

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية أصول الدين والشريعة

والحضارة الإسلامية

قسم: الدعوة والإعلام والاتصال

التخصص: الاتصال الدعوي

جامعة الأمير عبد القادر

للعلوم الإسلامية

-قسنطينة-

المادة الإخبارية

في قناة المجد الفضائية

-دراسة تحليلية-

مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الدعوة والإعلام والاتصال

إشرافه الأستاذ الدكتور:

نصير بوعلي

إعداد الطالبة:

حنان رقاد

لجنة المناقشة

أ.د. عبد الله بوجلال	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر	رئيسا
أ.د/نصير بوعلي	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر	مشرفا ومقررا
د. بوبكر عواطي	أستاذ محاضر	جامعة الأمير عبد القادر	عضوا
د. نور الدين سكحال	أستاذ محاضر	جامعة الأمير عبد القادر	عضوا

السنة الجامعية: 1429-1430هـ/2008-2009م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة الأمير
عليه السلام
العلوم الإسلامية

شكر و عرفان

بداية أشكر الله عز وجل أن وفقني لإتمام هذا العمل.
وفي هذا المقام العلمي الجليل أسدي وافر التقدير وجزيل الشكر والاحترام إلى:
الأستاذ المشرف: الأستاذ الدكتور بوعلي نصير الذي تبنى هذا الجهد العلمي
رعاية وتوجيها.

- الأساتذة المناقشين على جهودهم وتوجيهاتهم.

- الأساتذة: عبد الله بوجلال، نور الدين سكحال، فضيل دليو، الذين كان
لهم الفضل في تحديد الملامح النهائية لاستمارة تحليل المحتوى.

- نخبة الأساتذة الذين أشرفوا على تأطيرنا في السنة النظرية فكان لهم الفضل
في تحديد الملامح الأولى لهذا العمل.

أشكر كل من أعانني من قريب أو بعيد.

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع.

إلى من قال فيهما الرحمان ﴿وبالوالدين إحسانا﴾، الوالدين الكريمين.

إلى أخوأي: عبد الهادي وعصام.

إلى أختأي: صبرينة، وفاء.

إلى زوجة أخي: فايذة.

إلى دفعة الاتصال الدعوى وخاصة: سهيلة وأمال.

إلى من علماني صناعة الحياة: الشيخ الغزالي - رحمه الله - الشيخ القرضاوي -

حفظه الله -

إلى كل من تجمعي بهم الأخوة في الله.

إلى كل من علمني حرفا.

إلى كل من استضاء قلبه بنور الإيمان.

حفظ

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

عرفت تكنولوجيايات الاتصال في المجال السمعي البصري تطورات كبيرة في فترة زمنية قصيرة، وخاصة مع تطور إمكانيات الاستقبال من خلال انتشار الأقمار الصناعية وإمكانية البث المباشر، مما أهل القنوات الفضائية بصفة خاصة لأن تكون مؤسسات اجتماعية قائمة، تساهم في تحديد توجهات المجتمعات المختلفة (عقديا، فكريا، سياسيا، اقتصاديا... الخ)، وذلك نتيجة لما يتمتع به التلفزيون من قدرة على الجمع بين الصورة والصوت والحركة، في صورة أقرب للواقع وأكثر إقناعا للمتلقي، وقدرته على تقديم صورة هائلة تتجاوز بالمشاهد حدود الزمان والمكان، وتتخطى حاجز الأمية وتشغل معظم حواسه.

ولما كانت عملية إنتاج الأخبار أساس العملية الإعلامية، سعت الدول المتقدمة لاحتكار هذه الصناعة من خلال احتكار شبكات توزيع المعلومات والأخبار، فدخل العالم في صراعات مريرة من أجل الحصول على الأخبار، وجاء عصر الفضاء ليصبح في خدمة هذا السباق الرهيب، من خلاله تيسيره لهذه العملية واختصاره للزمن، ذلك أن الخير هو القالب الأساسي الذي تقدم من خلاله المعلومات والحقائق الأساسية التي يطلبها الفرد، وهو الموجه الرئيسي للرأي العام، كما أن للخبر آثارا عديدة على المستوى النفسي والاجتماعي للفرد أو الجماعة أو الأمة، وبذلك يصبح إعداد الخبر وإنتاجه وتقديمه في شكل معين مسؤولية كبرى يتحملها القائم بالاتصال.

إن الأمة الإسلامية من حيث كونها كيانا مستقلا في أصوله ومبادئه وأهدافه، وجب عليها أن يكون لها رؤية خاصة بها في المجال الإعلامي، تحقق لهذه الأمة استراتيجية إعلامية أصيلة تتسم بالفاعلية والدقة، بحيث تمكنها من فرض نفسها إعلاميا - تاريخيا وحاضرا - في عالم تغطي عليه الكيانات الإعلامية الضخمة.

تحقيقا لهذا المسعى، وفي خضم حركة فكرية إصلاحية واسعة تميزت بها فترة السبعينيات، واصطلح على تسميتها بـ "الصحوّة الإسلامية"، ظهرت العديد من الكتابات التي أسست لهذا الفرع من العلم (الإعلام الإسلامي) من الناحية النظرية على يد ثلة من العلماء كان من أبرزهم عبد اللطيف حمزة، إبراهيم إمام، محمد سيد محمد... الخ

وتبعاً لهذه العناية النظرية، ظهرت بوادر تطبيقية، اتسع نطاقها وتنوعت وسائلها مع ما يشهده العالم من تطور في مجال تكنولوجيايات الاتصال، وكان من أبرز هذه الوسائل وأوسعها نطاقا

قنوات الإعلام الإسلامي الفضائية، التي ازداد عددها بشكل معتبر نسبياً، وتسجل استقطاباً جماهيرياً واسعاً يحقق للإعلام الإسلامي مساحة واسعة من التأثير، وفاعلية كبيرة وجب استغلالها، خاصة عند التعامل مع الأخبار والمعلومات، باعتبارها أهم فنون الإعلام تأثيراً على الرأي العام، وتأتي هذه الدراسة من أجل التعرف على شكل المادة الإخبارية المقدمة في هذه القنوات عموماً، وفي قناة المجد بصفة خاصة.

وتعالج الدراسة أهدافها من خلال أربعة فصول، حيث يعرض الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة بدءاً بتحديد الإشكالية والتساؤلات البحثية، مروراً باستعراض مفاهيم الدراسة الأساسية ثم الدراسات السابقة وصولاً إلى تحديد الإجراءات المنهجية المتبعة لتحقيق الأهداف المتبتغة من خلال تحديد المنهج المناسب للدراسة وأدواته.

وقد تم عرض الإطار النظري للدراسة من خلال فصلين، الثاني والثالث، حيث يتناول الفصل الثاني الأخبار التلفزيونية من خلال أربعة مباحث، عرضنا في الأول أهمية الخبر ووظائفه وأنواعه وكذا القيم الإخبارية واختلافها من مجتمع لآخر، تبعاً لاختلاف النظم السياسية والإيديولوجية السائدة في تلك المجتمعات، أما المبحث الثاني، فيتعرض لخصوصية أخبار التلفزيون من خلال مصادرها وخصائصها، ليختتم الفصل الثاني بمبحث ثالث يوضح خصائص عملية إنتاج الأخبار في التلفزيون.

أما الفصل الثالث فيتناول الفضائيات الإسلامية والأداء الإخباري حيث يعرض المبحث الأول خصائص، عناصر ووظائف الإعلام الإسلامي، أما المبحث الثاني والموسوم الفضائيات الإسلامية والممارسة الإعلامية، فيتعرض لحقيقة البث الفضائي وواقع الفضائيات الإسلامية، ووصف لقناة المجد الفضائية وسياستها الإعلامية. ويتناول المبحث الثالث، الخبر في إطار الإعلام الإسلامي من خلال تتبع مفهوم الخبر في القرآن الكريم، والضوابط الإسلامية للخبر، وكذا القيم الإخبارية من منظور الإعلام الإسلامي، ويأتي المبحث الرابع ليعرض بعض المفاهيم الإخبارية وعلاقتها بالإعلام الإسلامي، كمفهوم الحرية ومفهوم الإثارة.

أما الفصل الرابع، فيعرض نتائج الدراسة التحليلية وأهم الملاحظات المسجلة، لتختتم الدراسة بخاتمة البحث، ويلى ذلك عرض للملاحق والمراجع التي تمت الاستعانة بها.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

1- الإشكالية

تلعب وسائل الإعلام مقروءة كانت أم مسموعة أو مسموعة مرئية، دورا هاما في تشكيل حياة الفرد والمجتمع، وتحديد توجهاته العامة، فإن لكل منها تأثيرها الخاص في هذه المجتمعات، ويعتبر التلفزيون أكثر هذه الوسائل تأثيرا، وأقدرها على نقل الرسائل المختلفة، حيث أصبح الوسيلة المثلى لإيصال المعلومات والأفكار، والطريقة الأسهل لنشر الثقافة والعلم والمعرفة، والسييل الأسرع لمعرفة ما يدور في العالم من أحداث ووقائع ومشاهدتها بالصوت والصورة.

وفي إطار المحاولات العديدة التي تهدف إلى التأسيس لإعلام إسلامي مستقل في مفهومه وأصوله وخصائصه و متميز في أدائه وأسلوبه وأهدافه، ظهرت العديد من المحاولات الجادة الرامية لاستيفاء الجوانب النظرية، كما برزت بعض التطبيقات العملية، كان أهمها الفضائيات الإسلامية، إلا أن هذه الإسهامات والمجهودات ما تزال بحاجة إلى نظرة متكاملة تتخطى حاجز الحصر التاريخي من الناحية النظرية، ورؤية تقييمية ترصد حقيقة النماذج التطبيقية المتوفرة، وتقف عند جوانب القصور فيها.

ولما كانت الخدمة الإخبارية من المواد الأساسية التي تقدمها وسائل الإعلام عموما، والقنوات الفضائية بصفة خاصة، سعت بعض الفضائيات الإسلامية إلى توفير هذه الخدمة من خلال النشرات والبرامج الإخبارية بينما أهملت البقية هذه المادة، إما تجاهلا إراديا تجنباً للرقابة والضغط المختلفة، وإما عجزا مفروضا نتيجة غياب الأطر النظرية لهذه الخدمة.

وتعتبر قناة "المجد" ضمن الفضائيات الإسلامية الرائدة في مجال توفير الخدمة الإخبارية من خلال النشرات التي تقدمها، لذلك كان الإشكال الجوهري الذي تطرحه هذه الدراسة يتعلق بشكل ومضمون المادة الإخبارية المقدمة من طرف قناة المجد الفضائية، وبناء على ذلك سيتم الاقتراب إلى موضوع المادة الإخبارية في قناة "المجد" الفضائية، من خلال تحليل مضامين هذه النشرة من أجل تكميم المحتوى وإعطاء صورة واضحة عن طبيعتها الرسالية، ضمن خصائص ومرتكزات الإعلام الإسلامي. وذلك من أجل الإجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة: ما هو شكل ومضمون المادة الإخبارية المقدمة في قناة المجد الفضائية؟

2- تساؤلات الدراسة:

انطلاقاً من الإشكالية المطروحة، برزت التساؤلات الآتية:

1- ما هي المناطق الجغرافية التي تركز عليها الأخبار؟

2- ما هي وظائف الأخبار المقدمة؟

3- ما هي القضايا التي تبرزها الأخبار؟

4- ماهي طبيعة معالجة القضايا المطروحة؟

5- ما هي القيم الإخبارية التي تبرز من خلال الأخبار؟

6- ما هو شكل تقديم الأخبار في القناة؟

3- أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم عملية إنتاج الأخبار في قناة المجد الفضائية، من ناحية الشكل والمضمون، وذلك من خلال الأهداف الجزئية الآتية:

1- الكشف عن المناطق الجغرافية التي تركز عليها الأخبار.

2- التعرف على وظائف الأخبار المقدمة.

3- إدراك القضايا التي تبرزها الأخبار.

4- الكشف عن طبيعة المعالجة للقضايا المطروحة.

5- التعرف على القيم الإخبارية التي تبرز من خلال الأخبار.

6- التعرف على شكل تقديم الأخبار في قناة المجد.

4- أهمية الدراسة:

إن الإسلام بطابعه الشمولي ونزعتة العالمية، دين يسعى أفرادُه لنشر أفكاره ومبادئه، من خلال جميع الوسائل والأساليب المتاحة، التي لا تتعارض مع أصوله وأحكامه، ونتيجة لما يميز هذا العصر من ثورة إعلامية وتقارب حضاري، من خلال تعدد وتطور وسائل الإعلام برزت الحاجة إلى استغلال هذه التكنولوجيات الاتصالية لنشر الفكر الإسلامي، وظهرت العديد من الدراسات التي تحاول التأسيس للإعلام الإسلامي وتوسعي إلى توفير الأطر النظرية لهذا الفرع من العلم.

وانطلاقاً من هذا الوضع، ظهرت دراسات والبحوث حول ماهية الإعلام الإسلامي

وخصائصه المختلفة، كما برزت إلى الوجود العديد من التجارب التطبيقية التي تنوعت وسائلها بين الإعلام المكتوب والسمعي والسمعي البصري، وكانت أبرز هذه التجارب القنوات الفضائية الإسلامية، على اعتبار اتساع نطاقها وضخامة جمهورها.

رغم تعدد القنوات الفضائية الإسلامية وتنوعها، والجهود المبذولة من أجل تطوير برامجها ومضامينها، إلا أنها تعاني عموماً من إشكالية كيفية التعامل مع الهوية الإسلامية؛ أي كيفية تصريف مفردات هذه الهوية إلى فقرات برمجية إخبارية، وتثقيفية وتوعوية وترفيهية... الخ، ولعل ذلك يرجع أساساً إلى قلة الإنتاج العلمي وضآلة التراكم المعرفي في هذا المجال، وهذا ما جعل عدداً من القنوات الفضائية الإسلامية تكتفي بقوالب فنية إعلامية محدودة، وبمضامين مختزلة من الفكر الإسلامي الشمولي، فحالت برامجها حوارية بالدرجة الأولى تكتفي بعرض الجانب الوعظي في الشريعة الإسلامية، ومن أبرز الفنون الإعلامية تغيياً في الفضائيات الإسلامية "فن الخير".

إن هذا الغياب الملاحظ لعنصر الخبر على مستوى البرامج المذاعة في الفضائيات الإسلامية لا ينفي وجود بعض التجارب التي تحتاج إلى نوع من الرصد والتقييم للوقوف على خصائص الإنتاج الإخباري في قنوات الإعلام الإسلامي ومضامينه، وهذا ما تحاول هذه الدراسة الوقوف عليه. انطلاقاً من مجموعة من العوامل، التي تعكس في المحمل أهمية هذه الدراسة:

- أهمية عنصر الخبر في العملية الإعلامية عموماً، باعتباره أهم فنونها وعملاً أساسياً في عملية تكوين الرأي العام أو توجيهه.

- التحولات التي تعرفها الأمة الإسلامية على جميع المستويات، في ظل الهجمة الغربية الشرسة والتي يلعب الإعلام الغربي عموماً دوراً بارزاً فيها، ومن ثمة حاجتنا إلى إعلام إسلامي مستقل عن البنية الإعلامية المفروضة على عقولنا.

- الانفجار الحاصل على مستوى البث التلفزيوني الفضائي، الذي اخترق الحدود وتخطى المسافات وكسر جميع الحواجز، سواء كانت لغوية أو إيديولوجية.

- اهتمام الجمهور عموماً والجمهور المسلم بصفة خاصة بالأخبار والمعلومات، في ظل ارتفاع مستويات الوعي وتنوع الخيارات المتاحة لهذا الجمهور.

5- تحديد المفاهيم

إن تحديد المفاهيم خطوة أساسية لأية دراسة منهجية، وتمثل أهم مفاهيم هذه الدراسة في:

5-1- الخبر:

-لغة: الخبر لغة النبا والجمع أخبار وأخبار جمع الجموع، نقول: أخبره نبأه، واستخبره سأله عن الخبر، وطلب أن يخبره، وخبرت بالأمر أي علمته، وخبرت الأمر أخبره إذا عرفته على حقيقته⁽¹⁾.

-اصطلاحاً: يصعب إيجاد تعريف محدد للخبر ينسحب على أي زمان أو أي مجتمع، ذلك أن مفهوم الخبر يختلف من عصر إلى عصر، ومن مجتمع إلى آخر، ويمكن إجمالاً تصنيف هذه التعريفات على النحو الآتي:

أ-المفهوم الليبرالي للخبر:

إن أقدم تعريف للخبر هو ذلك التعريف الذي قدمه نورثكليف ونشره عام 1865، حيث قال: «إن الخبر هو الإثارة والخروج عن المألوف، فعندما يعرض الكلب رجلاً فليس هذا بخبر، ولكن عندما يعرض الرجل كلباً فهذا هو الخبر»⁽²⁾. وقد كان هذا التعريف أساساً للعديد من التعريفات التي رسمت معالم النظرة الليبرالية للخبر التي تختصر عموماً في مفهوم الإفارة. وهذا ما نلمسه من خلال استعراضنا لبعض تلك التعريفات:

-تعريف دافيد بوتز: «الخبر هو إبراز التفاصيل غير المألوفة في الحياة العادية»⁽³⁾.

-تعريف جوزيف بوليتزر (Joseph Pulitzer): «إن الخبر يوجد عندما توجد الجدة والتميز والدراما والرومانسية والإثارة والتفرد وحب الاستطلاع والطرافة والفكاهة، ويشترط أن تكون هذه الأخبار صالحة لأن تدور حولها الأحاديث بين القراء»⁽⁴⁾.

-تعريف فريزر بوند (Fraser Bond): «إن الخبر هو تقرير وقي عن أي شيء مثير بالنسبة للإنسان، والخبر الجيد في رأيه هو الخبر الذي يثير اهتمام أكبر عدد من القراء»⁽⁵⁾.

(1)-ابن منظور، لسان العرب، دط، بيروت، دت، ج2، ص383.

(2)-فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي -دراسة مقارنة، دط، دار الشروق، جدة، 1984، ص27.

(3)-كرم شلي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، ط2، دار الشروق، جدة، 1998، ص32.

(4)-عبد الفتاح عبد النبي، سوسيولوجيا خبر الصحفي: دراسة في انتقاء وسير الأخبار، دط، دار العربي، القاهرة، 1984،

ص18.

(5)-فاروق أبو زيد، مرجع سابق، ص29.

من خلال هذه التعريفات، يمكن أن نقول أن الخبر ضمن إطار النظرية الليبرالية، هو الأمر الغريب أي الشاذ والخارج عن كل ما هو عادي، طبيعي، ومألوف، بحيث يستفز غريزة الفضول البشري استفزازا يفتح شهية المتلقي للثرثرة والانشغال والمتابعة.

ب- مفهوم الخبر في نظرية المسؤولية الاجتماعية

من أجل تحقيق الحرية المسؤولة ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية، حيث تلتزم وسائل الإعلام المختلفة بمجموعة من المبادئ الأخلاقية، التي تسعى لإيجاد نوع من التوازن بين حرية الفرد وبين مصالح المجتمع، وتبعاً لذلك ظهر مفهوم للخبر يضيف إلى المفاهيم السابقة ضرورة تسويد الوظيفة الاجتماعية للخبر، ويمكن أن نسجل ضمن هذه النظرية مجموعة التعاريف الآتية:

-تعريف كارل وارن (Carl Warren): «إن الأخبار هي بعض وجوه النشاط الإنساني، الذي يهتم الرأي العام ويفيده ويضيف إلى معلوماته جديداً»⁽¹⁾.

-تعريف فريزر بوند: «الخبر هو تقديم الحقائق والأحداث الشائعة والمهمة في حينها لقرء الجريدة التي تنشرها»⁽²⁾.

-تعريف أدجار ديل (Adger Dale): ويعرف الأخبار «بمدي تأثيرها علينا»، فهي أحياناً «تلي رغبتنا في العلم بالشيء وتذكرنا بالماضي أو تفرض علينا مشكلة أو سرا أو حالة مضطربة. وهي تمكننا من معرفة حقيقة مشاعرنا الداخلية نحو أهداف الآخرين، وتقترح علينا ما نقوم به وأهم من ذلك كله، فإن الأخبار تعطي الفرصة لإعادة حكمنا على المسائل العامة والشخصية وتمدد بمعلومات عن ماضينا وتتيح لنا فهم العالم الذي نعيش فيه الآن»⁽³⁾.

وبلاحظ أن مفهوم الخبر وفقاً لنظرية المسؤولية الاجتماعية لم يستبعد مفهوم الإثارة تماماً، إلا أنه أضاف بعداً جديداً في مفهوم الخبر، وهو الوظيفة الاجتماعية، فليس الخبر هو الأحداث الغريبة والمثيرة والشاذة، بل هو الجديد الذي يهتم الناس وتنقله وسائل الإعلام إليهم بدقة وصدق، وتفصله عن الآراء حتى لا يتلون بلونها.

(1)-عد افتتاح عد النبي، مرجع سابق، ص 21.

(2)-كرم شلبي، الخبر وضوابطه الإسلامية، ص 18.

(3)-فاروق أبو زيد، مرجع سابق، ص 38.

ج- مفهوم الخبر في النظرية السلطوية:

تقوم هذه النظرية على أساس أن الحاكم والحكومة هما الدولة، وبذلك يصبح كل ما يعسهم مسا بالدولة ذاتها، ولهما الحق الأول في تقرير الحقائق والأخبار التي تذاغ أو تلك التي تحجب، وعلى هذا الأساس فإن الخصائص الأساسية للإعلام ووسائله ووظائفه في ظل هذه النظرية تتشكل على النحو الآتي⁽¹⁾:

-الحاكم أو الحكومة هو صاحب الحق المطلق في السماح بظهور وسائل الإعلام والترخيص لها بممارسة عملها في حدود ما يقرره وما يسمح به.

-هذه الوسائل مقيدة بقيود رقابة سابقة عن النشر، ولاحقة عليه، أو مقيدة بمجموعة من القوانين الصارمة.

-يحظر على وسائل الإعلام حظرا تاما توجيه أي نوع من النقد إلى الحاكم أو سياسته أو سلوكه الشخصي، أو نقد الجهاز السياسي أو الموظفين الرسميين في الدولة (الحكومة).

-يمكن للحاكم أو الحكومة تقديم المساعدات المالية للصحف لتعينها على الاستمرار في الإصداره ومكافأة لولائها والتزامها الخط الرسمي.

-السلطة هي المصدر الوحيد للحقائق والمعلومات، ومن ثم لا يحق لوسائل الإعلام أن تنشر شيئا من هذا، لا يكون مصدره الحكومة وأجهزتها الرسمية، أو دون موافقتها على النشر، إن كانت أجهزة الإعلام قد حصلت عليه من أي مصدر آخر.

-الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام هي تأييد سياسة الحكومة والدعوى إلى تعضيدها.

وانطلاقا من هذه القيود تصبح عملية انتقال الأخبار خاضعة لاعتبار كل ما يخدم الحاكم أو الحكومة، ويصبح الخبر في ظل هذه النظرية "هو المعلومات عن أحداث تقرر الحكومة نشرها لأنها ترى في هذا النشر وسيلة لاستمرار سلطتها وتدعيم نفوذها، وتأييد قراراتها، والدعاية لها ودليلا على سلامة ممارستها⁽²⁾.

(1)-كرم شلي، الخبر وضوابطه الإسلامية. ص23.

(2)-المرجع نفسه، ص24.

د- مفهوم الخير في الدول النامية:

تشكل الدول النامية في مجموعها واقعا دوليا متميزا عن العالم المتقدم، من النواحي الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وانطلاقا من هذا الواقع كان من الطبيعي أن يبرز مفهوم مغاير للصحافة في هذه الدول، يضيف إليها مهمة المساهمة في ترقية المجتمع وتنميته، وبذلك يصبح الخير ضمن هذه التركيبة الإيديولوجية عنصرا من عناصر التنمية، تتحقق فيه الأسس الآتية⁽¹⁾:

- إنه مفهوم لا يرفض الإثارة في الخير، ولكنه يعطي للإثارة معنا مختلفا عن ما هو موجود في ظل المفهوم الليبرالي للخير، إنه مفهوم يرى الإثارة بمعنى الأهمية، وليس جذب الانتباه، فالأهمية تحمل في مضمونها معنا جادا، في حين أن جذب الانتباه يتسع في مضمونه لما هو جاد وما هو غير جاد.

- إن الخير ليس وصفا لعادت وإنما تقرير عن هذا الحادث، ملزم بدعم عمليات التغيير وال عمران ومساندة إجراءات النخب الحاكمة في مواجهة القضايا والمشكلات التي تعوق مسيرة التنمية في المجتمع.

فالخير: «هو كل ما يهم الناس ويفيد حياتهم، والخير هم سرد الحادث الذي يحدث تغييرا في العلاقات القائمة بين الإنسان والإنسان، أو بين الإنسان والبيئة من حوله، والخير هو الرواية المثيرة للاهتمام ومن شأنها أن تحدث تغييرا في طبيعة العلاقات القائمة»⁽²⁾.

وتركيز وسائل الإعلام في الدول النامية على عنصر التنمية والفائدة، من خلال التعاريف السابقة، لا يعني تجانسا في نوع الأخبار المنشورة والمذاعة في هذه الوسائل، ذلك أن هذين المفهومين (التنمية، الفائدة) يختلفان من دولة إلى أخرى، بل من مدرسة فكرية أو سياسية لأخرى.

هـ- الخير في المفهوم العربي:

تعددت المحاولات العربية لتعريف الخير وكانت هذه التعريفات في عمومها نتاجا لامتزاج البعدين التنموي من جهة، والقيمي الإسلامي من جهة أخرى، إلا أن هذه التعريفات في عمومها لم تتمكن من التخلص من النظرة الغربية الليبرالية، وهو الواقع الذي انعكس على الصحافة والإعلام العربيين، وفيما يلي جملة من هذه التعريفات:

(1)- عبد الفتاح عبد النبي، مرجع سبق، ص 21.

(2)- المرجع نفسه، ص 21.

-تعريف حسنين عبد القادر: «كل حقيقة حالية أو غير معروفة يهتم بها أكبر عدد من الناس»⁽¹⁾، ونلاحظ أن هذا التعريف يركز عن عنصر جلب الانتباه، تماشياً مع المفهوم الليبرالي.

-تعريف جلال الدين الحمامصي: «كل خير يرى رئيس التحرير أو رئيس قسم الأخبار في جريدة ما أنه جدير بأن يجمع ويطلع وينشر على الناس لحكمة أساسية هي أن الخير في مضمونه يهتم أكبر مجموعة من الناس ويرون في مادته إما فائدة ذاتية أو توجيهها هاما لأداء عمل أساسي أو تكليفاً بواجب معين إلى آخر ما يراه الناس واجبا يحتم على الصحافة كأداة من أدوات الإعلام التي تؤديه نحوهم»⁽²⁾. والملاحظ في هذا التعريف:

-يركز التعريف على عنصر جلب الانتباه (يهم أكبر مجموعة من الناس).

- يؤكد التعريف على عنصر الفائدة، إلا أنه يجعل مقياس الفائدة خاضعاً لوجهة نظر المستقبل (ويرون في مادته إما فائدة ذاتية، أو توجيهها هاما...).

-تعريف خليل صابات: «الخبر يجب أن يحوي شيئاً خارجاً عن المعتاد والمألوف، ليؤثر في الناس وينبغي أن يتميز بالفائدة والأهمية والجدة والصدق»⁽³⁾، ونلاحظ أن هذا التعريف اعتمد تحديد مجموعة من القيم في تعريف الخير، والقيم التي يتبناها خليل صابات من خلال هذا التعريف: الخروج عن المألوف (الغرابة)، الفائدة، الأهمية والجدة، وهو بذلك لا يبتعد كثيراً عن فلسفة نظرية المسؤولية الاجتماعية.

-تعريف إبراهيم وهي: «حدث أو فكرة أو رأي يقع في وقت معين ويهم أو يؤثر في أكبر عدد من قطاعات المجتمع، على أن يوضع بطريقة مفهومة لهم»⁽⁴⁾. يؤكد إبراهيم وهي على عنصر جذب الانتباه وحجم التأثير، إلا أنه يهمل بقية العناصر، فهل كل خير يؤثر في عدد كبير من الناس ينشر أم أن الأمر يحتاج إلى تحديد أكبر؟

ويعصر فاروق أبو زيد عناصر تعريفه للخبر في الدقة والموضوعية والاهتمام والفائدة التنموية للمجتمع، فيقول أن الخبر: «هو تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة

(1)-محمد منصور هبة، الخبر الصحفي وتطبيقاته، دط، مركز إسكندرية للكتاب، مصر، دت، ص7.

(2)-فاروق أبو زيد، مرجع سابق، ص47.

(3)-خليل صابات، الصحافة رسالة واستعد، دوفس وعم، ط4، دار معارف، القاهرة، 1967، ص21.

(4)-عبد العزيز العام، مدخل إلى علم الصحافة، ج1، ص2، القاهرة، 1974، ص239.

تمس مصالح أكبر عدد من القراء، وهي تشير اهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته»⁽¹⁾.

يورد فاروق أبو زيد هذا التعريف بعد عرض لمجموعة من التعريفات من مدارس ومذاهب فكرية مختلفة، ضمن مفهوم الخبر في الدول النامية، لذلك نجد أنه يؤكد على عنصر مساهمة الخبر في تنمية المجتمع وترقيته، لكنه لا يحدد نوع التنمية المتباعدة، كما أن عنصر الموضوعية يبقى أمراً نسبياً لا يمكن ضبطه بدقة.

وفي المحمل يمكننا أن نقول أن معظم التعريفات العربية للخبر لم تتعد كثيراً عن الإيديولوجية الغربية والتصور الغربي لعناصر الخبر، حتى أن بعض التعريفات هي في الواقع ترجمات لتعريفات غربية، مما جعل المفهوم العربي والتطبيقات العربية بعد ذلك تتعد إلى حد ما عن مستوى ونوع احتياجات المجتمعات العربية الإسلامية.

و- مفهوم الخبر في الإعلام الإسلامي

لم تكن دراسات وبحوث الإعلام الإسلامي كثيراً. مجال الفنون الإعلامية، وبقي هذا المجال مفتوحاً على التجارب الغربية والعربية في بعض الأحيان، بينما اهتمت بعض المؤلفات التي تبنت هذا الفرع من العلم بعكس مفاهيم الإعلام عموماً على التاريخ الإسلامي، وعرض خصائص الإعلام الإسلامي انطلاقاً من خصائص الإسلام، دون الخوض في خصائص ووسائل وأساليب العرض على مستوى الوسائل الإعلامية المختلفة، إلا أن هذا الأمر لا ينبغي وجود بعض المحاولات في هذا المجال. ومن ذلك ما أورده كرم شلبي في تحديده لعناصر تعريف الخبر في ضوء الإعلام الإسلامي، حيث يرى أن الخبر هو: «المعلومات الدقيقة والصادقة التي تصف وتشرح واقعة جرت، وتهم فئة من الفئات أو جماعة من الجماعات، التي تعرفها لأول مرة»⁽²⁾، وقد يضاف إلى هذا التعريف: «وتؤثر في الأمة الإسلامية تأثيراً مباشراً أو غير مباشر، بحيث يساهم نشرها وإذاعتها في تحقيق التنمية الإسلامية للفرد والأمة».

5-2- الإعلام الإسلامي

يشير أغلب الباحثين في مجال الدراسات الإعلامية إلى أن مصطلح "الإعلام الإسلامي" ظهر

(1)-فاروق أبو زيد، مرجع سابق، ص 56.

(2)-كرم شلبي، الخبر نصحي وضوابطها الإسلامية، ص 51.

لأول مرة بظهور كتاب الإعلام في صدر الإسلام لعبد اللطيف حمزة، والذي صدر سنة 1970. حيث يقول عبد الحليم محمود في تقديمه «فمن حق الإنصاف علينا أن نؤمن بأن كتاب "الإعلام في صدر الإسلام" كانت له الريادة في هذا المجال، من مجالات الدراسات الإعلامية، فلم نعرف من قبل أن باحثا من الباحثين السابقين تناول موضوع الإعلام الإسلامي بالدراسات المستقلة والمنهجية»⁽¹⁾.

وبعد صدور هذا الكتاب توالت الكتابات حول موضوع الإعلام الإسلامي، كما توالت التعريفات لهذا الفرع من العلم، واختلفت على النحو الآتي:

- إبراهيم إمام يرى: «أن الإعلام الإسلامي الأصل يلتزم دائما بقيم الإسلام ومعايير ومبادئه، كما أنه يعبر عنها في كل ما يقدمه للناس من معلومات أو عناصر خيالية»⁽²⁾، وعن هدف الإعلام الإسلامي يقول: «يسعى الإعلام الإسلامي إلى نشر عقيدة التوحيد، كما يدعو إلى العبودية الخالصة لله وحده دون سواه، فالإعلام الإسلامي يستهدف ترقية اهتمامات الناس والسمو بعقيدتهم ووجدانهم وسلوكاتهم وإشاعة الثقافة الإسلامية بمبادئها السامية وقيمها الرفيعة، ومحو الأمية الحرفية والفكرية، والسعي إلى توحيد الأمة وتضامنها فكريا ووجدانا وتطبيقا هو يتبنى قضايا المسلمين وبرزها ويحللها، ويقوم بمهمة تعرية الحضارة الغربية بمفاهيمها المنافية للإنسانية»⁽³⁾.

ويرى محمد سيد محمد أن الإعلام الإسلامي: «الأصل فيه أنه الإعلام العام غير المتخصص لمجتمع مسلم أو دولة مسلمة، أو حكومة إسلامية، لكن الواقع المعاصر لمجتمعاتنا الإسلامية يحتم علينا القول بأن الإعلام الإسلامي في ظروفنا المعاصرة هو صورة من صور الإعلام المتخصص، وهو الإعلام الديني»⁽⁴⁾.

بينما يعتبر سيد قطب أن الإعلام الإسلامي ينبع تلقائيا عندما يتواجد مجتمع إسلامي، لأن الإعلام ما هو إلا صورة للمجتمع الذي يتواجد فيه، والإعلام الإسلامي هو الذي يعالج المادة الخيرية من وجهة نظر إسلامية، والنظرة الإسلامية عنده تعني الإسلام كله دون تخصيص أو تبعية؛ فالإسلام كل متكامل، ويتحقق الإعلام الإسلامي في نظره بتحقيق شرطين اثنين هما:

- أن تكون حياتنا وسلوكنا وتصورنا وفكرنا وأخلاقنا وثقافتنا قائمة على قواعد إسلامية؛

(1)-عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، دت، ص3.

(2)-إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص15.

(3)-المرجع نفسه، ص15.

(4)-محمد سيد محمد، مسؤولية الإعلام في الإسلام، ص2. مؤسسة نونية للكتاب، الجزائر، 1986، ص36.

أي أن نكون مجتمعاً إسلامياً.

- أن يكون الإنتاج الإعلامي والثقافي غير مباشر، أي نفهم بأنه إسلامي من غير اللجوء إلى استعمال الوعظ والإرشاد والأحاديث والآيات، حتى نتجنب مسألة الضجر والملل⁽¹⁾.

وعرف محيي الدين عبد الحلیم الإسلام الإسلامي بأنه: «تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمد من كتاب الله وسنة رسوله ﷺ بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة، بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة متعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته»⁽²⁾.

أما منير حجاب فيرى أن الإعلام الإسلامي: «هو الإعلام الذي يعكس الروح والمبادئ والقيم الإسلامية على كافة ما يتناوله من معلومات وحقائق وأخبار، متعلقة بمختلف مناحي الحياة السياسية والاجتماعية والقانونية والدينية والأخلاقية... ويستخدم لذلك كافة وسائل الإعلام المتاحة وكافة الجهود الفنية والعلمية وذلك بغرض تكوين رأي عام صائب يعي حقائق الإسلام ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته»⁽³⁾.

ويعتبر عبد القادر طاش الإعلام الإسلامي: «إطار فكري عام يحدد طبيعة النشاط الإعلامي من حيث منطلقاته وغاياته، ويحدد تركيبة النظام الإعلامي في المجتمع المسلم، ويوجه مسيرة الممارسة الإعلامية وفق تصورات الإسلام الفكرية وتشريعاته الاجتماعية، وتوجيهاته الأخلاقية»⁽⁴⁾.

انطلاقاً من هذه التعريفات، يمكننا رصد عدد من الملاحظات حول مفهوم الإعلام الإسلامي:

- أن الإعلام الإسلامي جزء من المنظومة القيمية الإسلامية.

- أن الإعلام الإسلامي إعلام هادف يسعى للتأثير في المتلقي تأثيراً إيجابياً يوافق الفطرة الإنسانية.

(1) - محمد لعقاب، المسلمون في حضارة الإعلام الجديدة، مقدمة في الإعلام الإسلامي، ط2، دار الأمة، الجزائر، 1996، ص75.

(2) - محيي الدين عبد الخنيم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، دط، مكتبة الخانجي، القاهرة، دار الرفاعي، الرياض، دت، ص147.

(3) - عبد الله الخنمي، الإعلام الإسلامي قضية وحوار، مجلة الدعوة، مؤسسة الدعوة الإسلامية، ع1089، 1986، ص15.

(4) - نرجس عيسى، ص15.

- أهدافه واضحة تتلخص عموماً في إطار تحقيق العبودية لله عز وجل.
- مجالاته واسعة، شاملة لجميع مجالات الحياة.
- إعلام عام علمي وعالمي.
- إعلام متفتح على جميع التجارب الإنسانية الإعلامية بشرط قياسها بمعايير الإسلام وقيمه ومبادئه.
- الممارسة الإعلامية الإسلامية مقيدة بضوابط الشريعة في جميع مراحلها وبالنسبة لجميع عناصرها.

6- الدراسات السابقة

تعد الدراسات السابقة من أهم الوسائل التي تعين الباحث في إعداد دراسته، وذلك من خلال ما تقدمه للباحث من تراكم معرفي ومعلومات توصل إليها من سبقه في المجال، كما تمكنه من تحديد الزوايا التي يتطرق للموضوع من خلالها.

ومن خلال المساحات الزمنية والمكانية التي أتاحت لنا، تم رصد عدد من الدراسات السابقة التي تعرضت لموضوع الأخبار التلفزيونية من خلال تحليل المادة الإخبارية المقدمة في قنوات تلفزيونية مختلفة، وقد تم تصنيف هذه الدراسات إلى دراسات عربية وأخرى أجنبية على النحو الآتي:

6-1- الدراسات العربية:

- عبد الوهاب بوخوافة وآخرون: "النشرة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية"⁽¹⁾

ويتعلق الإشكال الجوهرى الذي تطرحه هذه الدراسة بطبيعة النشرة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية، باعتبار نشرة الأخبار تمثل إحدى المواد الأساسية التي تعكس هوية وشخصية القناة. ويرفق هذا الإشكال عدة تساؤلات فرعية أهمها:

- ما هي طبيعة المعالجة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية؟
- ما هي القيم الإخبارية التي تبرز في إطار النشرات؟
- على أي أساس يتم ترتيب المحور -الأجندة- في هذه القنوات؟
- كيف تتم معالجة الخبر في إطار هذه الفضائيات؟
- كيف يظهر الواقع العربى في إطار هذه القنوات؟

⁽¹⁾- عبد الوهاب بوخوافة وآخرون: "نشرة إخبارية في قنوات الفضائية العربية، مجلة الإذاعات العربية، ع3، 2006 ص145.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.....

- كيف توظف القنوات الفضائية الصورة في عصر يعرف بأنه عصر حرب الصور؟

وقد شملت هذه الدراسة عينة من القنوات الفضائية العربية تمثل نطاقا جغرافيا محدودا يشمل منطقة بلاد الشام، من خلال قناتي LBC وقناة المنار اللبنايتين والفضائية السورية ومنطقة الخليج من خلال قناة قطر، وقناة السعودية، وقناة الكويت، ومنطقة بلاد الرافدين من خلال قناة العراق وأخير قناة فضائية عربية تبث من خارج الوطن العربي هي قناة "هش"، التي تبث من لندن، وقد امتدت عملية الإعداد للدراسة وتسجيل النشرات الإخبارية من يناير 2002 إلى يناير 2004.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن إجمالها في النقاط الآتية:

-الجينريك: إن الجينريك في الفضائيات العربية لا يشير إلى أي معلم من معالم الهوية عدى الخريطة الجغرافية للبلد التي تبرز بشكل مكبر في الكرة الأرضية الدائرية، والموسيقى غير مستمدة من التراث الموسيقي العربي، ما عدا بعض القنوات كالقناة العراقية التي تستخدم موسيقى نشيد موطني كمقدمة موسيقية مصاحبة للجينريك.

-الاستوديو أو ديكور النشرة: إن ديكور الاستوديو يشهد على طبيعة النظرة أو الرؤية السائدة حول نشرة الأخبار والتلفزيون كنافذة على العالم.

-العناوين: تعتمد النشرات الإخبارية العربية صيغة الملخص، ويمكن رد ذلك إلى طغيان أسلوب الصحافة المكتوبة إلى جانب الاعتقاد في الطابع التربوي لنشرة الأخبار.

-مذيع نشرة الأخبار: تتبنى القنوات الفضائية العربية أسلوب الاعتماد على مذيع نشرة الأخبار بشكل أساسي، ولا توجد قناة عربية واحدة تعتمد أسلوب الكل مصور.

-حضور مقدم الأخبار في القنوات العربية الخليجية مهم جدا، لأنه مطالب بعكس الهوية المرئية للمجتمع الذي ينتمي إليه.

-إن مقدم نشرة الأخبار في القنوات الفضائية العربية يضفي قدسية على الموقف تمنعه من الظهور في مظهر المازح أو المبتسم.

-الأنواع الصحفية والأسلوب: تقوم الجرائد المصورة في القنوات الفضائية العربية على نوعين صحفيين وتتجاهل الأنواع الصحفية الأخرى، التي تكون أكثر انسجاما مع الإعلام المرئي.

-هيكلية النشرة وترتيب المواضيع: تفتتح الفضائية العربية الحكومية نشرة أخبارها بالمواضيع:

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

الوطنية، حيث ينصب الاهتمام حول الأخبار البروتوكولية بالأساس، مع التركيز على رموز السلطة وغياب كلي للمواضيع المرتبطة بالمجتمع.

-الصوت في النشرات الإخبارية: يطغى صوت المقدم على النشرة بينما يبقى صوت المرسلين غائبا، وإن وجد لا يظهر، كما يلاحظ غياب ضيوف في النشرة.

-صور الأخبار في النشرات الإخبارية تعاني النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية العربية من تعارض وحتى تناقض، بين منطقتها المحكي ومنطقها المرئي، وهذا نتيجة عدم انسجام بين ما تنطق به الكلمات وبين ما تعبر عنه الصور، كما سجلت الدراسة عجز الفضائيات العربية في توظيف الصور توظيفا دلاليا.

-القيم الإخبارية في نشرات القنوات العربية:

* تعتبر القطرية أهم قيمة في القيم الإخبارية للقنوات موضوع الدراسة.

* نظرة السلطة القطرية هي الزاوية المتحكمة في الصناعة الإعلامية للحدث في مختلف القنوات موضوع الدراسة.

*تتكرر المعالجة الإخبارية لما يسمى بالقضايا العربية المشتركة، خاصة ما تعلق بالموضوع الفلسطيني بشكل منتظم لدى كل القنوات.

* يلاحظ كذلك اتجاه بعض القنوات نحو إعطاء أولوية مطلقة لما يحدث في القطر.

* تحتل النشاطات الرسمية البروتوكولية حيزا زمنيا معتبرا، خاصة لدى القنوات الفضائية العمومية.

* يرتبط ترتيب الحدث في النشرات الإخبارية باتجاهات مصالح الرسميين ومواقفهم من القضايا موضوع الحدث.

-دراسة محمد محمود المرسي: "تقييم الأخبار والبرامج الإخبارية التلفزيونية: دراسة تحليلية لعينة من نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية خلال عام 1983"⁽¹⁾:

استخدم الباحث في دراسته صحيفة استقصاء تضمن جانبين: الجانب الأول: خاص بالقائمين بالاتصال في مجال نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية. واشتملت صحيفة الاستقصاء على 34 سؤالاً متنوعاً، بدءاً من المشاهدة من عدمها للبرامج الإخبارية إلى طريقة الالتحاق بقطاع الأخبار في التلفزيون إلى الخبر في مجال العمل التلفزيوني والدورات التدريبية.

كما تضمنت الأسئلة أسئلة خاصة بهيئة التحرير حول جوانب القصور في التغطية، وما هي اقتراحات الباحثين قصد تطوير العملية الإخبارية وخاصة النشر الإخبارية.

أما الجانب الثاني من الدراسة، فقد اهتم بتحليل المضمون من حيث التغطية الجغرافية، موضوعات الأخبار، مدى اتفاق النص مع الصورة، مدى التكرار الحرفي للأخبار، شكل تقديم الأخبار. وقد خلصت الدراسة إلى النتائج الآتية:

أ-نتائج خاصة بالقائم بالاتصال:

- نصف القائمين التحقوا بالتلفزيون عن طريق المسابقة.
- عدد غير قليل تم تعيينهم عن طريق أشخاص.
- نسبة عالية من القائمين لم يحصلوا على تدريب أو تربص.
- يرى أغلب أعضاء هيئة التحرير وجود قصور في تقديم الأخبار، والافتقار على التغطية الإخبارية المحلية الرسمية.

ب-نتائج خاصة بتحليل المضمون:

- الأخبار المحلية تحتل المركز الأول.
- التركيز على أخبار العاصمة بالدرجة الأولى.
- الموضوعات السياسية تحتل الصدارة.
- تكرار بعض الموضوعات التي تقدم في النشرات الصباحية والمواعيد الأخرى.

(1)-دراسة محمد محمود المرسي: "تقييم الأخبار والبرامج الإخبارية التلفزيونية: دراسة تحليلية لعينة من نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية خلال عام 1983"، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

- الاهتمام بالموضوعات التي حدثت في يومها .
- التوافق بين النص والصورة مرتفع جدا.
- دراسة سامية أحمد أحمد علي⁽¹⁾: " الصحافة التلفزيونية والمجتمع المصري":
انطلقت هذه الدراسة من التساؤلات الآتية:
 - ما هي فئات المضمون الإخباري في الصحافة التلفزيونية خلال فترة الدراسة؟
 - ما هي القيم الإخبارية المتعارف عليها في الدراسات الصحفية التي اتسم بها المضمون الإخباري خلال فترة الدراسة، ولأي القيم كانت الأولوية؟
 - ما هي الأساليب الفنية التي تفتقدها الصحافة التلفزيونية لتكون أكثر نجاحا في أداء رسالتها الإعلامية؟
 - ما مدى ارتباط القيم الإخبارية التي ركزت عليها الصحافة التلفزيونية بالمقومات الاجتماعية للمجتمع المصري.
- كما انطلقت الدراسة من جملة من الفروض وهي:
 - المضمون السياسي هو المضمون السائد في الأخبار التلفزيونية.
 - نسبة الأنباء الأجنبية والعسكرية والسياسية والاجتماعية أعلى من الأنباء العلمية والتعليمية.
 - النسبة المثوية للأنباء الإيجابية أعلى من الأنباء السلبية.
 - نسبة أنباء علاقات مصر مع الدول العربية أكثر من علاقاتها بالعالم.
 - نسبة أنباء مصر (القاهرة)، أعلى من أية منطقة أخرى.
 - تمائل القيم الإخبارية مع مقومات المجتمع المصري.
 - تنوع الأساليب الفنية لعرض الأخبار في التلفزيون المصري (نشرة أخبار، برامج الندوات، البرنامج الإخباري الخاص).
- اعتمدت الدراسة أسلوب تحليل المحتوى وقد اقتصر مجتمع الدراسة على أسبوع صناعي يمثل الدورة الأخيرة من عام 1988.

(1) سامية أحمد أحمد، علي: الصحافة التلفزيونية ومجتمع مصري. دط. الطبع العربي، القاهرة، 1989.

-دراسة محمد محمود المرسى⁽¹⁾: "النشرات الإخبارية في التلفزيون المصري المحتوى، الشكل: دراسة تحليلية":

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على شكل ومضمون ما يقدمه التلفزيون المصري من نشرات إخبارية، بالإضافة إلى مقارنة ما يتم التوصل إليه من نتائج بنتائج الدراسات والبحوث التي أجريت في فترات زمنية ماضية، وذلك للتعرف على التطور الحاصل على مستوى الشكل والمضمون، بهدف تحقيق هدفين أساسيين هما:

-التعرف على شكل ومضمون ما يقدمه التلفزيون من نشرات إخبارية من خلال تحليل مضمون عينة من النشرات الإخبارية المقدمة على شاشة التلفزيون.

-التعرف على التطور الحاصل في شكل ومضمون النشرات الإخبارية مع مقارنة ذلك ببحوث ودراسات سابقة.

وقد حدد أسئلة للإجابة على ذلك تمثلت في:

- ما مدى طول الخبر في النشرة الإخبارية؟
- ما هي المناطق الجغرافية التي تعالجها الأخبار؟
- ما هي الموضوعات المعالجة في النشرة؟
- ما هي الشخصيات المحورية في النشرة؟
- ما هي القضايا العربية المعالجة في النشرة؟
- ما هو شكل تقديم الأخبار في التلفزيون؟
- ما مدى اتفاق موضوع النص الخبري مع موضوع المادة المصورة؟
- ما مدى تحقيق الحالية في أخبار النشرة؟
- ما هو اتجاه الأخبار في نشرات التلفزيون؟

وقد تناول الباحث في ذلك نشرات الأخبار بشكل عام، ونشرات الأخبار المحلية بشكل خاص، أما بالنسبة للمنهج فقد اعتمد الباحث على منهج المسح باعتباره جهداً علمياً يستهدف

⁽¹⁾-محمد محمود مرسى، النشرات الإخبارية في التلفزيون المصري، محتوى، الشكل، دراسة تحليلية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

الفصل الأول، الإطار المنهجي للدراسة

الحصول على بيانات ومعلومات تتضمن وصف وتحليل عدد من المفردات خلال فترة زمنية بهدف الوصول إلى دلالات مفيدة.

وقد حدد الباحث الإطار الزمني لدراسته في الفترة من 1991/07/01 إلى 1991/07/31، وخرجت الدراسة بنتائج من بينها:

- اهتمام التلفزيون بعرض الأخبار القصيرة التي يستغرق عرضها أقل من دقيقة.
- الأخبار المحلية تأتي في مقدمة الأخبار.
- الأخبار المحلية تركز على أخبار العاصمة، مع نسبة من التجاهل للمحافظات الأخرى.
- تصدر الموضوعات السياسية المركز الأول من موضوعات نشرات الأخبار.
- الأخبار المصورة هي النسبة العالية فيما يقدم من أخبار في التلفزيون المصري.
- الأخبار الإيجابية تمثل الصدارة، إلا أن الاتجاه الإيجابي يتجه نحو التناقص مقارنة مع دراسات سابقة ذكرها الباحث.

-دراسة محمد عبد الوهاب الفقيه⁽¹⁾: "دور التلفزيون اليمني في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية- دراسة مسحية":

قام الباحث من خلال هذه الدراسة بتحليل دورة شهرية لنشرة الأخبار في التلفزيون اليمني، ثم مسح لجمهور المشاهدين من خلال عينة قوامها 400 مفردة، وقدمت الدراسة في الأخير اقتراحات إلى القائمين على قسم الأخبار في التلفزيون نذكر من بينها:

- توسيع الخدمات الإخبارية والاعتماد على النقل الحي والمباشر.
- الاعتماد على الصور التلفزيونية ومختلف وسائل الإيضاح.
- تطبيق قاعدة الأهمية في ترتيب موضوعات الأخبار.
- تقليل نسبة الأخبار البروتوكولية (برقيات التهاني، الاستقبالات).
- الاهتمام بتدريب وتأهيل مراسلين مختصين.
- تطوير أساليب التغطية الإخبارية.
- توخي الدقة والموضوعية.

(1)-محمد عبد الوهاب الفقيه، دور التلفزيون اليمني في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية -دراسة مسحية-، رسالة ماجستير قسم الإذاعة، كلية إعلام، جامعة القاهرة، 1997.

- إتاحة الفرصة أمام مختلف الرؤى السياسية إزاء عدد من الموضوعات.

- دراسة حنان محمد إسماعيل يوسف⁽¹⁾: "المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في شبكتي

CNN و Euronews:"

تناولت هذه الدراسة ظاهرة جديدة في مجال البث الإخباري، وهي ظاهرة القنوات الإخبارية المتخصصة، التي استحوذت على جمهور القنوات التلفزيونية العادية، من خلال اهتمامها بمختلف تفاصيل الوقائع والأحداث، من خلال متابعة تفاصيل الأخبار وتداعياتها مستخدمة في ذلك شبكة واسعة من المراسلين وحشد كبير من المحللين.

وتسعى الدراسة من خلال ذلك إلى تنبيه القائمين على القنوات التلفزيونية الوطنية بضرورة تطوير الخدمة الإخبارية الموجهة إلى الجمهور، حيث وضعت عددا من التوصيات من بينها:

- ضرورة الاهتمام بالمادة المصورة للحدث، بحيث تكون واقعية ومعيرة عن وقائع الحدث.

- تحديث وسائل العرض والنقل والإنتاج الإعلامي، وتوظيف هذه الإمكانيات في جذب الجمهور إلى التلفزيون الوطني في ظل التنافس الشديد في عصر المعلومات والتكنولوجيا.

- محمد شطاح⁽²⁾: "النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري -دراسة تحليلية

وميدانية"

تناولت هذه الدراسة نشرة الأخبار في التلفزيون الجزائري من خلال تحليل مضمون النشرة الإخبارية والتعرف على موضوعات النشرة والقوالب الصحفية المستخدمة ووظيفة الموضوعات واتجاهات المعالجة، ثم دراسة اتجاهات وموقف مشاهدي النشرة نحو الشكل والمضمون من خلال شريحة من المشاهدين بمدينة عنابة.

وقد حاولت الدراسة الإجابة على التساؤلات الآتية:

(1) -حنان محمد إسماعيل يوسف، المعالجة الإخبارية في شبكتي CNN و Euronews، دراسة مسحية مقارنة، قسم الإذاعة، جامعة القاهرة، 2001. نقلا عن: هدى عاطف العبد، بيلوغرافيا شارحة مختارة للتراث العلمي من الدراسات العربية حول القنوات الفضائية خلال الفترة 1993-2004، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، ط1، الدار المصرية للنسائية. القاهرة، 2005، ص747.

(2) -محمد شطاح. النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري -دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه. جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية وإعلام. قسم: علوم إعلام والاتصال. 2003-2004.

- ماهي خصوصية العملية الإخبارية في التلفزيون؟ وما هي القواعد التي تحكم العملية

الإخبارية، وما مدى التزام النشرة بها؟

- ما هي الوضعية الراهنة للعملية الإخبارية؟

- ما مدى اهتمام النشرة الإخبارية الرئيسية بالجوانب الآتية:

*تقدم وبناء موضوعات نشرات الأخبار.

*مصادر نشرات الأخبار.

*القيم الإخبارية لنشرات الأخبار.

*وظيفة موضوعات نشرات الأخبار.

*القوالب الصحفية المتضمنة في نشرات الأخبار.

*اتجاهات موضوعات نشرات الأخبار.

*الأسلوب والأداء في نشرات الأخبار.

*الصورة الصحفية لنشرات الأخبار.

- ما هي اتجاهات مشاهدي نشرة أخبار التلفزيون الجزائري المقدمة في الساعة الثامنة من حيث

الشكل والمضمون، من خلال:

*من حيث مشاهدة الأخبار.

*من حيث شكل نشرة الثامنة ومحتواها.

*من حيث التقديم والآداء.

وقد انتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر من بينها:

-متوسط زمن النشرة يتجه نحو استغراق النشرة لوقت أطول لسنوات ما قبل الألفين.

-نشرة الأخبار في التلفزيون الجزائري تميل إلى الأخبار الطويلة.

-طغيان الأخبار السياسية وبالتالي طغيان الأخبار الرسمية.

-هيمنة الأخبار الوطنية على مجمل موضوعات النشرة.

-هيمنة منطقة الوسط على باقي المناطق، وهو ما يجعل نشرة الأخبار نشرة مركزية.

-هيمنة الخبر كقالب صحفي على القوالب الأخرى.

-معظم الأخبار المقدمة يغلب عليها نطابح الإيجابي.

-تمثلت الشخصيات المحورية التي تحتل الصدارة في نشرة الأخبار في رئيس الجمهورية متبوعا برئيس

الحكومة.

-لاحظت الدراسة نجاح نشرة الأخبار في تحقيق التطابق بين الصورة والنص وبنسبة عالية.

اتضح من خلال الدراسة الميدانية:

-اهتم أفراد العينة بالموضوعات السياسية وتليها الموضوعات الرياضية ثم الموضوعات الاجتماعية، مع وجود اختلافات عند أفراد العينة حسب الجنس والوظيفة.

-أكدت الدراسة عدم اكتفاء أفراد العينة بمصدر واحد للأخبار والمعلومات التي يحصل عليها.

-اتضح من خلال الدراسة عدم متابعة أفراد العينة لنشرة الأخبار كاملة، واكتفائهم بأجزاء منها.

-كشفت الدراسة أن نسبة عالية من أفراد العينة تناقش موضوعات النشرة مع الغير.

-دراسة سعيد بومعيزة⁽¹⁾: "عملية إنتاج الأخبار في التلفزيون الجزائري: نشرة الثامنة

-دراسة حالة-":

يتناول هذا البحث الميداني عملية إنتاج الأخبار في التلفزيون الجزائري سنة 1985-

1986 على الشكل التالي:

تنظيم الأخبار وتقسيم العمل داخل قاعة التحرير وقيم وتوجهات الصحفيين وبنية أخبار نشرة الثامنة وجمع الأخبار (المصادر الدولية والمحلية)، والانتقاء (الأخبار الدولية والمحلية) والتقييم والقيم الخبرية وأتماط الرقابة، اعتمد الباحث لجمع المعلومات على المقابلة والملاحظة الميدانية وتوصل إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

-تعتبر الجريدة المصورة العمود الفقري في تنظيم الأخبار.

-الأخبار التي تبثها الجريدة المصورة لا تعكس الواقع الاجتماعي.

-أغلبية الصحفيين شباب من خريجي الجامعات، كما أن معظمهم يعاني من مشاكل

اجتماعية وإدارية مما جعلهم غير راضين عن عملهم، ولا يظهرون أي ولاء للمؤسسة.

-إن صحفيي التلفزيون ليسوا احترافيين، لأن الأغلبية منهم لم يذكروا العناصر الأساسية

⁽¹⁾-سعيد بومعيزة، "عملية إنتاج الأخبار في التلفزيون الجزائري: نشرة الثامنة -دراسة حالة-"، دراسة منشورة في المجلة الجزائرية

للاتصال، جامعة الجزائر، ع6-7، 1992، ص107.

الواجب توفرها في الصحفي المحترف كالتمسك بالاستقلالية والدفاع عنها، والتحلي بالموضوعية والتزاهة والإنصاف في كتاباتهم.

- إن بنية الأخبار في الجريدة المصورة تتميز بالتركيز على الأشخاص بدل الأحداث، أي أن الأخبار تُختار على أساس خدمة مصالح الأشخاص والمؤسسات وليس على أساس أهمية الأحداث، إضافة إلى أن الفئات الاجتماعية غير حاضرة في الجريدة المصورة.

- تتميز الجريدة المصورة بعدم وجود أي نوع من النقد لسياسة الحكومة أو الحزب، إضافة إلى أن الأخبار تُختار وتقدم وفق منظور أحادي.

- تعكس الجريدة المصورة قيما إخبارية تتمثل في:

* الإيجابية: أي أن كل الأخبار الوطنية لا تحمل أي دلالات سلبية أو تضاربية كالجرائم والرشوة، مما يوحي بأن كل شيء يسير على ما يرام.

* النخبوية: أي أن الأشخاص هم الذين يصنعون الحدث وليس العكس.

* التبعية: أي أن الأخبار مشحونة بآراء وأحكام لحث الجمهور على اتخاذ موقف دون الآخر.

* المراقبة: أي أن الأخبار حول الأشخاص والأمم تُختار وتقدم وفق مدى التشابه مع الجزائر حضاريا وسياسيا وجغرافيا.

-الإحالة الصاعدة: أي أن مسؤولي التلفزيون ورؤساء الأخبار يميلون اتخاذ القرار بخصوص بعض المسائل المشكوك فيها إلى مسؤولين آخرين.

-الحذف: أي أن رئيس التحرير يلعب دور حارس البوابة ولا يسمح بمرور الأخبار التي قد تخلق مشاكل من طرف السلطات العمومية، فهو يشطب كل ما يمس أو له دلالة تمس بصورة النظام.

-الحذف الذاتي: ويمارسه الصحفيون الذين يعرفون مسبقا بحكم الممارسة ما يسمح به رئيس التحرير وما لا يسمح.

-انعدام الموارد المالية جعل التلفزيون يعتمد في تغطية الأحداث الدولية على الوكالات الدولية البرقية والفيلمية الإلكترونية، وكل الإمكانيات المادية والبشرية.

-دراسة محمد معوض⁽¹⁾: "المادة الإخبارية في جمهورية مصر العربية، دراسة تحليلية لمضمون نشرات الأخبار":

تتم هذه الدراسة في المقام الأول بنشرات الأخبار في التلفزيون المصري باعتبارها من أهم أهداف السياسة الإعلامية للتلفزيون كجهاز إعلامي، وذلك لوضع تصور واضح لأبعادها في محاولة لعلاج ما يشوبها من قصور يتضح في إحجام عدد كبير من المشاهدين عن متابعتها.

وتستخدم هذه الدراسة منهج تحليل مضمون الصورة والصوت في نشرات أخبار التلفزيون في القناة الأولى المصرية، والتلفزيون البريطاني BBC والتلفزيون المتنقل ITM على مدى عشرة أيام متصلة، طوال الفترة بين 15-25 أبريل 1981، وقد ركز الباحث في تحليله على عدة فئات وهي:

-فئات الدائرة التي تغطيها المادة الإخبارية.

-فئات مادة الخبر.

-فئات مصادر أخبار التلفزيون.

-فئات المادة الإخبارية التي تخدم التنمية.

-فئات موضوع المادة الإخبارية.

وقد حدد الباحث الخبر كوحدة قياس

أهم النتائج والتوصيات:

-ضرورة الاهتمام بالأخبار المحلية التي لا تشغل إلا حيزا متواضعا في نشرات الأخبار.

-ضرورة أن تعتبر الأخبار عن البيئة المصرية، وأن تساهم في خدمة قضايا التنمية في المجتمع، مع ضرورة الاهتمام بالمناطق الريفية والنائية.

-دعم نشاط مندوبي أخبار التلفزيون عن طريق تعيين المندوبين الجدد والمراسلين، والاهتمام بتدريبهم، وإتاحة الفرصة لهم لمعايشة سير العمل الإخباري في محطات التلفزيون العالمية.

(1)-محمد معوض، "المادة الإخبارية في جمهورية مصر العربية، دراسة تحليلية لمضمون نشرات الأخبار"، رسالة دكتوراه، معهد الصحافة، كلية الآداب، سوهاج، مصر، 1981. نقلا عن: سحر محمد وهي، بحوث جامعية في الإعلام، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1996، ص179.

- دعم نشاط أطقم التصوير وتزويدها بوسائل جمع الأخبار والمؤسسات.
- إنشاء قسم خاص لإعداد وسائل الإيضاح المتنوعة، مع ضرورة استخدام الكروماتي في النشرات والبرامج الإخبارية، كي يتسنى الاستخدام الأمثل لوسائل الإيضاح.
- الاهتمام الكامل بأرشفة أخبار التلفزيون وتزويده بأحسن وسائل الإيضاح وإعداد ملفات خاصة بالصور الفوتوغرافية وأخرى خاصة بالصحف والمجلات القومية والعالمية، وإتاحة الفرص للعاملين للإطلاع وتشجيعهم على البحث العلمي.
- تقسيم العمل على أساس وحدة النشر؛ بمعنى أن يختص بإعداد كل نشرة فريق من المحررين والمخرجين والمعلقين.
- الحرية الكاملة في عرض وجهات النظر المؤيدة والمعارضة، والمشاركة في الأحداث وفي مختلف القضايا وتخليص العمل الإخباري من كل المعوقات.
- ضرورة الاهتمام بإعداد وتنفيذ نشرات الأخبار في التلفزيون وتقديمها حسب أهميتها، مع استخدام الموجز المصور الذي يجذب اهتمام المشاهدين والاهتمام بنهاية النشرات الإخبارية والتنويه باستمرار على أهم الأخبار والأحداث قبل موعد النشرة، على أن تزداد التفاصيل الكاملة داخل النشرات، ومن جهة أخرى مراعاة عدم تكرار المادة الإخبارية دونما تغيير في الشكل أو المضمون.
- الاهتمام بتدريب العاملين في أخبار التلفزيون لتساير التقدم التكنولوجي في تغطية الأخبار.
- الاهتمام بأبحاث المشاهدين وضرورة أن تركز أبحاث أخبار التلفزيون على اتجاهات المشاهدين واهتماماتهم وقيمهم وعاداتهم، والحرص على استمرارها لمعرفة آراء الجماهير فيما يقدم من مادة إخبارية ومدى تحقيقها لأهدافها.

- محمد محمود المرسى: النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية على القنوات الفضائية: البحرينية، المصرية، الجزائرية⁽¹⁾:

تناول هذه الدراسة شكل ومحتوى ما تقدمه النشرات الإخبارية في ثلاث من القنوات

(1) - محمد محمود المرسى: النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية على القنوات الفضائية: البحرينية، المصرية، الجزائرية، دراسة منشورة في مجلة التعاون، مجلته التعاون الخليجي، ع49، 1419-1999، ص216.

الفضائية العربية، وهي:

- القناة الفضائية البحرينية (من منطقة الخليج العربي)
- القناة الفضائية المصرية.
- القناة الفضائية الجزائرية (من منطقة المغرب العربي).
- وقد حاولت الدراسة الإجابة على التساؤلات الآتية:
- ما هي طبيعة مجتمع البحث من النشرات الإخبارية (عدد النشرات، عدد الأخبار، متوسط عدد أخبار النشرة، إجمالي زمن النشرات، متوسط زمن الخبر، متوسط زمن خبير الصادرة)؟
- ما هو شكل تقديم الأخبار في النشرات؟
- ما مدى اتفاق موضوع النص الخبري مع موضوع المادة المصورة المصاحبة له؟
- ما مدى حالة الأخبار الواردة في النشرات؟
- ما هي المناطق الجغرافية التي تركز عليها أخبار النشرات؟
- ما هي الموضوعات التي تعالجها أخبار النشرات؟
- ما هو اتجاه الأخبار الواردة في النشرات؟
- ما هي نوعية القضايا العربية التي تعالجها أخبار النشرات؟
- وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج، نذكر منها:
- تمثل نسبة الأخبار المصورة (صورة صامتة، صوت وصورة، تقارير مصورة)، السمة الغالبة لأخبار القنوات الفضائية العربية الثلاث.
- حققت هذه القنوات نسبة عالية في فئة تطابق النص الخبري مع موضوع المادة المصورة المصاحبة له في نشرات أخبار القنوات الفضائية العربية الثلاث.
- تؤكد النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية العربية الثلاث على عنصر الحالية في أخبارها إلى حد متوسط.
- تأتي الأخبار المحلية في المركز الأول في مجال التغطية الجغرافية للأخبار الواردة في نشرات القنوات الفضائية العربية الثلاث.
- الاهتمام الأكبر في هذه القنوات ينصب أساسا على الأخبار السياسية التي تشكل أكثر من ثلث عدد أخبار النشرات، تليها الأخبار الاقتصادية والعسكرية.

الفصل الأول،الإطار المنهجي للدراسة

-تعد الأخبار الإيجابية هي الأخبار السائدة في نشرات أخبار القنوات الفضائية العربية الثلاث.

-تستحوذ القضايا الداخلية (الخاصة بالدولة الباثة) على الاهتمام الأكبر في نشرات أخبار هذه القنوات.

6-2- الدراسات الأجنبية:

L'univers de Télé Journal québécois :⁽¹⁾ Philippe Dohet , JP Desaulniers-

ركزت هذه الدراسة على البعد الجغرافي من خلال تحليل النشرات وتناولت الدراسة نشرات أخبار المحطتين راديو كندا (CBFI) و (CFT M)، انطلقت الدراسة من ملاحظة أن 60% من سكان منطقة الكيبك لا يطالعون الصحف، إلا أنهم يخصصون يوميا أربع ساعات ونصف لمشاهدة التلفزيون، وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

-التركيز على منطقة الكيبك، حيث لاحظ الباحثان اهتمام المحطتين بالمنطقة على حساب المواقع الأخرى، الأمر الذي جعلهما يؤكدان على الطابع العرقي للتغطية الإخبارية في المحطتين، حيث أن الأحداث المعروضة في النشرة تركزت في منطقة الكيبك بنسبة 53,8% .

-لاحظت الدراسة أن ما يتم التركيز عليه في العالم هو من باب العلاقات مع الكيبك، أو بعض مناطق وبؤر التوتر في إفريقيا والشرق الأوسط.

-تعكس الأخبار المقدمة فكرة أن الكيبك منطقة تعرف تحولات جذرية نحو الإيجابي، في حين يظل العالم متفككا وحقلا للتراعات والخلاصة أن الكيبك منطقة هادئة وقوية في عالم غامض.

Les informations télévisée:⁽²⁾ Stephen Kline -

حاولت هذه الدراسة تحليل الأخبار التلفزيونية تحليلا إيديولوجيا من خلال ثلاث جوانب

وهي:

-الجانب التجاري.

⁽¹⁾-Jean Pierre Desaulniers, Philip Dohet : L'univers du téléjournal quebecois in communication information, Vo1, N°2, hiver 1980, PP189-209.

⁽²⁾-Stephen Kline, Les information télévisée : stacture de leur interpretation de l'actualité in Commnication information, Vo1, N°3, été 1982, PP125-155.

-الجانب القانوني.

-الجانب المتعلق بمهنة الصحافة.

وقد حاولت الدراسة معرفة الجوانب الآتية:

-طرق العمل في الوسط الصحفي الإنجلوفوني والتعامل مع الأحداث.

-نظرة الدول وشبكات التلفزيون للأحداث الدولية الهامة.

-طريقة المعالجة والتغطية.

وتناولت الدراسة نشرات الأخبار المسائية في الفترة من 14 جانفي إلى 4 فيفري من عام 1980

للشبكات التلفزيونية الآتية: و BBC1 و ITV البريطانية و CTV الكندية و CBC و NBC

الأمريكية، وقد خلصت الدراسة إلى النتائج الآتية:

-الشبكات البريطانية والكندية تمنح وقتاً أقل للأحداث الصحفية، ووقتاً أكبر للأخبار والتقارير.

-التشابه في الديكور والتقديم بين كل المحطات محل الدراسة.

-تقديم بعض الأخبار بنفس الصوت والصور في قنوات أخرى مثل: BBC1 التي تبث أخبار

مصدرها الشبكة الأمريكية CBS، كما هي دون أي تغيير.

-الشبكات الكندية تهتم بالموضوعات ذات الطابع السياسي.

-الشبكات الأمريكية تهتم بالموضوعات ذات الطابع الإنساني مثل الجرائم والكوارث.

-المصادر الرسمية في هذه الشبكات هي الأحزاب والنقابات وأرباب العمل، ولا تخصص للخبراء

والمختصين سوى نسبة 9% من مجموع التدخلات.

-هيمنة التحقيق الصحفي على الأنواع الصحفية الأخرى.

-هيمنة التحقيق المبني على إعطاء الرأي والتعبير عن موقف في المحطات الأمريكية، في حين تميل

المحطات البريطانية إلى الاهتمام بالتحقيقات الموضوعية دون إقحام رأي المراسل الصحفي في

الموضوع.

-الشبكات البريطانية تجعل من رأي الشخصية المستجوبة خاتمة للموضوع أو التحقيق على عكس

المحطات الكندية التي تمنح ذلك للصحفي، وتقف المحطات الأمريكية في الوسط بين الأسلوبين.

دراسة -L'information télévisée:⁽¹⁾Katrine Lange, Thierry Rabiller

انطلقت هذه الدراسة من جملة من الأفكار والملاحظات أهمها: ظهور مفهوم أو مصطلح الإعلام الاستعراضي، وهو المزج بين التسلية والاستعراض، وكان الهدف منه البحث أو الوصول إلى جمهور غير متجانس، والتخلص من الإعلام الموجه إلى جمهور متجانس أو النخبة، وكان ذلك تحت شعارات مختلفة منها ديمقراطية الإعلام La démocratisation de l'information، وحلت محل النشرات الإخبارية الجادة الأخبار المسلية التي تبرز الصور الاستعراضية وكذا الموسيقى، ولم يحقق هذا التوجه نجاحا كبيرا، فالتجهت القنوات التلفزيونية إلى تقديم نشرات كلاسيكية إلى جماهير محددة، إلا أن ظهور القنوات التلفزيونية الخاصة أدى إلى ظهور الإعلام الاستعراضي من جديد.

حددت الدراسة مجتمع الدراسة في الحصيلة الإخبارية السنوية 1992، التي عرضت يومي 30-31 ديسمبر براديو كندا، ومحطة ARD (القناة الأولى الألمانية)، وعملت الدراسة على المقارنة بين البرنامجين الإخباريين لمحطتين عموميتين هدفهما الإعلام والتربية، والهدف من تناول هذا الجانب هو التعرف والكشف على الطريقة التي يتم من خلالها انتقاء الأخبار وتجميعها ثم عرضها في البرنامجين، وتم ذلك بالتركيز على الجينريك، طريقة العرض أسس انتقاء الأخبار، قياس مستوى الموضوعية، والمزج بين الصورة والتعليق والعلاقة مع البلد مصدر الخبر.

ثم قدمت الدراسة لفهرس البرنامجين وما تضمنه كل برنامج من الموضوعات، وتناولت الدراسة طريقة التقديم من خلال:

- تحليل الجينريك والعناصر المكونة له، وطرق الاستمالة المستخدمة فيه.
- الاعتماد على جاذبية المقدمين.
- تحليل أسس انتقاء المعلومات.
- تحليل وقياس الموضوعية واتجاهات المعالجة.
- تحليل المزاوجة بين الصوت والصورة.

⁽¹⁾Katrine Lange, Thierry Rabiller, L'information télévisée : Sources d'information ou objet de distraction? gros plan sur l'Allemagne et le Canada, In communication information, Vo 15, N°1, Printemps 94, PP103-112.

وخلصت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- استهدف البرنامج جمهوراً يتميز باهتمامه بالموضوعات السياسية الصرفة بالنسبة للمحطة الكندية، وجمهور يهتم بالموضوعات السياسية التي تميل إلى الترفيه والتسلية بالنسبة للمحطة الألمانية.
- المحطة الكندية لا تستهدف جمهوراً بالضرورة عارفاً بالموضوعات المطروحة، لذلك تتبع التغطية بالتحليل والتفسير من طرف المعلق.

- المحطة الألمانية قدمت التغطية من خلال مقدم نشرة الأخبار، وهو صحفي محترف، في حين أن المحطة الألمانية اعتمدت على مقدم وهو صحفي، إلى جانب منشط تلفزيوني، وهو ما يؤكد ميل المحطة إلى الاستعراض الإعلامي.

- العرضان أو البرنامجان الإخباريان هما نتاج النشرات الإخبارية اليومية التي تقدمها المحطات خلال السنة.

- المحطة الكندية تمنح مجالاً ضيقاً للأخبار الدولية على عكس المحطة الألمانية.

من خلال الدراسات التي تم عرضها يمكننا تسجيل جملة من الملاحظات نوجزها في النقاط التالية:

- تعدد الدراسات التي تناولت موضوع المادة الإخبارية في القنوات التلفزيونية وتنوعها، حيث تناولت جوانب مختلفة من عملية إنتاج الأخبار في التلفزيون.

- تنوعت المناهج والأدوات التي اعتمدها هذه الدراسات، حيث استخدمت إلى جانب تحليل المحتوى الملاحظة المباشرة والدراسات الميدانية.

- كان للدراسات الغربية سبق في مجال البحوث التي تناولت الأخبار التلفزيونية، حيث جاءت الدراسات العربية متأخرة إلى حد ما، ويرجع ذلك إلى الفارق في مستوى البحث العلمي في المنطقتين.

- ركزت الدراسات العربية على مجموعة محدودة من الفئات، كنوع الخبر وطوله والمجال الجغرافي، بينما بقي الاهتمام بعناصر أخرى كالقيم الإخبارية قليلاً رغم أهميته في عملية إنتاج الأخبار.

- لم تركز الدراسات العربية على عملية إنتاج الأخبار ضمن البنية القيمية العربية الإسلامية، في حين نلاحظ اهتمامها بالبعد التنموي في بعض الأحيان.

- لم نسجل من خلال الدراسات العربية رصدًا لمدى مساهمة الفضائيات العربية في بناء الحقيقة الاجتماعية في المجتمع العربي، من خلال الواقع الذي تعكسه هذه القنوات.

- لم تتطرق الدراسات العربية للمادة الإخبارية في قنوات الإعلام الإسلامي، ويرجع ذلك أساسًا إلى حداثة هذه القنوات، إضافة إلى غياب عنصر الخبر في معظمها.

وبالرغم من عدم تناول الدراسات السابقة لموضوع مماثل لموضوع الدراسة تحديدًا، إلا أنها أفادت في تطوير الإطار النظري للبحث، وكذلك في تحديد المتغيرات التي ينبغي إخضاعها للبحث، وقدمت أساسًا علميًا ونظريًا متكاملًا لرصد الإشكالية وتحديد طرق وآليات علاجها.

7- منهج الدراسة وأدواته:

7-1- المنهج المعتمد:

إن المنهج هو «الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة، وللإجابة عن الأسئلة والاستفسارات التي يثيرها موضوع البحث، وهو الذي يحدد لنا السبيل للوصول إلى تلك الحقائق، وطرق اكتشافها»⁽¹⁾.

وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الإعلامية الوصفية، ذلك أنها تنطلق من فحص وتحليل محتوى المادة الإعلامية بهدف «الوصف» وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين تغلب عليه صفة التحديد، وهي دراسة للحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع⁽²⁾.

ويعرف المنهج الوصفي بأنه: «أسلوب من أساليب التحليل المترکز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية، وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية

(1)- محمد شفيق، البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، دط، مكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1998، ص 86.

(2)- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص 123.

للمظاهرة»⁽¹⁾.

7-1-أداة البحث:

تتخذ الدراسة من تحليل المحتوى أداة وأسلوبا أساسيا لجمع البيانات والمعلومات وتصنيفها وتبويبها وتحليلها للإجابة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وتحقيق أهدافها، ويعرف برنارد برلسون تحليل المحتوى فيقول: «هو أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل الوصف الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفا موضوعيا كميًا»⁽²⁾.

ولا يقف تحليل المحتوى عند الوصف الظاهر للمحتوى، بل يتجاوز ذلك إلى الكشف عن المعاني الكامنة، فيعرفه هولستي (Holsti) وكارني (Carney) وستون (Stonne) على أنه أسلوب يحقق الاستدلال الموضوعي والمنظم للسمات الخاصة بالرسالة⁽³⁾.

ويشمل تحليل المحتوى مستويين من التحليل⁽⁴⁾:

-التحليل الكمي: وهو التحليل القائم على تفسير البيانات تفسيراً كميًا بحساب درجة ترددها في أشكالها المختلفة (المساحة، الزمن، الكلمة، الجملة، الموضوع) التي تستخدم كأجزاء مادية تسجيلية في القياس العددي لظهورها في المادة المدروسة.

-التحليل الكيفي: وهو التحليل الذي لا يهتم بلغة الأرقام في تفسير المضامين المدروسة بل يركز على إبراز ما تتميز به الأشياء من خصائص وصفات تميزها عن بعضها البعض، وعادة ما يستخدم هذا النوع من التحليل في تفسير النتائج الرقمية المتوصل إليها في التحليل الكمي والتعليق عليها في استخلاص النتائج.

(1)-محمد عبيدات، محمد أبو نضال، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي القواعد المراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 1999، ص

(2)-سمير محمد حسين، مرجع سابق، ص137.

(3)-محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979، ص16.

(4)-أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص258.

جامعة الأمير
عبدالقادر للعلوم الإسلامية

الفصل الثاني:

الأخبار والتلفزيون

تمهيد

يعتبر الخبر مظهرا من مظاهر رغبة الإنسان في معرفة المجهول، وحاجته في إشباع رغبته الطبيعية في المعرفة التي تمنحه الشعور بالأمان من ناحية، وتساعده على التكيف مع محيطه من ناحية أخرى، وقد تناقل البشر الأخبار منذ بداية الاستخلاف، وكانت البدايات عبارة عن إشارات بسيطة لتصبح في العقود الأخيرة عملية معقدة تمثل عاملا هاما من العوامل المؤثرة في كافة مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية... الخ.

إن التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيات الاتصال، مع ما صاحب هذا التطور من ارتفاع معتبر في إمكانيات الاستقبال والاستقطاب في آن واحد، مما أهل المؤسسات الإعلامية عامة والتلفزيون بصفة أخص، لأن تكون مؤسسات اجتماعية تساهم في رسم مسارات النمو (سياسيا، اقتصاديا، ثقافيا... الخ)، وفي تشكيل الرأي العام المحلي والخارجي.

وللتعرف على مضامين العلاقة بين الخبر كمفهوم والتلفزيون كمؤسسة تم اعتماد ثلاثة مباحث من خلال هذا الفصل، سنتناول في المبحث الأول فن الخبر، أما المبحث الثاني، فستتطرق من خلاله إلى التلفزيون باعتباره جهازا إخباريا، وسنخصص المبحث الثالث لعملية إنتاج الأخبار التلفزيونية.

المبحث الأول: فن الخبر

يعتبر أدوين واكين الخبر «قوام الدراما الصحفية»⁽¹⁾، فهو العنصر الذي تقوم عليه معظم الأنواع الصحفية، وهو المادة المعلوماتية الرئيسية التي يبني على أساسها القارئ، المستمع والمشاهد، تصور، رؤيته، وتحليله لقضية ما، فما هي المراحل التي مر بها الخبر الصحفي في مسيرته؟ ما هي أنواعه؟ وما هي أهم القيم الإخبارية في المجتمعات المختلفة؟

1-نشأة الخبر ووظائفه:

إن المتتبع لهذا الهوس العالمي لمعرفة الأخبار ومحاولة التحكم في مساراتها وطرق عرضها، قد يتصور تلازم هذه الظاهرة مع ما شهده العالم من تطور في وسائل الإعلام، سواء كانت مكتوبة أو سمعية بصرية، وقد يحصر هذا الفن في نطاق زمني محدود، وربما قد يقرون هذا الاهتمام العالمي البالغ بالترف التكنولوجي الحاصل على مستوى الوسيلة، لذلك سنحاول فيما يأتي تتبع المسار التاريخي لهذا الفن، ثم سنخرج على محاولة إبراز وظائفه المختلفة.

1-1-نشأة الخبر

إن حاجة الإنسان إلى الإجابة على كثير من التساؤلات المحيطة به، جعلت الخبر في مفهومه العام ضرورة اجتماعية، تحققت في بدايات التواجد الإنساني على الأرض في صورة إشارات يدوية ذات مضمون إخباري، تحذيري أو تنبيهي.

لذلك كان «من الخطأ أن نظن أن نشأة الصحافة مرتبطة بنشأة المطبعة، ولكن الصحافة ترتبط في الواقع بالصفات الإنسانية والاجتماعية في نفوس البشر، وإن كان لاختراع المطبعة أعظم الأثر في تطور الصحافة ذاتها، فقد تأثرت الصحافة بها، كما تأثر غيرها من مظاهر الحضارة في المجتمع»⁽²⁾.

لقد بدأت مرحلة الخبر المسموع منذ العصور القديمة، حين عرف الإنسان عملية تبادل الأخبار عندما كان ينفخ في الأبواق معلنا حالة الحرب أو السلم، أو احتفالاً بمناسبة دينية أو بزواج

(1)-عبد العزيز شرف، المدخل لوسائل الإعلام، دط، الهيئة المصرية للكتاب، مصر، 2000، ص378.

(2)-فاروق أبو زيد، مرجع سابق، ص64.

الفصل الثاني:.....الأخبار والتلفزيون

أو بوفاة حاكم أو بسقوطه، أو بتنصيب حاكم جديد، أو لتبليغ أوامر الحكومة وبياناتها⁽¹⁾.

وقد أطلق على هذه المرحلة "المرحلة السمعية" أو "المرحلة الصوتية" في تبادل الأخبار، ثم ارتفعت الصحافة من هذه المرحلة الصوتية إلى مرحلة الكتابة الخطية، التي ظهرت أولاً في شكل خطابات دورية، ثم ظهرت بعد ذلك في شكل كتب صغيرة، وقد بدأت هذه المرحلة بالنقش على الأحجار والرسم على جدران المقابر والمعابر والقصور، ثم تلى ذلك الكتابة على الجلود أو الورق، وكان مدار الأخبار حول السير الشخصية للملوك والقادة، وأخبار معاركهم الحربية وإنجازاتهم الداخلية⁽²⁾.

-أما المرحلة الثالثة، والتي تمثل مرحلة الخبر المطبوع، فنستطيع القول بأنها ارتبطت باكتشاف المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر على يد يوحنا جوتنبرغ، ولقد أمكن عن طريق هذا الاختراع الهام طباعة عدد كبير من النسخ من الخبر الواحد، وهو الأمر الذي أتاح أيضاً إمكانية وصول الخبر إلى أكبر عدد من القراء، بالإضافة إلى ما توفره الطباعة من وقت وجهد وتكاليف، إذا ما قورنت بما يبذل في الخبر المخطوط⁽³⁾. وقد عرفت هذه المرحلة ظهور الصحافة بمفهومها الحديث من خلال الجرائد.

-المرحلة الرابعة: وهي مرحلة انتشار التلفزيون والكابل والأقمار الصناعية والانترنت والهواتف المحمولة، وقد ساعدت هذه الوسائل في إبراز وتحقيق قيمة أساسية في الخبر، وهي الجودة والحالية، حيث أصبح الخبر يذاع ساعة وقوع الحدث، عن طريق البث المباشر، كما أتاحت هذه الوسائل قدراً أكبر من الدقة والصحة والمصدقية، وإن كان الأمر نسبياً إلى حد كبير.

1-2-وظائف الخبر:

لقد كانت الحاجة إلى معرفة الأخبار قديماً حاجة إنسانية لتلبية بعض متطلبات الفرد الاجتماعية، والوقوف على أخبار الغير، سواء كانوا أفراداً في الأسرة، أو في القبيلة أو أعداء، وربما كانت هذه الحاجة تلبية لبعض الغرائز الإنسانية كالفضول وحب الاستطلاع، لكن مع ما يشهده العالم من تعقد في الحياة العامة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، برزت كثير من الوظائف التي

(1)-المرجع السابق، ص64.

(2)-المرجع نفسه، ص69.

(3)-عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي: ط1: دار الفجر: مصر، 2005، ص53.

الفصل الثاني:الأخبار والتلفزيون

تحققها التغطية الإخبارية نذكر منها:

-الإعلام أو الإخبار عن الأحداث والوقائع المختلفة والهامة، وما يتصل بتصوراتها ونتائجها، وانعكاساتها وتأثيراتها.

-التنبيه إلى وجوب القيام بالأعمال والتصرفات والأنشطة، والمهام المناسبة والضرورية لحياة الإنسان، والملائمة مع كونه فردا في هذا المجتمع.

-وضع المواطن موضع المعرفة الكاملة بالنسبة للقضايا والأفكار والمواقف، والمشكلات المؤثرة في حياته وحياة أسرته في يومه وغده.

-التهيئة الذهنية والمعنوية لما يمكن أن يجري مؤثرا على حياة القراء ومستقبلهم وجوانب تقدمهم.

-تأكيد أو نفي ما يتداول الناس من شائعات أو أقوال تتصل ببعض المسائل الهامة المؤثرة على أحوالهم بصفة عامة، وبالمثل فمن وظائف الخير تأكيد النُبأ المذاع ودعمه، وإضافة الجديد المتطور والمتاح إليه⁽¹⁾.

-إن سريان الأخبار يوفر إنذارات سريعة عن التهديدات والأخطار التي تقع خارج المجتمع، والأخطار الناتجة عن التغيرات التي تطرأ على الظروف الطبيعية أو الأخطار التي تترتب على الهجوم المسلح.

-إن توفير المعلومات والأخبار عن الظروف المحيطة ضروري لتحقيق الاحتياجات اليومية للمؤسسات والمجتمع، كأخبار المال والطقس⁽²⁾.

-توسيع معارف الأفراد حول أسباب ومسببات ما يجري من أحداث محيطة بهم، وعلاقات الارتباط بينهم، وهنا يصبح هؤلاء الأفراد واعين ومهيئين لاتخاذ المواقف وإصدار الأحكام.

-تعزيز قدرة الأفراد على فهم وتفسير الأحداث المختلفة والمتنوعة التي يمتلى بها محيطهم القريب أو البعيد، وبهذا الفهم والتفسير تتحسن قدرتهم على التنبؤ.مجرى حركية الأحداث في المجتمع،

(1)-محمود أدهم، الأسس الفنية للتحليل الصحفي العام، دط، دد، القاهرة، 1983، ص96.

(2)-محمد معوض، بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ط1، دار الكتاب الحديث، مصر، 1416هـ-1926م، ص211.

العمل التالي،.....الأخبار والتلفزيون

وبالتالي التصرف على ضوءها⁽¹⁾.

-التثقيف بالمعلومة الإخبارية الهامة والجديدة التي تضاف إلى ما اكتسبه القراء من معلومات سابقة.
-إعطاء المثل والقدوة من واقع أخبار النشاط الإيجابي والفعال للعلماء والأدباء والقادة وأبطال الرياضة.

-المساهمة في نشر و تسويق القضايا والآراء و الأفكار الهامة بالإضافة إلى الإعلان عن الأنشطة المختلفة والمتميزة.

-كشف و تعرية الجوانب السلبية أو الثغرات أو العيوب القائمة و العمل على درء أخطارها و قطع الطريق على مرتكبيها.

-تسليّة المتلقين والعمل على تحديد نشاطهم وحيويتهم عن طريق الأخبار الطريفة أو تلك التي تتجه إلى المتعة الذهنية والموانسة الوقائية.

-التبشير بالجديد الإيجابي والفعال والمتصل بالكشوف العلمية والفضائية والطبية.

-العمل على تضامن الشعوب والمساعدة في تفهم مواقفها وتقاليدها وأعرافها ما يساعد على درء أخطار الحروب وإحلال السلم والثقة⁽²⁾.

وإجمالاً، يمكن أن نقول أن وظائف الخبر تتلخص في مجموعة من النقاط وهي: الإخبار، الشرح والتفسير، التثقيف، التسليّة والترفيه، الإقناع.

2-أنواع الخبر

إن تعلق مفهوم الخبر بجوهر ما يجري في الحياة العامة على اختلاف أحداثها وتشابكها وتغيرها يضع الباحثين والإعلاميين أمام صعوبة تقسيم الأخبار إلى أنواع محددة وثابتة، وهذا ما نلاحظه في كتب الإعلام، التي اعتمد أصحابها معايير مختلفة في تقسيمهم للأخبار، لعلّ أبرزها:

2-1-التقسيم الجغرافي للخبر:

وتنقسم الأخبار وفقاً لهذا المعيار إلى أخبار داخلية وأخرى خارجية:

(1)-عبد الفتاح عبد النبي، مرجع سابق، ص32.

(2)-محمود أدهم، مرجع سابق، ص97.

الفصل الثاني،الأخبار والتلفزيون

أ-الأخبار الداخلية: ويعرفها محمود منصور هبة بأنها: «الأخبار التي تقع في المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة»⁽¹⁾، ويعتبر هذا النوع ذا أهمية بالغة بالنسبة للمتلقي، نتيجة لما يضيفه عامل القرب أو التجاور من أهمية على الخبر.

ب-الأخبار الخارجية: يقول عنها عبد الفتاح عبد النبي: «هي الأخبار التي تقع خارج البلد الذي تصدر منه الجريدة»⁽²⁾.

ورغم افتقار هذا النوع لعامل القرب المكاني، إلا أن ما يشهده العالم في عصرنا من تشابك في المصالح وتجاوز افتراضي للدول، تُيسره التطورات الحاصلة في وسائل الإعلام، إن هذا الواقع قد زاد من أهمية الأخبار الخارجية، بل أصبحت هذه الأخبار تنافس الأخبار الداخلية وتحتل مساحات زمنية ومكانية هامة في وسائل الإعلام.

2-2-التقسيم الزمني للخبر:

يقوم هذا التقسيم على أساس الزمن أو الوقت الذي يقع فيه الخبر على النحو الآتي:

أ-أخبار متوقعة: وهي الأخبار التي يعلم المندوب الصحفي بموعد ومكان وقوعها مسبقاً، مثل: جلسات المجالس النيابية، وزيارات رؤساء الدول والمؤتمرات.

ب-أخبار غير متوقعة: وهي الأخبار التي لا يعلم المندوب الصحفي عنها شيئاً، ولا يتوقع حدوثها⁽³⁾، وتظهر من خلالها قدرة الصحفي على اقتناص الأخبار.

2-3-الخبر الجاهز والخبر المبدع:

وينطلق هذا التقسيم من مدى فاعلية الصحفي بالنسبة لإعداد الخبر.

أ-الخبر الجاهز: «وهو الخبر الذي لا يبذل الصحفي جهداً كبيراً في الحصول عليه، وإنما يأتيه إلى داخل مكتبه دون عناء، وذلك من خلال ما ينشر في الكتب والنشرات والكتيبات وغيرها من

(1)-محمود منصور هبة، مرجع سابق، ص53.

(2)-عبد الفتاح عبد النبي، مرجع سابق، ص29.

(3)-سليمان صالح، صناعة الأخبار في العالم المعاصر، ط2، دار النشر للجامعات، القاهرة، مصر، 1418هـ-1998م،

المطبوعات الإعلامية»⁽¹⁾.

ب-الخبر المبدع: «هو الخبر الذي يبذل الصحفي جهدا في الحصول عليه واستكمالته بالبيانات والمعلومات الكافية، وأكثر الصحف فعالية هي التي تهتم بالأخبار المبدعة»⁽²⁾.

وفي هذا الإطار يشير فاروق أبو زيد إلى أن هناك علاقة بين الخبر الجاهز والخبر المبدع من جهة، وبين الأخبار المتوقعة والأخبار غير المتوقعة من جهة أخرى، بحيث تفرز هذه العلاقة تقسيما جديدا للخبر يورده على النحو الآتي⁽³⁾:

-الخبر السلبي: وهو الخبر الجاهز أولا، والمتوقع ثانيا، والذي لا يضيف جديدا، ثم هو المأخوذ من مصادر غير حية مثل: النشرات والكتب والمطبوعات، فالأخبار السلبية هي الأخبار المأخوذة من مصادر سلبية أو غير حية، ولا يبذل المحرر الصحفي جهدا كبيرا في الحصول عليها.

-الخبر الإيجابي: وهو الخبر المبدع أولا، وغير المتوقع ثانيا، والذي يحمل جديدا ويكون مأخوذا عن مصادر حية كالتصريحات الهامة لكبار المسؤولين.

-الخبر السلبي الإيجابي: وهناك أخبار صحفية تجمع في مضمونها بين صبغة السلبية وصبغة الإيجابية في وقت واحد، مثل الأخبار التي تغطي جلسات المحاكم، فهذه الأخبار سلبية لأنها تغطي حوادث معروفة مسبقا بالنسبة للصحفي، ولكنها تكون إيجابية لأن الصحفي يذهب بنفسه إلى أماكن وقوع الأحداث، ويحصل على تفاصيل ما يجري لذلك، فهذه الأخبار تعتبر إيجابية، لأنها أخبار حية اتخذت من مصادر حية، أو مستقاة من الواقع الحي نفسه.

2-4-الخبر الخفيف والخبر الجاد:

أ-الأخبار الخفيفة: وهي الأخبار التي تثير القارئ وتحمل جانبا من التسلية والترفيه كالطرائف وأخبار الرياضة وأخبار نجوم الفن.

ب-الأخبار الجادة: وهي الأخبار التي تعنى بالأحداث الهامة والمشاكل العامة، وأنماط العلاقات المختلفة بالعرض والتحليل.

(1)-عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سابق، ص85.

(2)-محمود منصور هنية، مرجع سابق، ص57.

(3)-فاروق أبو زيد، مرجع سابق، ص165.

2-5- الخبر المجرد والخبر المفسر:

أ-الخبر المجرد: «هو الخبر الذي يقتصر على تسجيل الوقائع أو تصوير الحوادث أو سرد المعلومات دون أن يدعم ذلك بخلفية من المعلومات والبيانات والتفاصيل»⁽¹⁾.

ب-الخبر المفسر: «هو الخبر المدعم بخلفية من المعلومات والبيانات التي تشرح تفاصيل الحدث وتشرح أبعاده ودلالاته المختلفة، ومن الضروري الانتباه إلى أن تفسير الخبر لا يعني أن يتضمن الخبر بأي شكل من الأشكال رأي كاتب الخبر أو وجهة نظره، حتى لا يفقد موضوعيته»⁽²⁾.

2-6- أنواع الخبر وفقا لاعتبار ما يحمله الخبر من وقائع:

وهو التقسيم الذي يقوم على أساس الوقائع أو الأحداث التي يتضمنها الخبر الواحد، وعلى هذا الأساس نجد نوعين من الأخبار هما⁽³⁾:

أ-الأخبار البسيطة: وهي التي تتضمن واقعة واحدة بصرف النظر عن التفاصيل التي تتضمنها، فقد يكون هناك خبر عن وقوع معارك في منطقة معينة، ويتضمن الخبر كثيرا من التفاصيل عن طبيعة هذه المعارك ومكان وقوعها وأنواع الأسلحة المستخدمة فيها، وأعداد القتلى والأسرى ونصوص البلاغات العسكرية التي صدرت عن الجانبين، وما نقلته مختلف الوكالات وما ذكره المراسلون وشهود العيان...الخ. مثل هذا الخبر، لا يكون قد تجاوز حدود الواقعة الواحدة، وهي المعارك التي دارت، لأن تفاصيله، وبالرغم من أنها تناولت الكثير من البيانات والمعلومات، إلا أن هذه البيانات وهذه المعلومات ظلت في إطار واقعة واحدة وحادثة واحدة.

ب-الأخبار المركبة: وهي تختلف عن سابقتها في أن الخبر الواحد يتضمن أكثر من واقعة، بحيث يشتمل الخبر الواحد على عدد من الأخبار التي يضمها إطار واحد، فقد يكون الحدث نفسه، ولا تجد الوسيلة الإعلامية مررا للفصل بين هذه الأخبار، وذلك لكي نضع أمام المتلقي تصورا كاملا لما جرى، ومثل هذه الأخبار هي التي تسود في فترات الحروب والانقلابات حيث تتلاحق

(1)-محمود منصور هببة، مرجع سابق، ص60.

(2)-عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سابق، ص87.

(3)-كرم شلبي، الخبر وضوابطه الإسلامية، ص130.

الأحداث و تتوالى في إطار الخبر الواحد.

2-7- التقسيم الموضوعي للخبر:

ينطلق هذا التقسيم من مضمون الخبر، حيث نرصد وفقا لذلك الأنواع الآتية من الأخبار: الأخبار السياسية، الأخبار الاقتصادية، الأخبار الرياضية، الأخبار الدينية، الأخبار العلمية، الأخبار الفنية، الأخبار الثقافية... الخ.

إن تنوع وتعدد مقاييس تصنيف الأخبار يجعل الأخذ بمعيار واحدا من المعايير السابقة لن يكون كافيا بمفرده لفهم وتحليل الأخبار في وسائل الإعلام، لذلك فإنه من الضروري الأخذ عند التحليل بعدة معايير، كاعتماد معيار الموقع الجغرافي وموضوع الخبر وبنائه (بسيط- مركب)، حيث أن اجتماع هذه المعايير يعطي فاعلية أكبر لبحوث تحليل المحتوى.

3- القيم الإخبارية:

تغطي بعض الوقائع المحلية أو الخارجية باهتمام وسائل الإعلام المختلفة، دون غيرها من الوقائع التي تبقى دون متابعة إعلامية، ويرجع هذا الأمر إلى اعتماد القائمين على الاتصال (حراس البوابة) على مجموعة من المقاييس التي يتم على أساسها غربلة الوقائع وانتقاء الملائم منها للنشر أو الإذاعة، تعرف هذه المقاييس بعناصر الخبر أو القيم الإخبارية.

وقد اختلفت تعريفات الباحثين للقيم الإخبارية، ولعل أبرز هذه التعريفات:

-تعريف فاروق أبو زيد: «هي مجموعة الخصائص التي يتميز بها الخبر الصحفي، وهي خصائص أمكن حصرها تاريخيا من خلال ملاحظة الأخبار التي تنشرها الصحف، والأخبار التي تذيعها محطات الراديو والتلفزيون»⁽¹⁾.

-ويرى إسماعيل إبراهيم أنها: «تلك الأركان التي تحدد جودته وصلاحيته للنشر (أو الإذاعة)، فإذا فقد الخبر أحد هذه العناصر أو الأركان، قلت أهميته، وأصبح نشره محل نظر ومناقشة»⁽²⁾.

ولا يوجد اتفاق عام حول «ماهية هذه القيم أو عددها، وقد أرجع محمد شطاح هذا

(1)-فاروق أبو زيد، مرجع سابق، ص87.

(2)-محمد شطاح، الأخبار في التلفزيون نحو إعلام استعراضي وقيم جديدة في التغطية الإخبارية، الإذاعات العربية، ع4، 2006، ص145.

الاختلاف إلى الأسباب الآتية⁽¹⁾:

- تعدد تعريفات الخبر بتعدد المذاهب الإعلامية.
 - تعدد النظم الإعلامية وفلسفتها بخصوص الإعلام ووظائفه.
 - تطور وسائل وتكنولوجيات الاتصال وتأثيراتها على وسائل الإعلام، فيما يتعلق بجمع المعلومات ومعالجتها وتوزيعها.
 - تطور الحاجات الإعلامية للجماهير.
 - تعدد الخلفيات الفكرية والإيديولوجية للقائمين بالإعلام.
 - تعدد أشكال الممارسة الإعلامية.
 - تعدد الظواهر الإعلامية وتنوع الأحداث والوقائع بتعدد الحياة الاجتماعية.
- ورغم هذا الاختلاف إلا أنه يمكننا أن نرصد أهم القيم الإخبارية على النحو الآتي:
- التأثير: إن الحقائق والأحداث ذات التأثير العظيم على الجمهور المتلقي هي أكثر الأخبار قيمة، وكلما اتسع نطاق الجمهور الذي يتأثر بالخبر، كلما كان الخبر أكثر قيمة، فخير عن خفض الضرائب أو زيادة الأسعار لا بد أن يحتل المقدمة دائما، والخبر المؤثر يعني الخبر الذي يحقق إجابات عن أسئلة تراود الجماهير ويحل مشكلاتها اليومية⁽²⁾.
 - الصراع: فكلما كان الحدث يتعلق بصراع بين فئتين أو أكثر، زادت احتمالات بثه عبر وكالات الأنباء أو نشره في الصحف ووسائل الإعلام الأخرى، كالحروب والانقلابات والثورات والحملات الانتخابية، ويرر اعتماد هذه القيمة كقيمة إخبارية أساسية في كثير من وسائل الإعلام، بأن الصراع غريزة بشرية، وأن الإنسان أكثر اهتماما بمعرفة ألوان الصراع المختلفة، ونتائج هذا الصراع وإن كان الأمر في الحقيقة يرجع إلى أهداف إيديولوجية رأسمالية غربية، تسعى إلى إلهاء الجماهير عن التفكير في مشكلاتها، وتلعب دورا في زيادة الشعور بالاستقرار في المجتمعات الغربية، كما تسهم في إيجاد مبررات أخلاقية لأية اعتداءات تقوم بها الدول الغربية⁽³⁾.

(1)-محمد شطاح، الأخبار في التلفزيون نحو إعلام استعراضي وقيم جديدة في التغطية الإخبارية، ص145.

(2)-خالد مجد الدين محمد، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، دليل إنتاج النشرات التلفزيونية، ط1، دار الأمير، مصر،

1426هـ-2005م، ص31

(3)-سليمان صالح، مرجع سابق، ص85.

الفصل الثاني:.....الأخبار والتلفزيون

-الجددة، الحداثة، والآنية: تسعى الصحف اليومية والنشرات الإخبارية المتتالية إلى أن تجعل القراء والمستمعين والمشاهدين مسافرين ومواكبين للأحداث، وإلى أن تعطي الجمهور إحساسا بالفورية والمباشرة والمشاركة، ولذلك جاء في تعريف "أندي جيد" للصحافة: «الصحافة هي كل شيء سوف يصبح غدا أقل أهمية وإثارة من اليوم»⁽¹⁾. إن الأخبار وفقا لهذه القيمة أسرع السلع فسادا، وأكثرها تعرضا للبيوار، وقدرة وسيلة إعلامية على اقتناص الأخبار الجديدة يحدد وزنها في السوق الإعلامية بزيادة متابعتها أو قتلهم.

-الإثارة (الغريب والشاذ): يركز الصحفيون في تغطيتهم للأخبار على الأحداث التي تتضمن جوانب مثيرة تجذب انتباه المتلقي، وهو ما يحدث في بعض الحوادث التي تتعلق بالجرائم أو الجنس أو الفضائح، كما تتضمن الأحداث المثيرة جوانب غريبة أو شاذة تكسر رتابة الأشياء المألوفة في الحياة، وتخرج عن إطار النظام القيمي في المجتمع، وهذا الاهتمام بالجوانب الغريبة والشاذة في الحياة، خاصة ما يتعلق منها بالجرائم ذات الطابع الجنسي أو الفضائح، يسيطر بشكل كبير على وسائل الإعلام الغربية بصفة خاصة، ووسائل الإعلام العالمية بصفة عامة⁽²⁾.

-الشهرة: إن أهمية خبر عن رئيس دولة أو زعيم سياسي أو ديني كبير يختلف عن أهمية خبر عن مواطن عادي لا يعرفه أحد، فكلما ازدادت شهرة الشخص الذي يتناوله الخبر زادت أهمية الخبر، وازدادت فرصته في النشر وفي احتلال مكان بارز على صفحات الجريدة، فالأسماء الكبيرة تصنع الأخبار، والأمر ينسحب أيضا على الدول والأماكن والآثار والقضايا وغيرها من الأشياء⁽³⁾.

-القرب: وليس المقصود به القرب الجغرافي فقط، ولكنه يمتد إلى القرب السيكولوجي أو العاطفي، فالمعروف أن الأفراد يهتمون بالدائرة المباشرة المحيطة بهم، وكلما بعدت هذه الدائرة كلما قلَّ الاهتمام بها، فسكان المنطقة العربية سيهتمون بالضرورة بأخبار المنطقة قبل المناطق الأخرى، وسكان إفريقيا بأخبار القارة قبل القارات الأخرى⁽⁴⁾.

⁽¹⁾-ميلفن مينتشر، تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، ترجمة: أديب حضور، دط، المكتبة الإعلامية، دمشق، سوريا، 1992، ص63.

⁽²⁾-سليمان صالح، مرجع سابق، ص87.

⁽³⁾-فاروق أبو زيد، مرجع سابق، ص98.

⁽⁴⁾-سعيد محمد السيد، إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1988، ص18.

الفصل الثاني:.....الأخبار والتلفزيون

-الاهتمامات الإنسانية: تنبع الاهتمامات الإنسانية كقيمة إخبارية من حقيقة أن الخبر ينبغي أن يكون عن الناس ومن أجلهم، وإن كانت لوسائل الإعلام في الكثير من الأحيان القدرة على تحويل أحداث معينة لتثير هذه العواطف الإنسانية، في حين أن هناك أحداثا أخرى يمكن أن تكون بذاتها مثيرة للعواطف، لكنها لا تحظى بالتغطية الإعلامية الكافية.

-الثقافة السائدة: من المعروف أن من وظائف الصحافة نشر العلم والثقافة، ولكن الثقافة كقيمة خبرية تؤثر في اختيار الصحفيين للأبناء التي يقومون بتغطيتها، ثم في أساليب صياغتهم للأخبار، وهذه الثقافة هي في الغالب ثقافة غربية، وهذا يعني أن الثقافة الغربية تشكل كم ونوعية المعرفة التي يتلقاها العالم عن الأحداث المختلفة في العالم⁽¹⁾.

-الضخامة: «إن وكالات الأنباء والصحافة ووسائل الإعلام الأخرى تتجاهل آلاف الأحداث الصغيرة، وتتم دائما بتلك الأحداث الضخمة، وضخامة الحدث لها جانبان، أولهما: ضخامة عدد من يمكن أن يهتم به من الناس، فكلما ازداد عدد من يتصور حراس البوابات أنهم سيهتمون بالحدث زادت احتمالات نشره، وهذا يعني أن الكثير من الأحداث التي تم فئات محدودة من الجماهير لن تحظى بتغطية إعلامية، أما الجانب الثاني لقيمة الضخامة: فهو ضخامة عدد من شملهم الحدث، وهذا يعني أنه كلما ازداد عدد من يشملهم الحدث ازدادت احتمالات بثه عبر وكالات الأنباء أو نشره على صفحات الصحف، ويبرز واضحا في تغطية وسائل الإعلام للكوارث الطبيعية والحوادث والحروب والمجاعات»⁽²⁾.

-الأهمية: والمقصود بالأهمية هنا أن يشمل الخبر على ما يمثل الأهمية بالنسبة للمتلقي، فعندما ينشر خبر عن فرض ضرائب جديدة أو عن ارتفاع أسعار السلع في مجتمع ما، فإن مثل هذه الأخبار تمثل أهمية خاصة بالنسبة للمستهلك في هذا المجتمع، وبالطبع فإن نسبة الأهمية تتفاوت بمقدار التأثير الذي تحدثه مثل هذه القرارات على الناس، وعلى ذلك فإن أهمية الخبر تقاس بمدى ما يمثله للمتلقي، ومدى ما يترتب عنه، والأهمية هنا لا تقتصر على المصالح الفردية أو الذاتية للشخص، وإن كان أثرها سلبيا (مثل فرض ضرائب جديدة)، أو إيجابيا (مثل تقرير علاوات جديدة)، بل تتجاوز ذلك إلى حدود المصلحة القومية أيضا، كما هو الحال في حالة وقوع كوارث طبيعية محلية أو انتشار

(1)-عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سابق، ص76.

(2)-محمود منصور هيبه، مرجع سابق، ص46.

أوبئة، أو كل ما يمثل تهديداً لأمن وسلامة الوطن⁽¹⁾.

- القيمة التعليمية: وهي كل ما يحمله الخبر من معلومات ومعرفة تفيد الجمهور، كأن تعلم جمهورك بوجود فيروس ما على شبكة الانترنت وتحذره من مخاطره⁽²⁾.

- الفائدة أو المصلحة: فكلما مس الخير مصالح المستقبلين كلما زاد الاهتمام به.

هذه هي أهم القيم الإخبارية التي يتم على أساسها انتقاء الأخبار في وسائل الإعلام المختلفة، إضافة إلى قيم أخرى تتداخل في معظمها مع ما ذكرناه من قيم، لذلك سنوردها باختصار:

- الشخصية: أي أن يكون وزن الشخصية سبباً في أهمية الخبر.

- الصفوية أو النخبوية: أي تعلق الخبر بالنخبة سواء على مستوى الدول أو الأفراد.

- المنافسة: وتتداخل إلى حد كبير مع قيمة الصراع.

- الغرابة: وهي كل الأخبار التي تخرج عن المألوف.

إن ما نلاحظه بعد استعراضنا لهذه القيم تكريس المنظور القيمي الغربي في انتقائها واعتمادها مما خلق نوعاً من الاختلال في تدفق الأنباء و من ثم حاجة إلى إعادة النظر لإعداد صياغة ملائمة لدول ومجتمعات تختلف في بناءها القيمي عن التركيبة الغربية.

4- القيم الإخبارية في عوالم مختلفة:

أوردنا في العنصر السابق، عرضاً لأهم القيم الإخبارية التي تعتمدها وسائل الإعلام المختلفة كعناصر أساسية في عملية انتقاء الأخبار، وبما أن القيم الإخبارية ما هي إلا انعكاس لثقافة المجتمع أو بتعبير أدق انعكاس لثقافة القائمين بالاتصال وقيمههم فلا يمكن تصور أن تكون القيم الإخبارية في هذا العالم المتعدد الأجناس واحدة.

ورغم وجود فروقات واضحة بين القيم الإخبارية في المجتمعات المختلفة، إلا أنه من الصعب وضع تصنيف محكم ودقيق يميز بين مجموعات من الدول، بحيث تتطابق القيم المعتمدة بين كل مجموعة، لذلك سيأتي هذا التصنيف ليصور لنا القيم الغالبة لكل مجموعة، لتبقى لبعض الدول

(1)- كرم شلبي، مرجع سابق، 137.

(2)- خالد مجد الدين محمد، مرجع سابق، ص 32.

خصوصيتها القيمة.

4-1- القيم الإخبارية في العالم الغربي:

تتفق المجتمعات الغربية بوجه عام في بعض السمات، مثل: رسوخ الخدمات الإخبارية فيها منذ زمن بعيد، وتوافر الإمكانيات المادية والبشرية والتقنية التي تتيح البث الإخباري إلى معظم أرجاء العالم، وكذلك وجود إيديولوجيا ثابتة تنتهجها تلك المجتمعات.

وتنظر المجتمعات الغربية إلى الأخبار باعتبارها سلعة تجارية تقدمها وسائل الإعلام، تخضع لقانون العرض والطلب، فالدول الغربية التي تتاجر في الأخبار تحب أن تكون هذه السلعة مرغوبة ولها قيمة تجارية، وهذا ينطبق على أخبار الحكومة والنخبة والأفراد.

وعلى هذا الأساس، فإن الأخبار المثالية من وجهة نظر المجتمعات الغربية الرأسمالية، تفترض الاهتمام بالنخبة وتركز على ذوي النفوذ أو الشهرة من الناس، وتركز أيضا على نقل أخبار الدول المتقدمة، كما تركز على الأخبار السلبية وأخبار الأفراد، لذلك يمكن أن نحدد مصطلح الأخبار في المجتمعات الغربية في إطار معايير: الدلالة وأخبار النخبة من الدول والأفراد والبروز والحجم والجدة والسرعة والصراع والسلبية والموضوعية والإثارة⁽¹⁾.

4-2- القيم الإخبارية في المجتمعات النامية:

تنظر دول العالم الثالث إلى الأخبار باعتبارها "خدمة عامة"، توجه إلى الجماهير لكي تحيطها علما بطبيعة الأحداث والمواقف والمعلومات في الداخل والخارج.

وانطلاقا من سياسات الدول النامية التي تسعى إلى تجنب كل ما يعوق الإسراع بعمليات التنمية السياسية والاقتصادية، تتبنى هذه الدول مجموعة من القيم التي تساهم في التوجه التنموي العام لها، وتجدر الإشارة إلى أن قيم الأخبار في الدول النامية ليست ثابتة ومستقرة، كما هو الحال بالنسبة للدول الغربية، نتيجة غياب استراتيجية واضحة أو لطبيعة المرحلة البنائية.

إن رغبة هذا العالم الخاص الذي يسمى العالم الثالث في بناء منظومة قيمية ثقافية مستقلة عن العالم الغربي، هذه الرغبة أبرزت إلى البناء الإخباري العالمي جملة من القيم نذكر منها:

(1)- سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص124-130.

الفصل الثاني:.....الأخبار والتلفزيون

-التنمية: «فالخير هو النمو والتنمية، والخير هو أيضا السدود والمباني الجديدة والطرق الجديدة والدول الجديدة»⁽¹⁾.

-المسؤولية الاجتماعية: «الخير مسؤولية، وعلى الرغم من أن هذه القيمة الإخبارية لها ثقلها في جميع أنحاء العالم، فإن الخير المسؤول داخل التركيبات الهشة في دول العالم الثالث، يعد أمرا ضروريا لا غنى عنه»⁽²⁾.

-التثقيف: الخير في المجتمعات النامية يعلم ويثقف، ويبدو هذا الهدف ضروريا بالنظر إلى اتساع حجم القطاعات المحرومة من التعليم أو التثقيف النظامي، ومن ثم فإنه ليس أمام هذه القطاعات سوى أجهزة الإعلام كبديل يلبي حاجتهم المعرفية والثقافية.

-الوحدة الوطنية: في الدول النامية وبالذات التي ما زالت في دور التكوين أو حديثة العهد بالاستقلال، تتزايد الحاجة إلى كل ما من شأنه تعزيز النعرة القومية والانتماء ووحدة الأمة، ولا يتأتى ذلك إلا من خلال تغطية إعلامية تركز على الذات القومية والإنجازات الإيجابية للأمة⁽³⁾.

-الاهتمام بالمجتمعات المشابهة: يفترض هذا المعيار نشر الأخبار الإيجابية عن الدول المشابهة للدولة الباثة في النواحي الإيديولوجية والسياسية والثقافية والاقتصادية.

-الإيجابية: تهتم الدول النامية بترويج الأخبار الإيجابية عن نفسها وعن الدول الأخرى، ذات العلاقات الوثيقة بها، وتحرص الدول النامية على تلافي الأخبار السلبية، تفاديا لوقوع انشقاق بين الجماهير ولعدم احتمال النظام السياسي للانتقادات المستمرة من جانب وسائل الإعلام⁽⁴⁾.

4-3-القيم الإخبارية في الدول العربية:

تصنف الدول العربية سياسيا ضمن الدول النامية، حيث تشترك معها في نفس القضايا والتحديات التنموية، كما تشترك معها في نوع القيم الإخبارية المتبنية، كالتنمية والمسؤولية الاجتماعية والتثقيف والتكامل الوطني، إلا أنها تتميز عنها وعن المجتمعات الغربية في عدد من القيم

⁽¹⁾-جاء لول، القيم الإخبارية في العوالم الثلاث، دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، دط، الدار الدولية، القاهرة، 1991، ص57.

⁽²⁾-المرجع نفسه، ص57.

⁽³⁾-عبد الفتاح عبد النبي، مرجع سابق، ص57.

⁽⁴⁾-سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص143.

الفصل الثاني،الأخبار والتلفزيون

انبثقت من ميراثها الثقافي والحضاري العربي الإسلامي، وفيما يأتي عرض لأهمها:

-المركز الوظيفي: «تعالج الأخبار الخاصة بشخص جهاز الحكم ورأس الدولة في الصحافة العربية باهتمام بالغ، حتى ما كان منها روتينيا أو بروتوكوليا»⁽¹⁾.

-التضخيم بالتأليه: وهي قيمة نابعة أساسا من الثقافة العربية ومرتبطة بالقيمة السابقة، حيث عبادة البطل وتعظيم القوة، ولما كان عصر القوة والبطولات قد ولى، اتجه الأمر إلى تضخيم وتأليه تصريحات وأفعال القادة.

-التوازن بين الفرد والجماعة: وهو محاولة لتحقيق التوازن بين مخاطبة الفرد ومخاطبة المجموع، بحيث يتم التركيز على الذات والمصالح الفردية والقومية في إطار من التماسك الجماعي ومفهوم الأمة الواحدة.

-الحياء والخجل: وهي قيمة إسلامية عربية، تتعلق بأن هناك أمور تفرض التستر، وانطلاقا من هذه القيمة فإن المعالجة الخيرية للأحداث تقف موقف الرفض من نشر المضامين الإباحية أو الخارجة عن التقاليد.

-المجاملة: جانب غير قليل من الممارسة الخيرية في الصحافة العربية لا يقوم على مبدأ أو قيمة خيرية من القيم المتعارف عليها في تقييم ونشر الأخبار، ولكن يأتي من قبيل المجاملة الشخصية والرغبة في إرضاء الآخرين من أصحاب السلطة أو النفوذ.

-الاستقرار: وهي قيمة سلطوية تتبع من ارتباط الصحافة الشديد بالسلطة السياسية في المجتمعات العربية، وفي إطارها تتبنى المعالجة الخيرية للأحداث مبدأ دعم الوضع القائم والمحافظة على الاستقرار⁽²⁾.

4-4-القيم الإخبارية في زمن العولمة:

بعد استعراضنا لقيم الأخبار في عوالم مختلفة، نجد أنفسنا -ونحن في زمن الفضائيات والبت المباشر- أمام تساؤل كبير: هل حافظت هذه العوالم على هذه الخصوصية القيمية في زمن العولمة؟ أم أننا نجد أنفسنا أمام نسق قيمى إعلامى تفرضه قوانين العولمة.

(1)-عبد الفتاح عبد النبي، مرجع سابق، ص58.

(2)-المرجع نفسه، ص60.

الفصل الثاني:.....الأخبار والتلفزيون

يقول محمد شطاح⁽¹⁾: إن القيم الإخبارية في زمن العولمة تتجه نحو التوحد، ونحو تقليد النموذج الأمريكي في مجال المعالجة الإخبارية، وفي مجال انتقاء الأخبار والمعلومات، حتى وإن كان ذلك يتناقض وقيم المجتمعات الأخرى، وفي مقدمتها المجتمعات النامية، حيث يعمل الإعلام الغربي والأمريكي على الخصوص من خلال البث الفضائي الوافد عبر القنوات الأمريكية، وعبر نشرات الأخبار، على تكريس القيم التالية:

-إشاعة قيم الاستهلاك الغربي.

-فرض النموذج الثقافي الأورو أمريكي.

-ترسيخ الامتثالية.

-القضاء على التنوع الثقافي للمجتمع الدولي.

إن هذا التوجه الإعلامي الجديد يسعى إلى تكريس منظومة خيرية غربية جديدة في مجال انتقاء الأخبار ونشرها، وتبرز تأثيراتها في⁽²⁾:

-التركيز على أخبار النخبة (الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية)، والنتيجة هي ذلك التفاوت في المستوى الدولي في مجال التغطية الإخبارية.

-التركيز على النخبة الرأسمالية العالمية، مثل: الشركات متعددة الجنسيات.

-التركيز على أخبار كبار الشخصيات العالمية والمشاهير.

-التركيز على الأخبار السلبية أكثر من الإيجابية، وعكس صور نمطية سيئة عن دول

الجنوب، من خلال إغراقها يوميا بسيل من الأخبار والمعلومات، التي لا تتناول سوى بؤر التوتر وعكس صورة التفكك والتراعات والحروب، في حين يبدو الشمال منطقة للإنجازات والتفوق.

-اختزال صور الشعوب في صور بعض القادة والزعماء.

-التركيز على أخبار الصراع بين قوى الخير الديمقراطية في الشمال وقوى الشر

الديكتاتورية في الجنوب.

-إهمال خلفية بعض الأحداث، وهو ما يجعلها غير مفهومة وغير مفسرة، وهذا يتناقض مع

وظيفة وسائل الإعلام التفسيرية.

⁽¹⁾-محمد شطاح، الأخبار في التلفزيون نحو إعلام استعراضي وقيم جديدة في التغطية الإخبارية، ص149.

⁽²⁾-المرجع نفسه، ص149.

الفصل الثاني،الأخبار والتلفزيون

- التركيز على الأخبار المثيرة (ثلاثية الجريمة، الجنس والرياضة).

- الاستعراض والتمشيد والإثارة، فأصبح الخبر هو الغريب والعجيب.

إن هذه هي ملامح المشهد الإعلامي الحالي، انطلاقاً من القيم الجديدة التي فرضتها قوانين العولمة، مشهد يعكس قيم الفئة المسيطرة، ويطرح تساؤلاً حول مستقبل الكيان الإسلامي في ظل هذا النسيج القيمي الغربي.

عبد القادر للعلوم الإسلامية

المبحث الثاني: التلفزيون كجهاز إخباري

يعتبر التلفزيون كجهاز إخباري سمة من سمات هذا العصر، بل من أهم سماته، وذلك نتيجة لقدرته على توفير نقل حي للوقائع يزواج من خلاله بين التركة والصورة والصوت، ويقدمها في شكل مشاهد متكاملة تروي للمشاهد ما وقع في نسق درامي مفهوم لغالبية البشر على اختلاف لغاتهم ومستوياتهم الثقافية والعمرية.

إن الصوت الأصلي والصورة الحقيقية للفاعلين في الحدث، أضفى على الخبر التلفزيوني نوعاً من المصداقية، ومقاربة للواقع، أدى إلى تحويل المتلقي من شريك سلمي إلى متفاعل إيجابي، يعي الواقع ويحكم من خلال ما يعرضه التلفزيون على هذا الواقع القريب أو البعيد (جغرافياً أو إديولوجياً).

على ضوء ما تقدم، سنحاول في هذا المبحث التعرض إلى التطورات الحاصلة على مستوى التلفزيون، كما سنتناول علاقة هذه الوسيلة بالوظيفة الإخبارية، وخصائص أخبار التلفزيون لتتطرق أخيراً إلى مصادر أخبار التلفزيون.

1- الوظيفة الإخبارية للتلفزيون

لقد أصبح التلفزيون أحسن وسيلة لنقل الأخبار وأقدرها على نقل أوضح صورة عن الحدث، فقد غدا التلفزيون كجهاز إخباري أهم وسيلة لاكتساب المعلومات في شكل حي أقرب للواقع.

«ففي الولايات المتحدة الأمريكية يشير أحد التقارير العلمية إلى أن 75% من أفراد العينة اتجهوا إلى التلفزيون كمصدر لاستقاء الأخبار الوطنية والعالمية... وتشير إحدى الدراسات إلى أن التلفزيون البريطاني يحتل المركز الأول كمصدر لمعرفة وفهم ما يجري في بريطانيا، كما أنه بالنسبة لـ 59% من الجمهور الوسيلة الأولى لمعرفة وفهم ما يجري بالعالم، ومن جهة أخرى أصبح التلفزيون الآن من الوسائل المسيطرة على حياة الفرد العادي في غالبية دول العالم»⁽¹⁾.

إن هذه الهيمنة التلفزيونية على عملية إنتاج الأخبار لم تكن ملازمة للوسيلة منذ ظهورها، بل مرت على عديد المراحل حتى صارت على الشكل الذي نلاحظه اليوم، من ناحية زيادة الوقت

(1) - محمد معوض، الخبر في وسائل الإعلام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1414هـ-1994م، ص53.

الفصل الثاني:.....الأخبار والتلفزيون

المخصص للأخبار، وتضاعف القوى البشرية العاملة في إدارات وأقسام أخبار التلفزيون، فقد كان التلفزيون في بدايات القرن الماضي مجرد فكرة تفتقر إلى التجربة والإثبات، لتشهد سنوات الثلاثينات البدايات الفعلية للتلفزيون.

«وقد شهدت السنوات العشر التي تلت الحرب العالمية الثانية تطورا ضخما في إمكانيات التلفزيون من حيث زيادة عدد وقدرة محطات الإرسال، وزيادة عدد أجهزة الاستقبال، ووضوح وجودة الصورة التلفزيونية، وقد تطورت البرامج الترفيهية بمعدل سريع عن تطور البرامج الإخبارية، التي كانت تنمو ببطء شديد، وكانت شبكات التلفزيون تجد صعوبة في ملاحقة نجاح البرامج الإخبارية بالراديو، وبدأت الشبكات تقدم نشرات الأخبار من خلال مذيع شهير بالراديو ليقرأ نشرات الأخبار بالتلفزيون، ولم يكن هناك إدراك بأن التلفزيون وسيلة مختلفة عن الراديو، فهو وسيلة تعتمد أساسا على عنصر الرؤية، وقد كان مديرو المحطات التلفزيونية ينظرون إلى الأخبار باعتبارها ضرورة مزعجة، تتخلل البرامج الترفيهية، فقد كانت من الضرورات التي فرضتها لجنة الاتصالات الفيدرالية FCC»⁽¹⁾.

من جهة أخرى، واجهت أخبار التلفزيون عدة صعوبات في محطات التلفزيون الأوروبية، فبالإضافة إلى عدم وجود مفهوم واضح عن خصوصية أخبار التلفزيون، عرفت المحطات التلفزيونية نقصا كبيرا في المادة الإخبارية الفيلمية، فكانت تقارير الأحداث تقدم مصحوبة بالصورة الثابتة، المستمدة من وكالات الأنباء، أو بالأفلام القديمة من أرشيف التلفزيون، كما ظلت طريقة "انزع واقرأ" (Rip and Read)، هي الصيغة الأساسية والمستخدم في غالبية محطات التلفزيون، حيث تترع صفحات الأخبار من أجهزة استقبال أنباء وكالات الأنباء العالمية وتقرأ كما هي، ولم يزد الاهتمام بالعناصر المرئية والصورة المتحركة إلا بعد زمن طويل، فكانت شبكة NBC هي أول من أضاف الصورة المتحركة إلى نشرات أخبار التلفزيون، حيث استخدمت الأفلام الصامتة 35 ملم، والتي يصاحبها صوت المذيع من الاستوديو، ثم تلتها شبكة CBS التي استخدمت فيما بعد الأفلام 16 ملم⁽²⁾.

وقد بدأت الشبكات التلفزيونية في استخدام أطقم تصوير الأفلام الإخبارية في منتصف

(1)- سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص42.

(2)- محمد معوض، الخبر في وسائل الإعلام، ص75.

الفصل الثاني:.....الأخبار والتلفزيون

الخمسينيات، ولكن هذه الأطقم كانت لها ميزانيات محدودة، وتستخدم معدات غير متطورة، ولم يتجاوز زمن النشرة 15 دقيقة، وكانت مكونة من تقارير عن الأحداث التي تم تصويرها مبكراً، وبالتالي كان الراديو أكثر تطوراً في حالة الأحداث التي يتناولها.

ثم تتالت التطورات التي لحقت بالتلفزيون، كظهور الفيديو تيب^(١) "Videotape"، والأقمار الصناعية والتلفزيون الملون، لتبلغ الصحافة التلفزيونية ذروة تقدمها منذ ستينيات العقد الماضي، التي شهدت مناظرات كيندي-نيكسون واقتحام الفضاء وحرب فيتنام، كل ذلك جعل شبكات التلفزيون تزيد من زمن نشرات الأخبار لتصل النشرة إلى نصف ساعة بدلا من ربع ساعة، كما أعطت الشبكات المزيد من المكانة والأهمية لأقسام الأخبار، وكذلك شهدت البرامج الإخبارية المحلية تطورا متزايدا، وتم إنتاج العديد من البرامج الإخبارية الوثائقية، مثل برنامج Close Up، الذي تقدمه شبكة ABC، وبرنامج Reports في CBS، كل هذه البرامج زادت من فاعلية ومصداقية أخبار التلفزيون، فضلا عن البرامج الأخرى التي تناولت قضايا العمال والمهاجرين والأقليات.

إن هذه التطورات الحاصلة على مستوى الوسيلة والأداء، أدت إلى زيادة الاهتمام بأخبار التلفزيون، حيث أشارت مسوح الرأي العام التي قام بها الاتحاد القومي للإذاعيين N.A.B (Association of Broadcasters National) سنة 1969، إن التلفزيون اكتسب سمعة بأنه أكثر وسائل الإعلام مصداقية في المجتمع الأمريكي، وذلك بنسبة 44% مقابل نسبة 21% لأخبار الصحف، ولعل أبرز مظاهر تطور الخدمة الإخبارية في التلفزيون هو ما يعكس إنشاء شبكة أخبار الكابل CNN (Cable News Net Work) التي بدأت عملها في يونيو من عام 1980، وتتيح خدمة إخبارية مستمرة طوال 24 ساعة^(١).

وقد شهدت الساحة الإعلامية في نهاية القرن الماضي زيادة كبيرة في الاهتمام بالمادة الخبرية على مستوى القنوات التلفزيونية، سواء من حيث الحيز المتاح للنشرات الإخبارية، أو نوعية الأداء المقدم، الذي انتقل من الوصف المنفصل للحدث إلى التغطية الكاملة التي تشرح وتحلل الحدث وفقا للمتغيرات المرافقة له، كما ظهرت القنوات الإخبارية المتخصصة بشكل مكثف، كان من بينها على المستوى العربي: الجزيرة، العربية، الإخبارية.

(١) - شريط مغناطيسي يسمح بتسجيل الصوت والصورة معا، ويمكن مسحه وإعادة استخدامه.

(١) - سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص 43-44.

2- خصائص أخبار التلفزيون

رغم أن الأنباء عن وحشية ما كان يجري في الفيتنام كانت تملأ صفحات الجرائد والمجلات، إلا أن الصور الأولى التي نقلت بعض أوجه المشهد هناك، كان لها الأثر البالغ في إعادة صياغة الرأي العام العالمي، كما أن الصور التي نقلت مباشرة لأخبار مبنى التجارة العالمي في 11 سبتمبر 2001، قد أحدثت هزة في مفهوم عملية نقل الأخبار، إنها قدرة الصور المتحركة على نقل الواقع من خلال أخبار التلفزيون.

تعتبر الأخبار في التلفزيون بمثابة نافذة يطلع من خلالها المشاهدون - وهم جالسون في منازلهم- على العالم الواسع، فينبون من خلال هذه المشاهدات انطباعاتهم وتوجهاتهم الفكرية والإيديولوجية، لكن ما الذي يجعل أخبار التلفزيون تتمتع بكل هذه الجاذبية؟ هذا ما سنحاول استعراضه من خلال النقاط الآتية:

-إن السمة الخاصة والمميزة للتلفزيون هي مقدرته على تقديم الحدث لحظة وقوعه، أي على تحقيق التزامن بين وقوع الحدث وبين زمن العرض، باعتبار أنه لا توجد أية وسيلة تعبير أخرى باستثناء التلفزيون تستطيع بث صورة سمعية بصرية للحدث، وللملايين نقاط الاستقبال، تماما لحظة وقوع الحدث، إن خاصية التزامن تمنح التلفزيون القدرة على أن يبث وبشكل مباشر تفسيره (رؤيته) الفنية لحدث ما، في لحظة فريدة ومتميزة هي لحظة وقوع هذا الحدث.

-الخاصية الثانية لأخبار التلفزيون هي مقدرة هذا الجهاز على أن يدخل بيوت ومنازل ملايين البشر، وبالتالي فإن السمة المميزة الثانية للتلفزيون هي كلية الوجود، إن هذا الجانب الهام لمشاهدي التلفزيون -الطابع الجماهيري- هو الذي يحدد طبيعة التلفزيون كوسيلة إعلامية ودعائية هامة⁽¹⁾.

-من العوامل التي جعلت أخبار التلفزيون تتفوق على الأخبار المعروضة في بقية المسائل الإعلامية هو تنوع أشكال وقوالب العرض، مما يجلب إليها الأفراد أكثر مما تجذبهم الوسائل الإعلامية الأخرى⁽²⁾.

(1)-بوريتسكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة: أديب حضور، دط، دد، دمشق، دت، ص42-43.

(2)-بوجلال عبد الله، الأخبار التلفزيونية وجمهور المشاهدين، حوليات جامعة الجزائر، ع8، أفريل 1994، ص126.

الفصل الثاني،.....الأخبار والتلفزيون

-إن إمكانية مراقبة التطورات والأحداث الواقعية مباشرة، وهي تحدث أو تتطور من شأنها أن تعطي المشاهد وهما بالمشاركة المباشرة من ناحية، وأن تضعف من أهمية وظيفة الشرح أو الوصف اللغوي وهو الأسلوب التقليدي للصحافة المكتوبة من ناحية أخرى.

-في الأخبار التلفزيونية تتغير وبشكل جذري طبيعة الاتصال مع الجمهور، إذ يوجد التلفزيون وهما آخر وهو الاقتراب أو التواصل الفردي والمباشر مع المستمع أو المشاهد، وينبع هذا الوهم من طبيعة الصحافة التلفزيونية، أي من الطبيعة الشخصية لطريقة نقل الأخبار في التلفزيون، وإذا ما تمت مقارنة هذه الطريقة مع الطريقة الجماعية المتبعة في الصحف، لأدركنا أسباب تفوقها، فالصحافة المكتوبة جماعية في طبيعة تواصلها مع القارئ، فإن الصحفية أو المجلة وليس كاتب هذه المادة أو تلك، هي التي تبقى وترسخ في ذهن القارئ، كمصدر للمعلومات (نقلت رويتر، كتبت البرافدا، قالت اللايف، ...)، أما في التلفزيون فإن المؤلف مشخص، لهجة صوته أسلوبه الخاص يجعلانه مميزا عن الآخرين، فيظهر الصحفي أمام الجمهور كشخص حقيقي، فالمشاهد لا يتلقى فقط آخر أفكار الصحفي، ولا يسمع صوته فقط، بل هو يرى هذا الصحفي ومعنى آخر يتواصل معه بشكل مباشر.

-طبيعة الجمهور: إن الجمهور في وسائل الإعلام الأخرى هو جمهور الصدفة (اتفاقي، عرضي)، في حين أن جمهور التلفزيون هو نسبيا مستقر، وهو في الوقت ذاته كبير دائما، ولهذا فإن انتظام تأثير التلفزيون بحد ذاته يمكن تحقيقه من خلال التطوير التدريجي للأفكار، عبر المواد أو الرسائل المتتالية⁽¹⁾.

-إن التلفزيون يعتمد في عرضه للأحداث على عناصر ثلاث أساسية: الصوت، والصورة، والحركة، وتعتبر الصورة «من أحسن الوسائل المقنعة، فهي لغة عالمية تفهمها كل الشعوب، فإذا اقترن الخبر الإذاعي برؤيته على الشاشة الصغيرة مصورا في موقعه، فإن ذلك أدعى إلى تصديقه، ويؤكد الباحثون على أهمية الصورة المتحركة بالنسبة للتلفزيون، فهو وسيلة مرئية في المقام الأول، وأفضل قيمة الإخبارية قائمة على هذه الحقيقة، ونعلم أن الرؤية أساس الاقتناع، وندرك مدى خطورة التلفزيون كجهاز إخباري، حينما نعلم أن الإنسان العادي يحصل على 98% من معارفه عن طريق حاسني السمع والبصر، عمدتي الحواس الإدراكية، وتزداد دهشتنا حينما نعلم أن المرء

(1) -بوريتسكي، مرجع سابق، ص14.

الفصل الثاني،الأخبار والتلفزيون

يُحصل من هذه النسبة على 90% من معرفته عن طريق الرؤية أو البصر، فإذا أضفنا إلى ذلك أن التلفزيون يمكنه أن يصل إلى آلاف الملايين من المشاهدين في منازلهم عبر الأقمار الصناعية في آن واحد، لاستطعنا أن ندرك دوره الخطير⁽¹⁾.

-يفرد التلفزيون على صعيد الأخبار بخاصية فريدة، هي تكوين الموقف العاطفي، الذي يتجلى في دفع المشاهد إلى الغضب أو الخوف أو الكراهية أو الحزن، وهي عواطف لا تستطيع الوسائل الأخرى إحداثها بنفس القدرة والدرجة⁽²⁾.

-تتمتع الأخبار في التلفزيون بأنها تقوم على جودة الاتصال، وهي تتفوق في ذلك على الإذاعة والصحافة المكتوبة، فهي تتجاوز على سبيل المثال قدرة الوسيلة المطبوعة، فالكلمة المطبوعة تصبح ذات معنى عند القارئ فقط، عندما يربط صورته الذهنية بما يعينه الكاتب، فالقارئ يطالع الكلمات ويترجمها إلى صور ثم يستخلص معانيها.

-يسيطر التلفزيون عملية الاتصال، فالصورة على الشاشة، وما على المشاهد إلا أن يربط بين الصورة والكلمة المنطوقة، فبدلاً من أن ينتقل ذهنه من الكلمة المكتوبة إلى الصورة إلى المعنى، فإنه ينقله مباشرة من الصورة إلى المعنى⁽³⁾.

-لغة التلفزيون والخبر التلفزيوني تقوم على البساطة والوضوح والمباشرة، وقد شرحت هذه الفكرة بشكل جيد الباحثة كارولين ديانا لويس (Caroline D. Lewis) عندما أكدت أن «الكلمة المنطوقة في التلفزيون هي الملك، وأنها تمثل شكلاً مختلفاً من أشكال الاتصال عن الكلمة المقروءة، فالطالب الذي ما زال بالجامعة أو مندوب التلفزيون حديث التخرج يتعين عليه أن يجاهد للتخلص من القوالب والأساليب المتشابكة الطنانة، المملة في رتابتها، والتي مكنته من الحصول على اليسانس في العلوم الاجتماعية أو الفلسفة بدرجة الامتياز، وأن اللغة التي تتخذ من الطول وعرض التركيبات وسيلة للتأثير أمر رديء في الصحافة، أما في أخبار التلفزيون فهو أمر قاتل»⁽⁴⁾.

(1)- محمد معوض، الخبر وسائل الإعلام، ص 67-68.

(2)- كرم شلبي، الخبر الإذاعي فنونه وخصائصه، دط، دار الشروق، جدة، 1985، ص 71.

(3)- محمد شطاح، النشرة الإخبارية المقدمة للتلفزيون الجزائري، ص 94.

(4)- كارولين ديانا لويس، التغطية الإخبارية للتلفزيون، ترجمة: محمد شكري العدوي، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1993، ص 29. نقلاً عن المرجع نفسه، ص 94.

الفصل الثاني:.....الأخبار والتلفزيون

- إن للتلفزيون كوسيلة إعلامية إخبارية، قدرة عجيبة على إعطاء وهم بالمصدقية من خلال تقديم الصورة السمعية البصرية التي لا تترك للمشاهد فرصة في الشك في صدق ما يراه بعينه، كما أن قدرة التلفزيون على اختراق الحدود وعدم الخضوع للرقابة المحلية يزيد من شدة هذا الوهم، ويضيف بوريتسكي معنا آخر في تميز أخبار التلفزيون فيقول: «إن الإذاعة والتلفزيون وهما وسيلتا الاتصال الوحيدتين اللتان تملكان مقدرة اتصال مطلقة في اللحظة التي يكتب فيها الصحفي مادته، تصل هذه المادة إلى الجمهور الواسع، هذا ما يزيد من مزايا الإذاعة والتلفزيون المتعددة، وهو الذي يضع جذور مفهوم العالمية، هذه الحقيقة التي ما زالت محجوبة ومهملة حتى الآن، إن صورة التأثير السريع على آلاف ملايين الإرادات الفردية ولحمها في إرادة واحدة، هي إرادة الأمة، عبارة عن قوة تنظمها الإذاعة والتلفزيون، وسيكون محتما أن تثير هذه الحقيقة أقصى قدر ممكن من الاهتمام»⁽¹⁾. بالفعل لقد أثارت هذه الحقيقة أقصى قدر من اهتمام القائمين على وسائل الإعلام في العالم الغربي، والمسيطرين على قنوات الاتصال في العالم، لكنها ما زالت بحاجة لبعض الوقت حتى تستقر في أذهان القائمين على الاتصال في العالم الإسلامي.

إن هذه الخصائص المذكورة لأخبار التلفزيون توجد ضرورة لنقل النقاش الحاصل في المجال الإعلامي من مستوى الوسائل والطرق؛ أي حصره في المجال الأدواني إلى مستوى خصائص وسمات المضمون الذي بدا واضحا أنه لا يقتصر على جمع ونقل المعلومات.

3- مصادر أخبار التلفزيون :

تعدد في هذا العصر مصادر الأخبار في وسائل الإعلام، وتزداد قدرتها على تحصيل أكبر قدر من الأنباء والإحاطة بخلفياتها المختلفة، نتيجة لما يوفره العصر من تطور على المستوى التكنولوجي، وينفرد التلفزيون دون غيره من وسائل الإعلام بمصادر خاصة، يحصل من خلالها على مادته الإخبارية المصورة، إضافة إلى المصادر التقليدية للأخبار، وفيما يلي استعراض لأهم هذه المصادر:

أ- طاقم التغطية الإخبارية التلفزيونية:

يعتبر تصوير أخبار التلفزيون عملية جماعية وتختلف مهمة تغطية الأخبار في التلفزيون عن

(1)- بوريتسكي، مرجع سابق، ص 14.

الفصل الثاني:.....الأخبار والتلفزيون

مثيلتهما في أجهزة الإعلام الأخرى، حيث أنما تتطلب فريقا متكاملًا من العاملين يسمى بطاقم التغطية الإخبارية الموفد من طرف القناة، إما لتغطية الأحداث التي تقع في حدود الدولة، أو تلك البعثات التي تتولى تغطية أهم الأحداث العالمية في مختلف المناطق، ويتكون الطاقم أساسًا من المندوب (Reporter) أو المراسل (Correspondent) وللصور (Cameraman) ومسجل الصوت (Sound Recordist) وموزع الإضافة (Lighting Man)، وأحيانًا مساعد كاميرا، ولكل واحد من هذه المجموعة عمل محدد يقوم به، وإن كان المندوب أو المراسل هو المسؤول الأول عن القصة الإخبارية التي يقوم بتغطيتها، سواء من خلال المعلومات الخاصة بها، أو طريقة التغطية أو التعليق المصاحب أو التحرير والذي يتسع مفهومه ليشمل تقييم الخبر وكتابة النص وتحرير الصورة⁽¹⁾.

إن قدرة أية قناة تلفزيونية على توفير أكبر عدد من أطقم التغطية الإخبارية التي تتمتع بكفاءة مهنية عالية وقدرة على اقتناص الأخبار وسرعة في الانتقال إلى موقع الحدث، وإحاطة بجوانبه المختلفة، إن هذه القدرة هي مؤشر واضح على كفاءة القناة على مستوى الأداء الإخباري، وهذا ما أدى بالعديد من القنوات التلفزيونية (الإخبارية بشكل خاص) إلى توسيع شبكة مندوبيها ومراسليها، وخاصة في بؤر التوتر المختلفة ومناطق الحروب والتراعات، وذلك لضمان الخصوصية النوعية في التغطية، وهذا ما حققته - إلى حد كبير - قناة الجزيرة في الغزو الأمريكي لأفغانستان، و قناة المنار في العدوان الإسرائيلي على لبنان .

ب-وكالات الأنباء المصورة

تعتبر وكالات الأنباء المصورة عنصرا هاما و مصدرا أساسيا من مصادر أخبار التلفزيون و لها أهميتها البالغة في إثراء المادة الإخبارية المصورة كما أنها احد المصادر الهامة التي ينفرد بها التلفزيون دون غيره من الوسائل الأخرى، وتقدم وكالات الأنباء العالمية المصورة تغطية للأحداث العالمية الهامة، كما تؤدي مهمة حيوية في تدفق المادة الإخبارية المصورة، حيث تعتمد محطات التلفزيون في معظم دول العالم على خدمات وكالات الأنباء العالمية المصورة، ومن أهم هذه الوكالات⁽²⁾:

-وكالة فيزي نيوز الإنجليزية Vis News: أنشأت عام 1957 يقع مركز عملياتها الرئيسي

(1)-محمد معوض، الخبر التلفزيوني من المصدر إلى الشاشة، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص33.

(2)-المرجع نفسه، ص104-117.

الفصل الثاني،الأخبار والتلفزيون

في لندن، تقدم خدماتها لما يزيد عن 230 منظمة إدارية مشتركة في الوكالة، تملك شبكة ضخمة من المصورين، ينتشرون في جميع أنحاء العالم، ويوجد بالوكالة ثلاثة أقسام تؤدي ثلاثة عمليات رئيسية هامة:

*الخدمة الإخبارية.

*قسم الأفلام التسجيلية.

*قسم الخدمة المسموعة والمرئية، ويهتم بإنتاج الأفلام القصيرة والأفلام التعليمية وتقارير المنجزات القومية.

-وكالة اليونيتد برس أنترناشيونال لأخبار التلفزيون U.P.I.T.N: وتعرف حاليا باسم وكالة WTN و هي اختصار الكلمات (Worldwide Television News)، وهي أول وكالة مصورة تؤول ملكيتها إلى تلفزيون ITN بلندن، وشبكة ABC الأمريكية، والقناة التاسعة للتلفزيون الأسترالي.

-وكالة CBS الأمريكية، وهي القسم الدولي لإنتاج أخبار التلفزيون في شبكة CBS، وتعتبر هذه الشبكة من أكبر شبكات التلفزيون الأمريكي، ومقرها الرئيسي بنيويورك، ولها مكاتبها الفرعية في مختلف العواصم الكبرى.

-الخدمة التلفزيونية في الوكالة الألمانية DPA، وهي هيئة تجارية تمد مشتركها بخدمة إخبارية يومية مصورة، وتخضع للملكية مشتركة بين كل من شبكتي التلفزيون في ألمانيا ZDF وARD، ووكالة الأنباء الألمانية DPA، ومؤسسة IFAGE للإنتاج التلفزيوني.

أما على المستوى العربي، تبقى وكالة أنباء الشرق الأوسط هي الوكالة العربية المصورة الوحيدة التي تقدم خدمة إخبارية لبعض أعضاء عربزيون.

وفي غياب وكالات أنباء عربية أو إسلامية فاعلة و متمكنة، تبقى الوكالات الأوروبية والأمريكية مصدرا أساسيا لكثير من القنوات التلفزيونية العربية والإسلامية، خاصة تلك التي تملك شبكة محدودة من المراسلين، على الرغم مما يؤخذ على هذه الوكالات من ناحية نوع المضامين الإخبارية المنتقاة وتركيزها على بعض القضايا دون أخرى، والزوايا التي تطرح من خلالها الأحداث، وكذا عدم التوازن في عرض الأحداث بين العالمين المتقدم والنامي.

ج- التبادل الإخباري:

يعتبر التبادل الإخباري مصدرا من أهم مصادر الأخبار في عالمنا المعاصر، ويتم التبادل الإخباري عبر منظمات خاصة، كانت الحاجة إلى قيامها ترجع في الأساس إلى محاولة خفض الأعباء المنوطة بالمؤسسات الإذاعية والتلفزيونية أكثر مما تعود إلى تبادل الخبرات الفنية أو حل المشاكل التقنية المشتركة أو تشجيع البحوث وما شابهها من أهداف.

ولعلّ المثال الواضح والناجح في هذا المجال هو اتحاد الإذاعات الأوروبية الذي يعود تاريخ إنشائه إلى عام 1949، وتنقسم العضوية في هذا الاتحاد إلى عضوية عاملة وهي قاصرة على الدول والمؤسسات الإذاعية الأوروبية، وعضوية نصف عاملة تمنح لغير الدول الأوروبية، التي ترغب في المشاركة بفاعلية في أنشطة الاتحاد وعضوية منتسبة مفتوحة لكل الدول خارج نطاق المنطقة الأوروبية. ويعتبر اليورفيزيون أهم أنشطة هذا الاتحاد، وهي شبكة تلفزيونية تربط الدول والمؤسسات الأعضاء بعضهم ببعض، وتستخدم البث المتزامن للبرامج الرياضية والترفيهية في التبادل الإخباري اليومي بين الدول الأعضاء، إلى جانب المساهمات التي يقدمها الأعضاء في شكل أفلام إخبارية عن الأحداث التي وقعت في دولهم⁽¹⁾.

وإضافة إلى هذه الشبكة، نجد شبكات أخرى مثل: الانترفيزيون واتحاد الإذاعات العربية عرب فيزيون، واتحاد الإذاعات الآسيوية والمنظمة الإيرو أمريكية للتلفزيون، وقد زادت هذه الشبكات في حجم الأخبار العالمية المصورة المذاعة عبر القنوات التلفزيونية المختلفة.

وهناك مجموعة من المصادر الأخرى الأقل أهمية، والتي تمد محطات التلفزيون بالمادة المصورة (أفلام، شرائط فيديو)، كالسفارات والقنصليات، والهيئات والمنظمات العالمية والمتخصصة، هذا بالإضافة إلى مكاتب الإعلام والعلاقات العامة، وكذا المصورين بالقطعة⁽²⁾.

وإضافة إلى هذه المصادر، يشترك التلفزيون مع غيره من وسائل الإعلام الأخرى في الحصول على الأخبار غير المصورة من المصادر التقليدية، كوثائق الأنباء البرقية العالمية والوطنية، مثل: رويتر البريطانية، وكالتي اليونيتد برس والأسوسييتد برس الأمريكيتين، ووكالة الأنباء الفرنسية AFP، إضافة إلى الدوريات والنشرات الصحفية والمطبوعات والتعليمات والتوجيهات الرسمية.

(1)- سعيد محمد السيد: إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، ص72.

(2)- محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، دت، ص137.

الفصل الثاني،الأخبار والتلفزيون

وفي هذا المجال سعت الدول الإسلامية إلى تحقيق نوع من الاستقلالية في مصادر أخبارها، وذلك من خلال إنشائها لوكالة الأنباء الإسلامية.

وكالة الأنباء الإسلامية: (IINA) International Islamic News Agency

وترجع فكرة إنشاء هذه الوكالة إلى عام 1950، والهدف من إنشائها هو تنمية التبادل الإخباري بين الدول الإسلامية، وتوفير الأنباء التي لا توفرها وكالات الأنباء الدولية، وقد تجددت فكرتها عام 1970، عندما قرر مؤتمر وزراء خارجية الدول الإسلامية الذي انعقد في كراتشي إنشاء هذه الوكالة، ثم تجددت الدعوة لها في العام التالي من خلال الدعوة لإنشاء منظمة لوكالات أنباء العالم الإسلامي: كنواة لإنشاء وكالة أنباء إسلامية عالمية، وأعاد مؤتمر وزراء خارجية الدول الإسلامية الذي عقد بجدة عام 1972 تأكيد الفكرة، واختيرت مدينة جدة مقرا للوكالة، ثم تابعت الدراسات التي استهدفت تطوير الفكرة وإخراجها إلى حيز الوجود، وعلى الرغم من الشروع في التنفيذ فإن الدول الإسلامية تقاعست عن دفع أنصبتها في ميزانية الوكالة⁽¹⁾.

إن هذه المصادر هي إجمالا مصادر الأخبار التلفزيونية، والملاحظ هو الهيمنة الغربية عليها، سواء ما تعلق منها بوكالات الأنباء المصورة أو البرقية، أو شبكات التبادل الإخباري، أو حتى المنظمات الدولية التي تقدم خدمات إخبارية خاصة، كهيئة الأمم المتحدة، ومجموعة السوق الأوروبية المشتركة. إن هذه السيطرة الغربية على مصادر الأخبار تشكل صعوبة في تبني نسق إخباري متميز من الناحية القيمية، وتجعل الأمر مرهونا بقدرة الوسيلة الإعلامية على الوصول إلى مصادر الأخبار، من خلال شبكة قوية وواسعة من المندوبين والمراسلين، أو بتفعيل وكالات الأنباء المحلية ووكالة الأنباء الإسلامية بصفة خاصة.

⁽¹⁾ -رأس محمد الجمال، دراسات في الإعلام الدولي، الاختلال الإخباري، دار مكتبة الهلال، بيروت، دار الشروق، جدة، 1429هـ - 2008م، ص 201.

المبحث الثالث: إنتاج أخبار التلفزيون

حينما ندرك أن الخبر الصحفي كتب ليقرأ، وأن الخبر الإذاعي كتب ليسمع، وأن الخبر التلفزيوني كتب ليرى ويشاهد، نلاحظ حجم الفارق بين الهيكلة العامة للأخبار على مستوى هذه الوسائل من ناحية الخصائص والأسلوب وطريقة العرض، وسنحاول من خلال هذا المبحث توضيح أبرز المحطات في عملية إنتاج الأخبار التلفزيونية من خلال التطرق إلى معايير انتقاء الأخبار وأسس العمل الإخباري التلفزيوني، وخصائص عملية تحرير وتقديم الأخبار على مستوى التلفزيون.

1-معايير انتقاء الأخبار:

أثناء مسيرة الحياة الاجتماعية، تنشأ بعض الأحداث والوضعيات الخاصة التي يعيشها فرد أو مجموعة من الأفراد، بحيث ترتبط هذه الأحداث بسميزات خاصة تخرجها من تراكمات الحياة العادية إلى صفحات الجرائد ومحطات الإذاعة والتلفزيون، ومواقع الصحافة الالكترونية، بحيث تنتقل هذه الأحداث من واقعة اجتماعية إلى خبر صحفي، ومن الواقع إلى صورة لهذا الواقع.

لكن هذه الأحداث، على اختلافها تمر بمجموعة من المراحل التي تحدد إمكانية النشر والإذاعة من عدمها، بحيث يقف على باب كل مرحلة من هذه المراحل حارس للبوابة، يملك سلطة انتقال الخبر إلى المرحلة الموالية من عدمه، ولهذا يتجه ولتر جيبير Walter Gieber إلى تعريف الأخبار بقوله: «إن الأخبار هي ما يجعله الصحفيون أخباراً»⁽¹⁾.

ولكن ما هي العوامل التي تؤثر في اختيارات حراس البوابة؟ لماذا يرفض حراس البوابة بعض القصص الإخبارية ويقبلون غيرها؟ هل يرجع ذلك إلى عوامل ذاتية شخصية أم إلى معايير مؤسسية ومجتمعية، أم أن الأمر يتعلق بمعتقدات قيمية؟

إن الاختلاف الذي نلاحظه في قائمة الأخبار المعروضة بين قناة تلفزيونية وأخرى يعود إلى مجموعة من العوامل نعرضها فيما يلي:

-العنصر البشري: يقصد بالعنصر البشري هنا مجموع الصحفيين والعاملين بالمؤسسة، الصحفية، ومن المؤكد أن شخصية هؤلاء الأفراد وخلفياتهم الاجتماعية، وكذا كفاءاتهم المهنية تقوم بدور يصعب تجاهله في عملية توجيه ونشر الأخبار، بل إن كافة المصادر الأخرى التي تؤثر في هذه

(1)-خالد مجد الدين محمد، مرجع سابق، ص51.

الفصل الثاني:.....الأخبار والتلفزيون

العملية، تمارس تأثيرها من خلال هذا الطرف الذي يتولى مهام تحريك العملية برمتها، من جمع الأخبار وصياغتها إلى تقييمها ونشرها، وعلى ضوء ثقافة وفهم هؤلاء المحررين وكفاءتهم في ممارسة هذه العمليات، يتحدد مصير جانب غير قليل من القصص الإخبارية.

في دراسة أجراها وايت White على سبيل المثال، حول كيفية تحرير الأخبار التي ترسلها وكالات الأنباء بالتلخيص لإحدى الصحف الأمريكية الصباحية، وجد أن عشر اختيارات المحررين لهذه الأخبار يعتمد على الاحتكام إلى القيم الموضوعية العليا، التي ترتبط باختياراتهم الخاصة واتجاهاتهم وميولهم الاجتماعية، كما أوضح ماكوين Maquail أن أحد أساليب تغلب الصحفيين على عدم وجود معلومات كافية لديهم عن الجمهور الذي يكتبون إليه هو اللجوء إلى تخيل هذا الجمهور، وعادة ما يتشكل هذا التخيل في إطار يشبه الوسط الاجتماعي الذي ينتمي إليه الصحفي، وبالتالي فإن المضمون الذي سيسعى إلى طرحه سوف يتحدد إلى حد كبير على ضوء هذا الإطار⁽¹⁾.

-الجمهور: إن مهمة الصحفي كقائد للعملية الاتصالية، تركز على عدد من المبادئ، أهمها: تلبية احتياجات الجمهور وإشباع رغباته، والرغبة شيء ظاهر، وهي تتعلق بإرضاء الغرائز والدوافع البدائية والاحتياج على العكس غير ظاهر، ويتعلق بإرضاء حاجات نفسية لدى الأفراد⁽²⁾.
والصحفي بصفة خاصة أو الوسيلة الإعلامية بصفة عامة أثناء محاولاتها تحقيق تجاوب جماهيري واسع يضمن لها أكبر عدد من القراء أو المشاهدين، تسعى لنشر وإذاعة الأخبار التي تلي هذه الاحتياجات أو تساير تلك الرغبات، وهو المبدأ الذي تقوم عليه عملية التفاضل بين الوسائل الإعلامية المختلفة.

«ومهمة وسائل الإعلام هي التعرف على الاحتياجات الحقيقية للجمهور، عوضا عن إرضاء رغباته، ويتم ذلك عن طريق أساليب خاصة قام على تطويرها كبار علماء النفس، وعندما تنجح وسائل الإعلام في إرضاء هذه الاحتياجات، فسوف تضمن إقبالا وتجاوبا يفوق ما تلقاه أي صحيفة أو خدمة إذاعية اليوم»⁽³⁾.

(1)- عبد الفتاح عبد النبي، مرجع سابق، ص 87.

(2)- سعيد محمد السيد، إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، ص 43.

(3)- المرجع نفسه، ص 43.

الفصل الثاني،.....الأخبار والتلفزيون

-المصادر الإخبارية: يقال في مجال الصحافة والإعلام أن باستطاعة الصحفي أن يستغني عن قارئه أو مشاهده، أكثر من قدرته على التخلي عن مصادر أخباره، و«تعتبر من أهم المحاولات لوصف علاقة الصحفي بمصادره ما كتبه جيبير وجنسون (Gieber and Johnson) عن عمليات التبادل بين المحررين والمسؤولين المحليين، وقد استخدموا النموذج الذي طوره واستلي وماكلين سنة 1957 (westly and meklean) لوصف العلاقة بين الصحفي ومصدره، ويُنابئ فيه كيف أن الانفصال الوهمي بين أدوار كل منهما يتحطم في الواقع العملي، فهدف المصدر هو احتواء الصحفي؛ أي الاستيلاء على محتوى التقرير، بحيث يثبت للجمهور أنه يعمل للصالح العام، أما الصحفي فينظر إلى المصادر على أنها تتيح له كما متنوعا من المعلومات التي يمكنه الاختيار من بينها، فكلما مارست المصادر ضغوطا أكبر كلما زاد نجاحهم في احتواء دور الصحفي»⁽¹⁾.

أما وكالات الأنباء الكبرى فإن هيمنتها على سوق الأخبار العالمي يمكنها من أن تكون عاملا مؤثرا في إبراز أحداث دول دون أخرى «ويتحقق ذلك بطرق شتى من بينها حجم تغطية الحدث، فإن أفردت له تغطيات واسعة كانت فرصته للنشر أكبر مما لو كانت تغطيته ضعيفة، كذلك يمكنها إهمال أخبار بعينها، لهدف يناسب أجندتها الخاصة، مما يضطر معه المحررون في غرف الأخبار إلى إسقاطه أو تغطيته بشكل ضعيف، ومما ينطبق على الوكالات الخيرية ينطبق أيضا على الوكالات الفيلمية، وما تبته من قصص إخبارية مصورة، فوجود صورة الخبر تجعله أكثر قبولا للبحث والنشر»⁽²⁾.

-القيم المهنية: والمقصود بالقيم المهنية هنا مجموع المعايير التي يتفق عليها المجتمع الصحفي، وهي تشمل من بين ما تشمل أخلاقيات العمل، وقد تكون مدونة في شكل موثيق شرف وقد لا تكون، تتصف هذه المعايير كالموضوعية مثلا أو المحافظة على سرية المصدر، بصفة العمومية، ويكتسبها القائم بالاتصال إما من خلال تعلمه في معهد الإعلام، أو من خلال ممارسته للعمل، وتزامله مع بقية أفراد المهنة، ولكنها في نفس الوقت ليست قيما مطلقة، فالتوجه الأساسي للصحفي يدخل أيضا في تشكيلها⁽³⁾.

(1)- سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص112.

(2)- خالد مجد الدين محمد، مرجع سابق، ص53.

(3)- حسن عماد مكاوي، سعيد محمد السيد، مرجع سابق، ص106.

الفصل الثاني:.....الأخبار والتلفزيون

-السياسة الإعلامية: وقد يكون هذا العنصر هو المؤثر الأساسي في عملية انتقاء الأخبار، ومن الطبيعي أن هناك عدة عوامل تتداخل في تحديد سياسة الصحيفة أو الإذاعة أو التلفزيون، بعضها داخلية والبعض الآخر خارجي، ومن ذلك: موقع وسائل الإعلام من النظام الاجتماعي القائم، ومدى ارتباطها بمصالح معينة ونوع الملكية، وأنماط السيطرة التي تمارسها الإدارة العليا، وضغوط الإنتاج.

وتتمثل هذه العوامل في سياسة خاصة تصبغ أساليب عمل الوسيلة الإعلامية بصبغة تختلف عن بقية الوسائل الأخرى، ولا يتم بالضرورة صياغة هذه السياسة في وثيقة مكتوبة أو معلنة، فالغالب الأعم أن يكتسب الصحفي هذه السياسة من خلال ممارسة عمله واحتكاكه برؤسائه وزملائه داخل المؤسسة⁽¹⁾.

-قيم المجتمع وتقاليده: وهذه القيم، سواء كانت إيجابية أو سلبية، فهي تلعب دورا كبيرا في اختيار المحررين للأخبار الذين يعملون دائما من خلالها على الحفاظ على هذه التقاليد التي نمو ونشئوا معها⁽²⁾، فأخبار الجنس والفضائح مثلا من الأخبار ذات الأهمية والأولوية في البث في محطات التلفزيون الغربية، إلا أنه لا مكان لها -عموما- في وسائل الإعلام العربية، التي تتحاشى الأخبار التي لا تتسق مع التركيبة القيمية العربية.

-الاجتماع والاتفاق على الأهداف المجتمعية: ويظهر هذا العامل بوضوح، سواء في الدول المتقدمة أو النامية، سواء كانت الأنظمة الإعلامية حرة وديمقراطية أو أنظمة حكومية سلطوية، فكلما المجتمعين لهما أهداف يسعون لتحقيقها والتأكيد عليها دائما، وهذه الأهداف دائما ما تكون هي المحرك الرئيسي للعاملين بغرف الأخبار وترشدتهم في عملية اختيار خبر دون الآخر⁽³⁾.

إن عملية انتقاء الأخبار مرحلة أساسية في عملية إنتاج الأخبار وتببع هذه العملية مرحلة لا تقل أهمية، هي كيفية ترتيب هذه الأخبار في النشرة الإخبارية، والتي تتحكم فيها عوامل ثلاث أساسية وهي⁽⁴⁾:

(1)-المرجع السابق، ص114.

(2)-جيهان رشدي، الأسس العلمية ونظريات الإعلام، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978، ص293.

(3)-المرجع نفسه، ص293.

(4)-خالد محمد الدين، مرجع سابق، ص53.

الفصل الثاني:.....الأخبار والتلفزيون

*الترتيب وفقا لقيمة الخبر. وهو الأكثر شيوعيا، وقيمة الخبر تتحدد بكونه الأكثر حداثة على أساس رغبة الجمهور الدائمة في الإطلاع على أحدث المجريات في الداخل والخارج، أو من كونه الأكثر قربا، سواء مكانيا أو عاطفيا، كأخبار الانتفاضة الفلسطينية والعراق المحتلة.

*الترتيب وفقا لأجندة الدولة، وهو الأكثر شيوعا في الدول النامية، التي يكون جهازها الإخباري تابعا لسلطة الدولة، وهنا تكون أخبار رئيس الدولة والحكومة في المقدمة.

*الترتيب وفقا لأجندة المحطة، وهو المتبع مع الشبكات والقنوات الإخبارية خاصة، كشبكة CNN وقناتي الجزيرة والعربية وغيرها، حيث يكون لكل مؤسسة سياستها الخاصة التي تعكس اتجاهاتها وأهدافها.

2-أسس العمل الإخباري التلفزيوني

للعمل الإخباري التلفزيوني بناء خاص، يقوم عليه ويختلف به عما سواه في وسائل الإعلام الأخرى، ويؤثر عليه في جميع مراحل إنتاجه، وتنوع أسسه عموما من خصوصية التلفزيون كوسيلة إعلامية تراوج في بنيتها بين الحركة والصورة والصوت، وفيما يلي عرض لأهم هذه الأسس:

2-1-العرض والسرد:

الأخبار تختلف في التلفزيون عنها في الراديو بعنصر الصورة، الذي يضاف إلى الصوت، سواء كان صوتا طبيعيا للحدث أو تعليقا، والعلاقة بين الصوت والصورة من جانب والتأثير من جانب آخر، هي علاقة طردية، فإذا تماشى الصوت والصورة المعروضة مع الكلمات المنطوقة كان التأثير أكثر قوة وفاعلية، أما إذا كانت الصورة لا تعبر عن الكلمات المنطوقة، فالنتيجة هي مزيد من التشويش والارتباك للمشاهد⁽¹⁾.

فكلما اتفق مضمون النص مع مضمون المادة المصورة، ازدادت نسبة فهم واستيعاب المشاهدين لهذه المادة الإخبارية، وذلك لأن الفرد حينما يشاهد مادة إخبارية مصورة لا يتفق مضمونها مع التعليق المصاحب لها، فلا بد أن يجهد نفسه حتى يظل متبها لما يقال ويعرض في آن واحد، وتختلف القدرة من فرد لآخر، وإذا ابتعد مضمون النص المصاحب للصورة كثيرا، فرما لن يفهم المشاهد شيئا، لأنه لا يستطيع أن يركز انتباهه لفهم النص والمادة المصورة في آن واحد، ويبقى

(1)-المرجع السابق، ص39.

الفصل الثاني:.....الأخبار والتلفزيون

مشتتا، والفيلم الإخباري المصحوب بتعليق صوتي يتماشى مع الصورة يخدم المشاهدين بصورة أكبر، ويمكن زيادة قدرة المشاهد على الاستيعاب إذا أدخل على الفيلم تأكيدات هامة بالنسبة للنص، مثل: كلمات الإشعارات والعناوين... الخ، وكذلك من الأهمية أن تظهر صورة المندوب أو المراسل الذي يقدم التقرير أو القصة الإخبارية مرة واحدة في البداية، ولو لمدة ثواني معدودة، ذلك لأنه يمثل على الأقل حلقة الاتصال مع المشاهد⁽¹⁾.

2-2- التكوين المرئي:

«الأخبار التلفزيونية في بنائها الذاتي تعتمد أساسا على الصورة التي هي مسؤولية العاملين في النشرة الإخبارية، بدءا من المصور إلى المحرر الذي يصيغ الخبر، الجميع يجب أن يراعي قواعد الصورة وتكوينها الجمالي⁽²⁾»:

أولى القواعد تراوج الصورة والكلمة (Word Matching Process): عملية تراوج الصورة والكلمة وهي عملية مهمة في مجال الأخبار التلفزيونية، فكلما كانت الصورة معبرة عن نص الخبر، كلما كان التأثير أقوى على المشاهد والعكس صحيح.

ثاني القواعد الكتابة بالكلمة والصورة (Writing Word and Picture): إن كتابة القصة الإخبارية تسير بطريقة خطية متسلسلة، أي أن المعلومات التي تقدم من خلالها تندفق بشكل متسلسل، حتى يمكن للمشاهد أن يفهمها، وهو الأمر نفسه الذي ينطبق على الصورة التي يجب أن تحرر بشكل يجعلها متوائمة مع النص المكتوب، فتنحيز الخبر يتم بالكلمات والصورة في آن واحد.

ثالث هذه القواعد ضغط الخبر (Compression is Essential): القدرة على تقليص وضغط القصة الإخبارية دون إخلال بعناصرها الأساسية، تعد أحد الأدوات والمهارات الأساسية للقائمين على إعداد الأخبار التلفزيونية، ودليل على ارتقاء حرفيتهم المهنية، فالقصة التي تحتاج لـ 90 دقيقة لتعرض كاملة في برنامج إخباري، يجب أن تقلص إلى 90 ثا عند عرضها ضمن نشرة إخبارية».

(1)-محمد معوض، بركات عبد العزيز، مرجع سابق، ص 189.

(2)-خالد مجد الدين محمد، مرجع سابق، ص 40.

2-3-مقدم النشرة:

إن المسؤول عن نقل الرسالة من غرفة الأخبار إلى الجمهور عبر وسيلة التلفزيون هو قارئ النشرة، أو كما يفضل البعض تسميته بالرأس المتكلمة (Talking Head) أو رجل الهواء أو المقدم النجم، ووجود مقدم النشرة هو أسطرة بين المرسل والمستقبل، يعطي الأخبار الإذاعية والتلفزيونية خاصية تميزها عن أخبار الصحف، وهي خلق علاقة حميمة مع المشاهد، وهذا ما جعل نشرات الأخبار في العديد من القنوات التلفزيونية ترتبط بمقدميها، وتسمى باسمهم، وتفضل على غيرها بسببه، وهناك بعض السمات التي يفضل توفرها في قارئ النشرة يلخصها محمد معوض فيما يلي⁽¹⁾:

- أن يكون على درجة عالية من الثقافة والإطلاع الدائم تجعله محاورا جيدا، إذا ما تطلب منه ذلك.

- الفطنة وسرعة التصرف لتجنب الأخطاء على الهواء.

- إن شخصية قارئ النشرة يجب أن تكون غير متكلفة، حتى لا يملها المشاهد، ولا ضعيفة فلا يثق فيها المشاهد.

- أن يكون صوته سليما ومعبرا وليس به أي عيب من عيوب النطق، ذا لغة سليمة.

- أن يكون بارعا في البساطة وقراءة النشرة بأسلوب يوحى للمشاهدين أنه هو معده وصاحبه.

- أن يكون ملما بمعظم عناصر العمل الإخباري، وعلى رأسها تحرير الأخبار.

- إضافة إلى بعض الصفات الشكلية التي لا ينبغي تفضيلها على حساب الكفاءة المهنية.

إن ما أتاحته تكنولوجيات الاتصال من تطور على مستوى استوديوهات تقديم الأخبار، وكذا زيادة اعتماد الأخبار التلفزيونية على الصورة المتحركة، والبث المباشر والمراسلات الخاصة لم يقلل من أهمية مقدم النشرة كعنصر أساسي في تركيبة النشرة، وإن كان قد مكنه من التغلب على كثير من العقبات، التي كانت تواجه مقدم النشرة فيما سبق، مما وفر له أريحية إضافية وثقة عالية بالنفس أتاحت له مزيدا من تقليص المسافة بينه وبين المشاهد.

(1)- محمد معوض، الخبر التلفزيوني، ص 201.

2-4- الحوار مع المشاهدين:

إن الحوار الشخصي بين اثنين وسيلة عملية للوصول للمعلومات، فأحدهم يسأل والآخر يجيب، وعند تعثر أحدهم في فهم الآخر يقوم بالاستفسار عما خفي عليه، أما في مجال الاتصال الجماهيري وبوسيلة مثل التلفزيون، فإن الرسالة الإعلامية التي يتم بثها للجمهور هي بديل الحوار في الاتصال الشخصي، لذا فمن الضروري أن تكون الرسالة واضحة وتجنب عن معظم تساؤلات المرسل إليه، لتلافي مشاكل التواصل عبر التلفزيون كوسيلة اتصال.

وإن جاز التعبير، فإن العلاقة بين المرسل والمستقبل في الأخبار التلفزيونية عبارة عن حوار عقلي متبادل بين الطرفين، لكنه حوار غير مرئي، فالمرسل يتحاور مع الجمهور من خلال رسالته التي تتضمن المعلومات والجمهور يتحاور معه عبر التأثير بهذه المعلومات التي يستقبلها منه، فالمادة الإخبارية من حيث طريقة عرضها وسردها على الجمهور يجب أن تراعي إجابات الأسئلة الكلاسيكية المعروفة (من؟ ماذا؟ لماذا؟ كيف؟ لمن؟ بأي تأثير؟)، وتوضع هذه الإجابات في قالب يسمح للمشاهد بأن يحصل على المعلومات التي يريدتها بشكل منظم، دون أي تشويش، وبحيث تجعله يشعر أنه مشارك في قلب الحدث⁽¹⁾.

2-5- طبيعة التسلسل والحركة للأمام:

إن طبيعة التعرض للمادة الإخبارية في التلفزيون تختلف عن طبيعة التعرض لها في الصحف، فالمشاهد تحكمه طبيعة التسلسل الإخباري، فالقصص الإخبارية تتوالى وفقا لتسلسلها، بحيث يعجز المشاهد عن استدراك ما فاتته من معلومات في خبر ما، في حين يتيح الصحف للقارئ إمكانية التعرض المتكرر للرسالة الإعلامية، والتعرض على فترات متفرقة.

«لذا فالأخبار التلفزيونية يجب أن تراعي العديد من القواعد والظروف المتعلقة بتقديم الأخبار عبر التلفزيون، وطبيعة الجمهور أيضا، وخير دليلا على ذلك ما أثبتته بحوث الجماهير بأن المشاهد للأخبار يفقد تركيزه بعد وقت ما، سواء طال ذلك أم قصر، لذا كان من الضروري إيجاد حل لذلك، جعل البعض يعتمد طريقة الفاصل الإعلاني، لإيجاد استراحة للمشاهد يستعيد تركيزه مرة أخرى، على حين اعتمد البعض الآخر على تقصير مدة الفترة الإخبارية والاعتماد على تسلسل

(1)-خالد مجد الدين محمد، مرجع سابق، ص45.

الفصل الثاني:.....الأخبار والتلفزيون

الأخبار وفقا للأهمية، للحفاظ على تركيز المشاهد.

ولا يقف الأمر عند هذا، بل هناك العديد من القواعد والأسس تم وضعها للحفاظ على انتباه واهتمام الجمهور، بعضها خاص بتحرير القصص الإخبارية على سبيل المثال، يجب أن يكون الفاعل قريبا من الفعل، ولا يفصل بينهما جمل اعتراضية أو ظروف زمنية، تقطع تركيز المشاهد وتجعله يفقد تسلسل القصة الخبرية»⁽¹⁾.

3-تحرير وتقديم أخبار التلفزيون:

تحتاج الأخبار بعد ورودها إلى محطات التلفزيون إلى نوع من الإعداد والصيغة الخاصة، حتى تصبح ملائمة للتلفزيون -كوسيلة سمعية بصرية- من جهة، وللشكل أو القالب الإخباري التي ستقدم من خلاله من جهة أخرى، وتعرف هذه العملية (الإعداد والصيغة) بعملية التحرير، وتتخصص في انتقاء المعلومات والوقائع الخاصة بحدث ما وصياغتها بلغة خاصة وترتيبها وتركيبها على نحو معين، بحيث يستغرق عرضها زمنا محددًا.

«وهذه العملية وإن كانت تعد نوعا من الصياغة اللغوية أو الكتابة، إلا أنها ليست تأليفا أو ابتكارا كما هو الحال في كتابة القصص أو الروايات، حيث يطلق الكاتب خياله في ابتكار الأحداث والوقائع، ذلك لأن محرر الأخبار محكوم تماما بالمعلومات والوقائع والأحداث التي جرت بالفعل»⁽²⁾.

والقاعدة الأساسية التي تحكم عملية تحرير أخبار التلفزيون هي الكتابة للعين والأذن معا، من خلال وسيط يقوم بمهمة القراءة لنقل هذه الأخبار وتوصيلها إلى المستمعين وهو قارئ الأخبار أو المراسل أو المندوب، فالأخبار التلفزيونية أثناء عملية انتقالها من موقع الحدث إلى المستقبل، تمر بعدد من المراحل حتى تصاغ في شكلها النهائي.

3-1-أهمية الأسلوب الدرامي في أخبار التلفزيون:

إن طبيعة التلفزيون كوسيلة ترفيهية بالدرجة الأولى، جعلت علماء الاتصال يؤكدون على ضرورة البناء الدرامي لأخبار التلفزيون، لذلك فمن الضروري أن تجمع أخبار التلفزيون بين الأهمية

(1)-المرجع السابق، ص46.

(2)-كرم شليبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، دط، مكتبة التراث الإسلامي، القاهرة، 1992، ص129.

الفصل الثاني:.....الأخبار والتلفزيون

والدراما (أهمية المعلومة وتقديمها بطريقة درامية)، حتى يمكن استيعابها دون عناء، «ولهذا نجد الخبراء دائما يؤكدون أن أخبار التلفزيون تتطلب دراما أكثر جودة ومغزى وصدقا، وأن الأسلوب الدرامي يزيد من استجابة المشاهدين وجذب انتباههم، لمتابعة نشرات أخبار التلفزيون، لقدرة هذا الأسلوب على تحويل المضمون السياسي والاجتماعي، إلى مواقف درامية حقيقية من واقع حياة الشعب، يتألف معها المشاهد... لهذا عند عرض القصص الإخبارية ينبغي إثارة اهتمام المشاهدين، ويتطلب ذلك عرضا لمغزى القصة، والخلفية التابعة لها، والاستنتاجات القائمة عليها، بطريقة واضحة ومفهومة لكل شخص، وهذا ليس بالسهل لأن الموضوعات التي تقدمها نشرات الأخبار تكون في غاية التعقيد، بحيث لا يمكن فهمها بسهولة، حتى مع إبداء شديد الاهتمام، خاصة وأن جماهير المشاهدين لا يستطيعون استيعاب وفهم كميات كبيرة من المعلومات المجردة في وقت قصير، وتبعاً لذلك فإن مهمة أسرة تحرير أخبار التلفزيون هي تقديم معلومات معقدة بطريقة مبسطة واضحة مثيرة للاهتمام ومفهومة، ولكي يحققوا ذلك عليهم تبسيط وتفصيل وتحليل مضمون النشرة بطريقة تسمح للمشاهد فهمها أولاً بأول، مستخدمين أسهل لغة ممكنة، ليتمكن المشاهد من المتابعة»⁽¹⁾.

3-2- إشكالية الموضوعية في العمل الإخباري:

حينما ترتفع بعض الأصوات مستاءة من بعض القصص الإخبارية في بعض المحطات التلفزيونية (الغربية غالباً، والنامية أحياناً)، ترتفع شعارات الموضوعية، لكن يبقى السؤال مطروحاً: ما مدى تحقيق عنصر الموضوعية في العرض الإخباري؟

إننا إذ نورد هذا السؤال لا نشكك في أهداف ونزاهة القائمين على الاتصال بصفة مباشرة، وإنما نؤكد على تدخل العديد من العوامل التي تجعل تحقيق عنصر الموضوعية أمراً صعباً، وهذا ما أكدته عديد الدراسات⁽²⁾، إن المصدر الأساسي للخبر وحجم المعلومات المتاحة عنه وطبيعة التلفزيون والتكوين القيمي للصحفي، وطبيعة المادة المصورة المتاحة، كل هذه العوامل وأخرى تتحكم في حجم المساحة المتاحة لعنصر الموضوعية.

«وهو ما أشار إليه "إريك رولو" عندما خاطب أعضاء ندوة الإعلام الغربي والعربي قائلاً: استمعوا لي بادئ ذي بدء، أن أعترف بالتحيز، ذلك أننا معشر الصحفيين متحيزون بطريقة أو

(1)-بركات عبد العزيز، محمد معوض، مرجع سابق، ص185-186.

(2)-انظر: عبد الفتاح عبد النبي، مرجع سابق، ص75.

الفصل الثاني،الأخبار والتلفزيون

بأخرى، من يمكن أن يكون موضوعيا أكثر من المصور؟ ومع ذلك، فإن نوع العدسة التي تستعمل والزاوية التي يلتقط منها الصورة التي يريد، تؤثر في الصورة التي تخرج من بين يديه، وتعطينا صورة تختلف اختلافا جذريا عن الصورة التي يمكن أن تخرج عن مصور يمتاز بالموضوعية كالمصور الأول...»⁽¹⁾.

وإن كانت الموضوعية أمرا نسبيا في عملية تحرير وتقديم أخبار التلفزيون، فإن من الأهمية التأكيد على ضرورة وضع الحقائق في السياق الذي يعطيها معناها، ويقترب بالمشاهد من حقيقتها قدر الإمكان.

3-3- أهمية وسائل الإيضاح:

يستطيع العاملون في أخبار التلفزيون أن يدعموا ما يقولونه، وما يقدمونه من أخبار بالصورة ووسائل الإيضاح المختلفة (Visual Aids)، فلها نفس المستوى من الأهمية بالنسبة لتبسيط المواد الإخبارية، وجعلها أسهل وأكثر فهما، وجعل المعلومات المعقدة مبسطة وفي شكل ملموس، مما يزيد من فهم المشاهدين لها، فالمعلومة المرئية أفضل من المعلومة المجردة، ويمكن استخدام الأفلام الإخبارية، أو الخرائط، أو الرسوم المتحركة، أو الرسوم البيانية أو الفيلم الإلكتروني، وكلها تهدف إلى زيادة قدرة المشاهد على استيعاب مضمون المادة الإخبارية، ولقد أثبتت دراسات عديدة أن المادة المصورة ووسائل الإيضاح لها دورها وأهميتها في زيادة فهم واستيعاب مضمون النشرات، ومنها دراسة معهد هانز بريد للراديو والتلفزيون على مشاهدي التلفزيون الألماني⁽²⁾.

3-4- عملية تحرير الصورة "المونتاج":

تحرير الصورة هو دمج الصور الفيلمية بتتابع ما، وفقا للنص والسيناريو المكتوب والمخطط له من قبل، لنقل حدث ما أو خبر ما للجمهور، وهو ما يعرف أيضا بعملية مواءمة الصورة المعروضة على الشاشة مع النص المقروء، فيما يصف دافيد داري (David Dary) عملية المونتاج بأنها «عملية تختص بحذف أو إضافة أو إعادة ترتيب اللقطات والمشاهد وفقا لاعتبارات تتعلق

(1)- المرجع السابق، ص78.

(2)- محمد معوض، الخبر في وسائل الإعلام، ص124.

الفصل الثاني،الأخبار والتلفزيون

بالنواحي الفنية والمهنية للعملية الإخبارية»⁽¹⁾، وتتجلى أهمية تحرير الصورة في تحقيق:

- التتابع والاستمرارية لبناء القصة الإخبارية المصورة.
- تحقق عنصر التأثير باختيار لقطات وإطارات معينة تؤثر في المشاهد وتوصل المعنى المراد توصيله.
- تحقق عنصر الضغط الزمني للقصة الإخبارية بما لا يخل بالمضمون المطلوب تقديمه.
- تجنب مضايقة المشاهد بتفاصيل ومعلومات قد لا يحتاج لها، وقد تؤثر سلبا في فهمه وإدراكه للقصة الإخبارية، التي تعرض عليه، بل أيضا قد تصيبه بالملل، فلا يكمل متابعة النشرة الإخبارية⁽²⁾.

3-5-أرشيف التلفزيون:

يلعب أرشيف الأخبار في التلفزيون دورا هاما من الناحيتين التاريخية والإخبارية بصفة خاصة في هذا الوقت الذي أصبحت فيه أخبار التلفزيون مصدرا هاما يعتمد عليه المشاهدون في استقاء أنبائهم ومعلوماتهم، حيث يزود معدي الفقرات والمحررين والمندوبين بكل الحقائق والمعلومات والوقائع التي تجري على الساحة الوطنية أو الإقليمية أو العالمية، فضلا عن كونه مرجعا هاما لإنجازات الدول في مختلف الأنشطة، وأصبح من الضروري إنشاء جهاز متطور للحصول على المعلومات بأسرع ما يمكن⁽³⁾. مما يسهل عملية استفادة المحررين منه في إعداد قصصهم الإخبارية وتزويدها بالخلفيات التاريخية اللازمة والحقائق المفسرة لها.

(1)-خالد مجد الدين محمد، مرجع سابق، ص174.

(2)-المرجع نفسه، ص174.

(3)-محمد معوض، الخير التلفزيوني، ص197.

خلاصة:

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل، يمكننا تسجيل مجموعة من الملاحظات نوجزها في النقاط الآتية:

-القيم الإخبارية، ما هي إلا انعكاس لثقافة المجتمع وقيمه، لذلك نجد اختلافًا واضحًا بين القيم الإخبارية للمجتمعات المختلفة، إلا أن ما يشهده العالم من مظاهر التقارب في إطار ما يسمى بالعوالم، قد اسقط إلى حد بعيد ذلك الحاجز القيمي بين المؤسسات الإعلامية المختلفة.

-إن التلفزيون من خلال ما يملكه من إمكانيات -حيث يقترب ضمن المشهد المقدم- من الحقيقة والواقع، تمكن من تطوير الخدمة الإخبارية التي انتقلت من مساحات محتشمة في البداية إلى فضاءات استراتيجية، ضمن التوجه العام للوسيلة في السنوات الأخيرة.

-يقوم العمل الإخباري التلفزيوني على تركيبة مختلفة عن بقية الوسائل تنبع من خصوصية جهاز يزاوج في كل ما يقدمه بين الحركة والصورة والصوت، وهو الأمر الذي يحقق التميز للخبر التلفزيوني، ويلزم القائمين عليه بإدراك الأدوات اللازمة للتحكم في هذه الخصوصية.

جامعة الأمير عبد القادر
الفصل الثالث:

الفضائل الإسلامية

والأداء الإخباري

العلوم الإسلامية

تمهيد

بعد أن فرض الإعلام نفسه كعلم من العلوم الحديثة له نظرياته وخصائصه وغاياته، وبعد إن اتضح حجم التأثير الذي يحدثه هذا الفن على المجتمع في تصوراتهِ وعلاقاتهِ وحتى قيمهِ ومعتقداتهِ، سواء كان هذا التأثير إيجابياً أو سلبياً، تنامت الحاجة إلى دراسة هذا العلم والتمكّن من أدواتهِ على مستوى دول العالم النامي بصفة عامة، والدول العربية والإسلامية بصفة خاصة.

وانطلاقاً من عدم تماثل القيم والأفكار التي يقوم عليها الإعلام في الكيانين الغربي والإسلامي، برزت الحاجة إلى ضرورة تأصيل هذا العلم تأصيلاً إسلامياً واضحاً، يوضح الأسس والمبادئ والقيم التي تميز الإعلام في المجتمعات الإسلامية، والتي تنطلق أساساً من كون القرآن الكريم «ضرباً رائعاً من ضروب الإعلام على يد رسول الله الكريم، بما أتى به من قيم ومفاهيم جديدة، تختلف كل الاختلاف عن القيم والمفاهيم في عصر الجاهلية»⁽¹⁾.

والخير هو الأساس الذي تقوم عليه الصحافة الحديثة بوسائلها المتعددة والمتنوعة، مقروءة، مسموعة، ومسموعة مرئية، وله تأثيره الفاعل ودوره الكبير في توجيه الرأي العام وتزويد المجتمع بالمعرفة، وإمداده بالمعلومات الضرورية، ونشر الأفكار والمعتقدات.

لذلك سنحاول من خلال هذا الفصل، إبراز أسس ومبادئ الإعلام الإسلامي وذلك من خلال مضمون المبحث الأول، بينما سيتطرق المبحث الثاني للفضائيات الإسلامية وحقيقة ممارستها الإعلامية، ويتناول المبحث الثالث الخير كفن من فنون الإعلام الإسلامي، بينما سيضم المبحث الرابع بعض المصطلحات الإعلامية وعلاقتها بالإعلام الإسلامي.

(1) -عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام: دط، دار الفكر العربي: القاهرة، مصر، دت، ص 57.

المبحث الأول: الإعلام الإسلامي: الأسس والمبادئ

إن تحديد أولويات وأبجديات ومعالم العمل الإعلامي وتحديد أدواره وخصائصه، كاف للحكم عليه بالسلب أو الإيجاب، لذلك سنحاول من خلال هذا المبحث إبراز خصائص الإعلام الإسلامي ووظائفه، كما سنتطرق إلى عناصر العملية الإعلامية الإسلامية، مع تحديد خصائص وسمات كل عنصر من تلك العناصر.

1- خصائص الإعلام الإسلامي:

تقوم الحضارات -على اختلافها- على مرتكزين أساسيين: أحدهما الروحي أو القيمي، الذي يعبر عن العقيدة، الشعور والوجدان، وذلك كالدين واللغة والأعراف، وثانيهما: يشمل الأطر التقنية والإجراءات التطبيقية التي تعكس تلك القيم والمعتقدات، ويتم اعتمادها وفقاً لمبدأ الحاجة، بينما يظل المرتكز القيمي والروحي خازناً لأسرار الأمم في كينونتها وعوامل بقائها، ولا يخرج الإعلام المعاصر في تركيبته عن هذا النسيج المزدوج للقيمة والمادة، كما أنه لا يناقض مبدأ أحقية القيمة في تحديد المسار.

وإذا كان الإعلام حتى في نشرات الأخبار وسوق الأحداث يكشف عن فلسفته ومذهبه وتقديره الخاص لما يكون، ويعمل في ذكاء لتذكير من ينسى وتعليم من يجهل، فإن الإعلام الإسلامي ووسائله حين تنهض بواجبها لغرس العقائد والقيم التي تتبناها، إنما تصيغ موادها بدقة وعناية، واضعة أمامه جملة الأهداف الكبرى التي تنسجم مع روح الدين ومقاصد الشريعة، متحررة من الأهواء والمصالح الفردية، لتعكس الخصائص العامة للإعلام الإسلامي، والتي نعرضها على النحو الآتي:

1-1- أصول عقديّة:

ويرتبط ذلك بكون الإعلام الإسلامي يجب أن يعكس أصول العقيدة الإسلامية في كل جوانبها، وأن تكون نظرية الإعلام الإسلامي وفلسفته ميداناً لعكس تصورات العقيدة الإسلامية بشكل عام، وأن تحلق برامج وأهداف الإعلام الإسلامي ضمن آفاق هذه العقيدة، كما أن برامج وأهداف الإعلام الغربي لا تخرج عن حلقة الفلسفة والنظرة الليبرالية الغربية للمجتمع والأسرة والاقتصاد والسياسة والحياة عموماً.

«فالإعلام الإسلامي في تحركه -داخليا وخارجيا- يتوجه على هدي الإسلام لإبراز صورة المجتمع المسلم، كما ينبغي أن تكون بكل خصائصها ومقوماتها ودعائمها، دون فصل بين السياسة والعقيدة والأخلاق، فالإسلام لا يقر المبدأ المكيفيلي "الغاية تبرر الوسيلة"، فالمسلم حيث ما وجد يتوجه في ممارساته الفعلية -القولية والعملية- والفكرية، من منطلق إسلامي، وعلى هذا الأساس القوي يبني علاقاته من النواحي الاقتصادية والفكرية والاجتماعية المدنية والجنائية، سواء على مستوى الأسرة أو الجماعة أو الدولة، فالإسلام هنا هو الغاية، وإليه المنتهى، وكل الأنظمة والمناهج والوسائل والإمكانات موجهة لنشره وتثبيت دعائمه، ومن هنا فمصادقية هذا التوجه الإسلامي للمسلمين ولغيرهم لا يتزعزع ولا يضطرب ولا يتقلب لهوى أبدا، وهذا ما يزرع الطمأنينة في نفس الجمهور الموجهة إليه الرسالة الاتصالية بشكل عام، ويجعله يميل إلى الثقة في محتوى الرسالة لمعرفة أن الإعلام الإسلامي بمبادئه وتشريعاته يقوم بتحرير الإنسان من أهوائه ونزواته، ويجعله يسلك الطريق المستقيم»⁽¹⁾.

1-2- إعلام علي وجريء:

وصفة العلن في الإعلام الإسلامي تقررها الآية الكريمة: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنزَلْنَا مِنَ الْبَيِّنَاتِ وَالْمُذَىٰ مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَّاهُ لِلنَّاسِ فِيهِ الْكِتَابِ أُولَٰئِكَ يَلْعَنُهُمُ اللَّهُ وَيَلْعَنُهُمُ اللَّامِحُونَ﴾ [البقرة: 159] ذلك أن «الإسلام ليس سرا يكتم ولا أُلغازا تعتم، فالإسلام دين بين ظاهر يعلن عن نفسه وعقيدته وشريعته في كل مكان وزمان، ولذلك لا بد أن يكون الإعلام الذي يتبنى هذا الدين علنيا.

وكذلك يكون جريئا بقول الحق، ويعتمد الصدق ولا يخاف في الله لومة لائم، فالإعلامي الإسلامي صريح فيما يقدمه لا يلجأ إلى الرموز والإشارات، واضح في نقده وتقويمه، ما دام ذلك يصب في نصرة الدين وإحقاق الحق ودفع الباطل، هذا مع المواقف والظواهر، أما مع الأشخاص، فإن كان ممن يجاهر بعاداته للإسلام وواضح شره مستطيرا في الوسائل الإعلامية، فهذا يمكن الجهر به وفضحه، وكشفه بأسلوب علمي وموضوعي، وإلا يمكن اللجوء إلى التعريض والتلميح، كما هو منهج النبي ﷺ، حيث كان يقول: «ما بال أقوام قالوا كذا وكذا»، وقوله: «ما بال أقوام ينتهزون عن الشيء أصنعه»، ذلك أن الإعلام الإسلامي وسيلة إصلاحية، فإن تردد في الأمر بالمعروف

(1)-مرعي مذكور، الإعلام الإسلامي، وخطر التدفق الإعلامي الدولي، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، دت، ص23.

والنهي عن المنكر وتعرية الباطل وكشفه فقدّ دافع وجوده وسبب الحاجة إليه.

1-3-إعلام واقعي:

والواقعية هنا لا تعني بما أن يكون الإعلام الإسلامي خاضعا لما يريده الناس، متماشيا مع متطلباتهم، مراعيًا لإرادتهم، ولكننا نقصد واقعية إسلامية ملتزمة، ذلك أن الدين الإسلامي جاء في جميع أحكامه وتشريعاته مراعيًا لطبيعة التركيبة الإنسانية.

ويقسم محمد كمال الدين إمام واقعية الإعلام الإسلامي إلى نوعين⁽¹⁾:

-واقعية ملائمة: وتعني أن المذهبية الإسلامية والإعلام المنبثق عنها تتلاءم مع حقيقة الإنسان في حياته العقلية أو الوجدانية أو الجسدية، فإذا كان عقله سليما ووجدانه مستقيما وجسده صحيحا، فإن المذهبية الإسلامية تلائم هذا الواقع وتصلح له، وتصلحه أيضا إذا ما اختلف في أي مكان جانب من جوانبه، بل هذا الواقع لا يصلح إلا بها، باعتبارها النظام الوحيد الذي يتلاءم مع تكوين الإنسان الفطري، وما خلق له من دور في هذا العالم.

-واقعية إمكان: وهي تعني أولا أن هذه الواقعية يمكنها أن تتحول إلى واقع، فالنظرية الإسلامية في الإعلام ليست استعلاء فوق الواقع، ولا هي مثالية محلقة لا يمكن أن تسير على قدمين في الأرضية الاجتماعية، بل هي ممكنة التطبيق بعمومياتها وجزئياتها، وهي النظرة التي يختارها المجتمع الإسلامي بفطرته، وينبغي أن يلتزمها الناس جميعا، لأن فيها خيرهم، والإعلامي المسلم يستمد مادته التي يحاورها ويتعامل معها من الواقع الذي يعيش فيه، بحيث لا ينفصل عن عصره زمانا أو مكانا، ولكن المادة المأخوذة من هذا الواقع هي عنصر واحد في مفهوم الواقعية في الإعلام الإسلامي، والعنصر الثاني هو تقويم هذا الواقع، أي الحكم عليه إسلاميا وإصلاحه بما يتفق مع الإسلام.

1-4-إعلام منصف وملتزم:

لما كان الإعلام الإسلامي: إعلاما هادفا وملتزما ومسؤولا يسعى إلى حمل الرسالة الإسلامية وتبليغها للناس، فلا بد أن يكون صادقا دقيقا أمينًا يلتزم جادة الحق استجابة لبواعث

(1)-محمد كمال الدين إمام، الإعلام الإسلامي: دط. دار الجامعة الجديدة، مصر، 2004، ص147.

الإيمان في قلوب القائمين عليه⁽¹⁾، يقول تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾ [التوبة: 119]، ويقول أيضا: ﴿تَبَيَّنُوا يَعْلَمَ إِن كُنْتُمْ صَادِقِينَ﴾ [الأنعام: 143]، ويلتزم الإعلام الإسلامي العدل والقسط مهما كانت الظروف والأحوال، فلا ينحاز إلى شخص أو إلى طبقة أو إلى جنس أو إلى قومية أو منفعة مادية، يقول تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ﴾ [النساء: 135]، ويبلغ العدل أقصاه حين يطلب الإسلام من الإعلامي المسلم، ومن المسلم عموما أن يعدل حتى عند تناوله لقضايا خصومه وأعدائه، فيقول الله تعالى: ﴿وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاَنُ قَوْمٍ مَلَكَ أَلَّا تَعْدِلُوا ائْتَمَرُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَى وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ﴾ [المائدة: 8].

1-5- حرية لكن إسلامية:

حينما تعقد المقارنات بين الإعلام الغربي والعربي، يشار بداية إلى الفرق في مساحة الحرية المتاحة لكل منهما، إذ يوصف الإعلام الغربي دوما بالحر، لكننا نتساءل حينها عن معنى هذه الحرية، وعما يقابلها في الإعلام الإسلامي؟

إن الإعلام الإسلامي حر بشرط أن لا يؤدي سوء استخدامه والتعسف في تطبيق الحرية إلى إيذاء الآخرين، أو الاعتداء على الحريات الفردية والاجتماعية، فالإسلام لا يقر الإساءة للآخرين حتى لو كانوا من أعداء الدين، يقول تعالى: ﴿وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ مَحْذُومًا يَغْتَابُونَ﴾ [الأنعام: 108]، فلا ينبغي استخدام الحرية بطريقة تؤدي إلى السب والشتم، أو إساءة التعبير عن الأديان الأخرى.

ويحرم الإسلام الجهر بالسوء، لقوله تعالى: ﴿لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلَمَ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا﴾ [النساء: 148]، فالإعلام الذي يطفح بالعورات ويمتلى على اتساع جنباته بالفضائح المشينة والثرثرة الفارغة والشائعات القبيحة، مع إيراد الألفاظ النابية، والعبارات البذيئة مع الجرأة الوقحة على مخالفة الآداب إعلام غريب عن الإسلام الذي تتقرر إحدى مبادئه من خلال قوله تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِيهِ الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ

(1) - إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، دط، دار الفكر العربي، مصر، دت، ص48.

مَخَابِرُ إِلَيْهِ فِيهِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةُ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ﴾ [النور: 19] ⁽¹⁾.

1-6- إعلام شمولي وعام:

الإعلام الإسلامي إعلام شامل يهتم بجميع شؤون الحياة وسلوك الإنسان، لأن الإسلام دين يصوغ جميع تصرفات المسلم، ولا يمكن الزعم بأن ثمة أمورا خارجة عن نطاقه، لأن الدين يحكمه في كل شؤونه، ولا يجوز للإعلام الإسلامي أن يزعم -اقتباسا من نظم أخرى- غير ذلك.

فأحكام الإسلام ثابتة وشاملة لجميع شؤون العقيدة والإيمان والأخلاق وسائر أنواع العلاقات، كعلاقة الإنسان بخالقه، وعلاقته بأسرته وبغيره من الأفراد، وكذلك التعامل مع غير المسلمين والعلاقات السياسية الدولية والنظام الاقتصادي الإسلامي، والعلاقات السياسية المختلفة، فالإعلام الإسلامي يتناول جميع العلاقات الإنسانية وعلاقة الإنسان بالكون ⁽²⁾.

1-7- إعلام مرن:

إن قدرة الإسلام على مواجهة التطورات، سواء في كيفية المواجهة أو في وسائل المواجهة، قد منحتها صفة الاستمرارية، والمرونة في الإعلام الإسلامي ذات شقين ⁽³⁾:

- مرونة المصادر: وهي تعبير عن قدرته على مواكبة الوقائع المتغيرة، والأحداث المتجددة، بحيث يجد لكل واقعة حكما حتى لا يفلت أمر من واقع الناس عن المشروعية الإسلامية العليا، فليس هناك جمود على رأي أو موقف، فحركة الحياة تتطلب تحديد الأفكار.

- مرونة وسائل: وتعني قدرة الإعلام الإسلامي على استخدام الوسائل المتطورة والمكتشفات المستخدمة من أجل زيادة تأثير الإعلام بالإسلام، وتنويع مجالات بثه سرعة ومكانا، فعلى الإعلامي المسلم أن يتخذ من وسائل العصر الحديث مطية إلى أهدافه الشريفة، فالتعبير المباشر كالخطبة أو المقال أو الدرس، لم تعد وحدها كافية لإحداث التغيير المنشود، إن الفنون تلعب دورا خطيرا في التأثير على وجدان الناس وآرائهم وسلوكهم، إن فن العرض الحديث أمر لا مناص لنا من دراسته وفهمه، من أجل الوصول إلى الجماهير العريضة، وإقناعها من خلال ذلك الحشد الهائل

⁽¹⁾- إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، ص40.

⁽²⁾- المرجع نفسه، ص52.

⁽³⁾- محمد كمال الدين إمام، مرجع سابق، ص151.

من الفلسفات والأفكار المنحرفة التي يمجح بها عالمنا المعاصر، وليس ذلك ببدعة وإنما كان المسلمون الأوائل يحتفون بالإعلام الإسلامي في حدود إمكانات عصرهم.

2- وظائف الإعلام الإسلامي

من الصعب أن نتخيل وجود المجتمع الحديث بدون وسائل الإعلام، الذي تؤدي وظائف عدة ضمن هذه التركيبة المعقدة، فما هي هذه الوظائف التي أكسبتها هذه الأهمية؟

إن المتتبع لكتابات الإعلاميين حول وظائف وسائل الإعلام يلاحظ عدم وجود اتفاق أساسي حولها، فيحددها لازويل في ثلاث وظائف: مراقبة التراث، ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة للبيئة، نقل التراث الاجتماعي، بينما يقرر كل من لازار سفيلد وميرتون أنها تشمل التشاور (تبادل الآراء)، تدعيم المعايير الاجتماعية، التحذير، ويذهب ماكويل إلى أن الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام في المجتمع تنحصر في: الإعلام، تحقيق التماسك الاجتماعي، تحقيق التواصل الاجتماعي، الترفيه، والتعبئة⁽¹⁾.

إن الإعلام الإسلامي باعتباره إعلاماً ذو أصول عقدية يسعى لتحقيق مجموعة من الوظائف نذكر من بينها:

أ- الوظيفة البنائية: «نعني بالوظيفة البنائية للإعلام الإسلامي دوره المبدول في سبيل إقامة البناء الفكري للإسلام، والعمل على التوعية به، وتحريك الجزئيات والتفاصيل داخل المجتمع الإسلامي على نحو لا يهدم أية لبنة من لبنات هذا البناء، وإنما يدعمها ويقويها، ويدفع المجتمع بواسطتها إلى الأمام، بحيث ترتبط السياسات الإسلامية في أجهزة الإعلام المختلفة بهذا البناء الفكري في الإسلام، وتتبنى إستراتيجية محددة في إطاره، تلتزم بها في كل ما تقدم من مادة، وعلى الإعلامي المسلم في هذا الصدد أن يقوم بدراسات ميدانية لاختيار طبيعة المجتمع الذي يتحرك فيه واختيار نوعية الوسائل التي تصل به إلى غاياته الإستراتيجية»⁽²⁾.

وفي ميدان الوظيفة البنائية يمكن تحديد إستراتيجية العمل على النحو التالي:

⁽¹⁾-حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، دار المصرية اللبنانية، دم، 1419هـ-1998، ص80-86.

⁽²⁾-محمد كمال الدين إمام، مرجع سابق، ص158.

- تحرير المفهوم الصحيح للإسلام ومحاربة أي محاولة لعزل الدين عن الحياة.

- تنشئة جيل مسلم قوي صحيح الإسلام.

إن إستراتيجية العمل الإعلامي الإسلامي على النحو السابق تحديده، تقوم في شقها الأول وإزالة العقبات الفكرية والواقعية، وتعبئة الأراضية الاجتماعية لاستقبال الرسالة الإسلامية، أما في شقها الثاني، فهي تقوم بعملية التأسيس وإقامة البناء في نفوس الأفراد والجماعات، واستراتيجية من هذا النوع عندما تهيمن على ما يقدم من مادة إعلامية، فإنها تحقق أكثر من هدف:

- فهي تسرع بخطى حثيثة نحو الوصول بالمجتمع إلى إسلام صحيح، وهو أمر الحاجة إليه ملحة.

- وهي أيضا تقضي على الثنائية بين ما تقدمه أجهزة الإعلام وبين ما يقوم به المسجد أو الداعية الفرد، فالجميع يعمل لتطبيق استراتيجية واحدة تلتزم المشروعية الإسلامية العليا، بحيث لا يتعرض الفرد للحيرة بين إعلام وضعي، يجذبه بكافة الوسائل، وبين إعلام ديني محدود الإمكانيات يشده بحكم فطرة الدين الكاملة في الإنسان.

ومن داخل الوظيفة البنائية يقوم الإعلام بنفس الوظائف التقليدية في الإعلام المعاصر، وهي:

-وظيفة التعليم: ولعلّ من أبرز الأدوار التي يقوم بها الإعلام الإسلامي ضمن هذه

الوظيفة⁽¹⁾:

*إشاعة العلم الشرعي والفقہ الديني المتين.

*بلورة التصورات الفكرية الصحيحة عن مختلف جوانب الحياة، والتي تستند إلى الكتاب والسنة وتراث السلف.

*تأصيل المفاهيم والمصطلحات الدينية والتي يتناولها أبناء الصحوة الإسلامية وتحديد مراميها بدقة ووضوح.

-وظيفة التربية: «لوسائل الإعلام عموما دورا كبيرا في مجال التربية، بحيث تخضع هذه

الوسائل في إطار وظيفتها التربوية للنظام الاجتماعي السائد، ووسائل الإعلام الإسلامي تسعى ضمن هذه الوسيلة إلى تربية الشخصية الإسلامية والحفاظ على قيمها وترسيخها، ومحاربة القيم

الغريبة الوافدة ومحاصرتها»⁽²⁾.

(1)-بسام خضر الشرطي، الإعلام الدعوي ودوره في مواجهة التحديات المعاصرة، حوليات كلية الدعوة، ع12، 1419هـ-

1998م، ص654.

(2)- المرجع نفسه، ص654.

ب- الوظيفة الإخبارية: يعتبر الخبر العمود الفقري في الخدمة الإعلامية الحديثة، فقد أصبح البحث عن الأخبار والتقاطها والسبق إليها ونشرها جوهر صناعة الإعلام المعاصرة، لذلك عدت الوظيفة الإخبارية من جمع وتخزين ومعالجة ونشر مختلف المعلومات، من أهم وظائف وسائل الإعلام والاتصال، وتتضمن وظيفة الإعلام الإسلامي الإخبارية محورين أساسيين: «محور دفاعي يصد عن رسالة الإسلام الحضارية، حملات التشويه، والتقييح التي تقوم بها دوائر عديدة معادية للإسلام، ومحور تبليغي يستهدف تقديم صورة شاملة ومتكاملة للإسلام، وتكون هذه الصورة بديلا عن الصورة المشوهة، التي رسمها المغرضون، وأشاعتها وسائل الإعلام الغربية في العالم كله»⁽¹⁾.

ج- الوظيفة المعيارية: معنى الوظيفة المعيارية في الإعلام الإسلامي جهده في وزن المادة المرسله من أجهزة الإعلام في الداخل أو القادمة من الإعلام الخارجي، والإسلام هنا أساس التقويم، وهذه الوظيفة المعيارية بالغة الأهمية، خاصة حينما يكون المجتمع في غفلة عن دينه، فالسبل الإعلامي الوضعي لا يكف عن الاندفاع، وهو في اندفاعه يقدم الغث والسمين، الصحيح والمعتل، المباح والمحظور.

فما هو دور النظرة الإسلامية للإسلام إزاء هذا الحشد الفوضوي من الأفكار؟ إنه الدور المعياري الذي يحدد مدى صلاحية المادة للتقديم في مجتمع إسلامي، فحرية انتقال الأنباء في الأثير بلا موانع يجعل أجهزة الاستقبال في العالم الإسلامي تستقبل بغير انتقاء، ربما وفقا لنوعيات المستمع وما يعتنقه من أفكار، وربما أيضا وفقا لثقته في صدق الرسالة.

فإذا كانت لدينا نظرة إسلامية للإعلام، فإن وظيفتها الوزنية أو المعيارية وحركتها السريعة لمواجهة انعدام الانتقاء سوف تحول بين هذه الأجهزة وبين إحداث الأثر السلبي أو المضاد، والدور المعياري في الإعلام الإسلامي يحتوي وظيفة الإقناع في الإعلام المعاصر ويتضمنها في داخله.

ولكن لا ينبغي أن نتصور أن الوظيفة المعيارية تقوم على إستراتيجية دفاعية بحتة، أي أن كل مهمتها الدفاع عن الإسلام في مواجهة الأخطار الدخيلة والدعاوي المسمومة، بل إن نجاحها

(1)- عبد القادر طاش، الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي، ص100، نقلا عن: محمد الطيب واوي، الإعلام الإسلامي الإلكتروني،

كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2003-2004، ص137.

وستترك الحديث عن خصوصية هذه الوظيفة ضمن تركيبة الإعلام الإسلامي إلى مواضع أخرى.

الحقيقي يكون في قدرتها على الإقناع⁽¹⁾.

د-وظيفة الحفاظ على تراث المجتمع: حيث تسعى وسائل الإعلام الإسلامي على عكس تراث الأمة الإسلامية في أشكال إعلامية مختلفة، كما تعمل على تنقية هذا التراث من كل شائبة ألصقت به، وتعمل على الدعوة إلى مبادئ الإسلام السمحة و قيمه الأصيلة، بطريقة علمية و فنية لتكون هذه القيم منهاج حياة كل مسلم في عمله و بيته و في جميع معاملاته.

هـ-وظيفة التثقيف وتشكيل الوعي: إن تضمين المعطيات الحضارية المتعلقة بالإسلام، من قيم و تراث ثقافي، وتاريخ تحترنه ذاكرة الأمة في رسائل إعلامية هادفة و متقنة و متنوعة تبث عبر الصحف والإذاعات و التلفزيونات المختلفة والانترنت، وكلما توافر من وسائل إعلامية وفق رؤية حضارية واسعة، هو أمر كفيلا بتنمية الوعي الجماهيري الإسلامي، الذي يساهم في بناء الأمة على هدي النموذج الحضاري الإسلامي المنشود⁽²⁾.

و-الوظيفة الترفيهية: إن أهمية هذه الوظيفة واتساع مساحتها في مختلف وسائل الإعلام في عصرنا الحاضر، يفرض على الإعلام الإسلامي أن يولي هذه الوظيفة أهمية خاصة ضمن ما يتيحه الدين الإسلامي من مساحة للترفيه والترويح عن النفس.

هذا إضافة إلى الوظائف المتعددة التي يؤديها الإعلام الحديث، ويوليها الإعلام الإسلامي عناية مميزة في إطار نظرة قيمة متميزة مثل الوظيفة التسويقية، والوظيفة التنموية، ووظيفة تحديث المجتمع وغيرها.

3-عناصر العملية الإعلامية الإسلامية

اختلف الباحثون في تحديد عناصر العملية الاتصالية، إلا أن أكثرهم يرى أنها تشمل على العناصر الخمسة الآتية:

- المرسل للرسالة الإعلامية أو المصدر، سواء كان فردا أو جهازا إعلاميا.
- الرسالة الإعلامية (مضمونها، لوها، مكوناتها...).
- الوسيلة التي تقوم بنقل هذه الرسالة، سواء كانت جريدة أو إذاعة أو تلفزيون... الخ.

(1)-محمد كمال الدين إمام، مرجع سابق، ص169.

(2)-عبد القادر طاش، الإعلام قضايا الواقع، ص94. نقلا عن: محمد المنيب، مرجع سابق، ص145.

-المستقبل للرسالة الإعلامية على اختلاف مستوياته.

-الاستجابة للرسالة الإعلامية (الأثر)، وهو الهدف النهائي للرسالة الإعلامية.

وقد لخص هارولد لازويل (Harold Lasswell) عناصر العملية الإعلامية في عبارته المشهورة: من؟ يقول ماذا؟ بأي وسيلة؟ إلى من؟ وبأي أثر؟

إن هذه العناصر هي الأركان الأساسية للعملية الإعلامية، بحيث يمثل كل ركن ركيزة هامة قد يؤدي إهمالها إلى فشل العملية الإعلامية، وتأخذ هذه العناصر أبعادا خاصة في الإعلام الإسلامي، تنبع من خصوصيته القيمية «فالنشاط الإعلامي هو وجه من وجوه النشاط الإنساني الذي لا يمكن أن ينطلق من فراغ، أو أن يتجه أيضا إلى فراغ، وكل نشاط إعلامي في أي مجتمع من المجتمعات البشرية لا ينفصل انفصالا تاما عن عقيدة ذلك المجتمع أو إطاره الفلسفي، الذي يمثل مرجعيته العليا، سواء كان هذا الإطار متزلا أو وضعيا»⁽¹⁾.

3-1- المرسل (من؟ Who):

إن رجال الإعلام في الإعلام الإسلامي هم وكلاء هذه الأمة، ذلك أن الكلمات التي يكتبونها أو يقولونها قد تحدث أثرا فعالا في الجماهير المسلمة، تغير مسارها، لذلك فإن على رجل الإعلام الحصيف أن يركز اهتمامه في نقطتين أساسيتين هما⁽²⁾:

- أن يعرف ماذا يريد بعملية الاتصال.

- أن يعرف كيف يوجه رسالته بما يمنحها أكبر قوة تأثير ممكنة في عقلية الجماهير.

ولا بد لمن يقوم بهذه المهمة العظيمة أن يراعي في نفسه بعض المقومات التي تعينه على أداء هذه المهمة على أكمل وجه، ويمكن إجمال مقومات شخصية الإعلامي المسلم في ثلاثة أمور:

أ- شخصية ربانية: تعني أن عملها أمانة، وأنها مسؤولة عنها بين يدي ربها، وأبرز مقومات هذه الشخصية:

-الإخلاص: وهو أن لا يقصد الإعلامي المسلم بعمله غير وجه الله عز وجل، وابتغاء مرضاته، ونشر شريعته بين الجماهير، يقول تعالى: ﴿وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ

(1)- جريدة العالم الإسلامي، رابطة العالم الإسلامي، ع1582، 20 ديسمبر 1998، ص2.

(2)- محيي الدين عبد الحلیم، الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي، دط، دار الفكر العربي، مصر، دت، ص30.

الفصل الثالث، الفضائيات الإسلامية والأحداث الإخبارية

الَّذِينَ هَنَأُوا وَيُؤْمِنُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَكَانُوا بَيْنَ يَدَيْ الْقِيَامَةِ ﴿البينة: 05﴾، وتؤكد أهمية الإخلاص للإعلامي لما يتعرض إليه من فتن ومزالق، كالرياء والشهرة والانحرافات والإغراءات⁽¹⁾.

-الصدق القولي والعملي: والإعلامي المسلم يجب أن يتصف بالصدق في كل ما يحصل عليه من أخبار، ويقدمها للنشر أو الإذاعة، ولا يخشى في الحق لومة لائم، فالصدق هو جوهر الإعلام الإسلامي، وبذلك ينقل معلوماته الصادقة بفاعلية المؤمن بمبادئه المتيقن من صدقها، الشاعر بقيمتها، فيمثل أداة اتصال ووسيلة إعلام متحركة، لها قوتها التأثيرية الفعالة والمباشرة⁽²⁾.

-استشعار رقابة الله عز وجل، فالإعلامي -كحال المؤمن- مسؤول عن كل تصرفاته وأقواله يوم القيامة، ومن المعالم القرآنية التي وجب على الإعلامي المسلم أن يسترشد بها قوله تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ لَا يَخْفَىٰ عَلَيْهِ شَيْءٌ فِي الْأَرْضِ وَلَا فِي السَّمَاءِ﴾ [آل عمران: 05]، وقوله تعالى: ﴿يَعْلَمُ خَائِنَةَ الْأَعْيُنِ وَمَا تُخْفِي الصُّدُورُ﴾ [غافر: 19].

ب-شخصية علمية: إن إعداد الإعلامي المسلم من الناحية العلمية وجب أن يراعى فيه:

-الإعداد الأصولي والفكري: بتعريفه بالأصول العقدية، والفكرية والتشريعية للإسلام من خلال مجموعة مختارة من المقررات الشرعية والفكرية في القرآن الكريم، والتوحيد والتفسير والحديث والفقه والثقافة الإسلامية.

-الإعداد اللغوي والتدقيقي: بتدريبه بعض المقررات في اللغة نحواً و صرفاً وفقها، وأن يسعى إلى التمكن من فنون القول والبيان والتعبير والأسلوب والتذوق الأدبي⁽³⁾، ويجب أن يشمل الإعداد اللغوي اللغة العربية وكذا لغة أجنبية على الأقل.

-الإعداد الثقافي العام: وهذا يتطلب الإلمام بالواقع الذي يعيش فيه، من حيث قضاياها

(1)- طه أحمد حميد، نحو إعلام إسلامي هادف، الإعلام الإسلامي، الواقع والطموح، بحوث وأوراق عمل، ط1، دار الفجر، العراق، دار النفائس، الأردن، 1427هـ-2007م، ص31.

(2)-محمد فريد، دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984، ص419.

(3)-عبد القادر طاش، إضاءات حول الإعلام الإسلامي، كتاب الأمة، ص28. نقلا عن: مجلة الرواسي، ع4، نوفمبر 1991، ص6.

العقل الثالث: الخصائص الإسلامية والأداء الإخباري

ومشكلاته وأحداثه وتيراته، كما يتطلب الإمام بعض المعارف والعلوم المعينة له على فهم هذا الواقع وتحليله، وهي علوم وثيقة الصلة بالإعلام، كعلم النفس والاجتماع والعلوم السياسية والاقتصادية⁽¹⁾.

ج- شخصية مهنية: وأما من حيث الصفات المهنية، فالإعلامي المسلم مؤمن برسالته متفهم طبيعة عمله، قادر على التكيف مع جماهيره، متحمس لمشاكلهم، مدرك لأبعاد حياتهم، شغوف بعمله، محب له، يتوافر له الذكاء والموهبة والاتزان والقدرة على التصرف السليم في المواقف الصعبة، والخلفية الثقافية الواسعة المتنوعة، حاصل على القدر الكافي من الدراسة الإعلامية الشاملة والمتعمقة في مجال تخصصه⁽²⁾.

إضافة إلى ما سبق ذكره، فإن على رجل الإعلام الإسلامي أن يتمتع بالخصائص القرآنية الإعلامية، والتي يحملها فيما يلي⁽³⁾:

- استحضار النظرة الغيبية إلى جانب الحسابات المادية.
- الموضوعية والاتصاف بروح التبعية للحقيقة أينما كانت.
- الهدفية في كل خطوة.
- التنسيق والانسجام بين كل الخطوات والجوانب قال تعالى: ﴿كَبُرَ مَقْتًا مِمَّنْ لَبَسَ أَلْفَاكًا لَا تَفْعَلُونَ﴾ [الصف: 3].
- الواقعية والتفاعل المستمر مع الأحداث الاجتماعية.
- المنطقية في العرض والابتعاد عن السطحية.
- التفاعل الوجداني الحاراري مع الهدف وحمل هم الرسالة للعمل على زرع الحماس الإسلامي للقضية الإسلامية من خلال ذلك.
- الأخلاقية الإعلامية؛ أي الالتزام الكامل بالأخلاق الإسلامية في المجال الإعلامي.
- تنويع الأساليب الإعلامية وهو مقتضى تطبيق مبادئ الحكمة والموعظة الحسنة.
- العالمية في الاهتمام.

(1)- المرجع السابق، ص 4.

(2)- طه أحمد حميد، مرجع سابق، ص 35.

(3)- محمد علي التسحيري، النهوض الثقافي في المجال الإعلامي، مئتي الفكر الإسلامي التاسع عشر، 19-27 سؤال 1405هـ/8-16 يوليو 1985م، بجاية، مجلة الأصالة، ص 371-373.

-رصد التحركات التأميرية على وجود الأمة الإسلامية.

-التأكيد على النقاط المشتركة الجامعة، ومن ثم الاتجاه لحل الخلافات في النقاط المختلف عليها.

3-2-الرسالة:

وهي مجموع «الأفكار والمفاهيم والإحساسات والمهارات والاتجاهات التي يرغب المرسل في إشراك المستقبل فيها، فالاتجاهات الفكرية والأفكار الجديدة التي يقدمها رجل الإعلام في كلمات أو صور أو إشارات رمزية أخرى، تعتبر رسائل إعلامية يرغب المرسل في إشراك المستقبل فيها»⁽¹⁾.
ويلخص عزري عبد الرحمن أنواع المعرفة التي تتضمنها الرسالة الإعلامية في الإسلام في⁽²⁾:

-المعرفة المعلوماتية: وترمز إلى البيانات والإحصاءات والمستندات والمعلومات التي تمكن الفرد المسلم من التحكم في محيطه الاجتماعي والاقتصادي والنفسي والصحي، يقول أرثر شلازغر «اعط أي إنسان معلومات دقيقة وصحيحة ستكون فرصة الخطأ واردة لدى هذا الفرد، ولكن فرصة الوصول إلى الحقيقة تظل معه إلى الأبد، أعط أي إنسان معلومات خاطئة أو مشوهة أو ناقصة، وإذن فإنك تكون قد حرمته من هذه الفرصة وحطمت كل جهاز تفكيره ونزلت به إلى ما دون مستوى الإنسان».

-المعرفة التجارية: التي تعرفنا عن تجارب الناس في معاناتهم اليومية وعن تجاربهم التي أنعمهم الله بها قصد استلهاهم دلائلها في الزمان والمكان وتوثيق الصلة بين أفراد المجتمع الإسلامي.

-المعرفة الانعتاقية: وهي المعرفة التي تقترح الحلول للمشاكل والتحديات الآنية، التي يعانها المجتمع الإسلامي، إن الإعلام الإسلامي لا يشخص الداء، ولكنه يأخذ بيد المسلم حتى يعود هذا العضو إلى مكانته في جسم المجتمع.

وللرسالة في الإعلام الإسلامي مجموعة من الخصائص والضوابط نذكر منها:

-تتميز الرسالة الإعلامية الإسلامية بالصدق في كل ما تنقله، فهي تستقي معلوماتها من مصادرها الموثوقة، وتنقل عنها بأمانة ودقة، لكي لا تشوب مصداقية تلك الرسالة أية شائبة، إذ الصدق صفة من الصفات التي دعا إليها الإسلام، قال تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ

(1)-محبي الدين عبد الخليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، ص34.

(2)-عزري عبد الرحمن، تعثر الرسالة في عصر الوسيلة، حوليات جامعة الجزائر، ع4، 1989-1990، ص41.

الفصل الثالث: الفضائيات الإعلامية والأداء الإخباري

وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴿ [التوبة: 119]، وإلى جانب الصدق، فإن الرسالة الإعلامية الإسلامية رسالة موثقة لأنها مبنية على قواعد التثبت التي أمر الله بها، لقوله ﷺ: «من كذب عني متعمدا فليتبوأ مقعده من النار»⁽¹⁾، وقوله ﷺ: «من تحدث عني بحديث يرى أنه كذب فهو أحد الكاذبين»⁽²⁾.

-تعتمد الرسائل الإعلامية الإسلامية منهاجا يتصف بالوسطية و الاعتدال ويتعد عن الغلو والتشدد ويختار من المواقف والآراء ما يعزز منحى التيسير والتبشير ويتعد عن التعسير والتنفير.

-تبني توجهات المواقف المراد تثبيتها بواسطة الرسالة الإعلامية الإسلامية، على أسس سليمة، تستند إلى أصول الإقناع الإعلامي المؤثر، وليس على استهواء العواطف أو الإثارة المفتعلة⁽³⁾. ويتجسد ذلك من خلال اعتماد الأسلوب الموضوعي القائم على التحليل والوضوح والتأمل واتخاذ كافة الوسائل التي تنمي ملكة الفكر لدى الإنسان.

-تعتمد إستراتيجية التأثير في الرسائل الإعلامية الإسلامية على سياسة النفس الطويل، حتى تحقق أهدافه، فهذا النوع من الرسائل الإعلامية الذي يمس جوانب حساسة من حياة الإنسان - عقيدته على وجه الخصوص-، يناسبه التأثير التراكمي طويل المدى، كما أكده خبراء الإعلام.

-يراعى في الرسالة الإعلامية الإسلامية أن تم أكبر عدد من الجماهير المستقبلية لها ويتحقق ذلك بأن لا تتعارض هذه الرسالة مع عادات الجماهير وتقاليدها الراسخة، فالإسلام يعتمد المرحلية في التغيير، والمنطق يكون بأن تشعر أن الجماهير بحاجة إلى موضوع الرسالة الإعلامية الإسلامية، وأنها تعالج مشاكلهم وتتناول مختلف قضاياهم الدينية والدينية، وهذا لا ينفي أن تراعي المستويات المختلفة للجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية وخصائص فئاته، فتوجه الرسالة باللغة التي يفهمها هذا الجمهور، ويتجاوب مع معانيها⁽⁴⁾.

⁽¹⁾-رواه الترمذي، كتاب العلم، باب: في تعظيم الكذب على رسول الله صلى الله عليه وسلم، مج4، ص143. وأبو داود، صحيح سنن أبو داود، كتاب العلم، باب: في التشديد في الكذب على رسول الله صلى الله عليه وسلم، تحقيق: ناصر الدين الألباني، ط1، مكتبة المعارف، 1419هـ-1998م، مج2، ص409.

⁽²⁾-رواه الترمذي، كتاب العلم، باب: من روى حديثا وهو يرى أنه كذب، مج4، ص143.

⁽³⁾-عبد القادر طاش، الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي، ص101، نقل عن: محمد الطيب زاوي، الإعلام الإسلامي الإلكتروني،

رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003-2004، ص71

⁽⁴⁾-محمي الدين عبد الخليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، ص34.

الفصل الثالث: الفضائيات الإسلامية والأداء الإخباري

- يجب أن تتمتع الرسالة الإعلامية الإسلامية بالدقة والبساطة والوضوح، وأن تستبعد منها العبارات والألفاظ المعقدة والغامضة.

- تستجيب الرسالة الإعلامية الإسلامية لطبيعة الوسيلة المبتوثة عبرها، فالرسالة الإذاعية تتطلب شروطاً وأساليب صياغة وطرق عرض تختلف عن الرسالة الموجهة عن طريق التلفزيون الذي يعتمد على الصورة إلى جانب الصوت⁽¹⁾.

- الرسالة الإعلامية الإسلامية عامة وشاملة، عموم الإسلام وشموله، ذلك لأن الإعلام الإسلامي ليس إعلاماً دينياً يقتصر على العبادات والعقائد والوعظ والإرشاد، ويهمل شؤون الدنيا، بل هو إعلام شامل يهتم بهذا وذاك.

- لا مجال في الرسالة الإعلامية الإسلامية للإسفاف أو اللجوء إلى السب والتجريح والقذف ونشر الصور الخليعة والحوادث المثيرة والماجنة، وقصص الجنس بصفة مباشرة أو غير مباشرة⁽²⁾.

- تمزج الرسالة الإعلامية الإسلامية بين إسلامية المنهج وفنية الأسلوب الإعلامي، فالمنهج الإسلامي لا يعني أن تكون المادة المعروضة ذات صبغة وعظية محضة، وفنية الأسلوب "لا تعني الابتذال والسقوط إلى حد الأفكار التافهة والتعبيرات الخليعة والعبارات الماجنة"⁽³⁾.

- تلتزم الرسالة الإعلامية الإسلامية بكشف المفاصل التي تقع في المجتمع، ولكنها لا تقف في حدود عرض الخلل في المجتمع، فهي تبين ما في الإسلام من حقائق وأحكام ونظم لإصلاح واقع المسلمين، مما يأخذ بيدهم إلى الحق والصواب، ويخرجهم من الظلمات إلى النور⁽⁴⁾.

- تصاغ الرسالة الإعلامية الإسلامية في قوالب فنية متنوعة، مشوقة وجذابة، وتبتعد عن الجمود والتقليل، إلا أنها تراعي في ذلك كله ضوابط الشرع وحدوده.

وفي الأخير نقول: إن الرسالة الإعلامية الإسلامية «هي جميع المضامين الإعلامية التي تستجيب لروح الإسلام ومبادئه وشموله وعموميته، والتي يتم التعبير عنها بأسلوب إعلامي راق

(1)- المرجع السابق، ص 35.

(2)- محمد لعقاب، مرجع سابق، ص 73.

(3)- محمد رجب الشتوي، الدعوة الإسلامية، ص 119.

(4)- سحر محمد وهي، مرجع سابق، ص 189.

مباشراً أو غير مباشر، يترك أثراً في نفوس مستقبلية تبعاً للأهداف التي يرسمها»⁽¹⁾.

3-3- الوسيلة:

الوسيلة هي كل ما يستعمله المرسل لنقل رسالته إلى المتلقي، من لغة لفظية وكتب ونشريات وإذاعة وتلفزيون... الخ، وتعرف بمسميات عدة منها: الأداة والوسيط Medium والقناة Chanel. «وقد ترك الإسلام للمسلمين مجالاً واسعاً لاختيار هذه الوسائل، واستغلال التقنيات الإعلامية المختلفة المنطوقة منها والمسموعة والمرئية العابرة للبطاح، والهضاب، والبحار، والقارات، وتدخل هذه الوسائل جميعها فيما قال عنه رسول الله ﷺ: «أنتم أعلم بشؤون دنياكم»، فالإسلام يترك لنا اختيار الوسيلة مع المحافظة على الفحوى الذي يجب أن يكون إسلامياً، أي مطابقاً للأصول غير مخالف لها»⁽²⁾.

واستغلال وسائل الإعلام الحديثة يحقق للمجتمع الإسلامي مجموعة من المكاسب نذكر منها⁽³⁾:

- وسائل الإعلام المعاصرة هي الأقدر على إبلاغ الرسالة الإسلامية وإيصالها إلى الناس.
- هناك طوائف ممن لم تبلغهم رسالة الإسلام، ويموت كل يوم منهم الآلاف على الكفر وهم لم يسمعوا بدعوة الإسلام أو لم تبلغهم بطريقة صحيحة، ومسؤولية هؤلاء تقع على عموم المسلمين، وكثير منهم لا يمكن الوصول إليه ومخاطبته إلا من خلال وسائل الإعلام العامة.
- قوة تأثير هذه الوسائل الإعلامية وما تتميز به من خصائص، فالتلفزيون مثلاً يمزج بين الصورة والصوت، والمذياع يمكن سماعه في أي مكان، أما الصحيفة فيمكن نقلها من مكان لآخر.
- قدرة هذه الوسائل على مخاطبة قطاع عريض من الناس بجهد وتكلفة أقل.
- إن هذه الوسائل تعرف الناس بالعلماء والدعاة الذين لا يذيع صيتهم ولا تنتشر دعوتهم إلا إذا دخلوا هذه الوسائل.

- هناك طوائف كثيرة من المسلمين لا يستمعون للمواعظ والأشرطة ولا يقرؤون الكتاب

(1) - محمد طيب زاوي، مرجع سابق، ص 74.

(2) - عبد الهادي بوضال، سياسة الإعلام في الإسلام، الإسلام اليوم، ع 13، 1406 هـ - 1986 م، ص 12.

(3) - محمد بن عبد الله الدويش. المشاركة في وسائل الإعلام بين المنصاح والمنقاد، مجلة البيان، ع 183، جانفي 2003، ص 15.

الفصل الثالث: الخصائيات الإعلامية والأداء الإخباري

الإسلام، أو لا تصل إليهم هذه الوسائل، وهؤلاء يعيشون في غفلة وإعراض عن الدين، فيحتاجون لموعظة تؤثر في قلوبهم أو حديث عن محاسن الإسلام، أو خطاب يحرك عواطفهم ومشاعرهم، وليس من طريق هؤلاء إلا وسائل الإعلام التي تخاطب عامة الناس.

3-4-المستقبل:

وهو غاية عملية الإعلام وهدفه النهائي، الذي يسعى المصدر للتأثير فيه، وإحداث التغيير المرجو في سلوكه أو تعديل قناعاته، والإعلامي المسلم انطلاقاً من عالمية الإسلام وجب عليه الإحاطة بالجمهور المستهدف في رسائله الإعلامية المختلفة، وتشمل هذه الإحاطة مجموعة من الخصائص نذكر منها⁽¹⁾:

-**الخصائص الديموغرافية:** وهي الخصائص المتصلة بالسن والجنس ودرجة التعليم والمهنة والقطاعات الوظيفية، ومستوى الدخل، والدين، والعنصر، والحالة الزوجية والاجتماعية، حيث يتم تقسيم فئات الجمهور طبقاً لهذه الخصائص إلى فئات نوعية يسهل تصميم برامج إعلامية واتصالية ملائمة لها.

-**الخصائص الحضارية:** المتعلقة بالسلوك الإنساني ومحدداته، العادات والتقاليد والعلاقات والسمات الشخصية، وترتبط هذه الخصائص بمجموعة من المتغيرات الأساسية، من أهمها: أسلوب الحياة، تصور الإنسان ومدرجاته وانطباعاته، الجماعات المرجعية.

-**الطبقة الاجتماعية:** وهو المعيار الذي يتم بمقتضاه تقسيم فئات الجمهور اجتماعياً إلى طبقات معينة متجانسة بداخلها، مما يؤدي إلى إمكانية تحديد أنماط التفكير ومستوياته داخل كل طبقة ودرجة تأثير الإعلام على الطبقات المختلفة.

3-5-الأثر (الاستجابة):

وهو «ما تحدثه الرسالة من استجابة، سواء في جانبها السلبي أو جانبها الإيجابي، وأياً كان مصيرها الرفض أو القبول»⁽²⁾.

إن الهدف النهائي لعملية الاتصال هو إحداث الأثر المطلوب في جمهور المستقبلين للرسالة

(1)- سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالخصائص والرأي العام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص130-133.

(2)- محمد كمال الدين إمام، مرجع سابق، ص52.

الفصل الثالث: الخصائص الإعلامية والأداء الإخباري

الإعلامية، فالاتصال يسعى إلى تحقيق رد فعل أو استجابة، وهذا هو العنصر الأخير من عناصر العملية الإعلامية كما حددها هارولد لازوير بقوله: «With Which effect».

«إن قوة الرسالة الإعلامية تتعلق بمقدار ما تحمله من أطروحات تتوافق مع فكر الجمهور ومشاعره ووجدانه، بحيث يتقبلها ويبني قناعاته، كما يرسم أهدافه على ضوءها، وإذا التزمت المؤسسة الإعلامية بالضوابط الشرعية، سيكون ذلك كفيلا لاستمالة المستقلين واستجابتهم»⁽¹⁾.

(1) - طه أحمد حميد، مرجع سابق، ص 30.

المبحث الثاني: الفضاءات الإسلامية والممارسة الإعلامية

إن أهم ما يميز هذا العصر من الناحية الإعلامية هو البث المباشر، والذي مكن حقيقة من تحويل هذا العالم الواسع إلى قرية صغيرة، تتصارع فيها الأفكار والمعتقدات والقيم، وإدراكا منهم لأهمية هذا الصراع دخل العرب والمسلمون هذا المجال بقوة، فتعددت القنوات الفضائية وتنوعت مضامينها، وبرز الإعلام الإسلامي من خلال الفضاءات الإسلامية التي رسمت لنفسها مساحة مميزة ضمن إطار المشاهدة للمشاهد المسلم.

1- البث الفضائي المباشر:

قبل الاندفاعات التكنولوجية الجديدة المتمثلة في البث الفضائي المباشر، والشبكة الدولية لنقل المعلومات، كانت شبكة الإعلام الدولي تقتصر على الإذاعات الموجهة ووكالات الأنباء والصحف ذات الطابع الدولي، وكان من الممكن لكل بلد أن يمارس سيادته الإعلامية ضمن حدوده، ويمنع أو يحد من وصول أي رسالة إعلامية تتناقض مع مصالحه وأهدافه إلى جماهيره، غير أن الوضع تغير جذريا، بتغير تضاريس الخريطة الإعلامية، وأصبح العالم -وجها لوجه- أمام حقائق إعلامية تختلف تماما عما سبق⁽¹⁾. تطبعها وتصيغ مفرداتها حضارة البث الفضائي المباشر.

ويعرف البث الفضائي المباشر بأنه «ذلك الإرسال الذي يتم بصفة آنية من محطة الإرسال مباشرة إلى جهاز التلفزيون الفردي، دون أي وسيط، ويمثل ذلك الإرسال الإذاعي الذي لا يتقيد بحدود المكان والزمان»⁽²⁾.

ويرى الباحثون أن بداية التفكير في العمل بالبث التلفزيوني الفضائي المباشر، ترجع إلى أواسط السبعينيات من القرن الماضي، فقد شهد عام 1976 انطلاق مشروع قمر صناعي خاص بالبث التلفزيوني المباشر في القارة الأوروبية، ثم تلى ذلك قيام عدد من المبادرات، سواء كانت انفرادية أم كانت ثنائية على غرار الاتفاقية الموقعة بين فرنسا وألمانيا الفيدرالية في أكتوبر 1979، والتي أنجبت فيما بعد القمر الصناعي الفرنسي "TDF1" في أكتوبر 1985، و"TV SAT" الألماني في عام

(1) -أديب حضور، الإعلام والأزمات، ط1، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 1999، ص20.

(2) -عزي عبد الرحمن وآخرون، عالم الاتصال، دط، دد، الجزائر، 1992، ص371.

1985، ثم جاء بعده القمر الصناعي "TDF2" في أبريل 1990، ولم يكن المختصون في الثمانينيات يتوقعون أن عملية البث بواسطة الأقمار الصناعية ستتطور بهذه السرعة. ومن العقبات التي كانت تشد أنظار المختصين والمهتمين بقطاع صناعة الأقمار الصناعية للبث التلفزيوني المباشر، هي الصعوبات التقنية وتكلفة أجهزة الاستقبال، خاصة الهوائيات المقعرة، فلم يكن بوسع المستقبلين التقاط البرامج التلفزيونية بواسطة الأقمار الصناعية إلا بتوافر شروط أو ظروف مساعدة، وفي مقدمتها هوائي يزيد قطره عن 2م، من هنا كانت عملية الاستقبال وامتلاك الهوائيات المقعرة في البداية وقفا على المؤسسات العامة، وكذلك الفئات المسورة اجتماعيا، لنتشر فيما بعد بفضل الاتجاه إلى إنتاج الهوائيات الصغيرة ذات الاستعمال الفردي والأسعار المتيسرة، في ظل تنافس شركات صناعة التلفزيون ولواحقه⁽¹⁾.

1-1- الجهود العربية والبث الفضائي المباشر:

تعود فكرة إنشاء منظمة اتصالات فضائية عربية إلى عام 1967، في اجتماع مجلس وزراء الثقافة والإعلام العرب في مدينة بترت بتونس، وعقد الخبراء العرب سلسلة من الاجتماعات أثمرت عن توقيع اتفاقية إنشاء المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية "Arab Sat" في المؤتمر التنفيذي الثالث لوزراء المواصلات العرب، الذي عقد بالقاهرة في نيسان 1976، بهدف توفير واستثمار قطاع فضائي عربي للخدمات العامة والمتخصصة في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية لجميع الدول الأعضاء في الجامعة العربية، بالإضافة إلى مساعدة الدول العربية فنيا وماديا في تصميم وتنفيذ المحطات الأرضية، وإجراء الدراسات والبحوث الخاصة بعلوم وتكنولوجيا الفضاء. وفيما يخص أقمار "Arab Sat"، فتتضمن ثلاثة أجيال من الأقمار:

الجيل الأول: بدأ مع الإطلاق الأول في فيفري 1985 لعرب سات 1، ثم أطلق القمر الثاني عربسات ب 1 "Arab Sat1B" في 17 حزيران 1985، بواسطة مكوك فضائي أمريكي يحتوي على 25 قناة صالحة للعمل، وفي 28 شباط 1992 تم إطلاق القمر الصناعي الثالث "Arab SatC3"، بواسطة الصاروخ الفرنسي "أريان"، ونتيجة انتهاء عمرهما الافتراضي، تم الاستغناء عن القمر الصناعي "Arab SatA1" في 31 تموز 1992، و"Arab Sat1B" في نيسان 1993، ليبدأ تشغيل الجيل الثاني من أقمار عربسات بعد فترة انتقالية، تم الاعتماد خلالها على القمر

(1)-محمد شطاح، قصايا الإعلام في زمن التكنولوجيا والإيديولوجيا، ص16-17.

الصناعي "Arab Sat1D"⁽¹⁾.

الجيل الثاني: في إطار سعي المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية عربسات إلى تلبية الطلب المتزايد على قنواتها، ومواكبة التطور المستمر في تقنيات البث والاتصال عبر الأقمار الصناعية، جرى في 9 تموز 1996 إطلاق القمر الصناعي العربي الأول من الجيل الثاني عربسات 2A "Arab Sat2A"، ووضعه في مداره بواسطة الصاروخ الفرنسي أريان، انطلاقاً من قاعدة غويان الفرنسية، ويضم "Arab Sat2A" نحو 34 قناة على حزمتي "Ku.Band, C.Band" ومن مميزاته أن قدرته الإشعاعية أقوى من قدرة أقمار الجيل الأول، وفي تشرين الثاني 1996 أطلق القمر الصناعي من الجيل الثاني "Arab Sat2B"، ويستطيع الجيل الثاني لأقمار عربسات أن يوفر الاحتياجات الأساسية للاتصالات في الوطن العربي، وبعض البلاد المجاورة، إذ يقدم الخدمات الاتصالية التقليدية فضلاً عن الخدمات الرقمية الجديدة⁽²⁾.

الجيل الثالث: ولد هذا القمر نتيجة الحاجة إلى تكنولوجيا أكثر تطوراً ووضوحاً ودقة، وسهولة الاستقبال، كما يأتي في ضوء الحاجة إلى ثقافة رقمية جديدة "Digital Technology" ملبية للعصر، وقد اتخذ اسماً جديداً له وهو "عربسات 3" "Arab Sat3A"، يعمل على الحيز "Ku.Band" وتردد عالي يتراوح بين 17,3 إلى 18,1 فيقاهرتز، وهو يضمن قيمة وجودة عالية من الإرسال وخاصة البرامج التلفزيونية⁽³⁾.

1-2- البث الفضائي غزو أم حضارة:

لقد صار الكون قرية صغيرة في عصر سمي "السموات المفتوحة"، تلاشت فيه الحدود القومية وألغيت الحواجز بين الحضارات وتداخلت ثقافات الشعوب، قلبت موازين قوى دولية، بل اقتلعتها من جذورها، وانهارت جدران وسياسات وخلع رؤساء وتدخلت جيوش وصورت بعدسات الكاميرا وهي تضرب بقاعاً ومدناً وأهدافاً بالصواريخ، وشاهد الجمهور حرباً حقيقية، بلا مونتاج ولا حذف، كل ذلك تم بفعل شارات البث الفضائي المباشر، الذي يعد ثورة اتصالية تكنولوجية

(1) -عبد الرزاق محمد الديلمي، عولمة التلفزيون، ط1، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1425هـ-2005، ص95.

(2) -المرجع نفسه، ص95.

(3) -ياسين خضير البياتي، الاتصال الدولي والعربي: مجتمع المعلومات ومجتمع الورق، ط1، دار الشر وق للنشر والتوزيع، الأردن،

2006، ص372.

فاعلة⁽¹⁾.

هذه التكنولوجية التي أثارَت عديد التساؤلات بين الباحثين والملاحظين، بين مؤيد وبين معارض، بل بين مؤيد معارض ومعارض مؤيد، نتيجة لصعوبة الفصل بين الحالين، لذلك سنحاول فيمايلي عرض الدوافع الكامنة وراء موقف كل طرف، من خلال عرضنا لتأثيرات البث التلفزيوني المباشر على النحو الآتي⁽²⁾:

-ازدياد عدد خيارات المشاهدين من البرامج التي تقدمها المحطات الفضائية، إذ سيواكب تعدد المحطات إنتاج كم كبير من البرامج، مما أدى إلى زيادة تبادل البرامج بين القنوات المحلية والفضائية.

-أحدث البث الفضائي المباشر ثورة في ميدان جمع الأخبار وبثها، بالرغم من تكاليفها الباهضة، وقد تمكن المراسل أو القائم بالاتصال أن يجرر خيرا أو تقريرا آتيا من محطة إلكترونية، وبفضل الأقمار الصناعية تصل هذه الرسائل إلى ملايين من المشاهدين.

-وقد أدت محطات البث الفضائي إلى فتح الباب أمام تفاعلات جديدة، وإعادة بعض المفاهيم التقليدية في مجال العلاقات الدولية، إذ سيقود ذلك إلى بروز أنماط جديدة من التفاعلات بين أطراف دولية في دول مختلفة وبعيدة عن بعضها البعض، حيث ستقصر المسافة بين الأمم البعيدة وبالتالي ستخفض حدة الشكوك ومشاعر العداوة.

-إن المحطات الفضائية ستساعد على إمكانية التفاهم بين البشر بين مختلف مناطق العالم بأجناسهم وألوانهم وإيجاد حسن النية والتفاهم بين شعوب الدول الكبرى والصغرى، وتعزيز الديمقراطية، كما تسهم في إشاعة التماثل بين ألوان البشر، والحد من العنصرية، فضلا عن خلق نظم سياسية جديدة تساعد في تكوين نزعة سياسية عالمية وتقريب الشعوب وتعزيز الاتصال الجماهيري العالمي.

-تجعل الفضائيات عمليات انتقال القيم من مجتمع إلى آخر من السهولة واليسر، بحيث يمكن الحديث مستقبلا عن مجتمع معلومات عالمي.

(1)-محمد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1427هـ-2006م، ص269.

(2)-إياد شاكر البكري، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، ط1، دار الشروق، عمان، الأردن، 1999، ص235-266.

الفصل الثالث: الفعاليات الإعلامية والأحداث الإخبارية

- أشار المختصون في الإعلام إلى أن الاتصالات الحديثة لها تأثير كبير على مستوى التعليم، حيث أنها توفر فرص تعليمية أكبر من تلك التي كانت من قبل استخدام الأقمار الصناعية، وبذلك ستكون المعرفة الإنسانية متاحة على مستوى عالمي، مما يساعد في التعجيل من عمليات التنمية.

إن هذا بعض ما يذكر عند الحديث عن مزايا البث التلفزيوني بصفة عامة، وإن كان البعض منها مثاليا ولا ينسجم مع الواقع، أما بالنسبة للدول الإسلامية فإن البث التلفزيوني المباشر قد وفر: - إمكانية تقارب كبيرة بين الدول الإسلامية، عرفت شعوب العالم الإسلامي ببعضها وفككت الحواجز الوهمية التي فصلت بينها فيما سبق.

- قيام قنوات للإعلام الإسلامي كان لها دورا بارز في إعادة تشكيل وصياغة صورة المسلمين عن دينهم وعن أنفسهم، كما عرفت الغير (غير المسلمين) بهذا الدين.

للبث التلفزيوني المباشر العديد من التأثيرات السلبية على الأمة الإسلامية، يمكن تحديدها في النقاط الآتية⁽¹⁾:

- التحدي الفكري: تشكل القنوات الفضائية الوافدة تيار تحدي فكري، حيث لم يألف الإنسان العربي مثل هذا التدفق في المعلومات والأفكار والأوضاع، ويجد فيه الكثير من الاختلاف عما هو مألوف، لذا من المحتمل أن يحدث هذا التيار هزة في تفكيره، وقد شكلت تلك الهزة حافزا يدفعه إلى التمعن في فكره بشكل أوسع، على أساس أن مشكلات جديدة ستبدو أمامه.

- إثارة التفتح السمع: تتيح القنوات التلفزيونية الوافدة احتكاك المشاهد بثقافة تختلف عن ثقافته، بل تناقض قيمه، مما يشكل تهديدا للهوية الثقافية والحضارية الإسلامية.

- إثارة التطلعات: إن من بين الآثار الأساسية التي تحدثها الوسائل الجماهيرية هي رفع التطلعات، وهكذا فإن القنوات التلفزيونية الوافدة سوف تسهم في تنمية تطلعات كثيرة، منها ما هو غير مخطط لها على المستوى الوطني، ومنها ما هو معارض تماما لها.

- تغيرات في الثقافة: هناك عوامل عديدة للتغيير الثقافي، يشكل الاتصال أحد هذه العوامل، ومن المحتمل أن يقود الاتصال عبر القنوات التلفزيونية إلى تغيرات في السمات والعناصر الثقافية، وإلى تغيرات في انتظام تلك العناصر، ومن المحتمل أن تظهر الصراعات في كثير من الجوانب،

(1) - محمد هاشم الهاشمي، مرجع سابق، ص 272.

كالفنون والأدب واللغة وأحاديث الناس وأزيائهم ومأكلاتهم.

- زخم المعلومات والأخبار: تجعل القنوات الوافدة نسبة من الأفراد منشغلة بكثير من أخبار الحروب والكوارث، وأعمال العنف والقسوة، كما تشيع صورة عن العالم وأحداثه ووقائعه، مع أنها تبدو للجمهور صور واقعية، إلا أنها في حقيقة الأمر وليدة ما يقرره المراسلون والمحرون والمصورون وغيرهم من حراس البوابات.

- حصول تبدلات في السلوك الاستهلاكي: ومن المحتمل أيضا، أن تغير من أنشطة الناس لإشباع حاجاتهم، وفي مجمل أوجه الاتفاق على السلع والخدمات فالمواد التلفزيونية تنبه الأذهان إلى كثير من السلع والخدمات، ولا يتضح ذلك في الإعلان فحسب، بل في الكثير من المواد التلفزيونية الأخرى، مما يسهم في خلق مجتمع استهلاكي بالدرجة الأولى.

- تنمية الانبهار بالغرب: عملت وسائل الدعاية الغربية على إشاعة الانبهار بالغرب في كثير من بلدان العالم، بما في ذلك الوطن العربي، ويحتمل أن يقود التعرض للقنوات الفضائية الوافدة إلى تنمية هذا الانبهار.

- الانشغال عن وسائل الإعلام الوطنية: بسبب ما للتلفزيون الوافد من جاذبية، وبسبب سهولة التعرض له، فضلا عن كون مواده ذات مستوى رفيع، إضافة إلى عوامل أخرى منها: ما هي نفسية واجتماعية، فإن نسبة من الجمهور تنصرف عن وسائل الاتصال الجماهيرية الوطنية.

- إثارة الشكوك السياسية: إن التعرض للتلفزيون الوافد يخلق انطباعات كثيرة حول المواقف السياسية والسلطة.

- من المحتمل أن يقود التلفزيون الوافد بنسبة من الجمهور إلى الانشغال والانصراف عن الواقع والهروب منه بدل مواجهته، ومن جانب آخر فإن التعرض للتلفزيون والانشغال بمواده يشكل عاملا يقلل من فرص الحوار والمناقشة وتبادل الأحاديث في نطاق الأسرة⁽¹⁾.

المسلمون وسبل المواجهة

لسنا بحاجة - بعد ما ذكرناه- إلى أن نؤكد على التحديات الحضارية التي تواجه التواجد الإسلامي من خلال القنوات الفضائية الوافدة، كما لسنا بحاجة إلى التأكيد على ضرورة المواجهة،

(1)- المرجع السابق. ص 273.

إلا أننا نتساءل عن الكيفية والسبيل، وهذا ما نحاول إبراز من خلال النقاط الآتية:

- ضرورة إنجاز دراسات معمقة عن تأثير القنوات الفضائية على جميع الأصعدة (ثقافية، اجتماعية، سياسية، اقتصادياً...)، وذلك من أجل تحديد استراتيجيه علمية واضحة للمواجهة.

- تشجيع قيام وإنشاء قنوات إعلامية إسلامية عامة ومتخصصة، ذات رؤية واضحة وخطة محددة تراعي من خلالها حاجات المشاهدين وفق معايير قيمية إسلامية، مع تحسين مستوى الأداء في قنوات الإعلام الإسلامي المتواجدة حالياً على الساحة الإعلامية.

- اتخاذ جميع السبل وتوفير جميع الإمكانيات من أجل دعم وتطوير الصناعات الإعلامية اللازمة لتمكين المحطات العربية والإسلامية من تحقيق الوعي والتواصل بين أبناء الأمة الإسلامية والحفاظ على هويتهم.

- التعاون عربياً وإسلامياً في مجال التكوين وإعداد الكوادر الإعلامية المؤهلة لاقتحام هذا المجال من الناحية التقنية والفنية، ومن الناحية القيمية أيضاً.

- تشجيع قيام قنوات إسلامية ناطقة بلغات مختلفة، حتى يمكن الإعلام الإسلامي من تحقيق وظيفة من أهم وظائفه وهي دعوة الغير، من خلال إعطاء صورة صحيحة عن هذا الدين وعن أهله.

- ضرورة الاستفادة من إفرات العولمة الإعلامية في مجال التطور التقني والمعلوماتي، وما تنتجه على مستوى المكونات التقنية للإعلام العالمي للاستفادة من كل إيجابي فيها.

2- واقع الفضائيات الإسلامية:

خلال السنوات الأخيرة، وبفضل تطور وتوسع مجالات البث الفضائي، ظهرت على الساحة الإعلامية مجموعة من الفضائيات التي تتبنى من خلال برامجها وسياساتها مفاهيم الإعلام الإسلامي، وقد برزت في البداية القنوات العامة كإقرأ والمجد، لكن مع اتجاه الإعلام عموماً نحو التخصص ظهرت بعض القنوات المتخصصة.

أ- القنوات العامة:

- قناة "إقرأ": قناة "إقرأ" هي أول قناة ترفع شعار الإعلام الإسلامي، بدأت بثها في أول

رجب 1419 هـ الموافق لـ 21 أكتوبر 1998، وهي تابعة لسلسلة قنوات ART، وعن رسالتها تقول أنها قناة عالمية تعمل على تكوين شخصية المجتمع الإسلامي المعاصر عبر البرامج التفاعلية المادفة، التي تقدم الفكر الوسطي الشمولي الموضوعي، بأسلوب متنوع ومشوق⁽¹⁾.

وتسعى القناة -حسب تصريح مؤسسها عبد القادر طاش- إلى تحقيق الأهداف الآتية⁽²⁾:

- ترسيخ المنهج الوسطي السامح للإسلام في العقيدة والشريعة والتعامل الإنساني.

- المساهمة في ترسيخ مكانة اللغة العربية في نفوس المشاهدين ونشرها عالمياً.

- تنمية مشاعر الانتماء إلى الهوية الثقافية للأمة وتحصينها ضد الاستلاب الثقافي.

- إبراز الجوانب المشرقة للحضارة العربية الإسلامية ماضياً وحاضراً وتحفيزهم لمستقبل أكثر

إشراقاً.

- تقديم الصورة الحقيقية للإسلام ودحض الشبهات المثارة ضده.

- غرس قيم الحوار بين أفراد الأمة وفتح قنوات للتواصل الحضاري مع الثقافات الأخرى.

- الاهتمام بقضايا المرأة وتكامل دورها مع الرجل للإسهام في بناء المجتمع، مع العناية بقضايا

التربية والتنشئة الاجتماعية للأجيال الجديدة.

- الإسهام في علاج المشكلات والقضايا التي يواجهها العرب والمسلمون اليوم في حياتهم

الخاصة والعامة، من خلال مفاهيم إسلامية جديدة.

- التعريف بالشعوب والدول الإسلامية وتسهيل الأضواء على أحوال الجاليات والأقليات

المسلمة في مختلف أنحاء العالم.

- تقديم برامج ترويجية تنأى عن الإسفاف والابتذال.

أما برامج القناة فهي متنوعة منها: الاجتماعية مثل: مشكلات من الحياة، ودينية مثل: كيف

نقرأ القرآن، وفي رحاب الشريعة، والبرامج الطبية، كأشرطة القرآن، طبيب الأسرة، والبرامج

⁽¹⁾ -موقع قناة اقرأ [www. IqraaTV.com](http://www.IqraaTV.com) يوم الزيارة 20 ديسمبر 2008.

⁽²⁾ -حوار مع رئيس قناة "اقرأ" الفضائية، لجنة الدعوة، مؤسسة الدعوة الإسلامية، الرياض، ع1649، 9 يوليو 1998،

الترفيهية مثل المسلسلات الدرامية.

- قناة "الرسالة" الفضائية: في أول محرم 1427هـ الموافق لـ 31 جانفي 2006م انطلق البث الترويجي لقناة "الرسالة"، وفي أول مارس 2006 انطلق البث الرسمي للقناة وهي تابعة لمجموعة قنوات "روتانا"، مديرها هو الداعية "طارق سويدان"، تستهدف القناة تحقيق التغيير الحضاري وذلك من خلال التنمية الثقافية والاجتماعية والأخلاقية للفرد المسلم⁽¹⁾.

شعار القناة الرئيسي هو "الرسالة إبداع وأصالة"، وشارتها تجمع بين شكل الحمامة وشكل اليد المفتوحة، حيث تشير الحمامة إلى حمل رسالة معينة وهي الرسالة الإسلامية، بينما تشير اليد المفتوحة إلى تلقي الرسالة، وقد تم اختيار اللون الأخضر للشارة، تعبيرا عن سماحة الإسلام، وتميز برامج قناة الرسالة بالتنوع، مما جعلها تستقطب جمهورا واسعا.

- قناة "الناس" الفضائية: مديرها هو "عاطف عبد الرشيد" الذي يقول عن القناة: «تقدم الناس محتوى جديدا يعتمد على الوعظ البسيط المباشر، الذي يستهدف القلوب أولا، والسلوك ثانيا، وتقديم احتياجات الناس الحقيقية بشكل قريب من عقولهم»⁽²⁾.

تتخذ القناة شعار "شاشة تأخذك إلى الجنة"، وتهدف القناة إلى مايلي⁽³⁾:

- خدمة الأمة ونشر العلم الديني والديني.

- تقديم إعلام إسلامي واجتماعي متميز.

- الاعتماد على مجموعة من العلماء والمتخصصين.

- إتاحة الفرصة لجيل جديد من العلماء والمتخصصين المتميزين.

وتحرص القناة على تقديم:

- كل ما يهدف إلى تثقيف الأمة العربية والإسلامية دينيا وديونيا واجتماعيا وثقافيا.

- كل ما يهدف إلى تزكية وتربية النفس وغرس القيم والأخلاق الإيجابية، وتناول قضايا

(1)-موقع قناة "الرسالة" www. Alresalah.net، يوم الزيارة: 20 ديسمبر 2008.

(2)-بابوسف مسعودة، الوظيفة الترفيهية للفضائيات الإسلامية، قناة "المجد" أنموذجا، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين والتربية والحضارة الإسلامية، 2007، ص 53.

(3)-موقع قناة الناس www. Alnas.Tv، يوم الزيارة 17 نوفمبر 2008.

الناس في حياتهم اليومية.

-البرامج الهادفة والمتنوعة لكل أفراد الأسرة.

-قناة "الشارقة" الفضائية: تعتبر قناة "الشارقة" أول قناة حكومية إسلامية، حيث بدأ تلفزيون الشارقة إرساله الأرضي في 11 فيفري 1989، وافتتحه الشيخ "سلطان بن محمد القاسمي"، وباشر إرساله الفضائي في مطلع شهر أكتوبر 1996⁽¹⁾.

وقامت سياسة المحطة على الخطوط العامة الآتية⁽²⁾:

-الاهتمام بإغناء الثقافة العربية الإسلامية وكل ما يصب في اتجاهها.

-تدعيم وتوحيد الشخصية الوطنية والقومية وإبراز خصائصها.

-تسليط الضوء على الإمكانيات الكبيرة لدولة الإمارات.

-الاهتمام بالجمالية الكبيرة المسلمة غير العربية الموجودة في دولة الإمارات.

-تقديم الخدمة الإخبارية الشاملة والواعية التي تخدم الحقيقة.

-تقديم الترفيه، المتعة والتشويق التلفزيوني.

-تخصص القناة فترة زمنية لث برامج بالأوردية، الفرنسية، والفارسية، والانجليزية.

ويلاحظ اهتمام قناة "الشارقة" بالبرامج اليومية والأسبوعية، تتوزع بين برامج الأطفال والبرامج الدينية والسياسية والثقافية والجماهيرية والأسرية والاجتماعية والتربوية، فضلا عن البرامج الرياضية والمنوعات والدراما، كما حرصت القناة على أن تجسد البرامج الخاصة والمحلية التي تقدمها القيم والأهداف والسياسات العامة التي تعمل القناة على تحقيقها⁽³⁾.

-قناة "الأقصى" الفضائية: وهي قناة فضائية تابعة لحركة المقاومة الإسلامية "حماس"، تهدف القناة إلى نشر الوعي بين الفلسطينيين والدفاع عن حقوق الشعب الفلسطيني من خلال كشف ظلم ووحشية الكيان الصهيوني، تتخذ القناة شعار "الأقصى قلب الأمة"، وتتنوع برامج القناة، فمن بينها: الراصد، الملتقى السياسي، الإسلام والحياة، عينك على المجتمع، ورثة الأنبياء، رغم الألم، عائدون، الصحة والحياة.

⁽¹⁾-موقع قناة الشارقة www.Sharah-tv.ae، يوم الزيارة 19 نوفمبر 2008.

⁽²⁾-إياد شاكر البكري، مرجع سابق، ص129.

⁽³⁾-عبد الرزاق محمد الدبليسي، مرجع سابق، ص142.

الفصل الثالث، الفضائيات الإسلامية والأحداث الإخباري

-قناة "المنار" الفضائية: قناة "المنار" قناة إعلامية مرئية باشرت إرسالها الأرضي سنة 1991، والفضائي عام 2000، تتوجه القناة إلى العرب والمسلمين في كل أقطار العالم، بخطاب توحيدي متفتح، وتركز المحطة على إبراز قيمة الإنسان والتركيز عليه كمحور لرسالات السماء، التي تهدف إلى صون كرامته وحرية وتنمية الأبعاد الروحية والمعنوية في شخصيته⁽¹⁾.

تعتبر قنا "المنار" قناة حزبية تابعة لحزب الله اللبناني، تبث برامجها انطلاقاً من استوديوهات القناة الرئيسية في مدينة بيروت، «تبتعد المحطة في تناولها للأحداث والموضوعات عن أسلوب الإثارة المبتدلة، وتركز بموضوعية على تبني القضايا العادلة والمحقة للأمة جمعاء، باعتمادها المعايير المهنية والإعلامية الاحترافية في أخبارها وبرامجها»⁽²⁾.

انطلقت القناة أرضياً في فترة الاجتياح الإسرائيلي للأراضي اللبنانية، لذلك ركزت مشروعها باتجاه مواجهة المشروع الصهيوني في المنطقة، واستنهاض الأمة الإسلامية للعب دورها في هذا الصراع، والوقوف بقوة أمام التحديات التي تواجهها والبناء الحضاري الذي يجب أن تقوم به من خلال⁽³⁾:

- بث وتعزيز ثقافة المواجهة والممانعة والمجاهمة للمشاريع الاستعمارية في المنطقة.
- تعزيز ثقافة الانتماء لهذه الأمة ولكونها الثقافي الديني والإسلامي.
- المحافظة على الوحدة وعدم إثارة ما يفرق والتركيز على ما يجمع ويسدد ويقوي.
- التركيز على بث الثقافة الأصلية ومحاسن الأخلاق والفضيلة، وما ينفع الناس ويصلح حالهم.
- شن الحرب النفسية اتجاه أعداء الأمة، وبث الروح المعنوية العالية بين أبنائها.
- تغطية المقاومة الفلسطينية واللبنانية ومواكبتها وإبراز المواقف المساندة والمؤيدة لها، والمزاوجة بين حدي الضحية والبطل في صورة الشعب الفلسطيني.
- بث البرامج التنموية العامة، سواء العلمية أو الثقافية أو الدينية.

ب- القنوات المتخصصة:

-قناة "الفجر": تعتبر قناة "الفجر" أول قناة متخصصة في القرآن الكريم وعلومه وفنونه، بدأ

(1)-موقع قناة "المنار" www. Almanar.com، يوم الزيارة 20 نوفمبر 2008.

(2)-موقع قناة "المنار" www. Almanar.com، يوم الزيارة 20 نوفمبر 2008.

(3)-قناة المنار ومقارنتها للرسالة الإعلامية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد الإذاعات العربية، تونس، ع1، 2004، ص20.

الفصل الثالث: الفضائيات الإسلامية والأداء الإخباري

بثها في أول رمضان 1425هـ-15 أكتوبر 2004، تعرض القناة في بابا التلاوات قراءات لمشاهير القراء والأصوات المتميزة، إضافة إلى الأصوات الناشئة وأصوات الأطفال، كما تعنى القناة بنشر أحكام القرآن بأسلوب علمي مبسط، كما تعرض القناة سلسلة من الأفلام الوثائقية المتميزة الخاصة بتاريخ التدوين، والبرامج العلمية والتعليمية الموجهة لمختلف الفئات والأعمار⁽¹⁾.

-قناة "النجاح": قناة متخصصة في التعليم والتربية والتدريب والتنمية، تخاطب كافة أفراد الأسرة، تنمي وتشجع الاتصال الروحي والإنساني من خلال المحاضرات والبرامج والأناشيد الإسلامية، وتحيي وقت السحر عند بدأ الثلث الأخير كل ليلة بنفحات إيمانية تقرب العبد من ربه، وهي أول قناة عربية إسلامية تقدم فكرة "Media Learning"، حيث تتيح للمشاهد أن يتابع حلقات تعليمية أو تدريبية مهنية⁽²⁾.

-قناة "الحكمة": قناة إسلامية تقدم إعلاما إسلاميا متخصصا في علوم السنة النبوية، بدأ بثها الرسمي في رمضان 1427هـ، شعارها الأساسي "وإن تطيعوه تهتدوا"، برامجها متنوعة بين البرامج الحوارية والعلمية المتخصصة والوثائقية، إضافة إلى برامج الإفتاء والمرأة والأطفال، وكذا برامج المسابقات، وتهدف القناة إلى:

-نصرة النبي ﷺ بتعليم الأمة سنة نبيها باللغتين العربية والإنجليزية .

-العناية بالسنة النبوية وخدمة النص الحديثي.

-إيجاد منهجية واضحة وسهلة ويسيرة، تتيح للمسلمين تعلم ومتابعة صحيح السنة.

-توفير السبيل الإعلامي لدعاة الأمة وعلمائها لمخاطبة جماهير المسلمين⁽³⁾.

-قناة "الهدى": بدأ بثها في 1 رمضان 1426هـ الموافق لـ 4 أكتوبر 2005، تتوجه قناة "الهدى" الفضائية للمسلمين الناطقين بغير العربية، بالإضافة إلى غير المسلمين، وتسعى القناة إلى تحقيق جملة من الأهداف نجملها في:

-تعريف المشاهد بالعالم الإسلامي وثقافته وشعوبه وموروثاته وعمقه التاريخي، إضافة إلى

(1)-موقع قناة الفجر [www. Fajr.tv](http://www.Fajr.tv)، يوم الزيارة 13 ديسمبر 2008.

(2)-موقع قناة النجاح www. smastswoy، يوم الزيارة 13 ديسمبر 2008.

(3)-موقع قناة الحكمة www. Alhekmah.Tv، يوم الزيارة 13 ديسمبر 2008.

الفضائل، الفضائل الإسلامية والأداء الإخباري

عرض القيم الإسلامية ودحض كثير من الشبهات التي تثار ضد الإسلام.

- إرشاد الأقليات الإسلامية وغرس القيم الإسلامية الفاضلة، وتقديم الفتاوى الشرعية⁽¹⁾.

- قناة "طيبة": تبث القناة إرسالها من القاهرة، وتهدف إلى بيان الصورة الناصعة للإسلام شعار القناة "الوسطية"، وتقدم إعلاما إسلاميا متخصصا في علوم السنة النبوية، بهدف إبلاغ السنة المطهرة نقية وصحيحة للمسلمين، وإطلاع غير المسلمين عليها.

- قناة "الأمة": وهي قناة دينية متخصصة في سيرة النبي ﷺ، بدأ بثها التجريبي في 5 شوال 1427هـ الموافق لـ 27 أكتوبر 2007، وانطلق البث الرسمي للقناة في 7 نوفمبر 2007، تتخذ القناة شعار "خير قناة لخير أمة حبا في خير نبي"⁽²⁾.

- قناة "فتوى": وهي قناة متخصصة في الفتاوى الشرعية، من طرف نخبة متنوعة وكبيرة من علماء العالم الإسلامي، تقدم القناة برامج معنية بالفتوى، سواء حوارية، ميدانية، وثائقية.

- قناة "العفاسي": تعد قناة "العفاسي" إحدى القنوات الفضائية الإسلامية المتخصصة في الذكر بجميع صورته وأنواعه من القرآن الكريم، الأدعية العامة، الأذكار الخاصة، القوائد الدينية، يشغل منصب المدير العام للقناة الشيخ مشاري بن راشد العفاسي.

- قناة "الروح": انطلقت في 15 فيفري 2008، تبث الأناشيد المتميزة وتتيح للمشاهدين تحميل المحتويات الإسلامية والمشاركة في شريط الرسائل القصيرة⁽³⁾.

- قناة "القدس": تعنى قناة القدس بقضية القدس بالدرجة الأولى والدفاع عن شرعية القضية الفلسطينية وفضح الأباطيل والخرافات الصهيونية، وتعزيز مقومات ضمود الأمة، تتبع القناة لمؤسسة القدس بلبنان.

- مجموعة قنوات "المجد": قنوات "المجد" تابعة لشركة "علا المجد" السعودية، حيث تملك الشركة باقة من القنوات العامة والمتخصصة، وتبثها في حزمة برمجية واحدة، ضمن نظام متطور للبت وإدارة المشتركين، أما نظام استقبال قنوات المجد فيتمثل في تصنيع جهاز استقبال خاص

(1)- موقع قناة الهدى، www. huda.Tv، يوم الزيارة 13 جانفي 2009.

(2)- هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص371.

(3)- موقع قناة الروح www. Alrouhtv.com، يوم الزيارة 13 جانفي 2009.

بالقنوات واستئجار مساحة للبث على قمر خدمات منعزل، وهو القمر "B2" وهذا النظام يسمى "نظام التشفير المعكوس"، أي حجب القنوات الأخرى وليس حجب القناة المستهدفة، بما يعني أن من يشتري جهاز الاستقبال الخاص بالقناة لا يشتريه من أجل مشاهدة قنوات المجد، لأنها مفتوحة على "عربسات" و"نايلسات"، بل يدفعها للحصول على ضمان عدم مشاهدة قنوات أخرى⁽¹⁾. وهذه الطريقة مكنت العديد من المتدينين المحافظين من الاستفادة من قنوات المجد، مع ضمان عدم استقبال باقي القنوات العربية والأجنبية وتضم مجموعة قنوات المجد :

-قناة "المجد" للقرآن الكريم: وهي قناة متخصصة في تلاوة القرآن الكريم، حيث تستمر التلاوة فيها على مدار 24 ساعة، وتهدف قناة "المجد للقرآن الكريم" إلى تحقيق مايلي⁽²⁾:

-فتح نافذة إعلامية واتصالية جديدة دائمة وثابتة لتسهيل وصول وحي الله عز وجل إلى المشاهدين في منازلهم طوال ساعات الليل والنهار.

-الاهتمام بتعميق الصلة والفهم لكتاب الله عز وجل.

-الاستفادة القصوى من كتاب الله عز وجل قراءة وشرحا بطريقة جديدة سهلة ومختلفة عن تقديم المحاضرات والدروس والندوات.

-التنوع في تقديم تلاوة للقرآن الكريم بأصوات كثيرة ومتباينة تتميز بالإجادة والإتقان والتأثير.

-إيجاد منهجية واضحة وسهلة ويسيرة تتيح للمشاهدين متابعة التلاوات في الأوقات المناسبة لهم، وتشجيعهم على الاستماع اليومي المنتظم لآيات الله البينات.

-إيجاد واحة من الراحة النفسية والطمأنينة القلبية يأوي إليها المتعبون من ضغوط الحياة اليومية لقوله تعالى: ﴿أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ﴾ [الرعد: 28].

-قناة "المجد للحديث النبوي الشريف": ظهرت هذه القناة عقب أحداث الاستهزاء بالنبي ﷺ من خلال الرسوم المنشورة في الصحف الدنماركية والنرويجية، حيث خصصت هذه القناة

(1) - WWW. AR. wikipedia.org، يوم الزيارة 20 نوفمبر 2008.

(2) -موقع قناة المجد للقرآن الكريم www. quran.tv، يوم الزيارة 13 جانفي 2009.

الفصل الثالث: الفضائيات الإسلامية والأحباء الإخباري

نصرة للنبي ﷺ، وتهدف إلى (1):

- تقريب السنة بين أيدي أبناء الأمة، حيث يكون حديث النبي ﷺ ملء أسماعهم.
- تشخيص حياة النبي ﷺ للناس، بحيث يعرف الناس عن نبيهم كما يعرفون عن آبائهم وذوي قراباتهم.
- تجلية المنهج الحق بأسلوب بعيد عن المهاجمة والردود، ولكن من خلال عرض الحق المنير في قضايا الخلاف وعرض مواقف الصحابة من حياة النبي ﷺ وبعد وفاته.
- إحلال النص النبوي الصحيح محل ما علق بأذهان الناس من الأحاديث الموضوعية والخرافات المكتوبة.
- الدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة من خلال النص النبوي الصحيح.
- تعزيز ثقة الناس بصحة الحديث النبوي من خلال عرض تاريخ تدوين السنة وكتبتها وطريقة توثيق نصوصها.
- قناة المجد العلمية أو الأكاديمية: تقوم هذه القناة بتعليم العلوم الشرعية إلكترونياً وعلى الهواء مباشرة، من خلال برامج الأكاديمية الإسلامية الذي يعتمد منهج الفصول الدراسية والمستويات، بحيث تبث القناة محاضرتين كل يوم، مدة المحاضرة قريب من الساعتين (2).
- قناة المجد الوثائقية: وهي قناة متخصصة في البرامج الوثائقية في مجالات الطبيعة والعلوم والتاريخ والحياة، بدأ بثها يوم السبت 1 ذي القعدة 1426هـ، وتقوم القناة بإنتاج وإعادة إنتاج جميع المواد الوثائقية لتكون ضمن الثوابت الإسلامية. أما أهداف القناة فهي (3):
- إظهار قدرة رب العالمين وبديع صنعه وجمال خلقه وعظيم إنعامه على عباده.
- نقض النظريات والفرضيات والتصورات والمعتقدات الخاطئة والفاصلة حول الخالق عز وجل خلقه.
- نشر الوعي المعرفي بكافة أنواعه لدى المشاهدين، وذلك التزاماً بشعار القناة: "عين على الحياة، بكل تطور الحياة، بكل علوم الحياة، بكل صراعات الحياة، بكل حضارات الحياة".

(1)-موقع قناة المجد للحديث النبوي الشريف www.hadeath.tv، يوم الزيارة، 22 ديسمبر 2008.

(2)- ww.ar.wikipedia.org، يوم الزيارة، 22 ديسمبر 2008.

(3)-موقع قناة المجد الوثائقية www.majdoc.com، يوم الزيارة، 22 ديسمبر 2008.

الفصل الثالث: الفضائيات الإعلامية والأداء الإخباري

- ترفيه المشاهدين وإمتاع مسامعهم وأبصارهم وقلوبهم بجميل الصورة والكلمة والفكرة.

- قناة المجد الطبيعية: بدأ بث قناة المجد الطبيعية يوم الجمعة 15 رجب 1429هـ الموافق

لـ 18 يوليو 2008، وهي القناة العربية الأولى المتعلقة بالحياة الطبيعية والكائنات الحية

- قناة العالم اليوم: قناة إخبارية تقدم الخدمة الإخبارية على مدار الساعة، حيث تقدم موجزا

إخباريا كل ساعة، إضافة إلى بعض الفواصل الإخبارية الأخرى، بدأ بثها الرسمي في الربع الثاني من عام 1429هـ من استوديوهات القناة في القاهرة⁽¹⁾.

- قناة المجد للأطفال: انطلق البث التجريبي للقناة في 23 يناير 2004، تتميز قناة المجد

للأطفال بتنوع برامج الأطفال المسجلة والمباشرة، ومسلسلات الرسوم المتحركة والأناشيد الحية والأناشيد المنفذة بالرسوم ثنائية وثلاثية الأبعاد.

- قناة بسمة للأطفال: قناة متخصصة بالرسوم المتحركة، بدأ بثها حديثا، وقدمت عددا من

مسلسلات الرسوم المتحركة، مثل لعبة التحدي، التوأم المشاكس، الفارس الشجاع، شعار القناة "بسمة... بسمة كلمة ورسمة".

- قناة فكر وألعب: قناة تفاعلية بين المتصل والشاشة من خلال ألعاب متنوعة تعرضها القناة

للمشاهدين.

- قناة المجد الصيفية: قناة تبثها المجد في فترة العطلة الصيفية للمملكة العربية السعودية، تعرض

فيها عددا كبيرا من البرامج الشبابية الترفيهية.

- قناة المجد الرمضانية: قناة بدأ بثها في شهر رمضان 1429هـ، تعنى بالبرامج التي تناسب

هذا الشهر الكريم.

- قناة روضة: مخصصة للأطفال الذين هم في سن الروضة ما بين سنتي إلى 5 سنوات، تم

افتتاحها يوم السبت 25 ذو الحجة 1429هـ.

- قناة شذا: قناة متخصصة في النشيد الإسلامي شعارها: وللنفس بهجة، انتقلت ملكيتها إلى

⁽¹⁾ - www. ar. Wikipedia.org : يوم الزيارة 20 نوفمبر 2008.

مؤسسة الحرسي⁽¹⁾.

إن تواجد الإعلام الإسلامي في شكل قنوات فضائية ألقى عليه مسؤولية كبيرة، فقد كان على هذا القنوات عكس قيم الإعلام الإسلامي في أشكال وقوالب مختلفة، تبعاً لذلك تمكنت هذه القنوات من تحقيق عدد من المنجزات نذكر منها:

- استطاعت هذه القنوات استقطاب جمهور معتبر ليس من المتدينين فقط، ولكن من جميع شرائح المجتمع.

- أبرزت عدداً من العلماء والدعاة من مختلف البلدان.

- ساهمت في نشر الوعي الديني كما ساهمت في تغيير وجهة نظر الكثيرين عن الدين.

- قدمت الفضائيات الإسلامية البديل الإسلامي بالنسبة للكثير من البرامج المقدمة في الفضائيات عامة.

- تمكنت الفضائيات الإسلامية من تصحيح الكثير من المفاهيم الخاطئة عن الإسلام والمسلمين، وتاريخهم ورموزهم.

- مكنت الفضائيات الإسلامية الدعوة الإسلامية من كسب الكثير من المال والجهد والوقت، من خلال قدرتها على الوصول إلى شرائح واسعة ومختلفة في نفس الوقت.

- أبرزت الفضائيات الإسلامية مرونة الإسلام وصلاحيته لكل زمان ومكان.

- أبرزت الفضائيات الإسلامية شمولية الإسلام، بإخراجها الإعلام الإسلامي من دائرة البرامج الدينية إلى ساحة القوالب الإخراجية والتلفزيونية المختلفة.

- ساهمت هذه القنوات في إبراز جيل جديد من الشباب المسلم المتمكن، سواء في مجال الدعوة أو التقديم أو الإخراج... الخ.

- تعدد الفضائيات وبروز القنوات المتخصصة ساهم في تلبية مختلف الرغبات والأذواق، مما ساعد في زيادة حجم المشاهدة لهذه القنوات وتنوعها.

- قامت هذه الفضائيات بالتصدي لعدد حملات التشويه التي يتعرض لها الإسلام والمسلمون يوميا.

- ساهمت هذه القنوات في إبراز الانتماء الإسلامي للعديد من الدول الإسلامية، كما عملت بعضها

⁽¹⁾ - www. ar. Wikipedea.org، يوم الزيارة 20 نوفمبر 2008.

الفصل الثالث: الفضائيات الإعلامية والأداء الإخباري

- على تسليط الضوء على مشاكل وانشغالات الأقليات المسلمة.
- تحاول قنوات الإعلام الإسلامي تقليص الفجوات الموجودة بين دول العالم الإسلامي والتقريب بينها.
- أتاحت بعض القنوات الإسلامية الناطقة بلغات أجنبية فرصة مخاطبة الآخر -غير المسلم- مما فتح مجالاً جديداً للدعوة الإسلامية.
- ساهمت في إدخال النشيد الإسلامي إلى كل البيوت وتحويله إلى ذوق جماعي في المجتمعات العربية والإسلامية، وخاصة مع بروز قنوات الإنشاد المتخصصة والبرامج الخاصة بالنشيد الإسلامي.
- وككل عمل إنساني في مراحله الأولى تعرف هذه التجربة الإعلامية الفضائية عدداً من السلبيات نذكر منها:
- تعاني الفضائيات الإسلامية من ضعف كوادرها إعلامياً تارةً ودينياً تارةً أخرى، مما جعل البرامج التي يقدمها الدعاة والعلماء ضعيفة من الناحية الإعلامية، وتلك التي يقدمها المتمكنون إعلامياً بعيدة في بعض الأحيان عن القيم والثقافة الإسلامية.
- عدد من الفضائيات الإسلامية الحالية تابعة لمؤسسات تجارية، ترى في الطرح الإسلامي تلبية لحاجات فئات جماهيرية معينة إلى جانب ما توفره من قنوات للغناء والرياضة والأطفال، مما يجعل هذه الفضائيات تفتقر لسياسة إعلامية واضحة.
- تكتفي هذه القنوات بالتطرق إلى الجوانب التعبدية والمعاملاتية في الشريعة الإسلامية، وتتفادى معالجة أمور السياسة الشرعية والجهاد وغيرها، مما يجعلها تركز إلى حد ما فكرة حصر الإسلام في جوانب من الحياة دون غيرها.
- تعتمد هذه القنوات في بعض الأحيان أسلوب الإثارة، من خلال تركيزها على بعض المواضيع المثيرة كالجن والسحر وغيرها، وكذا استقطاباً للممثلين والفنانين المعتزلين.
- تعتمد الفضائيات الإسلامية على البرامج الحوارية، أو أسلوب الإلقاء المباشر، مما يضيف عليها نوعاً من الروتين ويشعر المشاهد بالملل، حيث أصبحت هذه القنوات إذاعية أكثر منها تلفزيونية، لذلك وجب عليها تنويع القوالب والأشكال الإعلامية المعتمدة.
- ضعف تمويل الفضائيات الإسلامية يمنع هذه القنوات من تطوير إمكاناتها، خاصة في مجال

إعداد البرامج.

-قصور القنوات الفضائية الإسلامية في مجال الإعلام الدولي الموجه للجمهور الأجنبي، حيث تبقى قناة الهدى القناة الإسلامية الوحيدة الناطقة بغير العربية، بينما تغطي ساحة الإعلام بالقنوات الفضائية التنصيرية الناطقة باللغة العربية.

3- قناة "المجد" وسياستها الإعلامية:

تعتبر قناة "المجد" الفضائية أولى القنوات التابعة لشركة المجد للبث الفضائي، بدأت بثها الرسمي في الأول من ربيع الأول 1424هـ الموافق لـ 2 ماي 2003⁽¹⁾. وقناة "المجد" هي قناة خاصة يملكها فهد بن عبد الرحمن الشميري، وهو مديرها ورئيس مجلس الإدارة فيها، وتبث القناة برامجها من مدينة دبي للإعلام في دولة الإمارات العربية المتحدة، كما تبث بعض برامجها من استوديوهات القناة في المدينة الإعلامية الحرة، في مدينة 6 أكتوبر في مصر، واستوديوهات القناة في الرياض.

شخصية القناة:

قناة "المجد" قناة شاملة ومتنوعة، يتضح ذلك من خلال تنوع برامجها، تتخذ القناة شكل الكرة الأرضية مكتوب أسفلها قناة "المجد الفضائية" شارة لها، حيث تشير الكرة الأرضية إلى الشمول والعالمية، انطلاقاً من شمولية وعالمية الدين الإسلامي، تتخذ القناة مجموعة من الشعارات تشير إلى شخصيتها.

أهداف القناة:

-شرح تعاليم الدين الإسلامي للمسلمين بأسلوب سهل ومبسط.
-فتح الحوار الفكري الإسلامي الواعي بين مختلف القوى والاتجاهات الإسلامية.
-تقديم مادة إعلامية منضبطة بالضوابط الإسلامية، فتحقق بذلك البديل الإسلامي في الإعلام الفضائي.

-تقديم مادة إعلامية متنوعة تلي احتياجات الفئات العمرية المختلفة.

-الإحاطة بجميع القضايا والأمور التي تهم بشؤون العالم الإسلامي والمسلمين.

-تقديم ترفيه وتسلية في إطار ما تتيحه الشريعة الإسلامية.

(1)-موقع قناة المجد الفضائية www.almajtv.com، يوم الزيارة 15 ماي 2008.

برامج القناة:

تقدم القناة برامج متنوعة في مختلف المجالات، فنجد البرامج الفقهية مثل: مع سماحة المفتي، والجواب الكافي، والدعوية مثل: كلمة مضيئة، ويدعون إلى الخير، والتي تتناول السيرة النبوية مثل: على منهاج النبوة، والبرامج القرآنية مثل: تصحيح التلاوة، وغيرها من البرامج الدينية.

-البرامج الاجتماعية: فنجد منها ما يسلط الضوء على الآفات الاجتماعية للتوعية مثل: فقه الأخلاق، وما يترصد العادات والتقاليد وأخبار المجتمعات المختلفة مثل: الكاميرا المحمولة.

-البرامج العلمية: نجد منها: ما تهتم بعلوم التقنية والمعلوماتية، مثل: حياة تك، وعالم الجوال، ومنها ما تهتم بالعلوم الطبيعية كالأفلام الوثائقية والأشرطة العلمية.

-البرامج الإخبارية، وتمثل في نشرات الأخبار الرئيسية والموجز الإخباري، بالإضافة إلى البرامج مثل: خبر وتعليق، ورسائل وتغطيات، صحافة الرأي.

-البرامج الثقافية: فمنها ما يهتم بالكتب والمنشورات، مثل: إصدارات، وفصول، ومنها ما يتناول القضايا الثقافية المختلفة، مثل: المفكرة الدعوية والراصد، وجلسة، ثمرات العقول، وساعة حوار.

-البرامج الاقتصادية: مثل ميادين وعالم المعارض.

-البرامج الترفيهية: وهي متنوعة، وموجهة إلى فئات عدة، منها: برنامج شعبيات، ومكان آخر، فعاليات الصيف، وغيرها.

-برامج المرأة والأسرة: ونجد نقصا في الاهتمام بالبرامج الموجهة للمرأة، حيث نجد برنامج منتدى المرأة ولكن لا يتم استضافة المرأة أو تقديمها في البرامج، إنما يتم الاتصال هاتفيا ببعض الشخصيات النسوية التي لها مكانة في المجتمع، إضافة إلى برنامج منتدى الاستشارات الذي يهتم بقضايا أسرية واجتماعية.

-برامج الشباب: حيث نجد اهتماما بالغا بهذه الفئة، وتقدم القناة برامج مختلفة للشباب، فنجد البرامج الترفيهية والتدريبية مثل: كشافيات، ممتاز يا شباب، والبرامج التي تطرح قضايا ومشاكل الشباب، مثل: كشكول، وأون لين.

-برامج الأطفال: هناك برامج ثرية ومتنوعة موجهة للأطفال، فهناك برامج تعليمية مثل:

شارك معنا، والترفيهية مثل: فكر وألعب معنا، بالإضافة إلى أفلام الكارتون والأناشيد.

-برامج أخرى: هناك برامج تهتم بالجماليات المسلمة مثل: مغتربون في بلادنا، وأخرى تهتم بالأدب العربي، مثل: أوراق أدبية، وأخرى بالشخصيات والأعلام مثل: صفحات من حياتي. بالإضافة إلى الابداعات والأدعية والفواصل التعليمية والدعوية والإعلانات التجارية.

خصائص القناة:

تميز قناة المجد بعدد من الخصائص نذكر منها:

-تعتمد القناة على البرامج الحوارية بشكل مكثف، ورغم أهمية هذه البرامج إلا أن كثرتها ضمن السلسلة البرمجية للقناة يشعر المشاهد بالملل.

-تعتمد القناة سياسة إعلامية مضبوطة بالضوابط الشرعية نتيجة اعتمادها هيئة استشارية مكونة من عدد من المشايخ والعلماء، منهم: صالح بن عبد الرحمن الحصين، عبد الله بن منيع عبد العزيز، عبد الله بن المطلق.

-عدم استخدام القناة للموسيقى واعتمادها على البدائل الصوتية كالمؤثرات الطبيعية والهمهمات والآهات والأناشيد.

-تقدم القناة مضمونا نقيًا وهادفًا ومتنوعًا لجميع أفراد الأسرة المسلمة، وإن كان الشكل بحاجة إلى بعض التطوير.

-تغيب المرأة عن شاشة المجد بصفة نهائية، مما يجعل حظ المرأة من البرامج المذاعة قليلا نوعا ما.

-اهتمام القناة بجميع الجوانب الحياتية، انطلاقا من شمولية الإعلام الإسلامي، لذا كانت قناة المجد من بين قنوات الإعلام الإسلامي القليلة التي تولي اهتماما بالجانب الإخباري.

-اهتمام القناة بشكل واضح بفئتي الأطفال والشباب من خلال حجم البرامج المخصصة لهاتين الفئتين وذلك من أجل إعداد جيل سليم العقيدة والتفكير.

المبحث الثالث: الخبر في الإعلام الإسلامي

إن الدارس لفنون التحرير الصحفي عموماً، وفن الخبر بصفة خاصة يلاحظ أن معظم ما جاء في الكتب العربية المؤلفة جاء عن أصول وآراء غربية، دون شرح وبيان جوانب التناهي والتلاقي مع ثقافتنا الإسلامية، بل اكتفت الكثير من الكتابات بترجمات حرفية لمضامين المؤلفات الغربية، فماذا عن الخبر في إطار الإعلام الإسلامي وماهي ضوابطه؟

1- الخبر في القرآن الكريم

لقد ورد ذكر الخبر في عدد غير قليل من آيات القرآن، إما بلفظ الخبر أو النبأ، إما بصيغة المصدر أو باشتقاق أخرى، وقد اختلفت المصادر في تأكيد وجود فرق بين الكلمتين من عدمه.

فقد جاء في تاج العروس من جواهر القاموس أن: «النبأ محرّكة الخبر، وهما مترادفان، وفرق بينهما بعض وقال الراغب النبأ خبر ذو فائدة عظيمة يحصل بما علم أو غلبة ظن، ولا يقال للخبر في الأصل نبأ حتى يتضمن هذه الأشياء الثلاثة ويكون صادقاً وحقه أن يتعري عن الكذب، كالماتواتر وخبر الله وخبر الرسول ﷺ، ولتضمنه معنى الخبر، يقال: أنبأته بكذا ولتضمنه معنى العلم، يقال: أنبأته كذا، قال وقوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِيبُوا مَلَكًا مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾ [الحجرات: 6]، تنبيه على أن الخبر إذا كان شيئاً عظيماً فحقه أن يتوقف فيه، وإن علم وغلب على صحته الظن حتى يعاد النظر فيه ويتبين»⁽¹⁾.

وجاء في لسان العرب لابن منظور: «إن النبأ الخبر، والجمع أنباء، وإن لفلان نبأ أي خبر، وقوله تعالى: ﴿لَهُمْ يَتَسَاءَلُونَ. مَنَ النَّبَأِ الْعَظِيمِ﴾ [النبأ: 1-2]، قيل عن القرآن وقيل عن البعث، وقيل عن أمر النبي ﷺ وقد أنبأه إياه ربه وكذلك نبأه متعدية بحرف وغير حرف؛ أي أخبر»⁽²⁾.

ومن هنا يتضح أن لسان العرب لم يفرق بين الخبر والنبأ، بل جعلهما مترادفان، أما تاج العروس فقد أوضح أن البعض اعتبرهما مترادفان، بينما فرق البعض بينهما. أما عند استعراضنا لآيات القرآن التي وردت فيها كلمة "خبر" و"أخبار" فإننا نلاحظ أن القرآن الكريم قد استعملها في

(1)- محمد مرتضى الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، ط 1، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، دت، ج 1، ص 295.

(2)- جمال الدين أبو الفضل محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب، دط، دار الكتب العلمية، بيروت، دت، مج 1، ص 163.

الكشف عن الوقائع القريبة الحدوث أو التي لا تزال مشاهدتها قائمة ماثلة للعيان⁽¹⁾، بينما نلاحظ أن كلمة "نبأ" قد جاءت في القرآن الكريم بمعنى الخبر الصحيح الهام، الذي له شأن من الفائدة والجدارة بالاهتمام، كما استعمل في الإخبار عن أحداث بعيدة تاريخها موغل في القدم⁽²⁾. وحتى نخرج من هذا الاختلاف، نقول أن النبأ إن لم يكون مرادفا للخبر فإنه يتضمن معناه، فالنبأ خير ذو فائدة عظيمة، ويحصل به علم أو غلبة ظن، ويكون صادقا.

وحتى نستجلي مواصفات الخبر في القرآن الكريم نستعرض فيما يلي بعض من الآيات التي ورد فيها ذكر الخبر أو النبأ:

قوله تعالى: ﴿مَنْ يَتَسَاءَلُونَ. مَنِ النَّبِيَّ الْعَظِيمِ﴾ [النبأ: 1-2]، والآية هنا تشير إلى يوم القيامة، يوم الحساب والهول الأكبر، أي النبأ الأكبر على مر الأزمان وعند جميع البشر، فكلمة النبأ هنا تشير إلى الحدث الهام بل الأهم، الذي يشمل الناس جميعا وإن كان الكافرون وحدهم هم الذين يتساءلون⁽³⁾.

-﴿يَخْسَبُونَ الْأَحْزَابَ لَوِ يَدْهَبُوا وَإِنْ يَأْتِ الْأَحْزَابُ يَوَدُّوا لَوِ أَنَّهُمْ بَادُونَ فِيهِ الْأَحْزَابِ يَسْأَلُونَ مَنِ أَنْبَأَكُمْ وَكَوْ كَانُوا فِيكُمْ مَا قَاتَلُوا إِلَّا قَلِيلًا﴾ [الأحزاب: 20]، ورد ذكر النبأ في هذه الآية الكريمة في قوله عز وجل ﴿يَسْأَلُونَ مَنِ أَنْبَأَكُمْ﴾، فالحدث هنا عن المنافقين، وهو وصف لصورة من صور الخذلان التي اتسموا بها دوما، وتشير الآية إلى غزوة الخندق والمعروفة بغزوة الأحزاب، حيث اجتمع كفار مكة مع غطفان وبني قريظة على حرب المسلمين، ورغم هزيمة المشركين في الغزوة، إلا أن المنافقين حسبوا -من شدة خوفهم- أن المشركين لم يغادروا المدينة ولما كان حال المنافقين كذلك فماذا يكون موقفهم لو عاد الكفار إلى المدينة؟ يتساءل النص القرآني ثم يأتي الجواب: لو حدث ذلك لفضل المنافقون أن يكونوا مع الأعراب خارج المدينة منذ البداية، حرصا على حياتهم، وهناك يستعلمون عن أنباء المسلمين بعيدا عن

⁽¹⁾-انظر: تفسير الآية 4 سورة الزلزلة في وهبة الزحيلي، التفسير المنير في العقيدة والشريعة والمنهج، ط1، دار الفكر المعاصر، لبنان، دار الفكر العربي، سوريا، 1411هـ-1991م، ج30، ص358. وتفسير الآية 29 سورة القصص في ابن كثير، تفسير ابن كثير، تحقيق: محمد علي الصابوني، ط7، دار القرآن الكريم، بيروت، 1402هـ-1981م، ص12.

⁽²⁾-انظر: تفسير الآية 2 سورة النبأ، وهبة الزحيلي، التفسير المنير، ص9.

⁽³⁾-المرجع نفسه، ص9.

الخطر⁽¹⁾.

هذا هو النبأ، إذن كما تشير إليه هذه الآية، إنه استقصاء معلومات عن حادث وقع فعلا ويهم جماعة معينة.

- ﴿ وَتَفَقَّدَ الطَّيْرَ فَقَالَ مَا لِيَ لَا أَرَى الْهَنْدَ أَمْ كَانَ مِنَ الْغَائِبِينَ. لَأُعَذِّبَنَّهُ عَذَابًا شَدِيدًا أَوْ لَأَذْبَحَنَّهُ أَوْ لِيَأْتِنِي بِسُلْطَانٍ مُبِينٍ. فَمَكَثَ غَيْرَ بَعِيدٍ فَقَالَ أَحَطْتُ بِمَا لَمْ تُحِطْ بِهِ وَجِئْتُكَ مِنْ سَبَإٍ بِنِيٍّ يَقِينٍ. إِنِّي وَجَدْتُ امْرَأَةً تَمْلِكُهُمْ وَأُوتِيَتْ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ وَلَهَا عَرْشٌ عَظِيمٌ. وَجَدْتُهَا وَقَوْمَهَا يَسْجُدُونَ لِلشَّمْسِ مِنْ دُونِ اللَّهِ وَزَيَّنَ لَهُمُ الشَّيْطَانُ أَعْمَالَهُمْ فَصَدَّهُمْ خَنْ السَّبِيلِ فَهُمْ لَا يَمْتَدُونَ. أَلَا يَسْجُدُوا لِلَّهِ الَّذِي يُخْرِجُ الْخَبْءَ فِي السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَيَعْلَمُ مَا تُخْفُونَ وَمَا تُعْلِنُونَ. اللَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ رَبُّ الْعَرْشِ الْعَظِيمِ ﴾ [النمل: 20-26]، فبعد أن ذكر الله تعالى في الآيات السابقة لهذه الآيات أنه سخر لسليمان الجن والإنس والطير وجعلهم جنودا له، وذكر هنا أن سليمان احتاج إلى جندي من جنوده، وهو الهدهد، فلم يجده، فتوعده بالعذاب أو القتل، إلا إذا أبدا له عذرا يبرئه⁽²⁾.

ويحضر الهدهد الذي يعرف حزم الملك وشدته، ولذلك يبدأ كلامه بمفاجأة تغطي على موضوع غيابه، وتضمن إصغاء نبي الله له، واستمالة قلبه، إلى قبول عذره وليبان خطر ما شغله ﴿ أَحَطْتُ بِمَا لَمْ تُحِطْ بِهِ ﴾، وإذا ضمن إصغاء الملك بعد هذه المفاجأة أخذ في تفصيل "النبأ اليقين" الصادق الذي جاء به من مملكة سبأ، فذكر أنه وجدهم تحكّمهم امرأة (بلقيس بنت شراحيل)، أوتيت من الثراء وأبهة الملك وما يلزم ذلك من عتاد الحرب والسلاح وآلات القتال الشيء الكثير، ولها عرش عظيم تجلس عليه في قصر فخم، رفيع البناء، وبعد أن بين شؤونهم الدنيوية ذكر معتقداتهم الدينية، حيث يعبدون الشمس من دون الله رب العالمين⁽³⁾.

ونجد أنفسنا أمام هدهد عجيب، صاحب إدراك وإيمان وذكاء وبراعة في عرض النبأ ويقظة إلى طبيعة موقفه⁽⁴⁾، فهو هنا يذكر الجانب الأهم والأبرز في الخبر، وهو أن هؤلاء القوم ﴿ وَجَدْتُهَا

(1)-محمد الطاهر بن عاشور، التحرير والتنوير، الدار التونسية للنشر، تونس، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1984، ج20، ص300.

(2)-وهبة الزحيلي: التفسير المنير، ج19، ص286.

(3)-ابن كثير، مرجع سابق، ج5، ص230.

(4)-سيد قطب: في ظلال القرآن، دار الشروق، القاهرة، 1398هـ-1978م، ج19، ص2639.

وَقَوْمَهَا يَسْجُدُونَ لِلشَّمْسِ مِنْ دُونِ اللَّهِ ﴿١﴾، وهو جندي من جنود عبد وكله الله مهمة تعيين العباد لرب العباد، والدعوة لتوحيد الخالق، ويؤكد الهدم من خلال سرده على صفة من أهم صفات الخير في الإعلام الإسلامي حين يصفه بأنه نبي يقين، أي هو خير هام صادق مثبت من دقته وصحته، وبهذا يحقق الهدم عنصرا من أهم عناصر الخير في الإعلام الإسلامي وهو عنصر الدقة والصدق الذي حصله هذا الهدم من خلال التثبت و الانتقال إلى موقع الحدث⁽¹⁾.

إضافة إلى هذه الآيات الثلاث المذكورة نجد عددا من آيات القرآن التي تضمنت كلمتي الخير والنبا ومشتقاتهما، إما إخبارا عن ماض كما في قوله تعالى:

- ﴿وَآتَىٰ مَلِكِهِمْ نَبِيًّا ابْنَ آدَمَ بِالْحَقِّ إِذْ قَرَّبَا قُرْبَانًا فَتَقَبَّلَ مِنْ أَحَدِهِمَا وَلَمْ يُتَقَبَّلْ مِنَ الْآخَرِ قَالَ لَأَقْتُلَنَّكَ قَالَ إِنَّمَا يَتَقَبَّلُ اللَّهُ مِنَ الْمُتَّقِينَ﴾ [المائدة: 27].

- ﴿وَلَقَدْ كَذَّبْتَ رَسُولًا مِنْ قَبْلِكَ فَصَبَرُوا عَلَىٰ مَا كَذَّبُوا وَأَوْخُوا حَتَّىٰ آتَاهُمْ نَصْرُنَا وَلَا مُبَدِّلَ لِلْعَلَمَاتِ اللَّهُ وَلَقَدْ جَاءَكَ مِنْ نَبِيٍّ الْمُرْسَلِينَ﴾ [الأنعام: 34]،

- ﴿وَآتَىٰ مَلِكِهِمْ نَبِيًّا الَّذِي آتَيْنَاهُ آيَاتِنَا فَانْسَلَخَ مِنْهَا فَاتَّبَعَهُ الشَّيْطَانُ فَكَانَ مِنَ الْغَاوِينَ﴾ [الأعراف: 175]،

- ﴿أَلَمْ يَأْتِهِمْ نَبَأُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ قَوْمِ نُوحٍ وَعَادٍ وَثَمُودَ وَقَوْمِ إِبْرَاهِيمَ وَأَصْحَابِ مَدْيَنَ وَالْمُؤْتَفِكَاتِ أَلْتَمَّهُمْ رُسُلُهُم بِالْبَيِّنَاتِ فَمَا كَانُوا لِيُظْلَمَهُمْ وَلَكِنْ كَانُوا أَنْفُسَهُمْ يَظْلِمُونَ﴾ [التوبة: 70]،

- ﴿وَآتَىٰ مَلِكِهِمْ نَبِيًّا نُوحٍ إِذْ قَالَ لِقَوْمِهِ يَا قَوْمِ إِنْ كُنْتُمْ تُحِبُّونَ مَقَامِي وَتَذْكُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ﴾ [يونس: 71]،

- ﴿أَلَمْ يَأْتِكُمْ نَبَأُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ قَوْمِ نُوحٍ وَعَادٍ وَثَمُودَ وَالَّذِينَ مِنْ بَعْدِهِمْ لَا يَعْلَمُهُمْ إِلَّا اللَّهُ﴾ [إبراهيم: 9]،

- ﴿وَآتَىٰ مَلِكِهِمْ نَبِيًّا إِبْرَاهِيمَ﴾ [الشعراء: 69]،

- ﴿تَتْلُو مَقَالِكَ مِنْ نَبِيٍّ مُوسَىٰ وَفِرْعَوْنَ بِالْحَقِّ لِقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ﴾ [القصص: 3]،

(1) - محمود منصور هبة، مرجع سابق، ص 24.

﴿ أَلَمْ يَأْتِكُمْ نَبَأُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ قَبْلُ فَذَاقُوا وَبَالَ أَمْرِهِمْ وَأَكْمَرْتُمْ كَذَابِ السَّيِّئِ ﴾ [التغابن: 5]،

وإما أن ترد للإعلام عن قضية حاضرة كما في قوله تعالى:

﴿ إِذْ قَالَ مُوسَىٰ لِأَهْلِهِ إِنِّي آنستُ نَارًا سَاتِيكُمْ مِنْهَا بِخَبَرٍ أَوْ آتِيكُمْ بِشِهَابٍ قَبَسٍ لَعَلَّكُمْ تَصْطَلُونَ ﴾ [النمل: 7]،

﴿ يَعْتَذِرُونَ إِلَيْكُمْ إِذَا رَجَعْتُمْ إِلَيْهِمْ قُلْ لَا تَعْتَذِرُوا لَنْ نُؤْمِنَ لَكُمْ قَدْ نَبَأْنَا اللَّهُ مِنْ آخِبَارِكُمْ ﴾ [التوبة: 94]،

﴿ وَأَنْبِئِكُمْ بِمَا تَأْكُلُونَ وَمَا تَدَّخِرُونَ فِي بُيُوتِكُمْ ﴾ [آل عمران: 49].

وأحيانا ترد لوصف حال في المستقبل في معرض الحديث عن الغيبات، كما في قوله تعالى:

﴿ لِكُلِّ نَبِيٍّ مُسْتَقَرٌّ وَسَوْفَ تَعْلَمُونَ ﴾ [الأنعام: 67].

﴿ تِلْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الْغَيْبِ نُوحِيهَا إِلَيْكَ مَا كُنْتَ تَعْلَمُهَا أَنْتَ وَلَا قَوْمُكَ مِنْ قَبْلِ هَذَا فَاصْبِرْ إِنَّ الْعَاقِبَةَ لِلْمُتَّقِينَ ﴾ [هود: 49].

﴿ نَمَّ يَتَسَاءَلُونَ. عَنِ النَّبِيِّ الْعَظِيمِ ﴾ [النبا: 1-2].

وكذلك فإن الخبر في الإعلام الإسلامي، يشمل الماضي والحاضر والمستقبل، فيكشف الإعلام الإسلامي عن حقيقة تلك الأحداث التي لازمها تعميم إعلامي كبير وأسىء للإسلام والمسلمين خلالها، وغيب حقيقتها، ويجاري الأحداث الحالية ذات الأهمية بالنسبة للأمة الإسلامية، كما يهتم بالأخبار المتوقعة والمحتملة الحدوث، فينبه الأمة إلى ما قد يترتب عن إغفالها من نتائج على جميع المستويات، الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، والعقدية... الخ.

2-ضوابط الخير في الإعلام الإسلامي:

من الجلي أن الإعلام الذي يعوزه قدر من الضوابط الأخلاقية يشكل خطرا فعليا على المجتمع كما يزيد في تقويض الثقة في مهنة الإعلام، والأخلاقيات المهنية - كما هو معلوم- تستمد مبادئها من مذاهب فكرية وإيديولوجية وتظهر في مراحل النشاط الإعلامي كافة، ويتميز الإعلام الإسلامي عن النماذج الإعلامية الأخرى بكونه يأتي بأخلاق راسخة منبعها الدين ومحورها التقوى وغايتها

الفصل الثالث، الفضائيات الإعلامية والأداء الإخباري

الإصلاح والتقويم، وذلك ليطمئنت مكارم الأخلاق الموجودة، ويضفي عليها خصائص الخيرية المطلقة والثبات والمسؤولية وإلزام القدوة وإنصاف الحقيقة⁽¹⁾.

وحتى يحقق الإعلام الإسلامي هذه الأهداف يتقيد الخير في إطاره بمجموعة من الضوابط، نذكر منها:

-الالتزام بمبدأ الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر: ذلك أن هذا المبدأ في الإعلام هو بمثابة القطب الذي إذا أهمل فشي الفساد وشاع الجهل وانحى الحس برقابة الله عز وجل، واسترسل الناس في إتباع الهوى، والواجب على الإعلامي المسلم -باعتباره فرداً من أفراد الأمة الإسلامية- أن ينهض بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر فيما يكتبه وينشره من أخبار أو مقالات وغيرها، حتى يساهم بمجهوده في تبصير الناس بما يجب عمله وما يجب تجنبه، ﴿وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾ [آل عمران: 104]. وهو واجب كفائي على كافة المسلمين، إلا أنه فرض عين على الصحفي لامتلاكه الوسيلة⁽²⁾.

والالتزام بهذا المبدأ الشرعي هو تحقيق لإحدى غايات الشريعة الإسلامية المتمثل في تأسيس نظام الحياة الإنسانية على المعروف وتطهيره من المنكر، والمعروف ما وافق الفطرة الإنسانية، والمنكر ما خالفها، والشريعة لا تحكم بوجود الخير إلا فيما يوافق فطرة الله التي فطر الناس عليها، ولا بوجود الشر إلا فيما يخالفها، ثم إنما لا تكتفي بأن تعدد المعروفات والمنكرات وتعرضها على الناس في صورة قائمة، بل إنما ترسم خطة الحياة من أولها إلى آخرها، على وجه يقيم بنيتها على الحسنات وينمي فيها المكارم والفضائل، ويجول دون أن تشترك في تشييدها أو تدخل في نظامها المنكرات والردائل، وهي لهذا الغرض تضيف إلى المعروفات مناهجها للحياة الإنسانية، تلك الأسباب والوسائل التي بما يمكن لهذه المعروفات أن تقوم وتزدهر، وهي كذلك تصوغ نظام المجتمع بأسره على وجه يقوم فيه كل معروف بصورته الكاملة، ويتجلى في كل شعبة من شعب الحياة وينال المساعدة من كل شيء على البقاء والكمال والرقي وهي تطهر الحياة بكل دقة من كل منكر،

(1)- نور الدين بلبليل، الضوابط الأخلاقية في الإعلام الإسلامي والغربي - النظرية والتطبيق، مجلة النور، ع56، جانفي 1996، ص32.

(2)- كريمة عرامة، الصحافة الساحرة في الجزائر وضوابطها الأخلاقية من خلال أسبوعية الصبح آفة، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر، معهد الدعوة والإعلام، 1997، ص213.

الفصل الثالث، الفضائيات الإسلامية والأداء الإخباري

وتتحقق أسباب نشوئه وانتشاره وتحول دون أن يسري في ناحية من نواحي الحياة، وتأمراً باستئصاله بكل شدة⁽¹⁾.

والواجب يحتم على الصحفي المؤمن برسائله الواعي لها أن ينهض بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، فيما يكتبه وينشره من أخبار ومقالات وغيرها، حتى يساهم بمجهوده في تبصير الناس بما يجب عمله، لتجنب الوقوع في المعاصي والظلال والفساد⁽²⁾.

- تحري الصدق: فالصحفي الملتزم يجب أن يتصف بالصدق في كل ما يحصل عليه من أخبار ويقدمها للنشر، ولا يخشى في الحق لومة لائم، فالصدق هو جوهر الدعوة الإسلامية، ولذلك يكون هذا الصحفي موضع الاحترام والتقدير، ويكون لكلامه وزن، ويصل إلى القلوب مباشرة، وينقل معلوماته الصادقة بفاعلية المؤمن بمبادئه المتيقن من صدقها الشاعر بقيمتها، فيمثل أداة اتصال ووسيلة إعلام متحركة، لها قوتها التأثيرية الفعالة والمباشرة.

ويتحدث الإمام أبو حامد العزالي عن صدق القول فيقول: «إن ذلك لا يكون إلا في الإخبار، أو فيما يتضمن الإخبار، والخير إما أن يتعلق بالماضي أو المستقبل، وحق على كل عبد أن يحفظ ألفاظه فلا يتكلم إلا بالصدق، وهذا هو أشهر أنواع الصدق وأظهرها، فمن حفظ لسانه عن الإخبار عن الأشياء على خلاف ما هي عليه، فهو صادق»⁽³⁾.

والمعالم القرآنية التي توضح فضيلة الصدق وتحض عليه كثيرة، ويكفي في فضيلته أن الله تعالى وصف به الأنبياء الكرام في معرض المدح والثناء، فقال تعالى: ﴿وَإِذْ كُنَّا فِي الْكُتَابِ إِبْرَاهِيمَ إِذْ كَانَ صَادِقًا نَبِيًّا﴾ [مریم: 41]، وقال تعالى: ﴿وَإِذْ كُنَّا فِي الْكُتَابِ إِذْرِيْسَ إِنَّهُ كَانَ صَادِقًا نَبِيًّا﴾ [مریم: 56]، والصدق من صفات عباد الله المؤمنين المتقين، وفي ذلك يقول تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾ [التوبة: 119]، ومع أن الصدق هو الأساس الذي يجب على الصحفي أن يتحراه دائماً، ويتجنب الكذب الذي نهى الله عنه وحذر منه، إلا أن هناك حالات تقتضي المصلحة العامة فيها، عدم ذكر الحقيقة كاملة، «لما روي عنه ﷺ قالت أم كلثوم: ولم أسمعه يرخص في شيء مما يقوله الناس إلا في ثلاث: تعني الحرب، والإصلاح

(1)- أبو الأعلى المودودي، قانون إسلامي وطرق تنفيذه، دط، دار الوفاء، الجزائر، دت، ص21.

(2)- محمد فريد محمود عزت، مرجع سابق، ص426.

(3)- المرجع نفسه، ص417.

بين الناس، وحديث الرجل امرأته، وحديث المرأة زوجها»⁽¹⁾.

«فهذه الثلاث ورد فيه صريح الاستثناء، وفي ما معناها ما عداها، إذا ارتبط به مقصود صحيح له، أو لغيره، ومثال لذلك حالات الأوبئة الخطيرة والكوارث الضخمة وغير ذلك، لأنه ليس من الحكمة في شيء نشر أمثال تلك الأخبار بكل تفاصيلها وضحاياها، لأن ذلك يث الرعب والذعر بين الناس»⁽²⁾.

-الالتزام بتكوين الرأي العام الفاضل: وتؤكد الدراسات العلمية والحقائق العملية وجود علاقة إيجابية بين مدى تصديق رجل الإعلام ومدى زيادة فرص التعليم أو التغيير في اتجاهات الرأي العام، حيث إن درجة الثقة في رجل الإعلام يترتب عليها -ضمن مجموعة من العوامل الأخرى- مدى نجاحه في التأثير على الرأي العام، ولتكوين الرأي العام المستنير نتيجة للإعلام الصادق، فإنه لا بد من دراسة الجماهير دراسة علمية وافية ودقيقة، وإعداد المواد الإعلامية المناسبة لها⁽³⁾.

وتكوين رأي عام فاضل يرتكز على⁽⁴⁾:

* أن المجتمع المسلم متكامل يشعر كل فرد فيه أن عليه واجبات اتجاهه، يجب عليه أداؤها ويشعر أن كل تقصير في هذا الأداء يؤدي إلى انهيار بناء المجتمع، وهذا الشعور هو الذي يولد لدى رجل الإعلام التزامه بمبدأ تكوين الرأي العام الفاضل، وإذا كان هذا المبدأ هاما في إقامة أي جانب من جوانب الحياة الاقتصادية أو الاجتماعية، فإنه أشد أهمية بالنسبة لوسائل الإعلام التي أصبحت تشكل جزءا هاما من حياة الإنسان.

* أن الإنسان جاء لتكوين المجتمع الفاضل الذي تتعاون فيه كل القوى، بحيث لا يطغى جانب على آخر وأول مظهر لهذا المجتمع هو سيادة الرأي العام الفاضل، فيقيم البيئة الصالحة التي تترعرع في ظلها الفضيلة وتختفي منها الرذيلة، كما أن للرأي العام الفاضل أيضا رقابة نفسية تجعل صاحب الخير -وقد يكون رجل الإعلام- يتشجع في إعلان خيره فيظهره في كل ما ينتجه وكل ما يقدمه

(1)-رواه مسلم في صحيحه، كتاب البر والصلة، باب: أحاديث أين يجوز الكذب، شرح: أبو عبد الله الأبي، دط، مكتبة طبرية، الرياض، دت، ج7، ص48.

(2)-محمد فريد محمود عزت، مرجع سابق، ص420.

(3)-محمي الدين عبد الحليم، مرجع سابق، ص123.

(4)-ميجي بسويوني مصطفى، البدائل الإسلامية لمخالات الترويج المعاصرة، دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1990، ص243.

للمجتمع، ويجعل صاحب الشر ينطوي على نفسه فلا يظهره.

*أنه إذا ترك المخطئون من غير رادع من الرأي العام المهذب الفاضل، فإنهم يقدمون على هدم بناء المجتمع، وإذا لم يأخذ الفضلاء على أيديهم سقطوا جميعا في الرذيلة وانحدروا في المترقات، ومنهج الإسلام في هذا المجال واضح، ومن هنا يتبين لنا قيمة التعاون في إيجاد المجتمع الفاضل والرأي العام الفاضل، لمحاربة الانحرافات الفكرية والخلقية والاجتماعية.

-مراعاة مصالح المسلمين: «ويكون ذلك في كل ما ينقله الصحفي من أخبار، إذ ينبغي عليه أن يكون حريصا على المسلمين، متعاطفا مع مصالحهم، ملتزما بنشر ما يؤكد ذلك وما يخدم أهدافهم، فهذه هي العلاقة التي ينبغي أن تكون بين المسلم والمسلم»⁽¹⁾. كما يحدثنا عنها رسول الله ﷺ: «المسلم أخو المسلم لا يظلمه ولا يسلمه، من كان في حاجة أخيه كان الله في حاجته، ومن فرج عن مسلم كربة فرج الله عنه بها كربة من كرب يوم القيامة، ومن ستر مسلما ستره الله يوم القيامة»⁽²⁾.

وعن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله ﷺ: «المسلم أخو المسلم لا يخونه ولا يكذبه ولا يخذله كل مسلم على المسلم حرام، عرضه وماله ودمه، التقوى هاهنا بحسب امرئ من البشر أن يحقر أخاه المسلم»⁽³⁾.

ومراعاة مصالح المسلمين تستوجب حجب جميع الأخبار التي قد تؤدي إلى التفرقة بين المسلمين أو زرع العداوة بينهم، أو تسيء إلى مؤسسات الأمة وأجهزة الحكم، أو تسيء لصورة الإسلام والمسلمين، كما تستدعي إبراز الأخبار الإيجابية التي تحمل معاني الوحدة والالتزام بالدين الإسلامي، والتنمية بجميع مستوياتها، والدفاع عن المسلمين وتبني قضاياهم، وحشد كامل الطاقات لإقناع الآخرين بعدالة قضيتهم.

-حجب الأخبار التي تشيع الفاحشة بين الناس، قال تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ

(1)-كرم شلي، الخير الصحفي وضوابطه الإسلامية، ص120.

(2)-رواه البخاري في فتح الباري شرح صحيح البخاري، كتاب المظالم، باب: لا يظلم المسلم المسلم ولا يسلمه، شرح: أحمد بن علي بن حجر العسقلاني، ط3، دار السلام، الرياض، دار الفيحاء، دمشق، 1421هـ-2000م، ج5، ص121. ومسلم في صحيحه، كتاب البر والصلة، باب: تحريم التحاسد والتباغض، ج7، ص18.

(3)-رواه الترمذي، سنن الترمذي، أبواب البر والصلة، باب: ما جاء في شفقة المسلم على المسلم، ط2، دار الفكر، لبنان، 1403هـ-1983م، ص218.

الْفَاحِشَةُ فِيهِ الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴿[التور: 19]، أي أن الذين يسعون إلى نشر الرذيلة والأفعال القبيحة والأقوال السيئة ويلصقونها بالمؤمنين فهؤلاء لهم عذاب أليم في الدنيا وفي الآخرة لهم عذاب النار، والجهر بالسوء من القول في أية صورة من صورته سهل على اللسان ما لم يكن هناك تخرج في الضمير وتقوى الله عز وجل، وشيوع هذا السوء كثيرا ما يترك آثارا عميقة في ضمير المجتمع، وكثيرا ما يدمر الثقة المتبادلة في المجتمع فيخيل للناس أن الشر قد صار غالبا، وكثيرا ما يزين لمن في نفوسهم استعداد كامن ولكنهم يتخرجون من أن يفعلوه، لأن السوء قد أصبح ديدن المجتمع الشائع فيه فلا تخرج إذن⁽¹⁾.

-المنطقية في العرض والابتعاد عن السطحية: إن القرآن الكريم يربي المسلم على التأمل والبرهنة والتعلل واستقراء الأدلة القوية، ومن ثم إصدار الحكم ﴿قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ﴾ [البقرة: 111]، أما الاتهامات الواهية والتوقعات التي لا تملك دليلا من الواقع وطرح الآراء ونسبتها إلى الإسلام فهو انحراف كبير ﴿قُلْ أَللَّهُ أَخْبَرَكُمْ أَمْ لَكُمْ آلِهَةٌ تَفْتَرُونَ﴾ [يونس: 59]، ومن هنا يتخلص الإعلام الإسلامي من ركاب المقالات والتحليلات الواهية، التي تترك أثرها السلبي على الأفكار⁽²⁾.

-التفاعل الوجداني الحراري العاطفي مع الهدف، وحمل هم الرسالة للعمل على زرع الحماس الإسلامي للقضية الإسلامية من خلال ذلك، إن كلام الصحفي يجب أن يكشف للسامع عن تأمله لقضيته وحماسه لأهدافه، حتى تحقق الرسالة الإعلامية الإسلامية الأثر المطلوب بإيقاظ شعور الأمة بالأخطار التي تنهددها والأعداء الذين يتربصون بها.

-الأخلاقية الإعلامية: ونعني بها الالتزام الكامل بالأخلاق الإسلامية في المجال الإعلامي، فلا يلقي القول على عواهنه، ولا يتهم المؤمن بغير دليل، ولا يرد على القضاء، ولا تنمى روح التحاسد والتباغض والتحاقد ولا تستخدم الألفاظ التي تمجها الأخلاقية الإسلامية⁽³⁾، كألفاظ السخرية واللمز والتنازب والهمز والألفاظ النابية والسب والشتم والقذف وإثارة الفتن، كما تفترض المبادئ

(1)-الألوسي البغدادي، روح المعاني في تفسير القرآن العظيم، دط، دار الفكر، بيروت، 1403هـ-1983م، ج18، ص122.

(2)-الغزو الثقافي والمجتمع الإسلامي المعاصر، محاضرات ملتقى الفكر الإسلامي، مجلة الأصالة، ج1، بجاية، يوليو 1985، ص374.

(3)-المرجع نفسه، ص375.

الأخلاقية المستمدة من الإسلام على الصحفي ألا يبرز صور القسوة على الإنسان أو الحيوان أو صور الرعب المفزعة، أو التعرض لذوي العاهات البدنية والعقلية، بما يؤدي شعورهم، أو ما من شأنه إشاعة اليأس وروح الهزيمة بين الأفراد، أو في المجتمع، أو ما من شأنه أن يهدد كيان الأسرة أو تجيذ الفرقة بين الناس بسبب اللون أو الجنس أو العقيدة⁽¹⁾.

-العدل والإنصاف: «الإعلام الإسلامي يجب أن يكون عادلا في أحكامه منصفاً في عدواته، يعطي كل ذي حق حقه، فلا يحمل الانتماء إلى غمط الناس حقوقهم، أو يحمل العناد إلى إنكار الحق أو إخفاء جوانب الخير في الأعداء، أو تغيير المعلومات لتتناسب مع أهداف النيل من الآخرين، أو تحميل الأمور ما لا تحتمل، ولذلك يعتبر هذا الأساس ركنا مهما من أركان الإعلام الإسلامي... ويجب أن لا يجاري الإعلام الإسلامي غيره من وسائل الإعلام الأخرى في التحني والتحامل لمجرد الهوى والعصبية»⁽²⁾. قال عز وجل: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ ﴾ [النساء: 135]، وقال تعالى: ﴿ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاَنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا اٰمَدِلُوا اٰمَدِلُوا هُوَ اٰقْرَبُ لِلتَّقْوٰى ﴾ [المائدة: 8]، وقوله تعالى: ﴿ لَا يَنهَآكُمُ اللّٰهُ مَنَ الَّذِيْنَ لَمْ يَفْعَلُوْكُمْ فِيْ الدِّيْنِ وَلَمْ يُخْرِجُوْكُمْ مِّنْ دِيَارِكُمْ اَنْ تَبَرُّوْهُمْ وَتُقْسِطُوْا اِلَيْهِمْ اِنَّ اللّٰهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِيْنَ ﴾ [المتحنة: 8].

-استحضار النظرة الغيبية إلى جانب الحسابات المادية، وذلك في كل تحليل أو توقع مستقبلي، والابتعاد عن النظرة المادية الحسائية الجافة، فإن التصورات القرآنية المعطاة تؤكد أن المسيرة المنسجمة مع العدل تنسجم معها القوى الطبيعية القائمة في خلقتها على نفس الأساس، حيث لا يتوفر الانسجام المطلوب مع الانحراف.

-الموضوعية والاتصاف بروح التبعية للحقيقة -أيما كانت-، وحتى لو خالفت مصلحة شخصية أو استدعت التضحية الغالية.

-الهدفية في كل خطوة وفي إذاعة أو نشر أي خبر: إن الهدفية القرآنية نلحظها في كل قصة وفي كل مثل وفي كل عبارة، ففي كل موضوع عبرة ومع كل حديث اعتبار⁽³⁾.

(1)-نور الدين بلبل، مرجع سابق، ص32.

(2)-سمير جميل راضي، الإعلام الإسلامي أسسه وطبيعته، مجلة الرابطة، ع358، يناير 1995، ص21.

(3)-محمد علي التسخيري، النهوض الثقافي في المجال الإعلامي، مرجع سابق، ص372.

3- القيم الإخبارية في الإعلام الإسلامي:

إن من أهم المعايير التي تعتمد عليها الوسائل الإعلامية المختلفة في عملية انتقائها للأخبار: القيم الإخبارية، حيث ترسم نوعية القيم التي تتبناها تلك الوسيلة شكل المادة الإخبارية التي تعرضها على المتلقي، وكذا نوعها وطريقة عرضها، وفي إطار حاجة المجتمعات الإسلامية إلى التغيير ومتطلبات إعادة البناء وإقامة المشروع الحضاري الإسلامي، فإن الأمر يتطلب إعادة النظر في المعايير والقيم الإخبارية التي تقوم عليها التغطية الإخبارية للوقائع والأحداث المختلفة، بحيث ينسجم نوع وتركيب القصص الإخبارية وطرق عرضها مع قيم الإعلام الإسلامي والمرحلة التي تمر بها الأمة. فما هي القيم الإخبارية التي يتبناها القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الإسلامي؟

يمكننا رصد عدد من قيم الأخبار في الإعلام الإسلامي نستشفها من خلال بعض الآيات القرآنية والأحاديث النبوية نوجزها في النقاط الآتية:

-قوله تعالى: ﴿لَمَّا يَتَسَاءَلُونَ. لَمَّا النَّبِيَّ الْعَظِيمِ﴾ [النبا: 1-2]، من خلال الآيتين نقف على عنصرين من عناصر الخبر وهما الضخامة كما يسميها المحدثون أو حجم الخبر من حيث تأثيره وقوته، ويكفي أن النبا هو القيامة، وهل هناك خبر أكبر وأضخم من هذا؟ ثم نجد عنصر آخر من عناصر الخبر وهو الحجم أو العدد، أي عدد الذين يتأثرون بالخبر ويهتمهم أمره، وهم هنا الناس جميعا، لأن أمر البعث يشمل الناس جميعا، وإن كان الكافرون وحدهم الذين يتساؤلون⁽¹⁾.

-قوله تعالى: ﴿يَخْسَبُونَ الْأَحْزَابَ لِمَ يَذْهَبُوا وَإِنْ يَأْتِ الْأَحْزَابَ يَوَدُّوا لَوْ أَنَّهُمْ بَادُونَ فِي الْأَحْزَابِ يَسْأَلُونَ لِمَ أَنْبَأْتَهُمْ وَلَوْ كَانُوا فِيكُمْ مَا قَاتَلُوا إِلَّا قَلِيلًا﴾ [الأحزاب: 20]، وأهم القيم أو العناصر التي يمكن استجلاءها من خلال هذه الآيات أهمية الواقعة أو الحادثة بالنسبة لفئة أو جماعة معينة⁽²⁾.

-قوله تعالى: ﴿وَتَفَقَّدَ الطَّيْرَ فَقَالَ مَا لِيَ لَأَرَى الْهُدُودَ أَوْ حَانَ مِنَ الظَّالِمِينَ (20) لَأَمْحُبُّنَهُ مَحَابِبًا شَدِيدًا أَوْ لَأَذْبَحُنَّهُ أَوْ لِيَأْتِنِي بِسُلْطَانٍ مُبِينٍ (21) فَفَكَرَّ خَيْرَ بَعِيدٍ فَقَالَ أَحَطَّتْ بِمَا لَمْ تَحِطْ بِهِ وَجِئْتُكَ مِنْ سَبَإٍ بِنَبِيٍّ يَقِينٍ (22) إِنِّي وَجَدْتُ امْرَأَةً تَمْلِكُهُمْ وَأُوتِيَتْ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ وَلَكِنَّ عَرْشَ عِزِّهِمْ (23) وَجَدْتُهُمَا وَقَوْمَهُمَا يَسْجُدُونَ لِلشَّمْسِ مِنْ دُونِ

(1)- محمود منصور هبة، مرجع سابق، ص 22.

(2)- المرجع نفسه، ص 23.

اللَّهُ وَزَيْنَ لَهُمُ الشَّيْطَانُ أَنْعَمَالَهُمْ فَصَدَّهُمْ مَخْنُ السَّبِيلِ فَمَنْ لَا يَهْتَدُونَ (24) أَلَّا يَسْجُدُوا لِلَّهِ الَّذِي يُخْرِجُ الْخَبْءَ فِي السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَيَعْلَمُ مَا تُخْفُونَ وَمَا تُعْلِنُونَ (25) اللَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ رَبُّ الْعَرْشِ الْعَظِيمِ ﴿ [النمل: 20-26]، حينما نقرأ هذه الآيات قراءة إعلامية نلاحظ في البداية بروز قيمة من أهم قيم الخير، وهي الهدى، أي الحديد الذي لم يكن معروفاً من قبل ﴿أَعْطَيْتُمْ بِمَا لَمْ تُحِطْ بِهِ﴾، أي أن الهدى قد علم ما كان خافياً عن سليمان -عليه السلام-، فهو أمر جديد بالنسبة إليه، ثم يشير الهدى إلى عنصر آخر، يزيد من أهمية خبره وهو عنصر القرب المكاني ﴿وَجِئْتَكُمْ مِنْ سَبِيلٍ بِنَبَأٍ يَقِينٍ﴾، ومملكة سبأ قريبة من مملكة سليمان -عليه السلام-، ثم يمضي السرد القرآني لنكتشف عنصر من عناصر الخبر في الإعلام الإسلامي في قوله تعالى: ﴿إِنِّي وَجَدتُّ امْرَأَتَهُ تَمَلِكُهُمْ﴾، إن أهم ما تشير إليه الآيتين ليس مجرد اكتشاف الهدى لامرأة تحكم قومها، وأما أعطيت من كل شيء من الأشياء التي يحتاج إليها الملوك من أسباب الدنيا من سعة المال وكثرة الرجال ووفرة السلاح والعتاد، ولها عرش عظيم، بل الأخطر من كل ذلك هو ما وجده الهدى من أنها وقومها مجوس يعبدون الشمس ويتركون عبادة الواحد الأحد، وهنا تتضاعف أهمية الخبر وذلك لأن النتائج المترتبة عليه أصبحت أكثر أهمية وخطورة، وهذا عنصراً جديداً آخر تكشف عنه الآيات وهو النتائج المترتبة عن الخير⁽¹⁾.

-قوله تعالى: ﴿وَكُلًّا نَقُصُّ عَلَيْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الرُّسُلِ مَا نُثَبِّتُ بِهِ فُؤَادَكَ وَجَاءَكَ فِي هَذِهِ الْحَقُّ وَمَوْعِظَةٌ وَذِكْرٌ لِلْمُؤْمِنِينَ﴾ [هود: 120]، وردت هذه الآية بعد عدد من الآيات التي تصف عاقبة الأمم السابقة المكذبة للرسول، وتوضح الآية أن تلك الأخبار التي أوردتها آيات القرآن قصد بها تثبيت الرسول ﷺ على أداء الرسالة، وتطمين لقلبه، والتثبيت يتحقق بأخبار لأحداث سابقة كما قد يتحقق بأخبار آنية.

-العبرة والعظة: وتتضح هذه القيمة من عدد كبير من الآيات التي ذكرها القرآن من باب العبرة والاعتاظ، ومن بين هذه الآيات قوله تعالى: ﴿وَآتَلُّ عَلَيْكُمْ نَبَأَ ابْنَيْ آدَمَ بِالْحَقِّ إِذْ قَرَّبَا قُرْبَانًا فَتَقَبَّلَ مِنْ أَحَدِهِمَا وَلَمْ يُتَقَبَّلْ مِنَ الْآخَرِ قَالَ لَأَقْتُلَنَّكَ قَالَ إِنَّمَا يَتَقَبَّلُ اللَّهُ مِنَ الْمُتَّقِينَ﴾ [المائدة: 29]، وقوله عز وجل: ﴿وَآتَلُّ عَلَيْكُمْ نَبَأَ الَّذِي آتَيْنَاهُ آيَاتِنَا فَانْسَلَخَ مِنْهَا فَاتَّبَعَهُ الشَّيْطَانُ فَكَانَ مِنَ الْغَاوِينَ﴾ [الأعراف: 175-176].

(1) - كرم شليبي، مرجع سابق، ص 51.

-الوحدة العقدية: تؤكد العديد من آيات القرآن وأحاديث النبي ﷺ على أخوة المسلمين وهدم العقيدة، ومن بين هذه الآيات: قوله تعالى: ﴿ إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاتَّقُونِ ﴾ [الأنبياء: 92]، ﴿ وَإِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاتَّقُونِ ﴾ [المؤمنون: 52]، ﴿ وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ﴾ [التوبة: 71].

-التقويم: جاءت العديد من آيات القرآن وأنبائه وقصصه لتقويم أوضاع خاطئة أو اعتقادات ضالة، ومن بين هذه الآيات قوله تعالى: ﴿ يَعْتَذِرُونَ إِلَيْكُمْ إِذَا رَجَعْتُمْ إِلَيْهِمْ قُلْ لَا تَعْتَذِرُوا لَنْ نُؤْمِنَ لَكُمْ قَدْ نَبَّأَنَا اللَّهُ مِنْ أَخْبَارِكُمْ وَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ ثُمَّ تُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالَمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴾ [التوبة: 94].

هذه بعض القيم التي أمكن رصدها من خلال آيات القرآن ولا شك أن المجال ما يزال بحاجة إلى دراسات أعمق تحدد من خلالها القيم الإخبارية التي يعكسها الإطار القيمي الإسلامي من خلال مصادره التشريعية المختلفة.

المبحث الرابع: مفاهيم إخبارية وعلاقتها بالإعلام الإسلامي

سوف نتناول من خلال هذا المبحث بعض المصطلحات الإعلامية وعلاقتها بالإعلام الإسلامي، وقد حددنا أهم هذه المصطلحات على النحو الآتي: الحرية، الإثارة، حارس البوابة، الإشاعة.

1- الحارس على الذاكرة الجماعية:

أصبحت المؤسسات الإعلامية في العقود الأخيرة شبكات اتصال ضخمة، تتصارع داخلها المصالح، كما أن كل مؤسسة هي في حد ذاتها نظام معقد ضمن ثلاثية السلطة والنفوذ والمصالح، ومنذ أن أضحى الاتصال مؤسسانيا برزت فئات مهنية اضطلعت بدور الحارس على الذاكرة الجماعية، ونهضت من جرائ ذلك بمسؤولية نقل أنواع معينة من الرسالة، وهذه الفئة هي التي تحدد شكل ومضمون المعلومات التي تبلغ للجمهور.

ويرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل، والأمريكي الجنسية كيرت لوين (Kurt Lewin)، في التأسيس لنظرية حارس البوابة، حيث يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف، توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج، وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يدير هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات، وقد أشارت العديد من الدراسات إلى أن الرسالة الإعلامية تمر بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات⁽¹⁾.

وأبسط أنواع السلاسل هي سلسلة الاتصال المواجهي بين فردين، ولكن هذه السلاسل في حالة الاتصال الجماهيري تكون طويلة جدا، حيث تمر المعلومات بالعديد من الحلقات أو الأنظمة المتصلة، كما هو الحال في الصحف والراديو والتلفزيون فالحدث الذي يقع في الهند مثلا يمر بمراحل عديدة قبل أن يصل إلى القارئ أو المستمع أو المشاهد في مصر أو الولايات المتحدة، وقدر المعلومات الذي يخرج من بعض تلك الحلقات قد يكون أكبر مما يدخل فيها، وهذا ما يطلق عليه

(1) -حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 176.

شانون أجهزة التقوية.

ومن الحقائق الأساسية التي أشار إليها كرت ليوين أن هناك في كل حلقة بطول السلسلة فردا يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سيمررها كما هي إلى الحلقات التالية، أم سيزيد عليها أم يحذف منها أو يلغيها تماما، ومفهوم حراسة البوابة يعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال، بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر حتى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف، وقد أشار كرت ليوين إلى أن فهم وظيفة البوابة يعني فهم المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها حارس البوابة⁽¹⁾.

وتتمثل وظيفة الحارس على الذاكرة الجماعية في الإعلام الإسلامي في خدمة أهداف الرسالة الخاتمة، من خلال التقييد عند اختيار الأحداث والمادة الإعلامية بعقيدة الإسلام ومنهجه في الحياة، والاهتمام أساسا بالموضوعات والأخبار التي تنفع الناس، وتجنب الأخبار التي تلهيهم وكذلك الحرص على إبراز العبر من الأحداث وعواقب سلوكيات الأشخاص وأفعالهم، وليس الأشخاص ذاهم، وتوجيه الناس إلى الحق وتجييبه إلى قلوبهم.

وعلى الحارس أن يمنح الأولوية والأفضلية للنبا النافع والمفيد، وأن يركز على تربية الناس من خلال اعتماد المنهج الإسلامي في المعالجة والعرض، وأن يلتزم في جميع الحالات والظروف بأخلاق الإسلام وضوابطه، وسلامة وعفاف الأسلوب.

وكذلك على الحارس على الذاكرة الجماعية أن يراعي الأمرين التاليين:

أولاً: أن يدعم ويشجع عمل الصالحات ومن ذلك الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، التعاون على البر والتقوى، التواصي بالحق والصبر، التضامن والاعتصام بحبل الله، التغيير الإيجابي والمفيد، التطلع إلى الخير.

ثانياً: أن يربي الناس على نبد أسباب فساد المجتمعات وهلاك الأمم، وفي ذلك مثلا فساد المترفين، الفتن، التفرق، إشاعة الفاحشة، البخل والحسد، الأنانية، أكل الربا، بخس الناس أشياءهم،

(1) - جيهان رشدي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978، ص294.

الظلم، الطغيان، إتباع الهوى، التبذير، نقض العهود⁽¹⁾.

2- الحرية:

تعد حرية الإعلام واحدة من أهم مقومات نجاح عمله، إن لم تكن أهمها على الإطلاق، ويراد بحرية الإعلام في الإسلام عدم انزلاقه ووقوعه تحت أي تبعية إلا تبعية الحق، حتى لو كانت تبعية الدولة تنافي الحق، فإنه يجب تخليصه من تبعيتها، ذلك أن مقصوده الأساسي إظهار الحق والتحرير على اتباعه ومقاومة الباطل والحث على الابتعاد عنه، ويترتب على ذلك أن كل ما يخالف الحق مرفوض مهما كان مصدر تلك المخالفة يستوي في ذلك الفرد والجماعة والحاكم والمحكوم، إذ على الإعلامي الإسلامي أن يقف بقوة بوجه كل ما يخالف الحق ويكشف عن زيفه ويوضح ما فيه من باطل وانحراف⁽²⁾.

- أوصاف الحرية في الإسلام:

- إن الشريعة لم تقرر مبدأ الحرية بدافع تطور الحرية أو تلبية رغباتها، وإنما قررتها سلفاً لرفع مستوى الجماعة وتقدم الأمة والارتقاء بها على نحو يحو الجهل والهمجية والأمية، ويثبت ذاتية الأمة وأصالتها واستقلالها، ويضع القواعد الراسخة لإقرار مبدأ الحرية على مدى الأزمان.

- جاءت نصوص الحرية عامة مرنة لا تحتاج إلى تعديل أو تبديل، وتتناسب مع تغير الظروف والأمكنة ومضي الزمن، فجعلت بذلك من إطار حق الحرية واسعاً شاملاً كل زمان ومكان.

- جاءت صيحة الحرية قوية شديدة أفضت مضاجع المشركين الوثنيين الذين عكفوا على ما وجدوا عليه آباءهم وأجدادهم، فدفعتهم إلى التخلص من رواسب التقليد الأعمى، وقد تحمل المسلمون في ذلك ألواناً من العذاب فصبروا على ما أودوا وضحوا بأغلى الأشياء لديهم دعوة للحق بغير إكراه أحد على تغيير عقيدته⁽³⁾.

وقد أقر الإسلام حرية التعبير والرأي من خلال النبي ﷺ حين أمر بقوله تعالى: ﴿وَشَأْؤُهُمْ فِيهِ الْأَمْرُ﴾ [آل عمران: 159]، قبل أن تشيع هذه القيمة في المجتمع الإسلامي كافة بقوله تعالى:

(1) -نور الدين بلبل، مفاهيم إعلامية، دط، دد، قسنطينة، دت، ص39.

(2) -وليد غفوري البدر، الإعلام الإسلامي خصائصه، رسائله، حريته، مرجع سابق، ص338.

(3) -حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، ط1، دار اللبنانية المصرية، القاهرة، 1414هـ-1994م، ص56.

﴿وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ﴾ [الشورى: 35].

والإسلام حين أقر مبدأ الحرية قيد هذا المبدأ بمجموعة من القيود وضبطه بعدة ضوابط، ذلك حتى يحقق للفرد حقه في الحرية ويضمن للطرف الآخر حقه من الحرية، يمكن حصر هذه الضوابط فيما يأتي:

- يأمر الإسلام بالالتزام بالأدب في المناقشة وإبداء الرأي وتقدير كلام الآخرين من غير تسرع في الحكم.

- منع الإسلام المجادلة التي تؤدي إلى العداوة والبغضاء، لقوله تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُفْتَدِينَ﴾ [النحل: 125].

أما القيود فهي:

- لا يجوز أن تؤدي الحرية إلى الفتنة والفرقة.

- لا يجوز أن تؤدي هذه الحرية إلى نشر الإلحاد أو الأهواء أو البدع بين الناس.

- لا يصح أن تؤدي هذه الحرية إلى الفحش والخوض في أعراض الناس وأسرارهم، لقوله تعالى: ﴿لَا يُجِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلَمَ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا حَلِيمًا﴾ [النساء: 148].

فالشريعة الإسلامية تجمع بين الحرية والتقييد، والأصل هو حرية الرأي أما التقييد فيختص بما يمس الأخلاق والآداب والنظم، إن المسؤولية أمام الضمير وأمام المجتمع وأمام الله عز وجل من أهم ما يميز حرية التعبير في الإسلام⁽¹⁾، لقوله تعالى: ﴿وَقَاتِلُوهُمْ حَتَّىٰ لَا تَكُونَ فِتْنَةٌ وَيَكُونَ الدِّينُ كُلَّهُ لِلَّهِ فَإِنِ انْتَهَوْا فَإِنَّ اللَّهَ بِمَا يَعْمَلُونَ بَصِيرٌ﴾ [الأنفال: 37].

ومن حق الدولة مساءلة الإعلاميين فيما يصدر عنهم من إساءة لاستعمال الحرية ومعاقبة من يثبت عليه ذلك، بشرط أن يتم ذلك عن طريق القضاء، ولا يترك الأمر للإدارة تتصرف فيه كيفما تشاء، حرصاً على حرية الإعلام، وبذلك يوازن الإسلام بين الحرية والمسؤولية توازناً دقيقاً⁽²⁾.

(1) - وهى الزحيلي، حق الحرية في العالم، دط، دار الفكر، بيروت، لبنان، 2000، ص128.

(2) - إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، ص46.

فمفهوم الحرية في الإسلام غيره لدى فلاسفة النظم الأخرى، وهو يعني إطلاق العنان للإنسانية في الإنسان، كما يعني إطلاق العنان للعقل باعتباره المميز لهذا المخلوق عما سواه من سائر الكائنات، وفي سبيل تحقيق حرية هذا شأنها لا بد من ضبط الغرائز وتنظيم الشهوات وهذا ما يقوم به الإسلام حين يحرر عقل الإنسان من العبودية لغير الله، فلا يرضى بشرع غير شرع خالقه، وحين يحرم على الغرائز ممارسة أهوائها وشهواتها، فلا تترع إلى الحيوانية ولا تضل بالإنسان عن طريق الإنسانية الحقيقية⁽¹⁾. وبذلك فإن حرية الرأي والتعبير هي جوهر الإسلام وضرورة من ضرورات الإيمان به، ولقد كانت هذه الحرية واقعا ملموسا منذ عهد الرسول ﷺ وحتى نهاية عهد الخلفاء الراشدين⁽²⁾.

3- الإثارة:

يركز الإعلاميون الغربيون في تغطيتهم للأنباء على الأحداث التي تتضمن جوانب مثيرة تجذب انتباه القارئ المستمع والمشاهد، وخاصة ما تعلق بالجرائم والجنس والفضائح.

وفي إطار هذه الصيغة يصبح خبر شاذ أو غير مألوف أهم بكثير من أي حدث سياسي أو اقتصادي، مهما كان تأثيره على العالم، وعن الإثارة في الإعلام الغربي يقول إبراهيم إمام: «وثمة آفة أخرى في الإعلام الغربي، وهي العناية الشديدة بالإثارة وسرد أنباء العنف والجرائم بطريقة يغدو فيها المجرم بطلا، أو قدوة تحتذى، كما يولي هذا الإعلام اهتماما مبالغا لأخبار الجنس والشذوذ، وينشر الصور العارية على اعتبار أنها مروجات الإعلان والتوزيع في وقت معا، ولا بأس من رواية الشائعات وعرض المآسي العائلية، وأخبار الرقصات والممثلات مع المبالغة والتهويل»⁽³⁾.

أما عن علاقة مفهوم الإثارة بالإعلام الإسلامي فيقول عبد القادر طاش⁽⁴⁾: إنه يجب التفرقة بين الإثارة المرغوبة والإثارة المرفوضة، وذلك لأن أسلوب الإثارة أسلوب من أساليب البلاغة العربية، وليس أمرا بدعا أو مخالفا لقواعد وممارسات اللغة العربية، فالإثارة في معناها المبسط تعني إثارة انتباه القارئ وجذب اهتمامه إلى موضوع ما، أو إلى قضية أو إلى شخصية أو نحو ذلك،

(1)- فؤاد توفيق الواعي، الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة، ط1، مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان، 1414هـ-1992م، ص361.

(2)- حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، ص42.

(3)- إبراهيم إمام، وكالات الأنباء، ط3، دار الفكر العربي، القاهرة، 1994، ص231.

(4)- عبد القادر طاش، أسلوب الإثارة ليس عيبا في ذاته، مجلة الدعوة، ع 17/11/1414هـ، ص21.

الفصل الثالث، الغضائيات الإسلامية والأحباء الإخباري

فالعيب ليس في الإثارة كأسلوب، ذلك أن هذا الأسلوب قد استخدم في البلاغة العربية، وعلى رأس ذلك في كتاب الله الكريم، حيث أن الأسلوب البياني القرآني يعتمد على أسلوب إثارة انتباه المخاطب والقارئ، وذلك من خلال التركيز في بعض الصور على الفواتح التي تشد انتباه القارئ أو السامع أول ما تلقى عليه.

ويعتمد القرآن أيضا على صيغ الاستفهام في تقرير أمر مهم أو في شد انتباه المخاطب لقضية أساسية ونحو ذلك، فالعيب إذا ليس في أسلوب الإثارة في حد ذاته، وإنما العيب عندما لا ينضبط هذا الأسلوب بالضوابط المطلوبة، ومن أهم هذه الضوابط:

- أن تكون الواقعة التي يستخدم فيها أسلوب الإثارة واقعة صحيحة، ليس فيها كذب أو اختلاق.
- ينبغي أن يستخدم أسلوب الإثارة بجرعات مناسبة لأهمية الموضوع، بالنسبة للقارئ وبالنسبة للتأثير العام في المجتمع، فلا تعطى قضية تافهة أو صغيرة أو ثانوية اهتماما أكبر، مما ينبغي بالجوء إلى أسلوب الإثارة فكل قضية ينبغي أن توضع في نصابها الصحيح.

- الأمر الثالث يتعلق بالمبالغة أو عدم المبالغة في استخدام العناوين، فاستخدام العناوين من الفنون الصحفية، ولكن عندما تكون هذه العناوين مخالفة لمضمون الموضوع يكون فيها نوع من التحريك أو نوع من الإيجاءات التي لا يدل عليها الموضوع، وعند ذلك تكون هذه الإثارة إثارة مرفوضة.

ويضيف عبد القادر طاس: «إننا لو اتبعنا هذه الضوابط لاستطعنا أن نوظف أسلوب الإثارة لخدمة القضايا الصحفية، وشد انتباه القارئ إليها، والمشكلة التي تقع فيها كثير من الصحف والمجلات عندما تلجأ بأسلوب الإثارة بعيدا عن هذه الضوابط، أو عندما تكون الإثارة غاية بحد ذاتها، بدلا من أن تكون وسيلة مناسبة»⁽¹⁾.

4-الإشاعة:

الإشاعات هي نوع من الفيروسات المعلوماتية المرتبطة بأحداث تشغل بال الناس، وتستمد صفة الرواج من قدرتها على إذكاء الذعر في النفوس، ومن قدرتها على إدخال التغييرات، والشائعة

(1)- المرجع السابق، ص 21.

أو الإشاعة هي: الخبر ينتشر ولا تثبت فيه⁽¹⁾.

ويعرفها الإعلاميون بأنها: فكرة خاصة يؤمن بها الناس، تنتقل من شخص إلى آخر، ويتم هذا عادة بواسطة الكلمة التي يتفوه بها الناس دون أن تستند إلى دليل أو شاهد، وتعمل الشائعة على ترويح الروايات الكاذبة المختلقة، والأخبار المضللة، التي تخضع الناس وتبليبل أفكارهم وتثير فيهم الشكوك والريب، وتحكم معنوياتهم وتفقدهم الثقة بأنفسهم وبقادتهم، وتنشر الفتن والضغائن بين الطوائف والطبقات، وكل ذلك من العوامل التي تفكك وحدة الأمة وتصعد كيانها⁽²⁾.

دوافع الشائعة:

تنشأ الشائعة عادة نتيجة عدد من الدوافع نذكر منها⁽³⁾:

- تحقيق الرغبات والأمان، فتننتشر هذه الشائعات بسرعة بين الناس، لأنها تشعرهم بالرضا وتشبع فيهم هذه الرغبات.
- تعبير عن شعور الكراهية والبغض وخطورة هذه الشائعات أنها تساعد على نشر الخصومة والبغضاء بين الأفراد وفئات المجتمع المختلفة.
- سيطرة الخوف والقلق على الناس، ذلك أن الإنسان في حالة الخوف والقلق مستعد لأن يتوهم أموراً كثيرة لا أساس لها من الصحة، وتسبب الشائعة التي تستند إلى ذلك أضراراً جسيمة، لأنها تعمل على نشر الخوف وإشاعة الذعر في الناس، وإذا استولى الخوف والذعر على الناس ضعفت معنوياتهم وانهارت ثقتهم بأنفسهم.

الإشاعة عند المسلمين:

الإشاعة فيروس خطير، قد يؤدي أحيانا إلى خسائر كبيرة في الأموال أو الأضرار أو المصالح العامة، ويختلف علماء النفس والاجتماع في طريقة مقاومتها، فالبعض يقترح القيام بتكذيبها علنا، على الفور وبقوة، في حين يرى البعض الآخر أن التكذيب العلني لا يزيد على أن يلفت الانتباه إلى المزاعم المغلوطة، ويوسع رقعتها .

(1)-علي بن هادية، لحسن بليس، الجليلي بلحاج يحيى، القاموس المحيط، ط7، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991، ص505.

(2)-طه أحمد حميد، مرجع سابق، ص42.

(3)-المرجع نفسه، ص43.

على أنه ينبغي أن نلاحظ أن فسيولوجيا الإشاعة في مجتمعاتنا الإسلامية، تختلف عنها في المجتمعات الغربية، وذلك لاختلاف القيم والأخلاقيات والمبادئ بيننا وبينهم، ففي مجتمعنا عندما تستهدف الإشاعة الأعراض أو العقيدة يكون وزنها أثقل من لو أنها استهدفت مصالح مادية تجارية، في حين ثقل الإشاعة في المجتمع الغربي منصب على المصالح المادية، أيضا في مجتمعنا تتموقع الإشاعة ضمن دائرة المحضورات الشرعية والآثام، في حين أنها في الوعي الغربي لا تكتسب هذه الأبعاد الأخلاقية، مما يجعل عملية مقاومتها مختلفة في كلا المجتمعين، فالإشاعة عند المسلمين:

-قذف عندما تتعلق بالأعراض ﴿إِنَّ الَّذِينَ يَزْمُونَ الْمُحْصَنَاتِ الْغَافِلَاتِ الْمُؤْمِنَاتِ لَعُنُوا فِيهِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةُ وَلَهُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ﴾ [النور: 13].

-كذب و رجم عندما تتعلق بالإخبار ﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا﴾ [الإسراء: 36].

-إرجاف عندما تتعلق بالأمن العام ﴿لَئِنْ لَمْ يَنْتَهِ الْمُنَافِقُونَ وَالَّذِينَ فِيهِ قُلُوبُهُم مَّرَضٌ وَالْمُرْجِفُونَ فِي الْمَدِينَةِ لَنُغْرِبَنَّكَ بِهِمْ ثُمَّ لَا يُجَاوِرُونَكَ فِيهَا إِلَّا قَلِيلًا﴾ [الأحزاب: 60].

-سوء ظن عندما تتعلق بالتأويل ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِمَّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ﴾ [الحجرات: 12].

و طبعا كل هذه الأدوار خسيصة ومرفوضة شرعا والبواعث كذلك دنيئة تتراوح بين الحقد والحسد والخيانة والخبث واللؤم، إلا ما كان طبعا من شأن الحرب فإنه خدعة⁽¹⁾.

مقاومة الشائعات في المنهج الإسلامي:

-تقع مسؤولية مقاومة الشائعات في المنهج الإسلامي على كل فرد من أفراد المجتمع، وذلك بتجنب ترديدها ونشرها بين الناس، وضرورة إبلاغ المسؤولين بما فور سماعها، حيث يأتي التوضيح السليم منهم، لقوله تعالى: ﴿إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِالسِّنِّينِ وَتَقُولُونَ بِإِفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَتَّبِعُونَهُ هَيْبًا وَهُوَ كَذِبٌ عَظِيمٌ﴾ [النور: 15]. وقوله تعالى: ﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَخَذْنَاهُم بِهِ وَأَكْفَرَهُمْ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أَوْلِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ﴾ [النساء: 83]. لذا كان على الإعلامي المسلم تجنب إذاعة الخبر إلا بعد التوثق منه.⁽²⁾

(1) -تيسير العيادي، هل أتاك النباء؟ فسيولوجيا الإشاعة، مجلة الأمل، محرم 1412هـ/ يوليو 1992م، ص39.

(2) - طاه أحمد محمد حميد، مرجع سبق، ص44

- يكون تنفيذ الشائعات بالاستناد إلى الحجج والبراهين المنطقية والحقائق الواقعية، التي تحصن المجتمع ضد سموم الشائعات، فحينما أراد شاس بن قيس اليهودي أن يثير الفتنة بين الأوس والخزرج ويذكرهم بحروبهم، مما أشغل الفتنة وكادوا يقتتلون، فجاء النبي ﷺ وحسم المسألة بقوله: «الله الله، أبدوى الجاهلية وأنا بين أظهركم بعد أن هداكم الله للإسلام وأكرمهم به وقطع به عنكم أمر الجاهلية، واستنقذكم به من الكفر وآلف بين قلوبكم».

- من الأفضل أن يقوم بتكذيب الشائعات شخصيات كبيرة محبوبة من قبل الشعب، ولها مكانتها في المجتمع، بحيث يميلون إلى تصديقها، ويكفوا عن ترويج الشائعات، ولذا نجد النبي ﷺ كان كثيرا ما يتصدى بنفسه لهذه الشائعات، وهنا ينجلي دور المسؤولين بتفاعلهم الإيجابي مع المؤسسات الإعلامية، وكذلك حرص الإعلاميين على اللقاء مع المسؤولين.

- يكون تكذيب الشائعة بطريق غير مباشر دون أن يعيد ذكر الشائعة أو يكشف مصدرها وقصد مروجيها منها، وهذا يتطلب مهارة لمن يتصدى لهذه المهمة، لأن هناك أناس يصدقون الشائعات ولا يصدقون تكذيبها، وصفهم القرآن في قوله تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِنْكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَكُمْ﴾ [النور: 11]. لذا على المؤسسات الإعلامية تجنب تكرار الشائعة في نشراتها الإخبارية، مع ضرورة تأكيد التكذيب والتلميح في الشائعة من غير تصريح أو توسعة.

- لتقليل أثر الشائعة أو القضاء عليها يلجأ إلى أسلوب تحويل الأنظار عن الشائعة إلى مجالات أخرى مفيدة للناس، تستنفذ جهودهم وتفكيرهم ولا تدع لهم فرصة للخوض في شائعة، كما فعل النبي ﷺ بعد غزو بني المصطلق، حيث أمر النبي ﷺ بالمسير في ساعة لم يألفوا السير فيها، وواصل السير ليلا ونهارا، حتى أدرك المكان الذي يريد، وحين ذلك استسلموا جميعا للنوم ولم يخوضوا في الحديث مرة أخرى، فعلى المؤسسة الإعلامية أن تتحول عن خبر الشائعة إلى أخبار أخرى تثير الرأي العام وتستقطب اهتمامهم.

- البحث عن مصدر كل شائعة عند ظهورها ومحاولة القضاء عليها من منبعها وقلعها من جذورها، وكشف مروجيها، وفضحهم، وقد فعل النبي ﷺ ذلك حينما تناها إليه أن أناسا من المنافقين يجتمعون في بيت سويلم اليهودي، يثبطون الناس عن الخروج مع النبي ﷺ في غزوة تبوك، فأرسل إلى طلحة بن عبيد الله مع نفر من أصحابه، وأمره أن يحرق عليه البيت، وبذلك تخلص^(١)

(١) - المرجع السابق - صفح 44

المسلمون من الشرور التي تنبعث من تلك البؤرة الفاسدة، وكذلك فعله من تقدم مسجد الضرار، الذي ما بني إلا ليكون بوقاً للشائعات والافتراءات⁽¹⁾، يقول الله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ اتَّخَذُوا مَسْجِدًا ضِرَارًا وَكُفْرًا وَتَفْرِيقًا بَيْنَ الْمُؤْمِنِينَ وَإِزْوَاحًا لِمَنْ حَارَبَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ مِنْ قَبْلُ﴾ [التوبة: 107].

فإذا كانت الشائعة مرفوضة إسلامياً داخل إطار المجتمع الإسلامي، فهل يجوز الإسلام استخدام هذا الأسلوب إن تعلق الأمر بالأعداء وفي ظرف الحرب؟

لعلّ أبرز ما قد يذكر لتأصيل إباحة الشائعة في حالة الحرب، واستناداً إلى القاعدة المشهورة "الحرب خدعة"، «واقعة نعيم بن مسعود بن عامر بن أنيف بن ثعلبة بن قنفذ بن هلال بن خلاوة بن أشجع بن ريت بن غطفان أتى رسول الله ﷺ فقال: يا رسول الله إني قد أسلمت وإن قومي لم يعلموا بإسلامي، فمرني بما شئت، فقال رسول الله ﷺ: «إنما أنت فينا رجل واحد، فخذل عنا إن استطعت، فإن الحرب خدعة». فخرج نعيم بن مسعود حتى أتى بني قريظة، وكان لهم ندبما في الجاهلية، فقال: يا بني قريظة قد عرفتم ودي إياكم، وخاصة ما بيني وبينكم، قالوا: صدقت لست عندنا بمتهم، فقال لهم: إن قريش وغطفان ليسوا كأنتم، البلد بلدكم فيه أموالكم وأبناءكم ونساءكم، لا تقدرن على أن تتحولوا منه إلى غيره، وإن قريشا وغطفان قد جاءوا لحرب محمد وأصحابه، وقد ظاهروهم عليه، وبلدهم ونساءهم وأموالهم بغيره، فليسوا كأنتم، فإن رأوا نكرة أصابوها، وإن كان غير ذلك لحقوا ببلادهم، وخلوا بينكم وبين الرجل ببلدكم، ولا طاقة لكم به إن خلى بكم، فلا تقاتلوا مع القوم حتى تأخذوا منهم رهنا من أشرافهم، يكونون بأيديكم ثقة لكم على أن تقاتلوا معهم محمداً حتى تنجزوه، قالوا: لقد أشرت بالرأي، ثم خرج حتى أتى قريشا فقال لأبي سفيان بن حرب ومن معه من رجال قريش قد عرفتم ودي لكم وفراقي محمداً، وأنه قد بلغني أمر قد رأيت عليّ حقاً أن أبلغكموه نصحاً لكم، فاكتموا عني، قالوا: نفعل، قال: فاعلموا أن معشر يهود قد ندموا على ما صنعوا فيما بينهم وبين محمد، وقد أرسلوا إليه: إنا قد ندمنا على ما فعلنا، فهل يرضيك أن تأخذ لك من القبيلتين من قريش وغطفان رجلاً من أشرافهم، فتعطيهم، فتضرب أعناقهم ثم نكون معك على من بقي منهم حتى نستأصلهم، فأرسل إليهم: أن نعم، فإن بعثت إليكم يهود يلتمسون منكم رهنا من رجالكم فلا تدفعوا إليهم منكم رجلاً واحداً.

ثم خرج حتى أتى غطفان، فقال: يا معشر غطفان، إنكم أصلي وعشيرتي، وأحب الناس إليّ

(1) المراجع السادسة: ١٠٠٠

ولا أراكم تتهمونني، قالوا: صدقت، ما أنت عندنا بمتهم، قال: فاكتموا عني، قالوا: نفعل، ثم قال لهم ما قال لقريش، وحذرهم ما حذرهم.

فما كانت ليلة السبت من شوال سنة خمس وكان من صنع الله تعالى لرسوله ﷺ أن أرسل أبو سفيان بن حرب ورؤوس غطفان إلى بني قريظة عكرمة بن أبي جهل في نفر من قريش وغطفان، فقال لهم: إنا لسنا بدار مقام، هناك الخف والحافر فأعدوا القتال حتى ننجاز محمدا ونفرغ مما بيننا وبينه، فأرسلوا إليهم أن اليوم يوم السبت وهو يوم لا نعمل فيه شيئا، وقد كان أحدث فيه بعضنا حدثا فأصاهم ما لم يخف عليكم، ولسنا مع ذلك باللذين نقاتل معكم محمدا حتى تعطونا رهنا من رجالكم يكونون بأيدينا ثقة لنا، حتى ننجاز محمدا، إنا نخشى إن ضرستهم الحرب واشتد عليكم القتال أن تنشمروا إلى بلادكم وتركونا والرجل في بلانا ولا طاقة لنا بذلك منه.

فلما رجعت إليهم الرسل بما قالت بني قريظة قالت قريش وغطفان والله إن الذي حدثكم نعيم بن مسعود لحق، فأرسلوا إلى بني قريظة: إنا والله لا ندفع لكم رجلا واحدا من رجالنا، فإن كنتم تريدون القتال فأخرجوا فقاتلوا، فقالت بنو قريظة حين انتهت إليهم الرسل بهذا: إن الذي ذكر لكم نعيم بن مسعود لحق، ما يريد القوم إلا أن تقاتلوا، فإن رأوا فرصة انتهبوها، وإن كان غير ذلك انشمروا إلى بلادهم، وخلوا بينكم وبين الرجل في بلدكم، فأرسلوا إلى قريش وغطفان: إنا والله ما نقاتل معكم حتى تعطونا رهنا. فأبوا عليهم وحذل الله بينهم وبعث الله الريح في ليلة شاتية شديدة البرد، فجعلت تكفأ قدورهم وتطرح آيتهم»⁽¹⁾.

(1) - إسماعيل بن كثير، السيرة النبوية، تحقيق: مصطفى عبد الواحد، ط2، دار الفكر، مصر، 1401هـ - 1981م، ص214-

خلاصة:

من خلال ما تم عرضه ضمن هذا الفصل يمكننا أن نسجل:

-الإعلام الإسلامي إعلام متميز في فلسفته ومنهجه وقيمه، يحقق مبدئي الثبات في الأصول والمرونة في الوسائل ويسير وفق معادلة واضحة تمزج بين المادة والروح، تتضح من خلال خصائصه العامة وتشكل النسق القيمي لكل عنصر من عناصره ضمن المرجعية الإسلامية.

-تعتبر الفضائيات الإسلامية مظهرا من مظاهر التطبيق العملي لمعالم الإعلام الإسلامي، ورغم حداثة التجربة إلا أنها حققت العديد من المكاسب، بيد أنها ما زالت تعاني بعض مظاهر القصور، ومن بين أبرز هذه التجارب قناة المجد الفضائية التي تقع ضمن شبكة قنوات المجد المتنوعة.

-إن منهج الخير الذبائنادي به الفلسفة الإسلامية في الإعلام هو المنهج الجدير بالاحتذاء والاتباع ليس في المجتمعات الإسلامية فحسب، بل في المجتمعات البشرية كافة، وهو منهج ينطلق من أسس راسخة وقواعد ثابتة وأركان متينة

جامعة الأمير
عبد القادر
للعلوم الإسلامية

الفصل الرابع:
الدراسة التحليلية

تمهيد

يتناول الفصل الرابع من هذه الدراسة نتائج الدراسة التحليلية لعينة من نشرات أخبار قناة "المجد" وفقا للفئات التي سببتهم، في إطار إشكالية وتساؤلات الدراسة، والتي تسدرج ضمن مجموعتين رئيسيتين من الفئات: فئات الموضوع (ماذا قيل؟)، وفئات الشكل (كيف قيل؟)، وقبل التطرق إلى نتائج الدراسة سنتناول في البداية الإجراءات المنهجية للدراسة من خلال توصيف العينة وفئات ووحدات التحليل.

أولاً: الإجراءات المنهجية

1- توصيف عينة الدراسة:

1-1- التوصيف الكمي لعينة الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على خصائص الخبر في قنوات الإعلام الإسلامي، وقد تم اختيار قناتي "المجد والمانار" في البداية دون غيرهما، لكونهما الوحيدتان اللتان كانتا تقدمان الخدمة الإخبارية في الفترة التي تم فيها اختيار عينة المصادر، إضافة إلى قناة الأقصى التي استبعدت بسبب قصر عمرها الإعلامي وخشية عدم استمرارها. مع العلم أن عدد من قنوات الإعلام الإسلامي قد اتجهت مؤخراً إلى تقديم الخدمة الإخبارية، كقناة إقرأ، قناة القدس، ثم تم استبعاد قناة "المانار" بسبب الأوضاع الأمنية والسياسية التي مرت بها الأراضي اللبنانية.

وقد تم اختيار النشرة المسائية في قناة المجد، باعتبارها النشرة التي تبث من خلالها معظم أحداث اليوم، وتبث هذه النشرة بعد صلاة العشاء بتوقيت مكة المكرمة.

وبهذا فإن مجتمع البحث في هذه الدراسة هو مجموع النشرات التي تبث في قناة المجد خلال الفترة الزمنية للبحث، والممتدة من 1 أبريل 2008 إلى 30 جوان 2008، ولصعوبة إجراء الدراسة على مجتمع البحث كله، تم الاعتماد على أسلوب المعاينة، ومن بين الطرق الشائعة لاختيار العينات تم اختيار أسلوب الدور (Retation)، الذي يتم بطريقة منتظمة ويتغلب في نفس الوقت على نقاط الضعف في أسلوب العينة المنتظمة، حيث يضمن هذا الأسلوب عدم تكرار التواريخ أو الأعداد الخاصة بظهور أو صدور المفردات أو وحدات العينة.

«وأسلوب الدورة يحقق العديد من المزايا في التحليل، التي تتمثل في إعطاء فرصة متساوية

الفصل الرابع:دراسة التحليلية

لجميع أيام الصدور أو الإذاعة، وبالتالي يسهم في إمكانية تحقيق المقارنة المنهجية السليمة بين الفترات وبعضها لثبات العامل الخاص باختيار العينة، بالإضافة إلى ذلك فإنه يساعد الباحث على بناء الفترات الصناعية (أسبوع، أسبوعين، شهر)، مع ضمان نفس البعد الزمني بين كل الأيام أو الأسابيع التي تكون الفترات الصناعية، بدلا من احتمالات تقارب الأيام وتباعدها في الاختيار العشوائي»⁽¹⁾.

جدول رقم (1): عينة النشرات خلال فترة الدراسة

التاريخ	اليوم	الأسبوع	الشهر
08/04-1	الثلاثاء	الأول	أفريل
08/04/09	الأربعاء	الثاني	
08/04/17	الخميس	الثالث	
08/04/25	الجمعة	الرابع	
08/05/03	السبت	الأول	ماي
08/05/11	الأحد	الثاني	
08/05/19	الاثنين	الثالث	
08/05/20	الثلاثاء	الثالث	
08/05/28	الأربعاء	الرابع	
08/06/26	الخميس	الأول	جوان
08/06/13	الجمعة	الثاني	
08/06/21	السبت	الثالث	
08/06/29	الأحد	الرابع	

1-2- التوصيف الكيفي لعينة الدراسة:

ضمن سعيها لتقديم خدمة إعلامية متكاملة في إطار الضوابط الإسلامية للإعلام تقدم قناة

(1) - محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في نخوت الإعلام، ط 1، ديوان المنطوعات الجامعية، الجزائر، 1979، ص 169.

الفصل الرابع، الدراسة التحليلية

المجد الخدمة الإخبارية من خلال النشرات الإخبارية الرئيسية وموجز الأخبار، إضافة إلى بعض الحصص الإخبارية، وتميز النشرات الإخبارية في قنوات المجد بمجموعة من الخصائص نفضلها على النحو الآتي:

-الجينيريك:

يتشكل جينيريك نشرات الأخبار في قناة المجد من جزأين، يتم خلال الجزء الأول عرض مجموعة من الصور تعكس الصراع القائم في العالم، حيث تظهر صور الاعتداءات الإسرائيلية على الشعب الفلسطيني بشكل مكثف، وأبرز هذه الصور صورة استشهاد الطفل الفلسطيني محمد الدرة، ومن بين الصور البارزة أيضا في الجينيريك، نلاحظ صور انهيار مبنى التجارة العالمي في نيويورك، لينتهي هذا الجزء بالشعار التي تبناه القناة في نشراتها الإخبارية وهو: "رؤية ثابتة لعلم مضطرب"، ونلاحظ من خلال تتابع الصور إضافة إلى الشعار، اهتمام القناة ببؤر التوتر وأخبار الصراعات المسلحة، حيث ترسم القناة للمشاهد منذ البداية نوع الأخبار، ومن ثم نوع المشهد العالمي الذي تصفه استباقا بأنه عالم مضطرب.

تركيز القناة من خلال الجزء الأول من جينيريك نشرات الأخبار على صور العدوان الإسرائيلي في الأراضي الفلسطينية، يدل على اهتمام القناة بهذه القضية، واعتبارها ضمن القضايا المركزية بالنسبة لنشرات الأخبار.

تتبنى قناة المجد من خلال الجزء الثاني من الجينيريك الرؤية التي تعتبر التلفزيون عموما ونشرات الأخبار بصفة خاصة نافذة على العالم، ومن هذا المنطلق تبرز الكرة الأرضية وهي تدور حول نفسها، وخلفها خريطة العالم، دون الإشارة إلى مكان معين من الخريطة، يصاحب هذا الجينيريك بعض الآهات وتغيب المقاطع الموسيقية، انطلاقا من التوجه العام للقناة والذي يستبعد استعمال الموسيقى في برامجها.

لا نلاحظ أي إشارة دقيقة للتاريخ أو الزمن، عدا ظهور مجموعة من الساعات خلال الجينيريك، دون أن تشير إلى توقيت محدد، كما نلاحظ من خلال استعراضنا لهذا الجينيريك غياب رموز واضحة تعكس هوية القناة، سواء من الناحية الجغرافية أو القيمة.

-الديكور:

إن ديكور الاستوديو يشهد على طبيعة الرؤية السائدة حول نشرة الأخبار، وتعتمد القنوات التلفزيونية أنواع مختلفة من الديكور، كالصور المكبرة التي تظهر خلف المذيع على خلفية شاشة كبيرة تتابع من خلالها الأحداث أو تظهر خريطة العالم أو الكرة الأرضية، أما الديكور الذي تتبناه قناة "المجد" مع عدد من القنوات الأخرى، فيعتمد أساسا على مجموعة من الشاشات التي تظهر خلف المذيع، حيث تظهر من خلال إحدى هذه الشاشات صورة ثابتة للجنيريك، بينما تبرز باقي الشاشات أحداث مختلفة.

-العناوين:

تعتمد نشرات الأخبار في قناة "المجد" على أسلوب الملخص في عرض العناوين، وهذا الأسلوب مستمد أساسا من الأسلوب الكتابي، حيث أن ما يسمى بالعنوان هو أقرب إلى بريقة وكالة الأنباء، لذلك يتم تعداد مجموعة من الأخبار في شكل فهرس، يتم العودة إلى تقديمها بشكل مفصل، مع العلم أن بعض النشرات الإخبارية في قنوات أخرى تعتمد أسلوب العلاقة، وذلك من خلال تميم العنوان، وسرد الحدث في شكل رواية دون توقف، أي دون الفصل بين العناوين.

-مذيع نشرة الأخبار:

يعتبر مقدم نشرة الأخبار الوجه المهيمن على نشرات الأخبار، وتمثل مهامه أساسا في:
-التعريف والتوجيه: حيث أن ملامح المقدم هي مجموعة من الإشارات والمؤشرات التي تعكس الموقف الذي يراد للمشاهد أن يتبناه.

-العلاقة الحميمة: إن الاتجاه إلى الإعلام الاستعراضي و بروز ظاهرة المقدم النجم، أكد على قدرة مقدم النشرة على خلق تلك العلاقة الحميمة مع المشاهد.

وأهم الملاحظات التي يمكن تسجيلها عن مقدم النشرة في قناة "المجد":

-تعتمد القناة عموما على المقدمين الرجال، وتغيب فئة النساء عن النشرة، كما هو الحال بالنسبة لجميع برامج القناة.

-يظهر المذيع بشكل كبير في النشرة، حيث تفوق مدة ظهوره 10 د في النشرة الإخبارية

التي مدتها 29د.

-صوت المذيع هو الصوت الغالب في النشرة، فبالإضافة إلى المدة التي يبرز فيها المذيع صوتا وصورة، يقوم أيضا بقراءة النص الإخباري أثناء عرض صور الأحداث في كثير من الأخبار.

-لا يسعى المقدم في نشرة أخبار قناة المجد إلى خلق علاقة مع المشاهد، حيث يظهر في صورة جامدة لا مجال فيها للحركة، حيث لا نلاحظ تغيرا في ملامحه أثناء تقديمه للأخبار، بل يكفي بقراءة الخبر دون أن يبرز نوع التأثير الذي يحدثه.

-لا يبرز لباس المقدم هوية معينة، وقد يرجع هذا الأمر إلى حرص القناة على عدم الانتساب لدولة معينة أو نطاق جغرافي محدود.

-مقدم النشرة في قناة المجد الفضائية يتمتع عموما بلغة سليمة إلى حد كبير.

-الفواصل:

خلال الفترة الأولى من فترة الدراسة، كانت القناة تعتمد مجموعة من الفواصل تبرز صوراً سريعة لبعض المدن العربية خلال يوم كامل، وتمثل هذه المدن في مدينة:القدس، دبي، القاهرة، بغداد.

كما يتم من خلال بعض الفواصل عرض بعض مشاهد البناء والتنمية، يتبعها شعار "رؤية رشيدة لمجتمع سليم"، ونسجل من خلال هذه الفواصل محاولة إبراز بعض المشاهد الإيجابية انطلاقاً من فكرة أن الفاصل في النشرة الإخبارية لا بد أن ينقل المشاهد من المشهد السلبي للعالم والذي يظهر من خلال تلك النشرة، أما في المرحلة الأخيرة من فترة الدراسة، فقد تحولت هذه المشاهد إلى فواصل إخبارية لبعض المنتجات.

-الصوت:

يبقى صوت المذيع هو الغالب على نشرات الأخبار في قناة "المجد"، حيث يقرأ مقدمات الأخبار ونصوص الأخبار كاملة في بعض الأحيان، بينما يغيب صوت ودور المندوب أو المراسل إلى حد ما، وإضافة إلى صوت المذيع والمراسل يظهر صوت المحللين السياسيين في بعض الأحيان والذين يتم الاتصال بهم عن طريق الهاتف، في حين تغيب تماماً الاتصالات عن طريق الأقمار الصناعية.

2- استمارة تحليل المحتوى:

2-1- فئات التحليل والمؤشرات الدالة عليها:

تمثل عملية تحديد فئات تحليل المضمون أهم خطوة يجب أن يوليها الباحث اهتماما كبيرا لارتباطها بالمشكلة البحثية، وبطبيعة مضمون التحليل وعلاقته بالهدف النهائي للبحث فعملية تحديد الفئات هي عملية تحويل الكل إلى أجزاء ذات خصائص أو مواصفات أو أوزان مشتركة، بناء على محددات يتم وصفها والاتفاق عليها مسبقاً⁽¹⁾، أما فئات التحليل فهي مجموعة من التصنيفات والفصائل يستخدمها الباحث في وصف المضمون وتصنيفه لتحقيق أعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول، حيث يقوم الباحث بإعدادها طبقاً لنوعية المضمون ومحتواه وهدف التحليل بما يتيح إمكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسور⁽²⁾.

ويشترط أن تكون هذه الفئات مستقلة، بمعنى أن لا تصنف مادة إعلامية واحدة في فئتين، كما يجب أن تكون هذه الفئات شاملة وتفي باحتياجات البحث وأهدافه⁽³⁾، ولا توجد في تحليل المحتوى فئات جاهزة للاستخدام في كافة البحوث، وإنما يوجد إطار عام يمكن إعداد الفئات على أساسه، يتمثل في فئتين رئيسيتين: فئة ماذا قيل (فئات المضمون)؟ فئة كيف قيل (فئات الشكل)؟ وفي هذه الدراسة تم إعداد الفئات انطلاقاً من إشكالية البحث وتساؤلاته، حيث تمثلت الفئات فيما يلي:

أ- فئات الموضوع (ماذا قيل؟):

وقد تضمنت عدداً من الفئات الفرعية، تمثلت في الفئات الآتية:

- فئة نوع الخبر: وتشمل فئتين فرعيتين:

* خبر بسيط: وهو الخبر الذي يتضمن واقعة واحدة.

* خبر مركب: وهو الخبر القائم على أكثر من واقعة.

- فئة المجال الجغرافي للخبر: ويقصد بما المكان أو الجهة أو الدولة التي تناولتها الأخبار في

(1)- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ص 13.

(2)- سمير محمد حسين، تحليل المضمون، ط 2، عالم الكتب، القاهرة، مصر، دت، ص 88.

(3)- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ص 115.

الفصل الرابع:.....دراسة التحليلية

النشرات الإخبارية، وتنقسم هذه الفئة إلى:

*إسلامي: وتشمل الأخبار التي عاجلت أحداثا داخل الدول الإسلامية، وتضم هذه الفئة فئتين فرعيتين: عربي، غير عربي.

*خارجي: وتشمل الأخبار التي عاجلت أحداثا خارج العالم الإسلامي، وتضم هذه الفئة فئتين فرعيتين: دول متقدمة ودول العالم الثالث.

*أقليات إسلامية: وتشمل هذه الفئة الأخبار التي تناولت أوضاع الأقليات الإسلامية في مختلف دول العالم.

وفي حالة تناول الخبر لأكثر من منطقة جغرافية يتم اعتماد الحساب الزمني لصالح المنطقة التي حظيت بأكبر قدر من التغطية الإخبارية^(١).

-**فئة موضوع الخبر:** يقصد به تصنيف الأخبار حسب النوع، وفي حالة احتواء الخبر على أكثر من نوع تم استخدام الأسلوب المذكور سابقا (الحساب الزمني)، وتشمل فئة موضوع الخبر الفئات الفرعية الآتية:

***سياسي:** يشمل أخبار الشخصيات الرسمية والمسؤولين الحكوميين والعاملين بالسلك الدبلوماسي، وكل ما يتعلق بالزيارات الرسمية بين الدول والاجتماعات والخطب والمؤتمرات السياسية والأقوال والأفعال المتصلة بالأحزاب السياسية والنقابات المهنية والعمالية، والمناقشات البرلمانية، والمعاهدات والاتفاقات والمناقشات والتصريحات السياسية، سواء على المستوى المحلي أو الدولي، وكل ما يتعلق بالأنشطة السياسية.

أمفي: يشمل كل ما يتعلق بحماية الأمن العام داخل الدولة وخارجها والتعامل مع القوى المعادية والجماعات المتطرفة، كما يشمل كل ما يتعلق بأخبار الحوادث الأمنية كالانفجارات والاشتباكات وكل ما يتعلق بالتسلح وتبادل الوفود والزيارات والأنشطة العسكرية والتصريحات والأفعال التي تصدر عن العسكريين، وأنباء الحروب والمعارك، والمناورات والتدريبات العسكرية والانقلابات والاتفاقات والمساعدات العسكرية.

(١) تم اعتماد هذا الأسلوب في عدد من الدراسات. نذكر من بينها: دراسة ماجي الحلواني حسين، وحسن عماد مكاوي، الموسومة بـ "تبادل الأخبار العربية- دراسة على الإذاعة المصرية".

الفصل الرابع،الدراسة التحليلية

اقتصادي: يشمل كل ما يتعلق بالجوانب الاقتصادية كالتخطيط والقروض والاستثمارات والفوائد والدعم والإنتاج وأسعار السلع وأخبار البنوك والبورصات والعملات والأجور والمؤتمرات الاقتصادية وجميع الأنشطة المالية والاقتصادية.

***اجتماعي:** يشمل كل ما يتعلق بالحياة العامة والتخطيط والتوجيه في المجال الاجتماعي والاحتفالات والمناسبات والأعياد وإبراز المشكلات الاجتماعية، وطرح الحلول الخاصة بما وتدعيم التعاون والتكامل في النواحي الاقتصادية.

***إنساني:** يشمل أخبار الكوارث الطبيعية مثل الفيضانات والزلازل، والبراكين، والحوادث البرية والبحرية والجوية، وأخبار الفئات الإنسانية الخاصة.

***علمي:** يشمل كل ما يتعلق بالعلوم والتطورات التكنولوجية وأبحاث الفضاء والاكتشافات، والإنجازات العلمية والصحية، والأثرية، وأخبار العلماء والمفكرين، والمؤتمرات والندوات العلمية.

***ثقافي:** يشمل كل ما يتعلق بالأوضاع الثقافية لدى الدول والشعوب، وأخبار الثقافة والفنون والآداب والمؤتمرات والندوات والزيارات والمعارض والمواسم الثقافية ومجال التأليف والكتابة.

***رياضي:** يشمل كل ما يتعلق بالاستعدادات والتدريبات والألعاب الرياضية، وكذلك نتائج المباريات وتنظيم الدورات والبطولات المحلية والدولية، وتبادل الزيارات، والخبرات الرياضية، وأحوال الفرق، وتنقلات الرياضيين بين الأندية.

—**فئة الاتجاه:** والمقصود بها اتجاه الخبر، إن كان سلبيا أو إيجابيا على التفصيل الآتي:

***اتجاه إيجابي:** ويشمل جميع الأخبار التي تعكس أوضاعا إيجابية مثل الموضوعات التي تعكس ارتفاع نسبة التنمية في المجالات الاقتصادية والاجتماعية، والثقافية، والأخبار التي تعكس سيادة القانون وتحقيق الاستقرار والأمن، وتبرز التعاون على المستوى المحلي والدولي، وحسن العلاقات واحترام حقوق الإنسان، وحل مختلف أنواع الأزمات وتدعيم الديمقراطية والحرية وتشجيع العلوم والاكتشافات العلمية والتعاون في الميادين الثقافية والاجتماعية والرياضية والإنسانية.

الفصل الرابع:.....دراسة التحليلية

*اتجاه سلبي: وتتضمن الأخبار التي تعكس مختلف أنواع الصراع، سواء على مستوى الدول أو الشعوب أو الأفراد، وذلك في جميع المجالات السياسية والعسكرية والاقتصادية والاجتماعية والعلمية والإنسانية، كأبناء الحروب والمعارك، وجميع مظاهر استخدام القوة أو التهديد بها، وكذا أخبار الخلافات السياسية والإضرابات والاعتقالات وفرض الرأي بالقوة وزعزعة السلام الاجتماعي، وصراع الطبقات والطوائف.

*غير واضح: وهي الأخبار التي لا تعكس جوانب إيجابية واضحة ولا سلبية واضحة، بحيث لا يمكن إدراجها ضمن إحدى الفئتين السابقتين.

-فئة القيم: ويقصد بها القيم الإخبارية التي يعكسها الخبر، وقد تم رصد القيم الآتية: التأثير، الصراع، الإثارة، الجدة، الشهرة، القرب، الضخامة، الفائدة، الأهمية، القيمة التعليمية، التثبيت، التنمية، التثقيف، الوحدة العقديّة، التقويم، العبرة.

-فئة وظيفة الخبر: وقد تم تحديد الوظائف الآتية كفئات فرعية لهذه الفئة:

إخبار، شرح وتفسير، إقناع، ترفيه، تثقيف.

-فئة القضايا التي تبرزها الأخبار: وقد تم تحديد مجموعة من الموضوعات كفئات فرعية، من خلال عينة الدراسة، وذلك قصد التعرف على طبيعة القضايا التي تعالجها أخبار نشرات قناة المجد الفضائية، وترتيب هذه القضايا ترتيباً كمياً، وقد تم رصد القضايا الآتية:

-القضية الفلسطينية.

-الأزمة العراقية.

-الأزمة اللبنانية.

-الملف النووي الإيراني.

-الأزمة السودانية.

-الوضع في أفغانستان.

-الوضع في باكستان.

-الانتخابات في زيمبابوي.

-فئة المصدر: يقصد بها الجهة التي تم استقاء الخبر منها، سواء كان قنوات تلفزيونية، أو

الفصل الرابع:.....الدراصة التحليلية

وكالات أنباء، أو مراسلين أو غيرها، وقد تم رصد هذه المصادر حسب الفئات الفرعية الآتية:

- وكالات أنباء خارجية.
- وكالات أنباء إسلامية.
- قنوات تلفزيونية خارجية.
- قنوات تلفزيونية إسلامية.
- مراسلو القناة ومندوبوها.
- مصادر أخرى.

-**فئة محور الأخبار:** يقصد بمحور الخبر التعرف على ما إذا كان الخبر يركز على الحدث نفسه، أو على شخصية مشهورة أو على الحدث والشخصية معاً، وتنقسم هذه الفئة إلى:

- المحور هو الحدث أو الموضوع.
- المحور هو الشخصية.
- المحور هو الموضوع والشخصية.

-**فئة التوازن في عرض الأخبار:** يقصد بها عرض وجهات النظر المختلفة في القضية، وتنقسم هذه الفئة إلى الفئات الفرعية الآتية:

- خبر يعكس وجهة نظر واحدة أو رأي واحد في القضية.
- خبر يعكس أكثر من رأي أو وجهات نظر مختلفة.
- خبر حيادي؛ أي الخبر الذي يركز على الحقائق المجردة.

ب-**فئات الشكل:** وقد تضمنت فئتين فرعيتين هما:

-**فئة نوع المادة المصاحبة للخبر المقروء:** وقد تم اعتماد الفئات الفرعية الآتية:

- صور متحركة مسجلة.
- صور حية مباشرة.
- صور ثابتة.
- خرائط.
- صور من الأرشييف.

-صوت المذيع فقط.

-فئة اتفاق النص مع الصورة: ترتبط هذه الفئة بالفئة السابقة، وتوضح مدى تطابق الصورة المقدمة مع الخبر أو النص المقروء وتتضمن فئتين فرعيتين هما:

-مطابق.

-غير مطابق.

2-2- وحدات التحليل:

إن الغرض الأساسي الذي كان وراء استخدام تحليل المضمون، يكمن في إخراج عملية قراءة النصوص من نطاق الحدس الذاتي والانطباع الشخصي في فهمها؛ أي إبعاد تدخل ذاتية الباحث في هذه العملية، وتجنب الاعتماد على التأويل الفردي في إنجازها، وبالتالي كان الهدف النهائي من هذا الاستخدام هو الحرص على أن يكون التحليل موضوعياً، من خلال اتباع خطوات علمية دقيقة، تسمح بالوصول إلى النتائج نفسها، مهما كان القائم بالتحليل، وشاملاً في حصر جميع عناصر الموضوع المدروس، ومنهجياً في اتباع قواعد مضبوطة صارمة غير قابلة للتغيير، وكما في اعتماد أسلوب القياس الحسابي أثناء التعبير عن النتائج⁽¹⁾.

تبعاً لما ذكر، فإن أداة تحليل المضمون تقوم على تقطيع النص المدروس إلى وحدات (أجزاء)، تستخدم في قياس مدى تردد الموضوع محل التحليل، وهي تعرف لدى الباحثين بوحدات العد والتسجيل، كونهما تستخدم في الحساب التكراري، لمدى ظهور البيانات في المضمون المعالج، وقد اقتضت طبيعة البحث اعتماد الوحدات الآتية:

-وحدة المفردة: والمقصود بها الخبر الواحد في النشرة.

-وحدة الزمن: وهو مقياس يهدف إلى تحديد المساحة الزمنية لنشرات الأخبار وكذا المساحة الزمنية لكل خبر، وقد استخدمت الدقيقة كوحدة لقياس الزمن.

2-3- أسلوب العد والقياس:

وهو نظام التسجيل الكمي لوحدات المحتوى وفئاته ومتغيراته الخارجية بطريقة منتظمة،

(1)- أحمد بن مرسلبي، مرجع سابق، ص160.

الفصل الرابع:الدراسة التحليلية

يعيد بناء المحتوى في شكل أرقام وأعداد⁽¹⁾، وفي إطار نوع الدراسة وفئات التحليل، فقد تم اختيار أسلوب التكرار كطريقة للعد، ولكون رصد تكرار الظهور هو وسيلة العد والإحصاء، فإن العد يقع على الفئات نفسها.

2-4- صدق التحليل أو الصحة:

يقصد به صلاحية أداة البحث أو استمارة تحليل المحتوى لقياس ما يراد قياسه، وتحقيق أهداف الدراسة، وذلك من خلال عرض استمارة البحث على عدد من المحكمين، ويفيد عرض استمارة تحليل المحتوى على عدد من الخبراء العلميين في مجال أو مجالات تخصصاتهم في تحقيق أهداف الدراسة التحليلية ومنها⁽²⁾:

-مراجعة المادة العلمية الواردة في استمارة التحليل، ومدى ارتباطها بأهداف الدراسة التحليلية، وكفايتها في الرد على تساؤلاته.

-اكتشاف مواطن الضعف والنقص في الموضوعات أو الفئات الواردة في استمارة تحليل المحتوى واستكمالها.

وقد تم عرض استمارة التحليل لهذه الدراسة على أربعة من المحكمين المتخصصين⁽³⁾، حيث تم إجراء التعديلات اللازمة، وتم على أساسها صياغة الاستمارة صياغة نهائية.

(1)-محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ص181.

(2)-عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي، استخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، ط1، دار الفكر العربي، مصر، 1413هـ-1993م، ص222.

(3)-الأساتذة المحكمون هم:

-الأستاذ الدكتور عبد الله بوجلال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة.

-الأستاذ الدكتور فضيل دليو، جامعة منتوري، قسنطينة.

-الأستاذ الدكتور نصير بوعلي، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة.

-الدكتور نور الدين سكال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة.

ثانيا: نتائج الدراسة التحليلية:

الجدول رقم (2): عدد موضوعات أخبار النشرة ومتوسط طول الخبر

عدد النشرات	زمن عرض النشرات بالدقيقة	متوسط طول النشرات بالدقيقة	عدد أخبار النشرات	متوسط عدد الأخبار في النشرة	متوسط طول الخبر بالدقيقة
13	345	26,54	171	13,15	2,01

من خلال الجدول رقم (02)، نلاحظ أن الفترة التي تم تسجيلها كعينة للدراسة، والتي ضمت 13 نشرة إخبارية من خلال أسلوب الأسبوع الصناعي هي 345 دقيقة، بمتوسط بلغ 26,54 دقيقة للنشرة الواحدة، حيث أن القناة تعتمد على نشرات الأخبار القصيرة نوعا ما، وهو الأسلوب الذي كان معتمدا في زمن سابق، ولا زالت بعض القنوات الفضائية محافظة عليه، في حين نجد أن بعض القنوات الأخرى تعتمد متوسطا لنشراتها يتراوح بين 40 و45 دقيقة، بسبب تنامي حاجات الجماهير إلى المزيد من الأخبار عن الذات وعن الآخر، حيث يبلغ متوسط الأخبار في القناة الجزائرية مثلا 43 دقيقة⁽¹⁾، ويتراوح زمن نشرة الأخبار في قناة المنار ما بين 45 و55 دقيقة.

أما بالنسبة للعدد الإجمالي للموضوعات الإخبارية المذاعة لعينة الدراسة، فقد بلغ 171 خبر، بمعدل 13,15 قصة إخبارية في النشرة الواحدة، حيث بلغ متوسط طول الخبر 2,01 دقيقة، وهو ما يشير إلى اعتماد القناة على الأخبار القصيرة والمتوسطة في كثير من الأحيان، وغياب الأخبار الطويلة التي تحمل تفاصيل أكثر عن الحدث، وتجب عن أكبر عدد من تساؤلات المشاهدين، ورغم أن الأخبار الطويلة قد تشعر المشاهد بالملل، كما قد تحمل الكثير من التكرار، إلا أن هذا لا ينفي قدرتها على تشكيل الرأي العام، وتزويده بالمعلومات المختلفة التي يحتاجها من أجل تشكيل تصوره عن الأحداث، وبصفة خاصة في المجتمعات النامية - كما هو الحال في معظم البلاد الإسلامية-، التي تنخفض فيها نسبة الوعي السياسي، والملاحظ أن قناة "المجد" تعتمد بصفة كبيرة على الأخبار القصيرة، حيث قد لا يتجاوز طول الخبر في بعض الأحيان 28 ثا، كما أن نسبة الأخبار التي

(1)-محمد شطاح، النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري. ص175.

يقراها المذيع وهو يعلق على صور متحركة أو ثابتة أو خرائط 125 خبر.

ومما سبق يمكننا أن نخلص إلى أن قناة المجد تولي اهتمامها بتقديم أكبر عدد من الأخبار داخل النشرة الإخبارية بنسبة أكبر من اهتمامها بتقديم التفاصيل والخلفيات الخاصة بكل خبر، والتي تساعد على فهمه واستيعابه من جانب المشاهدين.

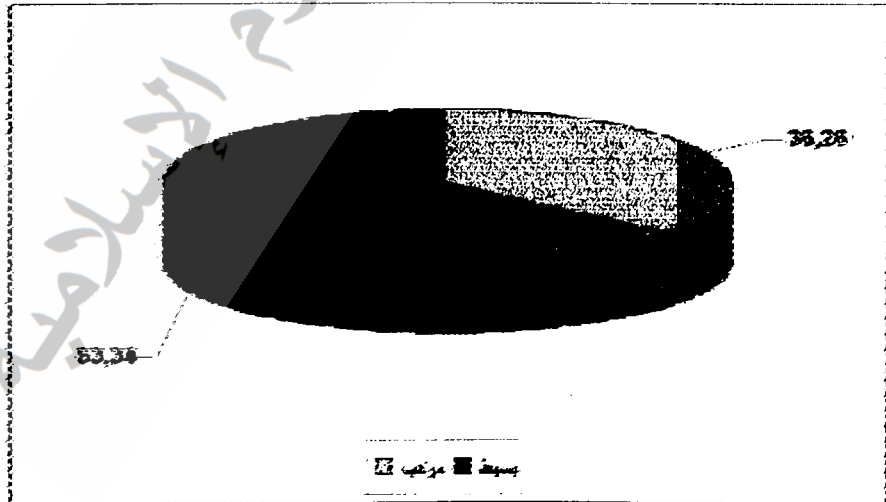
1- فئات الموضوع (ماذا قيل؟):

1-1- فئة نوع الخبر

جدول رقم (3): نوع الأخبار المقدمة في قناة "المجد"

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة
36,26	62	نوع الخبر مركب
63,34	109	بسيط
100	171	الإجمالي

الشكل رقم 1:



الفصل الرابع،الدراسة التحليلية

يوضح الجدول السابق، نوع الأخبار المقدمة في القناة خلال فترة الدراسة، والتي شملت 171 خبر، حيث نلاحظ أن الأخبار البسيطة احتلت المرتبة الأولى بنسبة 63,34% وبمجموع 109 خبر، بينما بلغت نسبة الأخبار المركبة 36,26%. بمجموع 62 خبراً مركباً.

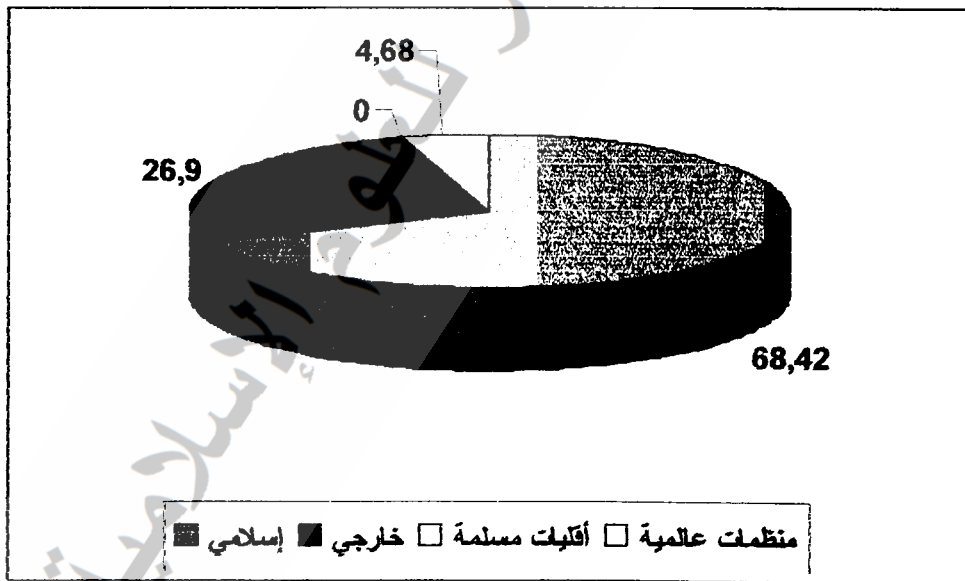
ومن خلال هذه النسب نستطيع القول أن نشرة الأخبار في قناة "المجد" الفضائية يغلب عليها طابع الأخبار التي تتضمن واقعة واحدة، وهو ما يؤكد ما لاحظناه في الجدول السابق من اعتماد القناة على الأخبار القصيرة، رغم أن القناة كانت قد تعرضت إلى عدد من أخبار الأزمات والحروب والتراعات أثناء فترة الدراسة، كالأزمة العراقية والخلاف السياسي اللبناني والقضية الفلسطينية، والملف النووي الإيراني، ومثل هذا النوع من المواضيع يتطلب اعتماد الأخبار المركبة، التي تقدم عدداً من الوقائع في خبر واحد، وقد يرجع ذلك إلى عملية تجزئ الخبر التي تعتمدها القناة في بعض الأحيان، حيث ترد الوقائع عن مكان واحد وحدث واحد في أخبار مستقلة، فقد ورد مثلاً في نشرة الأخبار المقدمة بتاريخ 11/05/2007 خبر عن تصريح وزير الخارجية السعودية في اجتماع لمجلس الوزراء الخليجين، يعرب من خلاله عن أمل المملكة العربية السعودية في أن يتوصل اللبنانيون لحل لأزمتهم، وضم الخبر الموالي أمل الوزراء الخليجين في التوصل إلى حل للأزمة اللبنانية خلال نفس الاجتماع.

1-2- المجال الجغرافي للأخبار

الجدول رقم (4): المجال الجغرافي للأخبار

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة المجال الجغرافي
68,42	117	إسلامي
26,90	46	خارجي
00	00	أقليات مسلمة
4,68	08	منظمات عالمية
100	171	المجموع

الشكل رقم (2):



تشير نتائج الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة الأخبار التي تعالج موضوعات وقضايا ضمن المجال الجغرافي الإسلامي، حيث بلغت 117 خبراً، وهو ما يعادل نسبة 68,42، بينما كان عدد الأخبار التي تناولت قضايا خارجية 46 خبراً، أي بنسبة 26,90% من إجمالي عدد الأخبار،

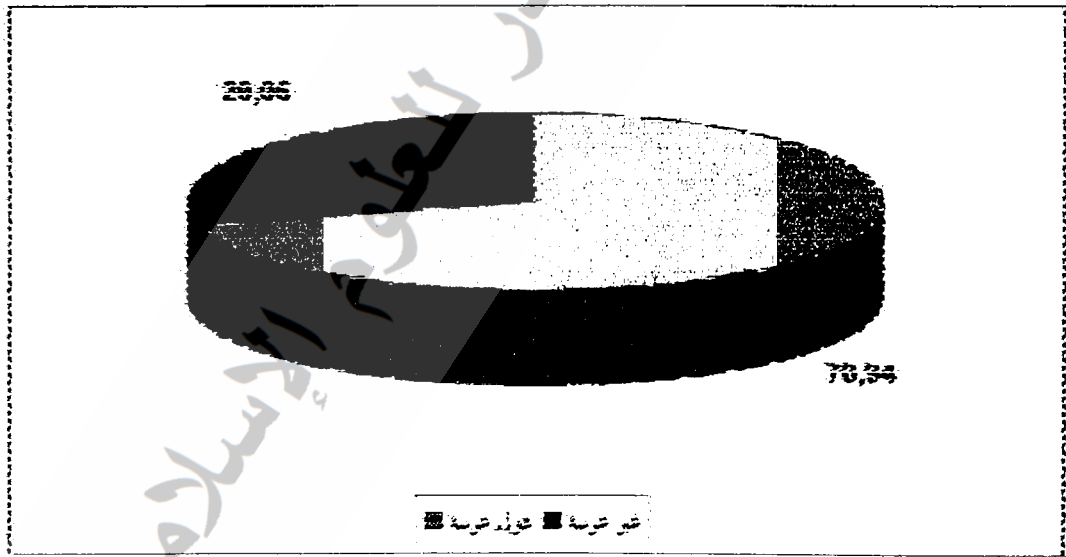
الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

وحظيت المنظمات العالمية أو الإقليمية بـ 8 مواضيع، ومن بين هذه المنظمات: هيئة الأمم المتحدة، منظمة الاتحاد الإفريقي، أما المجال الجغرافي للأخبار الإسلامية التي أبرزتها نشرة أخبار قناة المجد فيمكن تصنيفها على النحو الآتي:

جدول رقم (5): المجال الجغرافي للأخبار الإسلامية

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة المجال الجغرافي
70,94	83	دول عربية
29,06	34	غير عربية
100	117	المجموع

الشكل رقم (3)



إن نتائج الجدول السابق توضح اهتمام قناة المجد بالأخبار الإسلامية العربية بنسبة أكبر من اهتمامها بأخبار الدول الإسلامية غير العربية، حيث ورد خلال عينة الدراسة 83 خبراً، يعكس أوضاعاً وقضايا عربية أي بنسبة 70,94% من إجمال التكرارات المسجلة، بينما كان عدد

الفصل الرابع:.....الدراسة التحليلية

الأخبار المنقولة عن دول إسلامية غير عربية 34 خيرا، وهو ما يعادل نسبة 29,06%، وقد تم رصد الدول الإسلامية المبرزة من خلال الجدول الآتي:

جدول رقم (6): المجال الجغرافي للأخبار الإسلامية العربية وغير العربية

الدول غير العربية			الدول العربية		
النسبة %	التكرار	الدولة	النسبة %	التكرار	الدولة
29,41	10	باكستان	30,12	25	العراق
23,53	8	أفغانستان	30,12	25	فلسطين
26,47	9	إيران	7,23	6	السودان
14,7	5	تركيا	4,82	4	مصر
2,94	1	أندونيسيا	3,62	3	السعودية
2,94	1	ماليزيا	13,25	11	لبنان
			1,20	1	الجزائر
			9,64	8	دول أخرى
100	34	المجموع	100	83	المجموع

توضح نتائج الجدول السابق الدول الإسلامية العربية وغير العربية التي حظيت بالتغطية أثناء فترة الدراسة، والملاحظ أن الدول التي تشهد توترات أمنية وسياسية حظيت بتغطية أكبر من غيرها، ويعود ذلك أساسا إلى تبني الإعلام عموما -بما في ذلك قناة المجد- قيمة الصراع كقيمة أساسية ضمن معايير انتقاء الأخبار، ولذلك نلاحظ الغياب التام لأخبار الدول الإسلامية التي تشهد استقرارا سياسيا وأمنيا.

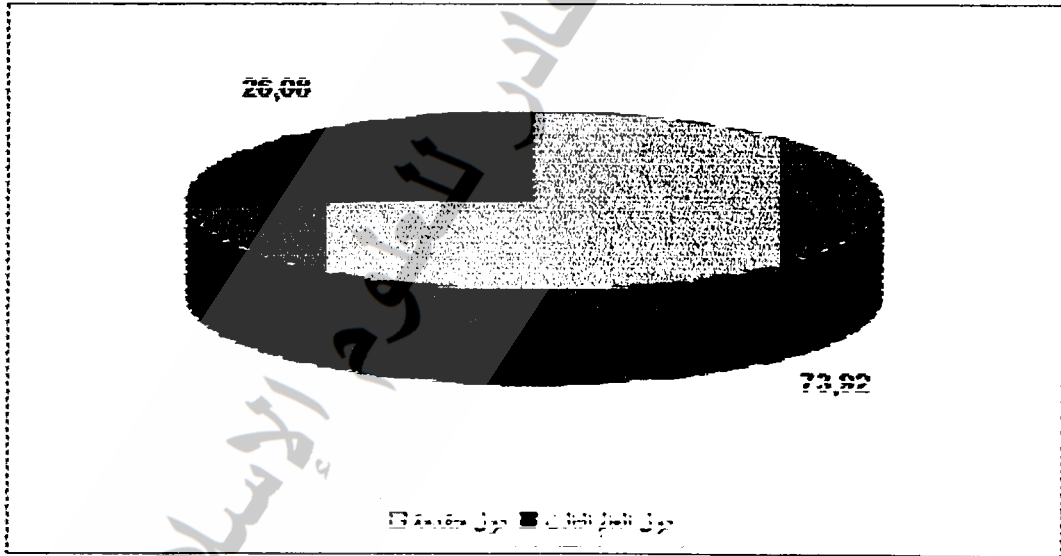
إن ما يمكن ملاحظته أيضا من الجدولين السابقين، أن اهتمام قناة المجد بأخبار الدول الإسلامية يأتي ضمن اهتمامها بأخبار الدول العربية، أي في إطار قيمة القرب الجغرافي والبعد القومي، لا في إطار رابطة الدين الإسلامي، حيث أن القناة غطت أخبار الدول الإسلامية غير العربية إما لارتباط تلك الحوادث بالسياسات العالمية، كما هو الحال بالنسبة لأفغانستان وباكستان وإيران وتركيا، وإما لتوافق القيم الإخبارية للحدث مع سياسة القناة الإعلامية.

إن المتابع لطبيعة المعالجة التي تطرح القضايا المتعلقة بالدول الإسلامية عموماً، لا يلاحظ فرقا كبيرا بين ما تقدمه قناة المجد وأية قناة عربية أخرى، كقناة العربية مثلا، أو قناة الفضائية المصرية.

جدول رقم (07): المجال الجغرافي للأخبار الخارجية

النسبة والتكرار	التكرار	النسبة %
المجال الجغرافي		
دول متقدمة	34	73,92
دول العالم الثالث	12	26,08
المجموع	46	100

الشكل رقم (4):



يمثل الجدول السابق المجال الجغرافي للأخبار الخارجية، حيث بلغت نسبة الأخبار التي تضمنت أحداثاً عرفتها الدول المتقدمة 73,72%، أي ما يعادل 34 موضوعاً، وحظيت دول العالم الثالث بـ 12 خبراً، وهو ما يعادل نسبة 26,08% من مجموع الأخبار الخارجية.

إن اختلال التوازن بين أخبار الدول المتقدمة وأخبار العالم الثالث ظاهرة إعلامية معروفة

فرضتها في العقود الماضية:

-سيطرة وكالات الأنباء الغربية كاليونايتد براس ووكالة تاس وغيرها، حيث كانت الساحة الإعلامية تشهد عدم توازن واضح في تدفق المعلومات بين دول العالم، وكانت الأخبار التي تنشر أو تذاع هي تلك الأحداث التي تراها هذه الوكالات أخبار تستحق النشر.

-الصراع الذي كان قائما بين القوى الغربية الرأسمالية من جهة، والاشتراكية من جهة أخرى، والذي كان الإعلام أحد أدواته من خلال نشر الأخبار الإيجابية أو السلبية عن هذا القطب أو ذاك.

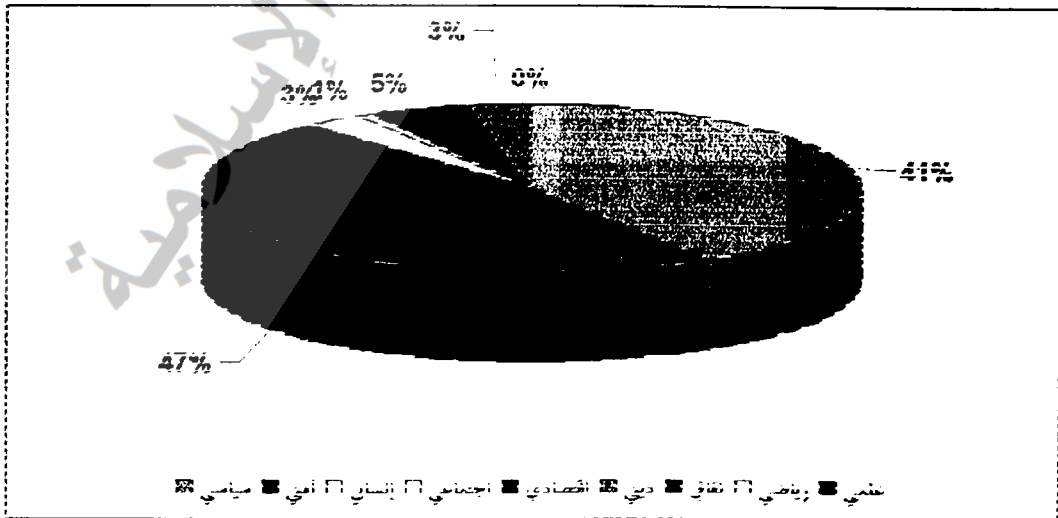
إن انتقال الصراع من محور شمال -شمال إلى محور شمال- جنوب، إضافة إلى تطوير بعض دول الجنوب لأجهزتها الإعلامية، كل ذلك شكل مشهدا إعلاميا مختلفا، مشهد طغت فيه صور الدمار والعنف في العراق وأفغانستان وفلسطين على باقي الصور، فهل يعني هذا الوضع وهذا الشكل الجديد للإعلام عموما، ولإعلام الدول الإسلامية خصوصا، تحقيق ما طالبت به دول الجنوب من ضرورة خلق توازن في عملية تدفق الأخبار، أم أن المشهد الإعلامي ما زال يشكل عنا بالصورة التي تراد لنا.

1-3- مواضيع أخبار النشرة

الجدول رقم (8): مواضيع أخبار النشرة

النسبة %	التكرار	النسبة والتكرار موضوع الخبر
40,94	70	سياسي
47,37	81	أممي
2,92	5	إنساني
0,59	1	اجتماعي
0	0	ثقافي
5,26	9	اقتصادي
2,92	5	ديني
0	0	رياضي
0	0	علمي
100	171	المجموع

الشكل رقم (4)



الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

يوضح الجدول السابق نوع المواضيع المقدمة في نشرة أخبار قناة المجد الفضائية، خلال عينة البحث بصفة عامة، حيث تشير بيانات الجدول إلى أن القناة تولي اهتماما كبيرا بتقديم الأخبار الأمنية والأخبار السياسية، حيث احتلت الأخبار الأمنية المرتبة الأولى بنسبة 47,37%، تليها الأخبار السياسية بنسبة 40,94%، وتأتي الاقتصادية في المرتبة الثالثة بمجموع 9 أخبار، وبنسبة تقدر 5,26%، بينما تحتل الأخبار الإنسانية والدينية المرتبة الرابعة بتكرار متساوي قدره 5 موضوعات، ويمثل نسبة 2,92% من مجموع الموضوعات، وتليها الأخبار الاجتماعية، حيث سجلنا خبرا واحدا يتضمن أوضاعا اجتماعية وهو ما يمثل نسبة 0,59%، أما الأخبار الثقافية والرياضية والعلمية فمسجل غيابها التام عن أجندة القناة الإخبارية خلال فترة الدراسة.

وإذا ما قارنا هذه النتائج بنتائج بعض الدراسات المشابهة، فإننا نلاحظ اختلافا في الترتيب، حيث أن معظم نتائج تلك الدراسات كانت تسجل احتلال الأخبار السياسية للمرتبة الأولى، في حين نلاحظ في هذه الدراسة تقدم الأخبار الأمنية، وقد يعود سبب ذلك إلى الأوضاع الأمنية التي يشهدها العالم منذ سنوات، إلا أن هذا السبب لا ينفي اهتمام القناة بالأخبار الأمنية، حيث لاحظنا أثناء فترة الدراسة أن نسبة الأخبار الأمنية في قناة المنار مثلا كانت أقل، حيث كان اهتمام القناة بالأخبار السياسية بالدرجة الأولى.

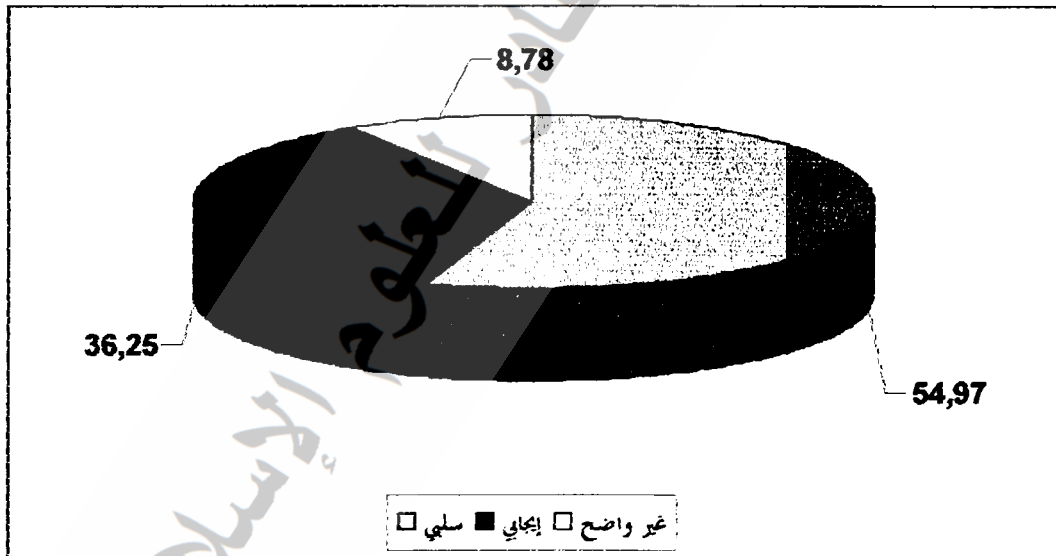
كما نلاحظ قلة الأخبار الإنسانية، الاجتماعية، الاقتصادية والدينية، وانعدام الأخبار العلمية والرياضية والثقافية، وهو ما يعكس تصور القائمين على القناة للأخبار وهو التصور الذي يغلب على عدد من القنوات التلفزيونية، حيث تحظى الأخبار السياسية والأمنية والاقتصادية بحظ أكبر من التغطية، وهو الأمر الذي يجعل النشرات الإخبارية مملّة في بعض القنوات، إلا أن قنوات عربية أخرى أصبحت تحقق بعض التنوع في مضمونها من خلال اهتمامها بمجالات متعددة، مثل قناة MBC التي تدرج ضمن أخبارها خبرا عن إنجاز علمي بصفة منتظمة وبشكل يومي، إلى جانب اهتمامها بالأخبار الثقافية والاجتماعية.

1-4- اتجاه الأخبار

الجدول رقم (9): اتجاه الأخبار في قناة المجد

النسبة %	التكرار	النسبة والتكرار	اتجاه الخبر
54,97	94		سليبي
36,25	62		إيجابي
8,78	15		غير واضح
100	171		المجموع

الشكل رقم: (5)



تركز وسائل الإعلام في الدول النامية بصفة عامة على ترويج الأخبار الإيجابية، على اعتبار أن الأجهزة الإعلامية في تلك الدول وسيلة من وسائل التنمية، حيث يتم من خلالها إبراز الجهود المبذولة في سبيل القضاء على المشكلات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تعاني منها تلك الدول، وهذا ما تعكسه المادة الإخبارية في أجهزة الإعلام العربي والإسلامي وخاصة منها الرسمية.

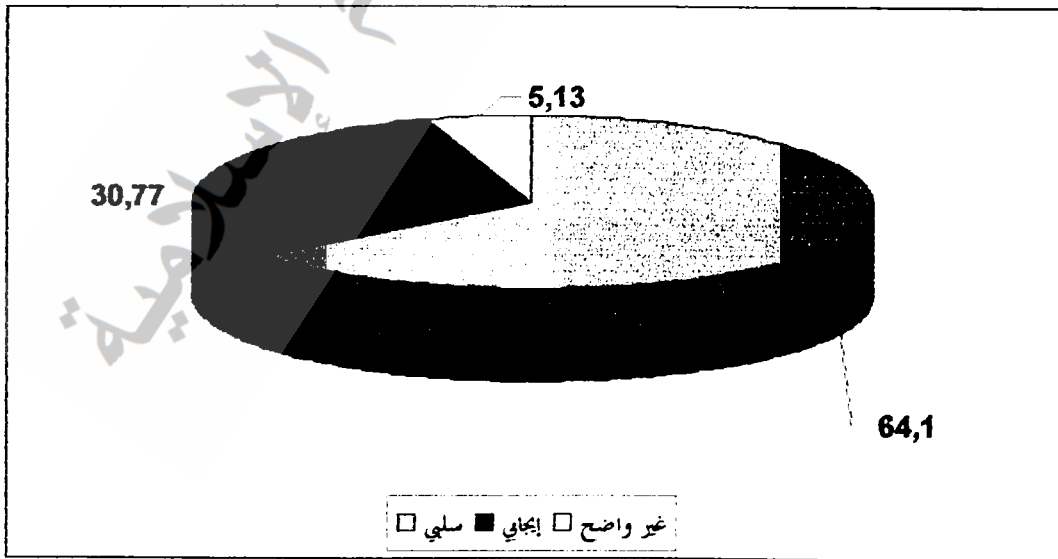
وتعكس نتائج الجدول السابق ارتفاع نسبة الأخبار السلبية المذاعة في نشرة أخبار قناة المجد الفضائية، حيث بلغ عددها 94 خبيرا؛ أي ما يعادل نسبة 54,97% من إجمالي الأخبار المسجلة خلال فترة الدراسة، بينما احتلت الأخبار الإيجابية 36,25%، واحتلت الأخبار غير الواضحة المرتبة الثالثة بنسبة 8,78%.

إن النتائج السابقة تعكس واقعا إعلاميا مختلفا عما كان سائدا في فترة الإعلام السلطوي الموجه، وهو واقع إعلامي فرضته الفضائيات المستقلة والأوضاع الإسلامية والعربية المضطربة.

جدول رقم (10): اتجاه الأخبار الإسلامية في نشرة أخبار قناة المجد الفضائية

النسبة %	التكرار	النسبة والتكرار اتجاه الخبر
64,10	75	سلي
30,77	36	إيجابي
5,13	6	غير واضح
100	117	المجموع

شكل رقم (6):



الفصل الرابع:.....دراسة تحليلية

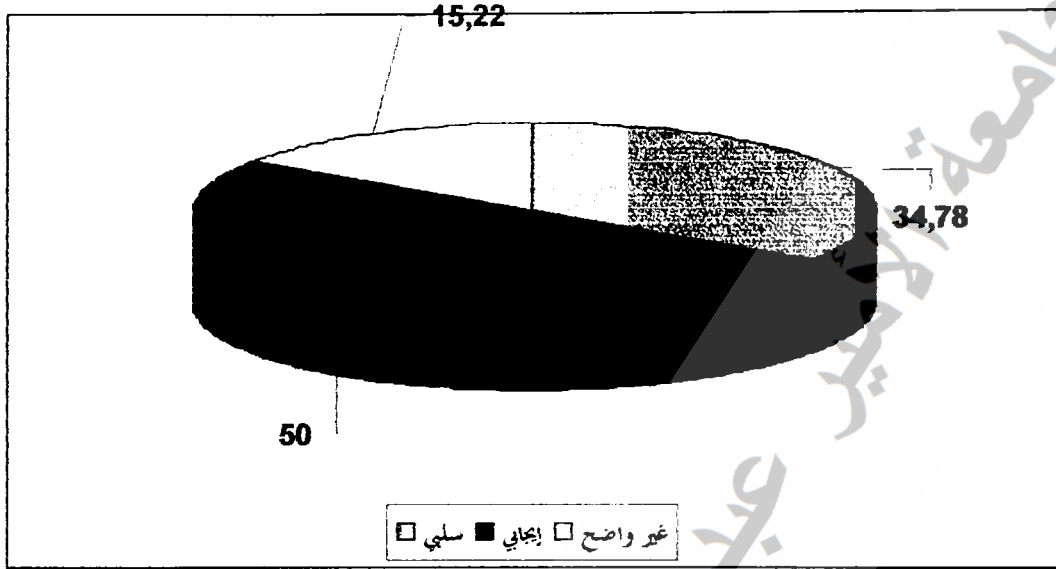
توضح نتائج الجدول السابق ارتفاع نسبة الأخبار السلبية المقدمة عن العالم الإسلامي، حيث بلغت 64,40%، بينما احتلت الأخبار الإيجابية المرتبة الثانية بنسبة بلغت 30,77%، وقدرت نسبة الأخبار غير الواضحة بـ 5,13%، ومعظم الأخبار السلبية المقدمة في القناة عن العالم الإسلامي هي نقل لصور الصراع والعنف والاضطهاد في العراق وأفغانستان والأراضي الفلسطينية، بينما غابت صور التعاون والتنمية، عدا ما عكسته بعض أخبار النشاط الدبلوماسي بين الدول العربية المحورية بصفة خاصة، كمصر، والمملكة العربية السعودية.

إن ما كان يؤخذ على أجهزة الإعلام العربية من تكريس فكرة "كل شيء على ما يرام" أصبح غائبا في الإعلام العربي والإسلامي الفضائي إلى حد ما، حيث زادت نسبة الأخبار السلبية في مختلف النشرات، وأصبحت العبارة التي تعكس فعلا الواقع الإسلامي للمشاهد "العالم الإسلامي مسرح للتراعات والعنف والاضطهاد"، وهو ما يطرح في الحقيقة ضرورة إعادة النظر في الأجندة الإخبارية التي تقدم للمشاهد المسلم .

جدول رقم (11): اتجاه الأخبار الخارجية في نشرة أخبار قناة المجد

النسبة والتكرار	التكرار	النسبة %
اتجاه الخبر		
سلي	16	34,78
إيجابي	23	50,00
غير واضح	7	15,22
المجموع	46	100

الشكل رقم (7):



بلغت نسبة الأخبار الخارجية السلبية خلال عينة الدراسة 34,78%، بينما احتلت الأخبار الإيجابية المرتبة الأولى بنسبة 50%، وبلغت نسبة الأخبار غير الواضحة 15,22%.

على عكس أخبار العالم الإسلامي كانت نسبة الأخبار الإيجابية المقدمة عن الدول الخارجية أكبر من نسبة الأخبار السلبية، وبفصل أخبار الدول المتقدمة عن أخبار الدول العالم الثالث ترتفع نسبة الأخبار الإيجابية عن الدول المتقدمة، حيث تبلغ النسبة 64,70%، بينما تقدر نسبة الأخبار السلبية 17,64%. وقد عكست الأخبار الإيجابية اتفاقيات سياسية وعسكرية ولقاءات تشاورية، إضافة إلى بعض صور التنمية.

1-5- القيم الإخبارية التي تبرزها الأخبار

جدول رقم (12): القيم الإخبارية التي تبرزها الأخبار في قناة المجد

النسبة % ^(١)	التكرار	التكرار والنسبة القيم الإخبارية
64,32	110	الصراع
68,32	117	التأثير
53,21	91	الأهمية
88,30	151	الجددة
74,26	127	القرب
00	00	الإثارة
8,77	15	الشهرة
20,46	35	الضخامة
4,09	07	الفائدة
00	00	التثقيف
12,28	21	التقويم
0	0	القيمة التعليمية
7,01	12	الثبيت
75,1	03	التنمية
3,50	06	العبرة
4,09	07	الوحدة العقدية

يعتبر تحديد القيم الإخبارية عاملاً أساسياً في فهم اتجاهات المعالجة الإخبارية للأحداث، وفي تحديد الثابت والمتغير في هذه المعالجة، ومن خلال المادة الإخبارية المقدمة في إطار نشرات أخبار

(١) - النسبة تم حسابها بالمقارنة مع العدد الإجمالي للأخبار وليس بالنسبة لمجموع تكرارات الجدول.

الفصل الرابع:الدور التحليلية

قناة المجد الفضائية خلال فترة الدراسة، لاحظنا بروز القيم الآتية:

- جاءت قيمة الجدة في الرتبة الأولى بنسبة بلغت 88,30% من إجمالي الأخبار المقدمة، وهو ما يؤكد اهتمام القناة بعنصر الحداثة في نشراتها، تماشياً مع متطلبات الإعلام الحديث، الذي يعتبر فيه خبر أمس خيراً قديماً.

- اهتمت القناة بتلك الأخبار التي تعكس قيمة القرب، حيث بلغت نسبتها 74,26%، فقد ركزت القناة على أخبار الدول الإسلامية العربية في إطار معالجتها للأحداث، وبصفة خاصة القضية الفلسطينية والأزمة العراقية.

- جاءت قيمة التأثير في المرتبة الرابعة بنسبة تقدر بـ 68,32%، حيث كان مقياس الأثر الذي يترتب عن الحدث مقياساً بارزاً وعنصراً مهماً في عملية انتقاء الأخبار التي تعرض ضمن نشرات قناة المجد الفضائية.

- برزت قيمة الصراع وبشكل خاص الحروب والتراعات المسلحة في أجندة أخبار قناة المجد، حيث بلغت نسبتها 64,32%، وقد يعود سبب ارتفاع نسبتها إلى الأوضاع الأمنية غير المستقرة التي تعرفها البلاد الإسلامية في السنوات الأخيرة.

- أما قيمة الضخامة، فقد بلغت نسبة الأخبار التي تضمنتها 20,46%، ولاحظنا انخفاض نسبة ورود قيمة الفائدة، حيث لم تتجاوز 4,09%، وقد يعود سبب ذلك إلى كون القناة فضائية ولا تنتمي إلى دولة معينة.

- بلغت نسبة الأخبار التي عكست قيمة الشهرة 8,77%، بينما حظيت قيمة التقويم والإصلاح بنسبة 12,28%، عكستها بعض الأخبار عن القضية الفلسطينية والأزمة العراقية.

- أما قيمة التثبيث، فقد بلغت نسبتها 7,01% عكستها بعض أخبار العمليات الجهادية في الأراضي الفلسطينية وغيرها.

- غابت القيمة التنموية إلى حد كبير، حيث لم نسجل سوى نسبة 1,75%، أما قيمة الاعتبار فقد بلغت نسبتها 3,50%، وحظيت الأخبار التي تعكس قيمة الوحدة الإسلامية بنسبة 4,09% من خلال بعض اللقاءات التشاورية واجتماعات بعض المنظمات العربية والإسلامية.

- غابت بشكل كلي القيم التالية: الإثارة، التثقيف، القيمة التعليمية.

الفصل الرابع،الدراسة التحليلية

إن هذه النتائج تبرز إلى حد ما أهم القيم التي تعتمدها القناة في عملية انتقائها للأخبار، حيث تحظى الأخبار التي تتضمن قيم: الصراع، الأهمية، التأثير، الجدة، القرب بالأولوية في النشرات الإخبارية للقناة، ويمكن على هذا الأساس أن نقول أن الأخبار في قناة المجد هي كل حدث مؤثر ومهم وجديد يعكس مظهر من مظاهر الصراع، وينتمي إلى المجال الجغرافي الإسلامي بصفة عامة، والعربي بصفة خاصة.

إن هذا التركيز على عدد محدود من القيم يضيف نوعا من التماثل بين أخبار ونشرات قناة المجد، خاصة مع سرعة إيقاع هذه النشرات وهو ما قد يخلق نوعا من الملل لدى المشاهد، وبما سببا في إعراضه عن متابعة هذه النشرات.

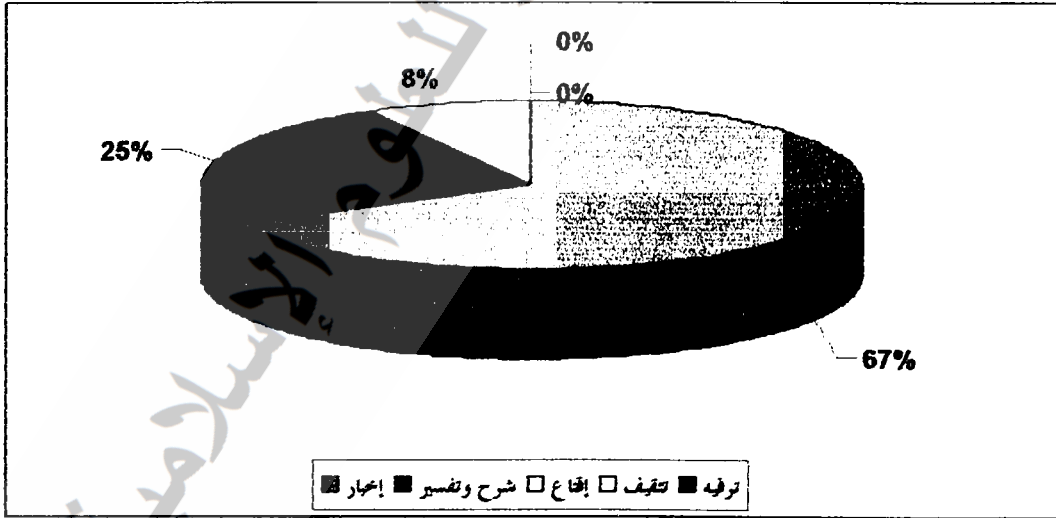
الغياب النسبي للقيمة التنموية مع بروز قيمة الصراع يرسم في مخيلة المشاهد ومن ثم في معتقداته مشهدا سلبيا عن الواقع العربي والإسلامي، مما يزيد في نسبة اليأس والشعور بالعجز داخل الشعوب الإسلامية.

1-6- وظيفة الأخبار:

جدول رقم (13): وظيفة الأخبار في قناة المجد

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة وظيفة الخبر
67,25	115	إخبار
24,56	42	شرح وتفسير
8,19	14	إقناع
00	00	تثقيف
00	00	ترفيه
100	171	المجموع

الشكل رقم (8):



كشفت عملية التحليل لعينة الدراسة أن الوظيفة الإخبارية هي الغالبة على أخبار وموضوعات نشرة الأخبار في قناة المجد الفضائية، حيث بلغ مجموعها 115 خبراً، ونسبة بلغت

الفصل الرابع:الدراسة التحليلية

67,25%، بينما جاءت وظيفة الشرح والتفسير في المرتبة الثانية بمجموع 42 خبيرا، وبنسبة قدرت بـ 24,56%، بينما بلغ عدد الأخبار التي عكست الوظيفة الإقناعية 24 خبرا، أي بنسبة 8,19%، وغابت الوظيفة التثقيفية عن نشرة أخبار قناة المجد خلال فترة الدراسة، وكذلك الوظيفة الترفيهية.

إن ارتفاع نسبة الوظيفة الإخبارية مقارنة ببقية الوظائف، يمكن إدراكه ضمن طبيعة نشرة الأخبار التلفزيونية، التي تهدف أساسا إلى الإخبار والتبليغ، إلا أن ذلك لا يلغي ضرورة الاهتمام ببقية الوظائف وزيادة حجمها.

إن وظيفة الشرح والتفسير تعد وظيفة أساسية للأخبار في منظومة اجتماعية، سياسية، اقتصادية...، تنتمي إلى العالم الثالث، حيث تتيح هذه الوظيفة للفرد المسلم إمكانية تكوين صورة واضحة عن القضايا والأحداث، كما تمكن الوظيفة الإقناعية من تكوين وتدعيم رأي عام إسلامي موحد وواضح ومستقل عن تلك القضايا والأحداث، فلا يضع الفرد المسلم بين ملايين الحقائق والكثير من الرسائل الإقناعية للوسائل الإعلامية المختلفة.

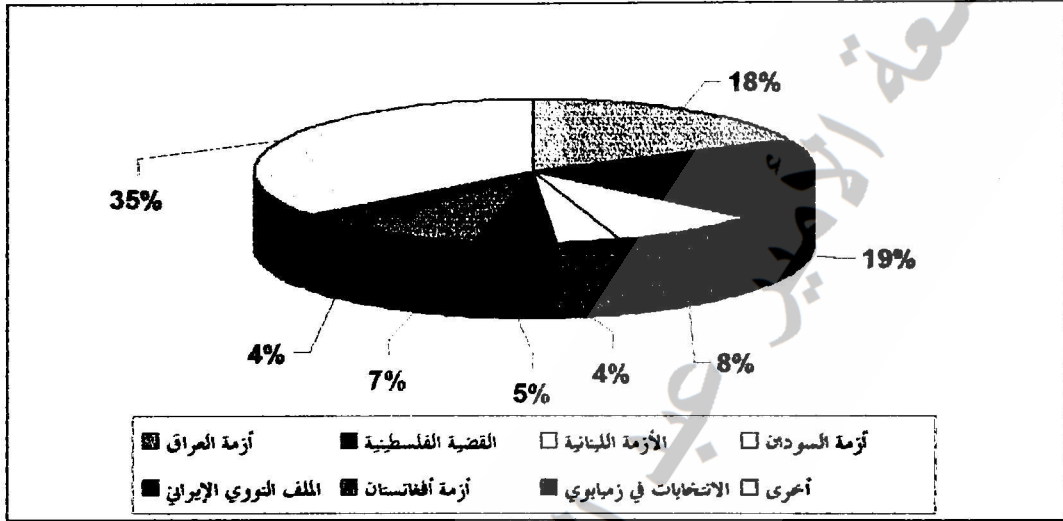
ورغم أن الوظيفة التثقيفية من أهم الوظائف التي يحققها الإعلام الحديث، وبنسبة للمجتمعات النامية بصفة خاصة، إلا أننا لاحظنا غيابها التام عن أجندة القناة الإخبارية، إضافة إلى غياب الوظيفة الترفيهية التي تواظب العديد من القنوات التلفزيونية الأخرى على إدراجها من أجل تحقيق مستويات أعلى من المشاهدة، وتزداد أهمية هذه الوظيفة إن كانت النشرة تحوي الكثير من أخبار الحروب والتراعات والكوارث.

1-7- القضايا التي تبرزها أخبار قناة المجد:

الجدول رقم (14): القضايا التي تبرزها أخبار قناة المجد الفضائية:

القضايا	التكرار والنسبة	التكرار	النسبة %
الأزمة العراقية	30	17,54	
القضية الفلسطينية	31	18,13	
الأزمة اللبنانية	14	8,19	
أزمة السودان	06	3,51	
الملف النووي الإيراني	08	4,68	
أزمة أفغانستان	12	7,02	
الوضع الداخلي لباكستان	04	2,34	
الانتخابات في زيمبابوي	07	4,09	
أخرى	59	34,51	
المجموع	171	100	

شكل رقم: (9)



احتلت أخبار القضية الفلسطينية المرتبة الأولى من بين مجموع القضايا المعالجة أثناء الدراسة بنسبة قدرت بـ 18,13%، وهو ما يبرز اهتمام القناة بهذه القضية بصفة خاصة، باعتبارها قضية عربية وإسلامية محورية، وجاءت الأزمة العراقية في المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ 17,54%، حيث تابعت القناة التطورات الحاصلة في المنطقة، وقد سجلنا اهتمام القناة بتغطية الأعمال العسكرية والجوانب الأمنية بنسبة أكبر من معالجتها للأوضاع السياسية.

حظيت الأزمة السياسية اللبنانية بالمرتبة الثالثة، حيث بلغت نسبة الأخبار التي عاجلت هذه القضية 8,18%، فقد نقلت القناة بعضاً من مشاهد الأزمة، كما تعرضت لمبادرات التسوية، أما الأزمة الأفغانية فقد كانت نسبة الموضوعات التي عرضت بعض مظاهرها 7,02%، وقد كانت العديد من تلك الأخبار نقلاً للأوضاع الأمنية المضطربة والملاحظ أن معظم الموضوعات التي طرحت عن القضية كانت متبوعة بصور من الأرشيف أو خريطة لأفغانستان، أو صور متحركة غير مطابقة لمضمون النص المقروء وقد يعود ذلك إلى الطبيعة الجغرافية الصعبة للأراضي الأفغانية والأوضاع الأمنية الصعبة والتي لا تسمح في الغالب بنقل صورة ما يحدث هناك أو لأسباب أخرى. أما الملف النووي الإيراني فقد بلغت نسبة موضوعاته 4,68% وحظيت الانتخابات

الفصل الرابع،الدراسة التحليلية

الرئاسة في زمبابوي بنسبة 4,09% و الأزمة السودانية بنسبة 3,51% أما الموضوعات التي تناولت الأوضاع الداخلية الباكستانية فقد بلغت 2,34%.

أما طبيعة المعالجة أو الزوايا التي طرحت من خلالها هذه القضايا، فيمكن أبرزها من خلال الملاحظات الآتية:

-متابعة القناة للتطورات الحاصلة على الأراضي الفلسطينية يعكس اهتمامها بهذه القضية من منطلق أحقية الشعب الفلسطيني في الحرية، وقد حاولت القناة من خلال الأخبار التي عرضت أثناء فترة الدراسة إبراز مظاهر الظلم والعدوان التي يتعرض لها الشعب الفلسطيني من طرف الاحتلال الإسرائيلي، من خلال نقل لعدد وصور الشهداء والجرحى ومظاهر الحصار المفروض على الأراضي الفلسطينية، كما نقلت القناة مظاهر الصمود والجهاد، وقد لاحظنا من خلال هذه التغطية تجنّب قناة المجد من خلال إنتاجها الإخباري الدخول في تفاصيل النزاع الفلسطيني-الفلسطيني، حيث ركزت القناة على مظاهر التسوية ومبادرات الحوار، التي طرحت في تلك الفترة، والتزمت القناة بوصف الأحداث التي وقعت في غزة بعد إقالة حكومة المقاومة الإسلامية -حماس- بالحسم العسكري في غزة.

-إذا كان تبني القناة واضحا للقضية الفلسطينية، فإن الأخبار والموضوعات التي عاجلت من خلالها الأوضاع في العراق، لم توضح إلى حد كبير موقف القناة، حيث لاحظنا اضطرابا واضحا في المصطلحات المستعملة، فيشار مرة إلى قوات الاحتلال الأمريكي في العراق بـ: القوات الأمريكية، ومرة بـ: قوات الاحتلال الأمريكية، كما تم التركيز بشكل كبير على الأوضاع الأمنية في العراق، إلى جانب بعض الأخبار القليلة عن التطورات السياسية الداخلية، بينما غابت بقية مظاهر الأزمة العراقية وآثار ومخلفات الاحتلال.

-بالنسبة للأزمة السياسية اللبنانية كان واضحا تبني القناة للموقف السعودي المتعاطف مع فريق الموالاتة (الفريق الحاكم)، كما ركزت القناة على الجهود العربية لحل الأزمة. -ركزت القناة من خلال تغطيتها للأحداث في المنطقة العربية على الدور الإيراني، باعتباره طرفا يلعب دورا مهما في تحريك الأحداث.

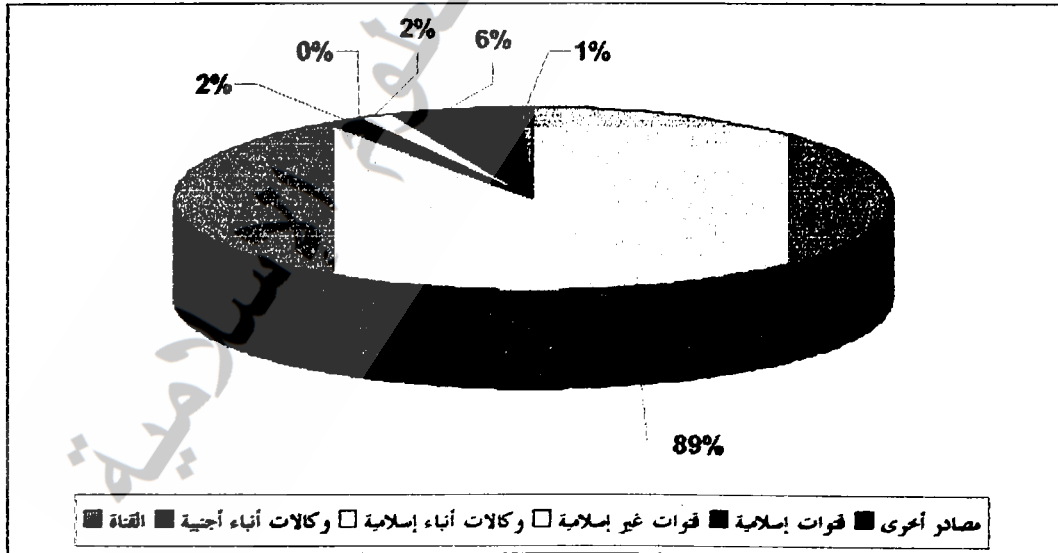
-تم التعرض للأخبار المتعلقة بالأحداث في أفغانستان والسودان وباكستان دون تبني خط واضح في معالجة تلك الأحداث، حيث تم التركيز على الجوانب الأمنية: حجم الانفجارات، عدد الضحايا، تجدد الاشتباكات... الخ.

1-7- فئة مصادر الأخبار:

جدول رقم (15): مصادر الأخبار

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة مصدر الخبر
90,06	154	القناة
1,75	03	وكالات أنباء أجنبية
00	00	وكالات أنباء إسلامية
1,75	03	قنوات غير إسلامية
5,75	10	قنوات إسلامية
0,59	01	مصادر أخرى
100	171	المجموع

الشكل رقم: (10)



الفصل الرابع:الدراسة التحليلية

إن مصدر الخبر ومدى مصداقيته من شأنه أن يدعم ثقة المشاهد أو المستمع أو القارئ في المعلومات المنقولة، ويشير الجدول السابق إلى مصادر الأخبار المقدمة في نشرة أخبار قناة المجد الفضائية خلال عينة الدراسة، وتشير النتائج إلى ارتفاع نسبة الأخبار التي يكون المصدر فيها هو القناة نفسها، من خلال مراسليها و مندوبيها حيث سجلنا 154 خبراً أي بنسبة 90,06%، ثم تأتي الأخبار المنقولة عن قنوات إسلامية أخرى في المرتبة الثانية بنسبة 5,85%، وهي القناة السودانية وقناة الإخبارية وقناة العربية، بينما احتلت وكالات الأنباء الأجنبية والقنوات الأجنبية المرتبة الرابعة بتكرار متساوي (3)، يمثل نسبة 1,75% من عينة الدراسة، وفي الأخير تأتي المصادر الأخرى بنسبة 0,59%، وبخبر واحد هو عبارة عن حادثة نقلتها إحدى الجمعيات الحقوقية في الأراضي الفلسطينية.

إن الملاحظ من خلال الجدول السابق الارتفاع الكبير لنسبة الأخبار التي تنتجها القناة، من خلال أطقم التغطية الإخبارية وشبكة المراسلين والمندوبين، إلا أن هذه النسبة يجب أن تفسر على ضوء نقطتين أساسيتين:

- اتجاه القنوات الفضائية بصفة عامة إلى تدعيم وتوسيع شبكة مندوبيها ومراسليها وبصفة خاصة في المناطق التي تعتبر بؤر توتر، إضافة إلى المكاتب الدائمة في عدد من عواصم العالم، وهذا ما جعل كثيراً من القنوات الفضائية تحقق مستويات مرتفعة في نسبة الأخبار التي تغطيها، حتى أن بعض القنوات -الإخبارية بصفة خاصة- تنافس وكالات الأنباء العالمية.

- إن عدداً من القنوات الفضائية العربية بصفة خاصة، لا تشير إلى مصدر معلوماً، إلا إذا ظهر ذلك من خلال الصورة، وقناة المجد من بين هذه القنوات، حيث لا تتم الإشارة إلى مصدر الصور والمعلومات المنقولة، مما يفتح المجال للاحتمالين:

* أن تكون القناة هي مصدر المعلومة، وهذا قد يتضح في بعض الحالات من خلال صورة المراسل أو المندوب، أو تواجد ميكروفون القناة وبروزه من خلال الصورة.

* أن يكون المصدر جهات أخرى، كالكالات الفيلمية المصورة ولا يتم الإشارة إليها.

وقد حاولت تبين هذا الأمر من خلال مراسلة القناة عبر بريدها الإلكتروني عدة مرات، إلا أنني لم أتلق أية إجابة.

الفصل الرابع:الدراة التعلبية

وعلى اعتبار أن هذه النسبة فعلية أو قريبة من الواقع على الأقل، استنادا إلى حجم القناة وعمرها الوظيفي وجهدها الواضح في مجال التغطية الإخبارية من خلال عدد مكاتبتها ومراسليها نقول:

إن درجة الاستقلالية في مصادر الأخبار التي حققتها العديد من القنوات العربية والإسلامية تتيح أمامها مجالات أوسع من الحرية، وتحملها مسؤولية أكبر اتجاه المشاهد من ناحية ضرورة تحقيق المصداقية المطلوبة، من خلال تحري الصدق والموضوعية والنظرة الشمولية للحدث، وهي أهم مواصفات الخبر في الإعلام الإسلامي، كما تكسب القناة إمكانية التثبت وكشف خلفيات الأحداث، وهو الأمر الذي كان غائبا عن الإعلام العربي والإسلامي في العقود الماضية، بسبب سيطرة وكالات الأنباء الأجنبية على مصادر المعلومات، وهو ما كان سببا في العديد من المشاكل، كمشكل عدم توازن الأخبار بين الشمال الغني والجنوب الفقير، والتعقيم الذي تتعرض له العديد من القضايا، والتحرير والتوظيف الذي تغير مسار الأحداث بسببه في كثير من المراحل التاريخية.

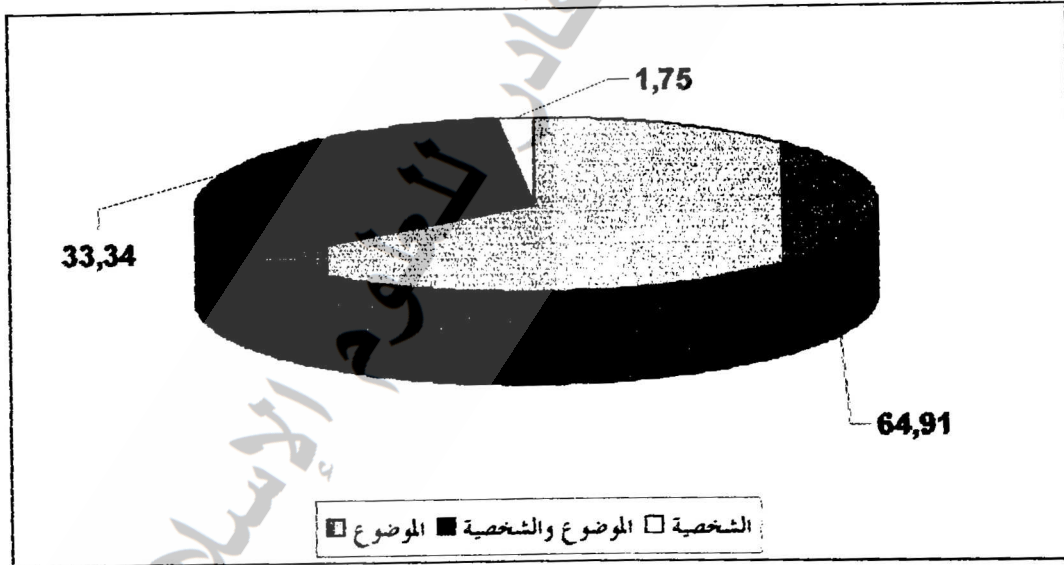
إن الإمكانيات الضخمة التي حصلت لها عدد من القنوات التلفزيونية في السنوات الأخيرة والمستويات العالية من الحرفية التي حققتها هذه القنوات في تغطيتها للأحداث حتى غدت مصدرا للمعلومات بالنسبة لعدد من القنوات الأجنبية، بل أصبحت بعض القنوات العربية الإخبارية تنافس وكالات الأنباء، كل ذلك يلقي على القنوات الفضائية العربية والفضائيات الإسلامية بصفة خاصة مسؤولية كبيرة عن مضمون الأجندة التي تقدمها هذه القنوات للمشاهد المسلم، وعن مضمين الأخبار المذاعة وزاويا المعالجة، والحقائق المطروحة أو المغيبة عن أي قضية، سواء كانت تعكس أوضاعا داخلية إسلامية، أو علاقات خارجية أو وصفا لحال الآخر.

8-1- محور الأخبار:

جدول رقم (16): محور الأخبار:

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة محور الأخبار
64,91	111	الموضوع
33,34	57	الموضوع والشخصية
1,75	3	الشخصية
100	171	المجموع

الشكل رقم: (11)



يقصد بهذه الفئة التعرف على محور الخبر ، أي معرفة إن كانت الأخبار المقدمة تركز على الأحداث أم على الشخصيات أم على الأحداث والشخصيات، وقد دلت نتائج الدراسة على ارتفاع نسبة الأخبار التي تركز على الموضوع، حيث سجلنا تكرارا قدره 111 أي بنسبة 64,91%، بينما تلتها في المرتبة الثانية الموضوعات التي كان محورها الحدث والشخصية، حيث

الفصل الرابع،.....الدراسة التحليلية

سجلنا 57 خيرا، وهو ما يعادل نسبة 33,34%، أما الأخبار التي كان محورها الأساسي هو الشخصية فيه ثلاث أخبار، أي بنسبة 1,75% من مجموع الأخبار المسجلة أثناء فترة الدراسة، وإذا ما قارنا نتائج هذه الدراسة مع دراسة أجريت عن القناة الأولى بالتلفزيون المصري، فإننا نلاحظ تماثل الترتيب في تلك الدراسة مع النتائج المحصل عليها في هذا البحث مع اختلاف في النسب حيث كانت نسبة الأخبار التي كان محورها هو الموضوع 48,7%⁽¹⁾.

وهو ما يبرز اهتمام القناة بالأخبار التي يمثل الموضوع محورها الأساسي، أما بالنسبة للشخصيات التي برزت من خلال أخبار القناة كمحور للخبر إضافة للموضوع أو كمحور مطلق فقد كانت على النحو الآتي:

جدول رقم (17): الشخصيات التي تبرزها الأخبار

القضايا	التكرار والنسبة	التكرار	النسبة %
إسلامية	27	45,00	
غير إسلامية	33	55,00	
المجموع	60	100	

ويشير الجدول السابق إلى احتلال الشخصيات غير الإسلامية المرتبة الأولى بنسبة تقدر بـ 55% وأهم الشخصيات التي برزت أثناء فترة الدراسة: الرئيس الأمريكي جورج بوش، رئيس زمبابوي موجابي، ومرشحي الانتخابات الأمريكية باراك أوباما وماكين، ورئيس هيئة الأمم المتحدة بان كي مون.

أما الشخصيات الإسلامية فأهمها: الملك السعودي، والرئيس المصري حسني مبارك، ورئيس الوزراء العراقي نوري المالكي، والأمين العام لجامعة الدول العربية عمرو موسى.

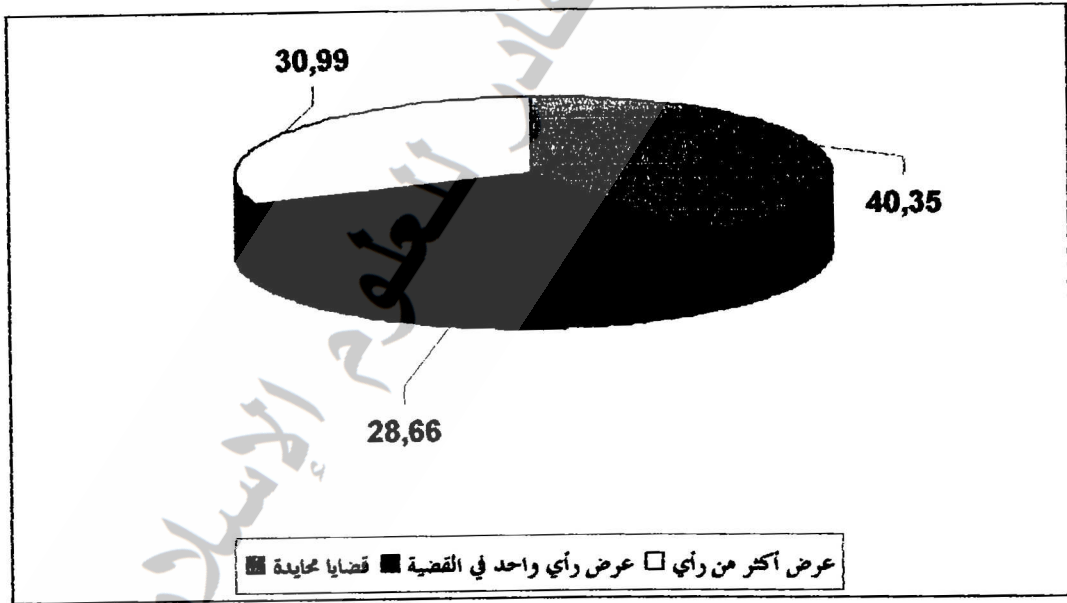
(1) -ماجى الحلواني حسين، حسن عماد مكاوي، تبادل الأخبار العربية، دراسة على الإذاعة المصرية، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، دت، ص 97.

1-9- التوازن في عرض الأخبار

جدول رقم (18): التوازن في عرض الأخبار

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة التوازن
40,35	69	قضايا محايدة
28,66	49	عرض رأي واحد في القضية
30,99	53	عرض أكثر من رأي في القضية
100	171	المجموع

الشكل رقم: (12)



إن الانفتاح الإعلامي الذي يشهده العالم في السنوات الأخيرة، قد ألقى القيود التي كانت تفرضها الدول والأنظمة على وسائل إعلامها، حيث لا تبرز من خلال تلك الوسائل إلا ما تعتقده الأنظمة الحاكمة صواباً، بحيث يتم تغييب بقية الآراء وتعيمها، فلا يصل إلى القارئ، المستمع أو المشاهد إلا حقيقة واحدة ورأي واحد هو رأي السلطة.

إن هذا الوضع بات فصلاً من فصول التراث الفكري الإعلامي، فقد مكن التعدد الإعلامي

الفصل الرابع:.....الدراسة التحليلية

وبروز القنوات التلفزيونية -الإخبارية بصفة خاصة- من تجاوز الحدود الجغرافية المعروفة للبلدان، ومنح المشاهد إمكانية اكتشاف الحدث من خلال عدد من الزوايا، ورصد الآراء المختلفة ليختار في النهاية الرأي الذي يتبناه.

رغم الانفتاح الإعلامي و سعة مساحة الحرية التي أتاحت للمشاهد إلا أن هذا لا يعني الحرية المطلقة للمشاهد المسلم -بصفة خاصة- في الاختيار في ظل العوامل الآتية:

-المستوى التعليمي ومستوى الثقافة التي يمتلكها المشاهد في البلدان النامية بصفة عامة، والذي تشكلت من خلال الأوضاع الاقتصادية السائدة والمسيرة السياسية لتلك البلدان، والتي لا تؤهل هذا الفرد (المشاهد) -عموما- ليحقق في نفسه القدرة على الانتقاء.

-إن أية وسيلة إعلامية مهما أتاحت للمتلقي من حرية في الإطلاع على الآراء المختلفة إلا أنها تعمل على أن يتبنى في النهاية فكرة معينة هي: رأي النظام أو الحزب الحاكم في الوسائل الإعلامية الحكومية، ورأي الجهات والمؤسسات الممولة في الوسائل الإعلامية الخاصة، أو الرأي الذي ينسجم مع السياسة الإعلامية لتلك الوسيلة.

وفي ظل هذه المتغيرات يتضح دور الإعلام الإسلامي من خلال مؤسساته المختلفة في صياغة الرأي العام المسلم الرشيد.

وتبرز نتائج الجدول السابق ارتفاع نسبة الأخبار المحايدة في نشرة أخبار قناة المجد، حيث قدرت بـ 40,35%، بينما احتلت الأخبار التي عرضت رأيين أو أكثر المرتبة الثانية بنسبة 30,99%، وقدرت نسبة الأخبار التي عرضت رأيا واحدا في القضية 28,66%.

رغم هذا التعدد المقدم من خلال أخبار قناة المجد الفضائية، إلا أن هذه الآراء المطروحة تقدم في كثير من الأحيان دون تغليب رأي على الآخر، حيث تطرح الآراء المختلفة ويترك للمشاهد الاختيار بينها، عدا القضية الفلسطينية التي كان واضحا -خلال فترة الدراسة- تبني القناة لها، ومحاولتها إبراز مظاهر الظلم التي يتعرض لها الفلسطينيون بشكل يومي.

أما في قضية النزاع اللبناني، فقد كان واضحا تبني القناة للموقف السعودي الرسمي المساند لفريق الموالات، حيث ورد مثلا في خبر بتاريخ 20/05/2008، تحت عنوان "المعارضة ترفض اقتراحي الوساطة العربية وتعتبرهما غير موجودين": «المعارضة خرجت مرة أخرى لتضع حجر عثرة آخر أمام جهود الوساطة»، ثم عرض الخبر مجموعة من التصريحات لفريق الموالات دون أن يرد أي تصريح لأحد ممثلي المعارضة.

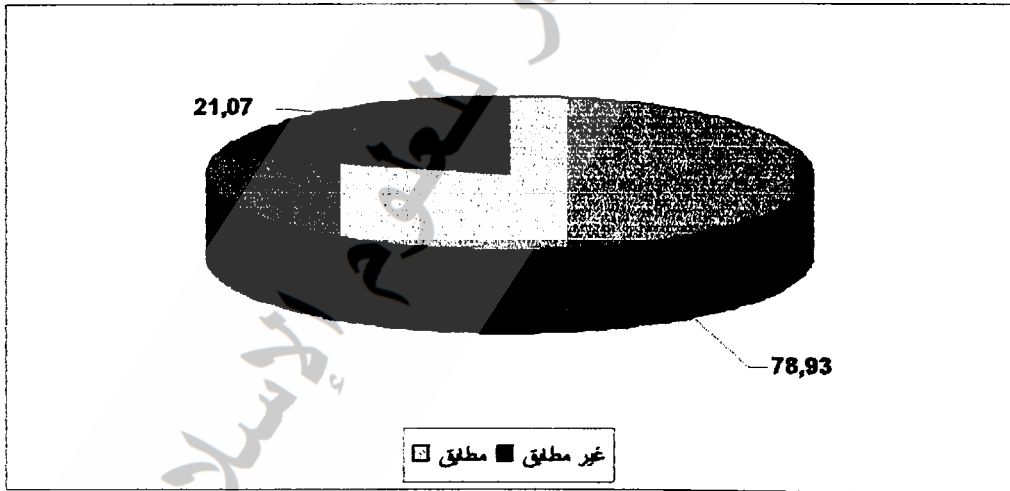
2- فئات الشكل

2-1- فئة اتفاق النص مع الصورة:

الجدول رقم (19): اتفاق النص مع الصورة

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة اتفاق النص مع الصورة
78,93	135	مطابق
21,07	36	غير مطابق
100	171	المجموع

الشكل رقم: (13)



إن التطور الحاصل في مجال تكنولوجيات الإعلام من ناحية التكوين والتجهيزات، قد رفع نسبة المهنية والحرفية في مجال التعامل مع الصورة، وهذا ما جعل معظم الفضائيات ومن بينها قناة المجد تحقق انسجاما كبيرا، بين ما يقال وبين ما يرى ويشاهد، لتمنح القصة الإخبارية نوعا من

الفصل الرابع،الدراسة التحليلية

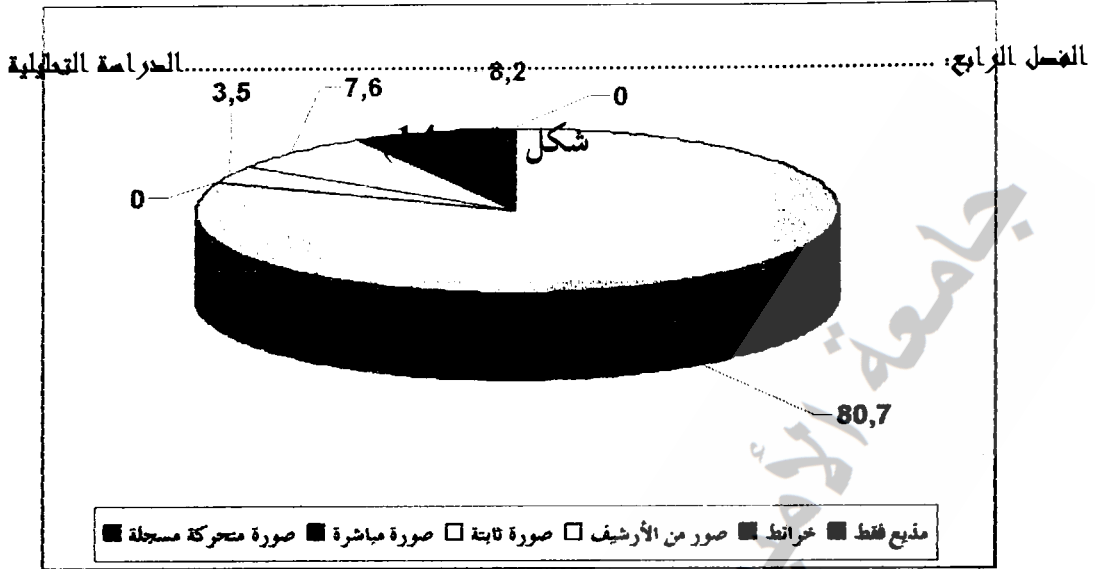
الدراما التلفزيونية، تجذب المشاهد وتسيطر على معظم حواسه.

حيث يبرز الجدول السابق مدى اتفاق النص المقروء مع الصور المصاحبة في الأخبار التي تقدمها قناة المجد الفضائية، وقد كشفت الدراسة أن القائمين على نشرة الأخبار في القناة يحققون نسبة عالية من التطابق، من حيث التناسق بين أجزاء النص المقروء ومقاطع الصور المصاحبة، حيث بلغت النسبة 78,93%، أما عدد المواضيع التي لم تحقق هذا التطابق، فقد بلغت 36 خبراً، أي ما يعادل نسبة 21,06%.

2-2- نوع المادة المصاحبة للخبر المقروء

جدول رقم (20): نوع المادة المصاحبة للخبر المقروء

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة المادة المصاحبة
80,70	138	صور متحركة مسجلة
00	00	صورة مباشرة
3,50	06	صور ثابتة
7,60	13	صورة من الأرشيف
8,20	14	خرائط
00	00	مذيع فقط
100	171	المجموع



يوصف هذا العصر بعصر الصورة في المجال الإعلام، حيث أصبحت الصور المنقولة عن الأحداث والتراعات والحروب أقوى من أي كلمة قد تقال، وغدا الصراع بين وسائل الإعلام المختلفة على الصورة بعد أن كان حول تفاصيل الحدث أو الزوايا الخفية منه.

إن الأثر الذي حملته صور تمثال الرئيس العراقي وهو يسقط كانت أبلغ من أي كلام قد يقال عن حجم الحدث وآثاره المختلفة، كما أن الصور التي نقلت عن مجزرة قانا الثانية كانت القطرة التي أفاضت الكأس وحركت الضمير العالمي، لينتفض ضد العدوان الإسرائيلي أثناء حرب لبنان 2006، كما كان لتلك الصور التي انفردت بنقلها قناة المنار عن المعارك في الجنوب خلال تلك الحرب، كان لها الفضل في رسم صورة جديدة عن الجيش الذي كان يقال عنه أنه "لا يقهر".

إن قدرة الصورة على التأثير وعلى تغيير المسارات (السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية...) يجعلنا نتساءل عن نوع الصورة التي تقدمها الفضائيات الإسلامية للمشاهد ضمن إنتاجها الإخباري؟

توضح نتائج الجدول السابق اعتماد قناة المجد على الصور المتحركة المسجلة (الصور الشاهدة) بنسبة قدرت بـ 80,70%، بينما جاءت الخرائط في المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ 8,02%، وقد تم استخدامها في الغالب مع التصريحات أو البيانات السياسية، أو للإشارة إلى

الفصل الرابع، الدراسة التحليلية

أحداث وقعت ضمن المجال الجغرافي المعروض على الشاشة.

تلجأ القنوات التلفزيونية إلى استخدام صور الأرشيف ضمن نشراتها الإخبارية كصور مرافقة للتعليق حول مواضيع معينة، وقد بلغت نسبة استخدامها في عينة الدراسة 7,6%، والملاحظ أن هذه الصور تستخدم أحيانا للدلالة على حوادث يتوفر فيها عنصر الجدة، مما يؤدي إلى تجميع الخبر، حيث يفصل عن سياقه الزمني، كما يتم في بعض الأحيان تكرار هذه المشاهد حتى تتوافق مدة بثها مع مدة الخبر المقروء.

تعتمد القناة على الصور الثابتة في بعض أخبارها (3,5%)، وقد تمثلت هذه الصور في الغالب في صور الرؤساء والمسؤولين والزعماء السياسيين، أما الصور المباشرة فقد غابت عن نشرة الأخبار في قناة المجد الفضائية خلال فترة الدراسة، حتى أن الاتصالات التي كانت تجرى مع بعض المحللين كانت عبارة عن اتصالات هاتفية، مرفوقة بصور ثابتة لصاحب الصوت. أما الأخبار التي يقرأها المذيع فقد كانت غائبة تماما عن نشرة أخبار قناة المجد الفضائية، وهو ما يؤكد سعي القناة إلى تحقيق ثلاثية تميز العمل التلفزيوني وهي الصوت، الصورة والحركة.

خلاصة واستنتاجات

من خلال عرض نتائج الدراسة التحليلية لعينة من نشرات أخبار قناة المجد الفضائية، يمكن أن نسجل مجموعة من النتائج نوجزها في النقاط الآتية:

- لا تبعد نشرة قناة المجد - من ناحية الشكل العام - كثيرا عن دائرة النشرات الكلاسيكية في القنوات التلفزيونية، حيث تتبنى فكرة الاتصال في اتجاه واحد، كما أن وسائل وأساليب العرض مألوفة يغيب عنها طابع التحديد.

- تعتمد قناة المجد بشكل أساسي على الأخبار القصيرة والمتوسطة، بينما نلاحظ غيابا نسبيا للأخبار الطويلة التي تقدم تفاصيل أكثر عن الحدث.

- تعتمد قناة المجد على الأخبار البسيطة بنسبة 63,34%، بينما يقل اعتمادها على الأخبار المركبة.

- هيمنة الأخبار الإسلامية في نشرات أخبار قناة المجد، بينما تغيب تماما أخبار الأقليات الإسلامية، إلا أن طغيان الأخبار العربية يغلب فكرة اهتمام القناة بالأخبار الإسلامية العربية من منطلق قومي.

- طغيان الأخبار الأمنية والسياسية في نشرات أخبار قناة المجد، بينما تبقى المواضيع الأخرى غائبة بشكل كبير.

- أشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة الأخبار السلبية المقدمة من خلال نشرة أخبار قناة المجد، وبصفة خاصة تلك المقدمة عن الأمة الإسلامية، وقد يعود ارتفاع هذه النسبة إلى الوضع الإسلامي العام.

- حققت نشرات أخبار قناة المجد نسبة عالية من حيث جودة أخبارها، حيث وصلت النسبة إلى 88,30%، وهو ما يعكس أهمية هذه القيمة بالنسبة للقائمين على القناة.

- برزت قيم الصراع، التأثير، الأهمية، القرب، من خلال الإنتاج الإخباري للقناة، بينما غابت العديد من القيم إلى حد كبير.

- لا تغيب قيمة النخبوية عن نشرات أخبار قناة المجد الفضائية، وهو ما يعكسه حجم أخبار

الدول المتقدمة بالمقارنة مع حجم أخبار الدول النامية.

- تبرز الوظيفة الإخبارية في نشرات أخبار قناة المجد بشكل واضح، بينما نسجل الغياب الجزئي للوظيفة الإقناعية ولوظيفة الشرح والتفسير والغياب الكلي للوظيفة التثقيفية والوظيفة الترفيهية.
- تبرز نشرات أخبار القناة اهتمامها بالقضية الفلسطينية وكذا الأزمة العراقية، وهو الأمر الذي تعكسه نسبة الأخبار المقدمة عن القضيتين.
- تبقى معالجة نشرة القناة لعدد من القضايا الإسلامية -بصفة خاصة- سطحية إلى حد ما، حيث لا تقدم للمشاهد الزوايا الأساسية التي تمكنه من فهم الواقع، وهذا نتيجة اكتفاء القناة في كثير من الأحيان بنقل معلومات رقمية عن شدة التفجيرات أو عدد الضحايا أو المجال الجغرافي للصراع.
- تعتمد قناة المجد إلى حد كبير على إمكاناتها الذاتية في عملية تحصيل الأخبار، إضافة إلى بقية المصادر.
- تركز أخبار قناة المجد على المواضيع الإخبارية التي يكون محورها الأساسي هو الموضوع، بينما تأتي الأخبار التي يكون محورها الموضوع والشخصية في المرتبة الثانية.
- تهتم قناة المجد من خلال أخبارها بإبراز أكثر من رأي في القضية، وذلك حرصاً منها على تحقيق عنصر التوازن في عرض الأخبار، إلا أن هذه النسبة تعد ضعيفة إلى حد ما.
- لاحظت الدراسة نجاح القناة إلى حد كبير في تحقيق مطابقة النص المقروء للصور المقدمة، وهو الأمر الذي أصبح ضرورياً في عصر الصورة.
- تعتمد قناة المجد من خلال نشراتها بشكل كبير على الصور المتحركة المسجلة، حيث بلغت نسبتها 80,70%، بينما غابت الصور المباشرة رغم مكانتها في الأداء الإخباري في السنوات الأخيرة.

الخطبة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

بعد أن كان للخدمة الإخبارية في بداية ظهور التلفزيون مجرد مساحات زمنية محدودة، تطورت هذه الخدمة لتصبح ضمن المواد الأساسية للعمل التلفزيوني، لذلك كان على الإعلام الإسلامي مواكبة هذا التطور الحاصل على مستوى الشكل والمضمون، وذلك من خلال الدراسات المستفيضة التي تستمد أسسها من الشريعة الإسلامية وتدمجها مع خصائص الإعلام ومبادئه، وكذا من خلال قنوات الإعلام الإسلامي التي وجب عليها أن تدرك أهمية هذه الوظيفة ودورها في تحريك عجلة التغيير.

وقد جاءت هذه الدراسة لوصف المادة الإخبارية المقدمة ضمن برامج قناة المجد الفضائية، وذلك سعياً لتطوير هذه الخدمة على مستوى وسائل الإعلام الإسلامي عموماً، وقناة المجد بصفة خاصة، وتبعاً لذلك سجلنا مجموعة من التوصيات نجملها في النقاط الآتية:

- ضرورة الاهتمام بالأخبار الطويلة التي تمنح للمشاهد تفاصيل أكبر عن الحدث وتساعد على فهم الواقع.

- الاهتمام بالمواضيع الثقافية والاجتماعية والعلمية، بحيث تحقق قدراً من التوازن مع الأخبار السياسية والأمنية التي تطغى على أخبار قناة المجد الفضائية.

- توسيع مجال التغطية الجغرافية للأخبار، حيث تشمل معظم البلدان الإسلامية وبصفة أخص الدول الإسلامية غير العربية، مع ضرورة الاهتمام بأخبار الأقليات.

- ضرورة الاهتمام بوظيفتي الشرح والتفسير والوظيفة الإقناعية، وذلك من أجل تشكيل رأي عام إسلامي يملك القدرة على فهم الأحداث وعلى اتخاذ المواقف المناسبة وبشكل موحد.

- الاهتمام بالأخبار الإيجابية عن الواقع الإسلامي وزيادة حجمها في نشرات الأخبار، وذلك قصد تخفيف نسبة خيبة الأمل التي يعاني منها المشاهد المسلم، والتي أدت إلى إعراضه إلى حد كبير عن مشاهدة الأخبار.

- ضرورة أن تسهم نشرة الأخبار في خدمة القضايا الإسلامية، مع التركيز على خلفياتها المختلفة مع ربط كل ذلك بسنن الله.

- تدعيم النشرة بالمحللين والخبراء عن طريق الحضور داخل الاستوديو أو الاتصال عن طريق الأقمار الصناعية.

- تحديد المصطلحات الوصفية، مثل: إرهاب، عنف، عدوان، استعمار، قتل، وذلك من خلال لجنة استشاريين تضم علماء متخصصين.
- ضرورة اهتمام بقية الفضائيات الإسلامية بالمادة الإخبارية انطلاقاً من أهميتها في التغيير.
- الاهتمام بتقارير المندوبين والمراسلين من مواقع الأحداث، ليصفوا للمشاهد ما يحدث لحظة بلحظة، ويقابلوا صناع الحدث أو المسؤولين والمشاركين فيه بهدف تقديم تغطية كاملة لكل وقائع الخبر.
- ضرورة تفسير الأخبار، حيث لا تقتصر على مجرد السرد الإخباري لوقائع الأحداث المختلفة، وإنما هناك من بين هذه الأحداث ما يستحق الشرح والتفسير، خاصة تلك الوقائع المهمة التي يصعب على المشاهد العادي تكوين رأي بشأنها.
- الاهتمام أكثر بوسائل الإيضاح التي تدعم الأخبار المهمة والعاجلة غير المصورة، والتي توضح وقائع الخبر بسرعة أكبر من التعبير اللفظي، وتساعد في جذب انتباه المشاهدين ودفع الملل عنهم.
- الاهتمام بتوظيف الأصوات والمؤثرات الصوتية الأصلية من وقائع الأحداث، حيث لاحظنا غياباً كبيراً لهذين العنصرين في الأخبار التي تقدمها قناة المجد الفضائية، رغم أهمية الصوت الأصلي في إضفاء المزيد من الواقعية والمصدقية على الوقائع.
- ضرورة الاهتمام بوظيفة مقدم النشرة، فلا تقتصر على قراءة النص المكتوب، بل لا بد لمقدم النشرة أن يدعم خاصية الحميمية والتقارب التي توفرها الأخبار التلفزيونية.
- الاهتمام بالدراسات الإعلامية المتخصصة في مجال الإعلام الإسلامي، وذلك بغية توفير تراكم معرفي ونظري يؤهل المؤسسات الإعلامية الإسلامية للقيام بدورها.

الملاحق

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

استمارة تحليل المحتوى

I- بيانات أولية:

- 1- القناة: 1
- 2- التوزيع الشهري للعينة: 2 3 4
- 3- التوزيع الأسبوعي للعينة: 5 6 7 8
- 4- التوزيع اليومي للعينة: 9 10 11 12 13 14 15
- 5- مدة النشرة: 16
- 6- عدد عناوين النشرة: 17

II- بيانات كمية:

أولاً: فئات الموضوع:

- 1- فئة نوع المهبر: 18 19
- 2- فئة المجال الجغرافي للأخبار:
20 21 22 23
1/20 2/20
1/21 2/21
- 3- فئة موضوع الخبر: 24 25 26 27 28 29 30 31 32
- 4- فئة الاتجاه: 33 34 35
- 5- فئة القيم: 36 37 38 39 40 41 42 43 44
45 46 47 48 49 50 51
- 6- فئة وظيفة الخبر: 52 53 54 55 56
- 7- فئة القضايا التي تبرزها الأخبار: 57 58 59 60 61 62
63 64 65
- 8- فئة المصدر: 66 67 68 69 70 71

9- فئة محور الخبر: 74 73 72

10- فئة التوازن في عرض الأخبار: 77 76 75

ثانيا: فئات الشكل:

1- فئة اتفاق النص مع الصورة: 79 78

2- فئة نوع المادة المصاحبة للنص المقروء: 85 84 83 82 81 80

عبد القادر للعلوم الإسلامية

دليل الاستمارة

I- بيانات أولية:

- 1- القناة: تمثل الخانة 1 قناة المجد.
- 2- التوزيع الشهري للعينة: تمثل الخانات: 2، 3، 4 الأشهر أفريل، ماي، جوان.
- 3- التوزيع الأسبوعي للعينة: تشير الخانات من 5 إلى 8 إلى الأسبوع الأول، الأسبوع الثاني، الأسبوع الثالث، والأسبوع الرابع.
- 4- التوزيع اليومي للعينة: تمثل الخانات من 9 إلى 15 أيام الأسبوع: السبت، الأحد، الاثنين، الثلاثاء، الأربعاء، الخميس، الجمعة.
- 5- الخانة 16 تمثل مدة النشرة.
- 6- الخانة 17 تمثل عدد عناوين النشرة.

II- بيانات كمية:

أولاً: فئات الموضوع:

- 1- فئة نوع الخبر:
 - تمثل الخانتان 18 و 19 فئتي بسيط ومركب
 - 2- فئة المجال الجغرافي للخبر:
 - تمثل الخانة 20 الأخبار الخارجية والخانة 21 الأخبار الإسلامية و 22 أخبار الأقليات المسلمة و 23 فئة المنظمات الدولية.
 - أما التفريعات 1/20 و 2/20 فتمثل على التوالي: دول متقدمة ودول العالم الثالث وتمثل 1/21 و 2/21 أخبار الدول العربية، أخبار الدول غير العربية.
 - 3- فئة موضوع الخبر:
 - تمثل الخانات من 24 إلى 32 فئات موضوع الخبر على النحو الآتي: سياسي، اقتصادي، أمني، ديني ثقافي، اجتماعي، علمي، رياضي، إنساني.

4- فئة الاتجاه:

تمثل الخانة 33 الاتجاه السليبي والخانة 36 الاتجاه الإيجابي بينما تمثل الخانة 35 فئة اتجاه غير واضح.

5- فئة القيم:

تمثل الخانات من 36 إلى 51 فئات القيم على الترتيب الآتي: التأثير، الصراع، الجدة، الشهرة، القرب
الإثارة الضخامة، الفائدة، القيمة التعليمية، الأهمية الثقيف، الوحدة العقدية، التقويم، التثبيت، العبرة
التنمية.

6- فئة وظيفة الخبر:

تمثل الخانات من 52 إلى 57 فئات وظيفة الخبر على الترتيب الآتي: إخبار، شرح وتفسير، إقناع، ترفيه،
تثقيف.

7- فئة القضايا التي تبرزها الأخبار:

تمثل الخانات من 57 إلى 65 القضايا التي تبرزها الأخبار على النحو الآتي:

-الأزمة العراقية، القضية الفلسطينية، الأزمة اللبنانية الداخلية، الملف النووي الإيراني، الأزمة السودانية،
أزمة أفغانستان وضع باكستان الداخلي، الانتخابات الرئاسية في زيمبابوي، أخرى.

8- فئة المصدر:

الخانات من 66 إلى 71 تمثل فئات المصدر: القناة وكالات أنباء أجنبية، وكالات أنباء إسلامية، قنوات
غير إسلامية، قنوات إسلامية، مصادر أخرى.

9- فئة محور الخبر:

تمثل الخانة 72 فئة المحور هو الشخصية، 73 محور هو الموضوع 74 فئة المحور هو الموضوع والشخصية.

10- فئة التوازن في عرض الأخبار:

تشير الخانات من 75 إلى 77 إلى الفئات الآتية: عرض رأي واحد في القضية، عرض عدة آراء ي
القضية، قضايا محايدة.

ثانياً: فئات الشكل:

1- فئة اتفاق النص مع الصورة.

الخانة 78 تمثل فئة مطابق، و79 فئة غير مطابق.

2- فئة المادة المصاحبة للخبر المقروء.

الخانات من 80 إلى 85 تمثل نوع المادة المصاحبة للخبر المقروء على الترتيب الآتي: صور متحركة مسجلة، صور مباشرة، صورة ثابتة، صور من الأرشيف، خرائط، مذيع فقط.

إب القادر للعلوم الإسلامية

جامعة الأمير عبد القادر العظم الإسلامي

الفهارس

أولاً: فهرس الآيات القرآنية

الصفحة	الرقم	طرف الآية
سورة البقرة		
126	111	﴿ قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ إِن كُنْتُمْ صَادِقِينَ ﴾
79	159	﴿ إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنزَلْنَا... ﴾
سورة آل عمران		
88	5	﴿ إِنَّ اللَّهَ لَا يَخْفَى عَلَيْهِ شَيْءٌ... ﴾
121	49	﴿ وَأَنْبِئْكُمْ بِمَا تَأْكُلُونَ... ﴾
122	104	﴿ وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ... ﴾
133	159	﴿ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ﴾
سورة النساء		
138	83	﴿ وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ... ﴾
		﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا... ﴾
134، 81	148	﴿ لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ... ﴾
سورة المائدة		
127، 81	8	﴿ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاَنُ قَوْمٍ... ﴾
120	27	﴿ وَآتَلْ عَلَيْهِمْ نَبَأَ ابْنَيْ آدَمَ... ﴾
129	29	﴿ وَآتَلْ عَلَيْهِمْ نَبَأَ ابْنَيْ آدَمَ... ﴾
سورة الأنعام		
120	34	﴿ وَلَقَدْ كَذَّبْتُمْ رَسُولًا مِنْ قَبْلِكُمْ... ﴾
121	67	﴿ لِكُلِّ نَبَأٍ مُسْتَقَرٌّ وَسَوْفَ تَعْلَمُونَ ﴾
81	108	﴿ وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ... ﴾
81	143	﴿ نَبِّئُونِي بِعِلْمٍ إِن كُنْتُمْ... ﴾
سورة الأعراف		
129، 120	-175 176	﴿ وَآتَلْ عَلَيْهِمْ نَبَأَ الذِّبْيِ أَتَيْنَاهُ... ﴾

سورة التوبة		
120	70	﴿ أَلَمْ يَأْتِهِمْ نَبَأُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ... ﴾
130	71	﴿ وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ... ﴾
130، 121	94	﴿ يَعْتَذِرُونَ إِلَيْكُمْ إِذَا رَجَعْتُمْ... ﴾
140	107	﴿ وَالَّذِينَ اتَّخَذُوا مَسْجِدًا ضِرَارًا... ﴾
123، 91، 81	119	﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا... ﴾
سورة يونس		
126	59	﴿ قُلْ اللَّهُ آخِرَ كَلِمٍ... ﴾
120	71	﴿ وَآتِلْ عَلَيْهِمْ نَبَأَ نُوحٍ... ﴾
سورة هود		
121	49	﴿ تِلْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الْغَيْبِ... ﴾
129	120	﴿ وَكَلَّا نَقُصُّ عَلَيْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الرُّسُلِ... ﴾
سورة إبراهيم		
120	9	﴿ أَلَمْ يَأْتِكُمْ نَبَأُ الَّذِينَ... ﴾
سورة النحل		
134	125	﴿ ادْخُلْ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِزْمَةِ... ﴾
سورة الإسراء		
138	36	﴿ وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ... ﴾
سورة مريم		
123	41	﴿ وَادْكُرْ فِي الْكِتَابِ إِبْرَاهِيمَ... ﴾
123	56	﴿ وَادْكُرْ فِي الْكِتَابِ إِدْرِيسَ... ﴾
سورة الأنبياء		
130	92	﴿ إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً... ﴾
سورة المؤمنون		
130	52	﴿ وَإِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً... ﴾

سورة النور		
139	11	﴿ إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ... ﴾
138	13	﴿ إِنَّ الَّذِينَ يَزْمُونَ الْمُحْصَنَاتِ... ﴾
138	15	﴿ إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِالسِّنِّكُمْ وَتَقُولُونَ... ﴾
82	19	﴿ إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ... ﴾
سورة الشعراء		
120	69	﴿ وَاتْلُ عَلَيْهِمْ نَبَأَ إِبْرَاهِيمَ... ﴾
سورة النمل		
121	7	﴿ إِذْ قَالَ مُوسَى لِأَهْلِهِ... ﴾
128، 119	26-20	﴿ وَتَمَقَّقَ الطَّيْرَ فَقَالَ مَا لِيَ... ﴾
سورة القصص		
120	3	﴿ نَتَلُو عَلَيْكَ مِنْ نَبَأِ مُوسَى... ﴾
سورة الأحزاب		
128، 118	20	﴿ يَخْسِبُونَ الْأَحْزَابَ كَمَا يَخْهَبُوا... ﴾
138	60	﴿ لَكِنَّ كَمَا يَنْتَهِي الْمُنَافِقُونَ... ﴾
سورة غافر		
88	19	﴿ يَعْلَمُ خَائِنَةَ الْأَعْيُنِ... ﴾
سورة الحجرات		
117	6	﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا... ﴾
138	12	﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا... ﴾
سورة التغابن		
121	5	﴿ أَلَمْ يَأْتِكُمْ نَبَأُ الَّذِينَ... ﴾
سورة النبأ		
128، 121، 118، 117	2-1	﴿ هَمْ يَتَسَاءَلُونَ... ﴾
سورة البينة		
88	5	﴿ وَمَا أَمْرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا... ﴾

ثانيا: فهرس الأحاديث

الصفحة	طرف الحديث
123	«لما روى عنه ﷺ قالت:...»
79	«ما بال أقوم ينتهون عن الشيء...»
79	«ما بال الأقوام قالوا كذا...»
125	«المسلم أخو المسلم لا يظلمه...»
91	«من تحدث عني بحديث يرى...»
91	«من كذب عليّ متعمدا فليتبؤ...»

القادر للعلوم الإسلامية

ثالثاً: قائمة المصادر والمراجع

- القرآن الكريم برواية حفص

أولاً: الكتب

1. إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، دط، دار الفكر العربي، مصر، دت.
2. إبراهيم إمام، وكالات الأنباء، ط3، دار الفكر العربي، القاهرة، 1994.
3. أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
4. أديب حضور، الإعلام والأزمات، ط1، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 1999.
5. إسماعيل ابن كثير، تفسير ابن كثير، تحقيق: محمد علي الصابوني، ط7، دار القرآن الكريم، بيروت، 1402هـ-1981م.
6. إسماعيل بن كثير، السيرة النبوية، تحقيق: مصطفى عبد الواحد، ط2، دار الفكر، لبنان، 1401هـ-1981م، ج3.
7. أبو الأعلى المودودي، القانون الإسلامي وطرق تنفيذ، دط، دار الوفاء، الجزائر.
8. ألبرت ل هستر، دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، دط، الدار الدولية، القاهرة، 1991.
9. الألويسي البغدادي، روح المعاني في تفسير القرآن الكريم، دط، دار إحياء التراث العربي، بيروت.
10. إياد شاكر البكري، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، ط1، دار الشروق، عمان، الأردن، 1999.
11. بوريتسكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة: أديب حضور، دط، دمشق، سورية، 1990.
12. جيهان رشي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1998.
13. حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1414هـ-1993م.

14. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1419هـ-1998م.
15. خالد مجد الدين محمد، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية دليل إنتاج النشرات التلفزيونية، ط1، دار الأمين، مصر، 1426هـ-2005م.
16. خليل صابات، الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، ط2، در المعارف، القاهرة، 1967.
17. أبو داود سليمان بن الأشعث، صحيح سنن أبو داود، تحقيق: ناصر الدين الألباني، ط1، مكتبة المعارف، دم، 1419هـ-1998م.
18. راسم محمد الجمال، دراسات في الإعلام الدولي، مشكلة الاختلال الإخباري، دط، دار مكتبة الخلال، بيروت، دار الشروق، جدة، 1429هـ-2008م.
19. سحر محمد وهي، بحوث جامعية في الإعلام، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1996.
20. سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، دط، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة مصر، 1420هـ-1999.
21. سعيد محمد السيد، إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1988.
22. سليمان صالح، صناعة الأخبار في العالم المعاصر، ط2، دار النشر للجامعات، القاهرة، مصر، 1418هـ-1998م.
23. سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجمامير والرأي العام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1993م.
24. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1995.
25. سمير محمد حسين، تحليل المحتوى، ط2، عالم الكتب، القاهرة، مصر، دت.
26. سيد قطب، في ظلال القرآن، دط، دار الشروق، القاهرة، 1398هـ-1978م، ج18.

27. طه أحمد حميد، الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، ط1، دار النفائس، العراق، 1427هـ-2009م.
28. عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، ط1، دار الفكر العربي، مصر، 1413هـ-1993م.
29. عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، ط1، دار الفجر، مصر، 2005.
30. عبد الرزاق الديلمي، عولمة التلفزيون، ط1، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1425هـ-2005م.
31. عبد العزيز الغنام، مدخل إلى علم الصحافة، ط2، دد، القاهرة، 1974.
32. عبد العزيز شرف، المدخل لوسائل الإعلام، دط، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، مصر، 2000.
33. عبد الفتاح عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، دط، دار العربي، مصر، دت.
34. عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، دت.
35. عبد الملك الدناني: البث الفضائي وتحديات العولمة الإعلامية، دط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2007.
36. عزي عبد الرحمن وآخرون، عالم الاتصال، دط، دد، الجزائر، 1992.
37. فؤاد توفيق العاني، الصحافة الإسلامية، ودورها في الدعوة، ط1، مؤسسة الرسالة، لبنان، 1414هـ-1993م.
38. فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، دراسة مقارنة، دط، دار الشروق، جدة، 1984.
39. كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، ط2، دار الشروق، جدة، 1409هـ-1988م.
40. كرم شلبي، الخبر الإذاعي، فنونه وخصائصه، دط، دار الشروق، جدة، 1985.
41. كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، ط2، دار الشروق، جدة، 1998.

42. كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، دط، مكتبة التراث الإسلامي، القاهرة، 1992.
43. ماجي الحلواني حسين، حسن عماد مكاوي، تبادل الأخبار العربية، دراسة على الإذاعة المصرية، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، دت.
44. مجد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 1427هـ-2006.
45. محمد أدهم، الأسس الفنية للتحليل الصحفي العام، دط، دد، القاهرة، 1983.
46. محمد الطاهر بن عاشور، التحرير والتنوير، دط، الدار التونسية للنشر، تونس، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1984، ج20.
47. محمد بن إسماعيل البخاري، فتح الباري شرح صحيح البخاري، أحمد بن علي بن حجر العسقلاني، ط3، دار السلام، الرياض، دار الفيحاء، دمشق، 1421هـ-2000م، ج5.
48. محمد بن عيسى بن سورة الترمذي، سنن الترمذي، ط2، دار الفكر، لبنان، 1403هـ-1983م.
49. محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ط1، مكتبة الخانجي، مصر، دار الرفاعي، المملكة العربية السعودية، 1403هـ-1983م.
50. محمد شطاح، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا، دراسات في الوسائل والرسائل، ط1، عين مليلة، الجزائر، 2006.
51. محمد شفيق، البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، دط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1998.
52. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى، بحوث الإعلام، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979.
53. محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، مصر، 1993م.
54. محمد عبيدات، محمد أبو نضال، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي، القواعد، المراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 1999.

55. محمد فريد محمود عزت، دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984.
56. محمد كمال الدين إمام، الإعلام الإسلامي، دط، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2004.
57. محمد لعقاب، المسلمون في حضارة الإعلام الجديدة، ط2، دار الأمة، الجزائر، 1996.
58. محمد معوض، الخبر التلفزيوني من المصدر إلى الشاشة، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1987.
59. محمد معوض، الخبر في وسائل الإعلام، ط1، دار الفكر العربي، مصر، 1414هـ-1994م.
60. محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، دت.
61. محمد معوض، بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ط1، دار الكتاب الحديث، مصر، 1416هـ-1996م.
62. محمود منصور هيبة، الخبر الصحفي وتطبيقاته، دط، مركز إسكندرية للكتاب، مصر دت.
63. محيي الدين عبد الحلیم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، دط، مكتبة الخانجي، القاهرة، دار الرفاعي، الرياض، دت.
64. محيي الدين عبد الحلیم، الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، دت.
65. مرعي مذكور، الإعلام الإسلامي وخطر التدفق الإعلامي الدولي، دط، دار الصحوة، القاهرة، 1988.
66. مسلم بن الحجاج، صحيح مسلم، شرح أبو عبد الله الأبي، دط، دار طرية، الرياض، دت، ج7.
67. منى سعيد الحديد، حسن عماد مكاوي، محمد عبد الشافي، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.
68. ميلفن مينتشر، تحرير الأخبار والصحافة والإذاعة والتلفزيون، ترجمة: أديب حضور، دط، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1992.
69. نور الدين بليل، مفاهيم إعلامية، دط، دد، قسنطينة، دت.

70. هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008.
71. وهبة الزحيلي، التفسير المنير في العقيدة والشريعة والمنهج، ط1، دار الفكر المعاصر، لبنان، دار الفكر العربي، سورية، 1411هـ-1991م.
72. وهبة الزحيلي، حق الحرية في العالم، دط، دار الفكر، بيروت، لبنان، 2000.
73. ياسين خضر البياني، الاتصال الدولي والعربي، مجتمع المعلومات ومجتمع الورق، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
74. يحيى بسيوني مصطفى، عادل الصيرفي، التلفزيون الإسلامي ودوره في التنمية، ط1، دار عالم الكتب، المملكة العربية السعودية، 1405هـ-1985م.
75. يحيى بسيوني مصطفى، البدائل الإسلامية لمجلات الترويج المعاصرة، دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1990.
- المعاجم والموسوعات
1. علي بن هادية، لحسن بليس، بلحاج يحيى، القاموس المحيط، ط7، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991.
2. أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، دط، دار الكتاب للملايين، بيروت، دت، ج2.
3. محمد مرتضى الزبيدي، تاجر العروس من جواهر القاموس، ط1، دط، دت، ج1.
- الدوريات والمجلات:
1. حوليات جامعة الجزائر، جامعة الجزائر، ع8، أفريل 1981.
2. حوليات جامعة الجزائر، جامعة الجزائر، ع4، أفريل 1989-1990.
3. جريدة العالم الإسلامي، رابطة العالم الإسلامي، ع1582.
4. الإذاعات العربية، اتحاد الإذاعات العربية، تونس، ع1، 2001.
5. الإذاعات العربية، اتحاد الإذاعات العربية، تونس، ع1، 2004.

6. الإذاعات العربية، اتحاد الإذاعات العربية، تونس، ع3، 2006.
7. الإذاعات العربية، اتحاد الإذاعات العربية، تونس، ع4، 2006.
8. الرواسي، جمعية الإصلاح الاجتماعي والتربوي، باتنة، ع4، نوفمبر 1991.
9. كتاب الأصالة، بجاية، شوال، 1405هـ/ يوليو 1985.
10. المشكاة، دار قرطبة، الدار البيضاء، ع10، أبريل 1989.
11. البيان، المنتدى الإسلامي، لندن، بريطانيا، ع183، جانفي 2003.
12. الدعوة، مؤسسة الدعوة الإسلامية، الرياض، ع1649، 9 يوليو 1998.
13. الدعوة، مؤسسة الدعوة الإسلامية، الرياض، ع17-11-1414هـ.
14. الدعوة، مؤسسة الدعوة الإسلامية، الرياض، ع1089، 1986.
15. الدعوة، مؤسسة الدعوة الإسلامية، الرياض، ع1644، 4 يوليو 1998.
16. حوليات كلية الدعوة، ع12، 1419هـ-1998.
17. النور، مكتب الثقافة والإعلام، مؤسسة الخوئي، لندن، ع56، جانفي، 1996.
18. الرابطة، رابطة العالم الإسلامي، مكة المكرمة، ع358، يناير، 1995.
19. مجلة الأمل، رابطة الشباب المسلم، محرم 1412هـ/ يوليو 1992.
20. المجلة الجزائرية للاتصال، جامعة الجزائر، ع6، 7، 1992.
21. التعاون، مجلة التعاون الخليجي، ع49، 1999.
22. الإسلام اليوم، المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (أيسيسكو)، ع13، 1406هـ-1986م.
23. منار الإسلام، وزارة الشؤون الدينية والأوقاف، الإمارات العربية المتحدة، ع10، 1996.

الرسائل الجامعية:

1. بايوسف مسعود، الوظيفة الترفيهية للفضائيات الإسلامية، قناة المجد أمودجا، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة، قسم الدعوة والإعلام، 2007.
2. كريمة عرامة، الصحافة الساخرة في الجزائر وضوابطها الأخلاقية، من خلال أسبوعية الصح آفة، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، معهد الدعوة والإعلام، 1997.
3. محمد الطيب زاوي، الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم: علوم الإعلام والاتصال، 2004.
4. محمد شطاح، الثرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2004.
5. مريم بوحجار، السبق الصحفي مصداقية وأخلاقيات - دراسة ميدانية على عينة من مراسلي الصحف اليومية بالشرق الجزائري، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة، قسم الدعوة والإعلام، 2006.
6. وردة بوجلال، الجمهور القسنطيني وبرامج قناة اقرأ الفضائية، دراسة حالة في العادات والأنماط والاتجاهات، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة، قسم الدعوة والإعلام، 2003.

المواقع الإلكترونية:

1. موقع قناة اقرأ: [www. Iqraa tv. com](http://www.Iqraa tv. com)
2. موقع قناة الرسالة: www. alresalah. net
3. موقع قناة الناس: www. alnas. Tv
4. موقع قناة الشارقة: www. sharjahtv. Ae

5. موقع قناة المنار: www.almanar.com
6. موقع قناة الفجر: www.fagr-tv
7. موقع قناة المجد للقرآن: www.quran-tv
8. موقع قناة المجد للحديث: www.hadeath.Tv
9. موقع قناة المجد الوثائقية: www.madoc.com
10. موقع قناة المجد الفضائية: www.almadj tv.com
11. موقع قناة الحكمة: www.alhekma.tv
12. موقع قناة الهدى: www.huda.tv
13. www.ar.wikipedea.org

رابعاً: فهرس الجداول

الرقم	الجدول	الصفحة
1	عينة النشرات خلال فترة الدراسة	145
2	عدد موضوعات أخبار النشرة ومتوسط طول الخبر	156
3	نوع الأخبار	157
4	المجال الجغرافي للأخبار	159
5	المجال الجغرافي للأخبار الإسلامية	160
6	المجال الجغرافي للأخبار العربية وغير العربية	161
7	المجال الجغرافي للأخبار الخارجية	162
8	مواضيع أخبار النشرة	164
9	اتجاه الأخبار	166
10	اتجاه الأخبار الإسلامية	167
11	اتجاه الأخبار الخارجية	168
12	التقييم الأخبارية التي تبرزها الأخبار	170
13	وظيفة الأخبار	173
14	القضايا التي تبرزها الأخبار	175
15	مصادر الأخبار	178
16	محور الأخبار	181
17	الشخصيات التي تبرزها الأخبار	182
18	التوازن في عرض الأخبار	183
19	اتفاق النص في الصورة	185
20	نوع سادة الصحابة للخبر المقروء	186

خامسا: فهرس الموضوعات

أ	مقدمة
		الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
2	1-الإشكالية
3	2-تساؤلات الدراسة
3	4-أهمية الدراسة
4	5-تحديد المفاهيم
5	5-1-الخبر
10	5-2-الإعلام الإسلامي
13	6-الدراسات السابقة
13	6-1-الدراسات العربية
27	6-2-الدراسات الأجنبية
31	7-منهج الدراسة وأدواته
31	7-1-المنهج المعتمد
32	7-2-أداة البحث
		الفصل الثاني: الأخبار والتلفزيون
35	المبحث الأول: فن الخبر
35	1-نشأة الخبر
38	2-أنواع الخبر
42	3-القيم الإخبارية
46	4-القيم الإخبارية في عوالم مختلفة
47	4-1-القيم الإخبارية في العالم الغربي
47	4-2-القيم الإخبارية في المجتمعات النامية
48	4-3-القيم الإخبارية في الدول العربية
49	4-4-القيم الإخبارية في زمن العولمة

52 المبحث الثاني: التلفزيون كجهاز إخباري
52 1- الوظيفة الإخبارية للتلفزيون
55 2- خصائص أخبار التلفزيون
48 3- مصادر أخبار التلفزيون
63 المبحث الثالث: إنتاج أخبار التلفزيون
63 1- معايير انتقاء الأخبار
67 2- أسس العمل الإخباري التلفزيوني
67 2-1- العرض والسرود
68 2-2- التكوين المرئي
69 2-3- مقدم النشرة
70 2-4- الحوار مع المشاهدين
70 2-5- طبيعة التسلسل والحركة للإمام
71 3- تحرير وتقديم أخبار التلفزيون
73 3-1- أهمية وسائل الإيضاح
72 3-2- إشكالية الموضوعية في العمل الإخباري
73 3-3- أهمية وسائل الإيضاح
73 3-4- عملية تحرير الصورة
74 3-5- أرشيف التلفزيون

الفصل الثالث: الفضائيات الإسلامية والأداء الإخباري

78 المبحث الأول: الإعلام الإسلامي: الأسس والمبادئ
78 1- خصائص الإعلام الإسلامي
78 1-1- أصول عقدية
79 1-2- إعلام علي وجرىء
80 1-3- إعلام واقعي
80 1-4- إعلام منصف وملتزم
81 1-5- حرية لكن إسلامية

82	1-6- إعلام شمولي وعام
82	1-7- إعلام مرن
83	2-وظائف الإعلام الإسلامي
86	3-عناصر العملية الإعلامية الإسلامية
87	3-1- المرسل (من؟ Who)
90	3-2- الرسالة
93	3-3- الوسيلة
94	3-4- المستقبل
94	3-5- الأثر (الاستجابة)
96	للبحث الثاني: الفضائيات الإسلامية وللممارسة الإعلامية
96	1-البث الفضائي المباشر
97	1-1- الجهود العربية والبث الفضائي
98	1-2- البث الفضائي غزو أم حضارة
102	2-واقع الفضائيات الإسلامية
114	3-قناة المجد وسياستها الإعلامية
117	للبحث الثالث: الخبر في الإعلام الإسلامي
121	1-الخبر في القرآن الكريم
128	2-ضوابط الخبر في الإعلام الإسلامي
128	3-القيم الإخبارية في الإعلام الإسلامي
131	للبحث الرابع: مفاهيم إخبارية وعلاقتها بالإعلام الإسلامي
131	1-الحارس على الذاكرة الجماعية
133	2-الحرية
136	4-الإشاعة
الفصل الرابع: الدراسة التحليلية	
144	أولاً: الإجراءات المنهجية
144	1-توصيف عينة الدراسة

144	1-1- التوصيف الكمي لعينة الدراسة
145	2-1- التوصيف الكيفي لعينة الدراسة
149	2- استمارة تحليل المحتوى
154	2-2- وحدات التحليل
154	2-3- أسلوب العد والقياس
155	2-4- صدق التحليل أو الصحة
156	ثانيا: نتائج الدراسة التحليلية
157	1- فئات الموضوع (ماذا قيل؟)
185	2- فئات الشكل (كيف قيل؟)
189	-خلاصة واستنتاجات
191	-الخاتمة
الفهارس	
201	أولا: فهرس الآيات القرآنية
204	ثانيا: فهرس الأحاديث
205	ثالثا: قائمة المصادر والمراجع
214	رابعا: فهرس الجداول
215	خامسا: فهرس الموضوعات