

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية أصول الدين  
قسم الدعوة والإعلام والاتصال  
تخصص: الإعلام الإسلامي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية  
- قسنطينة -

الرقم التسلسلي:.....  
رقم التسجيل:.....

البرامج الدينية في إذاعة ميله المحلية  
دراسة تحليلية

مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الإعلام الإسلامي

إشراف:  
أ.د. أبوبكر عواطي

إعداد الطالب:  
عبد العالي زواغي

أعضاء لجنة المناقشة :

الإسم واللقب	الصفة	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية
أ.د عبد الله بوجلال	رئيسا	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر
أ.د أبوبكر عواطي	مقررا	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر
د.نورالدين سوكمال	عضوا	أستاذ محاضر(أ)	جامعة الأمير عبد القادر
د.زكية منزل غرابة	عضوا	أستاذ محاضر(أ)	جامعة الأمير عبد القادر

السنة الجامعية 2014-2015م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

MRTsoft

﴿وقل ربّ زدني علماً﴾

- صدق الله العظيم -



## إهداء

إلى عضديّ في هذه الحياة..  
إلى النّبع الفيّاض بالحنان وشلالّ المحبة اللّذين أغدقا عليّ بلا  
انقطاع..  
إلى من جعلنا من حياتهما سلّمًا لتحقيق طموحاتي وغاياتي..  
إلى من لا تكفي الكلمات لوصف تضحياتهما من أجلي..  
إلى التي جعل الله الجنة تحت قدميها "أمي"  
وإلى من جعله الله أوسط أبواب الجنة "أبي"  
... إليكما أهدي هذا العمل المتواضع.  
كما أهدي عملي وثمره جهدي إلى كل الإخوة والأخوات والأهل  
و الأصدقاء، وكل من كان له فضل عليّ.  
وإلى كل من يسهرون في محراب العلم من أجل خير أمتنا ومجدها  
والذّود عنها بسلطان العلم والمعرفة.

عبدالعالي زواغي

# شكر و عرفان

قال الله تعالى في محكم تنزيله:

﴿ رَبِّي أَوْزَعَنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ عَمَلًا

صَالِحًا

تَرْضَاهُ وَأَدْخَلَنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ ﴿ - صدق الله العظيم -

و عن أبي سعيد الخدري رضي الله عنه قال:

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: ﴿ من لم يشكر الناس لم يشكر الله ﴾

- صدق رسول الله -

وعملا بذلك، فإني أتوجه بالشكر للمولى عزّ وجلّ الذي وقّني لإتمام هذا العمل  
و منّ عليّ بنعمه ظاهرة و باطنة.

كما أخص بالشكر، الأستاذ الدكتور أبو بكر عواطي، الذي شرفني بالإشراف على  
رسالتي ولم ييخل علي بتوجيهاته ودعمه لإتمام هذا العمل وإخراجه على  
أحسن وجه.

والشكر موصول لجميع الأساتذة الكرام الذين أناروا دربي وشرحوا صدري  
وعشت في ظلال فردوسهم المعرفي لسنوات، مع جزيل الشكر لكل من ساعدني من  
قريب أو من بعيد من أجل الإرتواء من ينابيع العلم والمعرفة  
وإنارة دربي في الحياة.

عبد العالي زواغي

# المقدمة

جامعة الأمير عبد

القادر العظيم الإسلامية

## المقدمة:

يؤدي الإعلام العديد من الأدوار الحساسة في حياة الناس، فهو بالإضافة إلى نقله للأخبار كوظيفة أساسية، فهو أيضا رافد مهم لنشر الثقافة و المعرفة المرتبطة بالاقتصاد والسياسة والدين، نظرا لما يمتلكه من إمكانيات وانتشار واسع، وإمكانية وصوله إلى أبعد المناطق وارتباط الناس به بشكل كبير جدا، إلى الحد الذي أصبح فيه الإعلام وسيلة تتدخل في صياغة القنوات الفكرية والمواقف السلوكية وتعزيزها في الممارسة اليومية لأفراد المجتمع والإرتقاء بها بما يتناسب والإطار الذي يحدده الشرع.

وفي ظل التيارات و العقائد المختلفة التي يموج بها العالم اليوم، تظهر لنا بجلاء أهمية الدين في حياتنا و أهمية الإعلام في التبليغ عنه بفضل وسائله العديدة التي أهلته لتبوء مكانة مرموقة، حيث صار الإعلام يلعب دورا رائدا في تطوير المجتمعات و في تغيير سلوك الإنسان و في توثيق الصلات التي تربط أفراد هذه المجتمعات.

ولأن الإذاعة إحدى أهم وسائل الإعلام المعروفة بسبب انتشارها وسهولة الحصول عليها، فهي تعتبر مصدرا مهما لبث المحتوى الديني، خصوصا عندنا في الجزائر التي تبنت سياسة إعلامية تعتمد على توسيع شبكة الإذاعات المحلية التي تعتبر الأكثر قربا من الناس ومن احتياجاتهم، لذلك فهي قادرة على بث محتوى ديني قادر على تنمية المعرفة الدينية لدى الناس، والتي بدورها تتيح لهم اتباع النهج الصحيح الذي رسمه لنا الشرع الحنيف، من خلال ربطهم بالقيم الإسلامية وتعزيز سلوكهم الديني وربطهم بمختلف مناحي الحياة و الواقع المعيش، فهي الأقرب إلى تحقيق تلك الأهداف كونها وسيلة اتصال جماهيري مرتبطة أساسا بمجتمع محدد المعالم، إضافة إلى أن هذه الإذاعة تحاصر جمهورها في كل مكان وهو ما يمكنها من تأدية رسالتها عن طريق نشر الأفكار وتغيير الذهنيات بفضل الكلمة التي تبثها و التي ينبغي أن تعبر عن الوفاء لواجباتنا الأساسية تجاه مبادئنا و ثوابتنا، و بالتالي المساهمة في تحقيق وحدة المجتمع و المحافظة على معتقداته و عاداته و تقاليده و دعم الشعور بالانتماء للأمة، و تصحيح المفاهيم و كشف ما يهدد قيم المجتمع و يؤثر فيها .

ولأن الدين ركيزة أساسية في حياة المسلمين، ويشغل حيزا من الشبكة البرمجية للإذاعات بما فيها المحلية منها، تحاول البرامج الدينية أن تسير هذا المنحى وأن توظف إمكانياتها وتقنياتها المختلفة في مخاطبة الجمهور وتزويده بمختلف القيم والمبادئ المتعلقة بدينهم وديانهم، وذلك لا يتأتى إلا من خلال إعلام ديني متخصص مدرك تمام الإدراك للحالة الدينية التي يتواجد عليها الناس و بمختلف رغباتهم

واحتياجاتهم، وذلك بهدف بناء مجتمع تسوده الفضيلة وقادر على تمثيل الحضارة الحقيقية التي يدعو إليها الإسلام .

ومن خلال دراستنا الموسومة بعنوان: "البرامج الدينية في إذاعة ميله المحلية"، فقد أردنا تسليط الضوء على واقع هذا النوع من البرامج ودرجة الاهتمام به من طرف القائمين عليها، ونوعية ما يقدم للجمهور المحلي الذي يستمع لإذاعة ميله والأشكال التي يقدم به المحتوى الديني، وقد قمنا بتقسيم الدراسة إلى أربعة فصول:

- الفصل الأول خصصناه للجانب المنهجي، وأهم الخطوات المتبعة في إعداد الدراسة، حيث تم في هذا الفصل تحديد الإشكالية التي تدور حولها دراستنا وأهم تساؤلاتها، كما تطرقنا إلى أهدافها الرئيسية الموزعة بين ذاتية وموضوعية، وأهم الأهداف التي نرمي إليها من خلال دراستنا، كما خصصنا جزءا منها للمفاهيم التي لها صلة بموضوعنا، واستعرضنا أهم الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع وأهم فروضها ونتائجها، زيادة على شرح المنهج الذي اتبعناه وعينة الدراسة.

- الفصل الثاني تطرقنا فيه إلى الإذاعة المحلية، حيث استعرضنا نشأة وتطور الإذاعة المحلية في العالم، وكذا نشأة وتطور الإذاعة المحلية في الجزائر، زيادة على استعراض أهم خصائص الإذاعة المحلية وظائفها وجمهورها.

- أما في الفصل الثالث، فقد تناولنا موضوع الإعلام الإسلامي ومفهومه الذي اختلفت وجهات نظر المختصين حوله، زيادة على تطرقنا إلى مختلف خصائص الإعلام الإسلامي باعتبار أن النظرية الإسلامية جعلت للإعلام الإسلامي مجموعة من الخصائص التي ميزته بما عن الإعلام المعاصر، كما فصلنا في إعطاء وظائف الإعلام الإسلامي، وأعطينا أهم أهدافه التي تختلف تماما شكلا وجوهرا وواقعا عن الإعلام المعاصر.

- وبالنسبة للفصل الرابع والأخير فقد خصصناه للجانب التحليلي للدراسة، حيث اشتغلنا على دراسة ثلاثة برامج دينية تبثها إذاعة ميله المحلية، من خلال استعمال أداة تحليل المضمون، حيث حاولنا من خلاله الإجابة على الأسئلة المتعلقة بموضوع دراستنا، والتعرف على مضمون ومحتوى البرامج الدينية بإذاعة ميله المحلية ونتائج دراستنا.

# الفصل الأول

– الإطار المنهجي للدراسة –

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

### المبحث الأول: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

- 1- الإشكالية
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- أهداف الدراسة
- 4- أهمية الدراسة
- 5- مفاهيم الدراسة
- 6- الدراسات السابقة

### المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية

- 1- منهج الدراسة وأدواته
- 2- مجتمع الدراسة وعينته

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد:

يترجع الإطار المنهجي في البحث العلمي على الكثير من الأهمية، خصوصا في توجيه البحث وسيره إذ كلما كانت الخطوات المنهجية محددة وواضحة جاءت النتائج كذلك، ومن أجل ذلك خصصنا هذا الفصل لمخطط العمل ومختلف العمليات المنهجية المرتبطة بالبحث، كتحديد المشكلة و الأدوات المستخدمة في البحث وكيفية توظيفها.

البحث الأول:

## 1- الإشكالية:

تلعب وسائل الإعلام في المجتمع الإسلامي دورا مهما في تزويد الناس بمختلف المعلومات والأخبار، ونشر المحتوى الثقافي والاقتصادي والسياسي والعلمي والديني، وذلك نظرا لإمكاناتها اللامحدودة في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الأفراد وانتشارها الواسع في أوساط الناس. فهذه الوسائل تعمل على تكوين القناعات الفكرية والمواقف السلوكية وتعزيزها في الممارسة اليومية لأفراد المجتمع والإرتقاء بها بما يتناسب والإطار الذي يحدده الشرع.

وفي ظل التيارات والعقائد المختلفة التي يموج بها العالم اليوم، يتبين لنا أهمية الدين في دنيا الناس وأهمية الإعلام في التبليغ عنه بفضل وسائله العديدة التي أهلته لتبوء مكانة متميزة، حيث أصبح يلعب دورا رائدا في تطوير المجتمعات و في تغيير سلوك الإنسان و في توثيق الصلات التي تربط أفراد هذه المجتمعات.

ولأن الدين ركيزة أساسية في حياة المسلمين، فوسائل الإعلام مطالبة بأن تسير هذا المنحى وأن توظف إمكاناتها وتقنياتها المختلفة في مخاطبة الجمهور وتزويده بمختلف القيم والمبادئ المتعلقة بدينهم وديناهم، وذلك لا يتأتى إلا من خلال إعلام ديني متخصص مدرك تمام الإدراك للحالة الدينية التي يتواجد عليها الناس وأن يلم بمختلف احتياجات الناس ورغباتهم والعمل على إشاعة الأخلاق الإسلامية وذلك بهدف بناء مجتمع تسوده الفضيلة قادر على تمثيل الحضارة الحقيقية التي دعا إليها الإسلام منذ مجيئه وتشرفت الأمة من خلالها بحمل لقب "خير أمة"، وهي المهمة التي يجب على الإعلام الديني أن يعمل جاهدا من أجلها وأن يتطور في سبيل تحقيق أهدافها من خلال تقديم محتوى قيم وخطاب ديني متميز وقوي ورجال إعلام أكفاء قادرين على إقناع الجمهور وإفادتهم والتأثير فيهم، زيادة على تقديم



لصورة الصحيحة للإسلام التي شوهها الإعلام الغربي، وهي صورة الإسلام كدين حياة وعمل صالح لكل مكان وزمان، وتقريب مبادئه وقيمه من أذهان الناس بالشكل الصحيح والسليم و البعد كل البعد عن مختلف أشكال التطرف والغلو أو التخاذل والتهاون باعتباره الإسلام دين الوسطية والإعتدال، وهذه الغاية طبعاً لا تكون إلا من خلال تخصيص برامج متميزة من حيث الشكل والمضمون.

ولأن الإذاعة إحدى أهم وسائل الإعلام المعروفة نظراً لانتشارها وسهولة الحصول عليها، فهي تعتبر مصدراً مهماً لبت المحتوى الديني خصوصاً بعد أن ظهرت الإذاعات المحلية التي صارت أكثر قرباً من الناس ومن احتياجاتهم، لذلك فهي قادرة على بث برامج دينية تراعي تنمية الوعي الديني لدى المستمعين وتوجيههم لتتبع النهج الذي رسمه القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، من خلال ربطهم بالقيم الإسلامية وتعزيز سلوكهم الديني والديني على حد سواء، فهي الأقرب إلى تحقيق تلك الأهداف كونها وسيلة اتصال جماهيري مرتبطة أساساً بمجتمع خاص محدد المعالم والظروف إضافة إلى محاصرة هذه الإذاعة للمستمع في كل مكان مما يمكنها من تأدية رسالتها إلى الجمهور والتأثير فيه بما يحقق التوافق والإنسجام عن طريق نشر الأفكار وتغيير الذهنيات بفضل الكلمة التي تبثها والتي ينبغي أن تعبر عن الوفاء لواجباتنا الأساسية تجاه مبادئنا وثوابتنا، وبالتالي المساهمة في تحقيق وحدة المجتمع والمحافظة على معتقداته وعاداته وتقاليده ودعم الشعور بالانتماء للأمة، وتصحيح المفاهيم وكشف ما يهدد قيم المجتمع ويؤثر فيها.

وتبعاً لأهمية الإذاعة عموماً والمحلية بوجه خاص، فقد وفقت الجزائر في إنشاء الكثير من الإذاعات المحلية التي صارت برامجها اليوم لا تخلو من البرامج الدينية التي تقدم للمستمعين محتوى لا يعاب إجمالاً ويتطور باستمرار، ومن هذا المنطلق إرتأينا أن نخصص هذه الدراسة لتسليط الضوء على إحدى هذه الإذاعات الناشئة التي ظهرت سنة 2009 وهي إذاعة ميله المحلية، ومحاولة التعرف على أبرز البرامج الدينية التي تبثها وحجمها الساعي ومحتواها وأهم الفنيات التي تستعملها للتأثير في جمهورها. وبناء على ما سبقناه سابقاً، إرتأينا أن يكون التساؤل الرئيسي لدراستنا كما يلي:

ما طبيعة شكل ومضمون البرامج الدينية في إذاعة ميله المحلية ؟

## 2- تساؤلات الدراسة:

تحت التساؤل الرئيسي، يمكننا أن ندرج أسئلة أخرى متعلقة بموضوع هذه الدراسة منها:

1- ما هي المواضيع التي تعالجها البرامج الدينية بهذه الإذاعة؟

- 2- ماهي أهم المصادر التي تعتمد عليها إذاعة ميله في تقديم البرامج الدينية؟
- 3- ما هي الطرق و الأساليب المستخدمة لتحقيق أهداف البرامج الدينية لإذاعة ميله المحلية؟
- 4- من هو الجمهور الذي تستهدفه البرامج الدينية بإذاعة ميله المحلية؟
- 5- ما نوع اللغة المستخدمة في هذه البرامج؟
- 6- ما هي الأشكال الفنية التي تقدم بها البرامج الدينية بهذه الإذاعة؟

### 3- أهداف الدراسة:

إن الغاية من دراسة موضوع أو ظاهرة في البحوث الأكاديمية هي بالدرجة الأولى تعويد الباحث على التنقيب عن الحقائق واكتشاف أفاق جديدة من المعرفة في مواضيع يظهر شغفه بها وحبه للتعلم فيها وتسييل الضوء على الجوانب المراد كشفها، وبصفة عامة نستطيع القول أن مجمل أهدافنا التي نرمي إليها من خلال دراستنا لهذا الموضوع تتلخص فيما يلي:

- 1) الكشف على وعلى واقع البرامج الدينية الإذاعية والأشكال الفنية التي تقدم بها والمصادر التي تعتمد عليها هذه البرامج.
- 2) تعميق الخبرة في مجال العمل الإذاعي والمساهمة في دعم الإعلام الديني الذي لازال يعاني من العديد من الصعوبات التي تعيق من تطوره، فالإحتكاك بالمسؤولين على الإذاعة وبطاقمها يسهل إيجاد مكانة بين الإعلاميين والمنشطين ويساعد على كسب المزيد من الخبرة في المجال الإعلامي.
- 3) الإطلاع على كيفية إعداد وإنتاج البرامج الدينية بالإذاعية ومعرفة نقاط القوة والضعف فيها من حيث المحتوى والشكل والقائمين على إعدادها وإخراجها ومحاولة تقديم الدعم بما اكتسبته من معلومات وتكوين في مجال الإعلام الإسلامي.
- 4) الرغبة في التخصص في مجال الإعلام الإسلامي من خلال الإستفادة من التكوين الأكاديمي والعمل الميداني بالإذاعة.
- 5) التدريب على قواعد البحث العلمي في مجال علوم الإعلام والاتصال بصفة عامة والإعلام الإسلامي بصفة خاصة، ومحاولة تقريب المبادئ النظرية من مجال التطبيق على أرض الواقع.
- 6) دعم المكتبة الجامعية بدراسة جديدة في مجال الإعلام الإسلامي وإثراء الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع، وإفادة الطلبة والباحثين في هذا المجال الذي لا يزال جديداً ويحتاج لمزيد من البحث.

7) تعزيز مكانة وأهمية الإذاعة المحلية التي تعتبر وسيلة قريبة من اهتمامات المجتمع المحلي من خلال إمامها بنوعية وطبية المواضيع التي تهم أفرادها.

#### 4- أهمية الدراسة:

تتمحور دراستنا حول البرامج الدينية بإذاعة ميلة المحلية، ولأن أول خطوة من خطوات البحث العلمي هي الإحساس بالمشكلة وأهميتها وفائدتها، فيمكن أن نلخص أهمية هذه الدراسة في النقاط الآتية:

- تأخذ هذه الدراسة أهميتها من حيث أنها مرتبطة أساساً بأهمية الإعلام الديني بالإذاعة التي وبرغم الطفرة التي طرأت على وسائل الإتصال بظهور وسائل أكثر تطوراً إلا أنها لازالت تحتل مكانة مهمة لدى الناس، وهو ما يدعو إلى تعميق المعرفة بمواقع هذا النوع بالإعلام في هذه الوسيلة المهمة.

- كما تكتسي الدراسة أهميتها باعتبار أن موضوع الإعلام الديني بالإذاعة المحلية موضوع حديث نسبياً تزامن مع ظهور هذا النوع من الإذاعات بالجزائر، وهو ما يجعل من هذه الدراسة إضافة معرفية إلى جانب الدراسات الأخرى التي تطرقت لموضوع البرامج الدينية بالإذاعة المحلية وهو ما سيساعد على إثراء البحث العلمي في هذا المجال.

- تعتبر هذه الدراسة دراسة الماجستير الأولى من نوعها بإذاعة ميلة المحلية، وقد حازت على السبق في التطرق لأول مرة لموضوع البرامج الدينية بها، وهو ما سيتيح للقائمين عليها الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها، وتطوير وتنمية الخطاب الديني في البرامج التي تعكف على بثها.

- أمام التحولات العميقة التي يعرفها المجتمع على مستوى القيم والأخلاق والمعاملات والهجمات الإعلامية المضادة من طرف وسائل الإعلام الغربية خصوصاً التي تهدف لإحلال الفساد وإبعاد المسلم عن دينه، فإن دراستنا تهدف لخدمة الدين وتحقيق الإستقرار لمجتمعنا والتماسك بين أفرادها.

#### 5- مفاهيم الدراسة:

تعتبر عملية تحديد المفاهيم من أهم المراحل المنهجية في تصميم البحوث، خاصة في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، ولذلك يشترط في هذا التحديد الدقيق حتى يتسنى للباحث إجراء بحثه على أساس علمي محكم وسليم.

فتحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية أمر لا بد منه، ويرجع ذلك إلى أن المفاهيم تتعدد في البحوث الاجتماعية والإعلامية، كما أن الباحثين أنفسهم اختلفوا حول إعطاء مفهوم واحد لظاهرة

معينة، وبذلك اختلفت المفاهيم من باحث إلى آخر، وفيما يخص دراستنا هذه فإننا سنتطرق إلى المفاهيم التالية التي لها علاقة بدراستنا وهي:

#### • البرامج الدينية:

يرتبط مفهوم البرامج الدينية حتما بالإعلام الإسلامي الذي هو "إعلام عام في محتواه ووسائله يلتزم في كل ما ينشره أو يذيعه أو يعرضه على الناس بالتصور الإسلامي للإنسان والكون والحياة المستمدة أساسا من القرآن الكريم وصحيح السنة النبوية وما ارتضته الأمة من مصادر التشريع في إطارها"<sup>1</sup>. أما البرامج الدينية فهي "أداة للتثقيف والتوجيه بالثقافة الدينية ونشر الوعي الديني وشرح مبادئ الدين الإسلامي، وتحتوي على الأحاديث واللقاءات والندوات، وكذلك التمثيليات والمسلسلات، وذلك بغرض

التوعية والتوجيه"<sup>2</sup>. كما تعرف على أنها "النشاط الإعلامي المتخصص في علوم الدين في إطار الإعلام العام الملتزم بالإسلام"<sup>3</sup>.

#### • الإذاعة:

كلمة إذاعة تعني لغويا ذاع الشيء أو الخبر، أما اصطلاحا فهي "تقنية للإتصال عن بعد تمكن من بث الإشارات عن طريق محطات أرضية هرتيزية ويمكن أن تحمل هذه الإشارات رسائل صوتية ( إذاعة مسموعة) أو صوتا متحركة ناطقة ( إذاعة مرئية )، ويتم البث الهرتيزي عن بعد بتوفير بيانات وتجهيزات

خاصة تسمح بنقل البرامج الإذاعية التلفزيونية من مركز إلى مختلف مراكز البث، كما يتم البث عن بعد للبرامج الإذاعية و التلفزيونية عن طريق أقمار البث التلفزيوني المباشر"<sup>4</sup>. وإذ يبدو هذا التعريف تقنيا، فإنه توجد تعاريف أخرى للإذاعة من بينها أن الإذاعة تعني "البث المنظم والنشر للأخبار

<sup>1</sup> - محمد محمد يونس: وظائف الإعلام الإسلامي، ورقة مقدمة إلى ندوة "الإعلام الدولي وقضايا العالم الإسلامي"، القاهرة، نوفمبر 1998، ص 28-29.

<sup>2</sup> - السعيد دراحي: عادات وأنماط مشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبدالقادر، قسنطينة، 2003، ص 72-73.

<sup>3</sup> - سيد محمد ساداني: البرامج الإعلامية بين الواقع والمأمول، دار عالم الكتب، الرياض، 1407هـ، ص 8.

<sup>4</sup> - محمود إبراهيم: المرق قاموس موسوعي للإعلام والاتصال، منشورات ثالة، الجزائر، ط2، 2007، ص 574.

والأغاني والتمثيلات والموسيقى وأي مواد إعلامية أخرى موجهة إلى الجمهور العام واستقبال ذلك جماهيريا وعماما بواسطة أجهزة استقبال الراديو"<sup>1</sup>.

والإذاعة كجهاز فهي " وسيلة اتصال جماهيرية، شعبية لا تعرف الحواجز القائمة بين الحدود، وهي وسيلة تتحقق فيها فورية التدفق الإعلامي على درجة عالية من الكفاءة، ويتأثر الفرد بالأداء الصوتي تأثرا انفعاليا ذهنيا دون تنحية الفكر والعقل جانبا. والإذاعة تخاطب المثقف والعامي، إضافة إلى أنها أحد وسائل الترفيه"<sup>2</sup>.

#### • الإذاعة المحلية:

يعرفها الدكتور " عبد المجيد شكري"، على أنها: "جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا، بمعنى أن الإذاعة المحلية تبث برامجها لمخاطبة مجتمعا، خاصا محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، تخاطب مجتمعا متناسقا من الناحية الاقتصادية والناحية الثقافية والناحية الاجتماعية بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة بالرغم من وجود الفروق الفردية التي توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد فهي تتفاعل

مع هذا المجتمع، تأخذ منه وتعطيه وتقدم له الخدمات المختلفة فالجمهور المستهدف لكل إذاعة محلية هم أفراد هذا المجتمع المحلي، كأن يكونوا سكان قرية واحدة أو مجموعة قرى متقاربة ومتجانسة كبرى"<sup>3</sup>.

كما تعرف أيضا على أنها " الإذاعة التي تخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية المتميزة، على أن تحده حدود جغرافية وحتى تشمله رقعة الإرسال المحلي، فالإذاعة المحلية كوسيلة اتصال جماهيرية مرتبطة أساسا بمجتمع خاص ومحدد المعالم والظروف"<sup>4</sup>.

وقد أورد "منير حجاب" في كتابه "الموسوعة الإعلامية" مصطلح المحطة الإقليمية وعرفها على أنها " هي التي تغطي بإرسالها مدينة معينة أو دائرة محددة، تشمل إقليما داخل الدولة، وتستهدف هذه المحطة

<sup>1</sup> - محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، دار المشرق الثقافي، عمان، ط1، 2006، ص16

<sup>2</sup> - خضير شعبان: مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي للتأليف والنشر، ط1، 2001، ص19

<sup>3</sup> - عبد المجيد شكري: الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1987، ص13

<sup>4</sup> - منى سعيد حديدي و سلوى إمام علي: الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط2، 2004، ص161-162

برامجها التي تبثها بعض المواطنين في جزء محدد من الدولة، بحيث يشكل هذا البعض جمهور مستمعيها"<sup>1</sup>. كما يعرف سعد لبيب الإذاعة المحلية على أنها " تلك التي تقوم بخدمة مجتمع محدود ومتناسق من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية والثقافية المتميزة، على أن لا تحده حدود جغرافية حتى تشمله رقعة الإرسال المحلي، أي أن هذه الإذاعة لا شأن لها بالتقسيمات الإدارية والتخطيطية التي قد تصطلح عليها الحكومة في فترة زمنية معينة، وإنما هي ترتبط أساسا بمجتمع يضم أفرادا لهم خصائصهم في المجال الاقتصادي والاجتماعي و تجمعهم وحدة فكرية تراثية ثقافية، وتعكس هذه الإذاعة فنههم وتراثهم وأفكارهم بل وحتى لهجتهم المحلية"<sup>2</sup>.

ولقد اتفقت كل التعريفات - تقريبا - التي استعرضناها والتي لم يسمح لنا المجال بعرضها هنا، على أن الإذاعة المحلية وكما تدل عليها تسميتها تبث داخل مجتمع محلي سواء قرية أو مدينة أو جهة، وتكون مضامين الرسائل التي ترسلها متطابقة مع مكونات هذه البيئة، أما المسألة الأخرى فهي أن جمهور هذه الإذاعات غالبا ما يكون ينتمي للبيئة التي تتواجد بها الإذاعة المحلية، والأمر الآخر فهو أن هذا النوع من الإذاعات ذو نطاق بث محدود.

وكتعريف إجرائي فإنه يمكننا القول بأن الإذاعة المحلية جهاز إعلامي جماهيري، يخاطب جمهورا خاصا يعيش في رقعة جغرافية محدودة داخل الدولة، أين يكون أفراده متناسقين فيما بينهم، حيث تقدم لهم الإذاعة المحلية برامج متنوعة وقد تمنحهم حتى الحق في المشاركة في بعض هذه البرامج.

#### • المجتمع المحلي:

هو عبارة عن "مجتمع محدود العدد، فوق أرض محدودة المساحة، يؤدي معظم أفراده نشاطا اقتصاديا رئيسيا محددًا، وقد يكون النشاط الرئيسي تجاريا، وقد يكون النشاط حرفيا، فينسب المجتمع إلى الحرفة أو النشاط الذي يمارسه معظم أفراده كحرفة رئيسية أو كمنشآت"<sup>3</sup>، ويرى "ماكيفر" أن المجتمع المحلي يقوم على أساسين هامين هما: الإقليم الذي يشغله، والشعور المشترك الذي يربط أعضاء المجتمع المحلي معا و يعطيهم طابعا خاصا، ويؤدي في الوقت نفسه إلى تماسكهم الاجتماعي"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، دار الفجر، القاهرة، مصر، م1، ط1، 2003، ص183

<sup>2</sup> - سعد لبيب: الإذاعة المحلية ودورها في التغيير الثقافي، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 1985، ص124

<sup>3</sup> - منى سعيد حديدي و سلوى إمام علي: مرجع سابق، ص160

<sup>4</sup> - محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص ص 123-124

## 6- الدراسات السابقة:

إن أي بحث علمي مهما كان نوعه أو حجمه لا يمكن أن ينطلق من فراغ، لأن العلم أو البحوث العلمية ما هي إلا تراكمات معرفية مستمرة، ففي كل مرة يضيف الباحثون أشياء جديدة من خلال البحث والتقصي وطرح المشكلات، وهذا يتطلب من الباحث أن يقوم بقراءة ما كتب قبله والذي له علاقة بالموضوع الذي سيبحث فيه في المراجع المختلفة مثل الكتب والمجلات، والأبحاث والوثائق الرسمية<sup>1</sup>.

والقراءة الأولية حول موضوع الدراسة تفيد في تحديد نقاط ضعف وقوة الأبحاث، فيركز الباحث بحثه على نقاط الضعف والجوانب المهملة في هذه الدراسات أو المتغيرات التي لم تستخدم بعد، أو أن هذه الدراسات أُنجزت في فترة معينة وبالتالي بيانها قديمة ويحتاج الموضوع أن يحلل في ضوء البيانات الجديدة فتكون هذه الإعتبارات أرضية مناسبة للبحث<sup>2</sup>.

وعموماً فإننا يمكن أن نقول بأن الدراسات العلمية السليمة في مجال البحث العلمي تقتضي ضرورة وقوف الباحث على التراث العلمي، أو ما يسمى بالدراسات السابقة، وذلك حتى يتمكن الباحث من تحديد وصياغة مشكلة البحث بدقة، وأيضاً حتى يستطيع تكوين فكرة عامة عن النظريات المتاحة في البحث العلمي الذي يتناوله بالدراسة، كما أنه من شأن الدراسات السابقة أيضاً أن توصل الباحث إلى الحقائق والنظريات والتعميمات والنتائج التي خلصت إليها هذه الدراسات.

وبالنسبة للدراسات السابقة أو المشاهدة التي لها صلة بموضوعنا الذي يدور حول البرامج الدينية في إذاعة ميله المحلية، فقد وجدنا ثلاث دراسات سابقة، الأولى رسالة ماجستير للطالبة هواري سميرة بعنوان "البرامج الدينية في إذاعة الصومام"، والثانية رسالة ماجستير للطالب غراب عز الدين بعنوان: "البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية"، والثالثة رسالة ماجستير أيضاً للطالب بوطنرخ عز الدين بعنوان: "البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية".

<sup>1</sup> - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 76

<sup>2</sup> - عامر مصباح: منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص 29



• **الدراسة الأولى:** وهي دراسة ماجستير غير منشورة للطالبة هواري سميرة بعنوان: "البرامج الدينية بإذاعة الصومام"<sup>1</sup>، وهي دراسة تحليلية لعينة برامج تبثها هذه الإذاعة، حيث حاولت من خلالها الباحثة الإجابة

على عن تساؤل حول كيفية بث و عرض وسائل الإعلام الجزائرية للبرامج الدينية و كيفية مساهمة هذه الوسائل في تكوين الإنسان الجزائري، و اختارت الباحثة تساؤل رئيسيا لدراستها هو: ماهو مضمون البرامج الدينية في إذاعة الصومام و كيف تعرض و تثبت؟ و أدرجت الباحثة تساؤلات أخرى تحت هذا التساؤل و هي: - ما هو نوع المواضيع التي تناولتها البرامج الدينية في إذاعة الصومام؟

- ما نوع المصادر التي تعتمد عليها البرامج الدينية في هذه الإذاعة؟

- ما هي الأساليب و الطرق التي تستخدمها البرامج الدينية في إذاعة الصومام بغرض الوصول إلى جمهورها؟

- ما هي المحددات المحلية التي تستخدمها البرامج الدينية في إذاعة الصومام للدلالة على البعد المحلي؟

- ما هي الأشكال و الأنماط الإذاعية التي تستخدمها البرامج الدينية في هذه الإذاعة؟

- ماهو حجم البرامج الدينية إذاعة الصومام؟

وقد وظفت الباحثة لإنجاز دراستها المنهج الوصفي الذي يناسب هذا النوع من الدراسات واستعملت تحليل المضمون كأداة للتحليل بهدف معرفة ما يث من برامج بإذاعة الصومام، وذلك على عينة من البرامج الدينية خلال ثلاثة أشهر من سنة 2005، حيث توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج في شقيها النظري والتطبيقي وهي:

- في الجانب النظري توصلت الباحثة إلى ان البرامج الدينية هي الشكل السمعي البصري للإعلام الديني، وأن واقع البرامج الدينية في وسائل الإعلام لا يختلف كثيرا عن واقع هذا الإعلام في المجتمعات العربية والإسلامية، حيث يعاني غالبا من الرداءة و قلة الفعالية والعجز على تحقيق الأهداف المسطرة له، كما توصلت الدراسة إلى أنه وبرغم التطور الهائل الذي طال وسائل الإعلام الجماهيرية وخاصة

<sup>1</sup> - هواري سميرة: البرامج الدينية في إذاعة الصومام، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2005



التلفزيون، إلا أن الإذاعة لا زالت تحافظ على مكائنها وجمهورها ولا زالت تعتبر من أكثر وسائل الإعلام جاذبية وقدرة على التأثير والوصول إلى قلوب وعقول الجماهير، وخلصت الدراسة أيضا إلى أن العودة للمحلية وارتباطها بجمهورها هي أبرز وجوه التطور الذي أصاب الإذاعة، وبأن لهذه الأخيرة دور هام في الحفاظ على المبادئ والأسس الخاصة بالهوية الإسلامية لخدمة الدعوة وتشكيل الرأي العام.

- وبالنسبة لنتائج الجانب التطبيقي للدراسة، فقد وجدت الباحثة بأن البرامج الدينية في إذاعة الصومام تتناول أغلب القضايا الدينية على اختلافها، وهذا ما أبرزه تنوع المواضيع التي تضمنها هذه البرامج مواضيع عقيدية، تشريعية واجتماعية.. الخ، مع نتيجة مؤداها أن البرامج الدينية في هذه الإذاعة تمزج في مصادر معلوماتها بين المصادر العامة التي تراعي نوعية البرامج الدينية وبين المصادر المحلية التي تستجيب لنوعية الوسائل وهي الإذاعة المحلية. واستنتجت الدراسة بأن البرامج الدينية تستخدم أساليب علمية لتحقيق أهدافها للوصول إلى الجمهور، وبأن إذاعة الصومام تراعي في برامجها الدينية واقع المجتمع المحلي، مستخدمة أنسب الأشكال لهذا النوع من البرامج وهي الحديث الإذاعي المباشر، الندوة الإذاعية والسؤال والجواب، كما أنها استخدمت اللغة المناسبة في البرامج الدينية، حيث مزجت بين العربية الفصحى التي تناسب نوع البرنامج، والأمازيغية التي يقتضيها نوع الوسيلة وهي الإذاعة المحلية التي تخاطب مجتمعا محليا بلغته المحلية.

• **الدراسة الثانية:** وهي دراسة ماجستير غير منشورة لصاحبها غراب عز الدين بعنوان "البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية"<sup>1</sup>، حيث حاولت هذه الدراسة الوصفية والتحليلية التي أجريت على عينة

من ثلاثة برامج دينية لسنة 2006 وعلى عينة أخرى من طلبة الجامعة، من خلال الإشكالية التي طرحتها، الإجابة عن تساؤل رئيسي تمحور حول الموضوعات التي تتناولها البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية، باعتبار أن البرامج الدينية تساهم بشكل فعال في عملية البناء والتنشئة لما للدين

<sup>1</sup> - غراب عز الدين: البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2006.

من الإسلامي من دور حيوي في استقامة المجتمع وتمذيب سلوكياته، كما أدرج الباحث تساؤلات أخرى فرعية هي:

- ماهي البرامج التي تبثها إذاعة سوق اهراس الجهوية ونوع المصادر التي تعتمد في عملية إعدادها؟
- ما هي الطرق التي اعتمدها إذاعة سوق اهراس لتحقيق أهدافها؟
- ما هي الأشكال الفنية التي تقدم بها البرامج الدينية في هذه الإذاعة؟
- ماهي اللغة التي تستعمل في هذه البرامج؟
- ما هو الحجم الزمني المخصص للبرامج الدينية بإذاعة سوق اهراس الجهوية؟
- \* كما أضاف الباحث أسئلة أخرى متعلقة بالجانب الميداني لدراسته وهي:
- ما هي عادات وأنماط استماع الطلبة للبرامج الدينية بإذاعة سوق اهراس الجهوية؟
- هل تحقق هذه البرامج إستفادة لجمهورها؟
- هل تليي البرامج الدينية بإذاعة سوق اهراس احتياجات وإشباعات جمهورها؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث عادات وأنماط استماع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير النوع ومكان الإقامة والتخصص العلمي؟
- وقد وظف الباحث منهج تحليل المحتوى - وإن كان هناك اختلاف في اعتباره منهج أو أداة- على عينة من ثلاثة برامج دينية لسنة 2006 تبثها الإذاعة قوامها 200 من طلبة الجامعة الذين يستمعون للبرامج الدينية بإذاعة سوق اهراس، وكان من أهم ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج:
- فيما يخص الدراسة التحليلية: وجد الباحث أن الإذاعة محل الدراسة تعتمد على المصادر الخارجية بالدرجة الأولى تليها المصادر المحلية، كما توصل إلى وجود نقص في الأنماط والأشكال الفنية التي تستخدم في عرض البرامج الدينية حيث اقتصرت على ثلاثة أنماط فقط هي الحديث الإذاعي المباشر، السؤال والجواب والندوة الإذاعية، في حين غابت بقية الأشكال الأخرى، ووجدت الدراسة أن الحديث المباشر هو النمط الفني الغالب، زيادة على أن اللغة المستعملة كانت العربية الفصحى، مع استنتاج آخر وصل إلى أن البرامج الدينية في الإذاعة محل الدراسة لا تغطي بالحجم الساعي المقبول مقارنة بزمين البث، كما استنتجت الدراسة أيضا بان البرامج الدينية بهذه الإذاعة الجهوية لا تحتل مكانة مرموقة في أجندة أولوياتها ولا تصنف ضمن البرامج ذات الأهمية القصوى والإهتمام الواسع.
- وفيما يخص الدراسة الميدانية فقد توصل الباحث إلى أن المبحوثين من طلبة وطالبات الجامعة يقبلون على الإستماع للبرامج الدينية بنسبة 81.50%، حيث جاء الذكور في المرتبة الأولى متقدمين

على الإناث، وطلبة العلوم الإجتماعية والإنسانية الأكثر استماعا من باقي الطلبة، والمقيمون بالمدينة أكثر من المقيمين بالحلي الجامعي، وأشارت الدراسة إلى ان غالبية المبحوثين يفضلون الإستماع إلى برنامج ديني واحد في الأسبوع بنسبة 74%. أحيانا وفي الفترة المسائية أين تبلغ كثافة الإستماع الذروة لدى المبحوثين في الفترة الممتدة ما بين الثانية والسادسة مساء، وذلك وفقا لمتغيرات النوع والإقامة والتخصص العلمي، وأن 62.50% يستمعون على انفراد للبرامج الدينية، في حين أن 73% منهم يستفيدون غالبا عند الإستماع و67% أحيانا و 51% فقط يستفيدون دائما.

وقد كشفت الدراسة أيضا على أن 81% من عينة البحث أحابوا بأن البرامج الدينية تزيد من الوعي الديني لديهم بصفة عامة برغم النقص الذي يعترضها في الشكل والمضمون أحيانا، وأرجعوا ذلك إلى كون هذه البرامج تتناول مواضيع هامة ومتنوعة أولا، وثانيا لأنها تعتمد على دعاة وإعلاميين متمكنين، ثم إتقانها فن توصيل المعلومة ثالثا.

• **الدراسة الثالثة:** دراسة غير منشورة للطالب عز الدين بوطرنخ بعنوان "البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية"<sup>1</sup>، حيث اهتمت ببيان ماهية البرامج الدينية في الإذاعة والعلاقة بين هذه البرامج ووسائل الإعلام السمعي، ثم نوعية المواضيع والقضايا التي تتناولها البرامج الدينية الإذاعية وكيفية عرضها، وكيف يمكن توجيه الخطاب الديني فيها وتطويره والارتقاء به من ناحية الشكل والمضمون. وطرح الباحث عدة أسئلة للإجابة عنها من خلال الدراسة وهي:

- ما هي الموضوعات التي تتناولها والمصادر التي تعتمد عليها إذاعة جيجل الجهوية في برامجها الدينية؟
  - ما هي الأشكال والأنماط الإذاعية التي تبث وتعرض بها هذه البرامج وما هو حجمها الساعي؟
  - ما هي الأساليب المستخدمة بغرض الوصول إلى جمهورها وما هو مستواها اللغوي؟
- الدراسة هذه، تندرج ضمن البحوث الوصفية، واستخدم الباحث في شقها التحليلي أداة تحليل المضمون ووصل إلى عدة نتائج منها:

\* في الجانب النظري:

- السمة البالغة على الإعلام الديني الإذاعي أو التلفزيوني العربي والإسلامي، هي الضعف والهزال.

<sup>1</sup> - بوطرنخ عز الدين: البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية، قسم الدعوة والإعلام، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2010-

- البرامج الدينية هي الشكل السمعي البصري للإعلام الديني، والإعلام الديني هو شكل الإعلام للخطاب الديني.
- الخطاب الديني شامل شمولية الشريعة الإسلامية، لذلك لا ينبغي أن تقتصر البرامج الدينية في حصص الفتاوى والوعظ والإرشاد عن طريق الإلقاء المباشر، بل أن يتعدى ذلك إلى استخدام الوسائل الفنية والقوالب الإعلامية الأخرى.
- لازالت الإذاعة قادرة على نقل المعلومات والآراء والأفكار وتعتبر من أكثر الوسائل الإعلامية جاذبية وقدرة على التأثير في الجماهير.
- الإذاعة أداة ممتازة لتحقيق مضمون الرسائل الإعلامية، خاصة إذا أضفنا إلى ذلك حجم التطور العلمي والتقني الذي أحرزته هذه الوسيلة.
- عودة الإذاعة إلى المحلية وارتباطها بجمهورها عن طريق الحوارية والتفاعلية، يعتبر من أبرز وجوه التطور الذي جعلها تتكيف مع الواقع الإعلامي والتكنولوجيا الجديدة.
- الإذاعة مصدر هام لتحقيق الثقافة الدينية، خاصة الشكل المحلي منها حيث لها دور كبير في الحفاظ على مبادئ وأسس الهوية الإسلامية.
- \* في الجانب التطبيقي:

- اقتصار البرامج الدينية من حيث الكم في الشبكة البرمجية غير كاف، باعتبار تقزيمها للجانب الديني للمجتمع، ومن حيث الكيف فإن مستوى عرض البرامج الدينية في إذاعة جيغل الجهوية مقبول من خلال تنوع الموضوعات والمزج في مصدر معلومتها بين المصادر العامة والمحلية، إضافة إلى مراعاة واقع المجتمع المحلي واستخدام أساليب علمية لتحقيق أهدافها، مثل الاستمالات العاطفية والمنطقية، وهي توظف في ذلك لغة مناسبة مع أنسب الأشكال الإذاعية، مثل الحديث المباشر، الندوة، الحوار والسؤال والجواب.

### المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية

#### 1- منهج الدراسة وأدواته:

إن اختيار المنهج المراد اتباعه من طرف الباحث لإنجاز بحثه يعد من أهم عناصر البحوث الناجحة، باعتبار أن المنهج هو الطريق الذي يسلكه الباحث للوصول إلى الإجابة التي تثيرها مشكلة

البحث، فمنهج البحث هو طريقة موضوعية يتبعها الباحث لدراسة ظاهرة من الظواهر بقصد تشخيصها وتحديد أبعادها ومعرفة أسبابها وعلاجها والوصول إلى نتائج عامة يمكن تطبيقها<sup>1</sup>. ولأن دراستنا المعنونة بـ "البرامج الدينية بإذاعة ميله المحلية" ترمي إلى معرفة أهم البرامج الدينية التي تبثها هذه الإذاعة والأشكال والقوالب التي تقدم بها هذه الحصص، فهي تندرج ضمن البحوث الوصفية التي تتطلب منا استخدام منهج المسح الوصفي للتعرف على الظاهرة المدروسة في وضعها الطبيعي الذي تنتمي إليه من خلال مسح كل المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الأساسية وما يسودها من علاقات داخلية وخارجية، حيث تنسم الدراسات الوصفية بأنها تقرب الباحث من الواقع، ويستطيع هذا الأخير تصنيف الظاهرة بشكل دقيق إما بتعبير كمي حول خصائص الواقعة أو بأسلوب كيفي<sup>2</sup>، وقد عرف الباحث (ذوقان عبيدات) المنهج الوصفي بأنه "المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها"<sup>3</sup>.

لذلك فالمنهج الملائم للدراسات الوصفية هو منهج المسح لأنه يساعد على مسح الظاهرة في إطار واقعها الطبيعي، إذ "أن أهم ما يميز منهج المسح أنه يمثل الطريقة أو الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية، وعرض هذه البيانات في صورة يمكن الاستفادة منها، سواء في بناء قاعدة معرفية أو تحقيق فروض الدراسة وتساؤلاتها"<sup>4</sup>، وهو يعد أيضا أحد المناهج الأساسية في البحوث الميدانية للحصول على الحقائق والمعلومات فهو يدرس المتغيرات في وضعها الطبيعي كما في الواقع دون تدخل من الباحث.

ويهدف منهج المسح الذي يندرج في إطار تقسيمات البحوث الوصفية إلى فحص الظواهر المعاشة للحصول على الحقائق والمعلومات المتصلة بها بما يساعد في فهمها وإصدار أحكام بشأنها<sup>5</sup>. كما أن الهدف من المسح يمتد "من مجرد الرصد من أجل الفهم إلى تقويم أوضاع قائمة أو

<sup>1</sup> - محمد شفيق: البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1998،

ص156

<sup>2</sup> - حامد الرفاعي وجبار العبيدي: المرشد العلمي في البحوث النفسية والإعلامية، مركز عبادي للدراسات والنشر، صنعاء، 1996، ص55،

<sup>3</sup> - أحمد بن مرسى: مرجع سابق، ص28

<sup>4</sup> - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة ط1، 2000، ص160

<sup>5</sup> - محمد زيان عمر: البحث العلمي مناهجه وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988، ص117

لأغراض عملية مباشرة، والتي تعتبر طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات متقنة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها<sup>1</sup>، ويعتبر المسح واحداً من المناهج الأساسية بل أكثرها شيوعاً في البحوث الوصفية، والدراسة المسحية هي دراسة شاملة مستعرضة ومحاولة منظمة لجمع البيانات وتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة ووقت معين، أي أن البحث المسحي ينصب على الوقت الحاضر، كما أنه يهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها وذلك للإستفادة منها مستقبلاً، وتنوع الدراسات المسحية في درجة تعقيدها، فمنها ما يهدف إلى جمع بيانات تكرارية بسيطة، ومنها ما يهدف إلى تحليل العلاقات<sup>2</sup>.

أما فيما يخص أدوات البحث و تقنياته، و التي يمكن اعتبارها "كوسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع"<sup>3</sup>، وتبعاً لطبيعة موضوعنا فقد تم الاعتماد بالأساس على أداة تحليل المضمون الذي يعتبر من أهم الوسائل المعروفة لجمع الحقائق والمعلومات، والذي يعتبره "موريس انجرز" MOURICE ANGERS بأنه تقنية غير مباشرة تستعمل في منتجات مكتوبة أو مسموعة أو سمعية بصرية صادرة من أفراد أو مجموعة أو عنهم والتي يظهر محتواها في شكل مرقم<sup>4</sup>، وإعتمدت الدراسة على أسلوب تحليل المضمون كأداة تحليل ضمن منهج المسح على غرار ما ذهب إليه المصري سمير محمد حسين الذي لم يعتبره منهجاً قائماً بذاته وإنما مجرد أداة يستخدمها الباحث ضمن أساليب أخرى في إطار منهج المسح في الدراسات الإعلامية<sup>5</sup>. كما أعطى سمير محمد حسين تعريفاً حديثاً لتحليل المضمون واستخدامه في مجال الدراسات الإعلامية، حيث يرى "بأن تحليل المضمون أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يشخصها الباحثون في مجالات بحثية متنوعة وعلى الأخص في علم الإعلام، لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه طبقاً للتصنيفات الموضوعية التي

<sup>1</sup> - عمار بوحوش و محمد الذنبيات: مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995 ، ص130

<sup>2</sup> - فاطمة عوض صابر و ميرفت على خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، ط1، 2002، ص79

<sup>3</sup> - موريس أنجرز: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، ترجمة بوزيد صحراوي، دار القصة، الجزائر، 2006، ص107

<sup>4</sup> - سعيد ناصف: محاضرات في تصميم البحوث الاجتماعية وتنفيذها نماذج الدراسات والبحوث الميدانية، مكتبة زهراء الشرق، سوريا، 1997 - ص95

<sup>5</sup> - سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ ، عالم الكتب، القاهرة، 1976 ، ص36

يحددها الباحث وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك إما في وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال ، أو لاكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تنبع منها الرسالة الإعلامية"<sup>1</sup>. و أما بيلرسون Brelson فهو يرى بأن " تحليل المحتوى هو أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي و المنظم و الكمي للمضمون الظاهر لمادة من مواد الاتصال". ويستعمل تحليل المحتوى في دراسة كل أصناف الرسائل سواء كانت مكتوبة(الصحافة المكتوبة)، سمعية (الراديو)، بصرية (ملصقات، إعلانات، مطويات.. الخ)، سمعية - بصرية ( التلفزيون، السينما)، سمعية - بصرية - مكتوبة (الانترنت )، و على هذا تعد منهجية تحليل المحتوى تقنية شاملة، فما عدا ما يتعلق باختلاف النحو و البلاغة الخاصة بكل نص، كل مضامين الحوامل قابلة للخضوع إلى تقنية تحليل المحتوى<sup>2</sup>. فاستعمالنا لأداة تحليل المضمون تبرره الإشكالية المطروحة التي تتطلب دراسة مسحية، وهذا لتحليل الرسالة الإعلامية التي تعمل البرامج الدينية بإذاعة ميلة على تمريرها، وذلك قصد التعرف على ما يتم تقديمه فيها من موضوعات، وكذلك كيفية وشكل تقديم المحتوى الديني لمستمعي هذه الإذاعة .

## 2- مجتمع الدراسة وعينته:

### أولا/ مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع البحث جميع المفردات و الأشياء التي نريد معرفة حقائق عليها فقد تكون أعداد في حالة تقييم مضمون وسائل الإعلام كما قد تكون برامج إذاعية أو نشرات إخبارية و في حالة دراسة الرأي العام فإن المجتمع هو جميع الأفراد الذين تستهدفهم الدراسة<sup>3</sup>، كما يعرف بأنه كل العناصر التي تستهدفها الدراسة سواء أكانت هذه العناصر أفراد أو أحداث أو مشاهدات موضوع البحث أو الدراسة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - سمير محمد حسين: دراسات مناهج البحث العلمي في بحوث الإعلام، عالم الكتاب، القاهرة، 2006، ص ص 233- 234

<sup>2</sup> - يوسف تمار: تحليل المحتوى للطلبة والباحثين الجامعيين، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2007، ص13

<sup>3</sup> - محمد منير حجاب: الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر و التوزيع ، ط3، القاهرة، مصر، 2000، ص 29

<sup>4</sup> - محمد عبيدات و آخرون: منهجية البحث العلمي، دار وائل للطباعة و النشر ، ط2، عمان ، الأردن، 1999، ص84



كما يعرفه مجموعة من الباحثين على أنه مجتمع محدود أو غير محدود من المفردات أو العناصر أو الوحدات، أي أن مجتمع البحث حسب هذا التعريف هو جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث<sup>1</sup>.

ويمكننا القول عموماً بأن مجتمع البحث هو جميع مفردات الظاهرة المدروسة سواء أكانت المفردات أفراد مبحوثين أو أعداد من جرائد أو برامج تلفزيونية أو إذاعية، والتي يستهدفها الباحث بدراسته بهدف تعميم النتائج عليها.

وبالنسبة لمجتمع الدراسة أو مادة التحليل في هذه الرسالة التي تتناول موضوع "البرامج الدينية في إذاعة ميله المحلية" فهو مجموع البرامج الدينية التي تبثها هذه الإذاعة وبأشكال مختلفة وفقاً لنوع وطبيعة المادة الإعلامية الدينية التي يقدمها القائمون على هذا النوع من الحصص بإذاعة ميله، حيث تعكف هذه الأخيرة على بث ثلاثة حصص دورياً وبمعدل حصة في كل أسبوع وهي: حصة الدين والحياة وهو برنامج ديني اجتماعي، فتاوى على الهواء وهو برنامج يجيب على استفسارات وأسئلة المستمعين في العقيدة والعبادات والمعاملات والفقه، وأخيراً أحكام التلاوة المتخصصة في علوم القرآن وترتيله وتجويده، حيث تنفرد كل حصة بمحتوى ديني يختلف عن الحصص الأخرى، بمعدل نصف ساعة لكل حصة أسبوعياً باستثناء حصة فتاوى على الهواء التي خصص لها ساعة من الزمن، واتفقنا مع طاقم الإذاعة على تنزيل هذه الحصص بعد تسجيلها على شريحة فلاش، وذلك حتى تتمكن من تفرغ محتواها لاحقاً على الورق حتى نكسب الوقت وتسهل علينا عملية التحليل.

شرعت إذاعة ميله المحلية في البث إنطلاقاً من مدينة ميله الواقعة بالشرق الجزائري، بتاريخ 2009/03/09، تنفيذاً للبرنامج الحكومي القاضي بإنجاز إذاعة جهوية بكل ولاية، وتدرجت في الحجم الساعي من 07 ساعات يومياً إلى 10 ساعات يومياً لتستقر أخيراً وكغيرها من الإذاعات الجهوية الجزائرية عند 13 ساعة و5 دقائق، حيث تبدأ فترة بثها اليومي في الساعة 06.55 صباحاً وتنتهي في الساعة الثامنة ليلاً. وهي تبث برامجها باللغة العربية عبر موجات الآف أم 89.0، وعبر القمرين الصناعيين (ab3/nss7)، وعبر النات على موقعها: radio-mila.dz، برامجها ذات صبغة جوارية، محلية و جهوية في معظم برامجها التفاعلية والإخبارية، مع توفر البعد الوطني والعالمي في بعض البرامج الثقافية، التاريخية والعلمية، وبالرغم من

<sup>1</sup> - أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص 166



استقلالية بثها، إلا أنها تساهم في برامج القنوات الوطنية والموضوعاتية، وفي البرامج المشتركة مع الإذاعات الجهوية الأخرى.

### ثانيا/ عينة الدراسة:

عادة ما تتسم البحوث الإعلامية بالضخامة و الإتساع، بحيث يصعب القيام بعملية التحليل بالدقة و السرعة المطلوبتين، لذا أضحي من الضروري استخدام نظام العينات، لأن اختيار العينة له أهمية أساسية في أي بحث علمي، وهي تختلف باختلاف الموضوع، فصحة نتائج الدراسة أو خطئها يتوقف على طريقة اختيار العينة، حيث أن اختيار العينة الملائمة للبحث من أهم المشكلات التي تواجه أي باحث في أي بحث اجتماعي، فالعينة من الضروري أن تحمل كل الخصائص والمميزات التي تمثل المجتمع الأصلي الذي أخذت منه العينة، حتى تمثله تمثيلا صحيحا<sup>1</sup>.

وتعرف العينة على " أنها عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة و إجراء الدراسة عليها ثم استخدام تلك النتائج و تعميمها على كامل المجتمع الأصلي للدراسة"<sup>2</sup>. و يمكن تعريفها كذلك بأنها "مجموعة من مفردات مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة بحسب أنواع العينات بحيث تكون المفردات المختار تحمل نفس خصائص المجتمع الأصلي للدراسة و متمثلة تمثيلا كاملا"<sup>3</sup>.

وقد اعتمدنا في دراستنا على تطبيق العينة الدورية المنتظمة و هي من أكثر أنواع العينات استعمالا في بحوث الإعلام و الاتصال عندنا<sup>4</sup>، حيث تعتمد على تحديد فترة صناعية كأسبوع أو شهر أو غيرها، ثم يستخدم التقويم السنوي مرتبا أيام المجتمع الأصلي الذي تختار منه العينة، ثم تنتقى الأيام التي تشكل عينة الدراسة<sup>5</sup>. و رغم أن هذا النوع من العينات، سهل التطبيق و مختصر للوقت و الجهد، فإنه من الممكن جدا الوقوع في أخطاء من مثل اختيار نفس اليوم من الأسبوع لعدة مرات، وبالتالي لا يعطي للأيام الأخرى نفس فرصة الظهور، و لذلك و تفاديا لهذا العيب اقترح

<sup>1</sup> - زرواتي رشيد: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار هومة، الجزائر، 2002، ص122

<sup>2</sup> - محمد عبيدات و آخرون: منهجية البحث العلمي، دار وائل للطباعة و النشر، ط2، عمان، الأردن، 1999، ص 84

<sup>3</sup> - عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي: الأسلوب الإحصائي و استخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي،

ط1، القاهرة، مصر، 1993، ص ص 140-141

<sup>4</sup> - يوسف ثمار :مرجع سابق، ص30

<sup>5</sup> - رشيد طعمة:تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1987، ص22

بعض الباحثين استعمال " الأسبوع المصطنع " أي يختار الباحث العدد الموافق لليوم الأول من الأسبوع الأول و العدد الثاني الموافق لليوم الثاني من الأسبوع الثاني و هكذا حتى يكتمل النصاب، كما يمكن أن يعتمد الباحث على السنة المصطنعة إذا كان مجتمع بحثه يمتد على سنوات عديدة<sup>1</sup>.

وطريقة اختيار العينة في دراستنا كانت أولا بتحديد ثلاثة أشهر، شهران من سنة 2012 وهي نوفمبر، ديسمبر وشهر جانفي من سنة 2013 كعينة زمانية، ثم اختيار حصة واحدة من كل برنامج ديني من كل أسبوع باستخدام العينة الدورية المنتظمة للحصول على عدد مناسب لإجراء تحليل عليها، لذلك فقد تعمدنا اختيار هذه الحصص، وقد اخترنا عينة الدراسة عن طريق بناء أسبوع صناعي وأخذ 07 حصص كعينة بحث لكل حصة كما يلي:

\* حصة الدين والحياة: وهي حصة أسبوعية تبت كل يوم أحد لمدة نصف ساعة وتتم بكل ما يتعلق بحياة الإنسان وتوجيهات الدين في هذا الإطار، نأخذ حصة الأسبوع الأول من الشهر الأول، حصة الأسبوع الثاني من الشهر الثاني، حصة الأسبوع الثالث من الشهر الثالث، حصة الأسبوع الرابع من الشهر الأول، حصة الأسبوع الأول من الشهر الثاني، حصة الأسبوع الثاني من الشهر الثالث، حصة الأسبوع الرابع من الشهر الثاني.

وبنفس الطريقة نختار عينة الحصتين الأخريين وهما:

\* حصة فتاوى على الهوى: وهي حصة أسبوعية تبت كل يوم جمعة وتعنى بأسئلة واستفسارات المستمعين في كل ما يتعلق بأمور دينهم وديناهم لمدة ساعة من الزمن.

\* حصة أحكام التلاوة: وهي حصة أسبوعية تبت كل يوم ثلاثاء لمدة نصف ساعة.

وقد قمنا بتحديد العينة الزمانية في هذه الدراسة على أساس شهري نوفمبر وديسمبر من سنة 2012 وشهر جانفي 2013 أي ثلاثة أشهر، على أساس أن فترة إجراء الدراسة وتسليمها بشكلها النهائي قصيرة، حيث قمنا باختيار حصة واحدة من كل أسبوع من كل شهر من الأشهر الثلاثة دوريا وذلك باستخدام العينة الدورية المنتظمة كما يلي:

<sup>1</sup> - يوسف تمار، مرجع سابق، ص 32-33

جدول رقم (1): طريقة اختيار عينة الدراسة

المجموع	أحكام التلاوة	فتاوى على الهواء	الدين والحياة	الحصص العينة الزمانية
03	تاريخ الحصة	تاريخ الحصة	تاريخ الحصة	الأسبوع الأول من نوفمبر
03	تاريخ الحصة	تاريخ الحصة	تاريخ الحصة	الأسبوع الثاني من ديسمبر
03	تاريخ الحصة	تاريخ الحصة	تاريخ الحصة	الأسبوع الثالث من جانفي
03	تاريخ الحصة	تاريخ الحصة	تاريخ الحصة	الأسبوع الرابع من نوفمبر
03	تاريخ الحصة	تاريخ الحصة	تاريخ الحصة	الأسبوع الأول من ديسمبر
03	تاريخ الحصة	تاريخ الحصة	تاريخ الحصة	الأسبوع الثاني من جانفي
03	تاريخ الحصة	تاريخ الحصة	تاريخ الحصة	الأسبوع الثالث من نوفمبر
21	07	07	07	المجموع

# الفصل الثاني

- الإذاعة المحلية -

## الفصل الثاني: الإذاعة المحلية:

- 1- نشأة وتطور الإذاعة المحلية في العالم
- 2- نشأة وتطور الإذاعة المحلية
- 3- خصائص الإذاعة المحلية
- 4- وظائف الإذاعة المحلية
- 5- جمهور الإذاعة المحلية

مدخل:

الإذاعة هي الوسيلة الإعلامية الأولى التي استطاعت أن تصل إلى جمهورها في أي مكان متخطية حواجز الأمية وعقبات الانتقال في المناطق الوعرة والقيود السياسية التي تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها. كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ تام للإستماع إليها، فالسيدة مثلا يمكنها أن تطهو الطعام وهي تستمع إليها، وهناك بعض الأعمال التي يمكن للرجل أن يقوم بها وهو يستمع إليها أيضا. وتمتاز الإذاعة بدفع الصوت البشري وتأثيره، وهذا يجعلها أكثر الوسائل قدرة على الاستهواء والإيحاء خاصة مع قلبي الحظ من الثقافة. ويعلل سر القدرة الإيجابية للإذاعة بأنها وسيلة سريعة للنشر بالإضافة إلى الإحساس الجماعي الذي يتوفر لجمهورها مهما تباعدت

أماكنه. لقد جاء ظهور الإذاعة كنتيجة لأبحاث العلماء المستمرة في

الكهرباء والمغناطيسية كبداية لثورة الالكترونيات إلى غيرت بل قضت على أنماط الإتصال التقليدية وأحدثت منعرجا كبيرا في حياة الإنسان. وقد كانت البدايات الأولى لهذا الاختراع عندما جاء "ماركوبي" باكتشافه في القرن التاسع عشر (1894) واستطاع إرسال أو إشارة إلى مسافة أربعة أمتار، ثم توالى تجاربه لنظام الإرسال والاستقبال إلى ان تمكن في يوم 14 سبتمبر 1901 من التقاط الإشارة اللاسلكية عبر المحيط. اعتمد ماركوبي في إنشاء أعماله على ما توصل إليه من سبقه من العلماء من ذلك انه استخدم نظام (سمويل موريس) لإرسال واستقبال الإشارة التي توصل إليه قبل 45 عاما، كذلك اعتمد "ماركوبي" على نظرية "جيمس ماكسويل" التي ذكر فيها أن موجات الضوء ما هي في الواقع إلا موجات لقوى كهربائية مغناطيسية<sup>1</sup>. وفي عام 1886، أثبتت أبحاث وتجارب العالم الألماني " هـ. هرتز" صحة نظرية "ماكسويل"، كما انه استطاع الوصول لقياس الموجات وسرعتها " وفي الوقت الذي كانت تجري فيه التجارب لإرسال الإشارات باللاسلكي كان علماء آخرون، يقومون بأجراء التجارب على استخدام اللاسلكي لنقل الصوت البشري بدلا من الإشارات اللاسلكية، ومنهم " فليمغ" والذي ابتكر الصمام الثلاثي<sup>2</sup>. وفي عام 1906 اخترع " ذي فورست" مصباح " الديود" فاسحا المجال لتطور التلغراف بسرعة و انتقلها إلى المرحلة

<sup>1</sup> - مصطفى محمد عيسى فلاتة: الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم، مطابع جامعة الملك سعود الرياض، السعودية، 1997، ص

<sup>2</sup> - ماجي الحلواني: مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، نشر وتوزيع وطبع عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2002،

الراديو فونوية ( مرحلة المذياع الهاتفي)، ثم استمرت الأبحاث في مجال اللاسلكي والبث الإذاعي لتحسين النوعية والمدى حتى بداية العشرينيات. سنة 1920 ظهرت أول محطة إذاعية في موسكو، وأول برامج يومية مذاعة من محطة " ديترويت نيوز" في الو.م.أ، وكذا أول حملة انتخابية إعلامية عن طريق محطة KDKA، تبعها في العام الموالي أول محطة إذاعية تجارية WBZ في " ماساشوستس"<sup>1</sup>. وبفضل التطور الذي شهدته الإذاعة بعد اختراع الراديو وتوسع شبكة الاتصال والاستقبال وانتشارها عبر دول العالم. بدأ الإعلام الإذاعي يحتل مكانته بين وسائل الإعلام الأخرى حيث أمكن الإذاعة زمنيا أن تكون في بعض المجالات أسرع حضورا من الصحافة، ومكانا أوسع انتشارا ونوعيا اقدر مخاطبة جمهور المستمعين، من مستويا ثقافية، واجتماعية متنوعة، وكان لهذه الإمكانيات التي تميزت بها الإذاعة اثر كبير في جعل هذه الوسيلة الإعلامية تؤدي دورا مهما في مجالات الإعلام، والدعاية، والتنمية، وصنع الرأي العام، حيث يشير "جون بتنشير" إلى أهمية الإذاعة بقوله " رغم أن وسائل الاتصال المطبوعة استمرت في التأثير على الرأي العام العالمي عن طريق إيصال المعلومات والتسلية إلى ملايين الناس. الآن أن القرن العشرين شهد بدء حقبة الاتصالات الالكترونية فقد تغيرت عادات المستهلكين وسائل الإعلام وبدا الناس يقضون وقتا أطول مع بدعة جديدة يسمونها المذياع"<sup>2</sup>.

وقد قدّرت منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة "اليونسكو" عدد الإذاعات في العالم بما يفوق العشرين ألفا سنة 2001، وما من شك في أن هذا الرقم قد تطور بشكل ملحوظ منذ ذلك التاريخ، وإذا كان من المؤكد أن كل إذاعة تنطوي على حكاية خاصة، فيها من مغامرات الباعثين وإضافة اللاحقين وإبداع العاملين، صحفيين ومذيعين وتقنيين، وفيها أيضا من صنوف الاستماع وأصناف المستمعين، فإن ذلك لا يناقض اعتماد مقاربات عامة للظاهرة الإذاعية في نشوئها وتطورها، وطنيا وإقليميا ودوليا، الأمر الذي يحيل الناظر والباحث إلى مجالات علوم إنسانية كثيرة، وفي مقدمتها علوم الإخبار والاتصال.<sup>3</sup>

## 1- نشأة وتطور الإذاعة المحلية في العالم:

<sup>1</sup> - مصطفى محمد عيسى فلاتة: مرجع سابق، ص 19

<sup>2</sup> - هاني رضا، رامز عمار: الرأي العام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، مصر، 1998، ص 150

<sup>3</sup> - زهير بن حمد: الإذاعة ورهانات المحلية، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، تونس، ع01، 2012، ص70

إذا كان البحث في تطور ظاهرة المستمعين أدى إلى قيام الشبكات النوعية المتخصصة، فقد أدى كذلك إلى قيام الإذاعات الإقليمية ثم الإذاعات المحلية، التي تخدم مجتمعا محدودا متناسقا من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية، وقد يكون هذا المجتمع مدينة واحدة أو مجموعة قرى أو مدن صغيرة متقاربة تجمعها وحدة اقتصادية وثقافية متميزة، بغير اعتبار للتقسيمات الإدارية التي تصطلح عليها الحكومة في فترة زمنية معينة . وفي هذا تختلف الإذاعة المحلية المرتبطة بالمجتمع المحلي الخاص عن الإذاعة الإقليمية المرتبطة بالإقليم المحدد جغرافيا وإداريا ويضم في داخله مجتمعات محلية متنوعة المصالح والثقافات. وكما قال "أنثوني دين" رئيس لجنة برامج الإذاعة في اتحاد الإذاعات الأوروبية خلال ندوة اتحاد إذاعات الدول العربية "إن الإذاعة في أوروبا بتشجيعها فكرة الإذاعات المحلية وإذاعات المجتمعات الصغيرة، قد تمكنت من البقاء في وجه تحديات التقنيات المعاصرة واكتسبت مزيداً من القوة الذاتية<sup>1</sup>."

لقد أثبت هذا النمط من الاتصال أن الصورة ليست شيئاً ضروريا بالنسبة للمهام المطلوبة من الإذاعة المحلية، فالشخصية المحلية لهذه الإذاعة تساعد الناس على أن يستجيبوا تلقائيا للموضوعات المتصلة بحياتهم. لقد أصبح الاتصال "الجماهيري" ينتمي إلى الماضي وطغى عليه اتصال "الجماعات". وعلى عكس ما كان قائما في بدايات القرن العشرين، لم تنشأ الإذاعات المحلية في أواخره من فراغ إذاعي بل من رغبة في تدشين جيل جديد من الإذاعة تمتاز باستقبالها على نطاق محدود بجودة صوتية عالية وبدواع برامجية تختلف عما تنطلق منه المحطات الوطنية والدولية، العمومية منها والتجارية. ولعل ما ساعد على إبراز التباين وإطلاق المقارنات بين ما كان قائما من إذاعات إلى حدود السبعينات والثمانينات من القرن العشرين وما ظهر منها بعد ذلك هو استغلال كبريات المحطات لنطاقات الموجات الطويلة والمتوسطة والقصيرة، طلبا للانتشار الجغرافي والاستقطاب الجماهيري وانفراد الإذاعات المحلية بموجة التشكيل الترددي، وهو وضع تقني لم يعد قائما تماما لحلول المحطات الكبيرة هي الأخرى في نطاق الـ " أف أم"<sup>2</sup>.

وقد بدأت فكرة الإذاعات المحلية، عموما، في الستينيات من القرن الماضي واقتترنت بموضوع التنمية، وقد بدأت من أمريكا، ثم توسعت أين طالت العديد من دول أوروبا مثل بريطانيا،

<sup>1</sup> - سعيد لبيب: الإذاعة في عصر التلفزيون وأقمار الإتصال (رؤية من الغرب)، مجلة الفن الإذاعي، مصر، ع176، أكتوبر 2004، ص8

<sup>2</sup> - زهير بن حمد: مرجع سابق، ص70



السويد، فرنسا، ألمانيا الاشتراكية، وكذا أمريكا اللاتينية، إندونيسيا والهند<sup>1</sup>، وأشار في هذا الخصوص، الدكتور "خالد زعموم" المدرس بكلية الإتصال بجامعة الشارقة، في أحد مقالاته<sup>2</sup>، إلى أن أول محطة إذاعية محلية ظهرت في أبريل من سنة 1920 بمدينة بيتسبورغ (Pittsburg) الأمريكية على يد الدكتور "فرانك كونراد" (Dr. Franck Conrad) واسمها 8XK، وكانت تبث برامجها مرتين كل أسبوعيا، وأذيعت من خلالها و لأول مرة في التاريخ نتائج الإنتخابات الرئاسية الأمريكية.

وللأهمية البالغة والدور المهم الذي تلعبه الإذاعة المحلية فقد أصبح يقال عنها أنها لغة العصر، ويؤكد هذه الحقيقة ذلك الاتجاه الواضح لدى الدول أكثر تقدما، والدول الآخذة بطريق النمو سواء بسواء نحو نشر الإذاعات المحلية في كافة أرجائها، ففي بريطانيا التي بدأت في 08 نوفمبر سنة 1967 بإذاعة "ليستر" المحلية، ارتفع عدد الإذاعات المحلية بها إلى ثمان محطات محلية سنة 1969، ثم عشرين محطة سنة 1973، ثم تضاعف عدد تلك المحطات سواء ما كان منها تابعا لهيئة الإذاعة البريطانية، أو الإذاعة المستقلة ليصل إلى حوالي مائة محطة، بينما تتنافس المدن في أوروبا الغربية على إنشاء محطات الإذاعة المحلية في كل من ألمانيا الغربية والسويد والنرويج وفرنسا وبلجيكا وغيرها. ويمكننا أن نتفهم هذا الوضع في أوروبا إذا علمنا أن في إيطاليا أكثر من أربعة آلاف محطة محلية، و 250 محطة تعمل في بلد صغير كبلجيكا وحوالي مائة إذاعة محلية في بريطانيا موزعة بين هيئة الإذاعة البريطانية والإذاعة المستقلة<sup>3</sup>، بينما بلغ عدد الإذاعات المحلية في إيطاليا عدد يفوق كل معقول إذ يزيد العدد على أربعة آلاف محطة إذاعة محلية، وفي الولايات المتحدة يوجد ما يزيد على ألف محطة إذاعة محلية، بالإضافة إلى إذاعة قومية واحدة هي صوت أمريكا<sup>4</sup>.

وإجمالا، فإنه

يمكن القول بأن الأسباب التي أدت إلى انتشار الإذاعات المحلية بالعالم تتمثل فيما يلي<sup>5</sup>:

<sup>1</sup> - نواف عدوان: أهمية الإذاعة المحلية في التنمية، مجلة الإذاعات العربية، ع2، 1998، ص30

<sup>2</sup> - خالد زعموم: الإذاعة في عصر الوسائط المتعددة من التخصص إلى القرب، مجلة الإذاعات العربية، ع2، 2009، ص27

<sup>3</sup> - سعيد لبيب، مرجع سابق، ص8

<sup>4</sup> - عبد المجيد شكري: الإذاعات المحلية لغة العصر، المركز الجامعي للطباعة الإلكترونية، دار الفكر العربي، القاهرة،

1987، ص17

<sup>5</sup> - منى سعيد الحديدي وسلوى إمام: الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط2، 2004، ص ص 163-164

\* العامل الجغرافي: فحجم وشكل الأرض في أية منطقة أو دولة له تأثير على نظامها الإذاعي، حيث لا تستطيع الإذاعات المركزية تغطية كل أجزاء الدولة، وتستطيع تلبية حاجاتهم، والتجربة الأمريكية في هذا الشأن خير دليل. ونتيجة لعدم قدرة الإذاعة المركزية على تغطية كل أجزاء الدولة وتلبية احتياجاتها، تولدت الحاجة إلى الإذاعات المحلية كوسيلة أخرى تخصص لمخاطبة التكوينات الصغيرة داخل المجتمع الواحد فكانت الإذاعات المحلية.

\* عامل اللغة: فإذا تعددت اللهجات واللغات في دولة ما، فهذا سيشكل عائقا في الإتصال مع أفراد يتميزون بعدم التجانس والمثال على ذلك بسويسرا، حيث يتكلم سكانها بثلاث لغات هي الفرنسية، الألمانية والإيطالية، فاللغة من أهم العوامل التي تؤثر على الأنظمة الإذاعية حيث أن تعدد اللغات واللهجات قد يشكل عائق أمام الإذاعة في بعض الأحيان، وفي هذا الصدد يقول عبد المجيد شكري: " لكن الصعوبة تكمن في أن إفريقيا بما 2000 لغة ولهجة، فمثلا غانا بما تسعة وخمسون لغة ولهجة، وغيرها من الدول، مما يؤكد حاجة هذه الدول إلى إذاعات محلية تخاطبهم بلغتهم بالإضافة إلى أنها تدخل ضمن إطار الوحدة الوطنية"<sup>1</sup>.

\* التحفيز للمشاركة في عمليات التنمية وهي إحدى دوافع الإذاعات، فقد أدركت عديد الدول أن أفضل أساليب الإعلام لتحقيق مشاركة فعالة من جانب الجماهير في خطط وبرامج التنمية هو الوصول إلى هذه الجماهير في بيئتها المحلية من خلال إنشاء وسائل الإعلام المحلية ومن بينها الإذاعة، ويؤكد محمد السيد أن الحاجة إلى الإعلام الإقليمي ستزداد في القرن القادم وستصبح التنمية معتمدة على الإعلام الإقليمي لتكتسب ملامحها الخاصة في عالم يندمج ويتدخل ويلغي الفروق بين المسافات.<sup>2</sup>

وقد ساعدت هذه العوامل على إنشاء وتطوير وانتشار الإذاعات المحلية في كل دول العالم، حيث أصبحت تحظى باهتمام كبير في برامج الحكومات والدول، نظرا للدور الهام والكبير الذي تلعبه .

**- الإذاعة المحلية في أوروبا:**

شهدت أوروبا في السبعينات والثمانينات من القرن الماضي محاولات لكسر الطوق السمعي الذي كانت تفرضه كبريات المحطات التجارية والعمومية من قبيل إذاعات RTL و" أوروبا 1 " و" فرا

<sup>1</sup> - عبد المجيد شكري: مرجع سابق، ص 24

<sup>2</sup> - سلوى إمام وآخرون، موضوع خاص بالإذاعة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003، ص 9

نس أنتار "و إذاعة "مونتي كارلو". وقد غلبت تسمية "الإذاعات الحرة" على الإذاعات الأوروبية الجديدة لرغبة أصحابها، من أفراد ومجموعات وجمعيات ونقابات، في الخروج عن السياسي السائد والاجتماعي القائم والمألوف الموسيقي والفني واستحداث نمط إذاعي بديل، مختلف في لغته ومضامينه وأشكاله، والسعي في كل ذلك إلى استهداف فئات من المستمعين سئمت الأثير الإذاعي المهيمن أو كانت لها مؤاخذات عليه أو كانت تعيش تماما على هامشه، مع توجه مخصوص نحو الشباب وبث واسع لاسطوانات الفرق الموسيقية الأوروبية الشهيرة<sup>1</sup>. و الوصول إلى وضع من التعايش بين الإذاعات المحلية المجتمعية وكبريات المحطات الإذاعية التجارية والعمومية الأوروبية لا يعود فقط إلى توفيق الأولى في تطوير محليتها انطلاقا من حقل الهوية والخصوصية، ولكن لاهتمام الثانية كذلك بالحضور المحلي من خلال تعميم شبكاتها الإذاعية في الأقاليم والجهات وحلولها في نطاق التضمين الترددي حيث تتوفر "رفاهية الاستماع" في حالتي الثبوت والحركة، في البيت والسيارة وعلى الهاتف الجوال و شبكة الإنترنت، ولعل لهذا التعايش وجها آخر يتمثل في استثثار المحطات الكبرى بالنصيب المطلق من الكعكة الإعلامية<sup>2</sup>.

- في فرنسا، فقد ظهرت في هذا البلد، وقبله في إيطاليا و إنجلترا، ظاهرة الإذاعات السرية أو إذاعات القرصنة لقيامها بالبث دون ترخي ص قانوني. وكان البعض من هذه الإذاعات يبث من عرض البحر أو من بعض الشقق أو الأبراج أو الغابات محاولا إيصال صوت إذاعي مغاير في محتواه ونبرته، وقد انتهت السلطات السياسية التي مارست في البدء التحجير والمطاردة والملاحقة إلى التنازل عن احتكار البث والإقرار بحق هذه الإذاعات في الوجود العلني والقانوني، وهذا ما فعله الاشتراكيون الفرنسيون عند وصولهم إلى الحكم سنة 1981. ولعه من بوادر التناقض أن نرى قهر الإذاعة المحلية في فرنسا ومنعها ومحاربتها كان في مرحلة الإدارة اليمينية، وإعطاءها الشرعية يكون في مرحلة الإدارة الاشتراكية، مع أن هذه الدهشة يمكن أن تزول إذا علمنا أن سياسة فرنسا الإعلامية كانت دائما مطبوعة بالكثير من المحافظة عكس البلدان المجاورة لها، وان المركزية قد طبعت تسيير المجال الإعلامي لفترة طويلة وذلك أيضا بالمقارنة مع جارها المباشرات.

<sup>1</sup> - Cheval Jean-Jacques, Les radios en France, Histoires, tats et enjeux, coll.

Médias et nouvelles technologies, Edition. Apogée, France, 1997.p65

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص ص 66-67

ولئن لاقى الإذاعات الحرة في بداياتها ضروبا من المتابعة والنجاح واستطرفها مستمعون كثير، فإنها تراجعت عددا وتأثيرا. بمرور السنوات لاعتبارات مختلفة مالية وقانونية وكذلك تقنية وحرفية، فاختفى الكثير منها واتحد بعضها الآخر في مجموعات، تقاسما للأعباء وتجميعا للقوى في وجه كبريات الشركات الإذاعية من ذوات الحضور الواسع والنفوذ البالغ، ومنها أيضا من استطاع دخول صف الكبار على شاكلة إذاعة الشباب الجديدة NRJ الفرنسية ذات التوجه الشبابي الموسيقي والتي تمكنت من المرور من وضع الإذاعة الصغيرة سنة 1981 إلى محطة وطنية كبرى في حدود عام 2000 وصولا إلى وضع الشبكة السمعية البصرية العالمية.

ولعل اللافت في ما آلت إليه ظاهرة الإذاعات المحلية الأوروبية، هو بقاء عدد ملحوظ منها ممن ارتبطت بجالية أو لغة أو دين، حيث لا تخلو كبريات المدن الأوروبية، على شاكلة باريس و ضواحيها وليون ومرسيليا و ليل في فرنسا من إذاعات ناطقة بالعربية أو البربرية و أخرى منتصرة للثقافة الإفريقية وثالثة موجهة إلى الفرنسيين اليهود أو إلى الفرنسيين الناطقين بلغات محلية من أصل كورسيكي أو مقاطعة بروتانيا أو بلد البازك<sup>1</sup>.

ومما ساعد هذه الإذاعات على الصمود، فضلا عن محليتها الواضحة، تمسكها بالعمل الإذاعي وتطويرها للبين لبرامجها، ما جعل كثيرا من الباحثين يعترفون لها بممارسة بعض مهام المرفق العمومي ومساهمتها في المحافظة على انسجام المجتمع الفرنسي.

- وفي إيطاليا، فقد كان تسيير البث الإذاعي محتكرا من طرف الدولة، وكانت مراقبة البرامج الجهوية تتم عن طريق اللجنة الجهوية للإذاعة والتلفزيون ومهمتها أيضا الوصول إلى القناة الجهوية، وكانت تبث برامج جهوية موجهة للعديد من المناطق والجهات مثل "لومباردي لويومون"، "بالزيكات"، "كالابر"، وفي "فينسي" و "ليوي"، ثم وسعت من الفضاءات الزمنية المخصصة لمختلف الجهات الإيطالية لتشمل "فريول- فينسي جوليان"، "ترنتن هو اديج" في صقلية وسردينيا و لافالي داووست، أي في المناطق ذات المميزات الثقافية البارزة. والملاحظة التي يجب أن ننتبه إليها هي أن مصطلح "الإذاعة الحرة" قد ولد في شبه الجزيرة الإيطالية بين سنتي 1968 و 1969 وذلك عندما ولدت محطة إذاعية قرصانة تدافع عن سكان "بيليا" (Belia)، بصقلية. وقد دامت فترة البث الإذاعي القرصان بإيطاليا مدة تقارب العشر سنوات، عرفت خلالها نشوء 500 محطة كان عددها يتصاعد بصفة مذهلة، وبقي هذا الفوران العددي يميز الفضاء الإذاعي الإيطالي مما أنتج فوضى عارمة من الناحيتين

<sup>1</sup> - المرجع السابق، ص 66

التقنية و القانونية، الشيء الذي كان يجبر العدالة على التدخل لحماية أجهزة الخدمة العامة حتى تم تكسير الاحتكار وتحرير الموجات الإذاعية بقرار من المجلس الدستوري وذلك في 28 جويلية 1976. و تتنوع الإذاعات الحرة في هذا البلد، فبعضها تعتمد على الموارد الإعلانية والبعض الآخر يتبع المجالس البلدية، كما أن هناك المحطات السياسية التابعة للأحزاب أو للجماعات الإيديولوجية، فمن بين 1637 محطة كانت متواجدة سنة 1978 هناك 88 محطة ذات طابع سياسي. وقد جاء هذا الانفجار في عدد المحطات الجهوية لتلبية حاجات معبر عنها لما أتاحت الفرصة بالاتجاه نحو البديل الجديد، فهي ليست طريقة جديدة للتعبير الإعلامي فقط، بل أصبحت طريقة للتغيير الاجتماعي<sup>1</sup>.

– الإذاعة المحلية في أمريكا:

مثلما ذكر "وليم.ل. ريفر" بأن صحف الولايات الأمريكية المتحدة بدأت محلية وإقليمية، فإن ما ذهب إليه أيضا "جون.ر. بيكتز" وهو يتحدث عن المحطات الأولى للراديو بأمريكا يتطابق مع نفس المحطات التي اجتازتها الصحافة، فقد كانت أول محطة إذاعية استهلكت البث على الهواء بمثابة مغامرة تجريبية أنشأها الدكتور "تشارلز دافيد هيرولد" في عام 1909، والتي تحولت فيما بعد إلى تعارف على تسميته بـ KCBS، وبإنشاء استوديوها في "سان خوسيه بكاليفورنيا"، كان معظم بثها عبارة عن إعلانات متعلقة بمدرسة الدكتور هيرولد للراديو<sup>2</sup>. وهذا يعني أن التوجه العام في الولايات المتحدة الأمريكية في البداية كان نحو فكرة إنشاء صحف ومحطات إذاعية وتلفزيونية محلية، ثم تستجيب لمقتضيات و ظروف هذا البلد ونظمه المختلفة، وبالفعل فقد كان هذا هو التوجه العام بالولايات المتحدة الأمريكية، أي تكريس نمط الإعلام المحلي، بحيث تعكس السياسات المحلية بهذا البلد هدفين مختلفين ومرتبطين في الوقت نفسه، الأول هو دعم وتوفير خدمة إذاعية محلية – كما هو حادث عمليا – في العديد من المجتمعات المحلية، ويتمثل الهدف الثاني في التأكيد على أن يزود الإذاعيون المحليون في مجتمعاتهم المحلية في البرامج التي تشبع احتياجاتهم، وينشأ الهدف الأول عن البند 307 من قانون الاتصالات الذي ينص على أنه يجب أن تعمل لجنة الاتصالات الفدرالية على التوزيع الشديد لرخص وترددات وساعات العمل وقوة البث ما بين مدن متعددة، ومجتمعات محلية وذلك من أجل التوزيع العادل والفعال والمنصف لخدمة الراديو، أما الأساس التشريعي للهدف الثاني فهو قائم على

<sup>1</sup> – حفيظة سنونسي: الإذاعة المحلية والعادات الاستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر، رسالة ماجستير، معهد علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 1995، ص ص 37-38

<sup>2</sup> – إبراهيم عبد الله السلمي: الإعلام الإقليمي دراسة نظرية وميدانية، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة، 2004، ص 134

إلزام من تقدم له رخصة إنشاء محطة إذاعية أن يخدم اهتمامات الجمهور واحتياجاتهم<sup>1</sup>. وما يميز النظام الإذاعي الأمريكي ما يسمى بالشبكة الإذاعية، وهي تتمثل أساساً في نظام ربط بين عدد من المحطات المحلية، إذاعية كانت أو تلفزيونية، حيث تذاق نفس البرامج من نقطة تحكم مركزية على جميع المحطات الداخلية التابعة للشبكة، وبموجب نظام الشبكة المركزية تستطيع الإذاعات المحلية والصغيرة على مستوى المدن الصغيرة من تغطية شبكتها البرمجية من خلال انخراطها في شبكات كبرى لأنها لا تستطيع إنتاج برامجها بمفردها بسبب قلة الموارد المالية، فحيث تتراوح نسبتها ما بين 25 إلى 30٪، وتتضمن ومضات إخبارية هي عبارة عن إعلانات أمريكية عامة، وبهذا الشكل فإن الإذاعات المحلية منتشرة على مستوى التراب الأمريكي ويمكنها العمل باستمرار لأداء عملها الإعلامي بفضل نظام الشبكة. وبسبب سياسة توزيع الرخص لخدمات الإذاعة، فقد كثرت محطات الإذاعة بدرجة هائلة حتى أنه يوجد الآن عشرة آلاف محطة إذاعية تبث على الهواء مقسمة ما بين:

- محطات إذاعية تجارية ذات بث متوسط المدى (AM)، وتشكل 47٪، وقليل منها عبارة عن محطات طويلة المدى تبث في المدن الكبرى، أما معظم هذه المحطات فهي محدودة القوى تخدم مجتمعات محلية صغيرة ذات حجم متوسط.
- محطات إذاعية من نوع (FM)، وتشكل 40٪، ومعظمها مخصص لخدمة مدن ذات حجم متوسط ومدن أكبر، ومؤخراً فقد خصصت لجنة الاتصالات الفدرالية حوالي 700 محطة من هذا النوع لخدمة مجتمعات محلية صغيرة.
- أما النسبة الباقية، وهي ألف وثلاثمائة محطة إذاعية، فتشكل 13٪، وهي محطات غير تجارية ومعظمها محطات (FM)، ويوجد منها أربع محطات على الأقل<sup>2</sup>.

- الإذاعة المحلية في العالم العربي:

ازداد خلال السنوات القليلة الماضية عدد الإذاعات المحلية بالوطن العربي، وما زالت دائرة اتساعها تكبر مع مرور الأيام، وهي إن كانت بالأساس ليست جهازاً إعلامياً جديداً على المنطقة، إذ أن وجودها يعود إلى عدة عقود سالفة كإذاعات فرعية يطلق عليها تارة الإذاعة المحلية وتارة أخرى الإذاعة التنموية أو الجمهورية، وكثيراً ما كانت ترتبط بالإذاعة الأم الرئيسية في العواصم العربية ومنها

<sup>1</sup> - PIERRE ALBERT: Les médias dans le monde, édition européenne ERASME, 2<sup>em</sup> édition, 1991, p154

<sup>2</sup> - طارق سيد احمد: الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2005، ص145



تبت عبر الأمواج الوطنية في أوقات محددة من اليوم أو تبت محليا من خلال شبكة إرسال إقليمية تغطي منطقة محددة.<sup>1</sup>

ولعل أول تجربة عربية في مجال الإذاعة المحلية كانت تتمثل في إطلاق إذاعة الإسكندرية بمصر، التي بدأت أول بث لها سنة 1954، وكان أول من اهتم بالإذاعات المحلية العربية، الإعلامي "يحيى أبو بكر"، والذي تتبع هذا الموضوع لمدة ثلاثين سنة، وشارك في أوائل الخمسينيات في تجربة مصرفية أمريكية حول تقديم الأخبار من إذاعة الإسكندرية، حيث قارن في نفس الفترة كيف تعمل إذاعة محلية أمريكية في مدينة "بريمنغهام"، وبين المجتمع الذي يعمل في دائرته، والتي كانت تهتم بقضايا الزراعة والصناعة.<sup>2</sup>

وقد عرفت فيما بعد جل الأقطار العربية انتشارا للإذاعات المحلية، حيث أصبح في بعض هذه الدول إذاعة محلية في كل إقليم أو مدينة، وهذا دليل على وجود نية فعلية في المضي قدما في إنجاز وتوسيع هذا النوع من المشاريع، خاصة وأنها وسيلة من وسائل التنمية. وفي هذا الإطار، وبحسب دراسة قامت بإنجازها مجموعة المرشدين العرب<sup>3</sup> (Arabe Advisors Group) حول المحطات الإذاعية "أف. أم" في العالم العربي، قامت بنشره مع بداية سنة 2012، بأن عدد محطات الإذاعة المحلية الحكومية التي تبت في 14 دولة عربية قد وصل إلى 210 محطة بحلول ديسمبر 2011، فيما وصل عدد المحطات الإذاعية الخاصة إلى 72. وقد بلغ عدد المحطات الإذاعية الإقليمية في المنطقة العربية 7 محطات تبت على موجات راديو FM في عدد من الدول العربية، مما رفع من المجموع الكلي للمحطات إلى 289 محطة تبت في 14 دولة عربية في نهاية عام 2011.

ومن الأسباب الكامنة وراء إنشاء الإذاعات المحلية بالدول العربية<sup>4</sup>:

- الكم الإعلامي الكبير الوارد من السماء، إذ لا يخفى تأثيره على البني الاجتماعية في الوطن العربي وعلى الثقافة والتراث العربيين، لذا وجب المحالة للتقليل من هذا الأثر وإيجاد بدائل عربية لمواجهةته أو منافسته.

<sup>1</sup> - محمد الأمين موافي: الإذاعات المحلية الفضاء الآخر، مجلة الإذاعات العربية، ع02، 1998، ص26.

<sup>2</sup> - نواف عدوان: مرجع سابق، ص29.

<sup>3</sup> - http://www.startimes.com. ت د 2013/04/17.

<sup>4</sup> - محمد الأمين موافي: مرجع سابق، ص27.

- الطبيعة الجغرافية للبلدان العربية، فمعظمها يتمتع بأراضي شاسعة وفي عدد منها سلاسل جبلية متواصلة تمتد لآلاف الكيلومترات، الأمر الذي كثيرا ما أعاق وصول الأمواج المركزية الموجهة من العواصم ومن مراكز الإرسال المضخم نتيجة هذه الحواجز الطبيعية.

- طول المسافات الرابطة بين مختلف المناطق والمدن العربية داخل البلد الواحد تعتبر بمثابة فضاء إعلامي هام يمكن استغلاله، فالمعروف لدى رجال الإعلام والمهتمين بميدانه أن الإستماع إلى الإذاعة، والذي يبلغ في بعض الأحيان نسبة جد معتبرة، يتم أثناء استعمال السيارة.

#### - الإذاعة المحلية في إفريقيا:

تعتبر الإذاعات المحلية في إفريقيا ظاهرة لافتة من حيث عددها وانتشارها في بعض الأقطار، إذ يقدر عددها بثلاثمائة في مالي ومائتين وخمسين في جمهورية الكونغو الديمقراطية ومائة وخمسين في أوغندا ومائة وثلاثين ( في غانا ومائة وخمسة وعشرين في جمهورية جنوب إفريقيا، وتقدر منظمة اليونسكو نسبة انتشار هذا النوع من الإذاعات في القارة الإفريقية بين سنتي 2000 و 2006 بـ 1386٪<sup>1</sup>.

وتعزى هذه الظاهرة وفق بعض الدراسات إلى مسار الديمقراطية السياسية والتحرر الاقتصادي، و إلى توفر التكنولوجيا الملائمة بما حول الإذاعة وخصوصا المجتمعية منها إلى وسيلة للتنمية، وثن دورها في تطوير اتصال أفقي يقوم على المشاركة ويقطع مع النماذج المركزية التي سادت في الستينات والسبعينات من القرن الماضي. وإذا كان في هذا التوصيف ما يشي بالتغيرات التي تعيشها بعض المجتمعات الإفريقية جنوب الصحراء، فإنه لا بد من تأكيد الدور الخارجي الذي تقوم به بعض الهيئات الأمية المتخصصة والمنظمات غير الحكومية التي ترى في تمويل الإذاعة المحلية وتجهيزها وتكوين القائمين عليها وتشجيع المستهدفين منها وسيلة ناجعة وغير مكلفة للنهوض بسكان القرى والأرياف في مجالات الصحة والتغذية والزراعة و سائر حقول التنمية البشرية. بما في ذلك حرية التعبير، رغم تحجير بث الأخبار السياسية في حالات كثيرة.

إن النمو السريع للإذاعات المحلية في إفريقيا يتركز بشكل أساسي خارج المدن، لذلك ينزع كثيرون إلى الحديث عن "إذاعات ريفية" أو "إذاعات قروية" وهي التي يكون مدى بثها في حدود عشرين كيلومترا والتي وفق الكثير منها على ما يبدو في أن يكون عنوانا لتواصل جديد وفضاء حوار مفتوح في التقاليد والحداثة، وعاملا مساعدا على تغطية كامل التراب الوطني بالبث

<sup>1</sup> - زهير بن حمد: مرجع السابق، ص72



الإذاعي. ولئن كانت العديد من الدول الإفريقية يبرز فيها دور مثل تلك الإذاعات، إلا أن تعدد اللغات واللهجات في إفريقيا يحد من انتشارها، بالرغم من أنها أيضا عامل من عوامل نشر تلك الإذاعات، حيث يطالب أصحاب اللغات واللهجات المختلفة بإذاعات خاصة بهم. كما تحاول الدول نشر هذا النوع من الإذاعات لأهداف التنمية بصفة خاصة، لكن الصعوبة تكمن في أن إفريقيا بها 2000 لغة ولهجة، فنصيب دولة صغيرة فيها مثل غانا 59 لغة لهجة، وهو ما يصعب من إنشاء إذاعة بكل لهجة.<sup>1</sup>

## 2- نشأة وتطور الإذاعة المحلية في الجزائر:

تعتبر تجربة الجزائر في مجال الإذاعات المحلية تجربة فريدة ورائدة على المستويين العربي الإفريقي، خصوصا وأن الجزائر نالت استقلالها متأخرة عن بقية البلدان. ورغم ذلك، لم تنشأ الظروف الصعبة التي مرت بها من أن تخطو خطوات عملاقة في مجال الإذاعة، لاسيما تجربة الإذاعات المحلية التي جاءت كنتيجة حتمية للإنتحاح السياسي والإعلامي التي عرفته الجزائر عقب أحداث أكتوبر 1988، وما تبعها من تعددية سياسية وإعلامية أدت إلى ظهور قانون الإعلام سنة 1990، حيث انطلقت معه أول إذاعة محلية بالجزائر وهي إذاعة "الساورة بشار" في 20 أفريل 1991، وتتابع بعد ذلك افتتاح بقية الإذاعات المحلية على المستوى الوطني<sup>2</sup>. لذلك ارتأينا أن نخصص حيزا كافيا للحديث عن هذه التجربة.

ظهرت الإذاعة في الجزائر أواخر العشرينات، عندما قام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة لم تتعدى قوتها 100 كيلو واط، وذلك سنة 1925، ثم ارتفعت عام 1928 إلى 600 كيلو واط<sup>3</sup>. وذلك من أجل الأقليات الأوروبية. وكانت الإذاعة في تلك الحقبة تابعة للحكومة الفرنسية، مع توزيع إشراف بينها وبين الحاكم العام للجزائر الذي أسندت إليه الحصص الموجهة للجزائريين، وهي تشرف على الحصص الموجهة للأوروبيين، ولتعزيز نشاطها السياسي والتأثير في الجزائريين، بدأت في إنشاء قناة باللغة العربية عام 1943، حتى تتمكن من الاتصال

<sup>1</sup> - عبد المجيد شكري، مرجع سابق، ص 18

<sup>2</sup> - نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، ط 2008، ص 196

<sup>3</sup> - ماجي الحلواني وعاطف عدلي العبد: الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص 202

بالجزائريين الذين لا يفهمون الفرنسية، فالإذاعة الجزائرية لم يكن لها رواج جماهيري معتبر إلا بعد هذه السنة، وتعتبر هذه السنة هي الإنطلاقة الحقيقية لهذا المنبر الإعلامي.<sup>1</sup>

ونظرا للتطور السياسي والوعي الجماهيري المتزايد في المجتمع، بين الحربين، والمتمثل في تأسيس جمعيات وأحزاب سياسة، تطالب بالمساواة والحرية والاستقلال، حيث تفتن الاستعمار إلى ذلك، ففتح محطات إذاعية أخرى في قسنطينة ووهران عام 1940، فاتحا مجالاً إذاعياً باللغة الفرنسية واللسان المحلي الدارج عام 1943، موجه إلى السكان الأصليين الذين كان يطلق عليهم وصف "الأهالي" طبقاً لقانون 1871 بهدف حصر الفكر السياسي الشعبي والوطني الجزائري. كما كانت أحداث (8 ماي 1945) المؤلمة محطة تاريخية مؤثرة في توجيه الإعلام الإذاعي نحو ما يخدم السياسة الاستعمارية، حيث انتقلت سلطة العمل تحت إشراف اللجنة الجزائرية للإذاعة، المتكونة من الحاكم العام، ممثلاً للأقلية الأوروبية للمعربين، وممثلاً آخراً عن الأغلبية من المسلمين الجزائريين. وفي عام 1948 عمدت السلطات الفرنسية الاستعمارية إلى فتح مجال إذاعي آخر ناطقاً باللسان الأمازيغي، متوجسة الخوف من اندلاع حرب سيادية بالأسلحة والأمواج الإذاعية، لصاحب الحق، الشعب الجزائري، الذي كان له موعد مع القدر باندلاع ثورة التحرير المباركة عام 1954. تلك الثورة التي تعرف من خلالها الجزائريون على إذاعتهم المعبرة عن هويتهم وشخصيتهم الوطنية.<sup>2</sup> وقد اكتسبت الجزائر غداً الاستقلال تجربة قوية وعميقة ومتنوعة في ميدان الإعلام الإذاعي رغم أنها ورثت عن السلطات الاستعمارية هياكل إذاعية هزيلة ومحدودة الانتشار كانت موجهة مسخرة لخدمة الخطاب السياسي الإستعماري. كما أن الدولة الجزائرية كان يجب عليها أن تهتم خاصة بالإذاعة لما لها من أهمية في تلك الفترة في مجتمع تسوده الأمية بنسبة كبيرة.<sup>3</sup>

وعلى هذا كان على الجزائر بعد الاستقلال، أن تواجه هذا التحدي الإعلامي والتقني، لإسماع صوت الجزائر ومحاولة إشباع مختلف رغبات الشرائح الاجتماعية، بما يخدم التراث والثقافة، التي تعبر عن امتداد هذا الشعب في عمق التاريخ، من خلال إنشاء العديد من المحطات الإذاعية المحلية في العديد من مناطق القطر الجزائري، ويشترط من أجل إنشائها قدرة السلطات المحلية على تغطية ميزانيتها

<sup>1</sup> - زهير إحدادن: تاريخ الإذاعة والتلفزيون، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989، ص 99

<sup>2</sup> - عمر بن عيشة: الإذاعة الجزائرية من السرية إلى العالمية (1956-2012)، الجزائر نيوز، ع 07، 2755، فيفري 2013، ص 10-11

<sup>3</sup> - نصيرة مزهود: الإذاعة الجزائرية والمستمع، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، معهد علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 1998.1997، ص 52

بنفسها، حيث تزامن تأسيس هذه المؤسسات مع فترة الانتقال من سياسة الحزب الواحد إلى التعددية الحزبية، ومن ثمة إلى الإعلام التعددي، خاصة بعد أحداث أكتوبر 1988 التي فرضت على السلطة ضرورة التخلي على منطق الوحدة في التفكير، والتوجه في ظل الحزب الواحد في النظر بمنطق تعدد الرؤى والأفكار من خلال التعددية السياسية والفكرية، وسعياً وراء تجسيد هذا التوجه الجديد في مجال الإعلام، شرعت المؤسسة الوطنية للإذاعة في منتصف سنة 1991 بإقامة عدة محطات إذاعية محلية في كافة المجالات، وقد سبق إنشاء هذه المحطات تأسيس مديرية تنمية الإذاعات المحلية، التي حددت مهمتها في تسيير هذه المحطات وتنسيق مهامها وتوجيه برامجها وذلك في سبتمبر 1993، هذه المديرية قامت بتقديم برنامج حقيقي لرئاسة الحكومة يقضي بإنشاء المحطات المحلية، وكانت موزعة حسب المناطق الجغرافية والكثافة السكانية والخصوصية المحلية، والإمكانات المادية التقنية للإذاعة<sup>1</sup>.

تلك الاستراتيجية التي تبنتها الإذاعة الوطنية تجاه الدولة والمجتمع، والتي كان فيها قانون الإعلام المؤرخ في (1990/04/03) محفزا قويا ساعد في إبراز العبقرية الفكرية للعمل الإذاعي والتقني، وتحديد المنهج الاستراتيجي للإذاعة الوطنية في فضاء الإعلام المفتوح والتحولت السياسية الدولية والتطور التكنولوجي الملازم لمؤثرات العولمة الجارف، الذي تفتنت لخطره مجموعة من الإطارات الإذاعية الوطنية، من صنع الجامعة الجزائرية، في الانفلات والتوجه نحو تجسيد فكرة الإعلام الحوارية المتمثل في الإذاعات المحلية، باعتبارها وسيلة اتصال جماهيرية ملازمة لأفراد المجتمع المشترك المصالح، الحدود المعالم، كالبلدية والدائرة والولاية والناحية والإقليم، وفق مخطط إنجاز عمل هادف يحمل شعار "لكل ولاية إذاعة محلية" الرامي إلى تعزيز القدرات الشعبية وتوجيه المواطنين نحو المساهمة في مختلف النشاطات اليومية، ولاكتساب حس مدني محلي فعال<sup>2</sup>، حيث انطلقا من سنة 2002 وضعت الإذاعة المركزية عدة برامج تقضي بإنشاء إذاعات جهوية، على أن يتم توسيع النطاق بالنسبة لباقي ولايات الوطن، وهذا وفق مبدأ لكل ولاية إذاعة محلية، وفي هذه الفترة كانت بداية تبلور الإهتمام بمجال الإعلام المحلي المسموع وأهدافه من منطلق إعلامي وثقافي مدروس وهذا نتيجة

<sup>1</sup> - شعباني مالك: دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، رسالة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، جامعة قسنطينة، السنة الجامعية 2005-2006، ص 130

<sup>2</sup> - عمر بن عيشة: مرجع سابق، ص 11

الاستفادة من تجارب الإذاعات الجهوية السابقة<sup>1</sup> ليصل عدد الإذاعات المحلية بالجزائر اليوم إلى 48 إذاعة بعدد ولايات الوطن، حيث تبث برامجها حتى على شبكة الإنترنت بعد أن تبنت إدارة مؤسسة الإذاعة الجزائرية نظام الرقمنة مساندة للطفرة النوعية التي يعرفها العالم في مجال البث الإذاعي، وقد وصل عدد المستمعين الذين تابعوا برامج الإذاعة الجزائرية بمختلف قنواتها عبر شبكة الإنترنت إلى 27 مليون مستمع خلال الستة أشهر الأخيرة من سنة 2012، وأوضح الإحصائيات المتوفرة على الموقع الإلكتروني للإذاعة الجزائرية بأن إذاعة جيل أف أم تحتل الصدارة بمجموع 7.562.246 زائر مستمع متبوعة بإذاعة البهجة التي زار موقعها 5.838.724 مستمع. أما بالنسبة للقنوات الوطنية و الإذاعات الموضوعاتية فتأتي القناة الثالثة في المرتبة الثالثة بمجموع 3.354.210 زائر مستمع، تليها القناة الأولى 3.328.760 مستمع زائر فالثانية بعدد من الزوار يصل إلى 1.572.290 مستمع متصفح ثم إذاعة القرآن الكريم و الإذاعة الثقافية بمجموع 560.200 زائر مستمع فإذاعة الجزائر الدولية بمجموع 336.456 زائر مستمع. وتأتي إذاعة الطارف في طليعة الإذاعات المحلية متقدمة أيضا على الإذاعات الموضوعاتية بمجموع 588.631 زائر مستمع و بعدها إذاعة عنابة التي استقطبت 414.667 زائر مستمع ثم إذاعة قسنطينة بـ 330.772 زائر مستمع تليها إذاعة سطيف بـ 306.89 زائر مستمع و إذاعة وهران بـ 287.654 زائر مستمع<sup>2</sup>.

والحقيقة أن هذه النجاحات التي حققتها مؤسسة الإذاعة الجزائرية في إرساء محطات إذاعية محلية لم تكن لتحقق أهدافها، لو لم تصاحبها نجاحات أخرى تقنية مواكبة للتحويلات العلمية والتكنولوجية التي يشهدها العالم في مجال عصرنة القطاع، خصوصا بعد انتهاء نظام الرقمنة عوض النظام التماثلي، زيادة على اعتماد موجة التمثيل الترددي "FM" وتعميمها على كافة الإذاعات المحلية لما تتميز بها من جودة ونقاء الصوت، في حين تم الإرتقاء على الموجة المتوسطة "AM" بإحدى عشر إذاعة محلية موجودة بمنطقة الجنوب الجزائري نظرا لشساعة المساحة، كما تقررت الزيادة في طاقة أجهزة البث والإرسال والبث على القمر الصناعي NSS7، لإيصال الصوت إلى أبعد نقطة من الحيز

<sup>1</sup> - مسعودة جودي، تجربة الإعلام المحلي في الجزائر، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007

ص88،

<sup>2</sup> - <http://www.aldjadidonline.com> . ت د: 2013/04/20

الجغرافي العاملة بها المحطة، وكذا القضاء على نقاط الظل لتمكين كل السكان من التقاط برامج إذاعتهم<sup>1</sup>.

وعموماً، فالتجربة التي خاضتها الجزائر في مجال الإذاعات المحلية، وإن كانت حديثة وترتبط بالتجربة الديمقراطية والتحويلات السياسية التي عرفتتها، فهي تتميز بالميزات التالية:

- المحطات الإذاعية التي تم إنشاؤها تمثل مشروعاً من مشاريع الإذاعة الوطنية، وبالتالي فهي فروع لهذه المؤسسة.

- تجربة الإذاعات المحلية تدخل ضمن الخدمة العمومية، وبالتالي فهناك دائماً حالة احتكار، مع أن قانون الإعلام لسنة 1990 أن يسمح بتحرير الموجات وإطلاق المشاريع الخاصة.

- سبق إنشاء المحطات المحلية للهياكل المديرية لها، فكان إنشاء مديرية تنمية الإذاعات المحلية، والتي من مهامها تسيير هذه المحطات وتنسيق مهامها وتوجيه برامجها في سبتمبر 1993، في حين أن عدد المحطات في هذا التاريخ كان قد بلغ خمس محطات، وإطلاقها السريع و المفاجئ كان يعبر عن مسايرة الوضع العام أكثر منه الحاجة إلى الإذاعة المحلية.

وما يمكن قوله، أن الدوافع و الأسباب المباشرة التي أدت إلى فتح الباب على مصراعيه أمام إنشاء الإذاعات المحلية بالجزائر وجعلها في مقدمة ترتيب البلدان العربية والإفريقية التي تحوز أكبر عدد من هذا النوع من الإذاعات تتلخص فيما يلي<sup>2</sup>:

- المعطيات الجديدة التي أفرزتها التعددية كان إلزاماً على قطاع السمعي البصري وخاصة الإذاعي الذي لا يتطلب استثمارات كبرى أن يقترب أكثر من المواطن من خلال فتح إذاعات محلية في الولايات الداخلية.

- ظهور الصحافة الخاصة، حيث غيرت من صورة الحقل الإعلامي في الجزائر.

- الرغبة في فك العزلة الثقافية والإعلامية عن المناطق الداخلية النائية حتى تكون حافزاً جديداً في التنمية المحلية في كافة المجالات.

<sup>1</sup> - أحمد شرماطي: الإذاعات الجهوية في الجزائر كسب رهان الحوارية، مجلة الإذاعات العربية، ع2، 2010، ص147

<sup>2</sup> - نور الدين توائي: مرجع سابق، ص ص 143-144

- الطلبات التي ميزت هذه الفترة من الجهات المعنية لإنشاء هياكل بث تسمح بإيصال صوتها إلى المناطق البعيدة.

### 3- خصائص الإذاعة المحلية:

الإذاعة والتلفزيون هما الوسيلتان الإعلاميتان اللتان تستطيعان استقطاب أكثر عدد من الجمهور، من خلال برامج وحصص متنوعة وهادفة، سواء إخبارية، ثقافية، تربوية، دينية، اجتماعية... الخ، نظرا للخصائص التي تتميز بها كل وسيلة عن بقية الوسائل.

أما الإذاعة المحلية، فهي تنفرد بعدد من الخصائص التي تميزها عن جميع هذه الوسائل وحتى عن بقية الإذاعات من جنسها، سواء أكانت وطنية، إقليمية أو دولية، ولعل أهم هذه الخصائص التي بوات الإذاعة مكانتها المرموقة بين الإذاعات الأخرى ما يلي:

- تعتبر الإذاعة المحلية أقوى جهاز إعلامي تأثيرا في الرأي العام المحلي، لأنها تخاطب مستمعا معينا ومجتمعاً محدود العدد، مجتمعاً له خصائصه الاجتماعية، الثقافية، البيئية والإقتصادية المتميزة.
- جمهورها مصغر ومحدود ومعروف نسبياً في المنطقة التي يكون فيها، فهي موجهة إلى جمهور محدد بالمكان مما يضيق أو يتسع، كالحي والقرية والمدينة والجهة والإقليم، ومحدد بالهوية، إذ تجمع بين أفراد روابط اجتماعية وثقافية واقتصادية مثل اللغة أو اللهجة والعادات والتقاليد والأنشطة الاقتصادية، ما يجعله مميزاً عن غيره كلياً أو جزئياً، وتعد محلية الجمهور من بين المقومات الأساسية لمحلية الإذاعة<sup>1</sup>.
- تمثل أدوار تنطلق من الشواغل والرهانات المحلية، كأن تكون الإذاعة في خدمة التنمية المحلية أو التراث المحلي، فتسعى بما تغطيه من أحداث وما تثيره من نقاش وما تطلقه من مبادرات إلى لعب دور الوسيط بين السكان المحليين أنفسهم وبين هؤلاء ومراكز القرار المحلية وغيرها، وهي في حالات كثيرة تنأى بذلك عن الدواعي التجارية والربح المادي فتكون محليتها على قدر توفيقها في فتح سبل التواصل فيما يهم الشأن المحلي<sup>2</sup>.

- برامج الإذاعة المحلية نابعة من المجتمع المحلي في حد ذاته وتعكس تقاليده وتراثه وعاداته واهتماماته<sup>3</sup>، حيث تسعى هذه البرامج إلى تلبية ميول وأهواء هذا المجتمع وحاجات أفراده المختلفة وتقترب من مشاكلهم.

<sup>1</sup> - زهير بن حمد: مرجع سابق، ص 68

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 69

<sup>3</sup> - نور الدين توائي: مرجع سابق، ص 146

- اللغة التي تستعملها متجانسة مع لغة المجتمع المحلي، وتتسم باستعمال مفردات ولغة مبسطة سهلة الفهم سواء كانت لغات رسمية أو لهجات، ويستطيع حتى الأميون فهمها، وهو ما يعتبر كعامل هام في نشر الثقافة بين الأوساط الشعبية وإحياء التراث المحلي.

- الرسالة المذاعة أكثر فاعلية من الرسائل الشفوية، لأنه لا يمكن تقويتها بواسطة الموسيقى و التأثيرات الخاصة، التي تجعل الانطباع الذي تتركه قويا،

- سرعة نقل الخبر المحلي لبساطة الأجهزة المستعملة "الراديو"، وهو ما يكسب الإذاعة المحلية خاصية الفورية في إذاعة الأحداث و الأخبار التي تحدث بصفة مفاجئة مثل: أخبار الكوارث و غرق السفن، و تحطم الطائرات و انفجار المصانع، والفيضانات والأعاصير... إلخ، ومتابعة تطورات هذه الأحداث لحظة بلحظة الإستماع إلى برامجها في أماكن مختلفة، سواء في الشارع، البيت، المقهى والساحات العمومية وحتى عند السفر بوسائل النقل المختلفة، فهي لا تحتاج إلى أي مجهود من جانب المستمعين فكثير من الناس لديهم وقت للقراءة أو للاطلاع، و الراديو الوسيلة السهلة التي تجعلهم على علم بما يحدث.

- تعتمد على المراسلين داخل القرى والبلديات التابعة للمنطقة التي تبث فيها، حيث يقدم هؤلاء تقارير حول أحداث هذه التجمعات الصغيرة، وتتناول القضايا والمسائل التي يعاني منها المواطنين وتشغل بالهم، وذلك من اجل معالجتها وإيجاد الحلول المناسبة.

- إن الإذاعة المحلية تنقل واقع المجتمع لذا لا بد أن يكون هناك اتصال وثيق بينها وبين أجهزة الحكم المحلي فهي وسيلة توثيق بين الجمهور وبين الإدارات والهيئات المسؤولة في المجتمع المحلي ، وبواسطتها يتم تبادل المعلومات والآراء فتقدم أجهزة الحكم المحلي والخطط والتعليمات والقرارات إلى المواطنين المحليين وفي نفس الوقت تنقل آرائهم وأفكارهم ومطالبهم وشكاويهم إلى هذه الهيئة ، إذ تعتبر الإذاعة المحلية نوع من الرقابة الشعبية فتمثل أفراد المجتمع المحلي وتهتم بتلبية حاجياتهم وحل مشاكلهم<sup>1</sup>.

- عدم اشتراط التخصص، فالإذاعة المحلية غير الإذاعة المتخصصة تلك التي تتخذ طابعا إخباريا أو موسيقيا أو دينيا أو تربويا لا تتعداه، وربما اختصت في مجالات أضيق، من قبيل حركة المرور أو

<sup>1</sup> - عبد المجيد شكري: مرجع سابق، ص 77



- أحوال الطقس، وربما كان اختصاصها فنويا بتوجهها إلى كبار السن أو ذوي الحاجات الخصوصية أو أنصار جمعية رياضية أو محبي البيئة والطبيعة، وقد يحدث الجمع بين الجانبين المحلي والمتخصص<sup>1</sup>.
- تتيح الفرصة أمام كل فرد من أفراد المجتمع المعني كي يبدأ بالاتصال، ويشارك في إنشاء البرامج وإدارة المحطة .
- تستخدم أدوات تكنولوجية تتناسب مع القدرات الاقتصادية لأفراد المجتمع، بحيث لا تؤدي إلى الاعتماد على مصادر خارجية، كما أن الأساس في تقديمها هو دفعها القوي لخدمة ورخاء المجتمع وليس مطاعم تجارية.
- كما يمكننا أن نضيف خاصية أخرى تتعلق بالإعلان والإشهار، فالإذاعة المحلية تخصص مساحات لبث الرسائل الإشهارية والخدمات الإعلانية، وما يميزها في ذلك هو تعاملها مع معلنين محليين بكثرة، وأغلبهم يملكون مؤسسات صغيرة أو متوسطة الحجم، وهذا لا يمنعها من التعامل مع كبار المعلنين إما عن طريق الوكالات الإشهارية أو بطريقة مباشرة، كما أنها توفر مساحات خدمتية تخص أبحاث في فائدة العائلات، مواعيد الصلاة في النطاق المحلي، الأحوال الجوية، النقل.. الخ.
- 4- وظائف الإذاعة المحلية:**

- ترتبط وظائف الإذاعة بالبرامج التي تقدمها يوميا، أو أسبوعيا أو حتى شهريا، فالبرامج المقدمة إذا هي التي تحدد الوظائف المرجوة، وعلى ذلك تختلف الوظائف من إذاعة لأخرى لاسيما بعد ظهور الإذاعات المحلية، فضلا عن اختلاف أو تباين المستوى الحضري والتعليمي و الثقافي من منطقة لأخرى الذي يتدخل في تحديد نشاطات الإذاعة المحلية في خدمة جمهورها، ويمكن أن نبرز أهم وظائف الإذاعة المحلية باعتبارها وسيلة إعلامية حوارية في النقاط التالية:
- تقريب المواطنين بصناع القرار المحلي، فتضييق الدائرة الإعلامية في محيط محدد ستجعل من المواطن و المسؤول شريكين في تحقيق رغبة ذات مصلحة وفائدة، ناهيك أن البث المباشر للبرامج، وهو نوع اتسع نطاق العمل به في الإذاعة المحلية، سيسمح بتعويد المستمع على إبداء الرأي في شؤونه المحلية بما يخدم المجموعة الوطنية<sup>2</sup>، وهو ما يساهم من جهة أخرى، في ترقية الفعل الديمقراطي وحرية التعبير من خلال النقل الأمين لآراء المواطنين. كما أن الإذاعة المحلية تؤدي دور الوسيط بين السلطة والمواطن في

<sup>1</sup> - زهير بن حمد: مرجع سابق، ص 69

<sup>2</sup> - محمد الأمين مواقي: مرجع سابق، ص 28



المناطق التي تكون في بعض الأحيان شبه معزولة عن الإعلام إلا في المناسبات والأحداث الوطنية الكبرى، و في هذا السياق يقول "ويليام كولمن" مدير إذاعة "غانا": (إن الإذاعة لا تنقل المعلومات إلى سكان الريف، و تشجع و تنشط الجهود و الذاتية فحسب، بل تمد رؤساء الحكومات بالمعلومات اللازمة لتوجيه الموارد و اللازمة لتوجيه الموارد والمواطنين نحو تدعيم أوجه النشاط اللازمة لحل المشاكل التي تستلقت انتباههم)<sup>1</sup>.

- تلعب الإذاعة المحلية دورا مهما في مجال التنمية الشاملة على مستوى المجتمع المحلي، وذلك من خلال نشر الأفكار وتغيير الاتجاهات والسلوكيات و بث الشعور في أفراد المجتمع بضرورة وإلزامية التجديد والإبتكار من أجل حل المشكلات المختلفة، والسعي إلى تحقيق التقدم والتطور، كما أنها تلعب دورا في التنمية الاجتماعية للمجتمع المحلي و ذلك من خلال برامجها ذات الطابع الاجتماعي الإرشادي التوعوي التي تسعى إلى ترشيد الاتجاهات و تعديلها لما هو أحسن و أفضل لهذا المجتمع، كما تحرص على التقديم لمختلف القيم الايجابية و البناء لهذا المجتمع و المعالجة للقيم السلبية السائدة في المجتمع و القضاء على المشاكل الاجتماعية التي تعوق تنمية وتطوير المجتمع المحلي، فهي من خلال برامجها تشارك في علاج و مواجهة القضايا ذات الصلة بتنمية و تطوير المجتمع المحلي.<sup>2</sup>

- نشر الثقافة والتعليم ومحو الأمية وتشجيع مختلف الفنون والترويج لها، وهذه مسالة تبقى بالنسبة للمجتمعات العربية حيوية، بل من الأولويات التي ينبغي أن يوضع لها تصور خاص بالنسبة للإذاعة المحلية، فتقريب الميكروفون من المواطن سيكشف عن المواهب والطاقات الإبداعية، ويحيي التراث المحلي في نفوس المستمعين، مما يجعلهم دائما مرتبطين بكل ما هو أصيل و نابع من ثقافتهم.<sup>3</sup>

- الخدمة : يقصد بها الخدمة الإذاعية المحلية وبخاصة في البلاد ذات المساحة الواسعة والأقاليم المتعددة ، وذات المستويات والفئات النوعية ، وإن كان الأساس هو الخدمة المحلية المتعلقة بالبيئة والمجتمع المحدود ، وأخبار الأفراد والجماعات ، والطقس والطرق والمدارس والامتحانات والإنتاج والأسعار والسوق وحل مشاكل كل الجماهير والصحة والفن والإبداعات المحلية والإبداعات في الأدب والسفر والرسم والتصوير.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - [www.kanz-redha.blogspot.com](http://www.kanz-redha.blogspot.com) . ت د : 2013/04/17

<sup>2</sup> - نوال محمد عمر: الإذاعات الإقليمية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص 56

<sup>3</sup> - محمد الأمين موقاي: مرجع سابق، ص 28

<sup>4</sup> - حسين أبو شنب: الفن الإذاعي ، مكتبة الجزيرة ، غزة ، 2004 ، ص 26

- تشجيع المواهب وإبرازها في مجالات الإبداع المختلفة، العلمية، الثقافية، الرياضية... الخ<sup>1</sup>، فاكتشاف المواهب الفنية و الأدبية والعلمية أيضا، والعمل على بلورتها من خلال إتاحة الفرصة كاملة لكل هؤلاء لكي ينطلقوا من الإذاعة المحلية، ومنها إلى مختلف أنحاء العالم. وما يمكن قوله فيما يخص تحديد الوظائف للإذاعة المحلية، أنها لا تخرج عموما عن نطاق وظائف الإذاعة بفارق بسيط يتجلى في كون هذه الوظائف الثابتة تكون ذات طابع محلي صرف، لذلك نجد عبد الحميد شكري عددها كما يلي<sup>2</sup>:

أ- الوظيفة الإخبارية: الأخبار في الإذاعة المحلية لا يقصد بها مجرد الأخبار المحلية بل الأخبار التي تهم أفراد المجتمع المحلي، سواء كانت محلية، قومية، أو عالمية فجمهور الإذاعة المحلية يريد معرفة أخبار الوطن وأيضا أخبار العالم، بل إن هناك من الأخبار القومية والعالمية ما له ارتباط وثيق ومباشر بالمجتمع المحلي.

ب- الوظيفة التعليمية والتثقيفية: مما لا شك فيه أن الأمية من العوامل المدمرة لكافة عمليات التنمية والتطور، والإذاعة المحلية تستطيع القيام بدور فعال في محو الأمية، لا عن طريق تقديم برامج يتعلم بواسطتها الأفراد الأميون القراءة والكتابة، لكن الإذاعة المحلية تستطيع أن تلعب دورا أساسيا في التوعية بالمشكلة وحث المواطنين الأميين على التقدم لمدارس محو الأمية من اجل محو أميتهم، إما البرامج التعليمية فالإذاعة المحلية تلعب دورا كبيرا في تقديمها كخدمة للطلبة والطالبات في المدارس، والمعاهد، وفي الجامعات أيضا، دون أن ننسى البرامج الدينية، التي تساهم في دعم القيم الروحية بتقديم المفاهيم الصحيحة، بعيدا عن الخرافات و البدع المستحدثة التي تحاول تضليل الأفراد بأفكار دخيلة.

ج- الوظيفة التنموية: ويتمثل دور الإذاعة المحلية هنا في المجال الاقتصادي خاصة، وذلك من خلال الإعلانات التجارية و البرامج الإرشادية و" التوعية وبالمشكلات القائمة وبال الحاجة إلى التنمية مع إبراز الأسباب وتقديم الحلول... وإبراز أهمية مشاركة المواطنين الايجابية في عمليات التحول، وإتاحة الفرصة للأفراد والجماعات لمناقشة مشكلاتهم معا وبحضور المسؤولين. والتأكيد على الحلول القائمة وكذا التأكيد على الحلول القائمة على الجهود الذاتية مع تنمية المهارات بتقديم المعلومات والإرشادات المتعلقة بالزراعة والصناعة والتجارة وتربية الحيوان والنظم التعاونية، وتأكيد الرقابة

<sup>1</sup> - أحمد شرماطي: مرجع سابق، ص 148

<sup>2</sup> - عبد الحميد شكري: مرجع سابق، ص 98 99

الشعبية على عمليات تنفيذ المشروعات التي تقوم بها الدولة ومتابعة التنفيذ وتحريك الأفراد وتوجيههم نحو الهدف الصحيح ومساعدتهم<sup>1</sup>.

د- الوظيفة الترفيهية: لا يقل هذا الدور للإذاعة المحلية أهمية عن الوظائف الأخرى، فهي تربط تلك الوظائف ببعضها إذ أنها تعلم وتنمي وتثقف، وكل ذلك في قالب هزلي أو مسابقة قد يكون كل هذا ذا بعد غير مباشر.

### 5- جمهور الإذاعة المحلية:

يعني مصطلح الجمهور فئة أو جماعة من الناس تتميز عن غيرها بخصائص أو صفات خاصة وتجمع أفرادها صفات مشتركة أو روابط معينة، كما عرفه آخرون بأنه جماعة متضامنة مع أفراد وجدوا أنفسهم مؤقّتا ومجموها بقيم مشتركة وأصبحوا يعانون عواطف وانفعالات متشابهة، ومع ظهور وسائل الاتصال أكتسب مصطلح الجمهور شكلا آخر وأصبح يعني أولئك الذين يستقبلون وسائل الاتصال الجماهيري وينتشرون في أماكن مختلفة ويشكلون أعدادا كبيرة من الناس<sup>2</sup>. ويفهم من هذا التعريف بأن الجمهور جماعات كبيرة مختلفة ومتباينة متنوعة وموزعة في أماكن متفرقة بحيث يصعب الاتصال بها إلا من خلال أنظمة الإنتاج والتوزيع الجماعية التي تلقي بالرسائل الاتصالية المتماثلة في وقت واحد، أي أن التطور الحديث أوجد وسائل تستطيع نقل الأصوات والحركات والألوان إلى الناس أينما كانوا مما جعل منهم جماهيرا لوسائل الاتصال، ويتكون الجمهور من أفراد مختلفي الأعمار والأجناس والطبقات الاجتماعية والاقتصادية ومن مختلف المراكز والمهن والمستويات الثقافية وهم يرتبطون عادة فيما بينهم بجماعة أو عدد من الجماعات كالعائلة والأصدقاء وطلبة الجامعة وجماعة العمل وتلاميذ المدارس ولكنهم في الغالب يجهل بعضهم الآخر.

إن هذا المزيج والواسع للجمهور يعطي لوسائل الاتصال الجماهيري قدرة أخرى إضافة إلى استقباله بصورة مباشرة من قبل الأفراد فأن أولئك الأفراد ينقلون بدورهم بعض المعاني إلى الجماعات التي ينتمون إليها، وهذا الاتجاه السائد يبرز نشاطا ثقافيا يؤثر في أغلبية الناس دون أن ينتظروا هم ذلك<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 104

<sup>2</sup> - ملفيزل وبفلير ساندرابول - روكيتس، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1992، ص 27

<sup>3</sup> - كلوس روجر، الجمهور ووسائل الاتصال الجماهيرية، ترجمة تناصر توفيق، المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية، السنة الأولى، ع 2، 1971، مركز مطبوعات اليونسكو، القاهرة، ص 78

والجمهور وسائل الاتصال الجماهيري عددا من الخصائص التي تميزه وتجعل منه ليس مجرد حشد يضم أفرادا ليس لديهم انتماء مشترك أو اتفاق أو تنظيم وبذلك فهو يختلف عن الحزب أو النقابات المهنية ويمكن القول أن جمهور وسائل الاتصال الجماهيري يتميز بما يأتي:

- 1- أنه متنوع في تركيبه : إذ يضم أفرادا ينتمون إلى جماعات مختلفة في المجتمع.
- 2- أعداد الجمهور كبيرة.
- 3- لا يعرف القائم بالاتصال أفراد الجمهور معرفة شخصية.

لذا يشترط الباحثون في علم الاتصال على المرسل أن يجمع أقصى ما يستطيع من معلومات عن الجمهور ، ويرى الكثير منهم أن خصائص الأفراد الأولية تؤثر على عاداتهم الإتصالية أكثر من العوامل المتصلة بشخصيتهم ومن هذه السمات والخصائص:

- أولا : التعليم : ويؤثر نظام التعليم في أي مجتمع من المجتمعات على أبناء هذا المجتمع ، فالجماهير التي يسودها نظام تعليمي يهتم أساسا بالقيم والاتجاهات الجديدة ويفتحوا الباب للتعليم في مراحل المختلفة بأبنائه دون تميز أو معوقات ويحترم الفروق الفردية ويشجع على الابتكار والخلق تتصف بأنها جماهير واسعة الأفق، جادة التفكير ، عملية الاتجاه تنزع إلى التجديد والابتكار. فقد أثبتت الدراسات المختلفة أن هناك ارتباطا إيجابيا بين مقدرة الفرد الذهنية ودرجة استيعابه للرسالة الإعلامية، معنى هذا أن استيعاب الأفراد للمعلومات أكبر دائما عند الذين حصلوا على نصيب أكبر من التعليم الذين يتمتعون بقدرات ذهنية عالية<sup>1</sup>.

إن زيادة التمدن والتحضر تؤدي إلى زيادة نسبة التعليم وبالتالي ازدياد نسبة التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري.

أما الجماهير التي يسودها نظام تعليمي متأخر ونسبة التعليم فيها منخفضة يقف أفرادها عاجزين بعض الشيء أمام ممارساتهم لحقهم في الاتصال، لذلك توصف بأنها جماهير جامدة ومنغلقة<sup>2</sup>.

- ثانيا: العمر: ينقسم الجمهور إلى فئات عمرية مختلفة، وهذا الاختلاف يؤثر على عادات اتصال كلا منهم حيث تؤكد الدراسات المختلفة وجود اختلاف سلبي واقع بين صغار السن أو الشباب والاهتمام بالشؤون العامة، فكلما ارتفع السن يتحول الاهتمام من الخيال إلى الواقع ففي حين يميل

<sup>1</sup> - يوسف مرزوق، المدخل إلى علم الاتصال، دراسات إعلامية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1988، ص 15

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 101

الصغار إلى الخيال يميل الكبار إلى البحث عن المواد الجادة المقروءة والمسموعة و المرئية حيث يتسم هذا النمط من التعرض لوسائل الإعلام بقدر كبير من الثبات وعدم الهروب من الواقع<sup>1</sup>. وهناك عاملان أساسيان لهما دور كبير في تحديد الخصائص والسمات للجمهور هما:

أولاً: العوامل النفسية وهي العوامل والمتغيرات النفسية ذات الدلالة التي تؤثر على الاستجابة لعملية الاتصال والسلوك وترتبط هذه العوامل بأنماط الحياة التي تنمو من خلال عضوية للجماعات والخلفيات الثقافية للأفراد وأنواع ومستويات التعليم.

ثانياً: انطباعات الجمهور عن الموضوع ويستهدف تقسيم الجمهور طبقاً لتصوراته الذهنية.

إذا كنا نتحدث عن جمهور الإذاعة المحلية، فلا بد أن يكون المجتمع المحلي، لأنها موجهة إليه بالدرجة الأولى بل وأنها ذات طابع محلي ملزم ومرتبطة بنوعية الحياة في ذلك المجتمع على الرغم من واجهها العام وهو الإعلام والترفيه والتثقيف، فالإذاعة جهاز إعلامي يخدم مجتمعاً محلياً محدود العدد فوق أرض محدودة المساحة، يؤدي معظم أفراد نشاطه اقتصادياً رئيسياً محددًا وقد يكون النشاط الرئيسي الذي يمارسه أفراد المجتمع نشاطاً زراعياً، فيكون المجتمع زراعياً... ونصف النشاط الذي ينسب بأنه النشاط الرئيسي لأنه لا بد من قيام العديد من الأفراد في كل مجتمع بامتهان حرف أخرى متنوعة ترتبط بخدمة النشاط الرئيسي وأفراده، ويجمع بين الجميع المصالح الاستيطانية، والمصالح المتعلقة بالنشاط ذاته والحرف التي يمارسها الأفراد، ففي المجتمع الريفي في القرية نجد أن معظم أفراد هذا المجتمع يمارسون نشاطاً اقتصادياً واحداً هو الزراعة، وتقوم إلى جانب الزراعة بعض الحرف الأخرى المرتبطة بهذا النشاط. هذه المصالح أصبحت مصالح شخصية لكل فرد من أفراد المجتمع المحلي، وهذا الذي نتحدث عنه في القرية، إنما نجد أيضاً في كل أشكال وأنواع الحياة كالمدينة والشارع والحى، وذلك طبقاً للنشاط الرئيسي لكل مكان<sup>2</sup>.

إن العلاقات السائدة بين أفراد المجتمع المحلي، علاقات وثيقة نتيجة وجود ما أسميناه بالمصالح الاستيطانية، ونتيجة ارتباط العديد من أفراد هذا المجتمع بأواصر القرابة والنسب والمصاهرة... كما تسود كل مجتمع المستويات المادية للأفراد، بل ومع وجود فوارق ثقافية نتيجة حصول البعض على درجات متفاوتة من الدراسة والثقافة في المدارس والجامعات، لاسيما في حالات القرابة من الدرجة

<sup>1</sup> - جيهان أحمد رشدي، الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، دار الفكر العربي للنشر، القاهرة، 1981، ص 4

<sup>2</sup> - عبد المجيد شكري: مرجع سابق، ص 12-13

الأولى مثلما هو الحال في جيل الآباء والأبناء، ففي مجتمع ريفي قد نجد الأب الفلاح له عدة أبناء، لكن الكبار منهم يعملون في الزراعة، وقد نجد من يعمل شرطياً، أو معلماً، أو طبيباً، وطالما كانت الإقامة داخل المجتمع المحلي فالسمات الأساسية له وما يجمعهم من وحدة فكرية وتراثية وثقافية، تجعلهم مجتمعاً متجانساً، تؤكد هذا التجانس المصالح المتشابكة للأفراد والجماعات داخل المجتمع المحلي.

ولا يجب أن نفهم من هذا القول الذي سبق ذكره، أن جمهور الإذاعة المحلية ينحصر فقط في المجتمع المحلي، لأنه يتعدى ذلك وقد يكون حتى من خارج الدولة، لكن الجمهور المستهدف للإذاعة المحلية بالميزة أو الصفة الخاصة، هو المجتمع المحلي، ولعل دور الإذاعة هنا بالنسبة لمجتمعها هو محاولة التفاعل مع أفرادها، وكيف لا وهي جزء منه، وإن هذا التفاعل لا يكون إلا بدراسة احتياجات ومتطلبات ومشاكل هذا المجتمع المحلي، والعيش معها وجعلهم يرون أنفسهم من خلال إذاعتهم، وذلك بإعطاء الحق لهم في المشاركة والتعبير وطرح المشاكل العامة للنقاش الحر، دون التحيز والميول إلى غير ذلك، كما يمكن إجراء بحوث أو دراسة وتحليل للبرامج ذاتها التي تقدم مضمون رسالتها وأهدافها، والقيام كذلك بالنزول إلى المستمعين وإجراء دراسات استطلاعية.

# الفصل الثالث

– الإعلام الإسلامي والبرامج الدينية الإذاعية –

## الفصل الثالث: الإعلام الإسلامي والبرامج الدينية الإذاعية:

### أولاً: الإعلام الإسلامي

- 1- بداية ظهور الإعلام الإسلامي
- 2- خصائص الإعلام الإسلامي
- 3- وظائف الإعلام الإسلامي
- 4- أهداف الإعلام الإسلامي

### ثانياً: البرامج الدينية الإذاعية:

- 1- خصائص البرامج الدينية الإذاعية
- 2- أشكال البرامج الدينية الإذاعية
- 3- إعداد البرامج الدينية الإذاعية



أولاً: الإعلام الإسلامي:

- 1- بداية ظهور الإعلام الإسلامي
- 2- خصائص الإعلام الإسلامي
- 3- وظائف الإعلام الإسلامي
- 4- أهداف الإعلام الإسلامي

جامعة القادريين  
العلوم الإسلامية

## مدخل:

يمثل العصر الذي نعيشه عصر الإعلام وبجدارة، حيث أن أغلب الناس يقضون وقتهم مع الإعلام استقبالا وتفاعلا كل بحسبه، وهذا التغلغل والنفوذ على مستوى الأفراد والأمم يتطلب من أصحاب الرسالة الإسلامية والدعاة والمصلحين الولوج الذكي والمدروس لتحقيق مجموعة من الأهداف الإسلامية، خصوصا في ظل التصور الشمولي للإسلام باعتباره منهجا للحياة، ودستورا لحركة الإنسان والمجتمع في هذه الحياة، حيث يقدم البدائل الإسلامية في مختلف مجالات الحياة، ومنها الإعلام، بجانبه النظري والتطبيقي، لما لهذا المجال من أهمية بالغة وخطيرة في توجيه عقول الجماهير، وتشكيل سلوكياتها في الحياة، في عالم تحول إلى قرية كونية، خصوصا وأنه نشأ وتطور في كنف الحضارة الغربية، فأصبح الإعلام أداة فعالة للقوى الغربية للعمل على تمكينه من بسط سيطرته، ونشر حضارته، والعمل على تشكيل العالم وفق الطريقة التي يريدها كل من النظام الدولي الجديد والعولمة في إطار النظريات الإعلامية الغربية، حتى أن آفة العالم العربي والإسلامي اليوم تتحدد في غياب إعلام قوي، يؤدي وظائف الحضارية بكل صدق، وهذا ما فتح الباب أمام الغزو الإعلامي الأجنبي، فأصبح العالم الإسلامي كله حقل تجارب لكل من هب ودب، من الشرق أو من الغرب سعيا لإفساد شعوبه وإبعادهم عن دينهم وحضارتهم، من خلال رسالة إعلامية تتسم بالآتي<sup>1</sup>:

- التضليل وإلباس الحق ثوب الباطل، وإظهار الجاني بمظهر الضحية، والعكس صحيح؛ ومن ذلك ما يشاع من ربط الإسلام بالإرهاب، وما ييثر ويتناقل من حب اليهود للسلام.
- البعد عن الدقة والعلمية عند الحديث عن المسلمين .
- التطفيف، وازدواجية المعايير، وسياسة الكيل بمكيالين.
- الانحياز التام ضد الفكرة الإسلامية الصحيحة، والسعي الدؤوب لزرع بذور التفرقة بين المسلمين.
- إحلال الرذيلة وإفساد الأخلاق ونشر العنف.

وما زاد من قوة وسلطة الإعلام الغربي وتأثيره بشكل محسوس على أفكار واتجاهات الجماهير بالعالم العربي والإسلامي، وإغراق مجتمعاتنا بمحتوى ورسائل إعلامية متشعبة بالابتدال والإسفاف والتجاوزات الأخلاقية، افتقارنا إلى إعلام قوي و هادف يعمل على ضوء المبادئ الإسلامية الداعية

<sup>1</sup> - نزار محمد عثمان: دور الرسالة الإعلامية في توحيد المسلمين حول قضاياهم الكبرى فلسطين نموذجا، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي: العمل الإسلامي بين الاتفاق والافتراق، جامعة الخرطوم — قسم الثقافة الإسلامية، 10- 12 جويلية 2004، ص2

للفضيلة في كل مناحي الحياة، ومن هذا المنطلق برزت الحاجة إلى ما اصطلح على تسميته بالإعلام الإسلامي، الإعلام الذي يعالج الثغرات التي أوجدتها العولمة، والإعلام الذي يساعد على حماية الحياة الخاصة للأفراد والأمن القومي للمجتمعات، والقادر على إيقاف التهديد الذي تمثله العولمة للذاتية الثقافية للأمم والشعوب العربية والإسلامية، والقادر أيضا على توفير العدالة في تدفق المعلومات لكل الأمم والشعوب الأخرى، وغيرها من القضايا التي ينبغي على الإعلام الإسلامي معالجتها وتقديم أفضل الحلول لها.

ولما كان العالم الإسلامي جزء لا يتجزأ عن غيره من الدول والمجتمعات التي تتعرض لما يبيث من برامج إعلامية مختلفة؛ فقد كان طبيعيا أن تتأثر كثير من هذه المجتمعات المسلمة بمضامين وأهداف الرسائل الإعلامية الصادرة من أجهزة الإعلام المختلفة، ولاسيما بعد سيطرة الشبكات الإذاعية والأقمار الصناعية. ولما كانت المصادر الإعلامية في معظمها بعيدة عن هدي الإسلام ومبادئه، أو على الأقل غير حريصة على تقديم مفاهيم الإسلام وتوجيهاته ضمن مضامين برامجها، فقد أتاح ذلك سيطرة ملموسة على ما يصل العقل المسلم من برامج منحرفة عن هدي الله، حتى أصبحت مثل هذه البرامج قضايا مسلما بها لدى بعض الناشئة، حيث لا بديل عنها تقدمه الدول والمؤسسات الإسلامية، والتي كانت، بل وما زالت، لا تمتلك تقنيات الاتصال الحديثة أو التنظير والتأصيل الإسلامي للرسالة الإعلامية<sup>1</sup>، فنحن إذا أردنا أن نقنع العالم بالدين الإسلامي كدعوة عالمية، لا بد أن يكون ذلك من خلال إعلام قوي، يستفيد مما وصل إليه التقدم المذهل في صناعة الاتصال<sup>2</sup>.

### بداية ظهور الإعلام الإسلامي:

يرى رئيس مركز الشرق الأوسط للدراسات الإستراتيجية الدكتور "أنور عشقي" في حوار نشرته صحيفة المدينة السعودية<sup>3</sup>، أن الإعلام الإسلامي بدأ من نهاية القرن التاسع عشر وحتى بداية القرن العشرين حينما بدأت رياح الثقافة الغربية تهب على الأمة الإسلامية والعربية، ووقتها كان العالم الإسلامي تحت مسماه وانبرى تحت ذلك بعض المفكرين الإسلاميين لإرساء هذا الإعلام الإسلامي. كانت البداية مع جمال الدين الأفغاني وكان له تلاميذ حملوا الراية من بعده ومنهم الشيخ محمد عبده، بعد ذلك حمل الراية اثنان من أشهر الإعلاميين والعلماء الإسلاميين وهما: "رشيد رضا"

<sup>1</sup> - أحمد حسن محمد: الإعلام الإسلامي ضرورة عصرية، مجلة البيان، العدد 233، 2007، ص 25

<sup>2</sup> - عاطف شحاتة زهران: الإعلام الإسلامي بين النظرية والتطبيق، مجلة الوعي الإسلامي، العدد 306، 1990، ص 110

<sup>3</sup> - <http://www.al-madina.com/node/381631>. ت خ 2013/03/25

و"محب الدين الخطيب"، فرشيد رضا كانت لديه جريدة "المنار" ومحب الدين الخطيب كانت له مجلة "البحث" التي تربي عليها الإمام حسن البناء، ومن هنا ظهر الإعلام الإسلامي الذي حافظ على الروح الإسلامية في مواجهة التيارات العلمانية التي كانت تغزو المنطقة الإسلامية.

ومثل غيره من الأنشطة الإنسانية، واجهت محاولات أسلمة العمل الإعلامي، عقبة فنية، لها علاقة بتحديد الجانب التطبيقي للمصطلح ونطاق عمله، فالمشكلة التي واجهت مصطلح (الإعلام الإسلامي)، لم تقف عند تعريف ماهية النشاط وطبيعة الممارسة، بل تعدتها كذلك إلى وضع آلية لتطبيق المصطلح نفسه، ووضع موضع التنفيذ بسبب تعقد النشاط الإعلامي، وتجاوزه مفهوم الممارسة الإعلامية البسيطة<sup>1</sup>، لذلك وجب التعرض لبعض التعريفات التي حاولت أن تلم بهذا المصطلح، مع العلم أن الباحثين المتخصصين في الإعلام لم يتفقوا على تعريف جامع له حتى الآن، فهو مصطلح لعلم جديد، وتعريفات العلوم لا تستقر ولا تتبلور إلا بعد بيان جوانبه المختلفة والاتفاق على أسسه ومبادئه والاستقرار عليها<sup>2</sup>، فنظرة الناس إلى الإعلام الإسلامي قد تقتصر على قياس إسلاميته من زاوية واحدة دون الإمام بجوانبه، وقد حدد بعض الباحثين نظرة الناس تجاهه بثلاث<sup>3</sup>:

- 1- النظرة الجغرافية التي تجعل كل إعلام صادر عن جهة إسلامية فهو إعلام إسلامي.
- 2- النظرة التاريخية التي تحصر الإعلام الإسلامي في إطار زمني ضيق.
- 3- النظرة التحزبية التي تستند إلى صور الممارسة الواقعية وتحصره في الصفحات الدينية والبرامج الدينية.

ورغم أن هناك بعضاً من جوانب الصحة حول مفهوم الإعلام الإسلامي من خلال النظرات الثلاثة إلا أنها لا تعبر تعبيراً صادقاً عن حقيقة الإعلام الإسلامي وأكثه، حيث إن النظرة الأولى تحجم الإعلام الإسلامي، وتقتصر إسلاميته على أنه صادر من بقعة إسلامية دون أي اعتبار إلى منهجه ومضمونه وأخلاقياته وأسلوبه.

<sup>1</sup> - ورقة قدمت في المؤتمر الأول لمركز الإمارات للدراسات والإعلام، بعنوان: "دولة الإمارات: الإعلام والثقافة، في ظل تحد رقمي وعالم متغير"، لندن، 24 - 25 ماي 2006

<sup>2</sup> - محمد خير رمضان يوسف: من خصائص الإعلام الإسلامي، إصدارات رابطة العالم الإسلامي، مكة المكرمة، السنة الثامنة، ع97، 1989، ص10

<sup>3</sup> - سعيد إسماعيل صيني: الإعلام الإسلامي النظري في الميزان، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 1997، ص21

وأما النظرة التاريخية فهي تطبق عليه فكرة الرجعية التي يتهم بها الإسلام إذ تفصله عن الواقع ومتطلبات العصر الحالي، مع إيماننا العميق بأنه يجب أن يكون شاملاً شمول الإسلام. وأما النظرة التجزئية فتلك نظرة تقصم ظهر هذا الإعلام وتظلمه وتضيق عليه رحابته بما يسمى بالصفحات الدينية أو الإعلام الديني الذي يعد خطراً على الإسلام بحذ ذاته؛ لأنه يجعل الإسلام شأنًا من شئون الحياة، فكما أن هناك برامج أو إعلام اجتماعي أو إعلام سياسي فهناك إعلام ديني.

### مفهوم الإعلام الإسلامي:

**الإعلام لغة:** بالعودة إلى قواميس اللغة العربية بحثنا عن معنى كلمة "الإعلام" بهذا التركيب اللفظي المستعمل السائغ لمدلول خاص معاصر؛ نجد عناء شديداً في الحصول على ذلك خاصة من مادة "ع ل م" حتى قال فيصل حسونة وهو يعرف الإعلام لغة: إنه مصطلح جديد دخل لغتنا العربية دون أن تعرفه معاجمها وقواميسها بما نعرف له من دلالة ومعنى في حياتنا اليومية وإلى الأمس القريب، وهو مستحدث تماماً وقد اشتق لغة من العلم ومن إيصال المعلمات الصحيحة للناس. و أننا إذا بحثنا في القواميس اللغوية لمادة "ع ل م" ومعانيها نجد ما يؤدي إلى الغرض المعاصر لكلمة الإعلام لغة من أنها "نقل المعلومات إلى آخرين عن طريق الكلمة أو غيرها بسرعة". وهذا هو المدلول الذي أشار إليه الراغب الأصفهاني في تقرير بين الإعلام والعلم بقوله "أعلمته وعلمته في الأصل واحد، إلا أن الإعلام اختص بما كان بإخبار سريع، والتعليم بما يكون بتكرير وتكثير حتى يحصل منه أثر في نفس المتعلم"<sup>1</sup>.

**الإعلام اصطلاحاً:** تعددت فيه التعاريف، واختلفت في المضمون والشمول للإعلام حسب المفهوم المعاصر؛ وذلك لاختلاف التصورات، وتباين الأفكار، وتضاد الأهداف التي أنيطت بهذا العلم ووسائله المعاصرة الحديثة وهي كثيرة جداً: منها القريب والبعيد، ومنها الدقيق وغير الدقيق. عرفه طلعت همام فقال: "هو عملية تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الناس وتجاوبهم وتعاطفهم في الآراء فيما بينهم وهو في هذه الحالة ظاهرة طورها الحضارة الحديثة وجعلتها خطيرة ودعمتها بإمكانات

عظيمة حولتها إلى قوة لا يستغنى عنها لدى الشعوب والحكومات على حد سواء"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - عبدالله قاسم الوشلي: الإعلام الإسلامي في مواجهة إعلام المعاصر، دار عمار للنشر والتوزيع، ط2، اليمن، 1994، ص ص 9-10

<sup>2</sup> - طلعت همام: مائة سؤال عن الإعلام، دار الفرقان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1403، ص 7

ويرى إبراهيم إمام أن الإعلام "هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاههم وميولهم"<sup>1</sup>.

وهناك تعريفات عديدة للمختصين في هذا الشأن، إلا أننا سنكتفي بالتعريف الذي أخذ به الكثير من الكتاب المعاصرين وقالوا بأنه أوضح تعريف، وهو تعريف العالم الألماني "توجروت"، حيث عرفه بأنه "التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت" أي أن الإعلام يكون صادقاً مجرداً عن الميول والأهواء غير متحيز، قائماً على أساس من التجربة الصادقة متمشياً مع الجمهور الذي يوجه إليه<sup>2</sup>.

أما الإعلام الإسلامي وبحسب كل ما تقدم ذكره، فلقد اختلفت وجهات النظر حول مفهومه، وتعددت آراء الباحثين حوله ولم يصلوا لتحديد مفهوم جامع مانع رغم أنهم بذلوا مجهودات يشكرون عليها، إلا أنهم قدموا جملة مفاهيم نورد أهمها فيما يلي:

- الإعلام الإسلامي حسب محي الدين حليم هو: "تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله بصورة مباشرة أو من خلال وسيلة إعلامية عامة بوساطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة متعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأى عام صائب يعنى بالحقائق الدينية وترجمتها في سلوكه ومعاملاته"<sup>3</sup>، كما أنه يرى أن "الأصل في الإعلام الإسلامي أنه إعلام عام غير متخصص لمجتمع مسلم أو دولة إسلامية أو حكومة إسلامية، لكن الواقع لمجتمعنا الإسلامية يحتم علينا القول بأن الإعلام الإسلامي في ظروفنا المعاصرة هو صورة من صور الإعلام المتخصص، وهو الإعلام الديني"<sup>4</sup>.

- يعرف الإعلام الإسلامي كذلك على أنه: "استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون عاملون بدينهم متفقهون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم والمبادئ والمثل

<sup>1</sup> - سيد محمد شنيطي: مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم، ط1، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، الرياض، 1406هـ، ص15

<sup>2</sup> - عبدالله قاسم الوشلي: مرجع سابق، ص10

<sup>3</sup> - محي الدين عبد الحليم: الإعلام الإسلامي: الأصول والقواعد والأهداف، مؤسسة اقرأ الخيرية، القاهرة، 1992م، ص 54

<sup>4</sup> - محي الدين عبد الحليم: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي، القاهرة، ط1، 1983م، ص 36

للمسلمين ولغير المسلمين في كل زمان ومكان في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب"<sup>1</sup>.

- كما أن هناك تعريفاً آخر يفرق بينه وبين الإعلام العصري، حيث يعرف الإعلام الإسلامي على أنه "أداة الدعوة لبلوغ هدفها وهو يتميز عن الإعلام غير الإسلامي بأنه إعلام ذو مبادئ أخلاقية وأحكام سلوكية وقواعد وضوابط لا يجحد عنها، مستمدة من دين الإسلام، وهو إعلام واضح صريح عفيف الأسلوب نظيف الوسيلة، شريف القصد عنوانه الصدق، وشعاره الصراحة وغايته الحق لا يضل ولا يضلل، بل يهدي إلى الحق والتي هي أقوم، ولا يعلن إلا ما يبطن ولا يتبع الأساليب الملتوية ولا سبل التغرير والخداع والميكيفلية"<sup>2</sup>.

- الإعلام الإسلامي هو "نقل المبادئ وشرحها شرحاً واضحاً وصحيحاً وثابتاً، ومستهدفاً تنوير الناس وتثقيفهم ومدعمهم بالمعلومات الصحيحة بموضوعية أيضاً، ومعبراً عن عقلية الجماهير، ومراعاة الأسلوب واللغة التي تخاطب"<sup>3</sup>.

- وهناك تعريف مجرد أتى به محمود كرم سليمان، إذا يعرف الإعلام الإسلامي على "أنه عملية الإتصال التي تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي وتؤدي جميع وظائفه المثلى، الإخبارية والإرشادية والترويجية على المستوى الوطني والدولي والعالمي، وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها وفيما يصدر عنها من رسائل و مواد إعلامية وثقافية وترويجية وتعتمد على الإعلاميين الملتزمين بالإسلام قولاً وعملاً، وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة والعامة"<sup>4</sup>.

ويرى "عبد القادر طاش" أن المفهوم البديل، بل المفهوم الحق للإعلام الإسلامي هو المفهوم المنهجي، الذي لا يجعل مقاييس إسلامية الإعلام مبنية على أساس الحدود الجغرافية والمكانية، أو الوضعية التاريخية المحدودة، أو الممارسة الواقعية الخاطئة للإعلام في الحياة، بل يبنى تلك المقاييس والمعايير على أساس المنطلقات الرئيسة والأطر الفكرية والاجتماعية والإنسانية المنبثقة من روح

<sup>1</sup> - عبد الوهاب كحيل: الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، عالم الكتب، بيروت، ط1، 1985، ص29

<sup>2</sup> - مالك بن إبراهيم ناصر الأحمد: الاستفادة من وسائل التقنية في خدمة الإعلام الإسلامي، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، ديسمبر 2011، ص3

<sup>3</sup> - محمد خير رمضان يوسف: من خصائص الإعلام الإسلامي، سلسلة كتب دعوة الحق، رابطة العالم الإسلامي، السنة الثامنة، ع 97، مكة، 1989، صص 11-12

<sup>4</sup> - محمود كرم سليمان: التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، ط1، 1988م، ص62



الإسلام وتصوراته الكلية وقيمه السامية، وعلى أساس الضوابط الشرعية التي ينبغي أن يسير الإعلام على هدي منها، ويلتزم بها في نشاطاته المختلفة وممارساته الواقعية. ولذلك، فالإعلام الإسلامي - بهذا المفهوم المنهجي - روح تسري في النشاط الإعلامي كله، تصوغه وتحركه وتوجهه منذ أن يكون فكرةً إلى أن يغدو عملاً منتجاً متكاملًا، مقروءاً أو مسموعاً أو مرئياً. وبذلك يصبح الإعلام الإسلامي منهجاً قويمًا تسير وفقه جميع النشاطات الإعلامية في كافة الوسائل والقنوات دون أن يجيد نشاط واحد منها عن الطريق، أو يتناقض مع النشاطات الأخرى سواء في الوسيلة الواحدة أو الوسائل المتعددة. وبذلك - أيضاً - يصبح الإعلام الإسلامي حكماً موضوعياً تتحاكم إليه جميع هذه النشاطات الإعلامية ثم لا يجد نشاط منها حرجاً في التسليم لحكمه والإذعان لتوجيهه<sup>1</sup>.

إن الإعلام الإسلامي يمثل جسراً له أهميته البالغة في تواصل البشر، وتنبع هذه الأهمية من الدين الإسلامي نفسه فهو دين دعوة، ودين إعلام، وما الإعلام الإسلامي إلا الوجه المعاصر للدعوة الإسلامية وما الفرق بينهما إلا حداثة كلمة الإعلام، وعراقة كلمة الدعوة<sup>2</sup>، لكن ما يجب الإشارة إليه هو أن النزعة الغالبة عندما يطرح الإعلام الإسلامي هي النظر إلى هذا الإعلام على أنه إعلام ديني، وهي تعتبر حسب الكثير من المتخصصين نظرة ضيقة، حيث أن هناك فرقا بينهما، فالإعلام الديني هو جزء من الإعلام الإسلامي، ولذلك لا ينبغي إن نحصر الإعلام الإسلامي في الإعلام الديني، حيث يقول عبدالقادر طاش في هذا الخصوص: "نحن نقصد بالإعلام الديني الإعلام الموجه، الذي يخدم المجالات الشرعية والدعوية بشكل مباشر، وهذا أمر مطلوب، وحاجة الأمة إلى مثل هذا الإعلام ماسة وكبيرة، ولكن هذا هو أقرب ما يكون إلى الإعلام المتخصص الذي يتناول جانباً واحداً من جوانب الحياة، ونحن منهجنا الإسلامي منهج شامل لكل جوانب الحياة، ومن ثم فهناك جوانب سياسية واقتصادية وثقافية واجتماعية وترفيهية وما إلى ذلك من قطاعات الحياة المختلفة، والتي لا بد للإعلام الإسلامي أن يغطيها"<sup>3</sup>.

### 1- خصائص الإعلام الإسلامي:

<sup>1</sup> - <http://library.islamweb.net/newlibrary/display.php?umma> ت خ 2013/05/12

<sup>2</sup> - محي الدين عبد الحليم: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مكتبة الخانجي، القاهرة، مصر، ط2، 1984، ص5

<sup>3</sup> - مالك بن إبراهيم ناصر الأحمد: مرجع سابق، ص4



الإعلام الإسلامي واضح صريح، عفيف الأسلوب نظيف الوسيلة، شريف المقصد، عنوانه الصدق، وشعاره الصراحة، وغايته وسلاحه الحق، لا يضل ولا يضلل، بل يهدي للتي هي أقوم، وهو لا يعلن إلا ما يبطن ويرفض اتباع الوسيلة الملتوية، أو انتهاج سبل التغرير والخداع وطريق الميكيفالية القائلة بأن "الغاية تبرر الوسيلة" أو طريقة "أكذب واكذب حتى يصدقك الناس"، بل عنوانه "إن الرائد لا يكذب أهله".

وقد جعلت النظرية الإسلامية للإعلام الإسلامي مجموعة من الخصائص التي ميزته بما عن الإعلام المعاصر، ويمكن أن نحدد هذه الخصائص بالشكل التالي<sup>1</sup>:

- 1) يعتبر كل أفراد المجتمع الإسلامي قائمين بالاتصال و مسؤولين عن تبليغ الدعوة كل على حسب مقدرته وعلمه، ومراقبة أي خروج أو انحراف عن القيم الإسلامية وفي نفس الوقت فلم تنف ضرورة وجود المتخصصين القائمين على أمر الدعوة على بينة وعلم وبصيرة وتمكن وخبرة بأحوال الدعوة وملاساتها وهي المتمثلة في قوله تعالى: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ﴾ يوسف: 108.
- 2) الإعلام الإسلامي إعلام هادف وموجه لتحقيق هدف واحد وهو إعلاء كلمة الله، والمسلم في حالة يقظة كاملة في كل حركة أو كلمة أو موقف من أجل تحقيق ذلك الهدف.
- 3) الإعلام الإسلامي قائم على الإقناع لا على الإكراه وأنه من أجل الوصول إلى الإقناع يستغل كافة الإمكانيات البيولوجية والنفسية والاجتماعية في الإنسان من أجل استثارة كل قوى الخير داخل نفسه وتوجيهها نحو الخير دائما.
- 4) تتسم الرسالة الإعلامية في الإسلام بالثبات حيث أن مصدرها هو الله رب العالمين بخلاف رسالات الإعلاميين الأخرى، ولذلك فإن دور كافة القائمين بالاتصال هو مجرد نقل وتبليغ الرسالة دون أي إضافة أو تحريف، ولهذا يجب أن يكونوا على أعلى درجات الصدق والحذر واليقظة التامة.
- 5) اعتمد الإعلام الإسلامي على نظرية المثل أو القدوة الحسنة ومن خلال المتابعة والتربية المستمرة للصفوة استطاع أن يرتفع بهم إلى مستوى التجسيم الحي للمبادئ الإسلامية ثم قدمهم إلى الناس كدليل عملي لإثبات أن الدعوة الإسلامية ليست أحلاما ولا مثاليات لا تصلح للنشر.
- 6) اعتمد الإعلام الإسلامي الأسلوب الموضوعي القائم على التحليل والوضوح والتأمل واتخاذ كافة الوسائل التي تنمي ملكة التفكير لدى الإنسان وذلك إيمانا منه بأهمية العقل واحترام الإنسان الذي

<sup>1</sup> - محمد منير حجاب: الإعلام الإسلامي المبادئ النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2، 2002، ص128-

يجب أن نتوجه إليه بالإقناع لا أن نجرحه جرحاً بواسطة الغرائز والعواطف والانفعالات، فهو يتفق مع فطرته في كل أمور دينه ودنياه، ويخاطب العقول بالدليل، وهو يختلف مع النظريات العلمية التي تمهد للتأثير على الجماهير بكل وسيلة وتمهد إلى تسميم عقله بشتى الطرق والوسائل، فالإعلام الإسلامي هو الذي يحقق النظريات الإعلامية من خلال أنه هو الذي يزود الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشاكل بحيث يعتبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.

(7) وبالإضافة إلى هذه الخصائص العامة، فللنظرية الإعلامية الإسلامية رأي في كل قضية أو موقف على امتداد مجرى القناة الإعلامية من المرسل أو الداعية إلى المستقبل، فعلى سبيل المثال بالنسبة للداعية نجدها تحدد أهدافه واتجاهاته ومستوى معرفته وثقافته وقدرته على الاتصال ومركزه الاجتماعي... الخ، وفي كل قضية أو موقف نجد للنظرية الإعلامية الموقف المنفرد النبيل الذي يدل دلالة قاطعة على حسن فهم النظرية واستيعابها لكل خصائص الموقف الاتصالي وحسن إدراكها لكافة مكونات الإنسان التي لها دخل بالعملية الاتصالية، الأمر الذي يدل دلالة قاطعة على صدق صاحب الرسالة صلوات الله وسلامه عليه وأنه من لدن حكيم عليم<sup>1</sup>.

(8) تمتعه بخصائص قرآنية واسعة الأبعاد، تتفاعل بواقعية مع الأحداث وملاحظتها.

(9) تجرده من كل المصالح الشخصية أو التبعية؛ من أجل إيصال الحقائق.

(10) استعماله للأساليب البديلة عند العمل على إصلاح الظواهر المنحرفة.

(11) إعلام حرمة وحقوق: والحرمة هي حرمة الدين، وحرمة العِرض، وحرمة النفس، وحرمة العقل، وحرمة المال. وقد حافظ الشارع على الضرورات الخمس، وهي: الدين، والعرض، والنفس، والعقل، والمال، أو جدها وأصلحها وأكملها، وأبعد عنها الموانع ودرأ عنها المفاسد، فأى عمل يخل بها أو يهدمها محرم وعلى المسلم أن يجتنبه، وفي ظل الإعلام الإسلامي لا يتصور أن يتولاها من يرفض الدين أو يسخر منه أو من رجاله أو أحكامه أو يثير حوله الشبهات أو ينتهك الأعراض أو يفسد الأخلاق ويثير الغرائز من خلال إثارة الجنس الرخيص.

(12) إعلام قاعدته الحرية: في الإعلام الإسلامي إذا كانت قاعدته الحرية؛ فالمسئولية هي قمته، حتى لا تنطلق الحرية بدون ضوابط. ومن هذه الضوابط: العقيدة، والأخلاق، وعدم المساس بالآخرين. وهي

<sup>1</sup> - محمد منير حجاب: المرجع السابق، ص 129

خاصية يمتاز بها الإعلام الإسلامي دون الإعلام الغربي الذي يطلق للحرية العنان، مما ينتج عنه التفريط، وبما أصبح الإعلام الغربي إعلاما إباحيا وفسادا. والإعلام الإسلامي يتوسط ويتمثل التوازن.

13) إعلام ملتزم بالإسلام وأخلاقه: الذي يميز الإعلام الإسلامي هو ارتباطه التام بالإسلام عقيدة وشريعة وأخلاقاً، وهذا الذي يجعل الإعلام الإسلامي إعلام صدق وأمانة وثقة ودقة وشمولية وموضوعية وسائر أخلاق الإسلام، ولذلك لا بُدَّ أن يكون إعلاماً أخلاقياً إسلامياً، ولا يكون الإعلام كاملاً إلا بالأخلاق والشمول الموضوعي<sup>1</sup>.

14) الإعلام الإسلامي شامل، يعنى بالمسائل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ويهتم بالعلوم والآداب والفكر المتجدد في المجتمع الإسلامي من خلال الأخبار اليومية والأحداث المتوالية و الممارسات الجارية، ويعرض كل جديد على أسس منهجية فما وافق الإسلام اقبل عليه ورحب به، وما خالفه عارض ونفر منه، وبذلك يطرح الحلول المناسبة للمشكلات على هدى الدين بعد تحليل كل مشكلة تحليلاً علمياً دقيقاً، لأنه يؤثر في الناس ويقود الرأي العام<sup>2</sup>.

15) الإعلام الإسلامي جزء من الحياة التي يعيشها المجتمع المسلم، والتي يجب أن تحكم بشرع الله، أي لا بد أن يسود فيها شرع الله، بأن يحكم كل صغيرة وكبيرة فيها، رحمة بالناس وانسجاماً مع الحق والمنطق، وتحقيقاً للرخاء والازدهار<sup>3</sup>.

16) يمتاز الإعلام الإسلامي بأنه إعلام عقدي بالدرجة الأولى، مرتبط ارتباطاً راسخاً وثابتاً بالعقيدة الإسلامية، وبالدين الذي ارتضاه الله لعباده، باعتباره الدين الأول منذ الأزل، ولا شك أن الالتزام بمبادئ الإسلام يقتضي الالتزام بكل ما جاء في كتاب الله السنة الشريفة، والتقيد بما هو مسموح والابتعاد عما هو ممنوع أو حتى مشبوه، وان تقيد الإعلام الإسلامي بهذه الأسس يمنحه صبغة "الإسلامي"، ويرفعه إلى مرتبة سامية جداً.

17) ومن أبرز خصائص الإعلام الإسلامي "العمومية"، فليس هناك إعلام إسلامي "سري" أو "نصف سري"، وهذه العمومية انعكاس لروح العقيدة الإسلامية المتوجهة للناس جميعاً، ولغيبية الوساطة بين

<sup>1</sup> - علي جريشة: نحو إعلام إسلامي، مكتبة وهبة، القاهرة، 1989م، ص 87

<sup>2</sup> - إبراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص 55

<sup>3</sup> - طارق أحمد البكري: الصحافة الكويتية في الإسلام مجلة المجتمع نموذجاً، رسالة ماجستير، كلية الإمام الأوزاعي للدراسات

الإسلامية، بيروت، 1996، ص 56

العبد وخالقه، أو الكهنوتية، ولتساوي الناس في الإسلام كأسنان المشط<sup>1</sup>. وتتضح عمومية الإسلام في كثير من المواطن، منها:

أ- كونه ديناً للناس أجمعين، فلا يخص قوماً دون قوم، ولا زماناً دون زمان، بل هو للناس كافة، قال الله تعالى عن رسوله الخاتم: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾ سبأ: 28.

وقال سبحانه وتعالى عن القرآن: ﴿إِنَّ هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ لِلْعَالَمِينَ﴾ التكوير: 27.

ب- عمومية الأحكام الإسلامية: أي تشمل على كل سلوك الإنسان وشؤونه.

ج- عمومية الجزاء: فالكل سيحاسب على الخير والشر، في الصغيرة والكبيرة.

د - عمومية التبليغ: فكل مسلم ومسلمة مسؤول عن تبليغ دينه بالقدر الذي يستطيع، وهذا عمل إعلامي بحت.

ومهمة تبليغ الدعوة ، أي الإعلام، هي مهمة يتحملها بعض فئات المجتمع الإسلامي لا كله، ولذلك ذكر العلماء أن ذلك يُعدُّ من فروض الكفاية، بحيث إذا قام به بعضهم سقط عن الكل، لكن إذا لم يقم به أحد أثم المجموع، ولذلك وردت الآيات والأحاديث التي تشجع وتحض على الدعوة إلى الله، وإبلاغ الناس أمور دينهم، لكن دون قسوة ولا شدة ولا غلظة، قال الله تعالى: ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾ فصلت: 33.

18) الاعتماد على ضبط النقلة وصحة فهمهم: ففي الإعلام الإسلامي لا يكفي عدالة الناقل وأمانته بل يجب أن يكون ضابطاً متقناً في نقله للأخبار ويقول ابن أبي الزناد-رحمه الله-أدركت بالمدينة مائة كلهم مأمون ما يؤخذ عنهم الحديث : يقال: ليس من أهله"، وقال الإمام مالك بن أنس "إن هذا العلم دين، فانظروا عمن تأخذون دينكم، لقد أدركت سبعين ممن يقول: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم عند هذه الأساطين (وأشار إلى مسجد رسول الله صلى الله عليه وسلم) فما أخذت عنهم شيئاً، وإن أحدهم لو أؤتمن على بيت مال كان أميناً، إلا أنهم لم يكونوا من أهل هذا الشأن، وقدم علينا ابن شهاب فكننا نزدحم على بابه "

19) الإعلام الإسلامي يحقق التعادلية والتوازن بين المادة والروح الفردية والجماعية، وبذلك يخالف الماديين الذين يتجهون إلى نيل أكبر قسط من المادة مع إغفال كثير من المعاني الإنسانية، ويخالف الروحانيين الذين ينادون بقتل النفس وبالزهد والحرمان.

<sup>1</sup> - نفس المرجع، ص 58

20) الإعلام الإسلامي مستقل<sup>1</sup>، فله شخصيته وخصائصه المميزة، فهو نسيج وحده ولا يمكنه أن يحاكي إعلام الغرب أو الشرق، لأنه يدرك تماما مسؤوليته نحو الأفراد والمجتمع، ويعي عمق الأثر الذي يمكن أن يحدثه في الناس، فالكلمة المسؤولة لها أغوار بعيدة وآثار خطيرة ﴿ألم تر كيف ضرب الله مثلا كلمة طيبة كشجرة طيبة﴾ إبراهيم:4، وهذه الخاصية استمدتها من كون أن الإسلام- عقيدة وشريعة- نظام مستقل متكامل متميز، وهو ينادي الناس كافة للدخول في الدين، قال تعالى: ﴿يا أيها الذين آمنوا ادخلوا في السلم كافة ولا تتبعوا خطوات الشيطان إنه لكم عدو مبين﴾ البقرة:208.

21) يمتلك مرجعية ثابتة ومحددة ومعروفة و متكاملة ومعترف سلفا بصدقيتها وربما عصمتها، النصوص الثابتة والمقدسة غير الخاضعة للنقد والمساءلة، وربما القراءات والتفاسير المتبناة لهذه النصوص.

22) يتميز الإعلام الإسلامي بجدية الحدث الديني وهدوئه وجاذبيته الخاصة، الأمر الذي يجعل الجمهور يندفع طوعا للتعرض وربما المشاركة<sup>2</sup>.

23) الإعلام الإسلامي إعلام مطرد النمو، وقوته في حركته إلى الأمام مستمدة من قوة دفع الأثر التراكمي للدعوة عبر جهود ملايين الدعاة لمئات السنين.

24) إعلام إيجابي ينقي نفسه دائما من مختلف مسببات الضعف والدمار، ويركز على أن يكون التغيير والتطوير دائما نحو الأفضل والأعلى في إطار مبادئ الإسلام وقيمه.

\* وبالإضافة إلى ذلك، فقد ذكر منير حجاب عددا من الخصائص التي لها علاقة بالمكونات الأساسية للعملية الإتصالية، ومنها<sup>3</sup>:

- في الإعلام الإسلامي، القائم بالإتصال يستمد إرادته من ذاته، فهو لا يمارس العمل الإعلامي إرضاء لفرد أو جماعة أو هيئة أو سلطة، وإنما إرضاء لذاته الراغبة في شيوع الخير وانتشاره، وهو لهذا يعطي عن طواعية ورغبة ووعي أقصى ما يستطيع من قدراته، كما انه يعمل في إطار أهداف واضحة تماما ومحددة سلفا.

<sup>1</sup> - محمد خير رمضان يوسف: مرجع سابق، ص81

<sup>2</sup> - أديب حضور: البرامج الدينية في البرمجة الرمضانية العربية، مجلة الإذاعات العربية، ع2003، 1، ص63

<sup>3</sup> - محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص26

- مضمون الرسالة الإعلامية للقائم بالاتصال الإسلامي يتسم بالدقة ويرتبط بالأهداف الموضوعية ويأخذ في عين الاعتبار خصائص المستقبلين.
- الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية الإسلامية معروف مسبقاً و محدد سلفاً بكافة خصائصه النفسية، وقد تعرضت أول سورة البقرة إلى بيان أنواع هذا الجمهور وقسمته إلى ثلاثة أنواع: جمهور المؤمنين بالدعوة، جمهور المنافقين وهم الذين يظهرون الولاء للدعوة وقبولها ويضمرون عكس ذلك، وجمهور الكافرين بالدعوة. والتعبير الصادق عن الجمهور أحد أهم خصائص الإعلام الإسلامي لأنه يخاطب الفطرة بفكرة الفطرة وأسلوب الفطرة ﴿فطرة الله التي فطر الناس عليها لا تبديل لخلق الله ذلك الدين القيم﴾ الروم:30، فهو يتخاطب مع الفطرة بأحسن خطاب وأفضل بيان وأصدق مقال<sup>1</sup>.
- الأثر الإعلامي للإعلام الإسلامي محدد سلفاً في غرض الإبلاغ فقط، أما محاولة إملاء الإرادة والإقناع بالقوة غير وارد تماماً، قال تعالى: ﴿لا إكراه في الدين﴾ البقرة : 256.
- كما حدد الأستاذ "حامد عبد الواحد" في كتابه الإعلام في المجتمع الإسلامي<sup>2</sup>، خصائص أخرى مرتبطة بالإعلام الإسلامي الموجه لمجتمع مسلم تتلخص فيما يلي:
- أ) الصدق: الإعلام الإسلامي كلمته صادقة ونابعة عن رؤية إسلامية صحيحة وصادقة، وصفة الصدق في الإعلام الإسلامي تستلزم:
- صدق الخبر، بمعنى الالتزام بالحقيقة المجردة دون زيادة أو نقصان، فالإعلام الإسلامي يجب أن يكون مرآة صادقة للواقع الجرد، والإسلام أمرنا أن نتيقن ونتبين صدق الخبر، حتى لا تختلط الأمور ويصبح المجتمع الإسلامي نهباً للشكوك والشائعات وهما أساس كل فتنة، قال تعالى: ﴿يا أيها الذين آمنوا إن جاءكم فاسق بنبأ فتبينوا أن تصيبوا قوماً بجهالة فتصبحوا على ما فعلتم نادمين﴾ الحجرات:6.
- صدق الصياغة، بمعنى أن الإعلام الإسلامي يجتنب التهويل أو استخدام أسلوب الإثارة أو الإيحاء بغير الحقيقة المجردة، وهو ما يعني أن يصاغ الخبر بصيغة تعين المواطن المسلم على اتخاذ الموقف الإسلامي الصحيح من الحدث الذي يعبر عنه الخبر.
- صدق المقصد: يتميز الإعلام الإسلامي بأنه الإعلام المهادف إلى تحقيق الخير للمجتمع الإنساني عامة والمجتمع الإسلامي خاصة، لذلك فمادته الإعلامية يجب أن تهدف إلى تحقيق غاية إنسانية صالحة، وقد

<sup>1</sup> - عبدالله قاسم الوشلي: مرجع سابق، ص37

<sup>2</sup> - حامد عبد الواحد: الإعلام في المجتمع الإسلامي، ص69-72



أكد القرآن الكريم على تحري قول الصدق والحق في قوله سبحانه وتعالى: ﴿يا أيها الذين آمنوا اتقوا الله وقولوا قولا سديدا يصلح لكم أعمالكم ويغفر لكم ذنوبكم ومن يطع الله ورسوله فقد فاز فوزا عظيما﴾ الأحزاب: 70-71.

- صدق الحكم: الإعلام الإسلامي متحرر من الأهواء وشبهات التضليل، بمعنى أنه إعلام نزيه في حكمه على الأمور وتقديره لها، بميزان الرؤية الإسلامية بغير ميل أو تحيز لأي نظام أو مذهب معين. ولأن الإعلام الإسلامي مصدر من مصادر إيصال المعلومات ومعينا للمسلم في الحصول على المعلومة الصحيحة الخالية من كل الشوائب التي تضر بالوطن والمواطن كان لا بد أن يكون هذا الإعلام صادقا ويتحرى النزاهة في الحكم على المسائل والتحويلات والأحداث، وهنا يختلف الإعلام الإسلامي عن غيره من وسائل الإعلام، فمثلا الإعلام في النظام الرأسمالي يخضع للمال ولأصحاب المال فهم المتنفذون والذين يديرون الإعلام ويؤثرون عليه، أما الإعلام في النظام الشيوعي فهو تابع ورتة للنظام لا ينطق إلا بما يريد النظام، أما الإعلام في الإسلام فالأصل أن لا يخضع للمال ولا لجهة ولا لمذهب معين أو جماعة معينة، وحق المسلم على المسلم أن يكون صادقا معه في القول والحكم والنصيحة، فكيف بالإعلامي المسلم الذي يتعامل مع ملايين المسلمين.

(ب) الواقعية: وهي واقعية مستمدة من موافقة المنهج الإسلامي للفطرة البشرية والحياة الإنسانية، لا أن يخضع للواقع ويسايره، وواقعية الإعلام الإسلامي تتمثل في شقين:

- الواقعية المنهجية: وتعني ملائمة المنهج الإسلامي للإعلام للفطرة البشرية، واتساق هذا المنهج مع المنهج الإسلامي العام في بناء الحياة الإنسانية الصالحة في كل جوانبها، من خلال الدعوة إلى الخير، الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

- الواقعية التطبيقية: والواقعية التطبيقية للإعلام الإسلامي تقوم على الكلمة الطيبة ومنهج الحكمة والموعظة الحسنة، ذلك أن الفطرة البشرية بطبيعتها ومهما بلغ بها الانحراف لا تستطيع أن تنكر الكلمة الطيبة حتى وان لم تستجب لها.

(ج) الشمولية: وهي تتأكد من خلال التزامه بالمنهج الإسلامي العام، والذي تتكامل فيه كل الجوانب التي تلي حاجات الحياة الإنسانية الصالحة للبشرية جمعاء<sup>1</sup>، وشمولية الأداء خاصة ينفرد بها الإعلام الإسلامي دون غيره، ذلك أن الفرد المسلم يستطيع القيام بدور إعلامي مفيد، سواء داخل مجتمعه أو خارج نطاق المجتمع، وتنطلق شمولية الإعلام من شمولية الدين الإسلامي، فكما أن الدين الإسلامي

<sup>1</sup> - حامد عبد الواحد: مرجع سابق، ص 75

جاء شاملا لجميع نواحي الحياة وجاء للناس كافة فينبغي على الإعلام الإسلامي أن يتطرق لكل أمر دنيوي ذو مساس بحياة الناس ويتناوله بالبحث والتدقيق والمناقشة ليصل في النهاية إلى بيان حكم وموقف الشريعة الإسلامية منه ، وأن يخاطب الناس كافة ، لأن وسائل الإعلام ليست حكرا لأحد إذ يستطيع أي إنسان أن يصل إلى المعلومة والخبر دون مانع لذا يجب أن نراعي القيم والأخلاق والمرتكزات الإسلامية في إعلامنا حتى نعطي صورة الإسلام الحقبة بعيدا عن التشويه والإساءة ، وكذلك أن يحرص الإعلام الإسلامي على مصالح المجتمعات الإنسانية بشكل عام ولا يقتصر فقط على مصلحة المسلمين أو مصلحة مذهب وحزب معين فرما يصدر برنامج ديني من وسيلة إعلام فيستمع إليه شخص غير مسلم يكون سببا في دخوله الإسلام خير مما طلعت عليه الشمس وغربت .

**(د) الثبات و المرونة:** ونعني بخاصية الثبات ثبات الأسس والمبادئ التي يقوم عليها الإعلام الإسلامي، وكذا ثبات غاياته وأهدافه في كل زمان ومكان، أما المرونة فتعني قدرة الفكر الإعلامي الإسلامي على مواكبة كل تطور أو تغير يحدث في محيط الحياة البشرية<sup>1</sup>، وكذا توجيه كل نشاط بشري إلى الوجهة الصالحة الصحيحة. وعند الكلام عن الأسس والمبادئ التي يقوم عليها الإعلام الإسلامي يجب أن تكون ثابتة إضافة إلى غاية وهدف الإعلام أما مواكبة التطور والحدثة فيجب أن يكون الإعلام الإسلامي مرنا وبالمحصلة فإن الأصول والقواعد والثوابت ثابتة أما الأمور الفرعية والمتطورة ووسائل الحضارة فيجب أن تقابل بالمرونة. ويضمن الثبات في مقومات التصور الإسلامي وقيمه للحياة الإسلامية خاصية الحركة داخل إطار ثابت حول محور ثابت، فيضمن للفكر الإسلامي، وللحياة الإسلامية مزية التناسق مع النظام الكوني العام، ويقويه شر الفساد الذي يصيب الكون آله لو اتبع أهواء البشر بلا ضابط من قاعدة ثابتة لا تتأرجح مع الأهواء. ولا ضير بعد ذلك من الحركة، والتغيير، والتطور، والنمو، والترقي، بل تصبح كلها مطلوبة، وتصبح كلها مأمونة، وتصبح كلها تلبية للفطرة القائمة على الحركة داخل إطار ثابت، حول محور ثابت، ولكنها حركة راشدة واعية، مدركة للغاية الثابتة التي تتجه إليها، في خط متزن، مستقيم راسخ، وهذا هو ضمان الحياة الطويلة المدى، المتناسقة التصميم. وهكذا تسبح العلوم في فلك الإسلام، وتتفرع الأحكام في نظامه، ويقاس العلماء الأمور بعضها على بعض، ما دام الأصل ثابتا، وما دامت المبادئ موجودة. وبالتالي، فيعتبر الإعلام الحارس الأمين لهذه المبادئ والأحكام، فهو مسخر لأن يحمل هذه الدعوة ويقدمها نقية دون

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص76



تغيير أو تشويه عبر الوسائل الإعلامية، وبأسلوب علمي توثيقي، لتلقى القبول والمكانة اللائقة بها، لكن هناك مسائل تشريعية ثابتة، وهناك ما هو قابل للتجديد ومنها ما هو قابل للتبديل.

## 2- وظائف الإعلام الإسلامي:

لقد أصبح الإعلام يؤدي وظيفة من أخطر الوظائف في العصر الحديث، وهو لا يقل في خطورته عن الطب أو التعليم أو غيرهما من الوظائف، بل ربما يتفوق في أهميته على كثير من الوظائف الأخرى، ذلك أنه قد ينتج عن الخطأ في التعليم أن يتأخر عدد من الطلبة أو الطالبات في التخرج، وقد ينتج عن الخطأ في الطب والعلاج أن يتعرض بعض المرضى للموت، أما الخطأ في الإعلام فقد يتسبب في أضرار جسيمة، ومن هنا تبرز خطورة الوظائف التي يؤديها الإعلام، والمسئولية تزداد على وسائل الإعلام الإسلامية؛ لأنها تندرج تحت قوله تعالى: ﴿وكذلك جعلناكم أمة وسطا لتكونوا شهداء على الناس﴾ البقرة: 143.

تتعدد وظائف الإعلام الإسلامي وتتسع لتضم نواحي كثيرة من النشاط الإسلامي، وذلك تبعا للمسئولية الخاصة والخطيرة، التي يضطلع بها هذا الجانب من حياة الأمة، وهو جانب ذو تأثير كبير وفاعل على أكثر من صعيد، كونه لا يكتفي بنقل الخبر، وإن كان نقله بأسلوب ووجهة نظر إسلاميين أمر ضروري ومطلوب بالحاح، إلا أن وظائف الإعلام الإسلامي تتجاوز هذه المهمة بمراحل، بسبب أن الإسلام جاء لينظم حياة الإنسان كلها، وليس خطابة موجهة إلى فئة من البشر، أو مختصا بمجموعة من الناس، ومن هنا كان الإعلام ركنا أساسيا من أركان الدعوة ووسائلها، فضلا عن أنه وسيلة من وسائل الجهاد بالكلمة، والتي تكون أحيانا أقوى فاعلية من الأسلحة التقليدية.

تتميز الوظائف التي يسعى الإعلام الإسلامي لتحقيقها بأنها ثابتة، وبأنها، وإلى حد ما، مطلقة، ولذلك فإن تحقيقها يحتاج إلى تحديد سلسلة من المهام، ويسعى الإعلام الإسلامي من خلال انجاز هذه الوظائف بشكل منسجم ومتكامل، إلى الحفاظ على قوة حضور الدين في حياة الفرد والمجتمع، وإلى ضمان استمرار تطوير الموضوعات وأساليب المعالجة بشكل مواز للتطور الحاصل في المجتمع، والهدف الرئيسي من ذلك كله الإسهام في تكوين مواطن يعرف أمور دينه، ويفهم بعمق وشمولية المسائل الدينية، ويحمل القيم والأخلاق الدينية، ويسلك في المجتمع سلوكا لا يتناقض مع الرؤية الإسلامية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - أديب حضور : مرجع سابق، ص 63

كما أن الوظائف التي تسعى وسائل الإعلام إلى تحقيقها، تتعدد وتتنوع وفق الأهداف التي رسمتها الوسيلة الإعلامية لنفسها منذ البداية، ووفق سياسة هذه الوسيلة، وعموماً، فقد بين المهتمون أن وظائف الإعلام الإسلامي تتجلى في النقاط التالية:

1) **الوظيفة الإخبارية**: يجمع الدارسون الإعلاميون أن الوظيفة الأولى لمؤسسات الإعلام على اختلاف أشكالها وألوانها هي الإخبار، ويأخذ هذا الأخبار أنماط شتى، وهي النص والتفسير والتعليق أياً ما كانت القوالب التي تصب فيها، وكلها عند التحقيق يمكن إرجاعها إلى أصليين كبيرين هما البشارة والإنذار، أو مراقبة البيئة وربط الاستجابة، ونقل الثقافة من جيل إلى جيل<sup>1</sup>. وهذه الوظيفة هي عملية نقل الأخبار والمعلومات على اختلافها، كما تعني توفير المعلومات عما يحيط بالإنسان من ظروف، ونقل الأخبار له، مع تحليلها والتعقيب عليها، مع ضرورة أن يتحلى الخبر بالصدق، الأمانة، العفة، العلم، الخبرة، البرهان والخيرية، والخبر يكون وصفاً أو تقريراً دقيقاً وغير متحيز للحقائق الهامة، حول واقعة جديدة تم القراء، كما أن القائم بالإعلام الإسلامي مطالب بتزويد الجمهور بالأخبار الصحيحة والمعلومات السامية لا وفقاً لأهوائه ونزعاته وميوله أو ميول الجهات التي يعمل لصالحها، وغنما في إطار المبادئ السامية التي تأخذ بيده نحو الموضوعية في الإعلام<sup>2</sup>.

"وهناك قواعد أساسية للإخبار يمكن على ضوءها وضع سياسة إعلامية تحقق لإعلامنا الأصالة والتميز تتمثل في أن الأخبار ينبغي أن ينصب على الشخصية العامة للأمة وبما يدعم مبادئها وقيمها ويحقق أهدافها ويظهر مشاعرها الخيرية وتطلعها المشروعة وأن يستوعب كافة أنشطتها المختلفة في الحياة محكومة بشرع الله من غير أن يكون لفرد معين أو فئة معينة حق الانتشار به دون غيره من بقية أفراد الأمة، وبذلك تقوى الروابط وتتشابك المصالح، وتزول أسباب البغضاء والحن ويحقق الإعلام للأمة أسباب الوحدة والإنسجام والتماسك ويؤدي وظائفه الاجتماعية والسياسية بفعالية وتأثير"<sup>3</sup>.

2) **الوظيفة التفسيرية**: ومعناها تفسير معنى الأخبار والظروف المحيطة بالإنسان والتعليق عليها، وقد نشأت هذه الوظيفة حديثاً بعد أن تعقد المجتمع وازدادت تخصصاته، وترامت أطرافه، وأصبح معظم

<sup>1</sup> - سيد محمد الشنقيطي: مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، الرياض، ط 1، 1406 هـ، ص 5

<sup>2</sup> - محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 124

<sup>3</sup> - سيد محمد شنقيطي: الأصول التطبيقية للإعلام الإسلامي، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، الرياض، ط 1، 1406 هـ، ص

ما يجري فيه من أحداث ومتغيرات غير مفهومة للإنسان العادي، مما فرض على وسائل الإعلام شرح مغزى ما يحدث وتفسير طبيعته<sup>1</sup>.

(3) **الوظيفة التعليمية و التثقيفية:** يعتبر الأثر التثقيفي لوسائل الإعلام في حياة الأفراد أكثر من الأثر التعليمي حيث تستحوذ المؤسسات التعليمية على الجزء الأكبر والأهم على خلاف الجانب التثقيفي الذي يمكن أن يكون للوسائل الإعلامية دور أكبر من حيث التأثير التعليم والتثقيف أحد أشكال الاتصال التي تهدف إلى تغيير سلوك الأفراد نحو قضية معينة، وعلى هذا الأساس فإن هذه الوظيفة في الإعلام الإسلامي تتمثل في نشر الثقافة الإسلامية، التي ينبغي أن تقوم على دعائم القيم والنظم الإسلامية، وكافة المعارف الخادمة للدين، وهذا لا يتحقق إلا بالعودة لأصول الإسلام وبنائيه، والتي يتصدرها القرآن الكريم، ثم السنة النبوية الشريفة<sup>2</sup>، وبعث الفكر الإسلامي الأصيل والتماس منابعه منهما، والتصدي للغزو الثقافي.

(4) **الوظيفة التربوية:** من خلال العمل على تكثيف البرامج التربوية بالتعاون بين وسائل الإعلام وأخصائيي التربية، وهذا يتحقق من خلال ثلاث اتجاهات، هي: اهتمام أجهزة الإعلام بتأكيد وترسيخ أهداف التربية، وألا تخدم برامج الإعلام ما تبنيه مناهج التربية، وأن تتكامل خطا العمليتين التربوية والإعلامية في تناغم وانسجام، ويلحق بهذه الوظيفة العمل على ترشيد استخدام المواد الترفيحية لتحقيق مقاصد التربية<sup>3</sup>.

(5) **الوظيفة الترفيحية:** فمع ما يواجهه الناس من أعباء الحياة، كان لا بد لهم من الراحة، شرط الإلتزام بمجموعة من الضوابط، أبرزها الصدق، حيث إن النبي كان يمزح مع أصحابه ويداعبهم، وما كان يقول إلا حقا، والترفيه ليس أمرا معيبا، ولكن ينبغي أن يكون كمقدار الملح للطعام، والإعلامي المسلم وهو يرفه عن الجماهير ويخفف عنها أعباء الحياة ومشاكلها ليس له أن يثير غرائز الجمهور وعواطفه وليس له أن يتذلل، بل إنه ليس مطالباً بالترفيه مجرد الترفيه فقط، وإنما مطالب بأن يقدم

<sup>1</sup> - مجموعة من الأساتذة: عالم الإتصال، إشراف عبد الرحمن عزوي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990، ص ص 10-11

<sup>2</sup> - إبراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ص ص 33-35

<sup>3</sup> - حسن فضل المولى دفع الله: الدور التربوي لوسائل الإعلام إيجابا وتعميقا، مجلة الأمة، ع56، 1985، ص26

الترفيه المهادف الذي يروح عن النفوس ويعدها لما بعده من جهاد وكفاح ومشقة العمل، أما الترفيه الذي يثير الغرائز ويبعث دوافع الشهوات فهو مرفوض من النظرية الإعلامية الإسلامية رفضاً باتاً<sup>1</sup>.

(6) **الوظيفة الاجتماعية:** وهي صيانة المجتمع وحمايته والقيام بواجب الإرشاد فيه بدعوته إلى الخير والإصلاح والرشاد، من منطلق قول الرسول محمد صلى الله عليه وسلم: (من رأى منكم منكراً فليغيره بيده فإن لم يستطع فبلسانه فإن لم يستطع فبقلبه وذلك أضعف الإيمان)، فلا بد لوسائل الإعلام من أن تغرس الفضيلة في نفوس الناس ودفعهم إلى انتهاج طريق القدوة الحسنة، وهذا يدفع الوسائل الإعلامية للتصادم مع الأهواء والشهوات والأمر بالمعروف النهي عن المنكر وتثبيت القيم والمبادئ السامية في نفوس الناس. وبأداء هذه الوظيفة يمكن اللجوء إلى النقد البناء والدعوة إلى الوحدة والتعاون وتنمية المجتمع. وهذه الوظيفة تعني أيضاً دفع الباطل، التربية والتعارف والتألف، ورفع الناس إلى المثل العليا، والحفاظ على الأوقات بالإبتعاد عن الغش واللغو والفساد<sup>2</sup>.

(7) **الوظيفة الدعوية:** رسالة الإسلام تحمل الرحمة للبشرية جميعاً ويتضح ذلك جلياً في قوله تعالى مخاطباً نبيه الكريم: ﴿وما أرسلناك إلا رحمة للعالمين﴾ الأنبياء: 107، فمن وظائف الإعلام الإسلامي، تعميم دعوة الإسلام وإعلاء كلمة الله في الأرض<sup>3</sup>، وتكتمل هذه الوظيفة التي تنصدر أغراض وسائل الإسلام ووظيفة الدعوة، فالإعلام إن لم يعل كلمة الله في الأرض، فماذا يعلي بعد ذلك؟ وإن لم يمجّد أسماء الله تعالى وصفاته، فماذا يمجّد إذن؟ وماذا يبث وينشر إن لم ينشر كلمة التوحيد الخالص، وقيم الإسلام ومثله العليا وأخلاقه الفاضلة؟ من منطلق أن الدعوة في الإسلام ما هي إلا عمل إعلامي يخاطب العقل ويستند على المنطق والبرهان ويعتمد على كشف الحقيقة<sup>4</sup>، كما يضطلع الإعلام الإسلامي بإيصال مبادئ العقيدة الصافية، الخالية من أية شائبة، وترسيخها في نفوس المتلقين.

(8) **الوظيفة الاقتصادية:** ومن خلالها يتم العمل على تحسين أوضاع المسلمين في حياتهم، وكسبهم، وإنفاقهم، والتحذير من الغش والاحتكار، وعرض طرق التجارة المثلى، وقواعد إدارة الأموال التي نص عليها الإسلام، دون أن يكون فيها تعنت أو تسبب في الأزمات.

<sup>1</sup> - محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 126 - 127

<sup>2</sup> - طارق أحمد البكري: مرجع سابق، ص 60

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 59

<sup>4</sup> - عبد الله قاسم الوشلي: مرجع سابق، ص 15

9) الوظيفة السياسية: حيث يلعب الإعلام الإسلامي دورا مهما في العملية السياسية، من خلال تقريب العلاقات بين الحكام والمحكومين، وتنظيم العلاقات الداخلية والخارجية ورعاية مصالح الأمة والشعب، وترسيخ مبادئ النصح والمشورة، وقد صارت وسائل الإعلام منابر للناس يوصلون من خلالها أصواتهم على أعلى أهرام السلطة، فلقادة الرأي اليوم "الصدارة والإفتتاحيات"، وللقراء البريد والشكاوى ومطالب المستمعين و المشاهدين وما شابه ذلك، وكلما توسعت الرسائل في هذا الدور كلما تقدم المجتمع، وكلما ضيقت كلما تدهور، ومن خلال هذه الوظيفة، فوسائل الإعلام تعمل على إثارة حماس الناس للمشاركة في الحياة العامة وإلى التفكير في الحلول السلمية لمشاكلهم اليومية، وتساهم في توحيد آرائهم اتجاه القضايا الهامة سواء على المستوى الداخلي، أو في مواجهة الدول والمجتمعات الأخرى<sup>1</sup>.

10) الوظيفة الانتقائية التوجيهية: وتعني مواجهة ما يستجد من أفكار طارئة على الساحة، سواء منها ما تبته الفرق المنحرفة داخل المجتمع المسلم، أو الهجوم الغربي على الإسلام وأهله، وتفنيد شبهاتهم، والرد عليهم، ودعوة الجميع للعودة إلى الإسلام بنقائه وصفائه.

11) التسويق والإعلان: تنتشر ظاهرة الإعلان بشكل كبير للغاية في مختلف وسائل الإعلام، سواء المكتوبة، السمعية البصرية وحتى الإنترنت، فهذه الوظيفة تكتسي أهمية بالغة جدا سواء بالنسبة للمنتج أو البائع أو المستهلك، فأينما توجه الفرد في مختلف وسائل الإعلام إلا ووجد الإعلانات تحتل فيها حيزا معتبرا من المكان أو الزمان، ويذهب بعض علماء الإعلام إلى أن الإعلانات هي أخبار سعيدة، وأنها بذلك تحفظ التوازن في الصحيفة التي تنشر أخبار الفيضانات والاعتقالات والزلازل وما شابه ذلك<sup>2</sup>.

\* أما في مجال الدعوة، فوظيفة الإعلام الإسلامي تتجلى في النقاط التالية<sup>3</sup>:

أ- الإسهام في تأصيل القيم الإسلامية والمنهج الإسلامي في الحياة الاجتماعية من خلال التزام المادة الإعلامية بالفكر الإسلامي.

<sup>1</sup> - محمد يسري دعبس: الإتصال والسلوك الإنساني رؤية في اثربولوجيا الإتصال، البيطاش للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1999، ص 49

<sup>2</sup> - محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ص 35

<sup>3</sup> - حامد عبد الواحد: مرجع سابق، ص ص 94-95

- ب- الإعلام عن الإسلام بالأساليب والوسائل المتطورة الفعالة التي تضمن تزويد أفراد المجتمع على اختلاف فئاتهم وأعمارهم ومستوياتهم الفكرية بالقدر المناسب من الثقافة الإسلامية وعلوم الدين.
- ج- التصدي للحملات المغرضة والسموم الإعلامية التي يبثها أعداء الإسلام والجاهلون به، والعمل على إبراز حقيقة الإسلام من خلال منهج إعلامي متطور يتم إعداده ودراسته والتنسيق له بين مختلف أجهزة ومؤسسات الإعلام الخارجي.
- د- العناية تطوير الرسائل الإعلامية الموجهة إلى الأقليات المسلمة في المجتمعات الغير إسلامية، بحيث تفوق في تأثيرها ومستواها الإعلامي مستوى الإعلام في تلك المجتمعات.
- \* وإضافة إلى ماسبق، هناك عدد آخر من الوظائف التي يؤديها الإعلام الإسلامي نذكرها بإيجاز وهي<sup>1</sup>:

- التعبير عن رسالة الإسلام وتراثه ونقلها من جيل إلى جيل، باستخدام وسائل الإعلام المناسبة.
- تزويد العالمين جميعاً بالإعلام الصادق الموثق بالرأي الصائب المخلص، وبالحقائق الثابتة، سواء في داخل ديار الإسلام أو في خارجها.
- إنذار الشعوب بما يحيط بها أخطار الإباحية والمادية والاستعمار والعلمانية والمبادئ الهدامة وغيرها من الأدوات التي تهدد العالم بالدمار والضياع في الدنيا والآخرة.
- تقديم الحلول الإسلامية العملية لمشكلات وقضايا الإنسانية، وإقناع الرأي العام العالمي بذلك.
- مواجهة الإشاعات، والحروب النفسية، والدعوة للنفير، والثبات، والإعداد المعنوي والنفسي والفكري في حالات الحرب.
- وظيفة الحوار، فهو مطالب بضرورة توفير قنوات ومنابر حقيقية لتبادل الآراء والأفكار بعيداً عن التجريح الفكري، والحوار يكون بين أبناء المجتمعات المسلمة لتقريب وجهات النظر وتوحيد الأفكار ما أمكن، كما أن الحوار يكون بين المسلمين وغيرهم من أجل دعوتهم للرشد والهدى.
- تكوين النسق المعرفي الديني عن طريق نشر المعلومات والحقائق المتعلقة بالجوانب الدينية المختلفة.
- تكوين النسق الفكري الديني عن طريق تحليل وتفسير القضايا والمسائل الدينية المختلفة.
- تكوين النسق القيمي الديني عن طريق تأكيد وترويج وترسيخ المثل و القيم الأخلاقية الدينية.

<sup>1</sup> - محمد علي عوض: الإعلام في السنة النبوية دراسة حديثة موضوعية، رسالة ماجستير في الحديث الشريف وعلومه، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية بغزة، 2009، ص7

– ربط الدين بقضايا العصر عن طريق تقديم الرؤية الدينية لقضايا العصر وللمشكلات التي تواجه الإنسان المعاصر<sup>1</sup>.

### 3- أهداف الإعلام الإسلامي:

الهدف "هو صورة ذهنية عن الحالة المستقبلية التي يراد بلوغها"<sup>2</sup>، وبيان ذلك: أن الإنسان حين يضع نصب عينيه أن يصبح إعلامياً، فإنه يجتهد في دراسة الإعلام، ويسعى لتطوير مهاراته وصقلها بالتدريب، فالرغبة في أن يكون إعلامياً هي الهدف، والخطوات المتبعة هي إجراءات تنفيذه على أرض الواقع، فإن وصل لما أراد، تحققت الصورة الذهنية التي رسمها، والتي كانت تعتبر ذات يوم هدفاً أو حلمًا وطموحاً.

ومما لا شك فيه، فإن المبادئ تتشرف بسمو الغاية ونبهها، ولذلك فرجال الإعلام المعاصرون يذكرون أن الإعلام له أهداف وغاية نائية، الواجب الوصول إليها من خلال العمليات الإعلامية، ويحددون الأهداف في الأمور التالية:

- توفير المعلومات عن الظروف المحيطة بالناس (الإخبار).
- نقل التراث الثقافي من جيل على جيل والمساعدة على التنشئة الجليل الجديد من الأطفال أو الوافدين الجدد على المجتمع، وهذا ما يطلق عليه التثقيف والتعليم والتربية.
- الترفيه عن الجماهير وتخفيف أعباء الحياة عنهم.
- مساعدة النظام الاجتماعي، وذلك بتحقيق الاجتماع و الاتفاق بين أفراد الشعب أو الأمة الواحدة عن طريق الإقناع في السيطرة على الجماهير وضمان قيامهم بالأدوار المطلوبة.
- وهذه الأهداف في الإعلام المعاصر الغرض من تحقيقها الوصول إلى الغاية الرئيسية وهي هدف السيطرة والتحكم في العقل الإنساني وسلوكه، ليقبل هذا الإنسان أحد معاني الاستبداد البشري التي تنتهجها السلطات الجاهلية القائمة في هذه الأرض أو في جزء من أجزائها وفي أي عصر من العصور<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> – أديب حضور: مرجع سابق، ص 63

<sup>2</sup> – محمود كرم سليمان: التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، دار الوفاء، مصر، ط 1، 1988، ص 36

1- عبد الله قاسم الوشلي: مرجع سابق، ص 38



أما بالنسبة للإعلام الإسلامي، فغايته وأهدافه المرحلية الموصلة إليها والمرتبطة بسموها وعظمتها، فهي تختلف تماما شكلا وجوهرا وواقعا عن الإعلام المعاصر، فغايته الأسمى تعبيد هذا الإنسان لخالقه وموجده والمنعم عليه وهو الله عز وجل، إذ أن هذه الغاية هي المحددة لوجوده في الحياة ﴿وما خلقت الجن والإنس إلا ليعبدون ما أريد منهم من رزق وما أريد أن يطعمون إن الله هو الرزاق ذو القوة المتين﴾ الذاريات: 53-54.

فالإعلام الإسلامي يستخر كل طاقاته وإمكانياته في سبيل هذا الهدف العظيم، وهو خدمة العقيدة الإسلامية، وكل هدف مرحلي أو تصرف يقوم به الإعلام يغير أو يناقض أو ينحرف عن هذا الهدف يعتبر انحرافا في المسار الصحيح، وبالتالي يفقد صفة الإسلام وإن لم يفقد صفة الإعلام، ويصبح دخيلا عميلا مشبوها، هذا هو المحك، وهذا هو المقياس، وبه تقاس تصرفات أجهزة الإعلام وقنواته وأدواته ومواضيعه وعناصره، كما ينطبق هذا على كل خبر أو تحليل أو استنتاج أو تعليق، وكذلك كل قصة أو مسرحية أو مقالة<sup>1</sup>.

وانطلاقا من هذه الغاية السامية، سمت جميع أهداف الإعلام الإسلامي، وهي لا تعد ولا تحصى ولكنها تجمعها قاعدة: "كل ما يؤدي إلى الخير العام للإنسانية وتحقيق العبودية الخالصة لله سبحانه ومراده في هذه الأرض والحياة من العمارة والاستخلاف، فهو احد أهداف الإعلام الإسلامي في الدعوة إليه"<sup>2</sup>.

وقبل الخوض في الأهداف العامة للإعلام الإسلامي، وجب أن نذكر أولا ثلاثة أهداف أساسية للإعلام الإسلامي في المجتمعات الإسلامية المعاصرة التي فعل فيه الإعلام الغربي الأفاعيل<sup>3</sup>:

أولا: مواجهة حالة الضياع التي يعيشها المجتمع المعاصر عامة، ومجتمع المسلمين خاصة، بما يعيد التوازن السليم بين فطرة الإنسان ومستحدثات العصر الفكرية منها والمادية.

ثانيا: تقديم الإسلام ومبادئه وفق أصوله التي جاءت في كتاب الله وسنة رسوله عليه الصلاة والسلام، ونقد ما لصق به من شبهات وافتراءات، من خلال برامج تجمع بين قوة الحجج وفن الإقناع والتأثير، بجانب الجاذبية وحسن العرض.

<sup>1</sup> - سمير بن جميل راضي: مرجع سابق، ص35

<sup>2</sup> - محمد كمال الدين إمام: النظرة الإسلامية للإعلام، دار البحوث العلمية، الكويت، ط1، 1981، ص164

<sup>3</sup> - أحمد حسن محمد: الإعلام الإسلامي ضرورة عصرية، مجلة البيان، ع 2007، 233، ص85



ثالثا: تحقيق مواجهة إيجابية فاعلة أمام حملات غير المسلمين ممن يعادون الإسلام إما جهلا به أو حقدا عليه، وذلك من خلال أجهزة ووسائل متطورة تواكب مطلوبات العصر؛ بما يحقق إعلاما قادرا ومتميزا يقوم على المنهج العلمي الصحيح.

و أهداف النظام الإعلامي الإسلامي تحكمها مذهبته و تفرضها وظائفه، فلإعلام الإسلامي أهداف يمكن تركيزها في أمرين هما:  
الأمر الأول: تدعيم الإسلام و تثبيته.  
الأمر الثاني: تعميم الإسلام.  
و لكل من هذين الهدفين أهداف جزئية كثيرة تتفرع منها، و لكل هدف منها نظامه و نطاقه و دليله للعمل.

وهناك من المختصين والباحثين، كمحمد منير حجاب، من يرى أن أهداف الإعلام الإسلامي تقسم إلى أهداف بعيدة المدى تتناول جوانب العقائد، وأهداف متوسطة المدى وتهتم بالجوانب السلوكية و الإجتماعية، وأهداف قصيرة تختص بمراقبة الحياة اليومية وتتبع أي انحراف عن قيم الدين<sup>1</sup>.

وعلى ضوء ما سبق ذكره، فإنه يمكن تحديد الأهداف العامة للإعلام الإسلامي في النقاط التالية:

- الدعوة إلى توحيد الله عز وجل وإفراده بالعبادة ووصفه بكل صفات الكمال وتنزيهه عن الشريك والمثيل والصاحبة والولد، وذلك في المجتمعات الغير إسلامية، أما في المجتمعات الإسلامية، فالعمل على حماية عقيدة الأمة وتجليتها للشباب و غرسها في قلوبهم ومساندتها بقوة الحجة ووضوح الدليل، والدعوة على الإيمان بالله وباليوم الآخر وما فيه من بعث وحساب وحشر وجزاء، حيث يجد المرء هناك ما قدمت يداه ﴿فمن يعمل مثقال ذرة خيرا يره.ومن يعمل مثقال ذرة شرا يره﴾  
الزلزلة: الآيتين 7-8.

كما أن من مهامه في هذه النقطة، مهمة تحديد الدعوة إلى التوحيد ، وهذه الدعوة لا تعني أن التوحيد غير موجود، بل هي تذكير مستمر ينبغي أن يركز عليه الداعية الإعلامي دائما.

<sup>1</sup> - محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص ص 123-124

- تجلية محاسن الإسلام ومزاياه وتقريب مفاهيمه وحقائقه للناس كل حسب قدراته واستعداداته، والدفاع عنه عن طريق "رد الشبهات التي يثيرها أعداء هذا الدين في الداخل والخارج ومحاولات التحريف العقدي كالتقديانية والبهائية، ومحاولات تحويل المسلمين عن دينهم مثل التنصير، ومحاولات تحجيم الدين ودوره في المجتمع المسلم، وأيضا وهذا الأهم محاربة التصرفات المشينة لبعض المنتسبين للإسلام في ترويع الآمنين وانتهاك ما حرم الله من الأموال والحرمت والأرواح بسبب الاستدلال الفاسد والتطرف الفكري، كون ذلك ردة فعل غير مقبولة ولا مبررة لما آل إليه حال الأمة من ضعف ووهن وفساد، وضرورة الكشف عن حقائق الدين ورحمته وتسامحه لان هذه التصرفات تلصق عن همد بالإسلام ودعائه ويتخذها أعداء الإسلام من العلمانيين والملحدون وسيلة للهجوم على الإسلام وعقيدته وأحكامه"<sup>1</sup>.

- الذود عن أخلاق المجتمع المسلم وتركيبته<sup>2</sup>، وهذا من أعظم الأهداف، وأبعدها أثرا في النفوس، وأدومها في الزمن المنظور أو البعيد، لأن برامج الإعلام تؤثر في الشباب والشيوخ والأطفال والنساء والمتعلم والأمي والبر والفاجر والعالم والجاهل، ولان وسائل الإعلام غزت البيوت والمصانع وأماكن التجمعات البشرية سواء على مستوى العائلة أو مستوى الجماعة أو على مستوى الأفراد، فقد أصبحت أداة تأثير شديد المفعول في النفوس، ولا يوجد فرد من أفراد المجتمع لا يتعرض لتأثير وسائل الإعلام، ومن هنا كان واجب الإعلام عظيما وهدفه مؤثرا على حاضر المجتمع ومستقبله، بخاصة الفئات الأكثر تأثرا به وهم الأطفال والمراهقون حيث تمثل وسائل الإعلام مصدرا من مصادر التعليم ومركز تقليد ومحاكاة لطول المدة التي يقضيها الناس تحت تأثير وسائل الإعلام التي تعمل على نشر أفكارها بشكل دائم ومتلاحق وفي مختلف المجالات والميادين.

- بيان طرق العبادات الصحيحة والتركيز على آثارها الدنيوية من حيث أنها حكيمة لمشاعر النبيل والصفاء والقوة والتماسك، زيادة على بيان المنهج السليم الذي رسنه الإسلام لعلاقة الإنسان بربه ونفسه وبأهله وزوجته وأولاده وجميع الناس.

<sup>1</sup> - سمير بن جميل راضي: مرجع سابق، ص 104

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص ص 107-108

- مراقبة جوانب الحياة اليومية ومقاومة أي خروج عن قيم الدين وسلوكياته والإشادة بالقيم النبيلة، وذلك عن طريق الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، والمساعدة على نقل التراث الاجتماعي الإسلامي من جيل إلى جيل.

- حماية المجتمع الإسلامي من الأخطار الخارجية والداخلية التي تهدده، وذلك بالعمل على نشر الأخبار عن هذه الأحداث وتفسيرها وإيجاد الرأي العام المؤمن الواعي الذي يقدر حقيقة وجوده ومسؤولياته في كل ما يدعى إليه من أعمال تستهدف الصالح العام.

- تنقية الفكر الإسلامي من كافة الشوائب التي قد يتعرض لها؛ بفعل الهجمة العدائية على الإسلام والمسلمين، مع تعريف الغرب بمبادئ الإسلام، والتقريب بين المذاهب الإسلامية المتعددة، والتخفيف عن حدة الصراعات المذهبية، ونشر حقيقة الإسلام بين المسلمين، والتأكيد على العلاقة الوثيقة بين الإسلام و بين التربية والتعليم والإعلام<sup>1</sup>.

- الدفاع عن المسلمين وتبني قضاياهم، فالمسلمون وحدة واحدة يوالي بعضها بعضا، كالجسد الواحد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر والحمى، فالإعلام الإسلامي مطالب بالدفاع عن قضايا المسلمين، والاهتمام بأمورهم في مشارق الأرض ومغاربها، وأن لا يأل جهدا في مقاومة الظلم الواقع على الأمة بالكلمة والصوت والصورة، وإعطاء صورة صحيحة عنهم تبرز تسامحهم وكرم أخلاقهم وعدلهم ورحمتهم في سلمهم وحرهم. وما يمكن الإشارة إليه، هو أن المواقع الإسلامية على شبكة الانترنت، باعتبارها نوعا من الإعلام الإسلامي، من أهم الوسائل المؤدية لتحقيق هذا الهدف<sup>2</sup>، حيث لعبت - ولا تزال - دورا حيويا في مساندة قضايا المسلمين وخصوصا قضية فلسطين، حتى أن عددا من الصحفيين والمذيعين الإسرائيليين حذروا ونددوا في بعد انتفاضة الأقصى المباركة، بما تقوم به المواقع الإسلامية من حشد التعاطف من أجل القضية الفلسطينية، واصفين المادة الإعلامية المنشورة عبر المواقع الإسلامية بأنها تحريضية ضد إسرائيل، ولذا فإن أكثر ما تقدمه هذه المواقع هو العمل على إبقاء حالة العداء في نفوس المسلمين، وأشار بعضهم بشكل خاص إلى قيام هذه المواقع بنشر مواد إخبارية ودينية باللغة الإنجليزية بجانب العربية، مشددين على أن ذلك يعتبر ثورة في التواصل بين

<sup>1</sup> - محمد كمال الدين إمام: مرجع سابق، ص 165

<sup>2</sup> - شوقي عبد الله عباد: المواقع الإسلامية على الإنترنت مالها وما عليها، ورقة قدمت للمؤتمر الوطني السابع عشر للحاسب

الآلي، جامعة الملك عبد العزيز، المدينة المنورة، أبريل 2004

المسلمين في أرجاء العالم. ومن هنا تأتي أهمية الاهتمام بقضايا المسلمين عبر المواقع الإسلامية المتخصصة في هذا الأمر، ويمكن تلخيص أهم الفوائد التي نجنحها كمسلمين من نشر قضايا المسلمين من خلال الإنترنت في ما يلي:

\* تعريف المسلمين الآخرين بقضايا إخوانهم

\* تعريف المجتمع الدولي بعدالة قضاياهم

\* نشر الحقائق وإبرازها بوضوح للعالم حتى لا يلتبس الأمر على عموم الأمة.

- تنمية الملكات العامة والقدرات الخاصة وفتح المجال واسعا أمام أفراد المجتمع الإسلامي للسير والرقى في أرض الله بمنهج الله دون أن تحدهم عوائق أو عقبات.

- مواكبة و مسايرة الواقع بكل المتغيرات التي تجري فيه، والعمل على تقديم البدائل الإسلامية، حتى لا يتم اللجوء إلى استيراد الحلول و تجريب التطبيقات المستوردة، مع ضرورة صيانة الحقائق الدينية والمفاهيم الإسلامية وإخضاعها للتصورات العصرية الغربية، أو المصطلحات السياسية والاقتصادية التي نشأت في أجواء خاصة وبيئات مختلفة، ولها خلفيات وعوامل وتاريخ، وهي خاضعة دائما للتطور والتغير، فيجب أن نغار على هذه الحقائق الدينية والمصطلحات الإسلامية غيرتنا على المقدسات وعلى الأعراض والكرامات، بل أكثر منها واشد، لأنها حصون الإسلام المنيع وحماء وشعائره<sup>1</sup>.

- المشاركة الفعالة في الخطط التنموية للدولة والمجتمع، وذلك بجمع المعلومات الضرورية وعرضها على الجمهور والمسؤولين، وتكوين إرادة التنمية لدى الأفراد، أي تعبئة الجماهير للمشاركة في التنمية وتشجيع الإقدام على العلم الحديث والتكنولوجيا.

- السعي إلى إدماج النظم التقليدية في المجتمع بالنظم الحديثة لتحقيق أكبر قدر من التجانس الفكري والتكليف الاجتماعي.

- الرقي باهتمامات الناس والسمو بعقولهم ووجدانهم وسلوكهم، وإشاعة الثقافة الإسلامية بمبادئها

<sup>1</sup> - محمد خير رمضان يوسف، مرجع سابق، ص 16

- السامية، وقيمها الرفيعة، والسعي لتوحيد الأمة، وتضامنها فكرا و وجدانا وولاء، مع بث روح الألفة والمودة والتعارف والتآلف والانسجام بين المسلمين<sup>1</sup>.
- ترسيخ المفهوم الصحيح للثقافة العربية من حيث هي ثقافة إنسانية وأصلية وتستوعب تيارات العصر وتشارك في تقدم الحضارة العالمية.
- التوعية الاستهلاكية، أي ترشيد الأنماط الاستهلاكية السائدة والمضرة مثل الإسراف في المأكل والمشرب والكهرباء والمرور... الخ.
- التفكير المستمر لإيجاد بدائل للمغريات التي يتعرض لها الشباب، تتفق مع منطلقات الإسلام، وعرض كافة الأحداث من منظور إسلامي، وتقويم كافة الأفكار والمستجدات بمعايير إسلامية، وهدى المبادئ الإسلامية السمحة<sup>2</sup>.
- تأكيد معنى الحرية، فالإسلام أعطى الحرية الكاملة للإنسان فيما يفعل، وهي مقيدة بعدم المساس بمبادئ الإسلام وعدم الإساءة إليه.
- دعم اللغة العربية الفصحى والتمسك بالدعوة إليها، فهي لغة القرآن الكريم، ومن أسباب فرقنا عدم محافظتنا على هذه اللغة، فاللهجات المحلية المتفرقة والدعوة إلى الكتابة بها وجعلها لغة التعليم ووسائل الإعلام تسبب الافتراق، ويقع على عاتق رجل الإعلام بيان هذا.
- بناء الحضارة الإسلامية المعاصرة، ونحن ندعو إلى الماضي ولا نفرط فيه، بل يكون هناك رابط بين الماضي والحاضر، زيادة على الربط بين الدين والعلم، والعلم و الدين والأخلاق، وبين الدين والتربية والمجتمع، وبين الدين والدنيا<sup>3</sup>.
- الدعوة إلى الوحدة الإسلامية، فما أصاب المسلمين وما يصيبهم بسبب أنهم غير متحدين، قال تعالى: ﴿ولا تنازعوا فتفشلوا وتذهب ريحكم﴾ الأنفال:46، فهدف رجل الإعلام هو الدعوة إلى الوحدة بين المسلمين.
- دعوة المسلمين بعضهم بعضا على الخير، قال تعالى: ﴿وتواصوا بالحق وتواصوا بالصبر العصر﴾  
العصر:3.

<sup>1</sup> - محمد إبراهيم نصر: الإعلام وأثره في نشر القيم الإسلامية وحمايتها، دار اللواء، الرياض، ط1، 1978، ص31

<sup>2</sup> - سيد محمد ساداتي الشنقيطي: الإعلام الإسلامي الأهداف والوظائف، دار عالم الكتب، الرياض، ط1، 1991، ص7

<sup>3</sup> - محمد خير رمضان يوسف، مرجع سابق، ص17

ومعنى هذه الدعوة هو إرجاع المسلمين على جوهر الإسلام وتشريع الحكيم وتعميق ذلك في نفوسهم.

- الجمع بين تحريك الإيمان في نفوس المخاطبين والمجتمع الإسلامي، وإثارة الشعور الديني، وبين إكمال الوعي وتنميته وتربيته.

- تحرير العقيدة مما قد يدخلها من أباطيل الخصوم وافتراءاتهم، ومهمة رجل الإعلام الإسلامي التصدي لهذه الأباطيل والافتراءات، ولا بد أن يكون متفهماً للدعوة الإسلامية حتى يستطيع نشرها، كما أنه لا بد من دراسة هذه الافتراءات دراسة جيدة، وإن لم يكن رجل الإعلام الإسلامي مسلحاً بهذا العلم فلربما انجرف مع التيار المنحرف والمظل.

\* إضافة إلى الأهداف العامة أعلاه، فيمكن تقسيم أهداف الإعلام الإسلامي حسب المجالات التي ينشط فيها، خصوصاً وأن دوره لا يقتصر على قضايا معينة يحققها للإنسان، ولكنه يتدخل في كل قضية من قضاياها بالدور الملائم والمناسب، وعليه فالإعلام الإسلامي له<sup>1</sup> :

- **أهداف عقائدية:** للإبلاغ بما صافية نقية، ولترسيخها في نفوس المدعوين، ولرد الشبهات المعروضة من قبل المناوئين لصد الآخرين عن الوصول إليها.

- **أهداف ثقافية:** لتعميم الوعي والفهم و ربط المسلمين بالتراث الفكري والحضاري، والكشف عن أصالته، والدعوة لنشره وبيان أثره، والوعظ والإرشاد والتوعية بتعاليم الدين، ونشر التوحيد، إضافة إلى نشر الثقافة الإسلامية، ومحو الأمية والجهل؛ من أجل السمو بعقول الناس وتصرفاتهم، زيادة على الاهتمام باللغة العربية وإحيائها والتشديد على ضرورة اتخاذها اللغة الأساسية لجميع الدول الإسلامية، والتعليمية للتفقيه والمعرفة، والتربوية من أجل إيجاد الفرد الصالح السوي.

- **أهداف اجتماعية:** ترمي إلى تماسك المجتمع وترابطه وترسيخ معاني الأخوة والمحبة والإيثار فيه، وغرس روح التعاون والتقوى فيما بينه، وتبدأ أهدافه الإصلاحية بالفرد ثم الأسرة، ثم المجتمع ثم الحكم في آن واحد، كما ترمي إلى بناء شخصية إسلامية ومجتمع مسلم يقوم على المبادئ الإسلامية، من خلال تصحيح الأخطاء السائدة في المجتمع الإسلامي، من أجل تنشئة الأجيال بصورة صحيحة

<sup>1</sup> - عبد الله قاسم الوشلي: مرجع سابق، ص 40-41

قائمة على الإسلام. كما تهدف وسائل الإعلام الإسلامي، بناء الشخصية الإسلامية والاهتمام بها، ومواجهة ما تبرز لها من قضايا بين الحين والآخر، وذلك بكل مشكلاتها، ومتابعة همومها، وعرض قضايا الأمة الرئيسية وتحليلها. فهو وسيلة الاتصال الأقوى في مخاطبتها الجماهير المسلمة، وفي إرشادهم إلى تمثين الأواصر الاجتماعية، وتنمية المشتركات الإسلامية بين جميع أفراد المجتمع الإنساني.

– **أهداف اقتصادية:** وترمي إلى تحسين أوضاع الأمة في الكسب والإنفاق وترشيدها في الأخذ والعطاء، والحماية من الغش والإحتكار، والتحذير من النهب والاستغلال، ومحاربة الربا وأكل الحرام، وعرض أفضل الطرق وأيسرها للتجارة وإدارة الأموال دون أن توجد في الأمة ضيقا وعتنا أو تتسبب للدولة أزمة وحنقا.

– **أهداف سياسية:** للتوجيه والإرشاد، والنصح والمشورة، والتسديد والإصلاح، وتوثيق العلاقة وتنميتها بين الحاكم والأمة، على أساس من العدل والطاعة والالتزام، والرعاية لمصالح الأمة والمحافظة على أمنها وحريتها، هذا في الداخل، أما في الخارج، فتتنظيم العلاقات الدولية وتحديد مسارها سلما وحربا وصدقة ومعاهدة.. الخ.

– **أهداف عسكرية:** للتوعية والاستنفار ورفع الروح المعنوية في صفوف المجاهدين وللحرب النفسية في الأعداء المخاربيين، ثم لكشف المخططات وفضح المؤامرات وللإسهام في التعبئة العامة والإعداد الشامل من الناحية الفكرية والمعنوية والروح القتالية... الخ.

– **أهداف ترفيحية:** للتسلية والترويح، ولتجديد النشاط وأداء الواجبات والقيام بالمسؤوليات، كما أنما أيضا للتدريب على معاني القوة ووسائل الجهاد في سبيل الله، وهذه ميزات وخصائص لهُو الإسلام لأنه يريح القلب ويدخل السرور والمرح، وفي نفس الوقت يتعلم منه الجد والنشاط في العبادات.

فتلك هي أهداف الإعلام الإسلامي وتلك هي غاياته النهائية، وهي تحقيق العبودية الخالصة الشاملة في كل شيء في حياة هذا الإنسان لله عز وجل، كما ذكرها عز وجل بقوله: ﴿قُلْ إِنْ صَلَاتِي وَنَسْكَي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ لَا شَرِيكَ لَهُ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ﴾ الأنعام:162.

وقد جاء الإعلام الإسلامي بصورته هذه لأنه جهد بشري يصدر عن المسلمين لبناء حياة إسلامية متكاملة لا يتصور أن تغاير أهدافه أهداف أي نشاط بشري ينشأ بنشأة كل حياة إسلامية، وهو كنظام من أنظمه المجتمع لا بد أن يتم بناؤه بصورة متكاملة مع الأنظمة الأخرى في المجتمع<sup>1</sup>. هذا ويمكن أن تكون أهداف النظام الإعلامي الإسلامي هي عينها الأهداف الكبرى التي يسعى المجتمع بكافة أنظمتها ومؤسساتها إلى تحقيقها، والتي يمكن إرجاعها إلى أصول كبرى، تتمثل في ترسيخ عقيدة التوحيد في النفوس، وتحقيق السيادة لشرع الله، وتثبيت الرسالة الرسول محمد صلى الله عليه وسلم، وبناء مجتمع طاهر نقي عفيف كريم، وشمولية في الإعلام بدين الله. أو هي في تركيز شديد: تدعيم الإسلام وتعميمه، ذلك أن أي نشاط إعلامي صدر من المسلمين في نطاق بناء حياة إسلامية متكاملة لا يتصور أن تغاير أهدافه أهداف أنشطة أخرى يقومون بها للغرض نفسه<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - سيد محمد ساداتي الشنقيطي، مرجع سابق، ص 7

<sup>2</sup> - محمد خير رمضان يوسف، مرجع سابق، ص ص 19-20



## ثانيا: البرامج الدينية الإذاعية:

- 1- خصائص البرامج الدينية الإذاعية
- 2- أشكال البرامج الدينية الإذاعية
- 3- إعداد البرامج الدينية الإذاعية

مدخل:

البرامج الدينية جزء أو صورة من صور الخطاب الديني، و نظرا لسيادة المنظور الثقافي في التحليل السياسي تحت ظل العولمة، و الحديث عن صراع الحضارات حيث يتم التركيز على دور الأفكار و القيم في التفاعلات الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية، و التي كانت عنوانا لكل الممارسات الغربية الأمريكية، خاصة بدءا من الحرب على الإرهاب و وصولا إلى نشر الديمقراطية و تجديد الخطاب الديني و تغيير المناهج، و ظهور ما يعرف بـ (الإسلاموفوبيا).

و إذا كانت هذه التطورات في العلاقة بين الإسلام و الغرب قد أفرزت الضرورة إلى إعادة النظر في النتاج الثقافي و الإعلامي ككل و الإذاعي بشكل خاص و تعالي دعوات التجديد في الخطاب، فإنه من العقلاني بمكان مراجعة و فحص المحتوى و الآلية و الشكل الذي يتخذه المنتج كطريق للوصول إلى المتلقى المحلي و الخارجي على حد سواء، مع ملاحظة التأثير و الفاعلية التي تتمخض من تلك العملية الإتصالية<sup>1</sup>.

إن الإذاعة، كوسيلة إعلام، تعتبر خادما ومرافقا لكل فرد، كما يعتبر الدين ثقافة ومنهج لكل إنسان، ومن هذا المنطلق كان للإذاعة دور كبير في نشر هذه الثقافة و ذلك المنهج و حملهما إلى أتباعهما و روادهما، كذلك فإن ساعة في الإذاعة خير من ألف ساعة على منبر أو مائة كتاب في خزانة، فالمنبر مهما حشدت حوله من حضور و الكتاب مهما زدت في عدد نسخه، لن يصل أي منهما إلى ما تصل إليه و من تصل إليه درات الأثير و موجات الصفير<sup>2</sup>.

و الإذاعة المسموعة وسيلة إعلامية متميزة، و لأهميتها البالغة كان طبيعيا أن يتجه الاهتمام إلى استخدامها في البرامج المختلفة و منها البرامج الدينية بمدف الدعوة إلى الإسلام و التعريف به و التبشير بمبادئه و ترسيخها و تأصيلها و تدعيمها في فكر و وجدان و سلوك جمهور المستمعين محليا و إقليميا و دوليا.

و أمام التيارات المتباينة التي يموج بها العالم بأسره، و خطر بعضها على المجتمع الإسلامي، بات استخدام الإذاعة من أجل تصحيح المفاهيم و كشف ما يهدد قيم المجتمع و يؤثر فيه أكثر من

<sup>1</sup> - حيدر السلامي: الخطاب الديني عبر الأثير، <http://www.annabaa.org/nbanews/64/247.htm>

ت د 2013/04/15

<sup>2</sup> - البرامج الدينية في الإذاعة و التلفزيون نقد و تحليل، مجلة المجتمع، الكويت، ع 234، 1975.

ضروري، خصوصاً وأنها تحاصر المستمع في كل مكان، وهذا ما يمكنها من تأدية رسالتها إلى الجمهور والتأثير فيه بما يحقق التوافق والإنسجام عن طريق نشر الأفكار وتغيير الذهنيات، بفضل الكلمة التي تبثها والتي ينبغي أن تعبر عن الوفاء لواجباتنا الأساسية تجاه مبادئنا و ثوابتنا، و بالتالي المساهمة في تحقيق وحدة المجتمع و المحافظة على معتقداته و عاداته و تقاليده و دعم الشعور بالانتماء للأمة.

لقد بدأت البرامج الدينية و الإعلام الإسلامي يأخذ طريقه إلى الإذاعة المسموعة مع نشأة إذاعات القرآن الكريم في مصر و نداء الإسلام في مكة المكرمة، بعدما كانت الإذاعات قبل ذلك لا تقدم أية برامج دينية سوى الافتتاح المبارك في الصباح بالقرآن الكريم و يعقبه حديث ديني و الحتام المبارك في بعض الإذاعات أو قرآن المساء في بعضها الآخر، أما البرامج الدينية بالمعنى الفني فلم يكن لها و جود في إذاعات بلاد العالم الإسلامي قبل ذلك بكثير<sup>1</sup>.

فأول دخول للبرامج الدينية بمعناها الفني إلى الإذاعات كان عن طريق إذاعات القرآن الكريم، و قد اكتسبت هذه الإذاعات أهمية كبيرة في عصرنا مع التنافس الإعلامي بين مختلف الدول و الإيديولوجيات الحديثة، و قد أطلق على هذه الإذاعات "الإذاعات الدينية الإسلامية" و هي تقابل الإذاعات الدينية الأخرى التي تعمل على نشر الديانات الأخرى و خاصة منها الديانة المسيحية، و منه تعتبر الإذاعات الموجهة لخدمة الدين الإسلامي من أهم الإذاعات التي تعمل الدول على رسم سياسة تخطيطية منظمة لها بهدف نشر الدين و التبشير بالدعوة له و إقامة الصلوات و إذاعة شعائر الصلاة و مناسك الحج و غيرها، و على ذلك تكون هذه الإذاعات تحت إشراف الحكومة التي تقوم بتمويل هذا الجانب الإعلامي و الدعائي في نفس الوقت، بجانب الهيئات الدينية التي يكون لها هي الأخرى دور هام و بارز في تمويل هذه الإذاعات بجانب الهبات و التبرعات التي تقدم من مختلف الهيئات و الشخصيات بهدف رفع لواء الدين في أنحاء العالم<sup>2</sup>.

### 1- خصائص البرامج الدينية الإذاعية:

- البرامج الدينية الإذاعية وسيلة لخدمة الدعوة الإسلامية و تشكيل الرأي العام، و ذلك بما توفره لها الإذاعة من إمكانية مخاطبة كافة الفئات الجماهيرية، خاصة فئة الأميين الذين لا تصل إليهم وسائل

<sup>1</sup> - كامل البوهي، البرامج الدينية في الإذاعة، المجلة العربية، حوار: أحمد يوسف فرغلي، ع 104، السنة 10، 1986، ص: 82

<sup>2</sup> - ماجي الحلواني: مدخل إلى الإذاعات الموجهة، ط1، دار الفكر العربي، مصر، 1982، ص142

الإعلام المكتوبة، وتمتاز بأنها ناشرة للوعي الإسلامي، و تتبع ما ينشر على الإسلام من أعدائه و المتآمرين عليه<sup>1</sup>.

- تركز على المثقفين الجديرين بحمل صفتهم، وبعلماء الدين الحاذقين المتجردين لخدمة الدين الإسلامي الحنيف، كما أراد الله، لا كما تسعى إليه الأطماع و الأهواء المريضة، فهي وسيلة لقطع دابر الغلو و التعصب و التطرف، وهي الأمراض الثلاثة التي تبعد الناس عن دينهم وتأخذهم إلى وديان قاصية يؤذون بها أنفسهم و غيرهم<sup>2</sup>.

- البرامج الدينية الإذاعية مواد دسمة المواضيع صحيحة الفكرة سليمة الهدف، لذلك تحتاج إلى تشويق و إمتاع و جاذبية، باستغلال الخصائص الصوتية التي تتيحها الإذاعة، خصوصا روعة الإلقاء، و هو ما يميز البرنامج الإذاعي الذي يحتاج إلى قالب فني يصاغ فيه ليكسبه جوا من التشويق و المتعة تشدان السامع للإنصات إلى جهاز الراديو، باعتبار هذه البرامج دسمة، و هذا لا يكون إلا إذا أثرت كوامن العواطف و شهية الإطلاع و رغبة المتابعة<sup>3</sup>، فالصوت الرقيق الهادئ يؤثر في الناس أكثر.

- تقوم على النص الإعلامي، و لا نص أوضح بالنسبة للبرامج الدينية من القرآن الكريم وأكثر صحة منه، لأن النص الإعلامي يعتمد على رؤية فكرية، منها ينطق ومنها يجسد، ومنها يستلم غاياته<sup>4</sup>.

- إمكانية المشاركة و التواصل و خاصة في البرامج الحوارية التي تبث مباشرة على الهواء من خلال الإتصال مع البرنامج و طرح الأسئلة و إبداء الرأي و التفاعل مع القضية المطروحة.

- يتسم البرنامج الديني بصلابة مادته التي تحتاج إلى فهم و تركيز للاستيعاب الذهني مما يحول دون القدرة على متابعته بوجه السرعة أو التعجل في عرضه، لذا كان من الضروري المحتم أن تكون البرامج الدينية في أوقات تسمح لأن يقبل عليها أكبر عدد من الناس<sup>5</sup>.

- البرامج الدينية تتواصل مع جمهورها بوسائل تقربها إليهم و تقرّبهم منها، فتبلغهم رسائلها عبر الصوت المسموع، واللغة الواضحة الميسرة المفهومة، و يتواصلون معها بالهاتف تارة و المراسلة تارة

<sup>1</sup> - كامل البوهي: مرجع سابق، ص 83

<sup>2</sup> - هادي حسن حمودي: الإذاعات الدينية في الوطن العربي رؤية تنويرية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد مجلة الإذاعات العربية، ع2، 2011، ص80

<sup>3</sup> - عبد الله سالم: البرامج الدينية في الإذاعة و التلفزيون نقد و تحليل، مجلة المجتمع، ع 234، 1975، الكويت، ص:46

<sup>4</sup> - هادي حسن حمودي، مرجع سابق، ص 81

<sup>5</sup> - محمد كامل عبد الصمد: التلفزيون بين الهدم و البناء، دار الدعوة للطبع و النشر و التوزيع، ط2، الإسكندرية، 1993،

أخرى، أو الاكتفاء بالاستماع، تارة ثالثة. ومن بديهيات الأمور أن لا تقتصر البرامج الدينية على نقل خطب الجمعة أو ترتيل القرآن الكريم وتعليم قراءته، على أهمية هذه الموضوعات التي تشد إليها جمهورا غفيرا من المستمعين، لكن بالإضافة إلى ذلك عليها أن تأخذ بأسس العمل الإعلامي العام وأساليبه من أجل بث رسالتها الدينية النزيهة لمتابعيها كافة<sup>1</sup>.

- لغتها يجب أن تكون سليمة تؤدي بنطق صحيح ومفهوم، وإذا كانت البساطة مسألة لازمة عموما في الإذاعات حتى تصل إلى اللهجات المحلية في بعض البلدان، فإن البرامج الدينية لا يمكن أن تستعمل تلك البساطة، بل تأخذ بالبساطة التي يمكن تمثلها بمصطلح الفصحى المبسطة<sup>2</sup>.

- البرامج الدينية الإذاعية لا تستثني أي فئة من الجمهور، حتى الأميين، حيث تعتمد إلى الوصول إلى ذي المستوى الثقافي المحدود متوجهة إليهم بلغة عربية مبسطة، و مختلطة باللهجات المحلية لهذه الفئة، و التي لا تزال تحتل حيزا كبيرا بين الفئات الجماهيرية الأخرى، و أهم البرامج الموجهة إلى هذه الفئة، إضافة إلى الحديث، برامج الفتاوى الشرعية و البرامج ذات الحوارات الفكرية و الثقافية في المجال الديني<sup>3</sup>.

## 2- أشكال البرامج الدينية الإذاعية:

تتنوع البرامج الدينية في الإذاعة إلى عدة أشكال، ونشير إلى أهمها في الجمل حصص و مواد إعلامية و ثقافية و منوعات ذات مضمون إسلامي هادف، فالإذاعة ليست قاصرة على البرامج الدينية بكلفة وسائلها و لكنها أوسع من ذلك، فهي تقدم مواد دينية، مواد تعليمية عامة، و مواد ترفيهية لأفراد الأسرة، و لكن كل ذلك داخل الإطار الإسلامي، بمعنى آخر أنها تقدم كل شيء بشرط ألا يخالف أصول الدين و ضوابطه المحددة و المتفق عليها.

وعموما، وقبل أن نفصل في بعض الأشكال الأساسية للبرامج الدينية التي يتم بثها في الإذاعة، فيمكن أن نلاحظ وجود الأصناف التالية:

- البرامج التي يقدمها علماء الدين مباشرة.

- البرامج المتعلقة بتغطية النشاطات و الفعاليات الدينية و الشعائر الدينية.

<sup>1</sup> - هادي حسن حمودي، مرجع سابق، ص ص 81-82

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 83

<sup>3</sup> - محي الدين عبد الحليم: الدراما التلفزيونية و الشباب الجامعي، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1984، ص 4

- الحوارات و الأحاديث التي يجريها إعلاميون مع علماء الدين حول قضايا دينية و اجتماعية مختلفة، إضافة إلى الأفلام التسجيلية و المؤتمرات الإسلامية<sup>1</sup>.
- المواد الإعلامية لشهر رمضان و للأعياد و المواسم، و قرآن الافتتاح و الختام.
- البرامج الخاصة بالحديث حول القضايا المختلفة التي تمه المسلمين، و تعمق فهم و توسع ثقافتهم الدينية.

- التمثيليات الإذاعية و التلفزيونية التي تصر حياة شخصيات دينية أو تعالج موضوعات دينية.
- المسلسلات الإذاعية و التلفزيونية التي تعالج قضايا دينية، أو تصور أحد مراحل انتشار الدعوة، أو سيرة إحدى الشخصيات الفاعلة في تاريخ الدعوة<sup>2</sup>.

## 2-1- برامج تلاوة القرآن و الأحاديث و السيرة النبوية:

يتم من خلالها بث و إذاعة التلاوات القرآنية التي يتم تسجيلها لكبار المقرئين، و ذلك لتعميق الصلة بين المستمعين و كتاب الله الحكيم، كما يتم من خلالها بث البرامج التي تعنى بتفسير القرآن الكريم، حتى يتكون لدى المستمعين معلومات عن شرح و تفسير آيات القرآن الكريم<sup>3</sup>. و كذلك إظهار النواحي الإعجازية فيه مع الإعتماد على التفاسير الموثقة، و هذا لربط المسلمين بكتاب الله العزيز الذي لا يأتيه الباطل لا من بين يديه ولا من خلفه.

كما تقوم برامج الأحاديث الدينية ببث و إذاعة أحاديث الرسول صلى الله عليه وسلم، و التعرف عليها من حيث ذكرها أو شرحها، و كذا إذاعة البرامج المتعلقة بسيرة الرسول صلى الله عليه وسلم و صحابته الكرام، و التابعين و الأئمة الصالحين، ليكونوا قدوة لنا. كما تعنى برامج السيرة بسيرة الرسول صلى الله عليه وسلم و خلقه و حكمه و جهاده في الدعوة إلى الله، كما تهتم هذه البرامج بتوضيح مكانة السنة في الإسلام، و بيان منهجها في التحري و الثبوت و الضبط و الإسناد.

في حين يرى بعض الباحثين رؤية أخرى في بعض أنواع هذه البرامج، مثل محمد كامل عبد الصمد، الذي يرى أن القرآن الكريم في افتتاح و نهاية البرامج، لا يدخل في إطار البرامج الدينية، كما يعتبر أن

<sup>1</sup> - محمد كامل عبد الصمد: التلفزيون و البرامج الدينية، مجلة منار الإسلام، ع 1، السنة 15، الإمارات العربية المتحدة، 1989،

ص 118

<sup>2</sup> - أديب حضور: البرامج الدينية في الترجمة الرمضانية العربية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، 2003، ص 64

<sup>3</sup> - محمد الصرايرة: البرامج الدينية في الإذاعة الأردنية، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، ع 2004، 4، ص 34

الأذان أيضا لا يعتبر من البرامج الدينية، لأنه إعلام و إعلان لوقت الصلاة الذي حان حتى يقوم الناس إلى صلاتهم فهو لا يفقه الناس في الدين و لا يعلمهم بقواعده و أصوله حتى يحسب برنامجنا دينيا<sup>1</sup>.

## 2-2- الحدِيث الديني:

يعتبر الحديث في الغالب الأعم الشكل الصحفي أو القالب الإذاعي المستخدم بكثرة في البرامج الدينية الإذاعية، وتحضيره في الإذاعة أصعب من التلفزيون، لأن الصوت في الإذاعة وحده الذي يصل المذيع بالجمهور، و يقوم وحده بجميع وسائل الإيضاح، فهو غير قادر على ذلك بقسمات الوجه أو إشارة اليد أو الصورة و الحركة<sup>2</sup>.

ويتم من خلال الحديث الديني التوجيه و تعريف المستمعين ببعض الأحكام الفقهية التي يحتاجون إليها في حياتهم، كما يتناول أصول العقيدة و شعبها عرضا علميا دقيقا ميسرا يراعي المستويات المختلفة، و يجدد الإيمان بالحقائق الجديدة في الأنفس والآفاق، زيادة على تناوله للعبادات و تعليم الناس كيف يعبدون ربهم على منهج أهل السنة و الجماعة، كما يقدم العديد من المسائل التي تهم المستمعين، حتى تتكون لديهم ثقافة واسعة في هذه المسائل، كما يقوم الحديث الديني بتعريف جمهور المستمعين على عدد من القضايا الهامة التي تتم معالجتها من منظور إسلامي، كحوادث المرور و ترشيد الاستهلاك و الدعوة للمحافظة على الصحة، و حماية البيئة و تنظيم الأسرة، و كذا العناية بالزراعة و الصناعة و الأعمال الحرفية، و محاربة الاحتكار و الاستغلال و التلاعب بالأسعار، و الاهتمام بالعلم و المعرفة، و أداء الوظائف العامة و الخاصة بأمانة و إتقان، و الحرص على المصلحة العامة<sup>3</sup>. كما يعكف الحديث الديني على إطلاع المستمعين على عدد من جوانب الحضارة الإسلامية، لإطلاعهم على الدور الذي قام به العلماء المسلمون في رفد الحضارة الإنسانية بالعلم و المعرفة.

## 2-3- برامج الفتوى:

الإفتاء مسؤولية عظيمة، و أمانة ثقيلة، كما أنه منصب جليل، و وظيفة شريفة، و أثره في إصلاح الأفراد و المجتمعات ظاهر، و الحاجة إليه من أمس الحاجات، بل تبلغ مبلغ الضرورات، فليس كل الناس بل ولا أكثرهم يحسن النظر في الأدلة، و يعلم حكم الله فيما يعرض له من مسائل و مشكلات، فكان بحاجة إلى سؤال أهل العلم، و معرفة حكم الله تعالى فيما يحتاجه من خلال فتاواهم

<sup>1</sup> - محمد كامل عبد الصمد، مرجع سابق، ص 24

<sup>2</sup> - عبد الله شحاته: الدعوة الإسلامية و الإعلام الديني، ط2، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، مصر، 1986، ص 36

<sup>3</sup> - محمد الصرايرة، مرجع سابق، ص ص 34-35



وأجوبتهم. وتختص برامج الفتوى بالإجابة عن أسئلة المستمعين وبيان الأحكام الشرعية لهم سواء على مستوى الفرد أو الجماعة، وهذه من أهم البرامج التي يجب أن تقدم يوميا لحاجة الناس الماسة لمعرفة الأحكام الخاصة بحياتهم اليومية. وأحسن برامج الفتوى تلك التي تكون عبارة عن حوار حي بين إنسان يسأل و يجاور و عالم يجيب و يرد عليه، حتى تناقش كل تفاصيل الموضوع بشكل حي، و ليس عن طريق أسئلة تجري قراءتها من ورقة<sup>1</sup>.

#### 2-4- الدراما والمسلسلات الدينية:

تسهم الدراما التلفزيونية إسهاما واضحا في عملية الضبط الاجتماعي و العامل مع القيم الأساسية التي يعيشها الناس، حيث لم تعد مجرد تسلية و ترويح، بل عدت إلى كونها وسيلة من وسائل التأثير و التغيير، بل و حتى التعبير عن أفكار ليست بالضرورة انعكاسا للحياة اليومية إنما أفكار تحمل نماذج جديدة للسلوك الذي يسعى لإرضاء المشاهد و ضمان ارتباطه بالبرنامج أكثر من سعيه في توجيه و تعديل السلوك أو الدعوة إلى نماذج أفضل لقيم و مثل مستمدة لمعاني الإصلاح.

وقد أثبتت الدراسات أنها تأتي في مقدمة البرامج الإعلامية المفصلة لدى الجمهور، خاصة الدراما التلفزيونية نظرا للخصائص التي يتميز بها التلفزيون و التي قد لا تتوفر لغيره من وسائل الإعلام الأخرى. و الدراما لها أهمية كبرى حيث لم تعد مجرد تسلية و ترويح، كذلك الحال في السينما التي هي أخطر و وسائل التعبير، و أشرس أدوات الإعلام و الدعاية<sup>2</sup>.

كما تعدت إلى كونها وسيلة من وسائل التأثير و التغيير و الضبط الاجتماعي و التعامل مع القيم الأساسية التي يعيشها الناس، بل و حتى التعبير عن أفكار ليست بالضرورة انعكاسا للحياة اليومية إنما أفكار تحمل نماذج جديدة للسلوك الذي يسعى لإرضاء المشاهد و ضمان ارتباطه بالبرنامج أكثر من سعيه في توجيه و تعديل السلوك أو الدعوة إلى نماذج أفضل لقيم و مثل مستمدة لمعاني الإصلاح<sup>3</sup>.

وفي تاريخ الإسلام الكثير من الوقائع التي يمكن استثمارها لمنفعة الحاضر والمستقبل وقطع الطريق على من يريد تشويه الدين بممارسات متعصبة مغالية. ومن وجوه الإستثمار، كتابة التمثيليات الإذاعية عنها، بما في ذلك إعادة تصوير الأحداث وتشخيصها بالصوت و الحوار المتسلسل المناسب بعفوية

<sup>1</sup> - ممدوح الحوشان: البرامج الدينية في التلفاز، مجلة الدعوة، الرياض، السعودية، ع1590، 1418 هـ / 1997م، ص ص 20-

21

<sup>2</sup> - محمود حنفي كساب: السينما الإسلامية سلاح فعال للدعاية المسلم، مقالات في الدعوة و الإعلام الإسلامي، مرجع سابق،

ص 112

<sup>3</sup> - أديب حضور: البرامج الدينية في الرجة الرمضانية العربية، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2003، ص، 65-66



وجمال أداء. وتأتي التمثيليات الإذاعية - من وجهة نظر كثير من الإعلاميين - كواحدة من أفضل الوسائل المعبرة عن الموضوع<sup>1</sup>. وعموماً، فالتمثيلية الدينية الناجحة هي التي تعالج قضايا المسلمين التاريخية و الواقعية بلغة و أسلوب فني معاصر، يراعي متطلبات الإعلام الراهن من جهة و يحافظ على القيم الإسلامية الصحيحة الصافية عن حب لها و تقدير، مع تقديم الشخصية الإسلامية السوية التي كان مثلها الأول رسولنا الكريم صلى الله عليه و سلم، كل ذلك لإعطاء نموذج الإنسان الصالح الذي يكزن قدوة يحتذي به شباب الأمة. إذن لماذا لا نتحدث تلك التمثيليات عن روح الإسلام نفسه من الرحمة و السماحة و لين الجانب و الحكمة و المعظة الحسنة؟! أين التمثيلية التي تتحدث عن أخلاقيات و سلوكيات السلف التي تضيء السبيل لمن يلتمسها و تبرز القيم الرحيمة و العادلة في التعامل مع الآخرين؟! حقيقي أن تلك الجوانب تعالج اليوم في البرامج الدينية الإذاعية، و لكن معالجتها لا تتم إلا بصورة ثانوية جانبية بعيدة عن المعالجة الأساسية لفكرة موضوع التمثيلية<sup>2</sup>. لذلك يجب الإهتمام بها بشكل أفضل.

## 2-5- الحصة الثقافية والترفيهية:

وتهتم هذه البرامج ببيان الإعجاز في القرآن الكريم بصوره المختلفة، العلمية واللغوية والبلاغية والتشريعية، كما أنها تهتم بتراث الأمة الإسلامية مثل العادات والتقاليد والفنون، وكذلك المسابقات الدينية مثل مسابقات القرآن الكريم وغيرها، كما تشمل أيضاً سير الصحابة والتابعين والعلماء والفقهاء في مختلف العصور الإسلامية، وكذلك الاهتمام بالغزوات والوقائع والفتوح الإسلامية. زيادة على الشخصيات المهمة في التاريخ الإسلامي التي لها إنجازات عظيمة وفتوحات إسلامية<sup>3</sup>. كما تقدم مواداً ترفيهية لأفراد الأسرة، و لكن كل ذلك داخل الإطار الإسلامي، بمعنى آخر أنها تقدم كل شيء بشرط ألا يخالف أصول الدين و ضوابطه المحددة و المتفق عليها.

## 2-6- الأخبار والتقارير الدينية:

<sup>1</sup> - هادي حسن حمودي، مرجع سابق، ص 82-83

<sup>2</sup> - محمد كامل عبد الصمد، مرجع السابق، ص 55

<sup>3</sup> - البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية، رسالة دكتوراه، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود

الإسلامية، السعودية، 1423-1424هـ، ص 86-87

لا يكاد يوم يمضي إلا وتحمل وكالات الأنباء أخبارا دينية، أو أخبارا تهم المسلمين، وإذا كانت الإذاعات العامة تعنى عادة ببث البرامج السياسية والاقتصادية، فإنها مدعوة إلى بث الأخبار الدينية التي تهم مستمعيها، كأخبار المسلمين حول العالم، ومتابعة الندوات الدينية التي تستحق المتابعة، مثل ندوات حوار الأديان أو ندوات الحوار بين المسلمين أنفسهم، أو إعلام المستمعين بإصدار كتب دينية جديدة ذات قيمة علمية، أو عرض ترجمة كتب من العربية إلى غيرها أو العكس، وكصدور طبعة جديدة من المصحف الشريف، أو خبر عن تحقيق كتاب ذي علاقة بالإسلام، أو خبر عن ترجمة كتاب إسلامي.. الخ. وللتقارير الدينية وجه آخر أيضا، هو عرض آخر أخبار النشاطات الدينية وبخاصة في المواسم، كموسم الحج وشهر رمضان والأعياد الدينية وغيرها، فمن اللائق أن يعرف المستمعون أخبار أصدقائه أو أهله أو غيرهم ممن ذهب للحج مثلا، وأن يتعرف على طقوس الصيام في نهاره وليله في المدن أو البلدان الأخرى، وإن يتعود على الاحتفال بالأعياد بالطريق الصحيح السليم<sup>1</sup>.

## 2-7- عرض الكتب الدينية:

لدى المسلمين تراث ضخم من المؤلفات والكتب التي تصب جميعها، بشكل أو بآخر، في مسألة الدين، مئات من التفاسير القرآن الكريم، وعشرات من كتب السيرة النبوية، ومئات من الكتب عن الصحابة وإنجازاتهم، وآلاف من الكتب التي دارت في مدار القرآن الكريم، فيما عرف بعلم القرآن، كالقراءات وأسباب النزول والناسخ والمنسوخ والإعجاز العلمي وغير ذلك<sup>2</sup>. فهذا التراث الضخم لا بد للمسلمين المعاصرين من الإطلاع الجيد النافع منه، أي الذي يأخذ بأيديهم في هذا العصر نحو تحقيق رسالة الاستخلاف القرآنية التي هي البناء وتوفير الأمن والاطمئنان والسلام. وهذا كله لأن الجهل بتقدمات التراث وتألفاته يخلي الساحة للفكر المسطح المتطرف المنسوب إلى الدين ظلما وعدوانا<sup>3</sup>.

## 3- إعداد البرامج الدينية الإذاعية:

إعداد وإنتاج البرامج في الراديو هو عملية إدارية إبداعية تهدف إلى تحويل مجموعة من الأفكار إلى مجموعة من الأصوات والصور ووضعها في قالب فني شيق بهدف توصيلها إلى جمهور المستمعين

<sup>1</sup> - هادي حسن حمودي، مرجع سابق، ص ص 82

<sup>2</sup> - هادي حسن حمودي، مرجع سابق، ص ص 83

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص ص 84

أو المشاهدين والتأثير عليهم. وهذه العملية الإبداعية تحتاج إلى تكاتف خبرات عديدة في مجالات الإدارة و التخطيط والمحاسبة والهندسة الإذاعية والتصوير بكل أنواعه، والصوت وفنون الإضاءة والديكور والأزياء والماكياج والتمثيل والمؤثرات والتسويق والبحوث. والعمل الإذاعي يحتاج في غالب الأحوال إلى التخصص كما يحتاج إلى العمل الجماعي، ومن أهم الصفات المطلوبة فيمن يشترك في هذا العمل الموهبة والثقافة العامة المتخصصة والمثابرة والرغبة في التجديد والابتكار والقدرة على العمل في فريق<sup>1</sup>.

وفي البرامج الدينية ، فإن التأثير الكبير الذي يصل إلى الناس منها، يأتي من خلال المضمون و المحتوى بالدرجة الأولى، ثم الشكل و القالب الفني الذي تصاغ به تلك المضامين، لذا فإن العناية ينبغي أن تشمل المضمون و الشكل.

وقبل الخوض في كيفية إعداد البرامج الدينية بشكل مفصل، نشير إلى أن هناك مجموعة من العوامل التي تساعد في نجاح هذه العملية وهي<sup>2</sup>:

– **العوامل النفسية:** يجمع علماء النفس والاجتماع وخبراء الإعلام على أن الإنسان يميل بطبعه إلى ما يدخل السعادة في قلبه، وللإذاعات دور مهم في ذلك، فالبرامج الدينية يجب أن تسعى في الإتجاه نفسه بأن تقدم برامجها لإسعاد الناس وإدخال الأمل إلى صدورهم وقولبهم.

– **عناصر التشويق للمتابعة:** ينظر بعض الكتاب إلى القضايا الدينية باعتبارها جافة بطبيعتها وأنها أعلى من مستوى إدراك عموم الناس. وعلى الرغم من عدم صحة هذه النظرة فإن استخدام الإذاعة لعناصر التشويق المعروفة في الإعلام مسألة مهمة جداً، والإذاعة التي لها كتاب حاذقون وأصوات معبرة بسلاسة عن المعاني المقصودة، بإمكانها أن تحيل أكثر الموضوعات جفافة ( كمسألة المواريث والقضايا الفقهية الأخرى) إلى موضوعات شيقة باستخدام لغة مبسطة واللجوء إلى طريقة الحوار أو التمثيليات الإذاعية وغير ذلك من أساليب التشويق بحسب أذواق المستمعين، وعلى القائمين بالبرامج الدينية التعرف على تلك الأذواق، وهذا أمر ميسور لهم بحكم كونهم جزءاً لا يتجزأ من مجتمعهم، عاشوا فيه وعرفوه وألفوه، وهم أنفسهم من مستمعي البرامج الدينية، كما أنهم المعنيون الرئيسيون بتطويرها وتعميق علاقتها بالناس<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> – ماجي الحلواني ومحمد مهني: مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999، ص141

<sup>2</sup> – هادي حسن حمودي، مرجع سابق، ص84

<sup>3</sup> – هادي حسن حمودي، مرجع سابق، ص84

- تحقيق حاجات المستمعين: لا شك أن المستمع العربي يجب أن يتلقى من البرامج الدينية الحقائق، حقائق عن الإيمان وملامح السبيل الذي يؤدي إلى أن يتمثل روح التسامح والتفتح على العلم النافع والعمل الصالح، ومما لا شك فيه أن البرامج الإذاعية الدينية الناجحة لا تكتفي بالندوات والتعليقات وتقديم والمسلسلات فحسب، بل أن تقدم كل ذلك بروح التجديد والابتكار في الأساليب المؤدية إلى إيصال المضمون للمستمعين بألطف أسلوب وأدق طريق، واتصال تلك البرامج بالناس، أي بعموم أبناء المجتمع، على نطاق واسع، يقرهم إلى الإيمان بكل معانيه<sup>1</sup>.

و بالنسبة لتخطيط وإعداد البرامج الدينية الإذاعية، من الناحية الفنية والتقنيات المستعملة، بهدف نجاح البرنامج الديني في أداء رسالته، فيجب مراعاة ما يلي:

#### أ- من حيث كوادر البرنامج الديني:

إخراج وإعداد برنامج ديني إذاعي ناجح، يتطلب إسناده إلى كوادر مؤهلة لذلك، ويجب مراعاة ما يلي:

- يجب أن يكون هناك انتقاء للقائمين على القناة و برامجها مع استبعاد أصحاب الاتجاهات الفكرية المنحرفة أو المتطرفة، فالاعتدال و الوسطية من أهم سمات الإسلام التي يجب أن تتبناها القناة وتدعوا لها حتى لا تشوبها الشبهات فيما تقدمه من مواد و برامج<sup>2</sup>، و هذه الحالة غالباً تؤدي إلى تلك الإنزلاقات التي يقع فيها بعض ضيوف البرامج الدينية وهذه المسائل تفاجئنا من حين لآخر لتؤكد ضرورة إبلاء الخطاب الفقهي أهمية بالغة باعتبار تأثيره العميق في النفوس<sup>3</sup>.

- يجب أن تتوفر القائم بالإعلام الإسلامي على المعرفة الكافية بالموازين الشرعية و حسن اختيار الموضوع و الأسلوب المؤثر و النهج الوسطي المعتدل فضلاً عن المؤهلات الشخصية الأخرى و الإحاطة التامة بالعملية الاتصالية و الظروف المحيطة بها<sup>4</sup>. فلا بد من حسن اختيار الكفاءات و الكوادر العامة في إطار البرامج الدينية إدارة و إعدادا و إخراجا و تقديمها، تمكينهم من الاستفادة من التقنيات الحديثة على نحو يعينهم على التخطيط و الإنتاج<sup>5</sup>. فنحن في حاجة إلى دعاة يعرفون لغة

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 85

<sup>2</sup> - ماجي الحلواني: الفضائيات و البرامج الدينية، غائبة مغيبة أم تفتقد إلى التخطيط؟ [www.arabiat.com](http://www.arabiat.com)، 2013/04/23

<sup>3</sup> - محمد عبد الكافي، تأملات في الخطاب الديني بالفضائيات العربية، مجلة الإذاعات العربية، ع 1، 2003، ص 89

<sup>4</sup> - حيدر السلامي، مرجع سابق، ص 19

<sup>5</sup> - عبد الله الحيدري: الإعلام المحلي في تونس، مجلة الإذاعات العربية، تونس، ع 2، 1998، ص 41

العصر و فنون الاتصال، و القدرة على الإقناع، و تتوافر لديها ملكة القول و ملكة الاستماع، بل لابد أن يتخصص مقدم البرامج الدينية في الفكر الديني و يفضل أن يحاكي مستوى الأساتذة الذين يستضيفهم ليصبح أحد أفراد الندوة و ليس مجرد مقدم، و هنا يتمكن من سد الثغرات في حلقاته إن وجدت.

كما يجب أن يتحلى من يقدم البرامج الدينية بدراية علمية واسعة بهذا الدين، و ليس بالضرورة أن يكون هؤلاء من علماء الدين و لكن إعلاميين متخصصين في المجال الذي تختص القناة بتقديمه للجمهور.

- الإهتمام بالبناء العلمي الثقافي للإعلاميين فنحن لا نريد أن تكون كليات الإعلام زهورا صناعية جميلة الشكل، و لكن بدون رائحة و لا طعم، بل نريدها إنتاجا إيماني تربويا علميا، تجمع بين العلم بالوسيلة و العلم بهدف الدعوة التي تحملها الوسيلة. فمن شروط القائم بالخطاب الديني أن يكون على علم و دراية بأحوال عصره و قضايا أمته، و الإهتمام بالعلوم السياسية و الإنسانية و الإعلامية، فضلا عن الدراية بقوانين الشريعة و الموازنة بين الثابت و المتغير، من أجل الخروج بهذا الخطاب إلى فضاء العالمية و عدم تكريس التخلف عن ركبها<sup>1</sup>.

و على الجامعات في الدول العربية و الإسلامية أن تعمل على توفير الكفاءات و الكوادر العاملة في مجال البرامج الدينية و الإعلام بصفة عامة، و ذلك بفتح أقسام للصحافة الإسلامية على أسس علمية تستوعب التقنيات الاتصالية و الإعلامية المتطورة<sup>2</sup>.

- تعميق الصلة بعلماء الأمة و تهيئة كافة السبل و الإمكانيات التي تعينهم على العطاء و المشاركة في البرامج الدينية، و عقد لقاءات مشتركة بين العلماء و بين المتخصصين في إعداد البرامج الدينية بهدف تدارس الأساليب المثلى في العرض<sup>3</sup>. فالوقت لم يعد وقت أحاديث و عظية تسجل و تعرض، بقدر ما هو وقت برامج حوارية و نقاش على الهواء، و انتقال إلى علماء في بيوتهم و مساجدهم لربط المساجد بهم.

<sup>1</sup> - حيدر السلامي، مرجع سابق، ص16

<sup>2</sup> - عبد الرحمان شيخ حمادي: نحو وعي إعلامي إسلامي يتصدى للغزو الثقافي، مجلة الوعي الإسلامي، وزارة الأوقاف و الشؤون الإسلامية، دولة الكويت، ع 380، 1977، ص36.

<sup>3</sup> - عبد الله الحيدري: الإعلام المحلي في تونس، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، ع2، 1998، ص41

- ضرورة الإمام بفنون الإخراج و الإرتفاع بمستواه إلى أحدث النظم و الأساليب التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة في مجال الصوت و الصورة، وعدم إغفال جانب الثقافة الإسلامية و المعرفة بالمواضيع الدينية المعاصرة منها و التاريخية<sup>1</sup>، فعلى المخرجين معرفة أن الإخراج مهنة الإبداع و الابتكار، و أن توظيف هذا الإبداع يكون بالتحديد في الشكل و المضمون، حتى يجعل من البرنامج مادة محببة إلى المشاهد.

#### ب- من حيث المحتوى الديني:

المحتوى الديني أو المضمون، يحتاج إلى خطة مدروسة وذات أهداف محددة، يجب أن تتحقق في مدى زمني محدد، و تحت هذا المنطق، فإنه يجب أثناء إعداد البرنامج الديني إيلاء أهمية كبرى للمضمون والإعتناء به من خلال:

- تقديم محتوى جاد و هادف، و توليد الأفكار و المعاني المناسبة للواقع الملموس و لروح العصر و لمعطياته، وعدم الاستكانة إلى اجترار السائد و المنتج في سياقات مختلفة و لتحقيق وظائف و مهام مختلفة<sup>2</sup>. و يجب أن تمتاز المعلومات و المعارف التي تقدمها البرامج الدينية بالشمولية، و التماسك، و عدم الإبتعاد عن السياقات التي أنتجتها، و أن تشكل تراكما نسقيا معرفيا متناسقا و تكاملا، مبني على الثوابت والهوية الإسلامية، لأن الخطاب الديني عندما يبتعد عن الثوابت و القواعد غير المرتبطة بالهوية الإسلامية فإن مصيره الفشل<sup>3</sup>.

- البعد عن تناول مواضيع الخلافات المذهبية و المسائل التي تثير الجدل و تصرف المستمع عن البرنامج، و الموضوع كلما خرج عن التقليدية في الطرح و العرض، و اهتم بموضوعات الساعة لدى المتلقي، كان عاملا مهما لنجاح البرنامج. و لا بد من التنوع في القوالب التي تقدم فيها البرامج الدينية عن طريق استخدام الحوار المباشر على الهواء، و استخدام التمثيلية الهادفة، و استخدام اللقاءات الحية، فلا بد من التنوع بدلا من الإصرار على أسلوب واحد، يعتمد على الإلقاء المباشر لأنه دليل عجز.

<sup>1</sup> - محمد كامل عبد الصمد: التلفزيون بين الهدم و البناء، دار الدعوة للطبع و النشر و التوزيع، ط2، الإسكندرية، 1993،

ص26

<sup>2</sup> - أديب حضور، مرجع سابق، ص 64

<sup>3</sup> - حيدر السلامي، مرجع سابق، ص 10

- تقديم المفاهيم الصحيحة بعيدا عن الخرافات و البدع و التأكيد على أن الدين هو المعاملة، و أن الدين تطبق لا كلمات تردد، و أن الدين سلوك يتعلق بعلاقة الإنسان بربه و الناس أجمعين<sup>1</sup>. مع مراجعة و فحص المحتوى و الآلية و الشكل الذي يتخذه كطريق للوصول إلى المتلقى المحلي و الخارجي على حد سواء، مع ملاحظة التأثير و الفاعلية التي تتمخض من تلك العملية الإتصالية<sup>2</sup>.
- يجب أن يكون مضمون البرامج الدينية متماشيا مع الواقع الذي يعيشه المسلمون، ومرتبطا بالقضايا المعاصرة التي يواجهونها، خصوصا وأن الملاحظ على البرامج الدينية حاليا تطرح موضوعات غير مناسبة في هذا العصر، فمعظمها يعتمد على الحكايات على السوالف التي يمل منها المشاهد و ينصرف عنها، و مثال ذلك أن البرامج الدينية لا تعني بما يسمى "حاضر العالم الإسلامي"، فنجد أن هذه البرامج التي تبث في الإذاعة لا تعالج قضايا المسلمين المعاصرة مثل ما يحدث في أفغانستان، العراق و القضية الفلسطينية، حيث تغيب المعلومات الحقيقية عن واقع المسلمين في مختلف بلدان العالم، و إذا قال قائل أن الإمكانات المادية و الظروف الراهنة من السيطرة الغربية على الإعلام تمنع ذلك، فلماذا لا تشتري الأفلام التسجيلية الهادفة بدل شراء الأفلام السينمائية الهابطة و التي تكلف مبالغ طائلة مادي و معنويا، و لماذا لا تنقل المؤتمرات الإسلامية التي تعني بمناقشة و بيان هذه الحقائق و الوقائع، فهي من أحسن ما يمكن الاستفادة منه للاستزادة من العلم و المعرفة بأمر الدين، كما أنها فرصة لتداول العلماء لمشاكل العصر و إيجاد الحلول و توعية الرأي العام الإسلامي بحقيقة وجوده و موقعه على الساحتين العالمية و الإعلامية<sup>3</sup>.
- الإعداد العلمي الجيد الذي تستخدم فيه كل الإمكانيات و الأشكال الإعلامية الفنية المختلفة، و يقوم بهذا العمل فريق للإنتاج و ليس شخصا واحدا. و لنجاح هذه المهمة لا بد أن يكون فريق الإنتاج مجموعة متكاملة من ذوي الاختصاص الإعلامي و الخبرة، و ذوي الاختصاص الديني و العلماء من ذوي الخبرة في الدعوة<sup>4</sup>.
- الإلتزام بالقيم الاجتماعية الراسخة ما دامت مفيدة، و الابتعاد عن كل ما من شأنه الإساءة إلى تلك القيم أو خدشها، و منع الأذى عن الناس<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - عبد المجيد شكري: مرجع سابق، ص 97

<sup>2</sup> - حيدر السلامي، مرجع سابق، ص 2

<sup>3</sup> - محمد كامل عبد الصمد، مرجع سابق، ص 33، 38

<sup>4</sup> - ابراهيم إمام، مرجع سابق، ص 20

<sup>5</sup> - هادي حسن حمودي، مرجع سابق، ص 85



## ج- من حيث الأسلوب و العرض:

- أي برنامج إذاعي يحتاج لقلب فني يصاغ فيه ليضفي جوا من التشويق و المتعة تشدان السامع إلى جهاز الراديو و الإنصات إليه، كما أن البرامج الدينية عامة تحتاج إلى تشويق و إمتاع و جاذبية فهي مواد دسمة المواضيع صحيحة الفكرة سليمة الهدف و لكن هذا لا يكفي إلا إذا أثرت كوامن العواطف و شهية الإطلاع و رغبة المتابعة<sup>1</sup>. و هذا يمكن تحقيقه باستخدام كل الإمكانيات و الأشكال الفنية المختلفة في الإعداد، بالإلقاء الجيد و السبك المتراس و العمق المناسب، إضافة إلى حسن اختيار الموضوع بأن يكون حيوي و متجدد، و إذا أضفنا إلى ذلك تصور شامل لكيفية عرضه خلال الفترة الزمنية المسموح له بها.

- انتقاء المدخل الإقناعي المناسب و آليات التأثير المناسبة، و استخدام الشكل الفني المناسب للوسيلة و للموضوع و الجمهور المستهدف و الهدف المتوخى تحقيقه، و مثال ذلك: استخدام مدخل إقناعي ذهني للتأثير على الأطفال، أو استخدام البرنامج مدخلا إقناعيا عاطفيا للتأثير على جمهور المثقفين، و الأولى هو العكس<sup>2</sup>.

- عدم الاكتفاء و الاعتماد على الخطاب الوعظي الإنشائي في معالجة الأحداث و الظواهر المستجدة، فالحياة الدينية غنية و متنوعة و المستوى التعليمي للمتلقي ارتفع و الانفتاح الإعلامي متوفر بالتكنولوجيا المعاصرة، زيادة على أن قوة الفكرة الدينية و تماسكها و منطقيتها و جماهيريتها تستدعي معالجات في مستوى هذه القوة و التماسك و الفاعلية، فالرهان لم يعد فقط على القوة الذاتية للموضوع الديني<sup>3</sup>. فلا يجب أن تفتقر المواد و البرامج الدينية إلى المعالجة التفسيرية و التحليلية و الإبداعية و الخلاقة، القادرة على تفسير الحدث أو التطور أو الظاهرة الدينية، ووضعها في سياقها، و تعميق فهم المتلقي لها، مما يترتب على ذلك تعثر خطوات تقديم رسالة إعلامية دينية تمتلك المقدرة الإقناعية المطلوبة، و ينعكس ذلك سلبا على مهام التكوين و التوعية، و بالتالي على وظيفة تكوين النسق الفكري العميق و التماسك<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - عبد الله سالم: البرامج الدينية في الإذاعة و التلفزيون نقد و تحليل، مجلة المجتمع، ع 234، الكويت، 1975، ص 46

<sup>2</sup> - أديب حضور، مرجع سابق، ص 67

<sup>3</sup> - أديب حضور، مرجع السابق، ص 66

<sup>4</sup> - المرجع نفسه، ص 65



- استعمال لغة بسيطة ومفهومة حتى تصل الفكرة للمستمعين، والابتعاد عن استعمال اللغة التراثية أو التخصصية البحتة التي مكافأها الدرس و البحث العلمي و ليس الإعلام الجماهيري، لأنها تخلق غربة اتصالية بين المرسل و المتلقي و بذلك تضعف بل تنعدم الاستجابة المطلوبة، فعلماء الدين أثناء أحاديثهم الإذاعية يتحدثون بلغة بعيدة عن التداول اليومي للمواطن العادي، بل إنهم يتكلمون بأسلوب المعلم لتلاميذه و هذا ما يبعث على الملل و التأؤب و بالتالي الانقطاع و الانفصام بين المتلقي و الراديو، وهو ما يجب تفاديه<sup>1</sup>.

- عرض المشكلات الاجتماعية بطريقة درامية، و ذلك بتشخيص المشكلة و تقديمها بأسلوب حي جذاب، ثم تقديم الحل الإسلامي الصحيح من أحد العلماء بطريقة مشوقة و واقعية مع الإشارة إلى العرض الدرامي حتى لا يبدو الحل مقداً بطريقة غير منطقية<sup>2</sup>.

- على المذيع الذي يتولى إدارة الندوات الدينية القراءة حول موضوع الندوة و عدم الاكتفاء بتوجيه الأسئلة فقط و انتظار الإجابة.

- العناية بالنواحي الفنية، وهي في الإذاعة أقل صعوبة مما هي في الإعلام المرئي أو المقروء، فاذا كانت المؤثرات الصوتية والبصرية مطلوبة في التلفزيون، فإن المؤثرات الصوتية حتمية في الإذاعة<sup>3</sup>.

#### د- من حيث الدراما والأفلام الدينية:

- عدم الاكتفاء بتقديم تمثيلات ومسلسلات تاريخية فقط، والتي توحى مع التكرار و الإصرار على أن هذا الدين دين أمة قد خلت، و مرحلة تاريخية أفرغت واقعها و انتهت، فالأمر بهذه الصورة فيه تبييس ، ثم إن هذا الإطار لا يبقى مع ذلك على اتساعه الطبيعي، بل هو محصور في أكثر الأحيان داخل إطار أشد ضيقاً، حيث و للأسف الشديد، فإن ما يقدم من تمثيلات إسلامية تتسم بطابع العنف و القتل و التلويع بالسيف بالتهديد و الوعيد، و يبدو أن إبراز العنف و القتل من أساسيات التمثيلية الدينية و كأن الإثارة الوحيدة فيها هي إزهاق الأرواح، فيلجأ إليها المخرج بافتعال<sup>4</sup>، فهذا الإطار من المعارك و الحروب، حيث الخشونة و العنف و الحياة غير الطبيعية، يولد انطباعاً غير أليف و ينشأ سؤال قلق عن الدين الذي يتغلغل في جنبات الحياة.

<sup>1</sup> - حيدر السلامي، مرجع سابق، ص 14

<sup>2</sup> - إبراهيم إمام، مرجع سابق، ص 14-15

<sup>3</sup> - هادي حسن حمودي، مرجع سابق، ص 85

<sup>4</sup> - محمد كامل عبد الصمد، مرجع سابق، ص 55

- من الضروري أن يتم تخصيص بعض الممثلين للبرامج الدينية فقط. ففي أوروبا حينما حولوا رواية المسيح إلى فيلم، جاءوا بشباب لم يسبق له التمثيل و أعطوه ما يكفيه طوال حياته، و طلبوا منه أن يمثل دور المسيح في هذا الفيلم و لم يمثل بعد ذلك طيلة عمره، وذلك حتى لا يظهر في أفلام أخرى و هو يرتكب الرذيلة، فتهتز الصورة في أذهان الناس و لا يفعلون بما قاله في ذلك الفيلم الجيد<sup>1</sup>. عكس ما يحدث عندنا حيث يمثل الكثيرون أدوار الصحابة والعباد ورجال السلف الصالحين في مسلسلات وأفلام دينية، ثم يظهرن في تمثيلات أخرى وهم يؤدون أدوار المجنون والفساد.

- ضرورة الإلتفات إلى أهمية الفيلم الإسلامي و معاملته كما يعامل أي مطبوع إسلامي، فنحن نحرص على طباعة قرآنا بالنص، وأحيانا يترجم إلى اللغات الأخرى ، ولأن السينما عالمية و مقبولة من الشعوب المتقدمة و المتخلفة، فاهتمامنا بها سيضيف إلى إمكاناتنا إمكانية جبارة تسهل عمل الدعاة، بل نكون في مناطق كثيرة في غير حاجة إليهم، حيث سيكون الفيلم داعية لا يشق له غبار نتيجة التأثير الخطير الذي يمارسه على الوجدان و العقل. كما نريد إلى جانب الفيلم التاريخي الفيلم المعاصر الذي يقدم حياة المسلم في بيته و عائلته و تصديه لمشكلات الحياة حسب ما رسم الإسلام<sup>2</sup>.

- إسناد كتابة سيناريو الأفلام والمسلسلات الدينية إلى متخصصين، فمثل هذه الأفلام تحتاج إلى كاتب متخصص يعلم صدق الخبر من كذبه، وذلك لتستقيم المادة و يخرج السيناريو على أحسن ما يكون، و الأمر في الإخراج نظير أخيه في الكتابة<sup>3</sup>. مع العلم بأن التمثيلية الدينية الناجحة هي التي تعالج قضايا المسلمين التاريخية و الواقعية، بلغة و أسلوب فني معاصر، يراعي متطلبات الإعلام الراهن من جهة و يحافظ على القيم الإسلامية الصحيحة الصافية عن حب لها و تقدير، مع تقديم الشخصية الإسلامية السوية التي كان مثلها الأول رسولنا الكريم صلى الله عليه و سلم، وكل ذلك لإعطاء نموذج الإنسان الصالح الذي يكون قدوة يحتذي به شباب الأمة.

#### هـ- من حيث الجمهور:

- المستمع هو المقصود في الرسالة الإعلامية، و نظرا إلى أن التعرف على رأيه يساعد في معرفة مدى نجاح الرسالة و أبرز سلبياتها و إيجابياتها، فإنه حري إجراء بحوث الاستماع ، مثل البحوث الاستطلاعية و بحوث تحليل المضمون، التي يؤدي استعماله إلى التوصل إلى محاور الاهتمام الحقيقية،

<sup>1</sup> - حيدر السلامي، مرجع سابق، ص 14.

<sup>2</sup> - نصير بوعلي: الإعلام و البعد الحضاري دراسات في الإعلام و القيم، ط1، دار الفجر، الجزائر، 2007، ص 110

<sup>3</sup> - محمد كامل عبد الصمد، مرجع سابق، ص 56-57

التي ينبغي أن تدور حولها البرامج الدينية، حتى لا يكون البرنامج في واد والمستمع في واد آخر<sup>1</sup>. كما أن عدم تحديد دقيق أو نسبي للجمهور الذي يستهدفه البرنامج الديني، يؤدي إلى تقديم رسالة إعلامية دينية غير مطابقة كما يجب مع حاجات الجمهور، و غير ملبية كما يجب لاهتماماته و انشغالاته<sup>2</sup>. فمن المهم أن تفهم نفسية المستمعين باتباع الأسلوب العلمي في البحث الإجتماعي والدراسات الميدانية.

- الاهتمام بقضايا المستمعين و الإجابة على انشغالاتهم و المساهمة في فهم مشكلاتهم، و استيعاب نفسياتهم، و محاولة مساعدتهم بعرض معاناتهم و توصيل صوتهم إلى المسؤولين، فتناول المواضيع الحياتية التي يعيشها الفرد يعطينا جسرا إلى آذان المستمعين، أو همزة وصل إلى قلوبهم، ليلقوا إلينا بأسماعهم، و يقربوا منا بقلوبهم، إذن يجب التعامل مع الإنسان بطريقة تنفذ إلى انفعالاته و أحاسيسه و أفكاره لنحتل المركز الأول في سلم أولوياته<sup>3</sup>، فينبغي أن تقدم المادة الإعلامية وفق أطر ملائمة لطبيعة الجماهير نفسيا و اجتماعيا و اقتصاديا، فما يطرح في زمان سابق قد لا يتناسب مع هذا الزمن في أسلوبه و مادته .

- يجب أن تتواصل ثقة المستمعين بالإعلام الديني الذي يتابعونه، ولقد أثبتت الوقائع المشاهدة أن الإذاعات التي لجأت إلى التسطيح الفكري والى تزييف الدين ودفع الناس في مهاوي التعصب والغلو، سرعان ما فقدت بريقها وتألقتها، لأنها خسرت ثقة مستمعيها، ويخطئ من يتصور أن الصخب والشعارات البراقة والإثارة مهما كان نوعها ومنشأها، هي التي تمنح البرنامج الديني تواجدا مع متلقيه. إن الرأي العام يريد من الإعلام الديني أن يكون صادقا وصافيا ومعنيا بالمهم من الأمور والأشياء ذات العلاقة الحقيقية بالإيمان والعمل الصالح واستتباب الأمن الفردي والسلام الاجتماعي<sup>4</sup>.

- كسر القوالب التقليدية و إنتاج البرامج التفاعلية مع الجمهور و الإصغاء لمطالبهم و عدم إغفال حقهم في التعبير عن القضايا التي تواجههم مع التركيز على العامل النفسي و عدم الإفراط باستخدام أساليب البرهنة العقلية و الآلية الجامدة. و كذلك محاولة تسجيل رد فعل و رجوع الصدى لدى المشاهد، فالبرامج العصرية تركز على المشاركة و التبادلية بين الجمهور و المتكلم عبر الإذاعة و تقوم

<sup>1</sup> - محمد كامل عبد الصمد، المرجع السابق، ص ص 12-13

<sup>2</sup> - أديب حضور، مرجع سابق، ص 65

<sup>3</sup> - عبد الله سالم، مرجع سابق، ص 47

<sup>4</sup> - هادي حسن حمودي، مرجع سابق، ص 85

هذه العملية على أساس من الاحترام و التقدير المتبادل أيضا. فالمتلقي ليس مستعدا لأن يجلس لوقت طويل كمستمع خشبي لا حراك له و لا رأي يصرح به و كأنه تلميذ في المرحلة الابتدائية و التحدث كأنه الأستاذ المربي المقدس الذي لا يجوز مقاطعته، إننا اليوم بحاجة إلى تطبيق برامج الهواء على البرامج الدينية حيث النقل خارجيا بحضور الجمهور و عدة علماء و ليس عالما واحدا و يتم التفاعل و الحوار و السؤال و الجواب بين الطرفين حيا<sup>1</sup>.

- مراعاة المستوى الفكري المتفاوت للمستمعين ودرجة فهمهم، لذلك لا يجب تناول القضايا الدينية بأسلوب صعب، خاصة القضايا الفقهية التي تحتاج إلى تبسيط ليفهمها المستمع العادي، و غياب ذلك يجرمه من متعة الاستماع، و بذلك يجرم الرسالة الإعلامية من جمهورها و يصرفهم عنها<sup>2</sup>.

#### و- من حيث توقيت البث:

- اختيار الوقت المناسب لبث البرنامج الديني، والذي يكون فيه المستمعون أمام جهاز الراديو في وقت الذروة، عكس ما هو واقع حاليا، حيث تزداد هذه البرامج في وقت الظهيرة، وهو الوقت الذي يكون الناس مازالوا مستغرقين في أعمالهم أو في طريق عودتهم إلى بيوتهم أو وقت استراحتهم<sup>3</sup>. فالموعد الزمني له أثر في نسبة متابعة الجمهور للبرامج الدينية، كأوقات الحج و رمضان، حيث يكون الناس أكثر اهتماما بالرسالة الإعلامية الدينية لارتباطها بواجبات شرعية محددة في هذه الأزمات<sup>4</sup>.

- تثبيت وقت إذاعة البرنامج الديني وعدم التضحية به وتعويضه ببث برنامج آخر، أو تغيير موعد بثه، كما هو حاصل في بعض الإذاعات، حيث نجد مثلا أن البرامج الدينية تغير مواعيدها حتى بدون سابق إنذار، فلا تكاد تستقر في موعد حتى تدفع إلى موعد آخر إلى أن تضيق عن طالبها، بل و تصل الأمور إلى حد إلغاء البرنامج الديني بسبب مباراة لكرة القدم، و المبرر لذلك أن تلك المباراة لا تعاد و ينبغي متابعتها من البداية، أما الأحاديث الدينية فيمكن سماعها في يوم آخر، و هكذا تكون النتيجة أن تصير تلك البرامج مهجورة أو شبه مهجورة لا جمهور لها إلا ما ندر<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - حيدر السلامي، مرجع سابق، ص14

<sup>2</sup> - غازي بن زين عوض الله: البرمجة الرمضانية و كثافة الإنتاج التلفزيوني، مجلة الإذاعات العربية، ع2003، 1، ص 69

<sup>3</sup> - محمد كامل عبد الصمد، مرجع سابق، ص26

<sup>4</sup> - عزة عبد العظيم محمد: رؤية نقدية للحوارات الدينية في الفضائيات العربية، مجلة الإذاعات العربية، ع3، 2006، ص42

<sup>5</sup> - محمد كامل عبد الصمد، مرجع سابق، ص26

- تخصيص مساحة زمنية معقولة للبرامج الدينية الإذاعية في شبكة البث، فأنحسار الفترة الدينية في أغلب المناهج الإذاعية و صغر مساحة البرامج ذات الصبغة الدينية قياسا للبرامج الترفيهية و الفترات المتنوعة، يدفع بالجمهور إلى الانصراف عن متابعة الخطاب الديني من خلال تلك المحطات الإذاعية.

المنوعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

# الفصل الرابع

الدراسة التحليلية

جامعة الأمير  
علاء القادر للعلوم الإسلامية

## الفصل الرابع: الدراسة التحليلية:

المحور الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية:

– أدوات جمع البيانات:

1-المقابلة.

2- استمارة تحليل المحتوى.

المحور الثاني: تصنيف فئات تحليل المحتوى:

أولاً: فئات المضمون ( ماذا قيل؟):

1) فئة الموضوع

2) فئة المصدر

3) فئة تحقيق الأهداف

4) فئة الجمهور

ثانياً: فئات الشكل ( كيف قيل؟):

1) فئة اللغة المستخدمة:

2) فئة شكل البث

3) فئة الزمن

## المحور الأول: أدوات جمع البيانات:

للبحث العلمي أدواته التي تساعد الباحث في بحثه، وترتبط هذه الأدوات بموضوع البحث ومنهج المستخدم في الدراسة، ويتوقف نجاح الباحث إلى حد كبير على استخدام أدوات البحث، فعليه الإحاطة جيدا بالأدوات والطرق التي يستخدمها للوصول إلى نتائج مرضية بأقل وقت وجهد وتكاليف<sup>1</sup>.

وهناك الكثير من الوسائل التي تستخدم للحصول على البيانات، ويمكن استخدام عدد من هذه الوسائل معا في البحث لتجنب عيوب إحداها ولدراسة الظاهرة من كافة الجوانب، وعموما يتعين أن تقيم الأدوات المختلفة لجمع البيانات في ضوء كفاءة كل منها في القيام بالوظيفة التي اختيرت لها، ويمكن حصرها فيما يلي: الاستمارة (الاستبيان)، المقابلة، الملاحظة، تحليل المحتوى، التحليل الإحصائي والتجريب<sup>2</sup>.

وانطلاقا من طبيعة دراستنا، فقد تطلب علينا الاعتماد على أداتين من أدوات البحث العلمي، وهذا بهدف الوصول إلى نتائج موضوعية وهما: المقابلة واستمارة تحليل المحتوى.

## 1- المقابلة:

هي أكثر الأدوات الثانوية استخداما وأجمعها لجمع البيانات، وهي عبارة "عن حوار لفظي وجهها لوجه بين باحث قائم بالمقابلة وشخص آخر أو مجموعة من أشخاص آخرين، للحصول على البيانات المتعلقة بموضوع البحث، عن طريق مجموعة من الأسئلة يلتزم بها الباحث، وتوجه الأسئلة بنفس الكلمات وبنفس الترتيب لجميع الأفراد المبحوثين<sup>3</sup>. كما تعرف على أنها "عبارة عن محادثة موجهة بين الباحث و شخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين يسعى الباحث للتعرف عليه من أجل تحقيق أهداف الدراسة"<sup>4</sup>. وتعرف أيضا على أنها "المحادثة الجادة الموجهة نحو هدف محدد غير مجرد الرغبة في المحادثة لذاتها"<sup>5</sup>. وبالتالي فالكلمة ليست وحدها السبيل الوحيد للاتصال بين الشخصين، فخصائص الصوت، وتعبيرات الوجه ونظرة العين والهيئة، والإيماءات، والسلوك العام، كل ذلك يكمل ما يقال، وهو ما يتيح للباحث فرصة التعمق في فهم الظاهرة التي يدرسها، أما

<sup>1</sup> - محمد شفيق، مرجع سابق، ص 186

<sup>2</sup> - محمد الصاوي ومحمد مبارك: البحث العلمي، أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، مصر، 1996، ص 26

<sup>3</sup> - محمد علي محمد، مقدمة في البحث الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 1982، ص 336

<sup>4</sup> - بوبكر عواطي: البحث العلمي مناهجه وتقنياته، ط.1، منشورات مكتبة اقرأ، قسنطينة، الجزائر، 2009، ص 70

<sup>5</sup> - عبد الباسط محمد حسن، مرجع سابق، ص 3



بالنسبة لدراستنا فقد أجرينا المقابلة داخل إذاعة ميلا المحلية، حيث جمعنا لقاءات واستجوابات مع مديريها و مسؤولة البرمجة، وكذا الصحفي المسؤول عن إعداد و تقديم البرامج الدينية وعدد من ضيوفه، إضافة إلى عدد آخر من الصحفيين و التقنيين و المهندسين العاملين بالإذاعة، و ذلك بهدف معرفة أهم البرامج الدينية التي تبثها إذاعة ميلا المحلية و مواقيتها و المشرفين عليها و الحجم الزمني المخصص لهذه البرامج و الحجم الزمني المخصص لكل برنامج على حدة، وغيرها من البيانات و المعلومات التي نحتاجها لإنجاز دراستنا.

وقد قسمنا المقابلة التي قمنا بإجرائها داخل مقر إذاعة ميلا المحلية إلى ثلاثة محاور، حيث تناول كل محور مجموعة أسئلة تم توجيهها لكل من مدير الإذاعة، المشرف على البرامج الدينية والمهندس الإذاعي، ويمكن الإطلاع على أسئلة المقابلة في الملاحق.

## 2- استمارة تحليل المحتوى:

تعتبر استمارة تحليل المحتوى إحدى الأدوات المنهجية المهمة التي تستخدم من قبل الباحثين في جمع البيانات و المعلومات عن المادة المراد تحليلها و تفسيرها في إطار الظاهرة المراد دراستها، و هي تأخذ أشكال مختلفة مرتبطة أساسا بنوع الدراسة و طبيعة فئاتها و وحداتها و أهدافها و إشكالياتها.

وبالنسبة لدراستنا هذه، فقد قمنا بتصميم استمارة تحليل المحتوى بغرض جمع المعلومات عن البرامج الدينية التي تبثها إذاعة ميلا المحلية حسبما يظهره النموذج المدرج في الملاحق.

وما يجدر الإشارة إليه فيما يخص مرحلة إعداد استمارة تحليل المحتوى، فإنه قبل أن نصل إلى الشكل النهائي للإستمارة التي ارتكزنا عليها في دراستنا التحليلية للبرامج الدينية بإذاعة ميلا المحلية، فقد قمنا باتباع الخطوات التالية:

- أولا: قمنا بإنجاز استمارة أولية، حيث تم عرضها على الأستاذ المشرف الدكتور "أبو بكر عواطي"، وبعد اطلاعه عليها وعملا بتوجيهاته، قمنا بعرضها مرة أخرى للتحكيم على الأستاذة "رقية بوسنان" والأستاذ "فضيل دليو"، اللذان أبديا ملاحظتهما وتوجيهاتهما بشأنها.

- ثانيا: عملا بما رآه الأساتذة الأفاضل قمنا بإنجاز الإستمارة من جديد، حيث أعدنا تبويبها وتوزيع الوحدات، وعرضها على الأستاذ المشرف الذي أبدى موافقته عليها، بعد إبدائه لتوجيهات واقتراحات تخص بعض محاور استمارة تحليل المحتوى، حيث قمنا باتباع نصائحه وتوجيهاته لإعداد نموذج الإستمارة النهائية التي حضيت بالقبول من طرفه.

- بعد ذلك قمنا بتفريغ البيانات على الجداول حسب محاور الإستمارة التي أرفقنا نموذجها لها في الملاحق، وهذه المحاور هي: البيانات الأولية، وفيها بيانات متعلقة بالبرنامج الديني كاسمه وتاريخ بثه وحمه الساعي، أما المحور الثاني فقد خصصناه لفئات المضمون، حيث قسمناها إلى أربعة فئات وهي فئة الموضوع، فئة المصدر، فئة تحقيق الأهداف وفئة الجمهور، أما المحور الثالث فقد خصصناه لفئات الشكل، وقسمناه إلى ثلاث فئات هي فئة اللغة المستخدمة، فئة شكل البث وفئة الزمن.

### المحور الثاني: تصنيف فئات تحليل المحتوى:

أولاً: فئات المضمون (ماذا قيل؟):

و هي من أكثر الفئات استخداماً في بحوث الإعلام و الإتصال، و ذلك للسهولة النسبية التي تتطلبها<sup>1</sup>، إذاً نحاول الإجابة عن سؤال: ماذا قيل؟ أو ما هي المواضيع الأكثر بروزاً في المحتوى، وارتأينا في هذه الدراسة تحديد الفئات التالية:

### **1) فئة الموضوع:**

تعتبر وحدة الموضوع أكبر وأهم وحدات تحليل المضمون وأكثرها إفادة، وتعتبر إحدى الدعامات الأساسية في تحليل المواد الإعلامية، وبدورها تنقسم إلى العديد من الموضوعات وهي:

- المواضيع التشريعية: وتشمل العبادات، الزواج والطلاق، الحجاب، الأموال، المعاملات.
- المواضيع العقديّة: وتشمل الإيمان، القضاء والقدر، الثواب والعقاب، الشرك.
- المواضيع الإجتماعية: وتشمل العلاقات العائلية، الجار، التكافل، العمل، المخدرات.
- المواضيع الفكرية: وتشمل التسامح بين الأديان، الإقتصاد الإسلامي، الحكم في الإسلام، حوار وصراع الحضارات.

\* بعد تفريغنا للبيانات المتعلقة بفئة الموضوع حصلنا على الجدول التالي:

<sup>1</sup> - يوسف تمار: مرجع السابق، ص 60

جدول رقم 02: توزيع عينة الدراسة حسب المواضيع التي تناولها البرامج الدينية بإذاعة ميله:

البرنامـج	الدين والحياة		فتاوى على الهواء		أحكام التلاوة		مجموع التكرارات (مج ت)	متوسط النسبة (%)
	ت	(%)	ت	(%)	ت	(%)		
المواضيع التشريعية	19	36,53	37	62,71	19	67,85	75	53,95
المواضيع العقدية	08	15,38	02	03,38	02	07,14	12	08,63
المواضيع الاجتماعية	23	44,23	20	33,89	07	25,00	50	35,97
المواضيع الفكرية	02	03,84	00	00,00	00	00,00	02	01,43
مجموع التكرارات	52	100	59	100	28	100	139	100

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (02)، والخاص بفئة الموضوع، أن الموضوعات التشريعية تحتل صدارة المواضيع التي تنطرق إليها البرامج الدينية بإذاعة ميله المحلية، حيث تظهر القراءة الإحصائية للجدول أعلاه بأن نسبة المواضيع التشريعية هي أعلى نسبة مقارنة ببقية المواضيع، حيث بلغت 53,95%، وهو إن دل على شيء فإنه يدل على اهتمام إذاعة ميله المحلية بقضايا وواقع جمهورها وارتباطها بجوهر اهتماماته الدينية وسعيه لمعرفة حدود الله لاتباعها أو تجنبها، واهتمامها أيضا بانشغالات هذا الجمهور المتعلقة بمختلف أوجه الحياة، وهو دليل على أن إذاعة ميله المحلية إذاعة تنبثق من طابع المحلية الذي تتصف به، فهي تعبر عن اهتمامات جمهورها المحلي وتولي عناية بأهميات القضايا التي تشغله من أجل تلبية احتياجاته المعرفية لأمر دينيه ودنياه، كما وقفنا عليه أثناء إجرائنا للمقابلة مع المدير والقائم بالبرامج الدينية بإذاعة ميله المحلية، حيث أكد لنا على أن التركيز ينصب على البرامج التشريعية التي لها علاقة مباشرة مع حياة الناس واهتماماتهم، مؤكداً على سعي الإذاعة على ربط المستمعين بدينهم وفق القواعد الصحيحة والنقية التي جاء بها الشرع الحنيف.

وقد جاءت في المرتبة الثانية المواضيع الاجتماعية التي بلغت نسبتها 35,97%، والتي تحاول من خلالها إذاعة ميله المحلية التطرق إلى مشاكل المجتمع المحلي وما يشغله من قضايا تلازمه في واقعه

اليومي ومعالجتها إعلاميا، وهذا ما تأكد خلال إجرائنا للمقابلة، حيث تحاول إذاعة ميلة الإقتراب من اهتمامات مستمعيها وكشف ما يدور بالمجتمع المحلي من قضايا ترتبط بدينه ومعالجتها وفق ما يملكه الدين الإسلامي الحنيف.

أما المواضيع العقديّة، فقد احتلت المرتبة الثالثة بنسبة مئوية بلغت 08,63٪، متبوعة مباشرة بالمواضيع الفكرية التي جاءت في المرتبة الرابعة والأخيرة ضمن أهم المواضيع التي تتطرق لها البرامج الدينية بإذاعة ميلة المحلية، حيث بلغت نسبتها 01,43٪، وذلك نظرا لأن هذه المواضيع لا تتناسب مع الجمهور المحلي الذي تخاطبه إذاعة ميلة ونوعية اهتماماته، ووجود وسائل إعلامية أخرى تهتم بطرح مثل هذه المواضيع العميقة الأفكار، وهو راجع بحسب نتائج المقابلة التي أجريناها، إلى طبيعة الإذاعة المحلية التي تلتزم بالطابع المحلي وتنقل فقط ما يهمه وتعالجه في برامجها الدينية، نظرا لأن أغلبية من تخاطبهم من عوام الناس.

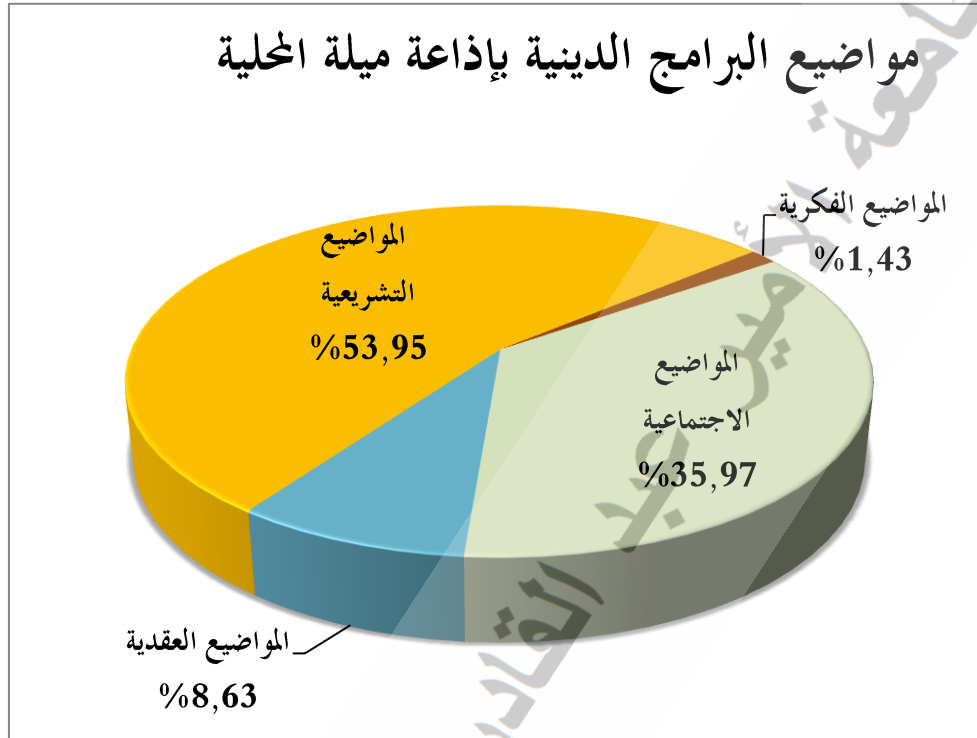
وبالنسبة لنوعية المواضيع التي يتناولها كل برنامج:

- برنامج الدين والحياة: غلبت المواضيع الإجتماعية بنسبة 44,23٪، متبوعة بالمواضيع التشريعية التي بلغت نسبتها 36,53٪، ثم المواضيع العقديّة التي بلغت نسبتها 15,38٪، وأخيرا المواضيع الفكرية بنسبة 03,84٪.

- برنامج فتاوى على الهوى: حصلت المواضيع التشريعية على الحصة الأكبر من المواضيع التي يتطرق لها هذا البرنامج، وذلك بنسبة تقدر بـ 62,71٪، نظرا لطبيعة هذا البرنامج الذي يعتمد على الإجابة على أسئلة المستمعين فيما يخص المسائل التي تتعلق بدينهم وديانهم، ثم تأتي في المرتبة الثانية المواضيع الإجتماعية بنسبة 33,89٪، متبوعة بالمواضيع العقديّة التي بلغت نسبتها 03,38٪، في حين لم تسجل المواضيع الفكرية أي نسبة لان البرنامج لا يتناول مثل هذه المواضيع.

- برنامج أحكام التلاوة: حصلت المواضيع التشريعية على أعلى نسبة من بقية المواضيع، وذلك بنسبة بلغت 67,85٪، متبوعة بالمواضيع الإجتماعية بنسبة 25٪، ثم المواضيع العقديّة بنسبة 07,14٪، في حين لم تسجل المواضيع الفكرية أي نسبة لأن البرنامج لا يتناول مثل هذه المواضيع.

شكل-01-



جدول رقم 03: توزيع عينة الدراسة حسب المواضيع التشريعية التي تتناولها البرامج الدينية:

متوسط النسبة (%)	مجموع التكرارات (مج ت)	أحكام التلاوة		فتاوى على الهواء		الدين والحياة		البرنامج المواضيع التشريعية
		(%)	ت	(%)	ت	(%)	ت	
24,00	18	16,21	01	32,43	12	26,31	05	العبادات
24,00	18	10,52	02	27,02	10	31,57	06	الزواج والطلاق
12,00	09	10,52	02	16,21	06	05,26	01	الحجاب
10,66	08	16,21	01	10,81	04	15,78	03	الأموال
29,33	22	68,42	13	13,51	05	21,05	04	المعاملات
100	75	100	19	100	37	100	19	المجموع

يبين الجدول رقم 03، طبيعة المواضيع التشريعية التي تناولها البرامج الدينية بإذاعة ميلة المحلية، حيث يتضح بأن المواضيع الخاصة بالمعاملات هي الغالبة على المواضيع التشريعية التي تناولها البرامج الدينية بإذاعة ميلة المحلية، وذلك بنسبة بلغت 29,33٪، متبوعة بالمواضيع التي تتناول العبادات والزواج والطلاق بنسبة 24٪ لكل منهما، ثم المواضيع الخاصة بالحجاب التي بلغت نسبتها 12٪، وأخيراً المواضيع التشريعية التي تناولت الأموال بنسبة 10,66٪.

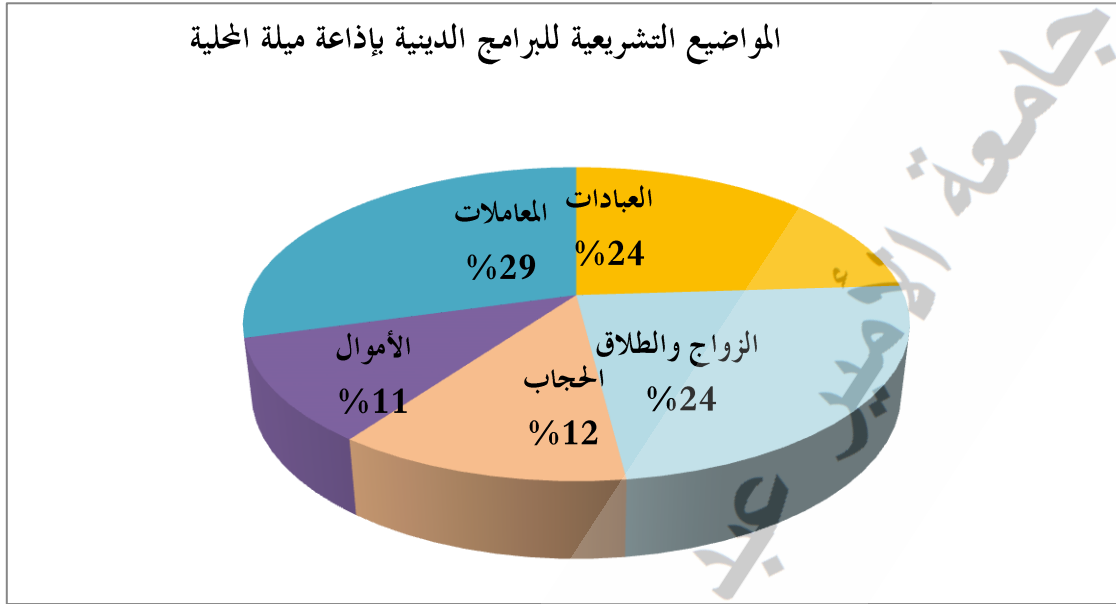
وأكدت المقابلة التي أجريناها، على أن إذاعة ميلة المحلية تركز على المواضيع التي لها علاقة بالمعاملات بهدف إشاعة النظام والطمأنينة وترسيخ العلاقات الإيجابية بين أفراد المجتمع، في شتى الميادين التجارية والإدارية، وعلاقات الجيرة وغيرها من العلاقات، حيث تحاول البرامج الدينية تقديم فقه المعاملات للمستمعين وحثهم على تنمية العلاقات وفق المنظور الإسلامي والشرعي.

وبالنسبة لكل برنامج، فقد غلبت المواضيع الخاصة بالزواج والطلاق على برنامج الدين والحياة، بنسبة مئوية بلغت 31,57٪، ثم المواضيع الخاصة بالعبادات فجاءت في المرتبة الثانية بنسبة 26,31٪، ثم المعاملات ثالثاً بنسبة 21,05٪، ورابعاً المواضيع التشريعية الخاصة بالأموال بنسبة 15,78٪، وأخيراً المواضيع الخاصة بالحجاب بنسبة 05,26٪.

في برنامج فتاوى على الهوى، غلبت المواضيع الخاصة بالعبادات بنسبة 32,43٪، متبوعة بمواضيع الزواج والطلاق بنسبة 27,02٪، ثم الحجاب بنسبة 16,21٪، و رابعاً المعاملات بنسبة 13,51٪، وأخيراً مواضيع الأموال بنسبة 10,81٪.

أما في برنامج أحكام التلاوة، فقد غلبت المواضيع الخاصة بالمعاملات بنسبة 68,42٪، متبوعة بالعبادات والأموال بنسبة 16,21٪ لكل منهما، ثم المواضيع الخاصة بالزواج والطلاق والحجاب بنسبة 10,52٪ لكل منهما.

شكل -02-



جدول رقم 04: توزيع عينة الدراسة حسب المواضيع العقدية التي تتناولها البرامج الدينية:

متوسط النسبة (%)	مجموع التكرارات (مج ت)	أحكام التلاوة		فتاوى على الهواء		الدين والحياة		البرنامج المواضيع العقدية
		(%)	ت	(%)	ت	(%)	ت	
33,33	04	50,00	01	00,00	00	37,5	03	الإيمان
25,00	03	00,00	00	50,00	01	25,00	02	القضاء و القدر
16,66	02	00,00	00	50,00	01	12,5	01	الثواب والعقاب
25,00	03	50,00	01	00,00	00	25,00	02	الشرك
100	12	100	02	100	02	100	08	المجموع

يظهر الجدول رقم 04، طبيعة المواضيع العقدية التي تتناولها البرامج الدينية بإذاعة ميلة المحلية، حيث يتضح بأن المواضيع الخاصة بالإيمان هي الغالبة على المواضيع العقدية التي تتناولها البرامج الدينية بإذاعة ميلة المحلية، وذلك بنسبة بلغت 33,33٪، متبوعة بالمواضيع التي تتناول القضاء والقدر ومواضيع الشرك بنسبة 25٪ لكل منهما، وأخيرا المواضيع العقدية التي تناولت الثواب والعقاب بنسبة

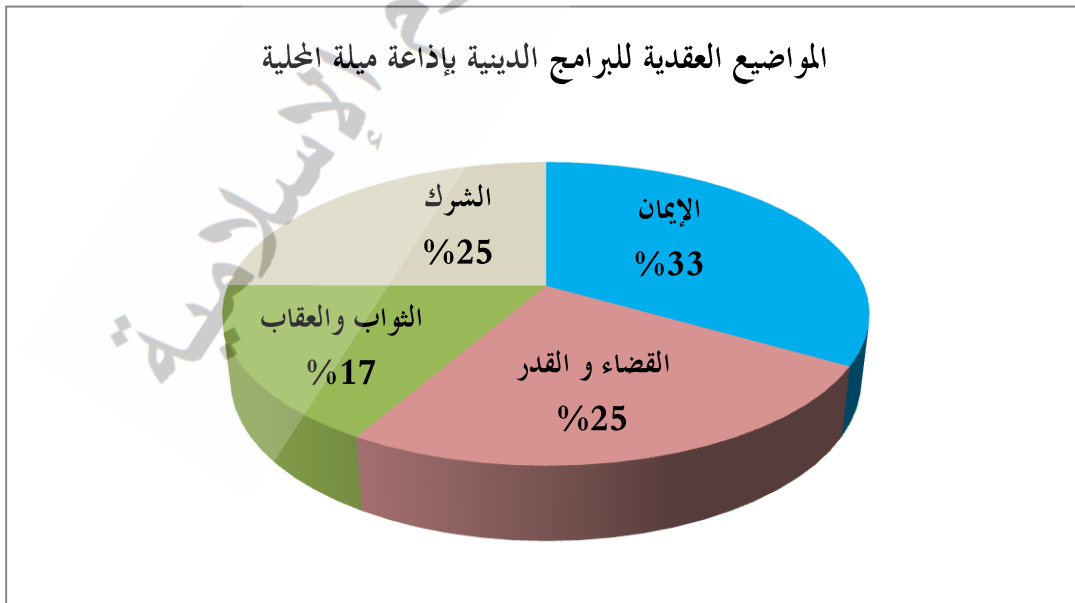
16,66%، وهذه النتائج أكدتها أيضا المقابلة التي اجريناها، حيث كشف القائمون على البرامج الدينية بإذاعة ميله المحلية، على أن تركيزهم على المواضيع الإيمانية نابع من حرصهم على توعية المستمعين وتقوية صلاتهم الإيمانية مع الله وفق أصول نقيه وصافية تبعدهم عن ضنك الحياة وتدعوهم للتقرب أكثر من خالقهم حتى تصفو أرواحهم وتهدأ نفوسهم في خضم معتركات الحياة وتقلبات الأزمنة، والإيمان بالقضاء والقدر خيره وشره، والابتعاد عن الشركيات التي قد يقومون بها دون وعي منهم أو جهل بها، مع تقديم مواضيع بدرجة أقل عن الثواب والعقاب.

وبالنسبة لكل برنامج، فقد غلبت المواضيع الخاصة بالإيمان على برنامج الدين والحياة، بنسبة مئوية بلغت 37,5%، ثم المواضيع الخاصة بالعبادات فجاءت في المرتبة الثانية بنسبة 26,31%، ثم المعاملات ثالثا بنسبة 21,05%، ورابعا المواضيع العقدية الخاصة بالقضاء والقدر ومواضيع الشرك بنسبة 25% لكل منهما، وأخيرا المواضيع الخاصة بالثواب والعقاب بنسبة 12,5%.

في برنامج فتاوى على الهوى، طغت المواضيع الخاصة بالثواب والعقاب ومواضيع القضاء والقدر على المواضيع العقدية بهذا البرنامج الإفتائي بنسبة 50% لكل منهما، في حين لم تسجل بقية المواضيع أي نسبة تذكر.

أما في برنامج أحكام التلاوة، فقد غلبت المواضيع الخاصة بالإيمان والمواضيع المتعلقة بالشرك على المواضيع العقدية التي يتناولها هذا البرنامج بنسبة 50% لكل منهما.

شكل -03-





جدول رقم 05: توزيع عينة الدراسة حسب المواضيع الإجتماعية التي تتناولها البرامج الدينية:

متوسط النسبة (%)	مجموع التكرارات (مج ت)	أحكام التلاوة		فتاوى على الهواء		الدين والحياة		البرنامج المواضيع الإجتماعية
		(%)	ت	(%)	ت	(%)	ت	
26,00	13	28,57	02	35,00	07	17,39	04	العلاقات العائلية
20,00	10	28,57	02	30,00	06	8,69	02	الجار
26,00	13	28,57	02	10,00	02	39,13	09	التكافل
20,00	10	14,28	01	20,00	04	21,73	05	العمل
08,00	04	00,00	00	05,00	01	13,04	03	المخدرات
100	50	100	07	100	20	100	23	المجموع

يشير الجدول رقم 05، إلى طبيعة المواضيع الإجتماعية التي تتناولها البرامج الدينية بإذاعة ميلة المحلية، حيث يتضح بأن المواضيع الخاصة بالعلاقات العائلية ومواضيع التكافل هي الغالبة على المواضيع الإجتماعية التي تتناولها البرامج الدينية بإذاعة ميلة المحلية، وذلك بنسبة بلغت 26% لكل منهما، متبوعة بالمواضيع التي تتناول الجار ومواضيع العمل بنسبة 20% لكل منهما، وأخيرا المواضيع الخاصة بالمخدرات التي بلغت نسبتها 08%.

وتركز إذاعة ميلة المحلية، حسب ما توصلنا إليه من خلال المقابلة، على تقديم برامج تهتم بالعلاقات الأسرية والعائلية نظرا لتفشي بعض الظواهر الغريبة على المجتمع المحلي، ومحاولة تصحيحها أو تدعيم العلاقات الأسرية التي لازالت العائلات بميلة تحافظ عليها، خصوصا بر الوالدين، زيادة على اهتمام الإذاعة بتقديم مواضيع تختص بالتكافل بين أفراد المجتمع الذي لازال يحافظ على فعل الخيرات ومساعدة الغير، حيث قامت بتنظيم العديد من المبادرات من اجل بث نداءات المساعدة والتكفل بحالات اجتماعية تعاني الفقر أو الحرمان، أو حالات لأشخاص يعانون المرض بالمستشفيات أو بيوتهم.

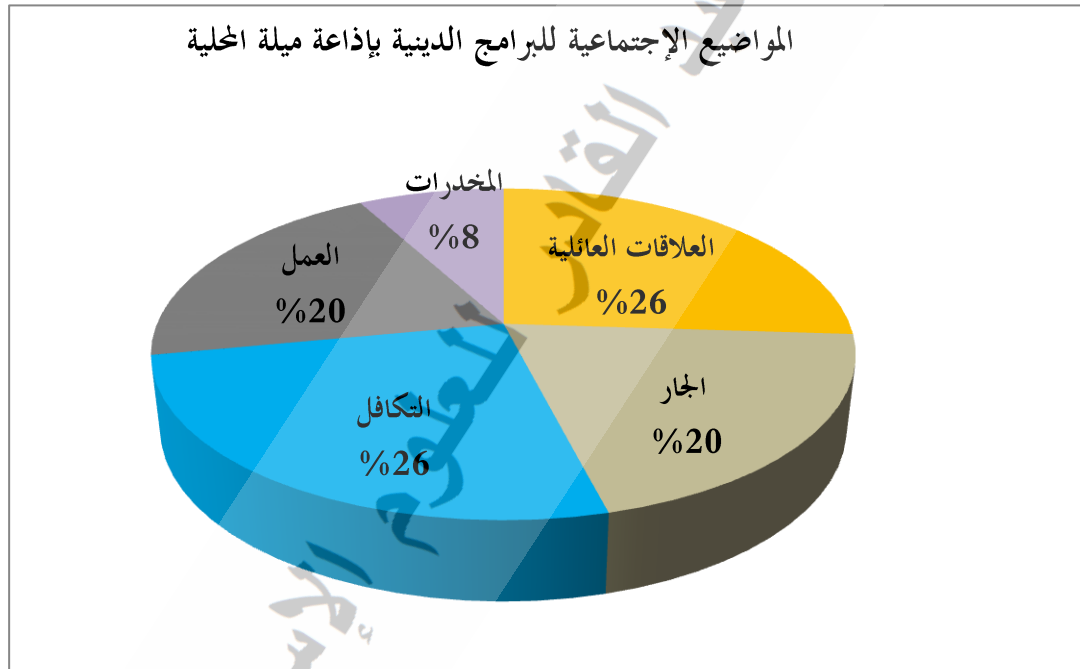
وبالنسبة لكل برنامج، فقد غلبت المواضيع الخاصة بالتكافل على برنامج الدين والحياة، بنسبة مئوية بلغت 39,13%، ثم المواضيع الخاصة بالعمل فجاءت في المرتبة الثانية بنسبة 21,73%، ثم العلاقات

العائلية ثالثا بنسبة 17,39٪، ورابعا المواضيع الإجتماعية الخاصة المخدرات بنسبة 13,04٪، وأخيرا المواضيع الخاصة بالجار بنسبة 8,69٪.

في برنامج فتاوى على الهوى، غلبت المواضيع الخاصة بالعلاقات العائلية بنسبة 35٪، متبوعة بمواضيع الجار بنسبة 30٪، ثم العمل بنسبة 20٪، و رابعا التكافل بنسبة 10٪، وأخيرا مواضيع المخدرات بنسبة 05٪.

أما في برنامج أحكام التلاوة، فقد غلبت المواضيع الخاصة بالعلاقات العائلية، المواضيع التي تتناول الجار، والمواضيع الخاصة بالتكافل بنسبة 28,57٪ لكل برنامج بالتساوي، متبوعة بالمواضيع الخاصة بالعمل بنسبة 14,28٪.

شكل-04-

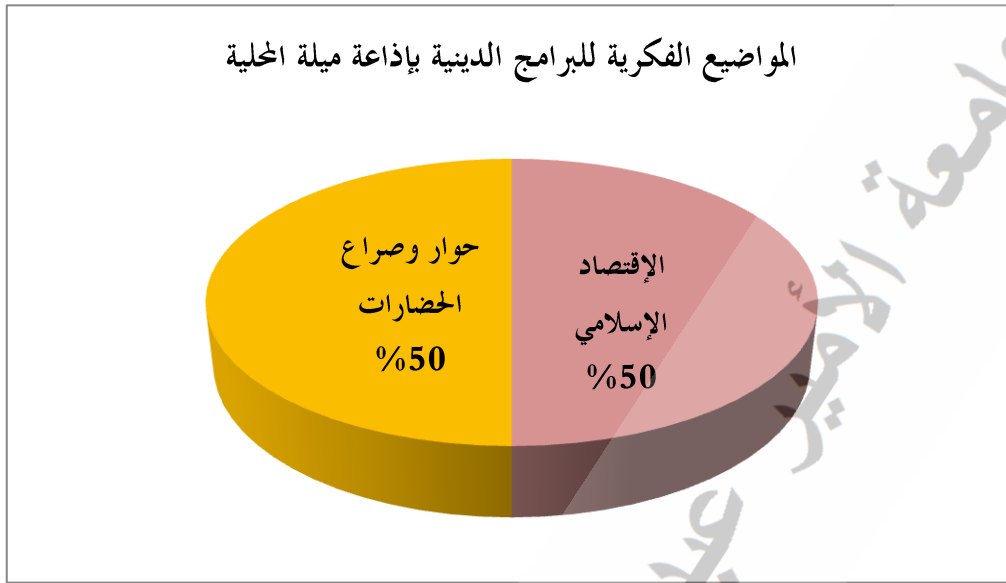


جدول رقم 06: توزيع عينة الدراسة حسب المواضيع الفكرية التي تتناولها البرامج الدينية:

البرنامج	الدين والحياة		فتاوى على		أحكام التلاوة		متوسط النسبة (%)
	ت	(%)	ت	(%)	ت	(%)	
التسامح بين الأديان	00	00,00	00	00,00	00	00,00	00,00
الإقتصاد الإسلامي	01	50,00	00	00,00	00	00,00	50,00
الحكم في الإسلام	00	00,00	00	00,00	00	00,00	00,00
حوار وصراع الحضارات	01	50,00	00	00,00	00	00,00	50,00
المجموع	02	100	00	100	00	100	100

يبين الجدول رقم 06، طبيعة المواضيع الفكرية التي تتناولها البرامج الدينية بإذاعة ميلة المحلية، حيث يتضح بأن المواضيع الخاصة بالإقتصاد الإسلامي وتلك الخاصة بحوار وصراع الحضارات هي الطاغية فيما تتناوله البرامج الدينية بهذه الإذاعة في موضوعاتها الفكرية، حيث يمثل كل منهما نسبة 50%. وبالنسبة للبرامج الثلاثة التي قمنا بدراستها، فلم يتطرق برنامج فتاوى على الهواء وبرنامج أحكام التلاوة لأي موضوع من المواضيع الفكرية، لذلك لم يسجل أي نسبة تذكر، في حين كان برنامج الدين والحياة الوحيد الذي تطرق للمواضيع الفكرية، حيث طغى موضوع الإقتصاد الإسلامي وحوار وصراع الحضارات عليها بنسبة 50% لكل منهما.

## شكل-05-



\* ما يمكن قوله بأن طبيعة المواضيع التي تركز عليها إذاعة ميلا المحلية من خلال البرامج الدينية التي تبثها، هي إجمالاً المواضيع التشريعية متنوعة بالمواضيع الاجتماعية، وبدرجة أقل المواضيع العقديّة والفكرية، بحسب ما استعرضناه سابقاً، وبالتالي نكون قد أجبنّا عن التساؤل الذي طرحناه في دراستنا هذه، والمتعلق بمضمون البرامج الدينية بإذاعة ميلا المحلية.

## 2) فئة المصدر:

كثيرا ما تعتمد المضامين الصحفية و حتى بعض أنواع المضامين الأخرى على عدة مصادر تجمع من خلالها المادة التي تشكل في نهاية المطاف المضمون المقدم، و عليه ففئة المصدر أو المصادر، تبحث عن مختلف تلك المنابع التي تغذي المضمون محل التحليل، و تتمثل أهم هذه المصادر في الأشخاص، والصحف، و المحطات الإذاعية أو التلفزيونية، و الكتب، والأفلام و المصادر غير الشخصية، و الوثائق و غيرها من المصادر المختلفة<sup>1</sup>.

وتبعا لموضوع دراستنا فقد قسمنا المصادر إلى نوعين:

## 1- مصادر مباشرة: أي المصادر الخاصة بإذاعة ميله المحلية وهي :

- الصحفي أو المنشط.

- الضيوف.

- المستمعون.

## 2- مصادر توثيقية: أي المصادر العامة المعتمدة في تقديم المحتوى الديني وهي:

- القرآن الكريم

- السنة النبوية

- سير الصحابة

- الشعر

- أقوال العلماء.

\* بعد تفرغنا للبيانات المتعلقة بفئة المصدر حصلنا على الجدول التالي:

<sup>1</sup> - يوسف ثمار: مرجع سابق، ص74

جدول رقم 07: توزيع عينة الدراسة حسب المصادر التي اعتمدها البرامج الدينية :

متوسط النسبة (%)	مجموع النسب (%)	مج (ت)	أحكام التلاوة		فتاوى على الهواء		الدين والحياة		البرنامج	المصدر
			(%)	ت	(%)	ت	(%)	ت		
85,25	/	185	100	18	84,74	150	77,27	17	المنشط	مصادر مباشرة
05,52	/	12	00,00	00	03,95	07	22,72	05	الضيوف	
09,21	/	20	00,00	00	11,29	20	00,00	00	المستمعون	
100	41,73	217	100	18	100	177	100	22	المجموع	
63,03	/	191	97,82	45	69,06	125	27,63	21	القرآن الكريم	مصادر توثيقية
24,75	/	75	00,00	00	24,86	45	39,47	30	السنة النبوية	
05,28	/	16	00,00	00	01,65	03	17,10	13	سير الصحابة	
02,64	/	08	02,17	01	01,10	02	06,57	05	الشعر	
04,29	/	13	00,00	00	3,31	06	09,21	07	أقوال العلماء	
100	58,26	303	100	46	100	181	100	76	المجموع	
100	100	520	100	64	100	358	100	98	مجموع التكرار المتوسط	

يتعلق الجدول رقم (07) الخاص بفئة المصدر، بنوعية المصادر التي تعتمد عليها إذاعة ميله المحلية في برامجها الدينية، حيث تظهر القراءة الإحصائية لبيانات الجدول أعلاه، بأن هذه الإذاعة تعتمد بشكل أكبر على المصادر الوثائقية التي تشمل مصادر التشريع، القرآن والسنة، إضافة إلى سير الصحابة وأقوال العلماء والشعر، حيث بلغت نسبة المصادر الوثائقية 58,26٪، في حين أن نسبة المصادر المباشرة، والتي تشمل المنشط والضيوف والمستمعين ناهزت 41,73٪.

وما يفسر تفوق المصادر الوثائقية على المصادر المباشرة التي تعتمد عليها إذاعة ميله المحلية في إعدادها للبرامج الدينية التي تبثها، هو كون هذه البرامج ذات طبيعة دينية تستدعي الإعتماد على مصدرها الأساسي وهو القرآن الذي لم يترك صغيرة ولا كبيرة في الدين والدنيا إلا وفصلها وتطرق إليها، والسنة النبوية التي تشتمل على أقوال وأفعال النبي صلى الله عليه وسلم، وهما بمثابة مناهج للمسلم يحيط بكل تفاصيل حياته وتساؤلاته، إضافة إلى سير الصحابة وأقوال العلماء والفقهاء الذين خاضوا في القضايا التي تم المسلم على ضوء الشرع، وهو ما تؤكد خلال إجرائنا للمقابلة، حيث يفضل القائمون على البرامج الدينية لإذاعة ميله المحلية المحلية على القرآن الكريم وسيرة الرسول صلى الله عليه وسلم، باعتبارهما لم يتركا صغيرة ولا كبيرة في حياة الناس إلا وتطرقا إليها بالشرح والتفصيل، زيادة على الإعتماد على سير الصحابة وأقوال العلماء القدامى والمحدثين الذين فصلوا في الكثير من المسائل الدنيوية والأخروية التي لها علاقة بالمسلمين، وهذا الأمر نابع كما تبين خلال المقابلة، من حرص القائمين على البرامج الدينية على تقديم مادة دينية من منابعها الأصلية والنقية، خصوصا من خلال النهل من المذهب المالكي الذي يسود بالجزائر عموما.

وبالنسبة للمصادر الوثائقية، فقد جاء القرآن الكريم في المرتبة الأولى كمصدر توثيقي أساسي للبرامج الدينية بإذاعة ميله المحلية، حيث بلغت نسبته 63,03٪، متبوعا مباشرة بالسنة النبوية بنسبة 24,75٪، فيما جاءت المصادر المتعلقة بسير الصحابة في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية بلغت 05,28٪، يليها المصدر التوثيقي الخاص بأقوال العلماء في المرتبة الرابعة بنسبة 04,29٪، وأخيرا في المرتبة الخامسة الشعر بنسبة ناهز 02,64٪، وهو ترتيب منطقي ومتسلسل باعتبار أنه كما قلنا سابقا، القرآن الكريم المصدر الأول والأساسي للتشريع، متبوعا بالسنة النبوية، ثم سير الصحابة وأقوال العلماء والفقهاء.

وفيما يخص المصادر المباشرة التي تعتمد عليها البرامج الدينية بإذاعة ميله المحلية، يأتي المنشط أو المذيع أو الصحفي في صدارة هذه المصادر، حيث بلغت نسبة الإعتماد عليه 85,25٪ مقارنة ببقية

المصادر، وهذا ما نعزوه إلى كون الإذاعة تعتمد بشكل أساسي على المذيع، وفي البرامج الدينية فالمذيع أو المنشط أو الصحفي هو الحلقة الذي تربط بين بقية المصادر وإيصالها وتقريبها إلى أفهام وعقول المستمعين، من خلاله تقديمه للتحليل والتفسير وتذليل العقبات اللغوية التي تحول دون وصول الفكرة أو الغاية التي تهدف إليها آية من القرآن الكريم أو حديث نبوي شريف أو حتى ما ورد في أقوال العلماء والصحابة، وإسقاط ذلك كله على ما يعيشه الناس في مختلف مناحي الحياة، مما يمنح المذيع مكانة مرموقة من بين جميع المصادر المباشرة، خصوصا إذا توفرت فيه صفات الكفاءة والعلم الشرعي وحلاوة الصوت وسلاسة الأسلوب، والتي تجعله قريبا إلى قلوب وعقول جمهوره، و وسيلة فعالة للإقناع والتأثير، مما يضمن إيصال تعاليم الإسلام السمحة للناس ومعرفتهم لحدود الله والعمل وفق ما تقتضيه الشريعة أو تنهي عنه، وهو ما يخدم أساسا المجتمع المسلم.

وإذا ما حللنا نوعية المصادر التي يعتمد عليها كل برنامج من البرامج الثلاثة التي قمنا بدراستها، فإنه يمكننا ملاحظة ما يلي:

بالنسبة لبرنامج الدين والحياة، فهو يعتمد على المنشط كمصدر أول من بين كل المصادر المباشرة بنسبة 77,27٪، ثم الضيوف كمصدر مباشر ثاني بنسبة 22,72٪، في حين لم يكن أي نصيب للمستمعين نظرا لطبيعة البرنامج الذي لا يعتمد على التفاعل مع جمهوره. أما بخصوص المصادر التوثيقية لهذا البرنامج، فجاءت السيرة النبوية أولا بنسبة 39,47٪، ثم القرآن الكريم بنسبة 27,63٪، متبوعا بسير الصحابة بنسبة 17,10٪، ثم أقوال العلماء 09,21٪، وأخيرا الشعر بنسبة 06,57٪.

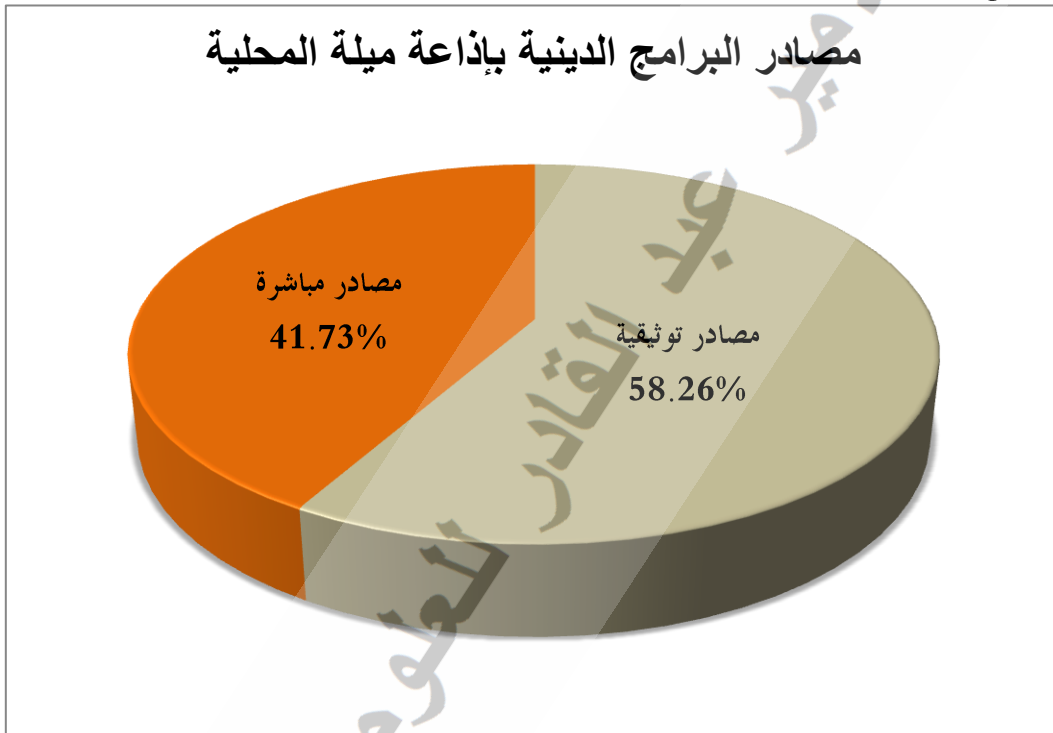
وبالنسبة للمصادر المباشرة لبرنامج فتاوى على الهواء، المنشط المصدر الأول بنسبة 84,74٪، ثم المستمعون 11,29٪، وأخيرا الضيوف 03,95٪، وهذا مرده إلى كون طبيعة البرنامج تعتمد على التفاعل ما بين المنشط والمستمعين الذين يتصلون من خلال الهاتف للاستفسار عن كل ما يهمهم من قضايا دينهم ودينهم. وعن المصادر التوثيقية للبرنامج، جاء القرآن الكريم في الصدارة بنسبة 69,06٪، ثم السنة النبوية 24,86٪، أقوال العلماء 3,31٪، سير الصحابة 01,65٪، وأخيرا الشعر بنسبة مئوية قدرها 01,10٪.

أما بالنسبة لبرنامج أحكام التلاوة، فكان المنشط هو المصدر المباشر الوحيد الذي يعتمد عليه هذا البرنامج بنسبة 100٪، في حين كان القرآن الكريم والشعر المصدران التوثيقيان الوحيدان للبرنامج،

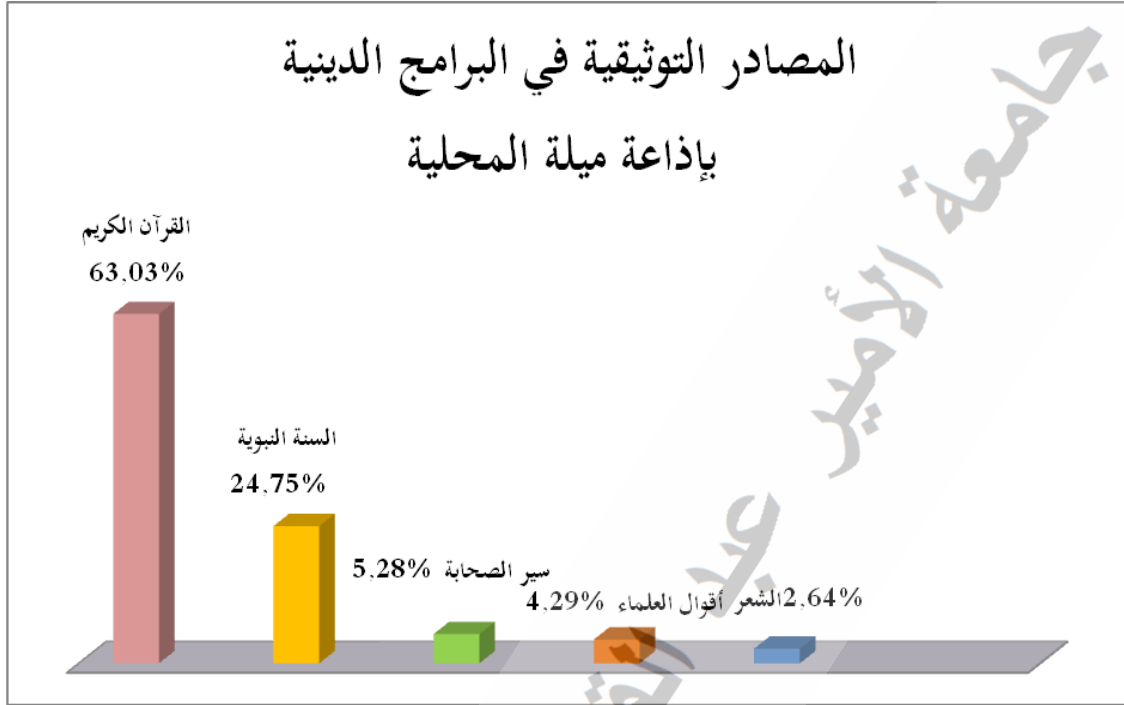


حيث حاز القرآن الكريم على المرتبة الأولى بنسبة 97,82٪، والشعر بنسبة قليلة جدا بلغت 02,17٪.

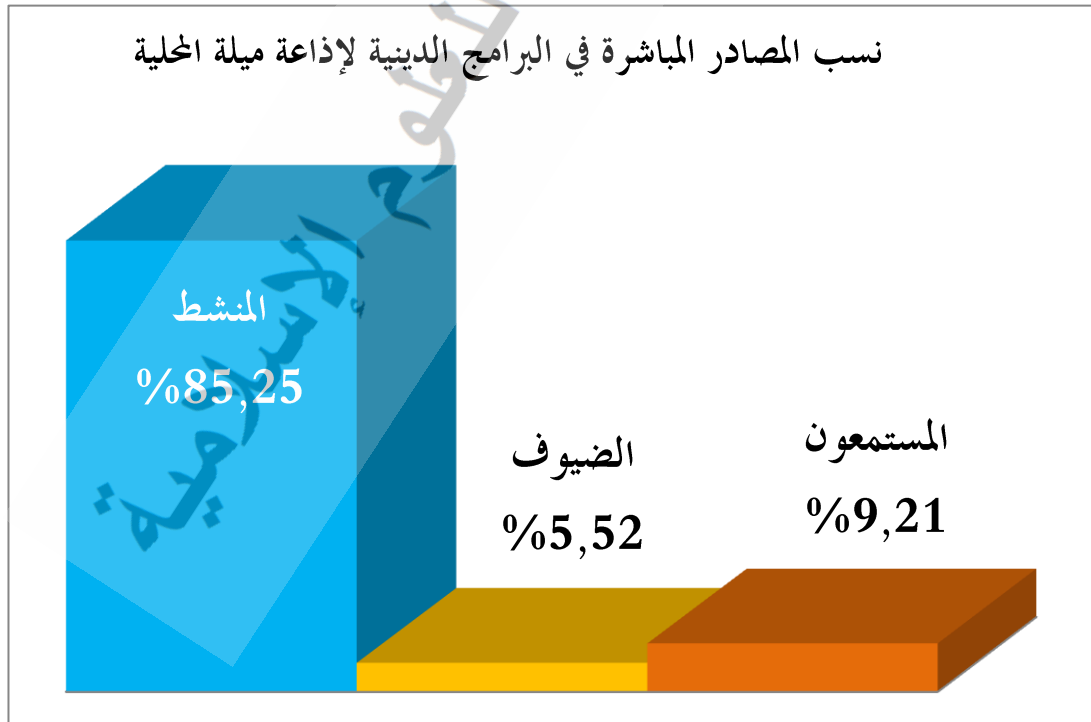
شكل-06-



شكل-07-



شكل-08-



3) فئة تحقيق الأهداف:

جدول رقم 08: توزيع عينة الدراسة حسب طرق تحقيق الأهداف في البرامج الدينية:

البرنامج	الدين والحياة		فتاوى على الهواء		أحكام التلاوة		متوسط النسبة (%)
	ت	(%)	ت	(%)	ت	(%)	
بيان الحكم الشرعي	04	06,34	43	68,25	16	25,39	18,58
تقديم الأدلة والبراهين	13	10,92	101	84,87	05	04,20	35,10
تقديم الأرقام والإحصائيات	10	32,25	15	48,38	06	19,35	09,14
الأمثلة الواقعية	21	30,88	45	66,17	02	02,94	20,05
الإستشهاد بالتاريخ	09	75,00	03	25,00	00	00,00	03,53
الترغيب والترهيب	10	21,73	33	71,73	03	06,52	13,56
مجموع التكرارات متوسط النسبة (%)	67	19,76	240	70,79	32	09,43	100

يتعلق الجدول رقم (08) بفئة تحقيق الأهداف، حيث نحاول من خلاله معرفة الأساليب والطرائق التي يتم توظيفها في البرامج الدينية لإذاعة ميلة المحلية للوصول إلى جمهورها واستمالتها، وبلوغ الأهداف المسطرة من خلالها، أو الفكرة التي يريد أصحابها إيصالها للمستمعين.

ومن خلال الأرقام التي بينها الجدول، يتضح جليا أن أسلوب تقديم الأدلة والبراهين هو الأسلوب الأكثر استعمالا من طرف معدي البرامج الدينية في إذاعة ميلة لتحقيق أهدافها، حيث حصل هذا الأسلوب العقلي على نسبة 35,10٪، وهو أسلوب قائم على إعطاء الدليل من الكتاب والسنة ومصادر التشريع الإسلامي الأخرى بغرض إقناع المستمعين وإعطاء شرعية لما يقولون. أما ثاني أسلوب يوظف في تحقيق الأهداف، فهو أسلوب الأمثلة الواقعية، بنسبة 20,05٪، وهو أسلوب يربط المستمعين بواقعهم، أو بقصص وحوادث يعيشها الناس و يتم إسقاطها على المستمعين. وجاء في المرتبة الثالثة أسلوب بيان الحكم الشرعي بنسبة 18,58٪، وهو أسلوب يعتمد على تقديم نصوص من القرآن والسنة من أجل الفصل في القضايا والمسائل التي يتم استعراضها في البرامج الدينية.

أما المرتبة الرابعة، فعادت لأسلوب الترغيب والترهيب 13,56٪، والذي يستعمل لشحنهم المستمعين من أجل القيام بعمل أو قول ما وتجييبه إليه وذكر محاسنه والجزاء الذي يترتب عنه، أو التحذير من عمل أو قول وتخويف المستمعين من العقاب الذي ينجر عنه في حالة القيام به. وبالنسبة لأسلوب تقديم الأرقام والإحصائيات، فجاء خامسا بنسبة مئوية بلغت 09,14٪، أما أسلوب الإستشهاد بالتاريخ فجاء في المرتبة السادسة بنسبة 03,53٪، حيث يسوق هذا الأسلوب وقائع ومواقف لشخصيات وأحداث وقعت في التاريخ الإسلامي من أجل تدعيم الفكرة أو الغرض الديني الذي يحاول القائمون على البرامج الدينية الوصول إليه.

وفيما يخص أكثر البرامج الدينية بإذاعة ميلة المحلية استعمالا وتوظيفها مختلف هذه الأساليب، من أجل تحقيق أهدافها، فقد عادت المرتبة الأولى لبرنامج فتاوى على الهوى بنسبة 70,79٪، وذلك نظرا للمواضيع الكثيرة والمختلفة التي يتطرق إليها بناء على أسئلة المستمعين، والتي تتطلب التنوع في طرق الإقناع وتبيان ما يلتبس على المستمعين أو الفصل والتفصيل في قضايا دينية. أما المرتبة الثانية فعادت لبرنامج الدين والحياة بنسبة مئوية بلغت 19,76٪، ثم ثالثا برنامج أحكام التلاوة بنسبة 09,43٪. وإذا قرأنا بين البرامج الثلاثة التي درسناها، من حيث استعمال كل أسلوب على حدة، تبعا لأرقام الجدول أعلاه، فإننا نلاحظ ما يلي:

- بالنسبة لأسلوب بيان الحكم الشرعي، فقد تم استعماله بشكل أكبر في برنامج فتاوى على الهواء بنسبة 68,25٪، نظرا لطبيعة البرنامج الذي يعتمد على الإجابة على استفسارات وأسئلة المستمعين حول أمور دينهم ودنياهم وهو ما يتطلب تبيان الحكم الشرعي فيها سواء من الكتاب أو السنة. ثم

برنامج أحكام التلاوة في المرتبة الثانية من حيث كثرة استعمال هذا الأسلوب بنسبة 25,39٪، حيث يوظف من أجل تبيان الحكم الشرعي لبعض المسائل، كحكم البسملة أو قراءة القرآن من غير وضوء وغيرها من المسائل، وأخيراً في المرتبة الثالثة برنامج الدين والحياة بنسبة 06,34٪.

- بالنسبة لأسلوب تقديم الأدلة والبراهين، جاء برنامج فتاوى على الهواء في المرتبة الأولى بنسبة 84,87٪، ومردّد ذلك إلى كون هذه الحصة تعتمد على الفتوى، والفتوى كما هو معروف تتطلب تقديم أدلة من الكتاب والسنة. أما برنامج الدين والحياة فجاء في المرتبة الثانية بنسبة 10,92٪، وأخيراً برنامج أحكام التلاوة بنسبة 04,20٪.

- بالنسبة لأسلوب تقديم الأرقام والإحصائيات، فقد تم استعماله بشكل أكبر في برنامج فتاوى على الهواء، وذلك بنسبة مئوية وصلت إلى 48,38٪، حيث يتم تقديم معطيات عديدة وإحصائية تتعلق مثلاً بنصاب الزكاة وأيام العدة والصوم أو الصلاة وغيرها، أما المرتبة الثانية، فعادت لبرنامج الدين والحياة بنسبة 32,25٪، ثم ثالثاً برنامج أحكام التلاوة بنسبة 19,35٪، حيث يقدم هذا البرنامج إحصاء عن عدد السور والآيات القرآنية، وكذا عدد الحروف التي تتضمنها أحكام الترتيل مثل حروف الإدغام والتنوين وحروف الإظهار والإخفاء وغيرها.

- بالنسبة لأسلوب الأمثلة الواقعية، كان برنامج فتاوى على الهواء الأكثر استعمالاً وتوظيفاً لهذا الأسلوب، حيث بلغت نسبة استعماله 66,17٪، وتعليل ذلك راجع على كون هذا البرنامج يجيب عن تساؤلات المستمعين عن مسائل وقضايا نابعة من صميم واقعهم المعاش و ترتبط بدينهم و دنياهم.

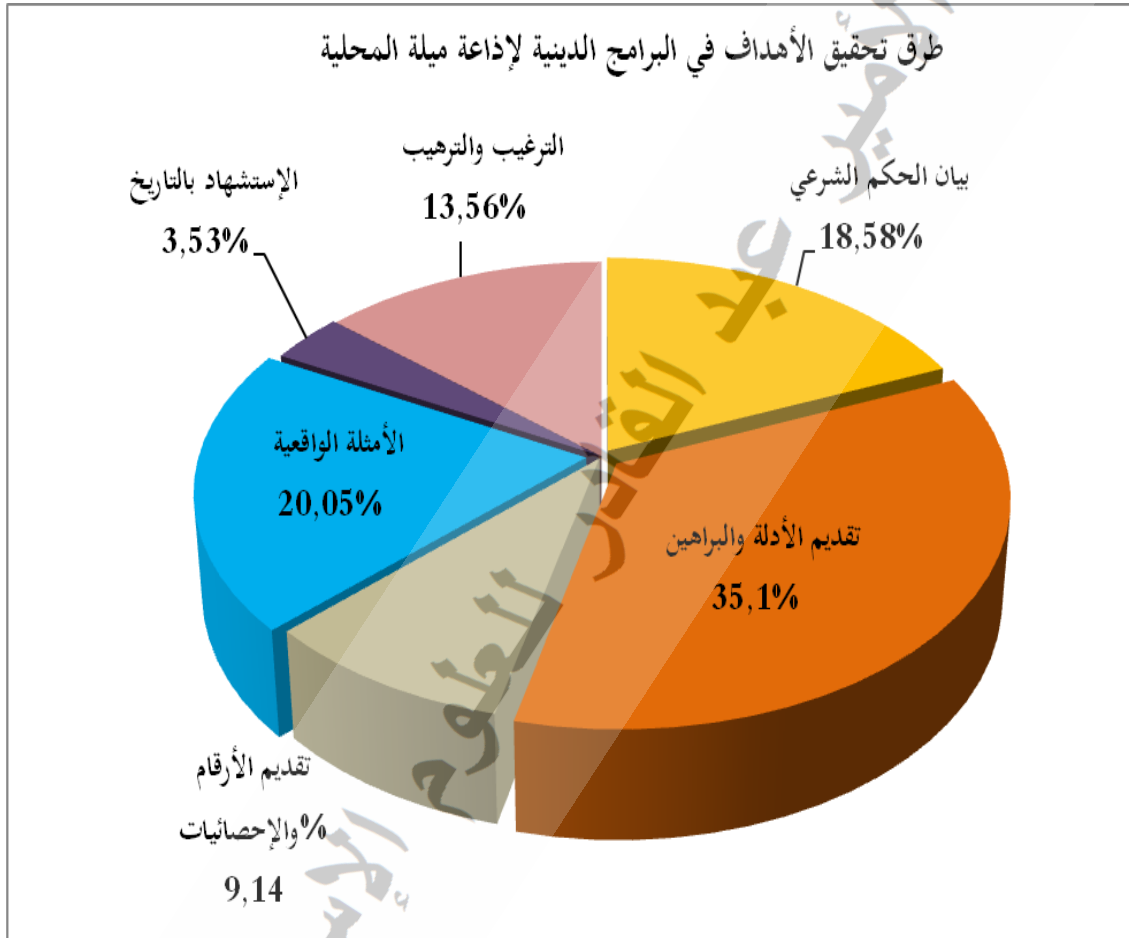
وفي المرتبة الثانية برنامج الدين والحياة بنسبة 30,88٪، حيث أنه برنامج اجتماعي يعتمد على إعطاء أمثلة واقعية ويتناول قضايا يعيشها الناس في مجتمعهم، أما برنامج أحكام التلاوة فجاء أخيراً بنسبة 02,94٪.

- بالنسبة لأسلوب الاستشهاد بالتاريخ، فقد استعمل بشكل أكبر في برنامج الدين والحياة بنسبة 75,00٪، ثم برنامج فتاوى على الهواء بنسبة 25,00٪، في حين لم يستعمل هذا الأسلوب في برنامج أحكام التلاوة إطلاقاً لأنه يعتمد فقط على القرآن الكريم وأحكامه.

- بالنسبة لأسلوب الترغيب والترهيب، جاء برنامج فتاوى على الهواء كأكثر البرامج استعمالاً له بنسبة 71,73٪، لأن المفتي يقوم بترغيب السائلين من جمهور المستمعين بعمل ما يرجى ثوابه مع سرد فوائده وإيجابياته الدنيوية والأخروية على الفرد والمجتمع، كما يستعمل الترغيب والتخويف من

أعمال قد تجلب غضب الله سبحانه وتعالى، وتعود بالسلب على المسلم في حياته وأخراه. ثم جاء في المرتبة الثانية من حيث استعمال هذا الأسلوب، برنامج الدين والحياة بنسبة 21,73٪، ثم أخيرا برنامج أحكام التلاوة بنسبة 06,52٪.

شكل-09-



5) فئة الجمهور:

جدول رقم 09: توزيع عينة الدراسة حسب جمهور البرامج الدينية:

البرنامج	الدين والحياة		فتاوى على الهواء		أحكام التلاوة		متوسط النسبة (%)
	ت	(%)	ت	(%)	ت	(%)	
الجمهور							
الآباء	10	34,38	15	14,70	02	08,00	27
التجار	06	20,68	18	17,64	08	32,00	32
عموم الناس	04	13,79	60	58,82	15	60,00	79
الطلبة	01	03,44	02	01,96	00	00,00	03
ربات البيوت	08	27,58	07	06,86	00	00,00	15
مجموع التكرارات متوسط النسبة (%)	29	100	102	100	25	100	156

يتعلق الجدول رقم (09) بفئة الجمهور، وهو يبين نوعية الجمهور الذي توجه إليه إذاعة ميله المحلية برامجه الدينية، حيث يتضح من خلال أرقام الجدول بأن الجمهور الأساسي الذي تخاطبه هذه البرامج هو جمهور عموم الناس المشكل من مختلف الطبقات الإجتماعية الذين تتفاوت مستوياتهم ودرجة فهمهم، وهو أمر يعكس الطابع الجوّاري الذي تتميز به إذاعة ميله المحلية التي توجه برامجه لعامة أفراد المجتمع، حيث بلغت نسبة هذا الجمهور 50,64٪، يتبعها مباشرة جمهور التجار في المرتبة الثانية بنسبة مئوية بلغت 20,51٪، ثم تليها فئة جمهور الآباء التي وصلت نسبتها إلى 17,30٪، أما فئة جمهور ربات البيوت فقد حلت في المرتبة الرابعة بنسبة مئوية وصلت إلى 09,61٪، فيما احتلت فئة جمهور الطلبة المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة مئوية بلغت 01,92٪.

وبحسب المقابلة التي أجريناها، فقد أكد القائمون على إذاعة ميله، بأن الخطاب الديني الذي تقوم عليه البرامج الدينية موجه أساساً إلى عموم الناس باعتبارها إذاعة جوارية ومحلية تعرف جيداً المستوى

العام للفهم الذي يتميز به مستمعيها، زيادة على سعيها لمخاطبة أكبر قدر من المواطنين المتواجدين بإقليم الولاية، وذلك بهدف إيصال رسالتها الدينية التي تتوافق مع اهتمامات وتساؤلات أكبر شريحة ممكنة، وعدم حصرها في فئة دون غيرها.

وبالنسبة للجمهور الذي يخاطبه كل برنامج ديني فقد جاءت كما يلي:  
- برنامج الدين والحياة:

جاءت فئة الجمهور من الآباء في المرتبة الأولى بـ 10 تكرارات و بنسبة مئوية بلغت 34,38٪، متبوعة بالجمهور الذي يتشكل من ربات البيوت في المرتبة الثانية بـ 08 تكرارات وبنسبة مئوية وصلت إلى 27,58٪، ثم الجمهور من التجار ثالثا بـ 06 تكرارات وبنسبة بلغت 20,68٪، أما جمهور عموم الناس فقد احتل المرتبة الرابعة بأربع تكرارات وبنسبة 13,79٪، وأخيرا جمهور الطلبة الذي حل خامسا بتكرار واحد وبنسبة مئوية تقدر بـ 03,44٪.

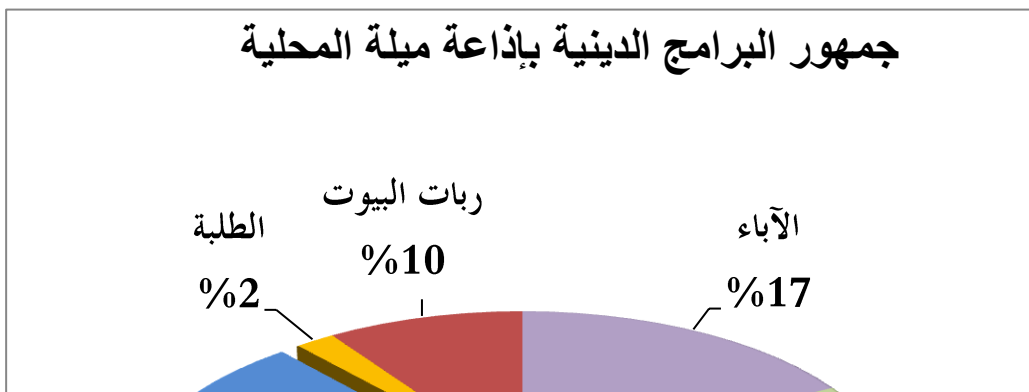
- برنامج فتاوى على الهواء:

تصدر المرتبة الأولى في هذا البرنامج القائم على السؤال والجواب، جمهور عموم الناس بـ 60 تكرارا وبنسبة مئوية وصلت إلى 58,82٪، ثم أتى جمهور التجار في المرتبة الثانية بـ 18 تكرارا وبنسبة مئوية بلغت 17,64٪، ثم في المرتبة الثالثة الآباء بـ 15 تكرارا وبنسبة 14,70٪، أما المرتبة الرابعة فقد عادت لجمهور ربات البيوت بـ 07 تكرارات وبنسبة مئوية بلغت 06,86٪، وأخيرا الطلبة في المرتبة الخامسة بتكرارين وبنسبة 01,96٪.

- برنامج أحكام التلاوة:

جاء في المرتبة الأولى جمهور عموم الناس بـ 15 تكرارا وبنسبة مئوية بلغت 60٪، أما المرتبة فعادت لجمهور التجار بـ 08 تكرارات وبنسبة مئوية بلغت 32٪، وعادت المرتبة الثالثة لجمهور الآباء بتكرارين وبنسبة مئوية وصلت إلى 08٪، في حين لم يسجل الجمهور من الطلبة أو ربات البيوت أي تكرار ولا أي نسبة تذكر.

شكل-10-





ثانيا: فئات الشكل ( كيف قيل؟).

### 1 فئة اللغة المستخدمة:

يُعد تحليل اللغة في مضمون وسائل الإعلام من الأهمية التي تجعل كل الرسالة مرتبطة بطبيعتها، و لذا فإن فئة اللغة المستعملة في تلك الوسائل هي مجموعة من التصنيفات ترتبط في طبيعتها بإشكالية الدراسة و الهدف منها. وقد قسمنا في دراستنا نوع اللغة إلى ثلاثة أنواع: العربية الفصحى، العامية واللغة الأجنبية (بدرجة أقل) وذلك لأنها اللغات الرائجة في المجتمع المحلي بميلة.

جدول رقم 10: توزيع عينة الدراسة حسب نوع اللغة المستخدمة في البرامج الدينية:

البرنامج	الدين والحياة	فتاوى على الهواء	أحكام التلاوة	مجموع	متوسط
----------	---------------	------------------	---------------	-------	-------

النسبة (%)	التكرارات (مج ت)	(%)	التكرار	(%)	التكرار	(%)	التكرار	اللغة المستخدمة
50,51	19945	99,88	4256	7,96	1124	68,99	14565	العربية الفصحى
49,48	19535	0,11	05	92,03	12985	31,00	6545	العامية
0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,00	00	اللغة الأجنبية
100	39480	100	4261	100	14109	100	21110	المجموع

يوضح الجدول رقم (10)، نوع اللغة التي يتم استعمالها في البرامج الدينية لإذاعة ميلة المحلية، وهي الوعاء الذي يحمل الخطاب الديني لهذه البرامج للجمهور المحلي، في محاولة منا لمعرفة لغة هذا الخطاب الشائعة في أوساط القائمين على هذه البرامج.

فمن خلال الأرقام التي بينها الجدول، يتضح جليا بان اللغة العربية الفصحى هي اللغة الأكثر استعمالا من طرف معدّي البرامج الدينية في إذاعة ميلة المحلية، حيث بلغت نسبي استعمالها مقارنة بباقي اللغات 50,51%، لأنها لغة القرآن من جهة، واستعمالها وسيلة للحفاظ عليها وتقويتها من جهة أخرى.

كما تقاربت نسبة استعمال اللغة الدارجة مع اللغة العربية بشكل كبير، فجاءت في المرتبة الثانية من حيث قوة الاستعمال بنسبة 49,48%، حيث كثيرا ما يستعملها القائمون على البرامج الدينية في إذاعة ميلة المحلية، لتبسيط بعض المفاهيم والأفكار التي يريدون توصيلها للجمهور المحلي بلغته الدارجة، خصوصا وان هذا الجمهور يجوي نسبة من كبار السن وربات البيوت محدودي المستوى التعليمي، مما يتطلب استعمال الدارجة لتحقيق الفهم.

وما يمكن الإشارة إليه، أن التقارب في استعمال اللغتين العربية والدارجة، وسيلة مهمة لإيصال رسالة البرامج الدينية بإذاعة ميلة المحلية، وجذب مستمعين من مختلف المستويات التعليمية الذين تتفاوت

درجة فهم للخطاب الديني، و أحيانا فالدارجة تعتبر وسيلة لترجمة ما يصعب على المستمع البسيط فهمه من خلال الآيات والأحكام والأفكار التي تأتي في سياق الخطاب الديني لبرامج إذاعة ميله المحلية، وهذا ما أكده القائمون على البرامج الدينية بإذاعة ميله، حيث أكدوا على أنهم يزاوجون بين استعمال العامية واللغة العربية الفصحى حتى يعم الفهم وتصل الرسالة بأسلوب بسيط وليس عصيا على أفهام مختلف الشرائح التي تستمع للبرامج الدينية، باعتبار ان الطابع المحلي للإذاعة يحتم عليها ان تستعمل لغة دارجة خاصة بالمجتمع المحلي الذي تخاطبه، زيادة على استعمال العربية الفصحى باعتبارها لغة القرآن وحتى لا تندثر.

كما يمكن أن نلاحظ من خلال الجدول، انعدام استعمال اللغة الأجنبية، حيث لم تسجل ولا نسبة تذكر، وهذا ما يمكن إرجاعه لعدة اعتبارات منها طبيعة البرامج الدينية وخطابها الموجه لمجتمع محلي ليست له علاقة بلغة أجنبية لا يفهمها، زيادة على عدم حاجة القائمين على البرامج الدينية بهذه الإذاعة لاستعمالها في ظل اكتفائهم باللغتين العربية والدارجة اللتان بإمكانهما توصيل الرسالة الدينية وتبسيطها إن اقتضت الضرورة ذلك.

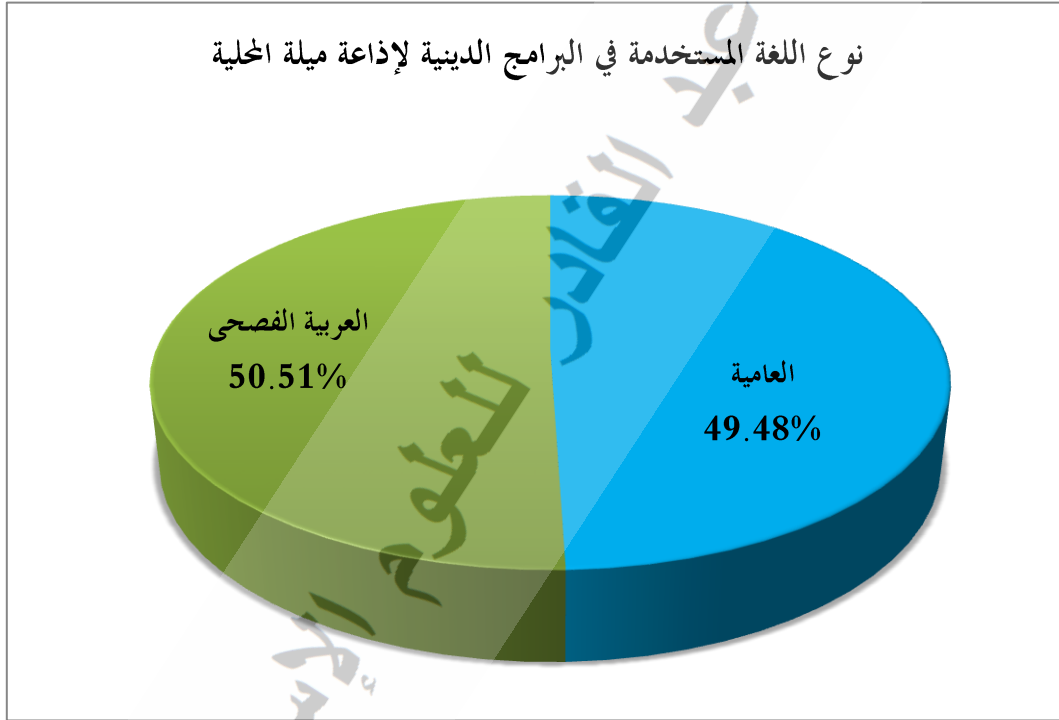
وبالنسبة للغة المستخدمة في كل برنامج من البرامج الثلاثة التي قمنا بدراستها، فإننا نلاحظ ما يلي:

- تغلب على برنامج الدين والحياة اللغة العربية الفصحى، وذلك بنسبة 68,99٪، وهذا نظرا لطبيعة البرنامج الذي يسرد العديد من قضايا المجتمع والإسلام بلغة عربية فصحى. كما جاءت الدارجة في المرتبة الثانية من حيث كثرة الاستعمال، حيث سجلت نسبة مئوية بلغت 31,00٪، وهذا لتبسيط بعض الأفكار والمصطلحات التي يسوقها القائم على البرنامج، حتى يسهل فهمها على المستمعين محدودي المستوى، ولا يستشكل عليهم الأمر، أما اللغة الأجنبية فلم تسجل ولا نسبة.

- فيما يخص اللغة التي يستخدمها برنامج فتاوى على الهواء، فقد طغت العامية بشكل كبير جدا، حيث حصلت على نسبة تقدر بـ 92,03٪، وهذا ما يعزى إلى طبيعة البرامج الذي يعتمد على أسئلة واستفسارات المستمعين الذين ينحدرون من مختلف القرى والبلديات، والذين يستعملون عادة اللغة الدارجة في أسئلتهم، خصوصا كبار السن وربات البيوت، زيادة على نوعية القضايا التي يطرحونها على المفتي وارتباطها بالمجتمع المحلي الذي يعيشون فيه، وهو ما يحتم على القائمين على هذا البرنامج الرد باللغة الدارجة بهدف تبسيط الفتوى وتسهيل فهم القضايا المتعلقة بالشرع لجميع الشرائح والأعمار حتى تعم الفائدة.

- وبالنسبة لبرنامج أحكام التلاوة، فقد طغت اللغة العربية وجاءت في المرتبة الأولى من حيث كثرة الإستعمال، حيث سجلت أعلى نسبة من بين بقية اللغات بنسبة ناهزت 99,88٪، نظرا لطبيعة هذا البرنامج المرتبط بعلم التجويد والذي يكون القرآن الكريم مصدرا وحيدا للمحتوى الذي يقدمه القائم على البرنامج، حيث يعتمد على اللغة العربية أثناء تلاوة الآيات القرآنية و الأحكام المرتبطة بها. في حين سجلت اللغة الدارجة نسبة ضئيلة جدا تكاد تنعدم، حيث بلغت 0,11٪، ولم تسجل اللغة الأجنبية ولا نسبة لعدم الحاجة إليها.

## شكل-11-



(2) فئة شكل البث:

تستخدم فئة شكل المادة الإعلامية للترقية بين الأشكال والأنماط المختلفة التي تتخذها المادة الإعلامية<sup>1</sup>، وتهدف فئة شكل البث أو نمط البث إلى التعرف على القوالب الفنية أو الأشكال والفنون الإذاعية التي تقدم من خلالها البرامج الدينية بالإذاعة ومنها: الحديث الإذاعي المباشر، السؤال والجواب، المقابلة الإذاعية... الخ.

جدول رقم 11: توزيع عينة الدراسة حسب الأشكال الفنية التي تقدم بها البرامج الدينية:

متوسط النسبة (%)	مجموع التكرارات (مج ت)	أحكام التلاوة		فتاوى على الهواء		الدين والحياة		البرنامج شكل البث
		(%)	التكرار	(%)	التكرار	(%)	التكرار	
07,40	02	00,00	00	00,00	00	16,66	02	المقابلة الإذاعية
55,55	15	100	07	00,00	00	66,66	08	الحديث الإذاعي مباشر
11,11	03	00,00	00	12,5	01	16,66	02	الندوة
25,92	07	00,00	00	87,5	07	00,00	00	سؤال وجواب
00,00	00	00,00	00	00,00	00	00,00	00	المسلسلات الإذاعية
00,00	00	00,00	00	00,00	00	00,00	00	التمثيلية الإذاعية
100	27	25,92	07	29,62	08	44,44	12	مجموع التكرارات متوسط النسبة (%)

يبين الجدول رقم (11) الأنماط و القوالب أو الأشكال الفنية الإعلامية التي تقدم من خلالها البرامج الدينية في إذاعة ميله المحلية، حيث يتضح من خلال الأرقام بان الحديث الإذاعي المباشر هو الشكل

<sup>1</sup> - عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي: مرجع سابق، ص 214

الغالب والأكثر استعمالاً في عرض البرامج الدينية بهذه الإذاعة، حيث حصدها ما نسبته 55,55% من مجموع نسب الأشكال الأخرى التي تبث بها البرامج الدينية بإذاعة ميلة المحلية، حيث يعتبر الحديث الإذاعي المباشر أنسب القوالب الإعلامية لتقديم المحتوى الديني للجمهور، خصوصاً في وأن هذا الخطاب يركز على الوعظ والإرشاد، وهو ما يتطلب أسلوب الحديث المؤثر الذي يعتمد على قوة الكلمة وسلاسة الأسلوب، حيث أكدت المقابلة التي أجريناها بأن القائمين على البرامج الدينية يفضلون استعمال هذا الشكل الفني باعتباره أسلوباً سلساً وشائعاً ويمكن من خلاله توصيل الرسالة الدينية وتقريبها لأفهام المستمعين، زيادة على عدم تكليف هذا الأسلوب لإمكانات كبيرة سواء في الوقت أو التجهيزات، فالمذيع أو مقدم البرنامج الديني وحده قادر على تقديم البرنامج الديني في أي وقت ودون الحاجة إلى مساعدة.

وجاء في المرتبة الثانية في فئة شكل البث الخاص بالبرامج الدينية بإذاعة ميلة المحلية، أسلوب السؤال والجواب، حيث بلغت نسبته المئوية 25,92%، حيث عادة ما يستعمل في برامج الفتوى التي تعتمد على استفسارات وأسئلة المستمعين، والتي تكون عادة عن طريق الاتصال الهاتفي أو عن طريق البريد، ليرد عليها المفتي على الهواء مباشرة.

كما تعتبر الندوة أيضاً من الأشكال والأنماط التي تبث بها البرامج الدينية بإذاعة ميلة المحلية، حيث حازت على نسبة 11,11%، وهو أسلوب مهم أيضاً يعتمد على إشراك عدد من الأئمة والمختصين من أجل مناقشة قضايا دينية والتفصيل فيها حتى تعم الفائدة.

أما المقابلة الإذاعية، فبلغت نسبتها 07,40%، حيث يستعمل هذا الشكل عند الإقتضاء لمعرفة رأي أحد المختصين في موضوع ما ليبدلي بدلوه ويدعم البرنامج الديني برأيه.

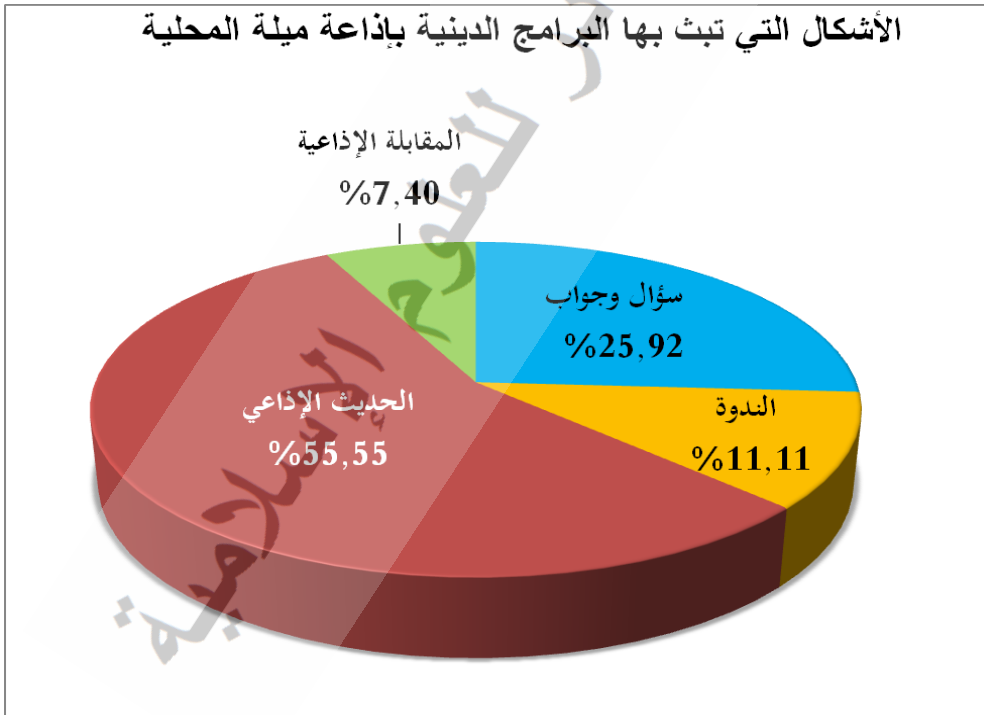
وما يمكن ملاحظته على الأشكال والأنماط التي تبث بها البرامج الدينية بإذاعة ميلة المحلية، غياب العديد من القوالب الإعلامية التي تعتبر مهمة ولا يمكن الاستغناء عنها، مثل المسلسلات الدينية والتمثيلات التي صارت مصدراً للتأثير على الجمهور، بسبب الإقبال عليها من طرف هذا الأخير، نظراً لاعتمادها على أسلوب القصص والتشويق، وهذا النقص مرده بالأساس إلى ضيق الوقت وقلة المساحة الزمنية التي تعطى للبرامج الدينية مقارنة ببرامج أخرى في إذاعة ميلة المحلية.

ومن حيث التنوع في استعمال أشكال وأنماط البث المختلفة بالنسبة للبرامج الثلاثة التي قمنا بدراستها، فقد جاء برنامج الدين والحياة في المرتبة الأولى بنسبة 44,44%، متبوعاً ببرنامج فتاوى على الهواء بنسبة 29,62%، وأخيراً برنامج أحكام التلاوة بنسبة مئوية بلغت 25,92%.

وبخصوص الأشكال والقوالب التي تقدم بها البرامج الثلاثة التي قمنا بدراستنا، وبحسب أرقام الجدول، فيمكن تفصيل ذلك في النقاط التالية:

- بالنسبة لبرنامج الدين والحياة، ولأن الحديث الإذاعي المباشر هو النمط الأنسب لتقديم هذا البرنامج وسرد محتواه، فقد جاء في المرتبة الأولى مقارنة ببقية الأشكال، بنسبة مئوية بلغت 66,66٪، متبوعاً بكل من الندوة الإذاعية والمقابلة الإذاعية بنسبة 16,66٪ لكل منهما، فيما لم تسجل أي نسبة لأشكال البث الأخرى كالمسلسلات والتمثيلات الإذاعية التي لا تتماشى وطبيعة البرنامج.
- بالنسبة لبرنامج فتاوى على الهواء، ولاعتماده على طريقة السؤال والجواب، فقد جاء هذا الأسلوب في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 87,5٪، ثم في المرتبة الثانية الندوة التي بلغت نسبتها 12,5٪، فيما لم تسجل بقية الأشكال أي نسبة.
- بالنسبة لبرنامج أحكام التلاوة، فهو يعتمد بالمحمل على نمط الحديث الإذاعي المباشر، لذلك طغى هذا الشكل على هذا البرنامج القرآني بنسبة 100 بالمائة.

### شكل-12-



### 3) فئة الزم

تقيس هذه الفئة الزمن في وسائل الإعلام المسموعة و المسموعة المرئية، وكلما زاد الزمن كان ذلك دليلاً على ازدياد الإهتمام<sup>1</sup>، وفيما يخص دراستنا، فقد قمنا بتصنيف البرامج التي تبثها إذاعة ميلا كل

<sup>1</sup> - عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي: مرجع سابق، ص 215

- حسب طبيعتها، وذلك حتى يتسنى لنا معرفة الحجم الزمني الذي تخصصه هذه الإذاعة للبرامج الدينية في شبكتها البرمجية ( الشهرية). وعلى العموم فالبرامج التي تبثها إذاعة ميله حسب طبيعتها هي<sup>1</sup>:
- البرامج الاجتماعية، البرامج الإخبارية، البرامج الترفيهية، البرامج الرياضية، البرامج الدينية و برامج الأطفال، حيث يمكن أن نشير إلى أن كل برنامج له مواضيعه وخصوصياته على هذا النحو:
- البرامج الدينية: وهي البرامج التي تهتم بتناول المواضيع التي لها علاقة بالقضايا الإسلامية، مع العلم أننا في دراستنا هذه استثنينا تلاوة القرآن الكريم و الأذان ونقل فعاليات صلاة الجمعة باعتبارها ليست برامج دينية.
  - البرامج الإخبارية: وهي عبارة عن نشرة أو موجز أو مجلة إخبارية تهتم بتقديم أهم المستجدات والأحداث للمستمعين، سواء أكانت محلية أو وطنية أو حتى إقليمية و دولية، وفي مختلف المجالات.
  - البرامج الأطفال: وهي التي تقدم فقرات خاصة بعالم الطفولة .
  - البرامج الترفيهية: وهي التي تهتم بتقديم فقرات خاصة بالألعاب و الأغاني والفكاهة و الألغاز والموسيقى... الخ
  - البرامج الرياضية: وهي التي تقدم فقرات مهمتها اطلاع المستمع على أهم التظاهرات الرياضية الفردية و الجماعية ونتائجها في مختلف الرياضات.
  - البرامج ثقافية: وهي التي تعنى بالمجال الثقافي من الآداب والشعر و العادات والتقاليد والتاريخ ومختلف الفنون، كالمسرح والسينما والرسم.. الخ
  - البرامج الاجتماعية: وهي التي تهتم بتقديم مواضيع خاصة بالأسرة والآفات الاجتماعية المختلفة وقصص حياة الناس.. الخ

جدول(12): توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الزمني المخصص للبرامج الدينية :

<sup>1</sup> - مقابلة مع مدير إذاعة ميله المحلية، عيسى حمدي، بتاريخ 2013/05/15



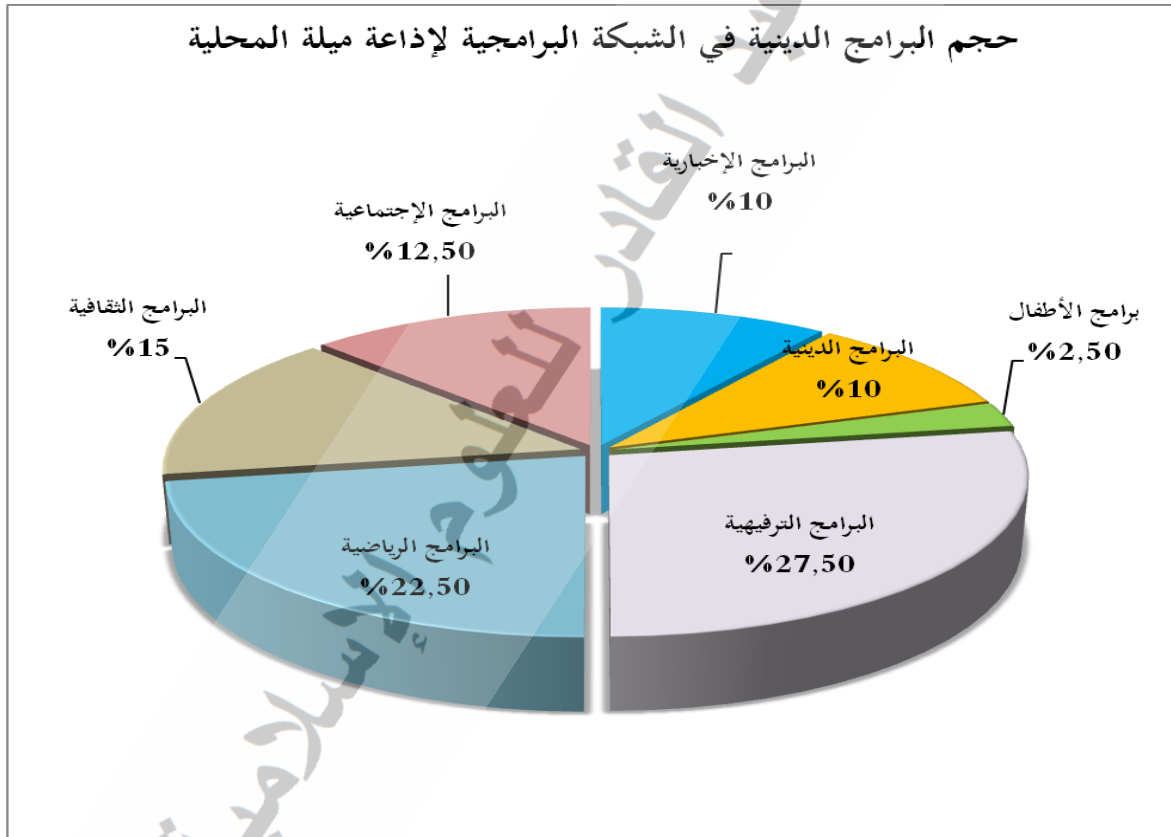
النسبة (%)	زمن البث (بالدقيقة)	نوع البرنامج
10,00	960	البرامج الدينية
10,00	960	البرامج الإخبارية
02,50	240	برامج الأطفال
27,50	2640	البرامج الترفيهية
22,50	2160	البرامج الرياضية
15,00	1440	البرامج الثقافية
12,50	1200	البرامج الاجتماعية
100	9600	المجموع

يوضح الجدول رقم (12) والمتعلق بفئة الزمن، موقع البرامج الدينية بإذاعة ميله المحلية والزمن المخصص لها في إطار الشبكة البرمجية، وهذا حتى يتسنى لنا معرفة الحجم الساعي الذي تخصصه هذه الإذاعة للبرامج الدينية ودرجة الاهتمام التي تحظى بها لدى القائمين على هذه الإذاعة، ومن ثمة الإجابة عن التساؤل الذي طرحناه في بداية الدراسة عن الحجم الزمني المخصص للبرامج الدينية مقارنة ببقية البرامج في شبكتها البرمجية.

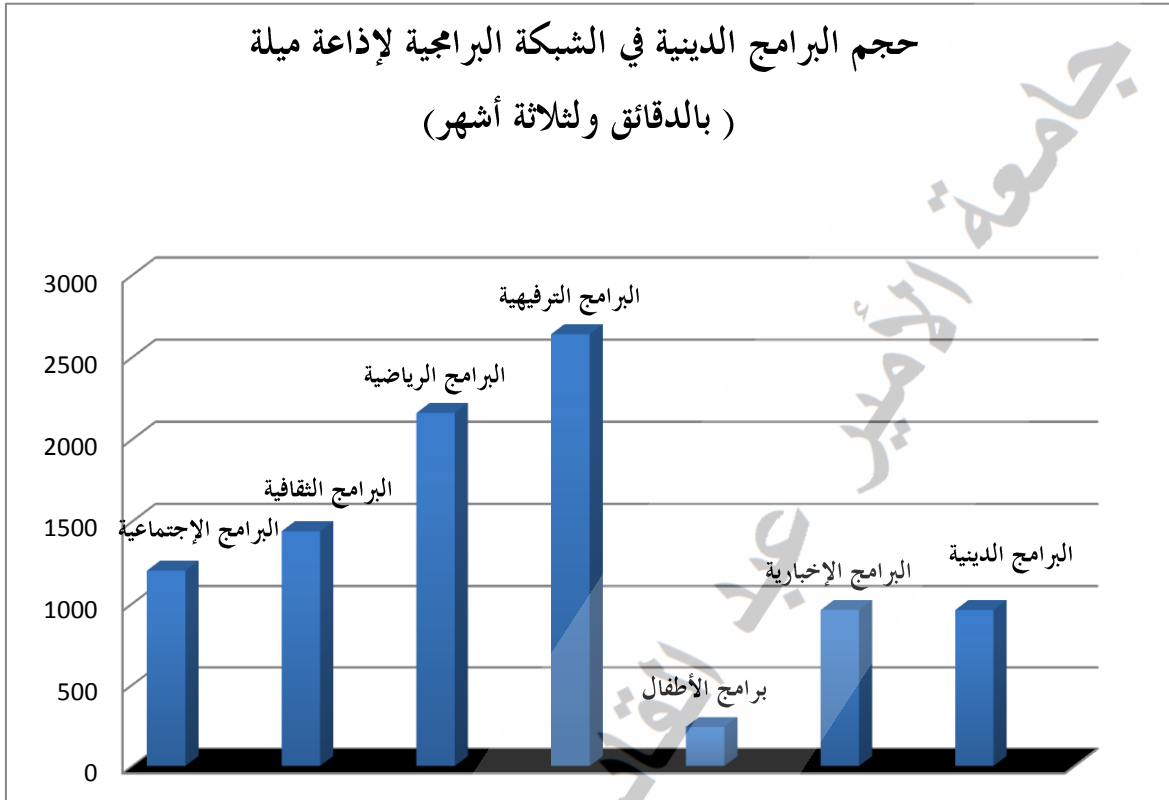
ومن خلال القراءة الرقمية للجدول أعلاه، فغنه يتضح جليا صغر المساحة الزمنية التي يعطيها القائمون على إذاعة ميله المحلية للبرامج الدينية، فهي لا تبلغ سوى 10% من الشبكة البرمجية لهذه الإذاعة، وهي نسبة طبعاً صغيرة مقارنة بالحجم الساعي لبعض البرامج الأخرى، كالبرامج الترفيهية التي تحتل المرتبة الأولى من حيث الأولوية والاهتمام التي تحظى بها من طرف القائمين على إذاعة ميله المحلية، حيث تمثل هذه البرامج ما نسبته 27,50% من إجمالي الشبكة البرمجية التي قمنا بدراستها، وهي على كل حال السمة الغالبة على أغلبية الإذاعات المحلية بالجزائر.

وفي المرتبة الثانية من حيث الأهمية، تأتي البرامج الرياضية التي تبلغ نسبتها في الشبكة البرمجية 22,50٪، باعتبار أن الرياضة تمتلك شعبية كبيرة لدى مختلف الشرائح، وهو ما من شأنه جلب أكبر عدد من المستمعين لهذه الإذاعة. أما المرتبة الثالثة فقد عادت للبرامج الثقافية التي تبلغ نسبتها 15٪ من حجم الشبكة البرمجية لإذاعة ميلا المحلية، متبوعة بالبرامج الثقافية في المرتبة الرابعة بنسبة 12,50٪، ثم تتقاسم المرتبة الخامسة كل من البرامج الدينية والإخبارية بنسبة 10٪ لكل منهما من حجم الشبكة البرمجية، في حين عادت المرتبة السادسة والأخيرة للبرامج الخاصة بالأطفال والتي بلغت نسبتها 2,50٪ فقط.

شكل-13-



شكل-14-



## خلاصة ونتائج الدراسة التحليلية:

ما يمكن قوله في نهاية هذا الفصل، الذي تطرقنا فيه للدراسة التحليلية لعينة من البرامج الدينية التي تبثها إذاعة ميله المحلية، هو أن هذه الإذاعة لا تولي الاهتمام الكافي للبرامج الدينية، سواء من حيث الكم أو النوعية، حيث لا تحظى سوى بمساحة زمنية صغيرة مقارنة بباقي البرامج الأخرى ضمن الشبكة البرمجية، كما أن هذه البرامج يتم تقديمها في الغالب باللغة العربية والدارجة التي يفهمها الجمهور المحلي وذلك لتحقيق أكبر قدر من الفهم لدى المستمعين، وهو أمر مقبول عموماً باعتبار إذاعة ميله تخاطب جمهوراً محلياً الأغلبية فيه تتكلم وتفهم العربية والدارجة، كما يتم تقديم البرامج الدينية باستخدام أشكال وفنون إذاعية تعتبر أنماطاً تقليدية ومعروفة في العمل الإذاعي، وأبرزها الحديث الإذاعي المباشر والسؤال والجواب والندوة الإذاعية، زيادة على اعتمادها بشكل أساسي على المصادر الوثائقية وفي مقدمتها القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة وأقوال العلماء والفقهاء، وبدرجة أقل المصادر المباشرة، في حين يغلب على المواضيع التي يتم تقديمها من خلال البرامج الدينية، المواضيع التشريعية والاجتماعية بالأساس، حيث تستعمل أساليب علمية من أجل تحقيق أهدافها، وأبرزها تقديم الأدلة والبراهين والأحكام الشرعية التي تسمح لها ببلوغ هذه الأهداف وتوصيل رسالتها، وهي أساليب محمودة تزيد من قوة هذه البرامج وإعطائها المزيد من المصداقية والقبول لدى جمهور المستمعين الذي تخاطبه البرامج الدينية بإذاعة ميله المحلية، والتي تخاطب غالباً عموم الناس والتجار وربات البيوت.

وعلى ضوء ما تم تقديمه سالفاً، إذاعة ميله المحلية مدعوة لإعادة النظر في موقع البرامج الدينية ضمن شبكة برامجها، وزيادة الحجم الزمني المخصص لها، إضافة إلى تنويع الأساليب والأشكال الفنية الإذاعية التي يتم استخدامها في تقديم هذه البرامج، واعتماد الإبداع والتشويق في طريقة عرض المحتوى الديني، وتقديمه بطريقة أفضل لجمهور المستمعين، وزيادة الحجم الساعي الذي يمنح لهذه البرامج حتى تلبى احتياجات الجمهور الدينية والمعرفية من جهة، وللمساهمة في إيصال رسالة الإسلام الصحيحة للناس من جهة أخرى، مع اختيار أوقات الاستماع التي تناسب الجمهور وتجذبه لمتابعة ما يبث من برامج تعنى بدينه ودينه، زيادة على توسيع نوعية الجمهور الذي تخاطبه إذاعة ميله المحلية، وعدم الإكتفاء بتوجيه البرامج الدينية لمخاطبة نوع محدد ومحدود في المستوى ودرجة الفهم.

# الختام

جامعة الأمير  
عبد القادر للعلوم الإسلامية

## الخلاصة:

إن الحديث عن الإذاعة المحلية حديث فرضته ظروف التطور الإعلامي المعاصر سواء في العالم أو في الجزائر بفضل التكنولوجيا والظروف المتغيرة حيث أكدت الدراسات والأبحاث على أهمية الإذاعة خاصة المحلية، باعتبارها وسيلة إعلامية معالجة لقضايا المجتمع لما تملكه من إمكانيات هائلة يمكن استغلالها في تناول المشكلات التي تواجه المجتمع، فهي وبرغم التطور الكبير في وسائل الإعلام لازالت تحظى بمكانة في قلوب الناس.

كما تعتبر الإذاعة المحلية وسيلة مهمة لخدمة الدين الإسلامي عندنا، من خلال ما تقدمه من برامج دينية تخاطب المجتمع المحلي بلغته وتراعي خصائصه، مما يساعدها على الانتشار وتبليغ رسالة الإسلام كما هي، وهو ما يدعو القائمين على هذه الإذاعات أن يولوا أهمية لهذه البرامج ومحاولة ابتكار طرق إعلامية إذاعية جذابة من أجل كسب المستمعين وتحقيق المقاصد والغايات النبيلة للإسلام، وهذا لا يكون إلا من خلال المزيد من الدراسات العلمية التي تسلط الضوء على مثل هذه البرامج وأنماط بثها وأشكالها، حتى نصل إلى نموذج مميز لتقديم المادة الدينية الإسلامية باستعمال خطاب مبتكر وقادر على أداء الرسالة المنوط بها . وقد اجتهدنا من خلال دراستنا هذه في محاولة لمعرفة أنماط وأشكال البرامج الدينية بوحدة من الإذاعات المحلية ببلادنا وهي إذاعة ميله، والتي تبقى تعاني من نقائص كثيرة يمكن أن يستفيد القائمون عليها مما وصلنا إليه من نتائج علمية في هذه الدراسة. وإجمالاً فإن دراستنا تبقى كغيرها من الدراسات، بحاجة إلى إضافات ودراسات أخرى لإكمالها أو تدارك النقائص التي تحتويها، أو حتى تناول جوانب أخرى مغايرة للموضوع الذي تناولناه، من أجل الوصول إلى نتائج علمية تفيد الحقل الإعلامي عموماً، والمتخصص في تقديم البرامج الدينية على وجه التحديد، خدمة للإسلام وللأمة التي هي بأمس الحاجة إلى إعلام متخصص يراعي اهتمامات وحاجات الناس وفقاً لمميزات كل مجتمع على حدة، وقطعا للطريق أمام وسائل الإعلام الأخرى التي تحاول تسميم العقول بأفكار دينية غريبة عن مجتمعنا وقيمنا، فأرجو أن يكون الله تعالى قد وفقني في توضيح فكرة ضرورة إيجاد إعلام إسلامي متخصص عن طريق إذاعة ترفع صوت الإسلام وتبلغ الدعوة الإسلامية للناس باللغة التي يعرفونها لبيان حقائق الإسلام والدفاع عنه ورد كيد أعدائه وكشف البدع والأباطيل، حتى يتضح الحق ويكون الدين كله لله كما قال سبحانه وتعالى: ﴿يُرِيدُونَ أَن يُطْفِئُوا نُورَ اللَّهِ بِأَفْوَاهِهِمْ وَيَأْبَى اللَّهُ إِلَّا أَن يُتِمَّ نُورَهُ وَلَوْ كَرِهَ الْكَافِرُونَ هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَىٰ وَدِينِ الْحَقِّ لِيُظْهِرَهُ عَلَى الدِّينِ كُلِّهِ وَلَوْ كَرِهَ الْمُشْرِكُونَ﴾. التوبة:32.

البرامج

## المراجع والمصادر:

### أولاً: المصادر:

- القرآن الكريم

### ثانياً: المراجع:

#### - القواميس والمعاجم:

- 1- محمود إبراهيم: المبرق قاموس موسوعي للإعلام والاتصال، منشورات تالة، الجزائر، ط2، 2007،
- 2- محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، دار المشرق الثقافي، عمان، ط1، 2006
- 3- خضير شعبان: مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي للتأليف والنشر، ط1، 2001،
- 4- محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، دار الفجر، القاهرة، مصر، م1، ط1، 2003،

#### - الكتب باللغة العربية:

- 1- محمد شفيق: البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1998
- 2- عامر مصباح: منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2008
- 3- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة ط1، 2000
- 4- محمد زيان عمر: البحث العلمي مناهجه وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988
- 5- عمار بوحوش و محمد الذنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995
- 6- فاطمة عوض صابر و ميرفت على خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، ط1، 2002،
- 7- موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، ترجمة بوزيد صحراوي، دار القصبة، الجزائر، 2006



- 8- سعيد ناصف: محاضرات في تصميم البحوث الاجتماعية وتنفيذها نماذج الدراسات والبحوث الميدانية، مكتبة زهراء الشرق، سوريا، 1997
- 9- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس و المبادئ ، عالم الكتب، القاهرة، 1976
- 10- سمير محمد حسين: دراسات مناهج البحث العلمي في بحوث الإعلام، عالم الكتاب، القاهرة، 2006
- 11- يوسف تمار: تحليل المحتوى للطلبة والباحثين الجامعيين، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2007
- 12- محمد منير حجاب: الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر و التوزيع ، ط3، القاهرة، مصر 2000
- 13- محمد عبيدات و آخرون: منهجية البحث العلمي، دار وائل للطباعة و النشر ، ط2، عمان ، الأردن، 1999
- 14- زرواتي رشيد: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار هومة، الجزائر، 2002
- 15- أحمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005
- 16- عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي: الأسلوب الإحصائي و استخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، مصر، 1993
- 17- رشيد طعمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1987
- 18- حامد الرفاعي و جبار العبيدي: المرشد العلمي في البحوث النفسية والإعلامية، مركز عبادي للدراسات والنشر، صنعاء، 1996
- 19- عبد المجيد شكري: الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1987
- 20- منى سعيد حديدي و سلوى إمام علي: الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط2، 2004
- 21- مصطفى محمد عيسى فلاتة: الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم، مطابع جامعة الملك سعود الرياض، السعودية 1997

- 22 - ماجي الحلواني: مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، نشر وتوزيع وطبع عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2002
- 23- هاني رضا، رامز عمار: الرأي العام والدعاية ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، مصر، 1998
- 24- منى سعيد الحديدي وسلوى إمام: الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط2، 2004
- 25- سلوى إمام وآخرون، موضوع خاص بالإذاعة ،كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، 2003
- 26- إبراهيم عبد الله السلمي: الإعلام الإقليمي دراسة نظرية وميدانية، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة، 2004
- 27- طارق سيد احمد: الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2005
- 28- نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، ط1، 2008
- 29- ماجي الحلواني وعاطف عدلي العبد: الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، دار الفكر العربي القاهرة، مصر، 1987
- 30- زهير إحدادن: تاريخ الإذاعة والتلفزيون، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989
- 31- نوال محمد عمر: الإذاعات الإقليمية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1993
- 32- حسين أبو شنب: الفن الإذاعي ، مكتبة الجزيرة ،غزة ،فلسطين، 2004
- 33- ملفينزل وبفليز ساندرابول - روكيتس ، نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1992
- 34- يوسف مرزوق، المدخل إلى علم الاتصال، دراسات إعلامية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية ،مصر، 1988
- 35- جيهان أحمد رشتي: الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، دار الفكر العربي للنشر، القاهرة ،مصر، 1981
- 36- محمد خير رمضان يوسف: من خصائص الإعلام الإسلامي، إصدارات رابطة العالم الإسلامي، مكة المكرمة، السنة الثامنة، ع97، 1989

- 37- سعيد إسماعيل صيني: الإعلام الإسلامي النظري في الميزان، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، السعودية، 1997
- 38- عبد الله قاسم الوشلي: الإعلام الإسلامي في مواجهة إعلام المعاصر، دار عمار للنشر والتوزيع، ط2، اليمن، 1994
- 39- طلعت همام: مائة سؤال عن الإعلام، دار الفرقان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 1403هـ
- 40- سيد محمد شنقيطي: مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم، ط1، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، الرياض، السعودية، 1406هـ
- 41- محي الدين عبد الحلیم: الإعلام الإسلامي: الأصول والقواعد والأهداف، مؤسسة اقرأ الخيرية، القاهرة، مصر، 1992
- 42- محي الدين عبد الحلیم: المسئولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي، القاهرة، ط1، 1983م
- 43- عبد الوهاب كحيل: الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، عالم الكتب، ط1، بيروت، لبنان، 1985
- 44- محمود كرم سليمان: التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، ط1، 1988
- 45- محي الدين عبد الحلیم: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مكتبة الخانجي، القاهرة، مصر، ط2، 1984
- 46- محمد منير حجاب: الإعلام الإسلامي المبادئ النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2، 2002
- 47- علي جريشة: نحو إعلام إسلامي، مكتبة وهبة، القاهرة، مصر، 1989
- 48- إبراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985
- 49- سيد محمد الشنقيطي: مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، الرياض، السعودية، ط1، 1406هـ
- 50- سيد محمد شنقيطي: الأصول التطبيقية للإعلام الإسلامي، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، الرياض، السعودية، ط1، 1406هـ
- 51- مجموعة من الأساتذة: عالم الإتصال، إشراف عبد الرحمن عززي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990

- 52- محمد يسري دعيبس: الإتصال والسلوك الإنساني رؤية في انثربولوجيا الإتصال، البيطاش للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 1999
- 53- محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر
- 54- محمود كرم سليمان: التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، دار الوفاء، مصر، ط1، 1988
- 55- محمد كمال الدين إمام: النظرة الإسلامية للإعلام، دار البحوث العلمية، الكويت، ط1، 1981
- 56- محمد إبراهيم نصر: الإعلام وأثره في نشر القيم الإسلامية وحمايتها، دار اللواء، الرياض، ط1، 1978
- 57- سيد محمد سادتي الشنقيطي: الإعلام الإسلامي الأهداف والوظائف، دار عالم الكتب، الرياض، ط1، 1991
- 58- ماجي الحلواني: مدخل إلى الإذاعات الموجهة، ط1، دار الفكر العربي، مصر، 1982
- 59- محمد كامل عبد الصمد: التلفزيون بين الهدم والبناء، دار الدعوة للطبع والنشر والتوزيع، ط2، الإسكندرية، مصر، 1993
- 60- محي الدين عبد الحلیم: الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1984
- 61- عبد الله شحاته: الدعوة الإسلامية والإعلام الديني، ط2، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، مصر، 1986
- 62- ماجي الحلواني ومحمد مهني: مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 1999
- 63- محمد كامل عبد الصمد: التلفزيون بين الهدم والبناء، دار الدعوة للطبع والنشر والتوزيع، ط2، الإسكندرية، مصر، 1993
- 64- نصير بوعلي: الإعلام و البعد الحضاري دراسات في الإعلام و القيم، ط1، دار الفجر، الجزائر، 2007
- 65- محمد الصاوي ومحمد مبارك: البحث العلمياً أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، مصر، 1996

- 66- محمد علي محمد: مقدمة في البحث الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 1982
- 67- محمد عواطي: البحث العلمي مناهجه و تقنياته، ط.1، منشورات مكتبة اقرأ، قسنطينة، الجزائر، 2009

#### - الكتب باللغة الأجنبية:

- 1-Cheval Jean-Jacques, Les radios en France, Histoires, tats et enjeux, coll. Médias et nouvelles technologies, Edition. Apogee, France, 1997.p65
- 2-PIERRE ALBERT:Les médias dans le monde, Edition européenne ERASME, 2em ed,1991 , p154

#### - الدوريات والمجلات:

- 1- زهير بن حمد: الإذاعة ورهانات المحلية، مجلة الإذاعات العربية، ع01، 2012
- 2- سعيد لبيب: الإذاعة في عصر التلفزيون وأقمار الإتصال (رؤية من الغرب)، مجلة الفن الإذاعي، مصر، ع176، أكتوبر 2004
- 3- نواف عدوان: أهمية الإذاعة المحلية في التنمية، مجلة الإذاعات العربية، ع1998، 2
- 4- خالد زعموم: الإذاعة في عصر الوسائط المتعددة من التخصص إلى القرب، مجلة الإذاعات العربية، ع2009، 2
- 5- أحمد حسن محمد: الإعلام الإسلامي ضرورة عصرية، مجلة البيان، العدد 233، 2007
- 6- عاطف شحاتة زهران: الإعلام الإسلامي بين النظرية والتطبيق، مجلة الوعي الإسلامي، العدد 306، 1990
- 7- كلوس روجر ، الجمهور ووسائل الاتصال الجماهيرية ، ترجمة تماضر توفيق ، المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية ، السنة الأولى ، ع2 ، مركز مطبوعات اليونسكو، القاهرة ، مصر، 1971
- 8- محمد خير رمضان يوسف: من خصائص الإعلام الإسلامي، سلسلة كتب دعوة الحق، رابطة العالم الإسلامي، السنة الثامنة، ع97، مكة، 1989

- 9- هادي حسن حمودي: الإذاعات الدينية في الوطن العربي رؤية تنويرية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد مجلة الإذاعات العربية، ع2، 2011،
- 10- عبد الله سالم: البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون نقد وتحليل، مجلة المجتمع، ع234، الكويت، 1975،
- 11- محمد الأمين مواقي: الإذاعات المحلية الفضاء الآخر، مجلة الإذاعات العربية، ع1998، 2،
- 12- أحمد شرماطي: الإذاعات الجهوية في الجزائر كسب رهان الحوارية، مجلة الإذاعات العربية، ع2010، 2،
- 13- أديب حضور: البرامج الدينية في البرمجة الرمضانية العربية، مجلة الإذاعات العربية، ع2003، 1،
- 14- حسن فضل المولى دفع الله: الدور التربوي لوسائل الإعلام إيجابا وتعميقا، مجلة الأمة، ع56، 1985،
- 15- أحمد حسن محمد: الإعلام الإسلامي ضرورة عصرية، مجلة البيان، ع233، 2007،
- 16- البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون نقد وتحليل، مجلة المجتمع، الكويت، ع234، 1975،
- 17- كامل البوهي: البرامج الدينية في الإذاعة، المجلة العربية، حوار: أحمد يوسف فرغلي، ع104، السنة 10، 1986،
- 18- محمد كامل عبد الصمد: التلفزيون و البرامج الدينية، مجلة منار الإسلام، ع1، السنة 15، الإمارات العربية المتحدة، 1989،
- 19- أديب حضور: البرامج الدينية في البرمجة الرمضانية العربية، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، 2003،
- 20- محمد الصرايرة: البرامج الدينية في الإذاعة الأردنية، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، ع2004، 4، 21- ممدوح الحوشان: البرامج الدينية في التلفاز، مجلة الدعوة، الرياض، السعودية، ع1997، 1590،
- 22- محمد عبد الكافي: تأملات في الخطاب الديني بالفضائيات العربية، مجلة الإذاعات العربية، ع1، 2003،
- 23- عبد الله الحيدري: الإعلام المحلي في تونس، مجلة الإذاعات العربية، تونس، ع2، 1998،

- 24- عبد الرحمان شيخ حمادي: نحو وعي إعلامي إسلامي يتصدى للغزو الثقافي، مجلة الوعي الإسلامي، وزارة الأوقاف و الشؤون الإسلامية، دولة الكويت، ع 380، 1977
- 25- عبد الله الحيدري: الإعلام المحلي في تونس، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، ع2، 1998
- 26- مالك بن إبراهيم ناصر الأحمد: الاستفادة من وسائل التقنية في خدمة الإعلام الإسلامي، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، ديسمبر 2011
- 27- غازي بن زين عوض الله: البرمجة الرمضانية و كثافة الإنتاج التلفزيوني، مجلة الإذاعات العربية، ع1، 2003
- 28- شوقي عبد الله عباد: المواقع الإسلامية على الإنترنت ما لها وما عليها، ورقة قدمت للمؤتمر الوطني السابع عشر للحاسب الآلي، جامعة الملك عبد العزيز، المدينة المنورة، أبريل 2004
- 29- عمر بن عيشة: الإذاعة الجزائرية من السرية إلى العالمية (1956-2012)، الجزائر نيوز، ع2755، فيفري 2013
- 30- محمد محمد يونس: وظائف الإعلام الإسلامي، ورقة مقدمة إلى ندوة "الإعلام الدولي وقضايا العالم الإسلامي"، القاهرة، نوفمبر 1998
- 31- نزار محمد عثمان: دور الرسالة الإعلامية في توحيد المسلمين حول قضاياهم الكبرى فلسطين نموذجاً، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي: العمل الإسلامي بين الاتفاق والافتراق، جامعة الخرطوم - قسم الثقافة الإسلامية، ص2، جويلية 2004
- 32- عبد الله سالم: البرامج الدينية في الإذاعة و التلفزيون نقد وتحليل، مجلة المجتمع، ع 234، الكويت، 1975
- 33- عزة عبد العظيم محمد: رؤية نقدية للحوارات الدينية في الفضائيات العربية، مجلة الإذاعات العربية، ع3، 2006
- الرسائل الجامعية:**
- 1- هوارى سميرة: البرامج الدينية في إذاعة الصومام، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2005

- 2- غراب عز الدين: البرامج الدينية في إذاعة سوق اهراس الجهوية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبدالقادر، قسنطينة، 2006
- 3- مسعودة جودي: تجربة الإعلام المحلي في الجزائر، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007
- 4- نصيرة مزهود: الإذاعة الجزائرية و المستمع، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، معهد علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، السنة الجامعي 1998
- 5- السعيد دراحي: عادات وأنماط مشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2003
- 6- شعباني مالك: دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، رسالة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، جامعة قسنطينة، 2006
- 7- حفيظة سنونسي: الإذاعة المحلية والعادات الإستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر، رسالة ماجستير، معهد علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 1995
- 8- محمد علي عوض: الإعلام في السنة النبوية دراسة حديثة موضوعية، رسالة ماجستير في الحديث الشريف وعلومه، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية بغزة، 2009
- 9- البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية، رسالة دكتوراه، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 1423-1424هـ
- 10- طارق أحمد البكري: الصحافة الكويتية في الإسلام مجلة المجتمع نموذجاً، رسالة ماجستير، كلية الإمام الأوزاعي للدراسات الإسلامية، بيروت، 1996

#### - مواقع الأنترنت:

- 1- <http://www.startimes.com>
- 2- <http://www.aldjadidonline.com>
- 3- <http://www.kanz-redha.blogspot.com>
- 4- <http://www.al-madina.com>



5- [http://: www.library.islamweb.net](http://www.library.islamweb.net)

6-[http://:www.annabaa.org](http://www.annabaa.org)

7- [http://:www.arabiat.com](http://www.arabiat.com)

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

# الملاحق

## إستمارة تحليل المحتوى

### المحور الأول: بيانات أولية

- إسم البرنامج الديني: .....
- تاريخ البث: .....
- الحجم الساعي للبرنامج: .....

### المحور الثاني: (فئات المضمون)

#### 1) فئة الموضوع:

##### \* المواضيع العقديّة:

- الإيمان
- القضاء والقدر
- الثواب والعقاب
- الشرك
- الغيب

##### \* المواضيع التشريعية:

- العبادات
- الزواج والطلاق
- الحجاب
- الأموال
- المعاملات

\* المواضيع الإجتماعية:

- العلاقات العائلية
- الجار
- التكافل
- العمل
- المخدرات

\* المواضيع الفكرية:

- التسامح بين الأديان
- الإقتصاد الإسلامي
- الحكم في الإسلام
- حوار وصراع الحضارات

2) فئة المصدر:

أ- مصادر مباشرة:

- الصحفي
- الضيوف
- المستمعون

ب- مصادر توثيقية:

- القرآن الكريم
- السنة النبوية
- سير الصحابة
- الشعر
- أقوال العلماء

### 3) فئة تحقيق الأهداف:

- بيان الحكم الشرعي
- تقديم الأدلة والبراهين
- تقديم الأرقام والإحصائيات
- الأمثلة الواقعية
- الإستشهاد بالتاريخ
- الترغيب والترهيب

### 4) فئة الجمهور:

- الآباء
- التجار
- عموم الناس
- الطلبة
- ربات البيوت

## المحور الثالث: (فئات الشكل)

### 1) فئة اللغة المستخدمة:

- العربية الفصحى
- العامية
- اللغة الأجنبية

## 2) فئة شكل البث:

- حديث إذاعي مباشر
- مقابلة إذاعية
- ندوة
- سؤال وجواب
- المسلسلات الإذاعية
- التمثيليات الإذاعية

## 3) فئة الزمن:

- البرامج الإجتماعية
- البرامج الإخبارية
- البرامج الترفيهية
- البرامج الرياضية
- البرامج الدينية
- برامج الأطفال

## استمارة المقابلة

- المحور الأول: مقابلة مع المشرف على البرامج الدينية:

- \* من يقدم البرامج الدينية بإذاعة ميله المحلية؟
- \* ما هو مستواه الدراسي، وهل تخصصه له علاقة بالبرامج الدينية؟
- \* ما هي شروط التي يجب أن تتوفر فيمن يقدم البرامج الدينية؟
- \* ما هي البرامج الدينية التي تبثها إذاعة ميله المحلية؟
- \* ما هي الأوقات التي يتم فيها بث هذه البرامج؟
- \* هل الحجم الساعي المخصص للبرامج الدينية في الشبكة البرمجية مناسب؟
- \* ما نوع اللغة التي تستخدمونها في البرامج الدينية التي تقدمونها؟
- \* هل تعتمرون إضافة لغات أو لهجات أخرى لتقديم برامجكم الدينية؟
- \* ما هي أهم الأشكال الفنية والفنون الإذاعية التي يتم بها بث هذه البرامج، وهل هناك تنوع في استخدامها؟
- \* هل لكم أن تطلعونا على المصادر الأساسية التي تعتمدون عليها لإعداد البرامج الدينية؟
- \* ما هي الطرق والأساليب المستخدمة لتحقيق أهداف هذه البرامج وأهداف إذاعتكم عموماً؟
- \* ما هو الهدف الذي ترمون إليه من وراء البرامج الدينية؟
- \* هل تشعرون بأنكم حققتم جزءاً من الرسالة التي جاء بها الإسلام وأسهمتكم في شرح الدين بالوجه الصحيح؟
- \* هل تتلقون ردوداً وتواصلاً من طرف جمهور الإذاعة حول ما تقدمونه؟

- المحور الثاني: مقابلة مع مدير الإذاعة

- \* ما هو تاريخ افتتاح إذاعة ميله المحلية؟
- \* كيف يتم تمويل إذاعتكم وهل يمكن إطلاعنا على قانون العمل الخاص بالإذاعة؟
- \* هل المقر الذي تنشطون فيه يوفر لكم كل الشروط المهنية التي تتيح لكم العمل بكل راحة؟

- \* ما تقييمكم للمستوى الإعلامي الذي وصلت إليه مقارنة ببقية الإذاعات؟
- \* كم عدد العاملين بالإذاعة وما هو مستواهم وهل هم أهل للوظيفة التي يشغلونها؟
- \* هل يتم تحفيزهم وكيف هي علاقتكم بهم؟
- \* هل تعقدون ندوات واجتماعات دورية لتقييم مستوى المحطة ودراسة برامجها؟
- \* هل هناك برامج للتكوين يخضع لها الصحفيون والتقنيون، وهل تتم بالداخل أم الخارج؟
- \* هل توجه إذاعة ميله برامجها للجمهور المحلي بولاية ميله فقط، أم أنها تتعدى ذلك وتبث جهويا أو وطنيا أو حتى دوليا؟
- \* هل تملكون إمكانيات وتجهيزات بث متطورة وحديثة تناسب تطلعاتكم واحتياجاتكم؟
- \* هل يمكننا الإطلاع على الشبكة البرمجية لإذاعة ميله المحلية؟
- \* كيف يتم تخطيطها وما هي أهم الخطوات التي يتم اتباعها أثناء عملية التخطيط؟
- \* ما هو حجم البرامج الدينية مقارنة بباقي البرامج التي تحتويها وهل تولونها أهمية تليق بها؟
- \* هل يمكنكم تزويدنا بمطويات ووثائق عن إذاعة ميله المحلية، أو مراجع وكتب عن الإذاعة عموما؟

#### - المحور الثالث: مقابلة مع المهندس الإذاعي

- \* ما هي الأجهزة والمعدات التي تستخدمونها في عملية البث؟
- \* هل هي حديثة ومتطورة مقارنة بما يتم استخدامه عالميا وكيف يتم الحصول عليها؟
- \* كيف تتم عملية بث الإذاعة؟
- \* أين توجد هوائيات الإرسال وإلى أين يمكن أن تصل موجات إذاعة ميله المحلية؟
- \* ما هي جودة الإرسال وهل هناك عقبات ومشاكل تعترض البث الإذاعي؟
- \* ما الفرق بين البث المباشر والبث المسجل وما هي إيجابيات وسلبيات كل نوع؟
- \* هل يمكننا الدخول إلى استديو البث وحضور العمليات التي تقومون بها؟
- \* هل تستعملون مؤثرات صوتية في كل البرامج وكيف يتم معالجة الصوت؟
- \* هل يتم بث برامج إذاعة ميله المحلية على الإنترنت؟



## معطيات البث

البث الأرضي:

الموجة	موقع الإرسال	القوة	التغطية
الرئيسية 102.7 FM	كاف بودرقة - بوحاتم 43	2.5 كيلو واط	ولاية ميله والولايات المجاورة
FM 89.0	كاف دريس — القرارم قوقة	100 واط	بلديتي ميله وعين التين
FM 89.6	القرارم قوقة 43	100 واط	بلديات القرارم قوقة، سيدي مروان وميله
FM 89.9	العثمانية 43	50 واط	بلدية العثمانية
FM 92.7	مقر إذاعة ميله 43	50 واط	مدينة ميله
FM 93.0	تريرة — بوحاتم 43	100 واط	بلديات بوحاتم، شلغوم العيد، دراحي بوصلاح ويحي بني قشة
FM 95.9	التلاغمة 43	50 واط	بلدية التلاغمة

البث الفضائي:

التغطية	معدل تصحيح الخطأ	معدل الترميز	التردد	الموقع المداري	القمر الصناعي
قارة إفريقيا	3/4	20250	12673 أفقي	22 درجة، غرب	NSS 7
شمال إفريقيا وجنوب أوروبا	3/4	23704	11059 أفقي	5 درجة غرب	Atlantic bird 3 (ab3)

البث عبر النت :

[www.radioalgerie.dz](http://www.radioalgerie.dz) + [www.radio-mila.dz](http://www.radio-mila.dz) + المواقع الصديقة.

# الفهرس

جامعة الأمير عبد القادر العظم الإسلامي

# فهرس الجداول والأشكال

جامعة الأمير عبد

العلوم الإسلامية

فهرس الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
22	طريقة اختيار عينة الدراسة	جدول رقم(01)
129	توزيع عينة الدراسة حسب المواضيع التي تتناولها البرامج الدينية بإذاعة ميلة	جدول رقم(02)
131	توزيع عينة الدراسة حسب المواضيع التشريعية التي تتناولها البرامج الدينية	جدول رقم(03)
133	توزيع عينة الدراسة حسب المواضيع العقدية التي تتناولها البرامج الدينية	جدول رقم(04)
135	توزيع عينة الدراسة حسب المواضيع الإجتماعية التي تتناولها البرامج الدينية	جدول رقم(05)
137	توزيع عينة الدراسة حسب المواضيع الفكرية التي تتناولها البرامج الدينية	جدول رقم(06)
140	توزيع عينة الدراسة حسب المصادر التي اعتمدها البرامج الدينية	جدول رقم(07)
145	توزيع عينة الدراسة حسب طرق تحقيق الأهداف في البرامج الدينية	جدول رقم(08)
149	توزيع عينة الدراسة حسب جمهور البرامج الدينية	جدول رقم(09)
152	توزيع عينة الدراسة حسب نوع اللغة المستخدمة في البرامج الدينية	جدول رقم(10)
155	توزيع عينة الدراسة حسب الأشكال الفنية التي تقدم بها البرامج الدينية	جدول رقم(11)
159	توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الزمني المخصص للبرامج الدينية	جدول رقم(12)

فهرس الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
131	مواضيع البرامج الدينية بإذاعة ميلا المحلية	شكل رقم (01)
133	المواضيع التشريعية للبرامج الدينية بإذاعة ميلا المحلية	شكل رقم (02)
134	المواضيع العقديية للبرامج الدينية بإذاعة ميلا المحلية	شكل رقم (03)
136	المواضيع الإجماعية للبرامج الدينية بإذاعة ميلا المحلية	شكل رقم (04)
138	المواضيع الفكرية للبرامج الدينية بإذاعة ميلا المحلية	شكل رقم (05)
143	مصادر البرامج الدينية بإذاعة ميلا المحلية	شكل رقم (06)
144	المصادر المباشرة في البرامج الدينية بإذاعة ميلا المحلية	شكل رقم (07)
144	المصادر التوثيقية في البرامج الدينية بإذاعة ميلا المحلية	شكل رقم (08)
148	طرق تحقيق الأهداف في البرامج الدينية بإذاعة ميلا المحلية	شكل رقم (09)
151	جمهور البرامج الدينية بإذاعة ميلا المحلية	شكل رقم (10)
154	نوع اللغة المستخدمة في البرامج الدينية بإذاعة ميلا المحلية	شكل رقم (11)
157	الأشكال التي تبث بها البرامج الدينية بإذاعة ميلا المحلية	شكل رقم (12)
160	نسبة البرامج الدينية في الشبكة البرمجية لإذاعة ميلا المحلية	شكل رقم (13)
161	حجم البرامج الدينية في الشبكة البرمجية لإذاعة ميلا المحلية (بالدقائق)	شكل رقم (14)

# فهرس الموضوعات

جامعة الأمير  
القادر للعلوم الإسلامية

## فهرس الموضوعات:

إهداء	
شكر وعرهان	
مقدمة	أب .....

### الفصل الأول

( الجانب المنهجي للدراسة )

تمهيد

المبحث الأول:

1-الإشكالية	03.....
2- تساؤلات الدراسة	04.....
3- أهداف الدراسة	05.....
4- أهمية الدراسة	06.....
5- مفاهيم الدراسة	06.....
6- الدراسات السابقة	10.....

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية

1- منهج الدراسة وأدواته	15.....
2 مجتمع الدراسة وعيناته	18.....
أولاً: مجتمع الدراسة	18.....
ثانياً: عينة الدراسة	20.....

### الفصل الثاني:

الإذاعة المحلية

مدخل	25.....
1- نشأة وتطور الإذاعة المحلية في العالم	27.....
- الإذاعة المحلية في أوروبا	31.....
- الإذاعة المحلية في أمريكا	34.....



36.....	- الإذاعة المحلية في العالم العربي
37.....	- الإذاعة المحلية في إفريقيا.....
39.....	2- نشأة وتطور الإذاعة المحلية في الجزائر.....
44.....	3- خصائص الإذاعة المحلية.....
47.....	4- وظائف الإذاعة المحلية.....
51.....	5- جمهور الإذاعة المحلية.....

### الفصل الثالث:

#### الإعلام الإسلامي والبرامج الدينية الإذاعية

##### الباب الأول: الإعلام الإسلامي

59.....	مدخل.....
61.....	1- بداية ظهور الإعلام الإسلامي.....
68.....	2- خصائص الإعلام الإسلامي.....
78.....	3- وظائف الإعلام الإسلامي.....
86.....	4- أهداف الإعلام الإسلامي.....

##### الباب الثاني: البرامج الدينية الإذاعية

99.....	مدخل.....
101.....	1- خصائص البرامج الدينية الإذاعية.....
103.....	2- أشكال البرامج الدينية الإذاعية.....
110.....	3- إعداد البرامج الدينية الإذاعية.....

### الفصل الرابع:

#### الدراسة التحليلية

126.....	المحور الأول: أدوات جمع البيانات.....
	المحور الثاني: تصنيف فئات التحليل
128.....	فئات المضمون.....
155.....	فئات الشكل.....
162.....	نتائج الدراسة.....

164.....	خاتمة
166.....	المراجع
	الملاحق
187.....	فهرس الجداول والأشكال
191.....	فهرس الموضوعات

الإمام الأمير  
عبد القادر للعطوم الإسلامية