



التفاعلية في البرامج الدينية

دراسة تحليلية لبرنامج "هَلَّا سَأَلُوا" بقناة القرآن الكريم الجزائرية - نموذجاً

Interactive in the religious programs

An analytical study of the program "Halla saalo" in the Algerian Quran channel - as a model

أ/ محمد زكرياء خراب، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03،

kherrab.mohamedzakaria@univ-alger3.dz

د/ مراد ميلود، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري - جامعة قسنطينة 3، أستاذ محاضر - أ -

mouradmiloud981@yahoo.com

تاريخ القبول: 2019-01-06

تاريخ الإرسال: 2019-11-14

ملخص: لقد باتت التفاعلية حتمية تكنولوجية لما توفره من خدمات تقنية تعزز مضمون الرسالة الاتصالية بشكل عام والدينية بشكل خاص، وتمنحه حيوية وجمالية، ما يجذب أكثر اهتمام وتفاعل الجمهور ويكسر الروتين التقليدي في طرح المسائل الدينية. وجاءت هذه الدراسة لتوصيف أشكال التفاعلية في البرامج الدينية الجزائرية ومدى مساهمتها للتقنيات المستحدثة في الإنتاج التلفزيوني.

الكلمات المفتاحية: التفاعلية؛ البرامج الدينية؛ الإعلام الإسلامي؛ التلفزة الجزائرية.

Abstract : The interactive is being a very important technology because it provides a technical offers wish reinforce the content of communication message in general and religious specialy. As well as, it gives it more vitality and beauty that also gives more interest and interaction of audience and breaking the traditional routine about the presantation of religious issues. So this study aims to discribe interactive's forms of



algerian religious programs and the extent of its accompaniment to these modern technics in TV production.

Key words : Interactive ; Religious Programs ; Islamic Media ; Algerian TV.

مقدمة:

أحدثت الأنترنت ثورة معلوماتية وطفرة نوعية في مجال الاتصال، فبمجرد الاتصال بهذه الشبكة يصبح بمقدور الإنسان أن يصل ويجول بين ربوع العالم صورة وصوتا. بل صار مشاركا فاعلا في صنع المعلومة ونشرها وتوجيه الرأي العام حول مختلف القضايا في المجتمع. فالأنترنت أعادت تشكيل علاقة المتلقي بوسائل الإعلام الكلاسيكية¹. الأمر الذي دفع بوسائل الاتصال الجماهيرية إلى مواكبة التحولات التكنولوجية بالاستثمار في شبكة الاتصالات العالمية كوسيط اتصالي مرن وتفاعلي يربط بينها وبين جمهورها. فبفضل الأنترنت تغيرت جذريا تفاعلية الجمهور مع المضامين الإعلامية، من تفاعلية تقليدية محدودة الاستخدام، إلى تفاعلية رقمية واسعة ومنفتحة الخدمات. هذا التغير في وسائل التفاعل أعطى صبغة جديدة في إنتاج البرامج، بما يضيف عليها حيوية وديناميكية أكثر.

من هذا المنطلق عمدنا في هذه الدراسة إلى وصف وتحليل عينة من مضمون البرامج الدينية الإسلامية (برنامج "هلا سألوا" لسنة 2019) الذي يبث عبر قناة القرآن الكريم التابعة للمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري، من أجل الوقوف على أهم الوسائل التفاعلية المستخدمة في برامجه في ظل التكنولوجيا الحديثة التي يشهدها مجال الإنتاج التلفزيوني في الوقت الراهن. وعليه نطرح التساؤل الرئيس التالي:

• ما مكانة التفاعلية في برنامج "هلا سألوا" لسنة 2019 بقناة القرآن الكريم للتلفزيون العمومي

الجزائري؟ وهل واكب هذا البرنامج التفاعلية الحديثة في مجال الإنتاج التلفزيوني؟

1- ضبط مفاهيم الدراسة:

أ- مفهوم التفاعلية:

¹ لصادق الحمامي، الأنترنت والإذاعة والتلفزيون - استخدامات الإنترنت في مجال البث الإذاعي والتلفزيوني، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (68)، 2009، ص5.



بداية يمكن القول أن الاهتمام بدراسة التفاعلية قد بدأ منذ أن أكد "وينر" سنة 1948 على أهمية رجع الصدى Feedback كعنصر رئيسي من عناصر العملية الاتصالية، وأعقب ذلك صدور كتاب "ولبر شرام" سنة 1954 بعنوان: "عملية الاتصال الجماهيري وتأثيراتها"، أين أكد شرام على ضرورة وجود مجال خبرة مشتركة بين المرسل والمستقبل، والذي بفضلها يتم توصيل نوعين من رجع الصدى هما: رسالة من المستقبل إلى المرسل، ورسالة من المستقبل إلى ذاته.

وكانت مختلف دراسات الاتصال التقليدية بداية بنظرية الحقنة تحت الجلد مروراً بنموذج "شانون وويفر" ونموذج تدفق المعلومات على مرحلتين وصولاً إلى نموذج "ويستلي وماكلان" ومفاهيمهما الخاصين بحارس البوابة التي أكدت في معظمها على أهمية رجع الصدى في وسائل الإعلام التقليدية ذات الاتجاه الواحد المُفتّرة إلى رجع الصدى، في حين نجد أن التفاعل الحقيقي يتطلب نموذجاً اتصالياً ذا اتجاهين أو ذا اتجاهات متعددة¹.

إن كلمة **التفاعلية Interactivité** مركبة من كلمتين في أصلها اللاتيني، Inter وتعني "بين" أو "فيما بين"، و activus التي تفيد "الممارسة"، وعليه يترجم مصطلح التفاعلية من اللاتينية فيكون معناه "ممارسة بين اثنين"، بمعنى تبادل وتفاعل بينهما². وهنا نلمس أننا ممارسة التفاعل قديمة بقدم فعل الاتصال.

° التفاعلية في الاتصال الجماهيري الحديث:

لقد غيرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة من مهام المتلقي وأكسبته المشاركة في العملية الاتصالية الجماهيرية، لذا أصبح مفهوم التفاعلية مرتبط أكثر فأكثر بالوسائط المتعددة. وبالتالي كثيراً ما يشير هذا المفهوم إلى التسويق الذي يتضمن الكثير من الوهم، لأنه يمكننا التحدث عن أشكال متعددة من التفاعلية والمرتبطة بتعدد البرمجيات التطبيقية. في هذا السياق يعتمد شكل التفاعل على نوع الوسيط أو الوسيلة الاتصالية وشكل الواجهة وطريقة التصميم. فالتفاعلية تختلف باختلاف الوسيلة، إذ نجد التفاعلية في الإذاعة ليست نفسها في ألعاب الفيديو، لهذا يرى "ميشال سينيكال" إلى أن هذا المفهوم يتسم بالطابع التجاري والقيمة المضافة.

¹ شريف درويش اللبان، 2005، الصحافة الإلكترونية-دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية، ص66.

² خالد زعموم. السعيد بومعيزة، التفاعلية في الإذاعة-أشكالها ووسائلها، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2007، ص27.



هذا ويلتقي مفهوم التفاعلية بمفاهيم الديمقراطية والحرية والمشاركة والحوار... فبالنسبة للحرية فهي تشير إلى ما أصبح يتمتع به المستعمل من حرية في اختيار ما يريد من الوسائل وما يرغب فيه من محتويات في أي وقت وفي أي مكان بعكس الوسائل التقليدية. وهو ما عبر عنه "لوسيان سفيز" بقوله: "الحرية تتجسد عن طريق التفاعلية الناتجة عن تقدم آلات الاتصال، والتي تترك للإنسان ولل فرد حرية التدخل أمام حتمية الآلات"¹. ومفهوم التفاعلية من حيث الوسيلة المستخدمة في الاتصال تعني: "صفة الأجهزة والبرامج وظروف الاستغلال التي تسمح بأفعال متبادلة في نمط الحوار بين المستخدمين أو بين الأجهزة في الوقت الفعلي"².

° أشكال التفاعلية:

تتفرع التفاعلية من حيث النمط التقني الذي يميز وسائلها إلى ما يلي:

■ التفاعلية التقليدية: ومنها:

✓ الرسائل البريدية.

✓ المكالمات الهاتفية.

✓ حضور الجمهور في الأستوديو.

■ التفاعلية الحديثة: وهي عديدة ومتنوعة إذ نجد من بينها ما يلي:

✓ البريد الإلكتروني:

✓ مواقع التواصل الاجتماعي: (فايسبوك، تويتر، يوتيوب، أنستاجرام، سكايب...)

✓ توفير خدمات تحت الطلب...

° مفهوم إجرائي للتفاعلية: مما سبق يمكن تعريف التفاعلية إجرائيا كما يلي: "هي مختلف أشكال

التبادل والحوار التي توفرها البرامج الدينية في التلفزيون العمومي الجزائري للمشاهدين".

ب- مفهوم البرامج الدينية:

° أولا: مفهوم البرامج التلفزيونية:

جاء في معجم المصطلحات الإعلامية أن مصطلح برنامج في الإذاعة والتلفزيون يشير إلى:

"شكل فني يشغل مساحة زمنية محددة وله اسم ثابت ويُقدّم في مواعيد محددة وثابتة يوميا أو أسبوعيا أو

¹فضيلة تومي، 2008، التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري-البرامج الموضوعاتية نموذجا، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، ص37.

² Balle, Francis. Lexique d'information communication, Dalloz, 1 ère édition, p217.



كل أسبوعين أو شهريا، ليعرض مساحة من المواد الفنية والثقافية والعلمية... مستخدما في ذلك كل أو بعض الفنون الإذاعية من سرد وتعليق وحوار وندوات ومقابلات...¹

وجهاز الإذاعة المرئية أو التلفزيون يعتمد أشكالا خاصة لعرض البرامج التلفزيونية وإعدادها، فهي منظمة في منهاج وتخضع لأوقات محددة، كما أنها تخاطب جمهورا ثابتا يتابع هذه البرامج بأوقاتها المنتظمة.² ومع أن البرامج التلفزيونية مأخوذة عن فكرة البرامج الإذاعية إلا أنها تتطور باستمرار وتبتكر أشكالا جديدة من البرامج تُثبت نجاحها وتستمر في قوالبها.³

أي أن البرامج التلفزيونية تستوجب الإبداع القائم على ابتكار أساليب إنتاج جديدة تكسر روتين المشاهدة لدى المتلقي من جهة، وتعطي حيوية وجمالية أكثر للبرنامج من جهة أخرى، ولعل مختلف أشكال التفاعلية المستحدثة باستمرار تعد من أهم الوسائل المحققة لهذا الهدف، ومنه ترتقي البرامج القائمة على التجديد في أشكال التفاعلية مع الجمهور - سواء بالحضور المباشر للجمهور أو عبر الاتصال - إلى مصاف البرامج التي تحظى بجماهيرية واسعة.

° ثانيا: تعريف إجرائي للبرامج التلفزيونية الدينية: هي "أشكال فنية ذات نسق تفاعلي مع جمهور عام ومتباين حول مسائل وقضايا مختلفة في إطار الدين الإسلامي الحنيف، تُبث بانتظام عبر التلفزيون الجزائري العمومي".

ت - مفهوم قناة القرآن الكريم الجزائرية:

هي قناة تابعة للمؤسسة العمومية للتلفزيون كأهم جهاز إعلامي في الجزائر، وهي مؤسسة عمومية للإعلام والاتصال تضطلع بمهام رئيسية يحددها دفتر شروط تتابع بموجبه النشاطات الرسمية لمؤسسات الدولة بالإعلام (نقصد به في دراستنا الإعلام الديني الإسلامي) والبث بما يقتضي الصالح العام للبلاد، كما تضطلع بمهمة التوجيه بالإضافة إلى الترفيه والتثقيف.⁴

° تحديد إجرائي لمفهوم قناة القرآن الكريم الجزائرية: هي "قناة نشأت عن المؤسسة العمومية للتلفزيون تختص بإنتاج وبث برامج تلفزيونية دينية ذات طابع تفاعلي".

¹ كرم شلبي، 1989، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، جدة، ص 471.

² بور تيسكي. يوروفيسكي، الصحافة التلفزيونية، 1978، تر: ابتسام علوان، منشورات وزارة الثقافة والفنون، العراق، ص 162.

³ إدوارد ستاشيف. رودري بريتر، د س ن، برامج التلفزيون - إنتاجها وإخراجها، تر: أحمد طاهر، مؤسسة سجل العرب، ط 3، القاهرة، ص 62.

⁴ الموقع الرسمي للتلفزيون الجزائري، 2019، ماهية المؤسسة العمومية للتلفزيون.

14:32، 2019-11-11، <https://www.entv.dz/tvar/dossiers/index.php?id=4&voir=2>



2- أهداف الدراسة:

تتخصر أهداف الدراسة في نقطتين أساسيتين:

✓ معرفة الوسائل التفاعلية في برنامج "هَلَّا سَأَلُوا" لسنة 2019 بقناة القرآن الكريم للتلفزيون الجزائري.

✓ تحليل مدى مواكبة الوسائل التفاعلية في برنامج "هَلَّا سَأَلُوا" لسنة 2019 بقناة القرآن الكريم للتلفزيون الجزائري بالوسائل التفاعلية الحديثة.

3- منهج وعينة الدراسة:

يمكن اعتبار دراستنا دراسة وصفية تحليلية تحاول الحصول على معلومات حقيقية وكافية عن ظاهرة معينة للتحكم فيها دون التدخل في أسبابها¹، وذلك راجع لمحاولة جمع وتحليل مختلف المعلومات المتعلقة بالتفاعلية ببرنامج "هَلَّا سَأَلُوا" بقناة القرآن الكريم الجزائرية موضوع البحث، هذا وإن أهداف الدراسة قائمة على معرفة وسائل التفاعلية في مضمون هذا البرنامج ومدى مواكبتها للأساليب الحديثة، ولتحقيق ذلك اعتمدنا على منهجين: الأول وصفي كمنهج يُستخدم لفهم الحاضر لتوجيه المستقبل من خلال توفير بيانات كافية لتوضيحه وفهمه ثم إجراء المقارنات وتحديد العلاقات². أي وفقه سيتم وصف برنامج "هَلَّا سَأَلُوا" بقناة القرآن الكريم الجزائرية لرصد أساليب التفاعلية فيه وتحليل جدواها انطلاقا من طبيعة البرنامج الديني الإسلامي. وأما المنهج الثاني فهو المنهج المقارن كمنهج داعم للمنهج الوصفي في هذه الدراسة والذي يعرفه "ستيوارت ميل": "دراسة في ظواهر متشابهة في مجتمعات مختلفة"³. أي من خلاله يمكننا مقارنة مدى تقارب الأساليب والأشكال التفاعلية في البرنامج محل الدراسة بالأشكال التفاعلية الحديثة في مجال التلفزيون عموما.

وأما مجتمع الدراسة أي برنامج "هَلَّا سَأَلُوا" فتم اختياره قصديا من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص فيه دون غيره، ولكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة حيث يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حال توافر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي⁴. أي أن البرنامج المختار في أساسه برنامج تفاعلي في صيغته الأصلية يُفتي في

¹سمير محمد حسين، 1995، دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام، عالم الكتاب، ط2، بيروت، ص131.

²مصطفى عليان ربحي، د س ن، البحث العلمي-أسسه. مناهجه وأساليبه. إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، الأردن، ص47.

³محمد شلبي، 2002، المنهجية في التحليل السياسي-المفاهيم، المناهج، الاقتراعات والأدوات، دار هومة، ط4، الجزائر، ص71.

⁴محمد عبيدات وآخرون، 1999، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، ط2، عمان، ص96.



مسائل الجمهور، فيسمح لنا بالتعرف على أشكال التفاعلية المستخدمة فيه ومدى مواكبتها للتطورات في مجال الإنتاج التلفزيوني. وبالنسبة لعينة الدراسة التحليلية فقد تم معاينتها بطريقة عشوائية، والتي تمتاز بإعطاء الفرصة لجميع عناصر الدراسة كي تُمثّل في العينة¹.

4- تاريخ الإعلام الديني الإسلامي:

تعمدنا الخوض في بعض تفاصيل تاريخ الإعلام الإسلامي كتمهيد للعنصر الموالي المتعلق بخصائص البرامج الإعلامية الدينية، إذ بمرور الزمن تطور فن الخطاب الديني بتطور تقنيات الاتصال الإنساني واكتسب بعض السمات الجوهرية إلى جانب ما يميز مضمونه الرياني من إعجاز وجدّية وتقويم للذات البشرية، مما يزيد من فعالية تأثيره على الجمهور.

ويعود تاريخ الإعلام الديني الإسلامي إلى بدايات المبعث النبوي الشريف والأحداث التي رافقت بدء الرسالة الإسلامية وصولاً إلى دولة المدينة ومنها إلى الجزيرة العربية وانتشاره بين شعوب الأرض، فقد أضفى الطابع الإعلامي للرسالة الإسلامية دور دعائي وإقناعي بين شعوب الجزيرة العربية رغم بساطة ومحدودية الوسائل المتاحة في ذلك العصر². كدور مقرئ القرآن وناقلي الأحاديث والخطب النبوية الشريفة ورفع الآذان وإلقاء القصائد الشعرية وتبادل الزيارات والتجمعات في المواسم والأعياد والحج والتجارة، كل ذلك لعب دوراً فعالاً في نشوء الدعوة الإسلامية بين أطراف تلك التجمعات.

والإعلام الإسلامي يعالج قضايا الحياة استناداً إلى القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة وتقديمها للناس بلغة مناسبة وباستخدام الوسائل الإعلامية الملائمة. باستغلال جميع أنماط الاتصال، حيث أدى جميع الوظائف التي يؤديها الإعلام بمضمونه السائد لكن بضوابط إسلامية وباستخدام أفضل النظريات التي توصل إليها علم الاتصال في الإقناع ودراسة الجمهور المستهدف.

واليوم نقف أمام إعلام فضائي وافد دخل غرف بيوتنا، وهو إعلام موجّه ضد مجتمعنا الإسلامي بصورة عامة وبشكل مكثف من خلال المحطات الفضائية والشبكات العنكبوتية. مما أعطى ذلك تأثيراً واسعاً في سلوك وثقافة مجتمعنا بسبب ما يحمله هذا الإعلام من أفكار وثقافات غريبة ودخيلة. وقد تصدى القائمون على وسائل الإعلام الإسلامي من خلال منظمة المؤتمر الإسلامي التي بادرت بإنشاء وتبني العديد من المؤسسات الإعلامية الاتصالية

¹ بسام عبد الرحمن المشاقبة، 2014، مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة، الأردن، ص 88.

² عبد اللطيف حمزة، 1978، الإعلام في صدر الإسلام، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 38.



(المقروءة والمسموعة والمرئية)، إذ بدأ بتأسيس وكالة الأنباء الإسلامية عام 1972، وتأسيس منظمة إذاعات الدول الإسلامية عام 1975، وصولاً إلى تأسيس شبكة التلفزيون العربي الإسلامي عام 1998 وتسمى (art). كما قام المؤتمر الإسلامي بإطلاق أول قمر إسلامي يخدم الدول الإسلامية والمنظمة تحت هذا المؤتمر لتأسيس فضائيات إسلامية متخصصة وذات خطاب إسلامي موحد وبمختلف اللغات موجه نحو جميع الشرائح الاجتماعية والمذاهب الدينية للتعريف بالإسلام ودوره الريادي في تنمية المجتمعات، سيما تأسيس وإصدار الصحف والدوريات والملصقات للدعوة والإرشاد والتوجيه والموعظة والتعاليم الأساسية للدين الإسلامي الحنيف¹.

5- خصائص برامج الدين التلفزيونية بوصفها إعلاماً إسلامياً:

تتميز برامج الإعلام الإسلامي بجملة من الخصائص، لكون هذا النوع الإعلامي قاعدته الحرية وقيّمته المسؤولية، ففي النظام الإسلامي تعد الحرية أساس النظام السياسي وهي قاعدته لنظامه الإعلامي، والحرية فطرة لا يصادرها الإسلام. والمسؤولية فيه تنطلق من هذه الحرية لكن بضوابط كالعقيدة والأخلاق وعدم المساس بالآخرين، عكس الإعلام الغربي الذي يُطلق العنان للحرية فأضحى إعلاماً إباحياً فاسداً².

فلسفة الإعلام لا تتم إلا ضمن أطر سلوكية وأخلاقية محددة من خلال محاسبة النفس وإيقاظ الضمير والوازع الديني في الإنسان، فالدعوة إلى الله تعالى إعلام بشريه، ودلالة على دينه وهديّه، وأمة الإسلام أمة الدعوة إلى الخير، والتداعي إلى الفضل، والإعلام في الإسلام لا ينفك عن الدعوة بحال لأنه في أصله بلاغ مُبين لحقائق هذا الدين، بأسلوب شيق، ووسيلة تتفق مع مضمون الدعوة الرائق.

والإعلام الإسلامي محكوم في غايته ووسيلته بأحكام الشريعة المعظمة، ومقاصدها المكرمة. والإعلام بالإسلام عبادة جليلة تنضبط بالتوجه إلى الله إخلاصاً وتوحيداً، وبالاتباع نهجاً وتطبيقاً، قال تعالى: {قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. لَا شَرِيكَ لَهُ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ} [الأنعام: 162-163]. فالإعلام الإسلامي ذو طابع ريادي متميز في وجهته وأهدافه، ومبادئه ومقاصده وعرضه وأسلوبه، لكونه يستمد من معين البلاغ القرآني المعجز، والخطاب النبوي الجامع المانع.

¹ حاتم بدوي عبيد، البرامج الدينية الإسلامية في إذاعة الفراتين (دراسة وصفية تحليلية)، مجلة جامعة بابل/العلوم الإنسانية، العراق، العدد 3، المجلد 21، 2013، ص 969.

² عبد المجيد شكري، 1999، الإعلام الإسلامي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 58-59.



وإذا كان الإعلاميون المعاصرون أمثال الألمانى "أوتوغورت" يُعبّرون عن الإعلام على أنه: "تزويد الجماهير بالمعلومات الدقيقة والأخبار الصحيحة والحقائق الثابتة والسليمة التي تساعد على تكوين رأي صائب"، فإن الإعلام الإسلامى أداة ووسيلة نقل مضامين الوحي المعصوم ووقائع الحياة البشرية المحكومة بشرع الله تعالى إلى الناس كافة. وإذا كان الإعلام الدولى المعاصر اليوم قد قدّد موضوعيته جزاء انحيازه السياسى تارة، أو الاجتماعى تارة أخرى، أو الدينى تارة ثالثة، فإنه بذلك يكون قد خرج عن مفهوم الإعلام ليدخل تحت بند الدعاية المتجرّدة من الصدق.

ويبقى الإعلام المنتسب إلى الإسلام بنسبة صحيحة هو الإعلام الوحيد الذي يعمل في المجال المحلى أو الدولى، وفق سياسة واحدة لا تتغير بتغير الزمان أو المكان، أو تتحرّف مرضاة لفئة أو مُحابة لطائفة، فقواعد الإعلام الإسلامى ثابتة ثبات الإسلام في أصوله، متطورة وسائله وأساليبه بتطور مُعطيات العصر ومُتغيراته، وهو يشمل الناس كافة على اختلاف أديانهم ومذاهبهم، وتتنوع ثقافتهم وحضاراتهم، ويتأصل ذلك في الدعوة العالمية للإسلام، قال تعالى: {تَبَارَكَ الَّذِي نَزَّلَ الْفُرْقَانَ عَلَى عَبْدِهِ لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا} [الفرقان: 1]. وعن أنس رضي الله عنه: "أَنَّ نَبِيَّ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كَتَبَ إِلَى كَسْرَى وَإِلَى قَيْصَرٍ، وَإِلَى النَجَاشِيِّ، وَإِلَى كُلِّ مُتَجَبَّرٍ، يَدْعُوهُمْ إِلَى اللَّهِ تَعَالَى"، "ذلك أَنَّ اللَّهَ ابْتَعَثَنَا لَنُخْرِجَ النَّاسَ مِنْ عِبَادَةِ الْعِبَادِ إِلَى عِبَادَةِ اللَّهِ، وَمَنْ ضَيَّقَ الدُّنْيَا إِلَى سَعَةِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةَ، وَمَنْ جَوَرَ الْأَدْيَانَ إِلَى عَدْلِ الْإِسْلَامِ".

والإعلام الإسلامى شعاره الوضوح والصراحة، ودثاره العدل والأمانة، فأما صراحته ووضوحه، فمنهجها قوله تعالى: {قُلْ يَا أَيُّهَا الْكَافِرُونَ} [الكافرون: 1]، وقوله صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "أَسْلَمَ نَسْلَمَ". وأما أمانته وعدله، فمنهجها: {وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ} [المائدة: 8].

وعليه فإن الإعلامى المسلم إنما يؤثر في الناس بما يحمله من الحق أولا، وبحسن أسلوبه وجِدَّة وطرافة طرائقه ووسائله ثانيا. فهو إعلام واقعى يُسَدّد ويُقارب، ويقوم على كَلِّيات الشريعة الكبرى في تحقيق المصالح وتكثيرها، ودفع المفساد وتقليلها، من غير انحراف عن منهج الأنبياء، ولا تفريط في الاستقامة والريانية.

وكل ذلك لا يمنعنا من قول أن من خصائص الإعلام الإسلامى نجد المعاصرة في أسلوب عرضه، فهو يستفيد من تقنيات العصر، فيقدم مادة إعلامية تنطلق من ثوابت راسخة، لتمسّ شغاف



القلوب بأجمل أسلوب، وأشوق وسيلة، من غير تبدّل أو تكلف، فهو يجمع بين جدّية المضمون وأصالتها، ومُتعة العُرض وروعته.

هذا ومن خصائصه الانفتاح الفكري والحضاري، فهو إعلامٌ للكافة، ينتسب إلى دين عالمي، وحضارة تفاعلية، ويعيش في عالم قد تحول إلى قرية كونية (حسب التعبير المشهور للعالم مارشال ماكلوهان) فلا مجال لعزلة مزعومة. ومن خصائصه أيضا الخيرية في صناعته، فهو خير في أهدافه وفي جدّه وعزيمته، خيرٌ في ترفيهه ومُتّعته، خيرٌ في عوائده وآثاره، خيرٌ في أحكامه وضوابطه، خيرٌ في جهاده ضد أعداء أُمّته. وصدّق الله تعالى إذ يقول: {كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ} [آل عمران: 110].

كما يستقي الإعلام الإسلامي خصائصه من سمات الإعلام الفضائي، وللتلفزيون هذه الخصائص التي لا يمكن إنكارها، فهو وسيلة سمعية وبصرية تجتذب العين والأذن، ويعتمد على الصورة المتحركة بما فيها من حركة الجسم والتعبيرات التي تنعكس على الوجوه، ومُشاهديه بالملايين، الأمر الذي جعل من هذه الوسيلة آلة ساحرة في تكوين الرأي العام وصناعة المواقف وتلوين الأحداث، والتسويق للأفكار والبضائع التجارية على حد سواء. وللأسف الشديد تحول التلفزيون في معظم الأحيان إلى أداة ترفيهية استهلاكية كثيرا ما استعملت استعمالا مُبتذلا يقوم على إثارة الغرائز وإشاعة الفواحش والإغراء بالإجرام، وتزيين الآثام¹.

إن ما نلمسه جليا فيما سبق أن البرامج الدينية الإسلامية تكتسب خصائصها ليس فقط بطبيعة وأصل مضمونها العقائدي البليغ، وأيضاً بحسن استخدام التقنيات المتوفرة في مجال الاتصال الجماهيري الحديث، وهو ما يتصل بشدة مع موضوع الدراسة، إذ تعتبر التفاعلية من أهم أشكال التواصل المعززة للرسالة بين القائم بالاتصال (ونقصد به الداعية أو الشخصية الإسلامية الظاهرة في البرنامج) والجمهور المشاهد خاصة الباحثين منهم عن فتاوى تتعلق بأمور دينهم، وهو ما يمكنه أن يحقق الفهم المشترك بينهما حول المسائل الفقهية من جهة، وتشكيل حاجز مانع ضد المد الثقافي الديني الخارجي خاصة

¹ يسري إبراهيم، 2015، مقدمة في الإعلام الإسلامي (وظيفته وخصائصه):

<https://ar.islamway.net/article/44822/%D9%85%D9%82%D8%AF%D9%85%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B3%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A-%D9%88%D8%B8%D9%8A%D9%81%D8%AA%D9%87-%D9%88%D8%AE%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D8%B5%D9%87>
21:52، 09-11-2019، %D9%88%D8%AE%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D8%B5%D9%87



الغربي المعادي للدين الإسلامي من جهة أخرى، وهو من أبرز التحديات التي تواجه الإعلام الإسلامي على المستوى الدولي، وهو ما سنحاول تفصيله أكثر في العنصر الموالي.

6- تحديات الإعلام الديني الإسلامي على الصعيد الدولي:

- يواجه الاعلام الديني الإسلامي تحديات كبيرة وعديدة على الساحة الدولية أهمها:
- الإعلام الإمبريالي الاستثمائي والصهيوني كعدو تقليدي للإعلام الإسلامي والأشد تأثيرا ونفوذا بحكم الاستعمار الثقافي.
- الإعلام الشيوعي بسبب الخلاف العقائدي الشديد للوضوح.
- الإعلام الوثني أو المختلف مع عقيدتنا مثل البوذي والهندوسي وغير ذلك.
- إعلام حركات التحريف والتشويه وبث الفرقة داخل المعسكر الإسلامي.
- حملات التنصير وما تدعمها من قوى سياسية واقتصادية وإقليمية
- تجنيد ترسانة الإعلام الغربي لتشويه صورة الإسلام والمسلمين في مختلف أنحاء العالم لأن الإسلام في ذهن المواطن الغربي هو دين حرب ودين إرهاب نتيجة تشبعه بالأحداث والوقائع المزورة مثل العنف، التطرف، الجهاد... وغيرها¹.

7- نتائج الدراسة:

يجدر بنا قبل الخوض في وصف وتحليل التفاعلية في برنامج "هَلَّا سَأَلُوا" عينة الدراسة أن نقوم في البداية بعرض بطاقة فنية عنه، إلى جانب توضيح الفكرة الرئيسية التي يقوم عليها وال قالب الذي يندرج ضمنه.

• بطاقة فنية عن برنامج "هَلَّا سَأَلُوا"

- دورة البث: يومية
- مدة البث: متوسط ساعة
- توقيت البث: السادسة مساءً
- مكان البث: الاستوديو
- نوعية البث: مباشر
- التقديم: يشرف على ذلك ثلثة من مقدمين أبرزهم: أحمد طالب أحمد وهارون بريك...

¹ محمد مذكور، 1988، الاعلام الاسلامي وخطر التدفق الاعلامي الدولي، دار الصحوة، ص102.



• الفكرة الرئيسية للبرنامج وقالبه الفني:

"هَلَّا سَأَلُوا" هو برنامج إفتاء أُسْتُبِطَ عنوانه من حديث النبي صلى الله عليه وسلم المشهور حول رجل من أصحابه جُرِحَ في عهده ثم احتلم فقال: "هل تجدون لي رخصة في التيمم؟" فقالوا: ما نجد لك رخصة وأنت تقدر على الماء فاعتسلَ فمات، فرد النبي: "قتلوه قتلهم الله ألا سألوا إذا لم يعلموا فإن شفاء العي السؤال"¹. وهو عنوان مختار بعناية لما فيه من عِبَرٍ قِيَّمةٍ حول أهمية العلم بأمر الدين الفقهي بدل الإفتاء بالهوى، فقد تبدو الفتوة عادية وبسيطة إلا أنها أدت إلى موت الرجل المصاب، فتوظيف رد النبي صلى الله عليه وسلم كان بهدف دفع الجمهور للتفاعل مع البرنامج بصرف النظر ما إن كان ذلك بنية تجارية من أجل مضاعفة عدد المشاهدين أو لتحسيسهم بأهمية تعلم أمور دينهم.

ويمكن إدراج برنامج "هَلَّا سَأَلُوا" ضمن قالب البرامج الحوارية حيث يستضيف المقدم ضيف أو ضيفين على الأكثر (دكاترة وأئمة في مجال الدين)، يُسْتَهْلَ فيه الحوار بين أطراف البرنامج بعرض موعظة من قبل الضيوف حول مسألة فقهية معينة، ليتم التوجه مباشرة لاستقبال اتصالات المشاهدين لعرض انشغالاتهم وأسئلتهم، ليتم فيما بعد مناقشتها وتحليلها وفق ما تنص عليه الشريعة الإسلامية من أجل توضيحها والإفتاء فيها.

وبلغت انتباهنا توقيت بث البرنامج والمحدد في الفترة المسائية وبالضبط على الساعة 18:00، والذي نعتبره توقيتا جيدا لكونه يمثل زمن فراغ الجمهور من أعمالهم اليومية، وعليه تتاح لهم الفرصة للتفاعل مع البرنامج.

• تحليل أشكال التفاعلية مع الجمهور في البرنامج عينة الدراسة:

أشرنا فيما سبق أن العينة التحليلية تم اختيارها عشوائيا، بحيث تم اختيار عدد واحد من كل شهر من السنة الجارية 2019 بشكل عشوائي، وبالتالي جمعنا 11 عدد يمثل الفترة الزمنية ما بين جانفي - نوفمبر (تاريخ انتهاء الدراسة) من نفس السنة.

تكرار حلقات عينة الدراسة	تاريخ البث	أشكال التفاعلية المستخدمة	نمط التفاعلية المستخدم
--------------------------	------------	---------------------------	------------------------

¹سهام الليل. دار الإمام إبراهيم. ص: 5: <http://www.burhaniya.org/images/jpg17/pdf/6.pdf>, 2019-11-10, 16:47



01	19 جانفي 2019	مكالمة هاتفية	آنية مؤقتة
02	02 فيفري 2019	مكالمة هاتفية	آنية مؤقتة
03	13 مارس 2019	مكالمة هاتفية	آنية مؤقتة
04	04 أبريل 2019	مكالمة هاتفية	آنية مؤقتة
05	25 ماي 2019	مكالمة هاتفية	آنية مؤقتة
06	23 جوان 2019	مكالمة هاتفية	آنية مؤقتة
07	10 جويلية 2019	مكالمة هاتفية	آنية مؤقتة
08	15 أوت 2019	مكالمة هاتفية	آنية مؤقتة
09	09 سبتمبر 2019	مكالمة هاتفية	آنية مؤقتة
10	23 أكتوبر 2019	مكالمة هاتفية	آنية مؤقتة
11	01 نوفمبر 2019	مكالمة هاتفية	آنية مؤقتة

جدول يمثل شكل ونمط التفاعلية المستخدمة في برنامج "هلا سألوا" عينة الدراسة

بعد مشاهدة الأعداد الممثلة لعينة الدراسة التحليلية من برنامج "هلا سألوا" تم التوصل إلى أن تفاعل الجمهور مع البرنامج كان عبر وسيلة واحدة وهي الهاتف، وهو برأينا وسيلة تفاعلية تقليدية شائعة الاستخدام في هذا النوع من البرامج الذي يتناول الموضوعات الدينية، ما قد يتطلب أشكال تفاعلية أخرى حديثة وأكثر نجاعة من حيث تعزيز التوضيحات والشروح كي يقف الجمهور المشاهد والجمهور المتصل المستفتي بوضوح أمام المسائل الدينية التي يواجه في حياته.

ومن خلال اطلعنا على مفهوم التفاعلية في الوقت الراهن وأشكالها المتعددة يمكن القول أن استخدام وسيلة واحدة وهي الهاتف في هذا النوع بالتحديد من البرامج أي الدينية نراه مجدي نوعا ما في توضيح المسائل الفقهية وغيرها، لكن بشكل محدود جدا، نظرا لأهمية هذه المواضيع بالنسبة للإنسان وصعوبة استيعابها وإدراكها وتطبيقها في كثير من الأحيان، خاصة وأن الضيف (الأستاذ المفتي) يستمع في وقت وجيز فقط لسؤال الجمهور، وهو ما عبرنا عنه في الجدول بنمط التفاعلية الآني الموقت، ما قد يغلق المجال أمامه للتفاعل الكافي مع صاحب المسألة لضبطها أكثر أو التأكد من مدى فهمه لها. في ظل غياب تام لأشكال التفاعلية الحديثة التي أشرنا إليها سلفا.



وكنتيجة عامة يمكن القول أن برنامج "هلاً سألوا" يغلب عليه الطابع النمطي في أسلوب الإنتاج بدليل التقيد بوسيلة واحدة تقليدية الاستخدام رغم توفر وسائل إعلام جديدة بما فيها الوسائط المتعددة، والتي مضى عن ظهورها سنوات طويلة، الأمر الذي قد يضيق من مجال تعزيز ودعم الرسالة الاتصالية بين القائم بالاتصال وبين الجمهور. هذا من جهة ومن جهة أخرى فإن هذا التقيد قد يضيف نوع من الروتين الممل لدى الجمهور، ما يدفعه إلى اختيار قنوات أو برامج دينية أخرى أكثر تفاعلية وحيوية.

8- توصيات الدراسة:

بعض استعراض نتائج الدراسة نرى بضرورة تفعيل نسبة التفاعلية بتوظيف عدة أشكال، فإلى جانب الهاتف يمكن التواصل عبر البريد الإلكتروني بعرض المقدم مثلاً لقضايا وأسئلة يطرحها الجمهور عبر البريد الإلكتروني الرسمي للبرنامج، أو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهي عديدة ومتنوعة من حيث أساليب الاستخدام والتفاعل، فيها يمكن تحقيق جملة من النقاط لعل أهمها:

- معرفة مدى إعجاب الجمهور ورضاه عما يقدمه البرنامج، كما هو متاح في صفحات الفيسبوك بحساب عدد اللايكات (الإعجاب) والتعليقات...
- التعرف على آراء الجمهور حول السياق العام للبرنامج (فمن الممكن الاستفادة من رأي النخبة المثقفة في تحسين نوعية الإنتاج أو كسب معارف دقيقة وصحيحة حول مسائل الدين ذات الصلة بما يستفتيه الجمهور العام... وغيرها)، ناهيك عن مجانية الاستخدام لتعزيز فرصة مناقشة وتعلم مسائل الدين الإسلامي خارج نطاق البث التلفزيوني اليومي.
- إتاحة الفرصة للمتفاعلين لعرض تفاصيل أكثر تكون ضرورية وفاصلة في القضايا، وذلك بشكل متنوع كالوثائق والقوانين والعقود الشرعية.... والتي يمكن تقديمها ورقياً سواء مصورة بأجهزة الهاتف الذكي أو عن طريق جهاز الماسح الضوئي، أو تقديم تسجيلات صوتية أو مرئية لفتاوى بعض العلماء تؤكد الفتوى أو تنفيها... وغيرها.
- استثمار أعمال بعض الهواة منه وخاصة الشباب بتقديم أعمال فنية سمعية بصرية حول مسائل الدين والتراث الإسلامي العريق... يمكن استغلالها في سياق توعوي تعليمي مدعم للموعظة التي يتم عرضها في بداية البرنامج... بدل الانشغال بالملهيات (كصناعة كليبات غنائية وأفلام قصيرة ذات طابع رومنسي غرامي... وغيرها).

خاتمة:



توصلنا في نهاية الدراسة إلى عدة نقاط مهمة مفادها أن برنامج "هلا سألوا" كعينة تمثيلية عن المضمون التلفزيوني الديني الإسلامي الذي تنتجه المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري وتبثه عبر قنواتها الخامسة القرآن الكريم تغيب فيه أشكال التفاعلية الحديثة، وهو ما برز في تقيده بوسيلة تفاعلية واحدة تقليدية الاستخدام متمثلة في الهاتف، كأسلوب نمطي في الإنتاج لا يواكب الحيوية الاتصالية والجمالية الفنية المستحدثة في الصناعة التلفزيونية الراهنة. ففور التفاعلية في البرامج التلفزيونية عموما هام جدا يؤكد على أهمية رجوع الصدى وتبادل الحوار، خاصة في البرامج الدينية الهادفة إلى إفتاء المشاهدين في قضايا ومسائل جد حساسة ومصيرية، دون نسيان الدور الذي تؤديه التفاعلية في إضفاء العنصر الجمالي والحيوي في صناعة البرامج التلفزيونية كأهم متطلبات المنافسة التي تشتد بين القنوات بمرور الزمن التقني لوسائل الإعلام والاتصال.

قائمة المراجع

• القواميس والمعاجم:

1- كرم شلبي، 1989، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، جدة.

• الكتب:

2- إدوارد ستاشيف. روديبيرت، د س ن، برامج التلفزيون - إنتاجها وإخراجها، تر: أحمد طاهر، مؤسسة سجل العرب، ط3، القاهرة.

3- بورنيسكي. يوروفيسكي، الصحافة التلفزيونية، 1978، تر: ابتسام علوان، منشورات وزارة الثقافة والفنون، العراق.

4- بسام عبد الرحمن المشاقبة، 2014، مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة، الأردن.

5- محمد مذكور، 1988، الاعلام الاسلامي وخطر التدفق الاعلامي النولي، دار الصحو.

6- محمد عبيدات وآخرون، 1999، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، ط2، عمان.

7- محمد شلبي، 2002، المنهجية في التحليل السياسي - المفاهيم، المناهج، الاقتربات والأدوات، دار هومة، ط4، الجزائر.

8- مصطفى عليان ريحي، د س ن، البحث العلمي - أسسه. مناهجه وأساليبه. إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، الأردن.

9- سمير محمد حسين، 1995، دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام، عالم الكتاب، ط2، بيروت.

10- عبد اللطيف حمزة، 1978، الإعلام في صدر الإسلام، دار الفكر العربي، القاهرة.

11- عبد المجيد شكري، 1999، الإعلام الإسلامي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.

12- شريف درويش اللبان، 2005، الصحافة الإلكترونية - دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية.

13- Balle, Francis. Lexique d'information communication, Dalloz, 1 ère édition

• الرسائل الجامعية:

14- فضيلة تومي، 2008، التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري - البرامج الموضوعاتية نموذجاً، رسالة ماجستير، قسم علوم

الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر.



• المجلات العلمية:

- 15-الصادق الحمامي، الإنترنت والإذاعة والتلفزيون -استخدامات الإنترنت في مجال البث الإذاعي والتلفزيوني، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (68)، 2009.
- 16-حاتم بدوي عبيد، البرامج الدينية الإسلامية في إذاعة الفراتين (دراسة وصفية تحليلية)، مجلة جامعة بابل/العلوم الإنسانية، العراق، العدد 3، المجلد 21، 2013.
- 17-خالد زعموم. السعيد بومعيرة، التفاعلية في الإذاعة-أشكالها ووسائلها، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2007.
- المواقع الإلكترونية:

- 18-الموقع الرسمي للتلفزيون الجزائري، 2019، ماهية المؤسسة العمومية للتلفزيون:
<https://www.entv.dz/tvar/dossiers/index.php?id=4&voir=2>
- 19-محمد، يسري إبراهيم، 2015، مقدمة في الإعلام الإسلامي (وظيفته وخصائصه):

<https://ar.islamway.net/article/44822/%D9%85%D9%82%D8%AF%D9%85%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B3%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A-%D9%88%D8%B8%D9%8A%D9%81%D8%AA%D9%87-%D9%88%D8%AE%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D8%B5%D9%87>

- 20-سهام الليل، دار الإمام إبراهيم: http://www.burhaniya.org/_images/_jpg17/pdf/6.pdf