عمادة الدراسات العليا
جامعة القدس

دور التشكيل الجمالي في الإعلام الإسلامي المعاصر
قناة الرسالة نموذجا من العام ٢٠١١م

عبد الله محمود محمد عدوي

رسالة ماجستير

القدس- فلسطين

١٤٣٢هـ / ٢٠١١م

دور التشكيل الجمالي في الإعلام الإسلامي المعاصر
قناة الرسالة نموذجا من العام ٢٠١١م

إعداد:

عبد الله محمود محمد عدوي

بيت لحم – بكالوريوس صحافة وعلوم سياسية من جامعة بيرزيت

المشرف الرئيس:

الدكتور وليد الشرفا

قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات درجة الماجستير في الدراسات الإسلامية المعاصرة من كلية الدراسات العليا /جامعة القدس.

١٤٣٢هـ / ٢٠١١م

عمادة الدراسات العليا
جامعة القدس
دراسات إسلامية معاصرة

إجازة الرسالة

دور التشكيل الجمالي في الإعلام الإسلامي المعاصر

"قناة الرسالة نموذجا من العام ٢٠١١م"

عبد الله محمود محمد عدوي
الرقم الجامعي: ٢٠٩١١٥٧٧

المشرف: الدكتور وليد الشرفا

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ: ١٨ / ٩/٢٠١١م من أعضاء لجنة المناقشة المدرجة أسماؤهم وتواقيعهم:

١. **رئيس لجنة المناقشة: الدكتور وليد الشرفا** **التوقيع:.....**
٢. **ممتحناً داخلياً: الدكتور صبحي حمدان** **التوقيع:.....**
٣. **ممتحنا خارجيا: الدكتورة وداد البرغوثي** **التوقيع:.....**

القدس- فلسطين

١٤٣٢هـ / ٢٠١١م

إهداء

إلى روح والدي رحمه الله.
إلى أمي الحبيبة.
إلى أشقائي وشقيقاتي.
...
إلى زوجتي وأبنائي شيماء وبلال.
إلى كل الأصدقاء والأحبة.

* * *

وإلى صناع الإعلام الإسلامي المعاصر.
إلى من يبحث عن مذيب لكل تصلبات الحياة التي يحياها الجمهور المتلقي.. من خلال برامج إعلامية ذات قوالب جمالية.
وإلى محبي الإبداع في تركيب المادة الإعلامية بصورة حديثة..
والى محبي التطور والنهوض بواقع الإعلام الإسلامي... أهدي بحثي المتواضع هذا.

عبد الله عروي

إقرار:

أقرُّ أنا معدّ الرّسالة بأنّها قدّمت لجامعة القدس، لنيل درجة الماجستير، وأنّها نتيجة أبحـــاثي الخاصة، باستثناء ما تم الإشارة له حيثما ورد، وأنّ هذه الدراسة أو أي جزء منها، لم يقدّم لنيل أية درجة عليا لأي جامعة أو معهد آخر.

التوقيع:.....

عبد الله محمود محمد عدوي.

٢٠١١/٩/١٨م

شكر وعرفان

أحمد الله الذي منَّ علي بإتمام إعداد هذه الرسالة، والــذي بتوفيقــه ورعايتــه وفضله أنجزت هذا العمل وخطوت هذه الخطوات المهمة في حياتي.

وإقرارا بفضل ذوي الفضل الذين أحمل لهم أسمى آيات الشكر والعرفان على ما أسهموا به في هذه الرسالة، وأخصّ بالذكر مشرفي العزيز الدكتور وليد الشرفا والذي أشكره ابتداء على قبوله الإشراف على رسالتي، فله كل تقــديري وجزيــل امتناني، كما وأُقرُّ بفضله في وضع بصماته المميزة وتوجيهاته العميقة منذ بدايــة عملي في موضوع الرسالة، بالإضافة إلى تدقيقه لمادة الرسالة وإرشاداته وتقويمه لها.

كما وأتقدم بالشكر الجزيل من الدكتورة وداد البرغــوثي والــدكتور صــبحي حمدان على تكرُّمهما بقراءة رسالتي والموافقة على تدقيقها ومراجعتها وتنقيحهــا لتخرج بأفضل صورة ممكنة.

كما وأشكر كل من كان له فضل أو أسهم في مساعدتي في إعداد الرسالة على أية صورة أو شكل كان، فلهم مني التقدير والمحبة والعرفان.

ملخص

تناولت الدراسة موضوع التشكيل الجمالي للبرامج الإعلامية في قناة الرسالة الفضائية، وتأثير العناصر الجمالية في الجمهور، من خلال الوقوف على عناصر التأثير والجذب في البرامج، وما تحويه من استخدامات للدراما والصورة وغيرها من عناصر التأثير.

وخصصت الدراسة بحثها في برامج قناة الرسالة المختلفة، خلال الفترة التي خصصت للبحث والمتابعة لهذه البرامج، والممتدة من شهر كانون الأول من العام ٢٠١١م، وحتى نهاية شهر آذار من ذات العام، حيث تم حصر البرامج التي بثت عبر القناة، والوقوف على بعضها في تحليل مضامينها، وتتبع عناصر التأثير والعناصر الجمالية التي تضمنتها، من خلال استخدام المنهج الوصفي التحليلي في إعداد الدراسة.

وهدفت الدراسة إلى معرفة مكامن القوة في استخدام العناصر الجمالية في الإعلام الإسلامي، وكيفية تناول الإعلام الإسلامي المعاصر للعناصر الجمالية في برامجه ومدى استفادته منها، وتأثير ذلك على أدائه الإعلامي، وتحقيق الرضى الجماهيري عن تقديمه.

وتعتبر هذه الدراسة الأولى من نوعها التي تتناول قناة الرسالة كنموذج من الإعلام الإسلامي المعاصر_فيما أعلم_ ، والتي تتبعت من خلالها مواطن الجمال والإثارة، لمعرفة مدى تأثيرها في برامج الفضائيات عموما، وبرامج الفضائيات الإسلامية على وجه الخصوص.

وخلصت الدراسة إلى أهمية استخدام العناصر الجمالية والتقنيات الفنية والترفيه في الإعلام الإسلامي المعاصر، لما له من أثر واضح في تحقيق جذب واهتمام الجمهور المشاهد للمادة الإعلامية المقدمة، حيث أن الترفيه والتسلية والبحث عن المتعة من أهم المداخل التي يمكن للإعلام الاستفادة منها في تقديم الرسالة الإعلامية، وهي من أكثر الأساليب نجاحا.

وأوصى الباحث بضرورة استفادة الإعلام الإسلامي من جميع المنجزات الإعلامية الفنيـــة والجمالية، وعدم البقاء في بوتقة التقليد والروتينية والبرامج الوعظية، بالإضافة إلى ضرورة توجه الإعلام الإسلامي إلى إنشاء فضائية أو فضائيات متخصصة بالكوميديا والدراما والأفلام الإسلامية، وعموم الأعمال الفنية والترفيهية.

The role of aesthetic design in the contemporary Islamic media

"AL Ressala channel is a model of the year 2011"

Preparation: Abdalla Mahmmod Mohamad Adawi

Supervision: D.Walid Al. Shurafa

Abstract:

The study forming the subject of aesthetic information programs in AL Ressala channel, and the effect of aesthetic elements in the audience, by standing on the elements of influence and attraction in the software, and content of the uses of drama, video and other elements of impact.

The study also examined different programs of AL Ressala channel, during the period devoted to research and follow-up for these programs, and the period from December of 2011, and until the end of the month of March of that year, where it was limited to programs that are broadcast on the channel, and stand on each other in the analysis of content, and keep track of elements of influence and aesthetic elements included, through the use of the descriptive approach in the preparation of analytical study.

The study aimed to find out the strengths in the use of aesthetic elements in the Islamic media, and how to deal with the media elements of the contemporary Islamic art in the extent of its programs and juggled them, and the impact on the performance of the media, and to achieve satisfaction for public submission.

This is the first study of its kind to address AL Ressala channel as a model of contemporary Islamic media, which traced through the beauty and excitement, to measure their impact on satellite television programs in general, and Islamic satellite TV programs in particular.

The study concluded the importance of the use of aesthetic elements and artistic techniques and entertainment in the media of contemporary Muslim, because of its clear impact on the achievement of attracting the public's interest in the scenes of the material information provided, as the entertainment and look for the fun of the most important portals that can

media use it to provide the media message , one of the most successful methods.

The researcher recommends the need to take advantage of Islamic media from all the achievements of media art, aesthetic, and not to stay in the crucible of tradition and routine and programs, sermons, in addition to the need to approach the Islamic media to create a satellite or satellite specialized comedy, drama, Islamic movies, and the whole works of art and entertainment.

مقدمة:

لا يخفى علينا طول الشوط الذي قطعته العملية الاتصالية بفنونها المختلفة في تجيير كافة السبل لتحقيق مبتغى الإعلام في تلبية الرغبات الجماهيرية، وتقريب المسافة بين الوسائل الإعلامية وجماهيرها، فكثر التنافس وكثر معه التنوع في استخدام الأقرب للنفوس البشرية والأكثر إغراء لها، فكان للجانب الجمالي أثره الكبير في إخراج المواطن المرهق من أعباء العمل وهموم الحياة، بإعطائه فترات استرخاء تُحسن من مزاجه وتعيد له حيويته ونشاطه عبر برامج تسلية وترفيهية واستخدامات درامية في البرامج الإعلامية.

وهنا وفي خضم الحديث عن الإعلام الإسلامي، لا نجده بمنأى عن كل مجريات الحياة وتقلباتها، فهو جزء لا يتجزأ من العملية الاتصالية، بل وله فيها وزن وتأثير فعال، فهو كما غيره كان بحاجة لأخذ متطلبات النفوس البشرية بعين الاعتبار، مع مراعاة القيم والأخلاق الإسلامية التي ينطلق منها.

ومن هنا كانت فكرة الدراسة، والتي جاءت لتكشف عن جانب مهم في الإعلام الإسلامي تمكنه من التقدم وإبقاء الصلاحية في خطابه وتطوير أدائه، مراعاة لتغير المعطيات العصرية في واقع معاصر بات يحمل الكثير من المستجدات، فكانت هذه الدراسة والتي ركزت على الجانب الجمالي في طرح البرامج الإعلامية الفضائية في فضائية الرسالة، لتكشف عن هذا البعد الفعال في نقل الرسالة الإعلامية وتزيينها بما يتلاءم وحاجات الجمهور المسلم من مواد إعلامية تقدم بصبغة عصرية .

أهمية البحث:

تكمن أهمية الدراسة في تناولها لقضية مهمة في الإعلام الإسلامي، تتمثل في استفادته من العناصر الجمالية في برامجه، لاسيما في خضم الثورة الاتصالية التي بات المواطن يختار منها ما يلبي رغباته، و التي أثرت فيها المزاجية والبحث عن التسلية والترفيه، فكان لا بد من مواكبة الإعلام الإسلامي للمتغيرات العالمية التي سلكتها وسائل الإعلام، وأصبحت تؤدي الفاعلية الأنجع في جمهورها من خلال استعمال الأعمال الفنية والعناصر الجمالية في البرامج الإعلامية.

لذا كان من الطبيعي للإعلام الإسلامي أن يطرق السبل جميعها لأداء الرسالة الدعوية التي أنيطت به، واستحضار التقنيات والأساليب الجمالية المتجددة في عالم فضائي أضحت للصورة أهمية كبيرة في الجذب وشد المتلقي للرسالة الإعلامية وزيادة الرجع.

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة الدراسة في مدى استخدام الإعلام الإسلامي المعاصر للعناصر الجمالية في برامجه، وتأثير ذلك في أدائه، وبالتالي في جمهوره ورضاه عن الأداء، وعن حال الإعلام الإسلامي الذي يأخذ بتكاملية الوسائل في تحقيق الإقناع لجمهوره.

وتتركز مادة البحث في فهم انسجام الإعلام الإسلامي المعاصر بالعناصر الجمالية والوقوف على موقفه واستفادته منها في برامجه.

وتحاول الدراسة الإجابة على الأسئلة الآتية:

- هل استفاد الإعلام الإسلامي من العناصر الجمالية الفنية في مادته البرامجية لإيصال رسالته الإعلامية ؟.
- هل يوجد تعارض بين الإعلام الإسلامي والتقنيات الجمالية الحديثة؟.

- كيف تؤثر العناصر الجمالية في قدرة المادة الإعلامية على التأثير بالجمهور المتلقي وجذبه إليها؟
- كيف استطاعت فضائية الرسالة توظيف العناصر الجمالية في تحقيق الرجع في العملية الاتصالية؟.

فرضيات البحث:

- استعمال العناصر الجمالية يحقق ما هو أفضل للإعلام الإسلامي في أداء رسالته.
- استعمال الترفيه في خطاب الإعلام الإسلامي بات ملحا أكثر من أي وقت سابق في ظل التنافس الفضائي على المواطن، وفي ظل التقدم التكنولوجي والتطور الإعلامي والاتصالي.
- العناصر الجمالية والتشكيل الفني هو منجز إنساني أصبح حتمية لضمان فاعلية أكبر للعملية الاتصالية ولا يتعارض مع مبدأ الخصوصية، وبذلك تكون هناك مساحة للإعلاميين المتميزين كي يبدعوا في استحداث آليات جديدة لكسب الجمهور وزيادة الثقة بوسائلهم الإعلامية.

الحدود الزمانية والمكانية:

تتناول الدراسة الإعلام الإسلامي المعاصر في القرن الحادي والعشرين، ملقية الضوء على واقع وسائل الإعلام المعاصر في تناولها للجانب الفني في مادتها الإعلامية، حيث أعدت الدراسة عام ٢٠١١م في جامعة القدس بفلسطين لنيل درجة الماجستير.

واتخذت الدراسة من قناة الرسالة الفضائية نموذجا لدراسته، حيث تتابع البرامج المختلفة التي تعرضها القناة، وتستشرف الجوانب الجمالية في العرض، وقد تمت متابعة العروض الإعلامية للقناة خلال فترة ثلاثة شهور، بدأت من شهر كانون الأول من العام ٢٠١١م، وحتى نهاية شهر آذار من ذات العام، حيث تمت متابعة ومشاهدة كافة البرامج التي تقدمها القناة، والوقوف على نماذج منها حسب تصنيفات المواضيع المطروحة.

الدراسات السابقة:

مع اطلاع الباحث على دراسات الإعلام في جامعة القدس، وعلى ما تيسر من رسائل الماجستير والدكتوراه في الجامعات الأخرى والبحث عبر شبكة الانترنت وفي مواقع الجامعات المختلفة، لم يجد الباحث موضوعا يطابق الموضوع الذي طرحه .

وقد وجد الباحث عددا من الدراسات والمؤلفات القريبة من موضوع الدراسة، منها دراسة عن "**الدراما التلفزيونية والشاب الجامعي**" لمحيي الدين عبد الحليم، بحث فيها تأثير استعمال الدراما في شباب الجامعات المصرية، ودور البرامج الدرامية في الاهتمامات والتخصصات المختلفة للبرامج، وتأثيراتها في إثراء المعارف وتعديل السلوك، كذلك بحث في دور البرامج الدرامية الدينية وتأثيرها في تحصيل المعارف والسلوك.

كما أن كتاب "**لغة وثقافة وسائل الاتصال بين الأبجدي والسمعي البصري**" للكاتب لبيير بابان من أهم الكتب التي تتحدث عن الدراما وتأثيراتها في وسائل الاتصال، بالإضافة إلى تعمق الكتاب في مكنونات صناعة الدراما والخطاب المؤثر المقدم للجمهور.

ومن الكتب أيضا كتاب "**كيف تؤثر وسائل الإعلام؟**" لمحمد الحضيف، والذي يبحث في نظريات التأثير لوسائل الإعلام. بالإضافة إلى كتاب "**عصر الصورة..السلبيات والايجابيات**"، لشاكر عبد الحميد، وكتاب "**قراءة المرئيات**" لحسن السوداني، وعدد من الكتب الأخرى.

وتعتبر الفضائيات الإسلامية بمجملها حديثة النشأة، حيث أن دخول الفضائيات على العالم الإسلامي وانتشارها بما هي عليه اليوم لم يكن إلا من فترة قريبة نسبيا، وهذا ما يفسر الشح في الدراسات المتخصصة في الفضائيات الإسلامية، لاسيما قناة الرسالة، التي لم يجد الباحث دراسة تتعلق بها أو قريبة منها.

منهج الدراسة:

اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي، حيث تابع قناة الرسالة الفضائية خلال الفترة المحددة لذلك، واعتمد على البرامج التي تعرضها القناة في تكوين الوصف للمحتوى الإعلامي للقناة بكل ما فيها من تقنيات، واستخدامها للعناصر الجمالية، وبذلك تمت عملية جمع البيانات الضرورية لسير مجريات الدراسة، وإثراء مادة البحث من خلال الملاحظة والمتابعة، ومن ثم تحليل هذه البيانات وصولا إلى النتائج، حيث ركز الباحث على التقنيات الإعلامية التي استخدمتها القناة والتي تحوي بعدا دراميا وجماليا.

كما واعتمد الباحث على المراجع المكتبية والانترنت، وما أتيح من وسائل أخرى لتأصيل الجوانب النظرية التي تحتاجها الدراسة.

معيقات الدراسة:

واجهت الباحث عدة معيقات أثناء عملية البحث، كان أبرزها الشح الكبير في توفر المراجع، حيث أن مكتباتنا الفلسطينية تعاني من نقص حاد في كتب الإعلام.

كما أن موضوع الدراسة الذي تطرق إليه الباحث، من الموضوعات الجديدة التي لم يتم البحث فيها _حسب علم الباحث_، وهو أمر يفيد بعدم وجود دراسات قريبة من هذا الموضوع.

تقسيم البحث:

تحتوي هذه الدراسة على مقدمة وأربعة فصول وخاتمة وفهرس، وهي على النحو الآتي:

المقدمة، وفيها:

الإطار العام للبحث، وأهمية الموضوع، والفرضيات، ومشكلة البحث، ومنهج البحث، والدراسات السابقة.

الفصل الأول: وفيه **الإطار النظري للبحث**، وأدبيات الدراسة والمصطلحات المستخدمة في البحث، وفيه إشارة إلى التطور في مفهوم العناصر الجمالية والفن، كما أن فيه تبيانا لموقف الإسلام من الفنون، والإشارة إلى النظريات الإعلامية والإعلام الإسلامي، واستخدام الجمال في وسائل الاتصال.

الفصل الثاني: الإعلام الإسلامي في ضوء المشهد الفضائي العالمي " ثورة الصورة ". وفيه لمحة عن تطور الإعلام الفضائي المعاصر، والصورة وصناعة التأثير الإعلامي، بالإضافة إلى الحديث عن الإعلام الإسلامي وموقعه من المشهد الفضائي العالمي، واستفادة الإعلام الإسلامي من التقنيات الجمالية الحديثة كالـ (البرامج الفنية والسينما والدراما واستغلالها في جذب الجمهور وتأثيرها على أداء الإعلام وتأثيره في جمهوره). وتناول أيضا الحديث عن قناة الرسالة وبنيتها.

الفصل الثالث: مضامين البرامج في قناة الرسالة الفضائية:

تناول الطبيعة البرامجية لقناة الرسالة خلال فترة البحث، فبرامج القناة تعددت وتنوعت بين برامج دعوية وثقافية وأخرى اجتماعية وترفيهية وغيرها، وأوضح كيفية معالجة مضامين هذه البرامج للقضايا المختلفة. وقد قسمت البرامج التي تناولها إلى خمسة مجموعات هي: البرامج الدعوية، والبرامج الثقافية، والبرامج الاجتماعية، والبرامج العلمية، بالاضافة الى أشكال برامجية أخرى.

الفصل الرابع: العناصر الجمالية في برامج قناة الرسالة الفضائية:

حيث عرج على البعد الجمالي المستخدم في برامج القناة المختلفة، بالإضافة إلى الاستفادة من التقنيات الحديثة في صقل البرامج بعنصر الحداثة، وما تتضمن هذه البرامج من استخدامات

للصورة والدراما والأعمال الفنية، وأهمية ذلك في التأثير والرجع في العملية الإعلامية وكيفية معالجة الرسالة لهذه الاستخدامات، وقد قسم الفصل إلى خمسة مباحث وهي: العناصر الجمالية في البرامج الدعوية، والعناصر الجمالية في البرامج الثقافية، والعناصر الجمالية في البـــرامج الاجتماعية، والعناصر الجمالية في البرامج العلمية، والعناصر الجمالية في الأشكال البرامجية الأخرى.

ثم انتهت الرسالة بخاتمة وفهرس للمصادر والمراجع وآخر للمحتويات.

الفصل الأول:

الإطار النظري للدراسة

- مفهوم الإعلام والإعلام الإسلامي.
- الإعلام الإسلامي ونظريات الإعلام.
- الفن والجمال والفن الإسلامي.
- تاريخ الجمال والفنون.
- استخدامات الجمال في وسائل الاتصال.
- الفن في التصور الإسلامي.

مقدمة:

يستعرض هذا الفصل أدبيات تخص الدراسة، ويضع الإطار النظري الذي ترتكز عليه، كما أنه يحاول تحديد المفاهيم التي تعتبر مفاتيح لمادة البحث، والوقوف على العلاقات المختلفة بين المتباينات التي تمثلها الفنون والإعلام والإسلام، والارتباطات التي تخدم مشكلة الدراسة في توضيح تلك العلاقة التي تحاكي التشكيل الجمالي في الإعلام الإسلامي.

وقد حاول الباحث في هذا الفصل، توضيح مفهوم الإعلام والإعلام الإسلامي ومميزات هذا الإعلام، بالإضافة إلى موقعه وموقفه من نظريات الإعلام المعروفة، كما أشار إلى الفنون وعلاقتها بالإعلام وموقف الإسلام من هذه الفنون، والتي تساهم في الدور الجمالي ذو التأثير في الرسالة الإعلامية.

المبحث الأول:

مفهوم الإعلام والإعلام الإسلامي:

الإعلام لغة:

الإعلام مصطلح جديد، ليس في كتب اللغة دلالات مباشرة لمعناه، إلا أنه بالإمكان البحث في كتب اللغة تحت مادة (علم) ، حيث يقول ابن منظور تحت مادة عَلِمَ، علم بالشيء: شعر،[1] والإعلام من أعلمَ، فيقال: أعلمهُ الأمر، أطلعه عليه، وذكر ابن الأعرابي أنه قال: تَعَلَّم بمعنى اعلَم، قال: ومنه قوله تعالى وما يُعَلِّمان من أحد، قال ومعناه أن الساحر يأتي الملكين فيقول: أخبراني عما نهى الله عنه حتى انتهي .[2] والعلم نقيض الجهل، فيقال علمتُ الشيء أعلمه عِلما: عرفتُه. ويقال :استعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه.[3]

---

[1] ابن منظور : لسان العرب، بيروت ج٢، ص٨٧١.

[2] فؤاد البستاني: منجد الطلاب في اللغة والأعلام، مادة علم، ص ٤٩٥.

[3] ابن منظور: م.س، ج٩، ص٢٦٨.

الإعلام اصطلاحا:

تعددت التعريفات التي وضعها المتخصصون في مجال الاتصالات، حيث يشهد الإعـــلام اتساعا متسارعا في مفهومه، أدى إلى التباين وعدم الاتفاق على مفهوم واحد صريح بذلك.

ويعرف الإعلام بأنه تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيـــث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجمهور واتجاهاته وميوله.[١]
ويحمل التعريف بعدا مهما في الوصول إلى إقناع الجمهور، بطـــرح المعلومـــات والحقـــائق أمامهم، وصولا إلى الرجع الذي تهدف إليه العملية الاتصالية.

ويعرفه العالم الألماني أوتوجروت بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولهـــا واتجاهاتها في نفس الوقت.[٢]
ويعرف أيضا بأنه إيصال معلومة معينة إلى المتلقي، لهدف معين، بأســـلوب يخـــدم ذلـــك الهدف، ويتوقع منه أن يؤثر في المتلقي، ويغير من ردود فعله.[٣]

غير أن الإعلام لم يعد انتقال المعلومة في اتجاه واحد، إذ أن هناك عملية تبادل في احتلال الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية دورا مهما في هذه التبادلية التي بات يشترك في صـــنعها، في ظل تطور وسائل الاتصال وانتهاج وسائل الإعلام الحديثة لمثل هذه الآلية في التواصـــل والإخبار، حيث باتت أكثر نجاعة في ربط المرسل بالمستقبل، والتعرف أكثر على حاجاته وما يدور في فكره .
والإعلام هو كل أشكال وصور إرسال المعلومات من إنسان إلى إنسان، أو من حيوان إلى حيوان، أو من إنسان إلى آلة، أو من آلة إلى آلة، وهو نقل المعلومات أو المعرفة العلمية إلى الجماهير العريضة عن طريق العمل الاتصالي عبر وسائل الاتصال الجماهيرية.[٤]

---

[1] إبراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامي، ص١٤.
[2] محي الدين عبد الحليم: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، ص١٤.
[3] سمير الراضي وآخرون: وسائل الاتصال الحديث وأثرها على المجتمعات الإسلامية، ص٢٢.
[4] محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، ج١، ص٣٠٨.

الإعلام الإسلامي:

وضع علماء الإعلام تعريفات عدة للإعلام الإسلامي، استوحوها من الرؤيـــة الإســـلامية للإعلام، وقد تباينت التعريفات في ضوء الاختلاف في تحديد الزاوية التي اضطلع منها كـــل باحث، ومحاولات الدمج بين الإعلام الإسلامي والدين والدعوة، كمفاهيم تلعب دورا مهما في تحديد مفهوم الإعلام الإسلامي وفقا للمرتكزات التي يستخلص منها.

فمن تعريفاته أنه الإعلام الذي يلتزم دائما بقيم الإسلام ومعاييره ومبادئه، كما أنه يعبر عنها في كل ما يقدمه للناس من معلومات واقعية أو عناصر خيالية.[١]

وعرفه آخر على أنه تزويد الناس بالأخبار الصادقة والآراء السديدة وغيرها، في شكل فني جميل في ضوء الإسلام، بهدف تعميق الإسلام في قلوب المسلمين ونشره بين غيرهم.[٢]
كما أن الإعلام الإسلامي يجب أن يكون محكوما بالشرع وقواعده في تحديد هدفـــه واختيـــار المعلومة وطريقة تقديمها، ويسري ذلك على أية وسيلة من وسائل الإعـــلام الإســـلامي، وأي إنتاج إعلامي يخرج عن نطاق الشرع يخرج عن نطاق الإعلام الإسلامي.[٣]

والإعلام الإسلامي هو الذي يعكس الروح والمبادئ والقيم الإسلامية، ويمارس في مجتمع إسلامي، ويتناول كافة المعلومات والحقائق والأخبار المتعلقة بكافة نواحي الحيـــاة الـــسياسية والاقتصادية والاجتماعية والدينية والأخلاقية وغيرها.[٤]
كما أن الإعلام الإسلامي جهد فني وعلمي، مدروس ومخطط، ومستمر وصادق من قبل القائم بالاتصال، هيئة كانت أم جماعة أم فردا، لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، ويستهدف الاتصال بالجمهور العام، وهيئاته النوعية وأفراده، بكافة إمكانيات وسائل

---

[1] إبراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامي، ص١٤.

[2] مصطفى الدميري: الصحافة في ضوء الإسلام، ص ٢٠.

[3] سمير الراضي وآخرون: وسائل الاتصال الحديث وأثرها على المجتمعات الإسلامية، ص٢٣.

[4] محمد منير حجاب: الإعلام الإسلامي المبادئ النظرية التطبيق، ص ٢٤.

الإعلام والإقناع، وذلك بغرض تكوين رأي عام صائب، يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته. [1]

كما يُعرَّف الإعلام الإسلامي بأنَّه استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون عالمون عاملون بدينهم، متفقهون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة، مستخدمين تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم والمبادئ والمُثُل للمسلمين ولغير المسلمين في كل زمان ومكان، في إطار الموضوعية التامة، بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب.[2]

وقد تعددت التعريفات للإعلام الإسلامي وتباينت المضامين التي اختلف في الاتفاق على مفهوم واحد للإعلام الإسلامي، حيث أن هناك إشكالية في النظر للإعلام الإسلامي، لاسيما وان الذين عرفوه استحضروا الجانب الديني والمفهوم الغربي للإعلام، وانطلقوا من واقع الإعلام الإسلامي المعاصر.

ويلاحظ أن تحديد مفهوم الإعلام الإسلامي كان في اتجاهين؛ الأول: أن الإطار العام للإعلام الإسلامي يتأتى من شمولية الفكر الإسلامي وواقعيته، والتوجه الآخر كان في الإطار الخاص الذي يعني أنه إعلام موجه لهدف نشر كلمة الدين،[3] وأغلب التعريفات في هذا الاتجاه الأخير، غير أن الباحث يميل للأول.

ومما سبق يتضح لنا أن **الإعلام الإسلامي هو المعبر عن أخبار الناس وآرائهم وهمومهم وقضايا أمتهم الإسلامية بصدق وأمانة، والذي يراعي الأخلاق الإسلامية في مهنيته وتفاعله مع الأحداث، بما يخدم قضايا المسلمين، بأساليب إعلامية مؤثرة وقابلة للتطور والانسجام مع التطور الطبيعي في وسائل الإعلام، ولا يخالف الآداب والأخلاق والتوجيهات الإسلامية في مصداقيته وأساليب عرضه لمادته الإعلامية.**

وليس الإعلام الإسلامي هو الإعلام الديني الذي تتضمن مادته عرضا لقضايا دينية وبأسلوب تقليدي، بل هو إعلام شامل بشمولية الرسالة الإسلامية لكافة نواحي الحياة، ومعبر عن كون الإسلام منهج حياة، ويتميز بما تضفيه الأخلاق التي يدعو إليها الإسلام من صدق وموضوعية وشفافية في نقل الرسالة الإعلامية بكل أمانة ومهنية.

---

[1] محمد منير حجاب: الإعلام الإسلامي المبادئ النظرية التطبيق، ص٢٥. والموسوعة الإعلامية،ج١، ص٣١٥.

[2] عبد الوهاب كحيل: الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، ص ٢٩.

[3] محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، ج١، ص ٣١٥.

ولم يكن الإعلام الإسلامي وليد اللحظة، إذ أن جذوره ضاربة مع الدعوة الإسلامية التي هي في مدلولها إعلاما تهدف إلى تبليغ رسالة بوسائل مختلفة، لتستقر هذه الرسالة في قلوب المرسل إليهم، وتصل بذلك إلى ما تسعى إليه من تحقيق العبودية لله وحده والتزام تعاليم الدين الإسلامي الحنيف، ولم يسر الإعلام الإسلامي في خطوات متعثرة، بل إن هناك ضوابط وضعت له ليستقيم أمره بها، فالشريعة الإسلامية مصدر للتوجيهات التي يستمد أخلاقياته ومنهجه منها.

وكأية رسالة، يسعى الإعلام الإسلامي إلى جملة من الأهداف لتحقيقها؛ فله أهدافه العقائدية التي يسعى لترسيخها في نفوس المدعوين، ولرد الشبهات من قبل المناوئين، كما أن له أهدافه الثقافية لتعميم الوعي والفهم، والتربوية من أجل إيجاد الفرد الصالح السوي، وله أهدافه الاجتماعية الرامية إلى تماسك المجتمع وترابطه، وترسيخ معاني الأخوة والمحبة والإيثار فيه، وغرس روح التعاون، كما له أهدافه الاقتصادية الرامية إلى تحسين أوضاع الأمة في الكسب والإنفاق وترشيدها في الأخذ والعطاء، والحماية من الغش والاحتكار، والتحذير من النهب والاستغلال، وهناك أهداف سياسية للتوجيه والإرشاد، والنصح والمشورة، والتسديد والإصلاح، بالإضافة إلى الأهداف العسكرية الجهادية للتوعية والاستنفار ورفع الروح المعنوية في صفوف المجاهدين، وللحرب النفسية في الأعداء المحاربين، وله أهدافه الترفيهية للتسلية والترويح، ولتجديد النشاط وأداء الواجبات والقيام بالمسؤوليات. [1]

كما أن للإعلام الإسلامي خصائص وميزات منها: [2]

- إعلام ايجابي وليس سلبيا .
- يتسم بأنه إعلام مطرد النمو وقوته في حركة إلى الأمام.
- الإعلام الإسلامي إعلام وظيفي يستهدف تلافي كافة الأضرار الجانبية أو غير المتوقعة الناتجة عن توجيه الرسالة الإعلامية.

---

[1] انظر: عبد الله الوشلى: الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، ص٤٠ .

[2] انظر: محمد منير حجاب: الإعلام الإسلامي المبادئ النظرية التطبيق، ص ٢٥- ٢٧.

المبحث الثاني:

الإعلام الإسلامي ونظريات الإعلام:

لقد عرف الإعلام مجموعة من النظريات البشرية التي وضعها المفكرون بناء على البنى الاجتماعية والسياسية التي ترتبط في تشكيل العلاقة التكاملية مع الإعلام، وتعتبر نظريات الإعلام نابعة من طبيعة النظم السائدة، وانعكاسا للواقع السياسي والاجتماعي والاقتصادي، حيث استقى المفكرون هذه النظريات من القيم والأفكار السائدة في زمانهم، وفيما يأتي عرض لأربع نظريات، وهي:

أولا : نظرية السلطة:

تعتبر نظرية السلطة الإعلام أداة من أدوات السلطة والحكم، حيث أن الدولة هي من يفكر ويقرر عن الرعية، وهي مالكة لجميع وسائل الإعلام، ونابعة من انسلاخ الشعب عن صناعة القرارات وبقائه في وضعية التابع الطائع المسلم لما تمليه عليه الصفوة الحاكمة.

ويقوم البناء النظري للنظام السلطوي لوسائل الإعلام على أساس جعل الصحافة في خدمة السلطة الحاكمة، حيث أن الصحافة ملتزمة بتأييد كل ما يصدر عن الحكومة ومطالبة بالدفاع عن سياسات الحكم، كما أن السماح بممارسة الصحافة يتطلب الالتزام بتأييد النظام وسياسته، وأي إخلال بالالتزام يؤدي إلى سحب الامتياز، بالإضافة إلى أن ملكية الأفراد لوسائل الإعلام يظل رهن رغبة السلطة، والحصول على الترخيص وخضوع الإعلام للرقابة على ما ينشر ومعاقبة المخالفين لرؤية السلطة.[1]

وقد سادت نظرية السلطة في القرنين السادس والسابع عشر، وما زالت حاضرة في بعض الدول النامية والديكتاتورية في عصرنا الحاضر، على الرغم من بعض التحسينات المعاصرة على صورتها الاستبدادية، ومن أبرز منظريها ميكافيلي وهوبز وهيجل وروسو .

---

[1] انظر:فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، ص٩٨.

ثانيا: نظرية الحرية:

تعتبر نظرية الحرية ردة فعل على الاستبداد السلطوي والاحتكار لوسائل الاتصال، حيث جاءت كنتيجة للثورات التي سببتها سياسة الظلم والقمع للشعوب، وقد ارتبطت بالقرن السابع عشر، والذي تميز بالاتجاه إلى احترام العقول وإحقاق حقوق الشعوب ودورهم في اتخاذ القرارات وتقرير مصيرهم بأنفسهم، ومن أبرز منظريها جون لوك.

وفي هذه النظرية لم يعد الفرد مجرد خادم للسلطة، بل أصبح إنسانا عاقلا يميز بين الخير والشر والضار والنافع، ولم تعد وسائل الإعلام حكرا في يد السلطة الحاكمة، بل أصبحت وسائل الإعلام تمارس عملها بحرية دون الخضوع لرقابة الحكومة وتدخلها، فأصبح مفهوم الحرية حسب النظرية يعني نشر المعلومات والأفكار دون تدخل أو مضايقة الحكومة، الأمر الذي أتاح لوسائل الإعلام الفرصة لطرح كافة وجهات النظر في سوق حرة للأفكار، مما يُمكنُ الجميع من الإدلاء بدلوه بحرية دون قيود .[1] كما أن الإعلام حسب هذه النظرية انتقل ليكون أداة للرقابة على الحكومة، وتحقيق حاجات المجتمع وأفراده الإعلامية.[2]

ثالثا: نظرية المسؤولية الاجتماعية:

لم تعد الحرية المطلقة التي عبرت عنها نظرية الحرية مقبولة في ظل انعدام الضوابط والأخلاقيات الاجتماعية تجاه المجتمع، نظرا للانفتاح الواسع في حرية وسائل الإعلام، والتي لم يعد هناك مراقبة لمواد وحدود لنشرها، والتي بات يتحكم فيها ثلة تحتكر هذه السلطة بيدها.

وقد أدت الحرية إلى انحناء وسائل الإعلام إلى إرادات المعلنين الذين بات لهم تأثير كبير في سياستها، الأمر الذي ألحَّ على وسائل الإعلام بأن يكون على كاهلها مسؤولية في ممارستها للعمل الإعلامي، فالحرية ليست حقا طبيعيا يعطى دون مقابل، بل حقا مشروطا بمسؤوليات يمارسها الإنسان، فالسلطة والشعب يعطيان الإعلام هذا الحق ويأخذانه إذا ما أسيء استعماله،

---

[1] انظر: عصام الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، ص٨٢ .

[2] حسني محمد نصر: مقدمة في الاتصال الجماهيري، ص٢٦٩.

فالإعلام بحسب نظرية المسؤولية الاجتماعية يقوم بتزويد الناس بالمعلومات، شريطة التزامه بمسؤولية أن تكون هذه المعلومات صحيحة وممثلة لوجهات النظر المختلفة بصورة عادلة، وأن تكون هذه المعلومات كافية لتتيح الفرصة للناس لاتخاذ القرار المناسب.[1] كما أن الإعلام يجب أن يلتزم بمسؤوليات اجتماعية، وإذا لم يقم بذلك فإن الدولة يجب أن تتدخل للتحقق من قيامه بذلك، ويتم التحكم في وسائل الإعلام من خلال رأي المجتمع وإقبال الجمهور وأخلاقيات العمل الإعلامي.[2]

رابعا: النظرية الاشتراكية:

وتعتبر النظرية الاشتراكية شكلا جديدا من أشكال ممارسة السلطة في وسائل الإعلام، حيث تسيطر السلطة في المجتمع الاشتراكي على وسائل الإعلام.

ويقوم الإعلام في النظام الاشتراكي على المبادئ الآتية:[3]

- واقعية الإعلام؛ بتصوير واقع الحياة الاجتماعية دونما تدخل لتشويه هذه الصورة بالتهويل أو التهوين.
- أن تكون وسائل الإعلام ملتزمة بالايدولوجيا السائدة، وأن تلعب دورا في التوعية بهذا النظام الاجتماعي وتلك الايدولوجيا.
- أن تكون وسائل الإعلام جماعية وذات اهتمامات بالعمل الجماعي.
- ولتحقيق الطابع الواقعي والالتزام والجماعية يرفض أشكال الملكية الفردية لوسائل الإعلام، حيث يطرح بدلا منها الملكية الاجتماعية لوسائل الإعلام.

وفي ظل هذه النظرية، فإن وسائل الإعلام الجماهيرية تعد أدوات للحكومة، وجزءاً، لا يتجزأ من الدولة، والدولة تملك وتقوم بتشغيل هذه الوسائل، والحزب الشيوعي هو الذي يقوم بالتوجيه، كما وتسمح النظرية الشيوعية بالنقد الذاتي، وتفترض النظرية الشيوعية أن الجماهير أضعف وأجهل من أن تحاط علماً بكل ما تقوم به الحكومة،

---

[1] انظر: عصام الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري ، ص٨٥ .

[2] حسني محمد نصر: مقدمة في الاتصال الجماهيري، ص٢٦٨.

[3] انظر:فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، ص١١٠.

ووسائل الإعلام يجب أن تعمل دائماً من أجل الأفضل، والأفضل عادة هو ما تقوله القيادة، ويتفق بطبيعة الحال مع خط النظرية الماركسية، ومن ثم فإن كل ما تفعله وسائل الإعلام كي تدعم وتساهم في إنجاح الشيوعية يعد أخلاقياً، في حين أن كل ما تفعله لعرقلة الإنجاز الشيوعي، يعد غير أخلاقي.[1]

وهناك نظريات حديثة ظهرت لتواكب المتغيرات الاجتماعية والسياسية التي تحياها المجتمعات، مثل النظرية التنموية التي تربط مهام وسائل الإعلام بعملية التنمية، بالإضافة إلى النظرية الديمقراطية التي تعبر عن حق المواطن في الوصول إلى وسائل الإعلام واستخدامها، وغيرها الكثير من النظريات.

وبالإضافة إلى التطور الاجتماعي الذي تشهده المجتمعات المعاصر، فقد قفز الإعلام قفزات كبيرة، حيث لعبت التكنولوجيا دورا مهما في اتساع وسائل الاتصال وحرية المواطن في التعبير، بتوفير وسائل اتصال فعالة مثل "الفيس بوك" والجيل الثالث من الخلوي وغيرها الكثير، وما بات يطلق عليه بصحافة المواطن الذي يلعب دورا مهما في جعل المواطن العادي مراسلا صحفيا ينشر ما يشاء بكل حرية، بل وله تأثيره القوي في العملية الاتصالية التي أدت إلى نتائج مهمة في تغيير حكومات كما حدث في تونس ومصر ودول أخرى.

[1] انظر الانترنت: حمود عبد النبي الموسوي ، نظريات الصحافة وعلاقتها بالسلطة.

الإعلام الإسلامي.. نظرية مستقلة..

يتبين من خلال الأهداف والمميزات والخصائص التي يستند إليها الإعلام الإسلامي، أن له من الاستقلالية في جوانب مختلفة، تجعله غير تابع لأي من نظريات الإعلام التي يختلف معها في كثير من الأمور، حيث أنه يستمد ضوابطه وأخلاقياته وخصائصه من الشريعة الإسلامية التي توجه رجل الإعلام والمؤسسة الإعلامية بتوجيهات إسلامية مصدرها القرآن والسنة.

فالإعلام الإسلامي لا ينسجم مع نظرية السلطة التي تحتكر بيدها مقاليد الإعلام، بل إنه يفتح مجالا لحرية الناس وانعتاقهم من عبودية الحكام، فالإنسان بطبعه مدني له حقوقه في اختيار حاكمه، وله أن يحاسبه إذا ما أخطا، وأن يعزله في بعض الأحيان، كما أن للأفراد حق الملكية والتصرف ضمن ضوابط الشريعة الإسلامية، التي تنظم العملية الاتصالية بجملة من الضوابط الأخلاقية التي تحفظ الحقوق وفق المنهج الإسلامي، من غير إجحاف بحقوق الناس وسلاسة تعبيرهم.

وعلى الرغم من الحرية في الإعلام الإسلامي، إلا أنه لا يسمح بالحرية المطلقة التي لا حدود لها، إذ أنه وضع حدودا تنتهي عندها حرية الفرد والجماعة والحاكم والمحكوم، وفقا للتشريع الإسلامي الذي ينظم العلاقات المختلفة في مجتمع تسوده الحقوق والواجبات التي تتكامل ولا تتعارض، مما يعني اختلاف الإعلام الإسلامي مع نظرية الحرية.

أما بخصوص نظرية المسؤولية الاجتماعية، فالإعلام الإسلامي الذي يستند إلى الإسلام في نظرته لمسؤولية كل فرد في المجتمع لما يتبع له، ومنها دور وسائل الإعلام ومسؤوليتها عن جمهورها ومجتمعها، إلا أن الفارق هنا أن النظرية تجعل من البشر من يحدد حدود ما يتوافق مع المسؤولية الاجتماعية مما يختلف معها، ويعتبر ذلك قابلا للاختلاف من مجتمع لآخر، وهو أمر مفتوح ومتروك للبشر وطبيعة العلاقات الاجتماعية وتشكيلتها لديهم، فيما أنها في الإعلام الإسلامي منضبطة بضوابط شرعية وضعت منهجا للعلاقات الاجتماعية من محرمات ومباحات، حددتها النصوص الشرعية، حيث " أن المسؤولية في الإسلام ليست مسؤولية أمام المجتمع، وإلا حق لأي سياسي أن يخالف الإسلام استجابة للرأي العام

والمجتمع"[1]، أي أن الإعلام الإسلامي ينطلق من أن الحاكمية لله، وللجمهور دور المحاسب والرقيب على وسائل الإعلام.

ولا شك أن خلاف الإعلام الإسلامي مع النظرية الشيوعية بين جلي، حيث أن الإسلام أقر الملكية الخاصة والعامة، ورفع القيود التي تجعل من الفكر السلطوي وإن كان بغير اسمه أن يحد من حرية الأفراد.

ويمكن تلخيص الرؤية الإسلامية من النظريات السالفة:[2]

- أن الثواب والعقاب الإلهي يشكلان الأساس الأخلاقي للممارسات الاجتماعية لوسائل الإعلام، فالمسؤولية الاجتماعية تظل مرتبطة بالثواب والعقاب الإلهي، الوازع الأساسي للأخلاق الإسلامية، على مستوى الفرد، أو وسائل الإعلام.
- الرؤية الإسلامية لعمل وسائل الإعلام، تعتمد على نفي ما يخالف العقيدة ويلحق الضرر بالمجتمع، أكثر مما يعتمد على إثبات وتحديد كل ما هو صالح.
- النظرية الإسلامية لا تحدد نمطاً معيناً لملكية وسائل الإعلام، ولا تحدد مصادر بعينها، لتمويل هذه الوسائل، ولكنها معنية بالتأثيرات المختلفة التي قد تمارسها هذه العوامل على أداء وسائل الإعلام للوظائف المنوطة بها في المجتمع.
- النظرية الإسلامية في الإعلام لا تنبثق من ثنائية القيد والحرية، ولكنها تعتمد كلية على ثنائية أخرى، وهي: الحلال والحرام. والفارق الأساسي، بين هاتين الثنائيتين يكمن في سيطرة الضمير الفردي، والمسؤولية الاجتماعية على العلاقة بين ما هو مقيد وما هو حر، وارتباط العلاقة بين الحلال والحرام بالثواب والعقاب الإلهي، وفي ظل الثنائية الأخيرة، فإن الحرية تصبح التزاماً .

لذا فإنه ومع استقلالية الإعلام الإسلامي بأفكاره وفلسفته الخاصة، فهناك مقومات لانبثاق نظرية خاصة به، لها خصوصيتها وسماتها وتطلعاتها لإعلامها وفقا للرؤية الإسلامية لوسائل الاتصال والقائمين عليه.

---

[1] فؤاد توفيق العاني: الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة، ص ٣٧٥.

[2] (الانترنت):حمود عبد النبي الموسوي ، نظريات الصحافة وعلاقتها بالسلطة، والسرد منسوب للدكتور حمدي حسن.

المبحث الثالث:

الفن والجمال والفن الإسلامي:

تعريف الفن:

الفن لغة: من فن الشيءَ، زَيَّنَهُ، والفنّ الضربُ من الشيء أو النوع، والفن في عرف أربـــاب البيان وعلماء الإنشاء: هو تصوير الطبيعة والسمو بها إلى ما فوق الطبيعة. [١]

وتعتبر نظرية المحاكاة التي نسبت لأرسطو وأفلاطون أسبق النظريات في تعريف الفن. فيقول أرسطو إن الفن هو تقليد الطبيعة، ويذهب أفلاطون إلى أن الموجودات الطبيعية نسخة وتقليد عن المثل، كما أن الفن نسخة وتقليد عن الموجودات الطبيعية، فالفن عنده يكون أبعـــد وأحط من المثال بمرتين.[٢]

وقد عرف المحدثون الفن بأنه غير المحاكاة، فهو تعبيـــر كمـــا يـــراه الفيلـــسوف الايطـــالي "بندتوكروتشه"، فالتعبير عنده مرتبط بنوع من المعرفة الحدسية، وهي معرفة تتم في الخيـــال ولها طبيعة مصورة ،[٣] فهو بذلك أقرب إلى حقيقة الإبداع الفني.
والفن ليس تقليدا للطبيعة وليس لهوا وتسلية، وإنما هو نقد للطبيعة وجبيرة للحياة.[٤]

والفن هو مفجر الطاقة الحيوية الخلاقة والباعث على العمل والتقدم، بل هو مبـــدأ الحيـــاة وسر تفتحها، وليس كما يتوهم البعض بأنه لهو وعبث، غايته استنباط الشعور الحي وتجسيمه والمشاركة الحيوية التي هي ضرب من التماس الوجداني والتفاعل مع الصورة الحيوية.[٥] كما أن الفن تحليل أو تعديل الإنسان للمواد الطبيعية.[٦]

---

[1] فؤاد البستاني: منجد الطلاب في اللغة والأعلام، مادة فنَّ، ص ٥٦٢.
[2] صلاح الدين سلجوقي: أثر الإسلام في العلوم والفنون، ص٢٠.
[3] أميرة مطر ، مقدمة في علم الجمال وفلسفة الفن، ص١٧.
[4] سلجوقي: م.س، ص٢٠.
[5] محمد علي أبو ريان: فلسفة الجمال ونشأة الفنون الجميلة، ص٢ .
[6] محمد علي أبو ريان: م.ن، ص١١٣.

الفن الإسلامي:

قليل من الكتاب من تطرقوا إلى الفن الإسلامي وحددوا مفهومه، حيث يُلحظ شح الكتابات المعاصرة عن هذا المجال، على الرغم من استمراريته منذ البدايات الأولى لظهور الإسلام، وتطوره لاحقا ليصبح من الإسهامات المهمة التي تركت آثارا للحضارة الإسلامية على الصعيد الأدبي؛ كالشعر و العمارة التي مازالت شاهدة على تقدم الفن الإسلامي وقوته.

وقد عرّف الفن الإسلامي بأنه الذي يرسم صورة الوجود من زاوية التصور الإسلامي لهذا والوجود، وهو التعبير الجميل عن الكون والحياة والإنسان، من خلال تصور الإسلام للكون والحياة والإنسان، وهو الفن الذي يهيئ اللقاء الكامل بين الجمال والحق، باعتبار الجمال حقيقة في هذا الكون والحق هو ذروة الجمال، وليس بالضرورة انه الفن الذي يتحدث عن الإسلام. [١]

والفن الإسلامي هو ومضة التفاعل في فطرة الإنسان بين الفكر والعاطفة، مع حادثة أو أحداث، تدفعها على أسلوب من أساليب التعبير مع سائر العناصر الفنية الخاصة بهذا الأسلوب أو ذاك، فيهب كل منها العطاء الفني قدراً من الجمال، ليشارك هذا الفن الأمة في تحقيق الأهداف الإيمانية، وليسهم في عمارة الأرض وبناء حضارة إيمانية طاهرة وحياة إنسانية نظيفة، خاضعاً في ذلك كله لمنهاج الله، المنهاج الحق المتكامل. [٢]

وتعتبر الكثير من العلوم التي نقلها المسلمون عن غيرهم من الأمم الأخرى، والتي صبغت بالصبغة الإسلامية التي تدلل على الشخصية الإسلامية المستقاة من مصادر الشريعة الإسلامية، فأصبحت بذلك إسلامية، والفن والإعلام وغيرها، تحمل ذات الشيء في إضفاء الضوابط الإسلامية عليها ليتضح مفهومها وفق الرؤية الإسلامية.

---

[1] محمد قطب: منهج الفن الإسلامي، ص٦.

[2] (الإنترنت): موسوعة دهشة، معصوم محمد خلف، الفن الإسلامي وبناء الشخصية الإنسانية.

الجمال:

الجمال لغة : الجمال مصدر الجميل، والفعل جَمُلَ أي حسن، أي الجمال هو الحسن.[١]

والجمال شيء يصعب تحديده، ولكن باستطاعة النفوس أن تحس به وتتذوقه متى أدركتــه. وهو دقيق العناصر متشابكها، فهو شيء يصعب جداً تحديده، ويصعب قياســه، ولا تنحــصر ألوانه.[٢]

كما "أننا في مجال البحث الجمالي أمام ظاهرة تستعصي على التعريف ما دمنا في مجال الوجدان والشعور، لا في مجال العقل والقضايا المنطقية".[٣]

والجمال كما يراه "ستيفن بير"، يتناول الموضوعات التي نحبها لذاتها وليس لأنها وســائل تحقق لنا أشياء أخرى، ولما كانت أبسط هذه الموضوعات التي نحبها لــذاتها هــي الــصوت واللون والخط والإيقاع، كانت هذه هي أبجدية الفنون، ومنها تتركب بعد ذلك الأعمال الفنيــة المختلفة، سواء كانت موسيقى أو تصويرا أو عمارة أو نحتا أو شعرا.[٤]

والجمال هو قضية ذوق، فعندما نجد متعة في رؤية شيء مع منفعته لنا نقول أنه حــسن، وعندما نجد متعة في رؤيته دون أن نفصل عنه منفعة حاضرة نسميه جميلا.[٥]
والجمال هو السمة المشتركة بين الموجودات كافة، وأنه السمة التي لا يخلو منها موجود حاز على كماله اللائق به، فحتى الموجودات التي تطغى عليها صفة الجلال لا تخلوا من الجمــال، بل حتى القبح أيضا رأى فيه بعضهم نوعا من الجمال، والفكر العربي الإسلامي يذهب إلــى تحديد الجمال بأنه الكمال الموصوف بالاعتدال من حيث السمات الموضوعية.[٦]

---

[1] ابن منظور: لسان العرب، ج١، ص ٥٠٣. وكذلك في منجد الطلاب في اللغــة والأعــلام، مــادة جَمَــلَ، ص٩٣.

[2] (الانترنت): شبكة البلاغ، مجاهد مصطفى بهجت، الجمال والالتزام في الفن الإسلامي.

[3] محمد علي أبو ريان: فلسفة الجمال ونشأة الفنون الجميلة، ص٧٥ .

[4] أميرة مطر: فلسفة الجمال، ص ٥٦.

[5] جيرار برا: هيغل والفن، ص١٥، من الترجمة العربية لمنصور القاضي.

[6] سعد الدين كليب: البنية الجمالية في الفكر العربي الإسلامي، ص ١٦٦.

والجمال هو إحساس يتوقف على ما يشعر به الإنسان تجاه هذا الشيء أو ذاك، أي أنـــه لا يوجد شيء جميل في ذاته، فبوسع كل إنسان أن يعتقد أنه جميل، بل إن الأشياء تعد جميلة أو غير جميلة طبقا لتقدير كل إنسان لها ولقوة تأثيرها في نفسيته، غير أن بعض الفلاسفة يرى أن تعريف الجمال هو مجرد دراسة للمفاهيم والمصطلحات الجمالية، وذلك بتحليل معنى الشكل والمضمون والنمط والذوق.[١]

وهناك اتجاهين بخصوص الجمال[٢]:

- المدرسة العقلية؛ وهي التي ترد تذوق الجمال إلى حكم عقلي، فيكون الحكم الجمالي عقلي محض من خلال العقل الظاهري.
- المدرسة العاطفية؛ وهي التي تؤكد العنصر العاطفي والوجداني في تذوق الجمال، وتهبط بقيمة العنصر العقلي في الحكم الجمال العقل الباطن.

ويعرف ستيس الجمال بأنه "امتزاج مضمون عقلي مؤلف من تصورات تجريبيـــة غيـــر إدراكية، مع مجال إدراكي، بطريقة تجعل هذا المضمون العقلي، وهذا المجـــال الإدراكـــي لا يمكن أن يتميز احدهما عن الآخر".[٣]

وفي الفكر الإسلامي يعتبر مفهوم الجمال واسعا ومتنوعا ومتعدد الجوانب، فهـــو مفهـــوم شمولي يكون في المحسوسات والأفكار والمعاني والمشاعر وغيرها، وكل ما في هذا الكـــون جميل، حيث أن الله في ذاته جميل يحب الجمال في كل شيء، واهتمـــام الإســـلام بالجمـــال واضح؛ إذ يلفت الإسلام انتباه المسلم إلى جمال صنع الله في الكون والطبيعة والمخلوقات .[٤]

---

[1] حاجي مباركة: الظاهرة الجمالية بين ابن حزم الأندلسي وأبي حامد الغزالي، ص٣.

[2] المكان نفسه.

[3] ولتر ستيس: معنى الجمال نظرية في الاستطيقيا، ص ٧٣، من ترجمة إمام عبد الفتاح إمام.

[4] انظر (الانترنت): شبكة البلاغ، مجاهد مصطفى بهجت ، الجمال والالتزام في الفن الإسلامي.

الجمال والفن..

هناك صعوبة في محاولة الفصل بين الفن والجمال، " فالفن يعد واحداً من الآلات التي يسيطر الجمال عليها، بل هو ميدان من ميادينه الفسيحة، وفي هذا الإطار إذا بحثنا عن الصلة بين الفن والجمال، وجدنا أن الفن يشير إلى العمل الإنتاجي، وأن الجمال يشير إلى الإدراك والاستمتاع، إلا أنه في بعض الأحيان يشار إلى فصل الظاهرة الفنية من حيث هي إبداع وخلق، عن الظاهرة الجمالية من حيث هي تذوق واستمتاع، كي لا يكون الفن شيئا مفروضا على المادة الجمالية" [1]. و بذلك فإن الجمال والفن يكملان بعضهما البعض، لتكتمل بذلك الصورة بهما معا، وقد "كان الفن ميدان الجمال على الأصالة، وعلى حين أن مضمون الجمال الطبيعي هو نسبيا فقير وهزيل، فإن مضمون الفن قد يكون على درجة من الثراء، حتى أنه يجسد في أشكاله المختلفة تقريبا كل الثقافات البشرية".[٢]

الدراما:

الدراما لفظ شائع بدأ في اللغة اليونانية، ثم انتقل إلى جميع اللغات، ومعناها في اليونانية "الفعل"، والدراما شكل من أشكال الفن القائم على تصور الفنان لقصة تدور حول شخصيات تتورط في أحداث هذه القصة، تحكي نفسها عن طريق الحوار المتبادل بين الشخصيات دون أن يتدخل الفنان بالشرح أو برواية ما يحدث. [٣]

والدراما هي الفن الذي يحاكي أفعال الإنسان وسلوكه عن طريق الأداء التمثيلي بوجه عام، بغض النظر عن الإطار الذي يقدم هذا الفن من خلاله؛ سواء أكان المسرح أم أي جهاز حديث مثل السينما أو التلفزيون أو الإذاعة.[٤]

---

[1] حاجي مباركة: الظاهرة الجمالية بين ابن حزم الأندلسي وأبي حامد الغزالي، ص٧.

[2] ولتر ستيس: معنى الجمال نظرية في الاستطيقيا، ص ١٥٣، من ترجمة إمام عبد الفتاح إمام.

[3] انظر: حسين رامز رضا، الدراما بين النظرية والتطبيق، ص٢٧-٢٨.

[4] محمد حمدي إبراهيم: نظرية الدراما الإغريقية، ص ١١.

والدراما كل أدب يُمثل، فالدراما أفعال وليست نصوصا، وواقع العمل الدرامي هي قيام شخص بأفعال شخص آخر أو بدوره سواء كان هذا الشخص حقيقياً أم خيالياً، ويجسد حادثا بكل تفصيلاته سواء كان الحادث حقيقياً أم خيالياً.[1]

وقد نشأت الكوميديا والتمثيليات الهزلية في بلاد اليونان على إثر حفلات العبادة والتكريم التي كانت تقام لإله الخمر"باكوس"، في موسم جني العنب وإعداده لصناعة الخمر، فكانت أجواء السرور تخيم على الموسم، فيسيرون في مواكب وسط صياح الضحك، وهم يتبادلون النكات فيما بينهم، وكلما التقوا ببعض المارة أخذوا يتراشقون بألفاظ نابية، أصبحت هذه الألفاظ تغذي فكرة القصة الهزلية وحوارها، فيسجل مؤلف القصة أحداث هذه المشاهد لتكوين قصته.[2]

وقد أخذت الدراما الإغريقية ثلاثة أشكال هي:[3]

- التراجيديا (المأساة): وهي عبارة عن مسرحية ذات موضوع جاد، ذي طابع حزين يتعرض لأفعال البشر وصراعاتهم.
- الكوميديا (الملهاة): وهي مسرحية ذات موضوع فكاهي ساخر، يرمي إلى عرض النقائص الإنسانية والعيوب الاجتماعية عن طريق تصوير البشر في مواطن نقصهم وضعفهم، والهدف منها أن يسخر الإنسان من العيوب لتقويمها.
- المسرحية الساتيرية: وهي تشبه التراجيديا في نمطها، لكن موضوعها يدور حول الأساطير، حيث حافظ أفرادها على ارتداء ملابس الساتيروي "أتباع الإله ديونيسوس" ، بالإضافة إلى أدائهم رقصة عنيفة .

وأخذت فنون الكوميديا والدراما بعد ذلك تتطور في اتجاهات مختلفة بناء على طبيعة المجتمعات وبحثها عن الضحك والسرور والفكاهة.

وقد شهد العصر الحاضر تطورا ملفتا في الدراما وطرق عرضها، حيث دخلت إلى أشكال مختلفة، ويعتبر المسرح أقدم الفنون الدرامية، ومن ثم السينما التي بدأت تظهر في أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين، ومن ثم ظهرت الدراما الإذاعية بعد انتشار الإذاعة

---

[1] زياد غزال : مشروع قانون وسائل الإعلام في دولة الخلافة، ص ١٦.

[2] لطفي فام: المسرح الفرنسي المعاصر، ص١١.

[3] محمد حمدي إبراهيم: نظرية الدراما الإغريقية، ص١١-٢١.

في عشرينيات القرن الماضي،[1] وصولا إلى التلفزيون الذي تطور عرض الأداء الدرامي بشكل كبير، لاسيما مع الاتصال الفضائي الذي أحضر لكل بيت أكثر من سينما عبر شاشات فضائيات تحوي كافة الأشكال الدرامية؛ من مسرحيات وأفلام وتمثيل وغيرها.

والتمثيل:

لغة: مثل تمثيلاً، وتمثالاً: الشيء بالشيء: شبهه به ، وجعله مثله .[2]

وهو تقمص الشخصيات الدرامية ومحاولة محاكاتها على أرض الواقع وتجسيد ملامح وصفات تلك الشخصيات وأبعادها المتباينة في الرواية أو المسرحية المكتوبة.[3] وعلى الرغم من الهدف الرئيسي لفن التمثيل وهو الترفيه بالمقام الأول، إلا أن التمثيل له أهداف أخرى كالتعليم وإعادة عرض المشاهد التاريخية وتقديم العلوم بأسلوب مؤثر جذاب.

والتمثيل هو العملية التي تصبح من خلالها المعرفة في متناول العقل، والتي من خلالها تتكون الصور التي نفكر حولها أو من خلالها، وإن ما يخزن في العقل يمكن تمثيله بطرائق عدة في أوقات مختلفة.[4]

---

[1] انظر: عادل النادي، مدخل إلى فن كتابة الدراما، ص٧.

[2] جبران مسعود: الرائد، ص ١٣٢٤ .

[3] (الانترنت): موسوعة المعرفة.

[4] شاكر عبد الحميد: عصر الصورة، ص ٦٨ .

المبحث الرابع:

تاريخ الجمال والفنون:

شهدت الفنون الجميلة اهتماما من قبل المجتمعات المختلفة على مر العصور، حيث ساهم الاهتمام المتراكم من قبل الأمم والشعوب المختلفة إلى تطور ايجابي في مختلف الفنون، التي كان يستحضرها للتسلية والترفيه والتربية، بل إن منها ما كانت وسيلة هجومية ضد الأعداء، "فلم يكف ذوو الإحساس المرهف من البشر عن استلهام الطبيعة والحياة، فأنتجوا فنونا رائعة حتى في عصور الظلام وفي فترات الأزمات الخانقة" [١].

كما كانت محاولة من البشر للتقرب من عالم الإلوهية جاءت عن طريق الفن، في وقت لم تكن فيه لشخصية إلههم براعة تغاير بالذات من طبيعة إفراد النوع، ولم تكن لهذه البراعة صبغة من التجرد والخلود والوجوب واللانهاية، بل كانت البراعة في القوة والشدة والصلابة والعضلات المفتولة والغرائز الحية، لذا كان فن النحت الركن اليماني في كعبة الفن، فالمجسمات المنحوتة كانت هي الإنتاج الفني الذي كان في إمكانه أن يعبر عن الكمال والجمال الطبيعي والغرائزي بأبعاده الثلاث، وكان فن الشعر والبيان في آخر قائمة الفن .[٢]

وعلى الرغم من ذلك، فإن ذكر الفنانين والفنون الإسلامية وغيرها من فنون الحضارات ورد متناثرا في كتب التراث، وكتب المؤرخين المسلمين الأوائل، وهي كتب لم تخصص لتأريخ الفن أو الكتابة عنه، مثل كتاب ياقوت الحموي معجم البلدان أو كتاب الأغاني لأبي فرج الأصفهاني وغيره.[٣]

---

[1] محمد أبو ريان: فلسفة الجمال ونشأة الفنون الجميلة، ص ٣.

[2] صلاح الدين سلجوقي: أثر الإسلام في العلوم والفنون، ص١٤.

[3] انظر: سمير غريب، في تاريخ الفنون الجميلة، ص ١٠.

الفنون عند اليونان :

١- عند أفلاطون:

يعتبر أفلاطون أول فيلسوف يوناني اهتم بظاهرة الجمال، فأقام للجمال مثالا هو الجمال بالذات، وبدأ أفلاطون باكتشاف سمات الجمال في الموجودات الحسية وفي الأفراد، إلى أن وصل إلى اكتشاف مصدر الجمال المحسوس في مثال الجمال بالذات في العالم المعقول "المثالي"، ثم ربط بين الحق والخير والجمال، وكانت مدرسة أفلاطون تحتفل بعيد الربات بطقوس دينية، وكان موعده في الفترة التي تكتسي فيها الطبيعة بأثواب الجمال في الربيع.[١]

ويرى أفلاطون أن الجمال أسمى من هذا العالم، ولابد لنا كي نتحسس بالجمال العميق في الأشياء من التقرب من المثاليات، ويرى أن الفن تقليد الصور، حيث أن الفن عنده محاكاة للطبيعة، والطبيعة محاكاة للأصل، فالفن إذا تقليد التقليد، وقد وقف أفلاطون موقفا معارضا للفنانين في عصره، حيث طرد الفنانين والشعراء من جمهوريته، لأنه يرى أن الفن يقلد الطبيعة فيحسنها، أي أن الفن في نظره هو محاكاة المحاكاة، ولا يجوز أن يربى النشىء على ذلك، لاسيما وان الفنانين يصورون الرغبات الدنيئة وأحط الغرائز ويحببونها إلى النفوس.[٢]

٢- عند أرسطو:

يعتبر أرسطو على خلاف مع أفلاطون في اهتمامه بالخطابة والشعر، واهتمامه بفن الإقناع في الخطابة والأسلوب وأشكاله الجمالية، وقد بين وظيفة الفن عنده في تقليد الطبيعة في عملها وبطريقة الفنان الخاصة، على الرغم من إقراره عدم قدرة العمل الفني على أن يكون مطابقا للطبيعة، لأن المحاكاة ليست في تطابق الأثر الفني مع ما تظهره الطبيعة من صور، بل إن الصورة الطبيعة هي نقطة البداية في عملية الخلق الفني فحسب.[٣]

---

[1] انظر: محمد أبو ريان، فلسفه الجمال ونشأة الفنون الجميلة، ص ٨ -١٠.

[2] انظر: مصطفى عبده، المدخل إلى فلسفة الجمال، ص٥٥ .

[3] انظر: أبو ريان، م.س ، ص ١٥.

كما اهتم أرسطو بالموسيقى لاسيما في المشكلات النفسية وقدرتها على تحقق الشعور بالراحة النفسية، واعتبر أن للفن وظيفة في التطهير الناتج من التذوق الفني الجمالي، حيث يشغل الفراغ مع الشعور باللذة والتطهير، وبذلك يقوم الفن بوظيفة ايجابية .[1]

في المسيحية:

نجد في الديانة المسيحية تمجيدا وترحيبا بالفنون وفكرة الجمال، حيث أن المسيحيين اهتموا بالفنون لاسيما في عصر النهضة الايطالية، وقد ظهر الاهتمام بالفنون في تزيين الكنائس والمعابد بالصور المختلفة واستخدامات الزجاج الملون في نوافذ الكنائس، وغيرها من الفنون التي ارتبطت بالدين والمقدسات المسيحية، بالإضافة إلى ما أنتجه الموسيقيون من المقطوعات الموسيقية التي تعزف على الأرغن وتترنم بها الجوقات الدينية في الكنائس.[2]

عند هيغل:

يعتبر هيغل من أبرز المهتمين في علم الجمال، حيث يعد كتابه في علم الجمال من أهم المراجع. ويرى هيغل أن الجمال هو التجلي المحسوس للفكرة التي هي مضمون الفن، والفن عنده ليس مجرد استنساخ وتقليد، فيرى أن محاكاة الفن للطبيعة لها قيمتها وأهميتها غير أنها ليست هدفا، فالطبيعة والواقع مصدران لا يستطيع الفن الاستغناء عنهما، ويعتبر اللذة ناشئة عن إبداع ما يشبه شيء في الطبيعة، كما أن الفن يقوم بتنشيط الإرادة الأخلاقية وتعزيزها في مواجهة الأهواء، حيث يرى أن على العمل الفني أن يكون ذا مضمون أخلاقي لتشجيع النفس في الصراع مع الأهواء. [3]

ويعتبر هيغل أن الجمال والفن، كليهما تعبير ووسيلة من وسائل معرفة الحقيقة القصوى للوجود[4].

---

[1] انظر: مصطفى عبده، المدخل إلى فلسفة الجمال، ص ٥٧.

[2] انظر: محمد أبو ريان، فلسفه الجمال ونشأة الفنون الجميلة ، ص ٢٤.

[3] انظر: هيغل، المدخل إلى علم الجمال، ص ٤٠-٥٣.

[4] هيغل: م.ن ، ص٦٢.

الفنون عند المسلمين:

لقد أولى الإسلام اهتماما مميزا و منذ بداية الدعوة الإسلامية بالفنون المختلفة، حيث واصلت الحضارة الإسلامية بعدها تطوير هذا الاهتمام الإسلامي الذي عني بتطوير جوانب مختلفة من الفنون؛ أبرزها فنون العمارة التي وصلت مرحلة متقدمة، بالإضافة إلى الفن الأدبي والشعري والزخرفة والخطوط.

كما اهتم المسلمون بالجمال الذي بات لهم فيه مفاهيم خاصة، في إطار خصوصية الفكر الإسلامي الذي ينطلق من عقيدة، فقد برز من المهتمين بالجمال الإمام أبو حامد الغزالي، وأبو حيان التوحيدي، وابن حزم الأندلسي وغيرهم الكثير من العلماء والفلاسفة المسلمين.

وضمن الخصوصية في نظرة المسلمين للجمال، يتحدث الغزالي عن الجمال بقوله: "يدرك الجمال الحسي بالبصر والسمع وسائر الحواس، أما الجمال الأسمى فيدرك بالعقل والقلب.. وإن كان الجمال بتناسب الخلقة، وصفاء اللون فإنه يدرك بحاسة البصر وإن كان الجمال بالجلال، والغبطة، وعلو الرتبة وحسن الصفات، والأخلاق، وإرادة الخيرات لكافة الخلق، وإفاضتها عليهم على الدوام، فإنه يدرك بحاسة القلب".[1]

وتتجلى النظرة الإسلامية للجمال بقول الغزالي، " لا خير ولا جمال، ولا محبوب في العالم إلا وهو حسنة من حسنات الله، وأثر من آثار كرمه، وغرفة من بحر جوده، سواء أدرك هذا الجمال بالحواس أم بالعقل، وجمال الله سبحانه أكمل الجمال". [2]

ويرى عباس العقاد "أن تقدير الأمم للفنون الجميلة يعبر عن مقدار حبها وتعلقها بالحرية،... وإنما تعرف الأمم الحرية حين نأخذ من التفصيل بين شيء جميل وشيء أجمل منه وتتوق إلى التمييز بين مطلب محبوب ومطلب أحب وأوقع في القلب وأدنى إلى إرضاء الذوق وإعجاب الحس، ولا يكون ذلك إلا حين تحب الجمال منظورا أو مسموعا أو جائلا في النفس أو ممثلا في ظواهر الأشياء وذلك الذي عيناه بالفنون الجميلة. " [٣]

---

[1] أبو حامد الغزالي : إحياء علوم الدين، ج ٤، ص ٢٥٦.

[2] أبو حامد الغزالي: م.ن، ص ٢٥٧.

[3] أميرة مطر: فلسفة الجمال، ص ٢٧١.

ومن أهم الجوانب الفنية والجمالية التي عني بها المسلمون:

- **العمارة:** حيث أدخلت العمارة الإسلامية خصوصية للبناء الذي تمتاز به المساجد في معالم البناء ومحتوياتها، من محراب وقباب وفناء داخلي يتسع للمصلين، وقد تطورت التشكيلة الجمالية للبناء إلى التفنن في إخراج النوافذ الجذابة، والتي مازالت ماثلة في الأبنية القديمة.
- **الخطوط:** فقد شهدت الحضارة الفنية الإسلامية اهتماما ملفتا بالخطوط العربية، والتي تطورت وأضافت صبغة جمالية إبداعية للتعبير، أصبحت تضاهي الفنون الأخرى، كالرسم والنحت، حيث تزين به المساجد بكتابة الآيات القرآنية بالخطوط المختلفة، والتي تشكل لوحات فنية رائعة في جمالها.
- **الزخارف:** تماشيا مع كراهية الفقهاء المسلمين للتجسيد الناتج عن النحت، لجأ الفنانون إلى القيام بصناعة الأشكال الفنية الزخرفية، والتي تُمثَّل فيها النباتات والرموز الهندسية الأخرى، حيث حرص المسلمون على تزيين المباني بها، لاسيما المساجد والمعالم المهمة.

في العصر الحديث:

ظهرت في العصر الحديث عدة مدارس فنية، فقد أعقب الثورة الفرنسية عام ١٧٩٣م تحولا إلى الكلاسيكية الجديدة، والتي حملت تمردا على الطرز الفنية السائدة. وتبع ذلك ظهور اتجاه جديد في الفن هو الرومانسية، والتي أضافت قيما وجدانية في التعبير عن المشاعر الفردية مقابل القيم العقلانية التي تتضمنها الكلاسيكية الجديدة. [١]

وفي منتصف القرن التاسع عشر، ظهرت المدرسة الواقعية في الفن، والتي استمدت من التحولات السياسية التي فرضت على الفنان تناول حياة الناس ومعاناتهم وواقعهم في فنه.
وتشعبت المدرسة الواقعية إلى اتجاهين: الأول هدفت القيمة الجمالية في أعمال فنانيه إلى ترجمة الواقع الذي يعيشه الشعب، والثاني كان هدف القيمة الجمالية فيه كوسيلة وأداة للإصلاح. [٢]

---

[1] انظر: إحسان العر، أثر المدارس الفنية الحديثة على فن الميدالية الأوروبية المعاصرة، ص٩.

[2] إحسان العر : م.ن، ص ١١.

وبعد ذلك، ومع التطور التقني والعلمي الذي احدث تغيرا واضحا في مسيرة الفنون التي اتخذت اتجاهات جديدة تماشيا مع التغيرات والمتطلبات المعاصرة، " حيث ظهرت العديد من المدارس والمذاهب الفنية التي جسدت طبيعة هذا العصر، فنجد في المدرسة التأثيرية كيف استفاد الفنانون من التحليل العلمي لطبيعة الضوء الذي تم اكتشافه على يد نيوتن، وتوالت بعدها المدارس الفنية كالتعبيرية والوحشية والتكعيبية والسريالية والتجريدية ..." .[1]

[1] إحسان العر، أثر المدارس الفنية الحديثة على فن الميدالية الأوروبية المعاصرة، ص١٣.

المبحث الخامس:

استخدام الجمال في وسائل الاتصال:

لقد سارت العملية الاتصالية كما غيرها من العلوم والفنون الأخرى بخطوات نحو التقدم، والتي تعتمد على التراكمية في الخبرات الإنسانية التي تشكل المخزون الإنساني المعرفي في العلوم المختلفة، فقد ساهم التطور الإنساني والحضاري إلى تطور وسائل الاتصال التي كان لتطوير اللغة كرموز يتم بها تبادل المعلومات والاتصال بين البشر، وما تبعها من اختراع الحروف الأبجدية واختراع الطباعة، التي اعتبرت ثورة اتصالية مهمة في القرن الخامس عشر، نقلت الاتصالات نقلة نوعية، حيث مكنت من ظهور الصحف والمجلات وأسهمت بوجود فعلي لوسائل إعلام متاحة للجمهور.

وقد واكب مراحل التطور الاتصالي، تطور تلقائي في الأداء الجمالي والاستخدام الفني لتطوير عرض المضمون للجمهور بصورة تحافظ على عملية الجذب واستقطاب القراء، وقد صاحب ظهور الصحف والمجلات، ظهور الإعلانات كأحد الركائز المادية التي تعتمد عليها الصحف، علاوة على ما أضافته من نمط جمالي تستدعيه الإعلانات التجارية التي يهدف المعلن منها جذب الجمهور القارئ، وهو ما يسعى الممنتج إلى تحقيقه، فيعزز مونتاج الإعلان بعناصر الجمال التي تحقق الغاية منه.

ومنذ بداية القرن العشرين، سارت العملية الاتصالية بتسارع ملحوظ في تقديم التطور التكنولوجي لوسائل إعلامية جديدة، كان أبرزها الراديو والتلفاز وظهور السينما والتصوير ، وتطور أداء الصحف باستعمال الألوان والصور، الأمر الذي أحدث تطورا في الاهتمام بجماليات العرض الإعلامي لمواد الإذاعة وظهور فنون إذاعية تتناسب وطبيعة الوسيلة الإعلامية الجديدة، وليس التلفاز بأقل شأنا من الإذاعة في ذلك، إذ أن البرامج التلفزيونية اندفعت بقوة نحو إدخال العناصر الجمالية وعرض المواد الفنية والدراما بشكل كبير ، وأخذت تطور في عملية الدمج الدرامي في برامجها المختلفة .

وفي عصر الاتصال الفضائي والأقمار الصناعية، فتح الباب على مصراعيه لإدخال وسائل الاتصال الحديثة فنونا إعلامية جديدة، كان للدراما والعناصر الجمالية الحظ الأوفر في تخللها لمختلف المواد الإعلامية، بالإضافة إلى تخصيص مساحات واسعة من بث الفضائيات لمواد فنية ووجود فضائيات متخصصة بذلك.

لذا فإننا نلاحظ أن هناك تطورا طبيعيا للاستخدامات الفنية والصبغة الجمالية في الإعلام، تتوازى مع التقدم الاتصالي والتكنولوجي الذي أسهم بفاعلية في استحداث آليات خطابية تحقق الجذب الجماهيري، وتلبي الرغبات الملحة في عصر التنافس الإعلامي على الجماهير، وعلى الرغم من القصور الواضح في الدراسات الإعلامية التي تربط اهتمام المدارس الإعلامية بمفهوم الجمال، إلا أن اهتمامها الضمني بذلك كان واضحا في مجاراتها مع تطورها التاريخي .

الفن ووسائل الإعلام المعاصرة:

يجد المتابع لوسائل الإعلام في عصرنا الحاضر زخما كبيرا من البرامج الفنية التي تقدمها مختلف الوسائل الإعلامية، فقد بات لكل وسيلة إعلامية فنونا خاصة بها تميزها عما سواها. فالإذاعة لها من البرامج الدرامية الإذاعية وفقرات الغناء والطرائف والضحك ما تمتاز به .

والصحيفة تتناول الجوانب الفنية في كاريكاتيرات يرسمها مختصون، بالإضافة إلى صفحات مختصة تعرف في بعض الصحف والمجلات بالاستراحة، يتخللها أمور ترفيهية وطرائف وغيرها.
وتكثر المواقع الالكترونية التي تأخذ بمثل هذه الفنون الترفيهية، إذ أن بعضها متخصص بذلك. ويعتبر التلفاز أحد أهم هذه الوسائل في طرقه للجوانب الفنية بأشكال جديدة ومحببة للناس ، حيث تتنافس الفضائيات في عرض برامجها الفنية من مسلسلات وأفلام سينمائية وفيديو كليب وغناء وبرامج خاصة بالترفيه تحاول القناة جعل المواطن المشاهد من منزله يعيش حدث الفرحة وهو في مكانه وتنقله بين أنواع من محببات النفوس.

ومن هنا فان الإعلام الإسلامي كأي إعلام لا بد وان يسير على ذات الفنون العامة التي وضعت للإعلام، من خلال استعمال الفنون الإعلامية المختلفة في برامجه ومنها الفنية التي لم تقتصر على الإعلام غير الإسلامي، باعتبار الفن من الأمور المباحة في الشريعة الإسلامية إن لم تتعارض مع ممارسة الشرع.

"فالإعلام الإسلامي الذي نسعى إليه يجب أن لا يظل مقصورا في نطاق الإعلام من إقامة الشعائر وفقه العبادات والأحوال الشخصية بل ينبغي أن تكون العملية الإعلامية بكل مكوناتها وأهدافها إسلامية خالصة دون الحاجة إلى وضعها تحت أي مسميات بهذا المعنى، لان الفلسفة التي تصيغ توجهات المجتمع بكل مؤسساته وتوجهاته ونظمه وقوانينه سوف تكون إسلامية، وبالتالي سوف يصبح المضمون الإعلامي تقويما وترشيدا للسلوك الإنساني في ضوء التعاليم المستمدة من القران والسنة.[1]

[1] محمود حماد وآخرون: وسائل الاتصال الحديثة وأثرها على المجتمعات الإسلامية، ص٤٧.

المبحث السادس:

الفن في التصور الإسلامي:

لم يكن الفن وليد عصر التقدم والاتصال، إذ أن الفن ذو جذور ممتدة على امتداد الحياة البشرية الطويلة، فلم تخل الحياة الإنسانية وبكل بساطتها من أساليب فنية كانت تلازم الحياة، ولم تكن حياة المسلمين في عصر صدر الإسلام بمعزل عن جوانب فنية نُقلت إلينا من الشعر واللهو واللعب وغيرها، حيث جاء الإسلام وضبط فنون العصر بجملة من الضوابط، وأتاح للمسلمين إباحة استعمالها، فلم تكن الحياة الإسلامية حياة جافة لا رطب من اللهو فيها، إذ أن الرسول _صلى الله عليه وسلم_ يقول:" **روحوا عن القلوب ساعة بعد ساعة فإن القلوب إذا كلت عميت**"[1].

وخصص بعض علماء المسلمين كتبا تفرد الموضوع بين دفاته، فيوسف القرضاوي في كتابه الإسلام والفن يستعرض موقف الإسلام من الفن وتفصيلاته ،" فقارئ القرآن يلمس هذه الحقيقة بوضوح وجلاء وتوكيد، فالقرآن يريد من المؤمنين أن ينظروا إلى الجمال مبثوثاً في الكون كله، في لوحات ربانية رائعة الحسن ، أبدعتها يد الخالق المصور ، الذي أحسن خلق كل شيء ، وأتقن تصوير كل شيء : **(الَذِي أَحْسَنَ كلَ شَيْءٍ خَلَقَه)** السجدة(٧) ، **(مَّا تَرَى فِي خَلْقِ الرَحْمَن مِن تَفَاوتُ)** الملك(٣) ، **(صنُع اللَه الَذِي أَتْقَنَ كُلَ شَيُ ء)** النمل(٣٣) . فالقرآن الكريم يلفت الأنظار، وينبه العقول والقلوب، إلى الجمال الخاص لأجزاء الكون ومفرداته".[2]

ومع إقرار علماء الإسلام للقاعدة الفقهية بأن الأصل في الأشياء الإباحة، ولا تحريم إلا بنص صحيح صريح من كتاب الله تعالى أو السنة النبوية، حيث ما لم يرد فيه نص يبقى في دائرة الإباحة، وما سكت عنه الشارع هو رحمة بالناس .

---

[1] أبو داوود: المراسيل، رقم الحديث ١٩٩١.

[2] يوسف القرضاوي : الإسلام والفن، ص٦ .

وحاجة الناس إلى فنون الكوميديا والفكاهة تأتي من رحلة الحياة الشاقة الحافلة بالمتاعب والآلام، حيث لا يسلم امرؤ فيها من تجرع لون أو ألوان من غصصها، و مكابدة آلامها، وأهل الإيمان أكثر تعرضاً لبلاء الدنيا من غيرهم، نظراً لخطورة مطلبهم، وكثرة من يعارضهم ويقطع عليهم طريقهم من ناحية أخرى، لهذا كان الناس في حاجة إلى واحات في طريقهم تخفف عنهم بعض عناء رحلة الحياة، و كان لا بد لهم من أشياء يروحون بها أنفسهم، حتى يضحكوا ويفرحوا ويمرحوا، و لا يغلب عليهم الغم و الحزن و النكد ، فينغص عليهم عيشهم ، ويكدر عليهم صفوهم و كان من تلك الأدوات الغناء والفكاهة و المرح ، و كل ما يستخرج الضحك من الإنسان، ويطارد الحزن من قلبه، و العبوس من وجهه، و الكآبة من حياته [1].

ومع كونه أتقى الناس على الوجود فقد وُصف الرسول _صلى الله عليه وسلم_ بأنه كان من أفكه الناس، حيث كان يمازح زوجاته ويداعبهن، ويستمع إلى أقاصيصهن كما في حديث أم زرع الشهير، و كان يسابق عائشة _رضي الله عنها_، حيث سبقته مرة، و بعد مدة تسابقا فسبقها، فقال لها : هذه بتلك. وقد وردت جملة من الأحاديث ذات الدلالة على مشروعية الفنون. فقد جاء رجل يسأله _صلى الله عليه وسلم_ أن يحمله على بعير، فقال له عليه الصلاة و السلام : "**لا أحملك إلا على ولد الناقة**" ! فقال : يا رسول الله ؛ وماذا أصنع بولد الناقة ؟ ! – انصرف ذهنه إلى الحوار الصغير – فقال " **وهل تلد الإبل إلا النوق** " ؟[2]. وقال زيد بن أسلم: إن امرأة يقال لها أم أيمن جاءت إلى النبي _ صلى الله عليه و سلم_ فقالت: إن زوجي يدعوك ، قال : "**ومن هو ؟ أهو الذي بعينه بياض** " ؟ قالت : و الله ما بعينه بياض ! فقال: "**بلى إن بعينه بياضاً** " فقالت : لا والله ، فقال _ صلى الله عليه و سلم_: " **ما من أحد إلا بعينه بياض**" [3]. وقالت عائشة رضي الله عنها: كان عندي رسول الله _ صلى الله عليه و سلم_ و سودة بنت زمعة فصنعت حريرة و جئت به ، فقلت لسَودَة : كلي ، فقالت : لا أحبه ، فقلت : و الله لتأكلن أو لألطخن به وجهك ، فقالت : ما أنا بذائقته ، فأخذت بيدي من الصحفة شيئاً منه فلطخت به وجهها ،ورسول الله_ صلى الله عليه و سلم_ جالس بيني و بينها ، فخفض لها

---

[1] (الانترنت): موقع القرضاوي، الإسلام والفن.

[2] رواه الترمذي، وقال: حسن صحيح ، رقم الحديث ١٩٩١.

[3] يوسف القرضاوي: الإسلام والفن، ص١٢٧-١٢٨.

رسول الله _ صلى الله عليه و ســلم_ ركبتيه لتستقيد مني ، فتناولت من الصحفة شيئاً فمسحت به وجهي ! و جعل رسول الله _ صلى الله عليه و سلم_ يضحك[1].

"والإسلام وضع حدودا وضوابط إن روعيت جاز استخدام كل وسائل العرض كالقصة والمقالة والشعر والنثر والمسرح والتلفزيون والقنوات الفضائية، بل إن استخدامها أصبح ضرورة شرعية، لان خلو الميدان من هذه الأمور التي أصبحت تؤثر على مجريات الأحداث والرأي العام ودخلت كل بيت واخترقت كل أذن وجالت في كل عقل وخاطر، يجعل وسيلة الدعوة إلى الله ناقصة غير كاملة، والتقصير فيها تخلف خطير سيسأل عنه المتسبب أمام الله"[2].

ومن الضوابط التي حددها علماء المسلمين للفن، ما أجمله يوسف القرضاوي في النقاط الآتية: [3]

- أن تنزه موضوعاتها التي تعرض فيها عن المجون والفسق وكل ما ينافي عقائد الإسلام وشرائعه وآدابه .
- أن لا تشغل عن واجب ديني أو دنيوي كالصلوات الخمس .
- أن يتجنب مرتادها الملاصقة والاختلاط المثيرين بين الرجال والنساء الأجنبيات عنهم منعا للفتنة ودرأ للشبهة .

[1] يوسف القرضاوي: الإسلام والفن، ص١٢٨.

[2] سمير الراضي وآخرون: وسائل الاتصال الحديثة وأثرها على المجتمعات الإسلامية، ص٣٠.

[3] الحلال والحرام في الإسلام، يوسف القرضاوي، ص٢٩٨.

الفصل الثاني:

الإعلام الإسلامي في ضوء المشهد الفضائي العالمي

"ثورة الصورة "

- تطور الإعلام الفضائي المعاصر.
- الصورة وصناعة التأثير الإعلامي.
- الإعلام الإسلامي وموقعه من المشهد الفضائي العالمي.
- الإعلام الإسلامي والتقنيات الجمالية الحديثة.
- قناة الرسالة في المشهد الفضائي.

مقدمة:

لقد شهد الإعلام وعالم الاتصال قفزات نوعية وسريعة خلال القرن الماضي والحالي، حيث تسارعت وتيرة الاكتشافات والتطوير التكنولوجي لوسائل الاتصال وتقنياته، الأمر الذي انعكس على الاتصال بين مختلف الفئات في المجتمعات المختلفة.

وقد استفادت وسائل الإعلام استفادة كبيرة من الانجازات البشرية التي دفعت بالإمكانات العقلية لاستحداث وسائل اتصالات اعتمدت الأقمار الصناعية، والتي تربط أجزاء الكرة الأرضية المتباينة مع بعضها في ذات اللحظة، فظهرت من جملة الانجازات التي أدخلتها الأقمار الصناعية الفضائيات، والتي لعبت دورا مهما في تزويد المشاهد بالصوت المصاحب للصورة في نقل المادة الإعلامية إليه بصورة مباشرة، الأمر الذي أتاح للمشاهد حرية الاختيار والتنوع في التخصص والموضوع والجغرافيا، فأضحى بذلك عالم بين يديه يتحكم به من خلال جهاز التحكم الذي يخفي ويظهر ما شاء من القنوات بضغطة بالأصبع ، وقد ساهمت الوفرة وانخفاض ثمن وسائل الاتصال الفضائي في سرعة انتشاره بين الناس بشكل كبير، وأسهم في ازدياد ملحوظ في دخول فضائيات جديدة بشكل متواصل حتى اللحظة.

والإعلام الإسلامي كما غيره، دخل معترك الفضاء الإعلامي، فأصبح له جزء من الترددات على الأقمار الصناعية، والتي جعلت له موضعا فيها، ليستفيد من المنجزات البشرية الحديثة في إيصال رسالته الإعلامية.

المبحث الأول:

تطور الإعلام الفضائي المعاصر:

نعلم أن الاتصال يعود إلى قدم حاجة الإنسان إلى التواصل بما حوله، حيث تبادل الإنسان المعلومات باستخدام الرموز والإشارات واللغات والنار وغيرها من وسائل الاتصال القديمة، وقد تطور استحداث وتطوير وسائل الإعلام من ظهور الصحف والإذاعة والتلفاز، حتى وصلنا إلى عصر ثورة الاتصال وما يملكه من قدرة على تبادل المعلومات بتقنيات حديثة مع ظهور الفضائيات والانترنت وغيرها.

وقد بدأ الاتصال الفضائي مع ظهور الأقمار الصناعية، لذا يرتبط لفظ الإعلام الفضائي بالأقمار الصناعية، والقمر الصناعي هو عبارة عن مركبة فضائيه صنعها الإنسان وأطلقها في مدار حول الأرض، والمعروف أيضا أن الأقمار الصناعية مجهزه بمعدات عمليه ذات تكنولوجيا متقدمه، الغرض منها إرسال المعلومات إلى الأرض لاسلكيا بعد جمعها بأجهزة متنوعة.

وقد أتاحت الأقمار الصناعية إمكانيات اتصال لم تكن ممكنة من قبل، فالاتصالات الأرضية كالكابلات البرية والبحرية تستخدم بين الأقطار المقاربة جغرافيا، فيما أن الأقمار الصناعية تتيح الاتصال بين الأقطار المتباعدة جغرافيا، وبمقدرة على إرسال واستقبال كل أشكال المعلومات.[1]

و كانت البداية لاستخدام الانترنت وتحديد المواقع بواسطة الأقمار وصور المدن والطرق وغيرها من أسرار وخصوصية الجيوش، حيث كانت تكلفة هذه التقنية باهظة لا تقدر عليها إلا الدول الغنية، ومن ثم أصبح استخدام هذه التقنيات في الحياة اليومية بكل يسر.[2] " فقد ولدت فكرة المعلومات من الكم الهائل من المعدات الخاصة بالاتصالات التي فرضتها حاجة الحرب

---

[1] انظر: محمد حمدي وآخرون، الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال العربية، ص١٢٨. من إصدار المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

[2] نادر عبد الحميد عمر: الأقمار الصناعية للهواة، ص٢.

إلى ما يمكن تسميته بأجهزة الربط بين صنوف الجيش وهي تخوض حربا على جبهات متنوعة ومتفرقة، وقد كانت البداية مع بحوث نظرية متنوعة، وما قدمه الأمريكي "جون فون نورمان" الذي أنجز بناء حاسبة الكترونية كبيرة عام ١٩٤٦م، بناء على طلب الجيش الأمريكي لقياس مسار الصواريخ، ومن ثم الدراسة التي نشرها العالم الأمريكي "كلود إي شانون" في عام ١٩٤٨م، لصالح مؤسسة الاتصالات الأمريكية، و التي أدت دورا مركزيا في ترسيخ هذا التوجه، وهكذا ولد مجتمع المعلوماتية "[١].

كما أدت تكنولوجيا الإعلام الجديد إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة، فألغت الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، حتى أصبحت معظم الصحف والمجلات والمطبوعات، وكذلك الإذاعات والفضائيات متاحة اليكترونيا، بتوفر صفحات لها على الانترنت، ويمكن متابعة مادتها سواء كانت مكتوبة أو مسموعة أو مرئية، حيث استفادت من خدمات الأقمار الصناعية لإتاحة الفرصة لجماهيرها في مختلف مناطق تواجدهم في العالم بمتابعتها.

وقد بدأ عصر الفضاء مع إطلاق أول قمر صناعي، وهو القمر الصناعي السوفيتي عام ١٩٥٧م واسمه" سبوتنيك ١ " ، وفي عام ١٩٦٢ أطلق علماء الولايات المتحدة الأمريكية إلى الفضاء أول قمر صناعي لهم أطلق عليه، " تلستار" ،[٢] وتوالى بعد ذلك إطلاق الأقمار الصناعية إلى الفضاء حتى أننا بتنا نسمع من وقت لآخر عن دولة تطلق قمرا صناعيا إلى الفضاء، وباتت مثل هذه الأنباء تتردد من وقت لآخر.

وبالتكنولوجيا الإعلامية الجديدة، ساهمت وسائل الاتصال المتاحة في زيادة حرية التعبير التي تنوعت وأضحت وفرتها في متناول الجميع ، فأصبح بإمكان أي مواطن أن ينشر ما يريد وإيصال ما يشاء إلى أعداد كبيرة من الناس، والحديث معهم بالصوت والصورة عبر الانترنت، الأمر الذي أسهم في ثورة حقيقية أنجزها التطور الاتصالي، مكّن الإنسان من السباحة في فضاءات واسعة في أنحاء العالم .

---

[1] ذياب فهد الطائي :أثر قوة التغييرات الذاتية في التقنيات الحديثة على الإعلام ، صحيفة المثقف، العدد: ١٣٤٥ ، ٢٠١٠/٠٣/١٥، أو على موقع الصحيفة على الانترنت.

[2] عبد الرزاق الدليمي: عولمة التلفزيون، ص ٥٤.

وأمام سياسة الفضاء المفتوح لم يعد هناك خيار أمام أية دولة سوى مواكبة التطور واللحاق بآخر ما وصلت إليه تكنولوجيا الإعلام، فمن يحاول أن ينعزل عن العالم ويُؤْثِر التقوقع، ستكون خسارته كبيرة في البقاء في الجهل و الحرمان من الاستفادة من سيل هائل من المعلومات والمعرفة التي تحملها وسائل الاتصال الحديثة.[1] ومن هنا كان الدافع للعالم العربي للحاق بتكنولوجيا الاتصال والبحث عن امتلاكها أسوة بدول وشعوب العالم الأخرى.

وقد " مّثل دخول شركات خدمات الإنتاج والبث التلفزيوني الفضائي إلى المجال الإعلامي العربي الجديد، عاملاً جديداً مهماً في تطور القنوات الفضائية العربية بشكل عام، والبرامج التلفزيونية بشكل خاص، إذ أدخلت هذه الشركات مع مطلع القرن الحادي والعشرين تقنيات اتصالية متقدمة، باعتماد ما يعرف بخدمة S.N.G ، والتي يمكن نقلها بسهولة إلى أي مكان في العالم، وتتعامل تقنية هذه الخدمة مع الأقمار الصناعية بموجب ترددات بث واستقبال فضائي، لنقل التغطيات الإخبارية وتوفير المضامين المرتبطة بالتعليقات والتحليلات السياسية، وغيرها من تلك المتعلقة بالأحداث المهمة للبرامج التلفزيونية، لتضيف خدمات إعلامية مهمة للقنوات الفضائية العربية"[2].

[1] انظر: الإعلام والمجتمع الرهانات والتحديات، ص٢٢.

[2] موسى الموسوي: الإعلام الجديد ..تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، ص ٣٢.

العرب و بدايات الاتصال الفضائي:

مع بدء الاستخدام العالمي لتكنولوجيا الاتصال الجديدة، وإطلاق أقمار صناعية لدول مختلفة بهدف تطوير إمكاناتها الاتصالية وسد حاجاتها، وضعت تلك المستجدات العالم العربي أمام تحديات ملحة، وقد أبدت الدول العربية اهتماما بفكرة الأقمار الصناعية لأغراض البث الإذاعي والتلفزيوني من خلال ما أوصى به وزراء الإعلام العرب في اجتماع لهم عام ١٩٦٧ م، بضرورة استخدام الأقمار الصناعية في تطوير وسائل الإعلام العربية، وبالرغم من مساعي الدول العربية منذ عام ١٩٦٧م لامتلاك قمر صناعي، فقد أطلق القمر الصناعي عربسات بأجياله الثلاث ابتداء من عام ١٩٨٥م، بالإضافة إلى القمر الصناعي المصري نايلسات ابتداء من ١٩٩٨ م، وبذلك دخل العالم العربي عصر الانفتاح الاتصالي .[١]

القمر الصناعي"عربسات":

يعتبر القمر الصناعي "عربسات" القمر الصناعي العربي الأول الذي يطلق للفضاء، و"عربسات" هي مؤسسة عربية للاتصال الفضائي تهدف لتوفير خدمات الأقمار الصناعية في العالم العربي، من خلال تقدم الخدمات الاتصالية لأعضائها في الدول العربية، وتعمل في إطار جامعة الدول العربية ومقرها الرياض .[٢]

وقد واجهت إطلاق القمر "عربسات" تحديات في طريق انطلاق البث العربي الفضائي الأول، من قبيل العمل العربي المشترك والمعيقات التي سببتها البعثات الثلاث من قبل اليونسكو لدراسة جدوى مثل هكذا عمل، بالإضافة إلى محاولات الاحتلال الإسرائيلي عرقلة المشروع بإعاقة إعطاء التصريح من خلال ضغط اللوبي الصهيوني على الكونغرس الأمريكي، حيث كانت الحجة أنها ستستخدم لأغراض من قبل أعداء إسرائيل، لذا خضع المشروع لشروط تمثلت في اتفاقية سرية تربط "العربسات" بالقمر الأمريكي الانتلسات، بالإضافة إلى احتكار قطع الغيار.[3]

---

[1] انظر: عبد الرزاق الدليمي: عولمة التلفزيون ، بتصرف. ص٩١-٩٤

[2] عبد الرزاق الدليمي: م.ن، ص٩٦.

[3] انظر: سامي الشريف: الفضائيات العربية، ص٤٨.

وقد وفر العربسات للدول العربية قنوات تلفزيونية وإذاعية، وقناة غزيرة الإنتاج تغطي الوطن العربي كله، بالإضافة إلى خدمات الاتصال الهاتفي، وخدمات نقل المعلومات، وخدمات الانترنت، حيث يمكن الاستفادة من القمر الصناعي في خدمات الانترنت السريعة، بالإضافة إلى خدمات الصوت والفاكس ونقل البيانات، وغيرها من الخدمات.[1]

أجيال القمر عربسات والاستفادة منها:

أطلق الجيل الأول من "العربسات "عام ١٩٨٥ م، وبدأت ببث مشترك لشعائر الحج ذلك العام، وانتهى عمره التشغيلي عام ١٩٩٢م، وقد كانت الاستفادة منه ضئيلة، حيث تأخرت الاستفادة من خدمات القمر الصناعي الأول في البث الفضائي التلفزيوني المباشر لمدة تزيد عن الخمس سنوات منذ إطلاقه عام ١٩٨٥م، وحتى ١٩٩٠م، بسبب الخلافات السياسية العربية، كما تأخر مشروع "عربسات" من الجانب التقني أكثر من ٢٣ عاما، حيث أُقرّ عام ١٩٦٧م، إلى تاريخ الاستفادة منه عام ١٩٩٠م . وقد عانى القمر الأول من الأعطال الفنية كثيرا، وتوقف عن العمل لشهور، وبلغت نسبة الإفادة منه عام ١٩٨٦ (٢,٤%)، حيث لم يستغل القمر الصناعي في الاستفادة الهاتفية اللاسلكية بين الدول العربية حتى عام ١٩٨٧م، إلا بنسبة ١%. [2]

أما الجيل الثاني فقد أطلق عام ١٩٩٦م، وضم ٣٤ قناة قمرية، وتميز بالاستفادة من خدمات القمر الصناعي بجيله الثاني، حيث توفير الاحتياجات الأساسية للاتصالات في الوطن العربي، بالإضافة إلى الخدمات الاتصالية الرقمية الجديدة، وتوفير خدمات بث تلفزيوني عالي القدرة،[3] و قد تمت الاستفادة من القناة غزيرة الإنتاج وإمكانية الاستقبال المباشرة في المنازل بأطباق صغيرة الحجم "الصحن"، كما ظهرت القنوات الخاصة والمتخصصة مثل الجزيرة في الأخبار، وغيرها، و انتقل البث الفضائي من تفرد القنوات الحكومية إلى ظهور قنوات خاصة.

---

[1] محمد نصر مهنا: مدخل إلى الإعلام العربي في عالم متغير، ص١٧٣.

[2] سامي الشريف: الفضائيات العربية، ص٥٠.

[3]. انظر: عبد الرزاق الدليمي: عولمة التلفزيون ص٩٧-٩٨

أما الجيل الثالث فقد أطلق القمر الصناعي الأول من هذا الجيل عام ١٩٩٩م، حيث غطى الجيل الثالث جميع المناطق الدول العربية وقارة أوروبا، إضافة إلى بعض مناطق أمريكا الشمالية والجنوبية، حيث يستطيع العرب في دول خارج الوطن العربي مشاهدة قنوات عربية وإسلامية، و برزت في هذا الجيل القنوات المتخصصة والنوعية، حيث ظهرت القنوات الدينية والإخبارية وغيرها. وبعدها ظهر الجيل الرابع بدر٤ عام ٢٠٠٦م، وأطلق بدر ٥ بداية ٢٠١٠م.[١]

القمر الصناعي "نايلسات":

نايلسات هو القمر الصناعي المصري العربي الثاني بعد القمر "عربسات"، والذي أطلق عام ١٩٩٨م.[٢] وقد تمت الاستفادة من "النايلسات" في الإرسال الإذاعي والتلفزيوني وخدمات النقل التلفزيوني للمواد الصحفية وتوفير معلومات أسواق المال، ونقل البيانات، وغيرها، بالإضافة إلى خدمات الانترنت في القمر(١٠٢)، كما زاد "النايلسات" من فرصة تواجد الفضائيات العربية على الساحة الدولية إلى جانب "العربسات". [٣]

وبهذا نلاحظ أن الإعلام العربي دخل منظومة الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية، فأدخل فضائيات إلى دول أخرى وبلغاتها، في ذات الوقت الذي دخلت إليه فضائيات من دول غير عربية باللغة العربية، حيث أثرت تلك الثقافات الواردة إلينا في ثقافتنا، واقتحمت خصوصياتنا العربية عبر الانفتاح الإعلامي في ظل العولمة، بل إن الاتصال الفضائي حقق لنا على المستوى العربي" تواصلا غير مسبوق بين أبناء الشعب العربي، على نحو أصبحنا معه أكثر قربا وفهما كل منا للآخر" [٤].

وقد فتحت الأقمار الصناعية الباب أمام الإعلام الخاص غير الحكومية للتواجد على الساحة الفضائية، حيث اتسعت حرية التعبير بإطلاق قنوات مخالفة للنهج السياسي الحكومي العربي الذي لم تكن الحكومات ترغب في وجوده من قبل، وكانت الأنظمة السياسية تحتكر

---

[1] انظر: سامي الشريف: الفضائيات العربية، ص٥١.

[2] الانترنت: موقع النايلسات على الانترنت.

[3] سامي الشريف: م.س، ص٥٤.

[4] تيسير أبو عرجة : الإعلام العربي وسائله ورسائله وقضاياه، ص ٨٦.

الإعلام ، وبذلك أدى "الانتشار الفضائي إلى تحول جذري في المشهد الإعلامي العربي الذي انتقل بالمشاهد في ظرف سنوات معدودة من عصر القناة التلفزيونية الواحدة، إلى عصر مئات الفضائيات العربية" [1]، إلى أن أصبحت القنوات الخاصة أكثر من الحكومية، وقد شكل انطلاق قنوات فضائية لم يألفها المواطن العربي الذي اعتاد على الخوف والسكوت نقلة نوعية نحو حرية التعبير، إلى أن أضحى التعبير عن الرأي هذه الأيام أكثر سلاسة، وله طرقه الكثيرة التي يستطيع المواطن التعبير بها، حتى في أكثر الدول ديكتاتورية وقمعا للحريات، كما حصل في ثورات تونس ومصر وليبيا ودولا عربية أخرى، استفاد شبابها من وسائل اتصال حديثة، أبرزها "الفيسبوك"، في تغيير أنظمة الحكم الاستبدادية في بلادهم.

وقد تنوعت القنوات بتخصصاتها المختلفة، بل وتعددت في ذات التخصص، فلم يعد للقناة الشمولية التي كانت تشرف عليها الحكومة أهمية كبيرة في ظل التخصصية التي بات المواطن يبحث فيجد ما يريد من التخصصات المطروحة عبر الفضاء، فهناك القنوات الإخبارية، والرياضية، والفنية، والأفلام، والغناء، والدينية، والاقتصادية، وغيرها الكثير من النماذج التي باتت تعد بالمئات.

كما أن الإعلام الفضائي لم يقتصر على القنوات التلفزيونية الفضائية، إذ أن الإذاعة دخلت هي الأخرى عالم الفضاء، ليصل الإعلام المسموع هو الآخر إلى جمهوره أيمنا تواجد.

وقد دخل العالم العربي مرحلة الاتصال الفضائي، فأصبح مؤثرا ومتأثرا بما تطرحه العولمة عبر وسائل الاتصال، وبما أن التدفق المعلوماتي يعتمد على إنتاج المواد الإعلامية، حيث نعتمد في كثير منها على الغرب ليبدو العالم العربي مستهلكا لهذه المعلومة، فكثير من الأخبار نتلقاها من وكالات أجنبية عن بلادنا، ناهيك عن المواد السينمائية والأفلام الأجنبية التي نتابعها بكثرة، حتى أن برامج الأطفال التي تبث في قنواتنا المتخصصة فيها نسبة كبيرة من المواد المترجمة.

[1] مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر": المرأة العربية والإعلام، ص٣٨، تقرير تنمية المرأة العربية الثالث.

القنوات الفضائية الأجنبية باللغة العربية:

لقد حاولت الدول الأجنبية الدخول إلى الجمهور العربي عبر وسائل كثيرة قبل الاتصال الفضائي، وتعزز ذلك مع انطلاق الاتصال الفضائي، وتكتسب المنطقة العربية أهمية إستراتيجية جعلتها هدفا للإعلام الموجه عبر الفضائيات، حيث تكمن أهمية المنطقة العربية من عمقها الحضاري والإسلامي، وانعكاسات الصراع العربي الإسرائيلي فيها، وما استجد من الحرب على العراق وغيرها. ونورد أمثلة على هذه القنوات في معرض التوضيح فحسب:

- **قناة العالم الفضائية:** وهي قناة إيرانية تقوم بتغطية إخبارية لمستجدات المنطقة العربية، وهي تابعة لهيئة إذاعة وتلفزيون الجمهورية الإسلامية الإيرانية، حيث تهدف إلى طرح وجهة نظر الثورة الإسلامية، ومواجهة الدعايات ضد النظام الإيراني، وتقريب وجهات النظر مع المنطقة العربية.

- **الفضائية الإسرائيلية:** لقد سعت دولة الاحتلال الإسرائيلي من خلال قنواتها الناطقة باللغة العربية إلى توجيه خطابها للشعب الفلسطيني والعربي لتسويق أهدافها ومحاربة فكرة العداء لإسرائيل، وتطبيع العقل العربي وتسويق الدعاية الإسرائيلية ومواجهة الحملات التحريضية ضد إسرائيل، حيث بادرت لبناء وكالتها الفضائية عام ١٩٨٣م، بمساعدة الولايات المتحدة الأمريكية، وتمكنت من الحصول على عدة أجيال من الأقمار الصناعية منها "أفق١و ٢ و٣ " ، بالإضافة إلى إطلاق قمرين صناعيين خاصين بالاتصالات والبث الفضائي التلفزيوني،" عاموس١" و"عاموس ٢"، ثم قمر "سبوت بيم"، وتبث لإسرائيل قناة باللغة العربية على القمر الصناعي "انتلسات" .[1]
إلا أن القناة لم تلب الغرض من إنشائها نتيجة تدني مستوى مشاهدتها وذلك يعود لعدم بثها على القمريين العربيين، ولظهور الإعلام العربي المتخصص مثل الجزيرة للإخبار، وقنوات الأفلام والأغاني وغيرها.

[1] انظر: عبد الرزاق الدليمي: عولمة التلفزيون، ص ١٨٤-١٨٥

- **قناة الحرة:** ظهرت عام ٢٠٠٤م، كخطوة من مشروع دبلوماسية الرأي العام الأمريكية، ويمولها الكونغرس الأمريكي، وظهرت بعد الحرب الأمريكية على العراق وأفغانستان. وتهدف إلى تجميل صورة أمريكا في المجتمع العربي وتخفيف حدة الكراهية للسياسة الأمريكية.[1]

[1] عبد الرزاق الدليمي: عولمة التلفزيون، ص ١٧٨-١٧٩

المبحث الثاني:

الصورة وصناعة التأثير الإعلامي:

التأثير الإعلامي:

ليست العملية الاتصالية بمعزل عن أهداف تسعى لتحقيقها، إذ أنها تهدف في نهايتها إلى تحقيق "الرجع"، والذي يسعى إليه الإعلام عبر تنوع الأساليب والطروحات المقدمة لجمهور يمتاز باختلاف الأذواق والاهتمامات، لذا فان تحقيق التأثير وإن كان الهدف من البرامج الإعلامية المختلفة، إلا انه ليس من السهولة بمكان في ظل عدم التجانس لدى الجمهور المتلقي، وصعوبة تلبية رغباتهم والتغيير في سلوكهم .

وهناك ثلاثة مراحل من التأثير الناجم عن الإعلام وهي: [1]

١- **التأثيرات المعرفية:** والتي تتمثل في المعلومات التي يستقبلها الإنسان عن طريق الحواس، والتي تستحوذ على انتباهه، فيقبلها الإطار المرجعي أو يرفضها، وبما أن وسائل الإعلام تقوم بتزويده بقدر كبير من المعلومات في جوانب الحياة المختلفة، فإن الاتصال الجماهيري يعتبر مصدرا مهما من مصادر المعرفة الإنسانية.

٢- **التأثيرات في المواقف:** بعد قدوم المعلومات عن طريق الحواس فإن الإنسان يقبل بشكل عام المعلومات التي تتفق مع مخزونه المعرفي، وهذا يتطلب أن يسبق التغيير في العملية الاتصالية إدخال معلومات جديدة بالتعليم، لذا فإن المعلومات التي يستقبلها الإنسان من وسائل الإعلام تؤثر في اتجاهاته وآرائه.

٣- **التأثيرات السلوكية:** إن المعلومات الواردة تحدث تفاعلا مع المخزون المعرفي، لتخلص التفاعلات إلى السلوك الإنساني، فمعلومات وسائل الإعلام عن مرشح للانتخابات _على سبيل المثال_ تكون ذات تأثير قوي على قرار انتخابه، حيث تقوم وسائل الإعلام بدور المحفز التي تصب في مخزونه المعرفي، ويؤدي تفاعلها إلى تكوين صورة عقلية معدلة تنتج السلوك.

---

[1] انظر: عصام الموسى: المدخل في الاتصال الجماهيري، ص ١٢١- ١٢٥.

وقد ظهرت عدة نظريات في التأثير الإعلامي منها:[1]

١- **نظرية القذيفة السحرية:** استخدمت في الحرب العالمية الأولى لتطوير برامج دعائية وإيجاد روابط بين الفرد والمجتمع، حيث أدت الدعاية المستخدمة إلى تعلق الأمة بالقصص الإخبارية والأشكال الإعلامية المختلفة، فأصبحت وسائل الإعلام أدوات لتحقيق حب الناس لبلادهم وكرههم لعدوهم، حتى تحقق إقناع الشعب بذلك، وبعد انتهاء الحرب تعزز اعتقاد بالقدرة البالغة لوسائل الاتصال في تشكيل الرأي العام.

وتقوم النظرية على أن وسائل الإعلام ذات قوة مطلقة، تطلق رسائلها فتتلقاها الجماهير المنتظرة على الجانب الآخر دون أن يكون هناك حائل بينها.

٢- **نظريات التأثير الاختياري:** أسهمت الدراسات في دحض فكرة أن تعرض الفرد لوسائل الإعلام ذو آثار فورية ومتماثلة ومباشرة على الجمهور، فكان لفهم دراسات علم النفس لآثار وسائل الإعلام دور مهم في ظهور العديد من النظريات:

- **نظرية الفروق الفردية:** حيث وجد علم النفس أن الناس مختلفين في بنيتهم النفسية، وأن شخصية كل فرد فيها تركيبة إدراكية مختلفة من حيث الاحتياجات والعادات الإدراكية والمعتقدات والاتجاهات والمهارات.

- **نظرية الفروق الاجتماعية:** حيث تطورت التراكيب الاجتماعية، وشكل الناس في المجتمعات فئات اجتماعية متعددة ومختلفة، الأمر الذي كان له فهم لأبعاد التأثيرات على الجمهور في ظل الاهتمام بالانتقائية لديه.

- **نظرية العلاقات الاجتماعية:** فجمهور وسائل الإعلام ليسوا أفرادا منعزلين، إذ أنهم مرتبطون ببعضهم في تشكيلات واتحادات وتجمعات أخرى، ذات تأثير فعال في توجهاتهم وآرائهم.

---

[1] انظر: ملفين ل.ديفير، ساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ص ٢٣١-٢٦٠، من ترجمة كمال عبد الرؤوف.

ومن أنواع التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام للإنسان:[1]

- **تغيير الموقف والاتجاه:** حيث أن لوسائل الإعلام القدرة على تغيير نظرة الناس إلى العالم من حولهم، من خلال تغيير مواقفهم تجاه الأشخاص والقضايا، وحكمهم عليهم.
- **التغيير المعرفي:** حيث تؤثر وسائل الإعلام في التكوين المعرفي للإفراد، من خلال عملية التعرض طويلة المدى لمعلومات وسائل الإعلام.
- **التنشئة الاجتماعية:** فقد أصبحت وسائل الإعلام لاعبا رئيسا في عملية التنشئة الاجتماعية، وتنشئة الأفراد وتثقيفهم وتعليمهم السلوك، إضافة إلى تلقينهم المعارف والعقائد التي تشكل هويتهم الثقافية والحضارية.
- **الإثارة الجماعية:** حيث تصل وسائل الإعلام إلى قدر كبير من الناس، وتُستخدم لتحريك الجماهير واستنفارهم.
- **الاستثارة العاطفية:** من خلال استخدام أساليب عرض مختلفة من شأنها أن تحرك مشاعر الناس وعواطفهم .
- **الضبط الجماعي:** فوسائل الإعلام تعتبر سلطة يحسب حسابها داخل المجتمع.
- **صياغة الواقع:** حيث تقوم وسائل الإعلام بصياغة الواقع الاجتماعي أو الاقتصادي أو السياسي للجمهور، بحيث يبدو وكأنه واقعي وطبيعي ومعبر عن الحقيقة.
- **تكريس الأمر الواقع:** وقد تقوم وسائل الإعلام بتكريس ما هو سائد، من خلال مسايرة وتزكية ما هو قائم، وذلك بدعم الطريقة التي يدار فيها المجتمع، بإقرار الأمر الواقع وتبريره.

[1] محمد بن عبد الرحمن الحضيف: كيف تؤثر وسائل الإعلام، ص ٣٠.

الصورة والمشهد الإعلامي المعاصر:

تعتبر الصورة من أدوات الخطاب القديمة الحديثة، والتي يستعان بها للتوضيح والدلالة لقوة تأثيرها وغزارة ما تحمله من معان وإجابات عما لا تقدر عليه الكلمات، وقد ساهم التطور التقني في إحداث تطوير على الصورة التي أضحت أبرز وسيلة لإيصال الخطاب والاتصال بين البشر، فلم يعد الصوت وحده الذي ينفذ عبر موجات الاتصال، إذ أن أي شخص وأينما كان، يمكنه التواصل مع الآخرين صوتا وصورة، لذا فقد أصبحت الصورة تسيطر على المشهد الإعلامي الجديد، على حساب اللغة المنطوقة والمكتوبة .

وقد شهد التعبير التصويري قفزات ومحطات أهمها:[1]

١) السينما: حيث بدأت السينما في بداية القرن العشرين ومن خلال تحريك الصور بطريقة تتابعية لمحاكاة الحركة الحقيقية، وأضيف الصوت والموسيقى والمؤثرات الصوتية والألوان لصناعة مشاهد درامية صورية وصوتية، تخترق حواس الإنسان، وقد استطاعت أن تهيمن على العقول بالرغم من اعتمادها على الصورة المتخيلة، وتطورت بعد ذلك الأفلام السينمائية والتمثيل وغيرها.
٢) الصورة التلفزيونية الحية: بعد اختراع التلفاز الذي اندمجت فيه الصورة المتحركة مع الصوت، فيما سمي بعصر الصورة الحية، حيث أصبح التلفاز الوسيلة الجماهيرية الأكثر أهمية في تلقي المعلومات والترفيه، نظراً لاعتماده على فنون الصورة الناطقة.

فإذا دخلت الصورة في فكر الإنسان وخزنت في ذاكرته، فإنها جميعا تكون متيسرة وقد تكون حقيقية بمجرد دخولها إلى العقل، بحيث تصبح كلها صورا كامنة في الذاكرة الحقيقية وغير الحقيقية على حد سواء. [2]

ومع إمكانية التحكم في الصورة بالمونتاج وتغيير حقيقتها بإخفاء أو إبراز جانب منها، كان للنقل التلفازي المباشر مصداقية لا تنافسه فيها وسائل الإعلام الأخرى من حيث نقل الصورة كما هي على حقيقتها للمشاهد، وهذا انجاز آخر يضاف إلى تطور الاتصال

---

[1] محمد جاسم الموسوي: اتجاهات إعلامية معاصرة، ص٤٣-٤٤ .

[2] محمد جاسم الموسوي: م.ن، ص٤٤.

الفضائي الذي يربط المشاهد بالحدث مباشرة مع وقوعه عبر الأقمار الصناعية وأجهـزة البث المباشر .

٣) الدمج بين الخيال والواقع: فقد أصبح بالإمكان لاسيما في البرامج الترفيهية، الخلط بين الأنواع المختلفة من الصور، بإضافة صور حقيقية إلى صور ممثلة أو خيالية وإنتاج أعمال إعلامية ذات صبغة تحكمية مسبقة من قبل منتجيه، وعلى درجة عاليـة مـن الدقة والتأثير، حيث ساهم الحاسوب في صناعة الواقع الافتراضي الذي يجمـع بـين جماليات الخيال والواقع في قالب فني مبدع.

التأثير الإعلامي للصورة:

"تؤكد الدراسات العلمية أن البصر يلعب دورا رئيسا في عملية الإدراك، حيث يمد الإنسان بكمية غير محدودة من المعلومات عن البيئة المحيطة به، ولذلك يعتبره الكثيرون الحاسة المهيمنة عند الإنسان، حيث يميل الإنسان غالبا إلى تصديق ما يراه إذا ما تعارضت المعلومات الحسية، ولذلك فقد تزايدت مكانة الصورة الصحفية كأداة إعلامية لأسباب عديدة أكدتها الأبحاث التي أشارت إلى أن ٧٥% من قراء الصحف يلاحظون الصورة وأكثر من ٥٠% يلاحظون العناوين الرئيسة" [١]، حيث يعبر ذلك عن أهمية الصورة وقدرتها على شد الانتباه وجذب الجمهور، وبالتالي مقدرتها على إيصال الرسالة الإعلامية بشكل أفضل.

و"لا تحتاج الصورة دائما إلى المصاحبة اللغوية كي تنفذ إلى أدراك المتلقي، فهي بحد ذاتها خطاب ناجز مكتمل، يمتلك سائر مقومات التأثير الفعال في مستقبليه " [٢]

وكما يقول الفيلسوف "فيورباخ": "لاشك أن عصرنا يفضل الصورة على الشيء، النسخة على الأصل، التمثيل على الواقع، المظهر على الوجود..."[٣] ، فقد باتت الصورة تحمل جمالا يضاهي الأصل، نظرا للإمكانية العالية في معالجة المشاهد وتزينها بصورة تزيد الجذب وشد المتلقي.

"فلم يعد الحديث اليوم عن الصورة ممكنا دون الحديث عن علاقة هذا الكائن ببعض المفاهيم المتباعدة اصطلاحيا كجزء من تكامل معرفي مطلوب، لا تتم عملية التحليل والاستيعاب إلا من خلالها، فإذا ما عرفنا أن الصورة تشكل البيئة التي يمكن أن تضمّ مختلف مفردات الحياة ومصطلحاتها والتعبير عنها بطريقة جمالية عبر آليات العرض البصري، بدءا من الفكرة وانتهاءً بالمتوالية الصورية التي يبثها العرض، وإذا ما كان العرض الصوري منتجا حتميا لمجموعة الصور ويرتفع بجودتها ويتأثر برداءتها، فمن المستحسن هنا الوقوف على ماهية هذه الصور وبالتالي مدى علاقتها بمجالات الثقافة كمصطلح حياتي." [٤]

---

[1] محمد عبد الحميد والسيد بهنسى: تأثيرات الصورة الصحفية النظرية والتطبيق، ص ٢٣.

[2] حسن السوداني: قراءة المرئيات دراسات في الإعلام المتخصص، ص١٧.

[3] السوداني: م.ن، ص٩.

[4] السوداني: م.ن، ص٨ .

وقد أضحت الصورة الإعلامية الساكنة والمتحركة عنصرا رئيسا في صناعة الرسالة الإعلامية وصياغتها لتكون مكملة للنص الإعلامي أو مستقلة عنه في عملية إقناع الجمهور والتأثير فيه، بل إن الصورة أصبحت من أهم عناصر التأثير في الجمهور بقصد زيادة وعيهم بدلالات الرسالة الإعلامية، أو تغيير مواقفهم واتجاهاتهم تجاه القضية التي تتناولها الرسالة الإعلامية، حيث انتقلت الصورة إلى موقع الهيمنة في العملية الإعلامية إثر التطور الكبير في تكنولوجيا الصناعة الإعلامية التي منحتها فرصة الانتشار والصدارة، بالإضافة إلى يسر وصول الرسالة عبر الصورة إلى شرائح المجتمع المختلفة. [1]

كما أن الصور المتحركة تتفوق بامتلاكها عنصري الصوت والصورة، وهي بذلك تخاطب حاستين في آن واحد، مما يعزز نجاحها، إذ كلما زاد التأثير على حواس المتعلمين زاد نجاح الوسيلة في تحقيق أهدافها، كما أن الصورة المتحركة تتصف بالديناميكية التي تميزها عن باقي الصور التي يمكن تمثيل الحركة فيها عن طريق الإيحاء فقط، فالصور المتحركة تمتاز بخصائص نفسية وجمالية ومعرفية تستطيع أن تترجم مختلف الدلالات العلمية، وقد استثمر المخرجون الحركة للتعبير عن دلالات متعددة في الفن الدرامي اتخذت كأساس للتعبير عن منطلقات فكرية عديدة، فقد أصبحت الحركة الرأسية الصاعدة معبرة عن الأمل والتحرر، والحركة الرأسية الهابطة معبرة عن الاختناق أو الدمار، وتعبر الحركة المائلة عن القوى المعارضة وتخطي العقبات، وتشير الحركة المقوسة إلى الخوف كحركة الثعبان، والحركة الدائرية تعبر عن المرح والطاقة كحركة العجلات، أما الحركة البندولية فهي تعبر عن الإحساس بالرتابة والضيق، والحركة المتجهة للمشاهد تكون أكثر أهمية وإثارة للاهتمام من غيرها لأنها تزداد في الحجم كلما زاد اقترابها عكس الحركة المتراجعة. [2]

وفي عصر الإعلام الفضائي فان خدمات الإنتاج والبث التلفزيوني الفضائي تقدم خدمات البث المباشر، عن طريق إجراء تغطيات إخبارية مباشرة، وتوفير صور تلفزيونية للأحداث المهمة، وتوفير المعلّقين والمحللين السياسيين والعسكريين والاقتصاديين والرياضيين، لإجراء البرامج التلفزيونية الحية المباشرة على الهواء، من دول ومدن مختلفة في البلدان المختلفة، حتى أصبح المشاهد شاهد عيان على ما يجري في ظل تفاعله المباشر مع الصورة واندماجه بأحداثها وتفصيلاتها. [3]

---

[1] محمد البشر، أيديولوجيا الإعلام، ص ٣٨.

[2] انظر: حسن السوداني، قراءة المرئيات دراسات في الإعلام المتخصص ص ١٩- ٢٠ .

[3] انظر: موسى الموسوي ، الإعلام الجديد ..تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، ص ٣٢ .

وبعد أن كانت الصورة تتطلب جهودا كبيرة في إيصالها داخل البلد الواحد، أصبحت حالة الانفتاح التي نعيشها بسبب ما حققته الأقمار الصناعية من تطور في عملية إيصال الصورة والصوت واللون إلى أية بقعة في العالم أمرا ميسورا، لا يتطلب أكثر من جهاز استقبال تلفزيوني ليصبح الفرد هدفا لكم هائل من البرامج والمواد الإخبارية والأفلام والإعلانات وغيرها، فالصورة غدت الأداة الثقافية الأكثر استهلاكا والأقدر على الفتك بنظم المناعة لدى الشعوب العربية والإسلامية، وهو ما لم تستطعه المادة التقليدية المكتوبة على الرغم من سحرها المعرفي والجمالي، فالصورة مادة مكتنزة بالخطابات والرسائل والدلالات تقدم للمستهلك بدرجة كبيرة من الجاذبية والإغراء، حتى ارتبط المضمون التلفزيون بثقافة الصورة.

فإذا كانت المعرفة في ما مضى قد ركزت على السماع وثقافة الإذن، فان عصرنا هذا قد أضاف إلى ذلك عنصرا آخر يتكامل مع الأول ويغنيه، وهو عالم الصورة وثقافة العين وبخاصة في ما نشهده من "عملقة تكنولوجية في الميادين التقنية والتخصصات العلمية الدقيقة مثل الميكروبيولوجيا،... وفي عالم اليوم تتسيد الصورة بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتمثل انتقالا نوعيا في بناء العالم الحديث بما تحمل من دلالات فكرية متنوعة لها علاقة بصناعة الوعي وتشكيله وتوجيهه ".[1]

وعلى الرغم من تأثير المشهد الآني في المتلقي، إلا أن تأثير الصورة لا ينتهي وقتئذ، بل يستمر التأثير مستقبلا، حيث أن انطباع الصورة في ذهن المتلقي واستذكاره لها بتكرار تخيلها، يضيف مزيدا من التأثير الذي تصنعه الصورة، وإمكانية تحقيق الرجع، وهذا يدلل على الأهمية الكبيرة التي أتاحتها تكنولوجيا الصورة في تقدم الأداء الإعلامي.

[1] إبرير بشير: الصورة في الخطاب الإعلامي، ص١، ورقة مقدمة للملتقى الدولي الخامس " السيمياء الأدبي".

المبحث الثالث:

الإعلام الإسلامي وموقعه من المشهد الفضائي العالمي:

الإعلام الفضائي الإسلامي في المشهد:

زادت فرص الإعلام الإسلامي عقب امتلاك البلاد العربية والإسلامية للأقمار الصناعية، وإطلاق القمرين "عربسات" و"نايلسات"، حيث بدأ التوجه الفضائي الذي انحصر في بدايته بيد الحكومات التي أطلقت قنوات فضائية تابعة لها، مرورا بإتاحة المجال للقطاع الخاص من مؤسسات و شركات ومنظمات لإطلاق قنوات خاصة بها، وكانت انطلاقة الإعلام الإسلامي أسرع بتقدم الزمن، لاسيما مع التنوع في التوجهات في العالم العربي ومساعي أصحاب التوجهات المختلفة لإشباع حاجات جمهورهم.

وفي عصر ثورة الاتصالات التي فرضت على الدعاة المسلمين والجمعيات والمؤسسات الإسلامية الانغماس في فنون جديدة تعين في إيصال الرسائل التي أخذت مع هذا التطور أشكالا جديدة، إذ تعددت الوسائل والأساليب وتطورت تبعاً لتطور وسائل الاتصال، وفي عصرنا الحاضر وصلت الوسائل الدعوية إلى منحى متقدم، حيث طرق الدعاة أبواب الإعلام الفضائي والانترنت، كأحد أهم الوسائل تأثيرا على أعرض شريحة من الجماهير.

فالداعية الناجح لا يترك وسيلة لعرض دعوته وكسب الأنصار لها إلا استعملها، وهو يستفيد من كل ما أتيح له من وسائل حديثة، ومن مستجدات العصر في الدعوة؛ فهو يدعو عبر القنوات الفضائية، وعن طريق شبكة المعلومات الدولية "الإنترنت"، وكل ما يُستجد من وسائل وتقنيات حديثة، ولا يحصر نفسه في دائرة ضيقة من الوسائل، مع الحفاظ على ثوابت الدعوة وأصولها، والداعية الناجح يأخذ بالتنوع في وسائله الدعوية، وبما يتناسب مع الزمان والمكان والأشخاص والأحوال.[1]

[1] صالح الرقب، الوسائل والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية، ص٢.

لذا فإن إنشاء قنوات فضائية إسلامية دعوية أصبح اليوم من الواجبات، فهي أكثر الوسائل الدعوية تحقيقاً لواجب الدعوة إلى الله، حيث هناك من النّاس من لا تصل إليهم الدعوة إلا بواسطة هذه الوسيلة، وما لم يتمّ به الواجب فهو واجب، وإذا لم نستعملها في الدعوة نقص حظّنا منها، وفات كثير من الناس أن يعرفوا شيئاً عن الإسلام، وبقوا على جهلهم، أو يغزوهم المضللون والهدامون، فيصلون إليهم بإذاعاتهم وشبكاتهم وقنواتهم الفضائية، فتصل إليهم الأفكار الهدامة والعقائد الفاسدة، ولا يصل إليهم نور الإسلام وهديه.[1]

ومنذ وقت مبكر كان للإعلام الإسلامي حضور فضائي، حيث أطلقت قناة "اقرأ " الفضائية عام ١٩٨٨م كأول قناة إسلامية، تحت إشراف راديو وتلفزيون العرب، فكان لها السبق في تقديم برامج إسلامية هادفة ومتنوعة، بهدف غرس روح التفاهم والحوار بين أفراد الأمة العربية والإسلامية، والدفاع عن الحضارة العربية الإسلامية. [2]

ويعتبر البث الفضائي لقناة اقرأ واسع الانتشار، سواء على مستوى العالم العربي أو في أوروبا وأمريكا، ويرجع سبب انتشار القناة في جميع أنحاء العالم إلى العديد من الأسباب، أبرزها بثها عبر ست أقمار صناعية هي: (Arabsat 2B/4B – Nilesat 101- Hotbird 8 – Asiasat 2 – Anik F3)، وبذلك يغطي بث القناة أكثر من ٨٠% من العالم، وهذه الميزة التي تنفرد بها القناة عن سائر القنوات الإسلامية، جعلت العديد من الدعاة والنجوم في العالم الإسلامي يفضلون الظهور على شاشتها، التي دائما ما يزينها باقة ونخبة من العلماء والدعاة من جميع أنحاء العالم، كما أن القناة تقدم برامج ناطقة باللغة الإنجليزية وأخرى مترجمة إليها، موجهة للمسلمين غير الناطقين باللغة العربية.[3]

وتوالى بعد ذلك الظهور الإعلامي الفضائي الإسلامي؛ فظهرت قناة المجد، والرسالة، والناس، والحكمة، والفجر، والرحمة، وهدى، ودليل... وغيرها، ومازالت حتى يومنا هذا تزيد في عددها وتخصصها، حيث ظهرت قنوات إسلامية خاصة بالقران الكريم، وأخرى بالحديث الشريف، بل إن هناك فضائيات اتخذت شكل المجموعة المتنوعة من التخصصية، حيث أن قناة "المجد" الفضائية، والتي تعددت وتفرعت إلى عدة قنوات منها العامة، وأخرى وثائقية، وثالثة خاصة بالأطفال ، كما أن هناك المجد للقرآن والإخبارية و الطبيعية و المجد للحديث النبوي و قنوات ترفيهية؛ فكر والعب وبسمة وروضة وماسة المجد، بالإضافة إلى قناة المجد

---

[1] صالح الرقب:الوسائل والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية، ص٢.

[2] محمد قيراط، الإعلام والمجتمع الرهانات والتحديات ص٣٣٧-٣٣٨.

[3] (الانترنت): موقع قناة اقرأ الفضائية.

العلمية، " والتي يدرس فيها طلبة العلم، العلم الشرعي بطريقة عصرية يعتمد فيها التسجيل والمتابعة والحضور، ويتواصل الطلبة مع القناة من خلال موقعها الالكتروني، محققة بذلك سبقاً علمياً كبيراً، وخطوة واسعة في تسخير التقنية للعلم..! فلكل منها لها متابعوها الدائمون المتفاعلون، وكذلك البرامج الترفيهية والإنشادية والوعظية والتربوية".[1]

ومن القنوات الفضائية ما خصص للأطفال، حيث تعددت الفضائيات الإسلامية التي عنيت بحمل أعباء التربية للأجيال الناشئة من خلال شاشات الفضائيات، حتى بات الطفل المعاصر جمهوراً مهماً تعنى به الفضائيات لاستقطابه لهضم مادتها الإعلامية عبر الطروحات الفنية الشيقة التي تستغلها الفضائيات في جذب هذا الطفل، وقد ظهرت عدد لا بأس به من القنوات التي تنوعت في تخصصها، حيث أن منها ما يهتم بالأنشودة التي تربي الطفل وهو يرقص ويمرح على وقع نغماتها، كما هو الحال في قنوات "طيور الجنة" و"كراميش" و"سنا" وغيرها، بالإضافة إلى توجهات أخرى في عرض مواد كرتونية للأطفال، كما هو الحال في فضائية "سمسمم" و"طيور الجنة ٢".

وقد دخل الدعاة معترك الحياة الإعلامية المعاصرة من بوابات شتى وبخطوات من الحذر والتردد قبيل إقرار الدخول، حيث وجد الدعاة أن واقع الإعلام المعاصر يفرض نفسه على أصحاب الدعوات بأن يسارعوا إلى تطوير المناهج الدعوية نظرا للمنافسة الشديدة التي أعد فيها أصحاب كل فكر عدتهم للصيد في مياه الجماهير، والتي لا تحد تلقيها للمادة الإعلامية حدود، الأمر الذي سهل المهمة وعقدها في ذات الوقت، حيث سهل الوصول والتواصل لدعوة أناس دخلوا في الإسلام، وفي ذات الوقت انتشرت في وسائل الإعلام المواد التي تعثر الطريق أمام الدعاة وغاياتهم الإصلاحية، إلا أنه وبالرغم من ذلك فقد توالى ظهور العشرات من القنوات الفضائية الإسلامية التي تختلف في توجهاتها ورؤيتها وتتفق في تحقيق الأهداف الإسلامية العامة.

وقد استفاد الإعلام الإسلامي الفضائي من جميع المنجزات البشرية التي وفرت الإمكانات التقنية التي توصل إليها الإنسان، حيث كانت الإفادة من هذه التقنيات الغربية الصنع في حمل الرسالة الإسلامية عبر الأقمار الصناعية، والتي تم جلبها هي الأخرى من الدول الغربية،

---

[1] (الانترنت): موقع طارق البكري، مؤتمر الفضائيات الإسلامية واقعها وآفاقها.

والاستفادة من التكنولوجيا الغربية في تحقيق الأهداف الإعلامية الإسلامية، ونشر الإسلام سواء بالدعوة في بلاد المسلمين أو مخاطبة المجتمعات الغربية الغير مسلمة.

"وتعتبر تجربة الفضائيات الإسلامية على صغر سنّها وقلّة عددها، قد أثبتت نفسها، رغم كل الهفوات التي لا يخلو منها عمل، حيث أطلق هذا النمط فضاء من الدعوة الرصينة الواعية، واستطاعت الصمود والاستمرار والتأثير الوجداني والنفسي والخلقي والديني والعلمي، وهذا أمر بات واضحاً للبصير، ولم يعد خافياً حتى على الجاهلين ."[1]

كما أن وجود قنوات فضائية إسلامية، يمثل مصدراً بديلاً للمعرفة الإسلامية وللفتوى الدينية، خصوصاً لدى الفتيات والنساء، في ظل غياب الدعاة والوعّاظ الدينيين عن المساجد والبرامج الإذاعية والتلفزيونية المحلية، كما أنّ الدعاة من أمثال عمرو خالد تحولوا إلى شخصيات مؤثرة في أوساط اجتماعية كبيرة في بلادها.[2]

[1] (الانترنت): موقع طارق البكري، مؤتمر الفضائيات الإسلامية واقعها وآفاقها.

[2] (الانترنت): مالك الأحمد، الفضائيات الإسلامية: نظرة أولية، موقع رسالة الإسلام.

الجانب المادي والفضائيات الإسلامية:

يعتبر الجانب المالي من أكثر الجوانب حساسية في مسيرة الإعلام الإسلامي المعاصر، ومع أهمية الجانب المالي في الاستفادة من التقنيات الحديثة والمحافظة على مستوى الأداء الإعلامي العالي الذي يتطلب ميزانيات كبيرة، نلحظ أن الفضائيات الإسلامية انقسمت إلى قسمين في هذا الاتجاه؛ حيث أن بعضها ممول بشكل كامل من قبل شخصية أو مؤسسة، كما هو الحال بفضائية "الرسالة" و"اقرأ"، حيث تعتبر الأفضل في الأداء وتوفر الإمكانيات واليسرة في تحقيق ما تريد.

وهناك القنوات التي تعتمد على التبرعات والإعلانات، وهذه تبقى على حافة الانتظار لمساعدة تبقي على وجودها أو الإعلان عن إفلاسها، وتغلق كما حدث مع عدد منها، او تبقى على حافة الإغلاق مثل قناة الفجر للقرآن الكريم، ويعتبر الاعتماد على الإعلانات التجارية من الأمور الحساسة التي تحاول الكثير من القنوات الإسلامية تجنبها، حيث يرى البعض " ضرورة صياغة ميثاق إعلاني إسلامي يتفق الأذهان والجيوب معاً، لتكون حربنا الإعلامية متكافئة وعلى جميع الصعد، فكيف يمكن لفضائية إسلامية أن تنجح دون أن تكون حرة بالكامل في المصادر والتمويل والدعم الإعلاني الذي يمكنها من الصرف على إنتاجها بسخاء، لتنافس كبرى الفضائيات العالمية، وكيف يمكن أن نوفر للإعلامي المسلم مصدراً مالياً محترماً يجعله يفكر ويبدع وينتج بكل حيوية واطمئنان، فالمشكلة التي تواجه معدي ومصممي البرامج في المحطات الإسلامية الميل إلى الحد الأدنى من الجهد والإنفاق".[1]

ويعتبر التخطيط الإعلامي من أهم عوامل نجاح العمل الإعلامي، وهنا تواجه الكثير من الفضائيات الإسلامية معضلة عدم توفير الميزانيات الواضحة لبناء خطة للعمل، حيث أن الاتكاء على الدعم الخيري والتبرعات، والتي لا ضمانة بمقدارها وحجمها، تجعل من عملية إدارة خطط هذه القنوات محل توتر بين المد والجزر، حيث تبدأ المشكلات منذ إعداد الدراسة الأولية لإنشاء القناة، وصولا إلى اختيار طاقم العاملين والتقنيات المستخدمة، حيث سيرتكز الطلب على عاملين وفنيين أقل كفاءة نظرا لقلة الدخل، وبالتالي التأثير على أدائهم وأداء القناة.

[1] (الانترنت): موقع طارق البكري، مؤتمر الفضائيات الإسلامية واقعها وآفاقها.

الفضائيات الإسلامية الناطقة باللغات الأجنبية:

لم يخل الفضاء الإعلامي من قنوات إسلامية بلغات أجنبية بالرغم من محدوديتها قياسا مع ما يوجه للعالم العربي من مادة أجنبية، وقد تركز الاهتمام العربي في بعض القنوات الدينية التي تبث باللغة الانجليزية، حيث تنبع الحاجة للإعلام الفضائي الموجه للخارج لتصحيح صورة العرب والمسلمين والرد على الحملات المغرضة التي تشنها وسائل الإعلام المعادية على الساحتين الأوروبية والأميركية.

بل إن هناك توجهات إلى أبعد من ذلك بكثير، حيث دعا سلمان بن فهد العودة[1] إلى تضافر الجهود الإسلامية دعوياً وإعلامياً ومالياً من أجل إنشاء قناة ناطقة باللغة العبرية موجهّة للشعب الإسرائيلي، وظيفتها التعريف بالحقائق وفضح الممارسات العدوانية، وكشف، أساطير المؤسسة السياسة الصهيونية.[2] وهذا يحمل اهتماما كبيرا في ضرورة الاستغلال الفضائي للتأثير في الرأي العام غير العربي، واختراق الأجواء الأخرى لإيصال الرسائل الإسلامية .

ومن الأمثلة على القنوات الإسلامية الناطقة بغير العربية والموجهة للمجتمعات والشعوب غير العربية:

– **قناة الهدى الإسلامية** وهي قناة إسلامية تهتم بالأمور الدينية باللغة الانجليزية وتستضيف علماء يتكلمون الانجليزية، حيث تتناول الإسلام وتعاليمه لتقدمه لمسلمي الغرب مع مراعاة الخصوصيات المجتعية للغرب في الرسالة الإعلامية.

– **قناة المجد الفضائية:** انطلقت عام ٢٠٠٢م، وتستهدف المجتمع الإسلامي غير الناطق بالعربية ببرامجها باللغة الانجليزية وتقدم نفسها على أنها قناة ترفيهية هادفة موجهة للأسرة ذات خدمة عامة، ورؤيتها بتوجيه الدين الإسلامي حيث تعتمد سياسة البديل الإسلامي.
وكذلك قناة السلام وقناة إسلام وقناة أهل البيت الناطقة بالانجليزية وهي قناة شيعية من لندن.
والقناة الإسلامية وقناة نور وغيرها.

---

[1] الدكتور سلمان بن فهد العودة: المشرف العام على مؤسسة الإسلام اليوم.

[2] (الانترنت): موقع الإسلام اليوم، إنشاء قناة عبرية وسيلة دعوية تخدم الدعوة وتهزم العدو.

المبحث الرابع:

الإعلام الإسلامي والتقنيات الجمالية الحديثة:

الإعلام الإسلامي والفن:

لا يخفى على أحد من متابعي الإعلام الإسلامي المعاصر ما يعانيه هذا الإعلام من حالة التقليد والروتينية في برامجه، فللمتتبع للفضائيات والإذاعات الإسلامية أن يتحقق من محتوى الدورات البرامجية لهذه القنوات، حيث تغلب عليها نمطان:

الأول: وهو ما يتعلق بالقنوات المتخصصة، حيث تتخصص في جانب معين لا تكاد تميل عنه، مثل قنوات القرآن الكريم وقنوات المواعظ التي تستنطق شيخا أو عالما ويبقى يلقي موعظته ساعة من الزمن.

الثاني : وهي القنوات العامة، والتي قد تأخذ جميع جوانب الحياة ضمن برامجها إلا أن تركيزها على أحد الجوانب يكون أكبر؛ كالسياسية أو التربية على سبيل المثال، الأمر الذي يبعدها عن استجلاب أو مجرد التفكير ببرامج ذات صبغة ترفيهية هادفة للمجتمع، مما يعني بقاءها في قالب الروتينية.

وقد بدا تجنب أغلب الفضائيات الإسلامية للمواد الفنية المعاصرة، بل وإنتاج المواد الفنية الإسلامية أيضا، فالمواد الإعلامية في واقع الكثير من الفضائيات الإسلامية ضعيفة وروتينية، فلا تجد فضائية إسلامية تعنى بالسينما أو الدراما أو حتى برامج فنية مسرحية أو ترفيهية إلا القليل القليل.

يخشى أن تكون علة ضعف إنتاج هذه المؤسسات الإعلامية تعود إلى قناعة باتت راسخة عند الكثير من الإسلاميين اليوم، بأن التجديد والمعاصرة يأتيان من خلال تحديث الأطر والأدوات والمظاهر المستخدمة، وأن الفرق بين الجديد والقديم، وبين الحداثة والتقليد هو أن الأولى تقبل تجديد الأدوات والآلات والمظاهر، بينما الثانية ترفضها وتتهيب منها، فالجماعة التي تضع لها مواقع على الانترنت وتبث أفكارها عبر الفضاء الحر تعتبر تجديدية، بينما الجماعة التي تصر على بث الأشرطة ذات التصوير الرديء من كهوف أفغانستان، أو لا تزال تعتمد على المنشورات الورقية لبث أفكارها والتعبير عن متبنياتها هي متخلفة وتقليدية،

بغض النظر عن عمق أو ضآلة المادة الإعلامية المطروحة، والثقافة المراد إيصالها إلى الرأي العام[1].

وفيما يبدو لنا من خلال متابعتنا لوسائل الإعلام الإسلامي المعاصر، فإن أغلب هذه الوسائل الإعلامية لم تقدم مادة جديدة ومقنعة لجمهورها، إذ أن خطابها ما زال يدور في فلك الإنتاج القديم بتقنيات حديثة، الأمر الذي يتهدد التطور في خطاب _بات يحتم تطور كل شيء من حوله_ عليه أن يلحق به ليواكب الأداء الإعلامي الذي يصل إلى طموح الناس، وهو ما لم يغب عن رؤية بعض العلماء المعاصرين، والذين يرون إمكانية تقديم الخطاب العقائدي بأسلوب عصري جديد يستغل التقنيات الحديثة، " فيمكن تقديم درس في التوحيد وتمجيد الخالق لا بقراءة نظرية تقليدية، بل ببضع دقائق في التلفاز، تبرز فيها على الشاشة الصغيرة صورة كونية فخمة تتجلى فيها مظاهر القدرة العليا، و تصحبها كلمات سريعة موجزة تدل على أن العلم يقود إلى الإيمان".[2]

وقد درجت المحطات التقليدية على مناقشة الفكر الإسلامي والسلوكيات الإسلامية عبر الخطاب التوجيهي المباشر، والذي يركز دوماً على المحاذير، والمنع، والجزاء والثواب، ونحن الآن مع عصر الفضائيات نشعر بمهمة أخرى لهذه المحطات، وهي تقديم الإسلام لغير المسلمين، وتوضيح الصورة الحقيقية لمعاني الإسلام السامية البعيدة عن التعصب، وشرح الصور التسامحية وحب إعمار الكون، ونبذ العنصرية والفصل العرقي، وحماية الذات الإنسانية فكريًّا وجسديًّا وتكريم المرأة ودورها الفاعل في المجتمع، وعدم الاقتصار على أساليب الإلقاء، بل يجب أن نبدأ من الأطفال وبأساليب الأفلام الكرتونية لعرض الدين الإسلامي .[3]

---

[1] (الانترنت): أحمد شهاب، شبكة النبأ المعلوماتية.

[2] محمد الغزالي وآخرون، الإعلام الإسلامي، ص١٠.

[3] انظر: أحمد عبد الملك: فضائيات، ص٧٧-٧٨.

الإعلام الإسلامي والتقنيات الحديثة:

وقد دفعت سلوكيات الكثير من الفضائيات الإسلامية المعاصرة في تجاهلها للتقنيات الجمالية في خطابها وعزوفها عن استغلال الإمكانات العصرية والأساليب المعاصرة في الخطاب إلى الكثير من الوقوف من قبل المتخصصين في الإعلام الإسلامي، حيث أن "برامج بعض القنوات أشبه ما تكون لمسرح مدرسي تعليمي يقدمها هواة، بعيداً عن الحرفية والمهنية الإعلامية، بالإضافة إلى معاناة برامجها من الضعف الفني والمتمثل في الإخراج والتصوير والديكور وغلبة الأساليب القديمة والأطر الفنية المتخلفة، والاعتماد في كثير من الأحيان على شباب عديمي الخبرة في التقديم والإعداد وإدارة البرامج وقلة المتخصصين والخبراء بسبب الحساسية من توجهات بعض المقدمين، ناهيك عن ضعف التشويق وعدم الاستفادة الكاملة من تقنيات الصورة الإعلامية لدرجة أن بعض البرامج هي إذاعية ولا تضيف الصورة لها شيئا، حتى أعطت بعض القنوات الإسلامية صورة نمطية سلبية عن أسلوب هذه القنوات لافتقارها للإبهار والجاذبية والتي تميزت بها القنوات الأخرى" .[1]

"فالمؤسسات الإسلامية الإعلامية لا تلتفت إلى ترقية و تطوير عمل مراسليها و موظفيها، و تبخل عليهم في إقامة دورات تدريبية، وهو ما يدفع الكثير من الصحافيين الإسلاميين المتميزين للتوجه إلى قنوات لامعة بعد أن قضوا جزءاً من حياتهم و هم يشتغلون في مؤسسات إعلامية إسلامية، و حالما لاحت لهم الفرصة تخلوا عن هذه المؤسسات الرتيبة التي لا ترقي من مستواها، فضلاً أن تساعدهم على الوصول إلى عالم النجومية و بث أفكارهم و مبادئهم إلى شريحة شعبية أوسع، وهنا تكمن إشكالية مهمة تتلخص في عدم خروج الإعلام الإسلامي من دائرة تقبل الزكاة و الصدقات و التبرعات إلى دائرة جذب الإعلانات و هو لا يتأتى إلاّ بعد أن يتأكد التاجر و رجل الأعمال بأن المستقبل يثق بهذه الوسيلة الإعلامية ويمحضها احتراماً و تقديراً، و هو ما له صلة وعلاقة بعنصري الرسالة".[2]

"فالإعلام الإسلامي والفضائيات، بشكل خاص لا زالت في مرحلة المراهقة الإعلامية، على الرغم من أن النشيد الإسلامي فرض نفسه، وأصبح الفن الإسلامي له مكانه الذي انتزعه من

---

[1] (الانترنت): مالك الأحمد، الفضائيات الإسلامية: نظرة أولية، موقع رسالة الإسلام.

[2] (الانترنت): محمود عبد السلام، الإعلام الإسلامي بين الواقع و الطموح، موقع إسلام ويب.

خلال تألقه وتطوره من الناحية الفنية، والمنشدون أنفسهم بدءوا في تطـوير أنفـسهم فنيـا، ومحاولة إخراج أعمالهم بشكل فني يتناسب ومتطلبات العصر، مما أثمر زخما إعلاميا أكبر"[1].

وعلى الطرف الآخر وبعيدا عن التعميم الذي يعاني فيه الإعلام الإسلامي من التخلف فـي استخدام تقنيات الصورة والصوت، ظهرت قنوات فضائية أَثْرَتْ مادة الفضائيات الإسـلامية بفنون إسلامية من شانها أن تعكس مدى التحول في خطاب الإعلام الإسلامي المعاصر، حيث أن اهتمام هذه القنوات تركز في الجوانب الفنية، وعنيت بالأنشودة والفيديو كليب والمقـاطع الدرامية، مثل قناة "شذى" الفضائية، و قناة "فور شباب"، وقناة "راما"، حيث برز معها نجـوم في النشيد الإسلامي وتمت الاستفادة من تقنيات الصورة وبأعلى مستوياتها، وتعتبر أيضا من أكثر الفضائيات الإسلامية عناية بالمونتاج وإثارته في تلامس واضح بـين جـذب الـصوت والصورة، كما تمت الإفادة من تقنيات الصوت والمؤثرات الصوتية في الفضائيات الفنية.

الإعلام الإسلامي والتقنيات الصوتية:

يعتبر النشيد أو الغناء، أحد أهم وسائل التعبير الإنساني الجمالي، والذي يخاطب بالصوت الندي القريب للنفوس، والذي يحمل في طياته معاني وتوجيهات في إطار فني مـشوق، وقـد حظي النشيد بأهمية كبيرة في الإعلام الإسلامي، حيث من خلاله يتم التعبير عـن الإسـلام وأخلاقياته بطابع إعلامي ترفيهي.

والنشيد جزء من الفن الذي يحمل رسالة إعلامية ذات مفعول قوي على الصغار والكبـار على حد سواء، فالفنان سامي يوسف _على سبيل المثال_ يعتبر من أشهر الفنانين المـسلمين في أوروبا والعالم، حيث استطاع بصوته وكلماته التي تتضمن إشادة بالقيم الأخلاقية الأساسية و العامة للإسلام و للإنسانية عامة؛ كالحب و التسامح و الإخاء ، حتى بات الكثير من شباب المسلمين ينتظر سامي يوسف ليرى فيه صورة نجمه المفضل، فالشاب العصري الذي يجمـع بين جاذبية نجوم السينما و الموسيقى في الغرب والشرق و بين دماثة شاب مسلم متدين هو ما يعتبره الشاب المسلم الفراغ الذي ملأه سامي يوسف وان كان بصورة أقـل مـن المطلـوب

[1] (الانترنت): عبد الرحمن فتحي، "يحيى حوا : الفن الإسلامي ليس جمعية خيرية"، إسلام اولاين.

للإعلام الفني الإسلامي [1]. وقد شغلت الأنشودة الإسلامية حيزا مهما في إضفاء الجديد للمـــادة الإعلامية ، حيث برز عدد من المنشدين الذين أخذ يسطع سيطهم وسط المجتمعات العربية في فترة انتشار الفضائيات الإسلامية _أي قبل عدة سنوات فقط_ ، ولا تكاد تخلو المادة الإعلامية من احتوائها على النشيد في الإعلام الإسلامي سواء كان ذلك الإعلام متشددا أو وسطيا حيث لم يعد في غنى عن النشيد.

وقد أضافت فضائيات الأطفال لهذا الفن قوة جديدة بصناعتها لأناشيد تخص الأطفال، بات الأطفال يحفظونها ويرددونها في لعبهم ولهوهم، بل إنها أصبحت بديلا عن أغاني لا تناسب سنهم ولا توافق طفولتهم كانت تفرض نفسها عليهم.
كما أن أناشيد الأطفال ليست مجرد كلمات يرددها الطفل ويرقص على وقع ألحانها، إذ أنهـــا منهاج تربوي يكاد يغطي جوانب مهمة وواسعة من أساسيات تربويـــة وأخلاقيـــة يحتاجهـــا الطفل، وبهذا يكون قد تأثر سلوكيا بهذه الأخلاق من غير حاجة إلى إلزام أو ترهيب أو مـــا شابه، إذ أن المادة الإعلامية التي يرددها أقوى من أساليب الأمر والنهي والوعظ والإرشاد، وأقرب للتبني بالنسبة إليه، فالطفل إذ يسمع أناشيد وصور تكره إليه فعل سلوك معين وتحبب إليه سلوكا آخر، ينشأ على هذه الأخلاق الحميدة، وقد تميزت الفضائيات الإسلامية الخاصـــة بالأطفال بهذا النوع من الفن الذي خصصت له العديد من القنوات الفضائية، ووظفت عناصر الصوت والصورة الجمالية في تقديم مادتها.

وعلى الرغم من كون الإنسان متأثرا قويا بالمؤثرات من حولـــه، فـــالألوان والأصـــوات والحركة تلفت انتباهه وتجذبه وتحرك مشاعره، لذا فان عنصر الإثارة من أهـــم المقومـــات لنجاح العمل الموجه، وعلى الرغم من إدخال العديد من الفـــضائيات الإســـلامية للمـــؤثرات الصوتية وتقنيات الصوت لمادتها لزيادة الإثارة وتحقيق البعد الجمالي في مادتها، إلا أن هناك قنوات امتنعت عن إدخال هذه الأمور، فخلت مادتها من استعمال المؤثرات الصوتية سواء في النشيد أو في البرامج الأخرى، الأمر الذي من شأنه أن يؤثر سلبا علـــى قـــوة العمـــل أولا، بالإضافة إلى تأثيره على التفاعل بين القناة وبين الجمهور المتابع ، فصحيح أن هدف الرسالة الإعلامية هو المضمون إلا أن الشكل هو السبيل الذي تسلكه الفضائية لتسهيل الوصول إلـــى جمهورها.

[1] انظر (الانترنت): موقع حياة أف أم، بتصرف.

و قد لوحظ في قنوات فضائية فنية خاصة بالأطفال كما هو حال قناة سمسم، والتي تملك تقنيات حديثة وتعرض مادة جيدة لجمهورها من الأطفال ، إلا أن ذلك لا يكفي لاستمرار التأثير وإقناع الطفل الذي اعتاد أن يشاهد قنوات فضائية تأسره بأساليب فنية محببة إليه، فكيف له أن يترك كل هذا ويتخذ من سمسم قناته المفضلة؟! إذ أن الحاجة ماسة لان تكون القناة على مستوى يحقق البديل الذي لا يترك مجالا للطفل بان يذهب هنا وهناك باحثا عما يشبع حاجته.

الإعلام الإسلامي والدراما:

تعتبر السينما وسيلة إعلامية ذات تأثير كبير وعميق في حياة الناس وأفكارهم ومشاعرهم، فقد قال لينين في مؤتمر شيوعي" السينما هي مدخلنا الثقافي والفني إلى الجماهير، وعشرة سينمائيين مهرة يدعمون الحزب في حقلهم يرجحون بعملهم هذا تأثير مليون كتاب"[1]، ويقول الشيخ محمد الغزالي "أعطوني سينما واحدة هادفة، وخذوا ألف واعظ".[2]، في دلالة على عظم تأثير السينما كأداة وعظ جماهيرية ذات مفعول أقوى من الكثير الكثير من المواعظ والخطابات

ونظرا لأهمية السينما في حياة الشعوب العربية والإسلامية فإن القنوات الفضائية تتسابق في شراء الأفلام الدرامية والمسلسلات لعرضها على شاشاتها، حتى بات يتسابق على الفلم المعروض لوسائل الإعلام أكثر من فضائية تعرضه فيستطيع المشاهد متابعته على أكثر من قناة، ومع ذلك يتسارع الإنتاج السينمائي تسارعا كبيرا، حتى بات هناك قنوات فضائية متخصصة مثل" روتانا سينما وروتانا زمان و ميلودي والفوكس و سيما " وغيرها من القنوات التي تبث الأفلام السينمائية على مدار الساعة .

وعلى الرغم مما تحمله الدراما وما يندرج تحتها من السينما والتمثيل والفنون الأخرى من أهمية في واقع إعلامنا المعاصر، إلا أن الإعلام الإسلامي لم يخصص قنوات فضائية تعنى بهذا الاتجاه، كما خصصت قنوات فضائية بالدراما والسينما غير الإسلامية، لإشباع حاجات الجمهور من بحثه عن المتعة والتسلية من خلال العروض الدرامية الشيقة، وقد ابتعدت المادة الإعلامية في أغلب الفضائيات عن استخدام التقنيات الدرامية إلا القليل من هذه القنوات.

ولم تغب الاستخدامات الدرامية عن بعض الفضائيات الإسلامية التي وظفت الدراما في إيصال بعض رسائلها، إلا أن هذا الاستخدام بقي قاصرا على مشاهد قصيرة لم تتطور في أي عمل إلى إنتاج فني يمكن اعتباره نموذجا للدراما الإسلامية أو التمثيل الإسلامي، ومن أهم الاستخدامات الدرامية في الفضائيات ما تعرضه قناة "العفاسي"، وهي قناة أغلب برامجها من تقديم الشيخ مشاري بن راشد العفاسي، والتي تقدم قراءات قرآنية وأدعية وأناشيد بصوت

[1] نقله زين العابدين وآخرون، الإعلام الإسلامي ص١٧. (وليس هناك توثيق للمرجع).

[2] نقله طارق سويدان: برنامج إعداد القادة، قناة الرسالة الفضائية (٢٠٠٩م).

العفاسي، بالإضافة إلى استخدام مقاطع درامية يشارك فيها العفاسي، لمعالجة سلوك معين أو تمثيل معاني تتضمنها أحاديث نبوية أو توجيهات قرآنية أو تمثيل أخطاء اجتماعية وسبل علاجها، لذا فإن "برامج الترفيه والتسلية ضرورية لراحة الجمهور ولجذبه إليها؛ وحتى في مجال الترفيه، هناك برامج وأبواب ترفيه موجه يمكن عن طريقها الدعوة إلى بعض المواقف ودعم بعض الاتجاهات أو تحويرها وحتى تغييرها، وهذا يتطلب بالطبع أساليب مناسبة من جانب وسائل الإعلام".[1]

كما أن قناة "فور شباب" تقدم هي الأخرى فناً وغناءً ودراما، ولكنها تقدمها بصورة مختلفة تماماً بهدف التسلية والترفيه لا إهدار الوقت، وتعتبر نفسها تقدم البديل الإسلامي الذي لا يتنافى مع الأخلاق، وتسد نقصاً خطيراً يشكو منه ويتطلع إليه الكثيرون.[2]

لذا فان هناك حاجة ملحة لتحول الخطاب في الإعلام الفضائي الإسلامي من مجرد تلقين، إلى اعتماد أساليب جديدة تعتمد على التثقيف العفوي الذي لا تكليف و جدية مملة فيه، إذ أن الإعلام المؤثر هو الذي يقدم ما يريد لجمهوره باستخدام وسائل يطلبونها ويتمتعون بمتابعتها، وعل الدراما من أكثر هذه الأساليب جذبا في عصرنا الحاضر، بما تمتلكه من قدرة على شد المتابع لساعات من غير ضجر وملل، بل إنها تأخذه إلى ترك كل ما قد يشوش عليه المتابعة لاستكمال المسلسل أو الفلم، وعدم ذهاب أي مقطع منه من غير أن يكون حاضرا ومتابعا لتفصيلاته.

---

[1] حسن السوداني: قراءة المرئيات دراسات في الإعلام المتخصص، ص ٣٦.

[2] انظر (الانترنت): موقع فورشباب.

الخطاب الإسلامي والدراما:

على الرغم من قلة المواد الدرامية في الفضائيات الإسلامية، إلا أن هناك اهتماما كبيرا من قبل العلماء والمفكرين المسلمين في قضايا الدراما والسينما كوسائل تأثير مهمة في عصرنا الحاضر، فلم يخف علماء المسلمين المعاصرين ما يحمله البعد الفني التجديدي في الإعلام الإسلامي من إحياء لروح الدعوة الإسلامية وارتدائها لثوب جديد لا بد وان ترتديه، فقد كانوا على قدر من الوعي جعل من كتاباتهم عن الأسلوب الفني مراجع للمضي نحو تحقيق إعلام إسلامي عصري، حتى قيل بأن: "الحوار الذكي في قصة شائقة، أو تصوير الواقع في هذه القصة، بل الصورة الساخرة، والنكتة البارعة، أن هذه جميعا أصبحت من وسائل البلاغ المبين، بل أصبحت وسائل محتومة لقوله تعالى" **عِظْهُمْ وَقُل لَّهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلاً بَلِيغاً** "(النساء:٦٣)، وذاك ما لابد أن تدركه أجهزة الإعلام الإسلامي"[١].

ولا يخفى ما للنفس البشرية من حاجات، إذ أنها لا تستطيع تحمل الجد لوقت طويل دون أن تخلد للراحة، فالموعظة لها جرعة معينة إذا تجاوزتها أتت برد فعل عكسي ، حيث كان الرسول _صلى الله عليه وسلم_ يتخول أصحابه بالموعظة بين الحين والحين مخافة السآمة، فحري بالإعلام الإسلامي أن لا يفكر في الموعظة ويكررها حتى تضجر منها النفوس، فقد وصل الحد بالكثير من المسلمين المعاصرين حين يسمعون الحديث الديني في وسائل الإعلام يسارعون لإقفال التلفاز أو الإذاعة أو تغيير القناة، "فلماذا حينما نذكر الإعلام الإسلامي يتجه تفكيرنا إلى الموعظة ولا يتجه إلى ابعد من ذلك؟! فنحن ما زلنا نعيش الإسلام في حدود ضيقة"[٢] .

فالإعلام الإسلامي لا يستغني عن الفن، فبالفن نستطيع أن نعبر دون أن نطرق الأمور بشكل مباشر تحت عناوين باتت غير مطروقة لدى فئات في مجتمعاتنا، فالإعلام الناجح هو الذي يحدثك بطريق غير مباشر فيه حديث مباشر في الموعظة والحديث الديني حديث مباشر في مكانه صواب مؤثر، لكن في ما عدا النطاق المحدود للحديث الديني لا ينبغي أن يكون حديثنا مباشرا لان هذا يؤدي إلى الملل والضجر، وتراه يعرض أن نتحدث عن الإسلام دون

---

[1] محمد الغزالي وآخرون: الإعلام الإسلامي، ص٦.

[2] محمد قطب وآخرون: الإعلام الإسلامي، ص٦.

أن نذكره لفظا ويعتبرها مشكلة فنية يجب فك مفاتيح إخراجها وتحقيقها واقعا في إعلامنا الإسلامي. ويعتبر التعبير الفني من أجمل الأساليب القرآنية وأكثرها خدمة للدعوة الإسلامية.[1]

وتعتبر الجاذبية والجمال من أهم مداخل النفوس البشرية حيث أن تحريك الإحساس الجمالي مفتاح مهم لعقول الناس يعلمه المتخصصون في الإعلام والإعلان والعلوم النفسية ويسعون لاستغلاله، فالإحساس بالجمال فطرة إنسانية وتحريك هذا الإحساس مدخل إلى عمقه النفسي والفطري، وتحريك ذلك الإحساس يحتاج منا تقديم مادتنا الإعلامية في قالب ذو قوة من الجذب وجمال يخترق النفوس البشرية ويحببها إليه،" ففي إحدى الدول العربية اثبت استفتاء طبق على القادة الثقافيون أن ٦٨% منهم يعتقدون بوجوب زيارة الأضرحة، وتقديم النذور لأصحابها، ومجموعة من التمثيليات التلفزيونية الناجحة تستطيع تحرير هذه العقول من هذه الخرافات" .[2]

ومع الزخم الكبير الذي تشهده السينما في العالم العربي يقف الأداء الإسلامي الفني عاجزا أمام التقدم الكبير والشوط الطويل الذي قطعته السينما، حيث أن كلمة سينما أو فن إسلامي باتت لا تعني للجمهور سوى ذلك النوع من الفن الدرامي الذي يظهر فيه المسلمون ذوو العمامات واللباس العربي القديم حاملي السيوف ومطلقي اللحي، فهو الانطباع الأولي الذي يتشكل لدى الكثير، ناهيك عن العجز عن تقديم مادة سينمائية إسلامية تعبر عن الوجه الإسلامية بشكلها الصحيح ويقوم عليها أناس ذوو خلفية إسلامية، أو على الأقل يلتزمون بما يلتزم به الإعلام الإسلامي، واستخدامات العمل الدرامي لها في البيئة الإسلامية الكثير الكثير من مواد تعين القائمين عليها، حيث المواد التاريخية وسيرة الرسول _صلى الله عليه وسلم_ وصحابته والخلفاء والأحداث المهمة في التاريخ الإسلامي بالإضافة إلى مشكلات المسلم المعاصر وما يمكن استجلابه من واقع الحياة كثير جدا.

فالسينما المنشودة في الخطاب الإسلامي، هي التي يستطيع الإعلام الإسلامي تحقيق أهدافه دون التقوقع في قالبه الروتيني التقليدي، في انفتاح جديد على استخدام الفن بكل حداثته ومستجداته والاستفادة من الأفكار المطروحة والإبداع في طرق أفكار جديدة لم يسبق أحد إليها، والعمل في دائرة المباح الذي تركه الشرع دون جمود أو انحسار.

---

[1] محمد قطب وآخرون: الإعلام الإسلامي، ص٢١

[2] زين العابدين وآخرون، الإعلام الإسلامي، ص١٩.

" فالدعوة إلى الله من أعظم المهام التي وكِّل بها الإنسان المسلم الذي يستشعر معنى أمانة تبليغ دعوة الله تعالى، فالسينما لها ميزات خاصة، فهي تستطيع مخاطبة أكثر من حاسَّة؛ لأنها تستخدم كثيرًا من الفنون بداخلها، وبالتالي فإن تأثيرَها يكون كبيرًا على جمهورها، ولو أن لدينا فنانًا سينمائيًّا مسلمًا مهتمًا بقضية إسلامية فإنه سيستطيع التعبير عنها، كما كان مصطفى العقاد المخرج السينمائي "[1].

لذا فإن فيلما يقدم أخلاقا إنسانية تخدم الإنسانية وأخلاقياتها هو في حقيقته يعد إسلاميا، لأن الإسلام جاء ليتمم مكارم الأخلاق ويقر ما هو حسن، وهي تشكل نقطة انطلاقة لترسيخ المفاهيم والقيم التي يأمر بها الإسلام من خلال قوالب فنية درامية بعيدة عن وعظ الوعاظ ونصح الناصحين، والتي قد لا تلقى قبولا لدا الكثير من حملة الأفكار المختلفة والبعيدة عن الإسلام في المجتمعات الإسلامية، حيث يطمح الإعلام الإسلامي أن يصل بخطابه إلى الجميع عله يجد تأثرا به لديهم.

بل ان عدم الاهتمام بالأفلام الاجتماعية وأفلام الحياة المختلفة معيق في طريق النجاح، وكذلك فان البقاء في الإطار الديني وفي الإطار التاريخي ليس هو الفن المطلوب، فهناك نواح اجتماعية كثيرة يدخل فيها الفن، وكثير مما يعرض ونشاهده في المسلسلات الاجتماعية نافعة جدا لولا قضية التبرج والمرأة وإدخال بعض الأشياء الغير لازمة لزوما ذاتيا للفن وهي التي تفسده، إنما هذه المسلسلات الاجتماعية وبعض الأفلام الاجتماعية وبعض المسرحيات تعالج مشكلات، فلا بد لكي نقدم فنا نقول عنه إسلاميا أن ندخل في الحياة، لأن الحياة ليست دينا فقط، فقصة مثل قصة يوسف في القرآن، تمثل الحياة المختلفة، الأسرة، الآباء مع أبنائهم، الأخوة مع بعضهم البعض، الرجل حينما يعمل في القصور، المرأة حينما تتعلق بالرجل وحينما تريد أن توقعه في شراكها وحينما يتآمر النسوة بعضهم مع بعض وحينما يدخل الإنسان السجن متهما ظلما ويقضي فيه بضع سنين وماذا يفعل في داخل السجن وعلاقة هذا بالملوك وأحلامهم ورؤاهم وتعبير الأحلام والمجاعات والأشياء، فلكي تنجح لا بد أن تدخل في الحياة بمختلف جوانبها.[2]

---

[1] (الانترنت) أحمد الطهطاوي: السينما في خدمة الدعوة الإسلامية، مقابلة المخرج السينمائي المصري احمد محفوظ، تحقيق صحفي نشر في موقع الإخوان المسلمين.

[2] انظر (الانترنت): يوسف القرضاوي، الشريعة والحياة، حلقة المسلم المعاصر وتحديات السينما، بتاريخ: ٢٠٠٩/٦/٧، موقع قناة الجزيرة.

ولم تكن السينما بالغائبة عن التيارات الإسلامية المعاصرة، إذ أن الإمـــام حـــسن البنـــا مؤسس جماعة الإخوان المسلمين، اهتم ومنذ وقت مبكر بتنمية الكوادر الفنية الكامنة في نفوس الشباب الذين التفوا حوله، وبدا واضحا حرصه على ألا يقتصر الأمر على جهود فردية فوجه شقيقه عبد الرحمن البنا لتأسيس مسرح الإخوان في ثلاثينيات القرن العشرين، بعـد مـرور أعوام قليلة على نشأة الجماعة وكانت باكورة أعماله مسرحية رومانسية هي جميـل بثينـة، وكان بعض قمم المسرح العربي من الإخوان المسلمين في حينها.[1]

لذا فالسينما إحدى وسائل الإعلام المهمة التي يمكن من خلالها تقديم الدعوة بشكل أكثـر تأثيرًا وبصورةٍ تعتمد على الفنون والتقنيات الحديثة، لكن حتى الآن لم يثبـت أن المـسلمين نجحوا في اقتحامِ هذه الوسيلة بالدرجة التي تخدم أفكارَهم ودعوتَهم، فما زالوا يقتصرون على الأفلام التاريخية التي تصوِّر الكفارَ ومعاركَهم ضدَّ المسلمين في صدرِ الإسلام، في حـين أن مردودها الدعوي قليلٌ، فضلاً عن قلة عددها من الأساس، ومع التقدم العلمي وظهور تقنيـات جديدة في كل المجالات أصبح لزامًا على المسلمين أن يدخلوا هذا المجال، ولم يعد هناك مبررٌ للتقاعس عن هذا المشروع الكبير الذي يمثِّل خطوةً إستراتيجية في سبيل الدعوة الإســلامية، ولذلك يكون من الطبيعي أن نسأل عن وسائل الدخول إلى هذا المجال وعوائقه ومدى نجـاح استخدام السينما كوسيلة إعلامية دعوية. [2]

"إن القائمين على إنتاج أفلامنا من منتجين وممثلين ومخرجين وفنيين يعتبرون السينما وسيلة لإزجاء أوقات الفراغ غير مدركين خطورتها ، فالقصص هـي هـي إن كانـت دراميـة أو كوميدية فهي لا تتبدل إلا بأسمائها ولا تتغير إلا بممثليها ومخرجيها، فالوسيلة التي ينتجون بها أفلامهم هي جمال الجسد والمال الذي يصنع الجسد وتأليف القصة يتم في جلسات اسـترخائية للعاملين في صناعة السينما فينطبع في ذهن المشاهد وعندما نفهم الفهم الشامل الواعي للسينما والمسرح والفيديوتيب ونسير في الدرب الصحيح فانه سيكون ان شاء الله أدوات بالغة الأهمية في التأثير رحبة الأفاق واسعة المدى في بناء الإنسان المثالي"[3].

ومع غياب السينما الإسلامية التي تحقق الأهداف الإسلامية يبقى المواطن والمتابع المسلم فريسة سهلة في مرمى الأفلام الغربية والمدبلجة تارة وبين الأفلام العربية الهابطة والتـي لا

---

[1] انظر (الانترنت):يوسف القرضاوي، الشريعة والحياة، حلقة المسلم المعاصر وتحديات الـسينما بتـاريخ: ٢٠٠٩/٦/٧م، موقع قناة الجزيرة.

[2] (الانترنت): الشيخ عبدالله لبابيدي، موقع عالم بلا حدود.

[3] محمد كامل الخجا: دور الإعلام الإسلامي في بناء الإنسان المثالي، ص١٥.

تحمل روح المسؤولية في ظل عدم توفر معايير إعلامية هادفة في معظم الفن العربي، ففي السينما العربية التي تقدم المادة الإسلامية نجد البعد الثقافي المهزوم في تقديم خلفاء وعلماء المسلمين في صور تتنافى مع الواقع، بل وتغرس في عقول المشاهدين نماذج غير تلك التي يسمعون عنها في الكتب والقصص التي تصورهم بأبهى الصور، مما يلغي جزء كبيرا من الهيبة التي يحتفظ بها المشاهدين لهؤلاء العلماء وربما حملوا الصورة السلبية عنهم، حيث أن مخرجي وممثلي هذه المسلسلات ليس لهم أي إحساس بإعلام التاريخ الإسلامي وعلمائه وما يعني لهم هو إنتاج عمل درامي يدر أرباحا لهم غير آبهين بالصورة التي يقدمون فيها هؤلاء.

لذا كان لزاما على الإعلام الإسلامي لتعزيز تأثيره أن يزيل غبار الوهن الذي أصابه جراء النفور من فنون هي الأكثر نفعا وتحقيقا لمصلحة رسالته، وإعادة ترتيب الأمور في نصاب ذو مردود أنجع، حيث لم يعد الزمن كما كان ولم تعد الأمور بمقياس العصور الغابرة، فحملة الفن هم حملة الإقناع والتوجيه وأصحاب الرأي العام.

المبحث الخامس:

قناة الرسالة في المشهد الفضائي:

تعريف بقناة الرسالة:

تعتبر قناة الرسالة الفضائية من الفضائيات الإسلامية الحديثة النشأة، والتي أضافت إلى الإعلام الإسلامي إضافة جديدة بما حددته رؤيتها كإعلام إسلامي متميز، بأفكار إبداعية وبرامج ابتكارية عالية الجودة، وفقاً للمعايير والمواصفات العالمية، حيث بدء البث الرسمي للرسالة الفضائية في مارس ٢٠٠٦م ، بسياسة بث على مدار الساعة وتحمل شعار الرسالة إبداع وأصالة.

ويترأس مجلس إدارة قناة الرسالة الأمير الوليد بن طلال، فيما يديرها طارق السويدان[1]، وكما تعلن قناة الرسالة فإنها تعنى بالاهتمام بقضايا الأمة العربية والإسلامية والوطنية، وتعمل على دعم الانتماء الإسلامي والعربي لجميع الشعوب العربية، كما و تسعى للمساهمة في إمداد مشاهديها بقيم وأخلاقيات تربوية عامة، تساعد مشاهديها على التغيير السلوكي لجميع أفراد الأسرة، وتعمل على تدعيم القيم الإسلامية والإنسانية، وجمع الأسرة العربية على شاشتها بتقديم ثروة فكرية مرئية من البرامج التربوية الهادفة والمتنوعة، خاصة الجوانب الاجتماعية والتنموية والشرعية، التي تحتاج لها الأسرة العربية بأسلوب هادئ وطرح متزن لا يعمل على التحريض، ويلتزم المبادئ المهنية في إطار عمل إعلامي مؤسسي متناغم متكامل.[2]

---

[1] هو رئيس مجلس إدارة مجموعة الإبداع و رئيس مجلس إدارة شركة الإبداع الخليجي للاستشارات الإدارية والاقتصادية و مدرب محترف في مجالات التنمية الشخصية والإدارة العامة و مدير عام أكاديمية الإبداع الأمريكية وحاصل على دكتوراه في هندسة البترول، وهو داعية إسلامي معروف بوسطيته.

[2] (الانترنت): قناة الرسالة الفضائية.

بنية قناة الرسالة:

ملكية الرسالة:

يعتبر رئيس مجلس إدارة قناة الرسالة الأمير السعودي الوليد بن طلال، هو مالك الفضائية الإسلامية التي يديرها ويشرف عليها طارق السويدان. كما أن الأمير الوليد بن طلال بن عبد العزيز آل سعود، هو رئيس مجلس إدارة شركة المملكة القابضة؛ وهي عبارة عن استثمارات للأمير في لبنان، حيث تشمل استثمارات شركة المملكة القابضة القطاع الفندقي من خلال فندق الموفنبيك Mövenpick ببيروت وفندق فورسيزنز Four Seasons ، كما لدى شركة المملكة استثمارات في قطاع التأمين عبر شركة مدقلف Medgulf ، هذا بالإضافة إلى استثمارات الوليد الخاصة والتي تشمل القطاع الإعلامي من خلال شركة روتانا للصوتيات والمرئيات، والتي يمتلكها الأمير الوليد بنسبة ١٠٠%. وتعد شركة روتانا أكبر منتج وموزع للموسيقى العربية بالعالم، وإنتاج الأفلام العربية، بالإضافة إلى بث ٧ قنوات فضائية متخصصة بالموسيقى والأفلام العربية، وتقدم الشركة منتجاتها الموسيقية والأفلام للقنوات التلفزيونية (الفضائية، والأرضية) الغير مشفّرة وهي: روتانا موسيقى، روتانا كليب، روتانا طرب، روتانا خليجية، روتانا سينما، روتانا زمان، وقناة أفلام فوكس (FOX Movies)، كما تملك روتانا مكتبة أفلام عربية، ومجلة روتانا وروتانا كافيه في بيروت ودمشق والقاهرة، بالإضافة إلى قناة الإرسال اللبنانية الفضائية LBCSAT، التي يملك فيها الوليد حصة كبيرة.[1]

[1] انظر (الانترنت): موقع شركة المملكة القابضة، بيانات صحفية، مركز الوسائط.

بنية القناة:

وكما أسلفنا فإن مدير الفضائية الإسلامية هو طارق سويدان، وهو داعية كويتي إسلامي معروف، ويؤكد سويدان بقوله أن "٤٠% من مقدمي البرامج على قناة الرسالة من الفنانين المعتزلين، بالإضافة إليهم، لدينا ٦٠% من مقدمي البرامج نجوم من صناعة الرسالة".[١]

وكما هو معروف لدى خبراء الإعلام " فالإعلام ليس آلية حيادية، وحقلا حياديا تتصارع فيه الأفكار والعقائد بشكل حر على وعي الجماهير واهتمامهم، فالإعلام هو مؤسسة فاعلة لها مصالحها التي تظهر من خلال مالكيها أو العاملين فيها، ومن أهم مصالحها إظهار نفسها بالشكل الحيادي الذي يتماشى مع أهدافها ومصالحها من أجل عدم إحباط البعض أو تحويلهم إلى أعداء".[٢]

فللناظر في وسائل الإعلام المختلفة يرى أن الإعلام كأي مصلحة أخرى ترسم لها سياسة تبعا لمصالح قد يرتئيها صاحب رأس المال، يهدف من خلالها إلى تحقيق مصالحه، غير آبه بما يرضي الجمهور أو يغضبه، إلا أن إرضاء الجمهور في الإعلام هو في حقيقته وسيلة ينتهجها صاحب الوسيلة الإعلامية ليس خدمة وحبا في خدمة الجمهور، بقدر ما يجعل منها جسرا يحقق من خلالها أهدافه، ويعزز استثماراته الاقتصادية أو الفكرية، وقد يلجأ إلى وسائل مختلفة لتحقيق ذلك.

" وتكون للنخب السياسية والاقتصادية والثقافية سيطرة قوية على المنتوجات الإعلامية، خصوصا في مجالات الأخبار والقوالب والأنمطة الفكرية المتمثلة في شخصيات ومضامين وأحداث وبرامج تبث على شاشات التلفاز، حيث يحاول الإعلام إظهار نفسه حياديا من أجل ضمان أكبر عدد ممكن من المستهلكين مع أنه في حقيقة الأمر يخدم مصالح الفئات الاجتماعية المهيمنة".[٣]

---

[1] نشوى الحوفي ومها حسين: "مدير عام قناة الرسالة طارق سويدان : قناتنا هي الحسنة التي تدفع بالسيئة"، مقابلة نشرت في جريدة الشرق الأوسط: العدد ٩٩٦٦ ، (الأحد ١١ صفر ١٤٢٧ هـ ١٢ مارس ٢٠٠٦م).

[2] أمل جمال: الصحافة والإعلام في إسرائيل، ص٢٦.

[3] أمل جمال: م.ن، ص٢٧.

وفي حالة قناة الرسالة الفضائية، قد تتراوح الأهداف الخفية التي يسعى إليها الوليد من خلال إنشاء قناة فضائية إسلامية بحجم الرسالة، والتي كما يبدوا للمتابع لها أنها تقف على مستوى عال من الدعم المادي المخصص لإدارتها بأحدث التقنيات لتبدو بأبهى الصور وأكثرها انسجاما مع روح العصر.

فملكية الرسالة تعود للأمير السعودي الذي يملك عدة قنوات متخصصة بالأفلام التي تتنافى جملة وتفصيلا مع أخلاق الإسلام وآدابه، بل وتعكس صورة تخدش الحياء في عرض المحرمات على شاشاتها، فمن استثماراته شركة روتانا للصوتيات والمرئيات، بالإضافة إلى أن روتانا أكبر منتج وموزع للموسيقى العربية بالعالم ،أي أن إسهام مالكها في نشر الأهداف غير الإسلامية على اتساع كبير، وله رجع مهم في العالم العربي على جمهور الإعلام الترفيهي عامة.

وهنا لا يمكن أن تكون الفكرة المادية بمعزل عن جوهر الانتماء الأيدلوجي والفكري الذي ينتمي إليه مالك الوسيلة الإعلامية، فصحيح أن الإعلام أضحى جزءاً مهما لاستثمارات الكثير، حيث يحقق مكاسب جمة كأي مشروع اقتصادي آخر، فإن رسم السياسة الإعلامية لأي وسيلة إعلامية تخرج من بوتقة يحدد معالمها ونهجها العام، صاحبها الذي يملك زمام الأمور في صنع الخطوط العريضة لإعلامه.

ونقرأ هنا عن تبني الوليد لهذا النهج الإعلامي الفني الترفيهي المنافي للأخلاق الإسلامية نموذجا يعكس بعدا أعمق مما قد يتراءى لنا، فالإعلام لا يحمل البراءة كما السياسة، حيث يحملان البعد العميق الذي يحوي جملة من الأهداف المنظمة، والتي تدور كل الأمور والجهود حول تحقيقها بمختلف الطرق بالمد والجزر، وهو الذي يقوم به صاحب الفكرة وهو ذاته صاحب المال، فليس غريبا أن يقوم صاحب بنك ربوي بتقديم خدمات للفقراء والمحتاجين على مرأى الجمهور، بل وإن حوادث عن تقديم خدمات من أصحاب نهج لآخر مناقض إن لم يكن معاديا مشاهد في خضم الحياة، وكل ذلك ليس غريبا في عالم السياسة، حيث كلها تدور في فلك المصلحة المرجوة، ولا غرابة هنا أن يقدم من يحيى في بيئة إسلامية على التزام بعض من تعاليم الدين الظاهرية ليضفي لنفسه شرعية، وليسوق نفسه حتى يحظى بنوع من القبول.

" إن أي تحليل لأي مؤسسة إعلامية يجب أن يطرح تساؤلات حول ملكية هذه المؤسسة وهوية القوى السياسية والاجتماعية التي تقف وراءها، كما أن هذه الرؤية للإعلام تحتم فحصا عميقا للآليات التي تستخدمها المؤسسات الإعلامية لتدعيم رؤيتها ومصالحها"[1].

وبخصوص قناة الرسالة، فقد تكون هناك أهداف بينة وأخرى خفية لم يحن الوقت لاكتشافها حول دوافع إنشائها، حتى وإن لم يكن لنا تعليق على أدائها، فربما كما أشرنا كانت إرادة لإضفاء شرعية إسلامية على من غرق في إعلام فني غير إسلامي، أو علها نوعا من المجاملة التي يحتاجها السياسي في حياته.

ورجوعا إلى قناة روتانا وأخواتها، نلحظ نوعا من الإعلانات التي تحاول أن تحدد طبيعة دينية للمسلم، في مقابل نفي الصحة عن نهج آخر من الأفكار الإسلامية المعاصرة، فلكل متابع أن يشاهد إعلاناً كاد يكون شعارا فيها من كثرة تكراره وهو: "الإرهاب لا دين له"، حيث تزرع الأفكار المعبرة عن نهج يقف خلف الصورة في الفضائية، وإن لم نكن حتى اللحظة قد شاهدنا أيا من هذه الأمور على شاشة "الرسالة"، إلا أن المنهج الوسطي الذي تتبعه "الرسالة" هو الأقرب فكريا، أو بمعنى أدق، هو الأنجع مرحليا في التصدر للقضاء على فكر مضاد، يشكل خطرا على صاحب المشروع أو على فكرته وأيدلوجيته، حيث الأولوية بالنسبة له مواجهة الفكر الجهادي التكفيري في البلاد العربية، والذي بات يؤرق الساسة والمصالح الاقتصادية في البلاد العربية وغير العربية، إلا أن طارق سويدان بين حدودا ومعالم واضحة بهذا الخصوص، إذ أن الأمور قد تلتبس كثيرا، لاسيما مع اختلاط أوراق المالك للقناة في أشياء متناقضة، ويؤكد سويدان بقوله:" أنا أتحمل مسؤولية وضع أهداف القناة وسياساتها وخططها وبرامجها بمعاونة الفريق الجماعي الذي يعاونني في إدارة القناة"[2]. وهذا ما يجعلنا نقلل من الربط بين المنهج الفكري للمالك واتجاه الرسالة الإعلامية لقناة الرسالة، بالرغم من بقاء احتمالية الاستفادة من قناة الرسالة ومنهجها الفكري الوسطي في خدمة أهداف الملكية، فالخطاب الإعلامي لقناة الرسالة يحمل في طياته رسالة إسلامية بروح عصرية .

---

[1] أمل جمال: الصحافة والإعلام في إسرائيل، ص٢٨.

[2] نشوى الحوفي ومها حسين: "مدير عام قناة الرسالة طارق سويدان : قناتنا هي الحسنة التي تدفع بالسيئة"، مقابلة نشرت في جريدة الشرق الأوسط: العدد ٩٩٦٦ ، (الأحد ١١ صفر ١٤٢٧ هـ ١٢ مارس ٢٠٠٦م).

الخطاب الإعلامي للرسالة:

لم تخف قناة الرسالة الفضائية في أن الجمهور المستهدف في رسالتها هو الإنسان العربي العادي في تدينه، فهي ليست موجهة للملتزمين دينياً فحسب، بل إن فيها فسحة لفئة الشباب من الجنسين وللمرأة فيها نصيب، وللجماهير بشكل عام فيها ما يناسبهم كذلك.

وكجزء من الإعلام المعاصر، تضع الرسالة كما غيرها من القنوات سياسة تسير وفقها لتكون رؤيتها واضحة وخط سيرها بيِّن، ومما يندرج في سياستها الإعلامية[1]:

- عدم المخالفة لعقيدة الإسلام مع السماح بالحوار العقائدي العلمي الذي يراعي الاحترام والأدب لكل الأديان و السماح بالحوار المؤدب الراقي الهادف إلى الحقيقة والتفاهم.
- عدم مخالفة الخلق الإسلامي والعادات الاجتماعية السائدة في العالم العربي و احترام المرأة وعدم تبذلها واشتراط الحشمة والذوق والأدب العام.
- السماح بالموسيقى والأغاني التي تحمل القيم الدينية والأخلاقية والوطنية.
- الابتعاد عن السياسة وصراعاتها (عدا قضية فلسطين) وعدم تجريح الدول أو الأشخاص أو الهيئات أو المنظمات أو الأحزاب أو الجماعات وما في حكمها.
- قبول كافة مصادر الإيرادات الحكومية أو الإعلامية أو الشخصية بشرط التزامها بسياسة القناة.

ونلحظ من خلال الخطوط العريضة التي وضعتها الرسالة لنهجها، أن طابعها الخطابي جاء مختلفا عن الطابع العام للقنوات الإسلامية المعاصرة، والتي أخذت لنفسها خطاً واضحا معروف المعالم في مخاطبة الناس بشكل مباشر من خلال برامج دينية بحتة، توجه فقط للمسلم الذي يقصد أن يتوجه إلى القناة، فالخطاب العام في أغلب القنوات الإسلامية هو المباشر من غير إعمال الجهد في استحداث أساليب جديدة في الدعوة، وإنما يغلب عليها الأسلوب التقليدي، وعل علماء الشريعة المعاصرين الذين ينطلقون من منطلق التجديد للخطاب الإعلامي الإسلامي، يتفقون على ضرورة الخروج عن الطابع القديم، فمن خلال متابعتنا لوسائل الإعلام الإسلامي المعاصر، فإن أغلب هذه الوسائل الإعلامية لم تقدم مادة جديدة ومقنعة لجمهورها إذ أن خطابها ما زال يدور في فلك الإنتاج القديم

[1] (الانترنت): قناة الرسالة الفضائية.

بتقنيات حديثة، الأمر الذي يتهدد التطور في خطاب عليه أن يلحق الركب ليواكب الأداء الإعلامي الذي يصل إلى طموح الناس، وهو ما لم يغب عن رؤية بعض العلماء المعاصرين، الذين يرون إمكانية تقديم الخطاب العقائدي بأسلوب عصري جديد يستغل التقنيات الحديثة، وهذا توجه مهم نحو الاستفادة من التقنيات الإعلامية المعاصرة كالدراما في تقديم الدعوة والمادة الإسلامية والدينية للناس.

وهنا كانت الرسالة قد خرجت من ذات المشكاة التي رسخ العلماء التجديديون لها، لتكون بارقة الأمل في بناء شخصية مسلمة تراعي العصر والانفتاح الكبير الذي أحدثته تقنيات الاتصال الحديثة، والتي لم يعد لأي بشر غنى عنها، فجعلت الرسالة من سياستها الإعلامية سمواً عن القديم من البرامج التي سئم المشاهد تكرارها، واتبعت أسلوبا مشوقا يبعث للنفس راحة في تلقي المعلومة الدينية بأسلوب جذاب، فجعلت من نفسها إضافة نوعية في كمّ من الإعلام الإسلامي، لتتميز وسط هذا الكم.

وعل المتابع للفكر الذي يحمله طارق سويدان الذي يعتبر راسم السياسة للقناة أنه يتفق مع هذا النهج التجديدي، حيث يشتهر سويدان بفكره التجديدي والدعوة إلى الإبداع وتنمية القدرات البشرية لمواكبة كل حديث، الأمر الذي لا يمكن أن يكون بمعزل عن بصماته في الإعلام الذي يديره، حيث لاحظ الباحث من خلال متابعة برامجه على القناة أنه يركز على هذا الجانب، ليس في وضع السياسة العامة للقناة كي يظهر لنا من التطور في الأداء الإعلامي الظاهري فحسب، بل في نوعية البرامج المنتقاة ونوعية المقدمين الذين يتميزون بأنهم من ذات المدرسة التي ينتمي إليها سويدان، وللمتتبع لبرامجه يجد فيها هذه الأمور جلية، حيث يعد برنامج "أكاديمية إعداد القادة" و"علمتني الحياة"، من أكثر البرامج التي تغني المسلم المعاصر بأمور يفتقدها، مع الضرورة الملحة للمسلم المعاصر وحاجته إلى معرفة التنمية البشرية التي بها تقود الأمة ذاتها لتتأهل لقيادة البشرية.

الفصل الثالث:

مضامين البرامج في قناة الرسالة الفضائية

- الطبيعة البرامجية لفضائية الرسالة.
- البرامج الدعوية.
- البرامج الثقافية.
- البرامج الاجتماعية.
- البرامج العلمية.
- أشكال برامجية أخرى.

مقدمة:

لقد حملت قناة الرسالة الفضائية لمشاهديها باقة من البرامج الإسلامية، والتي تنوعت لتنوع الحاجات والرغبات لدى الجمهور، حيث تعتبر مجموعة البرامج التي عرضت خلال فترة الدراسة من البرامج الحديثة، والتي كان أغلبها حصريا لقناة الرسالة ومن إنتاجها.

وما يميز الإعلام الإسلامي عامة وقناة الرسالة خاصة هو الإنتاج الإعلامي الذاتي، وعدم الاعتماد على المستورد من البرامج، حيث ترتكز الكثير من القنوات العربية في موادها الإعلامية على ما تجلبه من الخارج، من مواد مدبلجة وبرامج مترجمة، بل إن الاعتماد على الغير تعدى إلى التغطية الإخبارية لأخبار العالم العربي، فتجد فضائيات عربية تعتمد وكالات أنباء أجنبية كمصادر لأخبار البلدان العربية، وهنا يظهر حفاظ الإعلام الإسلامي على خصوصية الرسالة الإعلامية التي يقدمها لجمهوره، بعيدة عن الصبغة الغربية التي تمتزج في برامجها الثقافات الغريبة عن الثقافة العربية والإسلامية.

وتعددت وتنوعت مضامين البرامج التي تعرضها قناة الرسالة، حيث يتناول هذا الفصل دراسة هذه المضامين وتحليلها، والتي تنوعت بين برامج دعوية وثقافية وأخرى اجتماعية وشبابية وعلمية.

المبحث الأول:

الطبيعة البرامجية لفضائية الرسالة:

برامج قناة الرسالة:

يلحظ المتتبع لقناة الرسالة الفضائية صبغة برامجية مختلفة عن سواها من الفضائيات الإسلامية، إذ أن الرسالة تأخذ بنهج التنوع في البرامج وأساليب عرضها للجمهور المتلقي، آخذة بعين الاعتبار حاجة الجمهور للمادة الإعلامية بأسلوب يراعي روح الحداثة والعصر، ويخرجه من قوالب البرامج التقليدية التي عكفت عليها عشرات الفضائيات الإسلامية، حيث أن اغلب الفضائيات الإسلامية تقوم برامجها على إحضار عالم من العلماء، أو واعظ من الوعاظ، وتركه يتكلم في أمور الدين ساعة من الزمن، من غير أن يتخلل ذلك أي فقرات.

وتتنوع البرامج المطروحة في قناة الرسالة بين "البرامج الحوارية و برامج النساء والبرامج العلمية، والبرامج التسجيلية والوثائقية، وبرامج اقتصادية، والإفتاء الديني ونقل الصلوات، والتقارير الميدانية وبرامج دينية وخيرية، والمسابقات غير التقليدية، وغيرها من البرامج النافعة للمشاهدين "[1].

كما نجد في برامج القناة سعيا للتخصص؛ فالبرامج الدينية منها ما هو في التفسير والفقه والسيرة والعقيدة، بالإضافة إلى البرامج الاجتماعية، والبرامج التربوية، والبرامج النفسية والبرامج الإيمانية والبرامج الفكرية. كما أنه من المميز في رسالتها أنها تعتمد في أساليبها على التنوع في طرح البرامج، بعيداً عن القولبة التي تبعث على الملل، وذلك حتى تستطيع الوصول لأكبر شريحة ممكنة من المشاهدين.

---

[1] (الانترنت): موقع قناة الرسالة الفضائية.

وقد طرقت الرسالة ببرامجها أساليب من الشمول وعموم الرسالة الإعلامية لكل فرد من أفراد المجتمع، ليتسنى لكل لبنة من لبناته أن يغرف منها بقدر حاجته، فكان لكل شريحة نصيب من مادتها الإعلامية:

- فالأسرة لها برامج خاصة تهمها وتلبي احتياجاتها ورغباتها.
- النساء: حيث خصصت قناة الرسالة مساحة فضائية عبر موجاتها للمرأة وأعطتها جزءا من برامجها، كما أن بعض البرامج من إعداد النساء.
- الشباب: وعل اهتمام قناة الرسالة بالشباب هو من أكثر الاهتمامات، حيث وضعت للشباب مساحة كبيرة وخصصت لهم برامج عدة لبحث ما يحتاجونه بأسلوب عصري محبب اليهم.
- النخبة: فقد اهتمت الرسالة بالتفكير الإبداعي وصقل الشباب بما يسمو بهم نحو المعالي، فركزت جل اهتمامها على النخبة من الشباب الذين وضعت لهم اهتماما خاصا لاستخراج هذه الطاقة الكامنة في الأمة وتنميتها.
- عام: كما أن رسالة "الرسالة" لم تهمل الجمهور العام الذي يخرج عن كل تلك الفئات، فجعلت لهم نصيبا في برامجها يجدون فيه ما يحتاجون.

ومن الأمور التي تحاول الرسالة تحقيقها عبر رسالتها الإعلامية ما يأتي[1]:

- تحقيق مهارات إدارية؛ كالتخطيط واتخاذ القرار والتنظيم والتسويق للأفكار والمنتجات والجودة والتفويض وغيرها.
- مهارات شخصية؛ كفن الإلقاء والحوار والاستماع وإدارة الوقت وترتيب الحياة والإبداع والقيادة وغيرها.
- مهارات فنية؛ كمهارات التصوير والرسم والتمثيل وغيرها.
- مهارات تقنية؛ كمهارات استعمال الكمبيوتر والأجهزة الحديثة والبرمجة وغيرها.
- مهارات اجتماعية وإنسانية؛ كمهارات التواصل والتخاطب، وفن بناء العلاقات الإنسانية والارتقاء بها والمحافظة عليها، ومهارات بناء الأسرة وفن التواصل الأسري، ومهارات الذكاء الاجتماعي.

[1] (الانترنت): قناة الرسالة الفضائية.

ومن أهداف الرسالة الفضائية من خلال برامجها[1]:

١. تغيير المبادئ الخاطئة: بتغيير الأفكار لتتوجه نحو تثبيت الفكر الإسلامي الصحيح، والهوية؛ بغرس مبادئ الإسلام والاعتزاز به وبالعروبة. و ترسخ القناعات الصحيحة وتغير القناعات الخاطئة، بالإضافة إلى إبراز القيم الإيجابية، والتأكيد على ضرورة احترام العقل واستعمال الحجة والدليل، ورفض بناء الحياة حول الخيال أو الانطباعات التي ليس لها أساس أو دليل.
٢. ترشيد الاهتمام من خلال متابعة كيف يقضي المرء وقت فراغه، ومن بين الاهتمامات المنتشرة بين الناس والتي من المهم توجيهها: الثقافة والقراءة، الفن والجمال، الرياضة، التربية، الترفيه .
٣. تطوير العلاقات، فالرسالة تستطيع أن تساهم في تطوير العلاقات وبنائها بشكل سليم.
٤. التعريف بالقدوات بتعريف المشاهدين بالقدوات الجيدة وتوجيههم للإقتداء بها، ومن بين القدوات المهمة:الرموز التاريخية كالأنبياء، والعلماء والرياضيين أصحاب القيم الجيدة والذين يمكن أن يتركوا أثراً إيجابياً على الشباب وغيرهم.
٥. تنمية المهارات.

لذا بات واضحا أن سياسة التنمية في إعلام الرسالة، ليس مجرد برامج عابرة، أو استراحات تمر عليها مر الكرام، بل إن الفكرة أساس في إستراتيجية القناة وسياستها الإعلامية التي وضعتها، والتي تعبر عنها بكل صراحة ووضوح من خلال أهداف القناة والأمور التي ترى وجوب تحقيقها في رسالتها الإعلامية، لذا كان شعار القناة "الرسالة إبداع وأصالة" .

[1] (الانترنت): قناة الرسالة الفضائية.

ولمعرفة أكثر عن طبيعة هذه البرامج نستعرض مجموعة من البرامج التي بثت في الفترة التي حددت للدراسة، والواقعة بين شهر كانون الأول من العام ٢٠١١م، وحتى نهايـــة شـــهر آذار من العام نفسه.

جدول ١,٣-أ: برامج قناة الرسالة الفضائية

اسم البرنامج	مقدم البرنامج	طبيعة البرنامج	الفئة المستهدفة
الريحانة	منوع	سيرة (ثقافي)	عام
مسافرون	منوع	اجتماعي	الشباب
اؤلئك آبائي	عائض القرني	دعوي	عام
جلسة صفا	د.نعيم العرقسوسي	فقهي	عام
وذكر	محمد خير الشعال	دعوي-تربوي	عام
المخيم السادس للفتيات	منوع	اجتماعي -تنموي	الفتيات
طبعا نقدر	شريف شحاتة	اجتماعي-تربوي	الشباب
التحدي	د.محمد الثويني	تربوي - اجتماعي	الشباب
بصمات	حنان القطان	ثقافي - تربوي	الأسرة -النساء
القرآن لفجر آخر	منوع	دعوي	عام
افتحوا الأبواب	د.علي العمري	فكري ثقافي	عام
قطار الشباب	د.مريد الكلاب	(شبابي) اجتماعي-تنموي	الشباب
شخصيات أندلسية	محمد الشريف	ثقافي تاريخي	عام
رقائق مقدسية	منوع	دعوي	عام
حكايتي	منوع	ثقافي	عام
خواطر	احمد الشقيري	ثقافي- تربوي	الشباب
التفسير العلمي	د. زغلول النجار	علمي- دعوي	عام

جدول ١,٣- ب: برامج قناة الرسالة الفضائية

فضائل	نبيل العوضي	دعوي	عام
فتح فلسطين	د.راغب السرجاني	تاريخي-فكري- ثقافي	عام
علمتني الحياة ١+٢	د. طارق سويدان	ثقافي- تنموي	الأسرة -الشباب
سبل الوصول	د.محمد راتب النابلسي	دعوي	عام
فقه المرأة	د.لينا الحمصي	فقهي	النساء
على بصيرة	مجموعة علماء	فقهي	الأسرة
رسائل النور	سالم الشيخي	دعوي	عام
في حب المصطفى	د.عبلة الكحلاوي	دعوي	عام
بيني وبينكم	د.محمد العوضي	ثقافي - (علمي)	عام
محاضرة الأسبوع	مجموعة علماء	دعوي تربوي	عام
ورتل القرآن ترتيلا	منوع	علوم قرآن	عام
خواطر الشعراوي	الشيخ محمد الشعراوي	تفسير قران	عام
النفس والحياة	أ.د.طارق الحبيب	طبي نفسي- (علمي)	عام
الجواب الشافي	د. عبد الله المصلح	فقهي	عام
الكلم الطيب	مجموعة علماء	فقهي	عام
صدق رسول الله	د.عمرو خالد	دعوي	شباب فتيات
أكاديمية إعداد القادة	مجموعة	ثقافي- تنمية بشرية	الشباب
يستفتونك	مجموعة علماء	فقهي	عام
روائع الصديق	د.عبد العزيز العويد	ثقافي تاريخي	عام
همس الزهور	منوع	تربوي (ثقافي)	فتيات

وفي بحثنا في مضامين البرامج لقناة الرسالة، سنخصص الدراسة في بعض البرامج لدراستها.

المبحث الثاني:

مضامين البرامج الدعوية:

تعتبر البرامج الدعوية محل اهتمام جميع الفضائيات الإسلامية، إذ أن الفضائيات ترى أن مهماتها وأهدافها بالأساس، هي دعوية في إيصال الرسالة الإسلامية إلى جمهورها، لذا فقد جرت العادة في برامج الفضائيات الإسلامية إلى إعداد البرامج التلفزيونية الدعوية على صورة مواعظ ودروس مسجلة أو محاضرات، وقد تكون على شكل برامج تسجل في الاستديو، لكن طابعها العام هو الوعظ والإرشاد من قبل داعية أو عالم من علماء الشريعة.

ومنذ أن دخلت الفضائيات الإسلامية الفضاء الإعلامي، بدأت تبرز شاشاتها عددا من الدعاة، الذين اقتحموا شاشات الفضائيات لتقديم البرامج الدعوية، حيث برز منهم عدد لا بأس به أمثال عمرو خالد، ونبيل العوضي، وعائض القرني، ومحمد العريفي، وغيرهم الكثير ممن وجدوا في الفضائيات ضالتهم لوصولهم لجمهورهم في العالم الإسلامي.

وقد أبدت قناة الرسالة كما غيرها من القنوات الإسلامية اهتمامها بالبرامج الدعوية، فكان لهذه البرامج نصيب من خطتها البرامجية، وسنتناول بعض هذه البرامج الدعوية فيما يأتي:

١- برنامج "فضائل" :

برنامج دعوي يقدمه الشيخ نبيل العوضي[1]، يستعرض فيه فضائل الأخلاق وأهميتها في فوز وفلاح صاحبها بدخوله الجنة، ويتحدث عن العبادات والمعاملات اليومية، ويربطها جميعها بالأخلاق، بأسلوب يهدف إلى إيصال فضائل الأخلاق للمشاهد بنمط دعوي جديد،

[1] نبيل بن علي العوضي: من مواليد دولة الكويت عام ١٩٧٠ م ، خريج كلية التربية الأساسية قسم الرياضيات، وإمام وخطيب مسجد مستشفى مبارك الكبير وخطيب متنقّل في دول الخليج، ومشارك في إدارة الوعظ والثّقافة في وزارة الأوقاف والشّؤون الإسلامية بالكويت، درس جزءا من الفقه ودرس أصوله والقرآن وعلومه والأحوال الشخصية والسيرة في كلية الشريعة بجامعة الكويت، وهو المشرف العام على موقع طريق الإيمان.

فيتجول في مواقع طبيعية في بلاد الشام، وبأسلوب يقترب فيه من المشاهد عبر استعمالات درامية، لتقريب المفاهيم الأخلاقية التي يتحدث عنها، وبالتالي التحلي بها وتطبيقها.

ويقوم العوضي خلال البرنامج بالتنقل في أحياء عدة من أرض الشام، مستلهماً من تلك المعالم تراث التاريخ الإسلامي، ومنقباً في التاريخ عن شواهد من ذلك التراث، بما يتمتع به العوضي من أسلوب رشيق للكلمة، وتوصيل مباشر للمعلومة، واستخدام الموروث التاريخي وتقديمه بقالب قصصي مشوق.[1]

و تقوم برامج الإعلام الإسلامي بالتعبير وتصوير طبيعة الأخلاق والسلوك الإسلامي، لتوفر للمشاهد قاعدة سلوكية عامة ومنطلقا أخلاقيا شاملا يمثل العمل الإسلامي، ويسهر على حمايته، وتقوم على الترويج له والدعاية من أجله، وتكون بذلك صورة حية لدعوة الإسلام الأخلاقية، ولقيمه السلوكية.[2]وتعتبر الأخلاق والفضائل من أهم المواد الدعوية التي يحاول الدعاة نشرها من خلال الفضائيات الإسلامية.

وفي خضم حديثه عن الأخلاق وفضائلها، يستعرض العوضي عبر برنامجه "فضائل" في كل حلقة مشهدا من مشاهد الحياة، فتارة ينقل المشاهد إلى قصص تاريخية يعيش معها صوتا وصورة تدعم موضوعا يتعلق بالفضائل يطرحه، و ينتقل إلى جانب إيماني وعظي في مكان مختلف، يرتبط ومضمون حديثه، وهكذا في كل مشهد من مشاهد البرنامج، فتراه يتحدث عن الزواج وأهميته في تحصين الإنسان المسلم بالأخلاق ووقايته من الفواحش وهو واقف أمام عرس تضاء خلفه الأنوار، كما يتحدث عن فضل العلم ومكانته في الإسلام من داخل مسجد، كتعبير على منبع العلم وموطن العلماء.

ولا يغفل العوضي تدعيم حديثه عن الفضائل بسرد القصص التي تقوي حديثه وتبعث إلى شد المتلقي معه، فلا تكاد تخلوا كل حيثية يطرحها إلا ويدعمها بقصة من التاريخ الإسلامي، أو من قصص صحابة رسول الله_ صلى الله عليه وسلم_ والسلف الصالح.

كما يطرح البرنامج مواضيع مختلفة يربطها مقدم البرنامج بالأخلاق، ويسرد فضائلها في الإسلام، ليحقق بعرضها مبتغى دعويا في التوجيه والإرشاد، بما يتماشى والدعوة الإسلامية،

---

[1] (الانترنت): موقع طريق الإيمان.

[2] انظر: فؤاد توفيق العاني، الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة، ص ٤٩١.

وسعيها للتأثير في هذه الفضائل، حيث يتحدث عن فضل ذكر الله والدعاء وعن فضل الصلاة على رسول الله _صلى الله عليه وسلم_، كما يمر على قضايا أخلاقية كعيادة المريض والإنفاق على الأهل واعمار المساجد، بالإضافة إلى حديثه عن فضل الشهادة في سبيل الله، وفضل الرباط وتجهيز الغازي.

وعلى الرغم من تكرار مثل هذه المواضيع التي طرقها البرنامج في برامج ومواطن كثيرة، إلا أن معالجتها في هذا البرنامج كانت مختلفة عما طرحها الآخرون، حيث الترابط بين ثنايا الموضوع وعدم الخروج عن حدوده، والإلمام بتفصيلات مختلفة تتعلق بعنوان الحلقة، بالإضافة إلى أن الأسلوب القصصي الذي استفاد منه مقدم البرنامج، يحمل أهمية في عرض مثل هذه المواضيع التي ألفها الجمهور للتغلب على وقوع الملل لدى المشاهد، والذي لا يرغب عادة في سماع المواعظ والإرشادات المكررة.

ويتضح من خلال المتابعة أن مدة عرض البرنامج ثلاثون دقيقة، وقد تم تقسيم الحلقة إلى ثلاثة مقاطع يتخللها إعلانات وفواصل إعلامية أخرى، وتعتبر مدة الحلقة مناسبة لإعطاء الجرعة الدعوية، حيث أن البرامج الدعوية التقليدية تمتد لفترة أطول تصل في بعض الأحيان إلى ساعات، يتحدث فيها مقدم البرنامج بشكل مباشر إلى جمهوره، الأمر الذي ينفر المشاهد الذي لا يمكن له أن يتابع الحلقة لفترة طويلة، حيث أن الأحرى بمثل هذه البرامج الدعوية أن تكون فيها جرعات سريعة، لقول عبد الله بن مسعود _ رضي الله عنه_:" **أن رسول الله صلى الله عليه وسلم كان يتخولنا[1] بالموعظة في الأيام كراهية السآمة علينا**"[2].

[1] التخول بمعنى التعهد، و جاء في شرح الحديث في فتح الباري : أنه كان يراعي الأوقات في تعليمهم ووعظهم ولا يفعله كل يوم خشية الملل.

[2] صحيح البخاري، كتاب الدعوات، باب الموعظة ساعة بعد ساعة، رقم الحديث ٦٠٤٨.

٢- برنامج" القرآن لفجر آخر":

برنامج دعوي ليس له مقدم ولا يظهر فيه أي شخص، وهو عبارة عن عرض مصور يتحدث فيه شخص بصوته من غير أن يظهر، حيث يتحدث بصورة وعظية تصاحب حديثه صور تقرب المضمون الذي يتحدث عنه، ويدور المضمون حول قضايا دعوية عامة يغلب عليها أسلوب الإرشاد والتنبيه لما حولنا من مظاهر الكون التي أبدعها الله، ويرسم صورة من التفكر في مخلوقات الله وعظيم صنعه في الكون، ليلفت النظر للتأمل بكل ما حولنا من إبداع الله في خلقه، الذي سخر للإنسان كل ما يحتاجه في الكون، ويبقى البرنامج على تواصل بالاستدلال بآيات القرآن الكريم، التي يربطها بصورة تأملية مع العصر الحاضر وإبداعات الإنسان في تطوير مظاهر الحياة، لنصل إلى مدلول العنوان "القرآن لفجر آخر".

ولا يعتبر مضمون البرنامج بالجديد، إذ أن مادته مكررة كثيراً، حيث تعتبر مادة يكثر عرضها من قبل الدعاة والوعاظ في خطبهم وبرامجهم، إلا أن المختلف في مضمون البرنامج هو الأسلوب التأملي الذي أُتي بالمادة في سياقه، حيث يعيش المشاهد مع المضمون الدعوي التأملي، رابطا بين المسموع وما يشاهد من صور، حتى أن التأمل لا يحتاج هنا إلى الخيال، بقدر ما تكفي المشاهدة التي تدعم ما يحتاجه المشاهد.

وبالرغم من عنونة حلقات البرنامج تحت عناوين واضحة، إلا أن المضمون ليس بالضرورة أن يلتزم بالعنوان، فلا يرتبط المضمون بالموضوع بقدر ما يلاحظ ترابط التسلسل التأملي، والإسهاب في الحديث بشكل متواصل، حيث يعتبر التأمل من العبادات التي اهتم بها الإسلام في دعوة البشر إلى ممارستها لاستكشاف نواميس الكون والتعرف على قدرة الله، حيث يقول تعالى:" **أَفَلَا يَنظُرُونَ إِلَى الْإِبِلِ كَيْفَ خُلِقَتْ{١٧} وَإِلَى السَّمَاءِ كَيْفَ رُفِعَتْ{١٨} وَإِلَى الْجِبَالِ كَيْفَ نُصِبَتْ{١٩} وَإِلَى الْأَرْضِ كَيْفَ سُطِحَتْ** " الغاشية: ١٧- ٢٠) وقوله تعالى: " **وَفِي الْأَرْضِ آيَاتٌ لِّلْمُوقِنِينَ{٢٠} وَفِي أَنفُسِكُمْ أَفَلَا تُبْصِرُونَ{٢١} وَفِي السَّمَاءِ رِزْقُكُمْ وَمَا تُوعَدُونَ**" (الذاريات: ٢٠-٢٢).

ويستمر عرض الحلقة مدة خمس عشرة دقيقة، على ذات الوتيرة وبذات الصوت، وقد يستخدم في أحيان قليلة صوت آخر لقراءة بعض آيات القرآن أو الدعاء، إلا أن الغالب في العرض هو بقاء الوتيرة الصوتية واحدة من غير تغيير.

٣- برنامج "في حب المصطفى":

برنامج دعوي روحاني، تقدمه عبلة الكحلاوي[1]، تتحدث فيه عن حب المصطفى_ صلى الله عليه وسلم_، وسرد سيرته مع التركيز على الحب في سيرته، وحب الصحابة لـــه بإتبـــاع سنته، كما تتحدث عن حب الله لنبيه، وما أعطاه من نعم تدلل على هذا الحب، ونعته بصفات كالنور والسراج المنير وغيرها، حيث تتناول موضوع الحب بأسلوب يمتاز بالنبرة الحزينـــة التي تتلاءم والحديث عن موضوع روحاني يحتاج أن يزود المشاهد بجرعة إيمانيـــة تربطـــه برسوله _صلى الله عليه وسلم_ وتحرك مشاعره نحوه.

ويسعى البرنامج لترسيخ أهمية حب الله ورسوله في حياة الفرد المسلم، حيث أن محبتهما فرض في حق المسلم، وكل محبة في الدنيا يجب أن يكون أساسها محبة الله ورســـوله، كمـــا ويتطرق البرنامج لأهمية الحب في حياة المجتمع المسلم وحياة السياسي المسلم والداعية، حيث أن رسولنا محمد _ صلى الله عليه وسلم_ فتح قلوب الإنسانية بالحب، واستطاع به أن يخطـــف قلوبهم ويقنعهم بالإسلام، وبذلك تحققت أهداف الدعوة الإسلامية بقيمها الإنسانية التي تـــسعى لتطبيقها في واقع الناس، وبالحب أيضا يمكن للداعية المسلم أن يقتحم قلوب المدعوين ويـــؤثر فيهم.

وتجوب مقدمة البرنامج في مفهوم الحب في زماننا المعاصر، لتبحث عن حقيقة الحب في الحياة المعاصرة، وما تقوم به القوى السياسية والاقتصادية وقوى الشر اليوم في العـــالم مـــن إفراغ العالم من مضمون الحب؛ بسفك الدماء وقتل الأطفال، والإبقاء على الصراع الذي يبدد معاني الحب، وجوهر المحبة الإسلامي المستمد من منهج الرسول الكريم يختلف عن غيرهـــا بأنها ممتدة على امتداد الزمان.

وقد عالج البرنامج قضية المحبة بتخصيص عشر دقائق لكل حلقة، حيث أن الزمن الـــذي تعرض فيه كل حلقة قصير نسبيا مقارنة مع غيره من البرامج الدعوية، وبذلك يكون عرض

---

[1] الدكتورة عبلة الكحلاوي: عميد كليه الدراسات الإسلامية والعربية بنات جامعه الأزهر فـــرع بورســـعيد، وأستاذ الشريعة الإسلامية في كليه الدراسات الإسلامية في جامعه الأزهر والمشرف على الدراسات الإسلامية بكلية طب البنات. عن موقع الدكتورة عبلة على الانترنت.

المضمون بأقصر وقت فضائي من مجموع البرامج الدعوية في الرسالة، وقد ترابطت الحلقة بشكل متواصل من غير أي فواصل، ويعتبر هذا الترابط مهما في الاستمرارية في أجواء الحلقة الروحانية التي تتطلب عدم القطع أثناء العرض، حتى لا يتشتت المشاهد فيفقد البرنامج مبتغاه في تقديم العرض الروحاني.

ويعتبر موضوع المحبة من المواضيع الجديدة في برامج الفضائيات الإسلامية، حيث أن كثير من الدعاة يتجنبون مثل هذه المواضيع المباشرة، إلا أن مقدمة البرنامج تناولته وأثرته برؤية إسلامية أصلت له، وعبرت عن ضرورة الاهتمام به في وقتنا المعاصر.

كما أن الحديث عن حب الرسول _ صلى الله عليه وسلم_ يحمل أبعادا تربوية مهمة في ربط المشاهدين برباط متين مع نبيهم، بدل الإبقاء على العلاقة الشكلية التي يغلب عليها الجفاء والبعد عن روح الحب، فغرس معاني الحب في قلوبهم تجاه نبيهم يحقق اهتماما كبيرا في التزام أوامره واجتناب نواهيه، وطاعته، وبالتالي يقرب المشاهد من فضائل وأخلاق نبوية يعيشها المشاهد هو الآخر في حياته وترتسم حياته بها.

ويعتبر هذا البرنامج من البرامج التي تقدمها امرأة، حيث أن المرأة تحتل في قناة الرسالة حيزا مهما في التقديم والإعداد، من خلال تخصيص عدد من البرامج للمرأة، وقد حظيت المرأة بأهمية وإن كانت متفاوتة في الفضائيات الإسلامية، إلا أن وجودها بات ضروريا للارتقاء بالإعلام الإسلامي،" بتشجيع التواجد النسائي في المجال الإعلامي بشكل مناسب يحفظ للمرأة عزتها وكرامتها، ويتوافق مع تعاليم ديننا الإسلامي، وذلك بالعمل الصحفي الذي يتيح لها النقل الصحيح عن الأنشطة النسائية، والبحث في كثير من المشاكل التي تعترض عموم النساء في بيوتهن أو في مجالات العمل الذي يشغلنه خارج بيوتهن، وتبصيرهن بالتحديات التي تحيط بهن وتريد النيل منهن، سواءً كانت من داخل الدول الإسلامية أو من خارجها".[1]

فلم تنس قناة الرسالة برامج النساء والفتيات، حيث تقدم الرسالة برنامج "بصمات"، والذي تستضيف فيه مجموعة من النساء اللاتي كان لهن بصمة حقيقة في حياتهن سواء على المستوى الشخصي أو على مستوى المجتمع، فتستعرض تجربتهن وأعمالهن وإنجازاتهن في أسلوب حواري شيق، واستكمالا لفقه المرأة في جزئه الأول تقدم الرسالة الجزء الثاني من

[1] (الانترنت): هيا الرشيد، الإعلام الإسلامي..حقائق وآمال، موقع الإسلام اليوم.

البرنامج، بالإضافة إلى برنامج المخيم السادس للفتيات، وكذلك البرنامج الجديد للفتيات همس الزهور.[1] حيث أن هذه البرامج من إعداد وتقديم النساء.

ويعتبر الاهتمام بالمرأة والطفل والشاب والتخصص في الخطاب لهذه الفئات، من خلال أفرادها ذو أهمية كبيرة في شعور الفرد بأهميته وخصوصية الخطاب الموجه إليه، الأمر الذي يحقق دافعية أكبر في توجهه لمتابعة البرنامج والحرص على حلقاته.

٤- برنامج "وذكر":

برنامج دعوي من إعداد محمد خير الشعال [2]، يحمل البرنامج اسم التذكير، وهو مستمد من قوله تعالى:"**وذكر فإن الذكرى تنفع المؤمنين**" (آية ٥٥: الذاريات)، والتذكير من وسائل الدعوة الإسلامية التي عنيت بها الشريعة الإسلامية، لتذكير الناس وتنبيههم على أخطائهم وغفلتهم في الحياة، حيث أن البرنامج لا يعرض الجديد، بل هو يكرر ما يعرفه المشاهد من أمور دينية، إلا أن الهدف هو إعادة عرض مفاهيم وقضايا يتم تدارسها لترسيخها لدى المشاهدين، وإعادة تفعيلها عندهم.

ويقدم الشعال برنامجه الدعوي وهو يتجول في الطبيعة الخلابة، من حوله الأزهار والخضرة، بحيث يتميز عرض المضمون الدعوي بكسر الروتين والخروج عن المألوف في تقديم المادة الدعوية، وهنا يرتبط المضمون الدعوي الذي يذكر بالجنان وما فيها من نعيم، بما يعيشه المشاهد مع مقدم المادة الدعوية بتقريب الإحساس بواقعية المحتوي الإعلامي، وبالتالي العيش في واقع المادة المقدمة له. كما أن تقديم المادة ليلا _والملاحظ من أصوات الليل التي تنبعث من بعض المخلوقات_ يعطي طمأنينة للمشاهد وسكونا يعيشه مع الحلقة الدعوية، بالإضافة إلى ارتباط تسجيل المادة ليلا بموعد عرضها ليلا أيضا، وهو أمر مهم في شعور المشاهد بالترابط الزمني مع التقديم.

---

[1] (الانترنت): قناة الرسالة الفضائية.

[2] محمد خير الشعال: داعية إسلامي وطبيب أسنان من مدينة دمشق بسوريا، حاصل على الدكتوراة في علم الحديث والسنَّة، ومدرِّس في كلِّيتي الدعوة الإسلامية فرع دمشق ،وأصول الدين وخطيبٌ في مساجد دمشق .

و "يتحدث البرنامج عن مجموعة من الآداب والعبادات والمعاملات والعادات الخيرة والسيئة، بأفكار واضحة مرتبة، مناطة بالأدلة العقلية والنقلية، كما وتفصح آخر المحاضرة عن المطلوب منها بشكل صريح".[1] وتتحدث حلقات البرنامج عن عدد من القضايا الدينية التي يعرضها المقدم في حلقاته، منها ما يذكر بالأحسن عملا من الناس، ومنها ما يتحدث عن أسباب قسوة القلب، ويستعرض المقدم أموراً من شأنها أن تزيد من محبة المسلم للنبي _ صلى الله عليه وسلم_، كما يذكر بالآداب والأخلاق وأهميتها في حياة المسلم، ويستعرض اهتمام الإسلام بالنظافة وربط هذه الأهمية بنتائج علمية معاصرة، تدلل على واقعية الإسلام في تشريعه الذي ألزم بالنظافة والطهارة للبدن وما حوله.

ويُعرض البرنامج في ثلاثين حلقة، تتوزع على الدورة البرامجية بواقع حلقة أسبوعيا، مع تكرار وإعادة بثها ثلاث مرات خلال كل أسبوع، كما أن مدة الحلقة خمس عشرة دقيقة متواصلة من غير فاصل.

[1] (الانترنت): موقع محمد خير الشعال.

جدول ٣,٢ -: البرامج الدعوية في قناة الرسالة الفضائية

البرامج الدعوية	نسبة البرامج الدعوية	التفاعل في البرامج	تخصص المقدمين		الفئة المستهدفة	
			إعلامي	داعية	عام	الشباب وفتيات
١٠ برامج	%٢٧	%١٠ (أي في برنامج واحد)	%٠	%١٠٠	%٩٠	%١٠

ومما يلاحظ في البرامج الدعوية في قناة الرسالة أن المدة الزمنية التي يستمر فيها عرض الحلقة قصير نسبيا مقارنة مع غيرها من الفضائيات، مع معالجة الرسالة لطول المادة في بعض البرامج بتحسين أسلوب العرض الذي تقدم فيه مادتها، كما يلاحظ أن القائم على البرامج الدعوية هو شخص واحد، وهو أمر يبقي على تقديم المادة الدعوية في إطار الوعظ والتلقين، فليس هناك مشاركة للجمهور فيما يتم عرضه، بل إن المادة تأخذ اتجاها واحدا من الملقي إلى المتلقي، وهذا ضعف في التفاعل بين المشاهد والبرنامج، بحيث تبقى لدى الجمهور أمور غامضة تختلج داخله، لا يمكنه الحصول على إجابة عليها، كما أنه من الملاحظ التكرار في عرض المادة الدعوية على شاشة الفضائية بشكل مبالغ، جراء قلة الإنتاج.

المبحث الثالث:

مضامين البرامج الثقافية:

نعني بالبرامج الثقافية ساعات البث التي تخصصها القناة التلفزيونية للثقافة بمعناها الشامل والعام، باعتبارها تتويجا للحياة الاجتماعية ونشاط المجتمع وفعالياته، وما تحتوي من إشارات ورموز، وما تعرف به من أعلام ومعالم وفلسفات وتيارات ثقافية وغيرها.[1]

وقد أصبحت وسائل الإعلام من أهم مصادر التزويد بالثقافة، إذ أن المشاهد ينهل من الكم الكبير من الفضائيات ذات التخصصات المختلفة ما يحلو له، ومن مختلف الثقافات في العالم، "وللإعلام الإسلامي دور متميز وفعال في عملية تثقيف المسلمين بثقافة متميزة، على أسلوب تصحيح النظرة إلى الكائن الإنساني، وصلته بما حوله من الأشياء والأدوات والكائنات الأخرى، فضلا عن صلته بما وراء الكون والحياة" [2].

ويعتبر الإعلام الإسلامي ذا خصوصية تميز الثقافة التي يسعى لنشرها، حيث " أنها ثقافة مؤسسة على القيم الدينية والنظم الإسلامية والمعارف العلمية والأشكال الجمالية الأصيلة في الأدب والعمارة والإنتاج، والعادات والتقاليد الراسخة والأعراف السائدة بين المسلمين، والتي تقوم عليها الحياة الفردية للإنسان المسلم والحياة المشتركة للأمة الإسلامية في أقطارها المختلفة" [3]، وبذلك يتميز الإعلام الإسلامي بنشر الثقافة الايجابية التي تهم المجتمع المسلم وتوعيته، ويبتعد عن كل ما من شأنه أن يفسد ثقافته أو يهدر وقته.

وقد اهتمت قناة الرسالة الفضائية بجوانب ثقافية مختلفة، فلم تقتصر برامجها على الدعوة، بل فتحت آفاقا مختلفة من التوجهات، لتقدم برامج ثقافية ذات صبغة تاريخية، وأخرى فكرية تقدم للمشاهد مادة ثقافية تثري فكره وتقف على أحداث مهمة في عصره، كما أن من

---

[1] حسين العودات وآخرون: القنوات الفضائية العربية في خدمة الثقافة العربية والإسلامية، ص٣٦.

[2] فؤاد توفيق العاني: الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة، ص٤٢٩.

[3] إبراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامي، ص٣٤.

برامجها الثقافية ما يجول في حياة شعوب العالم للبحث عن أسرار نجاحها ومكامن القوة في نهضتها.

ولتقديم البرامج الثقافية لابد من مراعاة أمور منها:[1]

- أن يكون القائم بالاتصال مؤهلاً تأهيلاً إعلامياً، وأن يكون مثقفا.
- معرفته بأهداف البرامج الثقافية وما تريد أن توصله للمتلقين وضمن إستراتيجية المؤسسة التي يخضع لها وليعكس ذلك في توجهاته.
- أن يكون كفوءاً ويقدم معالجة إعلامية للأحداث والظواهر والتطورات المختلفة التي تصاحب الحياة الثقافية، ويعرف جيداً طبيعة الشريحة الاجتماعية التي يتوجه لها.
- اهتمام المقدم بمظهره الخارجي وأسلوبه ولغته، حيث أن المشاهد سرعان ما يكتشف ويفرق بين المقدم الناضج المتوازن وبين النجم التلفزيوني الذي يلمع فقط من فوق السطح.
- أن يكون من الملمين باستخدام الأجهزة الحديثة والتعامل معها بيسر.
- أن يكون المقدم لبقاً مهذباً، ملماً بكافة جوانب الموضوع وان كان ضيفه أو محاوره موجود، وأن يمتاز بالإيناس والألفة و يجعل المشاهدين قريبين من قلبه وعقله، وأن يقدم مادته ببساطة ووضوح دون الإخلال بالمضمون، وعدم التكلف والابتعاد عن التصنع وذو بديهية حاضرة. وأن لا يحول البرنامج إلى ندوة جامدة، بل لا بد من الحيوية المستمرة طيلة البرنامج، كي يبقي الجمهور على تواصل جدي معه.

ولتحقيق البرامج الثقافية أهدافها لابد من مراعاة الأمور الآتية:[2]

- أن تكون البرامج منوعة بالموضوع والأسلوب والشكل.
- أن يكون حجم هذه البرامج يتناسب مع الدور الذي تلعبه الثقافة في حياة المجتمعات.
- أن تضع في اعتبارها أنها موجهة لغير المختصين وللشريحة الأكبر من المتلقين.
- احترام حق التعبير وأهمية الحوار وتعددية الآراء.

وفيما يأتي بعض البرامج الثقافية التي عرضتها قناة الرسالة الفضائية:

---

[1] محمد كحط عبيد الربيعي: الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية، ص ٢٨، (رسالة ماجستير)، الدنمارك: الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، ٢٠٠٧م.

[2] حسين العودات وآخرون: القنوات الفضائية العربية في خدمة الثقافة العربية والإسلامية، ص ٣٦.

١- برنامج "شخصيات أندلسية":

برنامج من إعداد وتقديم محمد موسى الشريف[1]، تتحدث حلقات البرنامج عن شخصيات تاريخية من الأندلس، لها تأثيرها في التاريخ الإسلامي، وتركت بصمات في الحياة البشرية، حيث يعمد المقدم للترجمة لهذه الشخصيات، التي عاشت في كنف الدولة الإسلامية في الأندلس، وما شهدته تلك الفترة الزمنية من تطور عظيم وازدهار في تلك البلاد.

ويسرد مقدم البرنامج تاريخ المسلمين في بلاد الأندلس والعمارة والحضارة التي بنوها في تلك البلاد، مستعرضا بعض المشاهد والصور التي توضح القصور والمعالم الإسلامية المهمة، التي فقدها المسلمون وأصبحت تاريخا يذكر، يقدم المسلمون إليها زائرين ويقفون على أطلالها، ليطلعوا على ما بقي من الآثار بعد أن تغيرت تسمية الأندلس إلى اسبانيا.

وقد قام مقدم البرنامج بالسفر إلى الأندلس لإعداد البرنامج، حيث يقف أو يجلس طوال مدة البرنامج أمام معلم من معالم الأندلس ليقدم حلقات برنامجه، ويشير إليها ويتحدث عنها، ويربط المكان بالشخصيات التي يتناولها في حديثه.

ويتناول البرنامج في كل حلقه شخصيه أندلسية، ويتنوع العرض بين العلماء والأمراء والمشهورين، فيعرض تاريخ هذه الشخصيات مستعينا بالصور والخرائط لتوضيح رحلاتهم، فيتحدث عن الأمير عبد الرحمن بن معاوية المعروف بعبد الرحمن الداخل وقصة هروبه إلى الأندلس، وإمساكه بزمام الحكم فيها بعد ذلك، بحيث يمر على جوانب من حياة الناس تحت حكمه، والأوضاع السياسية في عصره وكيفية تعامله معها، كما يتحدث عن أمراء آخرين كالمستنصر بالله المرواني، وكيفية اهتمامه بالكتب وجمعها والتي كان مآلها الحرق من بعد، ويتحدث أيضا عن العلماء أمثال الإمام الشاطبي، الذي اشتهر بعلم القراءات والتفسير، ويتحدث عن الفقيه ابن حزم الظاهري، والحاجب منصور القحطاني، وابن رشد الجد والحفيد، وهما قاضيان ومن العلماء المعروفين في الأندلس، ويركز على ابن رشد الحفيد، والذي يعتبر

[1] محمد موسى الشريف: دكتوراة في الكتاب والسنة، ويعمل قائد طائرة (قبطان) في الخطوط الجوية السعودية. بالإضافة إلى عمله أستاذاً متعاوناً بقسم الدراسات الإسلامية بجامعة الملك عبد العزيز بمدينة جدة. وتدريسه في قسم الدراسات العليا الشرعية في جامعة العلوم والتكنولوجيا اليمنية فرع جدة، وله عدة مؤلفات وبرامج في التاريخ العربي والإسلامي. منقول عن موقع التاريخ للشريف.

من أشهر الفلاسفة المسلمين الذين برعوا في الفلسفة، بالإضافة إلى القاضي محمد بن سعيد بن بشير، وغيرها من الشخصيات الأندلسية.

وتعتبر مادة البرنامج جديدة على شاشات الفضائيات الإسلامية، حيث أن زيارة مقدم البرنامج للأندلس والتعرف على المكان وعرض معلومات جديدة لم تكن معروفة عن شخصيات مشهورة وغير مشهورة، ساهمت في إضافة حلقات البرنامج مخزونا معرفيا جديدا للمشاهد، بحيث شملت المعرفة التي قدمها بعداً تاريخيا لسرد قصص هذه الشخصيات، مع إضفاء بعد الانتماء إلى بلاد إسلامية عمّرها المسلمون وأقاموا فيها حضارة عريقة قبل أن يفقدوها.

ويعرض البرنامج حلقاته بتخصيص كل حلقة للحديث عن شخصية من هذه الشخصيات، بحيث يستمر الحديث في كل حلقة مدة ثلاث عشرة دقيقة، متواصلة من غير فواصل، وتعتبر الفترة الزمنية التي يتم فيها عرض المادة التاريخية مناسبة، مع استخدام الأسلوب القصصي الذي يبعد الملل عن المشاهد، والذي يجد في عرض الصور والمتابعة الحية من المكان الذي كانت تدور فيه أحداث القصة محفزا له للاستمرار في المتابعة.

٢- برنامج "حكايتي":

لم تقف حدود الثقافة التي تزود بها الرسالة جمهورها عند غرس المفاهيم الدعوية والتاريخية، إذ أن السياسة كان لها في قاموسها أهمية، لاسيما ما يخص القضية الفلسطينية، والتي سعت الرسالة لعرض برنامج خاص يحكي القصة الفلسطينية من أفواه عاشت أحداث القصة، لتنقلها للمشاهدين، وتعالج قضية اختلفت فيها الروايات وغابت كثير من تفصيلاتها في خضم تراكم أحداثها وتسارعها، فعرضت على شاشتها برنامج "حكايتي".

ويتحدث برنامج "حكايتي" عن المرأة الفلسطينية، الأم والزوجة والبنت، ويتناول البرنامج شخصية امرأة فلسطينية، فيركز على حياة هذه الشخصية الفلسطينية التي تعكس حالة إنسانية، فيتناول تفاصيل حياتها من أبعاد حياتية ومعاناة ناجمة عن ممارسات الاحتلال الإسرائيلي

والتحديات التي تواجهها، وتتناول حلقات البرنامج شخصيات فلسطينية من المخيمات الفلسطينية في الشتات وغزة والقدس.

وتسرد حلقات البرنامج حكاية امرأة فلسطينية في كل حلقة، تروي ما جرى معها وما شهدته من أحداث في حياتها، لاسيما النساء اللواتي عاصرن النكبة الفلسطينية عام ١٩٤٨م، فتتناول إحدى حلقات البرنامج قصة امرأة عاصرت النكبة من سكان مخيم برج البراجنة في لبنان، تقف على مشارف الوطن على الحدود اللبنانية مع فلسطين، وتنظر إلى بلادها عن بعد، يحفها الحنين والحسرة على ما ضاع منذ أكثر من ستين عام، كما يتناول البرنامج قصص نساء أخريات تروي كل واحدة منها قصة التهجير التي تعرضن لها من وطنهم، وصولا لحياة اللجوء والبقاء على أمل العودة لديارهم.

ولم تقتصر حلقات البرنامج على النساء اللواتي عاصرن النكبة، إذ أن فلسطينيات عاصرن النكبات المعاصرة يستضيفهن البرنامج ليقصص ما تمارسه قوات الاحتلال من دمار وقتل جراء الحرب المستمرة والمتواصلة على الشعب الفلسطيني، لاسيما حرب ٢٠٠٨ م على قطاع غزة، تجدر الإشارة إلى أن النساء اللاتي يشاركن في البرنامج هن نساء عاديات، لكن وراء كل واحدة منهن قصصا وحكايات تثري المخزون الثقافي للمشاهد .

ويتميز البرنامج بترك المرأة الفلسطينية تتحدث بإسهاب وبأسلوب قصصي عن تجربتها، من غير وجود أي طرف آخر يقطع حديثها وتسلسلها القصصي، بالإضافة إلى ربط حديثها بصورٍ تشير إلى ما تتحدث عنه، حيث يعتبر هذا الأسلوب في إعداد البرامج شبيه بالفلم الوثائقي، الذي يعطي المشاهد تشوقا للمتابعة والاستمرارية، لاسيما وأنه غير مكرر، وفكرته جديدة في تناول القضية الفلسطينية بالاعتماد على التاريخ الشفوي والمصور، وتقديمه للجمهور بأسلوب جديد.

ويعتبر " حكايتي" برنامج من إعداد فضائية القدس الفضائية، وتقوم قناة الرسالة بعرضه على شاشتها كمادة ثقافية ترتئيها لجمهورها، تنسج به علاقة مع الإعلام الفلسطيني لخدمة القضية الفلسطينية، في مدة عرض تصل إلى عشرين دقيقة في كل حلقة.

٣- برنامج "خواطر ٥":

خواطر برنامج تربوي ثقافي يعده الشاب أحمد الشقيري[١]، وهو برنامج شبابي منوع يبث يومياً، ويتناول قضايا اجتماعية يتم مناقشتها من منظور ديني تربوي، ومن خلال فقرات تتنوع مابين الإلقاء المباشر والمواقف الخارجية التي يتم الاحتكاك من خلالها بالجمهور بشكل مباشر، للوقوف على الهدف المطلوب إيصاله بشكل عملي وواقعي.[٢]

وخواطر هو عبارة عن برنامج يجمع فيه الشقيري خواطره التي نظمها ونسقها، من خلال ما شاهده ولاحظه في مجتمعات غير مسلمة، من قضايا تخص الشباب والمجتمع المسلم، ليقارن بذلك ما عليه هذه المجتمعات من سلوكيات وأعراف وتقاليد وطبائع في الحياة، مقارنة بحال العرب والمسلمين في بلادهم، مع استحضار ما أمر به الدين الإسلامي بخصوص هذه القضايا وموقفه منها، وموضع المسلمين وغير المسلمين من التطبيق الصحيح لمبادئ وأخلاق الإسلام. وقد حقق البرنامج نجاحاً كبيراً بين الشباب العربي، من خلال المتابعة الكبيرة التي دلل عليها الزخم الكبير من التعليقات في المنتديات والمواقع والصحف.

ويعتبر "خواطر٥ " هو البرنامج الخامس الذي يعده الشقيري على ذات الوتيرة، وقد تناول هذه المرة النموذج الياباني للمقارنة، حيث يناقش في هذا النموذج العديد من المواضيع الاجتماعية والفكرية والدينية، بصورة تحفز على التغيير الايجابي في الحياة، وتقويم السلوك التربوي للحاق بالأمم المتقدمة.

وبخصوص مضامين حلقات البرنامج فإنها متعددة وتعالج قضايا مختلفة، حيث يتناول في إحدى الحلقات موضوع القمامة وكيفية التعامل معها في اليابان، بدء من إلقائها في حاويات تحمل مواعيد يختلف ما يُلقى فيها طبقا لبرنامج معين، وصولا لحملها من قبل سيارات النفايات التي تمتاز بالنظافة العالية، إلى أن توضع في مكب مخصص لها من غير أن يُشم لهذه النفايات رائحة، وذلك نتيجة لتربية خاصة عند اليابانيين على أسلوب علمي في إلقاء

---

[1] أحمد الشقيري إعلامي وداعية إسلامي سعودي، ولد في مدينة جدة عام ١٩٧٣م، وحاصل على بكالوريوس إدارة نظم، وماجستير في إدارة الأعمال من جامعة كاليفورنيا، يعمل في التجارة الخاصة به في بيع الأدوات المنزلية، بالإضافة إلى أعماله الدعوية والتطوعية.

[2] (الانترنت): موقع قناة الرسالة.

النفايات يحول دون الرائحة الكريهة، تبدأ بتربية الأطفال في المدارس، ويعرض في المقابل صورة غير حضارية في تعامل العالم العربي مع النفايات.
كما يشير في حلقة بعنوان "تعليم ممتع" إلى أسلوب التربية عن طريق اللعب بطريقة تفاعلية، يتم فيها استخدام عروض متحركة وألعاب لتعليم الأطفال العلوم والرياضيات، ويحاول مع عرض هذه المشاهد أن يلفت نظر المدارس والمعنيين بالتربية في مجتمعاتنا أن يطبقوا مثل هذه الأمور.

ومن خلال المتابعة لمضامين حلقات البرنامج يتضح أن هناك توجها لتحقيق أهداف تربوية من خلال التنبيه على أخطاء في مجتمعاتنا العربية، لاسيما فيما يتعلق بتربية الأطفال، فتركز مضامين الحلقات على ضرورة استفادة المربين من أساليب التربية اليابانية، وترجمة كتب التربية والاعتناء بالأجيال الصغيرة لتغيير واقع العالم العربي والنهوض به، وكذلك الاهتمام بالتعليم؛ بإتباع طرق علمية تجذب المتعلمين وتحبب القراءة لديهم، وقد أشار الشقيري إلى أن نسبة الأمية في العالم العربي هي ٤٠%، فيما أنها ومنذ سنوات في اليابان ٠% ، وهذا بحد ذاته محل إعجاب و محفز للاقتداء.

كما يسعى البرنامج لتحفيز العرب والمسلمين على الاهتمام بالتنمية، فاليابان بعد الحرب العالمية الثانية خرجت بآثار مدمرة، فشرعت بالبناء والتنمية إلى أن وصلت اليوم إلى مرحلة متقدمة جدا في كافة المجالات، فأولى خطوات التنمية الاهتمام بالإنسان وتنمية توجهاته لتحقيق أهداف ايجابية، والنهوض بكافة جوانب الحياة العملية.

ويُطرح البرنامج بأسلوب بسيط تغلب عليه الصورة، وتتنوع أساليب العرض من حوارات يجريها الشقيري، ونقل مشاهد من أحداث وسلوكيات بشكل مباشر، وتعليقات يقدمها مباشرة أو في الاستديو، أو في البلاد العربية للمقارنة بين واقعين متباينين، ويشير بلفظ كوكب آخر، للدلالة على المسافة الكبيرة بين النموذجين المعاصرين العربي والياباني.

ويعتبر برنامج خواطر من البرامج الثقافية الفريدة في الإعلام الإسلامي، والذي يجول في ثقافات الشعوب المختلفة بأسلوب يذكرنا برحلات ابن بطوطة، حيث تتناول كل حلقة من حلقاته موضوعا معينا يتم معالجته خلال فترة زمنية لا تتعدى الخمس عشرة دقيقة.

٤- برنامج "افتحوا الأبواب":

برنامج فكري ثقافي أسبوعي مباشر، يلقي الضوء على أهم الأحداث والمستجدات على الساحة الخليجية والعربية ويواكبها ليقدم للمشاهد رؤية فكرية واجتماعية وسياسية واضحة حول ما يدور حوله من أحداث[١]، يعده علي العمري[٢].

والبرنامج يسعى إلى تقديم الرأي والرأي الآخر في نقاش أكثر القضايا التي تشغل الشعوب العربية، ويعكس صورة حية لما تطمح إليه الجماهير، فهو طريق واضح ومنبر لفتح جميع أبواب القضايا الهامة سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو دينية، بكل استقلالية وحياد، دون التوجه إلى فكر معين، ودون الانصياع لأي ضغوط، حيث يعرض كل يوم الجمعة مساء، بتعاون في البث بين قناتي الرسالة وفور شباب.[٣]

ويستعرض البرنامج في كل حلقة عددا من القضايا الرئيسة في العالم العربي، سواء السياسية أو الفكرية أو حوادث وقضايا جدلية، بحيث تتعدد أو تتوحد مواضيع الحلقة، فيتناول في بعض الحلقات عدة قضايا يقسمها على مدة الحلقة، وقد يتناول قضية واحدة يستعرض جوانبها المختلفة ويبحثها باستفاضة، خلال فترة الحلقة التي تصل إلى خمسين دقيقة .

ويطرح البرنامج في حلقته الأولى أحد أهم القضايا التي شغلت الرأي العام العالمي والعربي، وهى ثورة الشعوب العربية على حكامها، حيث ركزت على طرح قضية الثورة ومناقشتها مع مختصين، وفي حلقة أخرى بحث قضية التجديد، وهي من القضايا الفكرية.

وتبدأ الحلقة بحديث المقدم لجمهوره، ومن ثم يتم عرض تقرير إخباري يتعلق بموضوع الحلقة، كما يتخلل الحلقة مقابلات مباشرة تتم مع ضيوف متخصصين وخبراء، مع وجود تنوع في الضيوف الذين يحضرهم بخصوص آرائهم وتوجهاتهم الفكرية.

---

[1] (الانترنت): فضائية الرسالة.

[2] الدكتور علي العمري: حاصل على درجة البكالوريوس في العلوم و الدكتوراه في الفقه المقارن من جامعة الجنان بطرابلس، وهو أستاذ الفقه بمعهد مكة المكرمة بجدة ومدير مؤسسة مكة المكرمة الخيرية بجدة والأمين العام لرابطة الفن الإسلامي العالمية ومؤسس قناة فور شباب الفضائية .

[3] (الانترنت): قناة فور شباب.

ويركز البرنامج بشكل لافت على تناول أخبار المملكة العربية السعودية، فيتم التركيز عليها بشكل واضح، على الرغم من تنوع المشاهدين وتوزعهم على العالم الإسلامي، الأمر الذي يجد فيه المتابع من خارج السعودية انحيازا في التغطية والتحليل لقضايا ربما لاتهمه، أو أن لديه في بلده ما هو أكثر أهمية ولا يحظى بتناوله عبر فضائية الرسالة.

ويتضح من خلال المتابعة أن البرنامج يفتقد إلى التفاعل المباشر مع الجمهور، حيث لا تتوفر الاتصالات من قبل المشاهدين، مع الاقتصار على مداخلات الضيوف وتحليل المقدم، وإمكانية استخدام الفيسبوك للتواصل مع البرنامج، كما يلاحظ أن مدة المقابلات في البرنامج تأخذ حيزا زمنيا كبيرا من وقت البرنامج، ناهيك عن طولها وبعثها للملل.

٥- برنامج "أكاديمية إعداد القادة":

برنامج ثقافي تنموي على شكل محاضرات أسبوعية في التنمية البشرية، يقدمه نخبة منتقاة من المفكرين والمدربين المحترفين، حيث يقدمون عصارة تجاربهم الحياتية في مختلف الميادين العلمية والفكرية والإدارية والأدبية، بأسلوب شيق وممتع، يشاركهم في ذلك مجموعة من الشباب في حوار هادف وبناء.[١]

وصورة البرنامج تتوافق مع اسمه في أنه أكاديمية، وليس مجرد برنامج يحضره بعض الضيوف، إذ أن البرنامج ينقل محاضرات من داخل قاعة كبيرة يحضرها العشرات من الطلاب، للاستماع والحوار مع محاضرهم، الذي يتغير من حلقة لأخرى.

وتعتبر الأكاديمية أول أكاديمية عربية للإعداد الشامل للشباب على أخلاقيات ومهارات القيادة، ويهدف لإحداث نقلة نوعية في مسار المجتمعات المسلمة بإعداد جيل من القيادات، يفهم دينه و يعرف واقعه، ويتسلح بالعلم والمهارات والقناعة والسلوكيات اللازمة لنهضة الأمة، والأكاديمية تحتضن الشباب من الجنسين في جو تربوي وأخلاقي، من خلال رحلة صيفية لثلاثة أسابيع، ببرنامج مخطط بعناية للحصول على تدريب مكثف لمجموعة منتقاة من الدورات، وعلى أيدي نخبة مختارة من المدربين، بالإضافة إلى المشاريع العملية التطبيقية والبرامج الثقافية و الترفيهية المرافقة.[٢]ويتبين أن البرنامج تسجيل لمحاضرات الأكاديمية التي تبث لاحقا للجمهور على شاشة الرسالة.

---

[1] (الانترنت): قناة الرسالة.

[2] (الانترنت): موقع أكاديمية إعداد القادة.

جدول ٣,٣ – البرامج الثقافية في قناة الرسالة

البرامج الثقافية	نسبة البرامج الثقافية	التفاعل في البرامج	تخصص المقدمين			الفئة المستهدفة	
			إعلامي	غير إعلامي	بغير مقدم	عام	الشباب
١٢ برامج	%٣٢,٥	لا يوجد	مقدم واحد	١٠ مقدمين	١	%٥٨,٥	%٤١,٥

ويتضح مما سبق أن البرامج الثقافية في قناة الرسالة تنوعت بين ثقافة تاريخيـــة وفكريـــة وسياسية، وغوص في ثقافات الشعوب الأخرى للاستفادة من منجزاتها وتقدمها، فلم تنحـــصر البرامج في قالب واحد.

كما أن البرامج الثقافية قد احتلت نسبة لا بأس بها من برامج القناة، غير أن برامج القناة تفتقد للتفاعل الجماهيري المطلوب لإثراء الحوارات، وجذب الجمهور المشاهد وتفاعله مع البرامج الثقافية، وهو أمر من شأنه أن يؤثر على المادة المقدمة واستجابة الجمهور لها.

المبحث الرابع:

مضامين البرامج الاجتماعية:

تتضمن الحياة اليومية للناس الكثير من القضايا والمشاكل الاجتماعية التي تهم شرائح واسعة من جمهور الفضائيات، الأمر الذي يحتم على الفضائيات الاهتمام بعرض هذه الحاجات وتلك القضايا والوقوف عليها ومحاولة معالجتها إعلاميا، عبر برامج تطرح الوجهات المختلفة لإفادة الجمهور.

لذا فإن البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية التي تحاول أن تلامس هموم الناس وما يطرأ على أمور الحياة، تلاقي اهتماماً جيداً ومتابعة كبيرة، لكن لا بد أن تتجاوز هذه البرامج الروتين والنمطية وتكرار طرح المشكلات المعروفة التي تم استهلاكها كـ العنوسة، الطلاق، زوجة الأب، وعدد من المشكلات التي باتت علامة في كل برنامج، ويتم طرحها بالمنظار والزاوية نفسيهما، ففي عصر التقدم لا بد من طرح موضوعات مهمة على صعيد الأسرة، كطرح قضايا عقول الشباب المهاجرة، وسطحية أفكار الشباب، ومن يتلقف إبداع الشباب والفتيات.[1]

وقد تميز الاتصال المعاصر بأنه عصر الإعلام الاجتماعي، الذي برزت فيه وسائل اتصال اجتماعية طغت على ما سواها من حيث التوجه الجماهيري الكبير نحوها، فـ"الفيس بوك" و "التويتر"، أضحت من أهم وسائل الإعلام تأثيرا في المجتمعات، حيث أنها تعرض قضايا المجتمع، فيتم نقاشها وتنظيم التغيير والمعالجة بشكل يفوق أي قدرات تنظيمية أخرى في التغلب على المشاكل الاجتماعية، وقد كان تأثير هذه الوسائل على العالم العربي الأقوى من حيث قدرتها على الإطاحة بأنظمة حكم، استجابة لإرادات شبابية استفادت من منجزات الإعلام الاجتماعي.

وقد خصصت قناة الرسالة الفضائية عددا من البرامج في دورتها البرامجية لبحث القضايا الاجتماعية المختلفة على شاشتها، نظراً لأهمية القضايا الاجتماعية من المنظور الإسلامي الذي يطرح رؤيته الخاصة في حل هذه القضايا، وسنقف مع عدد من هذه البرامج ومضامينها والمشكلات التي تطرحها وكيفية معالجتها.

---

[1] مجلة الجزيرة: البرامج الاجتماعية... تميز ولكن، العدد ٥٤،٧ أكتوبر، ٢٠٠٣م.

١- برنامج "مسافرون":

برنامج اجتماعي شبابي يقدمه مجموعة من الشباب بالاشتراك مع الشيخ محمد العريفي[١]، وجاءت تسمية البرنامج بـــ "مسافرون" انطلاقا من تشبيه الحياة بالرحلة، وكأن الإنسان ذاهب في رحلة في هذه الحياة، يستظل في هذه الرحلة بتوجيهات الإسلام، فدليل الرحلة هو القرآن، والسعادة الاجتماعية في الحياة مستمدة من الإسلام وتشريعاته التي تنظم حياة البشرية، كما أن الحياة محطات يقف الإنسان عند هذه المحطات أثناء سفره، ويكشف البرنامج عن حيثيات هذه المحطات التي تمثل القضايا والمشكلات الاجتماعية.

ويتألف البرنامج من ثلاثين حلقة، مدة كل حلقة ثلاثون دقيقة، وكل حلقة تتحدث عن موضوع مستقل، باستثناء بعض الحلقات التي تحتاج أحياناً أن تقسم على حلقتين، ويغلب على البرنامج أسلوب الحوار والنقاش وطرح الأسئلة بين المشاركين الشباب والعريفي.[٢]

ويتطرق مضمون حلقات البرنامج لقضايا اجتماعية متنوعة، بعضها يبحث قضية الجوال، وأخرى تتحدث عن حقوق الحيوان ومنها ما تبحث في قضية المراهقة المتأخرة، وليلة الدخلة، وقضايا حساسة أخرى تهم المجتمع، يتم عرضها بطريقة وأسلوب جديد، بحيث تبدأ الحلقة بقصة درامية يقدمها الشباب، تخدم موضوع الحلقة، ومن ثم يعرض العريفي حديثه حول القضية التي يبين موقف الشريعة الإسلامية منها، وما يتوفر من توجيهات إسلامية حولها، والشباب جلوس حوله يستمعون ويتفاعلون معه في حديثه.

ومن خلال متابعة مضامين البرنامج، يتضح سعي البرنامج لترسيخ مفاهيم وسلوكيات اجتماعية إسلامية، حيث يوجه الشباب إلى آداب تعامل الإسلام مع الحيوانات وعدم تعذيبها، بل ويشير إلى الرفق في معاملتها حتى أثناء ذبحها تجنبا لإيذائها، بالإضافة إلى النهي عن تشويه وجه الدابة بالوشم احتراما لها. كما يعمل البرنامج على غرس الألفاظ الايجابية والتخلص من الألفاظ السيئة حتى مع الحيوانات، حيث نهى الإسلام عن لعن الدابة أثناء نهرها

---

[1] الشيخ محمد العريفي : حاصل على الدكتوراه في أصول الدين في العقيدة والمذاهب المعاصرة، وهو خطيب جامع البواردي بالرياض وعضو هيئة تدريس بجامعة الملك سعود، وداعية إسلامي له إسهامات دعوية في الفضائيات الإسلامية.

[2] انظر (الانترنت): موقع برنامج مسافرون على الفيس بوك.

للسير، وبذلك تعزز الحلقة أساليب تربوية تدعوا إلى السلام الاجتماعي مع الحيوانات، بمنع صراع الديكة بقتال بعضها بعضا، وتشكل هذه المعاني الأخلاقية قيما تربوية للمجتمع المسلم الذي يسعى إلى الاستقرار الاجتماعي والأمن البعيد عن الصراعات، والذي تسوده المحبة والسلام، ويعزز البرنامج هذه المفاهيم أيضا من خلال حلقة تتحدث عن الرفق، والذي يطالب الإنسان به مع كل شيء سواء مع الناس أو الجمادات، لاسيما من هم تحت إمرته كالأبناء والعمال والخدم، بل وحتى مع مخاصميه، الأمر الذي يهيئ تعاملا راقيا بين أفراد المجتمع يعتمد الحوار كأسلوب للتعامل مع المشكلات والخصومات والبعد عن المشاجرة والعنف.

ومن القضايا التي طرحها البرنامج حلقة بعنوان" الجوال"، واستخداماته النافعة والضارة، حيث أوضحت الحلقة الآداب الواجبة للتعامل مع الجوال مشيرة إلى أخطاء الناس في التعامل مع هذه التقنية الجديدة، والمشاكل الاجتماعية الناتجة عن سوء استخدامه.

كما تتحدث إحدى الحلقات أيضا عن ليلة الدخلة، وهي من المواضيع الاجتماعية الحساسة التي يبحثها البرنامج، حيث تعترض الشباب بعض الإشكاليات في فهم هذه القضية نتيجة طبيعة المجتمعات الشرقية، الأمر الذي يقود بعض الشباب إلى توجهات خاطئة في لجوئهم إلى سبل غير صحيحة في الحصول على المعلومات عن هذه المناسبة العمرية.

وتعرض حلقة بعنوان الأطباء، أخطاء الأطباء في المستشفيات، وما يجب أن يكون عليه الطبيب في تعامله مع المرضى، مستعرضين تشخيصات خاطئة كانت نتائجها سيئة على الإنسان، بحيث لا يفهم الطبيب مشكلة المريض بشكل صحيح، لاسيما في المستشفيات الحكومية، بالإضافة إلى مراعاة الطبيب لنفسية المرضى في أسلوب تعاطيه معهم وإخبارهم بأمراضهم، وتعتبر هذه المشاكل الطبية عامة في كثير من الدول العربية.

وتعتبر القضايا الاجتماعية المطروحة من واقع الحياة المعاصرة، والتي هي جزء من قضايا كثيرة تنتظر أن يفتحها الإعلام لعلاجها، وعلى الرغم من إمكانية تكرار الكثير منها في وسائل الإعلام المختلفة، إلا أنها تبقى من قضايا الساعة التي تحتاج إلى إشباع حاجة الجمهور منها، لاسيما من المنطلق الإسلامي في علاجها.

٢- برنامج "طبعا نقدر":

برنامج شبابي تربوي يهتم بحل المشاكل الشبابية والتغلب عليها، بحيث يظهر ذلك جليا في اسم البرنامج "طبعا نقدر" [١]، والذي يحمل الهمة والتفاؤل إزاء إمكانية تخطي الشباب للصعاب واجتيازها، فيحاول البرنامج الشبابي إبراز صوت الشاب ووجهاتهم وطموحاتهم بإيجاد مساحة للشباب للاستماع لبعضهم والتفاهم على قضاياهم.

ومن خلال البرنامج الذي يسعى مقدمه الشاب المصري شريف شحاتة[٢] للتواصل مع الشباب لحل المشكلات واثبات الذات وتغيير الواقع وتحقيق أحلام الشباب، من خلال التواصل معهم عبر الهاتف وعبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، ومن خلال آراء الشباب في الشارع العربي.

ويتم عرض البرنامج في خمسين دقيقة أسبوعيا، بحيث يبدأ عرض البرنامج الساعة التاسعة من مساء كل جمعة، وتبدو اهتماماته في تطويع مهارات الشباب وتطويرها في تحقيق أهدافهم في الحياة ومقاومة كل إغراءات هدر الأوقات والممارسات السلبية وسبل مواجهتها.[٣]

كما يتم عرض البرنامج بطريقة الحديث المباشر مع الجمهور الشاب، فهو من البرامج القليلة المباشرة في قناة الرسالة، حيث يستخدم مقدم البرنامج في حديثه اللهجة المصرية العامية في حديثه للشباب من جيله، من غير تكلف في الخطاب، وغلبة الوضوح والبساطة في طرح المواضيع، كما أن البرنامج وبالرغم من عرضه على قناة إسلامية، إلا انه منفتح بشكل كبير على المجتمع الشبابي، فلا يمتنع عن عرض آراء شبابية لشباب وفتيات، سواء ملتزمين أو غير متدينين، لتكون بذلك رسالته أكثر مدى من أن تنحصر في الشباب المتدين.

ويبدأ البرنامج بحديث المقدم لجمهوره، ومن ثم يعرض تقريرا مصورا لآراء شريحة من الشباب في الشارع، بحيث تكون إجابة عن سؤال يطرح عليهم، تتباين الإجابات ويتم نقاش ما تم الخلاف فيه، ويبدأ بعدها استقبال الاتصالات الهاتفية من قبل الشاب والفتيات، كما يتم

---

[1] والذي يلفظ باللهجة المصرية.

[2] شريف شحاتة: صحفي وداعية إسلامي، ومعد ومقدم برامج بالقنوات الفضائية، ومحاضر بعدد من المدارس الدولية، حاصل على بكالوريوس علوم – قسم فيزياء وحاصل على دبلوم في الدراسات الإسلامية ودبلوم في الإذاعة والتليفزيون من كلية الإعلام في جامعة القاهرة.

[3] (الانترنت): موقع قناة الرسالة.

عرض المشاركات الشبابية عبر الفيسبوك، فالبرنامج تفاعلي يأخذ اتجاهين في تبادل الحديث وتعبير الجمهور عن موقفه وآرائه.

وتتحدث حلقات البرنامج في موضوعات شبابية مختلفة، فمنها ما يتناول قضية الجوال وتأثيره في حياة الشباب، وتحقيق طموحاتهم بتعاملهم مع هذه التقنيات بطريقة صحيحة، حيث كشف استطلاع رأي أجراه البرنامج أن نسبة كبيرة من الشباب يعتبر الجوال وجاهة اجتماعية فاقت نسبة استخدامه في العمل، كما كان لدى الشباب رأي حصل على نسبة عالية أيضا، تمثل في أن استخدام الجوال إضاعة للوقت والمال، فيقوم البرنامج بنقاش هذه النتائج.

كما كان للبرنامج تفاعله مع الأحداث التي صنعها الشباب المصري والمعروفة بـ "ثورة ٢٥ يناير"، حيث خصصت حلقتين كاملتين للوقوف على هذه القضية التي تزامنت وعرض الحلقة، فحملت الحلقة الأولى عنوان "بحبك يا بلدي" والثانية باسم الثورة، وقد تناولت الحلقة الأولى قضية حب الوطن وتأصيلها الشرعي في السيرة النبوية، وحب الشباب الثائر في البلدان العربية عامة ومصر خاصة لأوطانهم، ودور الشباب في خدمة بلده، فقد عبروا عن ولادة جديدة شهدوها لبلدهم، حيث عبر كثير من الشباب عن آمالهم بحرية، فكبرت الأحلام والطموحات إلى مواقع سياسية عالية لم يكن لهم أن يتحدثوا عنها قبل الثورة، فيخرج المقدم إلى ميدان التحرير ويرصد مواقف الشباب من الميدان وطموحاتهم في بناء بلدهم وتحقيق التمنية فيها .

ويعتبر البرنامج إضافة جديدة لاهتمام الإعلام الإسلامي بعنصر الشباب، حيث لم يسبق وأن خصص برنامج تفاعلي خاص بالشباب، فلم تكن فكرة البرنامج بالمكررة في برامج القنوات الإسلامية، وما يميز البرنامج الشبابي أنه منفتح على واقع الشباب ويعيش معهم خطواتهم بعيدا عن التنظير المثالي والخيالي، ويظهر ذلك في حلقات البرنامج التي نزلت للشارع لمواكبة حدث من صنع الشباب ويشكل مادة دسمة لطموحاتهم.

٣- برنامج "قطار الشباب":

برنامج اجتماعي شبابي، يعتمد في إعداده وتقديمه على مجموعة من الشباب الذي يظهر في تجربته الأولى على الشاشة، مع استضافة دائمة للدكتور مريد الكلاب[١]، للاستفادة من إرشاداته للشباب والوقوف على جوانب مهمة تتعلق بقضاياهم، كما يستهدف البرنامج فئة الشباب على وجه الخصوص.[٢]

وقد أطلق على البرنامج اسم قطار الشباب، انطلاقا من التناغم والتشابه بين هذه المجموعة من الشباب والقطار في السعي لبلوغ الهدف بعد الرحلة، وفلسفة القطار في تقسيم البرنامج إلى عدة محطات، يقف الشباب على كل محطة ويناقشون موضوعها، بحيث تبدأ الحلقة بمحطة الانتظار التي يتأهب الشباب فيها للانطلاق في حلقتهم وقطارهم، والفقرة الثانية تسمى الدرجة الأولى، وهي فقرة التساؤلات في الموضوع الرئيس للحلقة، يستضيف المستشار مريد الكلاب لمناقشته وطرح الأسئلة الشبابية عليه. والمحطة الثالثة تسمى بـ"الأقصى سرعة" يتم فيها عرض تقرير مصور يخدم أهداف الحلقة، والمحطة الرابعة هي "صورة القيادة"، يتحدثون فيها عن مهارة القيادة ويستضيفون أحد المختصين. ويلاحظ أن المحطات غير مقسمة بفواصل، إذ أن الشباب من يتحكم في مدة كل محطة، كما أن القطار يمر على العديد من المختصين والمتصلين والشباب والفقرات خلال الحلقة لتكتمل محطات القطار.

ويشمل مضمون الحلقة حديثا للشباب عن ذواتهم وأنفسهم، بحيث يعرضون قضية من واقع المجتمع ويقومون بنقاشها مع بعضهم البعض، فيعرض الشباب القضية من جوانب مختلفة يميزها التعددية في الطرح الذي يقدمه كل واحد، وسط شعور بالمشاركة والحوار الجماعي في ظل التقديم المتعدد للبرنامج، ففي إحدى القضايا تناول الشباب قضية اجتماعية تمس شريحة الشباب بالذات في المجتمع السعودي، وهي سياقة السيارة والسرعة الزائدة، والتي تتسبب في حوادث كثيرة، تؤدي إلى خسائر مادية وفي الأرواح، كما تتناول حلقات

---

[1] متخصص في التطوير البشري، ومدرب محترف في تقديم برامج التطوير الإداري و القيادي، ومدرب معتمد في هندسة النجاح، و تقديم الاستشارات النفسية والتربوي، وحاصل على دبلوم متخصص في علاج المخاوف، حاصل على ترخيص التدريب من شركة كرتسكوم العالمية الأمريكية، ومعتمد من شركة فرانك لن كوفي الأمريكية، ويعمل حاليا رئيسا لمركز حوار الأجيال للتنمية والتدريب.

[2] (الانترنت): موقع قناة الرسالة.

أخرى قضايا اجتماعية شبابية كقضية العمل التطوعي، والحوار والتعصب الرياضي، وغيرها من القضايا.

ومن خلال متابعة حلقات البرنامج، يلاحظ اختيار توقيت مناسب للشباب في عرض البرنامج الساعة التاسعة مساء بصورة أسبوعية، ليتسنى للشباب المشاركة في البرنامج التفاعلي الذي يمكن للجمهور التواصل المباشر معه عن طريق "الفيسبوك" ورسائل sms والاتصال الهاتفي، بحيث تستمر الحلقة مدة تسعون دقيقة.

ويلاحظ أن البرنامج الشبابي يحمل روح الشباب في الفكاهة والمرح في تقديمهم، من غير تكلف ورسمية في حديثهم، فيتحدث الشباب باللهجة السعودية العامية، ويتبادلون الحديث بأسلوب مرح ويضحكون أحيانا، إلا أن مما يلاحظ في البرنامج خلوه من الاستخدامات الموسيقية والمؤثرات الصوتية، بالإضافة إلى حصر الشباب المقدمين للبرنامج بالشباب السعودي على الرغم من عمومية رسالة القناة للجمهور العربي عامة في مختلف الدول، وهو ما انعكس على القضايا الاجتماعية المطروحة والتي بقيت في دائرة المجتمع السعودي، بالإضافة إلى انحسار الجانب التفاعلي في الشباب السعودي في أغلبيته القصوى، حيث أن معظم المتصلين والمشاركين من السعودية، وقد كانت عمومية الرسالة للقناة تتطلب تنوعا في مجتمعات الشباب المقدمين لإحداث تنوع الموضوعات والتنوع التفاعلي.

كما أن الشباب مفهوم يشمل الشاب والفتاة على حد سواء، وقد لوحظ اقتصار البرنامج على مجموعة من الشباب الذكور مع غياب عنصر الأنوثة ليس فقط عن إدارة البرنامج، وإنما عن التفاعل بالاتصال بالبرنامج والمشاركة فيه، إلا أن قناة الرسالة أطلقت برنامجا خاصا بالبنات تحت مسمى "همس الزهور".

جدول ٤,٣ – البرامج الاجتماعية في قناة الرسالة

البرامج الاجتماعية	نسبة البرامج الاجتماعية	التفاعل في البرامج	مقدمين إعلاميين	الفئة المستهدفة
٥ برامج	%١٣,٥	%١٠٠	مقدم واحد	**الشباب**

يلاحظ أن نسبة البرامج الاجتماعية قليلة مقارنة مع غيرها من البرامج، على الرغم من أهميتها وحاجة الجمهور لها، إلا أن ما يميز هذه البرامج في قناة الرسالة أنها برامج تفاعلية يستطيع المشاهد التواصل والتفاعل معها، سواء كان ضمن جمهور يشارك في الحلقة، أم من خلال الاتصال بها.

وتحمل مضامين برامج القناة الاجتماعية أبعادا تربوية، تعنى بتصحيح المفاهيم، وصياغة رؤية جديدة في التعامل مع القضايا الاجتماعية المعاصرة، حيث أن الفئة التي تستهدفها هي فئة الشباب، بأهمية هذه الفئة في عملية التغيير الاجتماعي وما تملكه من طاقات لتحقيق ذلك.

المبحث الخامس:

مضامين البرامج العلمية:

يكثر في الفضائيات طرح البرامج الاجتماعية والثقافية والترفيهية، والتي ترى الفضائيات أنها مما يسوغ للمشاهد ويهمه، وفيها الفائدة والتسلية، وتعتبر البرامج العلمية التي تطرح مضمونا علميا على الجمهور من المواد التي يقل عرضها في الفضائيات مقارنة مع غيرها من البرامج، حيث أن العلوم في المفهوم العام توجه إلى المتخصصين الذين يهمهم المضمون العلمي، وعلى قدر من الفهم لهذا المضمون.

فلم تبدِ الفضائيات اهتماما بالبرامج العلمية، حيث أثر ذلك على الثقافة العلمية للمشاهدين، فكان لابد من الأخذ بعين الاعتبار، الاهتمام بتنمية الاتجاهات العلمية لدى الجمهور لما لها من أهمية في عملية التنمية والبناء.[1] ويحتاج عرض الفضائيات للبرامج العلمية مراعاة أسلوب يتناسب مع الجمهور المتلقي، ويراعي الطبيعة العلمية التي يعرف عنها الجدية والصعوبة في إدراكها، مع ضرورة هذه البرامج التي يحتاجها الجمهور بقدر يحقق له إشباعا في جانب من جوانب العلوم التي يحتاجها في حياته.

وهنا كانت قناة الرسالة مواكبة لهذه الأهمية، فأولت للعلوم برامج علمية تقدم على شاشتها، استجابة لحاجة الجمهور دفع الجهل والخرافة بحقائق علمية، تزيل البس وتكشف الغباش، فعرضت برنامج "بيني وبينكم"؛ الذي يستضيف عالم علوم يناقش عددا من القضايا العلمية التي تتعلق بخلق الإنسان ونظرية دارون، وغيرها من القضايا العلمية المعاصرة، والاكتشافات الجديدة، كما تعرض الرسالة برنامج النفس والحياة، والذي سنتناوله في الدراسة.

---

[1] (الانترنت): محمود الربيعي تطوير عمل الفضائيات مهمة وطنية، شبكة النبأ.

برنامج "النفس والحياة":

برنامج علمي طبي يركز على جانب من العلوم وهو الطب النفسي، وهو من البرامج القليلة التي تعالج هذا الجانب من العلوم عبر الفضائيات الإسلامية، من خلال استضافة المتخصص في الطب النفسي ا.د. طارق الحبيب[1]، حيث يعتبر من أقوى البرامج العربية المباشرة في التعامل مع النفس البشرية، تحليلا وعلاجا لكافة الهموم والمشاكل من خلال حلول علمية وعملية.

ويتناول البرنامج الكثير من القضايا النفسية العامة والخاصة، من خلال طرحها عبر الفضاء للمشاهدين، للاستفادة والتعلم، ويعتبر المتخصص طارق الحبيب ضيف البرنامج الدائم، والذي يكون في ضيافة مقدم البرنامج، ليجيب عن أسئلته وأسئلة المشاهدين على الهواء مباشرة.

وتعرض الرسالة البرنامج بصورة أسبوعية ولمدة خمسين دقيقة، حيث تطرح كل حلقة موضوعا نفسيا يتم تناوله وشرحه للجمهور، الذي يقوم بدوره بعرض مشاكله واستفساراته عن قضية الحلقة، أو قضايا أخرى ومشاكل نفسية يعانون منها، يتم وصف أعراضها لضيف البرنامج، الذي يقوم بدوره بإرشاد السائل إلى كيفية التعامل مع الحالة التي يصفها، سواء بإعطائه نصائح يتبعها في علاجه، أو توجيهه إلى الجهة التي يمكنها أن تعالجه.

وتناول البرنامج خلال فترة البحث حلقات مفتوحة للاستشارات النفسية للجمهور، بالإضافة إلى عددا من القضايا الحية التي يعيشها الشارع العربي، وبين الرؤية النفسية والتحليل النفسي لهذه القضايا، ففي إحدى الحلقات تحدث عن أحداث الثورة المصرية محللا الواقع النفسي للشعب والنظام على حد سواء، حيث بين أن المصريين بطبيعتهم أكثر مرونة من غيرهم

[1] استشارياً وأستاذاً مشاركاً للطب النفسي ورئيس قسم الطب النفسي في كلية الطب والمستشفيات الجامعية بجامعة الملك سعود بالرياض، أستاذاً متعاوناً وممتحناً لطلاب الدبلوم العالي والماجستير والدكتوراة بكلية الطب بجامعة عين شمس بجمهورية مصر العربية، ومستشاراً ورئيساً لقسم الطب النفسي بمدينة سلطان بن عبد العزيز للخدمات الإنسانية، ومحكَّماً علمياً معتمداً في المجلة العلمية لمنظمة الصحة العالمية في منطقة حوض البحر الأبيض المتوسط، وكذلك في العديد من المجلات الطبية الأخرى، وتتركز اهتماماته العلمية على علاج الاضطرابات الوجدانية وعلى مهارات التعامل مع الضغوط النفسية وعلاقة الدين بالصحة النفسية.

الشعوب، حيث استفادوا من تجاربهم السابقة، فرفضوا كل رموز النظام السابق، وبنوا للمرحلة القادمة، لضمان عدم العودة للوراء والحفاظ على المنجزات، وهذا الإصرار تمثل في استمرار الثورة والتظاهر حتى بعد سقوط مبارك، حتى أصبح هناك فكر لإسقاط الحكومات والأنظمة بالتجمع عند الشعوب العربية، امتد واتسع، واعتبر أن أرقى أنواع السلطة هي الدستورية والدولة المدنية التي تحتوي المواطنين، وهذا يؤكد فشل الدولة الدينية أو الطائفية، أو الثورية كما في ليبيا، حيث أن شرعياتها تبقى خائفة مرتعبة، وهذا يؤكده هشاشة الأنظمة العربية التي سقطت في أيام، وتحدث عن المعارضة وعدم فهم الحكومات للمعنى الايجابي لها، والمعارضة هي حالة طبيعية في الإنسان حتى في علاقته الذاتية.

ويتحدث عن الحكام العرب من وجهة نفسية، فالحاكم عندما تقام مظاهرة في بلده يمر بمراحل؛ تبدأ بالصدمة، والإنكار لما حدث، والكآبة، ومن ثم الانسحاب، وقرار الحاكم حسب حالته النفسية التي هي حالة من الحالات السابقة يتدرج فيها، والتنازلات تأتي عندما يدخل في مرحلة الكآبة، وهذه المراحل ظهرت على الرئيس المصري المخلوع.

كما تحدث في إحدى الحلقات عن السلطة، سواء علاقة السلطة داخل البيت أو العمل أو الحاكم والمحكومين، واعتبر أن الفكر السلطوي لم يُخترق سوى في فترة النبوة وخلافة أبو بكر وعمر، ومن ثم عاد الفكر السلطوي الذي يطغى في الفكر العربي والذي ينشأ عليه الطفل في المنزل، معتبرا أن أغلب العرب هو "قذافي" داخل منزله، حينما يقول سأقلبها جمراً ليبيا ، مثل ما يقول الأب:" والله لعذبكم ، و الله لأجلدكم يا أولاد"، وهذه شخصية تعاني من اضطراب نفسي، وما يشبه بالشخصية "شبه الفصامية"، حيث يبالغ هذا الإنسان في احترام السلطة، فإذا كان موظفا في عمل، يعتبر دائما المدير على صواب، ويعتبر المدير هو كل شيء، وهو في الحقيقة لا يحب المدير أبدا، لكن هنا ما يسمى التوحد مع القوي أو مع من يكره، ويتمسك بالقدم.

ويتناول البرنامج قضايا واستشارات عن قضايا نفسية متنوعة؛ كالقلق، والتوتر، والاكتئاب، والوسواس القهري، والمشاكل الأسرية والاجتماعية والأسباب النفسية التي تقود إلى مثل هذه الأمور، والتغيرات النفسية في مرحلة المراهقة، ويسعى البرنامج للتأصيل العلمي لمظاهر العنف ودوافعه الاجتماعية، وسبل علاجه بدل تغذيته والتي يربطها بالنظام السلطوي، كما يحاول البرنامج تحقيق أبعاد تربوية من خلال وضع اليد على الخلل السلوكي ومعالجته.

و يمكن للمشاهدين التواصل مع البرنامج بالاتصال المباشر، ومن خلال الرسائل القصيرة والرسائل على أيميل البرنامج، ويمكنهم أيضا التواصل بعد البرنامج مع ضيف الحلقة لتوضيح الأعراض بشكل أدق، والحصول على المساعدة النفسية.

ويتضح من خلال المتابعة أن البرنامج يحظى بأهمية كبيرة لدى الجمهور، وذلك واضـــح من خلال كم الاتصالات التي تنهال على البرنامج، والرسائل والتعليقات الكثيرة التي كتبت في صفحة البرنامج على موقع قناة الرسالة، الأمر الذي يدلل على حاجة الجمهور لطـــرح هـــذه المواضيع، ويعتبر أيضا مؤشرا على نجاح البرامج العلمية ذات التماس المباشر بشؤون وحياة الناس.

المبحث السادس:

الأشكال البرامجية الأخرى:

بالإضافة إلى أشكال البرامج التي ذكرت سابقا، فقد احتوت مادة الرسالة علـــى أشـــكال أخرى من المواد الإعلامية، حيث تتخلل البرامج الرئيسة عروضا برامجية متنوعة؛ كالنـــشيد والفيديو كليب، والأفلام الوثائقية، والمقاطع الدعوية والريبورتاج.

١- النشيد والفيديو كليب:

يعتبر النشيد الإسلامي من المواد التي تزخر بها الفضائيات الإسلامية، وقد أشرنا فـــي الفصل الثاني إلى تخصص بعض الفضائيات بعرض هذه المادة الإعلامية، وقناة الرسالة كان فيها أيضا مساحة لهذه المادة، تعرض على وجه التنويع وخدمة أفكار دعوية وإسلامية للقناة.

وقد استخدمت الرسالة النشيد على وجهين:

الأول: وهو الأكثر استعمالا في البرامج جميعها، والتي يبدأ عرضها وينتهي بنشيد يتفـــق ومضمون البرنامج، ليتسنى التمهيد للبرنامج بمظهر جذاب، فيما يعرف بالمقدمة للبرنـــامج أو نشيدة البرنامج.

والثاني: وهو عرض النشيد بصورة مستقلة كمقطع منفصل عن البرامج.

وقد استفادت قناة الرسالة من استحداث العرض الغنائي الصوتي المزود بالصور، والذي يطلق عليه "الفيديو كليب"، حيث يجمع بين الصوت والصورة لتكوين مادة قوية ومؤثرة تجمع عنصري التأثير الفعال.

ويعتبر المضمون الدعوي أكثر المضامين الإسلامية التي يحويها النشيد والفيديو كليب في قناة الرسالة، حيث يهدف إلى ترسيخ خلق إسلامي أو أمر رباني أو نبوي، من خلال الصوت الجميل والصورة، ومن هذه الأناشيد ما يتحدث عن فضل الهدي النبوي، ومنهـــا مـــا يمـــدح الرسول _صلى الله عليه وسلم_، ومنها ما يدعوا للاحسان لليتيم، والإحـــسان للـــسائل وتقـــديم المساعدة للآخرين، وغيرها الكثير من الأهداف الدعوية التي تحققها من خلال الفيديو كليب.

ومما عرضته قناة الرسالة نشيدة لطفلة تركية تنشد باللغة التركية مع توفر ترجمة عربية، حيث تضمنت كلماتها سردا للسيرة النبوية بصورة غنائية على مسرح الرسالة.

٢- الأفلام الوثائقية:

كما تناولت قناة الرسالة العديد من البرامج الوثائقية وعرضتها لمشاهديها، كمادة تسجيلية تقدم عرضا لقضية تاريخية أو معلم إسلامي أو قضية سياسية، يتم خلالها عرض المعلومات بطريقة توثيقية تعتمد التسلسل الزمني، والربط بين الصوت الذي يحمل المعلومات، وما أمكن من صور تبين وتوضح هذا السرد.

و من الأفلام الوثائقية "فلم الإسلام في الأندلس"، الذي يتحدث عن الحضارة الإسلامية التي صنعها المسلمون في تلك البلاد، ويرصد أهم المعالم الحضارية والأثرية فيها، كما عرضت الرسالة برنامج "عندما يتكلم العالم العربية"؛ وهو برنامج وثائقي يبرز الأبعاد العالمية للحضارة الإسلامية، بالإضافة إلى برنامج "أرض الأنبياء"، وغيرها من البرامج الوثائقية التي تعرضها شاشة الرسالة بين وقت وآخر من غير تحديد موعد لبثها.

٣- منبه الطاعات:

وهو برنامج يومي مدته لا تتجاوز الدقيقة، يقدم أحاديث نبوية عن موضوع معين، وتجدد مواضيع العرض بشكل يومي. بالإضافة إلى برامج أخرى وريبورتاجات وغيرها من البرامج الخفيفة والتي تبث خلال الفواصل.

المبحث السابع:

برامج الرسالة والتنمية :

لم يكن الإعلام وسيلة نقل لأحداث هنا أو هناك فحسب، بل تعدى الإعلام إلى كونه سلطة في خلق واقع وطمس آخر، فهو صاحب سلطة التغيير السريعة والفعالة في المجتمعات من خلال ما يملك من مقومات القوة والتأثير على جمهور المتلقيين الذين يرقبون ما يصدر عنه بعين المتلهف. لذا كان للإعلام دور مهم في عملية التعليم ومحاربة الجهل، كما أن له دورا كبيرا في تحقيق التنمية في الأمة من خلال توجيه الرسالة الإعلامية بطريقة يمكن معها فتح آفاق الإبداع في كشف القدرات، وصقلها ببرامج تدريبية تؤهلها للمضي في تحقيق التقدم للأمة.

"ويعتبر الإعلام التنموي نموذجا لدور وسائل الاتصال في التنمية، والشيء الايجابي الذي يسجل في رصيد رواده أنهم الأوائل الذين حاولوا نقل تركيز الاهتمام من التعرض إلى رسائل الاتصال الجماهيري إلى منتجي هذه الرسائل وكذا محتوياتها"[1] .

ولم تغب هذه الأفكار عن مسيرة قناة الرسالة، إذ أن اهتماما واضحا برز من خلال برامج أعدتها خصيصا في التنمية البشرية، حيث قدمت عدة برامج تهدف إلى تحقيق هذه الأهداف، منها برنامج أكاديمية إعداد القادة، والذي يجول في أوساط الشباب مستجمعا لقدراتهم ومحاولا استنهاضها، وتدريبها وصقلها بأسس التنمية البشرية والإدارة بإحضار متخصصين في هذا المجال، بالإضافة إلى برنامج "المخيم السادس للفتيات" و"طبعا نقدر" و"التحدي"، و"قطار الشباب"، و"علمتني الحياة".

[1] السعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب ، ص١١٩.

المبحث الثامن:

برامج الرسالة والشباب:

مع بداية دورتها البرامجية الجديدة، أطلقت قناة الرسالة الفضائية مجموعة متميزة من البرامج الجديدة والحصرية التي تعرض للمرة الأولى على شاشتها، وتتميز الدورة الجديدة بزخم واضح للبرامج الشبابية، والتي تتواصل على الهواء مباشرة مع الشباب في مختلف الاهتمامات والقضايا الشبابية الساخنة، وتشهد الدورة الجديدة وجود الدكتور محمد الثويني ببرنامجه الجديد "التحدي" الذي يبث مباشرة ، حيث يتحاور الدكتور الثويني مع الشباب ويطلق لهم المبادرات ويفتح لهم ممارسة المهارات من خلال المسابقة الأسبوعية.[1]

وقد لوحظ اهتمام الرسالة بشريحة الشباب من خلال تخصيص عدد من البرامج التي يقومون على تقديمها وإدارتها، بالإضافة إلى برامج أخرى موجهة لهم، حيث خصصت الرسالة ما مجموعه عشرة برامج للشباب، أي بنسبة تصل إلى ٣٠% من مجموع برامج الرسالة خلال فترة الدراسة.

وتحاول البرامج الشبابية التي تقدمها الرسالة، ترسيخ مفاهيم شبابية تعزز ثقة الشباب بأنفسهم وبقدراتهم وطاقاتهم، وقد بدا هذا الاهتمام واضحا من خلال البرامج التي تقدمها، ومن خلال نسبة المشاهدين، فقد " بلغت نسبة مشاهدة الشباب للقناة ٢٧%"[2].

---

[1] (الانترنت): موقع قناة الرسالة.

[2] طارق سويدان: في سهرة في الذكرى الخامسة لانطلاقة قناة الرسالة الفضائية، بثت على قناة الرسالة في شهر ١١/٢٠١٠م .

خلاصة:

ويتضح من خلال المتابعة تنوع الطبيعة البرامجة للرسالة، ومحاولتها الإلمام بقدر كبير من التنوع في طبيعة المادة المقدمة، حيث احتوت مضامين برامجها على مادة إسلامية عصرية يمكن للمسلم المعاصر أن ينهل منها أشكالا مختلفة من الأعمال الإعلامية، في تخصص البرامج بجوانب معينة وعدم الاكتفاء بالعمومية، كما أن الخطاب الإعلامي العصري لقناة الرسالة والذي يمتاز بالبعد عن أسلوب المحاضرات الدينية التقليدية، يعتبر إضافة جديدة في تقديم مضمون مناسب لجمهور لم يعد متأثرا بهذا الأسلوب الخطابي.

وقد تنوع الاهتمام بشرائح المجتمع المختلفة في مضامين خصصت لفئات معينة، حيث يجد الشاب برامج خاصة به ومن إعداد شباب مثله، كما هو الحال في برنامج "قطار الشباب" و"طبعا نقدر"، وتجد المرأة والفتاة أيضا برامج خاصة ومن إعداد نساء، كما في برنامج "همس الزهور" و"المخيم السادس للفتيات"، و الأسرة تجد هي الأخرى برامج تعنى بها، وتهمها في معالجة قضايا اجتماعية، كما في برنامج "خواطر"، وأخرى تربوية مثل برنامج "بصمات" و"التحدي" و"الريحانة". إلا أن الملاحظ، هو غياب خطاب خاص بالطفل، فقد خلت البرامج مما يحتاجه الطفل المسلم من مادة من شانها أن تشبع حاجاته وتلبي رغباته.

ويلاحظ أن الرسالة عنيت بشكل كبير في إحضار شخصيات ذات تأثير في الجمهور، حيث أن كثيراً من مقدمي البرامج من العلماء والمفكرين المبدعين، والذين يرقبهم الجمهور ويتقبل كلامهم، بالإضافة إلى إبرازها لشخصيات جديدة ونجوم من صناعتها، إلا أن هناك في بعض البرامج خلط بين مكانة العالم وقوته، وأدائه الإعلامي، حيث أن هناك من العلماء من لا يتقن فن الخطاب الإعلامي العصري، فما زال يعتبر التعامل مع وسائل الإعلام كإلقائه لخطبة أو محاضرة، من غير أن يغير أسلوب خطابه. كما أن برامج الرسالة التي بثت في مرحلة إعداد الدراسة كان جزءا منها مكرر البث، ومنها ما هو جديد يبث لأول مرة.

وقد ابتعد مضمون البرامج عن الخط التقليدي الذي يعتمد التوجيه والإرشاد إلا في القليل من البرامج، حيث كان هناك توجها نحو تفعيل النقاش والحوار في طرح القضايا المعاصرة، بالإضافة إلى الأسلوب الدرامي الذي يوجه الجمهور بأسلوب جذاب بعيد عن الأمر والنهي.

الفصل الرابع:

العناصر الجمالية في برامج قناة الرسالة الفضائية

- العناصر الجمالية في البرامج الدعوية.
- العناصر الجمالية في البرامج الثقافية.
- العناصر الجمالية في البرامج الاجتماعية.
- العناصر الجمالية في البرامج العلمية.
- العناصر الجمالية في الأشكال البرامجية الأخرى.

مقدمة:

تضمنت برامج قناة الرسالة استخدامات لعناصر جمالية وتقنيات حديثة فرضتها التكنولوجيا المعاصرة، والتي باتت من مقومات نجاح التقديم الإعلامي للمضامين المختلفة، وقد تفاوتت الاستخدامات وتنوعت في مختلف برامج الرسالة، حيث استخدمت في هذه البرامج؛ الدراما والصورة والمؤثرات الصوتية والديكور وغيرها من الجماليات.

يقف هذا الفصل على بعض البرامج التي استخدمت العناصر الجمالية، وطبيعة هذه الاستخدامات وأهميتها في شد المتلقي للمادة الإعلامية، وإحداث التأثير في نفسيته، وأهمية ذلك في التأثير والرجع في العملية الإعلامية.

ويتم التركيز على بعض العناصر الجمالية المتمثلة في الدراما والصورة والمؤثرات الصوتية والترفيه كأبرز الاستخدامات الجمالية في إعطاء العمل الإعلامي قوة وتأثيرا لدى المتلقين.

المبحث الأول:

العناصر الجمالية في البرامج الدعوي:

تناولت الدراسة بعض البرامج الدعوية التي بثتها قناة الرسالة خلال الفترة المحددة للبحث، لإبراز العناصر الجمالية التي تضمنتها حلقات البرامج، وأهمية هذه العناصر في تحقيق التأثير الإعلامي للمادة الدعوية، ومن هذه البرامج:

١- برنامج "فضائل":

استخدم البرنامج أساليب جمالية عدة ومختلفة عما كان مألوفا في البرامج الدعوية التي تقدمها الفضائيات الإسلامية الأخرى، فالعوضي في برنامجه الدعوي لم يجلس على كرسي ويتوجه لجمهوره بخطابه وحديثه، بل آثر أن يبدأ حلقته في مكان من الطبيعة الخلابة، وما تحويه من عناصر جمالية طبيعية، وأشجار وألوان وأزهار، وعلى بعد مسافة قليلة من أمواج البحر التي تعطي المشاهدين حيوية ونشاطا يؤثر في الشعور النفسي الايجابي لديهم، وبالتالي في استجابتهم للمادة الدعوية ذات القالب الجمالي.

ويتنقل العوضي خلال الحلقة لتغيير المكان وكسر الروتين، حتى لا ينبعث الملل في نفوس المشاهدين، فيتحدث لجمهوره المشاهد له عبر التلفاز وهو وسط سوق يبيع الناس فيه ويشترون ويتحركون من خلفه، في مشهد درامي يتوازى عرضه كخلفية للحديث الدعوي، وتحمل المشاهد الدرامية التي يقف المقدم أمامها طابعا للحياة في البلاد الإسلامية قديما، كما يرتبط المشهد الدرامي الذي يستعين به لإيصال فكرته ارتباطا مهما مع توجه برنامجه الذي يتحدث فيه عن الأخلاق، حيث يربط المشاهدين ما يسمعونه من المقدم من التوجيهات والخطاب الدعوي، بالمشاهد التي أمام أعينهم، بدل من تخيل مثل هذه المواقف كما في الإذاعة، فالصورة المستعان بها تقرب، وتفسر، وتشرح، وتبسط المادة بشكل واضح.

ويبرز من المشاهد الدرامية صورة أناس يلبسون العمامات واللباس الإسلامي القديم، وهذا من شأنه أن يوحي للمشاهد بالعيش في أجواء عصر صدر الإسلام وحياة صحابة الرسول _صلى الله عليه وسلم_، حيث أنهم نماذج عليا للتحلي بالأخلاق الإسلامية، والالتزام بالتوجيهات الدينية، وبذلك تخدم هذه المشاهد فكرة البرنامج وتوجهه الدعوي، بالاستعانة بالصورة المستوحاة من الماضي.

وفي إحدى حلقات البرنامج، يجلس المقدم أمام خيمة يحيط بها الشجر، ويشعل أمامها شعلة من النار في أجواء من السكون والليل، ويتحدث المقدم عن موضوع دعوي هو ذكر الله، رابطا بين هذا الموضوع الروحاني، والتوقيت الليلي، والسكون الذي يحمله الليل، وصفاء السماء، وهدوء الطبيعة وجمالها.

وفي حلقة أخرى يقف المقدم أمام مبان قديمة تراثية، وينتقل المشهد من مكان لآخر من هذه المباني، ويجلس في مشهد آخر في منزل قديم يوحي لما كان عليه العلماء السابقون في العصور الإسلامية في الجلسة ذات الفراش الأرضي.

وعندما يتحدث عن القبر يذهب المقدم إلى المقبرة، ويتحدث من وسط القبور، ولا يغيب مشهد الجنازة وهي محمولة على الأكتاف، والتي تنقلها مشاهد درامية، ويتدخل المقدم مباشرة بعد مضي الجنازة ليواصل حديثه، متنقلا في زوايا الموضوع المختلفة بالتزامن مع مشاهد جديدة توضح الكلمة بالصورة، فيتحدث عن تغسيل الموتى ويرافق ذلك مشاهد عن ذلك خلفه.

وفي حلقة أخرى يتحدث عن الشهادة في سبيل الله من وسط معسكر للمقاتلين الذين ينصبون الخيام ويحملون السيوف، في مشاهد درامية تسبق الجهاد، تصور الخيول وهي تمتطى ويتجول عليها المجاهدون، ومعسكرات التدريب، والمبارزة بالسيوف، وغيرها من المشاهد التي تنقل أبرز المشاهد التي ترتبط بالموضوع المطروح.

ومما يلاحظ من حلقات البرنامج، أن المقدم عندما يختم تقديم البرنامج، يذهب في أزقة السوق، حيث ينتهي البرنامج بمشهد درامي.

وعلى الرغم من الاستخدام الواضح للدراما في هذا البرنامج، إلا أن بقاء المقدم ثابتا في وقفته من غير أن يتحرك طوال الجزء من الحلقة الذي يقف فيه أمام مشهد معين، يضعف من الأداء الجمالي الذي تعتبر الحركة من عوامل القوة فيه.

كما أن البرنامج يخلو من التأثيرات الصوتية والموسيقى، وهي من العناصر الجمالية المهمة في إضفاء الجمال والقوة على البرنامج، لاسيما وأن استخدام الدراما يتطلب مرافقتها بمؤثرات

صوتية تناسب طبيعة السياق الدعوي والمشاهد المرافقة، وقد استخدم في البرنـــامج النـــشيد الهادئ الذي لا يحوي على أي مؤثرات صوتية .

وظهر من خلال اهتمام البرنامج بالدراما كأبرز العناصر الجمالية فيه، مدى أهمية هـــذا الأسلوب في تحولات الخطاب الإعلامي للبرامج الدعوية، "فكل اتصال يهدف إلى إثارة اهتمام جمهوره ينبغي أن يكون دراميا، فالسبب الأساسي للأدرمة هو الاهتمام، وهو الدافع القديم قدم العالم، فإذا كان الجمهور شغوفا بموضوع بسبب الرغبات أو القناعات الحميمية فـــلا حاجـــة هناك للأدرمة، ولكن إذا أرادت محطة بيع برامجها لعدد دائم التزايد من المتـــابعين فينبغـــي عليها أن تعمد إلى الأدرمة، وعليها أن تفعل ذلك كي توظب الخادمة غرف البيت وهي تستمع للبرنامج، وعليها أن تؤدرم كي تسمع الأخبار على هذه القناة".[١]

وتعتبر البرامج الدعوية من أكثر البرامج حاجة لاستخدام الدراما، كونها ذات طابع إرشادي وعظي، وهو أمر ينفر منه كثير من الناس بطبيعتهم البشرية، الأمر الـــذي يفـــرض توجهـــا سريعا للاستعانة بالدراما لزيادة المتابعة لهذه البرامج.

وتعتبر البرامج الدرامية أكثر جذبا لجمهور التلفزيون من معظم البرامج الأخرى، حيـــث أثبتت الدراسات حرص الجماهير على متابعة المسلسل والفلم والتمثيلية التلفزيونية، ويرجـــع ذلك إلى أن الجماهير قد ترى في العمل الدرامي انعكاسات لأوضـــاع تعيـــشها، أو معالجـــة لقضايا تواجهها في حياتها اليومية، وتقدم لها في هذا القالب المقبول غير المباشر، في حين لو قدمت له هذه القضايا في شكل عظة أو نصيحة مباشرة فإنها لن تجد منه هذا الإقبال.[٢]

لذا فإنه إذا أريد ترسيخ قيمة معينة أو معنى أو مفهوم كالصدق أو التضحية أو الأمانة أو غيرها، فإن ذلك يتم بنجاح من خلال تمثيلية أو مسلسل تنتصر فيه هذه القيمة التـــي تـــشتمل عليها التمثيلية أو المسلسل، كما يمكن تزويد الجماهير بالمعلومات العامة والإسهام في رفـــع مستواهم الثقافي والعلمي من خلال هذه التمثيليات، لاسيما وأن معدلات الإقبـــال الجمـــاهيري عليها ترتفع بدرجة تفوق الإقبال على البرامج الثقافية والعلمية. [٣]

---

[1] بيير بابان: لغة وثقافة وسائل الاتصال بين الأبجدي والسمعي البصري، ص ٤٩. ترجمة إدريس القري.

[2] محيي الدين عبد الحليم: الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي، ص ٩٥.

[3] محيي الدين عبد الحليم: م.ن، ص ١٢٣.

ويعتبر الهدف الأساسي للبرامج الدعوية هو تحقيق السلوك الأخلاقي القويم، فكل الوسائل والأساليب الدعوية تبغي الوصول إلى فرد سوي في سلوكه ومجتمع تسوده الأخلاق الايجابية والسلوك الحسن، وتكمن أهمية "التأثير الفعال الذي تحدثه الدراما التلفزيونية في توجيه الرأي العام في تغيير سلوك المشاهد بشكل كامل أو جزئي، حيث تصل نسبة تغيير السلوك إلى ٦٠% حسب الدراسة، حيث تحدث الدراما آثارا عميقة في عقول الشباب ونفوسهم ، الأمر الذي يتطلب من المسئولين عن الدراما التلفزيونية انتقاء الأعمال الدرامية التي تسهم في فكر الشباب وتقويم الأخلاقيات وغرس المفاهيم والقيم الصحيحة، حتى يتم تعديل السلوك إلى الأفضل".[1]

[1] محيي الدين عبد الحليم: الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي، ص١٥٠. والكتاب عبارة عن دراسة ميدانية أجراها الكاتب على طلبة الجامعات المصرية.

٢- برنامج" القرآن لفجر آخر":

تتمثل الاستخدامات الجمالية في البرنامج في كونه عملاً فنياً، يعرض مادته على صورة شبيهة بالفلم الوثائقي، حيث يستخدم التقنيات الحديثة كـ 3dmax في إعداد ومونتاج الصور التي يربط الحديث المسموع بها، بالإضافة إلى استخدام الموسيقى الهادئة لإحداث الانسجام لدى المشاهد في ربط الصور بالمؤثرات.

وتتنقل المشاهد المعروضة بإظهار معالم من حول الإنسان؛ كالطبيعة بما فيها من جبال وأنهار وسهول وهضاب، والمرافق من حوله في منزله، وصور الزخرفة في المساجد القديمة، بحيث يتم عرضها كلها باستخدام تقنية 3dmax في إعدادها وصناعتها، وليس نقلا ومونتاجا لصور موجودة، إلا في بعض الأحيان التي يتطرق البرنامج فيها لقضية معاصرة يمثل لها بصور من الواقع .

كما أن الصوت الذي يقدم المادة الدعوية هو صوت شخص واحد، وبأسلوب إلقاء التقرير التاريخي، وهو إلقاء مؤثر في نبرته التي تنسجم مع فن الإلقاء التلفزيوني.

ويظهر من خلال استفادة البرنامج من التقنيات الحديثة في الإعداد، أهمية الصورة المعالجة، حيث أن البرنامج عبارة عن صور خضعت للمونتاج، وصولا إلى تقديم برنامج جديد غير تقليدي، تبرز فيه الصورة كعامل جمالي جذاب، يضيف إليها المخرج ما يراه مناسبا في زيادة الجذب وتحقيق الأثر بإرادته الحرة، من غير أن يخضع لفرض المتوفر من الصور.

والمونتاج هو عملية تجميع اللقطات وترتيبها أو إلغاء بعض اللقطات وحذفها من البرنامج، بطريقة تضمن للمشاهد تسلسل اللقطات المتتابعة التي ترتبط ببعضها للتعبير عن فكرة معينة وفق رؤية المخرج، ويتم تحويل النص المكتوب على الورق إلى مشاهد مرئية وصوتية متسلسلة ومتتابعة بنسق متقن، مضاف إليها المؤثرات الصوتية والموسيقية لجذب المشاهد وشد انتباهه وإمتاعه من خلال شاشة التلفزيون. [١]

[1] المؤسسة العامة للتعليم الفني: المونتاج التلفزيوني، ص٢.

وعندما ظهر التلفزيون كانت البرامج تبث حية على الهواء، وفي منتصف خمسينيات القرن العشرين تغير الأمر واستخدمت شرائط التسجيل والمونتاج، لذا أصبح بالإمكان لأي صورة سينمائية تنتمي للماضي وضعها بطريقة مقنعة داخل لقطات جديدة، حيث أنه بالإمكان إعادة صور الموتى إلى الحياة في ظل ظروف وأحداث حدثت بعد موتهم كما في بعض الأفلام، بالإضافة إلى إمكانية تزييف الصور أيضا، وإحداث التغيير عليها .[1]

كما أن تقنية التشكيل والمونتاج المستخدمة في الصور الثابتة تتخذ قفزة هائلة، عندما تستخدم في معالجة الأفلام وتسجيلات الفيديو، وفي هذه التقنية تعرض لقطة الفيديو أو الفيلم على شاشة الكمبيوتر، ليتم تعديلها نقطة نقطة، لتكون النتيجة هي أن تتحول الصورة إلى شيء آخر، وقد كان للتشكيل والتقنيات الأخرى المستخدمة في المعالجة الرقمية للصورة تأثير هائلا في صناعة الفلم السينمائي.[2]وإخراج العمل المصور بصورة جذابة، إلا أن الصورة قد دخلت مع هذا التطور في متاهة الخلط بين الصادق والمزيف، في ظل إتاحة إمكانات المعالجة تزوير الحقيقة وطمس معالم وإبداء أخرى في الصورة الثابتة والمتحركة على حد سواء.

"إن المزج غدا أداة فعالة ليس في الخلط بمعناه الحرفي، بل في التصحيحات والخدع والتنبؤات، فالمجموعة الكاملة للمؤثرات الخاصة لا محدودة، وهي تحل شيئا فشيئا مكان التزيينات المكانية المعقدة والصعبة التحريك، وفوق كل شيء فان الناظمة الآلية تمكن من تحسين الهمسات والإيقاعات والتهيئات المبرمجة الذاتية التنظيم،... والتدريب التقني على المزج لا يحجب المسألة الحقيقية المتمثلة في الاستيقاظ الباطني لقدراتنا الدماغية والعاطفية على المزج، وفي نمو إمكاناتنا اللامحدودة على الربط التجميعي وعلى ممارسة التصحيحات.[3]

أما المؤثرات الصوتية والموسيقى فهي ذات أهمية كبيرة في أداء البرنامج الجمالي، وذات تأثير فعال في نفسية المشاهد، فقد بينت دراسات أجريت حول تأثير الموسيقى على وظائف الجسم قام بها كل من الباحثين (دوجل) والباحث (وندت)، إذ قاما برسم وتخطيط كفاءة العضلات، وقد ثبت لدى الباحثين من خلال تخطيط رسم العضلات أن سماع الموسيقى المناسبة يزيد من نشاط العضلات ويرفع كفاءتها، مما يرفع بالتالي كفاءة مجموعة النشاطات

---

[1] انظر: شاكر عبد الحميد: عصر الصورة، ص ٢٦.

[2] شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال، ص٢٢٠.

[3] بيير بابان، لغة وثقافة وسائل الاتصال بين الأبجدي والسمعي والبصري، ص١١٩. ترجمة إدريس القري.

لدى الفرد، ومن هنا تكمن أهمية الموسيقى في العمل الفني أو التلفزيوني، كما أنه لابد من استخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية المناسبة وحسن اختيار الموسيقى التي تجذب الجمهور، وعدم المبالغة في استخدامها.[1] حيث نلحظ من خلال استخدام البرنامج للموسيقى الهادئة ملائمة للحديث عن موضوع تأملي دعوي، يحتاج إلى هدوء لتوفير جو مناسب للتفكر والتأمل الروحاني.

وقد أتاحت القدرة على معالجة الصور والأصوات الرقمية أداة جديدة للفن، حيث بإمكان التكنولوجيا تغيير طبيعة العرض الموسيقي إلى الأفضل، فيمكن تحرير العرض لحذف النغمات الموسيقية والأصوات الرديئة والأخطاء الواضحة، وأيا كانت مشكلات تقديم العرض الفني، فإن هذه المشكلات تصبح غير ذات بال .[2] وبالتالي يخرج العمل الفني المعالج من أسباب الضعف والأخطاء، وبصورة أقرب إلى المثالية.

وكثيرا ما يحاول الإنسان استخدام الخيال عندما يحاول رؤية أشياء بعين العقل أو أشياء ماضية، وهذا النوع من التصور والتخيل شديد الأهمية كما يؤكد علماء النفس، ففيه يمكن أن توجد الأنواع المختلفة من الصور العقلية البصرية والسمعية، وما يمكن أن يتخيله المرء يمكن تصوره في شكل كلمات منطوقة أو مكتوبة أو من خلال وسائط الرسم أو العزف[3] . وفي حلقات البرنامج توفر الصور الممنتجة على المشاهد إعمال الخيال في الحديث المسموع، بتوفير هذه الصور وربطها بعد معالجتها وتقديمها للمشاهد مباشرة أمام عينيه "فالمزج هو قبل كل شيء عمل من إنتاج الروح"[4].

---

[1] انظر (الانترنت): حمزة محمد الفيحان، أهمية الموسيقى في العرض المسرحي، مركز النور للدراسات، ٢٠٠٩م.

[2] شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال، ص٢١٥.

[3] شاكر عبد الحميد: عصر الصورة، ص ٧٤ .

[4] بيير بابان، لغة وثقافة وسائل الاتصال بين الأبجدي والسمعي والبصري، ص١١٢. ترجمة إدريس القري.

٣- برنامج "في حب المصطفى":

يتضمن البرنامج العديد من العناصر الجمالية، فالموسيقى الهادئة الحزينة التي تتزامن مع حديث المقدمة طوال وقت البرنامج، تخدم حديثها عن الحب الذي يتطلب الاستخدام الموسيقى الذي يتلاءم مع الموضوع المطروح، حيث أن للموسيقى أثرا كبيرا في شد المتلقي، لاسيما وأن كل موضوع يأخذ لحنا موسيقيا يخصه ويخدم سياق الحلقة.

"فالموسيقى وبخاصة الموسيقى الراقية والروحانية تساهمُ في علو الروح، والموسيقى ليست مجرد أنغام، بل هي وسيلة تواصل لالتقاء الذهن والروح عند الشخص الواحد، وهي أيضاً وسيلة فاعلة اجتماعية وتربوية تساهم في عمليات التفاهم وفي تنمية الحس الشخصي، وتعمل على إدخال البهجة على النفوس وفي تجميل العالم من حولنا، كما تساهم الموسيقى إسهاماً فعالاً في تبادل التآخي الثقافي والحضاري وتوثيق الصلات وتقوية عرى الصداقة والمودة وتسهيل التعاون والتقارب بين الناس على المستوى المحلي في البلد الواحد، وبين مختلف الشعوب على مستوى الكون، ولعله من الممكن لنا تكوين صورة أو فكرة عن أي بلد.. بوقوفنا على نوع ومستوى موسيقاه".[1] فالموسيقى لها أثرها في خدمة موضوع الحب الذي يتحدث عنه البرنامج، وتساهم في تجميل الكلمة باللحن الجذاب.

ويعتبر البرنامج من تقديم امرأة، وهذا أمر مهم في إضفاء بعد جمالي لموضوع البرنامج، الذي يحتاج إلى عامل عاطفي ليضفي بعدا جماليا في الجذب، حيث أن الأفضل في خدمة الهدف من البرنامج أن تكون المقدمة امرأة وليس رجلا، فالحديث يحتاج إلى الصوت الحزين الهادئ في تناول موضوع روحاني.

كما أن الإلقاء بالعامية المصرية يقدم شكلا جماليا آخر، فالإلقاء عفوي وليس فيه تكلف وتصنع زائد، وهو أقرب إلى المتلقين بمختلف مستوياتهم وأنجع في تحقيق التأثير بهم، كما أن العامية تعطي للملقي مساحة أكبر من الحرية في انتقاء كلمات مؤثرة ومن البيئة المجتمعية. ويلاحظ غياب الاستخدام الدرامي في البرنامج، على الرغم من أهميته في تمثيل قضية الحب التي يطرحها، والموضوع الروحاني الذي تعزز الدراما قوة طرحه مع الاستخدامات الموسيقية والجمالية الأخرى.

---

[1] (الانترنت): إبراهيم عباس نتُّو،الموسيقى.. وأهميتها في الحياة، أو المجلة الثقافية، العدد١١٨، ٢٠٠٥م.

٤- برنامج "وذكر":

تتمثل العناصر الجمالية التي يتضمنها البرنامج في البيئة المختارة لتقديم حلقات البرنامج، حيث يظهر المقدم وسط منتزه أو في فناء "فيلا"، يحيط من حوله جمال الطبيعة التي أضافت عمارة الإنسان إليها جمالا جذابا، فالأشجار، والأزهار، وبرك السباحة، والديكور الذي يحيط بالمقدم، وما فيه من ألوان طبيعية ومناظر خلابة، هو إضافة جديدة للاستخدامات الجمالية في تقديم المادة الدعوية.

فقد ثبت علميا أن اللون الجمالي يولد التهدئة النفسية المرجوة، وقد تبين أن اللون عنصر مساعد للإبقاء على الحالة النفسية طبيعية، فالألوان؛ الأزرق، والأخضر، والأبيض، تريح العضلات وتجلب الهدوء والراحة، والألوان تخفف التوتر وتملأ المرء بالطاقة.[1] وهذه الإضافة الجمالية يستمدها المشاهد للبرنامج من الطبيعة التي تحيط بالمقدم، فيعيش معها وينهل من جمالها، وما تضفيه على نفسيته من شعور بالراحة والاطمئنان.

كما أن الجمال الطبيعي هو أمر عام بين البشر، فهناك ميل قوي لدى الناس لتفضيل القيم الجمالية للمناظر الطبيعية، حيث تشير معظم الدراسات إلى أن أغلب الناس يفضلون الأنواع نفسها من المناظر الطبيعية، وعناصر الطبيعة التي فضلها الناس في دراسات بيولوجية وجغرافية وسيكولوجية كانت هي؛ وجود الماء النظيف المتجدد، ووجود النباتات الخضراء ذات الأوراق اليانعة النضرة، وكذلك وجود الأماكن المفتوحة الكبيرة التي تقدم فرصة لحرية الحركة، بالإضافة إلى وجود الأشجار والشجيرات، لذا فان المناظر الطبيعية التي تشمل على هذه العناصر تكون أكثر البيئات إثارة لسرور الإنسان وارتياحه .[2] ومما يلاحظ توفر هذه العناصر في حلقات البرنامج، مما يوفر للمشاهد جمالا طبيعيا أثناء مشاهدته للبرنامج الدعوي.

لذا فإن إضافة هالة روحية[3] تجعلني لا أفكر، بل أحس، ولا استدل بل أكون متأثرا في جسدي، ولا أهيمن بل أكون منبهرا، كما لا أناقش بل أبلغ ماهية الأشياء، وإذا كانت لهذه الفكرة كل هذه الأهمية، فلأنها تترجم جوهر الرسالة السمعية البصرية، حيث لا يتعلق الأمر

---

[1] محمد يوسف الهاشمي: البرمجة اللغوية العصبية والأثر النفسي للألوان، ص ٧٨.

[2] شاكر عبد الحميد: التفضيل الجمالي، ص ٣٩٣.

[3] الهالة الروحية تعني الخلفية.

بمفهوم الجسد، بل بصدمات حواسية وليس بأفكار، فإن الرسالة في الجسد والروح ترى في العينين، كما إن الشخصية تسمع في نبرة الصوت .[1]

كما أن للتصوير قوة جمالية في إعداد البرنامج، تتمثل في تنوع زوايا الصور الملتقطة للمقدم وللديكور من حوله، وموائمة التصوير لحركة المقدم.
فإذا كانت النظرة إلى الكاميرا والتصوير كمجرد وسيلة للتصوير، فلن تنجز إلا الأعمال السيئة، حيث ينبغي أن تزرع الكاميرا وملتقط الصوت وطاولة المزج شيئا فشيئا في حواسكم من أجل تحسين جودتها وتفخيم التقاطها، فالثورة الإعلامية هي قبل كل شيء ثورة للإدراكات[2].

وإن أول شيء يجذب انتباه المشاهد إلى الصورة ويجعله يهتم بها هو مدى الانفعال بها، لأن المشاهد يهتم بالأشياء التي تثير مشاعره، ويرى صانعوا المادة المصورة أنهم حينما يلتقطون صورهم وأفلامهم فإنهم يبحثون باستمرار عما يجعل المشاهد ينفعل، وقد أظهرت إحدى الدراسات أن هذه اللقطات التي تسبب الانفعال الحاد قليلة جدا لا تزيد عن ٣% فقط من المشاهد التي تم دراستها، بينما نجد ٩٧% من اللقطات والمشاهد التي تم تحليلها أنها تقدم أشياء جديدة أو غير مألوفة لم يعتاد المشاهد رؤيتها، وفي حالة عدم وجود هذه المشاهد واللقطات الغير مألوفة يلجأ المصورون إلى تصوير الأشياء في غير أحجامها العادية، وتكبير الأشياء والتحكم في وضوح المشاهد والصورة، وتحريك المشاهد عن طريق تحريك الكاميرا، وجعل المشاهد يتحرك يمينا ويسارا والى الأعلى والأسفل، بهدف خلق الانفعال لدى المشاهد بأن ما يراه خارج عن المألوف.[3]

وفي حلقات البرنامج يتنقل المقدم بين عناصر الجمال المحيطة به، فيغير وقفته ويتحرك حركة بطيئة لكسر الجمود في الوضعية التي يتحدث فيها، وتضفي هذه الحركة حيوية في التقديم الذي يشعر المشاهد بقرب المقدم منه.

---

[1] بيير بابان، لغة وثقافة وسائل الاتصال بين الأبجدي والسمعي والبصري، ص٣٢. ترجمة إدريس القري.
[2] بيير بابان، م.ن، ص٤٥.
[3] انظر: محمد معوض، بركات عبد العزيز، فن الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ص١٨٩.

ويعطي العاملون في التلفزيون اهتماما كبيرا لقدر الحركة التي تتضمنها اللقطات والمشاهد أكثر من المضمون أحيانا، كما تعطى المشاهد واللقطات التي تتسم بالحركة وقتا أطول من اللقطات التي تخلوا من الحركة.[1]

ويعتبر اختيار التوقيت الذي يقدم فيه البرنامج متناسبا مع موضوع البرنامج الذي يتناول التذكير والوعظ، حيث تضفي أجواء الليل وسكونه جمالا في تهيئة المناخ المناسب لعرض المادة الوعظية، فالليل بحد ذاته يتضمن جمالا طبيعيا مهما في توفير السكينة والطمأنينة التي يجلبها الهدوء، بالإضافة إلى إضاءة المصابيح التي تتوزع على جنبات الحديقة التي يقف فيها، والتي تتداخل إنارتها مع كل عناصر المكان. " وتكمن أهمية الإضاءة في تحقيق التوازن الواقعي للدرجات اللونية لتبدو الصورة في الكاميرا أشبه ما تكون بالرؤية الطبيعية للأشياء كما يراها الإنسان بالعين المجردة".[2]

خلاصة:

نخلص إلى أن البرامج الدعوية بإمكانها الاستفادة من الكثير من العناصر الجمالية في تقديم شكل جديد لمادتها، حيث أن جميع البرامج التي تم دراستها وتحليل الأبعاد الجمالية فيها استخدمت بعض العناصر الجمالية، بالرغم من إمكانية استخدامها لعناصر جمالية أخرى كانت ستضفي قوة على أداء البرامج، إلا أن توظيف بعض العناصر جاء منسجما مع توجهات البرامج.

ويلاحظ من خلال المتابعة أن هناك استخداما للدراما ومعالجة الصور، بالإضافة إلى استخدام المؤثرات الصوتية. كما يلاحظ الاستفادة من عناصر الطبيعة الجمالية في دعم التشكيل الجمالي في بعض البرامج، وهو أمر مهم في نقل البرامج الدعوية من التلقين والوعظ، إلى الانسجام مع تطوير تشكيلها الجمالي بما يتلاءم ومتطلبات الإعلام العصري.

---

[1] انظر: محمد معوض، بركات عبد العزيز، فن الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ص١٨٩.

[2] الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج: الإضاءة، ص٢.

المبحث الثاني:

العناصر الجمالية في البرامج الثقافية:

تتناول الدراسة بعض البرامج الثقافية في قناة الرسالة لدراسة العناصر الجمالية فيها، ومن هذه البرامج:

١- برنامج "شخصيات أندلسية":

يرتبط البرنامج الذي يتحدث عن شخصيات أندلسية ببلاد الأندلس التي تعرف اليوم باسبانيا، وقد توافق تقديم البرنامج في تلك البلاد مع واقعية الطرح، وجمالية البعد التاريخي الذي يقدمه البرنامج بأسلوب عصري، حيث يجمع بين الشخصيات التي يتحدث عنها والمكان.

ويجلس مقدم البرنامج أمام معلم من معالم الأندلس أثناء حديثه لجمهوره، فالخلفية التي يقف أمامها هي أندلسية، وتتنوع المشاهد التي يختارها للوقوف أمامها، فتراه يشير أثناء حديثه إلى المباني التي خلفه، ويربطها بحديثه عن الشخصيات التي تتناولها حلقات البرنامج.

ويعتبر استخدام التراث الإسلامي القديم للدلالة على الماضي وشخصياته، من الاستخدامات الجمالية التاريخية التي تقرب الصورة عن تلك الشخصيات التي لا تتوفر عنها مادة مصورة، سوى بعض الصور المرسومة لبعض الشخصيات، والتي يتم عرضها هي الأخرى ضمن الحلقات التي تتحدث عنها.

"فالتمثل يحث على إعطاء صورة ذهنية لكل ما نراه حتى نتمثله على الوجه اللائق، فتابوت "فوقه كفن"، هو رمز أو صورة لمأتم جنائزي، حيث الرومان يرثون موتاهم ويلبسون أقنعة متخيلة تدل على حضور الميت والأجداد، ويفرض عليهم إحضار الصورة كقانون للطقوس المأتمية، و خارج هذه الصورة التي تمثل للميت هو مثل أي شيء آخر لا قيمة له،

فالإيقونة هي صورة محكومة بقاعدة مركزة ومستقرة في آن واحد، كما أن فاعليتها التواصلية ستكون مضمونة بتسجيلها في تقليد جعلها ذات قيمة وفاتنة".[1]

وفي إبراز العمارة وهي من عناصر الجمال في الحضارة الإسلامية، إضافة جديدة للجمال في تقديم المادة الثقافية، ووضع الجمهور أمام مشاهد من الماضي، وربطه بالتراث الإسلامي والعمارة التي تفوق فيها المسلمون في تلك الأوقات، وهذا مهم في ربط عناصر الجمال والمكان والزمان والهالة الروحية.

ويلاحظ من حلقات البرنامج بقاء المقدم جالسا أمام معلم من معالم الأندلس طوال الحلقة، حيث لم تكتمل الاستفادة من العناصر الجمالية التي توفرها البيئة في الدخول إلى داخل هذه المباني وتلك الآثار لتقريب الصورة للمشاهد، وتعريفه وتثقيفه بها، كما أن البرنامج يفتقد إلى الحركة والديناميكية في الإعداد، ويغلب عليه الجمود، نظرا لبقاء المقدم جالسا طوال الوقت، على الرغم من وفرة عناصر الجمال التي تحتاج إلى تفعيل للاستفادة منها، حيث تتطلب البرامج الثقافية الاستفادة من كل ما يحويه المكان وتقديمه للجمهور.

ومع الوفرة الكبيرة في الصور التي يحويها المكان الذي يقدم منه البرنامج وقلة الاستعمال لهذه المشاهد، فإنه بالإمكان صناعة فلم ثقافي قوي يحوي على مجموعة مهمة من عناصر الجذب، فالدراما قد تكون أقوى هذه العناصر، حيث أن المادة التاريخية والحديث عن الشخصيات التاريخية يحتاج لإعادة تمثيل واقعهم وتقليده بالشخوص والمكان، وتحويل المعلومات الصوتية إلى معلومات تتضمنها أحداث الدراما، وبذلك تكون المادة في قالب فني ترفيهي جذاب، بالإضافة إلى إمكانية هضم الكم الكبير من المعلومات والأسماء والأماكن وغيرها مما لا يمكن للمشاهد أن يحفظه بسرد صوتي بأسلوب الإلقاء، فيما أنه سيحفظ أغلب هذه المعلومات بمتابعته للمشاهد الدرامية التي تتضمن نفس هذه المعلومات، ويمكنه كذلك أن يحفظ حتى الأسماء الصعبة والأماكن والشخوص، لأنه سيعيش معها، فسيرى الشخصية التي يتحدث عنها، ويتابع مواقفها وآراءها وأبرز المعالم في عصرها، كما أنه سيعيش أيضا مع المكان الذي جرت عليه أحداث المشاهد الممثلة، فيحفظ هذه الأماكن ويربطها بالشخوص، وبالتالي تدفع الدراما بقوتها لتحقيق نسبة أكبر بكثير من المشاهدة والانجذاب والرجع في البرامج الثقافية.

---

[1] سعاد عالمي: مفهوم الصورة عند ريجيس دوبري، ص ٣٢.

وتعتبر حركة الصورة من عناصر الجمال ذات التأثير القوي أيضا، والتي يمكن الاستعانة بها لتحقيق التأثير في البرنامج الثقافي، لاسيما مع غياب الدراما، فمع عدم وجود حركة في الصور المتوفرة فإنه يمكن صناعة هذه الحركة باستخدام أساليب فنية عدة؛ كالحركة الناتجة عن حركة الكاميرا، حيث أن اللجوء لهذا الأسلوب كونه أسهل الأساليب الفنية جذبا للانتباه ، أو باستخدام الحركة الناتجة عن القطع وسرعة تتابع اللقطات والمشاهد المصورة إلى جانب الاهتزازات المستمرة.[1] ناهيك عن الحركة الذاتية داخل الصورة أو الكادر.

فالبرامج التلفزيونية بحاجة إلى حركة مضطردة وفي كل أجزائها، فبدون حركة لا يمكن أن توجد درجة من السرعة أو شكل أو حياة في الصور، كما توفر الحركة إيقاعا يمكن أن يكون متنوعا باضطراد ومتقطعا أو مكثفا، وتكون الحركة أكثر تأثيرا عندما تعبر عن التجربة المعادة والمتراكمة منها، وعندما تكون صراعا دراميا للتغلب على العوائق وللوصول إلى الهدف.[2]

وقد استخدم البرنامج بعض وسائل الإيضاح التي توضح بعض التفصيلات الهامة، حيث تم استخدام الرسوم والصور لبعض الشخصيات التي تحدث عنها، بالإضافة إلى استخدام بعض الخرائط والصور الأخرى، مع قلة هذه الاستخدامات.

ويلجأ إلى وسائل الإيضاح في حالة عدم توفر المادة المصورة، حيث أنه وعلى الرغم من بساطة هذا الأسلوب، إلا أنه يساهم في دفع الملل عن المشاهدين، ويقلل من نفورهم، ويستخدم لتوضيح الموضوع، وعلى الرغم من التطور في استخدام وسائل الإيضاح إلا أن الجماهير تحتاج إلى المزيد من هذه الوسائل الإيضاحية في تجسيد الأنباء .[3]

---

[1] محمد معوض، بركات عبد العزيز، فن الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ص١٩٠.

[2] جون هوارد لوسون: السينما العلمية الإبداعية، ص٣٨٣. ترجمة علي ضياء الدين.

[3] محمد معوض، بركات عبد العزيز، م.س، ص١٩٧.

٢- برنامج "حكايتي":

برنامج يركز على حياة شخصية فلسطينية، ويعالج البرنامج قصة هذه الشخصية بأسلوب يوثق ما جرى معها من أحداث، وهو عبارة عن برنامج وثائقي، يجمع بين حديث الشخصية ومشاهد مصورة يتم الاستعانة بها لتوضيح وشرح حديثها والدلالة بالصورة، على شكل حكاية.

ففي إحدى الحلقات يستضيف البرنامج امرأة من مدينة القدس، استولى الاحتلال على منزلها بالقوة، فيركز البرنامج على كشف تفاصيل حكايتها، وخطوات الاحتلال التي سبقت وتزامنت مع الاستيلاء عليه، وصولا لنهاية القصة المستمرة، حيث تتكلم المرأة والصور معا عن أحداث الحكاية.

" فالحكاية تتضمن الشخوص والمحن والأحداث الكبرى والإيماءات الدرامية، أما المسوغات الأساسية للهالة الروحية فهي الهيأة المادية واللباس والمنظر والوضعية، وكل الواقع الذي سيبث بطرق متنوعة عن طريق الموسيقى والصدى والإيمائية والنبرة والصوت، إلى جانب الأضواء وتأطير الصورة والإيقاع وتباينات المقاطع والاختصارات والاسترجاعات السريعة".[١]

ويظهر استخدام البرنامج الموسيقى المؤثرة التي تعبر عن مأساة داخل شخصية القصة، بالإضافة إلى ربط أحداث القصة؛ من مقاومة الشعب الفلسطيني، والتضحية، والمأساة، بإيقاع يخدم هذه المضامين الحزينة تارة، وأخرى تحمل نشوة المقاومة.

أما الصورة التي يعرضها البرنامج فتربط بين الماضي والحاضر، حيث يستعان بصور قديمة تصور الحالة الفلسطينية القديمة التي عاشت شخصية الحلقة تفاصيلها التي ترويها، وتنتقل المشاهد المصورة إلى صور من واقع المرأة اليوم، وواقع المجتمع التي تعيش فيه، حيث يضفى هذا الدمج المصور جمالا في تقديم المادة، وتأثيرا ناتجا من مصداقية الصورة وقوة دلالتها.

وقد حظيت الصورة باستخدام مهم في الإعلام المعاصر، حيث أصبحت الصورة مادة الفضائيات الأولى، " فالحياة المعاصرة لا يمكن تصورها بدون الصور، بل إننا نعيش في

---

[١] بيير بابان، لغة وثقافة وسائل الاتصال بين الأبجدي والسمعي والبصري، ص٨٧. ترجمة إدريس القري.

عصر الصورة كما قال آبل جانس، ونعيش في حضارة الصورة، والصورة لم تعد تساوي ألف كلمة كما جاء في القول الصيني المأثور، بل صارت بمليون كلمة وربما أكثر".[1]

"وقد أضحت الصورة التلفزيونية لغة من نوع جديد من الخطاب، له صفة المفاجئة والتلقائية مع السرعة الشديدة وقوة المؤثرات المصاحبة، وحدية الإرسال وقربه الشديد، حتى كأنك في الحدث المصور من دون حواجز"[2].

وتعطى المادة المصورة أولوية في البث التلفزيوني، حيث أن المعلومات التي يتضمنها الفلم تكون مفهومة تماما، فالصورة من أكثر الوسائل المقنعة، فاقتران الخبر برؤيته على الشاشة أدعى لتصديقه، فالرؤية هي أساس الإقناع، ويعتبر الفلم أو الفيديو من العناصر الأساسية في المواد التلفزيونية، فالمادة المصورة تقدم المعلومات المعقدة بطريقة مثيرة للاهتمام ومفهومة، والصورة أبلغ في التعبير، والمادة المصورة تجعل المادة الخبرية أكثر فهما لاسيما بالنسبة للمشاهد العادي الذي لم يتلق قشطا وافرا من التعليم، والذي يشكل نسبة كبيرة من مشاهدي التلفزيون.[3]

وبرنامج حكايتي هو فلم توثيقي، ينقل الصور عن واقع حقيقي، فتبرز أهمية الصورة في تقديم البرنامج لمادة قوية، بصورة سلسة يتضمنها تسلسل قصصي يوثق الحقائق ويعزز القناعة بمعلومات مدعمة بالأدلة والشواهد المصورة، ويبرز البرنامج الشخصية التي يتحدث عنها والمكان الذي تدور فيه الحكاية، بالإضافة إلى الربط الزماني مع مجريات السرد، "فالمكان يؤثر في شعورنا بالشخص، والنمط الزمني يوجد بطريقتين؛ توفر الأولى الاستمرارية أو الشكل وهي تعبر عما كانت تنطوي عليه حياة الشخص، أما الثانية فهي ثابتة ولا تقبل التغيير، فثمة العديد من الأفعال أو العلاقات التي قد تكون متغيرة، لكن الزمان لا يخضع للارتداد، ولخاصتي الزمن تأثير فريد على الفيلم، فشكل أي فن قصصي إنما تحدده إلى حد كبير الطريقة التي تقدم بها العلاقات الزمانية، وتستطيع السينما وضع الأحداث في أي نظام زمني، إلا أنها تؤكد على أثرها المباشر، فهي تتعامل مع الماضي، وحتى مع المستقبل، كما لو أنهما في صيغة الحاضر"[4] .

---

[1] شاكر عبد الحميد: عصر الصورة، ص ٧.

[2] عبد الله الغذامي: الثقافة التلفزيونية، ص٢٤.

[3] انظر: محمد معوض، بركات عبد العزيز، فن الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ص١٨٧.

[4] جون هوارد لوسون: السينما العلمية الإبداعية، ص٣٨٩. ترجمة علي ضياء الدين.

وبالحكاية التي تحوي عناصر جذب تمتلك قوة تفاعلية في تحريك المشاهد، وخلق علاقة قوية من خلال الشخوص والأحداث والمكان والزمان والهالة الروحية، تجعل من الحكاية نموذجا للاتصال المرئي المميز، "فليست هناك لغة قادرة على روي حكاية مثل اللغة السمعية البصرية، فبها تستطيع الحكاية أن تحتفظ ببنيتها الأساسية ولكنها تمنح الامتياز للشخصيات المركزية وللخلفية ولوصف لحظات كبرى للفعل، كما أن النمط الحكائي يرتبط جوهريا باللغة السمعية البصرية إلى درجة أن ديناميته وبنيته تميل إلى تلقيح كل اتصال".[1]

[1] بيير بابان، لغة وثقافة وسائل الاتصال بين الأبجدي والسمعي والبصري، ص٩١. ترجمة إدريس القري.

٣- برنامج "خواطر٥":

تُعرض حلقات برنامج خواطر بالاعتماد الأساسي على نقل الصور والمشاهد التي تعتبر هي أحداث ومادة الحلقة، حيث يعيش مقدم البرنامج التجربة التي ينقلها مصورة للجمهور بواقعها الحقيقي، وهذا النقل الواقعي من أكثر عناصر الجذب التي تشعر المشاهد بمتابعة حية لأحداث الحلقة، يعيش معها لحظة بلحظة، ليس هناك مجال للتدخل بالمبالغة، فلا يوجد هناك مونتاج ولا دبلجة للصور المنقولة، حيث يعمد البرنامج إلى نقل واقع المجتمع على حقيقته.

ويتدخل المقدم في البرنامج على صورتين؛ الأولى مباشرة من موقع الحدث، يتحدث معلقا على ما يشاهده، والأخرى في الاستديو معلقا ومقارنا ما شاهده في اليابان بما هو الحال عليه في العالم العربي.
ويعتبر مضمون النقل الثقافي الذي يحاول المقدم نقله للمشاهد بحد ذاته ذو أبعاد جمالية في حياة المواطنين هناك، حيث يظهر مدى الاهتمام بالنظافة والجمال، والاهتمام بالايجابية والتنمية، ومحاربة التلوث والسلبية في الحياة.

ولا يقتصر النقل على العموميات التي تتعلق بالموضوع، إذ أن الصور تنقل تفصيلات مهمة تتعلق بموضوع الحلقة، كما ويتم التدرج بنقل أحداث الموضوع الذي تتحدث عنه الحلقة منذ البداية وحتى النهاية، ففي موضوع "يوم في حياة القمامة" مثلا، وهو موضوع أحد الحلقات، تم البدء بنقل مشاهد عمال النظافة منذ ساعات الصباح الباكر، ونقل تمارين الرياضة التي يقوم بها العمال قبل البدء بالعمل بشكل جماعي، وتنقل الصور مشهد اصطفاف سيارات القمامة بنظام داخل المكان المخصص لها، وتبدأ بالخروج من البوابة الرئيسة التي يقف عليها موظف يحمل راية حمراء وأخرى بيضاء، ينحني لكل سيارة تمر من أمامه يسلم على السائقين، وتنقل الصور نظافة سيارة النظافة من الخارج، وإغلاق السيارة بإحكام، حتى أنه لا يمكن تمييزها على أنها سيارة نفايات سوى من هيكلها المخصص لنقل النفايات، وتنتقل أحداث الحلقة إلى مشهد تعبئة القمامة من الحاويات النظيفة، حيث توضع النفايات في أكياس بيضاء مغلقة بإحكام، فلا يشاهد أي شيء خارج الأكياس، وتقارن الصور في ذات الوقت هذه المشاهد بوضع صورتين متناقضتين على الشاشة؛ الأولى من اليابان، والثانية من العالم العربي، بفارق شاسع بين نظامي النظافة، وتستمر أحداث الحلقة بهذا التسلسل وصولا إلى

مكب النفايات، ولخدمة موضوع التربية للأطفال وطلاب المدارس تعرض مشاهد مصورة لسيارة نظافة في المدرسة لتعليم الطفل كيفية التعامل مع النفايات.

ويعتبر هذا النقل بهذه الصورة مشهدا دراميا مستمدا من واقع الحياة، ويشترك في أدائه عناصر الطبيعة والإنسان من غير حاجة لمحاكاة، فكل يقوم بدوره من غير تقمص لشخصيات وأحداث العرض، ولا يمكن في ذات الوقت لأي وسيلة غير الصورة نقل حقيقة هذه السلوكيات والمشاهد بهذه الدقة التي تنفرد بها.

كما يلاحظ أن هناك استفادة جيدة في مشاهد البرنامج من قوانين الهالة الروحية، أبرزها من قانوني الحار والبارد وقانون السياسة، حيث أنه "كلما كانت الهالة الروحية حارة، أي مكتملة ومشبعة ومحددة بشكل جيد، كلما وجب أن يكون مجموع الهالة الروحية وموضوع الصورة مكتملا، وهكذا تكون أقل لطخة على حائط ناصع البياض بادية وبالمقابل، فاللطخة تمر دون ملاحظتها على حائط مغبر ومتسخ، وإذا أردت تغيير قائمة بشكل جيد فلا تباشر موضوع الصورة، بل الهالة الروحية، فلا تقتل الرئيس، بل ازرع القلاقل في المجتمع ولا تستقر في مكان واحد".[1]

كما تضيف المؤثرات الصوتية التي تستمر طوال الحلقة قوة جمالية في تقديم الصورة، فالموسيقى ملازمة للصور المعروضة، حيث أن الصورة الصامتة بحاجة إلى صوت يرافقها، وتقل وتيرة الصوت وتزداد مع حديث المقدم أو صمته وتركه للصورة تتكلم.
وهنا تبرز أهمية العناصر الجمالية التي طغت عليها الصورة، بقوة تأثيرها ودقتها في النقل، بالإضافة إلى تحقيقها للمتعة أثناء المتابعة والتسلسل المصور.

[1] بيير بابان، لغة وثقافة وسائل الاتصال بين الأبجدي والسمعي والبصري، ص٤٣. ترجمة إدريس القري.

٤- برنامج "افتحوا الأبواب":

تبدأ حلقات البرنامج بحديث المقدم مباشرة إلى الجمهور، ومن ثم يتم عرض تقرير إخباري مصور عن القضية المطروحة، بحيث يتضمن التقرير مقابلات مع شخصيات ومتخصصين بهذه المواضيع، كما يتم الاتصال هاتفيا أو بالصوت والصورة مع ضيوف للحلقة، ويكرر عرض تقارير إخبارية مصورة جديدة ضمن سياق الحلقة.

وتبرز الاستخدامات الجمالية في البرنامج في احتوائه على التقارير المصورة كمادة رئيسة في توضيح القضايا المطروحة، حيث تتضمن التقارير صورا تتعلق بالموضوع يرافق عرض الصور صوت لمعد التقرير.

ويظهر من خلال المتابعة أن الديكور المستخدم في تقديم البرنامج ديكور بسيط يجلس المقدم على مكتب خلفه رفوف فيها تحف، كما في الاستديو جلسة أخرى وهي ديكور منزلي ينتقل إليها المقدم، ليغير الهيئة التي يكون عليها، وهو أمر مهم في تخفيف حدة الملل جراء متابعة برنامج سياسي تطغى عليه الصبغة الإخبارية والتحليلية

وبالرغم من كون البرنامج ثقافي سياسي، إلا أن استخدام الأسلوب الدرامي يزيد من قوة الأداء وفاعلية البرنامج، لاسيما مع طول مدة الحلقة وجفاء الموضوع السياسي والفكري، والحاجة إلى إضفاء جو من المتعة للموضوع. " فالتلفزيون يتطلب طبيعة درامية خاصة، ومن الحقائق الهامة التي يجب أن نعرفها، أن أي صيغة درامية تنجح في جذب انتباه المشاهدين، هذا بالإضافة إلى طبيعة التلفزيون كجهاز ترفيهي ينظر إليه على هذا الأساس، وتؤكد البحوث والدراسات التي أجريت في مختلف البلاد أن الترفيه يكاد يكون السبب الأساسي في شراء التلفزيون".[1]

وتعتبر البرامج الإخبارية والسياسية من أفضل البرامج التي يقبل عليها مشاهدوا التلفزيون في الدول المتقدمة، وحجم مشاهدة نشرات الأخبار والأحداث الجارية أضخم من عديد من البرامج التلفزيونية الأخرى، كما تشير نتائج البحوث والدراسات الميدانية وعلى الرغم من

[1] محمد معوض، بركات عبد العزيز، فن الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ص ٧٢ .

احتلال البرامج الإخبارية المراكز الأولى في الدول المتقدمة، إلا أنها في الدول النامية تأتي في مراكز متأخرة، ولعل أهم هذه الأسباب يكمن في شكل ومضمون الرسالة الإخبارية، فعندما نشعر المشاهدين بثقل العمل الإخباري وجفافه سيعرض عنه، لذا فلابد من الاهتمام بطبيعة المشاهد، والاهتمام بالعرض الترفيهي الذي يجذب الجمهور بطريقة مقبولة.[1]

ومن الأساليب الإخبارية لتكوين صور ذهنية لدى الأفراد، "إضفاء الطابع الدرامي على المواقف والأحداث؛ فعادة ما تقدم وسائل الإعلام الأخبار في شكل قصص إخبارية لكل قصة منها شخصياتها وحبكتها، وعادة ما يتم تقديم هذه القصة مختصرة، وهذه القصص الإخبارية أشبه ما تكون بالميلودراما، وهي ترضي الاهتمامات العاطفية التي تثار من خلال الشخصيات والحبكات، كما أن غالبيتها تدور حول عدد من المسئولين المألوفين الذين أصبحوا نجوماً إخبارية".[2]

ويلاحظ في أن مدة عرض برنامج افتحوا الأبواب طويلة، حيث تصل إلى خمسين دقيقة، هذا بالإضافة لفقدانه لعامل التفاعل مع الجمهور، وهما أمران يبعثان الملل في نفوس المشاهد الذي لا يجد متعة وتسلية في المتابعة، مما قد يؤدي إلى النفور.

ويمكن معالجة الجفاء والجدية المفرطة في مثل هذه البرامج عن طريق استخدام الأخبار الطريفة والخفيفة لجذب انتباه المشاهد، بالإضافة إلى تضمين القصص الإخبارية الهامة والساخنة مواقفا درامية تزيد من تقريب المعاني المجردة للموضوعات السياسية، وتجعل المشاهد يتآلف معها، ولهذا نجد الخبراء يؤكدون دائما أن أخبار التلفزيون تتطلب دراما أكثر جودة ومغزى وصدقا، خاصة أن الأسلوب الدرامي يزيد من استجابة المشاهدين وجذب انتباههم لمتابعة نشرات الأخبار، ولقدرة هذا الأسلوب على تحويل المضمون السياسي إلى مواقف درامية حقيقية من واقع حياة الشعب، يتآلف معها المشاهد، ولقد أثبت الأسلوب الدرامي والأسلوب الكوميدي الخفيف نجاحهما أمام المشاهد في كثير من المواقف في برامج كثيرة .[3] فبالدراما يتغلب معد البرامج السياسية والثقافية على فتور المشاهدين، ويقدم مادته بأسلوب فيه ترفيه وتسلية وحركة، أدعى للتأثير في المشاهدين.

---

[1] محمد معوض، بركات عبد العزيز، فن الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ص ١٨٣-١٨٥.

[2] موسى الموسوي: الإعلام الجديد ..تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، ص٨٣.

[3] محمد معوض، بركات عبد العزيز، م.س، ص ١٨٥

وقد أولى الإعلام أهمية للمواد الترفيهية والأخبار الطريفة والغريبة، التي تثير انتباه الجمهور، فعنصر الغرابة والطرافة في الخبر يشير إلى ذلك الجانب غير المألوف في مضمون الخبر، أو ذلك الجانب الذي يقدم عكس ما اعتاد عليه الناس، كخبر زواج رجل تسعيني من فتاة في الثامنة عشرة، وغيره من الأخبار التي تصف الأحداث الطريفة في الحياة، والتي من شأنها أن تجذب اهتمام القارئ إلى الخبر.[1]

ولابد من الاستعانة ببعض الوسائل لتغطية القصص الإخبارية:[2]

- تقرير المندوب أو المراسل من موقع الإحداث.
- استخدام وسائل الإيضاح المرئية؛ كالصور والخرائط والرسوم... الخ.
- استخدام التعليق أو السرد الصوتي على المادة الإخبارية المصورة.

ومن العوامل التي تزيد من إقبال المشاهدين على البرامج السياسية والإخبارية:[3]

- الحرية الكاملة في عرض جميع وجهات النظر وإبراز الآراء المؤيدة والمعارضة.
- الاهتمام بالصوت الأصلي من موقع الحدث، فالصورة لم تعد وحدها المعبر عن الحدث، ولتكامل دورها لا بد أن يصحبها الصوت الأصلي.
- استخدام أسلوب الكروماكي[4] في البرامج، كي يتسنى استخدام وسائل الإيضاح.
- بالإضافة إلى تدريب العاملين في التلفزيون لاسيما المصورين والمقدمين والعاملين بالمونتاج.

---

[1] انظر: فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، ص ٩٧.

[2] محمد معوض، بركات عبد العزيز: فن الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ص١٨٦.

[3] محمد معوض، بركات عبد العزيز: م.ن ، ص٢٠٤.

[4] هي تلك الخلفية الزرقاء أو الخضراء أحياناً والتي تستخدمها بعض الاستوديوهات لعمل بعض الخدع السينمائية التي نشاهدها في الكثير من الأفلام، وهنا لعرض وسائل الإيضاح.

٥- أكاديمية إعداد القادة:

يقدم البرنامج على صورة محاضرات في قاعة كبيرة يجلس الطلاب المشاركين على مقاعد والمحاضر أمامهم، ومن خلال المتابعة لحلقات البرنامج تلاحظ حركة المحاضر وهو يلقي المحاضرة، واستخدام يديه وتحريكها للتمثيل وتقريب الصورة، كما يستخدم المقدم العرض المصور والمكتوب على شاشة أمام الطلاب، باستخدام جهاز LCD .

أما ديكور القاعة فكما هي قاعات المحاضرات الكبيرة التي يحاضر فيها بالطلبة، فليس هناك إثارة في القاعة التي يغلب عليها الجو العلمي المقصود من البرنامج.

ويلاحظ من خلال المتابعة أن المحاضر يستخدم الأسلوب العملي التجريبي في تدريب الطلاب، حيث يطلب منهم القيام ببعض الأمور وتشكيل بعض الأشكال، وهو ما يضفي للجو العلمي خروجا على الملل، وشحن الجمهور بحيوية جديدة تجدد نشاطهم.

وقد شرع التربويون في البحث عن وسائل مختلفة تعين على تحقيق المفاهيم التربوية والاستعانة بما يتوفر من الوسائل والتقنيات والأفكار في تحقيق مقاصد التعليم والتغلب على المعيقات والعقبات التي قد توجدها مجريات الحياة البشرية، "فقد أصبح التعليم بالترفيه وسيلة أساسية من الوسائل الحديثة في العملية التعليمية الناجحة، فمن خلالها يستطيع الطالب أن يستخدم كامل طاقته الذهنية ليصبح الفهم لديه سهلاً وسريعاً، حيث يتم استخدام الأدوات والتجارب والوسائل التعليمية الجيدة في الشرح عوضاً عن الكتاب المدرسي الذي أصبح عبئاً على العديد من الطلاب"[١].

وقد أضحت مطالب الكثير من التربويين تتمثل في إيجاد الوسائل الترفيهية في ظل عدم اهتمام طالب اليوم بالكتاب المدرسي، وإيجاد الوسائل المساندة والمحببة لهم في المدرسة والمنهج، حيث أنه أضحى من الضروري التغلب على مشاكل التعليم التقليدي الذي يواجه هذه المشاكل.[٢]

---

[1] (الانترنت) : بسام بادويلان، التعليم بالترفيه.. الوصفة الأحدث لتطوير المستقبل، أو صحيفة المدينة ، العدد: ٢١٤٧٢٦.

[2] انظر بادويلان، م.ن.

كما أن الدراما التعليمية من الأساليب الحديثة التي يمكن إتباعها في التدريس؛ إذ أنه أسلوب فعال يوظّف نشاط الطالب ويساعده في التعلم من خلال لعب الأدوار في المواقف الحياتية والخيالية المنوعة، فيؤدي إلى تعميق الوعي عند الطالب؛ ويعمل على تنمية قدراته في التعبير والتفكير الناقد وتعزيز الثقة في الاعتماد على النفس وأخذ القرارات من خلال تفاعله مع الدور، واستخدام أحاسيسه وطاقاته كلها، ليكتشف المعلومة بنفسه أو بمساعدة زملائه بعيداً عن التلقين المباشر.[1]

لذا فلم تعد الأجواء العلمية البحتة هي المجدية في البحوث التربوية، فقد فرضت الاستخدامات الجمالية نفسها على الأجواء العلمية والتربوية لتساهم في تعميق العلوم وتأثيرها لدى الطالب، وتعزيز الاستنتاج والفهم والبعد عن التلقين، فكانت الدراما إحدى أهم هذه الوسائل، بالإضافة إلى الترفيه واللعب واستخدام الصور للإيضاح، وغيرها من العناصر الجمالية التي تقدم بها المادة العلمية والأدبية للطلاب.

وفي برنامج أكاديمية إعداد القادة الذي يعنى بتعليم وتنمية القدرات الإبداعية لدى فئة منتقاة من الشباب، لإعدادهم كقيادات في مجالات الحياة المختلفة، كان من الضروري أن يهتم البرنامج باستخدام التقنيات والأساليب الحديثة لما تملكه من بعد تأثيري قوي.

---

[1] انظر: أمين الكخن ولينا هنية: أثر استخدام الدراما التعليمية في تدريس قواعد اللغة العربية في تحصيل طالبات الصف العاشر الأساسي، المجلة الأردنية في العلوم التربوية، مجلد ٥، عدد ٣، ٢٠٠٩م، ص٢٠٢.

خلاصة:

إن نجاح البرامج الثقافية يتطلب تخليصها من الطابع الإخباري ومعالجة نوعيتهـــا، وإن تطويرها يرتبط بتطوير مضمونها وتحقيق التكامل بين الشكل والمضمون، ويحتاج من مخرج ومعد البرنامج أن يحدد بدقة الأفكار التي يراد توصيلها للمتلقي وتحديد الأهـــداف، وبالتـــالي تعيين المصادر التي يمكن أن يستخدمها ويستفاد منها معدوا البرنامج الثقافي[1] .

ونلحظ أهمية الاستخدامات الجمالية في البرامج الثقافية، ومدى قدرتها على تحقيق التأثير في الجمهور، فقد استخدمت قناة الرسالة بعض العناصر الجمالية في برامجها كالصورة التـــي لا استغناء عنها في مختلف البرامج، لاسيما الصورة الحية والصورة المتحركة، بالإضافة إلى استخدامها لبعض المؤثرات الصوتية والموسيقى، مع ملاحظة غياب عنصر مهم من عناصر الجمال الذي تحتاجه البرامج الثقافية وهو الدراما، والتي كان بالإمكان الاستفادة منها في جميع البرامج، لاسيما التي تتحدث عن مادة تاريخية، وحتى البرنامج السياسي والإخباري الذي لـــم يعد بالإمكان الاستغناء عن الدراما وقوتها في جذب انتباه الجمهور.

[1] محمد كحط عبيد الربيعي : الدور الثقافي للقنـــوات الفـــضائية العربيـــة، ص ٤٥ ، (رســـالة ماجـــستير)، الدينمارك: الأكاديمية العربية المفتوحة في الدينمارك، ٢٠٠٧م .

المبحث الثالث:

العناصر الجمالية في البرامج الاجتماعية:

استفادت قناة الرسالة من بعض العناصر الجمالية في برامجها الاجتماعية، وسيأتي الوقوف على بعض هذه الاستخدامات في البرامج الاجتماعية الآتية:

١- برنامج "مسافرون":

يعالج البرنامج القضايا الاجتماعية المختلفة ويستفيد من التقنيات الجمالية، حيث تبدأ الحلقة بمشهد درامي، يقوم بتنفيذه مجموعة من الشباب، فيتناقشون في قضية اجتماعية وسط تساؤلات وخلاف فيما بينهم بخصوص هذه القضية، فيطلب كل واحد إجابة عن تساؤلاته، وبعد أن يقفوا جميعا في حيرة من الوصول لحل لقضيتهم، ينتهي المشهد الدرامي ويتحول البرنامج إلى مشهد آخر، يتحدث فيه الشيخ محمد العريفي إلى مجموعة الشباب مجتمعين حوله في جلسة عائلية يتحدثون عن القضية.

ويعالج العريفي في إحدى الحلقات أخطاء يقع فيها المصلي بأسلوب درامي، حيث يقف أحد الشبان على سجادة للصلاة، ويشير العريفي إلى الأخطاء التي يقع فيها الناس، ويمثل الطريقة الصحيحة بحركات يقوم بها الشاب الذي يمثل الخطأ والصواب لتوضيح الأمر للجمهور المشاهد بأسلوب سلس.

وتعتبر المشاكل الاجتماعية والبحث عن حلول لها من أكثر الأسباب التي تجذب الجمهور في الأعمال الدرامية، كما أن عرض هذه المشاكل والقضايا من خلال العمل الدارمي يمكن أن يسهم بشكل غير مباشر وفعال في تناول احتياجات المجتمع وقضاياه المختلفة، وطرح الحلول المناسبة لها .[1]

[1] انظر: محيي الدين عبد الحليم: الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي، ص١٤٣.

كما أن الأعمال الدرامية تثير في الإنسان غريزة من أهم الغرائز البشرية، وهي غريزة المحاكاة والتقليد، بالإضافة إلى أن إنسان العصر الذي يعاني الكثير من هموم الحياة وضغوطها يجد في الدراما متنفسا له من هذه الهموم، وهنا تبرز مكانة الدراما التلفزيونية التي تتمتع بقدرة هائلة على جذب الجماهير، وتجميعهم وتعويضهم عما أصاب ترابطهم الاجتماعي من شظايا العصر .[1]

وتتدرج التأثيرات الدرامية التي يتلقاها المشاهد عبر التلفاز لتحقق الأهداف الاجتماعية لهذه البرامج في تصحيح السلوك وحل المشاكل الاجتماعية، "فتهدف الأدرمة إلى إثارة توتر انفعالي متبوع باسترخاء لدى المتلقين، ويشكل هذا المرور من التوتر إلى الاسترخاء الدافع الأساسي للمتعة، حيث يكون الارتباط متسلسلا، من الأدرمة إلى المتعة ومن المتعة إلى الاهتمام". [2]

لذا فقد أضحت الدراما التلفزيونية هي الخطاب الأكثر عمومية وتلقيا من كافة أشكال القول الإبداعي، وبالتالي كانت الخطاب الأكثر تأثيراً في الثقافة المجتمعية، وثقافة الناس في عيشهم اليومي، نظراً لهزيمة أشكال التعبير الأخرى من كتاب وصحافة ومسرح وسينما لأسباب مجتمعية، أدت إلى عدم اندراجها في أولويات العيش المجتمعي، حيث الثقافة عندنا مكتملة من الماضي، وما يقوم به المبدعون ما هو إلا فعل خيري في أحسن الأحوال، يحاول نفض الغبار عن الماضي المجيد ليعيد إليه بريقه، أو فعل خارج عن القانون يريد الإساءة إلينا كأطفال شرعيين لهذا الماضي.[3]

ولا يخفى ما يحمله المكان من أبعاد ذات مدلولات جمالية، حيث يركز التصوير من أحد جوانب المكان على صورة طاولة "بلياردو" تدلل على حضور عنصر الشباب والترفيه والدمج بين الجدية في موضوع اجتماعي عصري مهم، وبين الترفيه والمرح كأسلوب يستحضره البرنامج لدفع الملل والسآمة، كما أن أسلوب الشباب في الحوار فيه سلاسة وبعد عن التصنع في غلبة الطابع الأسري في الحوار.

---

[1] انظر: محيي الدين عبد الحليم: الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي، ص ٧-٨.

[2] بيير بابان: لغة وثقافة وسائل الاتصال بين الأبجدي والسمعي البصري،ص ٥٠. ترجمة إدريس القري.

[3] نجيب نصير: الدراما تهزم أشكال التعبير الأخرى: مجلة تحولات، العدد ٣ ، أيلول ٢٠٠٥ ، على موقع المجلة على الانترنت.

ويختلف الطابع المتبع في كل حلقة، فقد يبدأ العريفي الحلقة بطرح قضية يتحدث عنها والشباب حوله في جلسة أسرية على طقم جلوس منزلي، عليه سدر من الفاكهة، كما هو ديكور المنزل، فالديكور المستخدم يضفي بعدا جماليا للبرنامج، حيث يغلب اللون الأحمر على الأثاث، بالإضافة إلى الزخرفة وأشكال أخرى تختلف من حلقة لأخرى، كما تحمل كل حلقة خلفية مختلفة، وقد تستخدم نثريات مضيئة أيضا في الخلفية وأشجار الزينة، كما هو الحال في الجلسة المنزلية، بما يتلاءم وموضوع البرنامج الذي يقدم قضايا اجتماعية في جو أسري قريب من واقع القضايا المطروحة .

٢- برنامج "طبعا نقدر":

يبحث البرنامج القضايا المجتمعية التي يعيشها الناس، ويتناولها بأسلوب تبرز فيه الصورة التي تخوض معترك الأحداث، حيث يعالج القضية بالاستعانة بأساليب مختلفة، فالديكور والمؤثرات الصوتية واستخدام الصورة من أبرز التقنيات الحديثة الجمالية التي تبرز في حلقات البرنامج.

ويبدأ البرنامج بحديث المقدم، ومن ثم يقدم تقريرا مصورا مزودا بآراء عينة من الشباب وتوجهاتهم نحو القضية المطروحة، ومن ثم يعود المقدم إلى الاستديو للتعليق على ما شاهد وسمع من آراء الشارع، ويعرض بعدها تقريرا آخر يحوي مقابلات مع شباب في وضعيات وهيئات مختلفة؛ في العمل، والشارع، والسيارة، يقدمون وجهات نظرهم، كما ويتصل المقدم بخبير في مجال الموضوع لتقديم الاستشارة للشباب، بالإضافة إلى استقبال اتصالات الجمهور.

والديكور المستخدم في البرنامج يحوي ألوانا شبابية جذابة يغلب عليها اللون الأحمر، بالإضافة إلى شاشات عرض في الخلفية تعرض شعار البرنامج واللوغو المتحرك طوال مدة الحلقة، كما أن الديكور بسيط تحمل بساطته جمال الديكور العصري، بالإضافة إلى لوحة تظهر فيها بنايات وعمران، تدلل على مقدرة الإنسان على البناء والعطاء والتنمية التي يسعى البرنامج لتحقيقها.

ويعتبر اللون الأحمر من الألوان الدافئة، ويتميز بإشعاع غزير، وهو أعلى الألوان طاقة، ويرمز إلى القوة والحيوية والعواطف ويتمثل بالنار، وتبلغ طاقته ٦٥٠٠ أنجستروم، فهو يصدر ذبذبات عالية تؤدي إلى زيادة حركة ونشاط الخلايا وتسارع دقات القلب، كما أن اللون الأحمر يجتذب العين إليه بلا مقاومة. [١]

ويظهر مدى الانسجام في استخدام اللون الأحمر في ديكور الاستديو وأهداف البرنامج، حيث أن البرنامج تحفيزي؛ يسعى لإثارة الشباب وشحن عزيمتهم قوة وحيوية، ويساهم

[1] محمد يوسف الهاشمي: البرمجة اللغوية العصبية والأثر النفسي للألوان، ص٨١.

استخدام جمال اللون الأحمر وطاقته المنبعثة حيوية في خدمة البرنامج وزيادة التأثير في الجمهور الذي تجذبه قوة اللون، وتشده لمتابعة البرنامج والتأثر به، وبذلك يجمع استخدام اللون في كونه عنصرا جماليا وطاقة حيوية.

فكل ديكور في نظر المتفرج له أهمية خاصة وله قيمة معينة على المستويين الجمالي والدلالي، حتى أن المنصة الخالية لها معنى، أي أن غياب الديكور أيضا كوجوده له مغزاه، فالمقدم أو الممثل يتحرك في المجال وهو في ذلك مرتبط بالماديات الموجودة، فحركاته وإيماءاته ونظراته يحكمها وجود هذه الأشياء المادية التي تشترك في الأداء.[1]

وبخصوص المؤثرات الصوتية، فإن البرنامج يستخدم هذه المؤثرات بشكل جيد، مستفيدا من هذه التقنيات الجذابة في خطاب الشباب، ويستخدم آلات العزف والإيقاعات المختلفة حتى في إعداد التقارير، حيث تختلف صبغة التقارير عن الأسلوب المعروف في التقارير الإخبارية، بما يتناسب والطبيعة الشبابية الاجتماعية للبرنامج.

ويعتبر استخدام الصورة من أهم الاستخدامات الجمالية التي تعتمدها مادة البرنامج، حيث أن التقارير المقدمة تنقل الأحداث الواقعية للقضايا بالصوت والصورة، وتفتح للمشاهد العيش في آفاق ملموسة وحية للقضية التي يعيش أهدافها وحيثياتها من خلال التقرير، وبالإضافة للتقارير المصورة فإن بعض حلقات البرنامج تستحضر مشاهد مصورة تنقل الصورة والصوت من قلب الحدث ومن وسط الجماهير، لاسيما في حلقة ثورة ٢٥ يناير الذي تعيش فيه الكاميرا مع الشاب لكشف توجهاتهم في بناء بلدهم، وطموحاتهم المستقبلية في تلك الأوقات الحاسمة في تاريخ بلدهم مصر.

فخطاب الصورة يحتوي على جانبين متعارضين ومتكاملين؛ هما الجانب الدلالي والجانب الجمالي، فمن يرى مشهدا مرعبا مخيفا لا تفرز حياله مراكز الحس الشعوري إلا خوفا وهلعا، كذلك الحال بالنسبة للمشاهد المفرحة والمضحكة التي تفرز فرحا وضحكا، فالعين لا تحتاج كما الحواس الأخرى إلى دليل، فلو أن خطيبا يلقي أمام جمع من الناس خطبة يتحدث بها عن واقعة معينة، فإن الصور التي تنتقل إلى ذهن كل فرد وهو يستمع لحديثه تظل احتمالية تشوبها الضبابية وعدم الوضوح، وتختلف من شخص لآخر، فيتباين الإفراز الشعوري وحالة التعاطف

[1] حمادة إبراهيم: اللغة الدرامية: العناصر غير المنطوقة والعناصر المنطوقة، ص٦٣-٦٤.

مع الحديث، وذلك خلافا لما سيكون عليه الحال لو كان هناك صورا أو شرائط فيديو تصور الحادثة. [1]

كما أن عالم اليوم تتسيد فيه الصورة بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتمثل انتقالا نوعيا في بناء العالم الحديث بما تحمل من دلالات فكرية متنوعة لها علاقة بصناعة الوعي وتشكيله وتوجيهه، فالصورة أداة خطيرة وماكينة هائلة لتحريك الجماعات عبر ما تبثه وسائل الإعلام، فالفضل الأول في الرأي العام العالمي يعود للصورة وانتشارها.[2] وقد أوضحت هذا الفضل للصورة ما أحدثته الثورة المصرية التي شكلت الصورة عامل ضغط عالمي على نظام الحكم الذي لم يكن أمامه خيار سوى الرحيل، الأمر الذي يؤكد أهمية الصورة في عصر طغت فيه على كل وسائل القوة الأخرى، حتى باتت وسيلة الجماهير للتغيير الاجتماعي، وفي ذات الوقت هي العدو اللدود للأنظمة المستبدة، والتي تجتهد في حجب هذه الصورة ومنعها من الوصول إلى المشاهدين، إلا أن قوة الصورة أكبر من القدرة على منعها، حيث أنها تنفذ بكل سلاسة عبر وسائل الاتصال الحديثة.

فالصورة هي أداة كشف وتعرية، حيث أنها تثير وتفضح وتعيد إنتاج الحدث الاجتماعي بإخراج فني منتقى ومكثف، فالذات المستورة تصبح مفضوحة، وهذا يفسر تحريم ومنع الصورة عن الجمهور والذي تتبعه الدول المحاربة، حيث أنه يرجع إلى الخوف التقليدي المغروس في النفس البشرية من الصورة.[3]

كما أن الصورة وسيلة تواصلية فعالة متعددة الوظائف، وعنصر من عناصر التمثيل الثقافي، وبخاصة فيما يتعلق بالثقافة البصرية في زماننا، فبواسطتها يمكننا الوقوف على أهمية العالم البصري في إنتاج المعاني وفي تأسيس القيم الجمالية والإبقاء عليها، ومعرفة علاقات القوة داخل الثقافة أيا كانت، وكشف الديناميات النفسية الخاصة بعمليات المشاهدة والتلقي، والصورة وسيلة إيضاح تتميز بنسق أيقوني خاص، يجعلها تصل إلى المعنى من أقرب مرمى، وبذلك تتسلط على الحساسية المتأثرة للمتلقي وتخاطبه بطريقة مختلفة عما تخاطبه به اللغة، فتعمل على إيقاظ الإنسان الذي يرقد في أعماقه.[4]

---

[1] هيثم الهيتي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، ص١٠٢.

[2] ابرير بشير، الصورة في الخطاب الإعلامي، ص٢.

[3] عبد الله الغذامي: الثقافة التلفزيونية، ص٨٠.

[4] انظر: ابرير بشير، م.س، ص٥.

٣- برنامج "قطار الشباب":

تبدأ حلقة البرنامج بقصة درامية تخدم الهدف من الحلقة وموضوعها، حيث تستغرق اللقطات الدرامية ثوان، لكنها تقدم للفكرة المطروحة، وتشد المشاهد بتلك البداية الدرامية الممتعة، ومن ثم يتم العودة إلى مجموعة من الشباب الذين يناقشون معا قضية الحلقة المطروحة، وبعد النقاش يقدم تقرير ميداني عن قضية الحلقة، يعود بالمتلقي إلى مشاهد جديدة، لتبقى الصورة حاضرة في ربطه مع الحدث، وسط عرض جمالي يستحضر الصورة ذات البعد التأثيري القوي، ويوازي ذلك خلو من استخدام أي ايقاع موسيقي غنائي يساهم في زيادة التأثير وربط المشاهد بالصورة.

ويتضمن البرنامج مقطعا فني تحت مسمى "ليش"، وهو عبارة عن عمل فني يعالج مشاكل حياتية وأخطاء يومية يرتكبها الناس بسؤال ليش؟، يتضمن مشاهد درامية يمثل هذه السلوكيات الخاطئة شخص، بأسلوب جميل، للتنبيه عن أخطاء من الحياة، ومن خلال هذا العمل الفني الدرامي يسعى البرنامج لمعالجة السلوكيات.

كما تُعرض أيضا خلال حلقات البرنامج أعمال درامية أخرى تناسب المواضيع المطروحة، من خلال الصور المتحركة، بالإضافة إلى تقارير مصورة عدة تتخلل الحلقات، وما يميز بعض هذه التقارير هو الأسلوب الفكاهي الذي تقدم فيه، حيث يتم الدمج بين فكرة جدية وأسلوب درامي في تقديم التقرير، ففي إحدى الحلقات يقدم أحد الشباب تقريرا من وسط الشارع، يتحدث عن حوادث الطرق الناتجة عن السرعة الزائد، لكن باستخدام الفكاهة والكوميديا والدراما التي يقوم الشاب بتمثيلها.

أما بخصوص الديكور فيغلب عليه اللون الأحمر، ويتغير الديكور في كل مرحلة ومحطة من محطات القطار، ويغلب عليه أرضية حمراء، ومقاعد بسيطة للجلوس، تتنوع بين الجلسة العائلية وبين جلسة على كراسي بسيطة وأخرى رسمية.

الترفيه والأسلوب الفكاهي :

ويعتبر الترفيه والتسلية والشعور بالمتعة من أهم ما يبحث عنه مشاهد التلفاز، وتعتبر هذه الأمور من أكثر الأساليب جذبا وأقدرها على إحداث التفاعل الجماهيري معها كونها قريبة من نفسية المشاهد الذي يبحث عن الراحة والضحك.

ويهدف الإعلام الترفيهي إلى تسلية الناس واللهو وتوفير الاستجمام للجمهور، حيث تعمل وظيفة الترفيه في وسائل الإعلام على احتواء وتفريغ عوامل التوتر الاجتماعي، وتوفير الاستمتاع والاسترخاء والراحة النفسية للجمهور، بالإضافة إلى مساعدة الجمهور في الابتعاد عن المشكلات اليومية وتمضية وقت الفراغ، والحصول على المتعة الجمالية والثقافية والأمنية، والحصول على الإثارة. [١]

ويعتبر الترفيه من الوظائف الاجتماعية للإعلام، فهو يحتوي على جميع وظائف الإعلام وفنونه، ويمكن أن تقود إلى التعلم بأنواعه المتعددة والمختلفة، وتظهر هذه الوظيفة عبر إذاعة التمثيليات الروائية والرقص والفن والأدب والموسيقى والمسرحيات والرياضة والألعاب وغيرها ...عن طريق العلامات والرموز والأصوات والصور، بهدف الإمتاع على الصعيدين الشخصي والجماعي، إذ أشارت أدبيات الإعلام المعاصر جميعها، وعلى اختلاف أنواعها، إلى أهمية هذه الوظيفة في المجتمعات الإنسانية كلها.[٢]

وفي الإعلام الإسلامي فإن هناك اهتماما بالترفيه المهذب والهادف؛ فالمؤسسات الإعلامية ليست أكاديميات للعلوم يفترض فيها الجدية التي تليق بوقار العلم، والإنسان بطبيعته ميال للترفيه عن أعصابه إزاء مشاكل الحياة المعقدة ... وفي أدبنا الإسلامي وتراثنا العربي الكثير مما يصلح مادة للترويح، وكذلك معظم الألوان الرياضية وألوان التسلية البريئة.[٣]

---

[1] هيثم الهيتي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، ص ١٧.

[2] موسى الموسوي: الإعلام الجديد ..تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، ص ٤٧ .

[3] موسى الموسوي: م.ن، ص ٤٧ .

كما أن وسائل الاتصال تحمل روح اللعب، لأن لها روح الفكاهة والضحك، وهناك تقوية متبادلة وتكامل تام بين طبيعة اللهو وقدرات الاليكترونيك، وعلينا تصور اللهو باعتباره طبيعة وشكلا عاما خفيا لوسائل الاتصال، عوض تصوره كقطاع متخصص فيها.[1]

ونلاحظ أن هناك تسارعا في وتيرة إنشاء الفضائيات الترفيهية والمتخصصة في مجالات الترفيه المختلفة، حيث يشير هذا التنامي في أعداد الفضائيات إلى توجهات الجمهور وحاجاته إلى إشباع رغباته، لاسيما وأننا أمام جمهور انتقائي يختار ما يلائمه ويلبي متطلباته من هـذا الكم الكبير من الفضائيات.

لذا فان على الإعلام الإسلامي التوجه إلى المواد الفنية والترفيهية كمتطلب عصري مهـم في استقطاب جمهور الفضائيات الباحث عن التسلية والترفيه، والذي بات يهرب من الجديـة المفرطة التي تتعامل بها كثير من الفضائيات.

ويلاحظ من خلال برامج قناة الرسالة ضعفا كبيرا في توظيف الترفيه والتسلية كعامل مهم من عوامل التشكيل الجمالي، حيث لوحظ غيابا واضحا لبرنامج متخصص يعنى بالترفيه عن المشاهدين، يأخذهم في استراحة برامجية بعيدا عن الأجواء البرامجيـة الثقافيـة والدعويـة والفقهية والاجتماعية، فقد اقتصر استخدام الترفيه على جزئيات قليلة ضمن برامج كان أبرزها قطار الشباب، الذي أظهر مدى حرص الشاب القائمين على البرنامج على إعطاء جـو مـن المرح والكوميديا ضمن أجواء الحوار الشبابي الذي يعيشون فيه، إلا أن الترفيه كان منقوصا، بفقدانه استخدام بعض التقنيات الجمالية؛ كالموسيقى والمؤثرات.

[1] بيير بابان: لغة وثقافة وسائل الاتصال بين الأبجدي والسمعي البصري،ص ١٠٦. ترجمة إدريس القري.

المبحث الرابع:

العناصر الجمالية في البرامج العلمية:

برنامج "النفس والحياة":

يتبع البرنامج الأسلوب التقليدي في البرامج الحوارية، حيث يستضيف المقدم ضيفا دائما، يجلسان على طاولة متقابلين، ويستخدمان الأسلوب الحواري في تبادل الحديث معا ومع المشاهدين المتصلين.

ويظهر من خلال المتابعة ضعف الاستعمالات الجمالية في البرنامج العلمي مقارنة مع ما تخللتها البرامج الأخرى، حيث يفتقد فيه استعمالات الدراما والمؤثرات الصوتية، بالإضافة إلى افتقاده للصورة، إلا في بعض الاستعمالات التي لم نشاهد سوى واحدة منها بعرض صور للقذافي في حلقة السلطة، والتي استعين بها لتوضيح نفسية القذافي وتحليل وضعه النفسي من خلال صورته، وعموما يمتاز البرنامج بالجدية المفرطة.

أما الديكور فهو ديكور رسمي نابع من جدية الموضوعات العلمية في عرف البرامج في الفضائيات العربية، حيث يخلوا من عناصر جمالية ترتبط مع قضايا البرنامج التي تتطلب تهيئة أجواء تدلل على الاسترخاء والراحة النفسية، بالاستعانة بمشاهد طبيعية ذات مفعول ايجابي في الشعور بالراحة النفسية وما شابه، حيث أشارت الدراسة في هذا الفصل إلى أهمية الألوان وقدرتها على التأثير الايجابي في نفسية المشاهد، من خلال ما تملكه بعض الألوان من قدرة على تغيير الشعور النفسي.

والبرامج العلمية كما غيرها من البرامج الأخرى، يمكنها الاستفادة من العناصر الجمالية وتوظيفها لخدمة تشكيلها الجمالي، فعلى الرغم من القصور في الاستفادة منها في هذا البرنامج، إلا أنه بالإمكان تضمين البرنامج مقاطع درامية تساهم في تبسيط المادة العلمية للمشاهدين وتزيد من جاذبية البرنامج، وتزيد من فهم الجمهور لمضمونه بسلاسة.

كما أنه بالإمكان الاستفادة من الدراما والتمثيل في تشخيص الأمراض، وإجراء التمـــارين النفسية وتمارين الاسترخاء بشكل عملي، وعدم الاكتفاء بالجانب النظري والوصفي، حيث أن الجمهور المشاهد مختلف في أفهامه، وقد يقع في أخطاء جراء الوصف الكلامي الذي يفتقـــد للتمثيل.

كما أن البرنامج العلمي يفترض فيه الاهتمام بالصورة، لاسيما في عصر الصورة التـــي كانت نتاج التقدم العلمي، فلم يتخلف العلم عن توفير الصور عن القضايا المختلفة التي تتعلق بالعلوم، حيث أن له فيها استدلال مصور لتفصيلات علمية دقيقة، الأمر الذي يتطلب أن تحوي البرامج العلمية صورا توضح دلالات الحديث.

المبحث الخامس:

العناصر الجمالية في الأشكال البرامجية الأخرى:

١- النشيد والفيديو كليب:

وتتضمن مادة الرسالة عرضا لأناشيد إسلامية تتخلل الفواصل البرامجية، وتحوي هذه الأناشيد على البعد الجمالي الصوتي، بالإضافة إلى الفيديو كليب الذي يعزز الصوت المؤثر والجميل بالصورة المعالجة فنيا، وبذلك تبرز خلاصة الجمال في مثل هذه المواد الفنية.

وفي إحدى أعمال الفيديو كليب الذي عرضته الرسالة والذي يتحدث عن الأمل، تصور مشاهد العمل الفني حياة الإنسان منذ ولادته، متدرجة إلى نموه وكبره، وكيف أن حياته في طاعة الله لتحقيق آماله وأحلامه في الحياة في ظل الانضباط الأخلاقي والإيماني.
وتتجلى الاستخدامات الدرامية في أعمال الفيديو كليب التي تصاحب فيها مشاهد الدراما النشيد والأحاديث النبوية التي تمتزج معا في تقديم العمل الفني الذي يحوي مضمونا دينيا في قالب إعلامي جميل، استفادت منه القناة في إيصال فكرتها الدعوية ونشر الأخلاق الدينية.

"والفيديو كليب هو فيلم سينمائي قصير يحتوى على أغنية، ورقص، وشيء يشبه التمثيلية"[1]. وقد تم استبدال الأغنية في الفيديوكليب بالنشيد الإسلامي الذي يتضمن قيما وأخلاقا دعوية، بالإضافة إلى استبدال الرقض بصور المنشدين أو صورا من الطبيعة جرى عليها معالجة ومونتاج، بالإضافة إلى مشاهد تمثيلية ودرامية أخرى.

لذا فإن هيمنة الصورة على الماكينة الإعلامية، جعلت العالم يتغير بسرعة فائقة، وليست ثقافة الصورة سيئة دائما، إذ أن الخطاب الإعلامي التصويري يقدم وجبة لذيذة وجذابة من المواد السياسية والثقافية والعلمية، وهو خطاب أكثر انتشارا وتأثيرا في الجمهور من الوسائل الأخرى، وبخاصة في أوساط الأميين وأنصاف المتعلمين الذين أصبحوا مستهلكين لثقافة

[1] (الانترنت): عبد الوهاب المسيري: الفيديو كليب والجسد والعولمة، موقع الدكتور عبد الوهاب المسيري.

التلفاز من خلال الفرجة والتسلية الممزوجة بالتعليم والتذوق، فالوسائل الصورية مجرد وعاء جميل يحوي مضمونا. [1]

وعل اهتمام الإعلام الإسلامي بالفيديو كليب أنه يرى في التطور عاملا مُهمّا في حياة الشعوب، إلا أنه يفرق بين التطور الجمالي والتطور الجمالي الذي يؤدي إلى الفساد الأخلاقي، والذي يستخدم جسد المرأة بطريقة تحوِّله إلى سلعة رخيصة، لذا فالإعلام الإسلامي يدعوا إلى ضرورةَ أن يكون للفيديو كليب قيمةٌ أخلاقيةٌ وفنيةٌ، نظرا للحاجة لأعمال إبداعية تتعامل مع قضايا اجتماعية؛ لأنَّ الإنسان تَزيد قيمته بقدر ما يقدمه للمجتمع من فكر.[2]

وقد كان للفيديو كليب أهمية كبيرة في انتشار الفن الإسلامي، حتى أن أغلب شرائح المجتمع صارت تعرف النشيد الإسلامي من خلال فيديو كليبات حديثة أنتجت بلون جديد، وتحوي الفضائيات الإسلامية فيديو كليبات منافسة من ناحية الإخراج ومن ناحية الجودة ومن ناحية دقة الصورة، فالفيديو كليب الإسلامي أصبح منافساً وله ميّزة وهو مستمر في التطور.[3] كما يلاحظ أن هناك توجها للكثير من الدعاة والمنشدين للاستعانة بالفيديو كليب في إيصال رسائلهم الدعوية، من خلال الكلمة والصورة التي باتوا يُجمِّلونها تلبية لرغبات الجمهور الذي يعيش وسط سيل من المواد المصورة وكم هائل من الفيديو كليبات .

وتبرز أهمية الفيديو كليب في احتوائه على عناصر التأثير مجتمعة في عمل واحد، فبالإضافة إلى الصوت المؤثر الذي يخاطب به الجمهور بألحان ومؤثرات صوتية وموسيقى، فإن الصورة تمتلك عناصر جذب قوية هي الأخرى؛ فهي متحركة، وممنتجة، وفيها إثارة، كما أنها تحوي على مشاهد درامية، بالإضافة إلى المتعة الترفيهية التي يعيشها الجمهور، وهذه مجتمعة تعزز من تأثير هذا العمل وقبوله.

---

[1] محمد الموسوي: اتجاهات إعلامية معاصرة، ص٤٦.

[2] (الانترنت): إيمان حسن، البنات وهَوَس الفيديو كليب، موقع الإخوان المسلمين.

[3] مصطفى البدري، مصطفى العزاوي لـ (الرائد) :أنا مع أن يكون للنشيد الإسلامي هوية خاصة: مجلة الرائد، العدد ٤٩، وعلى موقع المجلة على الانترنت.

٢- الأفلام الوثائقية:

عرضت قناة الرسالة عددا من الأفلام والبرامج الوثائقية التي تقدم قضية تاريخية أو معلم إسلامي، باستخدام تقنيات الفيديو والمونتاج، والذي يعتمد على السرد المصور والمقرون بالصوت.

وتعتبر الصورة المتحركة أعظم قوة فنية في التاريخ البشري، ولقد أثارت إمكانياتها الدرامية الفنانين، ولا يشكل أي فن آخر تحديا لسيادة الصورة المتحركة، فهي تحوي كل فنون البشر الأخرى، حيث أن للفلم منطقه الخاص، فلغة الفيلم هي العاطفة، حيث يحرك الفيلم استجابة عاطفية لدى المشاهدين، وعندما يصل الفيلم إلى تلك العاطفة لدى المشاهدين، فإنه يكون قد نجح، كما أن المشاركة هي عنصر رئيس في منطق الفيلم، حيث يجعل المشاهدين في حالة مشاركة مع المأزق الذي يتحدث عنه الفيلم، والمشاركة تعبر عن قوة الفيلم، إذ أن الجمهور يشاهد لأنه يبحث في يأس عن المشاركة.[١]

"ويعتبر الفيلم الوثائقي الرابح الأكبر من الثورة الرقمية، حيث فرض نفسه كنوع سينمائي، بعد أن كان هامشيا لعقود طويلة، فالفيلم الوثائقي استجاب بمرونة إلى الإمكانات التي وفرتها له التقنيات الجديدة، فاستخدم الكاميرا ومعدات الصوت المحمولة التي مكنت صانعي الفيلم الوثائقي من تجربة أساليب مبتكرة في توثيق اللحظات الاجتماعية والتاريخية للعالم، وساعدت على تنشيط الاهتمام في هذا النوع السينمائي وأعادت تقديم إمكانيته للجمهور".[٢]

كما أن أعظم مصدر قوة للفيلم هو في كونه يتحرك، وبينما يقوم الفيلم بذلك فإنه يقدم مناظر بواقعية تبعث على الشعور بالآنية، ولا يهم متى صنع الفيلم، فبالنسبة للمشاهد فإن الأحداث تجري، والمشاهدون مندمجون، وهذا ما يجعل عمل المخرج أكثر سهولة فهو يستطيع أن يتكل على اندماجهم، وبالتالي يجري الفلم بحس آخر. وتعتبر قدرة الفيلم على تحريك انفعالات ومشاعر الناس قد طورت إلى حد بعيد، لذلك فإن الأفلام لها أغراض متعددة خارج نطاق السينما، فالفيلم التسجيلي مثلا يمكن أن يخلق وعيا للمشاكل، أو يثير الاهتمام بمواضيع لم يفكر بها الناس من قبل، فبالفيلم يمكن تقديم أفكار جديدة، ولكي يكون الفيلم ناجحا يجب أن يضع المخرج نصب عينيه أعظم إمكانية للفيلم وهي إمكانية خلق الاندماج الحسي.[٣]

---

[1] موري جرين: أخبار التلفزيون بين التحليل والتنفيذ، ص١٥١-١٥٥. ترجمة حمدي قنديل وأحمد عبد الحليم.

[2] (الانترنت): أكرم اليوسف: عولمة الفيلم الوثائقي .. تحديات العصر الرقمي، موقع الجزيرة.

[3] كين دالي: الأساليب الفنية في الإنتاج السينمائي، ص١٠. ترجمة عصام الدين المصري.

ويعتبر الأسلوب التوثيقي المصور من أقوى البرامج التي تكشف حقيقة القضية المبحوثة، ويضع المشاهد أمام تفصيلات تراعي التسلسل الزمني، وتتنقل في البعد المكاني، لتشعر المشاهد بقربه من الحدث وعيشه مع أحداثه، وهذا من أهم ما قد يصل إليه تأثير الفيلم الوثائقي.

٣- كما عرضت القناة عددا اخر من البرامج والريبورتاجات منها على سبيل المثال، ريبورتاج لدعم القضية الفلسطينية تحت اسم "القدس لنا"، حيث يلخص بمشاهد درامية دعم القضية الفلسطينية، فتتضمن المشاهد ترك كل فرد من أفراد الأمة الإسلامية عمله في لحظة يشعرون فيها بخطر محدق بالأقصى ويتجمعون نصرة للقدس، ومن ثم ينتهي المشهد الفني بتحرير المسجد الأقصى والناس مجتمعون حوله.

خلاصة:

يلاحظ من خلال متابعة برامج قناة الرسالة توجها عاما نحو الاستفادة من العناصر الجمالية في هذه البرامج، وعلى تفاوت وتنوع في الاستخدام، حيث برز في بعض هذه البرامج استخداما للدراما، وفي بعضها الآخر كان البروز للصورة والفيديو والمونتاج والمؤثرات الصوتية، إلا أن ما يؤخذ على هذه البرامج هو عدم إعطاء البرنامج حقه في الاستفادة من مجمل العناصر الجمالية، وإبراز أكثر من عنصر جمالي لإحداث التكاملية في الأداء.

وبالرغم من خصوصية بعض البرامج في مضامينها كجزء من طبيعة برامجية معينة، إلا أن استخدام العناصر الجمالية أمر عام يمكن أن يدخل في تركيب جميع البرامج على اختلاف طبائعها مع غلبة بعضها على الآخر نظرا لطبيعة البرنامج.

كما يلاحظ أن هناك غيابا واضحا للاستفادة من العناصر الجمالية في البرامج الفقهية والعلمية التي تعرضها الرسالة، حيث لا يتعدى البرنامج الفقهي كونه حلقة إجابة عن تساؤلات المتصلين عبر الهاتف بحضور عالم من علماء الشريعة، يستقبل هذه التساؤلات ويجيب عليها في جلسة رسمية لا يتخللها استخدام جمالي، على الرغم من إمكانية توجه هذه البرامج لتكون أكثر حيوية في معالجة القضايا الفقهية لدى الناس، حيث أنه بالإمكان الاستفادة من الدراما مثلا في تمثيل معالجة فقهية لبعض المسائل، وتوفير إجابات عن إشكاليات شرعية تواجه المجتمع بأسلوب جديد، كما أنه بالإمكان القيام بذلك أيضا من خلال مسلسلات دينية توضح هذه المسائل من خلال تمثيلها، بالإضافة إلى ضرورة الاستفادة من الصورة كأداة توضيح، وغيرها من التقنيات المؤثرة.

"فما الأغنية المصورة الحالية وما المأثور الشعبي إذا لم يكن حكاية مكثفة مخدومة؟ وما الذي أصبحت عليه أخبارنا المتلفزة إن لم تكن في الغالب سلسلة من الحكايات الدرامية الصغيرة؟ لذا يمكن اعتبار الحكايات والألعاب مثل نموذجين أساسيين للاتصال الإذاعي والتلفزيوني".[1]

[1] بيير بابان، لغة وثقافة وسائل الاتصال بين الابجدي والسمعي والبصري، ص٨٥. ترجمة إدريس القري.

الخاتمة:

بحثت هذه الدراسة في دور التشكيل الجمالي في الإعـــلام الإســـلامي وعناصـــر التـــأثير والجذب الذي تحمله العناصر الجمالية، وتأثيرها على أداء الإعـــلام الإســـلامي فـــي جـــذب جمهوره لمادته، حيث خصصت الدراسة قناة الرسالة الفضائية كنموذج للتطبيـــق، وخلـــص الباحث إلى **النتائج** الآتية:

- إن المضمون مهما كان جيدا وملبيا لاحتياجات الجمهور لا يمكنه أن يحقق أثره بالقدر الذي يراد له إلا إذا وضع في الشكل الذي يجعله مقبولا، لذا فإن لاستخدام العناصر الجمالية والتقنيات الفنية والترفيه في الإعلام الإسلامي المعاصر بالغ الأثر في تحقيق جذب واهتمام الجمهور المشاهد للمادة الإعلامية المقدمة، وبالتالي التأثير الايجابي في عملية الرجع المرجوة من العملية الاتصالية.

- استفاد الإعلام الإسلامي من العناصر الجمالية الفنية في صقل المضمون الإسلامي لبرامجه بقوالب فنية متنوعة، مع تفاوت في هذا الاستخدام، وضعف عام في اغتنام الاستفادة من مجموع عناصر التأثير الجمالية مجتمعة.

- أظهرت قناة الرسالة الفضائية اهتماما واضحا في سعيها لاستخدام المنجزات الإعلامية الجمالية في مختلف برامجها الدعوية والاجتماعية والثقافية، لضمان فاعلية أكبر للعملية الاتصالية، وللسعي لتحقيق مضمون شعارها في الإبداع والأصالة والتمييز في الأداء الإعلامي العصري.

- يعتبر الترفيه والتسلية والبحث عن المتعة من أهم المداخل التي يمكن للإعلامي الاستفادة منها في تقديم الرسالة الإعلامية، وهي من أكثر الأساليب نجاحا، حيث أن التلفاز بالأساس هو جهاز ترفيهي، فالاستفادة منه لتحقيق أهداف ثقافية واجتماعية وعلمية ودعوية يحتاج إلى مراعاة لهذه الطبيعة الترفيهية.

وأوصى الباحث بعدد من **التوصيات** هي:

- على الإعلام الإسلامي أن يستفيد من جميع المنجزات الإعلامية الفنية والجمالية، وعدم البقاء في بوتقة التقليد والروتينية والبرامج الوعظية، التي لم يعد لها تأثير كبير في خضم التطور التقني، واستحداث وسائل وأساليب اتصالية أكثر فاعلية.

- على قناة الرسالة الفضائية مواصلة التطوير في أدائها الإعلامي، ومعالجة غياب العناصر الجمالية في بعض برامجها، وإحاطة عموم البرامج بالاستفادة من جميع العناصر الجمالية.

- ضرورة توجه الإعلام الإسلامي إلى إنشاء فضائية أو فضائيات متخصصة بالكوميديا والدراما والأفلام الإسلامية، وعموم الأعمال الفنية والترفيهية، لإيجاد منظومة لسد الحلقات الفارغة في الميادين الإعلامية الأكثر تأثيرا.

- كما يوصي الباحث الدارسين للإسهام بدراسات معمقة ومتخصصة في العناصر الجمالية وتأثيراتها الإعلامية على الجمهور، ليأخذ كل عنصر حقه من البحث وتحقيق الإشباع.

قائمة المصادر والمراجع:

القرآن الكريم.

أولا: المصادر:

- البخاري، محمد بن إسماعيل، **صحيح البخاري**، المنصورة: مكتبة الإيمان، ٢٠٠٣م.
- الترمذي، محمد بن عيسى، **الجامع الصحيح سنن الترمذي**، بيروت: دار إحياء التراث العربي.
- أبو داوود، سليمان بن الأشعث، **المراسيل**، بيروت: مؤسسة الرسالة، ١٩٨٨م.
- ابن منظور، محمد بن مكرم، **لسان العرب**، ط٣، صححها أمين عبد الوهاب ومحمد العبيدي، ج٢، دار إحياء التراث العربي، بيروت: مؤسسة التاريخ العربي، عدد الأجزاء ١٨. ١٩٩٩م
- النووي، يحيى بن شرف، **شرح النووي على صحيح مسلم**، ط٢، بيروت: دار إحياء التراث العربي ومسلم.

ثانيا: المراجع:

- إبراهيم، حمادة، **اللغة الدرامية: العناصر غير المنطوقة والعناصر المنطوقة**، ط١، القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، ٢٠٠٥م.
- إبراهيم، محمد حمدي، **نظرية الدراما الإغريقية**، ط١، القاهرة: الشركة المصرية العالمية للنشر–لونجمان، ١٩٩٤م.
- إمام، إبراهيم، **أصول الإعلام الإسلامي**، القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٥م.
- بابان، بيير، **لغة وثقافة وسائل الاتصال بين الأبجدي والسمعي البصري**، ترجمة إدريس القري، المغرب: الفارابي للنشر، ١٩٩١م.
- برا، جيرا ، **هيغل والفن**، ترجمة منصور القاضي، ط١، بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٩٣م.
- البستاني، فؤاد افرام، **منجد الطلاب في اللغة والأعلام**، ط٣٨، بيروت: دار المشرق، ١٩٩١ م.

- البشر، محمد، **أيديولوجيا الإعلام**، ط١، الرياض: دار غيناء للنشر، ٢٠٠٨م.
- جرين، موري، **أخبار التلفزيون بين التحليل والتنفيذ**، ترجمة حمدي قنديل و أحمد عبد الحليم، القاهرة: مكتبة النهضة المصرية، ١٩٧٢م.
- جمال، أمل، **الصحافة والإعلام في إسرائيل**، رام الله: المركز الفلسطيني للدراسات الإسرائيلية– مدار، ٢٠٠٥م.
- حجاب، محمد منير، **الإعلام الإسلامي المبادئ النظرية التطبيق**، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢م.
- حجاب، محمد منير، **الموسوعة الإعلامية**، ط١، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، جزء ١، ٧، ٢٠٠٣م
- الحضيف، محمد بن عبد الرحمن، **كيف تؤثر وسائل الإعلام**، ط١، الرياض: مكتبة العبيكان، ١٩٩٤م.
- حماد، محمود وآخرون، **وسائل الاتصال الحديثة وأثرها على المجتمعات الإسلامية** ، القاهرة: منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، ١٩٩٦م.
- الخجا ، محمد كامل، **دور الإعلام الإسلامي في بناء الإنسان المثالي**، جدة: نادي جازان الأدبي، ١٩٨٤م.
- دالي، كين، **الأساليب الفنية في الإنتاج السينمائي**، ترجمة عصام الدين المصري، بيروت: الدار العربية للموسوعات، ١٩٨٧م.
- الدليمي، عبد الرزاق، **عولمة التلفزيون**، ط١، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م.
- الدميري، مصطفى، **الصحافة في ضوء الإسلام**، مكة المكرمة: مكتبة الطالب الجامعي، ١٩٨٧م.
- الراضي، سمير وآخرون، **وسائل الاتصال الحديث وأثرها على المجتمعات الإسلامية**، القاهرة: منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة –ايسيسكو، ١٩٩٦م.
- الراوي، مسارع حسن، **الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال العربية**، تونس: صادر عن المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ١٩٩١م.
- رضا، حسين رامز، **الدراما بين النظرية والتطبيق**، ط ١، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ١٩٧٢م.
- الركابي، زين العابدين وآخرون، **الإعلام الإسلامي**، الخليل: مؤسسة الاعتصام، ١٩٨٩م.

- أبو ريان، محمد علي، **فلسفة الجمال ونشأة الفنون الجميلة**، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٩م.
- أبو زيد، فاروق ، **فن الخبر الصحفي**، ط٢، القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٢م.
- أبو زيد، فاروق، **مدخل إلى علم الصحافة**، القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٦م.
- ستيس، ولتر، **معنى الجمال نظرية في الاستطيقيا**، ترجمة إمام عبد الفتاح إمام، القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، ٢٠٠٠م.
- السعودية، الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، **الإضاءة**، ط١، السعودية: المؤسسة العامة للتعليم الفني، ١٤٢٦هـ.
- السعودية، الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج ، **المونتاج التلفزيوني**، ط١، السعودية: المؤسسة العامة للتعليم الفني، ١٤٢٦هـ.
- سلجوقي، صلاح الدين، **أثر الإسلام في العلوم والفنون**، القاهرة، مطبعة أمين عبد الرحمن، ١٩٥٦م.
- السوداني، حسن، **قراءة المرئيات دراسات في الإعلام المتخصص**، ط١، السويد: الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، ٢٠٠٩م.
- الشريف، سامي، **الفضائيات العربية رؤية نقدية**، القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٤م.
- عالمي، سعاد، **مفهوم الصورة عند ريجيس دوبري**، بيروت: إفريقيا الشرق، ٢٠٠٤م.
- العاني، فؤاد توفيق، **الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة**، ط١، بيروت: مؤسسة الرسالة، ١٩٩٣م.
- عبد الحليم، محي الدين، **الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية**، القاهرة: مكتبة الخانجي، ١٩٨٤م.
- عبد الحليم، محيي الدين، **الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي**، القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٤م.
- عبد الحميد، شاكر، **التفضيل الجمالي**، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ٢٠٠١م.
- عبد الحميد، شاكر، **عصر الصورة**، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون و الآداب، ٢٠٠٥م.
- عبد الحميد، محمد، و بهنسى ،السيد ، **تأثيرات الصورة الصحفية النظرية والتطبيق**، ط١، القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤م.

- عبد الملك، أحمد، **فضائيات**، ط١، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠م.
- عبده، مصطفى، **المدخل إلى فلسفة الجمال**، القاهرة: مكتبة مدبولي، ١٩٩٩م.
- أبو عرجة، تيسير، **الإعلام العربي وسائله ورسائله وقضاياه**، ط١، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م.
- عمر، نادر عبد الحميد، **الأقمار الصناعية للهواة**،(د.م)، الكتاب الثالث في سلسلة هواة الاتصالات كتاب اليكتروني، (د.ت).
- العودات، حسين وآخرون، **القنوات الفضائية العربية في خدمة الثقافة العربية والإسلامية**، تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ١٩٩٨م.
- الغذامي، عبد الله، **الثقافة التلفزيونية**، ط٢، الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٥م.
- غريب، سمير، **في تاريخ الفنون الجميلة**، ط١، القاهرة: دار الشروق، ١٩٩٨م.
- غزال، زياد، **مشروع قانون وسائل الإعلام في دولة الخلافة**،(د.م)، دار الوضاح للنشر، (د.ت).
- الغزالي، أبو حامد، **إحياء علوم الدين**، بيروت: دار عالم الكتب، ١٣٤٧هـ.
- الغزالي، محمد وآخرون، **الإعلام الإسلامي**، الخليل: مؤسسة الاعتصام ، ١٩٨٩م.
- فام، لطفي، **المسرح الفرنسي المعاصر**،(د.م)، الدار القومية للطباعة والنشر، ١٩٦٤م.
- القرضاوي، يوسف، **الإسلام والفن**، ط١، القاهرة: مكتبة وهبة، ١٩٩٦م.
- القرضاوي، يوسف، **الحلال والحرام في الإسلام**، بيروت: المكتب الإسلامي، ١٩٨٠م.
- قطب، محمد وآخرون، **الإعلام الإسلامي**، الخليل: مؤسسة الاعتصام، ١٩٨٩م.
- قطب، محمد، **منهج الفن الإسلامي**، ط٦، بيروت: دار الشروق، ١٩٨٣م.
- قيراط، محمد، **الإعلام والمجتمع الرهانات والتحديات**، ط١، بيروت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠١م.
- كحيل، عبد الوهاب، **الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي**، ط١، بيروت: عالم الكتب، ١٩٨٥م.
- كليب، سعد الدين، **البنية الجمالية في الفكر العربي الإسلامي**، دمشق: مكتبة الأسد، ١٩٩٧م.
- ل.ديظير، ملفين ، روكيتش، ساندرا بول، **نظريات وسائل الإعلام**، من ترجمة كمال عبد الرؤوف. ط١، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٣م.

- اللبان، شريف درويش، **تكنولوجيا الاتصال**، ط١، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٠م.
- لوسون، جون هوارد، **السينما العلمية الإبداعية**، ترجمة علي ضياء الدين، دار الشؤون العامة، بغداد: ودار المأمون للترجمة والنشر، ٢٠٠١م.
- مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث كوثر، **المرأة العربية والإعلام**، تونس: تقرير تنمية المرأة العربية الثالث، ٢٠٠٦م.
- مسعود، جبران ، **الرائد**، بيروت: دار العلم للملايين، ٢٠٠٣م.
- مطر، أميرة، **فلسفة الجمال**، القاهرة: دار المعارف، ١٩٧٩م.
- مطر، أميرة ، **مقدمة في علم الجمال وفلسفة الفن**، ط١، القاهرة: دار المعارف، ١٩٨٩م.
- معوض، محمد ، وعبد العزيز، بركات، **فن الخبر الإذاعي والتلفزيوني**، القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٧م.
- مهنا، محمد نصر، **مدخل إلى الإعلام العربي في عالم متغير**، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٠٧م.
- الموسى، عصام، **المدخل في الاتصال الجماهيري**، ط٤، اربد: مكتبة الكتاني للنشر والتوزيع، ١٩٩٨م .
- الموسوي، محمد جاسم، **اتجاهات إعلامية معاصرة**، (د.م)، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدينمارك، (د.ت).
- الموسوي، موسى، **الإعلام الجديد ..تطور الأداء والوسيلة والوظيفة**، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد، (نسخة اليكترونية)، ٢٠١١م
- النادي، عادل، **مدخل إلى فن كتابة الدراما**، ط١، تونس: مؤسسات عبد الكريم عبد الله، ١٩٨٧م.
- نصر، حسني محمد، **مقدمة في الاتصال الجماهيري**، القاهرة: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠١م.
- الهاشمي، محمد يوسف، **البرمجة اللغوية العصبية والأثر النفسي للألوان**، ط١، عمان: الأهلية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦م.
- الهيتي، هيثم، **الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات**، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م.
- الوشلى، عبدالله قاسم، **الإعلام الإسلامي في مواجه الإعلام المعاصر**، ط٢، طنطا: دار البشير للثقافة والعلوم الإسلامية، ١٩٩٤م.

ثالثا: الدوريات والنشرات والمؤتمرات:

- الحوفي، نشوى، وحسين، مها، **مدير عام قناة الرسالة طارق سويدان : قناتنا هي الحسنة التي تدفع بالسيئة:** جريدة الشرق الأوسط، العدد ٩٩٦٦ ،(الأحد ١١ صفر ١٤٢٧ هـ ١٢ مارس ٢٠٠٦)،.أو على موقع الجريدة على الانترنت، http://www.aawsat.com/details.asp?section=37&article=352565&issueno=9966
- الطائي، ذياب فهدة ، **أثر قوة التغييرات الذاتية في التقنيات الحديثة على الإعلام:** صحيفة المثقف، العدد: ١٣٤٥،(الاثنين ١٥/٠٣/٢٠١٠م)، أو على موقع الصحيفة على الانترنت(http://www.almothaqaf.com/).
- **البرامج الاجتماعية... تميز ولكن،** مجلة الجزيرة، العدد ٥٤،(٧/١٠/٢٠٠٣م). (http://www.al-jazirah.com.sa/magazine/07102003/fadaiat54.htm).
- الدماك، خالد ، **من خلال قناة الرسالة استطعنا إيجاد المعادلة المستحيلة الحل بين الفضائيات:** جريدة الرياض، العدد ١٣٩٦١،(١٤ سبتمبر ٢٠٠٦م)، (http://www.alriyadh.com/2006/09/14/article186366.html)
- بادويلان، بسام، **التعليم بالترفيه.. الوصفة الأحدث لتطوير المستقبل:** صحيفة المدينة، العدد ٢١٤٧٢٦. أو (http://www.al-madina.com/node/214726).
- الكخن، أمين، وهنية، لينا، **أثر استخدام الدراما التعليمية في تدريس قواعد اللغة العربية في تحصيل طالبات الصف العاشر الأساسي:** المجلة الأردنية في العلوم التربوية، مجلد ٥، عدد ٣، ٢٠٠٩م.
- البدري، مصطفى، **مصطفى العزاوي لـ (الرائد) :أنا مع أن يكون للنشيد الإسلامي هوية خاصة:** مجلة الرائد، العدد ٤٩، (١٦/١/٢٠١٠م)، أو(http://www.al-raeed.net/raeedmag/preview.php?id=1830)
- نصير، نجيب، **الدراما تهزم أشكال التعبير الأخرى:** مجلة التحولات، العدد ٣ ، (أيلول ٢٠٠٥م)، أو على الانترنت (http://www.tahawolat.com/cms/article.php3?id_article=96)
- نتُّو، إبراهيم عباس، **الموسيقى.. وأهميتها في الحياة!** : المجلة الثقافية، العدد ١١٨، (٨/٢٠٠٥م)، أو على الانترنت (http://www.al-jazirah.com.sa/culture/15082005/fadaat8.htm).

- بشير، إبرير، **الصورة في الخطاب الإعلامي**، ملتقى الدولي الخامس " السيمياء الأدبي"، جامعة عنابة.
- الرقب، صالح، **الوسائل والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية**، مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، غزة، ٢٠٠٥م.

رابعا: الرسائل الجامعية:

- مباركة، حاجي، **الظاهرة الجمالية بين ابن حزم الأندلسي وأبي حامد الغزالي**، جامعة الجزائر، الجزائر، (رسالة ماجستير)، ٢٠٠٤م.
- العر، إحسان، **أثر المدارس الفنية الحديثة على فن الميدالية الأوروبية المعاصرة**، جامعة حلوان، القاهرة، (أطروحة دكتوراة)، ٢٠٠٤م.
- الربيعي، محمد كحط عبيد، **الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية**، الأكاديمية العربية المفتوحة ، الدنمارك، (رسالة ماجستير)، ٢٠٠٧م.
- بومعيزة، السعيد، **أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب**، جامعة الجزائر، الجزائر، (أطروحة دكتوراة)، ٢٠٠٦م.
- الربيعي، محمد كحط عبيد، **الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية**، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدينمارك، (رسالة ماجستير)، ٢٠٠٧م.

خامسا: الانترنت:

- بهجت، مجاهد مصطفى، **الجمال والالتزام في الفن الإسلامي**،شبكة البلاغ، (http://www.balagh.com/thaqafa/p01elgxk.htm)
- الموسوي، حمود عبدالنبي، **نظريات الصحافة وعلاقتها بالسلطة**، جامعة الكويت (http://www.al-mousawi.org/press/Theory.htm)
- خلف، معصوم محمد، **الفن الإسلامي وبناء الشخصية الإنسانية**، موسوعة دهشة. (http://www.dahsha.com/old/viewarticle.php?id=33785)

- موسوعة المعرفة، http://www.marefa.org/index.php/%D8%AA%D9%85%D8%AB%D9%8A%D9%84)
- موقع قناة الرسالة الفضائية، (http://www.alresalah.net/).
- موقع شركة المملكة القابضة، بيانات صحفية، مركز الوسائط. (http://www.kingdom.com.sa/ar/default.asp)
- موقع القرضاوي، **الإسلام والفن.** http://www.qaradawi.net/site/topics/article.asp?cu_no=2&item_no=3785&version=1&template_id=74&parent_id=1
- عبد الظاهر، وجدي حلمي، **نظرية الغرس الثقافي**، موقع جامعة أم القرى، (http://212.26.15.55/page/ar/180863).
- موقع النايلسات على الانترنت.(http://www.nilesat.com.eg/)
- موقع قناة اقرأ الفضائية.(http://www.iqraa-tv.net).
- موقع طارق البكري(٢٠٠٧م) ،**مؤتمر الفضائيات الإسلامية واقعها وآفاقها**، (http://www.grenc.com/a/docbakri/show_Myarticle.cfm?id=6852)
- الأحمد، مالك، **الفضائيات الإسلامية: نظرة أولية**، رسالة الإسلام، (http://www.fiqhforum.com/articles.aspx?cid=2&acid=26&aid=5584).
- العودة، سلمان بن فهد، **إنشاء قناة عبرية وسيلة دعوية تخدم الدعوة وتهزم العدو**، الإسلام اليوم، (http://islamtoday.net/salman/artshow-78-110840.htm)
- شهاب، أحمد ، **الإعلام الإسلامي.. والخطاب الجديد**، شبكة النبأ المعلوماتية، (http://www.annabaa.org/nbanews/66/008.htm).
- فتحي، عبد الرحمن(٢٠١٠م)، "**يحيى حوا : الفن الإسلامي ليس جمعية خيرية**"، إسلام اولاين.(www.**islam**online.net/.../Satellite?...**Art**icleA...**Art**Culture%2FAC (ALayout
- عبد السلام، محمود(٢٠٠١م)، **الإعلام الإسلامي بين الواقع و الطموح**، إسلام ويب، http://www.islamweb.net/media/index.php?page=article&lang=A&id=4015).
- موقع حياة أف أم، (www.hayat.fm) .
- سويدان، طارق، (٢٠٠٩م)، **برنامج إعداد القادة** ، قناة الرسالة الفضائية، او على موقع القناة.
- موقع فورشباب،(www.4shbab.tv).

- الطهطاوي، أحمد(13/06/2006)، **السينما في خدمة الدعوة الإسلامية**، تحقيق صحفي ومقابلة مع المخرج الفنان جلال الشرقاوي ، نشر في موقع الإخوان المسلمين (www.ikhwanonline.com).
- القرضاوي، يوسف(٢٠٠٩/٦/٧م)، موقع قناة الجزيرة، الشريعة والحياة، حلقة المسلم المعاصر وتحديات السينما.
- لبابيدي، عبدالله ، **نحو سينما إسلامية**، موقع عالم بلا حدود (http://www.ulworld.com/index.php?inc=depa&dirid=4&pg=47).
- موقع الدكتورة عبلة على الانترنت.(http://www.ablaalkahlawy.com).
- الانترنت: موقع طريق الإيمان،(http://www.emanway.com/.).
- الرشيد، هيا(٢٠٠٤م)، **الإعلام الإسلامي..حقائق وآمال**، موقع الإسلام اليوم، (http://islamtoday.net/nawafeth/artshow-46-3307.htm).
- موقع محمد خير الشعال (www.dr-shaal.com).
- موقع التاريخ. (http://www.altareekh.com).
- موقع برنامج مسافرون على الفيس بوك،(http://www.facebook.com/pages/).
- الربيعي، محمود، **تطوير عمل الفضائيات مهمة وطنية**، شبكة النبا، (http://www.annabaa.org/nbanews/2010/05/040.htm).
- موقع أكاديمية إعداد القادة، (http://www.leadersta.com/).
- الفيحان، حمزة محمد(٢٠٠٩م)، **أهمية الموسيقى في العرض المسرحي**، مركز النور للدراسات، (http://www.alnoor.se/article.asp?id=48344).
- المسيري، عبد الوهاب(٢٠٠٨م)، **الفيديو كليب والجسد والعولمة**، موقع الدكتور عبد الوهاب المسيري، (http://www.elmessiri.com/articles_view.php?id=39).
- حسن، إيمان(٢٠٠٩م)،**البنات وهَوَس الفيديو كليب**، تحقيق صحفي، http://www.ikhwanonline.com/Article.asp?ArtID=12787&SecID=271.
- اليوسف، أكرم(٢٠١٠م)، **عولمة الفيلم الوثائقي .. تحديات العصر الرقمي**، موقع الجزيرة، (http://doc.aljazeera.net/magazine/2010/01/20101592713986470.html).

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
الإهداء	٠
الإقرار	أ
الشكر والعرفان	ب
ملخص الرسالة بالعربية	ج
ملخص الرسالة بالانجليزية	هـ
المقدمة	ز
الفصل الأول: **الإطار النظري للدراسة**	١
المبحث الأول: مفهوم الإعلام والإعلام الإسلامي	٢
المبحث الثاني: الإعلام الإسلامي ونظريات الإعلام	٧
المبحث الثالث: الفن والجمال والفن الإسلامي	١٣
المبحث الرابع: تاريخ الجمال والفنون	٢٠
المبحث الخامس: استخدامات الجمال في وسائل الاتصال	٢٦
المبحث السادس: الفن في التصور الإسلامي	٢٩
الفصل الثاني: **الإعلام الإسلامي في ضوء المشهد الفضائي العالمي "ثورة الصورة "**	٣٢
المبحث الأول: تطور الإعلام الفضائي المعاصر	٣٤

المبحث الثاني: الصورة وصناعة التأثير الإعلامي	٤٣
المبحث الثالث: الإعلام الإسلامي وموقعه من المشهد الفضائي العالمي	٥١
المبحث الرابع: الإعلام الإسلامي والتقنيات الجمالية الحديثة	٥٧
المبحث الخامس: قناة الرسالة في المشهد الفضائي	٧٠
الفصل الثالث: **مضامين البرامج في قناة الرسالة الفضائية**	٧٧
المبحث الأول: الطبيعة البرامجية لفضائية الرسالة	٧٩
المبحث الثاني: البرامج الدعوية	٨٤
المبحث الثالث: البرامج الثقافية	٩٣
المبحث الرابع: البرامج الاجتماعية	١٠٤
المبحث الخامس: البرامج العلمية	١١٢
المبحث السادس: أشكال برامجية أخرى	١١٦
المبحث السابع: برامج الرسالة والتنمية	١١٨
المبحث الثامن: الرسالة والشباب	١١٩
الفصل الرابع:**العناصر الجمالية في برامج قناة الرسالة الفضائية**	١٢١
المبحث الأول: العناصر الجمالية في البرامج الدعوية	١٢٣
المبحث الثاني: العناصر الجمالية في البرامج الثقافية	١٣٤
المبحث الثالث: العناصر الجمالية في البرامج الاجتماعية	١٤٨
المبحث الرابع: العناصر الجمالية في البرامج العلمية	١٥٧

المبحث الخامس: العناصر الجمالية في الأشكال البرامجيـــة الأخرى	١٥٩
الخاتمة	١٦٤
فهرس المصادر والمراجع	١٦٦
فهرس المحتويات	١٧٥

تم بحمد الله