، عاقل، متلهّف لتنمية معرفته، ورفع مستوى وعيه الاجتماعي، ومتّصل بوسائل بثّ جماهيرية لم يعد بمقدور السلطة وقف انتشارها⁽²⁾.

8- الاعتقاد بأنّ وظيفة اللغة تقتصر على تحقيق التوصيل والتفاهم بين المرسل والمتلقّي، وما دام هذا التفاهم يتمّ بسهولة ويسر بالعامية فلا داعي للتعنت والتنطّع والتقعر في اختيار الألفاظ وإثماك العقل في المحافظة على بنائها ورفضها وهذا ما توفّره الفصحى وتعمل عليه.

9- غياب الإدراك لأثر التعبير في التفكير، ودور اللغة في التواصل مع التراث والتاريخ والعقيدة

(1) فريال مهنا: مرجع سابق، ص: 30.

(2) المرجع نفسه: ص: 40.

ورسالتها في وحدة الأمة واستقرارها وامتدادها وتحقيقها التواصل بين الأجيال واحتفاظها بذاكرة الأمة وما إلى ذلك من الأبعاد الأخرى لوظيفة اللغة⁽¹⁾.

10- انتشار العامية لم يأت من فراغ، وإنما امتدّ في فراغ لم يملأه دعاة الفصحى، حيث جمّدت العربية الفصحى في زوايا تعليمية معزولة ومعاجم ومجامع لغوية رضيت لنفسها الانزواء والسير خلف المجتمع وليس أمامه، أما امتلاك القدرة على استيعاب تطوّر المجتمعات وتنوّع مجالاتها وما تستدعي من توليد وتسييد مصطلحات ومفردات وخطاب يشكلّ أوعية للسائما ومجالا رحبا لتفكيرها وإبداعها، فلم يتوفّر إلاّ بالأقذار البسيطة وهذا ليس خلل في اللغة العربية بل في أهلها والأمة التي تتكلّم بها⁽²⁾.

كانت هذه أهمّ الأسباب التي دفعت العامية إلى مجال الإعلام السمعي البصري، وأهمّ الافتراضات الواردة عن سبب هذه المزاحمة، ولكن هل هذا صحيح، هل العامية أقدر على خدمة الإعلام الجماهيري، هل هي فعلا الأصلح والأسهل للوصول إلى قطاعات الجمهور العربي الواسع؟، رغم وجود هذه الافتراضات، أو العوامل مجتمعة حيناً ومتفرقة حيناً، فإنّ الخصائص التي يفترض أن تتمتع بها اللغة الإعلامية العربية المعاصرة والتمايز القائم بينها وبين مختلف أنواع وأشكال التعبير الإنساني الأخرى، يضعفان أطروحة تبني العاميات في كلّ الإعلام أو في بعضه ويقوّيان الاتجاه الذي يحرص على اعتماد الفصحى كلغة سائدة في الإعلام جميعاً، وهذا لعدة اعتبارات وأسباب هي:

1- اللغة العربية هي التي تمكّن وسائل الإعلام من أداء وظيفتها بصورة مثالية، وذلك لما تملكه الفصحى من مفردات تمكّن من دقّة الوصف ودقّة التعبير، ودقّة الإخبار، كما أنّها تمتلك إمكانات عديدة تفتقد إليها العامية ولنا في صوغ نشرات الأخبار النموذج، ولنا في خطبة الجمعة النموذج أيضاً⁽³⁾ . . .

2- أنّ اللهجة العامية لا ترقى إلى صف اللغة بالمعنى الدقيق لها، لأنّ لكلّ لغة نظامها الخاص بما من قواعد النحو والصرف واللفظ، أمّا اللهجة فإنّها توجد ضمن حدود لغة ما ولكنها غير مقنّنة، وما يزيد من حدّة الإشكالية هو التباين الحاد للهجات العامية في الوطن العربي،

(1) نور الدين بليبل: الارتقاء باللغة العربية في وسائل الإعلام، محرر بحث اجتماع الاتصال، د.ط، قسنطينة، الجزائر، د.ت، ص: 18.

(2) المرجع نفسه: ص-ص: 20-22.

(3) محمد نجيب التلاوي: مرجع سابق، ص: 51.

فمثلاً: حين يتحدّث عربي من المغرب بلهجته المحليّة مع نظيره في العراق فإن النتيجة تكون أنّهما لا يفهمان بعضهما البعض مطلقاً إلاّ بلجوئهما للفصحى اللغة الأم، وإذا علمنا أنّ عدد اللهجات العامية في مجموعها يزيد على عدد الدّول العربيّة⁽¹⁾، فأبى لهجة عامية إذن يمكن أن تسود بدل الفصحى في وسائل الإعلام؟ ثم هل تملك الدول العربية مجتمعة أو منفردة إمكانيات تؤهّلها إلى تطوير لهجاتها إلى مصاف اللغات الإعلامية العالميّة؟ هذا غير وارد وغير ممكن لأنّ الواقع يبيّن لنا أنّ الفصحى المتجدّرة منذ أزمان طويلة لم يفلح العرب شعوباً ومؤسسات في جعلها لغة إعلامية عالميّة، فكيف إذن بعشرات اللهجات المحليّة.

3- إنّ القول بأنّ العربية الفصحى غير قادرة على مواكبة متغيّرات العصر ومستجدّات الحضارة الإعلامية من ألفاظ وصيغ ومعاني أمر مردود، لأن التاريخ والواقع ينفيان ذلك، فقد استطاعت العربية الفصحى منذ عصورها الوسطى في إدراك المفاهيم المستحدثة ومضامين العلوم والتقنيات الجديدة وأحسنّت التعبير عنها فأدّت بذلك دورها كاملاً في منظومة العالم القديم في قطاعات السيف والقلم، وفي مجالات الدين والسياسة وشؤون الثقافة والمعرفة من أدب وفقه علم وفلسفة وتاريخ⁽²⁾... أمّا حاضراً فهي تؤدّي هذا الدور في قطاع السمعي البصري، وقد أثبتت قنوات الإذاعة والتلفزيون العربيّة من خلال برامجها العلميّة المتنوّعة قدرتها وطاقاتها التوليدية الرفيعة على التعبير عن أدقّ المفاهيم وألطف المعارف وأحدثها في ميادين الطّب والهندسة والفضاء⁽³⁾... .

4- اللغة العربيّة الفصحى هي وحدها القادرة على الارتقاء بالذوق العربي وبناء الإنسان العربي بناءاً معنوياً يكون بمثابة الدّرع الواقى الذي يقى الشخصية العربيّة من أخطار المدّ الإعلامي الغربي (الأنجلو-أمريكي) الذي يغرق العالم بثقافة النفايات التي تعلّم الهروب والاستهلاك وإيديولوجية التسليّة والكلمات السوقية التي تحفل بها مسلسلات الثقافة الجماهيرية الهابطة المستوى⁽⁴⁾.

5- القول بأنّ الفصحى صعبة أمر غير صحيح، والفصاحة لا تعني الصعوبة وإن كان العرب في العصور الماضيّة بالغوا في التعقيد، فإنّ أسباب التشعّب والتفريع كانت وفيرة ولم تكن إلى جانبها أسباب للتوحيد والتقريب تضارعها في قوّتها وأثرها، ولقد توفّرت هذه الأسباب في

(1) عصام سليمان الموسى: مرجع سابق، ص: 58، 59.

(2) أبو بكر بلطخ: مرجع سابق، ص: 66.

(3) المرجع نفسه: ص: 70.

(4) عصام سليمان الموسى: المرجع السابق، ص: 63.

العصر الحاضر بعد شيوع وسائل الإعلام الجماهيرية حيث يرجى من آثار هذا التقريب أن ييسر فهم الفصحى لغير المتعلمين وأن يدخل في الفصحى مفردات نافعة من ألفاظ الحضارة يمكن إجراؤها مجرى المفردات الفصحى بغير تعديل أو ببعض التعديل، وفي هذا المجال يقول عبد الكريم جرمانوس: "إنّ للمسلمين كتابهم الكريم باللغة العربية هو القرآن، تلك المعجزة الرائعة التي لا يستطيع أيّ إنسان مباراتها، فلو استطاع المسلمون بناء المدارس في جميع المدن والقرى، ولو عمّموا اللغة الفصحى لانبثقت عبقرية القرويين والعمال ولأنتجت بلا مراء روائع أدبية جديرة بالإعجاب"⁽¹⁾.

6- اللغة العربية الفصحى تعطي للإعلام امتدادا عظيما لأنها مشتركة لمئات الملايين من الناس، فهي اللغة القومية لأكثر من 270 مليون نسمة وللحوالي 900 مليون مسلم من جهة، ومن جهة أخرى فهي لغة تراث واحد وتاريخ واحد ودين واحد وثقافة قومية ومصير مشترك لتلك الملايين⁽²⁾، وهذا ما يجعلها تكفل للإعلام الجماهيري آفاقا لا محدودة الانتشار وتغطية مساحات شاسعة، في وقت تبحث فيه جماعات إنسانية أخرى عن توحيد وسائل بثها الجماعي وتحقيق انتشار إقليمي وعالمي لإعلامها، محاولة استنباط طرائق وتقنيات مختلفة لاجتياز عقبة اللغة.

7- استخدام اللغة العربية الفصحى يخلق مناعة مستمرة تجاه عوامل التجزئة، ليس على الصعيد القومي فحسب وإنما على الصعيد الوطني أيضا، في زمن تزدهر فيه عوامل التفتيت والتشرذم⁽³⁾. وأخيرا لكي تنجح الفصحى في الوصول إلى المكانة المطلوبة فإنّ التعامل مع "إشكال الفصحى العاميات" في وسائل الإعلام الجماهيري لا يأتي بقرار سياسي فقط أو برغبة العلماء والمسؤولين وحدهم، وإنما بهما معا وبالرغبة الجماعية للجماهير العربية لإعادة السيادة للفصحى في اللغة الإعلامية. بيد أن مساندة هذا التوجه التعصيري للغة الفصحى لا يعني إنكار قيمة العاميات العربية لأنها من روافد اللغة الأم، وجزء من كيانتنا وأداة تعبير حي وتلقائي لتداولها في الحياة اليومية ولكنها لا بدّ أن تبقى محدّدة بسياقها الطبيعي حيث لا تصبح بديلا عن اللغة الفصحى في مقامات استعمالها وخاصة مقامات العلم والفكر والثقافة والإبداع بشتى

(1) فريال مهنا: مرجع سابق، ص:31،30.

(2) أبو بكر بلطح: مرجع سابق، ص:66.

(3) فريال مهنا: المرجع السابق، ص:32.

ضُروبه على مستوى المؤسسات الرسمية والشعبية العربية وفي طليعتها مؤسسة "الإذاعة والتلفزيون"⁽¹⁾.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

(1) أبو بكر بلطح: مرجع سابق، ص، ص: 71، 70.

3-3 : الإذاعة المحليّة :

قبل الاستطراد في الحديث عن الإذاعة المحليّة نلفت الانتباه إلى قلة الدّراسات في هذا الموضوع وكذا الوثائق التي يمكن على ضوءها فهم هذا الجهاز وتعريفه طبقا لمنظور علمي موثّق من حيث طبيعته وأهدافه وطرق العمل والتسيير إلّا أنّ هذا لا يمنع من المحاولة للإحاطة ولو بأهم القضايا المتعلقة به.

3-3-1 : تعريف الإذاعة المحليّة :

تُعرّف الإذاعة المحليّة بأنّها جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليّا يتميّز بأنّه مجتمع خاص محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، متناسق من الناحية الاقتصادية والناحية الثقافية والاجتماعية، كأن يكون سكّان قرية واحدة أو مجموعة من قرى متقاربة متجانسة، يمارس معظم أفرادها نشاطا اقتصاديا رئيسيا ينسب هذا المجتمع إلى هذه الحرفة المشتركة كأن يكون المجتمع زراعيا لأنّه يمارس النشاط الزراعي⁽¹⁾.

ولكن في ظل الثورة التكنولوجية الحديثة والعولمة فإننا نعيش تغييرا كبيرا شمل العديد من القضايا الاستمولوجية والعلمية والتي طرحت وأصبحت من جديد موضع بحث وتساؤل، وهذا التغيير يشمل بالدرجة الأولى "المصطلحات والمفاهيم" ومثال ذلك مفهوم "القرب" لم يعد يعني الحدود الجغرافية الضيقة والفضاء المتجانس لمجموعة معينة، إذ بوجود شبكات الاتصال الإلكترونيّة أصبح يعني كلّ ما هو مشترك بين الأجناس والثقافات المختلفة، فأصبح بذلك يكتسي معنا شموليا ويطرح بعدا زمنيا وهو أمر على غاية من الأهمية لأنّ صيغة الإعلام المحلي -وهو موضوع الحال- ارتقت إلى درجة رمزية ثانية تستوجب الفحص، فالحليّة في المنظور السابق كانت تعني "المسائل الخصوصية المرتبطة بجهة محدّدة في بلد ما ومفهومها مقترن بالمفهوم الذي يحدّده التقسيم الإداري في البلاد -ولاية، معتمدية، محافظة،...- أو الذي تفرضه الجغرافيا الطبيعية مثل: الشمال، الوسط، الجنوب... في مكان معين". ورغم أنّ هذا المفهوم لا يزال سائدا إلى يومنا هذا باعتباره يجسّد حقيقة لا لبس فيها وواقعا لا يمكن تجاهله، إلا أنّ مفهوم المحليّة أصبح يرمز من خلال العولمة إلى واقع آخر، حيث "أضحى المفهوم مقترنا بثقافة مجتمع بأسره، ولا يدرك جوهره إلا في وجود حدود ثقافية معيّنة، فالحليّة إذن بُعد ثقافي متزامن مع أبعاد أخرى والعلاقة بين الأبعاد ليست على علاقة إحصاء وتجاور إنّما هي علاقة مؤسّسة على

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

صراع تأكيد الذات والصراع لا يعدو أن يكون منهجا معرفيا في إنتاج المضامين ونشرها⁽¹⁾. وما نلاحظه أن هذا التعريف أعطى للمحلية بعدا "إيديولوجيا" قائما على أساس الصراع من أجل إثبات الذات، وأعطى له مفهوما واسعا جدا يمكن أن يشمل من خلاله المحلي عدة مجتمعات أو بلدان إن كانت لها نفس الثقافة، إذن فالتمايز هنا معنوي أكثر منه جغرافي أو إداري سياسي.

في ظل افتقار البيليوغرافيا العربية إلى بحوث متعددة المقاربات تقف على واقع ما اصطلاح على تسميته بالإعلام المحلي، نجد أنه غالبا ما يتداخل مفهومه في عينة من الدراسات مع المفهوم الجهوي وحتى الإقليمي، ومنه فإنه في واقعنا العربي المعاصر، نطلق مسميات الصحافة المحلية، والصحافة الإقليمية والجهوية للدلالة على مسمى واحد هو الصحف التي تصدر في إقليم جغرافي في داخل وطن ما وكذلك الأمر بالنسبة للإذاعة "الراديو والتلفزيون"⁽²⁾، وليبان الأمر سوف نعطي التعاريف الخاصة بكل من الإعلام الإقليمي والجهوي لنتمكّن من تحديد الفروقات المميزة لها عن الإعلام المحلي.

أ- الإعلام الإقليمي :

الإعلام الإقليمي هو نوع من أنواع الإعلام، ويقصد به عدد أعداد 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⁽³⁾.

وتُعرف 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 كالأنهار، البحيرات،... مما يجعل كل إقليم مستقل، والإذاعة

(1) عبد الله الحيدري: "الإعلام المحلي في تونس"، مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد 2، 1998، ص: 34، 35.

(2) ابراهيم عبد الله المسلمي: الإعلام الإقليمي: دراسة نظرية وميدانية، د. ط، العربي للنشر والتوزيع، د. ب. ن، 1992،

ص: 27، 28.

(3) المرجع نفسه: ص: 29.

إقليمية تبتّ برامجها من عاصمة الإقليم وتقدم برامج وخدمات لأبناء الإقليم بلغتهم أو لهجتهم، كما يغطي إرسالها الإقليم بأكمله⁽¹⁾.

أمّا الفرق بين الإعلام المحلي والإقليمي فهو أنّ الإعلام المحلي يكون قاصرا داخل نطاق أماكن الإقليم والتي قد يغلب عليها الطابع الحضري ولا يوجّه إلى سكان الإقليم بكامله، كما أنّ ترجمة المحلي قد تنصرف إلى كلّ وسائل الإعلام التي تنطلق داخل حدود الدولة كلّها، 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⁽²⁾؛ وكذلك الأمر بالنسبة للإذاعة المحلية والإقليمية، فالإذاعة المحلية تنشأ في إحدى مجتمعات الإقليم المحلية⁽³⁾.

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

ب- الاعلام 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 والضواحي، حيث لا يتعدى توزيعها إطار الولاية أو المدينة، أمّا الجهوية فقد تتعدى حدود هذه المنطقة بكثير⁽⁴⁾.

وما نلاحظه أنّ ما قلناه عن الإعلام الإقليمي والمحلي ينطبق على الجهوي.

3-3-2 : نشأة الإذاعة المحلية :

أ- لمحة تاريخية عن النشأة:

إنّ أوّل من اهتم جديا بالإذاعات المحلية في الوطن العربي، الإعلامي الكبير "يحيى أبو بكر" حيث واكب هذا الموضوع الحيوي طيلة ثلاثين سنة، وبفضل تخصصه في مختلف مجالات

(1) عبد المجيد شكري: مرجع سابق، ص:15.

(2) ابراهيم عبد الله المسلمي: مرجع سابق، ص:29.

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

(4) صالح بن بوزة: "الصحافة الجهوية: المفهوم والخصائص والوظائف"، حوليات جامعة الجزائر، العدد3، السنة1994،

ص،ص:173،174.

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، وفي أوائل الخمسينات شارك في تجربة مصرفية أمريكية حول تقديم الأخبار من أول إذاعة محلية هي "إذاعة الإسكندرية" التي بدأت البث عام 1954 حيث قارن في نفس الفترة كيف تعمل إذاعة محلية أمريكية في مدينة "بريمنكهام"، وبين المجتمع الذي يعمل في دائرته و التي كانت تهتمّ بقضايا الزراعة والصناعة⁽¹⁾.

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"، أمّا النموذج العربي مشروع إذاعة محلية في قرى مصر. أمّا 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، أمّا في أمريكا اللاتينية فيعود تاريخ ظهورها إلى عام 1949 حيث استخدمت في برامج التعليم الأساسي والنهوض بالزراعة⁽²⁾.

خلال السنوات القليلة الماضية ازداد عدد الإذاعات المحليّة في الوطن العربي ومازالت دائرة اتساعها تكبر مع مرور الأيام، حيث أصبح في بعض الدول العربية لكل إقليم أو ولاية أو منطقة إذاعة تمّ إنجازها أو هي في طور الدراسة والبرمجة وهو ما يعني وجود النية الفعلية في المضي قدماً نحو إقامة مثل هذه الإذاعات وهذا نظراً للأهمية الكبيرة التي يتمتّع بها هذا الجهاز، ففي أوروبا مثلاً نشأت خلال العقد الأخير مئات بل آلاف من الإذاعات المتخصصة كالإذاعات المحليّة، الموسيقية⁽³⁾،

ب- أسباب نشأة الإذاعة المحليّة :

لعلّ هناك العديد من الأسباب الكامنة وراء إنشاء الإذاعات المحليّة أو التفكير في

إنشائها في بعض الدول العربية منها:

(1) نواف عدوان: مرجع سابق، ص: 29.

(2) المرجع نفسه: ص: 30.

(3) محمد الأمين مراقي: "الإذاعات المحليّة: الفضاء الآخر"، مجلة الإذاعات العربية، العدد 2، السنة 1998، ص: 26.

1- الكَمّ الإعلامي الكبير الوارد من السماء إذ لا يخفى تأثيره على البُنى الاجتماعية في الوطن العربي وعلى ثقافته وتراثه، لذا وجبت المحاولة للتقليل من هذا الأثر وإيجاد بدائل عربية لمواجهة أو منافسته، ويكون دور الإذاعة المحليّة بصفة خاصة دوراً مُهمّاً في مواجهة الصوت والصورة معاً، بما ثبت علمياً وعلى مستوى عالمي على قدرة الإذاعة في الحفاظ على مستمعيها، ولعلّ السرّ في ذلك هو هذا التنوّع والتخصّص الحاصل في الميدان الإذاعي فنسبة الاستماع لم تتغيّر وإنّما التغير حصل في عادات الاستماع ونوع المنتج الإذاعي.

2- الطبيعة الجغرافية للبلدان العربية فمعظمها يمتدّ بأراضٍ شاسعة وفي عدد منها سلاسل جبلية متواصلة تمتدّ آلاف الكيلومترات، الأمر الذي كثيراً ما أعاق وصول الأمواج المركزية الموجهة من العواصم ومراكز الإرسال الضخمة، ونتيجة ذلك فإنّ المسألة تطرح من حيث الإمكانات والمزيد من التجهيزات بكل ما يتطلّب ذلك من أموال ضخمة، بينما إقامة الإذاعة المحليّة سيعني من هذه الأعباء ويمكن من الالتقاط الجديد للبرامج خاصة باستعمال الأمواج التردّدية "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 بميادينه أنّ الاستماع إلى الإذاعة والذي يبلغ أحياناً الذروة، يتمّ أثناء استعمال السيارة، فقطع المسافات الطويلة يشجع على الاستئناس 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 والاهتمام بالموضوع⁽¹⁾.

4- من الدواعي لإنشاء الإذاعات المحليّة أنّ الاتجاه العالمي اليوم يتّجه نحو نشر هذه الإذاعات، وهذا ما يتّضح في نشر الدول المتقدّمة والدول الآخذة في النمو لهذا النوع من الإذاعات، ومثال ذلك أنّ عدد الإذاعات المحليّة في إيطاليا مثلاً يفوق كلّ معقول إذ يزيد العدد عن 400 ألف محطة محليّة، وفي الولايات المتحدة الأمريكية يوجد ما يزيد عن 100 محطة.

5- طبيعة العصر ذاته هي التي فرضت هذا الاتجاه، فقد برزت عوامل جديدة أكّدت ضرورة وجود الإذاعات المحليّة، فإزاء تعقّد المصالح بين الفئات الاجتماعية المختلفة، وتشابك تلك المصالح وما تأكّد من أهميّة تماسك كلّ مجتمع وحرص كلّ فرد على استقلالية مجتمعه والدّفاع

(1) محمد الأمين موافي: المرجع السابق، ص: 27.

عن مصالحه ومصالح هذا المجتمع في إطار وحدة الوطن، كان الاتجاه 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⁽¹⁾.

3-3-3 : أهداف الإذاعة المحلية :

إضافة إلى وظائف الإذاعة بصفة عامة والتي سبق ذكرها فإن للإذاعة المحلية وظائف وأهداف تقوم بما هي خاصة إضافة إلى ما تقوم به الإذاعات الوطنية، وسنذكر أهم هذه الوظائف فيما يلي :

أ- تؤدّي دور الوسيط في الاتجاهين بين القمة والقاعدة (السلطة والمواطنين) في المناطق النائية التي تكون في الغالب شبه معزولة عن الإعلام إلا في المناسبات والأحداث الوطنية الكبرى⁽²⁾، هذا على المستوى الوطني، أمّا على المستوى المحلي فإنّها أيضاً تضمن الاتصال مع أجهزة الحكم المحلي فهي توصل إلى المواطنين خطط وتعليمات وإرشادات الإدارة المحلية... ومن جهة عن طريقها يسمع المسؤولون نبض المواطنين وأفكارهم وآرائهم ومطالبهم وشكواهم⁽³⁾.

ب- 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 تصوّر 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، ويقيه حياً في أذهان المستمعين ويعمل في نفس الوقت على إخراجهم إلى دائرة الضوء في صورة إبداعية بإضافات تساهم في نشره واستحسانه في نطاق واسع⁽⁴⁾.

ج- إنّ المهام الرئيسية للإذاعة المحلية تتركز في تقديم الخدمات المختلفة للمجتمع المحلي وتحقيق

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

(2) صالح بن بوزة: مرجع سابق، ص:173.

(3) عبد المجيد شكري: المرجع السابق، ص:35.

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

رغبة الناس في المشاركة والتعبير عن أنفسهم عن طريق ممارستهم لما يمكن أن نطلق عليه حق الاتصال... حق كل مواطن في التعبير عن نفسه وفي نصيب عادل من إعلام بلده والذي تمثله الإذاعة المحليّة، حق كل مواطن في أن يعلم ويتثقف ويرفّه عن نفسه⁽¹⁾، ومن أهم الأشكال المناسبة في هذا المجال ما يسمّى بـ: "نوادي الاستماع والمشاهدة الجماعية" وهي التي يتم فيها تقديم برنامج إذاعي على عدد من المستمعين ثم يعقبه مناقشة في مضمون هذه البرامج وإجابة على كافة الاستفسارات المتعلقة بجوانبه المختلفة⁽²⁾.

د- للإعلام الجهوي أو المحليّ درجة كبيرة من الأهمية حيث يعد قناة من قنوات الاتصال التي تكوّن السياسة الإعلامية للدول النامية، كما أنّه يكملّ الإعلام الوطني، لأنّه يعمل على تناول موضوعات يعجز الوطني عن الوصول إليها وتغطيتها بنفس الفعالية والكفاية، وحتى في الدول المتقدمة نجد أيضا هذا المفهوم التكاملي بين الإعلام الوطني والجهوي⁽³⁾.

هـ- يمكن للإعلام المحليّ أن يلعب دورا هاما في التنمية السياسية حيث له القدرة على تشجيع المواطنين على المشاركة السياسية وذلك بالحثّ على التصويت والمشاركة الانتخابية... كما يمكنه أن يغطي اجتماعات ومناقشات البرلمانات المحليّة وهي المجالس الشعبية المحليّة في القرى، من جهة أخرى كلّما توطّدت العلاقة بين الإعلام الإقليمي المحليّ والمجالس الشعبية المحليّة فإنّهما يتعاونان من أجل الرقابة الشعبية، وفضح جميع صور الفساد والانحرافات داخل أجهزة الحكم التنفيذية التي تثار داخل المجلس أو التي تثيرها نفس وسائل الإعلام⁽⁴⁾.

و- للإذاعة المحليّة دور فعال في التنمية الاجتماعية لأنّها 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 (أقسام) محو الأمية التي تفتح وقت إذاعة برامج محو الأمية لمتابعة الدروس بواسطة الراديو ويحضر مرشد أو معلم داخل المنتدى الإذاعي والاستعانة بالكتب والصور⁽⁵⁾.

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

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

(3) صالح بن بوزة: مرجع سابق، ص: 174.

(4) عبد الله إبراهيم المسلمي: المرجع السابق، ص: 46، 47.

(5) عبد المجيد شكري: المرجع السابق، ص: 99.

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 تنشق عنه علاقات جديدة وقيم مستحدثة تسمح للأفراد بتحقيق أكبر قدر ممكن من إشباع المطالب والحاجات⁽¹⁾.

ي- 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⁽²⁾.

كانت هذه أهم أو أبرز الوظائف التي يمكن للإعلام المحلي عامة والإذاعة المحلية خاصة -لأنها الأكثر توفرا في مجتمعاتنا- القيام بها في سبيل تحقيق الأهداف التي من أجلها تأسست ولكن ما لا يجب إغفاله أنه من أجل أن يساهم الإعلام في التنمية المحلية فلا بد من تنميته هو بالمقابل بمختلف أبعاده الرأسي والأفقية، الكمية والنوعية وإتاحة الفرصة لوسائل الإعلام لتصبح أدوات فعالة للتواصل الاجتماعي والإنساني⁽³⁾، حيث أن المتبع للإذاعة المحلية وتطورها يمكنه ملاحظة حاجتها إلى الهيكلة وتوفير الإطار التشريعي المنظم، والحرص على متابعة التطورات الحاصلة حوله ضمن تطور منظومة الاتصال، ولا يجب أن يكتفي باقتناء التجهيزات التقنية والاستوديوهات، بل من الأنسب إضافة إلى ذلك التفكير مليا في ملاحقة التقدم التكنولوجي والبرامجي والتركيز على النوعية الجيدة، سيما وأن الإرسال قد تشعبت سبله مع النظام الرقمي بواسطة الأقمار الصناعية والنظام الرقمي الأرضي والنظام المشفر وغيرها، وهي أدوات لها مفعولها وتأثيرها في كسب المستمع، فلا بدّ إذن من تفعيل دور الإذاعة المسموعة المحلية بما يتلاءم والأنماط الإذاعية الحديثة⁽⁴⁾.

3-3-4 : الإذاعة المحلية في الجزائر :

أ- نشأة الإذاعة في الجزائر :

مرّ ظهور الإذاعة في الجزائر بعدة مراحل شهدت كلّ مرحلة عدد من التحولات

(1) عبد الله إبراهيم المسلمي: مرجع سابق، ص:44،43.

(2) المرجع نفسه: ص:41.

(3) عواطف عبد الرحمان: إشكالية الإعلام التنموي في الوطن العربي، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ت، ص:73.

(4) محمد الأمين مواقي: مرجع سابق، ص:28.

والتطورات سواء في السياسة الإعلامية التي تنتهجها الإذاعة، أو في إمكانات بثها ومجالها الجغرافي للبث.

1- قبل الثورة : تعود بداية ظهور الإذاعة في الجزائر إلى عام "1925" عندما قام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة لم تتعدّ قوتها "100 كيلواط" ثمّ عام "1928" إلى "600 كيلواط" ثمّ أقيمت محطّتين للإرسال في قسنطينة، قوّة الأولى "600 كيلواط" وتذيع بالفرنسية والأخرى بقوّة "250 كيلواط" وتذيع بالعربية؛ ثمّ تابعت المحطّات فأقيم عام "1942" في كلّ من وهران محطة قوتها "600 كيلواط" وفي العاصمة محطة قوتها "500 كيلواط"⁽¹⁾.

2- الإذاعة الجزائرية أثناء الثورة التحريرية : اعتمدت الثورة الجزائرية في البداية على إذاعات الدول العربية لإيصال صوتها إلى العالم الخارجي، وكانت إذاعتا القاهرة وتونس أولى الإذاعات العربية التي خصّصت برامج محدّدة في فترات ثانية لإذاعة أخبار الثورة الجزائرية في إذاعة القاهرة في نهاية عام "1955" إذ خصّصت إذاعة القاهرة ثلاثة برامج أسبوعية للجزائر وخصّصت لكلّ برنامج مدة عشر دقائق وهذه البرامج هي:

1- برنامج وفد جبهة التحرير يخاطبكم من القاهرة: الذي أصبح فيما بعد "صوت الجمهورية الجزائرية يخاطبكم" وذلك بعد إعلان الحكومة المؤقتة وكان يذاع باللغة العربية في إذاعة صوت العرب وهي تعليق سياسي.

2- برنامج "هنا صوت الجمهورية الجزائرية" باللغة الفرنسية.

3- برنامج "جزائري يخاطب الفرنسيين" يذاع باللغة الفرنسية.

أمّا الإذاعة الجزائرية في تونس فقد بدأت في سنة "1956"، وكانت عبارة عن برنامج تونسي بعنوان "هنا صوت الجزائر المجاهدة الشقيقة" وكان يذاع ثلاث مرات في الأسبوع، مدته ربع ساعة وقد ظلّت هذه البرامج تذاع حتى بعد إنشاء الإذاعة السرية في قلب الجزائر عام "1957" بعدما تقرّر إنشاؤها في أغسطس "أوت" في مؤتمر الصومام عام "1956" وبدأت نشاطها الفعلي في أوائل عام "1957"، وكانت هذه الإذاعة عبارة عن سيارة كبيرة تحمل المعدات الإذاعية وتنتقل في الجبال والولايات، ويعمل بها حوالي عشرة مناضلين لم يكن لهم سابق خبرة بالعمل الإذاعي، كان الإعلام يستمرّ لمدة ساعتين في المساء ثمّ تعيد نفس البرنامج في اليوم التالي بالعربية الفصحى والقبائلية والفرنسية، وكانت تخصّص يومين في الأسبوع لتوجيه إذاعات

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

خاصة للعمال الجزائريين بفرنسا، وكانت تبدأ برامجها بعبارة "هنا إذاعة الجزائر الحرة المكافحة" أو "صوت جبهة التحرير الوطني يخاطبكم من قلب الجزائر"، وكانت المواد المذاعة تشمل البلاغات العسكرية التي كانت الإذاعة تتلقاها عن طريق أجهزة اللاسلكي وتعليقات سياسية، ثم تطوّرت وأصبحت تذيع نشرة الأخبار نقلا عن الإذاعات الأخرى، كما أصبحت تذيع برامج أسبوعية مثل: برنامج "تاريخ الجزائر" و"صدى الجزائر" ثم أصبحت تبثّ النشيد "قسما"⁽¹⁾. واجهت الإذاعة في بدايتها عدّة مشاكل أهمّها: قلة الإمكانيات المادية، انعدام المواد الإذاعية، العزلة والتشويش، التهديد المتواصل من جانب قوات الاحتلال الفرنسي.

بعد أن تمّ إقامة محطة إذاعة مستقرة على الحدود المغربية وإحاطتها بوسائل الدفاع المختلفة انعكس ذلك على البرنامج ومدة الإرسال التي بدأت في "12 يوليو-جويلية-1959" تذيع على ثلاث موجات ثلاث مرات يوميا، عدا شهر نوفمبر من كل عام حيث يستمرّ البث من الرابعة صباحا من كلّ يوم حتى الثانية زوالا من اليوم الموالي، وقد طرأ فيها بعض التنوع على المواد المذاعة حيث زاد عدد الحصص سواء بالفرنسية مثل: "تاريخ الحضارات"، "تاريخ الجزائر"، "حصّة المرأة" ... أو بالعربية مثل: "صدى الجزائر في العالم"، "من أدب الثورة" ... أو بالقبائلية: "حصّة شعرية"، وبذلك قامت الإذاعة الجزائرية بدورها كاملا في رفع معنويات المناضلين وبثّ الثقة في نفوس الشعب الجزائري⁽²⁾.

3- الإذاعة الجزائرية بعد الاستقلال : كانت بداية الإذاعة في الجزائر المستقلة من الاتفاق الذي تمّ في "اتفاقيات ايفيان" والذي حدّدته بموجبه الشروط التي سيتم بمقتضاها نقل إنشاء الرّاديو والتلفزيون إلى حيازة الجزائر نهائيا، وفي "17 أوت 1962" أعلنت الهيئة التنفيذية المؤقتة أنّه بالاتفاق مع المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني قد قامت بتكليف شخصية جزائرية بالإشراف على برامج الإذاعة الجزائرية إلى أن يتمّ تشكيل الحكومة الجزائرية.

وفي "1 أوت 1963" صدر قرار ينظم راديو وتلفزيون الجزائر اللذين تعتبرهما الحكومة الجزائرية عنصرا يساعد في التنمية القومية وفي بناء المجتمع الجزائري⁽³⁾، وقد واجه حينها الإعلام الجزائري أزمة كبيرة نتيجة الإرث الإعلامي الاستعماري، والتخريب الاستعماري لأجهزته التي

(1) عواطف عبد الرحمان: الصحافة العربية في الجزائر-دراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية(1954-1962)، د.ط،

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

(2) المرجع نفسه، ص:ص:60،61.

(3) ماجي الحلواني وعاطف العبد: مرجع سابق، ص:204.

تركها، وانعدام الإطارات المتخصصة وقلة الإمكانيات والتجهيزات التقنية، فلم تكن شبكة الإرسال الإذاعية سنة "1962" تتعدى نطاق المدن الكبرى وضواحيها مثل العاصمة، قسنطينة وهران⁽¹⁾.

ورغم تلك المعوقات إلا أن السياسة الجزائرية ركزت على الميدان السمعي البصري وواصلت جهودها في سبيل تطوير هذا القطاع، خاصة أن الفترة التي استقلت فيها الجزائر عرفت ازدهارا كبيرا للتلفزيون في العالم، كما أن الظروف المحلية الجزائرية حينها خاصة تفشي الأمية فرضت عليها ضرورة المواصلة في توسيع شبكات الراديو والتلفزيون، فأنشأت سنة "1966" محطتان جديدتان للإرسال، الأولى في "عين البيضاء" والثانية قرب وهران حيث كانتا تذيغان على الموجة المتوسطة بقوة "500 كيلوواط" حيث أصبحت بعدها الإذاعة تسمع من جميع مناطق شمال البلاد بصفة مرضية، وفي سنة "1970" أنشأت محطة على الموجة الطويلة قوتها "1000 كيلوواط" ومحطة أقوى ببوشاوي على الموجة القصيرة، وهذه الجهود جعلت 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⁽²⁾.

ب- 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 وبيشار، 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 أضحى الانشغال يطرح نفسه بجدّة 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 ومستمر، ومن هنا ارتأى الفريق الذي كُلف بالإشراف على انطلاق المحطة أن يطرح فكرة إنشاء إذاعة محلية ببيشار، إلا أن الفكرة قوبلت بالرفض نظرا للطايبو الذي ظل قائما حول الإذاعة المحلية كونها تهدد الوحدة الوطنية بالإضافة إلى أنّها فكرة استعمارية.

(1) حسن بومالي: مرجع سابق، ص: 15.

(2) زهير إجمال: مدخل العلوم الإعلام والإنصال، دة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص: 107.

وفي بداية التسعينات تفتّح قطاع الإعلام على مبادرات جديدة وكانت بذلك مبادرة الإذاعة الجزائرية إلى إنشاء أوّل إذاعة محليّة وهي إذاعة الساورة⁽¹⁾.

ج- نماذج عن الإذاعات المحليّة الجزائرية:

1- إذاعة الساورة :

في "20 أفريل 1991" انطلق أوّل صوت لإذاعة محليّة ببلادنا من بشار معلنا "هنا إذاعة الساورة" نسبة إلى وادي الساورة بهذه المنطقة، حيث تبثّ فقراتها على مدار ساعتين، عبر ثلاث ولايات: بشار، أدرار و تندوف، ثمّ ضاعفت ساعات بثّها إلى 06 ساعات من الزمن، فثمان (08) ساعات الآن.

- **أهدافها:** إنّ تأسيس إذاعة محليّة يستند إلى خطّة مدروسة تأخذ بعين الاعتبار حاجات المناطق الأكثر حرمانا من الوسائل الإعلامية وتراعي خصوصية سكّانها، فالإذاعة المحليّة ببشار تسعى لتحقيق عدّة أهداف منها :

- السهر على أن تلبّي شبكة البرامج الاحتياجات الفعلية للمستمعين الذين تصلهم برامج الإذاعة والأمر يتعلّق بالمضمون واللغة، حيث يجب أن تتلاءم شبكة البرامج مع ما يحتاجه المجتمع المحليّ وبلغته المحليّة المتفق عليها، وأيضا تغطية الأحداث المحليّة، إبراز الثقافة المحليّة، التعريف بتقاليد المنطقة وخصوصيات سكّانها.
- تعتبر منبرا حرّا بالنسبة للأشخاص والأعضاء الراغبين في تبليغ السكّان بالمواضيع ذات المصلحة المشتركة.
- تعمل على تحقيق التفاعل في عملية الاتصال الجماعي.
- محاولة إحياء التراث المحليّ والمحافظة على بقائه.
- أهمّ المحاور والبرامج : حتى تتمكّن إذاعة الساورة المحليّة من تحقيق أهدافها والقيام بمهمّتها، تمّ تسطير شبكة من البرامج تماشى والقواعد المنظّمة والمسيرة لهذا النوع من الإعلام المحليّ، وتمّ تصنيف المواد الواردة في الشبكة ضمن المحاور الرئيسية التالية:
- المحور التربوي: يهتم بالجانب التربوي والتوجيهي من خلال الاهتمام بالطفولة وطلاب المدارس والجامعات والأسرة والصحة.
- محور المنوّعات: يتكوّن من مجموعة من الحصص والبرامج الفنية والثقافية⁽²⁾.

(1) عن موقع: www.Algerian-radio.dz ، ت.د: 2004/09/10، ص: 1.

(2) المرجع نفسه: ص: 2.

- المحور الاجتماعي: ينصبّ الاهتمام في إطار هذا المحور على متابعة وتلبية احتياجات شرائح عريضة من المجتمع من كلّ الأعمار وفي مختلف القطاعات.
 - المحور الثقافي: يرتكز محور الثقافة على نقاط أساسية أهمّها البحث والتنقيب على التراث والآثار، استجلاء الذاكرة من خلال التطرق إلى تاريخ المنطقة وتوفير فضاءات الطاقة الشابة وتشجيع المبدعين، فيشكّل ذلك مسحا لأنماط الحياة الفكرية والأدبية والثقافية في المنطقة.
 - المحور الإعلامي: يتضمّن هذا المحور مجموعة من البرامج تغطّي كافة النشاطات اليومية على كافة الأصعدة من خلال تقديم مواد توفير خدمات تستجيب لانشغالات واهتمامات المواطن وتعكس توابك المسيرة التنموية.
 - المحور الديني: يهتم بإبراز القيم السامية للدين الإسلامي من خلال أحداث توجيهية.
- 2- إذاعة سيرتا :

دشّنت إذاعة سيرتا المحليّة يوم 02 فيفري 1995 من قبل مجموعة من الوزراء يتقدّمهم وزير الاتصال والثقافة، وخلافا على الكثير من الإذاعات المحليّة الحديثة النشأة، إذاعة سيرتا تعدّ امتدادا لإذاعة قسنطينة الجهوية التي كانت تغطّي 17 ولاية من الشرق الجزائري وتعمل خصيصا لتمويل القنوات الإذاعية الوطنية الأولى والثالثة بالأخبار في شتى المجالات، كما تساهم في الشبكة البرمجية الوطنية للقناة الأولى الناطقة بالعربية بإعداد و بث برامج متنوعة نذكر على سبيل المثال لا الحصر حصّة "سنيراما" التي تهتم بشؤون السينما هذه الحصّة تذاع أسبوعيا منذ 14 سنة دون إنقطاع.

تعمل حاليا إذاعة سيرتا المحليّة بعد مضاعفة ساعات البث ثمان ساعات في اليوم، وتشرف على تغطية أربع (4) ولايات هي: قسنطينة ، ميله ، سكيكدة و جيجل، بعد أن ورثت إذاعة سيرتا المحليّة هياكل إذاعة قسنطينة الجهوية، فاحتفظت بموجب ذلك بالإمكانات المادية والبشرية وأيضا بالتقسيم الإداري السابق، وتضمّ أربعة أقسام هي: القسم الإداري والمالي (يضم أيضا الإشهار)، القسم التقني، قسم الإنتاج، قسم الأخبار، ولكن رغم ذلك تفتقر الإذاعة إلى مقرّ موحد ولائق، فمصالحها متفرّقة في ثلاث أماكن مختلفة وتبعد الواحدة عن الأخرى⁽¹⁾، ونظرا لحيازة إذاعة سيرتا المحليّة على جهاز إرسال يعدّ نوعا ما قويّا(500 واط) يصل بثّ الإذاعة إلى

(1) عن موقع: www.Algerian-radio.dz، المرجع السابق، ص، ص: 2، 3.

حوالي 100 كلم من نقطة الإرسال.

3- إذاعة أدرار:

شرعت إذاعة أدرار المحلية في بث برامجها بتاريخ 04 جوان 1995، حيث امتدت فترات بثها على ثلاث مراحل هي:

- بدأت إذاعة أدرار في بث برامجها يوميا في المرحلة الأولى بأربع ساعات ابتداء من الساعة التاسعة صباحا إلى غاية الواحدة زولا باستغلال أستوديو واحد للبث والتسجيل والتركيب ذي تجهيزات تقنية قديمة .

- امتد البث الإذاعي من أربع ساعات إلى ست ساعات يوميا من التاسعة صباحا إلى الثالثة ظهرا ابتداء من 21 سبتمبر 1996 .

- مددت فترة البث من ست ساعات إلى ثماني ساعات يوميا من التاسعة صباحا إلى الخامسة عصرا ابتداء من 01 جويلية 1998، بعد أن دُعمت المحطة بتجهيزات ومعدات تقنية حديثة تشكل من أستوديو للبث، أستوديو للتسجيل وغرفة للتركيب والمزج.

يغطي البث الإذاعي لمحطة أدرار جل إقليم الولاية من دائرتي رقان وأولف جنوبا بنحو 250 كلم من مقر الولاية إلى دائرتي تيميمون وتتركوك شمالا بنحو 300 كلم باستثناء منطقة برج باجي المختار الحدودية التي تبعد عن مقر الولاية بنحو 850 كلم.

تبث إذاعة أدرار برامجها على الموجات المتوسطة MW العاملة بواسطة ثلاث محطات إرسال وهي موزعة كالتالي:

- أدرار على الموجه المتوسطة العاملة 235 بذبذبة قدرها 1089 كلوهرتز .

- رقان على الموجه المتوسطة العاملة 443 بذبذبة قدرها 693 كلوهرتز .

- تيميمون على الموجه المتوسطة العاملة 324 بذبذبة قدرها 927 كلوهرتز⁽¹⁾.

4- إذاعة سوف :

دشنت إذاعة سوف في 21 نوفمبر 1996، وقد انطلقت ببث يومي يمتد على مدار أربع ساعات يوميا على الموجه FM 89 التي كانت تغطي مساحة محدودة من ولاية الوادي شعاعها 10 كلم فقط، وفي 5 جويلية 1998 تضاعفت مدة البث من أربع إلى ثماني ساعات بنفس عدد العمال أي عشرين بالإضافة إلى المدير، ولكن ظلّت المساحة محدودة إلى غاية

(1) عن موقع: www.Algerian-radio.dz، المرجع السابق، ص: 4.

5-جويلية2000، حيث غير جهاز الإرسال وأصبحت الإذاعة تبث على الموجة 738MW لتغطي كامل تراب الولاية تقريبا ويصل البث أحيانا حتى بعض الولايات المجاورة ورقلة، بسكرة. إذاعة سوف يقع مقرها وسط حي الرمال السكني بعاصمة الولاية، وهي تتوفر على أستديو للبث وآخر للإنتاج منجز بنسبة 80% وقاعة للتركيب وأخرى للتحضير، والمكتبة الغنائية والإدارة ومكاتب مختلفة إلى جانب سيارة للبث مجهزة.

5- إذاعة الطاسيلي:

رأت النور يوم 27جانفي1997، حيث بدأت تبثّ برامجها لمدة ثلاثة ساعات من العاشرة صباحا إلى الواحدة زوالا على مستوى الدوائر الثلاث لولاية إيليزي وهي: إيليزي مقرّ الولاية، جانت جنوبا و عين أمناس شمالا على الأمواج التالية: 88FM دائرة إيليزي، 89FM بالنسبة لدائرة عين أمناس و738AM على مستوى دائرة جانت، وهذا بفضل طاقم شاب رفع التحدي مؤمنا بأهمية الرسالة التي يؤديها بالنسبة لتنمية المنطقة والوطن.

زادت الإذاعة من ساعات بثّها يوم 18/02/1998 إلى خمس ساعات من التاسعة صباحا إلى غاية الثانية مساء، وفي نفس الهدف أضافت إذاعة الطاسيلي ثلاث ساعات بثّ برامج 100% محلية وهذا من التاسعة صباحا إلى الخامسة مساء بدون انقطاع، بهذه الطريقة أرادت الإذاعة أن ترافق المواطن في حياته اليومية لتجعله مواطنا صالحا وتعبر عن انشغالاته المختلفة باستمرار.

تقع إذاعة الطاسيلي في مدينة إيليزي مقرّ ولاية إيليزي، وهي المدينة الإدارية من الجهة الشمالية للمدينة محاذية للطريق الوطني المؤدي إلى المطار وعين أمناس في بناية متكوّنة من طابق أرضي وآخر علوي، يتكوّن طاقمها من 20 عضوا كلّهم شباب، يسعون لضمان رسالة إعلامية يومية في كلّ المجالات، وهذا ضمن شبكة برامج متنوّعة تحاول تلبية أذواق الجميع، بما برامج إخبارية تواكب التنمية المحليّة، وبرامج اجتماعية تحاول توعية المواطن وتعبر عن انشغالاته اليومية، والمرأة أيضا لها نسبة معتبرة من البرامج التي تخصّها وتعبر عنها، كما تفسح لها المجال للتعبير عن ما يشغلها وما طموحها في هذا المجتمع، وهذا باللغة الوطنية والتارقية، بالإضافة إلى برامج أخرى منها رياضية، ثقافية مسلّية عن طريق حصص الأسئلة والأجوبة، وللتنشيط الحيوي تتوفر لدى إذاعة الطاسيلي خزانة أغاني معتبرة تتجدّد باستمرار بما إنتاج محليّ وطني، ودولي تلبي أذواق الجميع⁽¹⁾.

(1) عن موقع: www.Algerian-radio.dz، المرجع السابق، ص:5.

وبصفة عامة تحاول الإذاعة أن تكون مساحة تلتقي فيها كل شرائح هذا المجتمع للتداول والتشاور لبناء مجتمع متكامل، وأن تكون أيضا همزة وصل بين الإدارة والمواطن باعتبارها عنصرا أساسيا لبرامج التنمية المحلية، وتريد لنفسها أن تكون نافذة يطلّ من خلالها المجتمع المحلي على ما يجري في وطنه والعالم الخارجي.

نشطت إذاعة الطاسيلي على المستوى الوطني بتنظيمها لورشة ضمت عدد من الإذاعات المحلية تحت عنوان «دور الإذاعة المحلية في الحفاظ على التراث والحضارة»، وعلى المستوى الدولي أشرفت على تنظيم دورة الجامعة الإذاعية والتلفزيونية الدولية وهذه مسابقة دولية بين الإذاعات الوطنية التي نالت نجاحا كبيرا وشهدت تنظيما محكما حسب شهادة المشاركين الأجانب.

6- إذاعة تندوف :

إن إنشاء إذاعة تندوف المحلية بمنطقة حدودية صحراوية توجد في أقصى الجنوب كان أكثر من ضرورة، حيث كان أول بث لبرامجها يوم 12 مارس 1999، ومنذ انطلاقتها تحاول إذاعة تندوف المحلية البروز وإيجاد مكان لها في قلوب مستمعيها، ويقتى هدفها الأسمى هو رفع انشغالات وهموم المواطن بهذه المنطقة في أكثر من مناسبة، ومنذ إنشائها كانت الإذاعة دائمة الحضور بفعالية سواء كانت مناسبة وطنية أو محلية حيث التفاعل الكبير مع الوسط المحلي.

تبث الإذاعة برامجها على الموجة المتوسطة 666MW كيلوهرتز، وتمتد برامجها على مدار 350 كلم.

7- إذاعة الزيبان :

إذاعة الزيبان هي إحدى الإذاعات الجهوية التابعة للإذاعة الجزائرية، بدأت بث برامجها للجمهور في: 14/06/1999 وتمّ تدشينها الرسمي في 30/07/1999، سميت إذاعة الزيبان لوجود مقرها في مدينة عريقة كانت ولا زالت عاصمة لمنطقة الزيبان التي تنسب إليها المدينة، و الزيبان مفردا الزاب وهي كلمة ذات مصدر عراقي نسبة إلى مدينة عراقية تدعى الزاب، وكانت معروفة بكثرة نخيلها ووفرة مياهها، فصارت تطلق هذه الكلمة على كل مكان به نخيل وماء ومن هنا جاءت تسمية الزيبان كما ذهبت إلى ذلك بعض كتب التاريخ. (1)

أصبحت إذاعة الزيبان الجهوية تبث برامجها على موجة FM 91.2 ابتداء من: 25/05/2003 لتغطي خارطة ثقافية واجتماعية مهمة تمتد عبر كل منطقة الزيبان وسهل الحضنة ومنطقة وادي

(1) عن موقع: www.Algerian-radio.dz، المرجع السابق، ص: 6.

ريغ بشعاع يزيد عن 150 كلم.

ترسل الإذاعة برامجها على مدى ثماني ساعات كاملة ابتداء من السادسة صباحا إلى الثانية زوالا، يبلغ عدد فريقها العامل اثنين وعشرون عاملا معدّل أعمارهم خمسة وعشرون عاما، جلّهم متحصّل على شهادات جامعية ويرأسها صحفي قديم وإطار من إطارات الإذاعة الجزائرية، كان رئيس تحرير لقناتها الأولى (الناطقة بالعربية) وعضو في المجلس الأعلى للإعلام ومشرفا على إنشاء عدة إذاعات محليّة أخرى سبقت إذاعة الزيان. تحصّن الإذاعة 98% من برامجها لنشاط المنطقة المحليّ سواء في المجال الإعلامي أو الثقافي أو الاقتصادي أو الاجتماعي⁽¹⁾.

(1) عن موقع: www.Algerian-radio.dz، المرجع السابق، ص: 6.

الفصل الرابع : البرامج الدينية في إذاعة الصومام

4-1 : التعريف بعينة الدراسة:

4-1-1 : العينة المكانية:

اخترنا إذاعة الصومام المحلية كعينة مكانية لدراستنا من بين الإذاعات المحلية الجزائرية، ومن مجموع برامج إذاعة الصومام اخترنا البرامج الدينية للدراسة التحليلية .

أ- تعريف إذاعة الصومام:

1- مجال الإرسال والبث:

إذاعة الصومام هي الإذاعة المحلية لولاية بجاية، دشنت في 19 أوت 1996، تبث برامجها على الموجات الترددية FM باستخدام جهازين للإرسال، الأول متواجد في جبل "قورايا" تصل قوته إلى مائة(100) واط على الذبذبة 90.9 MGH، والثاني متواجد في جبل "أكفادو" تصل قوته إلى عشرة (10) كيلوواط على الذبذبة 88.7 MGH، وهو ما يسمح لها بتغطية شعاع قدره ثلاث مائة(300) كلم، مما يمكن إرسال الإذاعة من تغطية كاملة لولاية بجاية بدوائرها وقراها كما يمتد إرسالها إلى الولايات المجاورة خاصة: تيزي وزو، البويرة، البليدة، الجزائر العاصمة، سطيف، حيث يصلها الإرسال بوضوح واستمرار، كما أن هناك ولايات أخرى يصلها الإرسال ولكن ليس باستمرار مثل ولاية باتنة، المسيلة...وفي المجموع يصل إرسال الإذاعة إلى عشر(10) ولايات⁽¹⁾.

بدأت الإذاعة بث برامجها بمعدل أربع ساعات يوميا من التاسعة صباحا إلى الواحدة زوالا، وكان ذلك من تاريخ 19 أوت 1996 إلى غاية 4 جويلية 1998.

زادت من حجم بثها إلى 8 ساعات من التاسعة صباحا إلى الخامسة مساء، وذلك من 5 جويلية 1998 إلى غاية 4 جويلية 2004.

أخيرا وصل البث إلى 12 ساعة من التاسعة صباحا إلى التاسعة ليلا وذلك ابتداء من 5 جويلية 2004 إلى يومنا الحالي⁽²⁾.

(1) مقابلة شخصية مع السيد: محمد كمال حمي، مدير إذاعة الصومام، 2005/05/29 .

(2) مقابلة شخصية مع السيد: حفاف مالك، ملحق إداري في إذاعة الصومام، 2005/05/30 .

الفصل الرابع

البرامج الدينية في إذاعة الصومام

1-4 : التعريف بعينة الدراسة

1-1-4 : العينة المكانية (إذاعة الصومام)

2-1-4 : العينة الزمانية

2-4 : تصنيف فئات التحليل

1-2-4 : الفئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل ؟

1-2-4 : الفئات التي تجيب عن السؤال كيف قيل ؟

أ2- الهيكل الإداري والتنظيمي :

على غرار المؤسسات الإعلامية المختلفة تمتلك إذاعة الصومام هيكلًا إداريًا و تنظيميًا يخوّل لها القيام بالمهام المختلفة التي أنشأت لأجلها ، وهذا ما سنعرضه في النقاط التالية:

- **الإطار الإداري :** تتبع إذاعة الصومام المحليّة في إطارها الإداري إلى المديرية العامة للإذاعة، أي أنّها لا تمتلك استقلالًا إداريًا بل تُعتبر مؤسسة إعلامية تابعة للمؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة "الإذاعة الجزائرية"، ومثال ذلك "مجال التمويل"، حيث أنّ الهيكلية الإدارية الحالية لا تمنح للإذاعة استقلالًا ماليًا بل تعتمد في تمويلها و تغطية مصاريفها على المديرية العامة، إذ تخصص لها اعتمادًا ماليًا لمواجهة النفقات المستعجلة كدفع المصاريف الخاصة بأعباء الكهرباء والماء، الهاتف، ومصاريف أخرى كمستحقات المنتجين والمتعاونين مع الإذاعة، أما مداخيل الإشهار التي تحصل عليها المحطة وإن كانت هامة فإنّها تُدفع إلى الخزينة العامة للإذاعة في العاصمة ، ولكن في المقابل هناك خطة إعلامية واعدة في المستقبل في سبيل تغيير الهيكل الإداري للمؤسسة العمومية للإذاعة لإعطاء الإذاعات المحليّة استقلالًا ماليًا، وقدرة أكبر على المبادرة واستعمال جزء من مداخيل الإشهار⁽¹⁾.

- **الإطار البشري العامل في الإذاعة:** يصل عدد العمال الدائمين العاملين في الإذاعة إلى 29 عاملاً مقسمين كما يلي:

- مدير الإذاعة: هو المسؤول الوحيد في الإذاعة ، حتى أنّ الإذاعة ليس لها أيّ رئيس تحرير وهذا يعود في الأساس إلى كون الإذاعة صغيرة ولا تملك عمال كثيرين.
- الصحفيون: تمتلك الإذاعة 6 صحفيين يعملون في مختلف التخصصات سياسة، ثقافة، رياضة..
- المنشطون: تمتلك الإذاعة 4 منشطين يعملون في تنشيط مختلف الحصص المختلفة كالحصص الفكاهية، الحصص الغنائية...
- المخرجين: يعمل في الإذاعة 4 مخرجين يتناوبون على العمل الصباحي والمسائي دون التخصص في برنامج أو آخر.

(1) مقابلة شخصية مع السيد: محمد كمال حمي، مدير إذاعة الصومام، 2005/05/30 .

- التقنيون: يعمل في الإذاعة 6 تقنيين مكلفين بالأعمال التقنية المختلفة كالعمل في العارضة التقنية أو قاعة التركيب والمزج ، طاولة الصوت⁽¹⁾.

- أما بقية العمال فهم موظفون خارج التخصص، مثل عمال الصيانة أو السائقين أو عمال الاستقبال والأمن...

كما تمتلك الإذاعة عمال متعاونين يصل عددهم إلى 35 متعامل، مقسمين بين المرسلين المحليين، والذين يصل عددهم إلى 15 مراسلا في مختلف المناطق التي يصل إليها البث مثل: تيزي وزو، البويرة، سيدي عيش، أقبو، تيشي، سوق الاثنين، القصر، برباشة...، أما باقي المتعاونين فهم منتجين يصل عددهم إلى 20 منتجا يعملون في مختلف الميادين كالميدان الديني (3 منتجين) ، الميدان الصحي، الميدان الاقتصادي...

- مقرّ الإذاعة: يقع مقر إذاعة الصومام المحليّة في نهج "يوسف بوشباح" وسط مدينة بجاية وقد تعرض المقر سابقا إلى عمل تخريبي، حيث تمّ حرقه إثر أحداث منطقة القبائل عام 2001 ممّا أدى إلى توقف الإذاعة لمدة عام، وبعد ترميم المبنى عادت الإذاعة إلى العمل في أوت 2002 ، أمّا حاليا فيتم العمل في نفس المقر المتواضع، والذي يحتوي في مجمله على مكتبين أحدهما للمدير و الآخر كملحق إداري إضافة إلى أربع قاعات صغيرة مخصصة لما يلي :

1- قاعة التحرير: هي القاعة التي يجتمع فيها الصحفيون لتحضير وترتيب أعمالهم .
2- قاعة للبث المباشر: تستخدم هذه القاعة كأستوديو وحيد للبث المباشر، وحسب رأي العاملين في الإذاعة فإنّ هذا الأستديو يكفيهم لعملهم لأنّها صغيرة وعدد العمال فيها قليل.
3- قاعة التسجيل: وهي الوحيدة أيضا المستخدمة كأستديو للتسجيل حيث يتم فيها تحضير وتسجيل الحصص غير المباشرة .

4- قاعة التركيب والمزج: وهي قاعة مجهزة بمختلف وسائل الالتقاط والتسجيل والعرض حيث يتم فيها استقبال المراسلات التي تأتي من خارج الإذاعة من طرف المرسلين العاملين فيها، بعدها يتم ترتيبها وهيئتها من طرف أحد الصحفيين ليقوم تقني الصوت بمزجها بغرض إرسالها إلى الأستديو المباشر لعرضها في الموجز أو في نشرة الأخبار المباشرة مع ربط الخبر الوارد بصوت المراسل المحلي الذي ينقله، على أن يحرص تقني الصوت على نقل الصوت بوضوح وبدون تشويش⁽²⁾.

(1) مقابلة شخصية مع السيد: محمد كمال حمي، مدير إذاعة الصومام، 2005/05/30 .

(2) مقابلة شخصية مع السيد : زيدان عبدلي تقني عامل بالإذاعة، 2005/05/30.

ب- أهداف إنشاء إذاعة الصومام المحليّة :

يهدف إنشاء هذه المحطة إلى ما يلي :

- الإعلام والترفيه قصد إثراء أوقات الفراغ لكل السكان الذين يشكلون مستمعي المحطة.
- ترقية المشاركة والتعبئة الاجتماعية.
- تفضيل الانسجام الاجتماعي والتنمية .
- مساندة المبادرات المحليّة للتنمية .
- التربة للحصول على ثقافة ديمقراطية.
- تشجيع الوحدة الوطنية.

ج- القواعد المتحكمة في إنجاح مهمة الإذاعة:

تحرّى إذاعة الصومام المحليّة الموضوعية وتلتزم بها وتعتمد في عملها على الإعلام

الحرّ التريه بغرض كسب الجمهور وشد انتباهه ولا يكون ذلك إلا بمراعاة ما يلي :

ج1 - التحكم في المحيط: وذلك بواسطة معرفة المحيط الذي تنمو فيه الإذاعة وهي ضرورة بل ملزمة، وتمارس هذه المعرفة في الميادين التالية: التاريخ، الجغرافيا، العادات والتقاليد، الحياة الجموعية، مختلف أنماط الحياة، الهيئات المحليّة، صانعي الرأي المحلي، المصاعب الظرفية، اللغات واللهجات المحليّة.

ج2- احترام أخلاقيات المهنة: وذلك يكون بما يلي:

- تفادي بث أي معلومة غير متأكد منها والتي تظهر فيما بعد خاطئة.
- تجنب تغطية أي حدث بطريقة ذاتية ومتحيزة.

- السهر على رجوع الصدى (feed back) وإدراج التعديلات التي من شأنها إزالة الإحباط.

ج3- المبادئ العامة للبرمجة: ويكون ذلك على أساس المشاركة (مشاركة المستمعين)

وتتمين المكاسب الاجتماعية والعمل على تحقيق ما يلي:

- صقل الهوية المشتركة التي بدورها تدعم التضامن.
- تفضيل وتشجيع الانسجام الاجتماعي.
- دعم الوحدة الوطنية والسلام.
- أن تكون ذات تفاعلية كاملة.⁽¹⁾

(1) مقابلة شخصية مع مدير الإذاعة: 2005/05/29.

- ترقية الإنتاج الموسيقي وتشجيع المواهب المحلية.
- تنشيط الحيوية في المنطقة بمحاولة إبراز مختلف الرهانات الاجتماعية، الاقتصادية وغيرها.

د- التعريف بالحصص الدينية الثلاث :

1د : حصّة حديث الصباح : هي حصّة دينية يومية في الوعظ والإرشاد لمدة خمس (05) دقائق في غير شهر رمضان، ولمدّة عشر (10) دقائق في شهر رمضان وبعض المناسبات الدّينية كعاشوراء والمولد النبوي الشريف والأعياد.

بدأ أوّل بثّ للحصّة في شهر سبتمبر 1998 باقتراح من مدير المحطّة آنذاك السيّد "مقران تاهرات"، وقد أشرف على إعدادها وتقديمها الشيخ بوعلام جوهرى، وتتناول الحصّة في عمومها عدة مواضيع دينية مختلفة نذكر منها يلي:

- العقيدة: مثل أركان الإيمان، محاربة الخرافات ومظاهر الشرك ...
- الأخلاق: الفضائل والردائل .
- المعاملات: مثل العلاقات الأسرية والجوار والأخوة الإسلامية...
- القيم: مثل العدل، المساواة، الكرامة الإنسانية، العرض، الحرية...
- منظومة الحقوق في الإسلام: مثل حق الله، حقوق الوالدين، حقوق القرابة، حقوق الكفار...
- محاربة التبشير المسيحي من خلال عرض آيات القرآن الكريم التي تتناول النصرى أو عيسى عليه السلام.
- عرض لمقاصد وأهداف الشريعة الإسلامية في حفظ الدّين والنفس والعقل والعرض والمال.
- محاربة البدع في العادات والعبادات.
- الإسهام في التوعية السياسية حول قضايا الأمة من غزو العراق وقضية فلسطين.
- الحديث عن المناسبات الوطنية والتاريخية وبعض المناسبات العالمية.
- الحديث عن وسطية الإسلام وخاصية التبشير والتيسير ورفع الحرج ودرء المفاسد وجلب المصالح ومراعاة الأعراف.
- الإعجاز العلمي للقرآن والسنة، ومحطات عن سيرة النبي صلّى الله عليه وسلّم.
- تعرض الحصّة مواضيعها باللغة القبائلية الأمازيغية وذلك من باب "خاطبوا الناس بما يفهمون"، ومن باب قوله تعالى: (وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ...) (إبراهيم:4)، ومن

باب عالمية الرسالة المحمدية في قوله تعالى: (قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعاً... .)
(الأعراف:158).

- **التعريف بمعدّ الحصة:** يعدّ ويقدم الحصة الشيخ بوعلام جوهرى، وهو من مواليد 4 جويلية 1971 ببجاية، متحصّل على شهادة ليسانس في العلوم الإسلامية من جامعة الأمير عبد القادر بقسنطينة سنة 1993، ثم حصل على شهادة الماجستير من نفس الجامعة قسم الدعوة والإعلام سنة 2001 تحت عنوان "البعد الدعوي في أعمال مولود قاسم نابت بلقاسم".
يشغل حالياً منصب أستاذ ثانوي في مادة علوم الشريعة، وأستاذ مشارك بقسم اللغة والأدب العربي بكلية العلوم الإنسانية بجامعة بجاية مكلف بتدريس مادة علوم القرآن الكريم، كما يشغل منصب إمام أستاذ متطوع مكلف بالجمعة والدروس بمسجد الرحمان ببجاية.
أما عن عمله في الإذاعة فإنه ينتج وينشّط حصتين إذاعيتين هما: حصة "حديث الصباح" - محل دراستنا- وحصة "حكايات خالدة" التي تتناول القصص الشعبية والأمثال في منطقة القبائل الصغرى⁽¹⁾.

2: **حصّة الفتاوى الشرعية:** هي حصّة دينية أسبوعية تختص بالإفتاء، بدأ أول بث لها في شهر سبتمبر 1996، وكانت آنذاك من إعداد الصحفي مدير الإذاعة السيد "أحمد بلعدي" بمشاركة الشيخ "محمد لتيام" والشيخ "بلمولود علي" المعروف عند أهل بجاية بالشيخ "علاوة" -رحمه الله-، وكانت تبث حينها على مدار ساعة ونصف كل يوم جمعة، ومع بداية سنة 1998 أصبح يعدّها الشيخ "محمد لتيام" منفرداً أما الشيخ "علاوة" فتركها لأسباب صحية، وحينها تمّ تقليص حجمها الزمني إلى ساعة واحدة ولا زالت كذلك إلى يومنا هذا، حيث يخصّص نصف الساعة الأوّل للإجابة عن الأسئلة المكتوبة أمّا النصف الثاني فيخصّص للإجابة عن الأسئلة المباشرة عن طريق الهاتف، تقدم الحصّة برامجها باللغة الأمازيغية.

- **التعريف بمعدّ الحصة:** يعدّ ويقدم الحصة الشيخ "محمد لتيام" المولود ببجاية في 10/03/1959، درس حتى السنة الثالثة ثانوي، حفظ القرآن الكريم كلّه على يد الشيخ "عمر حموش" إمام مسجد "عبد الحميد بن باديس" ببجاية، يشغل حالياً منصب إمام أستاذ بمسجد الكوثر ببجاية⁽²⁾.

(1) مقابلة شخصية مع السيد بوعلام جوهرى، معدّ الحصة: 2005/05/28.

(2) مقابلة شخصية مع السيد محمد لتيام، معدّ الحصة: 2005/05/02.

د3- حصّة دين ودنيا: هي حصّة دينية أسبوعية تهتم بحياة الناس اليومية ومعاملاتهم فيما بينهم ، بدأ بثها مع بداية البثّ الأوّل للإذاعة في شهر أوت 1996، حيث كان يعدّها ويقدمها الشيخ "محمد الشريف بن شيخ" وكانت تبثّ باللغة الأمازيغية على مدار نصف ساعة (30) دقيقة كلّ يوم إثنين صباحا من 11.00 سا إلى 11.30 سا ؛ توقف بثّها مع أحداث منطقة القبائل وإحراق مبنى الإذاعة سنة 2001، وفي سنة 2003 وبالضبط في شهر جوان أعيد بثّ الحصّة باقتراح من الشيخ "الصادق وعلي" الذي أشرف على إعدادها وتقديمها هذه المرّة باللغة العربية الفصحى ودائما لمدة نصف ساعة كلّ يوم إثنين مساء من 14.30 سا زوالا إلى 15.00 سا زوالا، تتناول الحصّة في مواضيعها غالبا القضايا الاجتماعية مثل التكافل الاجتماعي، الأمراض الاجتماعية وكيفية علاجها في الإسلام، التربية والمجتمع، الآداب الاجتماعية، الحقوق والواجبات الاجتماعية...

- التعريف بمعدّ الحصّة: يعدّ ويقدم الحصّة الشيخ "محمد الصادق وعلي" المولود في 1943/08/03 ببجاية، تحصل على شهادة الأهلية سنة 1969، وبعدها شهادة الكفاءة العليا للمدرّسين ثمّ شهادة الكفاءة الأستاذية للتعليم المتوسط والثانوي، وأخيرا شهادة الليسانس في اللغة والآداب من جامعة تيزي وزو، اشتغل في التعليم منذ سنة 1962، وحاليا يشغل منصب إمام أستاذ إضافة إلى كونه رئيس الشعبة الولائية لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين لولاية بجاية، لديه عدّة مؤلفات منها: مشاهير الأعلام في بجاية ووادي الصومام، من بلاغة القرآن الكريم وإعجازه البياني، القرآن الكريم من عصر التريل إلى عصر الطباعة والتسجيل، الحياة الفكرية في بجاية في عهد الدولتين الحمادية والحفصية (كلها غير منشورة)⁽¹⁾.

4-1-2: التعريف بالعيّنة الزمانية للدراسة:

فيما يخص العيّنة الزمانية فستشمل ثلاثة أشهر الأولى من الموسم الإذاعي 2004-2005 ابتداء من شهر جانفي 2005 إلى شهر مارس 2005، ويتم اختيار حصّة واحدة من كلّ أسبوع من كلّ شهر دوريا باستخدام العينة الدورية المنتظمة، حيث يكون المدى شهر واحد بين كلّ حصّة وأخرى، أي بمعدل 7 حصص مختلفة بالنسبة لكلّ حصّة من الحصص الثلاث على النحو الذي بيّنه الجدول رقم (1) :

(1) مقابلة شخصية مع السيد محمد الصادق وعلي، معدّ الحصّة: 2005/06/06.

- الجدول رقم 01 : العينة الزمانية -

المجموع	الفتاوى الشرعية	دين ودنيا	حديث الصباح	الحصص العينة الزمانية
3	2005/01/07	2005/01/03	2005/01/01	الأسبوع الأول من جانفي
3	2005/02/11	2005/02/14	2005/02/13	الأسبوع الثاني من فيفري
3	2005/03/18	2005/03/21	2005/03/21	الأسبوع الثالث من مارس
3	2005/01/28	2005/01/24	2005/01/25	الأسبوع الرابع من جانفي
3	2005/02/04	2005/02/07	2005/02/02	الأسبوع الأول من فيفري
3	2005/03/11	2005/03/14	2005/03/10	الأسبوع الثاني من مارس
1	-----	2005/01/17	-----	الأسبوع الثالث من جانفي
2	2005/02/25	-----	2005/02/26	الأسبوع الرابع من فيفري
21	07	07	07	المجموع

4-2 : تصنيف فئات التحليل:

تبدأ عملية تصنيف وتحديد الفئات بالنسبة للدراسة التحليلية انطلاقاً من التحليل الكمي للمحتوى، والذي يبدأ بتجزئة هذا المحتوى حسب الإشكالية التي يحملها البحث، في محاولة للإجابة عن هذه الإشكالية وتساؤلاتها، بما يخدم أهداف البحث والنتائج المراد التوصل إليها⁽¹⁾.

4-2-1: محور المضمون : الفئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل ؟

أولاً: فئة الموضوع :

هي الفئة الأكثر استخداماً في دراسات تحليل المضمون، والتي تقوم بتصنيفه وفقاً لموضوعاته، وتجيب عن التساؤل الرئيسي الخاص بالموضوع ومجموعة الموضوعات التي تدور حولها المادة الإعلامية⁽²⁾، حيث يتم تقسيم كل موضوع رئيسي إلى مجموعة موضوعات فرعية، وتهدف هذه الفئة إلى الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى والإجابة عن السؤال علا ما يدور موضوع المحتوى ؟ وتستخدم أساساً هذه الفئة للكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى بالموضوعات المختلفة التي يعرضها الإعلام⁽³⁾.

قمنا بتصنيف المحتوى الخاص بدراستنا التحليلية في فئة الموضوعات إلى فئات رئيسية هي:

- 1- الموضوعات العقديّة: وتمّ تقسيمها إلى الموضوعات الفرعية التالية: الإيمان والإخلاص، القضاء والقدر، الجزاء (ثواب وعقاب)، الغيب .
 - 2- الموضوعات التشريعية : قسّمت إلى الموضوعات الفرعية التالية: الزواج، العبادات، التعامل مع غير المسلمين، الأموال، الحجاب، قراءة القرآن .
 - 3- الموضوعات الاجتماعية : قسّمت إلى الموضوعات الفرعية التالية: آداب وأخلاق إسلامية، الإسلام ومعالجة المشاكل، السير والتراجم، شخصيات إسلامية .
 - 4- الموضوعات الفكرية : قسّمت إلى الموضوعات الفرعية التالية: قضايا الإعلام الإسلامي، قضايا الفكر الإسلامي، الإعلام والشباب .
- منه يصبح الموضوع الرئيسي بفئاته الفرعية وحدة للتحليل، أمّا وحدة العدّ والقياس فستكون "وحدة الفكرة" حسب تكرارها الدالة في مضمونها عن الموضوع الرئيسي أو إحدى فئاته.

(1) محمد عبد الحميد : تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979، ص:ص 112، 113.

(2) سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص:ص 265.

(3) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص:ص 23.

- جدول رقم 02 : فئة الموضوعات -

مج النسب %	مج التكرارات	النسبة %	التكرار	الموضوعات الفكرية			النسبة %	التكرار	الموضوعات الاجتماعية					النسبة %	التكرار	الموضوعات التشريعية					النسبة %	التكرار	الموضوعات العقلية				الموضوعات الفرعية	
100	24	0	0	قضايا الإعلام الإسلامي	0	0	58.34	14	شخصيات إسلامية	0	1	4	9	20.83	5	قراءة القرآن	0	1	2	1	20.83	5	الغيب	0	4	0	1	الموضوعات الفرعية
100	35	2.86	1	قضايا الفكر الإسلامي	0	0	65.71	23	السير والتراجم	0	9	4	7	2.86	1	الحجاب	0	0	0	1	28.57	10	الجزاء	0	1	4	5	دين ودنيا
100	108	0	0	الإعلام والشباب	0	0	19.44	21	الإسلام ومعالجة المشاكل	0	2	2	19	71.30	77	التعامل مع غير المسلمين	2	5	1	57	9.26	10	القضاء والقدر	4	1	2	3	فتاوى
100	167	0.60	1		0	0	34.73	58	آداب وأخلاق إسلامية	3	10	10	35	49.70	83	العبادات	6	2	59	12	14.97	25	الإيمان	4	6	6	9	الجميع

- القراءة الرقمية والتحليلية للجدول رقم-2- الخاص بفئة الموضوعات:

يتضح لنا من عنوان الجدول رقم-2- أن بياناته الرقمية متعلقة بنوع الموضوعات التي تناولها البرامج الدينية في إذاعة الصومام، حيث يهدف الجدول في بياناته الإحصائية إلى الإجابة عن التساؤل الأول في الدراسة والذي يتمحور حول ماهية المواضيع التي تناولها البرامج الدينية في إذاعة الصومام، ومن أجل بيان ذلك اعتمدنا على عدد تكرارات كل موضوع وبيان نسبته المئوية مقارنة مع غيره من الموضوعات الأخرى.

يتضح لنا حسب البيانات الرقمية للجدول رقم-2- أن أعلى نسبة وصلت إلى 49.70% والتي تعبر عن نسبة الموضوعات التشريعية. بمجموع تكرارات قدره 83 تكرار، أما أدنى نسبة فكانت 14.79% المعبرة عن نسبة الموضوعات العقدية. بمجموع تكرارات قدره 25 تكرار، أما النسبة المتوسطة فكانت 34.73% وهي نسبة الموضوعات الاجتماعية. بمجموع تكرارات قدره 58 تكرار.

أما عن توزيع نسبة الموضوعات في كل حصة فإننا نجد ما يلي:

- فيما يخص الموضوعات التشريعية، حصلت حصة "فتاوى" على المركز الأول بنسبة 71.30%، ثم تليها حصة "حديث الصباح" بنسبة 20.83%، وفي المركز الثالث جاءت حصة "دين ودنيا" بنسبة 2.86% وهي نسبة صغيرة جدًا مقارنة مع النسبتين الأوليتين، وهذا دليل على عدم تركيز هذه الحصة في اهتمامها على هذا النوع من الموضوعات.

- فيما يخص الموضوعات الاجتماعية، حصلت حصة "دين ودنيا" على المركز الأول بأعلى نسبة قدرها 65.71%، تليها في المركز الثاني حصة "حديث الصباح" بنسبة 58.34%، وفي المركز الأخير حصة "فتاوى" بنسبة 19.44% وهو ما يدل أيضا على أنها أقل اهتماما بهذا النوع من الموضوعات.

- فيما يخص الموضوعات العقدية، فقد حصلت حصة "دين ودنيا" على المركز الأول بنسبة قدرها 28.57%، تليها حصة "حديث الصباح" بنسبة 20.83%، وفي المركز الأخير حصة "فتاوى" بنسبة قدرها 9.26% وهي بذلك أقل اهتماما بهذا النوع من الموضوعات.

- الغريب الذي لاحظناه في الجدول رقم-2- هو ورود النسبة 0.60% والمعبرة عن نسبة الموضوعات الفكرية، والتي لم تتكرر إلا مرة واحدة في حصة "دين ودنيا"، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على انعدام الاهتمام بهذا النوع من الموضوعات في البرامج الدينية في إذاعة الصومام.

مما سبق يمكن لنا أن نستنتج أن البرامج الدينية في إذاعة الصومام المحلية تهتم بأغلب الموضوعات الدينية في مضامينها المختلفة، وهذا في الحقيقة ما ينبغي أن تحرص عليه الإذاعة المحلية في مجال نقل الدعوة الإسلامية وتشكيل الرأي العام، بما توفره للبرامج الدينية من إمكانية مخاطبة كافة الفئات الجماهيرية، خاصة فئة الأميين الذين لا تصل إليهم وسائل الإعلام المكتوبة، حيث يمكن للإذاعة أن تفسح المجال أمام هذا النوع من البرامج من دعم القيم الروحية وتقديم المفاهيم الصحيحة للدين الإسلامي، وربط الدين بالحياة بالمحافظة على العادات والتقاليد والقيم الروحية الأصيلة والأخلاق والمثل الرفيعة، وهذا ما يساعد عليه بيان الميزة الشمولية للدين الإسلامي والذي يعبر عنه تنوع الموضوعات الدينية في هذه البرامج.

لكن، أولاً: كيف نفسر حصول الموضوعات التشريعية على المركز الأول من بين الموضوعات الأخرى، ولماذا كانت حصّة "فتاوى" الحصّة التي حصلت على المركز الأول في هذه الموضوعات من بين الحصص الأخرى؟.

ثانياً: كيف نفسر حصول حصّة "دين ودنيا" على المركز الأول في الموضوعات الاجتماعية من بين الحصص الأخرى؟ .

ثالثاً: لماذا تكاد تنعدم الموضوعات الفكرية في هذه البرامج الدينية؟.

يمكن لنا أن نفسر ما سبق بما يلي:

1- إنّ حصول الموضوعات التشريعية على المركز الأول من بين الموضوعات الأخرى ربما يعود إلى حصولها على أعلى نسبة في حصّة "فتاوى"، وهي المخصّصة غالباً للإجابة عن أسئلة الإفتاء والأحكام الشرعية، وهذا ما نراه واضحاً في الجدول رقم-2- حيث نجد أن موضوع "العبادات" وحده استأثر بأعلى تكرار قيمته 57 تكراراً، كما أنّ موضوع "الزواج" حصل لوحده على 10 تكرارات كاملة، بالإضافة إلى ذلك نعلم أنّ حصّة "فتاوى" تمتلك أكبر حجم من حيث التوقيت إذ تستغرق الحصّة مدة ساعة كاملة (60) دقيقة مقارنة بالحصّتين الأخرين؛ حصّة "دين ودنيا" 30 دقيقة مع العلم أنّها حصّة أسبوعية أيضاً، وحصّة "حديث الصباح" 5 دقائق حتى وإن كانت يومية فإنّ حجم توقيتها في مدة أسبوع والذي يصل إلى 35 دقيقة لا يعادل في مجموعه حجم حصّة "فتاوى" وإن كانت أسبوعية؛ إذن مما سبق يمكن لنا القول أنّ حصول الموضوعات التشريعية على المركز الأول من بين الموضوعات الأخرى ربما لا يعود إلى اعتبارها الأهم بل إلى حيازتها على أكبر حجم زمني لعرضها مقارنة بالموضوعات المتبقية.

2- إنَّ حصول حصّة "دين ودنيا" على المركز الأوّل في الموضوعات الاجتماعية على حساب الحصّتين الأخرين، يعود في الأصل إلى أنّ هذه الحصّة أُعدّت لمعالجة مثل هذه الموضوعات المتعلّقة بالحياة اليومية للأفراد وعلاقتهم الاجتماعية من منظور الدّين الإسلامي، وهذا ما صرّح به معدّ البرنامج الشيخ "الصّادق وعلي" في أوّل حصّة بثتها الإذاعة حيث قال: "ها نحن نلتقي حول مائدة من مواعيد الإسلام الحنيف في إطار الشبكة الجديدة لإذاعة الصومام الفتية التي تسعى دوماً ومنذ نشأتها لخدمة المستمع الكريم (...). وهما هي ذي تدعم برامجها بهذه الحصّة الدّينية الجديدة باللغة العربية (...). وهذه الحصّة تكون تحت عنوان "دين ودنيا" وهي تعني بشؤون المستمعين في حياتهم اليومية وعلاقتهم مع غيرهم من منظور الدّين الإسلامي الحنيف..."⁽¹⁾.

3- إنَّ قلة التّركيز على الموضوعات الفكرية في هذه البرامج يمكن لنا أن نفسّره بما يلي:

- طبيعة المواضيع الفكرية التي تميّز غالباً بكونها مواضيع دسمة صعبة نوعاً ما، تحتاج إلى التّركيز وبذل الجهود في سبيل فهمها واستيعابها، وهذا مالا توفّره الإذاعة لأنّها تقوم على التبسيط والسهولة في عرض برامجها، وذلك لاعتمادها على وظيفة الاستماع التي لا تتطلّب التفرغ بشكل كامل لها، بل تتيح للمستمع القيام بعمل آخر في نفس الوقت الذي يستمع فيه للإذاعة مما يشتت انتباهه ويمنعه من التّركيز، وهذا لا يناسب المواضيع الفكرية التي يتطلّب فيها التّركيز والانتباه.

- انخفاض مستوى جمهور الإذاعة المحليّة والتي تحتوي على شرائح جماهيرية غالباً ما تكون أميّة، وبذلك فإنّ مستواها التعليمي والثقافي لا يؤهلها إلى الاهتمام بمثل هذه المواضيع التي تمّ غالباً النخبة المثقّفة، وهذا إن كان ميزة للإذاعة إلا أنّه من جهة أخرى يؤكّد غياب الطبقة المتوسّطة من المثقفين الذين يمثلون حلقة الوصل بين ذوي الثقافات العليا وذوي الثقافة الشعبيّة.

- إنّ حاجة المواضيع الفكرية إلى التبسيط والمرونة في التعامل معها ليفهمها الجمهور، يحتاج إلى وضعها في قوالب فنيّة مناسبة كالبرامج الحوارية من مقابلة وندوة مع أصحاب الاختصاص، وهذا ما نجده قليل في إذاعة الصومام حيث تعرض برامجها الدّينية على شكل "الحديث المباشر" الذي يعتمد على السرد في حصّتي "حديث الصباح" و"دين ودنيا"، وعلى شكل "السؤال والجواب" في حصّة "فتاوى" بإجابة إمام مختص في الشريعة على الأسئلة الفقهيّة للجمهور؛ إذن باختصار الشكل الفني المناسب للمواضيع الفكرية غير متوفر في إذاعة الصومام.

(1) الحصّة الأولى من "دين ودنيا" المؤرخة في 2002/06/17.

في الأخير نذكر بمجمل ما جاء من إحصائيات رقمية تكشف عن مراكز الاهتمام بالموضوعات المصنفة في كل حصّة من الحصص الثلاث:

- الموضوعات التشريعية:

- حصّة فتاوى شرعية: 71.30%
- حصّة حديث الصباح: 20.83%
- حصّة دين ودنيا: 2.86%

49.70%

- الموضوعات الاجتماعية:

- حصّة دين ودنيا: 65.71%
- حصّة حديث الصباح: 58.34%
- حصّة فتاوى: 19.44%

34.73%

- الموضوعات العقديّة:

- حصّة دين ودنيا: 28.57%
- حصّة حديث الصباح: 20.83%
- حصّة فتاوى: 9.26%

14.97%

- الموضوعات الفكرية:

- حصّة دين ودنيا: 2.86%
- حصّة فتاوى: 0%
- حصّة حديث الصباح: 0%

0.60%

أمثلة لبعض النصوص الإذاعية للموضوعات المختلفة في الحصص الثلاث:

1- الموضوعات العقديّة:

أ- حصّة حديث الصباح:

في الحصّة المؤرخة في: 2005/02/13 يتحدث معدّ الحصّة "بوعلام جوهري" عن الجزء الوفير الذي أعدّه الله لعباده مقابل عملهم الصالح، واتصافهم بالآداب الإسلامية الحميدة والتي من بينها الصبر بعد أن أورد قوله تعالى: (. . . وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ، الَّذِينَ إِذَا أَصَابَتْهُمُ مُصِيبَةٌ قَالُوا إِنَّا لِلَّهِ وَإِنَّا إِلَيْهِ رَاغِبُونَ، أُولَئِكَ عَلَيْهِمْ صَلَوَاتٌ مِنْ رَبِّهِمْ وَرَحْمَةٌ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ) (البقرة: 155-157)، فيقول: "أمر الله سبحانه وتعالى رسوله صلى الله عليه وسلم أن يبشّر عباده

الصابرين برحمة عظيمة تصيبيهم في الدنيا والآخرة، الرحمة الأولى على الصبر هي أن يزرع الله الأمن والطمأنينة و الراحة و السلام في قلب المؤمن أو المؤمنة الصابرين، حتى أن أي مصيبة تنزل بأحدهما ينساها ويزول همها وكرها بسرعة ويرجع المؤمن الصابرين إلى الدنيا قويا كما كان من قبل، وهذا ما لا يكون للإنسان غير الصابرين...".

يتضح لنا من القراءة المتأنية لهذا النص أن صاحبه يريد الوصول إلى قلوب جمهوره، وذلك بأن يقرن العمل الصالح بجزائه والثواب الذي يناله الملتزم به، فهو يدعو إلى الالتزام بخلق معين وذلك بالتدرج في ذكر المكاسب الحسنة الدنيوية والأخروية التي ينالها الإنسان جزاء ذلك، مستخدما الأسلوب الوعظي الإرشادي الذي يركز على استمالة العواطف والأحاسيس الفطرية الموجودة في الإنسان والتي تجعله دائما يريد الأفضل والأحسن لنفسه، فهو بطبعه يحب الراحة، يحب الطمأنينة، يميل دائما إلى الأيسر والأسهل من أموره خاصة الدنيوية منها، لأن الدنيا دار التعب والبلاء، وبذلك يوجهه معد الحصة إلى السبيل الأمثل لذلك وهو الالتزام بمكارم الأخلاق.

ب- حصة دين ودنيا:

في الحصة المؤرخة في 2005/01/17 يتحدث معد الحصة "الصادق وعلي" عن الأمثال التي ضربها الله سبحانه وتعالى في كتابه الكريم عن الأنبياء عليهم السلام، وعن مدى إيمانهم وتمسكهم بالله عز وجل، كمقدمة للحديث عن الإيمان والإخلاص لله عز وجل ومطلق التسليم له في البأساء والضراء، مبينا بذلك الآثار الحميدة التي يتركها الإيمان الصادق القوي في نفس صاحبه فيقول: "... يحدثنا القرآن الكريم عن كثير من المواقف التي لجأ فيها أصحابها إلى الله سبحانه وتعالى يلتمسون منه الفرج والشفاء، فهذا سيدنا أيوب عليه السلام ابتلاه الله في ماله وأولاده ثم سلط عليه المرض فصير لكل ذلك بقوة الإيمان..."، إذن الحديث في ظاهره إعطاء مثل عن نبي من الأنبياء المعروفين بقوة إيمانهم وصبرهم، ولكن ما يمكننا أن نقرأه أو نفهمه من وراء ضرب هذا المثل، هو في البداية الدعوة إلى ضرورة العودة إلى القرآن الكريم، لأنه المصدر الأول الذي فيه هدي الناس والشفاء لنفوسهم وأرواحهم من غلبة الهوى والنفس والشيطان، ومن جهة أخرى نجد أن ضرب هذا المثل هو دعوة للاقتداء بهذا النبي الكريم واتباع سيرته وهدية لأن الأنبياء هم المثل الأعلى للمؤمن وقدوته وأسوته الحسنة.

بعد قصة أيوب عليه السلام يسرد قصة يونس عليه السلام ليصل إلى هذه النتيجة قائلا: "...إن الإيمان أيها المستمعون والمستمعات يجعل الإنسان في حالة توازن لا يسمح لليأس أن ينفذ إلى نفسه بل تجده دائما مستعدا لمواجهة صروف الأيام..." إذن هنا بيان صريح لأهمية الإيمان في

بناء شخصية الإنسان وتقويتها، ثم يواصل قائلاً: "...فإنه وحده هو الذي يدبر كل شيء، هو الذي يمنح ويعطي، هو الذي يفرج الهموم ويكشف الغم ويشفي المرض، يذكر المؤمن دائماً قوله تعالى: (وَمَنْ يَعْمَلْ مِنَ الصَّالِحَاتِ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَا يَخَافُ ظُلْمًا وَلَا هَضْمًا) (طه: 112)، اسمعوا إلى جواب سيدنا إبراهيم الخليل عليه السلام حين رفض قومه التخلي عن عبادة الأصنام التي لا تضر ولا تنفع، فأفحمهم بهذه الحجّة فقال لهم: (الَّذِي خَلَقَنِي فَهُوَ يَهْدِينِ، وَالَّذِي هُوَ يُطْعِمُنِي وَيَسْقِينِ، وَالَّذِي يُمِيتُنِي ثُمَّ يُحْيِينِ، وَالَّذِي أَطْمَعُ أَنْ يَغْفِرَ لِي خَطِيئَتِي يَوْمَ الدِّينِ) (الشعراء: 78-82)، هذا هو الاستسلام الكامل لله سبحانه وتعالى، هذا هو الإيمان المطلق بقضاء الله وقدره، ومن خلال هذه الأمثلة-أيها المستمعون آيتها المستمعات- التي ذكرتها يتبين لنا أن المؤمن إنسان صامد قوي، وصابر في البأساء والضراء مستسلماً لله سبحانه وتعالى في كل ما يجري من القضاء...".

مما سبق يتضح لنا أن معدّ الحصّة يسعى إلى ترسيخ قاعدة الإيمان المطلق بالله عز وجل انطلاقاً من الاستشهاد بالقصص القرآني عن الأنبياء عليهم السلام.

ج- حصّة فتاوى:

في الحصّة المؤرخة في 2005/1/7 وفي إجابته عن إحدى الأسئلة يتحدث معدّ الحصّة "محمد لتيام" عن الغيب، ما معنى الغيب وكيف يجب أن نؤمن به، ففي نص مكتوب بعثت به فتاة تقص فيه حادثة وقعت لها، حيث التقت شخصاً قال لها أن مستقبلها سيكون مشؤوماً مما دفعها للخوف من ذلك، فبعثت تستفسر عن حقيقة الأمر وهل فعلاً يمكن للإنسان أن يعلم الغيب؟، وفي الإجابة عن هذا التساؤل يقول: "آيتها السائلة الكريمة وسوسة الشيطان لها طرق كثيرة والله سبحانه يقول: (الشَّيْطَانُ يَعِدُكُمُ الْفَقْرَ وَيَأْمُرُكُم بِالْفَحْشَاءِ) (البقرة: 268)"، إذن أول ما قام به هو أنه أراد أن يطمئن السائلة، وذلك بأن يهون في عينها الأمر الذي حدث لها، وأنه ليس خطيراً أو مرعباً بل هو مجرد وسوسة من وساوس الشيطان ليس إلا، وليؤكد لها ذلك أعطاها دليلاً من القرآن الكريم، ولكي يطمئنها أكثر بين لها أن هذا الشيطان أنواع فهناك شياطين الإنس و شياطين الجن وهو ما يؤكده قوله تعالى: (شَيَاطِينِ الْإِنْسِ وَالْجِنِّ يُوحِي بَعْضُهُمْ إِلَى بَعْضٍ) (الأنعام: 112)، ويقول في شرح الآية: "...وبدأ بالإنس، ويقول أحد المفسرين: لأنّ الإنس يضر أكثر من الجن لذلك بدأ به في الآية الكريمة..." ويتضح من خلال كلامه هذا أنه

يريد أن يصرف اعتقاد الفتاة في كون ما رأته جنيا، بل يعطيها الاحتمال الثاني أن الإنسان الذي التقته إنسان حقيقي وليس من الجن، لأن الناس غالبا ما يخافون من الجن ويعتقدون جهلا منهم بحقيقة خلقه أنه قادر على فعل أي شيء، وأنه بإمكانه معرفة الغيب وبذلك يخافون منهم أكثر من خوفهم من البشر، ولإبعاد كل هذه الأمور من مخيلة الفتاة يوضح لها أن شياطين الإنس أخطر من الجن، لماذا ذلك؟ يقول معدّ الحصّة: "والمعنى، لأن شياطين الإنس هذا هو عملها أن تزرع التشاؤم وتقدم معنويات الناس، وهذا الذي وجدته واحد من شياطين الإنس التي تحدثنا عنها، وما حدث لهذه السائلة موجود عند كل الناس، فكلّ الناس يتعرضون لمثل هذا النوع من البشر الذين هم شياطين في صورة بشر، عملهم الدائم هو تفرقة شمل الناس بالنميمة والغيبة والكذب..."، ولزيادة تأكيد بيّن لها الحكمة التي من أجلها خلق هذا الصنف من البشر فيقول: "لابدّ لهذا النوع من البشر أن يوجد، لأن الله خلقهم ليعمرّ الأرض بهم أيضا، وخلق الجنة والنار وكلّ واحدة لها نصيبها من الناس هذا شيء طبيعي..."، ثمّ يعطي الأدلة من القرآن على أن الغيب بيد الله وحده، ومن الآيات الدالة على ذلك قوله تعالى: (قُلْ لَا يَعْلَمُ مَنْ فِي السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ الْغَيْبَ إِلَّا اللَّهُ وَمَا يَشْعُرُونَ أَيَّانَ يُبْعَثُونَ) (النمل: 65)، وقوله أيضا: (عَالِمُ الْغَيْبِ فَلَا يُظْهِرُ عَلَى غَيْبِهِ أَحَدًا) (الجن: 26)، أمّا ما ينتشر في الواقع من عرافين ودجالين ومشعوذين يدعون معرفة الغيب فكلّه كذب، وهم لا يحتالون إلّا على الضعفاء من الناس، ضعفاء الإيمان وضعفاء الفهم والمعرفة، وأخيرا بيّن لها أن ما يمكن أن تعانيه من مشاكل يدخل فيما قضاه الله من مشاكل الدنيا التي يعاني منها كل الناس خاصّة الشباب وهذه سنة الله في خلقه.

تّما سبق يتبين لنا أن معدّ الحصّة يعالج هذه الموضوعات المهمة جدّا والمتعلقة بالعقيدة الصحيحة السليمة بأسلوب الحكمة، حيث يعرض عناصر الموضوع ويحلّلها مستندا في ذلك إلى النصوص الشرعية تارة، وإلى الرأي الذاتي المعتمد على حقائق أو معلومات معروفة عند الناس على الأقل في واقعهم المحلي تارة أخرى، للوصول إلى تصحيح أو تعديل أو شرح بعض الأفكار أو المعتقدات الخاطئة أو الغامضة عن بعض الأمور التي تطرح إشكالا أو قل مشكلا عند بعض الناس، وذلك ببيان الدين الصحيح والرأي الصائب في الموضوع محل النقاش بينه وبين جمهوره.

2- الموضوعات التشريعية :

أ- حصّة حديث الصباح:

في الحصّة المؤرخة في 2005/1/25 يتحدث معدّ الحصّة "بوعلام جوهرى" عن وصيّة من وصايا النبي صلّى الله عليه وسلّم لأبي أيوب الأنصاري قائلا: "إذا قمت إلى الصلاة فصلّ صلاة مودّع، ولا تتكلم بكلام تعذر عنه في غده، واجمع اليأس فيما في أيدي الناس"، ويشرح قائلا: "يقول أبو أيوب الأنصاري، قال لي النبي صلّى الله عليه وسلّم إذا قمت إلى الصلاة، قمت بين يدي الله عزّ وجلّ صلّ صلاة الذي سيفارق الدنيا، وكأنّه أثناء تلك الصلاة أو بعدها مباشرة كتب لك أجلك... فإذا عندما يضع أحد هذا الأمر في باله كلّما قام إلى صلاته فإنّه لا بدّ أن يجد الخشوع والحلاوة في صلاته ويرتاح إليها...". إذن معدّ الحصّة هنا يبيّن ويرر لماذا على المؤمن أن يجعل أيّ صلاة يصلّيها كأنّها صلاة مودّع، لأنّ الأجل إذا حضر لا ينتظر، ومن هنا يرى أنّه لو وضع كل إنسان هذا الأمر في باله، فإنّه حتما سيجد الخشوع والراحة في تلك الصلاة، ثمّ يواصل حديثه قائلا: "لربما لماذا لا نجد الخشوع في صلاتنا؟"، هذا استفهام استنكاري، وهو أسلوب إنشائي الغرض منه شد انتباه المستمع، واستخدام هذا التنوع في الأسلوب يعتبر وقفة من الوقفات التي يقتضيها فنّ المحادثة المستخدم في الحديث المباشر، فمعدّ الحصّة هنا يسأل وليس الغرض من سؤاله معرفة الجواب، بل كسب انتباه المستمع الذي سيتشوّق هو لمعرفة الجواب، وبالفعل يجب قائلا: "لأنّه ربما لأنّ هذه الوصية غائبة عنّا لا نذكرها عندما نقوم إلى الصلاة، ومنه فلا بد دائما من استحضارها كلّما قمنا إلى الصلاة لكي نفارق الدنيا بعمل يشرفنا أمام الله عز وجل...".

بـ حصّة دين ودنيا:
بـ هذه الطريقة الوعظية العاطفية يحاول معدّ الحصّة الوصول إلى مستمعيه، ليغرس فيهم ركنا ركيزا من أركان الإسلام ألا وهو الصلاة مستخدما الأسلوب السردى تارة، والأسلوب الإنشائي تارة أخرى، وهذا في الحقيقة من خصائص الحديث الإذاعي المباشر من أنّه يعتمد على السرد وعلى تنوع الإيقاع والحالات النفسية في الموضوع تارة بالاستفهام، التعجب، التأكيد...

في الحصّة المؤرخة في 2005/01/03 يتحدث معدّ الحصّة عن موضوع الزواج، أهميته وكيفية الإعلان عنه قديما وحديثا، وبعض العادات والتقاليد التي دخلت في حفلات العرس والزواج مبينا في ذلك ما يتفق مع الدين وما يتعارض معه.

يبيّن كيفية الزواج في عهد الرسول صلّى الله عليه وسلّم فيقول: "الزواج في الإسلام يتمّ بطريقة بسيطة جدا، ويستحبّ في ذلك ضرب النساء فيه بالدّف يعني الطبل ليعرف ويشتهر، يعني المطلوب في حفلة الزواج هو ضرب الدّف خاصّة بين النساء، ولا يكون مصحوبا بموسيقى ولا

بآلة طرب ولا أصوات مطربين ولا مطربات، كما هو شائع في أعراس اليوم، ولا بأس بالغناء المباح، ثم يستدلّ على أن الغناء مباح بحديث عائشة رضي الله عنها عندما زفت امرأة إلى الأنصار، فلما رجعت سأها النبي صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "ما قُلتُم يا عائشة"، فأجابت أنّهنّ لم يقلن شيئا، فقال لها: "ألا قُلتُم يا عائشة أتيناكم أتيناكم فحيّونا نحييكم لولا الحنطة السمراء ما سمعت عذارىكم".

إذن معدّ الحصّة هنا يشير إلى قضية تثير الجدل الكثير في المجتمعات الإسلامية بين محلّ ومحرمّ كَلِيّة، وبين من يضع قيودا للتّحليل والتّحريم، خاصّة مع ما استجد من أدوات وأساليب لتّحسين العزف والأداء في الغناء، مما جعله يخرج عن إطاره التقليدي ويصبح فنا من الفنون التي تستهلك الأموال والأشخاص والجهود في سبيل تنمية ثقافة اللّهُو.

ثمّ بعد قضية الغناء يأتي الحديث عن عادة من العادات المنتشرة في المجتمع الجزائري المحلّي، وهي الإسراف في الوليمة، وكيف أنّ الشرع نهي عن ذلك لما فيه من تبذير للمال ومحق للبركة، وفي هذه القضية أيضا يرجع إلى ما كان عليه الأمر في عهد النبي صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وصحابته من بعده من البساطة والبعد عن الشطط والتّعقيد، وكان خير مثال يحتّم به حديثه هو قصّة زواج أم سليم الأنصارية رضي الله عنها من أبي طلحة الذي لم تشترط عليه إلاّ أن يدخل الإسلام، فكان صداقها أفضل صداق وهو إسلامه.

إذن الحديث في مجمله مقارنة بين ما كانت عليه حال المسلمين في أمورهم التشريعية، وكيف أصبحت الآن عندما ابتعد الناس في أدائها عن المقاصد والغايات الكبرى للتّشريع الإسلامي.

ج-حصّة فتاوى:

في الحصّة المؤرخة في 2005/02/25 وفي جوابه عن إحدى الأسئلة الشرعية المتعلّقة بالأموال، والذي كان نص السؤال فيه عن حكم الفائدة التي يأخذها الإنسان عند وضعه لأمواله في البنك؟ يجب معدّ الحصّة بإعطاء "الفتاوى" المشهورة في هذه القضية فيقول: "الفتوى المشهورة، من الخير ومن المصلحة أن يخرجها وأن يفرّقها على الفقراء" ويعطي الدليل على ذلك أولا من القرآن في قوله تعالى: (. . . فَلَـكُم مَّرْهُوسُ أَمْوَالِكُمْ . . .) (البقرة: 279)، يعني أنّ الإنسان حتى وإن لم يأخذ فائدة إلاّ أنّه انتفع، لأنّ البنك حفظ له ماله من السرقة وغيرها، وهذه هي العبرة أو الفائدة الحقيقية، ثم يواصل ببيان علّة إرجاع هذه الأموال إلى الفقراء فيقول: "الدولة تستثمر هذه الأموال، لها فائدة في ذلك، يعني الجهاز العام كلّه يعمل بها وبذلك فكثير من الناس يستفيدون من هذه الأموال، ثمّ أموالك ترجع إليك يعني استفدت

أعدت رأسمالك..."، ومن بقي إذن ليستفيد أيضا؟ يقول معدّ الحصّة: "الباقي تصدّق به ليستفيد منه باقي فقراء الأمة" إذن الباقي أي تلك الفائدة تصدق بها ليستفيد منها فقراء الأمة. ثمّ بعدها يعطي معدّ الحصّة أمثلة عن الفقهاء الذين أفتوا بذلك فيقول: "هذا هو المشهور في هذه المسألة كما يقول الشيخ القرضاوي - ذكره الله بخير وأطال من عمره - لأنه أحد العلماء الكبار في الأمة، كذلك أفتى الشيخ شلتوت - رحمه الله - وأفتى بذلك الشيخ ابن باز - رحمه الله - يعني هؤلاء هم كبار فقهاء الأمة المشهورين حاليا...". إذن يذكر معدّ الحصّة أسماء هؤلاء العلماء ليعطي المصدقية أكثر لتلك الفتاوى، لأنّ الناس غالبا يتبعون ويميلون إلى الأخذ بأراء من يروّهم علماء كبار لأنهم يثقون بهم وبعلمهم، وما يلاحظ أنّ معدّ الحصّة ذكر عالين يعتبران من العلماء المعروفين بمنهج الوسطية والاعتدال في الفتوى وهما الشيخ "القرضاوي" والشيخ "شلتوت"، إضافة إلى إمام كبير يعتبر زعيم منهج السلفية المعروف بالتشدد في الفتوى وهو الشيخ "ابن باز"، ومن هنا يتبيّن لنا أنّ معدّ الحصّة أراد أن يبيّن مساحة التوافق الكبير الموجود بين علماء الأمة على اختلاف مناهجهم في إصدار الفتاوى والأحكام، ومن جهة ثانية يريد الوصول إلى جميع فئات الجمهور المختلفة، والذين يختلفون بدورهم في مرجعياتهم والعلماء الذين يأخذون عنهم قناعاتهم وفتاويهم، ولزيادة تخصيص أي لبيان أنّ الفتوى أيضا خاصة لكل مكان من العالم الإسلامي يذكر معدّ الحصّة أنّ هذه أيضا فتوى شيخنا "أحمد حماني" - رحمه الله - وهذا له دور كبير في الاقتراب من المجتمع المحليّ بهذه الفتوى لأخذها من مرجعية محلية معروفة. إذن ما نستنتجه ممّا سبق، أنّ معدّ الحصّة في البداية يعطي الفتوى الموجودة حول القضية المطروحة، وبعدها يدعّم فتواه بالأدلة الشرعية من قرآن وسنة، ثمّ إعطاء الأسباب أو العلل في صدور مثل تلك الفتوى فيعطي تبريرات إن وجدت أو حقائق مثلا لماذا هذا الأمر جائز أو غير جائز؟ ما هي العلل والأسباب التي جعلت الأمر يقتضي حكم الجواز أو الكراهية؟... وإن توفر بعد ذلك يقدّم فتاوى العلماء والشيوخ المعروفين ليؤكد ويدعّم شرعية الفتوى، كما أنّه لا يتردّد في ذكر الأمثلة المحليّة من وقائع أو شخصيات مراعاة لطبيعة الجمهور المحليّ.

3- الموضوعات الاجتماعية :

أ- حصّة حديث الصباح :

في الحصّة المؤرخة في 2005/03/10 يتحدّث معدّ الحصّة عن مشكلة من المشاكل الاجتماعية المنتشرة كثيرا في عصرنا وهي "القلق"، ويبيّن أنّ سبب انتشار هذه المشكلة هو "قلّة الإيمان" والابتعاد عن العبادة الصحيحة لله عز وجل فيقول: "أيها الاخوة آيتها الأخوات، إنّنا

نعيش في زمان يكثر فيه القلق وتكثر فيه الأمراض النفسية التي تصيب الكثير من الناس، وأعتقد أن هذا ما يقوله العلماء المعاصرين وأنا أعيده عنهم، يقولون أن قلة العبادة الصحيحة لله سبحانه وتعالى هي سبب ازدياد مثل هذه الأمراض..."، ثم ينتقل لبيّن لنا كيف أن الإسلام أشار إلى هذا الأمر، وكيف أنه وجه المسلمين إلى تفادي الوصول إلى هذه الحالة والهدي القرآني خير دليل على ذلك، حيث يقول تعالى في القرآن: (الَّذِينَ آمَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ). (الرعد:28)، وفي آية أخرى يقول تعالى: (إِنَّ الْأُنسَانَ خُلِقَ هَلُوعًا إِذَا مَسَّهُ الشَّرُّ جَزُوعًا وَإِذَا مَسَّهُ الْخَيْرُ مَنُوعًا إِلَّا الْمُصَلِّينَ الَّذِينَ هُمْ عَلَى صَلَاتِهِمْ دَائِمُونَ) (المعارج:19-23)، ثم يشرح أن الآية الكريمة أشارت إلى خلق الإنسان وما فيه من ضعف وجزع عند المصائب ومن بُعد عن الله عند المغامم، ولتصويب هذا الضعف الإنساني فإنه لابد من الرجوع إلى طاعة الله وعبادته والإيمان به، لأنه مفتاح تفريج الكرب وفتح البركة والخيرات على الناس .

ب- حصّة دين ودنيا :

الحصّة المؤرخة في 2005/01/24 يتحدث معدّ الحصّة عن موضوع "انحرافات الشباب" ويخصّص هذه الحصّة لكيفية مواجهة هذا الانحراف باستضافة ضيفين للتداول حول هذا الموضوع، والذي يقول عنه أنه: "موضوع مهمّ لأنّ فئة الشباب حسب رأيي أنّها هي الفئة التي ينبغي أن نهتمّ بها أكثر من كل شيء...".

ويبدأ الحصّة بإعطاء تساؤل لضيفه السيد "أحمد بن فضالة" حول إعطاء نماذج عن الشباب المستقيم قديماً وحديثاً، وأخرى عن الشباب غير المستقيم، بغرض المقارنة بين الفتيتين وأيهما أصلح، فيقول الشيخ أحمد بن فضالة: "إنّ التاريخ الإسلامي أمثلة حيّة، عشرات الأمثلة الحيّة عن الشباب المستقيم بداية برسول الله صلّى الله عليه وسلّم قبل أن يكون نبياً كان شاباً مستقيماً... لم يُعرف شاب في مكة مستقيم مثل النبي صلّى الله عليه وسلّم، حتى لقبه قومه بالصادق الأمين... ثمّ مرورا بأبي بكر الصديق...، عمر بن الخطاب الذي أعزّ الله به الإسلام كان في عمره 27 سنة عندما دخل الإسلام، ومصعب بن عمير سفير الرسول صلّى الله عليه وسلّم...". ثمّ ينتقل بالسؤال إلى السيد "زوير لحضيري" الذي يعطي نماذج عن الشباب المسلم في العصر الحاضر، وكان مثاله على ذلك البطل "سي عميروش" الذي كان يصلّي في خضم المعارك، ثم البطل العالمي "محمد علي كلاي" في الولايات المتحدة الأمريكية، ولكنّه رغم ذلك كان شاباً

مستقيماً، وبعد هؤلاء يذكرون نماذج عن الشباب المستقيماً في عهد الرسول صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كالسيدة عائشة، أسماء بنت أبي بكر الصديق، ولألاً فاطمة نسومر التي قادت المعارك وعمرها لا يتجاوز 30 سنة والسيدة زينب الغزالي وغيرهن كثير، وبعد ذلك يورد معدّ الحصة نماذج عن الشباب المنحرف بآبن سيدنا نوح الذي رفض الإيمان وخرج عن طاعة أبيه، وبعد ذكر كلّ هذه النماذج للمقارنة، يعطي الحلول المناسبة المقترحة للقضاء على هذا الانحراف وكيف يعالج القرآن والإسلام مثل هؤلاء المنحرفين.

يعطي الشيخ أحمد بن فضالة طرق العلاج بما يلي: أولاً التربية، وفي حالة الانحراف اللاأخلاقي "كالزنا" -والعياذ بالله- فإنّ أحسن علاج هو الزواج بمقتضى حديث النبي صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "يا معشر الشباب من استطاع منكم الباءة فليتزوج..." إلى آخر الحديث...، وبعدها يضيف معدّ الحصة نموذج لهذا النوع من العلاج بحديث الفتى الذي جاء يستأذن الرسول صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ في الزنا، وكيف تعامل معه النبي صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بالحكمة والموعظة الحسنة حتى قام من عنده وليس شيء أبغض إليه من الزنا.

أما السيد زوبير فرأى أنّ الحل هو عن طريق التربية في المدارس وإعادة النظر في مناهج التعليم، لتوصيل مفاهيم الأخلاق وحب العلم والابتكار والمعرفة إلى شبابنا ونشئنا والاقتداء بالدول التي سبقتنا في ذلك مثل اليابان... .

إذن كانت الحصة في مجملها بيان للحلول الممكنة في سبيل مواجهة إحدى المشكلات الاجتماعية المستعصية وهي "انحراف الشباب"، وكان ذلك بإعطاء نماذج القدوة الحسنة التي يجب اتباعها، ثمّ بيان كيفية معالجة الهدى النبوي الشريف لهذا الأمر، وفي الأخير إشارة إلى ما يجب عمله في الواقع المحلي من تربية وإعادة مناهج التعليم في المدارس لضمان حماية هؤلاء الشباب.

ج- حصة فساوى :

في الحصة المؤرخة في 2005/03/11 يتحدث معدّ الحصة عن ظاهرة سلبية انتشرت في مجتمعنا، وهي عدم احترام أوقات وأماكن سماع القرآن الكريم، حيث اتصلت به امرأة تسأله عن حكم الدين الإسلامي فيما تراه منتشرًا من الاستهزاء بالاستماع إلى القرآن الكريم، حيث يتم سماعه في أيّ مكان خاصة في مركبات النقل العمومي والحضري، دون أدنى مراعاة لقدسية النص الكريم، فيبدأ معدّ الحصة إجابته بما ورد في القرآن الكريم نفسه عن مكانة الاستماع إليه في قوله تعالى: (وَإِذَا قُرِئَ الْقُرْآنُ فَاسْتَمِعُوا لَهُ وَأَنْصِتُوا لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ) (لأعراف:204)،

فيشرح معدّ الحصة قائلاً: "يقول الله تعالى إذا قرء القرآن يجب أن تسمعه ولكن لكي نسمع للقرآن يجب أن يكون لدينا الاستعداد النفسي لذلك..." ويكمل: "ما تقوله هذه السيدة صحيح، في الحفلات قرآن، في الأسواق قرآن، في الطرقات نسمع أشرطة القرآن، بحيث أصبح القرآن كأغنية من أراد أن يسمع فليسمع ومن أراد ألا يسمع لا يسمع الأمر سواء..."، ثمّ يستنكر هذا الأمر ويقول أنّه لا بدّ أن يوضع كل شيء في مكانه، وسماع هذه الأشرطة لا بدّ أن يحترم لأن أمر الآية واضح: "فأنصتوا" أي السماع مع التدبّر، إذن فهذه الأشرطة كالمصحف تماماً لا بد من احترام مكان وضعها ووقت سماعها.

4- الموضوعات الفكرية:

في حصة "دين ودنيا" المؤرخة في 2005/01/24 ودائماً عن انحرافات الشباب يتحدّث ضيف الحصة عن دور الإعلام في مثل هذه القضية فيقول: "خاصة وأنّ شبابنا هنا في الجزائر عندما يسمع بأحد دخل الإسلام مثل محمد علي كلاي يقول لك لا، هذا غير صحيح لأنّه هناك بعض القنوات العالمية الأخرى التي توصل إليه حقائق أخرى، تقول له لا، لا تدخل في رأسك مثل هذه الأفكار العشوائية الشيطانية (...). إذن هناك بعض الإعلام الغربي الذي يلعب دور الإعلام الصهيوني، اللوبي الصهيوني موجود في كل مكان في البلاد العربية، يلعب دوره الكبير في تميع الشباب العربي والمسلم (...). لأنّه إذا انحرف الشباب سهل عليه استخدامه (...). لأنّ السبيل الذي وجدوه لأن يغزو المسلمين ويغزو بلاد الإسلام هو أن يفسدوا المسلمين وعلى رأسهم الشباب....".

إذن الحديث في مجمله عن قضية الإعلام وما يمكن أن يفعله، حيث بإمكانه أن يغيّر القنوات والأفكار، وبإمكانه أن يهدم المجتمعات إذا سيطرت عليه الجماعات الهدامة التي تسعى إلى إفساد العقول والضمائر بغرض السيطرة والاحتكار.

ثانياً : فئة المصدر:

هي الفئة الخاصة بالكشف عن الشخص أو الجهة أو المجموعة مصدر المعلومة، وتسعى هذه الفئة إلى الإجابة عن التساؤل لمن تنسب الأقوال أو التصريحات ؟ أو ما هو المصدر الذي تنسب إليه مادة المضمون ؟ وتمثل أهمّ المصادر في الأشخاص والصحف والكتب والمصادر غير الشخصية و الوثائق وغيرها من المصادر المختلفة⁽¹⁾.

سوف نستخدم هذه الفئة لمعرفة نوع المصادر التي يعتمد عليها في البرامج الدينية في إذاعة الصومام ، ولأجل ذلك فقد قسمنا المصادر إلى نوعين :

1- مصادر خارجية: ويقصد بها المصادر العامة المشتركة التي يعتمد عليها في البرامج الدينية عامة، والتي تتضمن كلّ من المصادر التالية: القرآن الكريم، السنة النبوية الشريفة، السيرة النبوية الشريفة، أقوال وأفعال الصحابة- لاعتبارها من مصادر التشريع الإسلامي المختلف فيها-، أقوال الفقهاء والمفسرين، الشعر والحكم - باعتبار أن الشعر ديوان العرب-.

2- مصادر محلية: ويقصد بها المصادر الخاصة بإذاعة الصومام لوحدها، والتي تتضمن بدورها:القائم بالاتصال- وهو معدّ الحصّة-، الضيوف، الجمهور، الأمثال الشعبية المحلية.

أمّا عن سبب تقسيم المصادر على هذا المنوال فإنّه يعود إلى طبيعة موضوع الدراسة الذي يركز على الإذاعة المحليّة، والذي نحاول من خلاله استجلاء ما يمكن أن يميز هذا النوع من الإذاعات عن غيرها.

ومنه يصبح كل نوع من أنواع المصادر المختلفة وحدة للعدّ والقياس وفي نفس الوقت وحدة للتحليل.

(1) سمير محمد حسين: مرجع سابق، ص: 267 .

- الجدول رقم -03- فئة المصدر

متوسط النسبة %	مج النسب %	مج التكرارات	فتاوى		دين ودنيا		حديث الصباح		الحصص	نوع المصدر
			النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
25.89	100	152	61.84	94	26.32	40	11.84	18	القرآن الكريم	مصادر خارجية
17.04	100	100	41	41	45	45	14	14	السنة النبوية	
1.70	100	10	50	5	50	5	0	0	السيرة النبوية	
8.18	100	48	14.59	7	83.33	40	2.08	1	أقوال وأفعال الصحابة	
8.52	100	50	84	42	10	5	6	3	أقوال الفقهاء والمفسرين	
0.51	100	3	33.33	1	66.67	2	0	0	الشعر والحكم	
31.86	100	187	73.26	137	12.30	23	14.44	27	القائم بالاتصال	مصادر محلية
1.02	100	6	0	0	100	6	0	0	الضيوف	
4.77	100	28	100	28	0	0	0	0	الجمهورية	
0.51	100	3	33.33	1	33.33	1	33.33	1	أمثال شعبية محلية	
100	100	587	60.65	356	28.46	167	10.9	64	مجموعت/ متوسط النسبة	

- القراءة الرقمية والتحليلية للجدول رقم-03- والخاص بفئة المصدر:
- من خلال عنوان الجدول رقم-03- يتبين لنا أن بياناته الرقمية متعلقة بالإجابة عن التساؤل: ما هو نوع المصادر التي تستخدمها إذاعة الصومام في عرض برامجها الدينية؟
- تبين لنا القراءة الأولية للجدول أن المصادر حصلت على مجموع تكرارات وصل إلى 587 تكرار قسّمت بين المصادر الخارجية بـ363 تكرار والمصادر المحليّة بـ224 تكرار.
- حصل مصدر "القائم بالاتصال" على أعلى تكرار قدر بـ187 تكرار وبأعلى متوسط نسبة قدر بـ31.86%، أما أقلّ تكرار فحصل عليه مصدري "الشعر والحكم" و"أمثال شعبية محلية" بمعدل 3 تكرارات وبأصغر متوسط نسبة لم يتجاوز 0.51% .
- يأتي في المركز الثاني مصدر القرآن الكريم بمجموع تكرارات 152 تكرار، وبمتوسط نسبة قدره 25.89%، وحصلت السنة النبوية على المركز الثالث بمجموع تكرارات وصل إلى 100 تكرار وبمتوسط نسبة قدره 17.04%، ولزيادة توضيح نجد أن النسب الداخلية للمصادر توزعت بالنسبة لكل حصة كالآتي:
- 1- القائم بالاتصال باعتباره المصدر الأكثر اعتماداً، حصلت حصّة "فتاوى" على أعلى نسبة قدرها 73.26%، وتليها حصّة "حديث الصباح" بنسبة 14.44%، وأخيراً حصّة "دين ودنيا" بنسبة 12.30% .
 - 2- القرآن الكريم: حصلت حصّة "فتاوى" على أعلى نسبة والمقدرة بـ 61.84% ، تليها حصّة "دين ودنيا" بنسبة 26.32%، وأخيراً حصّة "حديث الصباح" بنسبة 11.84% .
 - 3- السنة النبوية: حصلت حصّة "دين ودنيا" على أعلى نسبة والمقدرة بـ 45% ، تليها حصّة "فتاوى" بنسبة 41% ، وأخيراً حصّة "حديث الصباح" بنسبة 14%، أي أن هذه الحصّة أقلّ استدلالاً بالسنة النبوية مقارنة مع الحصّتين السابقتين.
 - 4- السيرة النبوية: حصلت حصّتي "دين ودنيا" و"فتاوى" على نسبة متساوية قدرها 50% لكلّ حصّة، بينما انعدم الاعتماد عليها في حصّة "حديث الصباح".

5- أقوال وأفعال الصحابة: حصلت حصّة "دين ودنيا" على أعلى نسبة قدّرت بـ 88.33% وهي نسبة كبيرة معتبرة تدلّ على الاعتماد الكبير لهذه الحصّة على هذا المصدر، وتليها حصّة "فتاوى" بنسبة قدرها 14.59% وهي قليلة مقارنة بالأولى، وأخيرا حصّة "حديث الصباح" بنسبة قدرها 2.08% وهي كما نلاحظ نسبة جدّ قليلة مقارنة مع النسبة الأولى.

6- أقوال الفقهاء والمفسّرين: في هذا المصدر حصلت حصّة "فتاوى" على أعلى نسبة قدرت بـ 84% وهي نسبة معتبرة تدلّ على اعتماد الحصّة على هذا المصدر بكثرة، وهذا أمر منطقي يعود إلى طبيعة الحصّة التي تعدّ في الأغلب للإفتاء وبيان الحكم الشرعي في القضايا التي يطرحها الجمهور، وهو ما يستلزم غالبا الرجوع إلى آراء الفقهاء خاصة لأنهم المرجعية الأولى في استنباط هذه الأحكام، وبعدها تأتي حصّة "دين ودنيا" بنسبة 10%، قليلة مقارنة بالأولى، وأخيرا حصّة "حديث الصباح" بنسبة 6% وهي أيضا جدّ قليلة مقارنة بالأولى .

7- الشعر والحكم: حصلت حصّة "دين ودنيا" على أعلى نسبة قدّرت بـ 66.67%، تليها حصّة "فتاوى" بنسبة 33.33% بينما ينعدم الاعتماد على هذا المصدر في حصّة "حديث الصباح".

8- مصدر الضيوف: حصلت حصّة "دين ودنيا" على النسبة الكاملة 100%، وانعدمت بذلك النسب عند الحصّتين الآخرين، وهذا يرجع إلى كون حصّة "دين ودنيا" الحصّة الوحيدة التي استضافت ضيوفا في أحد أعدادها.

9- مصدر الجمهور : حصلت حصّة "فتاوى" على النسبة الكاملة 100%، بينما انعدمت النسبة عند الحصّتين الآخرين، والسبب في ذلك يرجع إلى كون حصّة "فتاوى" الحصّة الوحيدة التي تتعامل مع الجمهور مباشرة، وذلك بتلقّي أسئلتهم واستفساراتهم حول قضاياهم الدينية والدينية.

10- مصدر الأمثال الشعبية المحليّة: حصلت الحصص الثلاث على نسبة متساوية قدّرت بـ 33.33%.

نستنتج ممّا سبق أنّ حصّة "دين ودنيا" حصلت على المركز الأوّل من حيث الاعتماد على المصادر الخارجية، ثمّ بعدها حصّة "فتاوى" وأخيرا حصّة "حديث الصباح"، أمّا من حيث المصادر المحليّة فإنّ حصّة "فتاوى" حصلت على المركز الأوّل وبعدها حصّة "دين ودنيا" وأخيرا "حديث الصباح".

من جهة أخرى، إذا أردنا المقارنة بين نسبة المصادر الخارجية إلى المحليّة في الحصص الثلاث نجد أنّ المصادر الخارجية حصلت على أعلى متوسط نسبة والمقدرة بـ 61.84% -مجموع

متوسطات نسب المصادر الخارجية-، أمّا المصادر المحليّة فحصلت على متوسط نسبة قدر
بـ38.16%-مجموع متوسطات نسب المصادر المحليّة-.

لكن كيف نفسّر ما يلي:

- حصول المصادر الخارجية على نسبة أكبر من نسبة المصادر المحليّة.

- حصول مصدر القائم بالاتصال على المركز الأوّل من بين المصادر الأخرى.

إنّ حصول المصادر الخارجية على نسبة أكبر من المحليّة يعود ربما إلى طبيعة ونوعية البرامج محلّ
الدّراسة، فما دامت هذه البرامج دينية فإنّه من الطبيعي أن تكون المرجعية المعتمد عليها في
عرض هذه البرامج هي المرجعية الدّينية، التي تُستمدّ في أصولها من المصادر الأولى للتشريع
الإسلامي وفي مقدمتها القرآن الكريم والسّنة النبوية الشريفة، وغيرهما من المصادر الشرعية
المتفق عليها أو المختلف فيها كإجماع الفقهاء أو عمل الصحابة...، والتي يعتمد عليها كلّ
المسلمين في أمورهم الدّينية، ثمّ تأتي بعدها المصادر المحليّة المعتمدة خاصة من الوسيلة الإعلامية
التي تنقل هذه الموضوعات والقضايا دون غيرها من الوسائل الأخرى.

إنّ حصول مصدر القائم بالاتصال على المركز الأوّل من بين المصادر الأخرى، ربما يعود إلى أنّ
هذا المصدر يحتوي ضمناً على مصادر فرعية، منها الشروح والتفاسير التي يقدّمها القائم
بالاتصال للنصوص الشرعية أو المصادر الخارجية عامة، أيضاً الاعتماد على الواقع المحليّ بغرض
الاقتراب والاستجابة لمتطلّبات المجتمع المحليّ، أضف إلى ذلك الآراء الشخصية والانتقادات
الذاتية حول موضوع من المواضيع أو القضايا المحليّة باعتبار القائم بالاتصال مصدراً موثوقاً فيه
عند جمهوره، لأنّه يكون متخصصاً في الأمور التي يعرضها ويتحدث عنها، ففي البرامج الدّينية
مثلاً يكون القائم بالاتصال إمّا إماماً أو مفتياً أو أستاذاً في الشريعة، ولما لا يجمع بين الثلاث.
في الأخير نذكر بمجمل ما جاء من متوسط النسب المتعلقة بالمصادر الخارجية والمحليّة:

1- المصادر الخارجية:



2- المصادر المحليّة:

- القائم بالاتصال: 31.86%
 - الجمهور: 04.77%
 - الضيوف: 01.02%
 - أمثال شعبية محلية: 0.51%
- مج: 38.16%

هنا أيضا مجمل النسب الكلية لمختلف المصادر التي حصلت عليها الحصص الثلاث:

1- فتاوى: 356 تكرار ← 60.65%

2- دين ودنيا: 167 تكرار ← 28.45%

3- حديث الصباح: 64 تكرار ← 10.90%

بعض الأمثلة المبيّنة لنوع المصادر المختلفة في الحصص الثلاث:

أ- حصّة حديث الصباح:

- القرآن الكريم: الحصّة المؤرخة في 2005/01/01 يتحدّث معدّ الحصّة عن ضرورة التعامل بالحسنى مع أهل الكتاب مستندا في ذلك إلى قوله تعالى: (لَا يَتَّخِذُ اللَّهُ الَّذِينَ لَمْ يُقَاتِلُوا فِي الدِّينِ وَلَمْ يُخْرِجُوا مِنْ دِيَارِهِمْ أَنْ تَبَرُّوهُمْ وَنُقَسِطُوا إِلَيْهِمْ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ) (المتحنة:8)، في نفس السياق يتحدّث عن جواز أكل طعام أهل الكتاب مستندا إلى قوله تعالى: (وَلَطَعَامُ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ حِلٌّ لَكُمْ وَطَعَامُكُمْ حِلٌّ لَهُمْ) (المائدة:5).

- السنة النبوية الشريفة: الحصّة المؤرخة في 2005/03/21 يتحدّث معدّ الحصّة عن التوكّل وأثره مستندا في ذلك إلى قوله صلّى الله عليه وسلّم: "لو توكّلتم على الله حقّ توكّله لرزقكم مثلما يرزق الطيور تغدو خماسا وتروح بطانا".

- السيرة النبوية: الحصّة المؤرخة في 2005/02/26 يتحدّث معدّ الحصّة عن الرفق ويستند في ذلك إلى ما كان عليه خلق النبي صلّى الله عليه وسلّم من التعامل بالرفق حتى مع أعدائه، ومن بين الأمثلة الدالة على ذلك أنّ نفرا من يهود المدينة جاءوا إلى النبي صلّى الله عليه وسلّم يريدونه في أمر، فلما دخلوا عليه قالوا له: السام عليك يا محمد، والسام في لغة العرب معناه الموت، فاكفني عليه السلام بالردّ عليهم قائلا: "وعليكم"، أمّا السيدة عائشة التي كانت في حجرهما وسمعت ما

قالوا فغضبت وردت عليهم بقولها: وعليكم السام واللعنة، وعندما انصرف أولئك اليهود ذهب إليها الرسول صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فقال لها: "مهلا يا عائشة، عليك بالرفق وإياك والعنف والفحش".

- أقوال الفقهاء والمفسرين: الحصّة المؤرخة في 2005/02/13 يتحدث معدّ الحصّة عن الصبر وفضله الكبير عند الله عز وجل، ويستند في ذلك إلى ما قاله المفسرون من أن هذا الخلق ذكره الله عز وجل في كتابه العزيز بما يقرب من 99 مرة.

- القائم بالاتصال: الحصّة المؤرخة في 2005/02/26 يتحدث معدّ الحصّة مُسدياً نصيحة فيقول: "هذه نصيحة نقولها ولا نخاف في الله لومة لائم وهي واجبة علينا أن نقولها..."، فهو يتحدث بصيغة المتكلم دليل على كونه مصدر القول.

- الأمثال الشعبية المحليّة: الحصّة المؤرخة في 2005/01/25 يتحدث معدّ الحصّة عن ضرورة حفظ اللسان، لكي لا يقول الإنسان ما يندم عليه مرة أخرى، يستند في ذلك إلى المثل الشعبي القائل: "أميّز قبل أنقز" ومعناه أن يميز الإنسان جيداً ما سيقول قبل أن يقفز إلى قوله.

ب- حصّة دين ودنيا:

- القرآن الكريم: الحصّة المؤرخة في 2005/03/21 يتحدث معدّ الحصّة عن أولى الناس بالإحسان مستندا في ذلك إلى قوله تعالى: (وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ إِنْ اللَّهُ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ مُخْتَلًا فُجُورًا) (النساء:36).

- السنة النبوية: الحصّة المؤرخة في 2005/03/14 يتحدث معدّ الحصّة عن أن التفرغ من الدنيا سبب من أسباب الطمأنينة والقناعة، مستندا في ذلك إلى قوله صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "تفرغوا من هموم الدنيا ما استطعتم فإنّه من كانت الدنيا أكبر همّه أفشى الله ضيعته، وجعل فقره بين عينيه ومن كانت الآخرة أكبر همّه جمع الله له الأمور، وجعل غناه في قلبه".

- السيرة النبوية: الحصّة المؤرخة في 2005/03/14 يتحدث معدّ الحصّة عن ضرورة الحلم وكنم الغضب مستندا في ذلك إلى سيرة الرسول صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، حيث روي عنه صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أنه كان يقسم الغنائم فقال له أعرابي: اعدل، فإنّ هذه القسمة ما أريد بها وجه الله، فقال له الرسول صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "ويحك فمن يعدل إن لم أعدل أنا، حبت وخسرت إن لم أعدل" واكتفى بذلك ونهى أصحابه أن يقتلوه حين همّ بعضهم بذلك.

- أقوال وأفعال الصحابة: الحصّة المؤرخة في 2005/01/03 يتحدث معدّ الحصّة عن جواز الغناء ويستند في ذلك إلى أفعال بعض الصحابة فيقول: عن عامر بن سعيد رضي الله عنه قال: دخلت على قرظة بن الكعب وأبي مسعود الأنصاري في عرس، وإذا جوار يغنين، فقلت: أنتما صاحبنا رسول الله صلى الله عليه وسلم ومن أهل بدر يفعل هذا عندكم، فقالا له: إن شئت فاسمع وإن شئت فاذهب فقد رخص لنا في اللهو.

- أقوال الفقهاء والمفسرين: الحصّة المؤرخة في 2005/01/03 يتحدث معدّ الحصّة عن نفس الموضوع وهو الغناء فيقول: ومن العلماء المعاصرين الذين يرون إباحتها الغناء، يعني جواز تحليل الغناء نجد الكثير من العلماء في مقدّماتهم الدكتور يوسف القرضاوي -أمدّ الله في عمره- والشيخ محمد الغزالي -رحمه الله- والشيخ محمود شلتوت -رحمه الله-.

- الشعر والحكم: الحصّة المؤرخة في 2005/03/14 يتحدث معدّ الحصّة عن الجاهلية التي كانت قبل مجيء الإسلام، ويسند ذلك إلى ديوان العرب وهو الشعر فيقول: كان العرب الأوّلون يفخرون بأنهم يلقون الجهل بجهل أشدّ، قال شاعرهم:

ألا لا يجهلنّ أحد علينا فنجهل فوق جهل الجاهلين.

- القائم بالاتصال: الحصّة المؤرخة في 2005/01/24 يتحدث معدّ الحصّة عن موضوع انحرافات الشباب فيقول: "نعود لنواصل معكم هذا الموضوع المهمّ لأنّ فئة الشباب حسب رأيي أنّها هي الفئة التي ينبغي أن نهتمّ بها أكثر من كلّ شيء".

- الضيوف: في نفس الحصّة يطرح معدّ الحصّة السؤال على أحد الضيوف فيقول: السؤال مطروح على الشيخ "أحمد بن فضالة" الإمام بمسجد سيدي أحمد بيجاية له تخصص في هذا الميدان، سي أحمد تفضل: " الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله وعلى آله وصحبه ومن والاه أما بعد: السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته، هو التاريخ الإسلامي أمثلة حية عشرات الأمثلة الحية عن الشباب المستقيم... "هكذا إذن يبدأ الضيف مداخلته في الحصّة.

ج- حصة فتاوى:

- القرآن الكريم: الحصّة المؤرخة في 2005/02/11 يتحدث معدّ الحصّة عن وجوب الإفطار في شهر رمضان في حالة المرض والخوف من الموت ويستند إلى ذلك بقوله تعالى: ﴿وَلَا تَلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ﴾ (البقرة: 195).

- السنة النبوية الشريفة: الحصة المؤرخة في 2005/01/07 يتحدث معدّ الحصة عن حكم صلاة الوتر وكونها سنة مؤكدة، ويقول بأن الرسول صَلَّى اللهُ عليه وسلّم هو من علّمنا هذا حيث يقول صَلَّى اللهُ عليه وسلّم: "صلّوا كما رأيتموني أصلي".

- عمل الصحابة : الحصة المؤرخة في 2005/02/11 يتحدث معدّ الحصة عن جواز العمرة في كل أيام السنة ويستدلّ لذلك بعمل الصحابة فيقول: "عبد الله ابن عمر اعتمر مرتين قبل الحج وبعده، ولم ينكر الرسول صَلَّى اللهُ عليه وسلّم عليه ذلك أو الصحابة الآخرين، كذلك عائشة رضي الله عنها اعتمرت ثلاثة مرات في السنة ولم ينهها الرسول صَلَّى اللهُ عليه وسلّم عن ذلك. - أقوال الفقهاء : الحصة المؤرخة في 2005/02/25 يتحدث معدّ الحصة عن جواز العمل في البنوك، حتى إن كانت هذه البنوك تستخدم نوع من الربا، كإعطاء فوائد أو قبض فوائد على القروض، ويقول بأن الفقهاء قالوا ذلك، فيقول: "يقول الفقهاء ومنهم الشيخ شلتوت -رحمه الله- وكذلك الفقهاء هنا في الجزائر كلّهم -رحمهم الله- مشهورين على كلّ حال كلّهم أجمعوا على هذا الرأي".

- القائم بالاتصال: الحصة المؤرخة في 2005/02/25، في إجابته عن سؤال جواز الاشتراك في الهدى يقول: "نعم يمكنكم الاشتراك في الهدى حتى سبعة من الأشخاص إذا كان الهدى إبلا أو بقرا"، ثم يضيف "أما إن كان غنما فهنا نقول لا".

- الجمهور : الحصة المؤرخة في 2005/02/04، يسأل أحد المواطنين معدّ الحصة قائلا: "يوم العيد نسمع الناس يقولون"صحّ عيدكم وبجياة أبنائكم" إلى غير ذلك هل هذا جائز أم لا؟ إذن السائل هنا ينقل لنا واقعا أو عادة من العادات الموجودة في المجتمع وهي تحية العيد ويستفسر عن رأي الشريعة في صيغة هذه التحية بالاستعمال المحليّ.

- الأمثال الشعبية المحليّة: الحصة المؤرخة في 2005/03/18، يتحدث معدّ الحصة عن محاسن الصدقة والإنفاق، الذي يؤدّي بصاحبه إلى العيش في يسر يحفظ له ماء وجهه أمام الناس، ويعطيه التقدير والاحترام بينهم ويؤكد ذلك بقوله: "يعيش في السر كما نقول: "ليسر ذالسر" ومعناه: يعيش في السر كما نقول عندنا-أي في مثلنا الشعبي- اليسر هو السر ومعنى "السر" هنا باللغة المحليّة هو صفاء الوجه وملاحظته، ويستعمل هنا كناية عما أشرنا إليه من أنّه حفظ للكرامة وماء الوجه أمام الناس لأنّ الإنسان الذي يعيش في يسر يكفي نفسه شرّ سؤال الناس أعطوه أو منعه والذي يورث له الذل والهوان عندهم.

ثالثا: فئة طرق تحقيق الأهداف :

هذه الفئة تتعلّق بالوسائل والأساليب التي يسعى الباحث من خلالها لتحقيق أهدافه أو لبثّ قيمه⁽¹⁾.

تسمّى هذه الفئة أيضا بفئة الأساليب المتبعة، وهي تتعامل مع الطرق والوسائل التي اتبعت لتحقيق الأهداف، وتندرج تحتها كافة الأساليب التي اتبعت لعرض الفكرة وشرحها، وهل هي أساليب تحليلية أم دعائية أم نقاشية أم تبادل أفكار أم إملاء آراء واتجاهات⁽²⁾، ونذكر هنا بعض الأساليب كأمثلة والتي استخدمت في هذه الفئة : الوضوح، الضمنية، ذكر المصدر بوضوح، الاستمالات المنطقية والعاطفية، عرض جانب واحد للموضوع... .

وهناك من استخدم أساليب مختلفة منها: تقديم أدلة وبراهين، الاستشهاد بوقائع سابقة، التسلسل المنطقي، ترتيب نتائج على مقدمات، تقديم أمثلة واقعية، ذكر الجوانب الإيجابية والسلبية، تقديم حقائق وأرقام⁽³⁾.

وقد اعتمدنا بعض هذه الأساليب في دراستنا لهذه الفئة وأضفنا أساليب أخرى من اجتهادنا فحصلنا على الأساليب التالية:

1- تقديم أدلة وبراهين: هو أسلوب علمي يستخدم فيه الدليل أو البرهان لتدعيم الأقوال أو تأكيدها.

2- الاستشهاد بوقائع سابقة: هو أسلوب يعتمد على ذكر الأمثلة عن وقائع حية حدثت في الأزمان الماضية، بغرض أخذ العبرة والدروس منها مثل قصص الأنبياء والأمم السابقة أو حتى سيرة الصحابة ومن بعدهم.

3- تقديم أمثلة واقعية: هو أسلوب يعتمد على إعطاء الأمثال من الواقع المعاش، بغرض تقريب الحقائق والأمور لفهمها واستيعابها.

4- الترغيب والترهيب: يعني هذا الأسلوب بيان إيجابيات أو سلبيات موضوع ما، بغرض الدعوة إلى الالتزام به أو الابتعاد عنه مع قرنه بالشواب أو العقاب المترتب عنه، وهو أسلوب يستخدمه كثيرا القرآن الكريم في أوامره ونواهيه.

(1) رشدي طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، د.ت، ص:72.

(2) ريتشارد بن لويس دوخير وروبيرت روث: تحليل مضمون الإعلام، المنهج والتطبيقات العربية، تر: محمد ناجي الجوهري،

د.ط، دار أربد قدسية للنشر، 1992، ص: 125.

(3) المرجع نفسه: ص نفسها.

5- بيان الحكم الشرعي: هو أسلوب يقصد به استخدام القائم بالاتصال لبيان الحكم الشرعي في أمر من الأمور، بغرض إقناع الجمهور المتوجّه إليه بالالتزام به أو الابتعاد عنه، ومثال ذلك أنّ الناس يمكن أن يقوموا بعمل لا يعلمون بحليّته أو حرمة كعادة قائمة في المجتمع أو أمر مشتهر في حليّته أو حرمة، فيقوم القائم بالاتصال ببيان الحكم منه.

6- بيان الحكمة والتعليل: هو أسلوب أو طريقة الغرض منها بيان السبب أو العلة التي من أجلها ورد الأمر أو النهي عن أمر ما، لأجل إقناع الجمهور دائما بالتزامه أو الابتعاد عنه خاصة وأنّ الناس عادة ما يبحثون عن معرفة أسباب الأشياء وإيجاد تفسير أو علة لها.

7- تقديم الحقائق: هو أسلوب علمي تستخدم فيه الحقائق الملموسة المعروفة عند غالبية الناس لأنها أكثر تأثيرا من الآراء الشخصية والذاتية.

8- تقديم الأرقام: يعتمد على ذكر بعض الإحصائيات أو غيرها لبيان مدى الاهتمام بقضية معينة أو إعطاء أمثلة توضيحية.

الجدول رقم-04- فئة طرق تحقيق الأهداف

متوسط النسبة %	مج النسب %	مج التكرارات	فتاوى		دين ودنيا		حديث الصباح		الحصص نوع الطريقة
			النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
56.78	100	318	60.06	191	28.62	91	11.32	36	تقديم أدلة وبراهين
4.82	100	27	22.22	6	70.37	19	7.41	2	استشهاد بوقائع سابقة
11.61	100	65	76.92	50	18.46	12	4.62	3	تقديم أمثلة واقعية
3.75	100	21	9.52	2	38.10	8	52.38	11	الترغيب والترهيب
8.93	100	50	80	40	12	6	8	4	بيان الحكم الشرعي
6.25	100	35	68.58	24	5.71	2	25.71	9	بيان الحكمة والتعليل
1.43	100	8	25	2	62.5	5	12.5	1	تقديم الحقائق
6.43	100	36	63.89	23	27.78	10	8.33	3	تقديم الأرقام
100	100	560	60.36	388	27.32	153	12.32	69	مجموع ت/متوسط النسبة

- القراءة التحليلية والرقمية للجدول رقم-04- الخاص بفئة طرق تحقيق الأهداف:

يتضح لنا من خلال عنوان الجدول رقم-04- أنه يسعى في بياناته الرقمية إلى الإجابة عن التساؤل النظري القائل: "ما هي الأساليب والطرق التي تستخدمها الإذاعة في عرض برامجها بغرض الوصول إلى جمهورها والتأثير فيه؟".

من خلال القراءة الأولية لإحصائيات الجدول رقم-4- نجد أن طرق تحقيق الأهداف حصلت في مجموعها على 560 تكرار، منها 338 تكرار لحصة "فتاوى" وبمتوسط نسبة 60.36%، و153 تكرار لحصة "دين ودنيا" وبمتوسط نسبة 27.32%، و69 تكرار لحصة "حديث الصباح" وبمتوسط نسبة 12.32%، أما فيما يخص الطرائق المستخدمة في الإقناع، فحصلت طريقة "تقديم الأدلة والبراهين" على المركز الأول بأعلى تكرار قدره 318 تكرار وبمتوسط نسبة وصل إلى 56.78%، وتليها طريقة "تقديم الأمثلة الواقعية" بـ 65 تكرار وبمتوسط نسبة قدره 11.61%، وتأتي في المركز الثالث طريقة "بيان الحكم الشرعي" بمجموع 50 تكرار وبمتوسط نسبة قدره 8.93%، وفي المركز الأخير طريقة "تقديم الحقائق" بمجموع تكرارات وصل إلى 8 تكرارات بأقل متوسط نسبة قدره 1.43%.

أما توزيع نسب طرق تحقيق الأهداف حسب الحصص نجده كما يلي:

- طريقة "تقديم الأدلة والبراهين": حصلت حصة "فتاوى" على المركز الأول بنسبة قدرها 60.06% وتليها في المركز الثاني حصة "دين ودنيا" بنسبة 28.62% وفي المركز الأخير حصة "حديث الصباح" بنسبة 11.32%.

يعود ربما حصول حصة "فتاوى" على أعلى نسبة في استخدام هذه الطريقة لكونها تحتاج إلى الأدلة والبراهين التي تدعم الأحكام الشرعية والفتاوى التي تصدر عن صاحبها، لأنه غالبا لا يمكن إعطاء حكم شرعي أو فتوى دون إعطاء الدليل الشرعي عليه، وخاصة أن الناس في وقتنا كثيرا ما يلحون على طلب الدليل عند إعطاء أي رأي، خاصة ما تعلق منها بأمر دينهم واستفتاءهم، حتى أن القرآن الكريم أشار إلى استخدام هذا الأسلوب في قوله تعالى: (. . قل

هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ إِن كُنتُمْ صَادِقِينَ) (البقرة: 111).

- طريقة "الاستشهاد بوقائع سابقة": حصلت حصة "دين ودنيا" على المركز الأول بنسبة

قدرها 70.37%، تليها حصّة "فتاوى" بنسبة 22.22% وفي المركز الأخير حصّة "حديث الصباح" بنسبة 11.32% .

- طريقة "تقديم أمثلة واقعية": حصلت حصّة "فتاوى" على المركز الأوّل بنسبة قدرها 76.92% وهي نسبة كبيرة تدلّ على الاهتمام الكبير بهذه الطريقة في هذه الحصّة، وتأتي في المركز الثاني حصّة "دين ودنيا" بنسبة 18.46%، وفي المركز الأخير حصّة "حديث الصباح" بنسبة 4.62% وهي نسبة قليلة جدا مقارنة بالنسبة الأولى، وهذا دليل على قلة اعتماد هذه الحصّة على هذه الطريقة في تحقيق أهدافها.

أمّا عن اعتماد حصّة "فتاوى" على هذه الطريقة بنسبة كبيرة، فيعود إلى كونها الحصّة الوحيدة التي تتعامل مع الجمهور مباشرة بالإجابة على أسئلتهم الفقهية، والناس يبحثون في استفتاءاتهم عمّا يوافق زمانهم ومكانهم، وهذا ما يؤكده العلماء بقولهم أنّ الفتوى تتغير بتغيّر الزمان والمكان، أي بتغيّر حال المخاطبين زمانا ومكانا، وهذا يقتضي من المفتي مراعاة الواقع المعاش والمسائل التي تستجدّ في واقع الناس لإعطاء حكم الشرع ونظرة الدين إليها.

- طريقة "الترغيب والترهيب": حصلت حصّة "حديث الصباح" على أعلى نسبة قدرها 52.38% وبعدها حصّة "دين ودنيا" بنسبة قدرها 38.10%، أمّا النسبة الأخيرة فقد كانت لـ حصّة "فتاوى" والمقدّرة بـ 9.52%.

ويمكن لنا تفسير ارتفاع نسبة استخدام هذه الطريقة في حصّة "حديث الصباح" بأنّه يعود إلى طبيعة المواضيع التي عالجتها الحصّة، حيث لو رجعنا إلى بيانات الجدول رقم 01- المتعلّق بفئة الموضوعات، نجد أنّ من بين الموضوعات الفرعية في الموضوعات العقدية "الجزاء" والذي حصل على أكبر تكرار والمقدّر بـ 4 تكرارات في حصّة "حديث الصباح" مقارنة بالحصّتين الأخريين اللتان حصلتا على تكرار واحد فقط في هذا الموضوع، ومن عنوان الموضوع يتبيّن لنا تركيزه على مسألة "الثواب والعقاب" أي بيان الجزاء الحسن والسيئ لأيّ عمل من الأعمال أو خلق من الأخلاق التي يلتزمها الشخص المسلم، وإضافة إلى موضوع "الجزاء" نجد موضوع "آداب وأخلاق إسلامية" والذي حصلت فيه على 9 تكرارات، والحديث عن الآداب والأخلاق يقتضي بيان محاسن الالتزام بالأخلاق الحميدة ومساوئ الابتعاد عنها والعكس، وبعد ذلك بيان الثواب والعقاب على كلّ ذلك، وهذا ما بيّنه لنا النبي صلّى الله عليه وسلّم في قوله: "أقربكم منّي منازل يوم القيامة أكارمكم أخلاقا" أي بيّن لنا الثواب والجزاء المنتظر من حسن الخلق.

- طريقة "بيان الحكم الشرعي": حصلت حصّة "فتاوى" على أعلى نسبة في استخدام هذه الطريقة والتي وصلت إلى 80%، وهي نسبة كبيرة جدا تدلّ على تركيز هذه الحصّة على هذه الطريقة، وتليها حصّة "دين و دنيا" بنسبة 12%، وأخيرا حصّة "حديث الصباح" بنسبة 8%. يرجع استخدام حصّة "فتاوى" لهذه الطريقة بكثرة إلى كونها الحصّة المتخصّصة في الفتوى وبيان الأحكام الشرعية.

- طريقة "بيان الحكمة والتعليل": حصلت حصّة "فتاوى" على المركز الأوّل بنسبة 68.58%، وتليها حصّة "حديث الصباح" بنسبة 25.71%، وفي المركز الأخير حصّة "دين و دنيا" بنسبة 5.71%، وهي قليلة دليل على قلة الاعتماد على هذه الطريقة في الإقناع، أمّا التفسير الذي نراه مناسباً لحصول حصّة "فتاوى" على أعلى نسبة في هذه الطريقة فيرجع إلى تخصّص الحصّة في أمور الفتوى والأحكام الشرعية والتي غالباً ما تفرق ببيان الحكمة والتعليل.

- طريقة "تقديم الحقائق": حصلت حصّة "دين و دنيا" على المركز الأوّل بنسبة 62.50%، وتليها حصّة "فتاوى" بنسبة قدرها 25%، وفي المركز الأخير حصّة "حديث الصباح" بنسبة 12.5%.

- طريقة "تقديم الأرقام": حصلت حصّة "فتاوى" على المركز الأوّل بنسبة قدرها 63.89%، وفي المركز الثاني تأتي حصّة "دين و دنيا" بنسبة 27.78%، وفي المركز الأخير حصّة "حديث الصباح" بنسبة 8.33%.

في الأخير هذا تذكير ملخّص لمتوسط النسب الخاص بطرق تحقيق الأهداف والدالة على مراكز الاهتمام بكلّ أسلوب.

- تقديم الأدلة والبراهين ← 56.78%
- تقديم أمثلة واقعية ← 11.61%
- بيان الحكم الشرعي ← 8.93%
- تقديم الأرقام ← 6.43%
- بيان الحكمة والتعليل ← 6.25%
- الاستشهاد بوقائع سابقة ← 4.82%
- الترغيب والترهيب ← 3.75%
- تقديم الحقائق ← 1.43%

وهذا أيضاً تلخيص لترتيب الحصص حسب استخدامها لهذه الفئة:

- حصّة " فتاوى " 338 تكرار ← 60.36%

- حصّة "دين ودينيا" 153 تكرار ← 27.32%

- حصّة "حديث الصباح" 96 تكرار ← 12.32% .

بعض الأمثلة عن طرق تحقيق الأهداف في الحصص الثلاث.

- طريقة تقديم أمثلة واقعية:

الحصّة المؤرخة في 2005/01/03، يتحدّث معدّ حصّة "دين ودينيا" عن مثال واقعي عن عادة من العادات المنتشرة يقول: "ومن التقاليد المعروفة عند دخول العروس لبيت العريس ما يسمى "النثار"، بعض الجهات يسمّونه العادة، وهو ما ينثر من الجوز واللوز والحلويات والكاوكاو على رأس العروس إلى غير ذلك".

الحصّة المؤرخة في 2005/03/11، يقول معدّ حصّة "فتاوى": "الحمد لله نرى في المساجد صلاة الصبح تقريبا تمتلئ المساجد هنا عندنا في بجاية، الحمد لله وبيارك الله، أما في صلاة التراويح فهذا أمر آخر شيء يعني لا بأس به عدد المصلين كثير وكثير جدا، وهذا الشيء مفرح لأنّه دليل على وجود التنبه واليقظة، يوجد أناس تائبون عابدون صالحون إن شاء الله...".

- طريقة بيان الحكم الشرعي:

الحصّة المؤرخة في 2005/02/04، من أجل التوجيه إلى عدم القنوط من رحمة الله والصبر على النوائب، يبيّن معدّ حصّة "فتاوى" أنّ تمني الموت والاستعجال به لا يجوز، فيقول في جوابه عن سؤال في الموضوع: "أيها السائل الكريم في الشرع، شرعنا على كلّ حال يبيّن بأنّه لا يليق للإنسان أن يقنط من رحمة الله في جميع الأحوال، إذن لا يجوز للإنسان المؤمن بالله سبحانه أن يصل إلى درجة من القلق واليأس حتى يتمنى الموت".

الحصّة المؤرخة في 2005/01/03، يقول معدّ حصّة "دين ودينيا": "ومن التقاليد المعروفة عند دخول العروس بيت العريس ما يسمى بـ"النثار".... وحكمه الكراهة لأنّ التقاطه دناءة وسخف"، ويتحدّث عن الوليمة في العرس فيقول: "وعند الجمهور وعند الكثير من العلماء سنة مؤكّدة".

- طريقة تقديم الأرقام :

الحصّة المؤرخة في 2005/02/13، يتحدّث معدّ حصّة "حديث الصباح" عن خلق الصبر ومكانته وكيف أنّه من الأخلاق الموصلة إلى رحمة وحبّ الله سبحانه وتعالى فيقول: "سوف نرى مسألة من المسائل التي توصل إلى محبة الله سبحانه وتعالى، ذكرها الله كثيرا حتى أن بعض المفسرين

يقولون أنه ذكرها تقريبا 99 مرة..."، معدّ الحصّة هنا يذكر الرقم 99 ليبيّن القيمة الكبيرة لهذا الخلق، لأنه كلما زاد عدد تكرار ذكره كان ذلك دليل أهميته.

الحصّة المؤرخة في 2005/01/24، يتحدّث معدّ حصّة "دين ودنيا" عن السيدة عائشة قائلاً: "نقول عائشة أم المؤمنين يعني هي التي يقول فيها الرسول صلّى الله عليه وسلّم "خذوا نصف دينكم عن هذه الحميراء" وعائشة ربما تتصوّرها في 60 سنة عندما قال عنها هذا الرسول صلّى الله عليه وسلّم، هي شابة لا تتجاوز 18 سنة، وكان الصحابة رضوان الله عليهم يأخذون العلم عنها، وكان الصحابي وعمره 80 أو 60 أو 70 سنة بعلمه ورزاقته وبحكمته ليسأل شابة وعمرها 18 سنة! "، إذن ما نلاحظه أنّ لذكر هذه الأرقام الدالة على سنّ وعمر هؤلاء الصحابة، دلالة كبيرة على أنّه ليس العبرة بسنّ الإنسان أو عمره لينال مكانة محترمة في المجتمع أو يرتفع شأنه بين الناس، بل العبرة بقدرات الإنسان العلمية خاصة، وبكفاءته ومدى معرفته بالأمر.

الحصّة المؤرخة في 2005/02/25، يتحدّث معدّ حصّة "فتاوى" عن نصاب الذهب في الزكاة فيقول: "الإنسان يريد أن يعطي الزكاة مثلاً على الذهب، الذهب 85 غرام فما فوق تفرض عليه الزكاة... نتحدث بلغة المال لنسهل الأمور على المستمعين، بالمال نقول 10 ملايين و200 ألف سنتيم إذا كان لديك 10 ملايين و200 ألف سنتيم هذه هي قيمة 85 غرام من الذهب...".

إذن إعطاء الرقم المطلوب من المال للوصول إلى نصاب الزكاة يسهل على الجمهور فهم الأمر ومعرفة النصاب الحقيقي الدقيق الذي يساعدهم على أداء واجبهم الديني، وهذا ما صرّح به معدّ الحصّة بأنّه سيعطي الرقم مباشرة ليسهل الأمور على جمهور المستمعين.

- طريقة بيان الحكمة والتعليل :

الحصّة المؤرخة في 2005/03/21، يتحدّث معدّ حصّة "حديث الصباح" مبيناً الحكمة أو السبب من أنّ الله عز وجل أنزل آدم وحواء إلى الأرض بعد أن كانا في الجنة فيقول: "ولكن لماذا كتب الله على آدم وحواء عصيانه؟"، يطرح السؤال ثمّ يعلّل ويبين لنا الحكمة من ذلك، "الحكمة من معصية آدم وحواء هو أن يكون الامتحان كبير في الدنيا وأن يفرّق الله سبحانه وتعالى بين من يستحقّ الجنة ممّن لا يستحقّها ليبيّن الشقي والسعيد، وهذه هي الغاية الكبرى من الوجود".

الحصّة المؤرخة في 2005/01/30، يتحدّث معدّ حصّة "دين ودنيا" عن السبب أو العلة من النهي عن الإسراف في الولائم والأعراس فيقول: "لقد أحيطت الولائم بالإسراف البالغ والتبذير الفاحش المنهي عنه في الكتاب والسنة... لأنه عدول عن الطريق الوسط الذي هو طريق عباد

الرحمان... وكما كان الإسراف محرّما شرعا وممقوتا عادة، فهو سفه عقلا، لما فيه من إتلاف للمال وإضاعة للوقت وامتهان للأرزاق ومحق للبركة، وكثيرا ما يشتكي الناس بعد نهاية الوليمة من تراكم الديون عليهم لأنهم أنفقوا فوق ما يطيقون وغلبت عليهم شهوة التباهي والتفاخر...".

الحصة المؤرخة في 2005/02/25، من حصّة "فتاوى"، وفي جوابه عن سؤال يقول: "لماذا المرأة لها عدّة أما الرجل فلا"، يبين معدّ الحصّة أسباب كون العدّة خاصّة بالمرأة فقط فيقول: "لماذا المرأة لها عدّة؟ السبب والحكمة الأولى أنه إذا كان هناك حمل يظهر في هذه الفترة وهذا هو السبب الأول، ثانيا أن تبقى المرأة في حرمة زوجها إن كان طلاقا لعل ذلك يكون سببا في الصلح وعودتهما إلى بعض"، أما لماذا الرجل ليس له عدّة؟ يقول: "السبب هو أن الرجل هو صاحب العصمة ويجوز له أن يتزوج عدّة مرات إذن لا يمكن والحالة هكذا أن تكون له عدّة".
- طريقة الاستشهاد بوقائع سابقة:

الحصة المؤرخة في 2005/01/07 من حصّة "فتاوى"، وفي حديثه عن أن الإنسان مخيّر وحر في أعماله وآتة لا ينال إلاّ جزاء عمله، يعطي معدّ الحصّة أمثلة عن أمم سابقة كانت مثالا لبيان هذه المسألة فيقول: "في سورة "الإنسان" يقول الله سبحانه وتعالى بأنّه هدى الإنسان السبيل إمّا شاكرا وإمّا كفورا، ولكنّه سبحانه أعطى أمثلة عن بعض الأمم قديما في التاريخ البعيد والكبير أمم أعرضت عن طاعة الله فعاقبها جميعها مثل: قوم ثمود، فرعون، قارون... يتحدث القرآن عن هؤلاء جميعا فيقول: (وَإِنْ يَرَوْا سَبِيلَ الرُّشْدِ لَا يَتَّخِذُوهُ سَبِيلًا وَإِنْ يَرَوْا سَبِيلَ الْغَيِّ يَتَّخِذُوهُ سَبِيلًا) (الأعراف:146)، والمعنى أنّهم إن يروا طريق الخير طريق الصواب لا يتبعونه وإن يروا طريق الضلال والغي يتبعوه فكان جزاؤهم بذلك أن أهلكهم الله جميعا".

إذن معدّ الحصّة هنا يستشهد بالقصص القرآني عن الأمم السابقة بغرض أخذ العبرة والدروس لتجنّب الوقوع في مثل تلك الأعمال.

الحصة المؤرخة في 2005/02/14، يتحدّث معدّ حصّة "دين ودنيا" عن نموذج من نماذج الإيمان القوي والصبر قائلا: "ويحدثنا القرآن الكريم عن كثير من المواقف التي لجأ فيها أصحابها إلى الله عز وجلّ، ليكشف ما بهم من ضر بعد الذي أصابهم من غمّ وهمّ، ولكنهم لم يستسلموا لليأس (...). فهذا سيدنا أيوب ابتلاه الله في ماله وأولاده ثم سلّط عليه المرض، فصبر لكلّ ذلك بقوة الإيمان...". إذن هذا مثل من الأمثال التي بينها معدّ الحصّة ليدعو المستمعين إلى الإقتداء بهم.

رابعاً: فئة الأبعاد المحليّة:

تتعلّق هذه الفئة ببيان المؤشرات والمحدّدات الدالة على البعد أو التخصّص المحليّ أو الجهويّ في الوسيلة الإعلامية المستخدمة، وبغرض الوصول إلى بيان هذه الفئة أدرجنا تحتها عدد من المحدّدات التي من خلالها يمكن استنتاج البعد المحليّ للإذاعة محلّ دراستنا، وهنا نذكر نوع المحدّدات كالتالي :

1- الشخصيات المحليّة: وهي الشخصيات التي تكون غالباً معروفة ومشهورة في المجتمع المحليّ ويعرفها الجمهور، كما يمكن أن تضمّ الشخصيات التي يذكرها القائم بالاتصال ويعرفها معرفة شخصية.

2- الأماكن المحليّة: وهي المعبرة عن الأماكن المحليّة كاسم الولاية أو دائرة من دوائرها نزولاً إلى قرية من قرأها أو حي من أحيائها الشعبية... .

3- الاستدلال بالواقع المحليّ: هو الاعتماد على وقائع محليّة عند الحديث بإعطاء أمثلة عن وقائع أو عادات أو أعراف تشتهر بها تلك المنطقة، أو حتى ظواهر منتشرة في المجتمع المحليّ.

4- الاعتماد على المصادر المحليّة: وتضمّ كل المصادر التي تعتمد عليها الإذاعة المحليّة بشرط أن تكون هذه المصادر مأخوذة أيضاً من المجتمع المحليّ، كأن يقوم القائم بالاتصال شخص عاملاً بالإذاعة المحليّة، أو ضيوف الحصة من المجتمع المحليّ، أو حتى الجمهور المحليّ إن كانت له تدخلات أو إسهامات في الحصة .

5- ذكر بعض خصائص المجتمع المحليّ: ويكون فيه ذكر بعض الأمور الخاصة بذلك المجتمع والتي تعبر عنه وتبيّنه، كأن يكون نوع النشاط المحليّ الذي يمارسه السكان (زراعة، صناعة، صيد...) أو ميزة طبيعية بيئية للمنطقة مثلاً: مدينة ساحلية، مدينة صحراوية... وما يدخل فيها من مميّزات وخصائص معيشية للسكان.

وسوف يكون "نوع المحدّد المحليّ" هو وحدة العدّ والقياس وفي نفس الوقت وحدة التحليل والدراسة.

الجدول رقم- 05- فئة الأبعاد المحليّة

متوسط النسبة %	مج النسب %	مج التكرارات	فتاوى		دين ودنيا		حديث الصباح		نوع المحدّد المحلي
			النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
2.34	100	6	0	0	100	6	0	0	الشخصيات المحليّة
12.45	100	32	75	24	25	8	0	0	الأماكن المحليّة
24.51	100	63	80.95	51	14.29	9	4.76	3	الاستدلال بالواقع المحلي
59.53	100	153	75.16	115	9.15	14	15.69	24	الاعتماد على المصادر المحليّة
1.17	100	3	100	3	0	0	0	0	ذكر بعض خصائص المجتمع المحلي
100	100	257	75.10	193	14.40	37	10.50	27	مجموعت/ متوسطن

القراءة التحليلية والرقمية للجدول رقم-05-الخاص بفئة الأبعاد المحلية :

يتّضح لنا من خلال عنوان الجدول رقم-05- أن إحصائياته الرقمية متعلّقة ببيان نوع الخصائص أو المحدّات والإجابة عن التساؤل النظري التالي: ما هي المحدّات المحليّة التي تستخدمها إذاعة الصومام في برامجها الدّينية للدلالة على البعد المحليّ لها ؟ .

من خلال القراءة الأولى لإحصائيات الجدول رقم-05- نجد أنّ المحدّات المحليّة حصلت على مجموع تكرارات وصلت إلى 257 تكرار موزّعة كما يلي: 193 تكرار لخصّة "فتاوى" بنسبة قدرها 75.10%، وهي أكبر نسبة تدلّ على أنّ الخصّة هي التي ذكرت هذه المحدّات أكثر من غيرها، وبعدها تأتي خصّة "دين ودنيا" بمجموع تكرارات وصلت إلى 37 تكرار بنسبة 14.40%، وفي الأخير تأتي خصّة "حديث الصباح" بمجموع تكرارات قدرت بـ 27 تكرار وذلك بأقلّ نسبة قدرها 10.5%، وهذا دليل على نقص التطرّق لهذه المحدّات في هذه الخصّة.

هذا من حيث الحصص، أمّا من حيث نوع المحدّد المحليّ نجد أنّ أعلى متوسط نسبة سجل في الجدول كان 59.83%، وحصل عليه محدّد "الاعتماد على المصادر المحليّة"، أمّا أدنى متوسط نسبة سجل فكان 1.17% كانت للمحدّد المحليّ "ذكر بعض خصائص المجتمع المحليّ"، وجاء في المركز الثاني المحدّد المحليّ "الاستدلال بالواقع المحليّ" بمتوسط نسبة قدره 24.51%، ويليه في المركز الثالث المحدّد المحليّ "ذكر الأماكن المحليّة" بمتوسط نسبة قدره 12.45%.

أمّا إذا أردنا أن نبرر ارتفاع نسبة المحدّد المحليّ "الاعتماد على المصادر المحليّة" على غيره من المحدّات، فهذا راجع في المقام الأوّل إلى أنّنا اعتمدنا في دراستنا كون "القائم بالاتصال" مصدرا محلياً والذي حصل على نسبة كبيرة في مجموع نسب المصادر الكليّة المعتمدة في البرامج الدّينية للإذاعة، فإذا أضفنا إليه المصادر المحليّة الأخرى كالجُمهور والضيوف عرفنا سبب هذا الارتفاع الذي نجده شدّد عن باقي المتوسطات بحيث أنّ الفرق بينه وبين أدنى نسبة وهي 1.17%، يصل إلى 58.36%، وهي نسبة لا بأس بها توضح البعد الكبير بين مدى الفتيتين "المصادر المحليّة" و"بعض خصائص المجتمع المحليّ".

إذا انتقلنا إلى القراءة الداخلية للجدول وأردنا الربط بين المتوسطات الداخلية للجدول ولتغيّراته، نجد أنّ محدّات الأبعاد المحليّة توزّعت حسب الحصص في الجدول كما يلي:

- "الاعتماد على المصادر المحلية": الذي حصل على أعلى نسبة مقارنة بالمحددات الأخرى، حصلت فيه حصّة "فتاوى" على أعلى نسبة والمقدرة بـ75.16%، وتليها حصّة "حديث الصباح" بنسبة 15.69% وأخيرا حصّة "دين ودنيا" بنسبة 9.15%.

- "الاستدلال بالواقع المحلي": حصلت لثاني مرة حصّة "فتاوى" على أعلى نسبة والمقدرة بـ80.95%، وتليها حصّة "دين ودنيا" بنسبة 14.29%، وأخيرا حصّة "حديث الصباح" بنسبة 4.76%.

- "الأماكن المحليّة": حصلت حصّة "فتاوى" دائما على أعلى نسبة والمقدرة بـ75%، ثمّ تليها حصّة "دين ودنيا" بنسبة 25% بينما انعدم ذكر هذا المحدد المحليّ في حصّة "حديث الصباح".

- "الشخصيات المحليّة": حصلت حصّة "دين ودنيا" على النسبة الكليّة 100% وانعدمت النسبة بذلك عند الحصّتين الأخرين.

- "ذكر بعض خصائص المجتمع المحليّ": حصلت حصّة "فتاوى" على النسبة الكليّة 100% وانعدمت النسبة عند الحصّتين الأخرين.

تّما سبق نلاحظ أنّ حصّة "فتاوى" كانت أكثر الحصص استخداما لهذه المحدّات، وتأتي بعدها حصّة "دين ودنيا" ثمّ في الأخير حصّة "حديث الصباح"، وربما هذا يعود أساسا إلى ما ذكرناه سابقا من كون هذه الحصّة تتعامل مباشرة مع الجمهور في شكل "سؤال وجواب"، مما يتيح لها الفرصة أكثر من غيرها من الحصص في التطرّق إلى الجانب المحليّ بذكر الأماكن أو خصائص البيئة والمجتمع المحليّ، أما قلّة استخدام حصّة "حديث الصباح" لهذه المحدّات من جهة، وانعدام استخدامها من جهة أخرى، دليل على أنّ الحصّة لا تتّجه إلى المحليّة في عرض مواضيعها، بل تميل إلى العرض العام للمواضيع الدنيّة، أي تركّز على الرسالة الإعلامية ومضمونها أكثر من الوسيلة الإعلامية ونوعيتها.

تذكير بمجمل الإحصاءات الواردة في الجدول رقم-05- المتعلقة بنسبة كلّ محدّد من المحدّات المحليّة، والنسبة الإجمالية لكلّ حصّة:

- الاعتماد على المصادر المحليّة ← 59.35%
- الاستدلال بالواقع المحليّ ← 24.51%
- الأماكن المحليّة ← 12.45%
- الشخصيات المحليّة ← 2.33%
- ذكر بعض خصائص المجتمع المحليّ ← 1.17%
- حصّة "فتاوى": 193 تكرار ← 75.10%

- حصّة "دين ودنيا": 37 تكرر ← 14.40%

- حصّة "حديث الصباح": 27 تكرر ← 10.50%

هذه الآن بعض الأمثلة عن بعض المحدّات المحليّة-مع التنبه أنّ المصادر المحليّة أشرنا إليها في فئة المصدر:-

- "الاستدلال بالواقع المحلي":

الحصّة المؤرخة في 2005/03/21 من حصّة "حديث الصباح"، يحذّر معدّ الحصّة الجمهور من بعض الظواهر السلبية في المجتمع، وهي الأكل من المال العام فيقول: "إياك إياك يا أخي المسلم ويا أختي المسلمة أن تسهل على نفسك أن تأكل من المال العام، لأنّه سبحانه الله العظيم ربّ العالمين يقول: (وَمَنْ يَغْلُلْ يَأْتِ بِمَا غَلَّ يَوْمَ الْقِيَامَةِ) (آل عمران:161)"، إذن معناه أنّه هناك في واقعنا من يسهل على نفسه أكل المال العام وهو أمر محرّم.

الحصّة المؤرخة في 2005/01/03 من حصّة "دين ودنيا"، يقول معدّ الحصّة: "إنّ ما يجري اليوم في الأفراح والأعراس من لهو وغناء خارج عن حدّ الاعتدال بآلات طرب متنوّعة، وبأصوات عالية بواسطة مكبرات الصوت تستمر أياما وليالي، حتى تعلو على أصوات المؤذنين في الأوقات الخمس، وتعلو حتى على خطبة الجمعة وهو الوقت الذي قال فيه الله سبحانه وتعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَى ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ذَلِكَ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ) (الجمعة:9)، فإذا كان المطلوب من المسلم عدم الاشتغال بما أحلّ الله وهو البيع في يوم الجمعة (...). فكيف الاشتغال بكلّ ما حرّم الله سبحانه وتعالى، من غناء ورقص ولغو واختلاط ومجون على ما يجري عليه الأمر عندنا".

الحصّة المؤرخة 2005/03/18 من حصّة "فتاوى"، وفي ردّه عن سؤال متعلّق بحكم زيارة المقابر، يجيب معدّ الحصّة قائلا: "لكي نختصر الكلام في هذه القضية، فإنّ الكيفية التي يقوم الناس بها اليوم في زيارة المقابر، من ذهاب العائلات والناس كلّهم يرحلون إلى هناك، هذا بهذه الكيفية الحالية غير جائزة في الشرع، غير واردة لا في السنة ولا في غيرها...".

- "الأماكن المحليّة":

الحصّة المؤرخة في 2005/02/07 من حصّة "دين ودنيا"، يشير معدّ الحصّة إلى مثال حي وقع في بجاية حيث يقول: "...ومنذ أيام فقط وليس ببعيد عن مقرّ إذاعة الصومام ألقى شاب يناهز

عمره 35 سنة نفسه من أعلى شرفة ساحة أول نوفمبر (Place Guidon)، إلى شارع "يوسف بوشباح" واضعا بذلك حداً لحياته".

الحصّة المؤرخة في 2005/02/25 من حصّة "فتاوى"، وفي جوابه عن سؤال عن حكم الغناء يشير معدّ الحصّة إلى أنّ السائل من بجاية مصرّحاً: "أحدهم يسأل ويقول هنا في بجاية...."، ثمّ بعد الإجابة عن السؤال يؤكّد مكان السائل قائلاً: "هذا هو الجواب لأخيّننا الذي يسأل هنا في "إحدادن" بجاية".

- "الشخصيات المحليّة":

الحصّة المؤرخة في 2005/01/24 من حصّة "دين ودينيا"، يتحدث معدّ الحصّة عن نماذج للشباب المسلم فيقول: "حتى في العصر الحديث من مجاهدين وقادتنا نذكر من بينهم "سي عميروش" الذي كان قدوة للمجاهدين، الذي يصلي في خضمّ المعارك ولم يدخل المدرسة ولم يتلقّ تعاليم الإسلام، بل وجد مجتمعه وأسرته وجدها مسلمة، وربما تحصّن ببعض التعاليم على مستوى الكتاب (...)، ونجد "لالا فاطمة نسومر" وهي شابة عندما قادت المعارك ضدّ جنرالات فرنسا وعمرها لا يتجاوز 30 سنة، وهي شابة مستقيمة...".

- "بعض خصائص المجتمع المحليّ":

الحصّة المؤرخة في 2005/03/11 من حصّة "فتاوى"، وفي سؤال لسيدة تستجوب عن حكم صلاة المرأة خارج بيتها، وتوضّح أنّ سبب ذلك هو خروجها إلى جني الزيتون، فتقول: "أريد الخروج لجني الزيتون، فهل يجوز لي الصلاة خارج بيتي -مكان جني الزيتون-". محلّ الاستشهاد هنا أنّ جني الزيتون يعتبر من الخصائص المميّزة للمجتمع المحليّ البجاوي لأنّ المنطقة معروفة بعمل سكاتها في مثل هذا النشاط الزراعي.

4-2-2 : محور الشكل: الفئات التي تجيب عن السؤال كيف قيل ؟

أولاً : فئة شكل أو نمط البث:

تستخدم هذه الفئة للترقية بين الأشكال والأنماط المختلفة التي تتخذها المادة الإعلامية في الوسائل المختلفة⁽¹⁾، حيث تناول التقسيم على أساس فنون الكتابة الإعلامية في الإعلام المكتوب أو فنون العرض في الإعلام السمعي البصري⁽²⁾، ومثال ذلك المادة الإعلامية في الإذاعة تقدّم على النحو التالي: حديث مباشر، حوار، مناقشة، ندوة، سؤال وجواب، تمثيلية، منوعات، أخبار، دراما...⁽³⁾، وهناك من يضيف اللغة التي تستعمل لتصنيف البرامج الموجهة للأجانب، فيقال برامج موجهة للناطقين باللغة الإنجليزية أو الإسبانية أو العربية⁽⁴⁾... . أمّا عن الأنماط التي اعتمدها في دراستنا فكانت كالتالي: الحديث الإذاعي المباشر، المقابلة الإذاعية، التمثيلية الإذاعية، سؤال وجواب، المسلسلة الإذاعية، المناظرة الإذاعية. فيما يخص العدّ والقياس فقد اعتمدنا "مفردة النشر" وحدة للعدّ والقياس وفي نفس الوقت وحدة للتحليل.

(1) سمير محمد حسين: مرجع سابق، ص:628.

(2) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص:232.

(3) عاطف عدلي العبد وزكي أحمد عزمي: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، ط1، دار الفكر

العربي، القاهرة، مصر، 1993، ص:214.

(4) رشدي طعيمة: مرجع سابق، ص:83.

- الجدول رقم-06- فئة شكل أو نمط البث

متوسط النسبة %	مجموع النسب %	مجموع التكرارات	فتاوى		دين ودنيا		حديث الصباح		الحصص نمط البث
			النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
61.90	100	13	0	0	46.15	6	53.85	7	الحديث الإذاعي المباشر
0	0	0	0	0	0	0	0	0	المقابلة الإذاعية
4.77	100	1	0	0	100	1	0	0	الندوة الإذاعية
0	0	0	0	0	0	0	0	0	التمثيلية الإذاعية
33.33	100	7	100	7	0	0	0	0	سؤال وجواب
0	0	0	0	0	0	0	0	0	المسلسلة الإذاعية
0	0	0	0	0	0	0	0	0	القصة الإذاعية
0	0	0	0	0	0	0	0	0	المنظرة الإذاعية
100	100	21	33.33	7	33.33	7	33.33	7	مجموع ت/ متوسط ن.

- القراءة الرقمية والتحليلية للجدول رقم-06-الخاص بفئة شكل أو نمط البث :

يتّضح لنا من خلال عنوان الجدول رقم-06- أن بياناته الرقمية متعلّقة ببيان نوع الأشكال والأنماط الإعلامية، والتي يتم من خلالها صياغة ونقل البرامج الدّينية في إذاعة الصومام، والتي أدرجناها تحت التساؤل التالي: ما هي الأشكال أو الأنماط الإذاعية التي تستخدمها إذاعة الصومام في عرض برامجها الدّينية؟.

من خلال القراءة الأوّلية لإحصائيات الجدول رقم-06- نجد أن أنماط البثّ المستخدمة حصلت في مجموعها على 21 تكرار موزعة بـ7 تكرارات لكلّ حصّة، سجّلت أعلى نسبة قدرها 61.9% والتي حصل عليها نمط "الحديث الإذاعي المباشر" بمجموع 13 تكرار، أمّا ثاني أكبر نسبة فكانت 33.33%، والتي حصل عليها نمط "سؤال وجواب" بمجموع 7 تكرارات، أمّا أدنى نسبة سجّلت كانت 4.77% لنمط "الندوة الإذاعية"، وهذه هي النسب الوحيدة المسجّلة، أي أنّه من مجموع ثمانية أنماط إذاعية مختلفة لم تستخدم إذاعة الصومام في برامجها الدّينية سوى ثلاثة أنماط إذاعية فقط.

وفيما يخص نسبة كلّ نمط من هذه الأنماط المستخدمة في كلّ حصّة فقد جاءت كما يلي:
1- "الحديث الإذاعي المباشر": حصلت حصّة "حديث الصباح" على المركز الأوّل بنسبة قدرها 53.85%. بمجموع 7 تكرارات، يعني أنّ الحصّة ملتزمة بهذا النمط في بثها، وجاءت في المركز الثاني حصّة "دين ودنيا" بنسبة قدرها 46.15%. بمعدل 6 تكرارات من مجموع 7 حصص، وهذا دليل على أنّ الحصّة تعتمد غالباً على هذا النمط في بثها.

2- "الندوة الإذاعية": ورد هذا النمط مرة واحدة في حصّة "دين ودنيا" بالنسبة الكلّية 100% وهذا دليل على أنّ هذه الحصّة هي الوحيدة التي استخدمت هذا النمط.

3- "سؤال وجواب": كذلك وردت مرة واحدة في حصّة "فتاوى" بالنسبة الكلّية 100% بمجموع 7 تكرارات، أي أنّ الحصّة تعتمد كلياً على هذا النمط في بثها.

لكن كيف نفسر اعتماد إذاعة الصومام على هذه الأنماط في عرض برامجها الدّينية ؟
- نمط "الحديث الإذاعي المباشر": يعود استخدام إذاعة الصومام لهذا القالب إلى كونه يعتبر في الغالب الأعمّ الشكل والقالب الإذاعي المستخدم بكثرة في عرض البرامج الدّينية، هذا من جهة، ومن جهة ثانية يعتبر الشكل الإذاعي الأكثر قدرة على استخدام الإلقاء المباشر والذي يلائم

بدوره طبيعة المواضيع الدينية التي تعتمد على أسلوب الوعظ والإرشاد، من جهة ثالثة أنّ استخدام أسلوب الإلقاء المباشر يلائم طبيعة الإذاعة التي يعتمد فيها على وظيفة الاستماع التي تسهّل على الجمهور تذكّر موادها المقدّمة، خاصة عند الذين تقلّ درجة تعليمهم وذكائهم. - نمط "السؤال والجواب": يعود استخدام هذا النمط إلى ملاءمته لنوع موضوعات الفتاوى، حيث يوجد فيها دائماً طرف يسأل وهم الجمهور، وطرف يجيب وهو الشخص المختص وهنا في البرامج الدينية الإمام أو المفتي.

وفي الأخير نذكر أن هناك من الدراسات التي أكّدت أنّ أنسب الأشكال الإذاعية للبرامج الدينية هي: الحديث الإذاعي المباشر والندوة الإذاعية والسؤال والجواب⁽¹⁾.

تذكير بمجمل ما جاء في الجدول رقم-06- عن نسبة الأنماط الإذاعية المختلفة:

- الحديث الإذاعي المباشر : 13 تكرار ← 61.90 %
- سؤال وجواب: 7 تكرارات ← 33.33 %
- الندوة الإذاعية: 1 تكرار ← 4.77 %

(1) عادل عبد الله الفلاح: مرجع سابق، ص:515.

ثانياً : فئة اللغة المستخدمة:

وهي من الفئات الهامة في عملية التحليل، نظراً لما يترتب عليها من نتائج مرتبطة بمدى فهم الرسالة الإعلامية، واستيعابها من جانب جمهور القراء أو المستعملين أو المشاهدين، حيث يمكن تقديم المواد الإعلامية العربية بعدة مستويات، هي فصحي التراث والفصحي البسيطة، وعامية المتنورين والعامية.

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⁾.

تشمل 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، يوجد ترجمة وتعليق، لا توجد ترجمة ولا تعليق.
 - مدى التعليق: تعليق على كلّ 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⁽²⁾.
- أما في دراستنا فقد اعتمدنا البحث عن "نوع اللغة المستخدمة" في البرامج الدينية في إذاعة الصومام المحلية، أما ما تجدر الإشارة إليه في هذه الفئة أننا استثنينا النصوص الشرعية من "القرآن الكريم" و "الأحاديث النبوية الشريفة" من عملية التحليل، وقد اعتمدنا وحدة الكلمة وحدة للعدّ والقياس.

(1) سمير محمد حسين: مرجع سابق، ص: 629.

(2) عاطف عدلي العبد وزكي أحمد عزمي: مرجع سابق، ص: 214، 215.

الجدول رقم-07- فئة اللغة المستخدمة

متوسط النسبة %	مج التكرارات	فتاوى		دين ودنيا		حديث الصباح		الحصص نوع اللغة
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
53,59	21978	29,97	8692	98,74	12036	32,05	1250	العربية الفصحى
1,11	751	2,06	598	1,26	153	0	0	العربية الدارجة (العامية)
25,79	11172	32,52	9432	0	0	44,85	1749	الأمازيغية الفصحى
18,90	10667	33,67	9768	0	0	23,05	899	الأمازيغية الدارجة (العامية)
0,61	518	1,78	516	0	0	0,05	2	الفرنسية
100	45095	100	29006	100	12189	100	3900	المجموع

- القراءة الرقمية والتحليلية للجدول رقم-07- الخاص بفئة اللغة المستخدمة:

يتضح لنا من خلال عنوان الجدول رقم-07- أن إحصائياته الرقمية متعلقة ببيان نوع اللغة المستخدمة في البرامج الدينية لإذاعة الصومام، وذلك للإجابة عن السؤال التالي: ما هو نوع ومستوى اللغة التي تستخدمها البرامج الدينية في إذاعة الصومام؟ عند القراءة الأولية يتضح لنا أن أعلى متوسط نسبة سجل في الجدول كان 53.59%، وكان معبراً عن نسبة "العربية الفصحى" في الحصة الثلاث، أما أدنى نسبة - باستثناء اللغة الفرنسية باعتبارها لغة أجنبية- فقد كانت 1.11%، وحصلت عليها "العربية الدارجة (العامية)"، وجاء في المركز الثاني بعد العربية الفصحى اللغة "الأمازيغية الفصحى" بمتوسط نسبة قدره 25.79%، أما المركز الثالث فكان لـ "الأمازيغية العامية" بمتوسط نسبة قدره 18.90%.

أما عن توزيع نسب نوع اللغات المستخدمة والفرق بين استخدام كل نوع وآخر في الحصة الواحدة فإنه جاء كما يلي:

- حصة "حديث الصباح": أعلى نسبة مسجلة فيها كانت 44.85%، والمعبرة عن "الأمازيغية الفصحى"، وهذا يدل على أنها اللغة السائدة في هذه الحصة أي أنها برنامج ديني يقدم باللغة الأمازيغية، ولكن هذا لا يعني أن الحصة لا تستخدم أنواع لغوية أخرى، بل ما نجده أنه بعد "الأمازيغية الفصحى" يأتي استخدام "اللغة العربية الفصحى" في المركز الثاني - رغم استثنائنا للقرآن الكريم وللأحاديث النبوية من التحليل - وذلك بنسبة وصلت إلى 32.05%، وهي نسبة ليست بالبعيدة عن النسبة الأولى، وهذا دليل على أن معدّ الحصة أثناء إلقائه للحديث الديني باللغة الأمازيغية لا يتردد في استخدام كلمات باللغة العربية الفصحى في ثنايا حديثه، وفي المركز الثالث تأتي "الأمازيغية العامية" بنسبة 23.05%، وأخيراً اللغة الفرنسية بنسبة قليلة جداً قدرها 0.05%، مما يدل على قلة الاعتماد على هذه اللغة في الحصة.

- حصة "دين ودنيا" أعلى نسبة سجلت فيها كانت 98.74%، وهي نسبة كبيرة جداً تكاد تصل إلى النسبة الكلية، وهي المعبرة عن "العربية الفصحى"، وهذا يدل على أن حصة "دين ودنيا" برنامج ديني يقدم باللغة "العربية الفصحى"، وهو ما صرح به معدّ البرنامج في أول حصة بقوله: "...وهاهي ذي تدعم برامجها بهذه الحصة الدينية الجديدة باللغة العربية، إلى جانب الحصة التي تقدّم بالأمازيغية..". أما النسبة الثانية فكانت 1.26% والمعبرة عن "العربية الدارجة"، وهي قليلة جداً مقارنة بالأولى، وهذا ما لاحظناه أثناء عملية العدّ والقياس، من أن

كلمات قليلة ترد بالعامية لزيادة التوضيح فقط، أو شرح لكلمة فصحي يمكن أن تكون غير مفهومة من المجتمع المحلي.

أما الأنواع الأخرى فلم تسجّل أيّ نسبة وهذا دليل على انعدام استخدامها في هذه الحصة. - حصة "فتاوى": أعلى نسبة سجّلت كانت 33.67% وكانت معبرة عن "الأمازيغية العامية"، وبعدها تأتي "الأمازيغية الفصحى" بنسبة 32.52%، وهذا دليل على أنّ الحصة برنامج ديني يقدم بـ "اللغة الأمازيغية"، وبعد "اللغة الأمازيغية" تأتي "العربية الفصحى" بنسبة 29.97%، وبعدها "العربية العامية" بنسبة قليلة 2.06%، وأخيرا "اللغة الفرنسية" بنسبة 1.78% .

إذن ما نلاحظه أنّ حصّتين من مجموع ثلاثة حصص تستخدم "اللغة الأمازيغية" في تقديم مواضيعها الدّينية، أمّا الحصة الثالثة فتقدّم مواضيعها بالعربية الفصحى .

ولكن من جهة أخرى كيف لنا أن نفسّر ما يلي:

- رغم أنّ حصّتين من مجموع الحصص تستخدمان "اللغة الأمازيغية"، إلّا أنّ "العربية الفصحى" كان لها أعلى متوسط نسبة بين الأنواع المتبقية، رغم أنّ الإذاعة محلية ومن شروطها مخاطبة المجتمع المحلي بلغته.

إنّ استخدام اللغة "العربية الفصحى" في هذه البرامج رغم أنّ اللغة "الأمازيغية" هي اللغة المحليّة التي يفترض أن تقدّم بها الإذاعة برامجها يعود إلى الأسباب التالية:

1- نوعية البرامج في حدّ ذاتها، فكون البرامج دينية يحتم استخدام اللغة "العربية الفصحى" لأنّها لغة القرآن والسنة خاصة، ولغة الإسلام عامة، ممّا يقتضي وجود كلمات عربية فصيحة درج استخدامها كما هي دون تغيير أو ترجمة لها إلى اللغة المحليّة، لكونها تعبّر عن مفردات دينية محضة لم يسبق أن كان السكان المحليين يعرفونها إلّا مع الفتح الإسلامي وانتشار لغة القرآن الكريم، ومثال هذه الكلمات كثير نذكر منها ما يلي: الله، رب العالمين، النبي صلّى الله عليه وسلّم، الجنة، الغيب، الإخلاص، الشرع، الجزاء،

2- الامتزاج والاختلاط الذي حدث منذ زمن الفتح الإسلامي لبلاد المغرب بين اللغة "العربية الفصحى" واللغة "الأمازيغية"، حتى أنّ السكان المحليين اهتموا بدراسة اللغة "العربية" وقواعدها وأصولها سعيا منهم لتعلّم الدين الإسلامي والتفقه فيه، حتى أنّهم ربما أولو عناية أكبر للغة العربية أكثر منها للغتهم الأم بدافع الوازع الدّيني، وهذا ما يفسّره انحسار وجود اللغة "الأمازيغية" حاليا في بعض المناطق مثل: منطقة القبائل، جبال الأوراس، منطقة بني مزاب، أقصى الجنوب الجزائري-الطوارق-.

3- مع عامل الزمن وذوبان المجتمع الأمازيغي في العربي، اندثرت الكثير من الكلمات والتعبيرات من اللغة "الأمازيغية" وذلك لأنه لم يتم حفظها وتقنينها في تراث علمي وثقافي مكتوب يضمن لها البقاء كلغة حية تسهل كتابتها وقراءتها، بل بقيت لغة شفوية يعتمد نقلها على استعمالها في المعاملات اليومية بين السكان، وتوارثها من جيل لآخر مثل باقي العادات والتقاليد، وربما هذا ما يفسره واقع اللغة "الأمازيغية"، حالياً فرغم الاعتراف بها كلغة وطنية إلا أنّ أمر تدريسها يطرح مشاكل كثيرة لعلّ أبرزها نوعية الحروف التي تكتب بها، هل هي اللاتينية أم العربية أم الحروف الأصلية لها -التفناغ-.

وبالإضافة إلى اللغة "العربية" نجد اللغة "الفرنسية" استطاعت أيضاً النفوذ إلى الاستعمال اليومي للسكان والامتزاج باللغة الأم، وهذا ما بيّنه لنا ورود استعمال اللغة "الفرنسية" في هذه البرامج الدينية بمتوسط نسبة قدر بـ 0.61%، موزع على حصّتي "حديث الصباح" و "فتاوى".

أمّا ما يمكن أن يفسّر لنا استخدام "العربية الدارجة" فيعود في أساسه إلى مراعاة واقع الجمهور المحلي الذي فيه من الناس من لا يتقن "العربية الفصحى" وبالمقابل يتقن "العربية الدارجة" ويفهمها، لأنه يأخذها سماعاً سواء من وسائل الإعلام السمعية البصرية (إذاعة وتلفزيون)، أو من أناس يتكلمونها من أقاربه أو الذين يسكنون في بجاية ويتحدثون بها، إذن فالعامية أسهل في الحفظ والتعلّم من الفصحى التي تحتاج دائماً إلى مستوى تعليمي معين.

ثالثاً : 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 الاهتمام بعرض الموضوع وتقديمه، بحيث كلما زادت المساحة أو الوقت كان ذلك دليلاً على ازدياد الاهتمام⁽¹⁾.

لغرض بيان حجم الوقت المخصص لبرامجنا محلّ الدراسة فقد صنّفنا برامج الإذاعة إلى ما يلي:

1- البرامج الترفيهية: وتحتوي على كلّ الفقرات أو الحصص المخصّصة للهو والترويح عن النفس وتشمل خاصة حصص الأغاني، الحصص الفكاهية، حصص الألعاب والألغاز....

2- البرامج الثقافية والوثائقية: تحتوي على الفقرات والحصص المخصّصة لمعالجة القضايا الثقافية والتراثية، مثل حصص الفنون كالمرسح، الشعر، الآداب، اللغات... الحصص التي تتحدّث عن التراث الثقافي والتاريخي للمنطقة، بالإضافة إلى الأشرطة الوثائقية وغيرها.

3- البرامج الاجتماعية: تشمل مختلف الحصص التي تعالج القضايا الاجتماعية مثل الحصص الموجهة للأسرة، الحصص الحوارية المباشرة مع الجمهور لمعرفة انشغالاته اليومية وطرح مشاكله أو طموحاته.

4- البرامج الإخبارية: هي البرامج المهتمّة بنقل الأخبار والأحداث المحليّة والدولية، والتي تمثّل على العموم: نشرة الأخبار أو موجز الأخبار.

5- البرامج الرياضية: وهي البرامج التي تهتمّ بنقل الأخبار أو المنافسات الرياضية المختلفة مثل: مباريات كرة القدم أو اليد أو السلة...، إضافة إلى الرياضات الأخرى كالسباحة، سباقات الدراجات والسيارات... .

6- برامج الأطفال: وهي البرامج التي توجّه إلى شريحة الأطفال، مثل حصص التسلية والمنافسة العلمية بين مختلف المستويات، الحصص الحوارية المباشرة مع الأطفال... .

7- البرامج الدّينية: - محلّ دراستنا- وهي البرامج المخصّصة لعرض المواضيع والقضايا الدّينية، مع الإشارة إلى استثناء تلاوة القرآن الكريم في بداية وختام البث، كذلك الآذان والنقل المباشر لصلاة الجمعة لأنّها لا تعتبر من البرامج الدّينية.

(1) سمير محمد حسين: مرجع سابق، ص، ص: 269، 270.

الجدول رقم-08- فئة الزمن

النسبة %	زمن البث (بالدقيقة)	نوع البرامج
34.15	1697	البرامج الترفيهية
11.41	567	البرامج الثقافية والوثائقية
17.64	877	البرامج الاجتماعية
30.91	1536	البرامج الإخبارية
2.92	145	البرامج الرياضية
2.47	123	البرامج الدينية
0.50	25	برامج الأطفال
100	4970	المجموع

- القراءة الرقمية والتحليلية للجدول رقم-08- الخاص بفئة الزمن:

يتضح من خلال عنوان الجدول رقم-08- أن الغرض منه هو معرفة الحجم الزمني لبث البرامج الدينية في إذاعة الصومام، بغرض الإجابة عن السؤال التالي: ما هو الحجم الزمني الذي تشغله البرامج الدينية في إذاعة الصومام؟.

تبين لنا البيانات الرقمية للجدول رقم-08- الفروقات الزمنية بين البرامج المختلفة، حيث كانت أعلى نسبة 34.15% والمعبرة عن نسبة "البرامج الترفيهية" التي وصل حجم بثها إلى 1697 دقيقة محتلة بذلك المركز الأول من حجم البث الإجمالي الأسبوعي، أما أدنى نسبة فكانت 0.50% وكانت من نصيب "برامج الأطفال" بحجم بث لا يتجاوز 25 دقيقة في الأسبوع، وهذا يدل على قلة اهتمام الإذاعة بهذا النوع من البرامج.

بعد "البرامج الترفيهية" تأتي "البرامج الإخبارية" في المركز الثاني بنسبة قدرها 30.91%، وبحجم بث وصل إلى 1536 دقيقة، وهذا يدل على اهتمام الإذاعة ببرامج الأخبار، وفي المركز الثالث تأتي "البرامج الاجتماعية" بنسبة 17.64% وبحجم بث قدره 877 دقيقة، بعدها "البرامج الثقافية" بنسبة 11.41% بحجم بث قدره 567 دقيقة، وبعدها "البرامج الرياضية" بنسبة 9.92% وبحجم بث 145 دقيقة .

أما فيما يخص "البرامج الدينية" محلّ دراستنا فقد جاءت في المركز السادس ما قبل الأخير بنسبة 2.27% وبحجم بث قدره 123 دقيقة.

إذن ما نلاحظه مما سبق أن إذاعة الصومام تهتم في المقام الأول بالبرامج الترفيهية ثم الإخبارية ثم البرامج الاجتماعية ثم الثقافية، وهذا في أصله يعود إلى كون الإذاعة عامة وليس إذاعة الصومام فقط ومنذ بداية ظهورها ركزت في أهدافها ووظائفها على ثلاث وظائف هي: "الإعلام والترفيه والتثقيف"، لذلك نجد إذاعة الصومام انتهجت نفس الأسلوب وحافظت على نفس المبادئ التي قام عليها البث الإذاعي منذ بدئه، كما أن هذا من أهداف إنشاء إذاعة الصومام كما سبقت إليه الإشارة في تعريف الإذاعة .

أما نسبة البرامج الدينية في إذاعة الصومام فإنه يؤكد ما أشرنا إليه من واقع البرامج الدينية في وسائل الإعلام عامة، حيث نجد أنها في الغالب تنحصر بين 1% إلى 3% من مجمل البث الإذاعي والتلفزيوني، وهي نسبة قليلة تدلّ على قلة الاهتمام إن كانت زيادة حجم التوقيت تدلّ على زيادة الاهتمام والعكس .

الخاتمة: نتائج الدراسة:

كشفت لنا الدراسة في شقيها النظري والتطبيقي عن مجموعة من النتائج نجملها فيما يلي:

1- 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.

- إن واقع البرامج الدينية في وسائل الإعلام لا يختلف كثيرا عن واقع هذا الإعلام في المجتمعات العربية والإسلامية، حيث يعاني غالبا من الرداءة وقلة الفاعلية والعجز عن تحقيق الأهداف الكبرى المنوطة إليه، وكنتيجة لذلك فإن تطوير البرامج الدينية في وسائل الإعلام مرهون بتحسين مستوى هذا الأخير كما وكيفما.

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

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

2- الجانب التطبيقي:

مستوى عرض البرامج الدينية في إذاعة الصومام مقبول من حيث الكيف وهذا ما

يؤكدّه ما يلي:

- البرامج الدينية في إذاعة الصومام تناول أغلب القضايا الدينية على اختلافها، وهذا ما أبرزه

تنوّع الموضوعات التي تضمّنتها هذه البرامج بين العقدية، التشريعية، الاجتماعية، الفكرية...

- تمزج البرامج الدينية في مصادر معلوماتها بين المصادر العامة التي تراعي نوعية البرامج الدينية،

وبين المصادر المحلية التي تستجيب لنوعية الوسيلة وهي الإذاعة المحلية .

- البرامج الدينية تستخدم أساليب علمية لتحقيق أهدافها في الوصول إلى الجمهور.

- أن إذاعة الصومام المحليّة تراعي في برامجها الدّينية واقع المجتمع المحليّ وذلك من خلال بيانها للأبعاد المحليّة التي تخصّ هذا المجتمع.
- استخدمت إذاعة الصومام في برامجها الدّينية أنسب الأشكال الإذاعية لهذا النوع من البرامج وهي: الحديث الإذاعي المباشر، الندوة الإذاعية ، السؤال والجواب.
- استخدمت الإذاعة اللّغة المناسبة في برامجها الدّينية، حيث مزجت بين اللّغة العربية الفصحى التي تناسب نوع البرامج، واللّغة الأمازيغية التي يقتضيها نوع الوسيلة الإعلامية، وهي الإذاعة المحليّة التي من شروطها مخاطبة المجتمع المحليّ بلغته المحليّة.
- أما من حيث الكمّ فثبت قلة الاهتمام بالبرامج الدّينية حيث لم تتجاوز نسبتها 2.47%، وهي النسبة الغالبة على البرامج الدّينية في أغلب وسائل الإعلام في الدول العربية، حيث تنحصر نسبة هذه البرامج بين 1% إلى 3% .

- قائمة المصادر والمراجع :

◆ القرآن الكريم

◆ الكتب

1. إبراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامي، (د.ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، (د.ت).
2. إبراهيم إمام: الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ط2، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.
3. إبراهيم إمام: نحو بلاغة تلفزيونية جديدة في البرامج الدينية، (د.ت)، جهاز تلفزيون الخليج، الرياض، 1983.
4. إبراهيم عبد الله المسلمي: الإعلام الإقليمي: دراسة نظرية وميدانية، د.ط، العربي للنشر والتوزيع، د.ب.ن، 1992.
5. الزواوي بغورة: مفهوم الخطاب في فلسفة ميشال فوكو، (د.ط)، المجلس الأعلى للثقافة، طبع بالهيئة العامة للمطابع الأميرية، (د.ب.ن)، 2000.
6. الطيب برغوث: الخطاب الإسلامي المعاصر وموقف المسلمين منه، ط1، دار الامتياز، قالمة، الجزائر، 1990.
7. جبارة عطية جبارة: علم اجتماع الإعلام، د.ط، دار عالم الكتاب للنشر والتوزيع، الرياض، 1985.
8. جيران جيهامي: سلسلة موسوعات المصطلحات العربية والإسلامية، موسوعة مصطلحات الفلسفة عند العرب، ط1، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، لبنان، 1998.
9. جيهان أحمد رشدي: الأنظمة الإذاعية في المجتمعات الغربية، د.ط، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1994.
10. جيهان أحمد رشدي: الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.
11. رشدي طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، (د.ت).
12. ريتشارد بن لويس دوغير وروبرت روث: تحليل مضمون الإعلام، المنهج والتطبيقات العربية، تر: محمد ناجي الجوهري، د.ط، دار أربد قدسية للنشر، 1992.
13. زهير إحدادن: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002.
14. سعيد محمد السيد: إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1988.

15. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1995.
16. سهير جاد: البرامج الثقافية والإعلام الإذاعي، د.ط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1997.
17. عاطف عدلي العبد وزكي أحمد عزمي: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1993.
18. عبد العزيز شرف وسامية أحمد علي: الدراما الإذاعة والتلفزيون، ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1999.
19. عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام، د ط ، الهيئة المصرية للكتاب، 2000.
20. عبد الكريم بكار: مقدّمات للنهوض بالعمل الدّعوي، ط2، دار القلم، دمشق، سوريا، 2001.
21. عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة الإسلامية، (د.ط)، مؤسسة الرسالة، دار الوفاء، (د.ب.ن).
22. عبد اللطيف حمزة: الإعلام في صدر الإسلام، (د.ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، (د.س.ن).
23. عبد الله شحاته: "الدعوة الإسلامية والإعلام الديني"، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط2، 1986.
24. عبد المجيد شكري: الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، د.ط، القاهرة، مصر، 1987.
25. 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.
26. عزي عبد الرحمان وآخرون: عالم الاتصال، سلسلة الدراسات الإعلامية، ديوان المطبوعات الجامعية، د.ط، الجزائر، (د.ت).
27. علي حسن مصطفى: الإذاعة المدرسية والإعلام الديني، د.ط، دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة، 2003.
28. عمر عبید حسنة: مراجعات في الفكر والدعوة والحركة، المعهد العامي للفكر الإسلامي، د.ط ، دار الهدى للطباعة والنشر، عين ميليلة، الجزائر، (د.ت).

29. عواطف عبد الرحمان: إشكالية الإعلام التنموي في الوطن العربي، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، (د.ت).
30. عواطف عبد الرحمان: الصحافة العربية في الجزائر دراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية (1954-1962)، د.ط، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.
31. فردريك قاسور: وسائل الإعلام في المستقبل، تر: خليل أحمد خليل، ط1، منشورات عويدات، بيروت، لبنان، 1996.
32. فضيل دليو: مدخل إلى الاتصال الجماهيري، مخر علم اجتماع الاتصال، جامعة قسنطينة، د.ط، الجزائر، 2003/1424.
33. كرم شلي: الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج، د.ط، دار الجيل للطباعة، القاهرة، (د.ت).
34. كرم شلي: المذيع وفن تقديم البرامج للراديو والتلفزيون، د.ط، مكتبة التراث الإسلامي، القاهرة، مصر، (د.ت).
35. كرم شلي: فن الكتابة للراديو والتلفزيون، د.ط، مكتبة التراث الإسلامي، د.ب.ن، (د.ت).
36. ماجي الحلواني وعاطف العبد: الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
37. ماجي الحلواني: مدخل إلى الإذاعات الموجهة، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1982.
38. محمد حافظ دياب: سيد قطب، الخطاب والإيديولوجيا، (د.ط)، دار موفم للنشر، الجزائر، 1991.
39. محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ط1، مكتبة الخانجي، القاهرة، مصر، 1983.
40. محمد سيد محمد، حسن عماد مكاوي: الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، د.ط، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 1999.
41. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000.
42. محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979.
43. محمد علي العويني: الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1987.
44. محمد علي العويني: الراديو والتنمية السياسية، د.ط، عالم الكتب، القاهرة، (د.ت).

45. محمد فريد محمود عزت: دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 1984/1404.
46. محمد كامل عبد الصمد: التلفزيون بين الهدم والبناء، ط2، دار الدعوة للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 1993.
47. محمد لعقاب: المسلمون في حضارة الإسلام الجديدة، (د.ط)، شركة دار الأمة للطباعة والنشر، (د.ت).
48. محمد مرعي: الإعلام الإسلامي وخطر التدفق الإعلامي، ط1، دار الصحوة للنشر، القاهرة، 1988.
49. محمد معوض وبركات عبد العزيز: الخير الإذاعي والتلفزيوني، ط1، دار الكتاب الحديث، (د.ب.ن)، 1996.
50. محي الدين عبد الحلیم: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، ط2، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1984.
51. محي الدين عبد الحلیم: الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1984.
52. محي الدين عبد الحلیم: الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي، (د.ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، (د.ت).
53. مصطفى متبولي: تصوّرات مستقبلية لخطاب إعلامي عربي موجّه للمتلقي الغربي، الإعلام والقضايا العربية بعد 11 أيلول 2001، ط1، ندوة الدراسات الإنمائية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2002.
54. مني حداد يكن: أبنائنا بين وسائل الإعلام وأخلاق الإسلام، ط2، مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان، 1983.
55. نوال محمد عمر: فنّ صناعة الخير في الإذاعة والتلفزيون، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1993.
56. نور الدين بلييل: الارتقاء باللغة العربية في وسائل الإعلام، مخبر بحث اجتماع الاتصال، د.ط، قسنطينة، الجزائر، (د.ت).

◆ المجلات :

57. إبراهيم إمام : كيف نجعل البرامج الدينية في التلفزيون أكثر تشويقاً، المجلة العربية، المملكة العربية السعودية، العدد 71، السنة 7، أكتوبر 1983.
58. إبراهيم بن مراد: في مسألة الاستعمال اللغوي في البرامج الإذاعية والتلفزيونية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد2، السنة2000.
59. أبو بكر بلطح: اللغة العربية في الإذاعة والتلفزيون بين ثوابت الكيان وثقافة الحداثة، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد2، السنة2000.
60. أحمد باكو: البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزة، مجلة الإحياء، رابطة علماء المغرب، المملكة المغربية ج2، مج6، نوفمبر-أفريل 1987.
61. أحمد جاد: من ذا يقول لقيادة الإعلام رمضان شهر شعائر المسلمين، مجلة الدعوة، القاهرة، مصر، العدد 39، السنة 28، 1979.
62. أديب حضور : البرامج الدينية في البرجة الرمضانية العربية، مجلّة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد1، السنة 2003.
63. حسن رجب: أدب الإسلام وعلم الاتصال، كتاب الأمة، مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، ط1، رئاسة المحاكم الشرعية والشؤون الدينية، قطر، العدد 28، 1991.
64. سهيلة زين العابدين حماد: مجلة المنهل، المملكة العربية السعودية، المجلد63، العدد577، السنة 67.
65. صالح بن بوزة: الصحافة الجهوية، المفهوم والخصائص والوظائف، حوليات جامعة الجزائر، العدد3، السنة1994.
66. عبد الرحمان شيخ حمادي: نحو وعي إعلامي إسلامي يتصدى للغزو الثقافي، مجلة الوعي الإسلامي، العدد 380، السنة 1997.
67. عبد القادر طاش: إضاءات حول الإعلام الإسلامي، مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، كتاب الأمة، رئاسة المحاكم الشرعية والشؤون الدينية، قطر، العدد 28، السنة 1991.
68. عبد الله الحيدري: الإعلام المحلي في تونس، مجلّة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد2، 1998.
69. عبد الله سالم: البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون نقد وتحليل، مجلة المجتمع، الكويت، العدد 234، السنة 1975.
70. عصام سليمان الموسى: اللهجات العامية في وسائل الإعلام الإلكترونية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد2، السنة2000.

71. غازي بن زين عوض الله: البرمجة الرمضانية وكثافة الإنتاج التلفزيوني، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد1، السنة2003.
72. فريال مهنا: لغة الإعلام العربي بين الفصحى والعاميات، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد2، السنة2000.
73. كامل البوهي، المجلة العربية، حوار: أحمد يوسف فرغلي، العدد 104، السنة 10، 1986.
74. مجلة الإذاعات العربية: نحو تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات دول الخليج العربي، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد2، السنة1987.
75. محمد أنيس المحتسب: المذيع والإلقاء، الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد1، السنة2001.
76. محمد الأمين مواقي: الإذاعات المحلية الفضاء الآخر، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد2، السنة1998.
77. محمد سيد محمد: الإعلام الإسلامي والتحدّي الحضاري المعاصر، مقالات في الدّعوة والإعلام الإسلامي، كتاب الأمة، العدد 28، ط1، رئاسة المحاكم الشرعية والشؤون الدينية، قطر، 1991.
78. محمد شمال حسن: مسألة التّضليل في الخطاب التلفزيوني، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد1، سنة2001.
79. محمد عبد الكافي: تأملات في الخطاب الديني بالفضائيات العربية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد1، السنة 2003.
80. محمد كامل عبد الصمد: التلفزيون والبرامج الدينية، مجلة منار الإسلام، العدد 1، السنة 15، الإمارات العربية المتّحدة، 1989.
81. محمد محمود المرسي: الآثار السلبية والإيجابية للتلفزيون على الأطفال، مجلة المنهل، المملكة العربية السعودية، العدد 577، السنة 67.
82. محمد نجيب التلاوي: مسألة حضور الفصحى في وسائل الإعلام، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد2، السنة 2000.
83. منصف الجزائر: البرامج الثقافية في البرمجة الإذاعية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد3، السنة:2001.
84. نواف عدوان: أهمية الإذاعة المحلية في التنمية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد2، السنة 2000.

◆ القواميس

85. ابن منظور: لسان العرب، ط1، ج1، مطبعة بولاق، مصر، 1300هـ .
86. مجاني الطلاب : دار المجاني، بيروت، لبنان، 2001.
87. يوسف محمد البقاعي : قاموس الطلاب : "عربي-عربي" ، مراجعة وتدقيق: شهاب الدين أبو عمرو: د.ط، دار المعرفة، الدار البيضاء، المغرب، د.ت.

◆ المحاضرات

88. حسن بومالي: محاضرات سنة أولى ماجستير، 2002-2003.
89. مراد زعيمي: محاضرات سنة أولى ماجستير عن الرأي العام، 2002 - 2003 .

◆ مواقع الأنترنت

90. أحمد حسن محمد: التأثير الإعلامي في الظواهر بين السلب والإيجاب، 2003، عن موقع شبكة المشكاة الإسلامية: <http://www.elmichkat.com> .
91. أحمد فراج : المرجعية الإسلامية غائبة في برامجنا... ومتناقضة إذا ظهرت، حوار : مصطفى عمارة، جريدة الزمان، العدد: 788، السنة17، 2002/03/03، عن موقع الجريدة : <http://www.azzaman.com> .
92. إكرام الزيد : الإعلام في رمضان ... إثم كبير ومنافع للناس، 2003/11/16، عن موقع الإسلام اليوم : <http://www.islamtoday.net> .
93. أنور العسيري: الإعلام الإسلامي في القنوات الفضائية، عرض لكتاب عبد القادر طاش، ط2 دار الأندلس الخضراء للنشر والتوزيع، د.ب، 2004/04/06، عن موقع الإسلام اليوم: <http://www.islamtoday.net> .
94. سعيد بن مبارك آل زعير: الدعوة إلى الله ووسائل الإعلام، 1989، عن موقع صيد الفوائد: <http://www.saaaid.net> .
95. سهيلة زين العابدين حمّاد : الإعلام الإسلامي وخطر العولمة، 2003/08/16، عن موقع الإسلام اليوم : <http://www.islamtoday.net> .
96. سيد محمد ساداتي الشنقيطي: تعريف الإعلام الإسلامي، عن موقع : <http://www.alsadati.com> .
97. صلاح محي الدين محمد: الإعلام والإعلام الإسلامي المفهوم والتطورات، مجلة الجندي المسلم، العدد115، سنة 2004، عن موقع "نسيج": <http://www.naseej.com> .

98. عبد القادر طاش : خطابنا الديني...مراجعة مشروعة ونقد ذاتي مطلوب، مجلة شؤون سعودية ، التحالف الوطني من أجل الديمقراطية، السعودية ، 2003/06/24 ، عن موقع المجلة: <http://www.saudiaffairs.net> .

99. عبد الله أحمد اليوسف: "الخطاب الإسلامي قديم كثيرا من المعالجات النظرية لشريحة الشباب وقليلًا من المعالجات العملية"، حاوره: حسن آل حماد ، جريدة الوطن السعودية، 2002 ، عن موقع الجريدة : <http://www.alwatan-news.com> .

100. علي بن سليمان الديخي: نحو استراتيجية هادفة للفضائيات العربية، مجلة الجندي المسلم، العدد: 102، 2001/01/03، عن موقع نسيح: <http://www.naseej.com>

101. محمد أسليم : السّحر والخطاب في المغرب الراهن، موقع محمد أسليم، 2002/01/27 ، <http://www.aslim.net> .

102. معتز الخطيب : الإنترنت الإسلامي... أين الخلل؟ عن موقع الجزيرة: <http://www.aljazeera.net>

103. موقع صيد الفوائد <http://www.saaid.net> .

104. موقع مجلة "باب الجريدة": <http://www.bab.com> .

105. موقع: <http://www.Algerian-radio.dz> .

106. موقع: <http://www.qurancomplex.org> .

107. موقع: <http://www.quran-radio.com> .

108. هيا الرشيد: "الإعلام الإسلامي... حقائق وآمال"، عن موقع الإسلام اليوم: <http://www.islamtoday.net>

109. يوسف القرضاوي : منهج الخطاب الديني كما رسمه القرآن ، الإسلام وقضايا معاصرة ، 2003/02/04 ، عن موقع إسلام أون لاين، <http://www.islamonline.net>

110. يوسف القرضاوي: الخطاب الإسلامي في عصر العولمة ، حصّة الشريعة والحياة ، أجرى الحوار ماهر عبد الله ، 2003/10/22 ، عن موقع قناة الجزيرة : <http://www.aljazeera.net>

111. شعيب الغباشي : الإعلام والدعوة في رمضان، 2002/11/18 ، عن موقع : <http://www.islamonline.net>

الفهرس

الصفحة	المحتوى
	- المقدمة
	- الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة
01	- تحديد الموضوع.....
01	- إشكالية الدراسة.....
02	- تساؤلات الدراسة.....
02	- أهمية وأسباب اختيار الموضوع.....
03	- أهداف الدراسة.....
04	- الدراسات السابقة.....
06	- تحديد مفاهيم الدراسة.....
07	- منهج الدراسة.....
08	- مجتمع الدراسة والفترة الزمنية.....
09	- صعوبات الدراسة.....
	- الفصل الثاني : البرامج الدينية ووسائل الإعلام
	1-2 : تعريف البرامج الدينية والمصطلحات المشابهة
10	1-1-2: تعريف البرامج الدينية.....
13	2-1-2 : البرامج الدينية ومصطلحات مشابهة.....
	2-2 : البرامج الدينية في وسائل الإعلام، واقع وآفاق
21	1-2-2: علاقة الخطاب الديني بالخطاب الإعلامي.....
33	2-2-2 : واقع البرامج الدينية في وسائل الإعلام الديني.....
43	3-2-2 : آفاق تطوير البرامج الدينية في وسائل الإعلام.....
	3-2 : البرامج الدينية في الإذاعة
52	1-3-2 : ظهور البرامج الدينية في الإذاعة.....

53	2-3-2 : كيفية إعداد حديث ديني إذاعي.....
55	3-3-2 : إذاعات القرآن الكريم.....
58	4-3-2 : منظمة إذاعات الدول الإسلامية.....
60	5-3-2 : البرامج الدينية في الإذاعة الجزائرية.....
	- الفصل الثالث : الإذاعة
	1-3 : الإذاعة، المميزات والوظائف
66	1-1-3 : تعريف الإذاعة.....
66	2-1-3 : نشأة وظهور الإذاعة.....
70	3-1-3 : مميزات الإذاعة.....
73	4-1-3 : وظائف الإذاعة.....
78	5-1-3 : الإعلام الإذاعي والنظريات الإعلامية.....
79	6-1-3 : التنظيم الإذاعي.....
	2-3 : تقييات العمل الإذاعي
81	1-2-3 : كيفية عمل الإذاعة.....
86	2-2-3 : عناصر العملية الإذاعية.....
	3-3 : الإذاعة المحليّة
108	1-3-3 : تعريف الإذاعة المحليّة.....
110	2-3-3 : نشأة الإذاعة المحليّة.....
113	3-3-3 : أهداف الإذاعة المحليّة.....
115	4-3-3 : الإذاعة المحليّة في الجزائر.....
	- الفصل الرابع : البرامج الدينية في إذاعة الصومام
	1-4 : التعريف بعينة الدراسة
125	1-1-4 : العينة المكانية (إذاعة الصومام).....

131	2-1-4 : العينة الزمانية.....
	2-4 : تصنيف فئات التحليل
	1-2-4 : محور المضمون : الفئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل ؟
133	- فئة الموضوع.....
148	- فئة المصدر.....
157	- فئة طرق تحقيق الأهداف.....
166	- فئة الأبعاد المحلية.....
	2-2-4 : محور الشكل : الفئات التي تجيب عن السؤال كيف قيل ؟
172	- فئة شكل أو نمط البث.....
176	- فئة اللغة.....
181	- فئة الزمن.....
184	- الخاتمة: نتائج الدراسة.....
186	- قائمة المصادر والمراجع.....

ملحق عن الدرسة التحليلية

مذكرة ماجستير

شعبة : الدعوة و الإعلام و الاتصال
تحت عنوان :

البرامج الدينية

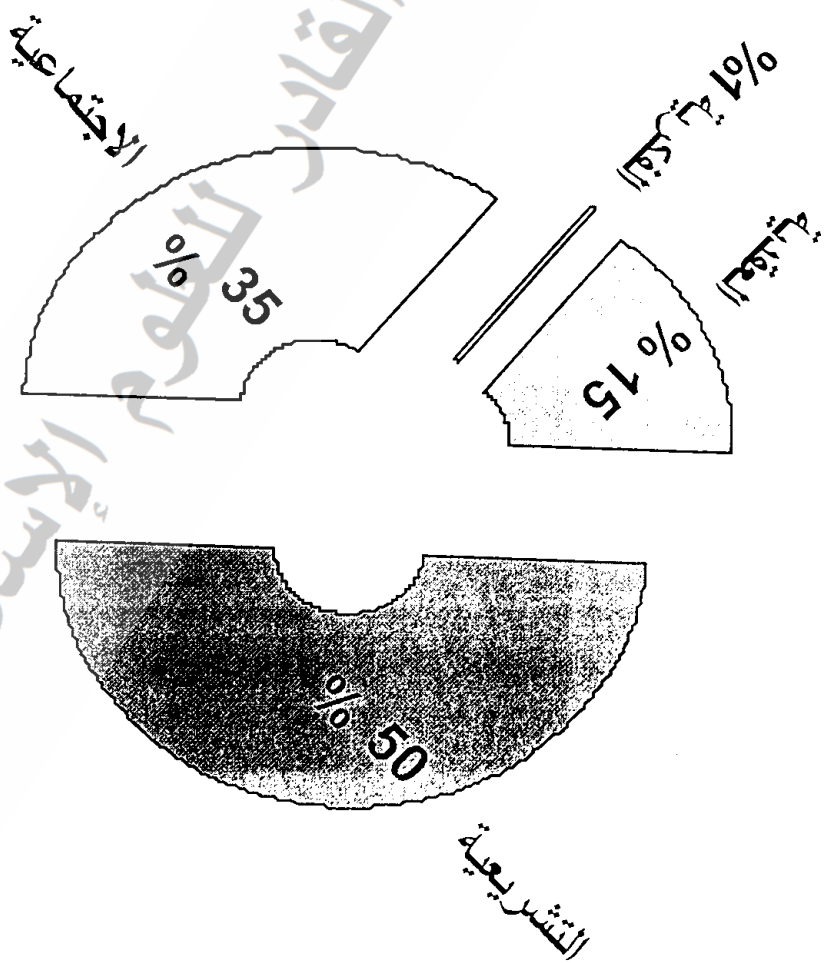
في إذاعة الصومام الجزئية

دراسة تحليلية لعينة برامج 2005

إشراف : أ.د. فضيل دليو

إعداد : سميرة هوارى

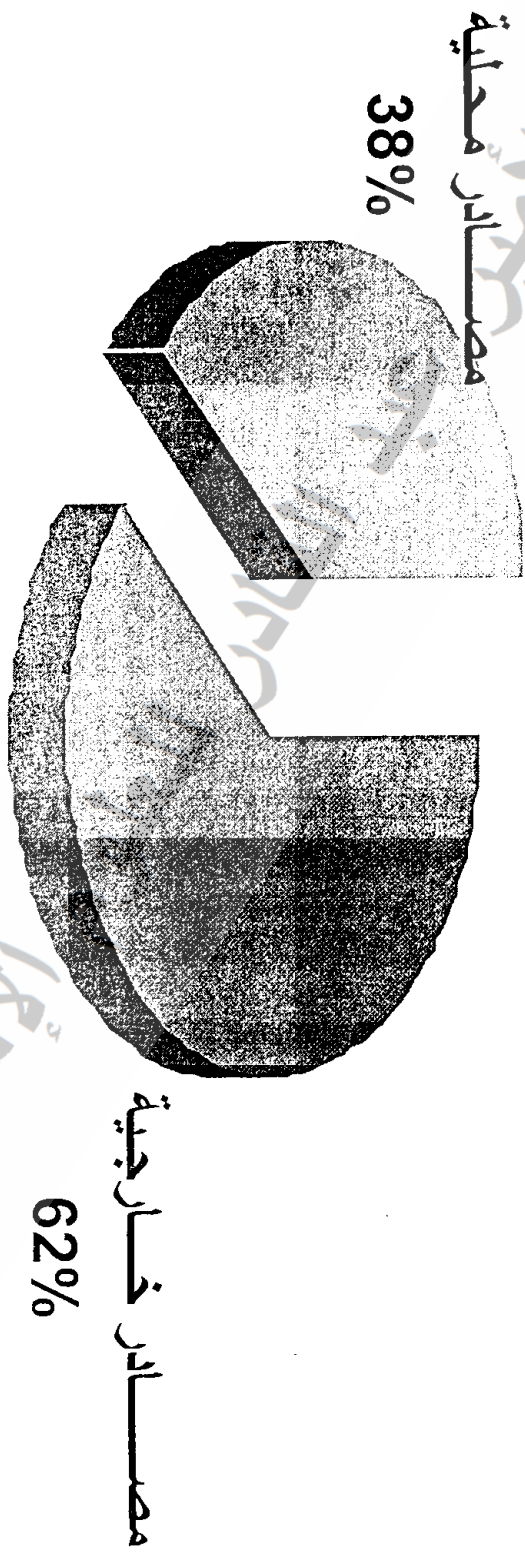
الدراسة التحليلية



المصدر: الكارنكسي

الجدول رقم 02-
فئة الموضوعات

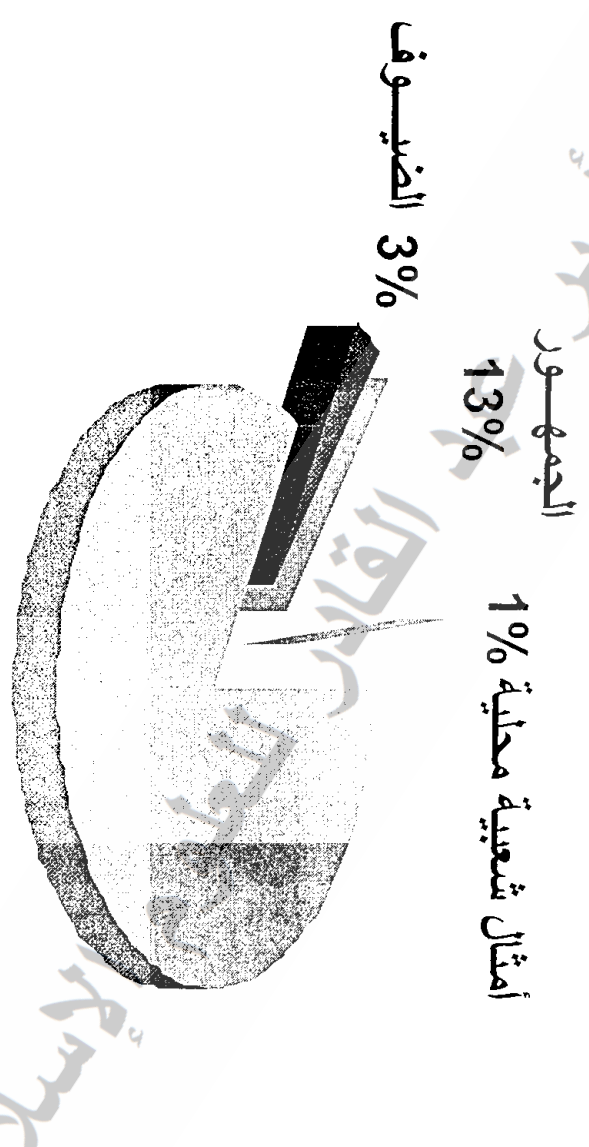
الدراسة التحليلية



المصدر: أجمال شخصي

الجدول رقم 1 / 03
فئة المصدر

الدراسة التحليلية

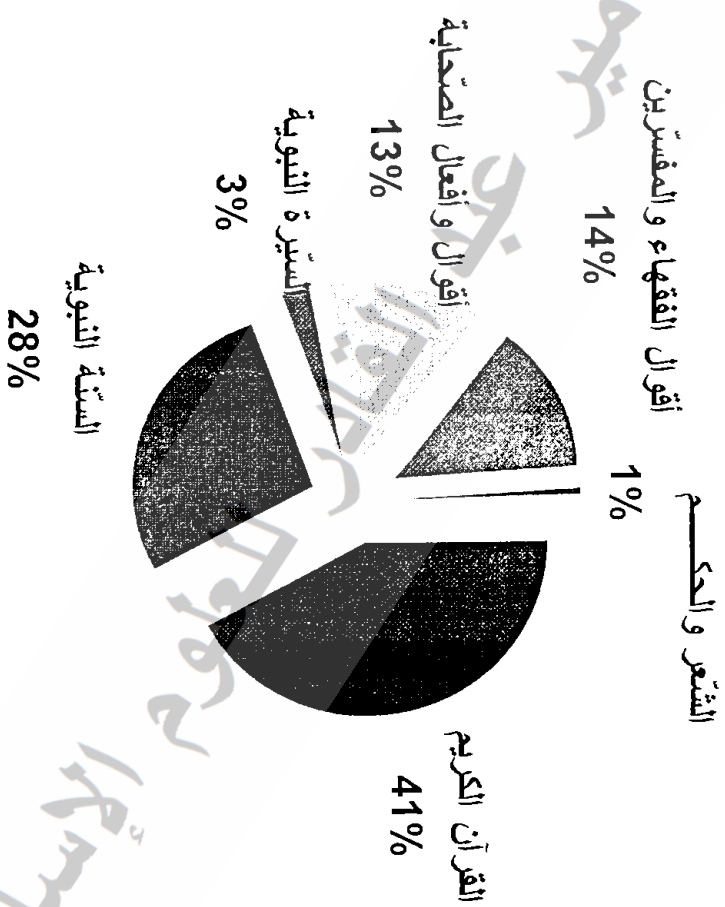


المصدر: الحار شخصي

الجدول رقم 2 / 03
فئة محتوى المصالح المحالية

القائم بالاتصال
83%

الدراسة التحليلية

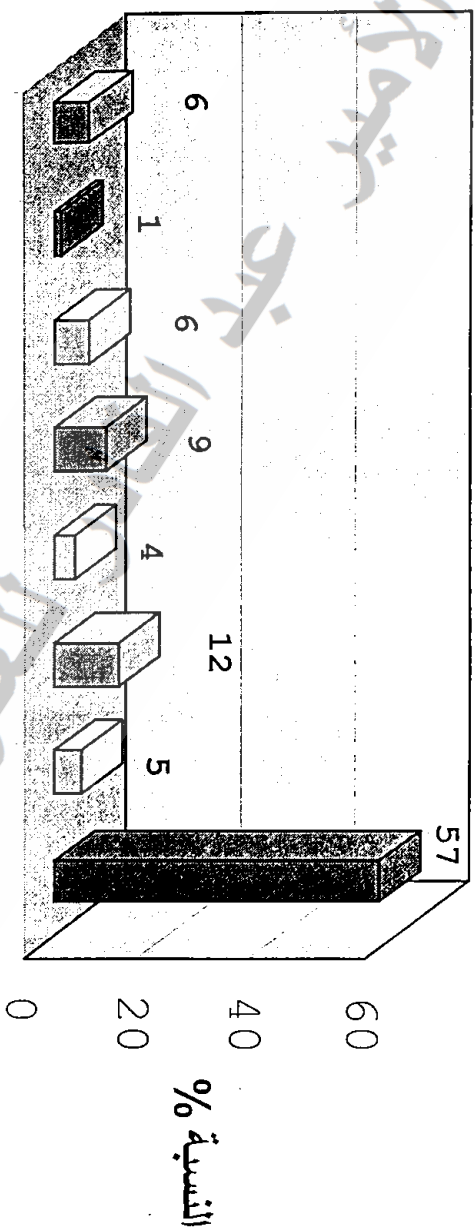


المصدر الخار شخصي

الجدول رقم 3 / 03

فئة محتوى المصادر الخارجية

الدراسة التحليلية



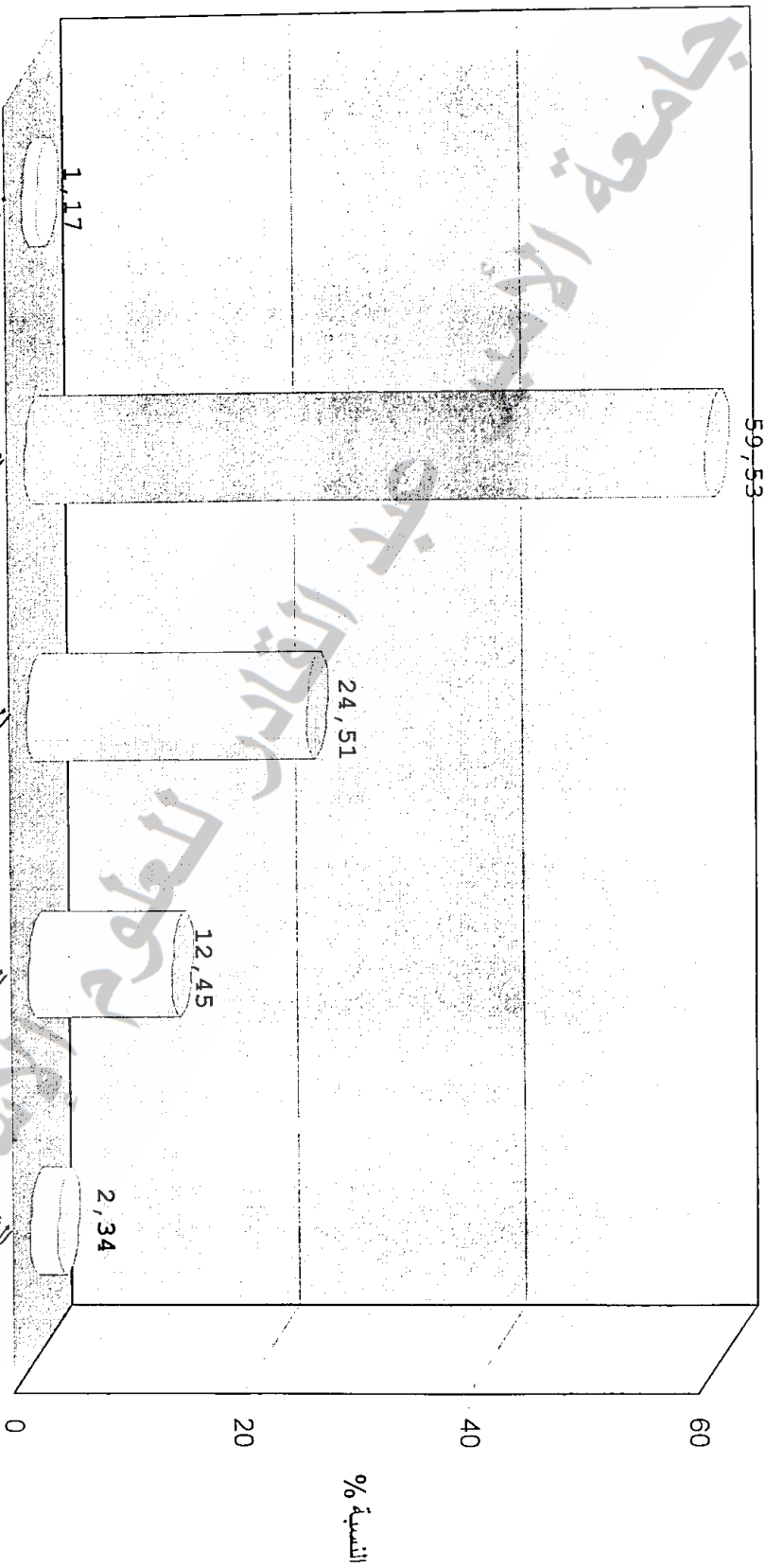
المصدر: الجار شخصي

الجدول رقم-04-

فئة طرق تحقيق الأهداف

الدراسة التحليلية

59,53

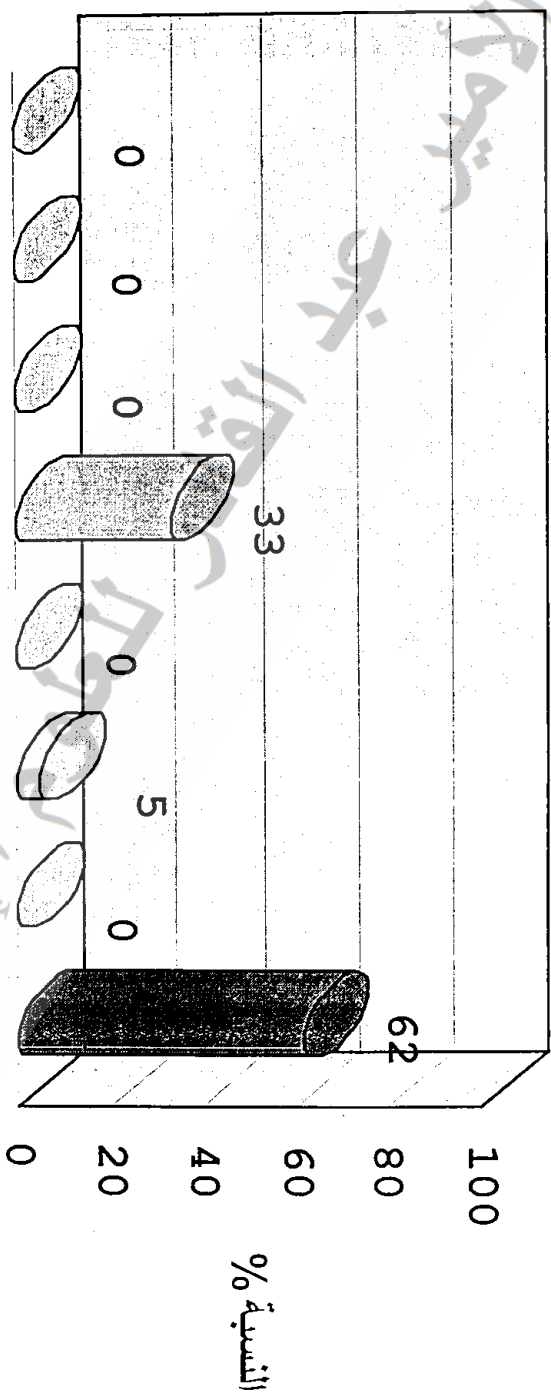


المصدر: إنجاز شخصي

الجدول رقم-05-

فئة الأبعاد المحيطة

الدراسة التحليلية



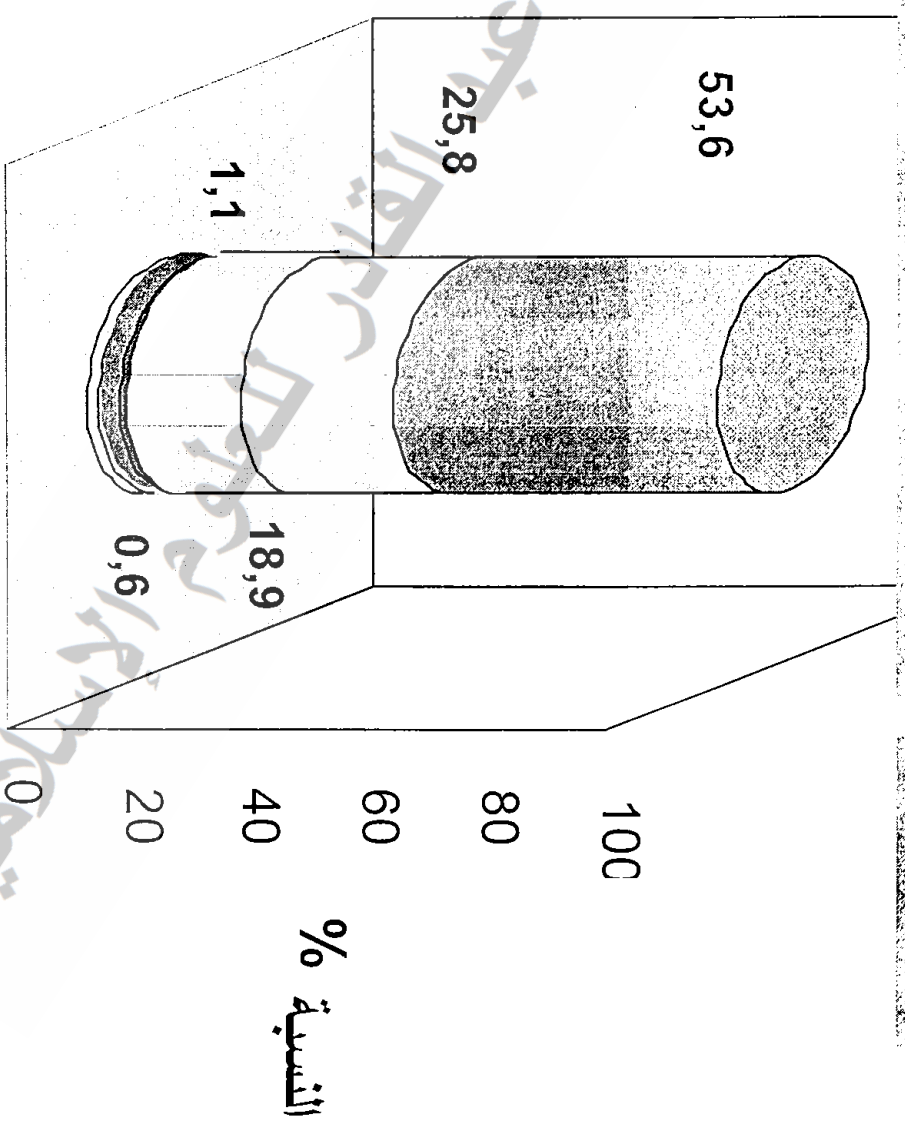
المصدر: أبحاث شخصي

الجدول رقم -06-

فئة نمط البحث

الدراسة التحليلية

- العربية الفصحى
- الأمازيغية الفصحى
- الأمازيغية الدارجة (العامة)
- العربية الدارجة (العامة)
- الفرنسية

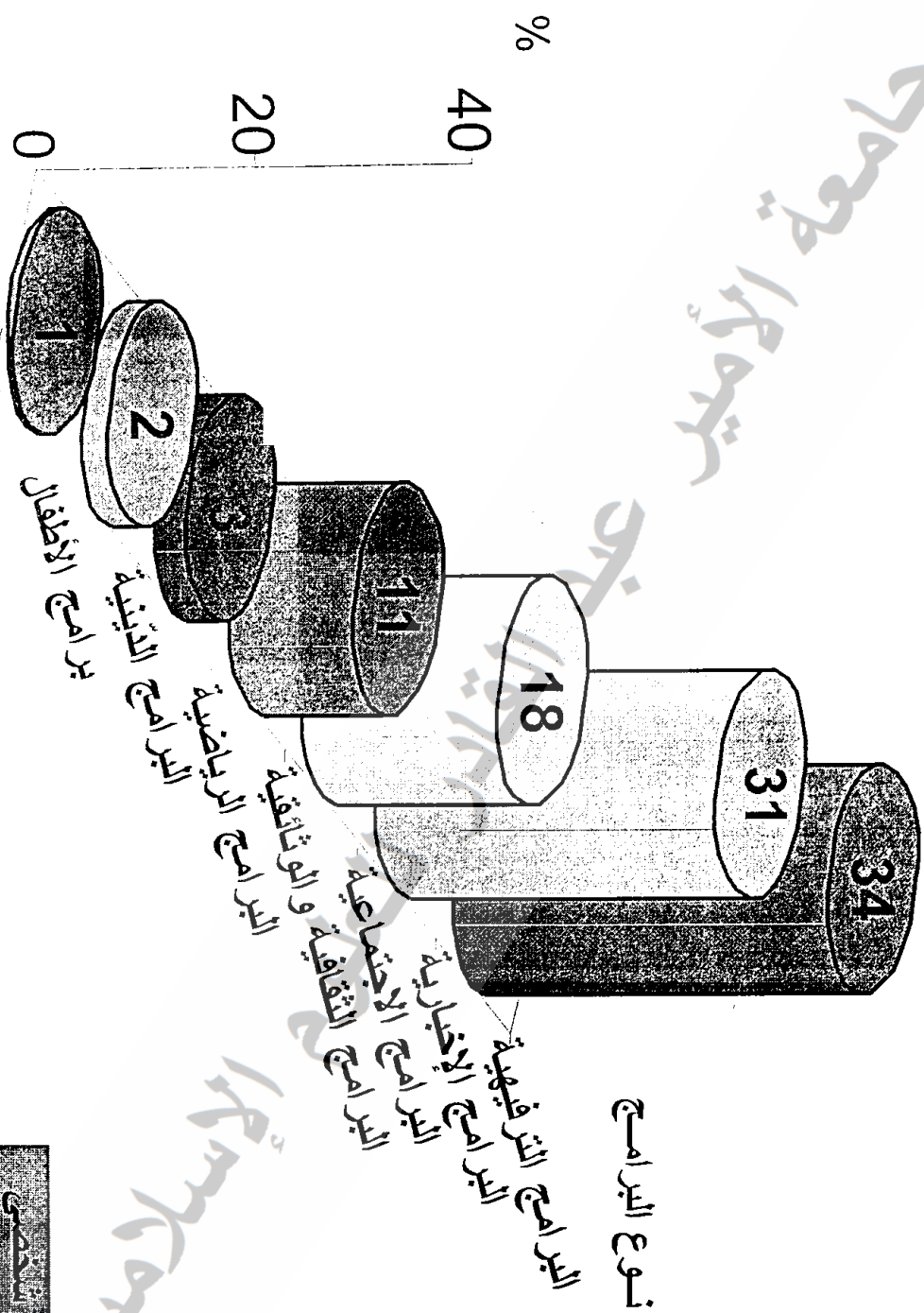


المصدر: أبحاث شخصي

الجدول رقم 07-

فئة اللغثة المستعملة

الدراسة التحليلية



المصدر: الكاركتومي

الجدول رقم-08-

فئة الزمن