وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي بالأغواط

كلية العلوم الإنسانية

المعالجة الإعلامية للقضايا التربوية عبر البرامج الدعوية التلفزيونية

دراسة تحليلية لعينة من حلقات برنامج سواعد الاخاء الموسم الحادي عشر 2023

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

من اعداد الطالبة: زيد الخير ياسمين

الاسم و اللقب	الرتبة	الصفة
خيرالدين حجار خرفان	دكتور	مشرفا
مساعدي حسين	دكتور	رئيس
شيبي وسام	دكتورة	مناقش

السنة الجامعية:

2025-2024

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

بكل التقدير و الامتنان، أتوجه بخالص الشكر العرفان إلى أستاذي المشرف، خير الدين حجار خرفان على ما قدّمه من توجيه علمي وملاحظات بنّاءة ساهمت في إنجاز هذا العمل،

وعلى متابعته الأكاديمية الدقيقة التي كان لها أثر واضح في ضبط المسار البحثي وتطويره. راجية له دوام التوفيق في مسيرته العلمية.

إهداء

إلى من غرسا في قلبي معنى الصبر، و سقيا روحي حبا و دعاء لا ينقطع إلى أبي الحنون زيد الخير ميلود و أمي الرؤوم سعيدة . هما نبع العطاء الذي لا ينضب، و سند الروح على طول الطريق. أهدي هذا العمل المتواضع كعربون وفاء لجهدهما و تعبهما و سهرهما الليالي من أجلي..... ففي كل حرف هناك بصمة من دعائهما.

إلى أخواتي العزيزات: منال، أميرة، حنين، وآية

أنتم نبض القلب حين يهدأ، وصوت الحنان حين يصمت العالم.

في صحبتكنّ يكبر المعنى، وتزهر الأيام، وتُروى الذاكرة بلحظات لا تشيخ. كنتنّ دومًا الوطن حين تغيب المدن، والسند حين تثقل الخطى.

وإلى أخي الوحيد أحمد،

يا من تحملتني بصمت الرجولة، ونبل الأخوّة، وكنت الظل الذي لا يغيب...لك مكان في القلب لا يُشبهه أحد، ولا يملؤه سواك.

وإلى براعم العائلة وبهجتها:

سراج الدين وأيوب، أنتم الأمل النقي، والضحكة التي تسبق الكلمات، تكبرون، فنكبر بكم فرحًا وتفاؤلًا.

وإلى النسائب الذين أصبحوا من نسيج العائلة:

جمال وخالد، أهلاً بالمودة التي لا تُشترى، وبالروابط التي لا يُفرّقها النسب، بل تُثبتها المواقف والقلوب الصافية.

لكم جميعًا، أهدي هذه الصفحات،

وكل ما خطّه قلمي، وكل ما نبع من القلب...

فأنتم المعنى، وأنتم البداية.

ملخص الدراســـة بالعربية:

تتناول هذه الدراسة موضوع المعالجة الإعلامية للقضايا التربوية في البرامج الدعوية التلفزيونية، من خلال تحليل برنامج "سواعد الإخاء" (2023) بوصفه نموذجًا بارزًا للإعلام الديني المعاصر في العالم العربي. وتركّز الدراسة على تفكيك مضمون الحلقات لرصد كيفيّة عرض القيم التربوية وتمثيلها، ومدى تأثير البنية الإخراجية والبصرية في توجيه الرسالة التربوية داخل الخطاب الدعوي. اعتمدت الدراسة منهج التحليل الكيفي و السياقي لرصد الأبعاد التربوية في الخطاب، وشملت العينة مجموعة مختارة من الحلقات المتنوعة موضوعيًا. وتم تصنيف مضامينها وفق فئات تحليلية رئيسية: القيم التربوية والسلوكية، طبيعة الفاعلين، الجمهور المستهدف، الأهداف الدعوية، والأساليب الإخراجية المصاحبة كالبنية اللغوية والبصرية. أظهرت نتائج التحليل أن القضايا التربوية المطروحة في البرنامج اتسمت بطابع وعظي وعاطفي، يركّز على الأخلاق الفردية والسلوكيات الشخصية، بينما غاب تناول القضايا التربوية المجتمعية أو الفكرية. كما تبيّن أن الخطاب يقدَّم عبر نخب دعوية متقاربة من حيث الانتماء الثقافي والجغرافي، مما قلّل من تنوع الرؤى والتمثيلات. تم توجيه الخطاب لجمهور محافظ، مستخدمًا لغة وجدانية وإخراجًا بصريًا يسعى إلى التأثير الوجداني، دون إفساح المجال لمقاربات نقدية أو حوارية في تناول القيم التربوية.

خلصت الدراسة إلى أن المعالجة التربوية في "سواعد الإخاء" تتسم بالتقليدية، وإنْ قُدّمت في قالب بصري حديث، ما يعكس استمرار أنماط دعوية مكرّسة ثقافيًا. وتوصي الدراسة بتوسيع أفق المعالجة الإعلامية للقضايا التربوية عبر الانفتاح على خطاب أكثر تنوعًا وتجديدًا، يعزز الوعي النقدي والتربوي داخل الفضاء الإعلامي الديني.

الكلمات المفتاحية : **المعالجة الإعلامية ، القضايا التربوية ، البرامج الدعوية**

ملخص الدراســـــة مترجـــــم

Abstract

This study reveals the nature of the transformation that religious discourse undergoes when it is mediated through contemporary media spaces, particularly within faith-based television programming. Through an analysis of selected episodes from the eleventh season of Sawaed Al-Ikhaa, the research highlights the tension between traditional religious content and modern methods of presentation that heavily employ visual and emotional persuasion techniques. While the discourse appears inclusive and broadly appealing, it is In fact shaped by a softly selective orientation that reflects a conservative proselytizing agenda and avoids critical or controversial themes.This underscores the need to view mediated religious discourse not merely as a body of theological content, but as a product of broader socio-cultural and ideological dynamics. The aesthetic and technical features of presentation are not neutral, but rather serve as key instruments In meaning-making and audience guidance. Thus, researchers are encouraged to rethink the intersection of religion and media through a multidimensional, contextualized le

Recommendations and Research Proposals:

Broaden Representation in Religious Media Discourse:

It is vital to include diverse voices reflecting different jurisprudential, intellectual, and social backgrounds to foster plurality and openness within the religious media sphere.Strengthen Critical and Reflective Dimensions of Preaching Content:Religious programs should be encouraged to engage with challenging questions and promote critical thinking rather than limiting themselves to emotional or didactic appeals

Resume

Cette étude met en lumière la transformation que subit le discours religieux lorsqu'il est médiatisé à travers les espaces contemporains, notamment les programmes télévisés à vocation spirituelle. L'analyse d'un échantillon d'épisodes de la onzième saison de Sawaed Al-Ikhaa a permis d'Identifier la tension entre un contenu religieux traditionnel et des modalités de diffusion modernes, recourant fortement à la persuasion visuelle et émotionnelle. Bien que ce discours semble inclusif et consensuel, il s'inscrit en réalité dans une logique sélective et douce, au service d'un agenda prônant un islam conservateur, tout en évitant les problématiques critiques ou complexes Cela démontre que le discours religieux médiatisé ne doit pas être interprété uniquement comme un contenu doctrinal, mais comme un phénomène structuré par des dynamiques culturelles, sociales et idéologiques. L'esthétique visuelle et les choix techniques de présentation jouent un rôle actif dans la construction du sens et l'orientation des réceptions. Il est donc essentiel que les chercheurs repensent l'articulation entre religion et médias dans une perspective multidimensionnelle et contextuelle.Recommandations et pistes de recherche:Élargir la représentation au sein du discours religieux télévisé: Il est nécessaire d'intégrer des voix variées, représentant une diversité d'approches théologiques, intellectuelles et sociales, afin d'encourager la pluralité et l'ouverture dans le champ religieux médiatique.Renforcer la dimension critique et réflexive des contenus prêchés: Il convient de promouvoir des formats d'émissions qui posent des questions problématiques, encouragent la pensée critique, et dépassent le registre émotionnel ou moralisateur.

فهرس المحتويـــات

مقدمـــة:.....11

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

تحديد إشكالية الدراسة 15

تساؤلات الدراسة 15

أسباب إختيار الموضوع 16

أهمية الدراسة 17

أهداف الدراسة 17

نوع الدراسة 18

أدوات الدراسة 18

مجتمع الدراسة 19

عينة البحث 21

المجال الزماني والمكاني للدراسة 21

مفاهيم ومصطلحات الدراسة 22

الدراسات السابقة 23

الفصل الثاني: مدخل مفاهيمي حول الوسائط الفضائية للبث التلفزيوني

تمهيـــــد : 27

المبحث الأول: القنوات الفضائية التلفزيونية.....27

المطلب الأول: القنوات الفضائية بين (الماهية والنشأة والتطور).....27

المطلب الثاني: خصائص القنوات الفضائية.....30

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في ظهور القنوات الفضائية.....31

المبحث الثاني : الاعلام الديني.....32

المطلب الأول : ماهية الاعلام الديني.....32

المطلب الثاني : البرامج الدينية.....35

المطلب الثالث: دراسات تحليلية للمضامين التلفزيونية.....37

خلاصة الفصـــل :.....39

الفصل الثالث : البرامج الدينية التلفزيونية(قضايا الخطاب و تحديات المعالجة الإعلامية)

تمهيـــد: 42

المبحث الأول: قضايا البرامج الدعوية 42

المطلب الأول: الوعي الديني.....43

المطلب الثاني : التوحيد 44

المطلب الثالث: القيم.....44

المبحث الثاني: تحديات القنوات الفضائية (مع لمحة عن برنامج سواعد الاخاء) 47

المطلب الأول : لمحة عن برنامج سواعد الاخاء.....47

المطلب الثاني : *مسألة الإخراج و الجانب الموضوعي في برنامج سواعد الإخاء* 48

المطلب الثالث: تحديات القنوات الدينية.....51

خلاصة الفصـــل: 52

الفصل الرابع: الجانب التحليلي للدراسة

تمهيـــد: 55

المبحث الاول: الجانب الشكلي للمادة الإعلامية (كيف قيل) 56

المطلب الأول: فئة العرض واللقطات.....56

المطلب الثاني : فئة الإخراج والزمن.....60

المطلب الثالث : فئة اللغة والقوالب الإخراجية.....63

المبحث الثاني: الجانب المضموني للمادة الإعلامية (ماذا قيل) 67

المطلب الأول : فئة الموضوعات والأساليب.....67

المطلب الثاني: فئة الاستمالات والقيم.....72

المطلب الثالث: فئة الفاعلين وأهداف البرنامج.....76

المطلب الرابع: فئة الجمهور المستهدف.....85

نتائج الدراسة التحليلية 87

التوصيات والمقترحات لنتائج الدراسة التحليلية.....88

خلاصة الفصـــل: 89

الخاتمـــة:.....91

قائمـــة المراجع والملاحـــق.....93

مقدمـــة

مقدمـــة:

تُعدّ البرامج الدعوية من أبرز الوسائل الإعلامية التي تساهم في نشر القيم الدينية والأخلاقية وتعزيز الوعي الإسلامي لدى مختلف شرائح المجتمع. فهي تؤدي دورًا محوريًا في تبسيط المفاهيم الدينية، وتصحيح الصور المغلوطة، وتقديم نماذج تربوية وسلوكية مستمدة من القرآن الكريم والسنة النبوية .

كما تساهم هذه البرامج في تلبية احتياجات الجمهور المعاصر من المعرفة الروحية والتوجيه السلوكي، بأساليب تناسب العصر وتواكب التطورات التقنية والإعلامية. ومن خلال استضافتها لعلماء ودعاة متخصصين، تُكسب البرامج الدعوية مصداقية وتأثيرًا أكبر، مما يجعلها أداة فاعلة في بناء وعي مجتمعي ملتزم ومتزن. و لعل من أبرز القضايا التي تركز عليها البرامج الدعوية هي القضايا التربوية. و على نفس الوتيرة، تُعدّ القضايا التربوية من الركائز الأساسية في بناء المجتمعات وتشكيل وعي الأفراد، حيث تمسّ الجوانب السلوكية والفكرية والقيمية في حياة الإنسان. وتشمل هذه القضايا موضوعات متعددة مثل غرس القيم الأخلاقية، وتنمية المسؤولية، وتعزيز الانضباط الذاتي، وبناء الهوية، وتوجيه السلوك في ضوء معايير دينية واجتماعية راسخة. وتبرز أهمية تناول القضايا التربوية في الإعلام والبرامج الدعوية، لما لها من دور في تنشئة جيل واعٍ ومتماسك، قادر على التفاعل الإيجابي مع مجتمعه، ومواجهة التحديات الفكرية والسلوكية المعاصرة بروح متزنة و منضبطة. و هنا تكمن حاجة الجمهور إلى القضايا التربوية في ظل ما يشهده العالم من تغيرات سلوكية وثقافية متسارعة أثّرت على منظومة القيم، وخلقت فجوة بين الأجيال في الفهم والتوجيه. فالجمهور، وخاصة الآباء والمربين والشباب، يفتقر إلى مصادر موثوقة تقدم له رؤى تربوية متوازنة تساعده على مواجهة التحديات اليومية في البيت والمدرسة والمجتمع. كما أن تزايد مظاهر الانحراف السلوكي وضعف الوعي القيمي لدى بعض الفئات يؤكد أهمية تناول هذه القضايا في الإعلام والبرامج الدعوية، لتقديم نماذج واقعية للحلول، وتعزيز السلوك الإيجابي، وربط التربية بأصولها الدينية والإنسانية بأسلوب معاصر وفعّال.

خصص **الفصل الأول للإطار المنهجي للدراسة**، حيث تم عرض مختلف الخطوات المنهجية بدءا بتحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها ،كذا أهمية و أهداف الدراسة. بالإضافة إلى أسباب اختيار الموضوع ومنهج الدراسة المتبع، وكذلك مجتمع وعينة البحث، كما حددنا في هذا الفصل المفاهيم الخاصة للدراسة ،وفي النهاية أشرنا إلى الدراسات السابقة للاستفادة منها.

أما **الجانب النظري** تضمن فصلين ، **الفصل الثاني: بعنوان " مدخل مفاهيمي حول الوسائط الفضائية للبث التلفزيوني "**.....، تناولنا من خلاله مبحثين رئيسيين، وكل مبحث يتضمن ثلاثة مطالب ، تطرقنا في المبحث الأول القنوات الفضائية التلفزيونية، اما في المبحث الثاني فتعرضنا فيه إلى الإعلام الديني.

و**الفصل الثالث** فقد جاء بعنوان" **البرامج الدينية التلفزيونية (قضايا الخطاب و تحديات المعالجة الإعلامية)**"، تناولنا من خلاله مبحثين رئيسين ، وكل مبحث يتضمن ثلاث مطالب ،تطرقنا في الأول لقضايا البرامج الدعوية ، أما في المبحث الثاني ، فتعرضنا فيه لتحديات القنوات الدينية (مع لمحة عن برنامج سواعد الإخاء).

أما **الفصل الرابع** خصصناه **للجانب التحليلي للدراسة**، وهو الجزء المهم في دراستنا ،الذي يحتوي هو الأخر على مبحثين ، المبحث الأول بعنوان الجانب الشكلي للمادة الإعلامية (كيف قيل) ، أما المبحث الثاني نعرض من خلاله الجانب المضموني للمادة الإعلامية (ماذا قيل) ، و في الأخير توصلنا الى نتائج الدراسة التحليلية انتقالاً للتوصيات والمقترحات لنتائج الدراسة التحليلية.

الفصـل الأول:
الإطــار المنـهجي للدراسة

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

1. تحديد إشكالية الدراســـة
2. تساؤلات الدراسة
3. اسبـــاب اختيـــار الموضـــوع
4. اهميـــة الدراســـة
5. اهداف الدراســـة
6. منهج الدراسة
7. أدوات الدراسة
8. مجتمع و عينة الدراسة
9. المجال الزماني والمكاني للدراسة
10. تحديـــد مفاهيـــم الدراســـة
11. الدراســـات السابقـــة

1. تحديد إشكالية الدراسة:

تلعب البرامج الإعلامية دورا حيويا في نشر الوعي الديني و تعزيز الثقافة الإسلامية، بحيث تعتبر وسيلة فعالة في نقل المعلومات الدينية التربوية إلى مختلف فئات المجتمع بأسلوب عصري و مؤثر. بغية الوصول إلى الفهم الصحيح للدين الإسلامي من خلال التوسع في النطاق الجماهيري. لا سيما فيما يتعلق بالقيم التربوية التي تتجسد في تصحيح السلوكيات التربوية الخاطئة مع نشر الوعي الأسري و ذلك بتوجيه الشباب نحو المسؤولية الاجتماعية. و من أبرز البرامج الدعوية المنتشرة عالميا. و التي بدورها تركت أثرا بالغا في نشر المحتوى الديني التربوي القيم تمثلت في : برنامج خواطر، الشريعة و الحياة، فقه الحياة، برنامج الدكتور ذاكر نايك.

رغم ان هنالك الكثير من البرامج التي سعت نحو تقديم المحتوى الديني التوعوي التربوي كالتي سبق ذكرها ، ومع حرصها على توعية الشباب بأحكام دينهم وتعاليمه المتعلقة بالتربية السوية ، لكن من خلال الاطلاع على هذه البرامج فقد ارتأينا ان نأخذ برنامج سواعد الإخاء كنموذج نسقط عليه دراستنا البحثية، لاسيما انه من ضمن البرامج التلفزيونية الدعوية و التوعوية و الحوارية التي تعرض في شهر رمضان المبارك. بحيث يضم مجموعة من العلماء و الدعاة المعروفين في العالم الإسلامي، ليجتمعون في أجواء أخوية مميزة لتقديم جرعة من الحلقات المزينة بالفائدة الروحية و التربية النفسية.

وعلى نفس المنوال تختص هذه الدراسة إلى اكتشاف كيفية المعالجة الإعلامية لقضايا التربية من خلال تحليل مضمون لبرنامج " سواعد الإخاء" .ومن خلال ما تطرقنا اليه سابقا يمكننا ان نطرح الإشكالية التالية :

كيف عالج البرنامج الدعوي "سواعد الإخاء" القضايا التربوية من حيث الشكل والمضمون؟

2. تساؤلات الدراسة

ينبثق من هذه الإشكالية الرئيسية عدة تساؤلات فرعية يمكن تقسيمها إلى قسمين كتالي :

أ- من حيث الشكل:

- ما هي عناصر الإخراج الفني لبرنامج سواعد الإخاء2023؟
- من هم الفاعلون الاساسيون في تقديم مضمون برنامج سواعد الإخاء 2023؟
- ماهي أبرز القوالب التحليلية المستخدمة في برنامج سواعد الإخاء 2023؟
- ماهي طبيعة اللغة المستخدمة في برنامج سواعد الإخاء 2023؟

ب- من حيث المضمون :

- ماهي القضايا التربوية التي ركز عليها برنامج سواعد الإخاء 2023؟
- ماهي الأساليب الإعلامية و الخطابية المستخدمة في برنامج سواعد الإخاء2023؟
- ماهي الإستمالات و الأساليب الإقناعية التي اعتمد عليها برنامج سواعد الإخاء 2023؟
- ماهي القيم التي تطرق إليها برنامج سواعد الإخاء 2023؟

3. أسباب إختيار الموضوع :

يعد الخطاب التربوي أحد الركائز الأساسية في بناء الوعي المجتمعي وتشكيل السلوك الإنساني، ولا سيما عندما يتم توظيفه من خلال الوسائل الإعلامية ذات الطابع الدعوي. وقد تم إختيار الموضوع انطلاقا من عدة أسباب و هي كالتالي :

أ- الأسباب الذاتية

- تتملكني الرغبة و الشغف في التعمق بدراسة التفاعل بين الإعلام و القيم الدينية و التربوية.
- الارتباط الأكاديمي الذي ينتمي إلى عالم العلوم الإنسانية الذي يربط بين عمق الفكر الإنساني و قوة التأثير الإعلامي.
- السعي نحو التطوير في المحتوى الإعلامي التربوي و الديني.

ب- الأسباب الموضوعية

- دراسة الدور الحيوي للإعلام الذي يعتبر الوسيلة الرئيسية في نقل الرسائل و القيم للمجتمع المعاصر.
- تعد القضايا التربوية من الأسس الجوهرية في بناء الشخصية الإنسانية و تنمية الوعي الديني و الأخلاقي، مما يستدعي الحرص عليه.
- يعتبر برنامج " سواعد الإخاء" من البرامج الإعلامية المثالية التي تجمع بين الخطاب الديني و التربوي بأسلوب معاصر، الذي يعمل بدوره في ترك بصمة بارزة المعالم في فئة الشباب على وجه الخصوص.

4. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في تحليل كيف تناول برنامج "سواعد الإخاء" لقضايا التربية. كما تعمل على تقييم الأساليب الإعلامية المستخدمة وتقديم رؤية نقدية حول تطوير الخطاب الإعلامي الديني ليكون أكثر تأثيرًا وملاءمةً لاحتياجات المشاهدين في العصر الحديث. ومن هنا تبرز عدة محاور رئيسية التي تمحورت حوله أهمية هذه الدراسة ألا و هم :

أ- أهمية تحليل المضمون الذي يتجسد في العملية المكتسبة من خلال تحديد المواضيع التربوية و الدينية التي يعرضها البرنامج و مدى عمقها و اتساعها في تغطية القضايا التربوية.

ب- الاهتمام بالأساليب الإعلامية و الخطابات التي يعتمدها البرنامج في تقديم محتواه.

ج- ملائمة الرسالة مع متطلبات العصر، بحيث نتطرق في الدراسة إلى العلاقة بين الرسالة التربوية و التحديات الاجتماعية و الثقافية الراهنة.

5. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل كيفية تناول برنامج "سواعد الإخاء" لقضايا التربية ، من خلال دراسة و اكتشاف الأهداف التالية:

أ- تحليل المحتوى الإعلامي من خلال استكشاف الموضوعات التربوية التي ناقشها البرنامج.

ب- دراسة الأساليب الإعلامية و الخطابية المستخدمة.

ج- تحليل استخدام التقنيات الإعلامية الحديثة في إيصال الرسالة التربوية الإعلامية.

د- تقديم مقترحات لتطوير البرامج الإعلامية التربوية. اقتراح آليات لتحسين الخطاب الإعلامي الديني ليكون أكثر تأثيرا وجاذبية.

هـ- تقديم توصيات لتطوير البرامج المشابهة من حيث المحتوى والأسلوب الإعلامي.

6. منهج الدراسة

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى تقديم صورة دقيقة ومفصلة للظاهرة المدروسة دون التدخل في طبيعتها أو التلاعب بالمتغيرات. ترتكز الدراسة الوصفية على جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع البحث وتحليلها بشكل كمي أو كيفي، مما يتيح وصفاً موضوعياً للواقع كما هو. يساعد هذا المنهج الوصفي الباحث على فهم أبعاد الظاهرة والسياق المحيط بها بشكل شامل، مما يُعد أساساً متيناً لاستنباط النتائج والتوصيات المستندة إلى الحقائق والبيانات المدروسة.

و منه فإن دراستنا البحثية من النوع الوصفي التحليلي، حيث تركز على وصف وتحليل محتوى برنامج "سواعد الإخاء" في تناوله لقضايا التربية. يعتمد المنهج المتبع في الدراسة على تحليل المضمون، إذ يتم فحص النصوص والحوارات والصور المستخدمة في البرنامج بهدف استخراج المفاهيم والقيم التربوية والنفسية المطروحة. إذ يسعى إلى تقديم رؤية شاملة ودقيقة لكيفية عرض البرنامج لهذه القضايا، مما يساعد على فهم تأثير الإعلام في تشكيل الأفكار والسلوكيات المرتبطة بعمليات التربية والتنشئة الاجتماعية.

7. أدوات الدراسة

تُعَدُّ أدوات الدراسة من الأسس الحيوية في البحث العلمي، إذ تشكِّل الجسر الذي يربط بين الأسئلة البحثية والبيانات التي تُستخلص منها النتائج والتوصيات. وتتنوع هذه الأدوات بتنوع و اختلاف أنواع البحوث، سواء كانت نوعية أو كمية، وكلٌ منها يقدم رؤى وأبعادًا معينة تساعد في فهم الظاهرة المدروسة.

ومنه فإن مجمل الدراسات البحثية تعتبر أدوات جمع البيانات جزءًا أساسيًا يساهم في تعميق الفهم وتحقيق أهداف البحث. من بين هذه الأدوات يتم اختيار: تحليل المضمون كآلية رئيسية، لها منهاجيتها الخاصة ومميزاتها البحثية.

تحليل المضمون كأداة بحثية:

يُعد تحليل المضمون من أهم الأدوات التي تعمل على تفسير النصوص والمواد الإعلامية والبيانات النوعية الأخرى. يعتمد هذا الأسلوب على فرز المحتوى إلى وحدات تحليلية وفئات محددة مسبقًا أو تنبثق من البيانات نفسها. يُمكّن تحليل المضمون الباحث من استخلاص الأنماط واتجاهات الظاهرة في النصوص، كما يُعتبر أداة قوية في دراسة المحتويات الإعلامية والتصريحات الرسمية والمناقشات الثقافية والاجتماعية.

8. مجتمع و عينة الدراسة

يشكّل مجتمع البحث العلمي فقرة أساسية كإجراء منهجي ضروري وحاسم في البحث، تفرض هذه الخطوة على الباحث أن يجيب على عدة تساؤلات متعلقة بمجتمع البحث وإمكانية اختيار مفردات ممثلة له تمكنه من التوصل إلى نتائج دقيقة ومعبرة عن طبيعة المشكلة البحثية، وهذه الأسئلة هي التي تثير مشكلة حجم وأسلوب اختيار مفردات الدراسة ويتوقف **ذلك على جوانب منهجية من أهمها:**

طبيعة المشكلة البحثية: بحيث دراستنا تتمحور مشكلة البحث حول القضايا التربوية، وكيفية معالجة هذه القضايا الحساسة التي لها آثار آنية ومستقبلية في الرسالة الإعلامية التلفزيونية.

درجة الدقة والتحديد المطلوبين للإجابة عن هذه التساؤلات، ويتحقق ذلك من خلال الحصر الشامل لهذه الأساليب من الناحية الشكلية والموضوعية للمادة الإعلامية ، ولأن نتائج البحث تتوقف كثيرا على الاختيار المناسب لمفردات الدراسة، ومدى الدقة في تطبيق ذلك، فقد اخترنا مفردات الدراسة وضبطناها وفق ثلاث مستويات هي:

أ- حدود المصدر:

يمكننا اكتشاف عينة المصدر لهذه الدراسة من خلال تصفح عنوانها حيث يشير عنوان الدراسة إلى أن الحصة التي نقوم بتحليلها هي حصة " هي العهد" لبرنامج سواعد الإخاء في الفضائيات التلفزيونية.

ولأن الدراسة تستخدم المنهج الوصفي لوصف موضوع القضايا التربوية لنكشف من خلاله عن الكيفية في معالجة هذه القضايا بحيث ان الهدف الأساسي من الدراسة هو تحليل الرسالة الإعلامية في القنوات التلفزيونية ومعالجتها لمثل هذه القضايا وبشكل أدق برنامج "سواعد الإخاء" في القنوات التلفزيونية، فإننا سوف نوضح الاعتبارات التي جعلتنا نختارها وهي:

- الانتشار الواسع الذي حظي به البرنامج على مستوى العالم العربي، مما جعله نموذجًا مؤثرًا للخطاب الديني المعاصر عبر الوسائط التلفزيونية والرقمية .
- تميز البرنامج بتقديم محتوى دعوي وتربوي بأسلوب حواري جماعي يجمع عددًا من العلماء والدعاة المعروفين، مما يوفر مادة ثرية لتحليل القيم، والخطاب، والاستمالات، والرسائل التربوية.
- دمج البرنامج بين الطابع الديني والتقنيات الإخراجية الحديثة يجعله نموذجًا مناسبًا لدراسة التحديات والفرص التي تواجه الإعلام الديني في العصر ، ومدى استجابته لاحتياجات الجمهور وتوقعاته.

ب- الحدود الزمنية

يحدد المجال الزمني للدراسة التحليلية بشهر رمضان 2023، تم اختيار هذه الفترة بالذات لعدة اعتبارات أهمها: أن هذا الموسم يمثّل أحد أكثر المواسم نضجًا من حيث بناء الخطاب وتنوع الموضوعات المطروحة، لا سيما تركيزه الواضح على القضايا التربوية والقيمية التي تلامس واقع المشاهد العربي. كما أن توقيت طرحه الحديث يُمكّن من تحليل معاصر لأسلوب المعالجة الإعلامية للدين في ظل المتغيرات الاجتماعية والتقنية الراهنة. إضافة إلى ذلك، فإن توفر حلقات الموسم بشكل منظم عبر الوسائط الرقمية سهّل عملية الرصد والتحليل الإحصائي والمضموني، وجعل منه نموذجًا مناسبًا لدراسة التحديات والفرص التي يواجهها الإعلام الدعوي في بيئة فضائية رقمية مفتوحة.

ج- حجم وحدات الدراسة

إن طبيعة المجتمع المعاين وأهداف الدراسة هما المحددان الرئيسيان لحجم مفردات محل الدراسة في البحوث الاجتماعية والإنسانية عامة، وفي بحوث الاتصال والإعلام على وجه الخصوص لاسيما إذا كانت الدراسة وصفية تستخدم المنهج الوصفي، أين يستلزم الأمر على الباحثين الاسترشاد بالخبرات والدراسات السابقة من أجل تحديد حجم عينة أبحاثهم.

وحسب الدراسة الاستطلاعية الأولية التي قمنا بها للبرنامج الذي نعاينه، وجدنا بأن المادة التي نشرف على تحليلها أي القضايا التربوية الدعوية، هو برنامج سنوي قمنا على أساس ذلك باختيار الموسم الحادي عشر لسنة 2023 وذلك لكي يتماشى مع نوعية الدراسة وأهدافها، ومنه أخضعنا جميع مفردات البرنامج التي تم فيها عرض قضية الدراسة التحليلية في المدة الزمنية المحددة في سنة 2023

تبعا لكيفية المعالجة لهذه القضايا و نظرا للتساؤل الرئيسي المطروح للدراسة وفئات تحليلها فقد حصرنا حجم المفردات في 4 وحدات في المدة الزمنية المحددة وعليه تم اختيار الحصص وفقا للطريقة الآتية:

قمنا بمسح شامل، لمجمل الحصص على أساس أهداف الدراسة وخصوصية القضايا الدعوية، لنكشف بعد ذلك عن كيفية معالجتها والجدول الموالي يوضح لنا الحصص التي سيتم تحليلها:

الحلقة	القنوات الناقلة	تاريخ البث	المدة
الرابعة- الأحد	القنوات الفضائية	26/3/2023	33 دقيقة
الثانية عشرة- الإثنين	القنوات الفضائية	3/4/2023	35 دقيقة
العشرون - الثلاثاء	القنوات الفضائية	11/4/2023	33 دقيقة
الثامنة والعشرون	القنوات الفضائية	19/4/2023	37 دقيقة

جميع الحلقات كانت في رمضان من 23/3/2023 الى 20/4/2023

عينة البحث

تمثل عينة الدراسة أحد الركائز الأساسية لضمان موثوقية النتائج والدقة في التعميم لأي بحث علمي. في هذه الدراسة، تم اختيار العينة بناءً على معايير محددة تتناسب مع أهداف البحث، حيث تم الاعتماد على عينة الأسبوع الاصطناعي العشوائية لضمان تمثيل شامل للمجتمع المستهدف. تتكون العينة من أربعة حلقات من الموسم الثاني عشر من برنامج "سواعد الاخاء" بعنوان " هي العهد"، تم اختيارهم وفقًا لأهمية الموضوع بالنسبة لفئة الشباب. وقد تم التأكد من تنوع العينة بحيث تعكس التنوع وجودة المضمون. وللحد من التحيز وضمان دقة البيانات، تم تطبيق تقنية تحليل محتوى، مع مراعاة الالتزام بالضوابط العلمية والأخلاقية . مع الأخذ بالتركيز على وحدة الفكرة في تطبيق التقنية المستخدمة.

مفهوم عينة الأسبوع الاصطناعي :

يكون اختيار الوحدات منها على أساس تقسيم العدد الكلي للمجتمع على حجم العينة المطلوبة، و من ثم توزيع وحدات المجتمع الأصلي بشكل متساوي و منتظم على الرقم الناتج من ذلك التقسيم. بحيث تختص أساسا في كيفية معاينة وسائل الإعلام من خلال أسبوع واحد مبني في الشهر في السنة المعنية بالدراسة، أي اختيار السبت من الأسبوع الأول والأحد من الأسبوع الثاني و الاثنين من الأسبوع الثالث و الثلاثاء من الأسبوع الرابع ...الخ، فتكون بذلك العينة أسبوعا صناعيا من سبعة أيام لضمان نفس البعد الزمني بين الأيام وبعضها وإعطاء فرص متساوية لجميع أيام الصدور السبعة في تمثيل العينة.

بناءً على تحليل خصائص العينة، تشير النتائج الأولية إلى أن العينة كانت ملائمة للبحث مما يوفر قاعدة قوية لاستخلاص استنتاجات ذات مصداقية حول قضايا التربية .

9. المجال الزماني والمكاني للدراسة

أ- المجال الزماني

هو الزمان الذي تم فيه عرض المادة الإعلامية وهو شهر رمضان المبارك في سنة 2023 الموافق ليوم 23 من شهر مارس.

ب- المجال المكاني

هو المكان الذي تمت فيه عرض المادة الإعلامية بحيث تم تصوير برنامج سواعد الإخاء لموسم سنة 2023 على الثلوج المتراكمة على ضفاف بحيرة آبانت التركية . وهو الموقع الأشهر للبرنامج ولا يُعرف تحديدًا عن تصوير مواضيع في مكان مختلف لعام 2023، ولكن غالبية مواسمه التي تناولته للتصوير الخارجي كانت في تركيا، ولا سيما عند بحيرة آبانت وشمال البلاد.

10. مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

أ- المعالجة الإعلامية

- المفهوم الاصطلاحي: " هو معالجة مجموعة من الحقائق والمعلومات المتحصل عليها من وسائل الإعلام بهدف معرفة ما تسعى الوصول اليه هذه الوسائل.[1]
- المفهوم الإجرائي: و نقصد به في هذه الدراسة هو الكيفية التي يقدم بها البحث أو القضية عبر وسائل الإعلام الفضائية ، إذ هي العملية التي تعكس رؤية الوسيلة الإعلامية و توجهاتها و ذلك من خلال إختيارها لزاوية محددة مع تخديد الأولويات و استخدام اللغة و الصورة في السياق المناسب لها.

ب- القضايا التربوية

- المفهوم الإصطلاحي: هي جمله من الموضوعات التي من شأنها ان تكون مقومات أساسية للعملية التربوية المقصود بها بناء شخصية الإنسان .
- المفهوم الإجرائي: هي جملة الموضوعات التي تتصل بجوانب التربية التالية: (التربية العقلية والإيمانية والاجتماعية والخلقية). [2]

ج- البرامج الدعوية

- المفهوم الاصطلاحي: هي البرامج المخطط لها تتناول المواضيع الدينية ، التي تهدف إلى تعزيز التزام المشاهد و المستمع بعقيدته و تأدية فرائض الإسلام. و تعتمد البرامج الدينية في بنائها على الثقافة الإسلامية الأصيلة و تراث الفكر الإسلامي المستمد من القرآن الكريم و السنة النبوية الشريفة. و قد تنوعت أشكالها و أساليبها لتكون مقنعة و مؤثرة.[3]
- المفهوم الإجرائي: و نقصد بالبرامج الدينية في هذه الدراسة هي تلك المحتويات المتخصصة في قضايا الوعظ و الإرشاد و التبليغ و تعليم الناس الأمور الخاصة بدين الإسلامي.

---

[1] - حمادة، خديجة، و آخرون. التناول الإعلامي للتظاهرات الثقافية في الجنوب الجزائري احتفالية يناير في بلدة عمر على القنوات التلفزيونية العمومية الجزائرية / أطروحة مقدمة لنيل شهادة الماستر. ورقلة : جامعة قاصدي مرباح، 2018. ص 7.

[2] . امينة محمود سليمان الرواشدة . دراسة تحليلية لبعض القضايا التربوية في فكر الحسن البصري. الأردن: مجلة كلية التربية ، جامعة الازهر ،العدد:176 ، الجزء الثاني ،2017.ص328.

[3] - نصيرة، بوعلي. الإعلام و البعد الحضاري. الإمارات – الشارقة- : دار الفجر، 2007. ص103.

11. الدراسات السابقة :

أ- أثر برامج الفضائيات الإسلامية في الوعي الديني الإسلامي لدى الشباب:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مدى استخدام الشباب الجزائري في ولاية قسنطينة لبرامج الفضائيات الإسلامية، والكشف عن تأثيرها في تعزيز وعيهم الديني. اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي باستخدام الاستبيان، وطبقت على عينة قوامها 400 شاب من مختلف دوائر الولاية، تم اختيارهم بطريقة العينة الحصصية. واستندت الدراسة نظريًا إلى كل من نظرية الاستخدامات والإشباعات، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .توصلت النتائج إلى أن أغلب المبحوثين يشاهدون هذه البرامج أحيانًا، خاصة يوم الجمعة مع أسرهم، وبمعدل يومي يقدّر بـ33 دقيقة و38 ثانية. كما أظهرت النتائج أن دوافع المشاهدة ذات طابع نفعي، وأن البرامج تحقق إشباعات توجيهية واجتماعية بدرجة عالية، مقابل إشباعات شبه توجيهية واجتماعية بدرجة متوسطة .أما على مستوى التأثير، فقد تم رصد آثار معرفية تمثلت في زيادة المعارف الدينية، ووجدانية أبرزها تعظيم الله في النفوس، وسلوكية تمثلت في الاقتداء بأخلاق النبي. وخلصت الدراسة إلى أن فاعلية هذه البرامج تتوقف على جودة المحتوى، وكفاءة التقديم، وجاذبية الشكل، بما يسهم في توعية الشباب ومواجهتهم للبدائل الإعلامية الهدّامة[1].

ب- الإعلام الجواري المسموع و تنمية الوعي الديني لدى المستمعين:

يهدف هذا البحث إلى استقصاء إسهام الإعلام الإذاعي الجواري في تنمية الوعي الديني وترسيخ القيم الفاضلة لدى جمهور الإذاعة ، وذلك من خلال دراسة تطبيقية على برنامج "أسألوا أهل الذكر". وقد سعت الدراسة إلى الإجابة عن مدى فاعلية هذا البرنامج في تعزيز الوعي الديني لدى المستمعين.

اتّبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمة استبانة موزعة على عينة عشوائية مكوّنة من (207) مفردة من جمهور الإذاعة، وتم تحليل البيانات إحصائيًا باستخدام برنامج SPSS وتوصلت النتائج إلى أن للإعلام الإذاعي الواري دورًا محوريًا في بناء الوعي الديني.

وأن لبرنامج "أسألو أهل الذكر" أثرًا ملموسًا في توضيح المفاهيم الدينية، وبيان الأحكام الشرعية، وتوجيه الجمهور نحو التزام القيم الأخلاقية والسلوك القيم. أوصت الدراسة بتكثيف البرامج الحوارية الدينية ذات الطابع التفاعلي، لما لها من دور في ترسيخ المعرفة الدينية الصحيحة وتعزيز الجوانب القيمية لدى الجمهور[2].

ج- البرامج الدينية في إذاعة قسنطينة المحلية:

---

[1] - نوال، بومنجل. أثر برنامج الفضائيات الإسلامية في الوعي الديني لدى الشباب الجزائري في ولاية قسنطينة/ أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الإسلامية – تخصص الإعلام الإسلامي-. قسنطينة: جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية. 1443/2022هـ.

[2]- حكيمة، جاب الله. الإعلام الجواري المسموع و تنمية الوعي الديني لدى المستمعين (دراسة تحليلية و ميدانية لعينة من سكان ولاية البليدة لبرنامج " إسألوا أهل الذكر")/ أطروحة مقدمة لنيل شهادة الشهادة الدكتوراه طور الثالث في علوم الإعلام و الإتصال – تخصص إذاعة و تلفزيون - . الجزائر: جامعة الجزائر 3، كلية العلوم الإعلام و الإتصال، 2022.

تسعى هذه الدراسة إلى تحليل مضمون البرامج الدينية في إذاعة قسنطينة المحلية، بهدف التعرف على طبيعتها من حيث الشكل والمحتوى، واستكشاف مدى اهتمام جمهور أساتذة التعليم الابتدائي بها، وأنماط استماعهم والإشباعات المتحققة لديهم. تركز الدراسة على نوعية المواضيع و المصادر المعتمدة في هذه البرامج، والأساليب الإقناعية المستخدمة، إضافة إلى القوالب الفنية ومستوى اللغة الموظفة، في إطار بحث دور الإذاعة المسموعة كوسيلة فعالة في نشر الوعي الديني وتعزيز القيم الإسلامية لدى جمهور متنوع ثقافيًا واجتماعيًا.[1]

د- اتجاهات الخطاب الدعوي في الفضائيات المتخصصة :

يتناول هذا البحث الخطاب الدعوي في الفضائيات العربية المتخصصة، منطلقًا من فرضية وجود اتجاهين رئيسيين يحكمانه: الأول هو السعي نحو بناء براديغم إسلامي جديد، أو الحفاظ على الثقافة العربية. غير أن التحليل أظهر غيابًا فعليًا لهذين الاتجاهين، إذ لا يسعى الخطاب إلى إحداث تغيير معرفي عميق يرتكز على خدمة النص الديني والعقلانية والاستشراف، بل يوظف النص توظيفًا براغماتيًا يخدم مصالح سياسية ويكرس الوضع القائم. كما أنه لا يعمل على صون الثقافة العربية، بل يتناقض مع شعاراته المناهضة للعولمة عبر اعتماده أنماطًا إعلامية معولمة ولغة خطاب سلطوية تُقصي التنوع الثقافي والمذهبي.

في المقابل، يتجلى اتجاه بديل يتمثل في تكريس الاستقرار الاجتماعي دون تغيير حقيقي، إلى جانب النمذجة الثقافية التي تُروّج لصورة نمطية للداعية الخليجي، مما يعكس تحول الخطاب الدعوي إلى أداة لإعادة إنتاج الواقع أكثر من كونه وسيلة لإصلاحه أو تطويره.[2]

[1] - نوال، بومنجل. البرامج الدينية في إذاعة قسنطينة المحلية (دراسة تحليلية و ميدانية)/ مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستر في الإعلام الإسلامي. قسنطينة : جامعة الأمير عبدالقادر للعلوم الإسلامية، 2014.

[2] - رزيقة، عثمان. اتجاهات الخطاب الدعوي في الفضائيات المتخصصة/ أطروحة لنيل مذكرة الماجيستير – تخصص علم الاجتماع الإتصال- . البليدة : جامعة سعد دحلب، 2011م.

الفصـــل الثـــاني:
مدخل مفاهيمي حول الوسائط الفضائية للبث التلفزيون

الفصل الثاني: مدخل مفاهيمي حول الوسائط الفضائية للبث التلفزيوني

تمهيد

المبحث الأول :القنوات الفضائية التلفزيونية

المطلب الأول : القنوات الفضائية بين (الماهية والنشأة والتطور)

المطلب الثاني : خصائص القنوات الفضائية

المطلب الثالث : العوامل المؤثرة في ظهور القنوات الفضائية

المبحث الثاني : الاعلام الديني

المطلب الأول : **ماهية الاعلام الديني**

المطلب الثاني : ماهية البرامج الدينية

المطلب الثالث : دراسات تحليلية للمضامين التلفزيونية

خلاصة الفصل

تمهيـــــد :

يعد البث التلفزيوني عبر الوسائط الفضائية من أبرز الإنجازات في التكنولوجيا الحديثة، حيث مكن من نقل المحتوى الإعلامي إلى جمهور أوسع عبر الأقمار الصناعية، متجاوزا الحدود الجغرافية. إذ يهدف هذا الفصل إلى تقديم مدخل مفاهيمي للقنوات الفضائية التلفزيونية ، من خلال التعريف بها انتقالاً الى مراحل نشأتها وتطورها عبر الزمن وكذلك النظر الى خصائصها ، والعوامل التي أدت الى ظهور القنوات التلفزيونية بشكلها الحاضر.

قد وجد أهل الاختصاص في الدين الإسلامي سابقا صعوبة في نشر الوعي الديني للجمهور وتبليغ رسالته الى عامة الناس بسبب اتساع البقعة الجغرافية للعالم الإسلامي ، حيث كانوا يعتمدون سابقا على الترحال والتجار في نقل الدين ، لكن مع التطور التكنولوجي في الوقت الحاضر استغلوا علماء الدين القنوات التلفزيونية في تسهيل عملية نشر المفاهيم الصحيحة لدين الإسلامي وهنا بدأت فكرة الاعلام الديني في التبلور والظهور، وعلى أساس ذلك كان لا بد من فهم ماهيته بالتطرق الي مفهومه و وعناصره والأساليب التي استخدمها وكذلك المناهج التي اتبعها الاعلام الديني، بحيث اصبح ينقسم الي عدة برامج دينية والتي سنتكلم عنها لاحقا لإيضاح مفهومها وانواعها والاهداف التي يسعى الى تحقيقها ، بالنظر الى كل هذا لفهمه يجب التوجه الي الدراسات التي تمتاز بالمنهجية التحليلية للمضامين التلفزيونية.

المبحث الأول: القنوات الفضائية التلفزيونية

تُعد القنوات الفضائية من أبرز مظاهر تطور وسائل الاتصال الجماهيري في العصر الحديث، حيث أسهمت في تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية، وساهمت في تشكيل وعي الجمهور وتوجيهه من خلال محتوى متنوع يشمل الأخبار، والترفيه، والتعليم، والدين. وقد أصبحت هذه القنوات فاعلًا رئيسيًا في المشهد الإعلامي، تؤثر في الرأي العام، وتلعب دورًا محوريًا في بناء الصورة الذهنية للأحداث والقضايا المحلية والدولية، مما يجعل دراستها ضرورة لفهم تحولات الإعلام وسلوك الجمهور .

المطلب الأول: القنوات الفضائية بين (الماهية والنشأة والتطور)

1. مفهوم القنوات الفضائية

يمكن تعريفها على أنها : " تلك المحطات التلفزيونية التي يتم استقبالها عبر الهوائيات المقعرة سواء العربية أو الأجنبية، والتي تحمل مضامين ورسائل إعلامية متنوعة يقبل أفراد الجمهور على مشاهدتها لتلبية رغباتهم وإشباع حاجاتهم الاجتماعية والنفسية المختلفة ."

كما تعرف أيضا بأنها: "كل القنوات المرئية والمسموعة والمبثوثة عبر الأقمار الصناعية المتواجدة في الفضاء الخارجي للكرة الأرضية، وهي تعمل على نقل الرسائل المسموعة المرئية من جميع الدول.[1]

2. نشأة وتطور التلفزيون

أسهم العديد من العلماء في اختراع وتطوير التلفزيون، ولا نستطيع تحديد شخص بعينه بوصفه مخترعا لهذا الجهاز، فلقد أصبح وجود التلفزيون ممكنا في القرن التاسع عشر، حينما تعلم الناس كيفية إرسال إشارات الاتصال خلال الهواء بوساطة الموجات الكهرومغناطيسية، وهو ما عرف بالاتصال اللاسلكي . وكانت المحاولات الأولى تصب على إجراء الأبحاث لنقل الصور المتحركة من خلال تمديدات الأسلاك الناقلة بين محطة الإرسال ومحطات الاستقبال. وكان العنصر الرئيسي لتحريك التفكير في هذا الاتجاه هو نجاح العالم الألماني" بول نيكو "Paul Nipkow" في عام 1884 م في تجزئة الصورة عن طريق مسح الصورة تدريجياً بشكل لولبي مستمر ميكانيكياً، بواسطة أسطوانة مثقوبة عدة ثقوب تتجه من الطرف الخارجي إلى وسط الأسطوانة وعندما تدور الاسطوانة فوق الصورة دورة كاملة تكون قد قامت بمسح جميع الخطوط الموجودة في الصورة وعند نقل تلك الومضات الصادرة عن الثقوب يمكن إعادة تشكيل الصورة على شكل ومضات كهربائية في أنبوبة زجاجية مفرغة من الهواء ومطلية بمواد كيميائية حساسة لسقوط الإلكترونات عليها . ومع تطور جودة الأشكال التي أمكن تحقيقها من خلال أنابيب الأشعة الكهربائية التي عرفت بشكل واسع في أبحاث الفيزياء الكهربائية منذ عام 1904 . تمكن العالم الأمريكي الروسي "المولد فلاديمير زوريكن(zorykin) " في عام 1923 من تسجيل اختراع الأنبوب كاميرا يستطيع تجزئة الصورة الضوئية إلكترونياً ونقلها ليعاد استقبالها واعادة بنائها. ولم يلبث العالم البريطاني "جون بيرد" أن قام بالاستفادة من ذلك الاختراع وتقديم أول نظام عملي لنقل الصور في تجربة شهيرة ناجحة في لندن .في عام 1926م .كانت هيئة الإذاعة البريطانية في بريطانيا، وشركتا "سي بي إس" والإذاعة القومية بالولايات المتحدة هي الرائدة في تجارب البث التلفزيوني الأولى في العالم. وبدأت هيئة الإذاعة البريطانية BBC أول بث تلفزيوني منتظم عام 1936م، وذلك بالبث من قصر "ألكسندرا" في لندن وتعتبر أيضاً أولى مؤسسات التلفزيون التي تقدم التصوير والبث الحي من خارج الإستوديوهات المغلقة[2] .

وفي العام نفسه، وضعت شركة لاسلكي أمريكا والتي تمتلك شركة الإذاعة القومية إن بي سي NBC. أجهزة استقبال في 150 منزلاً بمدينة نيويورك. وبدأت محطة نيويورك التابعة لشركة الإذاعة القومية أول بث تلفزيوني تجريبي لهذه المنازل. وكان أول برامجها برنامجا للرسوم المتحركة.

[1] - محمد، الفاتح،حمدي. القيم في المحتويات البرامج التلفزيونية ذات الطابع الخيري" دراسة تحليلية لبرنامج قلبي اطمأن"، عبر شاشة قناة أبوظبي التلفزيونية. الجزائر – جيجل - : المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام و الرأي العام، المجلد (3)/ العدد(2)، 2020. ص 319.

[2] - عبدالرزاق، بوترعة. الإعلام الدعوي الإسلامي عبر الفضائيات العربية و إشكالية صناعة و توجيه الرأي العام،" دراسة وصفية و تحليلية و ميدانية لعينة من البرامج الدعوية و تأثيرها في توجيه الرأي العام لدى نخبة في الجزائر – برنامج الشريعة و الحياة لقناه الجزيرة نموذجا 2011-2012" / أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال. العاصمة : جامعة الجزائر(3)، كلية علوم الإعلام و الإتصال ، 2018. ص 133.

ظهر أول نظام عملي للتلفزيون الملون في الولايات المتحدة عام 1953، وفي الستينيات أصبح تطور التلفزيون أكثر سرعة، بإدخال التلفزيون الملون في عدة دول بنظامين هما بال وسيكام، وبدأت هيئة الإذاعة البريطانية البث الملون المنتظم في عام 1966م على القناة الثانية .

اما ظهور التلفزيون في العالم العربي فيعتبر تلفزيون العراق أول تلفزيون عربي بدأ إرساله التلفزيوني الأول في يوليو عام 1956، وبدأت القصة قبل ذلك بعام حين حضرت إحدى الشركات الألمانية للمشاركة في معرض تجاري للأجهزة الإلكترونية في بغداد وصادف أن بين معروضاتها جهاز للبث التلفزيوني باللونين الأبيض والأسود مع إستوديو صغير مجهز بلوازم التصوير وبعد انتهاء المعرض قررت الشركة إهداء تلك المعروضات إلى حكومة العراق الملكية. وفي نفس العام وبالتحديد في ديسمبر ظهرت أول قناة تلفزيونية في الجزائر، وكانت أول بداية للتلفزيون الجزائري في نهاية شهر ديسمبر عام 1956 إبان الفترة الاستعمارية، حيث كانت تعمل ضمن المقاييس الفرنسية وبعد استحداثها اهتماماً بالجالية الفرنسية المتواجدة بالجزائر آنذاك، كما اقتصر بثها على المدن الكبرى للجزائر وفي لبنان وضع حجر الأساس لمبنى التلفزيون الرسمي في العام 1957، لكن إنجاز المشروع تأخر ليبدأ البث في أيار (مايو) 1959 .

وفي العام نفسه وقعت مصر اتفاقية مع صوت أميركا لتزويدها شبكة إرسال تلفزيونية وتدريب كوادرها الإعلامية، وفي (يوليو) 1960 امتلكت مصر قناة تلفزيونية، واللافت أن القناة هي الرابعة على مستوى العالم العربي بعد قنوات أرامكو وبغداد وبيروت .

وشكل الانتقال إلى التلفزيون الرقمي مع بداية العام 1990 ، ثورة اتصالية كبيرة في عالم التلفزيون، فتقنية التلفزيون الرقمية تعتمد على تحويل الإشارة المرئية من شكلها الأصلي التمثيلي إلى الشكل الرقمي، وقد تحولت كثير من قنوات التلفزيون ومنذ أواخر القرن العشرين إلى البث التلفزيوني الرقمي عن طريق الأقمار الصناعية .

ولم يكد هذا النظام من الانتشار في الكثير من دول العالم حتى ظهرت تقنية جديدة أكثر جودة وفعالية وهي التلفزيون عالي الدقة(HD) ، حيث تتميز الصورة في التلفزيون عالي الدقة،بوضوح المعالم والتفاصيل الدقيقة فيها حتى في حالة تكبيرها على شاشة كبيرة بمساحة الحائط، بسبب زيادة عدد خطوط الشاشة، كما أن أجهزة الاستقبال بنظام عالي الدقة تعيد إنتاج الصوت رقميًا، أي شفرة عددية، تضاهي جودة الصوت فيها صوت الأقراص المدمجة (جامعة ديالى/ كلية الفنون الجميلة).[1]

[1] - عبدالرزاق، بوترعة. الإعلام الدعوي الإسلامي عبر الفضائيات العربية و إشكالية صناعة و توجيه الرأي العام. المرجع السابق.

المطلب الثاني: خصائص القنوات الفضائية

يعد التلفزيون من أكثر الوسائل تأثيرا وانتشارا لما يتميز به من خصائص مقارنة بغيره من وسائل الإعلام والاتصال، تمثلت في:

1. **التلفزيون وسيلة قوية، وتقاس قوة أي وسيلة اتصالية بمعدل انتشارها في المجتمع، وبعدد الأفراد الذين هم في احتكاك مستمر بها، ويتميز التلفزيون بحيازته على أوسع جمهور .**

2. **التلفزيون وسيلة سريعة له القدرة على تغطية الجمهور المستهدف، وعلى خلق مجموعة من الاتصالات في أسرع وقت ممكن[1] .**

3. **التلفزيون وسيلة كاملة، فهو يجمع كل الإمكانات التعبيرية التي تميز الوسائل الإعلامية الأخرى، " فهو يجمع بين الصوت والصورة والحركة واللون، وله القدرة على تكبير الأشياء الصغيرة وتحريك الأشياء الثابتة، و ذلك ما يجذب انتباه المشاهد .[2]**

4. **بعض القنوات تعتمد لهجات ولغات محلية أو دولية لاستهداف جمهور محدد مما يعكس هويتها الثقافية والايدلوجية .**

5. **المشاهدة التلفزيونية جماعية عادة وتكلفتها رخيصة، وقبل ظهور التلفزيون كان الناس إذا سمعوا حدثا في الراديو يضطرون إلى شراء الصحف للاطلاع على التفاصيل ورؤية الصور.**

6. **تنفرد التلفزة بعملية التأثير السريع، ولكنه يتلاشى بسهولة أكبر مع مرور الوقت، ويمكن مشاهدة التلفزيون والاستماع إليه أثناء القيام بأعمال أخرى، كما يعطينا حرية اختيار أكثر من قناة.[3]**

7. **القدرة على الإقناع والمصداقية، ففي التلفزيون يرى المشاهدون الأحداث بأعينهم، ويسمعونها بأذانهم ما يترك تأثيرا اقناعياً قويا بأنه لم يعد يجعل المشاهدين من المتابعين للحدث فقط.**

---

[1]- السعدية، قرش. واقع البرامج الثقافية في الفضائيات العربية." دراسة وصفية من منظور عينة من الفاعلين الثقافيين في العالم العربي. الدورات البرامجية (2015/2016/2017)/ أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال. العاصمة: جامعة الجزائر3. ص 71.

[2] - سعد، سراج. الرأي العام و مقوماته و أثره على النظم السياسية المعاصرة. مصر – القاهرة - : دار الكتاب الحديث، 1978.ص 188.

[3] - السعدية، قرش. واقع البرامج الثقافية في الفضائيات العربية. مرجع سبق ذكره. ص 71.

8. **القدرة على التخصص بحيث هنالك العديد من القنوات موجهة وذات طابع متخصص ، منها قنوات دينية، إخبارية ،اقتصادية ،وثائقية.**

9. **يتميز التلفزيون بعنصر التكرار، لأن المعلومات التي يتلقاها الإنسان لا يستوعبها بكاملها، مما يجعل إعادة عرض المعلومات وتكرارها أمر ضروري لتثبيتها وتذكرها والاستفادة منها.[1]**

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في ظهور القنوات الفضائية

تخضع القنوات الفضائية لعدة عوامل مؤثرة تُسهم في تشكيل توجهاتها ومحتواها وبرمجتها، سواء كانت عوامل داخلية تتعلق بالإدارة والسياسة التحريرية، أو خارجية ترتبط بالسياق السياسي والثقافي والاقتصادي. وتُعد هذه العوامل مفتاحًا لفهم طبيعة الرسائل الإعلامية التي تقدمها، وحدود استقلاليتها، ومدى قدرتها على التأثير في الجمهور، ومنه نتطرق الى بعض العوامل المهمة ظهور القنوات الفضائية:

1. رغبة بعض المجموعات الإعلامية في إنشاء قناة دينية مكملة لقنوات المجموعة مثل ما فعلت مجموعة روتانا المملوكة للملياردير السعودي الوليد بن طلال حينما أنشأت قناة الرسالة .
2. تعرض الرموز الإسلامية إلى الهجوم (بعد أحداث 11 سبتمبر، الرسوم المسيئة للرسول...) أدى إلى تحول بعض الرأسمال المسلم الموجود بين يدي بعض أثرياء المسلمين خاصة الخليجيين منهم إلى تأسيس بعض الحملات وبعض القنوات التي تدافع عن الإسلام .
3. التنافس المذهبي والطائفي بين عدد من القنوات السنية والشيعية أدى إلى تزايد عدد القنوات الدينية في ظل التراشق الإعلامي وخلق وجهات نظر متناقضة مع طرف ضد طرف آخر .
4. انتشار القنوات الفضائية المتخصصة في الغناء و الفيديو كليب والقنوات السينمائية والإباحية والتي تنشر الإعلام الهابط وتكرس الذوق المتدني المنحل عن الأخلاق والفضيلة، سبب آخر يمكن أن يضاف للأسباب التي أدت إلى انتشار القنوات الدينية الفضائية كرد فعل .
5. الفضائيات الدينية الإسلامية الخاصة حرضت بشكل أو بآخر على اهتمام بعض الدول العربية بإنشاء قنوات دينية حيث شهدنا في الجزائر مثلا ميلاد قناة القرآن الكريم وفي ليبيا قناة الهداية وفي المغرب السادسة.... بعد ظهور قنوات إقرأ والرسالة.
6. التطور الطبيعي في وسائل الدعوة الدينية الإسلامية ، فعن طريق الفضائيات تستطيع أن تخاطب ملايين في أماكن متفرقة وبعيدة بخلاف المكان المحدود، فطبيعي أن يتوجه الدعاة إلى تلك الوسيلة التي يخاطبون من خلالها الملايين بخلاف وسائل يخاطبون من خلالها العشرات والمئات وفي أحسن الأحوال أحاد الآلاف .

[1] - محمد ، الهاشمي . تكنولوجيا وسائل الإتصال الجماهيري. الأردن – عمان - : دار أسامة، 2013م. ص 191.

المبحث الثاني : الاعلام الديني

يُعد الإعلام الديني أحد أبرز أشكال الاتصال الجماهيري، إذ يسعى إلى نشر القيم والمفاهيم الدينية، وتعزيز الوعي الأخلاقي والروحي لدى الجمهور. وقد تطوّر هذا النوع من الإعلام من المنابر التقليدية إلى منصات فضائية حديثة، مما أتاح له الوصول إلى جمهور أوسع، والتأثير في السلوك والتفكير الديني في مختلف السياقات الثقافية والاجتماعية.

المطلب الأول : ماهية الاعلام الديني

يعالج هذا المطلب الإعلام الديني من حيث المفهوم، الأهمية، وآليات التفعيل، مع التركيز على مقومات تطويره. كما يتناول الوعي الديني الذي تنقله الرسالة الإعلامية، ويبين علاقته بتنمية القيم ومواجهة الظواهر السلبية، ثم يسلط الضوء على دور الإعلام الديني في حفظ الهوية الثقافية في ظل العولمة.

1. مفهوم الإعلام الديني

ويعرف الباحثون الإعلام الديني على أنه إعلام يستمد منهجه وأدواته وأساليبه وإشكاله وتطبيقاته من كتاب الله عز وجل وسنة نبيه محمد صلى الله عليه وسلم، وهما مصدر التشريع، وقد حدد بعضهم ماهية الإعلام الديني بأنه التركيز على بناء الشخصية الإسلامية المتوازنة.

وتكوين المجتمع الإسلامي المتماسك والمتكامل والمتكافل المبني على عقيدة الإسلام ومبادئه وقيمه وترقية اهتمامات الناس والسمو بعقولهم ووجدانهم وسلوكهم، ونشر الثقافة الإسلامية بمبادئها السامية وقيمها الرفيعة، ومحو الأمية الحرفية والفكرية والسعي نحو توحيد الأمة الإسلامية، وتضامنها فكريا ووجدانيا وولاء وتطبيقا مع بث روح الألفة والمودة والتآلف والانسجام بين سائر المسلمين .[1]

2. عناصر الإعلام الديني:

ان للإعلام الديني عدة عناصر نلخصها كالتالي.[2] :

أ- التعريف الصحيح بالإسلام و العقيدة والشريعة كنظاما كاملا وشاملا يحقق الخير للجميع إذا التزموا بمعطياته وتمسكوا بقيمه ومبادئه.

ب- ترسيخ وتوضيح القيم الإسلامية البناءة التي يؤكد عليها الإسلام في تنمية المجتمع والارتقاء به وبأفراده في كل مكان وزمان.

---

[1] - طه، أحمد، الزيدي. معجم مصطلحات الدعوة و الإعلام الإسلامي، ط 1. دار النفائس للنشر و التوزيع، 2010.ص 45.

[2] - لطيفة، نسيغاوي. الإعلام الديني و الدعوة الإسلامية" دور قناة إقرأ في تنمية الوازع الديني لدى شباب الجزائري، "دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية خنشلة" / أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال. باتنة: جامعة باتنة (1) الحاج لخضر، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، 2022م. ص 78.

ج- ترسيخ المبادئ النبيلة التي يحث عليها الإسلام في تحقيق العدل والتكافل والخير للجميع.

د- التعريف بأحوال المسلمين وتذكيرهم بمشاكل إخوانهم، والتحديات التي تواجههم، واقتراح الوسائل المناسبة لمساعدتهم.

هـ- إبراز الجوانب الإيجابية في الدول الإسلامية وعدم الخضوع لسيطرة الإعلام الغربي.

و- التعريف بالشخصيات الإسلامية التي أسهمت في صنع التقدم والتطور في مختلف المجالات.

ز- تفنيد الدعايات الكاذبة والافتراءات المغرضة التي يشنها أعداء الإسلام وخصومه.

ح- تصحيح الصورة الذهنية الخاطئة التي تكونت عند بعض الشعوب والجماعات عن الإسلام والمسلمين

3. أساليب الإعلام الديني

ونشير هنا إلى إشارات مختصرة بما يعطي صورة أولية من الأساليب الإعلامية الدعوية؛ حيث يمكن تقسيمها إلى أقسام :

أ- الخبر: هو وصف الحدث بشكل واضح ودقيق وموجز، وشروط الخبر الصدق والواقعية والشمولية تجيب عن الخمسة أسئلة ماذا؟ وكيف؟ ومتى؟ وأين؟ ولماذا؟ حتى يصل الخبر إلى المرحلة النهائية من الإعداد.

ب- التحليل: هو قراءة عملية موثقة لحدث موضوع وبالتالي تفصيل أجزائه وتسلسلها حتى يمكن تكوين رؤية مستقبلية تصور ذلك وتحدد ملامحه، وتتنوع موضوعات التحليل إلى اقتصادي رياضي تربوي، وينبغي أن يتسم المحلل بعدة صفات أبرزها الثقافة العامة والخاصة بالموضوع المطروح، والقدرة على امتلاك ناصية الكلمة، والحصيلة من المفردات اللغوية إضافة إلى الصفات الخلقية المبنية على الصدق والأمانة.

ج- الحوار والحديث : هو أن يكتب الصحفي عن حوار دار بينه وبين شخص، أو جماعة أخرى أو الحوار معهم بوسيلة من وسائل الاتصال، ويقوم المحرر الصحفي بإعادة صياغة الحديث الصحفي ملتزما بالحقيقة والصدق، وقد يكون شخصيا أو جماعيا أو عاما. وقد جرت العادة أن تجرى الأحاديث الصحفية مع المطربين والمطربات، ومع الممثلين والرياضيين وغيرهم حتى تنقل وسائل الإعلام أرائهم واتجاهاتهم وأخبارهم إلى الجماهير ولا يكاد يذكر في هذا الدعاة والعلماء المصلحون، ومن هنا تأتي أهمية الحوار والحديث في الإعلام الديني.

د- ومن الأساليب الأخرى المستخدمة في الاعلام الديني هي: التحقيق ،المقال، القصة، الخطبة والمحاضرة، المناظرة.[1]

[1] - لطيفة، نسيغاوي. الإعلام الديني و الدعوة الإسلامية"، مرجع سبق ذكره. ص 78.

4. منهج الإعلام الديني

وسنستعرض فيما يلي مجموعة من الأفكار والمبادئ العامة التي تتكون منها الاستراتيجية الإعلامية الإسلامية وكمنهج للإعلام الديني:

أ- الطاقات والقدرات الأساسية: بمعنى أنه لا يجب أن ترتفع بالفرد المسلم إلى مستوى التوتر والقلق لأن الأفراد تختلف قدراتهم وطاقاتهم. و للفرد الحق في المعرفة والعلم والدعوى بالقدر الذي يتفق مع إمكانياته وطاقاته وقدراته المنطقية العاطفية والروحية .

ب- الإيجابية البنائية: تعنى الايجابية البنائية في مفهوم النظرية الإعلامية الإسلامية أن رجل الإعلام بعد أن يأخذ في الاعتبار طاقات جمهوره و قدراته يتحرك صوب هدف واضح و محدد و تنحصر الأهداف كما حددتها النظرية الإعلامية الإسلامية في خمس أنواع هدف عدواني إجرامي وهدف أناني انطوائي وهدف تعصبي وهدف إنساني وهناك الهدف المثالي وهو أعلى الأهداف ويمثل ما جاء في شريعة الإسلام وفي القرآن من خلال آيات كثيرة.

ج- التوازن الإعلامي: التوازن الإعلامي بمعنى الموازنة بين عنصري عملية الاتصال المرسل والمستقبل أو الداعية والجمهور. وفي إطار هذا التوازن تتحقق وظائف الإعلام في المجتمع فيزود القائم بالاتصال الجمهور بالإخبار الصحيحة والمعلومات السامية لا وفق أهوائه وميوله أو ميول المؤسسات الإعلامية التي يعمل بها وإنما وفق المبادئ الإسلامية كما يتحقق في إطار هذا التوازن احترام شعور الإنسان بذاته وعقله ووعيه؛ فلا يفرض القائم بالاتصال دعوته عليه ولا يسوقه سوقا، فضلا أن الجمهور المتلقي له حق المراقبة وحق الضغط على القائمين بالاتصال إذا خرج عن الأهداف الأساسية المعلنة التي أقرها الإسلام والجمهور في مفهوم التوازن الإعلامي كيان واع وقادر على التفكير وعلى اتخاذ القرار.

د- المسئولية الذاتية : تقع عملية الانتقاء والتفضيل والاختيار بين أنواع المضامين المختلفة لنوع من التصفية الذاتية من القائم بالاتصال؛ فهو بحكم مراقبة الله له وخشيته الدائمة منه وبحكم الضمير الحي، فإنه مطالب بأن يستعرض كل ما يقدمه على هذا الضمير فما استراح له قلبه واطمئن له ضميره قدمه لجماهيره.

هـ- الإحاطة بالظرف الاتصالي: يتحدد نطاق الإحاطة بالظرف الاتصالي من منطلق حديث الرسول صلى الله عليه وسلم المؤمن كيس فطن بمعنى أن يحيط القائم بالاتصال بمتطلبات الظرف الاتصالي فيكون على دراية بما يدعو له وأن يحيط إحاطة تامة بالموضوع الذي يقدمه وأن يدعو وهو على بصيرة من نفسه بطرق الإقناع وبأساليب الفن الإعلامي وبأحوال من يدعوهم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وأيضا التعرف على طبائع الناس واهتماماتهم وميولهم والجماعات التي ينتمون إليها .[1]

[1] - لطيفة، نسيغاوي. الإعلام الديني و الدعوة الإسلامية. المرجع السابق، ص ص 88/86.

المطلب الثاني : البرامج الدينية

تُعد البرامج الدينية من أبرز أنواع البرامج التي تسعى إلى تعزيز الوعي الديني وترسيخ القيم الأخلاقية والتربوية في المجتمع. وهي تهدف إلى تبسيط المفاهيم الشرعية، وتقديم النماذج القدوة، ومعالجة القضايا الاجتماعية من منظور إسلامي، مما يسهم في بناء شخصية متوازنة فكريًا وروحيًا. وتتنوع هذه البرامج لتلبية احتياجات جمهور واسع من مختلف الفئات العمرية والثقافية.

1. مفهوم البرامج الدينية

أما فيما يتعلق بمفهوم البرامج الدينية التلفزيونية، فهناك عدة تعريفات حول مفهوم البرامج الدينية ووصفها، ولعل أبرزها عند أهل الاختصاص:

أ- البرامج الدينية هي كل نشاط إعلامي مرئي مسجل أو حي متخصص في الدين الإسلامي وقضاياه ومهتم بجوانب الحياة كافة عبر برنامج مخصصة لتلك الأغراض .[1]

ب- وهناك من عرفها على أنها: «النشاط الإعلامي المتخصص في علوم الدين في إطار الإعلام العام الملتزم بالإسلام.»[2]

ج- وحدد بعض الباحثين مفهوم البرامج الدينية التلفزيونية بأنها : شكل تلفزيوني يقدم من خلاله القائم بالاتصال المعلومات الدينية، وله دورية يذاع بناء عليها، وله مساحة زمنية محدودة بين البرامج والمواد الأخرى.»[3]

2. أنواع البرامج الدينية في الفضائيات العربية

تتعدد أنواع البرامج الدينية التلفزيونية في الفضائيات العربية ويمكن تقسيمها من حيث المضمون، ومن حيث الشكل ألا وهي كالتالي :

أ- أنواع البرامج الدينية من حيث المضمون:

- برامج تلاوات القرآن الكريم.
- برامج تعليم قراءة القرآن الكريم.

[1] - محمد، بن علي، هندية. البرامج الدينية في القنوات التلفزيون الفضائية/ رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة محمد بن سعود الإسلامية، قسم الإعلام. 1423هـ.ص 12.

[2] - سيد، سيداتي، الشنقيطي. البرامج الإعلامية بين الواقع و الأمل. الرياض : دار عالم الكتب، 1407هـ. ص8.

[3] - عبدالرزاق، بوترعة. الإعلام الدعوي الإسلامي عبر الفضائيات العربية و إشكالية صناعة و توجيه الرأي العام. مرجع سبق ذكره. ص 151.

- برامج تفسير القرآن الكريم وبيان حكمه ومعانيه.[1]
- برامج في الإعجاز القرآني.
- برامج الأحاديث النبوية.
- برامج تعليم علوم الحديث النبوي وتدريسها.
- برامج في علم العقيدة والتوحيد.
- برامج فقهية.
- برامج في السيرة النبوية وتاريخ الصحابة والتابعين.
- برامج تهتم بأعلام الإسلام والشخصيات المؤثرة في تاريخ الأمة.
- برامج تقدم وتناقش قضايا إسلامية معاصرة.
- برامج إيمانية عامة وعظ وإرشاد.

ب- أنواع البرامج الدينية من حيث الشكل:

- التلاوات.
- الأحاديث الدينية التوجيهية المباشرة.
- الإفتاء الشرعي المتخصص.
- الندوات.
- المقابلات والحوار.
- الدروس العلمية.
- المنوعات كالمجلات التلفزيونية.
- القوالب الإنشادية.

[1] - ناصر، بن عبدالرحمن، الهزاني. الفتوى في القنوات الفضائية العربية / دراسة في التعرض و المشاهدة. بيروت: دار الحزم، 2011. ص ص 123- 132.

- المواد الوثائقية والتقارير.[1]

3. أهداف البرامج الدينية:

يمكن رصد هدفين جوهريين في الإطار النظري للفضائيات الدينية:

أ- الرسالة الإعلامية التوعوية و التصحيحية للمفاهيم الإسلامية، وهي في مجملها رسالة موجهة للمسلمين.

ب- الرسالة الإعلامية التبشيرية المكلفة بنقل رسالة إسلامية لخلق حالة إقناع عند غير المسلمين لاعتناق الإسلام أو التعاطف مع قضاياه و شؤونه.[2]

المطلب الثالث: دراسات تحليلية للمضامين التلفزيونية

لم يعد التليفزيون الحديث موضوع محادثة فحسب، كما كان عند اختراعه، بل أصبح هو نفسه شكلا محادثيا، مشهد للمحادثة. ولما كانت دراسة الأنواع التليفزيونية يمكن أن تكشف عن اتجاهات ثقافية وفنية تعبر بدورها عن آثار اجتماعية وايديولوجية فإن السيميوطيقا أولت عناية خاصة لتحليل آثار النوع في التليفزيون. تعرض فيها الباحثين لدراستين أولها اعتبرت التلفزيون كنوع من المحادثة، والثانية الشكل التلفزيوني نوضح المنطلقين من خلال هذا التفصيل:

1. التليفزيون كنوع من المحادثة

تمت دراسة الأنواع التليفزيونية انطلاقا من التراث النقدي والنظري للأنواع والعلاقات بين الأنواع الأدبية والتلفزيونية والخصوصية التليفزيونية والآفاق النظرية الخاصة بالسيميوطيقا. وسمح تطوير مفهوم النص للسيميوطيقا باقتحام مجالات أخرى غير تلك المتعلقة بالأنواع مثل تلك الخاصة بالبرامج والمضامين وعلاقتها بالمشاهدين ، وفي موازاة ذلك فإن السيميوطيقا المتخصصة في نظرية Enonciation قد أتيحت لها في مناسبات عديدة، إبان السنوات الأخيرة، أن تبدي اهتماما بموضوعات تحليل ملموسة في السينما أو في التلفزيون. وعلى الرغم من أنها أكثر تطورا في المجال السينمائي (خاصة في فرنسا وإيطاليا وبدرجة أقل في إسبانيا) فهناك عدة دراسات عن هذه النظرية تتعلق بوسيلة التليفزيون ولاسيما في إيطاليا. وتتمثل إحدى الفرضيات الأكثر خصوبة في دراسة البعد الاتصالي للتليفزيون في فرضية الاتفاق الاتصالي". انطلاقا من مبدأ أن الاتصال لا يقتصر على بث المعلومات والبيانات فحسب بل أنه أيضا تفاعل؟، إذ يفترض وجود اتفاق بين المشاركين حول كيفية السلوك.

---

[1] - ناصر، بن عبدالرحمن، الهزاني. الفتوى في القنوات الفضائية العربية. المرجع السابق.

[2]- عبدالرزاق، بوترعة. الإعلام الدعوي الإسلامي عبر الفضائيات العربية و إشكالية صناعة و توجيه الرأي العام. مرجع سبق ذكره. ص 156.

فمن المتعين قيام اتفاق بين Enonciateurالتليفزيون و Enonciataire الجمهور حول الدور المناط بكل منهما وحول نوع العلاقة التي تنشأ بينهما حول القواعد التي تنظم لقاءهما وحول الأهداف التي يبتغيها هذا اللقاء. [1]

2. الشكل التلفزيوني

التكرار النموذج وإعداد البرنامج، التركيز على إطار البرنامج حيث يكون الاهتمام بالمدعوين بدرجة أقل من الاهتمام بمقدم البرنامج وظهوره وكلامه المرتجل والمزج الذاتي (حيث يتم التركيز على عدم إحكام أو اتقان البث المباشر والارتجال وهشاشة الصيغة (حيث يؤدي البحث عن أصالة معينة والتغيير إلى ضياع النموذج والحدود المعتادة للمنوعات

فيما يتعلق بإبداع البرامج وإنجازها فالاتجاهات الحالية تقضي إلى استخلاص أننا نشهد مرحلة أو حقبة جمالية حقيقية للتليفزيون تتميز بالأسلوب الباروكي الجديد Ned baroque

إذا كان ما سبق صحيحا فذلك يعني أن التليفزيون وصل اليوم إلى العصر الباروكي المرحلة الرابعة للتطور الذي بدأ من المرحلة البدائية إلى الكلاسيكية ومن النهجية Manniisme إلى الباروك).

وإن اختفاء المشاهد - النموذج الوحيد والشامل في حين إننا نتجه إلى نموذج للبرمجة يتكيف مع جماهير أكثر تنوعا وتحديدًا، يمثل أحد مظاهر هذا التغيير.

وبناء عليه سيحدث انزلاق للتليفزيون الشامل إلى التليفزيون المصغر Micro الذي يتطلب مشاهدا أكثر نشاطا قادرا على اختراع تليفزيونه الخاص به.[2]

[1] - عبد القادر، خربوش. الخطاب الديني التلفزيوني و مضامين التلقي، " دراسة مسحية تحليلية – قناة القرآن الكريم الجزائرية نموذجا، 18مارس/ 18 أفريل من سنة 2017" / أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوره للطور الثالث في علوم الإعلام و الإتصال – تخصص إذاعة و تلفزيون-. العاصمة : جامعة الجزائر(3)، كلية علوم الإعلام و الاتصال.ص84.

[2] - عبد القادر، خربوش. الخطاب الديني التلفزيوني و مضامين التلقي . المرجع السابق.

خلاصة الفصـــــل :

في ختام فصل "مدخل مفاهيمي حول الوسائط الفضائية للبث التلفزيوني"، يتضح أن تطور الوسائط الفضائية قد شكّل نقلة نوعية في بنية الإعلام المعاصر، من خلال توسيع نطاق البث، وتعدد القنوات، وسهولة الوصول إلى الجمهور على اختلاف ثقافاته ومواقعه الجغرافية. وقد تناول هذا الفصل المفاهيم الأساسية المرتبطة بالبث الفضائي، مثل التشفير، والأقمار الصناعية، وتقنيات الإرسال، إضافة إلى تصنيف القنوات الفضائية حسب مضمونها وأهدافها.

كما بيّن الفصل أن هذه الوسائط لم تعد مجرد أدوات نقل للمعلومة، بل أصبحت فاعلًا أساسيًا في تشكيل الوعي، وصناعة الرأي العام، وبناء ثقافة جماهيرية جديدة تتأثر بالسرعة، والتعدد، والتنافس الشديد على المحتوى. ومن هنا، تبرز أهمية فهم هذه الوسائط ليس فقط من الناحية التقنية، بل أيضًا من الزاوية الاتصالية والثقافية، لكونها الإطار الحاكم لعمل القنوات التلفزيونية، بما فيها القنوات الدينية، التي باتت جزءًا من هذا الفضاء المفتوح بكل ما يحمله من فرص وتحديات.

الفصل الثالث:

البرامج الدينية التلفزيونية

(قضايا الخطاب و تحديات المعالجة الإعلامية)

الفصل الثالث : البرامج الدينية التلفزيونية
(قضايا الخطاب و تحديات المعالجة الإعلامية)

تمهيد

المبحث الأول : قضايا البرامج الدعوية

المطلب الأول: الوعي الديني

المطلب الثاني : التوحيد

المطلب الثالث : القيم

المبحث الثاني : تحديات القنوات الدينية (مع لمحه عن برنامج سواعد الإخاء)

المطلب الأول : لمحة عن برنامج سوعد الإخاء

المطلب الثاني : مسألة الإخراج والجانب الموضوعي في برنامج سواعد الإخاء

المطلب الثالث : تحديات القنوات الدينية

خلاصة الفصل

تمهيـــــد:

يتناول هذا الفصل تحليل البرامج الدينية التلفزيونية من زاويتين متكاملتين: البُعد الخطابي الدعوي، والتحديات الإعلامية التي تواجه هذه البرامج في سياقها المعاصر. ويهدف إلى إبراز ملامح الخطاب الديني في وسائل الإعلام المرئية، وتقييم مدى تأثيره وفعاليته في تشكيل الوعي الديني، مع دراسة تحليلية لبرنامج "سواعد الإخاء" كنموذج . و ذلك عن طريق التطرق إلى القضايا والمضامين الدعوية التي تتناولها البرامج الدينية بحيث تتمحور مواضيع هذه القضايا في : الوعي الديني الذي بدوره يدرس المفهوم العام وأبرز مميزاته التي تعكس مدى ارتباطه بالسياق المجتمعي والثقافي للمشاهد. و كذلك التوحيد الذي يعتبر من أهم القضايا الدينية ، بحيث تناولنا مسألة التوحيد كقضية مركزية في الخطاب الديني، وطبيعة معالجتها في البرامج الدعوية من حيث الطرح والمستوى والمخاطب، و أخيرا القيم بحيث يركّز على القيم التي تبثها البرامج الدعوية، سواء كانت دينية، أخلاقية، أو اجتماعية، وتحليل كيفية تقديمها وإبرازها ضمن السياق الإعلامي. اما التحديات القنوات الدينية (مع لمحة عن برنامج سواعد الإخاء) يعالج هذا المبحث التحديات المهنية والإعلامية التي تواجه القنوات الدينية، ويقدّم نموذجاً تطبيقياً من خلال تحليل برنامج "سواعد الإخاء"، وذلك عبر لمحة عن برنامج سواعد الإخاء نقدّم نظرة تعريفية تحليلية عن البرنامج، أهدافه، فكرته، مراحله الإنتاجية، وطبيعة الشخصيات المشاركة فيه. وكذلك مسألة الإخراج والجانب الموضوعي في برنامج سواعد الإخاء بتناول الأساليب الإخراجية المعتمدة في البرنامج، وطبيعة القوالب البصرية، بالإضافة إلى تحليل مضامين الحلقات من حيث الموضوعات والقيم والخطاب المستخدم. اما فيما يخص تحديات القنوات الدينية يناقش أبرز الإشكاليات والتحديات التي تواجه القنوات الدينية بشكل عام، مثل المنافسة الإعلامية، التوظيف التقني، طبيعة الخطاب، وجاذبية الشكل والمضمون.

.المبحث الأول: قضايا البرامج الدعوية

تتعدد القضايا التي تتناولها البرامج الدعوية في وسائل الإعلام، وتشمل موضوعات محورية تتعلق بالعقيدة والسلوك والقيم، وتستهدف تعزيز الوعي الديني لدى الجمهور بأساليب خطابية متنوّعة. وتكمن أهمية هذه البرامج في قدرتها على تبسيط المفاهيم الدينية، وتوجيه المتلقي نحو الفهم الصحيح للدين.

المطلب الأول: الوعي الديني

عند الحديث عن الوعي الديني لفهمه فهما سليما لابد لنا ان نتحدث عن ما المقصود بالوعي الديني مروراً الى أهم مميزاته .

1. مفهوم الوعي الديني

يعرف على انه الربط بين الوعي و القيم الدينية، أي التمسك بالدين و العمل به و بما طلبه القرآن و السنة و الحفاظ على القيم الدينية ، ونقصد في هذا المقام بالوعي الديني من ناحية الإجرائية، هو كل التصورات التي يحملها الأفراد المبحوثين عن الخطاب الديني ، و مدى تمسكهم بالقيم و التعاليم الدينية التي تلقوها في إحدى مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

2. مميزات الوعي الديني

و لعل من أبرز مميزات الوعي الديني القوي هي:

أ- تحصين الأفراد: يكون التحصين ضد الانحرافات السلوكية و ضد الغزو الثقافي الغربي على قيمهم الدينية الفعلية و الكامنة، على عكس الوعي الديني الضعيف الذي يكون من خلاله الفرد ضعيف دينيا و يسهل تغيير مبادئه و قيمه الدينية، من خلال البيئة التي يعيش فيها و تأثير مثلا جماعة الرفاق و وسائل الإعلام على هذا الوعي و تحويله إلى فرد تابع لهم.[1]

ب- الشمولية والتوازن: الوعي الديني الحقيقي لا يقتصر على الجوانب الشعائرية، بل يشمل العقيدة، والأخلاق، والمعاملات، والعلاقة بالمجتمع والإنسانية، في توازن بين الروح والنفس والعقل.

ج- المرجعية النصية: يرتكز الوعي الديني على مصادر الوحي (القرآن الكريم والسنة النبوية) كمصادر أساسية في تشكيل الفهم، وتوجيه السلوك، مما يمنحه قوة في المصداقية والشرعية.

د- الربط بين الإيمان والعمل: لا يكتفي الوعي الديني بالمعرفة النظرية، بل يحث على التطبيق العملي في الحياة اليومية، فينعكس على السلوك والتعامل مع الناس.

هـ- التكامل مع الواقع: يتسم الوعي الديني الناضج بالقدرة على التعامل مع قضايا العصر ومشكلاته برؤية إسلامية متوازنة، دون انغلاق أو تسيب، مع مراعاة السياق الاجتماعي والثقافي.

و- الانفتاح على الآخر: من مميزات الوعي الديني الناضج أنه لا يعزز الانعزال أو التعصب، بل يدعو إلى الحوار، واحترام التعدد، وبناء الجسور مع الآخر ضمن ثوابت العقيدة.

ز- النقد الذاتي والتمييز بين الثابت والمتغير: يتميز الوعي الديني الحقيقي بالقدرة على التمييز بين النصوص الثابتة والاجتهادات البشرية، ويشجع على النقد البناء في ضوء المقاصد الشرعية.

[1] - هشام، أبو بكر. الخطاب الديني و دوره في نشر الوعي الديني بمؤسسات التنشئة الاجتماعية، " دراسة ميدانية على بعض أحياء مدينة جيجل". قالمة : جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية و الإنسانية/ المجلد(16)، العدد1 جوان2022.ص 79-59.

ح- الوقاية من الغلو والانحراف: يساهم الوعي الديني السليم في تحصين الفرد من الأفكار المتطرفة والانحرافات الفكرية أو السلوكية، ويؤسس لوسطية الإسلام وعدالته.

ط- الاستمرارية في التكوين والتجدد: لا يُبنى الوعي الديني دفعة واحدة، بل هو عملية مستمرة من التعلم، والتجربة، والتفاعل مع البيئة، مما يجعله متجدداً ونامياً.[1]

المطلب الثاني : التوحيد

1. دراسة التوحيد على أنه موضوع

وتتمثل عناصر عقيدة التوحيد بالتصور الشامل للوجود فالله الواحد هو الخالق المدبر، خلق المخلوقات جميعها، ووضع نظاماً وسنناً للتدبير، وأرسل رسلاً لهداية البشر إلى ما يُصلح شؤونهم في هذه الحياة الدنيا، وجعل الحساب في حياة أخرى بعد هذه الحياة. فالتوحيد والنبوة والمعاد أصول ثلاثة للاعتقاد، تترابط وتتكامل في الإجابة عن جميع ما يمكن أن يرد في خاطر الإنسان من تساؤلات. فالله سبحانه واحد له الخلق والأمر، لذلك فإن نظام الوجود يقوم على الاستقرار والاتساق.

2. دراسة التوحيد على أنه علم

أما علم التوحيد، فيختص بالطرق والمناهج التي تناول فيها العلماء هذا الموضوع. فقد اختلف العلماء والباحثون - قديماً وحديثاً في مناهج تناولهم موضوع التوحيد اختلافاً كبيراً، وتجلى هذا الاختلاف في ظهور عناوين متعددة لعلوم تتناول هذا الموضوع، منها علم التوحيد، وعلم الإيمان، وعلم العقيدة، وعلم الكلام، وعلم أصول الدين والفقه الأكبر، إلخ. [2]

المطلب الثالث: القيم

مفهوم القيم: ومن التعاريف الهامة للمصطلح هو تعريف كلايد كلاكهوم :"فالقيمة عنده هي تصور واضح أو مضمر يميز الفرد أو الجماعة ويحدد ما هو مرغوب به بحيث يسمح لها بالاختيار من بين الأساليب المتغيرة للسلوك والوسائل والأهداف الخاصة بالفعل"[3]

ويتميز هذا التعريف بأنه يتلائم مع تصورنا للنسق بأنه يتسم بالديناميكية والتفاعل بين أجزائه، مع تناولنا للقيم على أنها محصلة للتفاعل بين الفرد ومعارفه وخبراته، وبين ممثلي الإطار الحضاري الذي يعيش فيه. ويؤدي نسق القيم مجموعة من الوظائف، أهمها:

[1] هشام، أبو بكر. الخطاب الديني و دوره في نشر الوعي الديني بمؤسسات التنشئة الاجتماعية، مرجع سبق ذكره. ص 79-59.

[2] - فتحي، حسن، الملكاوي. منظومة القيم المقاصدية و تجلياتها التربوية. الأردن : المعهد العالمي للفكر الإسلامي، الطبعة الأولى/2020م.ص35.

[3] - محمد، عاطف، غيث. قاموس علم الاجتماع. مصر: دار المعرفة الجامعية، 1989.ص504.

1. للمجتمع:

أ- تزويد اعضاء المجتمع بمعنى الحياة وبالهدف الذي يجمعهم من أجل البقاء. كما أن التكامل الأخلاقي في جماعة معينة يكون محكوماً بالقدر الذي يتبنى به جميع أعضاء الجماعة مجموعة من القيم، على النحو الذي تصبح به حياة هذه الجماعة منظمة.

ب- ربط أجزاء الثقافة ونظمها بعضها ببعضها حتى تبدو متناسقة. كما تعمل على إعطاء هذه النظم أساساً عقلياً يستقر في ذهن أعضاء المجتمع المنتمين إلى هذه الثقافة أو تلك.

ج- .وجود تشابه اخلاقي بين أعضاء مجتمع معين، نظراً لالتزامهم بالقيم السائدة أو الغالبة في مجتمعهم.

د- يحدد النسق القيمي لكل مجتمع مشكلاته الاجتماعية، ذلك أن المشكلة لا يكون لها كيان مستقل من دون تعريفها عن طريق القيمة. ولن تكون الجريمة كذلك إلا إذا أقرتها قيم الفرد والجماعة.

2- للفرد:

1. يصبغ النسق القيمي كل فرد بصبغته الخاصة. فالشخص الذي يحب المال يسعى بكل جهده للحصول عليه، ويكون "حب المال" قيمة عنده غالبة على سلوكه. وقد يكون الكرم أو الكرامة من قيمه أيضاً، ولكنها تحتل مرتبة دنيا.

2. توجيه سلوك الفرد نحو غايات وأهداف محددة؛ فمن كان يحب المال كقيمة سيسعى جاهداً لاكتنازه؛ ومن كان يحب العلم كقيمة، سيبذل قصارى جهده لتحصيله والارتقاء به.

3. تعد أنساق القيم مستويات يعتمد عليها الأشخاص في الاحتفاظ بالتقدير الذاتي لأنفسهم، بصفة مستمرة بين أقرانهم وزملائهم. كما تساعد الفرد على إجراء وإصدار تبريرات معينة لتأمين حياته . و من محددات اكتساب نسق القيم ثلاث فئات أساسية:[1]

1. الفئة الأولى: المحددات البيئية والاجتماعية و تنقسم إلى مستويات و هي كالتالي :

أ- المستوى الأول : وهو المستوى الذي تحدد فيه الثقافة المفاهيم الجديرة بالرغبة فيها. ويمثله دور الإطار الحضاري في اكتساب القيم وهو ما نعبر عنه نحن بالأدوار التي يلعبها المجتمع ككل في نقل القيم)

[1] - حسنية، قانة. الخطاب الإسلامي عبر الفضائيات العربية ودوره في تدعيم البنية القيمية الإسلامية،" دراسة وصفية و تحليلية لخطاب البرامج الدينية عبر الفضائيات العربية الجامعية./ أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه العلوم في علوم الإعلام و الإتصال. العاصمة : جامعة الجزائر(3). كلية علوم الإعلام و الإتصال،2018. ص 105.

ب- المستوى الثاني : حيث توجد الأسرة وتوجهاتها نحو قيم وغايات بعينها و دورها في اكتساب القيم، فتعتبر الأسرة من أهم المؤسسات الاجتماعية في اكتساب الأبناء لقيمهم، فهي التي تحدد لهم ما ينبغي وما لا ينبغي أن يكون ، في ظل المعايير الحضارية السائدة.

ج- المستوى الثالث : ويتمثل في الجوانب الاجتماعية الفرعية كالمستوى الاقتصادي الاجتماعي والدين ، والجنس ، والمهنة ، ومستوى التعليم ، وغير ذلك من المتغيرات النوعية أو الفرعية داخل الإطار الحضاري ومدى دورها في اكتساب القيم على حدا.

2. الفئة الثانية : و هي المحددات السيكولوجية إذ تتناول هذه المحددات القيم في ضوء ما يأتي من :

أ- موقف التحليل النفسي

ب- نظريات التعلم

ج- منحى الارتقاء المعرفي

3. الفئة الثالثة : المحددات البيولوجية تتطلب النظرة الشاملة لاكتساب الفرد لقيمه أن نأخذ في الاعتبار الجانب البيولوجي التكويني، وذلك نظرا لأهميته في إحداث فروق فردية في التنشئة الاجتماعية.[1]

[1] - حسنية، قانة. الخطاب الإسلامي عبر الفضائيات العربية ودوره في تدعيم البنية القيمية الإسلامية، مرجع سبق ذكره. ص 106

المبحث الثاني: تحديات القنوات الفضائية (مع لمحة عن برنامج سواعد الاخاء)

يُعدّ مبحث تحديات القنوات الدينية من المحاور الجوهرية في دراسة الخطاب الدعوي المعاصر، لما له من أثر مباشر في فاعلية الرسالة الإعلامية الدينية وقدرتها على التكيف مع تحولات العصر. فقد باتت القنوات الدينية تواجه ضغوطًا متزايدة تتعلق بقدرتها على الوصول والتأثير، وتقديم خطاب متوازن يجمع بين الأصالة والمعاصرة. وفي هذا السياق، يبرز برنامج "سواعد الإخاء" كنموذج لبرنامج دعوي حديث يُعرض عبر قنوات دينية ومنصات إلكترونية، ويستقطب عددًا من العلماء والدعاة لتقديم محتوى ديني بأسلوب حواري وتفاعلي. ورغم ما حققه البرنامج من انتشار واهتمام، إلا أنه يمثل في الوقت نفسه نموذجًا يمكن من خلاله دراسة التحديات التي تواجه الخطاب الديني المرئي من حيث الشكل والمضمون والجمهور.

المطلب الأول : لمحة عن برنامج سواعد الاخاء

1. تعريف عام

سواعد الإخاء هو برنامج حواري دعوي جماعي يجمع نخبة من علماء ودعاة العالم الإسلامي في جلسات مفتوحة يغلب عليها الطابع الأخوي والودي، يتناقشون خلالها في قضايا فكرية، دينية، اجتماعية، وثقافية بطريقة تجمع بين العمق العلمي والبساطة في الطرح.

2. أهداف البرنامج

أ- تعزيز الوحدة الإسلامية والتآلف بين العلماء والدعاة.

ب- نشر الوعي الشرعي والفكري بطريقة غير تقليدية

ج- كسر الحواجز بين الجمهور والعلماء

من أهم نقاط القوية في البرنامج، مشاركة عدد من أبرز العلماء والدعاة، من مختلف الدول العربية، ومن بينهم:

- الشيخ عمر عبد الكافي : أحد أشهر الدعاة المصريين في مجال الفكر الإسلامي والبلاغة.
- الدكتور محمد راتب النابلسي :مفكر وداعية سوري، صاحب طرح علمي وروحي راقٍ.
- الدكتور زيد الخير مبروك : مفكر و عالم فقه جزائري.
- الشيخ محمد العريفي : داعية سعودي معروف.
- الشيخ عائض القرني :صاحب مؤلفات وخطب واسعة الانتشار.
- الشيخ نبيل العوضي : كويتي، متخصص في القصص القرآني والدروس التربوية.
- الشيخ صالح المغامسي : إمام وخطيب معروف، يمتاز بالطرح الروحي والتفسيري.
- الدكتور عبدالكريم بكار: مفكر تربوي.

- الدكتور إبراهيم السكران : باحث ومفكر إسلامي يتميز بعمق الطرح .

بحيث أن المشاركون يتغيرون من موسم لآخر، بناءً على طبيعة المواضيع وظروف السفر والتصوير.

3. القيمة الرمزية والثقافية:

برنامج سواعد الإخاء تجاوز كونه مجرد برنامج رمضاني؛ بل تحول إلى مدرسة فكرية دعوية إعلامية، أسّست لنمط جديد من تقديم الفكر الإسلامي. إذ يعتبر مساحة رمزية للوحدة التي تجتمع فيها التيارات الدعوية المعتدلة تحت سقف واحد.

و بالتالي فإن برنامج سواعد الإخاء ليس مجرد برنامج حواري، بل هو تجربة فكرية وروحية تجمع بين العلم، الأخوة، التواضع، والحكمة. استطاع أن يُعيد تقديم العلماء إلى الناس بوجه جديد، بعيد عن الرسمية والخطب المنبرية الجافة، وساهم في ترسيخ مفاهيم الوحدة والرحمة والتكامل في العمل الدعوي، بطريقة راقية ومؤثرة.

المطلب الثاني : *مسألة الإخراج و الجانب الموضوعي في برنامج سواعد الإخاء*

1. أسلوب التصوير والإخراج

أ- التصوير في الطبيعة: يتم التصوير غالباً في أماكن مفتوحة مثل الحدائق، الجبال، الأنهار، أو المدن التاريخية (إسبانيا، تركيا، البوسنة، وغيرها)، مما يضفي جمالية بصرية وروحية.

ب- الجلسة العفوية: يكون التصوير على هيئة مجلس دائري أو نصف دائري، يجلس فيه المشايخ وكأنهم في جلسة خاصة بينهم، ما يعطي المشاهد شعور "الضيافة".

ج- الإخراج الفني المتطور: يستخدم البرنامج مؤثرات صوتية وبصرية عالية الجودة، إلى جانب المونتاج الذكي الذي يختار أقوى اللحظات.

2. الموضوعات التي يناقشها البرنامج

أ- قضايا فكرية معاصرة (مثل الإلحاد، التغريب، التشكيك).

ب- تربية النفس والسلوك (مثل الإخلاص، الصبر، اليقين، المحبة).

ج- القيم المجتمعية (كالعدالة، الرحمة، الإحسان).

د- التاريخ الإسلامي والقدوات.

هـ- قضايا الشباب والأسرة والتقنية الحديثة.

و- قضايا الأمة الإسلامية (القدس، الأندلس، الفتن المعاصرة).

ز- سير ذاتية للدعاة (حيث يشارك كل داعية بمواقف من حياته.)

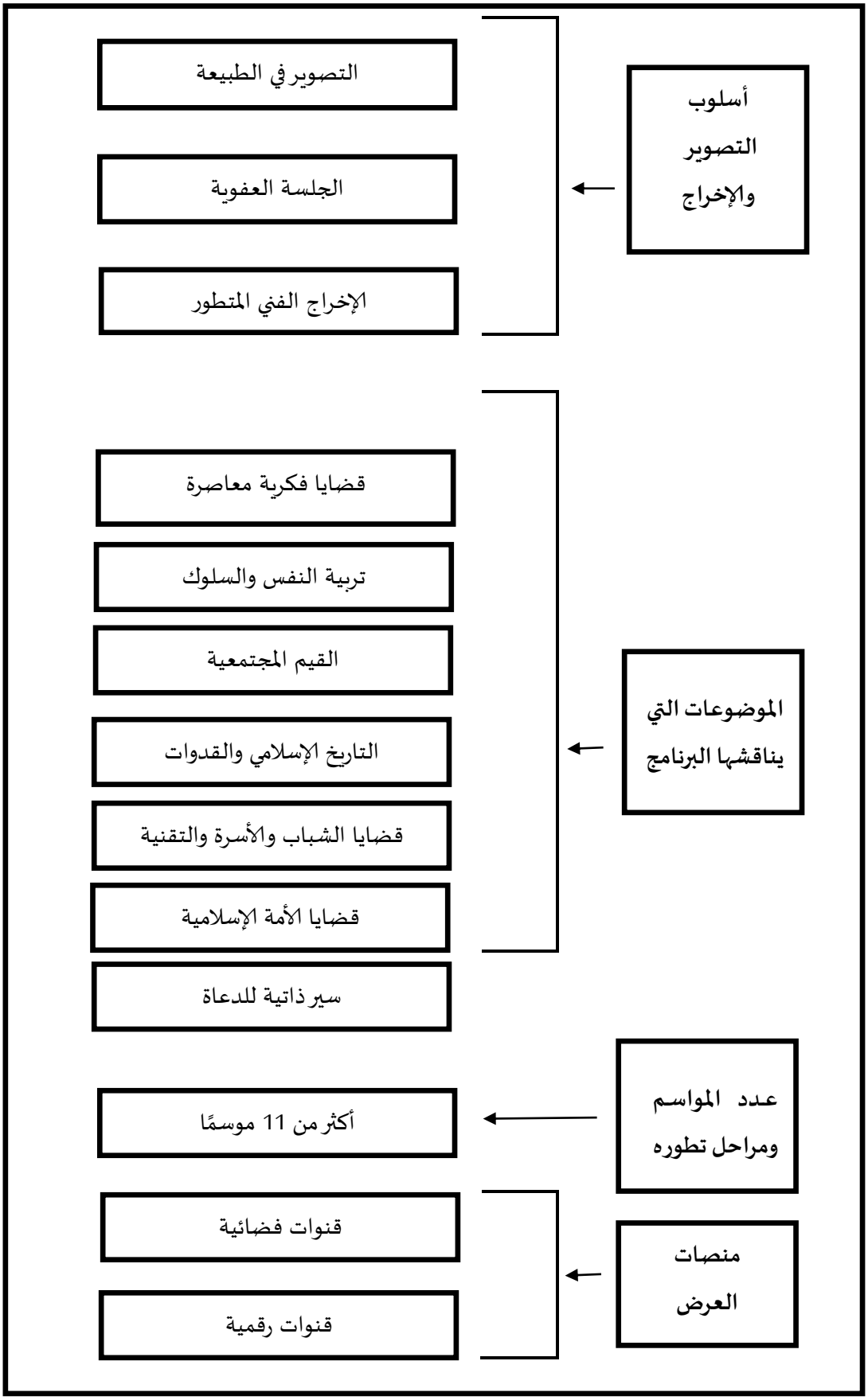
3. عدد المواسم ومراحل تطوره

حتى سنة 2024، أنتج البرنامج أكثر من 11 موسمًا، وكل موسم يتم تصويره في دولة مختلفة، وتُعرض الحلقات عادة خلال شهر رمضان المبارك. ومع مرور الوقت، تطور البرنامج من حيث عدد الحلقات، تنوع المواضيع، وزيادة جودة الإنتاج.

4. منصات العرض

بحيث يُعرض البرنامج على قنوات فضائية مثل: قناة الرسالة و قناة الناس و قنوات محلية خليجية
وعلى منصات الإنترنت (يوتيوب تحديدًا)، حيث يحقق ملايين المشاهدات للحلقات.
إذ لقي تأثير واسع الإنتشار خاصة لدى الشباب نظراً للبساطة والعمق في الطرح خصوصًا في الجاليات المسلمة في أوروبا وأمريكا. بحيث ظهر بعده العديد من البرامج التي حاولت تقليده.

الجانب الشكلي والموضوعي في برنامج سواعد الإخاء



:

المطلب الثالث: تحديات القنوات الدينية

أمام هذه القنوات تحديات حقيقة حتى تؤدي الرسالة المنتظرة منها على أحسن وجه، ألا وهي :

1. **التخطيط**

التخطيط له أصول وأسس ومتطلبات، والتخطيط يشمل أمورا كثيرة، منها الرسالة وفهم الجمهور، واستخدام الفنون المختلفة لتوصيل الرسالة.

2. **التخصص**

فالإعلام بحاجة إلى متخصصين يفهمون ماهية الإعلام، وطريقة الأداء، ويعملون على تطوير أساليب الخطاب والمتخصصون يمكن أن يبدعوا، ويبتكروا في عملهم وفي توصيل الفكرة.

3. **الاستثمار:**

فالإعلام مكلف جدا، وبخاصة عندما تتحول الرسالة من مجرد كلمات إلى أشكال كثيرة درامية مثلا، وغير ذلك .

4. **إدراك طبيعة الجهة الموجه إليه.**
5. **مراعاة خصائص الوسيلة.**
6. **الوسطية بين الأصالة والمعاصرة.**
7. **الشمولية.**
8. **الفورية.**
9. **النقد الذاتي .**
10. **توفير ميزانية كافية للبرامج الدينية بالراديو والتليفزيون لتوفير الإمكانيات الفنية اللازمة لهذه البرامج.**
11. **ضرورة استضافة البرامج الدينية لدعاة لهم قبول وشعبية لدى الجماهير وعلى درجة كبيرة.**
12. **إنتاج خطاب ديني يستوعب المستجدات العلمية وقادر على إحداث تغيير في المشاهد والمجتمع.**[1]

[1] - منور، عدنان، نجم. الدور التربوي لوسائل الإعلام الإسلامي و سبل تطويره من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة. فلسطين،2005م. ص 59.

خلاصة الفصـــل:

في ختام فصل "البرامج الدينية التلفزيونية: قضايا الخطاب وتحديات المعالجة الإعلامية"، تتضح الإشكالات المعقّدة التي تواجه هذا النوع من البرامج على مستوى المضمون والأسلوب ووسائل التقديم. فالخطاب الديني التلفزيوني يعاني في كثير من الأحيان من التكرار والجمود، وضعف التفاعل مع قضايا الواقع، إضافة إلى محدودية التنوع في الخطاب وتغييبه لاحتياجات فئات واسعة من الجمهور، خاصة الشباب والنساء.

أما من حيث المعالجة الإعلامية، فتواجه البرامج الدينية تحديات تتعلق بضعف التوظيف الفني والبصري، وقلة التجديد في الأساليب الإخراجية، وعدم مواكبة تطورات الإعلام الرقمي، مما ينعكس سلبًا على جاذبية الرسالة وتأثيرها. كما يظهر أن بعض البرامج تفتقر إلى المهنية الإعلامية المتوازنة، فتغلب عليها الخطابة التقليدية أو التوجيه الوعظي المباشر، دون توظيف تقنيات السرد، والحوار، والتمثيل الواقعي.

تؤكد هذه التحديات الحاجة إلى تطوير متكامل في بنية البرامج الدينية، يجمع بين عمق الخطاب واحتراف المعالجة، بهدف تقديم مضمون ديني تربوي قادر على الوصول والتأثير، ومواكب لتحولات المجتمع والإعلام في آنٍ واحد.

الفصـــل الرابع:
الجانب التحليلي للدراسة

الفصل الرابع: الجانب التحليلي للدراسة

تمهيـــــد:

المبحث الأول: الجانب الشكلي للمادة الإعلامية (كيف قيل)

المطلب الأول: فئة العرض واللقطات

المطلب الثاني: فئة الإخراج والزمن

المطلب الثالث: فئة اللغة والقوالب الإخراجية

المبحث الثاني: الجانب المضموني للمادة الإعلامية (ماذا قيل)

المطلب الأول: فئة الموضوعات والأساليب

المطلب الثاني: فئة الاستمالات والقيم

المطلب الثالث: فئة الفاعلين وأهداف البرنامج

المطلب الرابع: فئة الجمهور المستهدف

نتائج الدراسة التحليلية

التوصيات والمقترحات لنتائج الدراسة التحليلية

خلاصة الفصـــل

تمهيـــــد:

يعد برنامج سواعد الإخاء من أبرز المبادرات الإعلامية التي تجمع بين الطرح الشرعي، والبعد الإنساني، والرسالة الفكرية الهادفة. وعلى مدار مواسمه السابقة، شكل البرنامج منصة تجمع ثلة من العلماء والدعاة والمفكرين، في نقاشات تتناول قضايا الأمة، والإصلاح الديني والمفاهيم المعاصرة، بلغة خطابية مؤثرة ومنهجية متزنة . في نسخته لعام 2023 ، تميز البرنامج بطرح موضوعات أكثر عمقًا وتركيزا، مع توظيف لافت للأدوات الإعلامية الحديثة مما أضفى عليه بعدًا تحليليا يستحق التوقف عنده. فالنقاشات لم تقتصر على الموعظة أو الجانب الوعظي المباشر، بل اتجهت إلى تحليل الواقع، واستقراء المستقبل، وربط المفاهيم الإسلامية بالسياقات الاجتماعية والثقافية الراهنة .ومن هذا المنطلق، يتناول هذا الفصل الجانب التحليلي لبرنامج سواعد الإخاء 2023، من حيث محتوى الحلقات، وهيكلية الحوار، وتنوع الأطروحات، وأثرها في تشكيل الوعي الديني المعاصر. كما يسعى إلى رصد الأدوات البلاغية والفكرية التي اعتمدها البرنامج، وتحليل البنى المعرفية التي انطلق منها المشاركون بهدف الوصول إلى قراءة معمقة تبرز القيمة العلمية والثقافية للبرنامج في سياق الخطاب الدعوي الحديث.

المبحث الاول: الجانب الشكلي للمادة الإعلامية (كيف قيل)

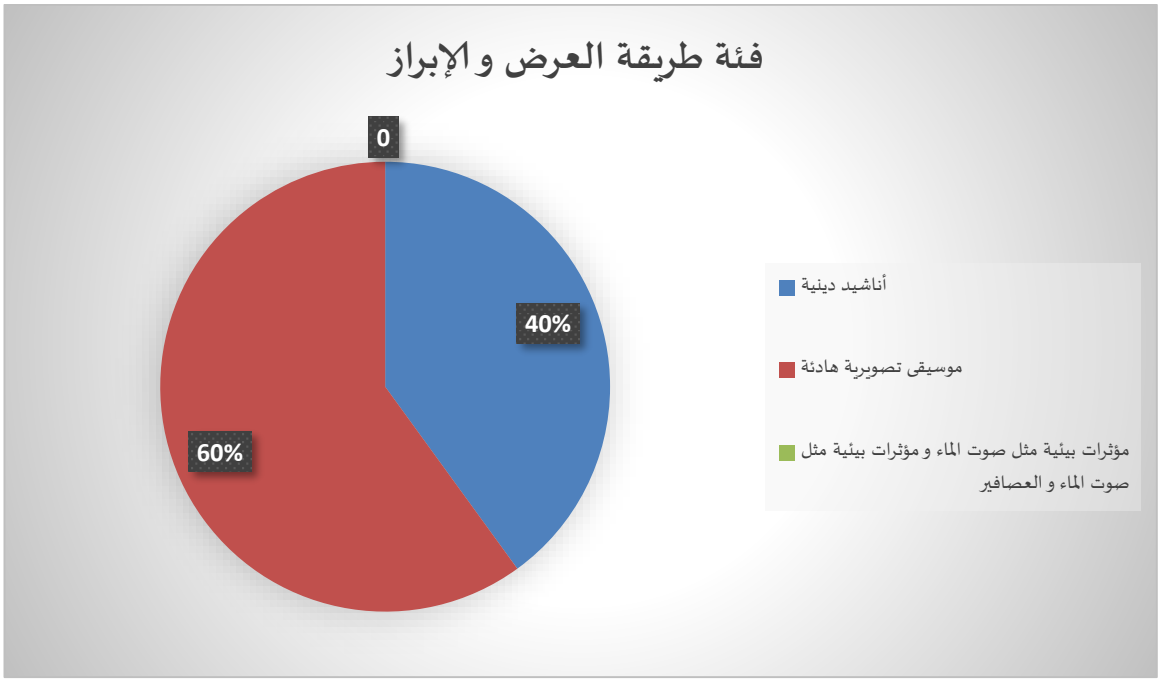
يُعدّ تحليل شكل المادة الإعلامية مدخلًا أساسيًا لفهم الرسالة الاتصالية، إذ إن الشكل لا يقل أهمية عن المضمون في التأثير على المتلقي واستقبال الخطاب. ويتضمن هذا المبحث دراسة العناصر الإخراجية والبصرية واللغوية التي تُبنى بها المادة، مثل نوع اللقطات، وزوايا التصوير، والإضاءة، والمؤثرات الصوتية، ونمط اللغة المستخدم، بالإضافة إلى القوالب الإخراجية التي تُوظَّف في تقديم المحتوى. ويهدف هذا التحليل إلى الكشف عن الكيفية التي يُسهم بها الشكل في تعزيز الرسالة أو توجيهها، ومدى انسجام الوسائل الإخراجية مع الأهداف الاتصالية والقيم التي تسعى المادة الإعلامية إلى ترسيخها.

المطلب الأول: فئة العرض واللقطات

1. **فئة طريقة العرض و الإبراز**

عناصر	التكرار	النسبة %
أناشيد دينية	10	%40
موسيقى تصويرية هادئة	15	%60
مؤثرات بيئية مثل صوت الماء و العصافير	0	%0
المجموع	25	%100

الجدول رقم (1): فئة طريقة العرض والإبراز في معالجة الموضوع.



قراءة و تفسير الجدول

يعكس هذا الجدول تحليل فئة "طريقة العرض والإبراز" في برنامج سواعد الإخاء 2023 إذ يمثل توجهًا واعيًا من القائمين على الإنتاج نحو استثمار العناصر الصوتية والفنية لخدمة المحتوى الدعوي والفكري المطروح. وقد تم الكشف عن النتائج بأن البرنامج اعتمد بشكل رئيسي على الموسيقى التصويرية بنسبة (60%)، و تليها بعد ذلك الأناشيد الدينية (40%)، في حين برز غياب تمام المؤثرات البيئية (0%)، وهو ما يفتح مجالًا مهمًا للتحليل الفني والدلالي.

أ- الموسيقى التصويرية (60%)

جاءت الموسيقى التصويرية في مقدمة وسائل الإبراز بنسبة 60%، مما يدلّ على اعتماد البرنامج بشكل المكثف عليها كوسيلة لتعزيز الإخراج الإجمالي وتحقيق التناسق السمعي مع الصور والمشاهد. وغالبًا ما ظهرت الموسيقى في المقاطع الغير حوارية، أو خلال الانتقال بين الفقرات، وكذلك في بعض التقديمات والخواتيم. وتميزت هذه الموسيقى بطابعها الهادئ والمتزن، الخالي من الإيقاعات الصاخبة، وهو ما يعكس حرص البرنامج على تقديم طابع فني الراقي دون المساس بهوية المحتوى الإسلامي .هذا التوجه يعكس المحاولة للجمع بين المعايير الفنية الحديثة والخصوصية القيمية للجمهور المستهدف، حيث تؤدي هذه الموسيقى دورًا مهمًا في توجيه المشاعر، وتهيئة الجو العام للموضوعات المطروحة، دون أن تطغى على المحتوى أو تشتّت المتلقي.

ب- الأناشيد الدينية (40%)

رغم أنها جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 40%، فإن الأناشيد الدينية مثلت ركيزة فنية أساسية في البرنامج. وغالبًا ما استُخدمت في بعض المشاهد الختامية أو المشاهد التأملية، وربما عند الحديث عن قضايا

الإيمانية و العاطفية، كالآخرة أو التوبة أو الإخلاص. واختيار الأناشيد دون آلات موسيقية. لاسيما أنه يعكس انسجامًا مع توجه الشرعي المحافظ الذي يراعي ذوق الجمهور الواسع من المشاهدين.كما تلعب الأناشيد دورًا هاما في تعزيز القيمة الروحية للمضمون، فهي لا تُستخدم فقط كوسيلة للإبهار أو التسلية، بل كأداة لغرس المعنى وتثبيته وجدانيًا. و يمكن ملاحظة كذلك أن اختيار النصوص الإرشادية كان منسجمًا مع موضوع الحلقة، ما يدل على التكامل بين المضمون والوسيلة التعبيرية.

ج- المؤثرات البيئية (0)%

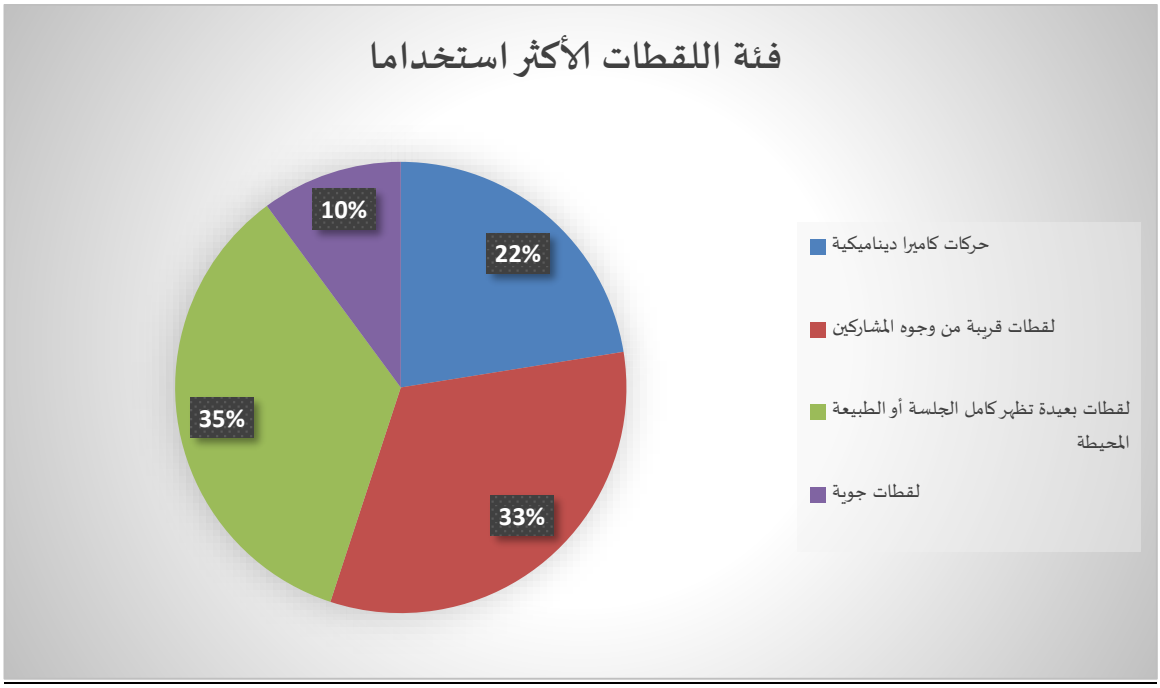
سجّلت المؤثرات البيئية نسبة 0%، أي أنها لم تُستخدم ضمن عناصر العرض في النسخة المَعنيّة من البرنامج. وهذا الغياب قد يكون راجعًا لعدة عوامل، منها: توجّه الإخراج إلى اعتماد صور مرئية حقيقية بدلاً من المحاكاة السمعية أو الرغبة في إبقاء التركيز على الحوار والمضمون الفكري، دون تشويش السمعي . ورغم أن غياب هذه المؤثرات لا يُضعف جودة العرض، إلا أن إدخالها بشكل مدروس مستقبلاً خاصة في الحلقات ذات البعد التأملي أو البيئي قد يُثري التجربة السمعية ويعزّز الربط بين الإنسان والكون في الطرح الإسلامي

إن التوزيع النسبي لاستخدام عناصر الإبراز في سواعد الإخاء 2023 يعكس توجهاً إنتاجيًا متوازنًا يجمع بين الحفاظ على البعد القيمي من جهة، وتقديم محتوى جذاب ومدروس من جهة أخرى. فالموسيقى التصويرية تُقدَّم كأداة إخراجية مؤثرة دون تجاوز للحدود الشرعية، بينما الأناشيد تُسهم في تشكيل بُعد الوجداني المكمّل للطرح الفكري. أما غياب المؤثرات البيئية، فربما يفتح المجال لمراجعة فنية مستقبلية تتيح استثمارها بما يخدم أهداف البرنامج دون الإخلال بجوهره.

2. فئة اللقطات الأكثر استخداماً

عناصر الفئة	التكرار	النسبة %
حركات كاميرا ديناميكية	20	%22
لقطات قريبة من وجوه المشاركين	29	%33
لقطات بعيدة تظهر كامل الجلسة أو الطبيعة المحيطة	31	%35
لقطات جوية	9	%10
المجموع	89	%100

الجدول رقم (2): فئة اللقطات الأكثر استخداماً



قراءة و تفسير الجدول

تشير نتائج تحليل المحتوى البصري لبرنامج سواعد الإخاء 2023 إلى توظيف مدروس ومتوازن لأنواع متعددة من اللقطات التصويرية، وذلك بما يخدم مضمون الحلقات وأهدافها التأملية والفكرية. وقد تم رصد أربعة أنواع رئيسية من اللقطات المستخدمة، تم توزيعها على النحو التالي: لقطات بعيدة تُظهر كامل الجلسة أو المشهد الطبيعي (34%)، لقطات قريبة من وجوه المشاركين (32%)، حركات كاميرا ديناميكية (22%)، ولقطات جوية باستخدام الدرون (9%) ويُستنتج من هذا التوزيع أن البرنامج يتبنى نهجًا بصريًا يعزز من الطابع التأملي والجمالي عبر اللقطات البعيدة، والتي تُمكّن المشاهد من إدراك السياق المكاني والبيئة الطبيعية التي تُعقد فيها الجلسات، كما تعكس رؤية إخراجية تسعى إلى الربط بين الخطاب الديني وجماليات الطبيعة، بما يُضفي على البرنامج طابعًا روحانيًا مفتوح الأفق .في المقابل، تُعدّ اللقطات القريبة أداة فاعلة في إبراز الانفعالات الشخصية والتعبيرات العاطفية للمشاركين، حيث تُستخدم بنسبة كبيرة (32%) لتوجيه تركيز المتلقي نحو التفاعل الإنساني والحضور الوجداني للمضمون، مما يعزز من تأثير الخطاب الدعوي ويقرّبه إلى وجدان المشاهد .أما حركات الكاميرا الديناميكية (22%) فقد أُدرجت كوسيلة تنشيط بصري معتدلة تُجنب الرتابة البصرية، دون أن تتعارض مع الجو التأملي العام للبرنامج، إذ جاءت هذه الحركات في الغالب متناغمة مع الانتقالات الطبيعية في الحوار أو المشاهد الانتقالية .وأخيرًا، ورغم أن اللقطات الجوية لم تتجاوز 9% من إجمالي

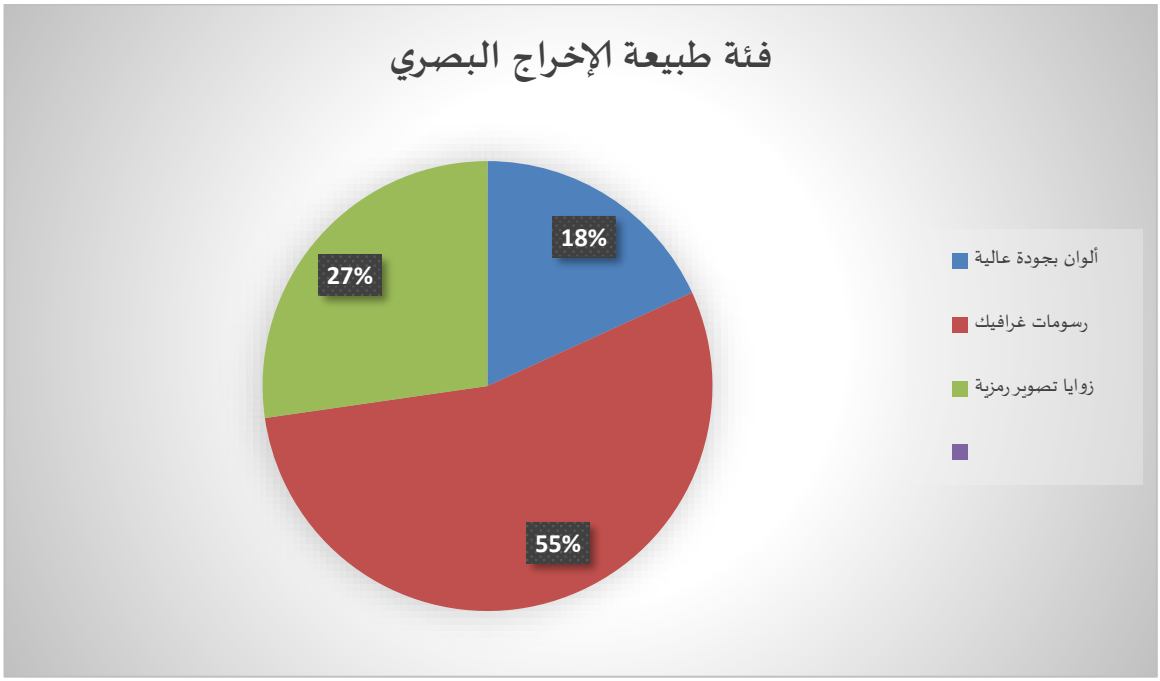
اللقطات، إلا أن استخدامها يُظهر وعيًا إخراجيًا بالقيمة الرمزية والجمالية التي توفّرها هذه الزاوية، حيث تُستثمر غالبًا في المشاهد الافتتاحية أو الخاتمية لتأكيد سعة المشهد، وعظمة خلق الله، واتساع الأفق الفكري الذي ينفتح عليه البرنامج .بناءً على ذلك، يُمكن القول إن فئة "اللقطات الأكثر استخدامًا" تكشف عن منظور إخراجي متكامل يتّسم بالتوازن بين القرب الإنساني، والاتساع المكاني، والحركة البصرية، بما يعزز الرسالة الدعوية ويمنحها بعدًا بصريًا مؤثرًا ومتناغمًا مع السياق العام للبرنامج.

المطلب الثاني : فئة الإخراج والزمن

1. : فئة طبيعة الإخراج البصري

عناصر الفئة	التكرار	النسبة %
ألوان بجودة عالية	4	%18
رسومات غرافيك	12	%55
زوايا تصوير رمزية	6	%27
المجموع	22	%100

الجدول رقم (3): فئة اللقطات الأكثر استخداما



قراءة و تفسير الجدول

يعكس هذا الجدول فئة " ***فئة اللقطات الأكثر استخداماً*** " في برنامج سواعد الإخاء 2023 .إذا يتم ملاحظة تنوعًا في الأساليب البصرية المُستخدمة، بما يعكس توجهًا فنيًا يعتمد على أدوات متعددة لإيصال الرسالة الفكرية والدعوية. وقد توزعت النسب على الشكل التالي: استخدام الرسومات الغرافيكية بنسبة 54%، الألوان بجودة عالية بنسبة 18%، والزوايا التصويرية الرمزية بنسبة 6%. وسنتطرق بتحليل كل واحدة على حدا:

أ- الرسومات الغرافيكية بنسبة (54%)

جاءت الرسومات الغرافيكية في صدارة الوسائل البصرية بنسبة تزيد عن النصف (54%)، و هذا ما يشير إلى الاعتماد الواضح على هذا النمط في تقديم المفاهيم المجرّدة أو المعاني بصورة مرئية. وغالبًا ما تُستخدم هذه الرسومات أثناء الشروحات أو الانتقال بين الفقرات لتقديم معلومات مركزة أو لإبراز اقتباسات ونقاط رئيسية. كما تُساهم في تسهيل الفهم لدى المتلقي، خصوصًا عند تناول الموضوعات الفكرية التي تحتاج إلى دعم بصري لتثبيتها في الذاكرة. لاسيما أن هذا الاستخدام المكثّف يُعبر عن توجه إخراجي ذكي نحو التبسيط البصري دون الإخلال بالرصانة، مما يعزز الفعالية التواصلية للحلقات، لا سيما مع جمهور متنوع في خلفياته التعليمية والثقافية.

ب- الألوان ذات الجودة العالية (18%)

والتي نالت نسبة (18%)، وهذا ما يظهر الاستخدام الواعي للألوان عالية الجودة في الخلفيات، الإضاءة، وتنسيق المشاهد، خاصة في لحظات التصوير الخارجية أو عند عرض فقرات بصيغة سردية. ورغم النسبة المحدودة، فإن الحضور البصري لهذه الألوان كان له أثر واضح في خلق هوية بصرية متجانسة للحلقات، وعكس الجودة الإنتاجية العالية. هذا النوع من الإبراز البصري لا يُقاس بعدد مرات الظهور فقط، بل بقيمته الجمالية المتراكمة في بناء صورة البرنامج، وهو ما يمكن رصده من خلال الانطباع العام الذي يخرج به المشاهد من الحلقات.

ج- الزوايا التصويرية الرمزية (6%)

أما الزوايا التصويرية ذات الطابع الرمزي فقد شكّلت أقل نسبة (6%)، وهي لقطات تُستخدم عادةً لنقل معنى رمزي أو فلسفي بصريًا، مثل تصوير شخصيات من زوايا منخفضة توحي بالتعظيم، أو تصوير أيادٍ متشابكة للدلالة على الوحدة، أو التركيز على عنصر طبيعي يرافق الحديث عن الخلق أو التأمل. ورغم قلتها، إلا أن هذه اللقطات تُضيف بعدًا تأويليًا للمشاهد المتأمل، وتُساهم في بناء مضمون غير مباشر يعزز من رسالة البرنامج بشكل ضمني. ويُحتمل أن يكون انخفاض استخدامها راجعًا إلى التوجه نحو خطاب مباشر وغير معقّد بصريًا، مراعيا لشرائح الجمهور المختلفة.

2. : فئة الزمن

الحلقة	المدة	توزيع الزمن بين الضيوف
الحلقة الأولى	33 دقيقة	9 دقائق لكل ضيف
الحلقة الثانية	35 دقيقة	9 دقائق لكل ضيف
الحلقة الثالثة	33 دقيقة	9 دقائق لكل ضيف
الحلقة الرابعة	37 دقيقة	9 دقائق لكل ضيف

الجدول رقم (4) : فئة الزمن

قراءة و تفسير الجدول

يتضمن الجدول تحليلًا لفئة "الزمن" من حيث المدة الزمنية العامة، و توزيع الوقت بين الضيوف، وتوقيت عرض البرنامج، وهي عناصر أساسية لفهم البناء الزمني للحلقة ومحتواها.

أ- المدة الزمنية العامة (33%)

تشير هذه النسبة المئوية إلى أن الوقت الذي خُصص لتناول "الزمن العام" في محتوى البرنامج كان محدودًا نسبيًا. يمكن تفسير ذلك بأن البرنامج يركّز على موضوعات نوعية لا تعتمد على الامتداد الزمني بقدر ما تهتم بالرسائل السريعة أو المقاطع المكثفة. وقد يعكس هذا التصور توجهًا إنتاجيًا نحو الحلقات القصيرة نسبيًا أو الاقتصار على محتوى مكثف ضمن إطار زمني ضيق .

ب- توزيع الوقت بين الضيوف (33%)

تخصيص هذه النسبة من زمن الحلقة لتوزيع الوقت بين الضيوف يشير إلى أن التوازن في المشاركة أولوية واضحة في الإخراج أو في ترتيب الحوار. هذا قد يدل على وجود ضيف لا يوجد محوري يأخذ الحصة الأكبر من الوقت، بل يرتكز على إدارة حوارية تعتمد كثيرًا على توزيع متساويين الضيوف.

ج- توقيت البرنامج (33%)

إن هذه النسبة المرتبطة بتوقيت عرض البرنامج قد تعكس أهمية رمزية لهذا التوقيت بالنسبة للجمهور المستهدف، أو ربما توظيفًا دلاليًا للزمن ضمن سياق الرسائل الدعوية أو الاجتماعية للبرنامج. مثلًا: فإن البرنامج

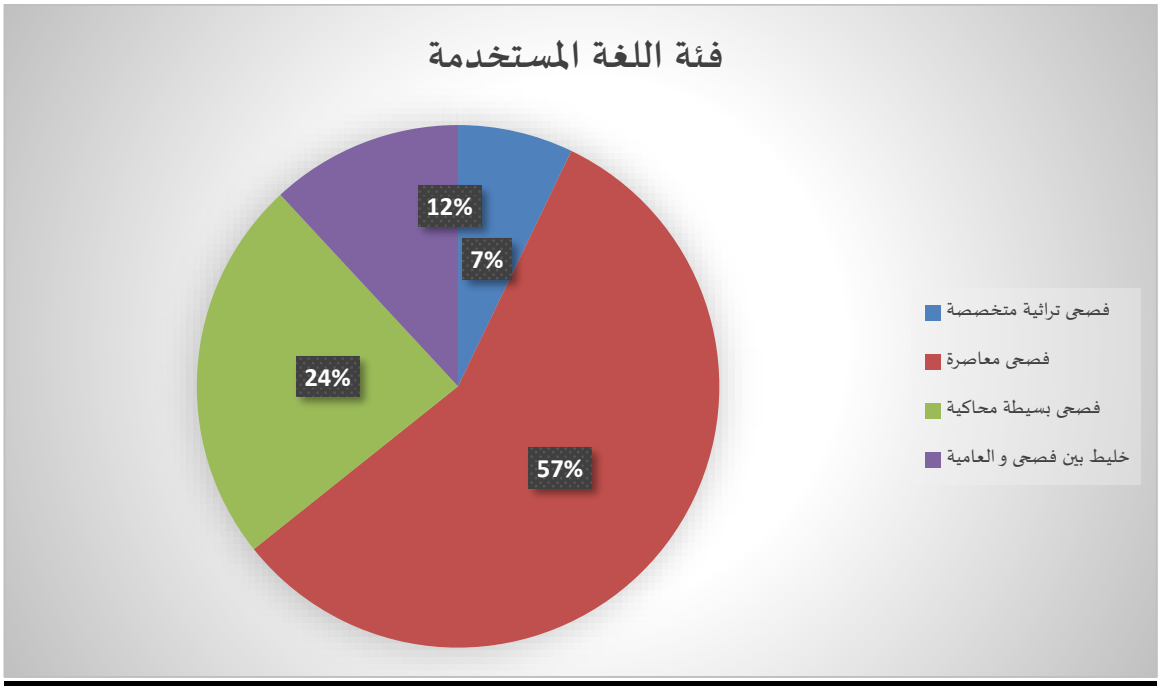
يُعرض في وقت الإفطار أو بعد صلاة التراويح خلال رمضان، فقد يكون التوقيت عاملًا في تحقيق الجذب الروحي والنفسي للمشاهد. رغم تساوي النسب بين هذه العناصر الثلاثة، فإن دلالاتها تختلف من حيث الأثر على الرسالة الكلية. كما أن محدودية النسب قد تُؤدي إلى تصنيف الفئة الزمنية كعنصر تقني أو تنظيمي، لا كمكون رئيسي في محتوى الرسالة.

المطلب الثالث : فئة اللغة والقوالب الإخراجية

1- فئة اللغة المستخدمة

عناصر الفئة	التكرار	النسبة %
فصحى تراثية متخصصة	3	%7
فصحى معاصرة	24	%57
فصحى بسيطة محاكية	10	%24
خليط بين فصحى و العامية	5	%12
المجموع	42	%100

الجدول رقم (5): فئة اللغة المستخدمة



قراءة و تفسير الجدول

يبين الجدول توزيع أنماط اللغة المستخدمة في المحتوى المدروس وفقًا لأربعة أنماط رئيسية: الفصحى التراثية المتخصصة، والفصحى المعاصرة، والفصحى المحاكية (المبسطة)، والخليط بين الفصحى والعامية. من خلال تحليل هذه النتائج، يتضح أن الفصحى المعاصرة تمثل النمط الغالب من حيث الاستخدام، بنسبة تفوق نصف المحتوى الكلي (57%)، وهو ما يعكس توجهاً واعياً نحو استخدام لغة عربية فصيحة، واضحة، ومفهومة، تتناسب مع جمهور واسع من المتلقين، دون أن تُفقد المحتوى طابعه الأكاديمي أو الثقافي. تليها الفصحى المحاكية (24%)، والتي غالباً ما تعتمد أسلوبًا بسيطًا ومباشرًا، يُراعي مستوى الفهم العام ويُقرّب المفاهيم للمتلقي، خاصة في المقاطع الحوارية أو التوضيحية. وهذا يدل على محاولة التوفيق بين الدقة اللغوية ومتطلبات التبسيط والتواصل الفعّال. أما الخليط بين الفصحى والعامية فقد بلغت نسبته 12%، وهي نسبة ليست بكبيرة لكنها دالة. هذا الاستخدام قد يُفهم على أنه استراتيجية لتقريب الخطاب من المتلقي الشعبي، أو لإضفاء طابع عفوي أو وجداني على بعض المقاطع، خصوصًا تلك التي تتعلق بالتجربة الشخصية أو التعليق التلقائي.

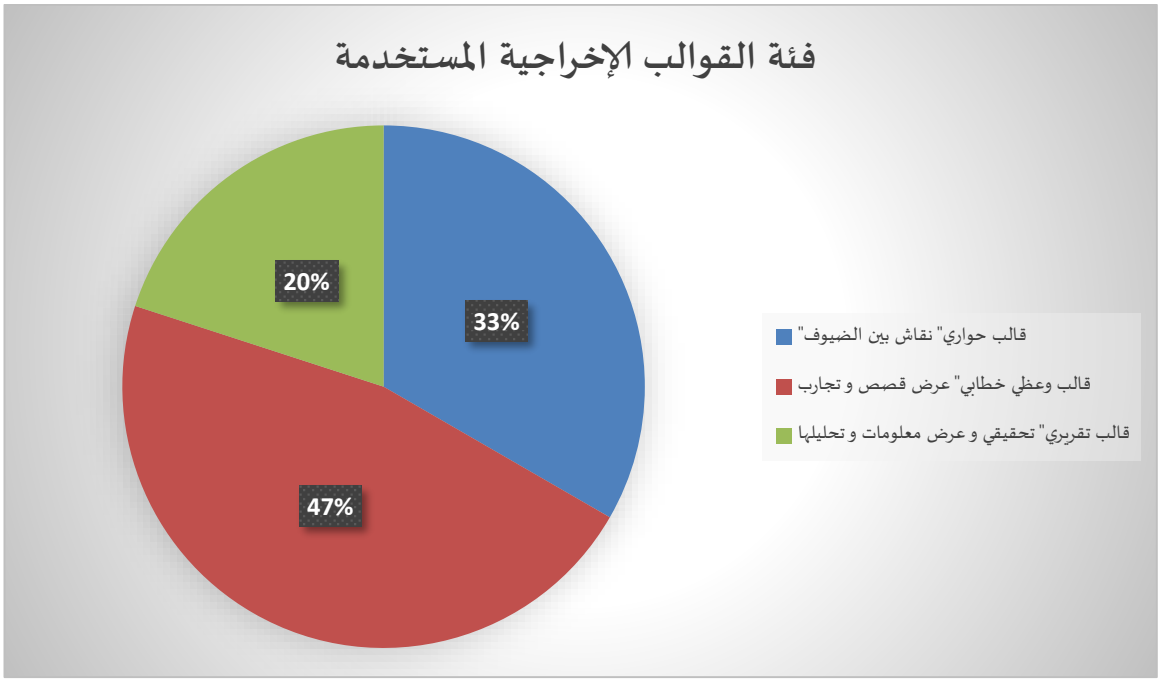
وأخيرًا، يظهر نمط الفصحى التراثية المتخصصة بنسبة متدنية (7%)، مما يشير إلى حضور محدود لهذا الأسلوب، الذي يُستخدم عادةً في السياقات التي تتطلب توظيف مصطلحات علمية أو دينية تقليدية، أو في الاقتباسات من المصادر التراثية. وقد يعود انخفاض نسبته إلى رغبة صنّاع المحتوى في تجنّب التعقيد اللغوي، وإلى توجه عام نحو الحداثة في العرض والتواصل.

يُظهر الجدول ميلاً واضحًا نحو الفصحى المعاصرة كلغة تواصلية رئيسية، تدعمها أنماط أخرى بنِسب متفاوتة بحسب الحاجة السياقية. ويمكن القول إن هذا التنوع في استخدام اللغة يعكس توازناً بين الحفاظ على الهوية اللغوية العربية والمرونة التواصلية التي يتطلبها جمهور متنوع من حيث الثقافة والتعليم.

2- فئة القوالب الإخراجية المستخدمة

عناصر الفئة	التكرار	النسبة %
قالب حواري" نقاش بين الضيوف"	5	%33
قالب وعظي خطابي" عرض قصص و تجارب	7	%47
قالب تقريري" تحقيقي و عرض معلومات و تحليلها	3	%20
المجموع	15	%100

الجدول رقم (6): فئة القوالب الإخراجية المستخدمة



قراءة وتفسير الجدول

يعرض هذا الجدول توزيعًا نسبيًا لثلاثة أنماط إخراجية رئيسية اعتمدها المحتوى محل الدراسة، وهي: القالب الدعوي، القالب الحواري، والقالب التقريري. تُظهر هذه القوالب كيفية تنظيم المادة الإعلامية شكليًا و مضمونيًا، بما يعكس توجّهات صنّاع المحتوى وخياراتهم في التواصل مع الجمهور المستهدف.

أ- القالب الدعوي (46%)

يُشكّل القالب الدعوي النسبة الأكبر بين القوالب المستخدمة، بنسبة 46%، ما يعكس الطابع القيمي والرسالي للمحتوى المدروس. يعتمد هذا القالب على أسلوب الوعظ، الإرشاد، والاستدلال بالنصوص الشرعية، مع توظيف خطاب موجّه نحو الإصلاح السلوكي أو التزكية الروحية. ويرجّح أن يكون هذا الحضور القوي للقالب الدعوي مرتبطًا بطبيعة الموضوعات التي يتناولها البرنامج (كالموضوعات الدينية و الأخلاقية)، وكذلك بالسياق العام لإنتاجه، لا سيما أنه مرتبطًا بموسم تعبّدي وهو شهر"رمضان"، و موجهًا إلى جمهور متديّن.

كما يدل ذلك على سعي واضح من قبل القائمين على المحتوى إلى تحقيق التأثير القيمي عبر استحضار لغة الدين، وتقديم خطاب يرتكز على التذكير، الموعظة، والتوجيه الشرعي، بأسلوب يمزج بين البيان العقلي والاستثارة الوجدانية.

ب- القالب الحواري (33%)

جاء القالب الحواري في المرتبة الثانية بنسبة 33%، ويشير إلى توجه نحو التفاعل والتبادل بين المتحدثين ضمن إطار منظَّم. يُستخدم هذا القالب غالبًا لإبراز تعددية الآراء، وخلق ديناميكية حوارية تضفي حيوية على الخطاب، كما تسهّل نقل الأفكار بطريقة غير مباشرة.

ويُعزّز استخدام الحوار من القرب النفسي بين المتحدث والمشاهد، كما يمنح مساحة لعرض التجارب الشخصية أو التأملات الفردية، مما يضفي طابعًا إنسانيًا وواقعيًا على المحتوى. كما يمكن أن يُساهم في تبسيط الموضوعات الدعوية أو الأخلاقية حين تُطرح بأسلوب تفاعلي.

ج- القالب التقريري (20%)

أما القالب التقريري فقد مثّلت نسبته 20%، وهو أقل القوالب استخدامًا. يتّسم هذا القالب عادةً بالحيادية والموضوعية، ويُستخدم لعرض معلومات، وقائع، أو خلفيات داعمة للمحتوى، من خلال التعليق الصوتي، اللقطات الوثائقية، أو الصور الإرشيفية. ورغم انخفاض نسبته، فإن حضوره يشكّل عنصرًا مهمًا في تعزيز مصداقية الرسالة، وتوفير سياق معرفي أو واقعي يُعمّق من أثر الخطاب الدعوي أو الحواري، لا سيما عندما تُعرض بيانات أو إشارات تاريخية أو تحليلية.

المبحث الثاني: الجانب المضموني للمادة الإعلامية (ماذا قيل)

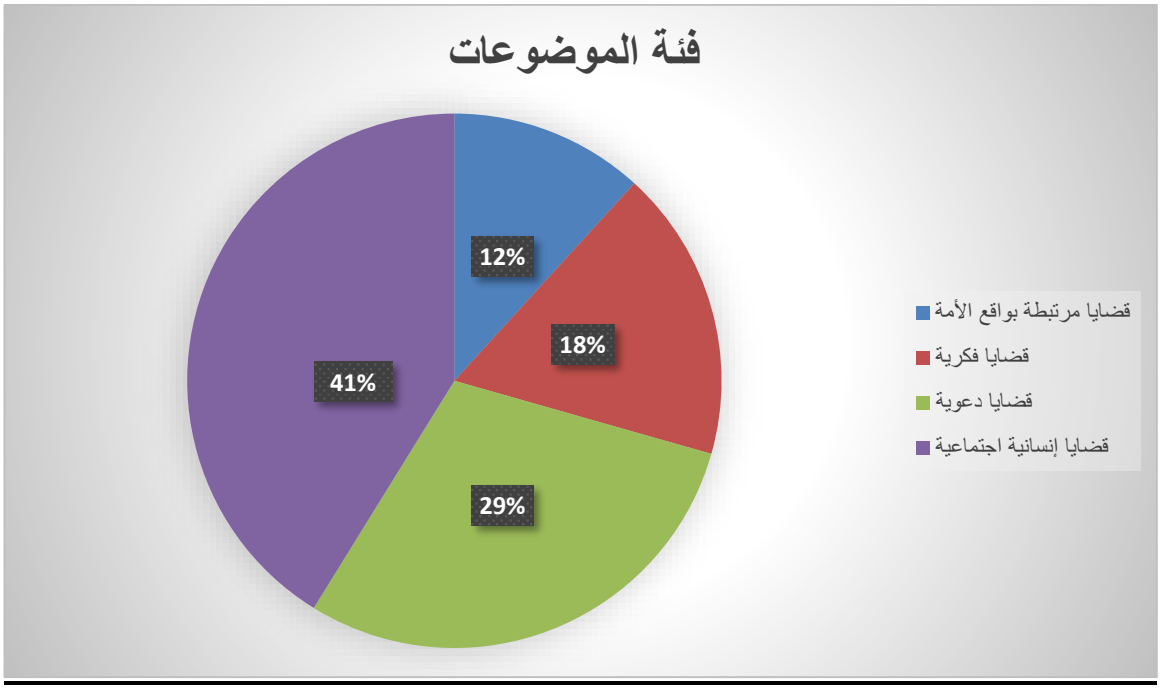
يُشكّل تحليل المضمون أحد أبرز الأساليب البحثية لفهم الرسائل الإعلامية في بعدها العميق، إذ يركّز هذا المبحث على دراسة المحتوى الظاهر والمضمر للمادة الإعلامية، من خلال تتبع القيم المطروحة، والرسائل التربوية، وأنماط الخطاب، والشخصيات الفاعلة، والموضوعات المتكررة. ويسعى هذا التحليل إلى الكشف عن توجهات المادة، والبنية المعرفية التي تنقلها، ومدى انسجامها مع احتياجات الجمهور وسياقها الثقافي والاجتماعي. كما يُتيح رصد الأبعاد التربوية والدعوية للمضمون، واستخلاص دلالات أعمق حول طبيعة الخطاب الإعلامي وأهدافه ضمن السياق العام للوسيط الإعلامي المعتمد.

المطلب الأول : فئة الموضوعات والأساليب

1. فئة الموضوعات

عناصر الفئة	التكرار	النسبة %
قضايا مرتبطة بواقع الأمة	2	%12
قضايا فكرية	3	%18
قضايا دعوية	5	%29
قضايا إنسانية اجتماعية	7	%41
المجموع	17	%100

الجدول رقم (7): فئة الموضوعات



قراءة و تفسير الجدول

يعرض هذا الجدول نسب توزّع الموضوعات التي يتناولها المحتوى البرنامج، وذلك عبر أربع فئات رئيسية: القضايا الدعوية، القضايا الإنسانية الاجتماعية، القضايا الفكرية، والقضايا المرتبطة بواقع الأمة. ويوفّر هذا التصنيف نظرة شاملة إلى التوجّهات الموضوعية للمحتوى، والرسائل التي يسعى إلى إبرازها، وطبيعة الجمهور المستهدف. إذ نشرح كل عنصر على التوالي:

أ- القضايا الدعوية (41%)

تتصدر القضايا الدعوية المرتبة الأولى بنسبة 41%، ما يشير إلى هيمنة واضحة للخطاب الديني الموجَّه، والذي يركّز على التذكير بالقيم الإسلامية، الإصلاح السلوكي، وربط السلوك اليومي بالمنظور الشرعي.

يُظهر هذا الحضور القوي في المحتوى الذي وضع الرسالة الإيمانية والأخلاقية في صميم اهتمامه، ويوليها أولوية كبرى. ويُمكن تفسير ذلك برغبة صنّاع المحتوى في تعزيز الهوية الدينية، وتنمية الوازع الإيماني لدى الجمهور، خاصة إن كان المحتوى موجّهًا لفئات تُولي للدين مكانة مركزية في حياتها، خاصة في سياقات زمنية تعبّدية (مثل شهر رمضان).

ب- القضايا الإنسانية والاجتماعية (29%)

في المرتبة الثانية، جاءت القضايا الإنسانية والاجتماعية بنسبة 29%، مما يعكس اهتمامًا ملموسًا بالجوانب الواقعية من حياة الناس، من مثل العلاقات الاجتماعية، الرحمة، التكافل، السلوك المدني، والظروف المعيشية. يُظهر هذا الحضور أن المحتوى لا يقتصر على الوعظ المجرد، بل يسعى إلى ربط الخطاب القيمي بالواقع الاجتماعي الملموس، مما يوسّع دائرة التأثير والتفاعل. كما يعزز هذا التوجّه من البُعد الإنساني للمحتوى، ويجعله أكثر قربًا من حياة الجمهور اليومية.

ج- القضايا الفكرية (18%)

أما القضايا الفكرية فقد بلغت نسبتها 18%، وهي نسبة معتدلة تدل على حضور البُعد التأملي والنقاشي، الذي يتناول موضوعات ذات طابع فلسفي أو معرفي أو عقدي، ويكشف هذا عن المحاولة لإدخال الجمهور في نقاشات

عقلية تتجاوز المواعظ السطحية، وتساهم في تأصيل المفاهيم ومواجهة الشبهات، خصوصًا في ظل التحديات الثقافية والفكرية التي تواجهها المجتمعات الإسلامية في العصر الحديث.

د- القضايا المرتبطة بواقع الأمة (12%)

في المرتبة الأخيرة، تأتي القضايا المرتبطة بواقع الأمة بنسبة 12%، وهي نسبة متدنية نسبيًا. وتشمل هذه القضايا ما يتصل بالواقع السياسي، التحديات العالمية، الصراعات الإقليمية، أو قضايا الأمة الكبرى كفلسطين، الهوية، والانقسام المجتمعي.

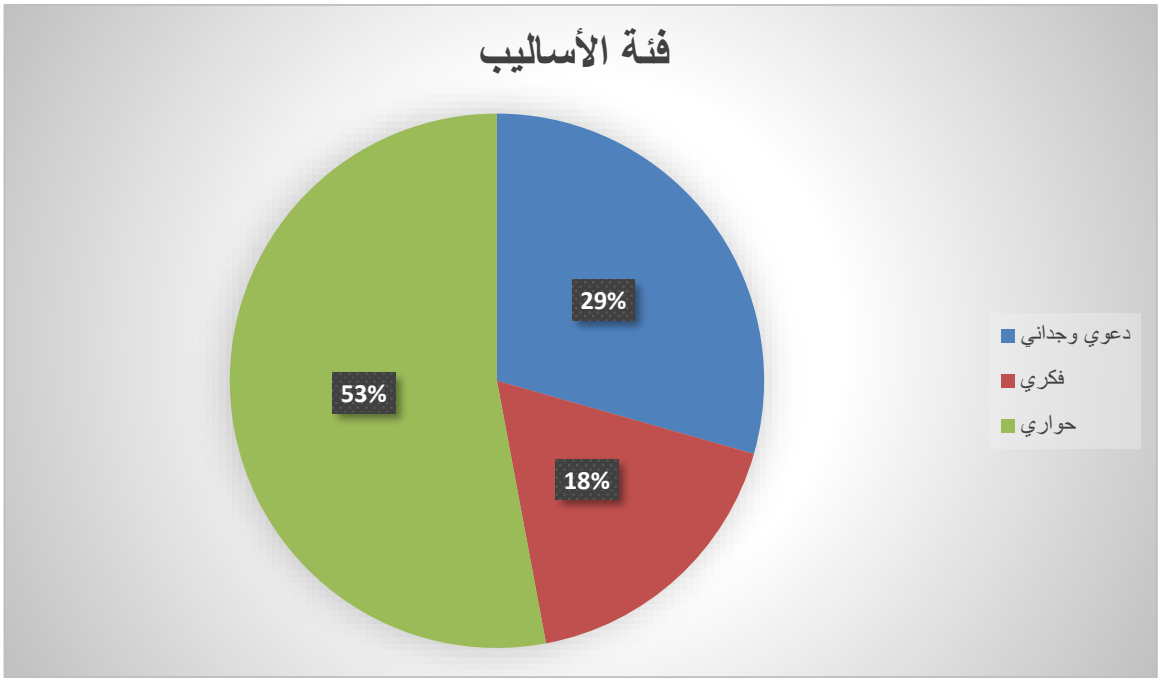
ويُشير الحضور المحدود لهذا النوع من القضايا إلى توجّه تحفّظي أو مقصود في التجنّب والابتعاد عن المواضيع المثيرة للجدل، إما بدافع الحذر الإعلامي أو التركيز على البُعد الفردي والأخلاقي على حساب القضايا الجمعية. كما قد يعكس ذلك رغبة في تقديم خطاب إيجابي ومتصالح، بعيد عن الطابع الصراعي أو النقدي.

يُظهر الجدول أن القضايا الدعوية والاجتماعية يتشكلان معًا نسبته 70% من المحتوى، وهو ما يعكس توجّهًا عامًّا نحو خطاب إصلاحي متوازن يجمع بين التوجيه الإيماني والاهتمام الإنساني، بينما تشكّل القضايا الفكرية والسياسية (أو العامة للأمة) حضورًا مكمّلاً، يُضفي عمقًا عقليًا أو بعدًا شموليًا، ولكن دون أن يحتل صدارة المعالجة. إن هذا التوزيع يوحي بأن المحتوى يركّز على بناء الفرد أخلاقيًا وروحيًا، ثم يمتد إلى البُعد الاجتماعي، مع مساحة فكرية مؤطَّرة، وحضور خجول للقضايا الكبرى للأمة. وهو ما يمكن اعتباره خيارًا استراتيجيًا في سياق إعلامي يسعى إلى مخاطبة الداخل الفردي أولاً، ثم الواقعي العام، بدرجات متفاوتة من الجرأة والانخراط.

2. فئة الأساليب

عناصر الفئة	التكرار	النسبة %
دعوي وجداني	5	%29
فكري	3	%18
حواري	9	%53
المجموع	17	%100

الجدول رقم(8) : فئة الأساليب



قراءة و تفسير الجدول

يعرض هذا الجدول نسب توزّع الأساليب الخطابية التي توظفها المادة الإعلامية للبرنامج قيد الدراسة، وهي: الأسلوب الحواري، الأسلوب الدعوي الوجداني، والأسلوب الفكري. يُعَدّ هذا التصنيف مؤشراً مهمًا على المنهج الاتصالي والتأثيري الذي يتبعه المحتوى، كما يعكس طبيعته من حيث التركيب والتوجّه.

أ- الأسلوب الحواري (53%)

يتصدر الأسلوب الحواري القائمة بنسبة 53%، ما يدلّ على اعتماد واضح على التفاعل وتبادل الآراء كأسلوب بنائي رئيسي للمحتوى. يقوم هذا الأسلوب على المناقشة المفتوحة بين متحدثين، بما يضفي على المادة طابعًا ديناميكيًا، واقعيًا، وغير تلقيني. ويُساهم الحضور الطاغي للأسلوب الحواري في: كسر الجمود النصي أو الوعظي التقليدي. خلق نوع من التواصل الطبيعي والمباشر مع الجمهور. و ذلك ما أدى إلى السماح بتعدّد وجهات النظر، وعرض القضايا من زوايا متعددة. وتقديم التجربة أو المعلومة بأسلوب قصصي أو شخصي يعزّز القرب الوجداني والفكري من المتلقي.

ويمكن القول إن هذا التركيز يعكس توجّهًا معاصرًا في الخطاب الإعلامي، يفضّل الحوارات البنّاءة على الخطابات الأحادية أو الوعظ المباشر.

ب- الأسلوب الدعوي الوجداني (29%):

جاء الأسلوب الدعوي الوجداني في المرتبة الثانية بنسبة 29%، وهو أسلوب يركّز على الجانب العاطفي والروحي في بناء الرسالة. يتضمن هذا النوع من الخطاب التذكير بالقيم الإيمانية، الحديث عن الآخرة، التحفيز الوجداني، واستدعاء النصوص الشرعية بأسلوب مؤثر غالبًا ما يُستخدم هذا الأسلوب في: المقاطع التي تهدف إلى الإيقاظ الروحي وتحريك المشاعر الدينية.

و مخاطبة الجانب الأخلاقي والعاطفي في النفس البشرية. مع استحضار المعاني التي تتصل بالرحمة، الموت، المغفرة، التوبة، وغيرها من القيم الوجدانية. ويدل توظيف هذا الأسلوب بنسبة معتبرة على حرص المحتوى على النفاذ إلى وجدان المتلقي، لا الاكتفاء بالمخاطبة العقلية أو الجدلية. كما يعكس ارتباط الرسالة ببُعد تربوي وقيمي راسخ، وهو ما يتماشى غالبًا مع الأهداف الدعوية أو الإرشادية للمادة.

ج- الأسلوب الفكري (18%):

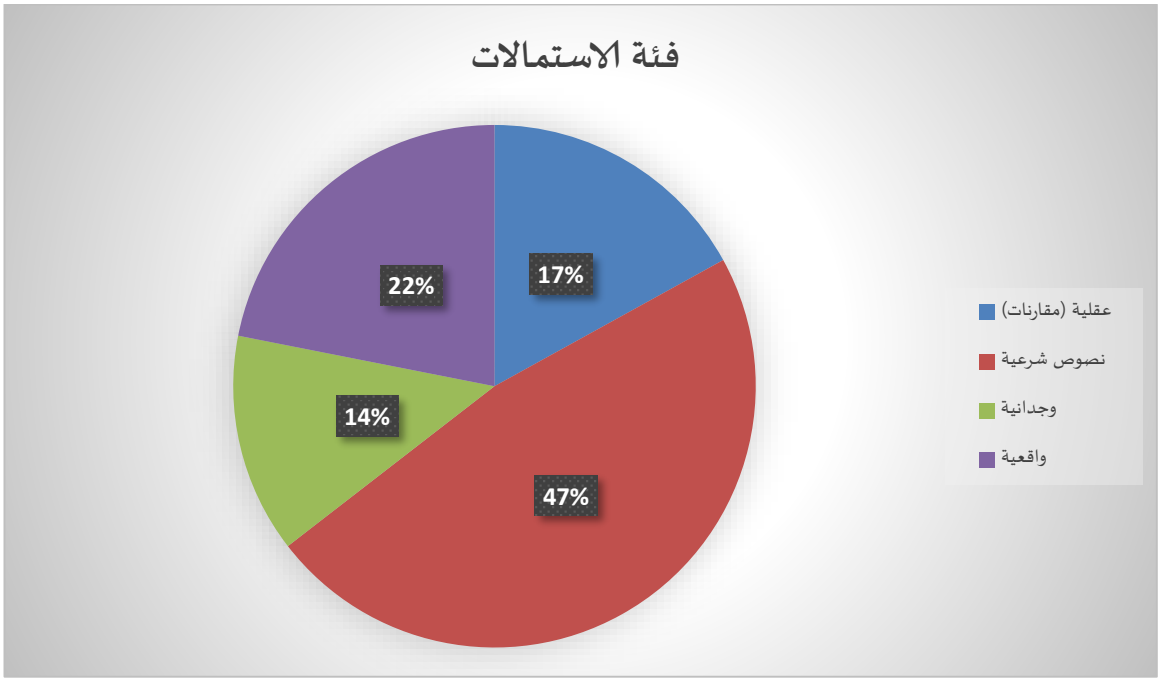
بلغت نسبة الأسلوب الفكري نحو 18%، وهو أقل الأساليب استخدامًا. يتسم هذا الأسلوب بالعقلانية والتأصيل النظري، حيث يُطرح المحتوى بأسلوب تحليلي، يعالج قضايا فكرية أو فلسفية أو عقدية، ويتطلب غالبًا استدلالًا منطقيًا وتدقيقًا مفاهيميًا. رغم انخفاض نسبته، فإن حضوره ضروري في: تفكيك الإشكالات الفكرية أو الثقافية المعاصرة. ومعالجة الشبهات، أو عرض المفاهيم بأسلوب تأملي. وتقديم مادة ذات طابع معرفي معمق تتناسب مع جمهور نخبوي أو مثقّف. يشير هذا التوظيف المحدود إلى أن المحتوى، وإن لم يُهمِل البعد العقلي، إلا أنه يُقدّم الرسالة غالبًا من منظور تواصلي وجداني وحواري أكثر منه تنظيري أو تجريدي، بما يوسّع دائرة التأثير، ويجعل المحتوى مقبولًا لشريحة أوسع من الجمهور. تكشف المعطيات أن الأسلوب الحواري هو المهيمن (53%)، ويليه الدعوي الوجداني (29%)، ثم الفكري (18%). هذا التوزيع يُظهر أن المحتوى يتبنّى أسلوبًا تواصليًا قائمًا على القرب والتفاعل، مدعومًا بخطاب روحي مؤثر، في حين يقدّم البُعد الفكري بدرجة أقل ولكن بوظيفة مكمّلة. ويُفهم من هذا أن صُنّاع المحتوى قد اختاروا مزيجًا متوازنًا من الأساليب يخدم ثلاثة أهداف: جذب الانتباه وإشراك المتلقي بالحوار (الحواري)/ تحفيز المشاعر وتحريك البُعد القيمي (الوجداني)/ ترسيخ الفكرة وتوضيح المفهوم (الفكري). وهو ما يعكس تنوعًا واعيًا في الخطاب، وتكيّفًا مع حاجات الجمهور المتعدّدة بين العاطفة، التفاعل، والفكر.

المطلب الثاني: فئة الاستمالات والقيم

1. فئة الاستمالات

عناصر الفئة	التكرار	النسبة %
عقلية (مقارنات)	5	%17
نصوص شرعية	14	%47
وجدانية	4	%14
واقعية	8	%22
المجموع	31	%100

الجدول رقم (9): فئة الاستمالات



قراءة و تفسير الجدول

يعرض هذا الجدول نسب توزّع الاستمالات التي اعتمدها الخطاب في المادة المدروسة، وهي: الشرعية، العقلية، الواقعية، والوجدانية. وتُعدّ الاستمالات عناصر استراتيجية في بناء الخطاب، إذ تهدف إلى إقناع المتلقي أو التأثير عليه من خلال توظيف عناصر معينة تُخاطب جانبًا محددًا من العقل أو العاطفة أو الوجدان أو التجربة اليومية.

أ- الاستمالة بالنصوص الشرعية (47%)

تتصدر الاستمالة بالنصوص الشرعية جميع الأنواع بنسبة 47%، ما يدلّ على اعتماد الخطاب بشكل أساس على المرجعية الدينية (القرآن الكريم، الحديث النبوي، أقوال العلماء) كأداة إقناعية رئيسية. هذا النوع من الاستمالات يخاطب:

السلطة الشرعية في ذهن المتلقي، إذ يعزز مشروعية القول من خلال النص. والثقة لدى الجمهور المتدين الذي يعتبر النصوص الدينية مصدرًا نهائيًا للمعرفة والمرجعية. والالتزام السلوكي من خلال تقديم الخطاب في إطار ديني مُلزم أو محفّز روحيًا. ويُظهر هذا الاعتماد أن المحتوى ينطلق من منظور قيمي ديني صريح، ويستهدف في الأساس جمهورًا يُقدّر المرجعية الشرعية ويستجيب لها.

ب- الاستمالة العقلية (22%)

احتلت الاستمالة العقلية المرتبة الثانية بنسبة 22%، وهي استمالة تقوم على التفكير المنطقي والاستدلال العقلي والمقارنة والتحليل. ويُستخدم هذا النوع لإقناع المتلقي من خلال: الحجج العقلانية، وربط النتائج بالمقدمات. تفكيك الشبهات أو الرد على اعتراضات فكرية. وتقديم خطاب يستهدف الجمهور النخبوي أو المتعلّم ممن يفضّلون المقاربات العقلية على الخطاب العاطفي أو الوعظي. تدل هذه النسبة على رغبة لدى صانع المحتوى في إحداث توازن بين التأثير الوجداني والاستدلال العقلي، بما يمنح الخطاب مصداقية وعمقًا، دون أن يتحول إلى خطاب فلسفي مجرد.

ج- الاستمالة الواقعية (17%)

بلغت نسبة الاستمالة الواقعية حوالي 17%، وتُشير إلى توظيف الخبرات الحياتية، الأمثلة اليومية، القصص الواقعية، أو الشواهد من الواقع المعاصر كوسيلة للإقناع. أهمية هذا النوع من الاستمالة تكمن في: ربط الخطاب بحياة المتلقي اليومية/ إضفاء مصداقية ملموسة على الأفكار المطروحة/ كسر الجمود المفاهيمي عبر تصوير الأفكار في مشاهد حياتية حقيقية/ويدل توظيف هذه الاستمالة على وعي اتصالي بأنّ الجمهور يتأثر بما يلامس تجربته الشخصية، لا فقط ما يُقال له من منابر الوعظ أو الفكر.

د- الاستمالة الوجدانية (14%)

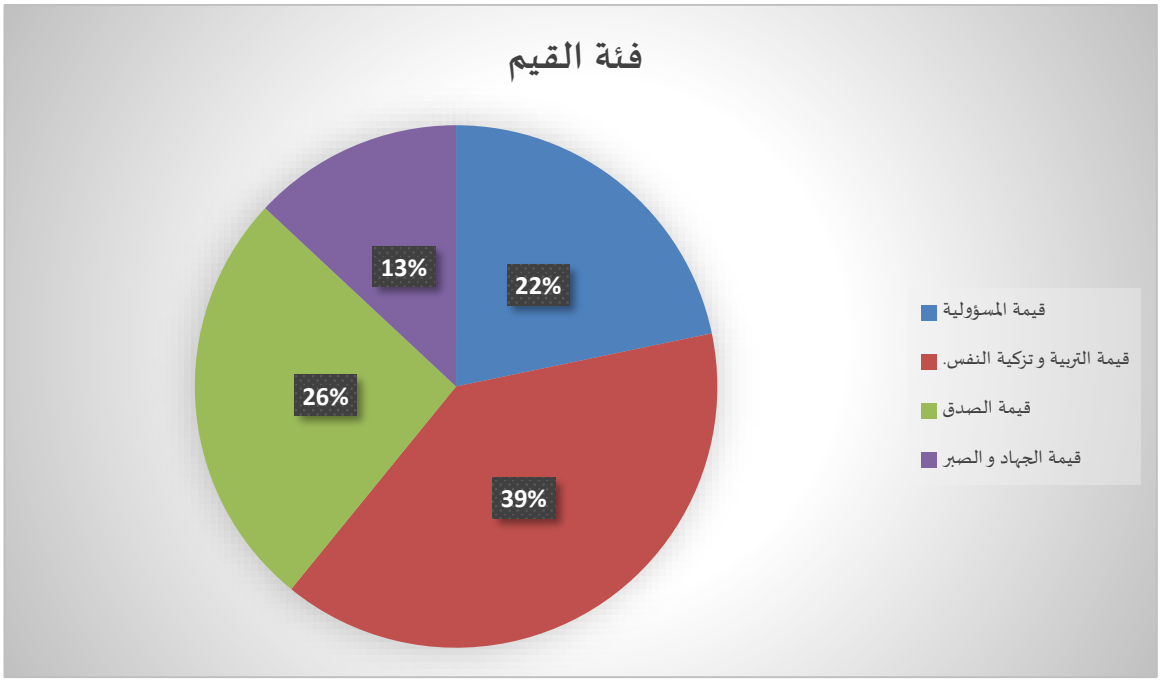
جاءت الاستمالة الوجدانية في المرتبة الأخيرة بنسبة 14%، وهي تلك التي تعتمد على إثارة العاطفة والمشاعر، مثل الحزن، الخوف، الأمل، الحب، والشفقة. وغالبًا ما تُستخدم في: مقاطع مؤثرة تتحدث عن الموت، التوبة، معاناة الآخرين، أو الرحمة الإلهية. مع تحفيز الجمهور نحو التغيير السلوكي العاطفي، لا العقلاني فقط. ورغم تدنّي النسبة، فإن وجودها يضيف بُعدًا إنسانيًا رقيقًا للخطاب، ويُساهم في مخاطبة الجانب الوجداني من المتلقي، الذي لا يتجاوب بالضرورة مع المنطق أو النص، بل مع التأثير النفسي المباشر.

تشير المعطيات إلى أن الخطاب يعتمد بدرجة أساسية على المرجعية الدينية (47%)، مدعومًا بمنهج عقلاني تفسيري (22%)، مع حضور واقعي (17%) ووجداني (14%) يُكمّلان المشهد. هذا التوزيع يُظهر حرصًا على تنوّع أدوات التأثير والإقناع، لكن مع تركيز واضح على البُعد الشرعي كمحور أساسي للخطاب .ويمكن تفسير هذا التوجه على النحو الآتي: أن الخطاب موجه بالدرجة الأولى إلى جمهور متديّن يُفضّل الحُجّة الدينية.

2. **فئة القيم**

عناصر الفئة	التكرار	النسبة %
قيمة المسؤولية	5	%22
قيمة التربية و تزكية النفس	9	%39
قيمة الصدق	6	%26
قيمة الجهاد و الصبر	3	%13
المجموع	23	%100

الجدول رقم (10): فئة القيم



قراءة و تفسير الجدول

يُظهر الجدول تباينًا في توظيف القيم ضمن المادة الإعلامية محلّ الدراسة، الأمر الذي يعكس التوجّهات الأخلاقية والتربوية التي يسعى الخطاب لغرسها في المتلقّي. وتُعدّ دراسة هذا الجانب مؤشرًا مهمًا على البنية الداخلية للرسالة الخطابية من حيث محتواها القيمي وتوجهها الوجداني والسلوكي.

أ- قيمة التربية وتزكية النفس (39%)

تصدّرت هذه الفئة القائمة بنسبة 39%، ما يدلّ على اهتمام كبير من صُنّاع المحتوى بـ ترسيخ البعد التربوي والروحي في الخطاب. وتزكية النفس هنا لا تُقصتر على بُعدها الديني الفردي، بل تمتد لتشمل: التنقية الداخلية من السلوكيات السلبية والهوى، و تنمية الفضائل الأخلاقية، مع الارتقاء بالسلوك الإيماني والفكري، والسعي إلى إصلاح الذات كأساس لإصلاح المجتمع.

ويُظهر هذا التركيز أن الخطاب يتبنّى مقاربة إصلاحية تبدأ من الداخل، وهو ما يعكس بعدًا صوفيًا و تربويًا معتدلًا يتكامل مع البنية الوعظية أو الإرشادية العامة. كما يربط الخطاب بين الذات الواعية والفعل الخارجي، فيرى أن التغيير لا يبدأ بالمجتمع بل يبدأ بالنفس.

ب- قيمة الصدق (26%)

حلّت قيمة الصدق في المرتبة الثانية بنسبة 26%، وهي نسبة مرتفعة تدل على أن الصدق ليس فقط قيمة أخلاقية بل مُرتكز بنائي في الخطاب الدعوي والإعلامي، باعتباره: أساسًا للثقة بين المتلقي والمُرسِل، عنصرًا جوهريًا في الالتزام السلوكي والديني، ضرورة في العلاقات الاجتماعية والإنسانية. ويُبرز هذا الحضور أن المادة توجّه المتلقي إلى قيم أصيلة وثابتة تتجاوز التوجّه الوعظي الظرفي، وتتعلق بتكوين الشخصية القويمة في جوهرها.

ج- قيمة المسؤولية (22%)

بلغت قيمة المسؤولية نسبة 22%، ما يشير إلى تركيز ملحوظ على دور الفرد في تحمل نتائج أفعاله وسلوكياته تجاه نفسه والمجتمع والدين. وتتجلّى المسؤولية هنا في مستويات عدّة:

المسؤولية الأخلاقية في أداء الحقوق والواجبات، المسؤولية الدعوية تجاه الأمة والدين، المسؤولية الاجتماعية في المساهمة في البناء لا الهدم. وتكشف هذه النسبة عن بُعد عملي في الخطاب، لا يقتصر على التربية الفردية، بل يمتد ليؤكد على أن القيم لا تُغرس لمجرّد الإيمان بها، بل لممارستها في الواقع.

د- قيمة الجهاد والصبر (13%)

جاءت هذه القيمة بنسبة 13%، وهي الأقل حضورًا ضمن الجدول، لكنها تمثل قيمة مركبة تتداخل فيها المعاني النضالية والنفسية، وتشير إلى:الصبر على المحن والابتلاءات، الجهاد بمعناه الشامل: جهاد النفس، الكلمة، السلوك، والمجتمع، الثبات على المبدأ رغم المشقة. رغم انخفاض النسبة، إلا أن هذه القيمة تُضفي على الخطاب عمقًا نضاليًا يربط بين القيم والمواقف، وتُذكّر المتلقي بأن طريق الالتزام ليس ميسورًا دومًا، بل يتطلب عزيمة ومجالدة وصبرًا.

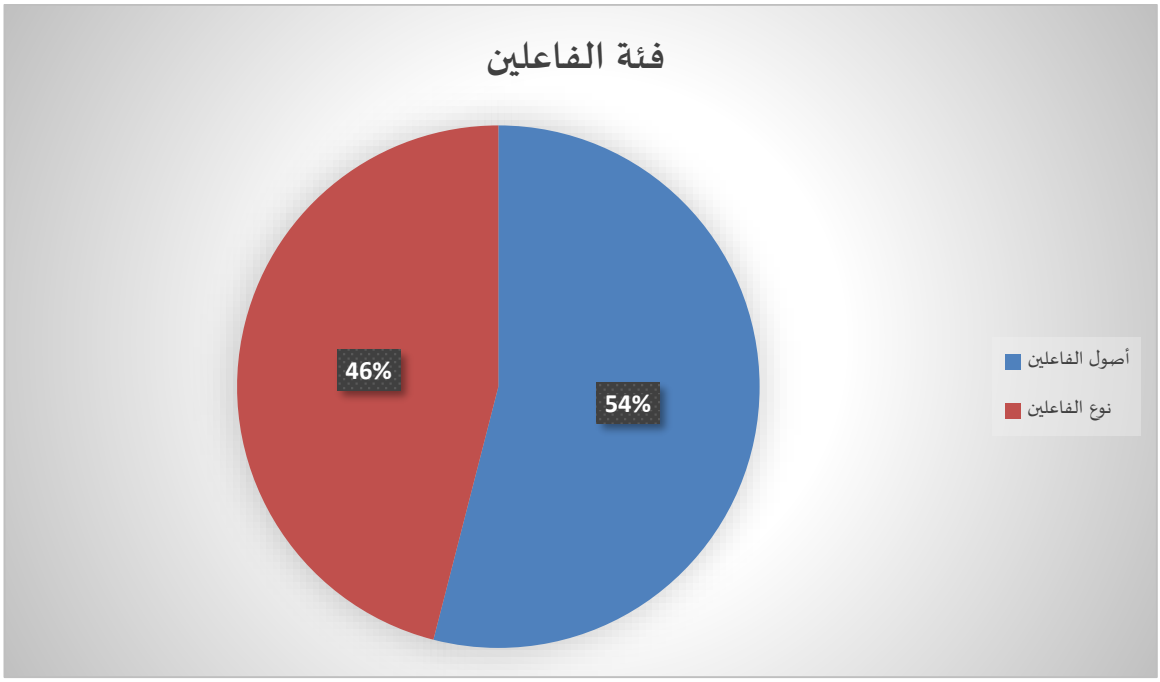
تكشف البيانات أن الخطاب يركّز أساسًا على تكوين الإنسان الداخلي تربويًا وروحيًا (تزكية النفس 39%)، ثم يُدعّمه بقيم سلوكية واضحة مثل الصدق (26%) والمسؤولية (22%)، بينما يُضيف الجهاد والصبر (13%) بُعدًا تحفيزيًا للصبر والتحدّي. هذا التوزيع يدل على: مقاربة شاملة تمزج بين البُعد الداخلي (النفس)، والسلوكي (الصدق والمسؤولية)، والنضالي (الصبر والجهاد). نزعة إصلاحية تبدأ من الذات وتتّجه إلى الفعل المجتمعي الواعي. خطاب متّزن يجمع بين الموعظة والتربية والتحفيز الواقعي دون الغلو في التركيز على جانب واحد.

المطلب الثالث: فئة الفاعلين وأهداف البرنامج

1. فئة الفاعلين

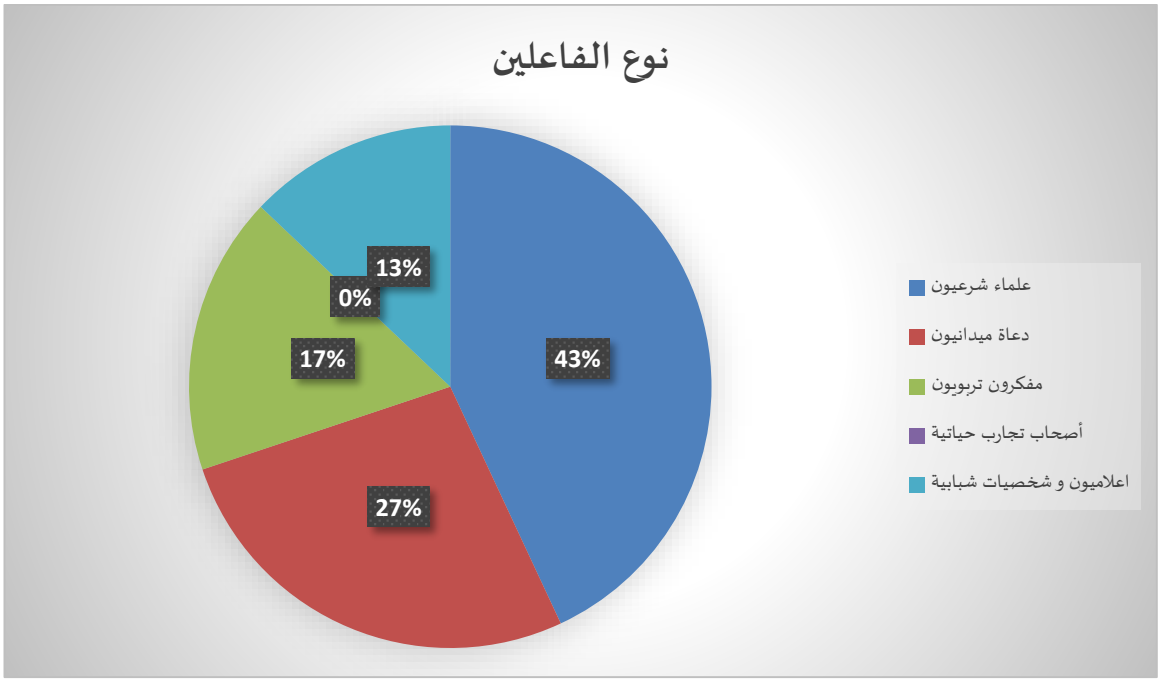
عناصر الفئة	التكرار	النسبة %
أصول الفاعلين	27	%54
نوع الفاعلين	23	%46
المجموع	50	%100

الجدول رقم (11): فئة الفاعلين



عناصر الفئة	التكرار	النسبة
علماء شرعيون	10	%43
دعاة ميدانيون	6	%27
مفكرون تربويون	4	%17
أصحاب تجارب حياتية	0	%0
اعلاميون و شخصيات شبابية	3	%13
المجموع	23	%100

الجدول رقم (12): نوع الفاعلين



نوع الفاعلين

يوضّح هذا الجدول التوزيع النِّسبي للفاعلين بحسب طبيعة تخصصهم ودورهم المجتمعي أو الإعلامي، وهو مؤشر جوهري على التوجه العام للخطاب الإعلامي/الدعوي، وأولوياته في اختيار من يُعطى له صوت ضمن المادة المعروضة. ويمكن تحليل هذه الفئات كما يلي:

أ- العلماء الشرعيون (43%)

استحوذت فئة العلماء الشرعيين على النصيب الأكبر من الحضور بنسبة 43%، ما يعكس توجهًا واضحًا نحو إضفاء المشروعية الدينية والمرجعية العلمية على الخطاب. وهذا الحضور الكثيف يدلّ على: اعتماد الخطاب على سلطة النص والفتوى والتأصيل الشرعي. رغبة في بناء خطاب موثوق ومرتبط بالأصالة، يتكئ على الفقه والعقيدة والعلوم الشرعية. سعي لإضفاء طابع تقليدي أو رسمي على المادة الإعلامية، خاصة في البرامج ذات الطابع التوجيهي أو الوعظي.هذا التركيز يضفي ثقة علمية على المحتوى، لكنه قد يجعل الخطاب نخبويًا أو موجَّهًا لفئة محددة من الجمهور، ما لم يُوازَن بأنماط فاعلين أخرى أقرب إلى لغة الناس وتطلّعاتهم.

ب- الدعاة الميدانيون (27%)

جاء الدعاة الميدانيون في المرتبة الثانية بنسبة 27%، وهي نسبة مهمة تدل على حضور من يملكون خبرة مباشرة في التعامل مع الواقع والجمهور العام. ويمتاز هذا النوع من الفاعلين بما يلي: الخطاب القريب من الناس، لغة وتجربة وموضوعًا. القدرة على تجسير الفجوة بين النظرية والممارسة. تقديم رؤى تطبيقية تتفاعل مع التحديات اليومية

والاحتياجات المجتمعية. ويعكس حضور هذه الفئة حرصًا على توازن الخطاب بين التنظير والواقع، ويمنح المحتوى ديناميكية وتأثيرًا مباشرًا في المتلقي.

ج- المفكرون التربويون (17%)

تمثلت هذه الفئة بنسبة 17%، وهي نسبة متوسطة، لكنها دالة على إدماج البُعد التربوي والتأملي والنقدي في الخطاب. فالمفكر التربوي لا يقدّم فقط أحكامًا، بل يشتغل على: تحليل الظواهر الاجتماعية والتربوية. صياغة الوعي وتوجيه التفكير النقدي.

اقتراح نماذج معرفية وتربوية بديلة تُسهم في التغيير طويل المدى. ويُعدّ حضور هذه الفئة ضروريًا لإحداث توازن بين الخطاب النقلي/الشرعي والخطاب التحليلي/الاجتماعي، إلا أن النسبة المتواضعة قد تشير إلى محدودية هذا البُعد في المادة المدروسة.

د- الإعلاميون والشخصيات الشبابية (13%)

بلغت هذه الفئة 13%، ما يشير إلى حضور رمزي لفئة قادرة على التواصل مع الجيل الجديد بلغة العصر. ويتميّز هؤلاء بـ:

استخدام لغة حديثة وبسيطة. تقديم الخطاب في قالب إعلامي جاذب. القدرة على بناء جسور تواصل مع جمهور واسع وغير متخصص.ورغم ضعف النسبة نسبيًا، إلا أن وجودهم يعزز عنصر التوازن والتجديد في الخطاب، خاصة في ظل تحول وسائل الإعلام إلى منصات تفاعلية شبابية الطابع.

هـ- أصحاب التجارب الحياتية (0%)

الغياب الكامل لهذه الفئة (0%) يُعد مؤشرًا على فجوة في إدماج البُعد الإنساني والتجريبي في المادة. فأصحاب التجارب الحياتية الواقعية: يُضفون صدقية وجدانية وعفوية على الخطاب. يُسهِمون في جعل الرسائل أكثر تأثيرًا وارتباطًا بالواقع. يساعدون على نقل النماذج السلوكية من النظرية إلى القابلية للتحقيق. غيابهم قد يُضعف جاذبية الخطاب بالنسبة لجمهور يبحث عن قصص واقعية وتجارب حيّة. كما يعكس نمطًا تقليديًا في بناء الخطاب يرتكز على الرموز المعرفية أكثر من الشهادات الحياتية.

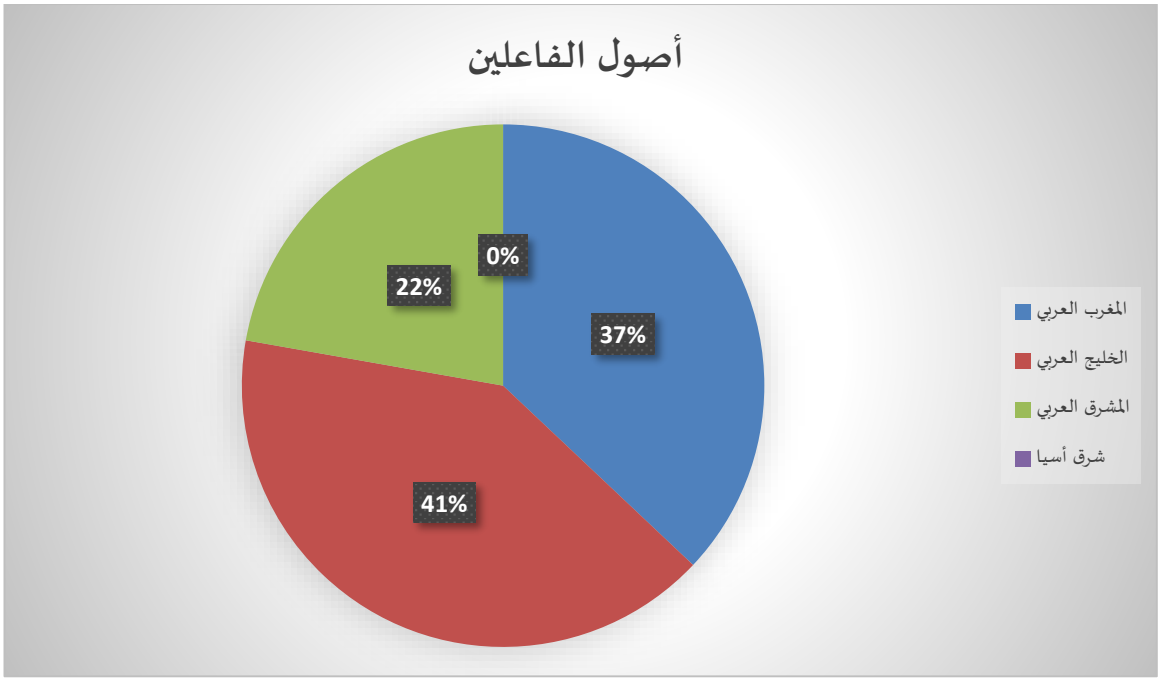
يعكس الجدول أن المادة المدروسة تميل إلى المقاربة التقليدية في اختيار الفاعلين، حيث يحتل العلماء الشرعيون والدعاة الميدانيون النسبة الأكبر (70%) على حساب الفئات الأخرى. ويدل هذا على: هيمنة الطابع الشرعي والوعظي على محتوى المادة. ضعف في تمثيل الأصوات الشبابية، الإعلامية، والتجريبية الواقعية. غياب التكامل بين التأصيل، التطبيق، والتمثيل الحياتي. ولتحقيق مزيد من التوازن والتأثير والتنوع في المحتوى، يُستحسن في المستقبل رفع نسبة

الفاعلين من ذوي التجارب الواقعية، والشخصيات الشبابية، والمفكرين التربويين، بما يسمح بتقديم خطاب شامل يجمع بين المرجعية.

أصول الفاعلين

عناصر الفئة	التكرار	النسبة %
المغرب العربي	10	%37
الخليج العربي	11	%41
المشرق العربي	6	%22
شرق أسيا	0	%0
المجموع	27	%100

الجدول رقم (13): أصول الفاعلين



قراءة و تفسير الجدول

يعرض الجدول توزيع الفاعلين وفق أصولهم الجغرافية، وهو مؤشر دالّ على البعد الجغرافي والثقافي الذي يُهيمن على المحتوى. كما يُسهم هذا التوزيع في فهم أفق الخطاب، وتنوع مرجعياته، وانفتاحه أو انغلاقه على محيطه العربي والإسلامي.

أ- الفاعلون من الخليج العربي (41%)

يتصدر الفاعلون المنحدرون من الخليج العربي النسبة الأعلى بـ 41%، ما يشير إلى مركزية الحضور الخليجي في المادة المدروسة. وتُؤدي هذه النسبة إلى عدة اعتبارات منها: أن الإنتاج غالبًا يتم في إحدى دول الخليج، مما يجعل الفاعلين المحليين أكثر حضورًا من حيث التوافر والقرب المكاني. مع التقاليد الدينية والخطابية الخليجية غالبًا ما تحظى بحضور بارز في المجالات الدعوية والإعلامية. و وجود شخصيات دينية وفكرية مرجعية خليجية تستقطب جمهورًا واسعًا في العالم الإسلامي. فإن هذا الحضور المكثّف يعزز الطابع المحلي والإقليمي للمادة، ويمنحها ملامح ثقافية وخطابية خاصة بالخليج، سواء على مستوى اللغة أو المرجعية الدينية أو زاوية المعالجة.

ب- الفاعلون من المغرب العربي (37%)

تأتي نسبة المغرب العربي في المرتبة الثانية بـ 37%، وهي نسبة مرتفعة ومهمة، تُظهر أن المادة لا تنغلق على فضاء جغرافي ضيّق، بل تسعى إلى تمثيل أوسع للخبرات والوجوه الدعوية أو الفكرية من المغرب. وهذا التنوع الجغرافي يضيف: ثراءً لغويًا وثقافيًا؛ إذ يتميّز خطاب المغرب العربي بأسلوب تحليلي عقلاني وتاريخي. متوازنًا بين النزعة النقلية و النصية الخليجية والنزعة المقاصدية و الاجتهادية المغاربية. و هذا ما أظهرحضورًا لتيارات فكرية المتعدّدة تعكس رؤية شمولية لا مركزية للدين والواقع. يمثل هذا التمثيل إشارة إيجابية إلى محاولة إدماج الرؤية المغاربية في خطاب أكثر اتساعًا وشمولية.

ج- الفاعلون من المشرق العربي (22%)

بلغت نسبة الفاعلين المنحدرين من المشرق العربي (الشام، مصر، العراق...) حوالي 22%، وهي نسبة متوسطة مقارنة بالفاعلين من الخليج والمغرب. ورغم أن المشرق يُعد تاريخيًا مركزًا مهمًا للحركة الفكرية والدينية، فإن حضوره هنا قد يكون مقيّدًا بالعوامل التالية: طبيعة الإنتاج أو التمويل التي تُفضّل استضافة فاعلين من دوائر جغرافية أقرب. أو السياق السياسي لبعض دول المشرق، والذي قد يؤثر في مدى حضور شخصياتها في المنصات العامة. أو وجود تركيز

أكبر على الخطاب الوعظي أو التربوي مقارنة بالخطاب السياسي أو الحركي الذي يغلب في بعض دول المشرق. لكن رغم ذلك، فإن وجود هذا المكوّن يُضفي توازنًا معرفيًا ويثري النقاش بعمق تاريخي وتنوع مذهبي.

د- الفاعلون من شرق آسيا (0%)

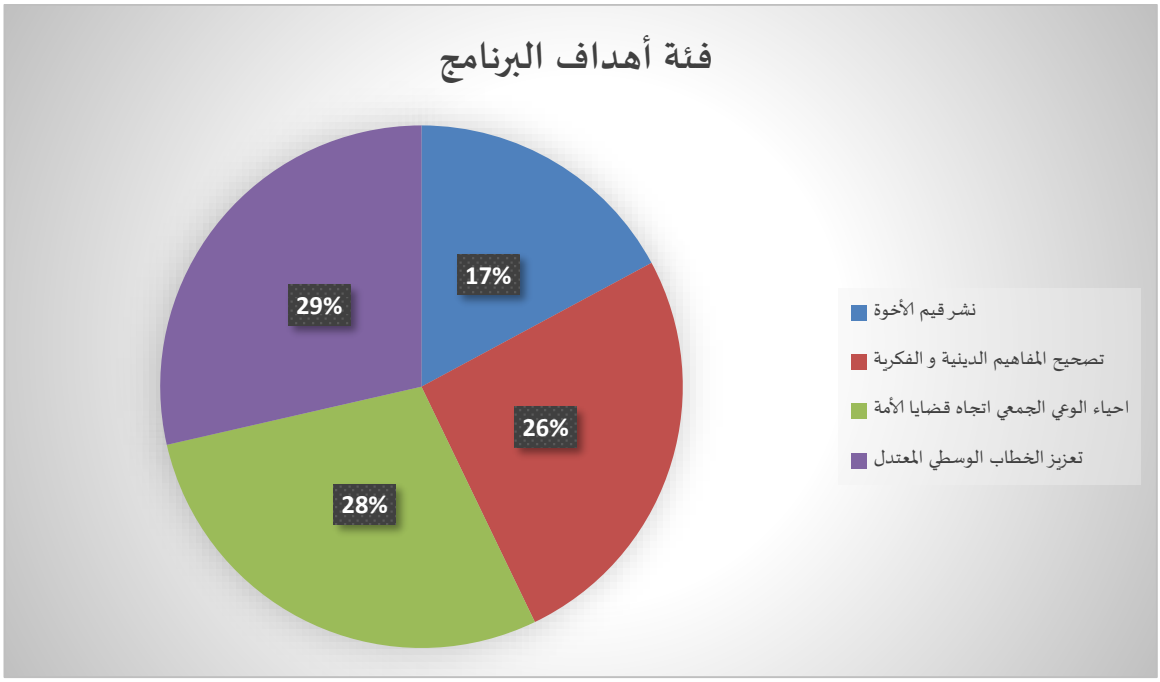
غياب المشاركين من شرق آسيا بنسبة 0% يُعد مؤشرًا لافتًا، ويدلّ على:محدودية أفق التمثيل الجغرافي والثقافي في المادة المدروسة. وضعف التواصل أو الإدماج مع مسلمي شرق آسيا، رغم ثقلهم العددي وحضورهم النوعي (إندونيسيا، ماليزيا، الصين، إلخ). أن الخطاب الموجّه ما يزال متمركزًا حول النواة العربية التقليدية، دون سعي فعلي إلى مخاطبة الهامش الجغرافي الإسلامي. هذا الغياب يُبرز فجوة في الانفتاح، وقد يُفسّر بكون المادة موجهة لجمهور عربي حصري، لكنّه في الوقت ذاته يُعد نقطة ضعف في البُعد العالمي والخطابي للمحتوى.

من خلال الجدول يتضح أن الخطاب المدروس يهيمن عليه الفاعلون العرب من الخليج والمغرب العربي تحديدًا (يشكلون معًا 78%)، مما يُشير إلى: أن الرؤية العامة للمحتوى لا تزال ذات مركز عربي واضح. و أن هناك انفتاحًا نسبيًا على المدارس الفكرية المغاربية، مما يمنح المحتوى تعددية داخلية مفيدة. وجود تراجع نسبي لحضور المشرق العربي، وغياب كلي للمناطق الإسلامية غير العربية، مثل شرق آسيا.

2. فئة أهداف البرنامج

عناصر الفئة	التكرار	النسبة %
نشر قيم الأخوة	6	%17
تصحيح المفاهيم الدينية و الفكرية	9	%26
احياء الوعي الجمعي اتجاه قضايا الأمة	10	%28
تعزيز الخطاب الوسطي المعتدل	10	%29
المجموع	35	%100

الجدول رقم (14): أهداف البرنامج



قراءة و تفسير الجدول

يعكس الجدول توزيعًا موضوعيًا للأهداف التي تتبنّاها المادة الإعلامية المدروسة (مثل برنامج حواري، دعوي، أو توعوي)، وهو ما يتيح لنا استنتاج التوجهات الكبرى للخطاب، ونوعية الرسائل التي يسعى البرنامج لترسيخها في وعي المتلقّي. وفيما يلي قراءة تحليلية مفصلة:

أ- إحياء الوعي الجمعي تجاه قضايا الأمة(28%)

تُشكّل هذه الفئة النسبة الأعلى (بالتساوي مع الهدف التالي)، مما يدل على توجه واضح في البرنامج نحو الانشغال بقضايا الأمة الإسلامية في بعدها الحضاري والسياسي والاجتماعي. ويعني ذلك أن: البرنامج يسعى إلى تجاوز الهمّ الفردي إلى الهمّ الجماعي. و يوجد وعي بخطورة التحديات التي تواجه الأمة، ومحاولة لإعادة توجيه المتلقّي نحو مفاهيم الانتماء والمسؤولية. في حين هذا الخطاب يحاول بناء تصوّر شمولي للواقع الإسلامي، وتجاوز التجزئة الجغرافية والفكرية.هذا الهدف يعكس أفقًا إصلاحيًا عامًا، ويحمل بعدًا استنهاضيًا يُقارب الفكر الحركي أو المقاصدي المعاصر.

ب- تعزيز الخطاب المعتدل(29%)

يُساوي هذا الهدف النسبة السابقة، وهو ما يدلّ على أن البرنامج أيضًا يضع ضمن أولوياته إعادة توازن الخطاب الديني والفكري. ويتجلى هذا المسعى في: مواجهة مظاهر الغلوّ أو التطرّف في الفهم أو التعبير أو التطبيق. تبنّي خطاب وسطي يجمع بين الثوابت والانفتاح.و الحرص على الانخراط في قضايا العصر دون تفريط في الأصول. وهو هدف حيوي في السياق الراهن، نظرًا لما يعانيه الخطاب الإسلامي في بعض التجارب من الاستقطاب الفكري أو التأسيس

المفرط أو الانغلاق المذهبي. وتم دمج هذا الهدف ضمن أولويات البرنامج الذي يمشي مع وجود نزعة تجديدية تسعى إلى تصحيح الصورة الذهنية العامة عن الخطاب الديني.

ج- تصحيح مفاهيم دينية وفكرية (26%)

يشكّل هذا الهدف نسبة معتبرة (ربع العيّنة)، وهو مرتبط عضويًا بالهدفين السابقين، لكنه يتميّز بتركيزه على البنية المعرفية والفكرية للمتلقّي. ويشير إلى: وجود وعي بأن هناك انحرافًا أو تشويشًا أو اختزالًا في فهم بعض المفاهيم المركزية كالإيمان، الولاء، الجهاد، الاجتهاد، الخلاف، إلخ. و تم الاعتماد في البرنامج على مقاربات تحليلية وبيانية تهدف إلى إعادة المفاهيم و إلى أصولها ومقاصدها. فإن بناء الخطاب يشتغل على إعادة الترتيب الذهني للقيم والمفاهيم لدى الجمهور، وهو ما يعزّز الاستقلال الفكري والنضج العقلي. ويمثل هذا الهدف وظيفة معرفية مهمة في أي خطاب إصلاحي أو توعوي.

د- نشر قيم الأخوّة (17%)

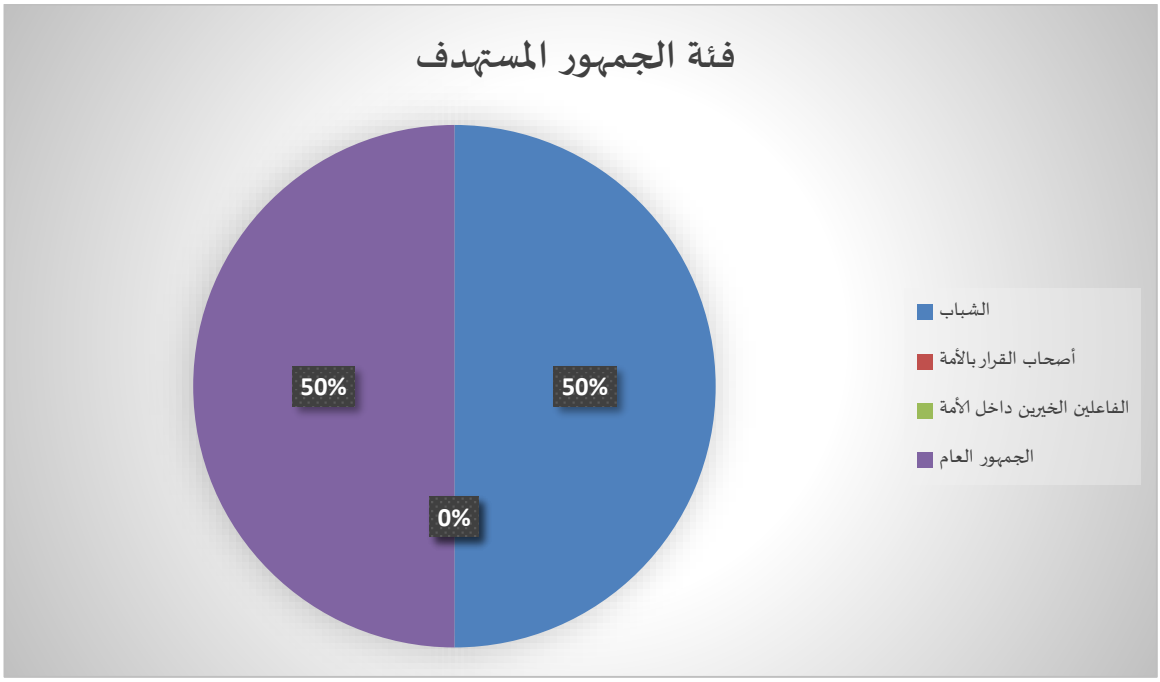
رغم أنها تمثل النسبة الأقل، إلا أن نشر قيم الأخوة يظل هدفًا رئيسًا في أي خطاب جامع يسعى إلى تجاوز التفرقة. وتشمل هذه القيم: التعاطف، الرحمة، الحوار، القبول، التعاون، وحدة الصف. مواجهة النزعات الطائفية والمذهبية والقومية الضيقة. و ترسيخ روح الانتماء إلى جسد إسلامي وإنساني واحد. قلة هذه النسبة لا تعني تهميش هذا الهدف، بل يمكن أن يُفهم على أن البرنامج يدمج هذه القيمة ضمنيًا داخل خطاب أوسع لا ينفصل عنها، مثل الخطاب المعتدل أو الوعي الجمعي.

يعكس التوزيع النسبي لأهداف البرنامج ملامح الخطاب المتوازن والمركّب، الذي يجمع بين: الطابع الإصلاحي الشامل (عبر إحياء الوعي الجمعي وتصحيح المفاهيم). البُعد القيمي والإنساني (من خلال تعزيز الأخوة). الاستجابة لتحديات السياق المعاصر (من خلال ترسيخ خطاب معتدل). ويدلّ هذا الجدول على أن البرنامج لا يكتفي بالمعالجة السطحية أو الآنية، بل يتعمق في بناء الوعي العميق ومعالجة جذور الإشكالات الفكرية والدينية، مما يمنحه بعدًا معرفيًا وتربويًا معاصرًا.

المطلب الرابع: فئة الجمهور المستهدف

عناصر الفئة	التكرار	النسبة %
الشباب	4	%50
أصحاب القرار بالأمة	0	%0
الفاعلين الخيرين داخل الأمة	0	%0
الجمهور العام	4	%50
المجموع	8	%100

الجدول رقم(17) : فئة الجمهور المستهدف



قراءة و تفسير الجدول

تُظهر البيانات الواردة في جدول التكرارات والنِّسب المتعلقة بالجمهور المستهدف أن البرنامج يركّز أساسًا على فئتين رئيسيتين: الشباب بنسبة (50%) والجمهور العام بنسبة (50%)، في مقابل غياب تام للخطاب الموجّه إلى أصحاب القرار داخل الأمة والفاعلين الخيّرين في المجتمع (بنسبة 0% لكل منهما).

ويعكس هذا التوزيع توجهًا واضحًا نحو الخطاب الجماهيري التثقيفي العام، الذي يهدف إلى التأثير في الأفراد من عامة الناس، خصوصًا فئة الشباب الذين يمثلون النسبة الأوسع والأكثر قابلية للتفاعل الرقمي والانخراط في قضايا

الهوية والقيم. ويمكن تفسير هذا التوجّه على أنه محاولة لصياغة خطاب قريب من وجدان الجمهور، يتجنّب النخبوية والمصطلحات المغلقة، ويركّز على إيصال الرسائل بأسلوب مبسّط وواسع الانتشار. غير أن غياب التركيز على الفاعلين المؤثرين وصنّاع القرار سواء في المجال الدعوي أو الخيري أو المؤسسي يُعدّ مؤشرًا على محدودية الرؤية الاستراتيجية بعيدة المدى، خاصة إذا كان البرنامج يتناول قضايا الأمة الكبرى أو يسعى إلى إحداث تحول ثقافي أو سلوكي مستدام.

وبذلك، يمكن القول إن البرنامج يميل إلى مقاربة أفقية جماهيرية تستهدف التأثير المباشر في الجمهور، دون العمل على تعبئة الفاعلين الوسيطين أو استهداف النخب المؤثرة في دوائر اتخاذ القرار، وهو ما قد يُضعف الأثر العمودي المؤسسي للرسالة الاتصالية في المدى البعيد.

نتائج الدراسة التحليلية

عرض نتائج الفرضية الرابعة

1. نتائج تحليل الشكل الإخراجي لبرنامج "سواعد الإخاء"

أ- يعتمد البرنامج نمطًا حواريًا تقليديًا (فردي أو جماعي) في بيئة طبيعية هادئة، مع تركيز بصري على المتحدث بوصفه المصدر الرئيس للخطاب.

ب- تُستخدم لقطات متوسطة وقريبة تُبرز تعابير الوجه، ما يعزز الطابع الشخصي للعلاقة بين المتحدث والمتلقي، ويُعيد إنتاج نمط العلاقة العمودية بين "العالم" و"المُتلقّي."

ج- توظيف ألوان هادئة، وزوايا تصوير ثابتة، وإضاءة متوازنة. الطبيعة الحاضرة في المشهد تؤدي وظيفة رمزية لصفاء الرسالة الإسلامية.

د- يُلاحظ بطء في الإيقاع وحركة الكاميرا، مع امتداد سردي متواصل يناسب الطابع الوعظي، لكنه لا يجذب جمهور الإعلام الرقمي المعتاد على الإيقاع السريع.

هـ- تُستخدم لغة عربية فصيحة ذات طابع وعظي، يغلب عليها الخطاب الوجداني والاقتباس من النصوص الشرعية، مع محدودية في التنوع اللغوي أو التبسيط الثقافي.

و- يفتقر البرنامج إلى التجديد في الأسلوب السردي أو تقنيات التشويق، ويغيب عنه التمثيل أو التفاعل البصري الحديث، ما يجعله محافظًا شكلاً كما مضمونًا.

2. نتائج تحليل المضمون والخطاب لبرنامج "سواعد الإخاء"

أ- يُقدّم البرنامج قيمًا دينية وأخلاقية وسلوكية محافظة (مثل الإخلاص، النية، برّ الوالدين)، تُطرح بصيغة مثالية مجردة بعيدة عن تعقيدات الواقع الاجتماعي.

ب- يُكرّس البرنامج حضور النخبة الذكورية من العلماء والدعاة، ويُغيّب تمامًا حضور المرأة كصانعة للخطاب، كما يغيب التنوع الجغرافي والثقافي للمشاركين.

ج- يُركّز على إعادة تشكيل الوعي الديني عبر موعظة مباشرة قائمة على النجاة الأخروية والتمسك بالهوية، متجنبًا الخوض في القضايا المعاصرة أو الإشكالات الفكرية.

د- تُطرح القضايا بشكل مثالي وتطميني، وتُعالج الأزمات من منظور ديني مغلق دون تفكيك معرفي أو اجتماعي، مع غياب تام للمسائل الجدلية أو الحوار النقدي.

هـ- يتوجه الخطاب لفئات متدينة أو باحثة عن الطمأنينة الروحية، ويخاطب جمهورًا مفترضًا متجانسًا، دون مراعاة للاختلافات الفكرية أو التجارب المتنوعة.

التوصيات والمقترحات لنتائج الدراسة التحليلية

التوصيات البحثية:

1. تعزيز التنوع في تمثيل الفاعلين الدينيين: توصي الدراسة بضرورة توسيع نطاق حضور الفاعلين في البرامج الدينية التلفزيونية ليشمل أطيافًا متعددة من المرجعيات الدينية والفكرية، بما يكرّس التعددية الفكرية والرمزية، ويعكس واقع التنوع داخل المجتمعات الإسلامية.
2. الانتقال من الوعظ العاطفي إلى الطرح المعرفي النقدي: تدعو الدراسة إلى إعادة توازن الخطاب الديني بين النزعة الوجدانية الشائعة والطرح العقلي التحليلي، بما يعزز من قدرة الخطاب على مخاطبة جمهور متنوع، لا سيما فئة الشباب الباحث عن خطاب معرفي مركّب.
3. إعادة النظر في أهداف البرامج الدينية: تقترح الدراسة مراجعة الأهداف الاتصالية للبرامج الدعوية بما يتجاوز الوعظ الأخلاقي إلى معالجة قضايا فكرية واجتماعية معاصرة تمس الواقع وتثير النقاش البنّاء، ما يسهم في ترسيخ خطاب ديني أكثر ارتباطًا بتحديات العصر.
4. تطوير الأساليب الإخراجية بما يخدم مضمونًا أكثر نقدية: تدعو الدراسة إلى توظيف الطاقات الإخراجية لا لتعزيز الاستمالات العاطفية فحسب، بل لتقديم سرديات بصرية أكثر وعيًا، تدعم التفكير النقدي وتسهم في تنويع أساليب العرض والتلقي.
5. الاهتمام بالجمهور المتلقي كفاعل مشارك: توصي الدراسة بالانتقال من نموذج "المتلقي السلبي" إلى مقاربة تشاركية في تصميم الخطاب الديني، من خلال آليات تفاعلية، واستطلاع آراء الجمهور، واستثمار المنصات الرقمية في بناء علاقة أفقية بين المنتج والمتلقي.

المقترحات البحثية:

1. إجراء دراسات مقارنة بين أنماط الخطاب الديني في البرامج التلفزيونية العربية، وفقًا للسياقات الثقافية والجيوسياسية المختلفة، لفهم الفروقات في المضامين والاستراتيجيات الاتصالية.
2. تحليل التفاعل الجماهيري مع الخطاب الديني الرقمي على منصات التواصل الاجتماعي المرتبطة بهذه البرامج، لاستكشاف آليات التلقي والتأثير خارج السياق التلفزيوني التقليدي.
3. دراسة الخطاب البصري في البرامج الدينية عبر أدوات تحليل الصورة والسينوغرافيا، لفهم كيف تسهم العناصر البصرية في تشكيل المعنى الديني وتوجيه التلقي.
4. بحث تأثير البرامج الدينية التلفزيونية على تشكيل أنماط التدين المعاصر، من خلال دراسات ميدانية أو استطلاعية تقيس العلاقة بين الخطاب الموجّه وسلوكيات المتلقي وقيمه.
5. استكشاف إمكانيات تجديد الخطاب الديني عبر الإعلام التفاعلي، من خلال نماذج بديلة تُدمج بين المحتوى المعرفي والأساليب الجمالية، بما يتماشى مع متطلبات الجيل الرقمي.

خلاصة الفصـــل:

يُظهر برنامج "سواعد الإخاء" تماسكًا بنيويًا لافتًا في مستويي الشكل والمضمون؛ إذ تنسجم العناصر الإخراجية، من حيث الإيقاع البصري، وأنماط التصوير، واختيار الموسيقى، مع البناء الخطابي والموضوعي الذي يتسم بالاتساق والوضوح. ويعكس هذا التماسك رؤية محافظة متكاملة، تستند إلى مرجعية دينية تقليدية واضحة، وتستثمر في الرمزية الدينية واللغوية بشكل متكرر لترسيخ قيم محددة وإيصال رسائل دعوية موجهة.

غير أن هذا البناء المتماسك يخفي في طياته جوانب من القصور، أبرزها محدودية التمثيل وتضييق أفق التعددية الخطابية؛ إذ يغلب على البرنامج حضور نمط واحد من الفاعلين، سواء من حيث الانتماء الجغرافي أو التخصصي أو المرجعي، مما يُفضي إلى تقديم خطاب شبه أحادي يفتقر إلى الانفتاح على تجارب فكرية وثقافية مغايرة. كما تبدو الموضوعات المطروحة محصورة في أطر تقليدية، لا تُلامس بعمق أسئلة الواقع المعاصر، ولا تستجيب بما يكفي لتحولاته وتعقيداته.

وهذا كله يُبرز الحاجة الملحّة إلى مراجعة نقدية للخطاب الدعوي الذي يتبناه البرنامج، مراجعة تنفتح على التنوع الاجتماعي والثقافي والفكري، وتسعى إلى تجديد أدوات التواصل والمضامين، بما يتناسب مع التغيرات المتسارعة في المجتمعات الإسلامية، ويُعزز من فاعلية الخطاب في الوصول إلى جمهور أوسع وأكثر تنوعًا، دون الإخلال بالمرجعية الدينية التي يستند إليها.

الخاتمـــــة

الخاتمـــــة:

حظي برنامج "سواعد الإخاء" بانتشار واسع على امتداد العالم العربي، حتى بات يُعدّ واحدًا من أبرز النماذج المعاصرة في مجال الخطاب الديني المعروض عبر الوسائط التلفزيونية والمنصات الرقمية. وقد ساهم هذا الانتشار الكبير في ترسيخ البرنامج كنموذج مرجعي مؤثر في صياغة وتوجيه الخطاب الدعوي الموجه للجمهور العام، لا سيما فئة الشباب، وذلك بالنظر إلى تنوع وسائط بثه، وسهولة تداوله، وتكرار مشاركته على شبكات التواصل الاجتماعي.

وتميّز البرنامج بتقديم محتوى دعوي وتربوي بأسلوب حواري جماعي، حيث يجتمع في كل موسم عدد من العلماء والدعاة المعروفين من مختلف الدول العربية، ضمن إطار بصري وجمالي موحد، يُضفي على الحوارات طابعًا جماعيًا يعكس وحدة المرجعية وتكامل الرؤى الدينية. وقد أتاح هذا الأسلوب إنتاج مادة ثرية قابلة للتحليل من زوايا متعددة، تشمل منظومات القيم التي يروّج لها البرنامج، وبنية الخطاب المستخدمة، وأساليب الاستمالة المعتمدة في التأثير على المتلقي، فضلًا عن الرسائل التربوية التي تُبث من خلال القصص، والشهادات، والنقاشات المطروحة.

ومن الجوانب اللافتة في "سواعد الإخاء" الدمج المتقن بين الطابع الديني التقليدي وبين التقنيات الإخراجية الحديثة، بما في ذلك استخدام المؤثرات البصرية، والمونتاج السريع، والموسيقى المصاحبة، وتعدد زوايا التصوير، مما يعكس محاولة واعية لتقديم المحتوى الديني بصيغة جاذبة تتلاءم مع معايير الإعلام العصري ومتطلباته الجمالية. هذا التزاوج بين المضمون الدعوي والأسلوب الإخراجي المتطور يجعل من البرنامج نموذجًا مهمًا لدراسة التحديات البنيوية والمضمونية التي يواجهها الإعلام الديني المعاصر، لا سيما في ظل التغيرات المتسارعة في أنماط التلقي، وتبدّل توقعات الجمهور، واحتدام المنافسة مع أنماط أخرى من الخطاب الرمزي والمعرفي.

ومن هذا المنطلق، يُعد "سواعد الإخاء" مادة تحليلية مناسبة لاستكشاف مدى قدرة الإعلام الديني على مواكبة التحولات الاجتماعية والثقافية، وعلى تجديد خطابه وشكل تقديمه، دون التفريط بجوهره العقدي والتربوي. كما يتيح تحليل هذا البرنامج الوقوف على الفرص الكامنة التي توفرها الوسائط الرقمية لنشر الخطاب الديني، إلى جانب الكشف عن مواطن القصور أو الانغلاق الخطابي التي قد تعيق تحقيق فاعلية أكبر وتأثير أوسع.

قائمـــة المراجـــع
و الملاحـــق

قائمــة المراجع

1. الكتب:

- سعد، سراج. الرأي العام و مقوماته و أثره على النظم السياسية المعاصرة. مصر – القاهرة - : دار الكتاب الحديث، 1978.
- سيد، سيداتي، الشنقيطي. البرامج الإعلامية بين الواقع و الأمل. الرياض : دار عالم الكتب، 1407ه.
- طه، أحمد، الزيدي. معجم مصطلحات الدعوة و الإعلام الإسلامي، ط 1. دار النفائس للنشر و التوزيع، 2010.
- فتحي، حسن، الملكاوي. منظومة القيم المقاصدية و تجلياتها التربوية. الأردن : المعهد العالمي للفكر الإسلامي، الطبعة الأولى/2020م.
- فوزية، دباب. القيم و العادات الاجتماعية. مصر- القاهرة- : دار الكتاب العربي للطباعة و النشر،1966م.
- محمد ، الهاشمي . تكنولوجيا وسائل الإتصال الجماهيري. الأردن – عمان - : دار أسامة، 2013م.
- محمد، عاطف، غيث. قاموس علم الاجتماع. مصر: دار المعرفة الجامعية، 1989.
- منور، عدنان، نجم. الدور التربوي لوسائل الإعلام الإسلامي و سبل تطويره من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة. فلسطين،2005م.
- نصيرة، بوعلي. الإعلام و البعد الحضاري. الإمارات – الشارقة- : دار الفجر، 2007.

2. الرسائل الجامعية :

- حسنية، قانة. الخطاب الإسلامي عبر الفضائيات العربية ودوره في تدعيم البنية القيمية الإسلامية،" دراسة وصفية و تحليلية لخطاب البرامج الدينية عبر الفضائيات العربية الجامعية./ أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه العلوم في علوم الإعلام و الإتصال. العاصمة : جامعة الجزائر(3). كلية علوم الإعلام و الإتصال،2018.
- حكيمة، جاب الله. الإعلام الجواري المسموع و تنمية الوعي الديني لدى المستمعين (دراسة تحليلية و ميدانية لعينة من سكان ولاية البليدة لبرنامج " إسألوا أهل الذكر")/ أطروحة مقدمة لنيل شهادة الشهادة الدكتوراه طور الثالث في علوم الإعلام و الإتصال – تخصص إذاعة و تلفزيون - . الجزائر: جامعة الجزائر 3، كلية العلوم الإعلام و الإتصال، 2022.

- حمادة، خديجة، و آخرون. التناول الإعلامي للتظاهرات الثقافية في الجنوب الجزائري احتفالية يناير في بلدة عمر على القنوات التلفزيونية العمومية الجزائرية / أطروحة مقدمة لنيل شهادة الماستر. ورقلة : جامعة قاصدي مرباح، 2018.
- رزيقة، عثمان. اتجاهات الخطاب الدعوي في الفضائيات المتخصصة/ أطروحة لنيل مذكرة الماجيستير – تخصص علم الاجتماع الإتصال- . البليدة : جامعة سعد دحلب، 2011م.
- السعدية، قرش. واقع البرامج الثقافية في الفضائيات العربية." دراسة وصفية من منظور عينة من الفاعلين الثقافيين في العالم العربي. الدورات البرامجية (2017/2016/2015)/ أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال. العاصمة: جامعة الجزائر3.
- عبد القادر، خربوش. الخطاب الديني التلفزيوني و مضامين التلقي، " دراسة مسحية تحليلية – قناة القرآن الكريم الجزائرية نموذجا، 18مارس/ 18 أفريل من سنة 2017" / أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوره للطور الثالث في علوم الإعلام و الإتصال – تخصص إذاعة و تلفزيون-. العاصمة : جامعة الجزائر(3)، كلية علوم الإعلام و الاتصال.
- عبدالرزاق، بوترعة. الإعلام الدعوي الإسلامي عبر الفضائيات العربية و إشكالية صناعة و توجيه الرأي العام،" دراسة وصفية و تحليلية و ميدانية لعينة من البرامج الدعوية و تأثيرها في توجيه الرأي العام لدى نخبة في الجزائر – برنامج الشريعة و الحياة لقناه الجزيرة نموذجا 2011-2012" / أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال. العاصمة : جامعة الجزائر(3)، كلية علوم الإعلام و الإتصال ، 2018.
- لطيفة، نسيغاوي. الإعلام الديني و الدعوة الإسلامية" دور قناة إقرأ في تنمية الوازع الديني لدى شباب الجزائري، "دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية خنشلة" / أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال. باتنة: جامعة باتنة (1) الحاج لخضر، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، 2022م.
- محمد، بن علي، هندية. البرامج الدينية في القنوات التلفزيون الفضائية/ رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة محمد بن سعود الإسلامية، قسم الإعلام. 1423هـ.
- نوال، بومنجل. أثر برنامج الفضائيات الإسلامية في الوعي الديني لدى الشباب الجزائري في ولاية قسنطينة/ أطروحة لنيل مقدمة شهادة الدكتوراه في العلوم الإسلامية – تخصص الإعلام الإسلامي-. قسنطينة: جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية. 1443/2022هـ.
- نوال، بومنجل. البرامج الدينية في إذاعة قسنطينة المحلية (دراسة تحليلية و ميدانية)/ مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستر في الإعلام الإسلامي. قسنطينة : جامعة الأمير عبدالقادر للعلوم الإسلامية، 2014.

3. <u>مقالات:</u>

- امينة محمود سليمان الرواشدة . دراسة تحليلية لبعض القضايا التربوية في فكر الحسن البصري. الأردن: مجلة كلية التربية ، جامعة الازهر ،العدد:176 ، الجزء الثاني ،2017.
- محمد، الفاتح،حمدي. القيم في المحتويات البرامج التلفزيونية ذات الطابع الخيري" دراسة تحليلية لبرنامج قلبي اطمأن"، عبر شاشة قناة أبوظبي التلفزيونية. الجزائر – جيجل - : المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام و الرأي العام، المجلد (3)/ العدد(2)، 2020.
- ناصر، بن عبدالرحمن، الهزاني. الفتوى في القنوات الفضائية العربية / دراسة في التعرض و المشاهدة. بيروت: دار الحزم، 2011.
- هشام، أبو بكر. الخطاب الديني و دوره في نشر الوعي الديني بمؤسسات التنشئة الاجتماعية، " دراسة ميدانية على بعض أحياء مدينة جيجل". قالمة : جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية و الإنسانية/ المجلد(16)، العدد1 جوان2022.

4. مواقع الانترنيت :

القناة الرسمية لبرنامج سواعد الإخاء The official Channel for Sawaed Al Ikhaa ، تاريخ المشاهدة : مارس 2025.
https://www.youtube.com/@SawaedAlIkhaa

دراسة تحليلية لعينة من حلقات برنامج سواعد الاخاء الموسم الحادي عشر 2023

استمارة

المحور الأول : البيانات الخاصة بالبرنامج:

1. عنوان البرنامج : 1
2. نوع البرنامج: 2
3. الجهة المنتجة : 3
4. المؤسس للبرنامج: 4
5. القنوات و الوسائط الناقلة: 5
6. توقيت مدة بث البرنامج : 6
7. الموسم: 7

المحور الثاني : الجانب الشكلي: (كيف قيل)

8. فئة طريقة العرض والإبراز:
   1. أناشيد دينية 8/1
   2. موسيقى تصويرية هادئة 8/2
   3. مؤثرات بيئية مثل صوت العصافير الماء 8/3

9. اللقطات الأكثر استخداما في البرنامج:

9/1

1. حركات كاميرا ديناميكية
2. لقطات قريبة من وجوه المشاركين 9/2
3. لقطات بعيدة تظهر كامل الجلسة أو الطبيعة المحيطة 9/3
4. لقطات جوية 9/4

10. طبيعة الإخراج البصري:

1. ألوان بجودة عالية 10/1
2. رسومات غرافيك 10/2
3. زوايا تصوير رمزية 10/3

11. فئة الزمن :

1. المدة الزمنية العامة للبرنامج 11/1
2. توزيع الزمن بين الضيوف 11/2
3. توقيت عرض البرنامج 11/3

12. فئة اللغة:

1. فصحى تراثية – علمية متخصصة 12/1
2. فصحى معاصرة 12/2
3. فصحى بسيطة محاكية 12/3

12/4

4. خليط بين الفصحى والعامية

13. فئة القوالب الإخراجية المستخدمة:

1. قالب حواري 13/1
2. نقاش بين ضيوف 13/2
3. قالب تقريري " تحقيقي عرض معلومات وتحليلها 13/3
4. قالب وعظي خطابي" عرض قصة أو تجارب الضيف" 13/4
5. مزيج "قالب مركب 13/5

المحور الثالث : جانب المضمون: (ماذا قيل)

14. فئة الموضوعات :

1. قضايا مرتبطة بواقع الأمة 14/1
   1. ضعف مكانة الأمة الإسلامية 1/1/14
   2. التبعية الثقافية والفكرية 2/1/14
   3. التخلف العلمي والاقتصادي 3/1/14
2. قضايا فكرية 14/2
   1. التشكيك في ثوابت الدين 14/1/2
   2. لصراع بين العقل و النقل 14/2/2
   3. الإلحاد و اللادينية 14/3/2

3. قضايا دعوية 14/3
   1. التركيز على الشكل دون الجوهر 14/1/3
   2. ضعف تأثير الدعوة في الواقع 14/2/3
   3. العزوف عن الدين بين الشباب 14/3/3

4. قضايا إنسانية و اجتماعية 14/4
   1. التفكك الأسري 14/1/4
   2. أنتشار الجريمة و المخدرات 14/2/4
   3. ضعف الوازع الديني و الأخلاقي 14/3/4

15. فئة الأساليب:
   1. دعوي وجداني 15/1
   2. فكري 15/2
   3. حواري 15/3

16. فئة الاستمالات :
   1. عقلية (مقارنات) 16/1
   2. نصوص شرعية 16/2
   3. وجدانية 16/3
   4. واقعية " تجارب حياة" 16/4

17. فئة : القيم :

1. قيم المسؤولية 17/1
2. قيم التربية و تزكية النفس 17/2
3. قيم الصدق 17/3
4. قيم الجهاد و الصبر 17/4
5. قيم احترام الوسطية في الدين 17/5

18. فئة الفاعلين :

1. نوع الفاعلين: 18/1
    1. علماء شرعيون 18/1/1
    2. دعاة ميدانيون 18/1/2
    3. مفكرون أو تربويون 18/1/3
    4. أصحاب تجارب حياتية 18/1/4
    5. إعلاميون /شخصيات شبابية 18/1/5
2. أصول الفاعلين: 18/2
    1. المغرب العربي 18/2/1
    2. الخليج العربي 18/2/2
    3. المشرق العربي 18/2/3
    4. شرق آسيا 18/2/4

19. فئة أهداف البرنامج :

1. نشر قيم الأخوة 19/1
2. تصحيح المفاهيم الدينية و الفكرية 19/2
3. إحياء الوعي الجمعي اتجاه قضايا الأمة 19/3
4. تعزيز الخطاب الوسطي المعتدل 19/4

20. فئة الجمهور المستهدف:

1. الشباب 20/1
2. أصحاب القرار بالأمة 20/2
3. الفاعلين الخيرين داخل الأمة 20/3
4. جمهور عام 20/4

المعالجة الإعلامية للقضايا التربوية عبر البرامج الدعوية التلفزيونية

دراسة تحليلية لعينة من حلقات برنامج سواعد الاخاء الموسم الحادي عشر 2023

دليل الاستمارة

المحور الأول : البيانات الخاصة بالبرنامج:

1. يشير المربع رقم (1) إلى اسم البرنامج " برنامج سواعد الإخاء"
2. يشير المربع رقم (2) إلى نوع البرنامج " دعوي"
3. يشير المربع رقم (5) لجهة المنتجة : شركة قرطبة للإنتاج الإعلامي
4. يشير المربع رقم (4) للمؤسس البرنامج " محمد السيد"
5. يشير المربع رقم (5)القنوات و الوسائط الناقلة و هي " قنوات فضائية" و "منصات الكترونية"
6. يشير المربع رقم (6)إلى توقيت و مدة بث البرنامج و هي حوالي 40 دقيقة في شهر رمضان المبارك.
7. يشير المربع رقم (7) إلى الموسم البرنامج ألا و هو " هي العهد 2023"

المحور الثاني : الجانب الشكلي: (كيف قيل)

8. تشير المربعات من(1/8)إلى (4/8) إلى عناصر فئة طريقة العرض والإبراز و هي:(أناشيد دينية / موسيقى تصويرية هادئة /مؤثرات بيئية مثل صوت العصافير الماء /موسيقى تصويرية هادئة)
9. تشير المربعات من (1/9)إلى (4/9) إلى اللقطات الأكثر استخداما في البرنامج:(حركات كاميرا ديناميكية /لقطات قريبة من وجوه المشاركين / لقطات بعيدة تظهر كامل الجلسة أو الطبيعة المحيطة /لقطات جوية)
10. تشير المربعات من (1/10) إلى (10/3)إلى عناصر طبيعة الإخراج البصري: (ألوان بجودة عالية / رسومات غرافيك / زوايا تصوير رمزية)

11. تشير المربعات من (1/11) إلى (11/3)إلى عناصر فئة الزمن: (المدة /الزمنية العامة للبرنامج / توزيع الزمن بين الضيوف / توقيت عرض البرنامج)

12. تشير المربعات من (1/12) إلى (4/12)إلى عناصر فئة اللغة: (فصحى تراثية – متخصصة /فصحى معاصرة / فصحى بسيطة محاكية/ خليط بين الفصحى والعامية)

13. تشير المربعات من (1/10) إلى (10/3)إلى عناصر فئة القوالب الإخراجية المستخدمة: (قالب حواري / نقاش بين ضيوف /قالب تقريري " تحقيقي عرض معلومات وتحليلها /قالب وعظي خطابي" عرض قصة أو تجارب الضيف"/ مزيج "قالب مركب".

المحور الثالث : جانب المضمون: (ماذا قيل)

14. تشير المربعات من (1/14) إلى (14/4)إلى عناصر فئة الموضوعات : (قضايا مرتبطة بواقع الأمة / قضايا فكرية /قضايا دعوية/ قضايا إنسانية و اجتماعية)

15. تشير المربعات من (1/15) إلى (15/4)إلى عناصر فئة الأساليب: (دعوي / وجداني/ فكري/ حواري)

16. تشير المربعات من (1/16) إلى (16/4)إلى عناصر فئة الاستمالات :(عقلية (مقارنات) /نصوص شرعية /وجدانية/ واقعية " تجارب حياة")

17. تشير المربعات من (1/17) إلى (17/5)إلى عناصر فئة القيم :(قيم المسؤولية

/قيم التربية و تزكية النفس /قيم الصدق/ قيم الجهاد و الصبر/ قيم احترام الوسطية في الدين)

18. تشير المربعات من (18/1) إلى (18/2)إلى عناصر فئة الفاعلين :

بحيث تشير المربعات من (18/1/1) إلى (18/1/5) إلى عناصر نوع الفاعلين: (علماء شرعيون/ دعاة ميدانيون/ مفكرون أو تربويون /أصحاب تجارب حياتية / إعلاميون أوشخصيات شبابية)

بحيث تشير المربعات من (18/2/1) إلى (18/2/4) إلى عناصر أصول الفاعلين: (المغرب العربي/ الخليج العربي/ المشرق العربي/ شرق آسيا)

19. بحيث تشير المربعات من (19/1) إلى (19/4) إلى عناصر فئة أهداف البرنامج : (نشر قيم الأخوة /تصحيح المفاهيم الدينية و الفكرية /إحياء الوعي الجمعي اتجاه قضايا الأمة/ تعزيز الخطاب الوسطي المعتدل)

20. بحيث تشير المربعات من (20/1) إلى (20/5) إلى عناصر فئة الجمهور المستهدف :(الشباب/ أصحاب القرار بالأمة/ الفاعلين الخيرين داخل الأمة/ جمهور عام)

قواعد الإخاء 11
هي العهد

alfan
2
قواعد الإخاء 11
هي العهد

alfan
10
سواعد الإخاء 9

alfan
9
قواعد الإخلاء 11
هي العهد

alfan
5
قواعد الإخاء 11
هي العهد