

الأساليب الفنية المستخدمة في تنويهات الفضائيات الدينية الشيعية

دراسة تحليلية لقناتي كربلاء والأنوار

إعداد/ أ. نهال عمر الفاروق بدوي *

إشراف/ أ. د. منى الحديدى **

مقدمة:

شهدت الساحة الإعلامية فى الآونة الأخيرة تزايداً ملحوظاً فى اعداد القنوات والوسائل الإعلامية المعبرة عن الأيدولوجية والفكر الشيعي فى العالمين العربى والإسلامى، فبعد أن ظلت الوسائل المطبوعة والمقروءة لفترة طويلة هى الوسيلة الأساسية التى تعبر من خلالها القوى الشيعية عن أفكارها، وهو ما كان يتيح إمكانية فرض نوعاً من الرقابة على مدى تعرض جمهورنا السننى لتلك الرسائل الشيعية بما تحمله من منطقاً دعائياً يستهدف تحقيق اغراض محددة دينية وسياسية وفكرية الى غيرها من الأهداف، تنوعت وسائل الإعلام الشيعي بصورة ملحوظة، ففى أعقاب الثورة الإيرانية إبان حقبة السبعينيات كان فى مقدور الحكومات السننية أن تمنع نشر وتداول الكتب والمؤلفات المعبرة عن الفكر الشيعي الذى روجت له ثورة الخميني بايران، حفاظاً على عقول واذهان الجماهير من الأفكار المغلوطة والدعاية السوداء التى تروج لها تلك المؤلفات.

إلا أنه فى الوقت الحالى مع التطورات الهائلة فى تكنولوجيا الإتصال دأبت القوى الشيعية على استخدام كافة وسائل الإتصال الإلكترونية التى يصعب بل قد يستحيل منع انتشارها فى عصر السماوات المفتوحة، فتزايد بصورة ملحوظة الكم المتاح من الإذاعات والقنوات الفضائية ومواقع الإنترنت الشيعية، وفى هذا السياق

* مدرس مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

** الاستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام - جامعة القاهرة

برزت القنوات الفضائية الشيعية الدينية كواحدة من أهم وأبرز القنوات الإعلامية المعبرة عن الشيعة في عالمنا الإسلامي والتي تزايد عددها بشكل كبير ومن بينها القناتين عينة الدراسة: قناة كربلاء الفضائية والأنوار الفضائية.

والمتتبع لمضمون تلك القنوات يلحظ ما تبثه من فكر ينحرف عن صحيح الدين الإسلامي ويشكل خطورة على المشاهد السني، بما يتضمنه من مغالطات عقائدية وسب للصحابة وأمّهات المؤمنين رضي الله عنهم الى غير ذلك من الجوانب السلبية، إلا أن التنويه Promotion بما يحمله من أغراض تشكيل صورة ايجابية عن القناة المعلن عنها عادة ما يخفي تلك السلبيات وهو ما يشكل الخطورة الأكبر على المشاهد الذي قد ينخدع بالصورة المقدمه في التنويه ويقوده ذلك الى مشاهدة ما يخالف ما يؤمن من صحيح الدين.

"والتنويه هو أداة لا غنى عنها لإقناع الجمهور بتميز شبكة تلفزيونية او برنامج عن غيرهم من القنوات والبرامج المنافسة، فهو يؤدي وظيفة تسويقية وترويجية للقناة بهدف جذب الجمهور اليها من خلال تشكيل صورة ذهنية ايجابية عن القناة لدى الجمهور"⁽¹⁾. وقد أسهمت عوامل عدة في زيادة أهمية تنويهات القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية ومنها ظاهرة تقنيت الجمهور وظهور المحطات المتخصصة⁽²⁾.

"هذا وتعد التنويهات التي تذاغ على شاشة القناة لحث الجمهور على مشاهدة برامجها On-air Promotions هي أقوى انواع التنويهات وأكثرها تأثيراً"⁽³⁾. والتي تعرف بأنها التنويهات المسجلة Pre-recorded التي تبث على شاشة القناة وقد تأخذ شكل تنويه يذاع بشكل منفصل Spots في الفواصل البرمجية Fillers، وقد يقدم في شكل شعار القناة فقط Logos وتسمى IDs، هذا الى جانب التنويهات التشويقية بأنواعها المختلفة Teasers / Bumpers وغيرها.

ونميز هنا بين نوعين من التنويهات:

1. تنويهات البرامج Tune-in Promotions: التي تروج لبرنامج محدد قبل بثه بعدة ايام قليلة بهدف حث الجمهور على مشاهدته.

2. **تنويهات القناة / تنويهات الصورة Image Promotion**: وهو التنويه الذي يقدم صورة عامه عن سمات القناة او الشبكة التي يروج لها " (4).

وتصنف ايضاً التنويهات الى:

- "التنويهات الذاتية **Self Promotion** : وتقوم بدور أساسي في تكوين جمهور للقناة من خلال تنويه القناة عن ذاتها وبرامجها
- **Mutual Promotions** : أي تنويه القناة عن غيرها من القنوات او الإذاعات او الصحف ومواقع الانترنت" (5).

وهناك تقسيم اخر لتنويهات القنوات والبرامج التليفزيونية، يصنفها الى ثلاثة أنواع وفقاً لمضمون التنويه والأهداف التي يسعى لتحقيقها والإستراتيجيات التي يركز عليها :

1. " **التنويه الترويجي Acquisitive Promotion**: والذي يستخدم عند إنطلاق بث قناة تليفزيونية جديدة، او مسلسل درامي جديد او سلسلة برمجية جديدة، ويكون هدف هذا التنويه تعريف الجمهور بالقناة والدراما او البرنامج وحثهم على مشاهدته.

2. **التنويه التنافسي Competitive Promotion**: والتي يتم بثها عادة بعد فترة من بث القناة التليفزيونية او البرنامج، ويركز مضمون التنويه التنافسي على المقارنة بشكل مباشر او ضمنى بين القناة او البرنامج وغيرهم من القنوات والبرامج المنافسة.

3. **التنويه التذكيري/ التأكيدي Retentive Promotion**: ويكون لتلك النوعية من التنويهات هدف مزدوج، فهي تهدف الى التذكير بالقناة او البرنامج والتأكيد على الصورة المقدمة عنهما، ويكون الهدف الحفاظ على جمهور القناة او البرنامج وضمان استمرارية مشاهدتهم لهم" (6).

"وتستخدم التنويهات التليفزيونية العديد من الأساليب ومنها: الكليبات الكوميدية والكارتون والجرافيك، والأسلوب الوثائقي الذي يقدم معلومات موثقة عن القناة، واسلوب الشهادة وغيرها من الأساليب المختلفة" (7). وهي مجموعة الأساليب الفنية

التي توظفها القناة في تنويهاتها بغرض تقديم صورة عنها، والتي تشتمل على القوالب الفنية المختلفة مثل الأغنية والدراما، والشاعرات المرئية (لوجو) واللفظية للقناة، واستخدام الألوان لأغراض محددة وبالطبع يدخل في هذا الإطار كل ما يتعلق بالصورة التلفزيونية الى غير ذلك من الأساليب.

" ففي ظل المنافسة الشرسة بين القنوات التلفزيونية المتعددة في العصر الحالى، لابد للقناة أن تعمل على الترويج لذاتها وخلق علامة تجارية لها، من خلال الشعارات Themes & Slogans التي تقوم بدوراً كبيراً في بناء شخصية للقناة وتشكيل صورة عنها (8). " وهو ما يسمى أسلوب خلق العلامة التجارية Branding Approach، وهو من أفضل الأساليب المستخدمة في التنويهات، عندما تتمكن الشبكة التلفزيونية من تنظيم حملة ترويجية لذاتها لبناء صورة ذهنية لها، ويكون محور الحملة فكرة او شعار يرمز للقناة ويرتبط بها بشكل وثيق، ويتم توظيف تقنيات الصوت والصورة بشكل فعال في هذا المجال.

فقد نجحت شبكة NBC عام 2004 في تسويق ذاتها باعتبارها (شبكة الأولمبيات The Network of Olympics) وهو شعار كانت تروج له القناة في كافة التنويهات الخاصة ببرامجها وفي تنويهاتها المنشورة بالصحف ومواقع الانترنت (9).

"فالتنويهات يمكنها أن ترسم صورة للنشرة الإخبارية تتخطى كونها مجرد وسيلة لمعرفة الأنباء، ويتطلب ذلك معرفة تامة بمقدمى النشرة على سبيل المثال، فإذا كان الهدف من التنويه تقديم صورة عن فريق عمل النشرة باعتباره يتسم بالجرأة والنشاط والحيوية والشجاعة يتطلب ذلك إختيار نوعية موسيقي ملائمة لهذا الهدف وكذلك انتقاء أصوات ملائمة لذلك لتقديم النشرة وللظهور في التنويه، وحتى رسوم الجرافيك التي يتم الإستعانة بها ينبغي أن تخدم الهدف ذاته، أما في حالة الرغبة في تقديم فريق عمل النشرة باعتباره مهتم ومعنى بالجمهور ينبغي ان يتضمن التنويه صوراً للفريق وهو يقدم المساعدات لأبناء المجتمع، ولتقديمه كفريق عمل مهتم بتقديم خدمة إخبارية جيدة يتم تصويره في التنويه وهو يشارك بفاعلية في غرفة الأخبار

ويتفاعل مع صناعات الأحداث " (10). " هذا ولكي تضمن نجاح التنويه او الحملة الترويجية للمحطة الإذاعية ينبغي أن يكون لدى مخطط الحملة معلومات كافية عن المحطة وجمهورها، الى جانب تحديد هدف التنويه بدقة، فقد يكون الهدف تعريفي فقط بالمحطة او قد يتمثل في تقديم برنامج جديد، إلا أن الهدف الرئيسي لأى تنويه هو زيادة عدد الجمهور الخاص بالقناة او المحطة الإذاعية.

والتنويه الناجح هو الذي يأخذ في الإعتبار العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة في المحطة التى يروج لها، الى جانب فهم طبيعة المحطة وجمهورها ومنافسيها، وهو ما يتطلب في أحيان كثيرة مشاركة خبراء متخصصين في التخطيط للتنويهات وتنفيذها " (11).

"ومن الأساليب التى تضمن نجاح التنويهات كذلك، بث العديد من التنويهات لفئات الجمهور المختلفة والمتنوعة، بحيث يستهدف كل تنويه فئة من تلك الفئات، وهو ما يكون أكثر تأثيراً وفاعلية من تكرار تنويه واحد فقط يحمل رسالة موحدة لكافة فئات الجمهور، وتتراوح مدة التنويه ما بين 10 ثواني الى 60 ثانية، في حين تكون مدة تنويهات التعريف بالقناة IDS التى تقتصر على شعارها فقط قصيرة تتراوح ما بين 3-5 ثواني " (12).

مشكلة الدراسة :

التعرف على الأساليب الفنية التى تستخدمها القنوات الفضائية الدينية الشيعية في التنويهات الخاصة بالقناة بهدف تقديم صورة عنها، والكيفية التى توظف من خلالها تلك الأساليب لتحقيق هذا الهدف، وذلك من خلال اجراء دراسة تحليلية كمية وكيفية لتنويهات قناتى كربلاء الفضائية والأنوار الفضائية من حيث الشكل والمضمون.

أهمية الدراسة:

1. أهمية دراسة هذا الموضوع فى هذا الوقت بالذات الذى يشهد التزايد الملحوظ فى أعداد القنوات الفضائية الدينية الشيعية بما تحمله من أفكار مغلوبة فى إطار استهدافها الترويج للفكر الشيعي لدى الجمهور السني.
2. أهمية دراسة تنويهاات القنوات الفضائية الشيعية للتعرف على الكيفية التى يمكن من خلالها لتلك القنوات أن تصل للجمهور السني مخفية أهدافها الحقيقية، فالتنويه هو أكثر المواد الإعلامية التى تحقق هدف تقديم صورة ايجابية عن القناة دون الإشارة بالطبع للمضامين السلبية التى قد يروج لها محتواها البرامجي.
3. قلة الدراسات التى تناولت تحليل محتوى القنوات الفضائية الدينية الشيعية، ولم تتطرق تلك الدراسات للتنويهاات الخاصة بتلك القنوات.
4. قلة الدراسات العربية التى تناولت تنويهاات القنوات الفضائية العربية بالبحث والتحليل، رغم الأهمية الكبيرة لدراسة التنويهاات كقالب إعلامي مؤثر فى الجمهور.

أهداف الدراسة:

1. التعرف على الأساليب الفنية التى تستخدمها القنوات الفضائية الدينية الشيعية عينة الدراسة فى التنويهاات الخاصة بها بهدف تقديم صورة عن القناة.
2. دراسة كيفية توظيف القنوات عينة الدراسة لتلك الأساليب الفنية لتحقيق هدف تشكيل صورة عن القناة.
3. رصد ملامح وسمات الصورة التى تعكسها القنوات الفضائية الشيعية عينة الدراسة عن ذاتها من خلال التنويهاات الخاصة بها.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: الدراسات الخاصة بتنويهات القنوات والبرامج التلفزيونية والمحطات الإذاعية :

1. دور تنويهات البرامج التلفزيونية الجديدة في منافسة مواقع التواصل الاجتماعي (2013)⁽¹³⁾.

استهدفت هذه الدراسة التعرف على طبيعة المنافسة بين التنويهات التي تقدمها القنوات التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي، ودور كل منهما في تشكيل قرارات المشاهدة لدى الجمهور، وذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية على الجمهور.

أهم نتائج الدراسة:

- أثبتت الدراسة أنه على الرغم من كون شبكات التواصل الاجتماعي تعد الآن جزءاً لا يتجزأ من عملية مشاهدة القنوات التلفزيونية، إلا أن التنويهات التلفزيونية التقليدية لازالت تقوم بالدور الأكثر تأثيراً من مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل قرارات المشاهدة لدى الجمهور، فالذي يحفز الجمهور على مشاهدة البرامج الجديدة هو التلفزيون نفسه.
 - بلغت نسبة المبحوثين الذي يتخذون قرارات مشاهدتهم للبرامج الجديدة بناءً على تنويهات البرامج التلفزيونية 40% مقابل 6,8 % فقط بنوا تلك القرارات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.
 - وفيما يخص البرامج المعادة، ارتفعت نسبة مشاهدة المبحوثين لتنويهات تلك البرامج من خلال شاشة القنوات التلفزيونية بنسبة 6,8 % مقابل 3,3 % من المبحوثين شاهدوا تنويهات تلك البرامج من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2. ستة أساليب تمكن شبكات التلفزيون من جذب الجمهور لمشاهدتها من خلال التسويق الفعال (2012)⁽¹⁴⁾.**

استهدفت هذه الدراسة التعرف على الأساليب التي استخدمتها قناة NBA الرياضية الأمريكية في تنويهات برامجها ضمن حملتها الترويجية عامي 2011-

2012 بهدف جذب الجمهور لمشاهدة القناة، وشملت عينة الدراسة تنويهات 60 برنامجاً من برامج القناة .

أهم نتائج الدراسة:

- كان للتنويهات البرمجية فاعلية وتأثير كبير في دفع الجمهور للمشاهدة في كافة البرامج عينة الدراسة بإستثناء برنامجاً واحداً فقط.
 - تمكنت الحملة الترويجية للقناة من الوصول الى 47 % من الجمهور ممن تتراوح أعمارهم ما بين 14-49 عاماً.
 - كان للحملة تأثير على نسبة 40% من الجمهور من حيث حفزهم لمشاهدة البرامج المعلن عنها في التنويهات عينة الدراسة.
 - انخفضت نسبة مشاهدة الجمهور للتنويهات في اليوم الأول للحملة الترويجية.
3. رؤية الجمهور للتنويهات التلفزيونية: دراسة كمية وكيفية (2005)⁽¹⁵⁾.

استهدفت هذه الدراسة التي اجرتها هيئة تنظيم الإذاعة والتلفزيون البريطانية Ofcom، التعرف على رؤية الجمهور للدور الذي تؤديه التنويهات المذاعة في التترات والفواصل الإعلانية وأثناء عرض البرامج، هذا الى جانب اجراء تحليل كافي لمضمون التنويهات المذاعة بعدد من القنوات التلفزيونية، الى جانب التعرف على مدى تأثير التنويهات في تحديد قرار المشاهدة لدى الجمهور والجوانب السلبية والإيجابية في التنويهات من وجهة نظر الجمهور، واستخدمت الدراسة اسلوب جماعات النقاش المركزة Focus Group Discussion.

أهم نتائج الدراسة:

- استهدف الجمهور من مشاهدته للتنويهات البرمجية وتنويهات القناة تحديد وتشكيل قرارات المشاهدة واختياراته البرمجية.
- وفقاً لرؤية الجمهور فإن التنويهات التلفزيونية تعد حافراً قويا في تحديد وتشكيل إختيارات الجمهور بين القنوات وبين البرامج ايضاً، أما التنويهات الخاصة بمواقع الانترنت والتلفزيون التفاعلي Interactive Television فإنها تقوم بدورها في تصوير التلفزيون باعتباره وسيلة قريبة من الجمهور.

- اختلفت طبيعة القضايا التي تثيرها التنويهات باختلاف نوعية التنويه، فبالنسبة لتنويهات البرامج على مدار الاسبوع كان دورها هو مساعدة الجمهور في تحديد ما يشاهده على مدار الاسبوع.
 - فيما يخص التنويهات التي تذيعها القناة عن غيرها من القنوات، فقد كانت صورتها ايجابية لدى المشاهد الذي يتابع قنوات متعددة، في حين أثارت تنويهات القنوات الفضائية الشعور بالإحباط لدى جمهور القنوات الأرضية، لأنها تعرض له المضمون الذي لا يتمكن من مشاهدته.
 - انخفضت أهمية إذاعة تنويهات المحطات الإذاعية عبر التلفزيون من وجهة نظر المبحوثين، في حين كانت نظرهم ايجابية لتنويهات المواقع الإلكترونية والكتب وDVDs والمجلات عبر شاشة التلفزيون.
 - بصفة عامة ارتفعت نسبة تفضيل المبحوثين للتنويهات التي تعرض مقاطع Teaser Clips من البرامج التي يتم التنويه عنها.
 - كانت نظرة الجمهور ايجابية للتنويهات المذاعة في التترات والفواصل الإعلانية، على نقيض نظرهم السلبية للتنويهات أثناء عرض البرامج، وكانت اكثر القنوات التي حظيت تنويهاتها بإعجاب المبحوثين هي قناة البي بي سي BBC.
4. استخدام نموذج لأنماط مشاهدة الجمهور لإحدى الشبكات التلفزيونية بهدف تصميم خريطة التنويهات البرمجية بالصورة المثلى (1996) " (16)

استهدفت هذه الدراسة تصميم خريطة تنويهات البرامج التلفزيونية بالطريقة المثلى بما يضمن زيادة الإيرادات الإعلانية التي تحققها القناة، وقد اعتمدت الدراسة على نموذج لتفضيلات المشاهدة لدى الجمهور وأنماط مشاهدتهم للقناة وقد تضمن النموذج معلومات خاصة بالخصائص الديموغرافية للجمهور وعادات وأنماط مشاهدته وخصائص البرامج التي يشاهدها ومدى ارتباطه بها والتنويهات التي يشاهدها، وذلك بهدف قياس مدى فاعلية التنويهات البرمجية وتأثيرها على تغيير قرارات المشاهدة لدى أفراد الجمهور.

أهم نتائج الدراسة:

- تبين أن التأثير المرتقب والذي تم تقديره من قبل الدراسة لتصميم خريطة التنويهات بالصورة المثلى كان مبالغ فيه مقارنة بالتأثير الحقيقي لتلك الخريطة.
- لم يتبين وجود تأثير كبير للتصميم المثالي لخريطة التنويهات البرمجية على زيادة عائدات الإعلانات بالقناة.
- تبين وجود تأثير لإرتباط المشاهد بالبرنامج على تحديد قرارات المشاهدة الخاصة به.

5. التغييرات في تراتبية التأثيرات الإعلانية لتنويهات البرامج التلفزيونية: دراسة تجريبية استقصائية (1993) " (17)

استهدفت هذه الدراسة قياس التغييرات التي تطرأ على تراتبية التأثيرات الإعلانية لتنويهات البرامج التلفزيونية، وهى التأثيرات الشائعة المعروفة في مجال الإعلان (المعرفية والوجدانية والسلوكية)، وكان التنويه التلفزيوني هو المتغير المؤثر (المثير) في تلك الدراسة التجريبية، حيث تم تصميم ثلاثة تنويهات لبرنامج تلفزيوني جديد يعتمد على الخيال، وقد تم قياس التأثيرات المستهدفة من التنويهات الثلاثة والتأثيرات الفعلية لها من خلال الإختبار القبلي، بحيث تتباين تلك التأثيرات ما بين التنويهات الثلاثة ما بين التأثير المعرفي، وتكوين الإتجاه الإيجابي والحث على القيام بالسلوك، وتم تصميم التنويهات في قالب السبوت الإعلاني، وتصميم تنويه واحد فقط في قالب السيت كوم / كوميديا الموقف Situation Comedies وتم تعريض مجموعة من طلاب الإعلام باحدى الجامعات للتنويهات ذات الأهداف المختلفة الترتيب.

أهم نتائج الدراسة:

- لم يتبين وجود علاقة دالة احصائياً بين التغيير في تراتبية التأثيرات المستهدفة من التنويه والحصول على الإستجابة المطلوبة وذلك في حالات عدم امكانية التعرض بشكل مباشر للبرامج التي يتم الترويج لها.
- تبين ان التعرض المباشر لمجموعة من برامج القناة كان له التأثير الأكبر على المشاهدة المستقبلية للبرامج.

المحور الثاني: الدراسات الخاصة بالإعلام الديني الشيعي:

1. الفضائيات الشيعية التبشيرية: دراسة وصفية مع تحليل محتوى قناة الكوثر الإيرانية (2010) (18).

استهدفت تلك الدراسة تحليل محتوى قناة الكوثر الإيرانية خلال شهر سبتمبر 2009، وتضمن البحث تحليل محتوى نشرات الأخبار خلال هذا الشهر، و15 حلقة من برنامج المهدي ومسلسل علي ابن أبي طالب الذي عرضته القناة، وذلك بهدف التعرف على مدى اقترابها من مساحة الحوار والتقريب والوحدة الإسلامية، أم من مساحة التبشير والتفريق والطعن والتحريض.

أهم نتائج الدراسة:

- تصدرت اخبار المسلمين نشرات الأخبار بالقناة بنسبة 34,9 %، يليها أخبار قضية فلسطين 18%، فأخبار الشيعة 13,1%، ثم أخبار ايران 10% فأخبار السعودية 9,1%، ثم أخبار يوم القدس 8,9 %، وأخبار ايران وقضية فلسطين 2,3% وأخيراً أخبار مصر 2% وأخبار مصحف ايران 1,7%.
- عملت القناة من خلال أخبار قضية فلسطين على تقديمها باعتبارها بمثابة بوتقة تظهر القناة وكأنها توحد السنة والشيعة، وتبنت خطاب المقاومة الفلسطينية، مع تقديم ايران وكأنها المدافع عن القضية الفلسطينية.
- وقد أظهرت الأخبار الشيعة حول العالم وكأنهم مظلومين في بقاع أهل السنة، مع ايراد مقولات لشخصيات متحولة للمذهب الشيعي على أن ذلك هو الإستبصار.
- قدمت القناة إيران كقوة اسلامية كبرى، وراعية لمظاهر الدين الإسلامي، وأن أهل السنة في ايران لا يعانون من أية مضايقات.
- وفيما يخص أخبار المملكة العربية السعودية، ثم الهجوم على الحكومة السعودية لمحاربتها مظاهر الشرك، مع بث الأخبار المزيفة التي تولد الكراهية نحو دعوة الشيخ محمد بن عبد الوهاب السلفية، وتم الهجوم على مصر فيما يتعلق بصد الجانب المصري للمد الشيعي، والإيهام بصلاحية البيئة المصرية للأفكار الشيعية.

- لم تخلو حلقات برنامج (المهدي) من سيل من البكائيات او التهنئة بميلاد أئمة الشيعة، مع عرض البرنامج للمواقع الإلكترونية الشيعية ولآليات الوصول للكتب الشيعية.
- عمد مسلسل علي بن ابي طالب الى تشويه تاريخ الصحابة رضي الله عنهم بتركيزه على الفتن بشكل مفترى، مع إعلاء شأن من وصفهم بشيعة علي بن أبي طالب رضي الله عنه.

2. الصحافة النجفية: دراسة تاريخية 1939-1958 (2010) (19).

هدفت هذه الأطروحة الى البحث في أروقة الصحافة النجفية، على مدى عشرين عاماً، ألقت بظلالها على كتابات علماء الدين، فضلاً عن الشخصيات الأدبية التي اسهمت اقلامهم في معالجة أحداث وقضايا تاريخية لتشكل وثيقة تاريخية في الاستدلال على مسار الحركة الفكرية والثقافية للمجتمع النجفي، وشملت عينة البحث أعداد الصحف الصادرة في تلك الفترة (الهاتف، والحضارة، والحوزة) والمجلات (الاعتدال، والغري، والقادسية، والعقيدة، والمثل العليا، والعدل الإسلامي، والبيان، والدليل، والشعاع، والبذرة، والنشاط الثقافي، والنجف، والتوجيه) فضلاً عن نشرات مدرسية، وقام الباحث بمقابلات شخصية مع مؤرخين كانت لهم اسهامات في الصحافة النجفية خلال مدة البحث.

أهم نتائج الدراسة:

- كانت الصفة الغالبة على الصحافة النجفية الطابع الديني والأدبي، لتمتع مدينة النجف الأشرف بالصفة الدينية والأدبية.
- نشرت مجلة شعاع مقالاً بعنوان (الإمام علي عليه السلام سر الطبيعة الغامض) وصف شخصية الإمام علي رضي الله عنه بالغموض.
- عنيت مجلة الغري بترجمة شخصيات تاريخية، فنشرت مقالاً بعنوان (صفحة من البطولة- مالك الأستر).
- خصصت بعض الصحف والمجلات أعداداً خاصة في ذكرى استشهاد الإمام الحسين رضي الله عنه في كل سنة.

- كانت القضية الفلسطينية هي احدى هموم الصحافة النجفية، فقد عالجتها في العديد من البحوث والمقالات، وجعلت الموقف منها المحك الأول لتقويم وطنية الساسة العرب من دون استثناء، وكانت دوماً تحث العرب على الكفاح والجهاد من أجل فلسطين معنوياً ومادياً.

3. صورة الإسلام كما تعرضها المواقع العربية على شبكة الإنترنت (2007)⁽²⁰⁾.

استهدفت هذه الدراسة التعرف على الصورة التي تقدم عن الإسلام والقضايا التي يتم مناقشتها من خلال عينة من المواقع العربية على شبكة الإنترنت، والتي تمثل إنتماءات واتجاهات متباينة، وذلك من خلال تحليل محتوى عينة من هذه المواقع وهي: موقع إسلام أون لاين وموقع إخوان أون لاين وموقع دليل الشيعة في الفترة من 2004/6/1 حتى 2004/6/30 باستخدام أداة تحليل المضمون، إلى جانب إجراء دراسة ميدانية على عينة من 400 مفردة من مستخدمي شبكة الإنترنت الذين يتعرضون لتلك المواقع الإسلامية للتعرف على مدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات الدينية التي تقدم عن الإسلام.

أهم نتائج الدراسة:

- اعتمد موقع دليل الشيعة على اللغة العربية الفصحى وذلك بنسبة 100 %.
- جاء الخبر في مقدمة أشكال معالجة مضمون موقع دليل الشيعة، وذلك بنسبة 72% يليه شكل السؤال والجواب بنسبة 28 %، وتبين عدم إهتمام موقع دليل الشيعة بوضع صور مصاحبة لموضوعاته.
- تبين إهتمام موقع دليل الشيعة بالطبيعة التفاعلية للإنترنت بتقديم خدمات مصاحبة وذلك بنسبة 72% على نقيض الموقعين الآخرين.
- اهتم الموقع شأنه شأن الموقعين الآخرين بالموضوعات التي تتناول صورة الإسلام بشكل مباشر، وذلك بنسبة 100 %.
- جاءت فئة المسلمون العرب في مقدمة الفئات المستهدفة من الموقع يليها فئة غير المسلمين العرب فالمسلمون غير العرب.
- تمثل الهدف الرئيسي للموقع في الرد على تساؤلات الجماهير، وذلك بنسبة

80% يليه الرد على بعض الإفتراءات حول الإسلام بنسبة 48% فشرح مبادئ الإسلام بنسبة 40% فجذب أتباع الشيعة بنسبة 8% .

• تصدرت قضية هموم الشباب المسلم قائمة القضايا التي تناولها الموقع وذلك بنسبة 68%، تليها قضية إعداد الدعاة المسلمين المعاصرين بنسبة 36% ثم ضوابط تعامل المسلم مع الوسائل الحديثة بنسبة 28% ثم مواجهة الشبهات حول الإسلام بنسبة 24% فتجديد الخطاب الديني والعلاقة بين الرجل والمرأة في الإسلام بنسبة 12% لكل منهما، وأخيراً الدعوة الى الاجتهاد بنسبة 8% والتجديد في الفقه والجهاد ومفهومه في الإسلام بنسبة 4% لكل منهما، وقد إتخذت القضايا المطروحة في الموقع الأسلوب أحادي الإتجاه في عرض الموضوع بنسبة 100%.

• اهتم الموقع بالقضايا التي تتناول صورة الإسلام والمسلمين وعرضها بإتجاه ايجابي بنسبة 92%، ومن أمثلة تلك القضايا : زواج المتعة عند الشيعة والشيعة وتأيد فتاوى شيخ الأزهر، ثم تناول الموقع بعض القضايا التي تعرض لصورة الإسلام بإتجاه سلبي بنسبة 8% ومن أمثلة تلك القضايا: الشيعة وسب الصحابة وصدام البطل القومي ومجازره في حق الشيعة والعراق بلد الفرقة بين السنة والشيعة.

• شكلت فكرة الإسلام والمسلمين الفكرة المحورية للقضايا الإسلامية في الموقع، يليها الداعية الإسلامي في المرتبة الثانية، فالإسلام والغرب ووحدة المذاهب الإسلامية وجذب أتباع الشيعة في المرتبة الثالثة، وأخيراً تعليية آل البيت وسيدنا علي.

• لم يهتم الموقع بالقرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة كمصدر للتشريع في الفتاوى المقدمة به، وذلك على خلاف الموقعين الآخرين، بل اعتمد على مصادره ومرجعياته الشيعية وأقوال علمائه، حيث جاء في مقدمة مصادر التذليل على الفتوى به أقوال وآراء الأئمة والفقهاء يليها مواقف وأقوال الصحابة. واعتمد الموقع بنسبة 100% على المرجعيات الدينية الشيعية في الرد على الفتاوى وعرض القضايا المختلفة به.

• جاء الموقع في الترتيب الخامس من قبل المبحوثين، وذلك من حيث ترتيبهم لأهم

المواقع العربية الإسلامية، ومن حيث تأثيره على معارف المبحوثين نحو قضايا علاقة الأسلام بالغرب وقضايا الشباب المسلم .

- لم يثبت وجود علاقة بين تعرض المبحوثين للموقع وتبنيهم لأطر قضية العراق، في حان جاء الموقع في صدارة المواقع من حيث تبني المبحوثين للأطر التي يقدمها عن المرأة العربية المسلمة.

4. هل يوجد اعلام إسلامي؟ قوة " العرف" وجاذبية الحداثة (1992) (21).

استهدفت هذه الدراسة إختبار فروض نظرية الإعلام الإسلامي Islamic Theory of Communication والتعرف على حدود ومكونات ظاهرة الخصوصية الإسلامية لوسائل الإعلام في المنطقة وفي ايران بالتحديد وتحليل ما تقدمه تلك الوسائل من أطروحات، وقد أجرى الباحث دراسة حالة للإعلام الإيراني كنموذج لهذه الظاهرة، وانطلق في دراسته من فرضين أساسيين مفادهما أن المنظور الإسلامي للإعلام من شأنه طمس معالم الإختلافات الثقافية الداخلية في المجتمع وغض الطرف عن تلك الإختلافات، هذا بالإضافة الى أن ظاهرة الخصوصية الإسلامية للإعلام ما هي إلا جزء من نظاماً ثقافياً دولياً يؤكد على عدم ملائمة النظريات الثقافية والإجتماعية العالمية للثقافات المحلية ومن ثم يجب إعادة بناء فروض نظرية الحداثة بما يتفق مع خصوصية تلك الثقافات.

أهم نتائج الدراسة:

- يعنى الإعلام الإيراني - كنموذج للإعلام الإسلامي - بالوظيفة الثقافية والتبليغية للإعلام أكبر من الوظيفة التجارية له، حيث من المفترض أن تكون كافة الأنشطة الإعلامية خالصة لوجه الله تعالى.
- استخدم النظام الإيراني - منذ قيام الثورة الإيرانية عام 1979 - وسائل الإعلام كساحة أساسية للنضال، ولذا سيطرت الحكومة الإسلامية في ايران على ملكية تلك الوسائل ومنعت كافة أشكال الملكية الخاصة بها.
- يسمح التلفزيون الإيراني لعرض الإعلانات في حدود ضيقة جداً.

- إضطر التلفزيون الإيراني لعرض بعض المواد الترفيهية مثل المسلسلات والمواد الرياضية بعد فترة طويلة من منعها تطبيقاً لنموذج الإعلام الإسلامي، وقد جاء السماح بعرض هذه المواد كوسيلة لمواجهة الغزو الفضائي للمجتمع الإيراني عبر القنوات الفضائية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

1. التعرف على الوظائف المنوطة بتنويهات القنوات التلفزيونية، أهم الأساليب التي تستخدم في تلك التنويهات لتحقيق أهدافها المختلفة مما ساعد الباحثة في تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها وفئات تحليل المضمون.
2. التعرف على أهم تأثيرات تنويهات القنوات التلفزيونية على الجمهور، وهو ما وفر للباحثة رؤية شاملة عن آليات التأثير المحتملة لتنويهات الفضائيات الشيعية، مما أسهم في وضع تساؤلات الدراسة وفئات التحليل بصورة تراعي تلك التأثيرات المرتقبة.
3. التعرف على أهم الخصائص التي تميز الإعلام الديني الشيعي وبخاصة المقدم عبر الفضائيات الشيعية، لأخذ تلك الخصائص في الاعتبار في وضع تساؤلات الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

1. ما الأساليب الفنية التي استخدمتها تنويهات الفضائيات الدينية الشيعية عينة الدراسة في تقديم صورة عن القناة؟
2. ما الكيفية التي توظف من خلالها الفضائيات الدينية الشيعية الأساليب الفنية المختلفة في التنويهات الخاصة بها لتحقيق أهدافها وتقديم صورة عنها؟
3. ما سمات الصورة التي عكستها تنويهات القنوات الفضائية الشيعية عينة الدراسة عن تلك القنوات ؟

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة، دراسة وصفية تحليلية Descriptive Analytical، حيث تهدف إلى وصف وتصوير خصائص المضمون المقدم من خلال تنويهاات القنوات الفضائية الشيعية، وتحليل هذا المحتوى بهدف التعرف على كيفية توظيفه للأساليب الفنية المختلفة في الترويج للقناة ذاتها، هذا إلى جانب سعيها لوصف ملامح الصورة المقدمة عن القنوات عينة الدراسة من خلال التنويهاات الخاصة بها .

منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على منهجي المسح Survey Method والمنهج المقارن، وذلك من خلال مسح المضمون، والمقارنة بين الأساليب الفنية المستخدمة في تنويهاات قناتى كربلاء الفضائية والأنوار الفضائية، وكيفية توظيف كلا منهما لتلك الأساليب لتقديم صورة عن القناة، ومقارنة ملامح الصورة المقدمة عن كل منهما.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة فى جميع التنويهاات المقدمة بكافة القنوات الفضائية الدينية الشيعية، سواء أن كانت تنويهاات خاصة بالقناة الباتة للتتويه او خاصة بمحتواها البرامجي من برامج ومسلسلات درامية وغير ذلك من المواد المقدمة بها.

عينة الدراسة:

تم تحديد عينة الدراسة على هذا النحو:

تحديد عينة القنوات الخاضعة للتحليل: وقع الاختيار على قناتى كربلاء الفضائية الناطقة باسم العتبتين الحسينية والعباسية بكربلاء، فهي قناة تابعة لديوان الوقف الشيعي بالعراق، وقناة الأنوار الفضائية " وهى اول قناة شيعية عربية دينية كاملة، وهى أحد مشاريع المرجع الشيعي الراحل السيد الشيرازى " (22) فهى قناة معبرة عن التيار الشيرازى أحد أهم المراجع الدينية الشيعية، فقد جاء اختيار القناتين لكونهما معبرتين عن فكر مرجعي شيعي ذى ثقل واهمية.

تحديد عينة التنويهات الخاضعة للتحليل : تحددت التنويهات الخاضعة للتحليل في التنويهات التي تبثها القنوات عينه الدراسة عن ذاتها على شاشتها أى التنويه الخاص بالقناة Image Promotions وليس التنويه الذي يروج للمحتوى البرامجي لتلك القنوات.

تحديد العينة الزمنية للدراسة: قامت الباحثة بتحليل كافة التنويهات الخاصة بقناتى كربلاء الفضائية والأنوار الفضائية بأسلوب المسح الشامل، والمقدمة عبر شاشتهما خلال الفترة من 2012/5/15 الى 2012 /6 /14 .

أداة تحليل البيانات :

استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي، وذلك لتغطية بعض جوانب التحليل التي يصعب إدراجها ضمن الدراسة التحليلية إعتماًداً على الشق الكمي فقط "فقد ساعد التوسع فى المناهج والإعتما د على الدلالات Semantix والدراسات الثقافية على تطوير تحليل المضمون، الذى لم يعد يعتمد بشكل أساسى على الأوزان والمقاييس التى كانت سائدة فى الأيام الأولى"⁽²³⁾. "كما أن المدخل الكيفى يهدف إلى الحصول على فهم متعمق للنص الذى يتم تحليله وليس مجرد الحصول على قياسات دقيقة بشأنه"⁽²⁴⁾.

نتائج الدراسة:

جدول رقم (1)

المدة الزمنية لتنويهاات قناتي كربلاء والأنوار

المجموع		قناة الأنوار الفضائية		قناة كربلاء الفضائية		المدة الزمنية للتنويه
%	ك	%	ك	%	ك	
48,5	17	80	12	25	5	طويل (30ث- 60ث)
22,8	8	13,4	2	30	6	طويل جداً (أكثر من 60 ث)
17,1	6	-	-	30	6	قصير (10ث- أقل من 15ث)
5,8	2	-	-	10	2	متوسط (15 ث -أقل من 30 ث)
5,8	2	6,6	1	5	1	قصير جداً (أقل من 10 ث)
100	35	100	15	100	20	المجموع

يعد طول المدة الزمنية أحد سمات التنويهاات عينة الدراسة، فقد تصدرت التنويهاات ذات المدة الزمنية الطويلة قائمة التنويهاات التي تم تحليلها وذلك بنسبة 48,5%، يليها التنويهاات الطويلة جداً بنسبة 22,8%، وجاء في المرتبة الثالثة التنويهاات القصيرة بنسبة 17,1%، يليها المتوسطة الطول والقصيرة جداً بنسبة 5,7% لكل منهما، ويعد طول التنويه من الجوانب السلبية، فالطول الأمثل للتنويه يتراوح في المتوسط ما بين 10 ث -60 ث، وهي مدة تجاوزتها العديد من التنويهاات عينة الدراسة والتي بلغت في بعض الأحيان دقيقتان في قناة كربلاء وقد حرصت قناة الأنوار على تقديم التنويهاات الطويلة جداً في قوالب جذابة والتي تسمح بطول المدة دون إصابة المشاهد بالملل، فقد قدمت إحدى التنويهاات في مدة زمنية بلغت 3 دقائق ولكن التنويه قدم في قالب غنائي جذاب.

وعلى مستوى كل قناة تميزت قناة كربلاء بالتنوع في أطوال تنويهااتها، في حين اقتصر تنويهاات قناة الأنوار على التنويهاات الطويلة والطويلة جداً، مع تقديم تنويه واحد فقط قصير جداً، فقناة كربلاء نوعت في التنويهاات ما بين التنويهاات الطويلة والطويلة جداً التي تفصل في التعريف برسالة القناة وطبيعة مضامينها،

وغيرها من التنويهاات القصيرة والقصيرة جداً التي تقتصر على التعريف بلوجو القناة وشعارها ID Promotions .

جدول رقم (2)

القالب الفني لتنويهاات قناتي كربلاء والأنوار

المجموع		قناة الأنوار الفضائية		قناة كربلاء الفضائية		القالب الفني للتنويه
%	ك	%	ك	%	ك	
60	21	13,3	2	95	19	صورة + موسيقي او مؤثرات
22,8	8	53,4	8	-	-	غنائي
11,5	4	20	3	5	1	تعليق صوتي Voice Over
5,7	2	13.3	2	-	-	درامي
100	35	100	15	100	20	المجموع

جاء التنويه التقليدي في صدارة التنويهاات عينة الدراسة، وهو التنويه الذي يقتصر على الصورة المصحوبة بالموسيقي اوالمؤثرات الصوتية فقط، وذلك بنسبة 60%، يليه التنويه الغنائي وهو من التنويهاات التي تتميز بالطابع الإبداعي وتجذب انتباه الجمهور وذلك بنسبة 22,8 %، ثم التنويه الذي يأخذ شكل التعليق الصوتي Voice Over على المادة المصورة بنسبة 11,5 %، فالتنويه الدرامي وهو من أكثر القوالب الجذابة ولكن انخفضت نسبة ظهوره في العينة 5,7 % بواقع تنويهاات فقط بقناة الأنوار.

وعلى مستوى القنوات عينة الدراسة تميزت قناة الأنوار بالتنوع في قوالب التنويهاات المقدمة بها مابين الأشكال المختلفة، وكذلك تميزت بتقديمها للقوالب الجذابة مثل الأغنية والدراما والتي لم يكن لها حضور بقناة كربلاء، رغم عناية القناة بصفة عامة في خريطتها البرمجية بتقديم الأغاني والأناشيد والمسلسلات الدرامية بصورة كبيرة جداً تفوق اهتمام قناة الأنوار بها، إلا أنها على مستوى التنويهاات افترقت للتنوع في الأشكال واقتصر على التنويه التقليدي الذي يقتصر على الصورة والموسيقي او المؤثرات المصاحبة، حيث قدمت كافة تنويهااتها في هذا الشكل باستثناء تنويه واحد فقط قدم في قالب التعليق الصوتي Voice Over، وهو تنويه

(ماذا أروي عن جمالها) الذي يعد من أبرز تنويهات القناة وأكثرها جاذبية، فقد قدم الجانب الصوتي من التنويه من خلال التعليق الصوتي Voice Over لصوت رجل يقول: ماذا أروي عن جمالها؟ وماذا أروي عن أصحابها وطيبة أهلها؟ بماذا أصف مساجدها؟ مدينة استمدت حضارتها من تاريخ أجزائها، ثم يأتي صوت الأذان (التكبير فقط) ثم يقول المعلق قناة كربلاء.. الإبداع الإسلامي الحسيني، وفي الخلفية توجد موسيقى مصاحبة.

ولاشك أن استخدام التعليق الصوتي يخدم غرض التعريف بالقناة والترويج لها وبخاصة عندما يمتزج بالموسيقى والمؤثرات الصوتية والتي وظفت هنا بعناية شديدة لتقدم صوت الأذان والذي يرمز للإسلام، مع الرموز الشيعية الأخرى التي ظهرت في الصورة المقدمة مثل المسبحة الشيعية التي تحمل أسماء أصحاب الكساء والأئمة الإثني عشر عند الشيعة^(*)، وقطعة التربة الحسينية التي يصل على عليها الشيعة، وهذا المزج من شأنه الإحياء للإسلام مرادف للتشيع، وهي رسالة تهدف للربط بين الإسلام والتشيع.

وقد وظف التعليق الصوتي في قناة الأنوار أيضاً غير منفرد بل صاحبه تلاوة لقول المولى عز وجل في كتابه العزيز (إِنَّ اللَّهَ وَمَلَائِكَتَهُ يُصَلُّونَ عَلَى النَّبِيِّ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا صَلُّوا عَلَيْهِ وَسَلِّمُوا تَسْلِيمًا) (الأحزاب: 56) وذلك في تنويه (نور أهل البيت في كل بيت) حيث قدم الجانب الصوتي من التنويه من خلال تعليق صوتي بصوت رجل يقول (اللهم صلي على محمد) مع تلاوة الآية القرآنية وهو ما يخدم

^(*) أصحاب الكساء هم سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وسيدنا علي ابن أبي طالب والسيدة فاطمة والحسن والحسين رضى الله عنهم وجاءت التسمية من حديث الكساء فقد أخرج مسلم في صحيحه من حديث عائشة رضي الله عنها قالت: خرج النبي صلى الله عليه وسلم غداة وعليه مرط مرحل من شعر أسود فجاء الحسن بن علي فأدخله ثم جاء الحسين فدخل معه ثم جاءت فاطمة فأدخلها ثم جاء علي فأدخله ثم قال: إنما يريد الله ليذهب عنكم الرجس أهل البيت ويظهركم تطهيرا، أما الأئمة الإثني عشر فهم سيدنا علي والحسن والحسين رضى الله عنهم و8 من ذرية الحسين الى أن تصل الى الإمام الثاني عشر وهو المهدي المنتظر عند الشيعة، ويؤمن الشيعة بأحقيتهم في الخلافة وهو المبدأ الأساسي الذي يقوم عليه التشيع الإثني عشري، وهو بالطبع فكر مبتدع من جانب الشيعة ولا أصل له في الدين، كما يؤمن الشيعة بمعصومية أصحاب الكساء والأئمة الإثني عشر وهو أيضاً فكر مخالف لصحيح الدين فلا عصمة سوى للنبي صلى الله عليه وسلم .

نفس الغرض السابق، الربط ما بين التشيع والإسلام، وكأن التشيع مرادف لصحيح الدين الإسلامي.

وعلى مستوى قناة الأنوار فقد برز التنوع الكبير في القوالب الجذابة مما أضفي طابعاً ابداعياً للقناة، وبخاصة قالب الأغنية وهو من أهم القوالب التي يستخدمها الشيعة بصفة عامة في الترويج لفكرهم، ويبرعون في استخدامه بصورة كبيرة، وقد وظفت الأغنية هنا لتقديم صورة عن القناة باعتبارها قناة (أهل البيت) فكانت غالبية الأغاني تدور في هذا الفلك، ومنها تنويه (أصحاب الكساء/ تشرفت أن سميت أنواراً) وهو من أكثر تنويهات القناة التي تروج للفكر الشيعي بصورة مباشرة من خلال كلمات الأغنية التي تروج لفكرة طهارة ومعصومية أصحاب الكساء التي يؤمن بها الشيعة وبأنهم خلقوا من نور الله عز وجل، وهو المعني الذي يشير إليه اسم القناة (الأنوار)، فكانت كلمات الأغنية تقول: من نور وجه الله أشرق نور أحمد، فتنفس الفجر البهي نهاراً، وبفاطم وبحيدر وابنيهما لمعاجز التنزيل خط مداراً، سل عنهم جبريل عما قد رأى أم دون سرهم العظيم ستاراً، هذا كساء الله كان ببيتهم يحكي لمن يهواهم أسراراً، من نورهم خلقت لتحكي حبهم، فتشرفت أن سميت أنواراً، فتشرفت أن سميت أنواراً (*).

هذا بالإضافة للعديد من التنويهات الغنائية التي تغنت أيضاً بحب آل البيت وبخاصة السيدة فاطمة الزهراء وسيدنا علي بن أبي طالب رضي الله عنهما، وباقي الأئمة الإثني عشر عند الشيعة، وكان ذلك مواكباً للإحتفال بوفيات ومولد الأئمة، ومن أهم الأساليب الإبداعية التي استخدمت في القوالب الغنائية بتنويهات الأنوار، مزج الأغنية بصوت اللطمية الشيعية^(*) والتي تعد دعاية مباشرة للشيعة بإعتبارها شعيرة خاصة بهم، كما أنها تصبغ الأغنية بطابع حماسي يؤثر في الوجدان بشكل كبير مثل التنويه الذي قدم في قالب غنائي، وكانت كلمات الأغنية تقول: أيامكم

(*) (حيدر) هو أحد أسماء سيدنا علي بن أبي طالب رضي الله عنه ، والأغنية تنطلق من حديث الكساء السابق الإشارة إليه.

(*) صوت اللطمية الشيعية هي الصوت الذي تحدثه عملية اللطم على الصدور، وهي أحد أهم الطقوس الشيعية التي ابتدعوها، ويحرصون على ممارستها في تكريات وفاة الأئمة الإثني عشر والأربعينيات ويخصصون لها مواكب تسمى مواكب اللطم .

سعيدة سعيدة، بالهادي أهتدينا بالعترة اقتدينا ويصاحب الأغنية صوت اللطمية الشيعية وهوتنويه قدم مع احياء ذكرى الإمام الباقر .
وفيما يخص التنويهات الدرامية، فقد ركزت على تقديم صورة للقناة باعتبارها نور الهداية وهو ما يتوافق مع اسم القناة (الأنوار) مثل التنويه الذي قدم في قالب درامي من خلال صورة حية لطفلة تصلي بإسدال وحولها سواد وظلام ثم يظهر لوجو القناة (الأنوار)، الذي يمثل النور في تلك الظلمة الحالكة.

جدول رقم (3)

نوع تنويهات قناتي كربلاء والأنوار

نوع التنويه	قناة كربلاء الفضائية		قناة الأنوار الفضائية		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
ترويجي (تعريفي)	18	20	11	73,3	29	82,8
تنافسي	-	-	4	26,6	4	11,5
تأكيدي	2	10	-	-	2	5,7
المجموع	20	100	15	100	35	100

غلب على تنويهات القنوات عينة الدراسة الطابع الترويجي (التعريفي) للقناة سواء قدم بشكل تفصيلي ليعرض لرسالة القناة وأهدافها او قدم بشكل موجز مختصر يقتصر على لوجو وشعار القناة فقط ID Promotions وذلك بنسبة 82,8 % وهي نتيجة تتفق مع أهداف القنوات الفضائية الشيعية التي تعد إحدى أدوات المد الشيعي في العالم، وتهدف لنشر التشيع، ومن أمثلة هذا النوع من التنويهات التي تعرف بالقناة بصورة تفصيلية بقناة كربلاء تنويهي (قناة العتبة الحسينية المقدسة) والذين عبرا عن رسالة القناة - وفقاً لها- من خلال الكتابة التي ظهرت على الشاشة على هذا النحو (هي قناة العتبة الحسينية المقدسة حيث الإنتماء الأصيل لفكر الإمام الحسين عليه السلام، ومبادئه وفلسفة ثورته المباركة، وتركز على إيصال الصورة المثلى لشعائر أهل البيت عليهم السلام التي يستفاد منها بيان رسالتهم الدينية والتاريخية، تجتهد في توصيل أهداف الدين الإسلامي الأصيل من خلال بث برامج دينية وتربوية وثقافية وبرامج ترفيهية وبرامج أطفال وشباب وأسرة برؤية إسلامية) وتلعب تلك التنويهات دوراً مهماً في تقديم صورة عن القناة، وإن كانت مغلوبة ولكنها تخدم أغراض نشر التشيع التي تهدف لها القناة.

وجاء في المرتبة الثانية التنويه التنافسي بنسبة 11,5 % وقد اقتصر تقديمه على قناة الأنوار فقط، وهو التنويه الذي يبرز مزايا القناة مقارنة بمنافسيها من القنوات الأخرى.

وقد وظف هذا النوع أيضاً بصورة كبيرة لخدمة أغراض التشيع، من خلال الإيحاء بأن قناة الأنوار كمثال للقنوات الشيعية، هي وسيلة لهداية الجمهور وتقديم الحقيقة له بدون تحريف، في مناخ مزدحم بالقنوات المضللة، ومقصود بها هنا بالطبع القنوات الفضائية الدينية السنية، وإن كان التنويه لم يصرح بذلك بصورة مباشرة، ولكن المعنى المراد مفهوم بشكل ضمني، وهو ما يتفق مع مفهوم (الإستبصار) الذي يطلقه الشيعة على المتشيعيون، واتضح ذلك بصورة جلية في تنويه (قناة الأصالة والإعتدال) الذي قدم بقناة الأنوار، فقد قدم الجانب المرئي من التنويه باستخدام تقنيات الجرافيك Graphic، من خلال شاشة اكتست باللون الأسود المائل الى الرمادي وصورة لرجل يمشي في شارع مظلم ويديه كشاف نور، ومكتوب على الشاشة (لطالما كان العالم بعيداً عن الحقيقة بسبب التكم الإعلامي، بسبب طمس وقلب وتحريف الحقائق... حتى أشرقت الأنوار) ويخرج من لوجو القناة شعاع أزرق ويكتب اسمها باللون الأبيض.. ثم يكتب على الشاشة (دخلت ببيوتكم، أنارت كل زاوية، أنارت قلوبكم بأنوار محمد وآل محمد، وداعاً للإعلام المضلل، أهلاً بالحقيقة.. الأنوار قناة الأصالة والإعتدال).

وأخيراً يأتي التنويه التأكيدي الذي يهدف للحفاظ على جمهور القناة، وجاء بنسبة 5,7% بقناة كربلاء فقط، وقد عملت القناة من خلال هذا النوع من التنويهات على التأكيد على ارتفاع نسبة مشاهدة القناة واتساع نطاق تغطيتها، وخاطب التنويه جمهور القناة بهدف الإستمرار في التفاعل معها من خلال تنويه تلبية نداء موقع القناة الذي يظهر من خلاله حجم تفاعل الجمهور مع موقع القناة وتعليقاتهم تلبية لنداء الحسين - وفقاً للعقيدة الشيعية- وكذلك تنويه أماكن مشاهدة القناة الذي أكد على اتساع نطاق تغطيتها ليشمل نواحي متفرقة من العالم.

جدول رقم (4)

الصورة المصاحبة لتنويهات قناتي كربلاء والأنوار

المجموع	قناة الأنوار الفضائية		قناة كربلاء الفضائية		الصورة المصاحبة للتنويه
	ك	%	ك	%	
74,3	26	80	12	70	رسوم جرافيك
14,3	5	20	3	10	صور حية
11,4	4	-	-	20	الجمع بين الإثنين
100	35	100	15	100	المجموع

عنيت القنوات الفضائية الشيعية بجانب الإبهار في الصورة التلفزيونية من خلال اعتمادها على تقنيات الجرافيك بصورة كبيرة في تقديم التنويهات الخاصة بها بنسبة 74,3%، وقد أكدت تلك النتيجة على مستوى القناتين عينة الدراسة، ويأتي ذلك في إطار سعي تلك القنوات لتوظيف كافة الإمكانيات الإنتاجية لخدمة غرض نشر التشيع وتقديم صورة مبهرة عن قنواتهم كقنوات عالية الجودة ذات إمكانات عالية من حيث فنون الإبهار التلفزيوني، وهو ما توفره رسوم الجرافيك بصورة كبيرة.

ومن أمثلة التنويهات التي وظفت تكنيكات الجرافيك لتقديم صورة عن القناة تنويه الزهرة الذهبية بقناة كربلاء حيث تظهر زهرة ذهبية اللون تتفتح أوراقها ويخرج منها القبة الحسينية المذهبة ولوجو القناة (كربلاء) وتبدو الوردية وكأنها قرص الشمس حيث تنبعث منها أشعة ذهبية اللون للإيحاء بأن القناة تنير عقول المشاهدين.

وجاء في المرتبة الثانية الصور الحية بنسبة 14,3%، ووهي ربما تكون أقل جاذبية من الجرافيك عند استخدامها في التنويه وهي لا تتناسب مع طبيعته بصورة كبيرة خاصة في القنوات الدينية، ربما يكون أكثر ملائمة في القنوات الإخبارية.

وقد جاء استخدام الصور الحية في التنويهات التي قدمت من خلال القالب الدرامي وهي نتيجة طبيعية، وكذلك جاء أفضل استخدام له عندما تصحبه كتابه تعبير عن مضمون الصورة، كما جاء في تنويه (صرح لا يقهر) بقناة كربلاء، فقدم الجانب المرئي من التنويه من خلال الصور الحية والكتابة حيث تظهر صورة نخيل ومكتوب

(حياة وتسبيح)، ثم مكتوب على طريق (سير نحو الهدف)، وتأخذنا الكاميرا بسرعة خاطفة الى كربلاء والمشهد الحسيني ومكتوب في السماء بين السحب (عطاء لا ينضب)، ثم تعود صورة المرقد الحسيني ومكتوب (صرح لا يقهر) ويظهر على شاشة سوداء لوجو القناة، فقد عبرت الصور الحية هنا عن بلد منشأ القناة في العراق بلد النخيل ويصاحب ذلك عبارة (حياة وتسبيح) في تمهيد للصورة القادمة، حيث ننتقل بسرعة الى كربلاء والمشهد الحسيني الذي يعبر عن مضمون القناة الديني.

وكان الجمع بين الصور الحية والجرافيك من التقنيات الإبداعية في التنويهات عينة الدراسة بنسبة 11,4 % مثل تنويه (قناة العتبة الحسينية) بقناة كربلاء الذي ركز على رسالة القناة وتنوعها وتركيزها على الجانب الديني، وقد مزج التنويه بين الجرافيك والصور الحية والكتابة، فتظهر صورة كرين الكاميرا بتقنيات الجرافيك كأنه يأخذ لقطات لمصلين من داخل المرقد الحسيني وصوراً لصيادين وصورة من برنامج الدين والحياه وهو من برامج القناة وتظهر صورة لمصور بتكنيك الجرافيك ثم لوجو القناة (كربلاء)، وشعار (مرآة العقيدة وراية الأحرار)، وذلك لتعبر الصورة عن مضمون رسالة وهدف القناة وفقاً لها.

ومن التنويهات التي جمعت بين الصور الحية والجرافيك تنويهن بقناة كربلاء قدما صور حية للمرقد الحسيني، وذلك بغرض الدعاية والترويج للقناة باعتبارها قناة العتبة الحسينية المقدسة عند الشيعة ففي إحداها قدم الجانب المرئي من التنويه من خلال تقنيات الجرافيك والصور الحية، حيث تظهر صورة حية للمرقد الحسيني وهو مضيء باللون الأخضر، وفي التنويه الثاني قدمت الصور الحية لجموع شيعية تغد الى المرقد الحسيني، وهي صور تخدم غرض الترويج للمرقد وتشجيع الجمهور لزيارته.

جدول رقم (5)

مدى ظهور لوجو القناة (الشعار المرئي) في تنويهات قناتي كربلاء والأنوار

المجموع		قناة الأنوار الفضائية		قناة كربلاء الفضائية		مدى ظهور لوجو القناة في التنويه
%	ك	%	ك	%	ك	
91,4	32	93,3	14	90	18	يوجد
8,6	3	6,7	1	10	2	لا يوجد
100	35	100	15	100	20	المجموع

يعد لوجو القناة أحد أهم الأدوات التعريفية بالقناة ذاتها، بل إنه يعد وسيلة التعارف الأولى بين القناة وجمهورها، ففي فترات البث التجريبي للقنوات الفضائية يكون اللوجو هو أول ما يظهر على شاشة القناة، ومن ثم فهو مكون أساسي لا غني في تنويهات القنوات، وفي ضوء تلك الحقيقة ظهرت لوجوهات قناتي كربلاء والأنوار في 91,4% من التنويهات الخاصة بهما التي خضعت للتحليل في هذه الدراسة.

وجاءت نسبة 8,6% من التنويهات عينة الدراسة بدون اللوجو الخاص بالقناة، وكانت قناة كربلاء تستعيز في تلك التنويهات عن اللوجو بصورة معبرة عن القناة والتي كانت تتمثل في القبة الحسينية المذهبة أو مأذنة المرقد الحسيني باعتبار القناة ناطقة باسم العتبتين الحسينية والعباسية المقدستين عند الشيعة، وفي قناة الأنوار كان استخدام هذا النوع من التنويه الذي لا يظهر به لوجو القناة في تنويه خاص بذكرى مولد الإمام الباقر، فكان التركيز على احياء تلك الذكرى وتهنئة القناة لجمهورها بمناسبة حلول ذكرى مولد الباقر، أكثر من التركيز على التعريف بالقناة ذاتها، وهو ما يفسر عدم ظهور اللوجو.

وفيما يخص لوجوهات القنوات عينة الدراسة التي ظهرت في التنويهات، وفرت تلك اللوجوهات مجالاً إبداعياً خصباً للقناة، لتقديم صورة معبرة عنها وأهدافها وطبيعتها من خلال التلاعب في طريقة كتابة اسم القناة من خلال اللوجو.

فكان للوجو قناة كربلاء شكلين أساسيين، الشكل الأول هو الشكل التقليدي الذي يقتصر على كتابة اسم القناة فقط، وكانت مساحة الإبداع في هذا الشكل محدودة، وقاصرة على التلاعب في الوانه بحيث تعبر عن مضمون شيعي محدد، او احيانا كان يتم تقديم اللوجو بصورة جمالية من خلال تزيينه بالزهور والأشجار الجميلة، كما جاء في تنويه (أجمل المدن) بقناة كربلاء حيث قدم من خلال صورة حدائق وزهور وأشجار ونخيل داخل لوجو القناة (كربلاء)، ثم يظهر شعار (كربلاء مدينتنا فلنجعلها أجمل المدن).

أما الشكل الثاني للوجو قناة كربلاء، فهو شكل ابداعي صمم بطريق معبرة عن القناة باعتبارها قناة العتبتين الحسينية والعباسية، حيث يأخذ اللوجو وكتابة اسم القناة (كربلاء) شكل القبة الحسينية ورايتها الحمراء التي تحمل شعار (يا حسين).

أما لوجو قناة الأنوار فهو ذو شكل واحد في طريقة التصميم، وكان دائما يتم توظيفه ابداعياً من خلال شعاع النور الذي يخرج منه في دلالة على اسم القناة ذاتها.

جدول رقم (6)

مدى ظهور شعار القناة اللفظي في تنويهات قناتي كربلاء والأنوار

المجموع		قناة الأنوار الفضائية		قناة كربلاء الفضائية		مدى ظهور شعار القناة اللفظي في التنويه
%	ك	%	ك	%	ك	
37,1	13	33,3	5	40	8	يوجد
62,9	22	66,7	10	60	12	لا يوجد
100	35	100	15	100	20	المجموع

كما سبق أن ذكرنا أن لوجو القناة هو وسيلة التعارف الأولى بين القناة وجمهورها، وذلك على المستوى المرئي، فشعار القناة اللفظي هو بطاقة تعارف بين القناة والجمهور من خلال الكلمة سواء ظهر مكتوب على الشاشة او قدم من خلال تعليق صوتي Voice Over ، ومن ثم فهو لا غنى عنه في تنويه أى قناة.

ورغم ذلك فقد انخفضت نسبة التنويهات عينة الدراسة التي تضمنت شعار القناة اللفظي حيث بلغت 37,1 % مقابل 62,9 % لم يظهر بها شعار القناة، وقد تأكدة صحة تلك النتيجة على مستوى القناتين عينة الدراسة.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء كثرة تنويهات قناة الأنوار التي قدمت في قالب غنائي والتي كان التركيز فيها على الأغنية التي تقدم صورة عن القناة وهو ما استعاضت به القناة عن الشعار، وعلى مستوى قناة كربلاء، ربما يرجع ذلك الى كثرة التنويهات من نوعية التنويه التعريفي ID Promotion التي كانت تقتصر على اللوجو فقط.

جدول رقم (7)

طبيعة الشعارات اللفظية التي ظهرت في تنويهات قناتي كربلاء والأنوار

المجموع	قناة الأنوار الفضائية		قناة كربلاء الفضائية		طبيعة الشعار
	ك	%	ك	%	
61,6	8	60	3	62,5	شعار القناة الرئيسي
23,1	3	-	-	37,5	شعار ثانوي للقناة
15,3	2	40	2	-	شعار مرتبط بمناسبة محددة
100	13	100	5	100	المجموع

لكل قناة شعار واحد رئيسي وربما شعارين رئيسيين، وربما أكثر من شعار ثانوي لا يستخدم بصورة متكررة، وقد تصدرت شعارات قناتي كربلاء والأنوار الرئيسية قائمة الشعارات التي ظهرت في التنويهات عينة الدراسة، فجاءت تلك الشعارات الرئيسية التي يرتبط بها الجمهور وتصبح جزءاً لا يتجزأ من هوية القناة وتسهم في تشكيل صورة عنها لدى الجمهور، جاءت بنسبة 61,6 %، يليها الشعارات الثانوية بنسبة 23,1 %، فالشعارات المرتبطة بمناسبات محددة بنسبة 15,3 %، وقد انفردت بها قناة الأنوار نظراً لإنفرادها بتقديم تنويهات خاصة بإحياء ذكرى مواليد ووفيات الأئمة الإثني عشر عند الشيعة.

وقد توافقت غالبية شعارات القنوات وبخاصة الرئيسية منها، مع الطابع العام للقناة واسمها واهدافها المعلنة، فقناة كربلاء الفضائية هي قناة مملوكة لديوان الوقف

الشيعي بالعراق وهي ناطقة باسم العتبتين الحسينية والعباسية المقدستين عند الشيعة، وانطلاقاً من كونها قناة العتبة الحسينية فهي تركز على قصة استشهاد الإمام الحسين رضي الله عنه في واقعة الطف في كربلاء، وعلى ثورة الحسين وخروجه الى العراق بناء على دعوات اهالي الكوفة بعد عدم مبايعته ليزيد بن معاوية، وتستلهم القناة من قصة الحسين مبادئ الثورة والحرية وهو ما عبر عنه شعار القناة الرئيسي (مرآة العقيدة وراية الأحرار)، فهي وفقاً للشعار قناة موجهة لأحرار العالم السائرين على نهج الحسين رضي الله عنه، ولكن الشعار لا يخلو من أغراض المد الشيعي والإيحاء بأن التشيع هو الإسلام الصحيح - رغم كونه ابتداع في الدين - وقد ظهر ذلك من خلال تسمية القناة لنفسها بمرآة العقيدة، وقد تكرر هذا المعنى في احدى شعارات القناة الثانوية (من عمق هذا الدين).

وقد توافق الشعار الرئيسي الثاني للقناة (أرض الأولياء فلنحترم قدسيتها)، توافق مع اسم القناة وطبيعتها، فهي قناة كربلاء التي شهدت واقعة الطف حيث سالت على أرضها دماء آل البيت رضي الله عنهم في موقعة كربلاء، واختلطت دمائهم (المقدسة عند الشيعة نظراً لإعتقادهم في قدسية آل البيت ومعصوميتهم) اختلطت برمال كربلاء التي انتقلت اليها تلك القدسية (وفقاً للشيعة).

هذا وقد تضمنت التنويهات بعض الشعارات الثانوية الأخرى لقناة كربلاء غير المرتبطة برسالتها كقناة شيعية دينية بل هي شعارات عامة تصلح لأي قناة اخرى مثل (كربلاء مدينتنا فلنجعلها اجمل المدن) و(العالم يشاهد قناة كربلاء الفضائية) وهو شعار يقدم صورة عن القناة باعتبارها تتمتع بجماهيرية عريضة ونسبة مشاهدة عالية.

وقد تأكدت النتيجة السابقة على مستوى قناة الأنوار ايضاً، حيث توافق شعارها الرئيسي (نور أهل البيت في كل بيت) مع اسم القناة ورسالتها، فهي قناة (الأنوار) والأنوار تعني وفقاً للفكر الشيعي (آل البيت وفي مقدمتهم أصحاب الكساء) الذين خلقهم الله تعالى وفقاً للشيعة من نوره فأصبحوا كائنات نورانية معصومة من الخطأ وذوى طهارة وقدسية خاصة، ومن ثم جاء الشعار معبراً عن هذا المعنى، أما

على مستوى الشعار الرئيسي الثاني للقناة (الأنوار قناة الأصالة والإعتدال) فقد هدف أيضاً الى الربط المزيّف بين التشيع والإسلام الصحيح، من خلال مصطلح (الأصالة) وكأن التشيع هو المعبر عن أصالة هذا الدين، وتضمن الشعار أيضاً تقديم صورة للقناة باعتبارها ذات خطاب وسطي ومعتدل وهي فكرة لا تخلو هي الأخرى من محاولة اتهام القنوات السنية باعتبارها قنوات غير معتدلة.

وجاء شعار (علي أميرى ونعم الأمير) اهم الشعارت التي ارتبطت بمناسبات محددة في قناة الأنوار في ظل الإحتقال بذكرى سيدنا علي بن أبي طالب رضى الله عنه، وهو شعار يعبر عن جوهر التشيع بصورة مباشرة من حيث الإعتقاد في أحقية الإمام علي رضى الله عنه بالخلافة، فهو أمير الشيعة ولا يوجد أمير للمؤمنين غيره عندهم لعدم اعترافهم بخلافة الخلفاء الراشدين الثلاثة الأول أبي بكر وعمر وعثمان رضى الله عنهم، وهي بالطبع أفكار مغلوبة، تؤكد على خطورة تلك القنوات بما تبثه من افتراءات ومغالطات وتناولها على الصحابة رضى الله عنهم.

جدول رقم (8)

الرموز المرئية الشيعية التي ظهرت في تنويهات قناتي كربلاء والأنوار

الرموز المرئية الشيعية	قناة كربلاء الفضائية		قناة الأنوار الفضائية		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
أسماء الأئمة الإثني عشر وأصحاب الكساء	6	20	25	89,3	31	53,4
المرقد الحسينى	14	46,6	-	-	14	24,1
شعارات وأدعية شيعية	5	16,6	-	-	5	8,6
مواكب شيعية ومصلين	3	10	-	-	3	5,1
رموز خاصة بالصلاة والوضوء الشيعى	1	3,4	1	3,5	2	3,5
صورة أصحاب الكساء	-	-	2	7,2	2	3,5
مسبحة شيعية	1	3,4	-	-	1	1,8
المجموع	30	100	28	100	58	100

تعد الرموز المرئية والأيقونات احدى اهم الأدوات التي توظفها التنويهاات لتقديم صورة عن القناة، وبخاصة القنوات التي تعبر عن ايدولوجيا محددة وتسعى للدعوة اليها مثل القنوات الشيعية، فالأيدولوجيا غالباً ما يكون هناك رموز معبرة عنها وعن اطروحاتها الفكرية، والقنوات الفضائية الشيعية توظف هذا الجانب المرئي ببراعة شديدة.

فجاء في صدارة تلك الرموز اسماء أصحاب الكساء والأئمة الإثنى عشر عند الشيعة بنسبة 53,4 % وكانت نسبتها الأكبر في قناة الأنوار نظراً لتقديمها تنويهاات خاصة بذكريات مواليد ووفيات الأئمة مثل سيدنا على والسيدة فاطمة رضى الله عنهما، وجاء في المرتبة الثانية بنسبة 24,1 % صور للعتبة الحسينية المقدسة عند الشيعة بكافة الرموز المعبرة عنها سواء القبة المذهبية اوالمأذنة والراية الحمراء التي تعلوها وتحمل شعار (يا حسين) وقد اقتصر ظهورها على قناة كربلاء، باعتبارها - كما ذكرنا- قناة العتبة الحسينية، ومن ثم شكلت الرموز الخاصة بها الأيقونة الأهم في التعبير عن هوية القناة، حتى لقد صمم لوجو القناة في شكل القبة الحسينية.

ثم جاء في المرتبة التالية بنسبة 8,6 % بعض الشعارات والأدعية الشيعية مثل (لبيك يا حسين) في تنويه تلبية نداء قناة كربلاء، وهو شعار شيعي و يعبر عن اهم جوانب اختلافاتهم العقديّة عن السنة وصحيح الدين الذي لا يكون فيه التوسل إلا بالله عز وجل، ومن تلك الشعارات ايضاً (السلام عليك يا ساقى الحسين من كربلاء) وهو مستمد من واقعة كربلاء حيث يعبر عن أبي الفضل العباس رضى الله عنه ساقى عطاشي الطف في موقعة كربلاء، وهو أمر متوافق مع كون القناة ناطقة باسم العتبة العباسية ايضاً .

ثم جاءت صور المواكب الشيعية والمصلين بنسبة 5,1 %، يليها رموز خاصة بالصلاة والوضوء الشيعي 3,5 % وهى رموز تهدف في الاساس الى بث التعاليم الشيعية لدى الجمهور وهو ما يشكل ايضاً أحد جوانب خطورة تلك القنوات، مثل قطعة التربة الحسينية التي يسجد عليها الشيعة لتحريمهم السجود على السجاد وتقديسهم للتربة الحسينية وقد ظهر رجل يسجد عليها في تنويه (ماذا أروي عن

جمالها) بقناة كربلاء، وظهر رجلاً آخر في تنويها (الأذان) بقناة الأنوار يتوضأ وضوءاً شيعياً من خلال المسح على قدميه.

ثم جاءت صورة اصحاب الكساء في تنويها (أصحاب الكساء/ اغنية تشرفت أن سميت) بقناة الأنوار، فقد قدم الجانب المرئي من التنويها باستخدام تقنيات الجرافيك Graphic، من خلال صورة سماء يظهر بها اسم سيدنا علي والسيدة فاطمة رضى الله عنهما، ثم اسم سيدنا الحسن والحسين رضى الله عنهما وصورة مرسومة لهما بدون التركيز على ملامحهما، ثم تظهر في السماء صورة مصحف أخضر اللون، ثم أسماء أصحاب الكساء بارزة باللون الذهبي وهم (سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلي وفاطمة والحسن والحسين رضى الله عنهم) ثم صورة لهم جميعاً وفوقهم كساء أخضر، وأخيراً ظهرت المسبحة الشيعية التي تحمل أسماء الأئمة الاثني عشر في تنويها (ماذا أروي عن جمالها) بقناة كربلاء الذي تضمن عدة أيقونات دينية عند الشيعة.

جدول رقم (9)

الدلالة الرمزية للألوان المستخدمة في تنويهاات قناتي كربلاء والأنوار

المجموع	قناة الأنوار الفضائية		قناة كربلاء الفضائية		الدلالة الرمزية للون
	ك	%	ك	%	
68,5	24	60	9	75	دلالة رمزية شيعية
31,5	11	40	6	25	دلالة رمزية عامة غير شيعية
100	35	100	15	100	المجموع

لعبت الألوان دوراً بارزاً في تقديم صورة عن القنوات الفضائية عينة الدراسة كقنوات شيعية من خلال تنويهاات تلك القنوات، فقد وظفت الألوان بدلالاتها الشيعية في 68,5% من التنويهاات عينة الدراسة مقابل 31,5% كانت تنويهاات محايدة من حيث الألوان التي غلبت على الصورة المقدمة بها.

وكانت الألوان ذات الدلالة الشيعية التي ظهرت بالتنويهاات، اللون الأحمر الذي يرمز لدماء الإمام الحسين وآل البيت شهداء كربلاء رضى الله عنهم، وكانت غالبية تنويهاات قناة كربلاء تصطبغ بالحمرة، وهو ما قدمها في صورة قناة (واقعة كربلاء)،

وكذلك اللون الأخضر المعبر عن عترة النبي صلى الله عليه وسلم والسيدة فاطمة الزهراء رضي الله عنها على وجه الخصوص، وهو ما يعبر عن قناة الأنوار، حيث تقدم نفسها كقناة اهل البيت، وكذلك اللون الأسود الذي يرمز للحداد والحزن على مظلومية آل البيت رضي الله عنهم وكان يكسو خلفية الشاشة في تنويهات كثيرة.

جدول رقم (10)

مدى ظهور البعد الديني في تنويهات قناتي كربلاء والأنوار

مدى ظهور البعد الديني	قناة كربلاء الفضائية		قناة الأنوار الفضائية		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
يوجد	18	90	15	100	33	94,3
لا يوجد	2	10	-	-	2	7,
المجموع	20	100	15	100	35	100

عبرت تنويهات القنوات عينة الدراسة بصورة كبيرة جداً عن الطابع الديني للقناة، وذلك بنسبة 100 % بقناة الأنوار، و90 % بقناة كربلاء، وهو ما يشير لدور تلك التنويهات في تقديم صورة عن القناة كقناة دينية وفقاً لنوعية محتواها. وجاء تنويهها فقط بقناة كربلاء لا علاقة لهم بالطابع الديني مثل تنويه (كربلاء مدينتنا فلنجعلها أجمل المدن) الذي قدم صورة زهور تحيط بلوجو القناة وربما يتسق ذلك مع محاولة قناة كربلاء الإيحاء بأنها قناة متنوعة المضمون، وهي صورة خاطئة تتناقض مع كونها قناة دينية متخصصة.

جدول رقم (11)

سمات قناتي كربلاء والأنوار كما عكستها التنويهات الخاصة بهما

السمات	قناة كربلاء الفضائية		قناة الأنوار الفضائية		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
قناة تحمل نور الهداية والعقيدة الإسلامية للعالم	9	18,3	9	34,7	18	24
قناة أهل البيت	5	10,2	11	42,4	16	21,3
قناة ناطقة باسم العتبات المقدسة	13	26,5	-	-	13	17,3
قناة تحمل مبادئ ثورة الحسين لأحرار العالم	6	12,2	-	-	6	8
قناة شيعية	4	8,2	1	3,8	5	6,7
قناة متطورة، تأخذ بالتكنولوجيا الحديثة	3	6,1	1	3,8	4	5,3
قناة متنوعة المضمون	4	8,2	-	-	4	5,3
قناة تهدف لتوحيد الأمة الإسلامية وقبول الآخر من خلال خطابها الوسطي المعتدل	1	2,1	2	7,7	3	4
قناة تتمتع بجمهور عريض لجاذبيتها	2	4,1	1	3,8	3	4
قناة تعبر عن تاريخ مظلومية آل البيت وأحزانهم	2	4,1	-	-	2	2,7
قناة صادقة تقدم الحقيقة بدون تحريف	-	-	1	3,8	1	1,4
المجموع	49	100	26	100	75	100

جاءت السمات التي عكستها تنويهات قناتي كربلاء والأنوار متوافقة بشكل كبير مع الفكر الشيعي الذي يجعل من نفسه مرادفاً للإسلام، فالشيعة يعتقدون أن فكرهم - رغم إنحرافه عن صحيح الدين - رغم ذلك يعتقدون أنه هو الحق وأن السنة على ضلال ويحاولون تقديم أنفسهم من خلال هذا الإطار، مضافاً إليه فكرة أنهم مذهب آل البيت، وأن حب آل البيت واتباع سنتهم خاص بهم وحدهم دون باقي المسلمين، وتوافقاً مع عقيدة التقية التي تتيح للشيعة إخفاء صحيح عقيدتهم والكذب، لا يعلنون انفسهم باعتبارهم (شيعة) نظراً للدلالة السلبية التي ارتبطت بهذا المصطلح لدى اهل السنة والجماعة، بل هم مذهب أهل البيت، وأتباع الإمام الحسين رضى الله عنه وهي تعبيرات ذات دلالة ايجابية بالطبع ومن شأن ذلك تقديم صورة ايجابية عن انفسهم للجمهور السنى بالأخص ومن ثم خدمة الهدف الرئيسي لتلك القنوات في نشر التشيع في العالم.

وانطلاقاً من ذلك جاءت السمات الأربعة الرئيسية لتلك القنوات في التنويهات عينة الدراسة معبرة عن تلك الأفكار التي يروج لها الشيعة.

فالسمة الأولى أنها قنوات تحمل نور الهداية والعقيدة الإسلامية الصحيحة للعالم بنسبة 18 %، وهي سمة تجعل من التشيع مرادف للإسلام، وقد قدمت تلك السمة من خلال العديد من الأساليب منها : شعارات القنوات، مثل شعارات قناة كربلاء (مرآة العقيدة وراية الأحرار) و(من عمق هذا الدين)، وكذلك المؤثرات الصوتية المصاحبة للتنويهات ومنها صوت الأذان الذي استخدم في القناتين، وقد وظف صوت الأذان لتحقيق هذا الغرض من خلال:

- ربط الأذان بالشعائر الشيعية ففي قناة كربلاء استخدم الأذان في تنويه (ماذا أروي عن جمالها) حيث نسمع الأذان ونشاهد صورة رجل يسبح بالمسبحة الشيعية التي تحمل أسماء الأئمة الإثني عشر ويصلى فوق قطعة التربة الحسينية، وفي قناة الأنوار استخدم الأذان في تنويه يظهر به شخص يتوضأ وضوءاً شيعياً من خلال المسح على قدميه من فوق فقط.

- قصر الجزء المقدم من الأذان في التنويه على التكبير والشهادتين (أشهد أن لا اله إلا الله، أشهد أن محمداً رسول الله) دون الشهادة الثالثة التي ابتدعتها الشيعة في أذانهم (أشهد أن علياً ولي الله وأن ابنائه المعصومين حجج الله) فقد حذفت تلك الشهادة في التنويه، توافقاً مع عقيدة التقية، للإيحاء بعدم اختلاف الشيعة عن السنة.

كما اسهمت رسالة قناة كربلاء المعلنة كتابة من خلال تنويه (قناة العتبة الحسينية المقدسة 2) أسهمت في رسم تلك الصورة أيضاً من خلال الإعلان عن كونها قناة تجتهد في توصيل أهداف الدين الإسلامي الأصيل، والصورة التلفزيونية أيضاً اسهمت في ذلك من خلال شعار النور وضوء الشمس الذي يشع دائماً من لوجو قناة الأنوار في غالبية تنويهاتها، وهو ما اتضح من خلال التنويهات الدرامية بقناة الأنوار، حيث قدم تنويه في قالب درامي من خلال صورة حية لأطفال في منزل مظلم، ثم يفتحون جهاز التلفزيون على قناة الأنوار، فيضيء المنزل بالكامل، وتظهر شاشة سوداء مكتوب عليها الى جانب لوجو القناة (الأنوار)، (دخلت بيوتكم أنارت كل زاوية، أنارت قلوبكم، بانوار محمد وآل محمد، الأنوار الفضائية)، والتنويه الآخر تظهر به صورة حية لطفلة تصلي بإسدال وحولها سواد وظلام ثم يظهر لوجو القناة (الأنوار).

ثم جاءت السمة الثانية أنها قنوات أهل البيت بنسبة 21,3 %، وارتفعت النسبة بقناة الأنوار 24,4 % مقارنة بقناة كربلاء 10,2 % توافقاً مع كون القناة قناة الأنوار، والأنوار وفقاً للفكر الشيعي هم أصحاب الكساء والأئمة الاثني عشر، ويعتقد الشيعة إعتقاد مغلوط في كونهم مخلوقين من نور الله عز وجل، فهي تعلن نفسها قناة أهل البيت، هو ما يعبر عنه الشعار الرئيسي للقناة (نور أهل البيت في كل بيت) وهو ما ظهر أيضاً في غالبية تنويهاتها التي خصصت للثناء والمدح في آل البيت مثل التنويه الرئيسي (أصحاب الكساء / تشرفت أن سميت أنواراً) الذي جسد هذا

المعنى من خلال الأغنية والصور وكانت كلمات الأغنية تقول: من نور وجه الله أشرق نور أحمد، فتنفس الفجر البهي نهراً، وبفاطم وبحيدر وابنيهما لمعاجز التنزيل خط مداراً، سل عنهم جبيل عما قد رأى أم دون سرهم العظيم ستاراً، هذا كساء الله كان ببيتهم يحكي لمن يهواهم أسراراً، من نورهم خلقت لتحكي حبهم، فتشرفت أن سميت أنواراً، فتشرفت أن سميت أنواراً، والصورة المصاحبة للأغنية وهي صورة اصحاب الكساء واسمائهم التي تشع نوراً في السماء، وتنويه (الأئمة الإثني عشر) بقناة الأنوار عبرت اغنيته عن نفس المعنى حيث تقول: نقيات ثيابهم، تجري الصلاة عليهم أينما ذكروا، أنتم ضياء على الأكوان، كونهم نوركم، باسمه بالذكر عنوانهم، وسره فيكم باللطف أسكنه، الله خلق خلقاً فأتقنه صفاه واصطفى الدرر الغرر، وقد قدم الجانب الصوتي من العديد من تنويهات القناة من خلال الصلاة على سيدنا ومحمد وآل محمد توافقاً مع نفس الهدف، ولم تخلو التنويهات الغنائية التي تمدح في آل البيت من المغالطات الشيعية مثل فكرة تقديس الأئمة وانهم خلقوا من نور الله وفكرة أن سيدنا علي بن أبي طالب رضى الله عنه شفيع الأئمة وقسيم النار والجنة، كما جاء في أغنية تنويه (على اميري ونعم الأمير2) بقناة الأنوار التي تقول (علي حبه جنة قسيم النار والجنة، وحى المصطفى حقاً امام الانس والجن).

وفي المرتبة الثالثة جاءت سمة أنها قناة ناطقة باسم العتبات المقدسة 17,3 % واقتصرت تلك السمة على قناة كربلاء فقط، باعتبارها قناة ناطقة باسم العتبتين الحسينية والعباسية المقدستين عند الشيعة، وجاء التعبير عن ذلك من خلال صورة المرقد الحسيني وقبته المذهبية ورايته الحمراء التي تحمل شعار (يا حسين) وقد شكلت تلك الرموز الأيقونات الرئيسية بتنويهات القناة وكذلك شعار (السلام عليك يا ساقى الحسين) في إشارة لأبي الفضل العباس رضى الله عنه كرمز للعتبة العباسية، وجاءت رسالة القناة المعلنة في تنويهين باعتبارها قناة العتبة الحسينية المقدسة وذلك بشكل مباشر.

أما السمة الرابعة وهي أنها قناة تحمل مبادئ ثورة الحسين لأحرار العالم فقد جاءت بنسبة 6% واقتصرت على قناة كربلاء فقط أيضاً مثل السمة السابقة، فهي قناة العتبة الحسينية التي تحمل مبادئ الثورة والحرية لأحرار العالم (مرآة العقيدة وراية الأحرار) إنطلاقاً من المنهج الحسيني في خروجه لكربلاء ورفضه لمبايعة يزيد بن معاوية وحتى استشهاداه المفجع في كربلاء، فكانت دماء الحسين رضى الله عنه التي يرمز لها الشيعة باللون الأحمر هي اللون الغالب على تنويهات قناة كربلاء، وكانت حادثة كربلاء المحور الرئيسي في تنويه (تلبية نداء قناة كربلاء) فنداء القناة هو (السلام عليك يا أبا عبد الله وعلى الأرواح التي حلت بفنائك... السلام على المزمّل بالدماء، السلام على المهتوك الحياء، السلام على خامس اصحاب الكساء، السلام على غريب الغرباء، السلام على شهيد الشهداء، السلام على قتيل الأعداء، السلام على ساكن كربلاء، السلام على من بكته السماء)، وعبر تنويهى (قناة العتبة الحسينية المقدسة 1-2) عن هذا المعنى بشكل مباشر من خلال اعلانها رسالة القناة انها (قناة العتبة الحسينية المقدسة حيث الإنتماء الأصليل لفكر الإمام الحسين عليه السلام، ومبادئه وفلسفة ثورته المباركة).

أما سمة كونها قنوات شيعية فجاءت في المرتبة الخامسة بنسبة 6,7%، ونشير هنا الى أنه الى جانب تأخر مرتبة هذه السمة، فقد جاءت بصورة غير مباشرة ولم يتم التصريح بشكل مباشر بأنها قنوات (شيعية) ولم يستخدم لفظ (التشيع) بالتنويهات على الإطلاق، توافقاً كما ذكرنا مع عقيدة التقية، فعندما يقدم الشيعي ذاته باعتباره محب لآل البيت فقط ويخفي تشيعه فهذا تكنيك يضمن له احتمالية اكبر لإختراق الجمهور السني المستهدف، وقدمت التنويهات تلك الصور بطريقة غير مباشرة يمكن استنباطها من خلال استقراء المعنى الضمني الكامن في نصوصها المرئية والمسموعة، مثل تصوير الصلاة الشيعية على التربة الحسينية والوضوء الشيعي، والذي يتوافق مع اعلان قناة كربلاء في تنويهاتها انها تقدم الإبداع الإسلامي الحسيني، في اشارة للمذهب الشيعي الذي يسمونه في بعض الأحيان المذهب الحسيني، وفي تنويه اخر أنها (تركز على ايصال الصورة المثلى لشعائر أهل البيت عليهم السلام التي يستفاد منها بيان رسالتهم الدينية والتاريخية).

وفي قناة الأنوار تم الترويج لفكرة الإمامة وولاية سيدنا على رضي الله عنه والتي يؤمن الشيعة بأنها منصوص عليها، من خلال عبارات في أغاني التنويهات وشعارات القناة مثل (على اميري ونعم الأمير) (علي اختارك الباري) و (علي يا اول وثاني علي وبس) في اشارة لرفض الشيعة خلافة أبي بكر وعمر رضي الله عنهما، فعلي رضي الله عنه وفقاً لهم الخليفة الأول والثاني والأوحد.

وقد جاءت السمات السابقة كلها تحمل معاني دينية توافقاً مع كون القنوات قنوات دينية، أما السمات الباقية فقد تنوعت ما بين الدينية والسمات العامة التي تصلح لأي قناة.

ففيما يخص السمات العامة قدمت القنوات باعتبارها متطورة تأخذ بالتكنولوجيا الحديثة 5,3 % كما ظهر في تنويه تلبية النداء عبر الموقع الإلكتروني لقناة كربلاء، والإعلان عن امكانية مشاهدة القناة على Iptv - Touch - Ipad - Iphone في تنويه بقناة كربلاء، وجاءت سمة التنوع في المضمون بنفس النسبة 5,3 %، مثل اعلان قناة كربلاء في تنويه (قناة العتبة الحسينية المقدسة) انها تقدم برامج دينية وتربوية وثقافية وبرامج ترفيهية وبرامج أطفال وشباب وأسرة برؤية إسلامية، ثم سمة أنها قنوات تتمتع بجمهور عريض لجاذبيتها بنسبة 4%، وهي صورة نمطية تقدمها كافة القنوات الفضائية عن نفسها في التنويهات الخاصة بها، مثل التنويه الذي حمل شعار (العالم يشاهد قناة كربلاء) حيث تظهر صورة كرة ارضية يظهر عليها أسماء الدول التي يصل اليها بث قناة كربلاء وهي: كندا-الولايات المتحدة الامريكى- بريطانيا- المغرب- العراق- الصين- الهند- روسيا- ايطاليا، ونسبة مشاهدتها في كل منهم، ومكتوب تم رصد مشاهدة قناة كربلاء الفضائية في 115 دولة و900 مدينة حول العالم حسب احصائية Visionsat Network System، وظهرت تعليقات جمهور القناة والذي ينتمى لجنسيات متعددة كما ظهر في تنويه (تلبية نداء قناة كربلاء) على موقعها الإلكتروني وتلبيتهم لنداء القناة كرمز لتلك المشاهدة العالية وفقاً لهم وكذلك احدى تنويهات قناة الأنوار التي قدمت في قالب اغنية تقول كلماتها (شاشة الأنوار، تجذب الأنظار، تضوى بكل بيت، تدخل كل دار، الأنوار تجمع الأسرة بأروع صورة تحمل أهداف توصل عبرة، انتى قناتى الأحلى)، وكان اخر تلك السمات العامة انها قنوات

صادقة تقدم الحقيقة بدون تحريف 1,4 %، وهي سمة مغلوبة بالطبع تنافي ما يقدم في تلك القنوات من فكر مليء بالتحريف والكذب والمغالطات وهو أساس الفكر الشيعي الذي تعبر عنه، وظهرت تلك السمة في تنويه (الأنوار قناة الأصالة والإعتدال) فقد قدم الجانب المرئي من خلال شاشة اكتست باللون الأسود المائل الى الرمادي وصورة لرجل يمشي في شارع مظلم ويديه كشاف نور، ومكتوب على الشاشة (لطالما كان العالم بعيداً عن الحقيقة بسبب التكنم الإعلامي، بسبب طمس وقلب وتحريف الحقائق... حتى أشرقت الأنوار) ويخرج من لوجو القناة شعاع أزرق ويكتب اسمها باللون الأبيض.. ثم يكتب على الشاشة (دخلت بيوتكم، أنارت كل زاوية، انارت قلوبكم بأنوار محمد وآل محمد، وداعاً للإعلام المضلل، أهلاً بالحقيقة.. الأنوار قناة الأصالة والإعتدال).

أما على مستوى باقي السمات الدينية التي جاءت بنسب ضعيفة، فنجد سمة أنها قنوات تهدف لتوحيد الأمة الإسلامية وقبول الآخر من خلال خطابها الوسطي المعتدل 4%، فقد أعلنت قناة كربلاء عن نفسها في أحد التنويهات أنها (تسعى لتوحيد كلمة المسلمين والعمل على ايجاد مناخات سليمة للتآلف والتعاون والتفاهم والتعارف بين المسلمين ومد الجسور المبدئية مع باقي الأديان)، وهي أيضاً سمة تتنافى مع الفكر الشيعي الذي تعبر عنه تلك القنوات ومضمونها بما يحمله من سب للصحابة رضي الله عنهم وهجوم على أهل السنة والجماعة، وهو تناقض بارز ظهر في التنويه الذي حمل شعار (الأنوار قناة الأصالة والإعتدال) وفي ذات الوقت نجده يحمل لغة متعصبة وكأنه يكيّد لعدو وخصم وهو هنا (الصحابة رضي الله عنه وأهل السنة) فنقول كلمات الأغنية المقدمة في التنويه (مفروض على الناس حبك يا علي، علاك رب العرش علاك غصباً عن الأعداء) (*)، وأخيراً جاءت سمة انها قنوات تعبر عن مظلومية آل البيت وأحزانهم بنسبة 2,7 % فيقول التعليق الصوتي لتنويه قناة كربلاء (ماذا أروي عن جمالها) أن كربلاء (مدينة استمدت حضارتها من تاريخ

(*) عادة ما يستخدم الشيعة لفظ (الأعداء) للإشارة الى الصحابة الكرام رضي الله عنهم وبخاصة الخلفاء الراشدين الثلاثة الأول أبي بكر الصديق وعمر بن الخطاب وعثمان بن عفان رضي الله عنهم جميعاً، فوفقاً للفكر الشيعي الذي يقوم على فكرة الإمامة وزعمهم النص على خلافة علي بن أبي طالب رضي الله عنه، ينتم الشيعة الصحابة الكرام وبالأخص الخلفاء الراشدين الثلاثة الأول رضي الله عنهم بعداوة آل البيت - حاشاهم الله- لمبايعتهم أبي بكر رضي الله عنه بعد وفاة النبي صلى الله عليه وسلم .

أحزانها) وهو الحزن الذي عبر عنه اللون الأسود الذي كسي شاشة بعض تنويهات القنوات عينة الدراسة.

خلاصة الدراسة وما تثيره من بحوث مستقبلية:

عنيت هذا الدراسة بتوصيف وتحليل أحد أهم المواد الإعلامية التي تعتمد عليها القنوات التلفزيونية في الترويج لذاتها وجذب الجمهور إليها، فتتويهاً Promotions القنوات التلفزيونية تعد بمثابة (فاترينة العرض) أو (أغلفة المجلات المطبوعة) التي تحرص القناة على تضمينها أكبر قدر ممكن من المميزات التي تتمتع بها القناة ورسم صورة إيجابية عنها، بهدف جذب المشاهد إليها، وعلى الرغم من الأهمية الكبيرة للتنويهات التلفزيونية، إلا أنها لم تأخذ الإهتمام المناسب من جانب الدراسات الإعلامية العربية، وتزداد أهمية هذا الدراسة لكونها تدرس تنويهات القنوات الفضائية الدينية الشيعية، التي تتزايد أعدادها يوماً بعد يوم بما تحمله من فكر مغلوط ومنحرف عن صحيح الدين الإسلامي وهو ما يشكل خطورة على الجمهور الذي قد يتعرض لها.

وقدمت الباحثة لنبذة مختصره عن التنويهات التلفزيونية وأهميتها وأنواعها والأساليب التي تستخدمها لتقديم صورة عن القناة التي تروج لها، ثم انتقلت لعرض الجوانب المنهجية للدراسة والدراسات السابقة ذات الصلة.

وقد أشارت نتائج الدراسة الى حرص القنوات الفضائية الدينية الشيعية عينة الدراسة على تقديم صورة ايجابية عن نفسها من خلال التنويهات الخاصة بها، وهي صورة تبعدت عن تقديم نفسها للمشاهد كقناة (شيعية) بصورة مباشرة، اتباعاً لمبدأ (التقية) عند الشيعة في اخفاء عقيدتهم في بعض الاحيان سعياً لإختراق المجتمعات السنية، فقد ظهرت الافكار السلبية الشيعية الصريحة في عدد محدود من التنويهات، بينما قدمت النسبة الأكبر من التنويهات تلك القنوات باعتبارها قنوات تحمل نور الهداية والعقيدة الإسلامية للعالم، وتعبّر عن حب آل البيت، وتتنطق باسم العتبات المقدسة، وتحمل مبادئ حركة الحسين رضى الله عنه لأحرار العالم، وتهدف لتوحيد الأمة الإسلامية وقبول الآخر من خلال خطابها المعتدل الوسطي، وتعبّر عن مظلومية آل البيت وأحزانهم.

كما قدمت القنوات الشيعية عينة الدراسة صورة نمطية عن نفسها كغيرها من

القنوات، وذلك من خلال التنويهات، كقنوات متطورة تأخذ بالتكنولوجيا الحديثة، وتقدم مضمون متنوع، وتتمتع بجمهور عريض لجاذبيتها، وتتمتع بالصدق من خلال تقديم الحقيقة بدون تحريف، وهي سمات بعيدة كل البعد عن واقع تلك القنوات وما تبثه من تحريفات وتزييف للتاريخ الإسلامي والسنة النبوية المطهرة.

وتبين من نتائج الدراسة قيام تلك القنوات الشيعية بتوظيف العديد من الأساليب الفنية المختلفة ببراعة وقدرات إبداعية بهدف تقديم صورة ايجابية عن نفسها، وكان من أهم تلك الأساليب :

1. استخدام المؤثرات الصوتية والأغنية والتعليق الصوتي والقالب الدرامي في التنويهات بصورة موظفة بحرفية شديدة لتقديم الصورة المطلوب تقديمها عن القناة.
2. الإعتداد بصورة أكبر على التنويهات الترويجية التعريفية بتلك القنوات ورسالتها وبطريقة تفصيلية في بعض التنويهات، لتعريف الجمهور بها مع عدم اغفال التنويهات التنافسية التي تعلي من شأن القنوات الشيعية مقارنة بالقنوات السنية، والتنويهات التأكيدية التي تؤكد على جماهيرية القنوات المعن عنها.
3. توظيف رسوم الجرافيك ذات امكانيات الإبهار العالية، وبحرفية كبيرة لتسهم في رسم صورة ايجابية عن القناة.
4. التنوع في لوجوهات القنوات عينة الدراسة وتصميمها بطريقة معبرة عن الصورة المقدمة عن القناة، مع الحرص على الجانب الإبداعي المبره في اللوجوهات.
5. التنوع في الشعارات اللفظية للقنوات عينة الدراسة وصياغتها صياغة موجزة وبتعبيرات جمالية تحمل ملامح الصورة المرغوب تقديمها عن القناة.
6. الحرص على تضمين الصورة المصاحبة للتويه العديد من الرموز المرئية الشيعية، التي ربما لا يدرك المشاهد العادي معانيها ودلالاتها وهو ما قد يؤثر عليه بصورة غير محسوسة، وقد وظفت تلك الرموز المرئية ايضاً بحرفية شديدة لتتضافر مع الجانب الصوتي من التنويه وتعبير عنه بصورة كبيرة.
7. استخدام الألوان بدلالاتها الشيعية بحرفية عالية لا يخلو من معاني مقصود توصيلها للمشاهد في اطار الصورة المقدمة عن القناة ايضاً.

8. الحرص على إظهار الطابع الديني للقنوات الشيعية المعلن عنها من خلال تركيز التنويهات على الجوانب الدينية سواء من خلال الصوت أو الصورة التلفزيونية.

ومن منطلق ما توصلت إليه الدراسة من حرفية تلك القنوات في توظيف مختلف الأساليب الفنية وتكنيكيات الإبهار التلفزيوني في الترويج لذاتها من خلال التنويهات الخاصة بها، تقترح الباحثة ضرورة تطوير الجانب الفني والإخراجي في القنوات الفضائية الدينية السنية لمواجهة محاولات المد الشيوعي من جانب القنوات الفضائية الشيعية.

هذا وتثير الدراسة الحالية عدداً من البحوث المستقبلية منها :

1. إجراء دراسات تحليلية لمضمون تنويهات القنوات الفضائية العربية المختلفة (القنوات العامة والمتخصصة في المضامين المختلفة)، ودراسة الأساليب الفنية التي توظفها لتقديم صورة عن تلك القنوات وتحليل الصورة المقدمة عنها، ويمكن المقارنة في هذا السياق بين (القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة)، ويمكن أن تطبق تلك الدراسات على كافة أنواع تنويهات القنوات سواء التنويه الذي يروج للقناة ذاتها أو التنويه الذي يعلن عن برامج القناة.
2. إجراء دراسات تحليلية مقارنة بين تنويهات القنوات الفضائية العربية والأجنبية من حيث مدى توظيف كلاً منهما لإمكانيات الإبهار والصورة التلفزيونية لجذب المشاهد وتقديم صورة عن القناة.
3. إجراء دراسات ميدانية على الجمهور المصري والعربي لمعرفة التأثيرات التي تنتج عن مشاهدته لتنويهات القنوات الفضائية العربية، ومدى نجاح تلك التنويهات في جذب مشاهدته القناة وتشكيل صورة ذهنية ايجابية عنها لديه، ويمكن أن تطبق تلك الدراسات في فترات البث التجريبي للقنوات الفضائية العربية قبل البث الرسمي لها، مع امكانية استخدام المنهج التجريبي في تلك الدراسات، للحصول على نتائج تتمتع بالدقة العالية.
4. إجراء دراسات عن مدى تذكر الشباب المصري لتنويهات المحطات الإذاعية المصرية الجديدة التي يستمعون إليها، واتجاهاتهم نحو تلك التنويهات وعلاقة ذلك بمدى ارتباطهم بتلك المحطات.

المراجع:

- (1) Ferguson, Douglas A etal. Marketing the Media, in: **Promotion and Marketing for Broadcasting, Cable, and the Web**. Edited by: Eastman, Susan Tyler etal, 4th ed (U.S.A: Focal Press, 2002) pp1-4 .
- (2) Keith, Michael C. **The Radio Station: Broadcast, Satellite & Internet**, 8th ed (U.S.A: Focal Press, 2010) p. 215 .
- (3) Ferguson, Douglas A. Network Television Promotions, in: **Media Promotion and Marketing for Broadcasting, Cable, and the Internet. Y**, Edited by: Eastman, Susan Tyler etal, 5th ed (U.S.A: Focal Press, 2006) P.163.
- (4) Ferguson, Douglas A, **Op.Cit**, pp5-7 .
- (5) Ofcom . Television Promotions - What the Viewers Think: A Qualitative & quantitative Study, 2005
http://stackholders.com.org.uk/market-data-research/other/ tv-research/promotion/viewers.-in: 23/1/2015 (11: 14pm).
- (6) Matelski, Marilyn.J, **Broadcast Programming and Promotions Worktext** (London: Focal Press, 1989) pp 9-10.
- (7) Ferguson, Douglas A . Network Television Promotions, **Op.Cit**, P.188.
- (8) Ferguson, Douglas A & Adams, William J . Local Television Promotions: News, Syndications, and Sales, in: Media Promotion and Marketing for Broadcasting, Cable, and the Internet.**Op.Cit**, P.67.
- (9) Ferguson, Douglas A. Network Television Promotions, **Op.Cit**, P.171.
- (10) Halbrooks, Glenn. Image Promotion that will Build you TV News Casts Ratings.
http://media.about.com/od/televisionandradio/a/image-promotion-that-will-build-your-tv-newscasts-ratings.htm in: 9/4/2015 (10:51pm).
- (11) Keith, Michael C .**Op.Cit**, p. 228 .
- (12) Ferguson, Douglas A etal Marketing the Media, **Op.Cit**, pp.5-10 .
- (13) Leggat, Helen. Television Promotions for New Shows Continue to Outperform Social Media, 2013
http://www.bizreport.com/2014/04/television-promotions-for-new-shows-continue-to-perform-s.html in: 23/1/2015 (06:54pm).
- (14) Shimmel. Howard & Rosen, Justin . Six Ways TV Networks Can Drive Viewership Thru Effective Marketing, 2012
http://www.nelson.com/us/en/insights/news/2012/six-ways-tv-networks-can-drive-viewership-through-effective-marketing. html in: 9/4/2015 (10:54pm).
- (15) Ofcom. **Op.Cit**.
- (16) Cannon, Mark Edward, A Network Television Viewing Choice Model for Optimizing Program Scheduling, **Un Published PH.D Dissertation** (New York: Rensselaer Polytechnic Institute, 1996).
http://search.proquest.com/docview/304265832?pq=origsite=summon in: 27/11/2014 (12:09 pm)
- (17) Swain, William Neel, Pemutations of the Hierarchy of Advertising Effects in the Presentation of Television Program Promotions: An Experimental Investigation, **Un Published PH.D Dissertation** (Alabama: University of Alabama,1993)
http://search.proquest.com/docview/303971390?pq=origsite=summon in: 27/11/2014 (02:29 pm)

- (18) الهيثم زغان. الفضائيات الشيعية التبشيرية: دراسة وصفية مع تحليل محتوى قناة الكوثر الإيرانية (القاهرة: مركز التنوير للدراسات الإنسانية، 2010).
- (19) محمد عبد الهادي عبود النوني. الصحافة النجفية: دراسة تاريخية 1939 - 1958 ، ط1 (بيروت: دار المؤرخ العربي، 2010).
- (20) زينب محمد حامد حسن. " صورة الإسلام كما تعرضها المواقع العربية على شبكة الإنترنت" رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، 2007).
- (21) Khiabany, Gholam. Is there an Islamic Communication? The Persistence of 'Tradition' and the Lure of Modernity. in: **Criticalarts**, Vol 21(1), 2007.
[http://Web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=12&sid.in: 18/1/2010 \(11: 14 am\)](http://Web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=12&sid.in: 18/1/2010 (11: 14 am)).
- (22) [http:// www.ar.wikipedia.org](http://www.ar.wikipedia.org) in:06/12/2012 (03:21pm)
- (23) سامى طابع. **بحوث الإعلام** (القاهرة: دار النهضة العربية، 2001) ص 34.
- (24) Marsen, Sky. **Communication Studies** (China: Palgrave Foundations, 2006) p.23.