

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم العلوم الاجتماعية

رقم التسجيل:

الرقم التسلسلي:

عنوان المذكرة

اتجاهات الشباب نحو رسالة الإعلام الإسلامي المرئي

"قناة اقرأ نموذجا "

دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر بسكرة

مذكرة مكملة لنيل الماجستير في :علم الاجتماع
تخصص: علم اجتماع الاتصال و العلاقات العامة

إشراف الدكتورة: سعاد عباس

إعداد الطالبة : بسمة ترغيني

لجنة المناقشة

اللقب و الاسم	الرتبة العلمية	الصفة	الجامعة
ابراهيم الطاهر	أستاذ	رئيسا	بسكرة
سعاد عباس	أستاذ محاضر أ	مشرفا ومقررا	المدرسة التحضيرية لعلوم الاقتصاد-الجزائر-
دبلة عبد العالي	أستاذ	عضوا مناقشا	بسكرة
فريجة أحمد	أستاذ محاضر أ	عضوا مناقشا	بسكرة

السنة الجامعية: 2013/2012



الإهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى :

من حالت الظروف دون إكماله لتعليمه ...
فجعل من نجاحي امتدادا لنجاحه .

وإلى من لم تعرف المدارس ولم تخط بقلم
...ولكنها أحبت العلم من أجلي

أهدي محصلة عملي إليكما أبي و أمي

حبا و امتنانا

المحتويات

قائمة المحتويات:

الصفحة	المحتوى
	قائمة المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ-ج	مقدمة
25-4	الفصل الأول مشكلة الدراسة
6-4	1. إشكالية الدراسة
8-7	2. مفاهيم الدراسة
9	3. أهمية الدراسة
10	4. مبررات الدراسة
11-10	5. أهداف الدراسة
25-12	6. الدراسات السابقة
44-26	الفصل الثاني: الاتجاهات النفسية والاجتماعية
	أولاً: ماهية الاتجاهات
26	1. تعريف الاتجاهات
28-27	2. خصائص الاتجاهات و مكونات الاتجاهات
29-28	3. عوامل تكوين الاتجاهات
31-30	4. مصطلحات ذات صلة بمصطلح الاتجاهات
32 -31	5. وظائف الاتجاهات و أنواع الاتجاهات
36-32	6. تغيير الاتجاهات
	ثانياً: قياس الاتجاهات
38-37	1. شروط قياس الاتجاهات
39-38	2. خطوات بناء مقياس اتجاهات
40-39	3. طرق بناء مقاييس الاتجاهات
44 -41	4. مقاييس الاتجاهات

المحتويات

76-46	الفصل الثالث : الشباب ماهيته و قضاياها
أولا ماهية الشباب	
47-46	1. تعريف الشباب
50-48	2. الاتجاهات المفسرة لمرحلة الشباب
52-50	3. خصائص مرحلة الشباب
54-52	4. حاجات الشباب
ثانيا: قضايا الشباب الاجتماعية	
58-55	1. التعليم
63-59	2. البطالة
66-64	3. الزواج
69 - 67	4. الحوار و حرية التعبير في حياة الشباب
75 - 69	5. الانتماء والهوية لدى الشباب
108-77	الفصل الرابع: الإعلام والإعلام الإسلامي
أولا: ماهية الإعلام	
78-77	1. تعريف الإعلام
80-78	2. وظائف الإعلام
81-80	3. خصائص العملية الإعلامية في ظل تكنولوجيات الاتصال الحديثة
86-81	4. النظريات المفسرة لتأثير وسائل إعلام ذات العلاقة بموضوع الدراسة
ثانيا: ماهية الإعلام الإسلامي	
90-87	1. تعريف الإعلام الإسلامي و إشكالية المصطلح
97-91	2. مصطلحات ذات صلة بالإعلام الإسلامي
100-98	3. خصائص الإعلام الإسلامي
103-101	4. أهداف الإعلام الإسلامي
105-103	5. شروط قيام إعلام إسلامي
107-105	6. وسائل الإعلام الاسلامي النشأة والتطور
156-109	الفصل الخامس الإعلام الفضائي العربي و تجربة القنوات الإسلامية
أولا: الإعلام الفضائي العربي	
1. الإعلام الفضائي العربي	
111-109	1.1. نشأة الإعلام الفضائي العربي

المحتويات

115-112	2.1. شبكات القنوات الفضائية العربية
116-115	3.1. تزايد أعداد الفضائيات العربية
119-116	4.1. تقييم الفضائيات العربية
	2. الإعلام الفضائي والشباب
122-120	1.2. قضايا الشباب في برامج الفضائيات العربية
124 - 122	2.2. برامج الفضائيات و آثارها على هوية الشباب و انتمائهم
129-125	3.2. تأثير برامج الفضائيات على قيم وسلوكيات الشباب
	ثالثاً: القنوات الإسلامية
156-130	1. تجربة القنوات الإسلامية
132-130	1.1. تعريف القنوات الإسلامية و نشأة القنوات الفضائية الإسلامية
136-133	2.1. تصنيف القنوات الإسلامية
138-137	3.1. أسباب تزايد القنوات الإسلامية
140-138	4.1. البنية البرمجية للقنوات الإسلامية
147-140	5.1. تقييم تجربة الفضائيات الإسلامية و مقترحات حول الإعلام الإسلامي
	2. تجربة قناة إقرأ الفضائية
149-148	1.2. تعريف قناة إقرأ
150-149	2.2. أهداف القناة
154-150	3.2. الخريطة البرمجية لقناة إقرأ
155-154	4.2. تقييم تجربة قناة إقرأ
206-157	الفصل السادس : الإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة
	أولاً: الإجراءات المنهجية:
157	1. تساؤلات الدراسة
159-157	2. مجالات الدراسة
160	3. عينة الدراسة
161	4. منهج الدراسة
165-161	5. أداة البحث
	ثانياً: عرض و تفسير و مناقشة نتائج الدراسة:
168-166	1. خصائص العينة
172-169	2. عادات و أسباب مشاهدة "قناة إقرأ"
	3. عرض و تفسير استجابات أفراد العينة حول محاور الاستبيان

المحتويات

183- 173	1.3 . عرض و تفسير استجابات أفراد العينة حول المحور الأول
193-184	2.3 . عرض و تفسير استجابات أفراد العينة حول المحور الثاني
199-195	2.3. عرض و تفسير استجابات أفراد العينة حول المحور الثالث
206-200	4. مناقشة نتائج الدراسة
208-207	خاتمة
217-209	قائمة المراجع
	الملاحق
	ملخص الدراسة

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
136	يوضح التطور الكمي للفتوات الإسلامية المتخصصة ما بين 2012/2099	1
162	يوضح الأوزان النسبية للبدائل	2
166	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	3
166	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	4
167	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي	5
168	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الكلية	6
169	يوضح سنوات مشاهدة "قناة إقرأ"	7
169	- يوضح أيام مشاهدة "قناة إقرأ"	8
170	يوضح ساعات مشاهدة "قناة إقرأ"	9
171	يوضح أسباب و دوافع مشاهدة "قناة إقرأ"	10
173	يوضح ترتيب عبارات المحور الأول من الاستبيان حسب عناصر الانتماء	11
177	يوضح استجابات المبحوثين حول العبارات المتصلة باللغة العربية	12
179	يوضح استجابات المبحوثين حول العبارات المتصلة بالدين الإسلامي	13
180	يوضح استجابات العينة حول العبارات المتعلقة بالسيرة النبوية	14
182	يوضح استجابات العينة حول التاريخ الإسلامي	15
184	يوضح ترتيب عبارات المحور الثاني حسب القضايا الاجتماعية	16
187	يوضح استجابات العينة حول قضية البطالة	17
188	يوضح ترتيب العبارات المتعلقة بقضية التعليم	18
189	ترتيب العبارات المتعلقة بقضية الحوار وحرية التعبير	19

191	يوضح ترتيب العبارات المتعلقة بقضية الزواج	20
193	يوضح استجابات أفراد العينة حول المحور الثالث	21
196	العبارات المتعلقة بالسلوكيات المتصلة بالآخرين	22
197	يوضح العبارات المتعلقة بالسلوكيات الدينية	23
199	يوضح استجابات العينة حول عبارات القيم المتعلقة بالذات	24

فهرس الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
1	يمثل توزيع العينة حسب الجنس	166
2	يمثل توزيع العينة حسب السن	166
3	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي	167
4	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الكلية	168
5	يوضح سنوات مشاهدة "قناة إقرأ "	169
6	- يوضح أيام المشاهدة "قناة إقرأ "	169
7	يوضح ساعات المشاهدة "قناة إقرأ "	170
8	يوضح أسباب و دوافع المشاهدة "قناة إقرأ "	171

مقدمة:

يعتبر التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري وأكثرها تأثيرا في المتلقي، فرغم التطور غير المسبوق الذي مس الوسائط الإعلامية ونوع من تقنياتها وظهور ما عرف بالوسائط المتعددة "Multimédia" التي أصبحت عنوان الثورة الإعلامية في الألفية الثالثة لا تزال هذه الوسيلة الاتصالية – التلفزيون – الأكثر انتشارا وجذبا لانتباه الجماهير و من أقدر الوسائل الإعلامية على أداء وظائف الإعلام المختلفة من تعليم وتثقيف و ترفيه .

وذلك للخصائص التي يتميز بها فهو يجمع بين الصوت والصورة واللون ليسطر على حواس الانسان فيعرض الأحداث بطريقة مشوقة ويقدم الثقافة والمعرفة في صور جذابة مبسطة إضافة للآثار التي يتركها التلفزيون في نفوس مشاهديه. فقد أكدت البحوث أن الصورة التلفزيونية يمكن أن تجتذب الانتباه وتشده بما يعادل خمسة أمثال ما يجذبه الصوت وحده.

هذا ما جعل بعض من كتب عن التلفزيون لا يستبعد أن يصف مؤرخو المستقبل تاريخ العالم في القرن العشرين لا سيما النصف الثاني منه(1950-2000) بعصر التلفزيون فلا الراديو و لا السينما تحقق لهما الشعبية التي استأثر بها هذا الاختراع¹.

ومما زاد من أهمية التلفزيون وطور من خصائصه هو ذبوع البث الفضائي على نطاق كوني في ثمانينات القرن الماضي الذي شهد التطبيق العملي للأفكار المهندس البريطاني "آرثر كلارك" حول إمكانية استخدام الأقمار الصناعية في مجال الاتصال .

فاستخدام الأطباق الفضائية عزز من مكانة التلفزيون بين الوسائل الإعلامية الأخرى ،لا بل مثل انعطاف كبير في تاريخ هذه الوسيلة الإعلامية إذ أصبح بالإمكان أن يصل بث الصورة التلفزيونية إلى مجال جغرافي أبعد يقع خارج حدود بلد البث.

وبالاقتراب إلى المنطقة العربية نجد أنها لم تكن بمنأى عن تأثير التلفزيون و ما نتج عن الاستعمال الموسع للبث عبر الأقمار الصناعية. فرغم تأخر المنطقة في الالتحاق بالبث الفضائي المباشر الذي دخل المنطقة في منتصف الثمانينات إلا أن سماء الفضاء العربي وخلال سنوات قليلة ضمت المئات من القنوات الفضائية العربية منها و الأجنبية.

¹ جلال أمين عصر الجماهير الغفيرة، ط1، دار الشروق، مصر، 2003، ص51

مقدمة

و واكب هذا التزايد في الكم اختلاف في الكيف - نسيباً - فبرزت ظاهرة الإعلام المتخصص والقنوات الفضائية المتخصصة التي تخاطب جمهور عمودي موجود بدافع الاهتمام الهوائية، المهنة و التخصص فظهر الإعلام الرياضي و السياسي و الفني وحتى الإعلام التعليمي. وفي المقابل ظهر الإعلام الإسلامي الذي مثلته عدة قنوات فضائية أطلق عليها الفضائيات الإسلامية، والتي أصبحت بعد تزايدها العددي تشكل إحدى السمات البارزة للإعلام الفضائي العربي. إذ أصبحت تلك القنوات مثار جدل، فقد أقر كل متابع لما يبث في الفضاء العربي أن هذه القنوات أصبحت ظاهرة تستحق الدراسة و التحليل ولكن هذا الإقرار لا يعكس التأييد فقط بل يوجد من يعارض وجود هذه القنوات جملة وتفصيلاً .

وبعيداً عن الأحكام القيميّة والأفكار المسبقة ستحاول هذه الدراسة والمعنونة: "اتجاهات الشباب نحو رسالة الإعلام الإسلامي المرئي -قناة إقرأ نموذجاً- " البحث في ظاهرة القنوات الإسلامية من خلال تقييم فئة من أهم فئات المجتمع وهي فئة الشباب يمثلها الشباب الجامعي للرسالة التي تقدمها قناة إقرأ الفضائية .

ولمعرفة اتجاهات هذه الفئة نحو ما تبثه القناة من برامج تضمنت الدراسة مقدمة وخاتمة و ستة فصول ،فكان الفصل الأول موضحاً لمشكلة الدراسة ومحددًا للتساؤلات التي انطلقت منها ،مبيناً لأهمية الدراسة وكاشفاً عن الأهداف التي تسعى الباحثة لتحقيقها من الدراسة . أما الفصل الثاني فكان حول الاتجاهات النفسية والاجتماعية لأن الدراسة تهدف أساساً إلى قياس اتجاهات الشباب حول ما تقدمه قناة إقرأ من برامج فتم التطرق إلى أهم العناصر التي من شأنها مساعدة الباحثة في تصميم مقياس اتجاهات .فتم التطرق إلى ماهية الاتجاهات بتعريفها وتحديد خصائصها ،وذكر وظائفها ثم الإشارة إلى طرق قياس الاتجاهات .

أما الفصل الثالث فكان حول الشباب بتحديد تعريف للمصطلح وذكر الخصائص والحاجات المختلفة لهذه الفئة ليختم الفصل بأهم القضايا التي تشغل فئة الشباب .

بينما الفصل الرابع كان حول الإعلام الإسلامي بتحديد ماهية العملية الإعلامية عامة ومن ثم التطرق للممارسة الإعلامية التي تنطلق من التصور الإسلامي من حيث تعريفها وخصائصها وأهدافها وأخيراً وسائلها الإعلامية.

مقدمة

ليأتي الفصل الخامس من الدراسة موضحا للتجربة الإعلامية الإسلامية في الميدان بالتطرق إلى السياق العام الذي انطلقت منه وهو الفضاء العربي و ما ميزه بالإشارة إلى تزايد عدد القنوات العربية و تقييمها بذكر آثارها في الجانبين السلبي والإيجابي. ثم تم التطرق إلى تجربة القنوات الفضائية الإسلامية بدءا بمناقشة التسمية وانتهاء بتقييم التجربة ليختم الفصل الخامس بالإشارة إلى قناة إقرأ كنموذج للإعلام الإسلامي المرئي.

وفي الأخير كان الفصل السادس من الدراسة والذي تضمن الدراسة الميدانية التي شملت الإجراءات المنهجية بتحديد مجالات الدراسة وعينتها و كذا أداة البحث وكيفية تصميمها أما الجزء الثاني من هذا الفصل فكان حول نتائج الدراسة بعرض النتائج ثم تفسيرها و التعليق عليها. و مناقشتها

ليختم البحث بخاتمة كانت محصلة لأهم ما جاء في الدراسة. وفي الأخير كانت المراجع المعتمدة والملاحق.

الفصل الأول :

مشكلة الدراسة

1. الإشكالية:

يعتبر عصرنا الحاضر هو عصر الإعلام والفضائيات و ليس لان الإعلام ظاهرة جديدة في تاريخ البشرية بل لأن وسائله الحديثة و نتيجة لما طرأ عليها من تغيرات فنية وتقنية بلغت غايات بعيدة وعميقة الأثر في حياة الفرد و المجتمع .

فقد مكنت الثورة التقنية والتطور التكنولوجي و ما رافقه من إطلاق للأقمار الصناعية من تكريس مبدأ السموات المفتوحة في المنطقة العربية في تسعينيات القرن الماضي، حيث عرف المشهد الإعلامي السمي البصري تطورات أفرزت تزايداً مطرداً في عدد القنوات الفضائية العربية التي بلغت حسب إحصائيات اتحاد الإذاعات العربية لسنة 2010 733 قناة¹. ذلك التزايد بلغ ذروته خلال عام 2011 ليصل عدد تلك القنوات إلى 960 قناة

الكثرة العديدة في القنوات الفضائية والتنوع النسبي في المضامين و الرسائل الموجهة المشاهد العربي وفرت لهذا الأخير العديد من المزايا و الخدمات حيث ساهمت في إثراء معارفه و العمل على تثقيفه حول ثقافته المحلية وحتى الثقافات العالمية حتى أصبحت تلك القنوات بمثابة جامعة مفتوحة متاحة للجميع و الأهم من ذلك أنها ساعدت المشاهد العربي على الانعتاق من الرقابة المفروضة عليه فأتاحت له إمكانية الاتصال بالعالم الخارجي، واستقبال المعلومات المتدفقة بغير قيود، لتكسر الفضائيات احتكار الإعلام الرسمي للمعلومات والأخبار التي كانت في الغالب تعبر عن أفكاره الأحادية وتسعى إلى ترسيخها .

ولكن البث الفضائي رغم إيجابياته الكثيرة و الخدمات التي وفرها للمشاهد العربي فإن له من السلبيات التي أثرت على المجتمعات العربية الإسلامية وهددت نسيجها الاجتماعي من خلال نشر مضامين تبنت في معظمها خطاباً تغريبي انتزع المتلقي من بيئته الاجتماعية بنشر ثقافة أجنبية وغرس قيم وسلوكيات غريبة عن الواقع الاجتماعي الذي ينتمي إليه و رسخت في ذهنه تناقض فكري و ثقافي ديني بين بيئته العربية الإسلامية وما زرعه فيه من قيم و اتجاهات و معتقدات و بين ما تبثه الكثير من القنوات الفضائية الموجودة في الفضاء العربي .

¹ التقرير السنوي لاتحاد الإذاعات العربية 2010

ونتيجة لهذا الوضع أصبحت الحاجة ماسة و ملحة لتقديم رسالة إعلامية ذات مضامين هادفة تنبع من القيم و المفاهيم الأصيلة و تنهض بالوعي العام في المجتمع من خلال أهداف إسلامية وحضارية إنسانية يأتي في طليعتها الحفاظ على الهوية و تعزيز الوحدة.¹ وقد تصدى لهذه المهمة بعض الأطراف التي سعت إلى تفادي أخطار البث الفضائي و تهديداته مع الاستفادة من مزاياه و إيجابياته .

و من تلك الأطراف القائمين على ما يعرف بالإعلام الإسلامي الذي يعد ظاهرة الإعلام الفضائي العربي في العقد الماضي فالبرامج الدينية أو البرامج ذات التوجه الإسلامي لم تعد تشغل مساحة زمنية محدودة في القنوات العربية المختلفة بل خصص لها قنوات متخصصة تتبنى التوجه الإسلامي وتبث كافة برامجها مستندة على هذا التوجه وهي الفضائيات الدينية وبعبارة أدق الفضائيات الإسلامية . هذه الفضائيات التي قدمت نفسها كبديل للإعلام المرئي التغريبي- حسب رأي مؤيديها والقائمين عليها - في خطابه والغريب من حيث القضايا التي يثيرها والتي غالبا ما تعجز عن مواكبة متطلبات المجتمع .

و ستحاول هذه الدراسة و المعنونة ب" اتجاهات الشباب نحو رسالة الإعلام الإسلامي المرئي" البحث في ظاهرة القنوات الإسلامية ممثلة في قناة "إقرأ" وقد تم اختيارها كنموذج للإعلام الإسلامي المرئي لأنها كانت السبابة في هذا المجال فكانت أول فضائية إسلامية في الفضاء العربي لتكون من أقدر النماذج تمثيلا للإعلام الإسلامي المرئي .

و ذلك بقياس اتجاهات الشباب الجامعي -على اعتبار أن الشباب من أكثر الفئات الاجتماعية تمثيلا للمجتمع الذي ينتمون إليه- إزاء قضايا محددة تمثلت في الإنتماء و التمسك بالهوية لأن قضية الانتماء الحضاري لشباب أصبحت مهددة بشكل واضح .إضافة إلى قياس اتجاهاتهم حول الاهتمام ببعض انشغالاتهم الاجتماعية والتي غالبا ما يعانون من تهميشها و تغييرها في وسائل الإعلام بصفة عامة و في الأخير قياس اتجاهاتهم حول تأثير الإعلام الإسلامي المرئي في سلوكياتهم كمحاولة لرصد التغذية الراجعة للرسالة المقدمة.

ولتحقيق ذلك انطلقت الدراسة من تساؤل رئيسي : ما هي اتجاهات الشباب نحو رسالة الإعلام الإسلامي المرئي ؟

¹جمال أبو شنب ، الإعلام الدولي والعولمة ، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر ، 2009، ص90

وانبثق عنه ثلاث تساؤلات فرعية :

- ما هي اتجاهات الشباب نحو مساهمة الإعلام الإسلامي المرئي في ربط الشباب بانتمائه العربي و الإسلامي؟
- ما هي اتجاهات الشباب نحو مساهمة الإعلام الإسلامي المرئي في مناقشة قضايا الشباب الاجتماعية ؟
- ما هي اتجاهات الشباب نحو تأثير الإعلام الإسلامي المرئي في قيم وسلوكيات الشباب؟

2. مفاهيم الدراسة:

أولاً: الاتجاهات: هناك العديد من التعريفات القديمة و المعاصرة لمفهوم الاتجاه نذكر منها: تعريف المبورث: "الاتجاه حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي و النفسي، تنتظم من خلال خبرة الشخص، وتكون ذات تأثير توجيهي أو ديناميكي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات و المواقف التي تستثير هذه الاستجابة." تعريف بوجاردس: " ميل الفرد الذي ينحو سلوكه تجاه بعض عناصر البيئة أو بعيدا عنها متأثرا في ذلك بالمعايير الموجبة أو السالبة تبعا لقربه من هذه أو بعده عنها." تعريف نيوكامب: الاتجاه هو تنظيم لمعارف ذات ارتباطات موجبة أو سالبة نحو الأشياء أو الأشخاص أو المواقف."

يبدو أن هناك نوعا من الاتفاق في التعاريف السابقة على أن الاتجاه هو التقييم السلبي أو الإيجابي أو المحايد للأشياء و الأشخاص و المواقف .وبذلك يمكن تعريف الاتجاه على أنه ميل و توجه من الأفراد لإصدار حكم بالتأييد أو المعارضة أو المحايدة تجاه الأشخاص و الأشياء و المعارف.

ثانياً: الشباب: أكثر ما يميز محاولات الباحثين و العلماء في تحديد مفهوم لمصطلح الشباب هو عدم الاتفاق حول هذا المفهوم ،من حيث أن مرحلة الشباب من مراحل النمو عند الإنسان لها بداية معينة ونهاية معينة ،إذ أن حياة الإنسان وحدة متصلة متداخلة الفترات لا يمكن أن تتجزأ ولا ينتقل صاحبها من مرحلة إلى أخرى في يوم محدد أو ساعة محددة ،لهذا يلحظ في كل مرحلة من مراحل النمو استمرار خصائص المرحلة السابقة من جهة وأنها تشكل من جهة أخرى تقديمًا لخصائص المرحلة اللاحقة

هذا عدا أن الثقافة الخاصة بكل مجتمع تسهم في تحديد المرحلة العمرية للإنسان وتجعلها مختلفة من مجتمع إلى آخر باختلاف الثقافة فيما بينها ،إضافة إلى الفروق الفردية التي تتسم بها شخصية كل إنسان .

وانطلاقاً من هذا الاختلاف اتخذت محاولات تعريف مفهوم الشباب عدة اتجاهات(بيولوجية،سيكولوجية و اجتماعية) وكتعريف إجرائي للشباب سنعتمد على الاتجاه السوسيولوجي: الذي ينظر إلى الشباب كحقيقة اجتماعية لا بيولوجية فحسب فإذا ما توفرت

مجموعة من الخصائص في فئة من السكان اعتبرت هذه الفئة من الشباب وستكون الفئة العمرية من 20-35 سنة هي المستهدفة بالدراسة. تم اختيار هذه الفئة بدءاً بـ 20 سنة تجنباً لمرحلة المراهقة وذلك ليس لأنها لا تدخل ضمن مرحلة الشباب ولكن لأن لها خصائصها وسماتها وانشغالاتها المختلفة. و انتهاءاً بـ 35 سنة حتى تحاول الدراسة تمثيل أكبر لمرحلة الشباب التي تستمر حسب بعض الدراسات حتى سن 40

ثالثاً: الإعلام الإسلامي المرئي: الإعلام الإسلامي وإن كان مازال في طور التأصيل من الناحية النظرية والعملية فإن تعريفاته أيضاً نجدها متعددة منها:

ويعرفه محي الدين الإعلام الإسلامي بأنه: "تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خلال وسيلة إعلامية عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية وترجمتها إلى واقع في سلوكه."

ويعرفه محمد أمين يونس "أنه إعلام عام في محتواه و رسائله، يلتزم في كل ما ينشر أو يذاع أو يعرض على الناس بالتصور الإسلامي للإنسان و الحياة المستمدة أساساً من القرآن الكريم و صحيح السنة النبوية وما ارتضته الأمة من مصادر التشريع في إطارهما."

وبالرغم من الاختلاف في تحديد مفهوم جامع مانع للإعلام الإسلامي يمكن القول هو ذلك الإعلام الذي يقدم كل وظائف الإعلام المعاصرة... في إطار أخلاقياته الإسلامية وأمانته وأحكامه والمقصود بالإعلام الإسلامي المرئي في هذه الدراسة هو الإعلام الإسلامي الذي يبث رسائله عبر التلفزيون فقط و بالخصوص القنوات الفضائية وهذا تجنباً لوسائل مرئية أخرى كالانترنت و السينما. وعليه الإعلام الإسلامي المرئي المقصود في الدراسة:

هو القنوات الفضائية التي تلتزم بالتصور الإسلامي للإنسان و الحياة المستمدة أساساً من تعاليم الدين الإسلامي في ممارستها للعملية الإعلامية فتقدم مواد دينية ومواد تعليمية عامة، ومواد ترفيهية لأفراد الأسرة لكن كل ذلك داخل الإطار الإسلامي، بمعنى آخر أنها تقدم كل شيء بشرط ألا يخالف أصول الدين وضوابطه المحددة والمتفق عليها."

3. أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في أهمية قطبيها و هما: الشباب أولا و الإعلام الإسلامي ثانيا . فالشباب يمثلون الشريحة الاجتماعية الأبرز في أي مجتمع لا سيما المجتمعات العربية والتي من أهم ميزاتها أنها مجتمعات فتية بلغت فيها نسب الشباب أرقام معتبرة مقارنة بغيرها من المجتمعات وأهمية الشباب لا تحدها الأرقام فحسب و لكن تتحدد باعتبار أنهم يشكلون الطاقة البشرية والحيوية القادرة على القيام بالعمليات النهضوية والتنموية داخل مجتمعاتهم والأدوار الاجتماعية المتوقعة منها في الحاضر و المستقبل .

وتبرز ضرورة الاهتمام بدراسة الشباب لأن هذه الفئة الاجتماعية تعيش مرحلة لم تعاشها الأجيال السابقة لها، فالشباب العربي إضافة إلى التحولات النفسية و الفيزيولوجية و الاجتماعية التي تؤثر في بناء شخصيته فهو يعيش في بيئة اجتماعية تحيط بها متغيرات عالمية، سرعت من إيقاع الحياة لديه، من خلال اتصاله بعالم الفضاءات المفتوحة واستخدامه لشبكة المعلومات العالمية، مما زاد من معارفه وأثرى معلوماته و لكنه في المقابل يواجه صعوبات ومخاطر لم تواجهها الأجيال السابقة فتلك التغيرات الداخلية والمتغيرات الخارجية أفرزت عديد القضايا و الانشغالات التي تواجه هذه الفئة الاجتماعية والتي تحتاج إلى اهتمام من كل مؤسسات المجتمع لما فيها الإعلام ووسائله التي أصبحت شريكا اجتماعيا فاعلا لا بل مؤثرا على باقي المؤسسات الاجتماعية الأخرى.

أما الإعلام الإسلامي فلكونه من السمات البارزة التي ميزت الساحة الإعلامية العربية خلال السنوات الأخيرة ففي خضم الزخم الإعلامي خاصة على مستوى السمعى البصرى الذي شهد تطور عددي غير مسبوق في الفضائيات العربية والأجنبية والتي تبنت في معظمها خطاب تغريبي انتزع المشاهد العربى من بيئته الاجتماعية بنشر ثقافة أجنبية غريبة عن ثقافته و مخالفة لدينه في كثير من الأحيان . و المستهدف الأكبر من هذا الخطاب التغريبي هم فئة الشباب .

لتظهر القنوات الفضائية الإسلامية وتطرح البديل - حسب رأي مؤيديها والقائمين عليها- بتبنيها للتصور الإسلامي في ممارساتها الإعلامية التي تعكس الخصوصية العربية و الإسلامية .

4. مبررات الدراسة: تتمحور مبررات في ما يلي :

- لأن الإعلام الإسلامي علم حديث النشأة يحتاج إلى المزيد من البحث و التطوير على مستوى التأصيل النظري و البحث الميداني.
- تزايد عدد القنوات الإسلامية فبعد أن كانت تعد على أصابع اليد الواحدة أصبحت تتجاوز الـ 80 قناة و قد ذكرت دراسة لكلية الإعلام بجامعة القاهرة¹ أن عدد القنوات الفضائية التي تعمل بصيغة دينية وصل خلال 2010 إلى 150 قناة، كما أحصت "ثريا السنوسي " 104 قنوات إسلامية خلال 2011/2012 . ورغم التضارب في الإحصائيات وعدم تقديم أرقام دقيقة حول عدد القنوات الفضائية الإسلامية إلا أنها أصبحت تمثل ظاهرة الإعلام الفضائي العربي .
- من أهم مبررات اختيار الدراسة توقيف عدد من القنوات الدينية من طرف إدارة نايل سات بحجة مخالفتها للشروط القانونية و ما أحدثه هذا القرار من ضجة إعلامية أثارت تساؤلات كثيرة حول الرسالة المقدمة في تلك القنوات والتي أصبحت مصدر قلق لبعض الحكومات العربية.
- لاهتمام الباحثة بهذا نوع من الإعلام وكذا متابعتها للقنوات الدينية .
- وتم اختيار قناة إقرأ لأنها أول قناة إسلامية ظهورا على ساحة البث الفضائي العربي حيث جعلها هذا في الصدارة من حيث درجة المشاهدة سواء من طرف جمهور الفضائيات الإسلامية أو جمهور الفضائيات العربية عامة واعتماد هذا الأخير على بعض برامجها الدينية في التثقيف و التوعية الدينية هذا ما أكدت عدة دراسات ميدانية (انظر الدراسات السابقة)

5. أهداف الدراسة :

- الهدف الأساسي كان معرفة مدى تأثير الإعلام الإسلامي المرئي ممثلا في الفضائيات الإسلامية في المجتمع الجزائري وما مدى تجاوب هذا الأخير مع تلك القنوات ففي ظل هذا

¹شبكة جريدة عالم اليوم الإخبارية <http://www.alamalyawm.com> تاريخ الزيارة 15:13:00 1 avril 2012 dimanche

- التكاثر للفضائيات الإسلامية هل يوجد في المقابل تفاعل و تأثر من طرف المتلقي ؟ وهل ساعد هذا التكاثر العددي في تلبية طموحات هذا المتلقي؟
- و لأنه يصعب على الباحثة قياس آراء كافة فئات المجتمع و أطيافه تم اختيار فئة من أهم فئاته وأكثرها عددا وهي فئة الشباب عامة والشباب الجامعي على وجه الخصوص فإتجاهات الشباب نحو القنوات الإسلامية يعكس بشكل أو بآخر إتجاهات المجتمع عامة <
- إذ تهدف الدراسة إلى: - معرفة رأي الشباب الجامعي في الدور الذي تلعبه الفضائيات الإسلامية ممثلة في قناة إقرأ في تقوية انتمائه العربي و الإسلامي.
- معرفة رأي الشباب الجامعي حول برامج القناة وما مدى تلبيتها لانشغالاته و مناقشتها للقضايا التي تنال اهتمامه.
- و الوقوف على دور القناة في التأثير على سلوكيات الشباب بتعزيز السلوكيات الإيجابية و تعديل السلوكيات السلبية.

6. الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة بمثابة الأرضية الأولى التي ينطلق منها الباحث و يحدد بناءا على اطلاعه عليها النقاط المهمة أو تلك القضايا التي تحتاج إلى بحث أكثر تعمقا وقد اطلعت الباحثة على عدة دراسات ذات علاقة بموضوع الدراسة مركزة على متغيري الدراسة: الشباب الجامعي والدارسات المهمة بقضاياها و بعلاقته بالإعلام الفضائي ثم الإعلام الإسلامي المرئي و ما تعلق به من دراسات تمس القنوات الفضائية الإسلامية عامة و قناة إقرأ على وجه الخصوص . ومن أكثر تلك الدراسات قربا لموضوع الدراسة:

16. الدراسة الأولى: اتجاهات المرأة الجزائرية نحو القنوات الدينية – دراسة في العادات و الأنماط و الاتجاهات- من إعداد سعيده عباس¹

- مجتمع و عينة الدراسة : تمثل مجتمع هذه الدراسة في المرأة الجزائرية العاملة وغير العاملة، وقد استخدمت الباحثة أسلوب المسح بالعينة و تم تطبيق الدراسة الميدانية على منطقتين من المناطق الجزائرية وهما: منطقة من الشمال المتمثلة في ولاية باتنة، ومنطقة من الجنوب ممثلة في ولاية وادي سوف.

- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات : اعتمدت الدراسة على أداة الاستمارة و تم تقسيم الاستمارة إلى ثلاث محاور؛ محور البيانات الشخصية، محور العادات والأنماط، محور الاتجاهات والذي قسم بدوره إلى ثلاث محاور: محور محتوى البرامج، محور القائم بالاتصال، محور الأداء الإعلامي. و اشتملت الاستمارة على 50 سؤال موزعة على المحاور السابقة تم توزيع الاستمارة على عينة قوامها 300 امرأة من منطقتين من الجزائر بالتساوي: منطقة الشمال ممثلة في ولاية باتنة ومنطقة من الجنوب ممثلة في ولاية وادي سوف، وذلك بالتساوي 150 استمارة على كل منطقة، كما وزعت على مختلف الفئات العمرية والمستويات العلمية.

وتم استخدام عدة أساليب في تحليل البيانات كالجداول الإحصائية، النسب المئوية، حساب كاي مربع

¹ سعيده عباس، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو القنوات الدينية – دراسة في العادات و الأنماط و الاتجاهات- رسالة ماجستير ،قسم علم النفس،جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2010

- نتائج الدراسة الميدانية كانت كالتالي:

في العادات أغلب عينة الدراسة تقبل على مشاهدة الفضائيات بنسبة 98.66% ، اتفقت عينة الدراسة في ترتيب القنوات الدينية في المرتبة الأولى من حيث أهم القنوات المتخصصة التي تفضل مشاهدته؛ بنسبة 25.12% لدى المرأة العامة ونسبة (5.62%) لدى المرأة غير العاملة، وقنوات الدراما في المرتبة الثانية بنسبة 18.67% لدى المرأة العاملة ونسبة 15.44% لدى المرأة غير العاملة تفضل عينة الدراسة مشاهدة الفضائيات الدينية دائماً 41.22%، وغالباً 29.05%

تفضل المرأة الجزائرية العاملة قناة " إقرأ " كأفضل قناة دينية وذلك بنسبة (27.58%)، ثم في المرتبة الثانية قناة الرسالة بنسبة (26.14%)، ثم في المرتبة الثالثة قناة الناس بنسبة (21.63%)، بينما تفضل المرأة الجزائرية غير العاملة قناة "الرسالة" في المرتبة الأولى بنسبة (30.22%)، المرتبة الثانية قناة "الناس " بنسبة (25.36%) أما قناة "إقرأ " فكانت في المرتبة الرابعة بنسبة (16.26%)

اتجاهات عينة الدراسة نحو محتوى البرامج: يتجه أفراد عينة الدراسة اتجاهها إيجابياً محتوى القنوات الدينية من حيث مساهمتها في التمسك بالعقيدة ودورها في تنمية قدرة الإبداع لدى الفرد. كما كان اتجاه المبحوثات إيجابياً نحو دور هذه القنوات في نشر السلوك الإيجابي ومناقشة كل القضايا ذات الصلة بالحياة اليومية .

يتجه أفراد عينة الدراسة اتجاهها إيجابياً نحو الأداء الإعلامي للفضائيات الدينية و قدرتها في منافسة الفضائيات الأخرى .

يتجه أفراد عينة الدراسة اتجاهها إيجابياً نحو القائم بالاتصال فالعينة تؤكد على أن تعرفها على الدعاة والعلماء كان بواسطة الفضائيات الدينية كما ترى أن القائم بالاتصال في الفضائيات الدينية يتميز بالكفاءة الدينية وتركيزه على أسلوب التفاعل مع المشاهدين كما يتجه أفراد عينة الدراسة اتجاهها إيجابياً نحو اللغة المستخدمة في التقديم من حيث السهولة و البساطة ورغم هذا الرضا على مستوى القائم بالاتصال فعينة الدراسة تحمل العلماء و الشيوخ الذين يظهرون في هذه القنوات مسؤولية فوضى الفتاوى و دون تحديد المرجعية المذهبية . أما عن اتجاهات عينة الدراسة نحو الأداء الإعلامي للفضائيات الدينية: يتجه أفراد

عينة الدراسة اتجاها إيجابيا نحو العبارة " الأداء الإعلامي للفضائيات الدينية ينافس الفضائيات الأخرى ويتفوق عليها" كما أن الفضائيات الدينية تظهر العديد من وجهات النظر وتناقشها دون تعصب ولكنها في المقابل تعاني من ضعف في التشويق والإبهار والجاذبية فحسب عينة الدراسة يتوجب على القائمين بالاتصال في هذه القنوات التجديد في استخدام الأساليب الفنية، ومواكبة الصورة الضوئية، واستخدام الخلفيات الإبداعية للبرامج الدينية.

2.6. الدراسة الثانية: آراء الأساتذة والطلبة في البرامج الدعوية لقناة إقرأ الفضائية -دراسة استطلاعية بجامعة الأمير عبد القادر من إعداد بلعربي نادية¹

تبلورت مشكلة البحث حول السعي لاستطلاع رأي النخبة المتكونة من أساتذة وطلبة جامعة الأمير عبد القادر في البرامج الدعوية التي تقدمها قناة " إقرأ " الفضائية؛ من خلال الوقوف على مدى قدرتها على تفعيل الدعوة الإسلامية في واقع المسلمين، والأثر الذي تتركه على المتلقي، والوقوف أيضا على تقييم هذه التجربة وتقويمها.

- مجتمع وعينة الدراسة: كانت العينة المختارة في الدراسة طلبة وأساتذة جامعة الأمير عبد القادر، والتي اختيرت بإتباع العينة العمدية وقدر عددها ب 189 مفردة

- منهج و أداة البحث: واستخدمت الباحثة في دراستها المنهج الوصفي التحليلي، كما استعانت باستمارة الاستقصاء.

- نتائج الدراسة : خلصت الباحثة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

احتلت قناة إقرأ الفضائية المرتبة الأولى من حيث المشاهدة للقنوات العربية والإسلامية بنسبة تقدر ب 36.34 %، تليها قناة المجد بنسبة 15.45 % ، ثم قناة الجزيرة بنسبة 7.45 % ، كما أن عينة البحث تتعرض لبرامج قناة " إقرأ " بنسبة 100 % وعامل الثقافة كان من أهم الدوافع لتوجهات العينة بنسبة 20.37 % ، يليها دافع التنمية الثقافية بنسبة 18.94 % ، أما من حيث البرامج فقد جاءت برامج القرآن الكريم في المرتبة الأولى من حيث التفضيل بنسبة 13.42 % ثم برامج الفتوى ب 12.22 % ، ثم البرامج الدعوية بنسبة 11.79 %، وكان رأي العينة في هذه الأخيرة أنها تساهم في تغيير المفاهيم الخاطئة عن الإسلام بنسبة 19.73 %، ثم أن للقناة برامج فعالة تؤثر على سلوك المتلقي واتجاهه بنسبة 19.05 % ،

¹ المرجع السابق، ص 30

وفي الأخير خلصت الباحثة إلى أن قناة " إقرأ " الفضائية لها قدرة على رسم تأثير إيجابي نحو القيم المثلى.

3.6. الدراسة الثالثة : عادات و أنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الإسلامية:قناة الرسالة نموذجاً من إعداد إبراهيم ناصف¹

- هدفت الدراسة إلى التعرف على عادات و وتقييمهم للقنوات الإسلامية.
- مجتمع و عينة الدراسة: تكون مجتمع البحث من الطلبة الملتحقين بالجامعات الأردنية (اليرموك، الأردنية، مؤتة، البتراء) و المسجلين لعام 2010/2009 . وبلغ حجم العينة يبلغ (415)

- منهج الدراسة و أدوات جمع البيانات:المنهج الذي اتبعه الباحث كان الوصفي واعتمد أسلوب المسح بالعينة أما أداة البحث فكانت الاستبيان لمعرفة عادات و أنماط مشاهدة الطلبة من الجامعات الأردنية المذكورة سابقاً لقناة الرسالة و قسمت الاستبانة إلى ثلاث أجزاء :الأول تضمن المعلومات الديموغرافية لأفراد العينة و الثاني عادات و أنماط المشاهدة أما الثالث فتكون من 43 فقرة موزعة على 4 مجالات لقياس تقييم المبحوثين للقنوات الإسلامية و قناة الرسالة على وجه الخصوص من حيث الشكل و المضمون و تفاعل القناة مع المشاهدين.

أما المعالجة الإحصائية فقد تم استعمال برنامج « spss » لحساب التكرارات و النسب المئوية

- نتائج الدراسة: وقد توصلت الدراسة:

أن أنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الإسلامية: خصوصاً قناة الرسالة كانت كما يلي: بالنسبة لعادات و أنماط المشاهدة:ساعات المشاهدة كانت أعلى نسبة 38% من نصف ساعة إلى ساعة و يشاهد معظم الطلبة التلفزيون من ساعة إلى ساعتين و القنوات الفضائية من نصف ساعة إلى ساعة وأكثر الأوقات كانت فترة السهرة. يشاهد معظم الطلبة التلفزيون من المنزل.

¹إبراهيم ناصف، عادات و أنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الإسلامية:قناة الرسالة نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2009

الهدف الأبرز من المشاهدة هو التوعية الدينية بنسبة 73% ثم كسب الحسنات. ومن دوافع الطلبة من المشاهدة هو سماع القرآن الكريم ومن الدوافع المهمة أيضا للمشاهدة الاطلاع على التاريخ الإسلامي

جاء نوع البرامج الشاملة و المتنوعة الأكثر مشاهدة من قبل الطلبة بنسبة 74%
جاء نوع برامج الإرشاد و التوعية الأكثر تفضيلا.

4.6. الدراسة الرابعة: الدور التربوي لوسائل الإعلام الإسلامي وسبل تطويره من وجهة

نظر طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة. من إعداد منور عدنان نجم¹

- هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور التربوي لوسائل الإعلام الإسلامي المحلي-أي الفلسطيني- وسبل تطويره من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، والكشف عن الاختلاف في هذا الدور تبعاً لمتغيرات الدراسة "الجنس، التخصص، المؤسسة، درجة التعرض لوسائل الإعلام." ولتحقيق ذلك الهدف طرحت الباحثة التساؤلات التالية:

- ما الدور التربوي المناط بوسائل الإعلام الإسلامي في مواجهة التحديات المعاصرة؟

- ما درجة انتشار وسائل الإعلام الإسلامي في المجتمع المحلي؟

- ما مدى قيام وسائل الإعلام الإسلامي بدورها التربوي من وجهة نظر أفراد العينة؟

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات آراء أفراد العينة حول الدور التربوي لوسائل الإعلام الإسلامي تعزى إلى متغيرات الدراسة (الجنس -التخصص -المؤسسة - درجة التعرض للوسائل؟)

- ما سبل تطوير الدور التربوي لوسائل الإعلام الإسلامي من وجهة نظر أفراد؟

- مجتمع و عينة الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من طلبة المستوى الرابع في جامعتين : الجامعة الإسلامية وجامعة الأزهر للعام الجامعي

- منهج الدراسة و أدوات جمع البيانات :استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وكانت أداة الدراسة استبانة واشتملت على 61 فقرة موزعة على مجالات الدراسة الثلاثة: البنائي

¹ منور عدنان نجم ، الدور التربوي لوسائل الإعلام الإسلامي وسبل تطويره من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة ،قسم أصول التربية ،الجامعة الإسلامية غزة، 2005

والوقائي والعلاجي. وطبقت أداة الدراسة على عينة عشوائية طبقية مكونة من 826 طالباً وطالبة بنسبة % 20 من أفراد المجتمع الأصلي.

- وتم استخدام الأساليب الإحصائية التالية: المتوسطات، والتكرارات، والنسب المئوية، اختبار شيفيه (Sheffe) اختبار تحليل التباين الأحادي، (One Way Anova)، وبعض المعادلات الإحصائية " اختبار " ت (T.test) .

- نتائج الدراسة : وأسفرت الدراسة عن النتائج التالية:

كشفت الدراسة عن قيام وسائل الإعلام الإسلامي بالدور التربوي المناط بها في المجتمع الفلسطيني بنسبة (75.4%) ، توزعت على مجالات الدراسة الثلاثة فكانت نسبة الدور البنائي (77.6 %)، ونسبة الدور الوقائي (75.7%) ، ونسبة الدور العلاجي (72.9%)

- كشفت الدراسة عن أن درجة تعرض عينة الدراسة لوسائل الإعلام الإسلامي جاءت بنسبة (59.5%)، توزعت على الوسائل بالشكل الآتي: النشرات و المطويات (69.5%) ، الكتب والكتيبات (69.1%) ، الأشرطة والتسجيلات الصوتية، (67.5%) ، إذاعة صوت الأقصى (67.2 %)، جريدة الرسالة (48.6%) (35.2 %)مجلة السعادة

- وجود فروق دالة إحصائية لصالح الإناث بين متوسطات تقديرات الطلبة لقيام وسائل الإعلام الإسلامي بدوره التربوي. وعدم وجود فروق دالة إحصائية تعزى لمتغير المؤسسة. وجود فروق دالة إحصائية تعزى لمتغير الكلية للكليات الإنسانية.

5.6. الدراسة الخامسة: دور الخطاب الديني المقدم بالقنوات الفضائية الدينية المتخصصة

في تثقيف المراهقين دينياً (دراسة تطبيقية) من إعداد منال عبده محمد منصور (2007)¹

- مجتمع و عينة الدراسة:

-تم تطبيق الدراسة على عينة من البرامج الدينية بقنوات (اقرأ- المجد -الرسالة)، وتمثلت في برامج (على خطى الحبيب- قبل أن تحاسبوا- فقه النساء (بقناة اقرأ، وبرامج (قلبي معاك- حور الدنيا- طلة قمر) بقناة الرسالة، وبرامج (الجواب الكافي- حجر الزاوية- ساعة حوار) بقناة المجد.

¹ نقلا عن مركز النظم العالمية لخدمات البحث العلمي <http://www.alnodom.com/index.php/opensearch> تاريخ الزيارة: 2013/1/10 على الساعة 10 2013

قامت الباحثة بتطبيق الدراسة التحليلية في الفترة من 2006/3/1م إلى 2006/5/31م. كما قامت الباحثة باختيار عينة عشوائية طبقية بأسلوب التوزيع المتساوي من المراهقين بمحافظة بورسعيد وبلغ عدد مفردات العينة 400 مفردة وذلك لقياس مستوا لثقافة الدينية لديهم

منهج الدراسة أدوات جمع البيانات :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح لعينة من جمهور المراهقين من سن 18-21 سنة للكشف عن مستوى الثقافة الإسلامية لديهم، وكذلك مسح مضمون عينة من البرامج الدينية بالقنوات الفضائية الدينية المتخصصة للتعرف على خصائص الخطاب الديني المقدم من خلالها ودوره في التنشيف الديني للمراهقين
فروض الدراسة:

-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع المشاهدة والمشاهدة النشطة ومستوى الثقافة الدينية لدى المراهقين.

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين (الذكور- الإناث) في المصادر التي يعتمدون عليها في الحصول على معلومات في المجالات الدينية المختلفة.

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين في درجة اهتمامهم بمعرفة معلومات عن المجالات الدينية المختلفة.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام المراهقين بمعرفة معلومات عن المجالات الدينية المختلفة ومستوى الثقافة الدينية لديهم.

اعتمدت الباحثة في جمع البيانات على الأدوات التالية:

1-استمارة تحليل مضمون لعينة من البرامج الدينية بالقنوات الفضائية الدينية (محل الدراسة).

2-استمارة استبيان للمراهقين عينة الدراسة حيث تم تطبيقها في الفترة من 2006/6/5م إلى 2006/6/20م..

3-مقياس لقياس مستوى الثقافة الدينية للمراهقين.

4-مقياس لقياس المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمراهقين.

نتائج الدراسة:

- أثبتت الدراسة أن نسبة 96.9% من المراهقين (عينة الدراسة) يشاهدون القنوات الدينية المتخصصة في حين نجد أن 3.1% منهم لا يشاهدون القنوات الدينية المتخصصة.

- جاء المستوى المتوسط للثقافة الدينية لدى المراهقين في الترتيب الأول بنسبة 65.9%، ويليه المستوى المنخفض للثقافة الدينية بنسبة 22.6%، وأخيراً المستوى المرتفع للثقافة الدينية بنسبة 11.5%.

أثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين على الخطاب الديني بالقنوات الفضائية الدينية كمصدر للمعلومات والتأثيرات السلوكية والوجدانية الناتجة عنه.

- أثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين على الخطاب الديني بالقنوات الفضائية الدينية كمصدر للمعلومات ومستوى الثقافة الدينية لديهم في المجالات الدينية المختلفة، فيما عدا مجال (سيرة الأنبياء والصحابة).

- ثبت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الدوافع الهادفة ومستوى الثقافة الدينية لدى المبحوثين.

- ثبت وجود علاقة بين بعدين من أبعاد المشاهدة النشطة وهما (الانتباه والاستغراق) وبين مستوى الثقافة الدينية لدى المبحوثين، في حين لم يثبت وجود هذه العلاقة بين البعد الثالث

- أثبتت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى ثقافتهم الدينية في مجال القرآن وتفسيره لصالح الإناث، كما توجد فروق بين الذكور والإناث في مستوى ثقافتهم الدينية في مجال الأحاديث الشريفة لصالح الذكور، كما توجد فروق بينهما في مستوى الثقافة الدينية في مجال الفقه والشريعة لصالح الإناث.

- ثبت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى ثقافتهم الدينية في مجال العبادات وسيرة الأنبياء والصحابة.

- ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القنوات الثلاث (محل الدراسة) في درجة اهتمامهم بمجالات سيرة الأنبياء والصحابة ومجال القيم ومجال الآداب والسلوكيات.

- لم يثبت وجود فروق دالة إحصائياً بين القنوات (محل الدراسة) في درجة اهتمامهم بمجالات العبادة، العقائد، العلوم والمعارف، العقوبات الشرعية.

6.6. الدراسة السادسة: دور الفضائيات العربية في نشر الثقافة العربية الإسلامية من إعداد سلطان بلغيث¹

- مجتمع وعينة الدراسة: بالنسبة لهذه الدراسة الشباب الجامعي كان مجتمع البحث وقد تم استخراج العينة من الطلبة الجامعيين المسجلين في المركز الجامعي تبسة، وقد اختار الباحث عينة طبقية تتوزع على النوع و التخصص باختيار 200 مفردة.

- منهج الدراسة و أداة جمع البيانات:

المنهج المستخدم هو المنهج الوصفي أما الأداة البحث فكانت الاستمارة و تضمن : قسم للبيانات الشخصية و خمسة محاور قسمت كالتالي، المحور الأول اشتمل على الأسئلة الخاصة بالتعرف على أكثر وسائل الاتصال التي يقبل عليها أفراد العينة .

المحور الثاني: تعلق بأثر التعرض لبرامج الفضائيات على الرصيد اللغوي للطلاب الجامعي .

المحور الثالث تمحور حول علاقة التعرض لبرامج الفضائيات و معرفة التراث العربي الاسلامي.

المحور الرابع تناول دور ما تبثه الفضائيات العربية في تنمية معلومات الشباب حول التاريخ العربي الاسلامي .

المحور الخامس فكان حول إسهام الفضائيات العربية في الوعي الديني .

- نتائج الدراسة:

- المصادر الإعلامية المفصلة لدى الشباب الجامعي جاء التلفزيون في المرتبة الأولى بنسبة 22.84% ثم الانترنت .

- 70% يفضلون القنوات الفضائية العربية و 21 لقنوات الرسمية الوطنية و 9% القنوات الأجنبية .

¹ سلطان بلغيث، دور الفضائيات العربية في نشر الثقافة العربية الإسلامية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم عن الاجتماع، المركز الجامعي تبسة، الجزائر، 2008.

- كانت قناة إقرأ في المرتبة الأولى من بين القنوات التي تحرص عينة الدراسة على مشاهدتها باستمرار بنسبة 29% تليها قناة الجزيرة ثم القناة السورية تليها mbc.
- دور الفضائيات العربية في تنمية رصيد الشباب الجامعي في ميدان اللغة العربية 40% من المبحوثين استفادوا من برامج التسلية و الترفيه في تنمية معلوماتهم عن اللغة كما أن 36% ترى أن الفضائيات ساهمت في تفشي الأخطاء اللغوية و استعمال العامية الفجة .
- إسهام القنوات الفضائية في تعرف الشباب بتراثه العربي الإسلامي : يرى أغلب المبحوثين أن لها دور إيجابي في ربط الشباب بجذوره الثقافية والحضارية كما أقر 66% أن معلوماتهم حول التراث زادت بمتابعتهم للفضائيات العربية على الرغم أن بعضها يعرض ما يחדش التراث العربي و يحط من قيمته .
- دور القنوات الفضائية في إدراك الشباب لأحداث تاريخه العربي الإسلامي حيث أقر 98% من المبحوثين أن الفضائيات تتناول مواد برامجية ذات صلة بالتاريخ مع التفاوت في حجم البرامج كما عرضت العينة بعض النماذج كفيلم الرسالة ، قصص الأنبياء ، الأئمة الأربعة .
- علاقة تعرض الشباب الجامعي للفضائيات العربية بزيادة وعيه الديني: ترى عينة الدراسة أن هذه الفضائيات ساهمت في تعميق صلتهم بكتاب الله و تعريفهم للأحكام الشرعية كما عارض 51% من أفراد العينة مقولة أن للفضائيات العربية ساهمت في السقوط بالذوق و التشجيع على الابتذال ، حيث يرى المبحوثون أن هذه الصفة لا تنطبق على كافة الفضائيات و إنما يوجد صنف يمثل موجة عابرة (أمثال مزيكا و روتانا و ميلودي) سرعان ما يتراجع مع تنامي وعي المشاهدين و من أهم البرامج التي زادت من الوعي الديني عند عينة الدراسة :صفوة الصفوة ، كلام من القلب ، قبل أن تحاسبوا ، تجويد القرآن. وهذه البرامج في معظمها تبث في القنوات الإسلامية.

6.7. الدراسة السابعة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، من إعداد السعيد بومعيزة¹(2006)

¹ السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2006

انطلقت الدراسة من الفرضيات التالية: استعمال وسائل الإعلام يختلف باختلاف المتغيرات الديموغرافية.

الشباب يستعملون وسائل التلفزيون أكثر من وسائل الإعلام الأخرى.

الشباب يستعملون الفضائيات الأجنبية أكثر من التلفزيون الجزائري.

الشباب يتعرضون لمحتوى الخيال أكثر من مضامين الواقع.

وسائل الإعلام تساعد الشباب على الارتباط بالقيم .

وسائل الإعلام تساعد الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية.

- **مجتمع البحث و عينة الدراسة:** مجتمع البحث في هذه الدراسة كان الشباب الجزائري

القطن في المناطق الحضرية و العينة كانت غير احتمالية وهي كرة الثلج موزعة

كالتالي: البليدة 150 مفردة، أولد يعيش 70، بوفاريك 70، الصومعة 30، موزاية 50، الشفة

30، بني مراد 40.

- منهج الدراسة و أدوات البحث: اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي من أجل

اختبار فرضياته و فحص العلاقة بين وسائل الإعلام كمتغير مستقل و القيم والسلوكيات

كمتغير تابع

أما أدوات البحث فكانت المقابلة المقننة و تمن إجرائها مع الفئة غير المتعلمة لتبسيط

الأسئلة و توضيح الغامض منها .بالإضافة إلى الاستبيان الذي شمل أربعة محاور

تكون من 34 سؤالاً وزعت على : البيانات الشخصية، عادات استعمال وسائل الإعلام،

تأثير مضامين وسائل الإعلام على قيم الشباب ، وتأثير وسائل الإعلام في تجاوز

السلوكيات السلبية.

- نتائج الدراسة: التلفزيون أكثر مشاهدة بنسبة 94%

- يقبل الشباب على مشاهدة التلفزيون الجزائري بنسبة 70 و 61 بينما 43% تشاهد

التلفزيون الفرنسي.

- الإناث يشاهدون التلفزيون أكثر من الذكور بنسبة 74% و 65% على التوالي.

- عدم تفضل الشباب لقراءة الجرائد بينما 52% يستعملون الانترنت.

- أغلبية أفراد العينة يفضلون برامج الخيال في الأفلام والمسلسلات و تأتي الرياضة في المقام الأول بالنسبة للذكور.

العلاقة بين الدراسات السابقة و دراسة الباحثة:

بعد الاطلاع على الدراسات سابقة الذكر تم تحديد نقاط الالتقاء و الاختلاف بينها وبين دراسة الباحثة وأوجه الاستفادة منها :

الاختلاف و الاتفاق مع الدراسات السابقة:

- اختيار "قناة إقرأ" كنموذج للإعلام الإسلامي المرئي حيث تتفق الدراسة الحالية مع الدراسة الثالثة ل بلعربي نادية في اختيار قناة إقرأ.

أما الدراسة الثالثة فاختلفت على الدراسة الحالية باختيار "قناة الرسالة نموذجاً" وبقية الدراسات شملت كل القنوات ذات التوجه الديني ما عدا دراسة كل من السعيد بومعيزة و سلطان بلغيث التي لم تحدد نوعية القنوات الفضائية المستهدفة بالدراسة بل شملت كل القنوات العربية و الأجنبية

- عينة الدراسة: اختيار الطلبة الجامعيين كعينة للبحث و تتفق الدراسة من حيث عينة البحث مع الدراسة الثانية لكن عينتها ضمت حتى الأساتذة الجامعيين من جامعة الأمير عبد القادر فالدراسة الثانية كانت أوسع من العينة التي اختارتها الباحثة كما تتفق مع الدراسة السادسة لسلطان بلغيث والتي كانت حول عينة من طلبة المركز الجامعي بتبسة، أما الدراسة الأولى فاختلفت العينة حيث شملت المرأة العاملة والماكنة في البيت. و بالنسبة للدراسات العربية : الدراسة الثالثة لإبراهيم ناصف وكانت عينتها من طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الإسلامية وكذلك الدراسة الرابعة و التي عينتها من طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة.

أما الدراسة الخامسة و إن اتفقت مع دراسة الباحثة في تركيزها على الإعلام الإسلامي ولكنها اختلفت معها في عينة البحث التي شملت فئة المراهقين.

أما دراسة السعيد بومعيزة فكانت أشمل حيث تضمنت الشباب بغض النظر على المستوى التعليمي.

- منهج الدراسة و أداة البحث اتفقت الدراسة الحالية مع كل الدراسات السابقة في اختيارها للمنهج الوصفي و الذي يعد من أكثر مناهج البحث استعمالا في البحوث الاجتماعية .
أما أداة البحث فكل الدراسات المذكورة استعملت الاستبيان كأداة لجمع البيانات ما عدا الدراسة الخامسة " دور الخطاب الديني المقدم بالقنوات الفضائية الدينية المتخصصة في تثقيف المراهقين دينيا" التي اعتمدت إضافة إلى الاستبيان أداة تحليل المضمون وكذلك الدراسة السابعة "أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب " حيث استعان الباحث بالمقابلة المقننة لأن عينة دراسته تضم فئات لم تحصل على تعليم عالي فكان استعمالها من باب تبسيط الأفكار للمبحوثين.

- نتائج الدراسات السابقة و أوجه الاستفادة منها:لقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في عدة نواحي وهي:

- استعانت الباحثة من نتائج الدراسات المذكورة في اختيار "قناة إقرأ " كنموذج للإعلام الإسلامي المرئي على اعتبار أنها تحظى بنسب مشاهدة مقبولة حيث أكدت الدراسة الأولى ل سعيده عباس أن عينة دراستها تفضل قناة " إقرأ " كأفضل قناة دينية وذلك بنسبة(27.58%). كذلك الدراسة الثانية لبلعريبي نادية حيث احتلت قناة إقرأ الفضائية المرتبة الأولى من حيث المشاهدة للقنوات العربية والإسلامية بنسبة تقدر ب 36.34 % وكذلك الدراسة السادسة " دور الفضائيات العربية في نشر الثقافة العربية الإسلامية.من إعداد سلطان بلغيث" كانت قناة إقرأ في المرتبة الأولى من بين القنوات التي تحرص عينة الدراسة على مشاهدتها باستمرار بنسبة 29%.

- كما استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في الجانب النظري من الدراسة في التحديد المفاهيمي لبعض المصطلحات كمصطلح الإعلام الإسلامي وكذا تتبع تطور الإعلام الإسلامي و القنوات الإسلامية.

- استعانت الباحثة ببعض الدراسات في تحديد محاور الاستمارة المعتمدة في الدراسة على غرار دراسة السعيد بومعيزة "أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب" فكان من نتائجها أن أغلب المبحوثين لا يرون أن تعرضهم لوسائل الإعلام ساعدهم على تجاوز القيم السلبية ما عدا سلوك التوتر الداخلي الذي وافق عليه 44% وبناءا على هذه النتيجة

خصصت الباحثة أحد محاور الاستمارة لقياس تأثير رسالة الإعلام الإسلامي في قيم وسلوكيات الشباب .

- كما استفادت الباحثة من نتائج الدراسات المذكورة في تحليل نتائج دراستها .

الفصل الثاني: الاتجاهات

أولاً: ماهية الاتجاهات

1. تعريف الاتجاهات:

كان "هربرت سبنسر" أول من استخدم اصطلاح الاتجاهات فلقد قال: "إن وصولنا إلى أحكام صحيحة في مسائل مثيرة لكثير من الجدل، يعتمد إلى حد كبير على اتجاهنا الذهني ونحن نصغي إلى هذا الجدل أو نشارك فيه." ¹ وهذا الاستعمال قريب إلى المصطلح الذي شاع به في الدراسات النفسية والاجتماعية. حيث شهد المصطلح في ما بعد اهتمام كبير من طرف الباحثين في تلك الدراسات.

لقد احتلت الاتجاهات النفسية والاجتماعية مكانا رئيسيا في علم النفس الاجتماعي كونها من أهم نتائج التنشئة الاجتماعية من جهة كما أنها من جهة أخرى من أهم الجهات الضابطة و المنظمة للسلوك الاجتماعي. هذا ما جعل الكثير من المهتمين بهذا الموضوع يقرون أن موضوع الاتجاهات هو محور علم النفس و الدراسات السلوكية مهما تعددت لأنواعها.

و عندما نحاول تعريف الاتجاهات نجد العديد من التعريفات القديمة و المعاصرة للمفهوم نذكر منها:

تعريف المبورث: "الاتجاه حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي و النفسي، تنتظم من خلال خبرة الشخص، وتكون ذات تأثير توجيهي أو ديناميكي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات و المواقف التي تستثير هذه الاستجابة."

تعريف بوجاردس: "ميل الفرد الذي ينحو سلوكه تجاه بعض عناصر البيئة أو بعيدا عنها متأثرا في ذلك بالمعايير الموجبة أو السالبة تبعا لقربه من هذه أو بعده عنها."

تعريف نيوكامب: الاتجاه هو تنظيم لمعارف ذات ارتباطات موجبة أو سالبة نحو الأشياء أو الأشخاص أو المواقف."

أما "ثرستون" -وهو رائد في مجال قياس الاتجاهات- يرى: أن الاتجاه النفسي هو تعميم لاستجابات الفرد تعميما يدفع بسلوكه بعيدا أو قريبا من مدرك معين ² فالالاتجاه حسب "ثرستون" حصيلة التعميم الموجب والسالب لاستجابات الفرد و هذه الاستجابات تتحكم إلى حد كبير قوى الدافعية .

¹ محمد زيدان، علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1986، ص168
² سعد عبد الرحمان ، القياس النفسي: النظرية والتطبيق، د ط، دار الفكر العربي، مصر، 1997، ص359

تعريف العنزي: "ميل نفسي يتجسد في تقييم كيان معين بدرجة من التفضيل أو عدم التفضيل"¹ و يعبر الاتجاه عن وجود ميل نحو الشعور والتفكير والسلوك بطريقة معينة إزاء أفراد آخرين أو منظمات أو موضوعات أو رموز أخرى. وهو بهذا المعنى قد يشكل كثيرا من الجوانب السلوكية الإيجابية (كالحب والتقبل) أو السلبية (كالتعصب) نحو الواقع.

يبدو أن هناك نوعا من الاتفاق في التعاريف السابقة على أن الاتجاه هو التقييم السلبي أو الإيجابي أو المحايد للأشياء والأشخاص والمواقف. وبذلك يمكن تعريف الاتجاه على أنه ميل و توجه من الأفراد لإصدار حكم بالتأييد أو المعارضة أو المحايدة اتجاه الأشخاص والأشياء والمعارف.

2. خصائص و مكونات الاتجاهات :

بعد استعراض للتعاريف السابقة للاتجاه يمكن استخلاص أهم خصائصه وهي:

1. يكتسب ويتعلم من البيئة التي يعيش فيها الفرد.
2. له خاصية تقويمية مع أو ضد.
3. يتكون من ثلاث خصائص معرفية، انفعالية و سلوكية.
4. لا يلاحظ مباشرة، وإنما يستدل عليه من خلال ما يبدو على الفرد من أفعال خارجية خاضعة للملاحظة و القياس .
5. يتضمن علاقة بين الفرد و موضوع معين من موضوعات البيئة المتجادل عليها.
6. محتوى الاتجاه تغلب عليه الذاتية.
7. يتعدد ويختلف حسب المثيرات المرتبطة به.
8. يضيف النظام على ردود أفعالنا، ويبسر التوافق الاجتماعي.
9. من الممكن تعديله و تغييره.²

¹ عدنان يوسف العتوم، علم النفس الاجتماعي، ط1، إثناء للنشر و التوزيع، الأردن، 2009، ص 195، ص 196
² أحمد عبد الطيف وحيد، علم النفس الاجتماعي، ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة، الأردن، 2000، ص، ص: 40، 41

2.2. مكونات الاتجاه:

- بناء الاتجاهات يشمل مكونات و خصائص معرفية و عاطفية و سلوكية :
- **المكون المعرفي:** ويتضمن كل ما لدى الفرد من عمليات إدراكية و معتقدات و أفكار تتعلق بموضوع الاتجاه، كما يشمل ما لديه من حجج تقف وراء تقبله لموضوع الاتجاه .
 - **المكون العاطفي:** و يستدل عليه من خلال مشاعر الشخص و رغباته نحو الموضوع و من إقباله عليه أو من نفوره منه، و حبه أو كرهه له.
 - **المكون السلوكي:** يتضح في الاستجابة العملية نحو موضوع الاتجاه بطريقة ما. فإذا كانت لدى الفرد معتقدات سالبة عن أعضاء جماعة من الجماعات، فإنه بالتالي أما أن يتحاشى اللقاء بهم أو يوجه إليهم العقاب بأي صورة من الصور إذا كان في إمكانه ذلك، أما إذا كانت معتقداته ايجابية، فإنه يكون مستعد للتفاعل معهم أو لتقديم المساعدة لهم¹ و تتأثر مكونات الاتجاه بالعديد من العوامل المختلفة بعضها يرتبط بالفرد وبعضها يرتبط بالسياق الاجتماعي و الثقافي. فالمكون السلوكي يتأثر بضوابط الأنا الأعلى و بالضغط الاجتماعية الاقتصادية، و يظهر أحد هذين العاملين في السلوك التعصبي، حيث يمكن أن يفسر وفقا لجانب من جوانب الشخصية أو يمكن أن يفسر وفقا للمستوى الطبقي. أما الجانب المعرفي فيتأثر بالبراهين و الحجج التي يقدمها أهل الرأي و الخبرة و البرامج العلمية و الدينية و الثقافية التي تأتي عبر وسائل الإعلام. وقد يطغى مكون ما من هذه المكونات على باقي المكونات الأخرى .

¹ محمود السيد أبو النيل، علم النفس الاجتماعي عربيا و عالميا، ط1، مكتبة الانجلو المصرية، مصر، 2009، ص ص 353، 354

3. عوامل تكوين الاتجاهات:

الاتجاه مكتسب لا يولد مع الانسان بل وإنما يكتسبه بتفاعله مع عدة عوامل تؤثر على الاتجاه من حيث القوة و الضعف و الثبات والتغير ومن أهمها:

1.3. الوالدين: إن الاتجاهات الوالدية الخاصة وما يقدمانه من تعزيز لبعض أساليب الطفل السلوكية تأثير عميق على تكوين اتجاهاته ونموها ،ويكتسبها من خلال عملية التنشئة الاجتماعية .

وما يمكن الإشارة إليه أن الطفل كلما تقدم في النمو كلما تناقص تأثير والديه في اتجاهاته حيث يتعرض إلى مؤثرات أخرى على اتجاهاته.

1.3. التعليم: تعد المدرسة ثاني مؤسسات التنشئة الاجتماعية بعد الأسرة ، ولها تأثير كبير في شخصية الفرد و سلوكياته التي تحدد اتجاهاته ،و للتعليم دور فعال في ذلك كونه مصدر مهم لتزويد الفرد بالمعلومات المساعدة على نمو اتجاهات معينة أو تدعيمها وربما تعديل ما لديه من اتجاهات سابقة فما يكتسبه الطفل من المدرسة قد يجعله أكثر مرونة وأقل تعصبا وكلما زادت السنوات التي يقضيها الفرد في التعليم كلما بدت اتجاهاته أكثر تحررا.¹

3.3. تأثير وسائل الإعلام: تساعد وسائل الإعلام في تكوين الاتجاهات الاجتماعية أو تدعيمها و حتى حذف بعضها .

4.3. البيئة الاقتصادية: تلعب الظروف التي يعيش فيها المجتمع من غنى وفقر دورا في نشوء اتجاهات متعددة داخل المجتمع الواحد مما يؤدي إلى تبني كل طبقة جملة من الاتجاهات قد تختلف عن اتجاهات طبقة أخرى من بين تلك الاتجاهات ما تعلق بالاستهلاك و الادخار .

5.3. البيئة السياسية: للمجتمع الذي يعيش فيه الفرد دور مهم في تكوين اتجاهات أفراد، فنوع نظام الحكم وعلاقة النظام الحكم ومحكوميه وكذا السياسات التي ينتهجها في الحكم تؤثر بشكل واضح على اتجاهات الأفراد نحو مختلف القضايا.

¹ أحمد عبد الله، السلوك الاجتماعي و دينامياته، دط، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2003، ص 72

3.6. البيئة الجغرافية: فالفرد الذي يعيش في الريف يكون تمسكه أقوى باتجاهاته من الذي يعيش في المدينة فالأول يعطي أولوية لاتجاهات ذات الصلة بالعادات و التقاليد والقيم أما الثاني فقد يعطي أولوية لتكوين اتجاهات حول بعض الأمور المادية.¹

4. مصطلحات ذات صلة بمصطلح الاتجاهات :

محاولة لتحديد أعمق لمفهوم الاتجاهات سيتم مقارنتها مع مصطلحات أخرى و هي الميول والقيم:

1.4. القيم والاتجاهات: إن الفرق بين القيم والاتجاهات هو الفرق بين العام والخاص ، حيث تقف القيم محددات لاتجاهات الفرد فهي عبارة عن تجريدات وتعميمات تتضح من خلال تعبير الأفراد عن اتجاهاتهم حيال موضوعات محددة.

يتطرق (سويف) للعلاقة بين المصطلحين فيقول-أن بحوث الاتجاهات بدأت داخل ميدان علم النفس في حين أن بحوث القيم بدأت داخل ميدان الفلسفة ويرى أن القيم تقدم المضمون للاتجاهات .فالاتجاهات شكلا أقرب ما يكون إلى الطابع التجريدي حيث تحدد القيم لهذا الشكل مضمونه وفحواه²

كما يفرق (ميلتون روكيش) بين القيم والاتجاهات على النحو الآتي:

- يشير الاتجاه إلى تنظيم لمجموعة من الاعتقادات التي تدور حول موضوع أو موقف محدد في حين أن القيمة تشير إلى معتقد واحد وتشتمل على ضرب من ضروب السلوك أو غاية من الغايات و تحتل القيم مكانة مركزية وأكثر أهمية من الاتجاهات في بناء شخصية الفرد ونسقه المعرفي و يعتبر مفهوم القيم أكثر ديناميكية من الاتجاهات حيث ترتبط مباشرة بالدافعية في بينما الاتجاهات ليست كذلك فهي ليست عوامل أساسية موجهة للسلوك.

2.4 الاتجاهات و الرأي:الرأي : هو وجه النظر التي يعبر عنها الفرد تعبيراً خارجياً مكشوفاً ،فهو يتضمن الإعلان عن وجوده بواسطة ألفاظ أو رموز تسمح بفهم الواقعة المعلن عنها

¹ شعبان علي السبيسي، علم النفس (أسس السلوك الإنساني بين النظرية والتطبيق)، دط، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2009، ص- ص:176،175

² عبد اللطيف خليفة، ارتقاء القيم، سلسلة عالم المعرفة، العدد 160، الكويت، 1992، ص44

،فلا بد أن يخرج الرأي من النطاق الداخلي إلى النطاق الخارجي ،فالعنصر الهام للرأي هو الإعلان و الإفصاح عنه¹. وعليه فالرأي هو الاعلان و الإفصاح عن الاتجاه.

3.4. الاتجاهات و الميول: يتصل كل من الميل و الاتجاه و الميل بتفضيل أو إيثار شيء ما لكن الفرق :- أن الميل يكون له جانب واحد وهو الجانب الإيجابي فقط بينما الاتجاه له ثلاث جوانب ثلاث سالبي ،إيجابي و محايد.

- الميل تغطي عليه الصبغة الانفعالية بينما الاتجاه وان كان يحتوي على جانب انفعالي لكن تغطي عليه الصبغة العقلية.

- يتأثر تكوين الميل بالممارسة بينما الاتجاه يتأثر تكوينه بشكل كبير بالمعرفة².

5. وظائف و أنواع الاتجاهات:

1.5. وظائف الاتجاهات: يمكن إجمال وظائف الاتجاهات في

- تكوين المعرفة: تساعد الاتجاهات على توسيع مدارك الفرد وسعة اطلاعه على مختلف المعارف ،فالمراحل التي يمر بها الفرد بالبحث عن المعلومات للاستفادة منها في تكوين اتجاهاته هي فرصة في لتعويده على البحث و الاطلاع مما يخلق حيوية و زيادة حصيلته الفكرية.

- الرغبة في التأقلم: حيث تساعد الاتجاهات في التكيف مع البيئة التي يعيش فيها الفرد من خلال قبوله للاتجاهات الموجودة في تلك البيئة ،ولأن الفرد يرغب في إيجاد نوع من الانسجام و التجانس مع الجماعة التي ينتمي إليها رغبة منه في تحقيق الانتماء الاجتماعي لذا يعتنق الاتجاهات التي تؤمن بها الجماعة.

- الدفاع عن الذات يلجأ الفرد لتبني اتجاه معين قصد الدفاع عن ذاته لما يواجهه من ضغوط و صراع في حياته اليومية لأسباب داخلية أو خارجية ،كما أن الاتجاه يساعد على التعبير عن الذات من خلال ما يتبناه من القيم و المثل التي يؤمن بها فيميل إلى التصرف وفقاً لها³.

¹ منال طلعت، مدخل إلى علم الاتصال، دط،المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2002،ص124

² محمود عمر وآخرون، مرجع سابق،ص330
المرجع السابق، ص177،ص178

2.5. أنواع الاتجاهات:

يكون الانسان اتجاهاته النفسية و الاجتماعية نحو كل ما يحيط به من النظم السائدة و العادات و التقاليد و كل ما يتعلق ببيئته الاجتماعية ، ولكن رغم أن الأفراد يتعرضون لنفس المثيرات لكن استجاباتهم تختلف مما يؤدي اختلاف و تعدد الاتجاهات وقد يعود ذلك إلى الفروق الفردية ومكونات الشخصية من شخص لآخر. وعليه يمكن تقسيم الاتجاهات النفسية إلى:

- الاتجاهات الاجتماعية و الاتجاهات الفردية : حيث تكون الاتجاهات الاجتماعية مشتركة بين عدد كبير من الأفراد أما الفردية فهي التي يتميز بها فرد عن الآخرين فإعجاب الناس بالبطولة اتجاه جماعي و إعجاب الفرد بزميله اتجاه فردي.

الاتجاهات القوية و الاتجاهات الضعيفة: القوة و الضعف هما ما يميزان شدة الاتجاه والذي ينعكس على الفرد و مدى تفاعله مع الآخرين ،فرد الفعل الحاد في موقف اجتماعي يدل قوة الاتجاه و العكس صحيح .¹

- الاتجاهات الموجبة و الاتجاهات السالبة : الاتجاهات الموجبة كالحب و التفضيل لأحداث أو أشياء معينة. الاتجاهات السالبة كالنفور ،الازدراء أو الرفض.

- الاتجاهات النوعية و الاتجاهات العامة : النوعية :إذا انصب الموضوع على حدث خاص كالخوف من حيوان معين. أما العامة إذا كان الموضوع عاما شاملا ويمكن أن نسمي الاتجاه في هذه الحالة سمة trait .²

- الاتجاهات السرية و الاتجاهات العلنية فالاتجاه السري هو الذي لا يستطيع الفرد التعبير عنه أما العلني فهو الذي لا يجد خوفا أو ترددا في التعبير عنه أمام الغير.

6. تغيير الاتجاهات " Attitude Change " :

ويقصد بتغيير الاتجاه استيعاب المتلقي – متطوعا- للرسالة المعروضة عليه،بشكل ينعكس على إدراكه وانفعالاته وأفعاله التي تعبر عن التزامه بما توصي به تلك الرسالة. فتغيير اتجاه الفرد يعتمد على إعادة تنظيم بنائه المعرفي فتتغير الاتجاهات حين نكون اعتقادات جديدة ونغير الاعتقادات القديمة . وهناك نوعان من تغيير الاتجاهات : تغيير متنسق أو مطابق وفيه

¹مجدي أحمد عبد الله، مرجع سابق، ص63، ص64

² عبد القادر كراجه، القياس و التقويم في علم النفس، ط1، دار البازوري للنشر و التوزيع، 1997، ص218

تنسق وجهة التغيير مع وجهة الاتجاه فنزيد من درجة الإيجابية للاتجاه الإيجابي و من درجة السلبية للاتجاه السلبي.

تغيير غير مطابق أو غير متنسق: وفيه تتعارض وجهة التغيير مع وجهة الاتجاه القائم بالفعل¹.

إلا أن الإشكال لا يكمن في نوع التغيير و إنما في مدى إمكانية التغيير فعملية تغيير الاتجاهات في علم النفس أشبه ما تكون بعملية تغيير الدم في الطب ، حيث يؤكد علماء النفس الاجتماعي أن الاتجاهات لا تتغير أو تستبدل بنفس السهولة التي تم تعلمه بها للان الاتجاه بعد نشأته يصبح جانبا مندمجا في شخصية الفرد.

ومع ذلك ورغم ما تتميز به الاتجاهات من ثبات و استمرار – نسبيين- ، فهي قابلة للتغيير إما بشكل تلقائي نتيجة لما يؤثر عليها في الحياة العادية وإما بشكل مقصود تحت ظروف معينة و هذا يتطلب - حسب العلماء- استخدام مبادئ التحويل والترابط و إشباع الحاجة وهي نفس المبادئ التي يتم تعلم واكتساب الاتجاهات من خلالها.

1.6. عوامل تغيير الاتجاهات:

من العوامل التي تجعل تغيير الاتجاه سهلا: - ضعف الاتجاه و عدم رسوخه.
- وجود اتجاهات متوازية أو متساوية في قوتها بحيث يمكن ترجيح أحدهما على باقي الاتجاهات.

- توزع الرأي بين اتجاهات مختلفة .

- عدم تبلور ووضوح اتجاه الفرد أساسا نحو موضوع الاتجاه.

عدم وجود مؤثرات مضادة.

- سطحية أو هامشية الاتجاه.

ومن العوامل التي تجعل تغيير الاتجاه صعبا:- قوة الاتجاه القديم ورسوخه .

- استقرار الاتجاه في شخصية الفرد و ارتفاع قيمته و أهميته في تكوين شخصية الفرد و معتقدات الجماعة التي ينتمي إليها.

- الجمود الفكري و صلابة الرأي عند الأفراد.

¹ معتز سيد عبد الله ، حليفة عبد اللطيف، علم النفس الاجتماعي ، دار غريب للطباعة و النشر و التوزيع ، مصر، 2001، ص 328

- إدراك الاتجاه الجديد على أن فيه تهديد للذات.¹

ومن العوامل المؤثرة في تغيير الاتجاهات: الولاء للجماعة فالأفراد الذين لديهم ولاء و انتماء للجماعة لديهم استعداد لتعديل اتجاهاتهم إذا كان ذلك يلقي تأييدا ومساندة من قبل أعضاء الجماعة .

كما أن عمر الفرد له تأثير في مدى القدرة على تغيير الاتجاه فالاتجاهات التي لها عمر طول مع الفرد يصعب تغييرها و العكس صحيح.

و يوجز " عبد الستار ابراهيم" ² تلك العوامل المؤثرة في تغيير الاتجاهات في ثلاث متغيرات ذات وزن كبير في التأثير في الاتجاهات و إمكانية تعديلها: محتوى الاتجاه أو مضمون ما تقوله رسالة معينة ،مصدر الرسالة أو من هو قائل الرسالة طبيعة الشخص المستقبل لما تتضمنه الرسالة.

- مصدر الرسالة: تثبت دراسات علماء علم النفس الاجتماعي أن الرسالة الواحدة يختلف تأثيرها باختلاف قائلها. ومن السهل عليك أن تثبت أن أكثر الناس تأثيرا فيك هم الناس الذين تحمل لهم بعض المودة وتعرف عنهم من خبرتك أنهم صادقون وغير مخادعون ويزداد تأثير المصدر إذا كان خبيرا في الموضوع أو ذا سمعة طيبة أو إذا كان جذابا ومعروفا باحترامه ونزاهته ومن هنا يأتي دور الوسائل الإعلامية في الترويج للمتكلم أو خلق صورة جذابة أو غير جذابة عنه قبل أن يبدأ في إلقاء خطابه أو حديثه. و لهذا السبب يثير ظهور نفس الشخص مشاعر مختلفة لدى المتلقين

- خصائص الرسالة: مهما تنوعت خصائص المصدر وهيبته وجاذبيته فإنه يقنع الآخرين بمواضيع غير حقيقية أو خيالية كالقول أن الأرض مسطحة وأن الشتاء أكثر دفئا من الصيف أو العكس. لا بد أن يكون محتوى ما يقوله مقنعا ولا يتعارض مع المنطق أو العقل. كذلك يجب أن تكون الرسالة مفهومة وغير بعيدة عن وعي المستهدف بها و إدراكه وإلا أفقدت الاتصال بالآخرين معناه وقيمتها واستمراره. ولطريقة تقديم الرسالة تأثير هام أيضا فإن التأثير دائما يرتبط بطريقة تقديم الفكرة والوقت و المكان المناسبين .

¹ محمد جاسم العبيدي، باسم محمد ولي، المدخل إلى علم النفس الاجتماعي، ط1، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2009، ص311، ص312

² عبد الستار إبراهيم، الانسان و علم النفس، سلسلة عالم المعرفة، العدد 86، الكويت ، 1985، ص220، ص223

- خصائص المستمعين أو المتلقيين : وهنا يجب أن نهتم بالخصائص الشخصية واتجاهات المتلقي و ميوله وميولهم. وتثبت الدراسات عموماً أن الذي يتميزون بالإحساس بالنقص وعدم الثقة والعجز عن تأكيد الذات غالباً ما يسهل تغيير اتجاهاتهم. خاصة إن كانوا أقل تأكداً من صدق آرائهم السابقة. فالشخص الذي يقلل من شأن أفكاره غالباً ما يجد نفسه ميالاً للاقتناع بأحكام .

وتزداد أهمية هذا العامل بشكل خاص عندما تكون الرسالة ذات محتوى مركب ولا يتيسر استيعابها بسهولة... ففي مثل تلك الظروف غالباً ما ينتهي الشخص الذي ينتابه الإحساس بالنقص إلى فقدان ثقته في مدى قدرته على فهم الرسالة أو استيعابها وبالتالي يجد نفسه مدفوعاً للاقتناع

- كذلك تثبت الدراسات أن أصحاب الشخصيات التسلطية يقتنعون بسهولة إذا كانت الرسالة صادرة من مصدر مرتفع في القوة ويزيد تأثرهم أيضاً بأساليب الإعلام . كذلك نجد أن منخفضي الذكاء يقتنعون بالإعلانات. ويقتنعون بالمشاهدة أكثر من الكلمة المقروءة أما الأذكىاء فيتأثرون بالحجج العقلية .. ويميل بعض الأشخاص لتقبل التغيير إن كان مماثل لرأي رأي الأغلبية وتسمى هذه الظاهرة "مسايرة القطيع "

كما أن الرسالة تكون أكثر فاعلية وتأثيراً في الفرد الذي يحمل اتجاهها مؤيداً منذ البداية نحو الموضوع أو الاتجاه الجديد. وتكون مؤثرة أيضاً عند ذوي الاتجاهات المحايدة. أما الشخص الذي يحمل منذ البداية اتجاهها معارضا ومتطرفاً فإن تأثره يكون أقل ومحدوداً. بعبارة أدق يكون التأثير ممكناً إذا كان المعنى بالتغيير لا يحمل اتجاهها متطرفاً

2.6. الأسلوب الإسلامي في تغيير الاتجاهات:

يتميز هذا الأسلوب بالالتزام الأخلاقي والاعتماد على الحقائق الواقعية، مبتعداً عن التحريف والتزييف للواقع أخذاً في الاعتبار طبيعة النفس البشرية وما هي الأساليب التي تؤثر فيها مع مراعاة الفروق الفردية¹

¹ عبد الرحمن العيسوي، مشكلات الشباب العربي المعاصر، د ط، الدار الجامعية، مصر، ص: 334، 331

فمن أهم ميزاته الاعتماد على الموعظة الحسنة في الإقناع و تكوين الاتجاهات وتجنب العنف و الغلظة و الإكراه استنادا للآية الكريمة: (ادع إلى سبيل ربك بالحكمة و الموعظة الحسنة)¹ و من لم يتأثر بالموعظة فلا بد من الإقناع العقلاني والجدال بالحسنى و قرع الحجة بالحجة مصداقا لقوله تعالى: (وجادلهم بالتى هي أحسن)² وهكذا فالأسلوب الإسلامى يتسم بالطابع الخلقى و توخى الأمانة والاعتماد على النقاش و دعوة العقل للتأمل و التدبر و القياس .

¹ القرآن الكريم سورة النحل الآية: 125

² القرآن الكريم، سورة النحل الآية: 125

ثانيا : قياس الاتجاهات:

بعد التطرق لماهية الاتجاهات الاجتماعية و النفسية بالتعرف على مفهومها ،خصائصها، أهميتها و طرق اكتسابها يأتي الجانب الأهم من حيث علاقته بموضوع الدراسة وهو كيفية قياس الاتجاهات و الشروط التي يجب توفرها في تصميم مقاييس الاتجاهات و كذا الطرق المختلفة في القياس.

1. شروط صياغة مقياس اتجاهات:

لقد ابتكر العلماء العديد من الطرق لقياس الاتجاهات ولكن قبل التطرق لتلك الطرق يجب الإشارة إلى الخصائص التي ينبغي توفرها في مفردات المقياس فليست كل عبارة أو جملة يمكن استخدامها في مقاييس الاتجاهات .و من تلك الشروط¹:

- يجب صياغة العبارات بصيغة الحاضر حتى لا يحدث خلط في حالة ما إذا غير المبحوث اتجاهه عما كان عليه فيصبح في حيرة بين الاتجاهين المقصود في العبارة بصياغة العبارة في الوقت الحاضر تبدد حيرته وتحدد له وبدقة المقصود من السؤال.
- يجب أن يعبر كل سؤال أو عبارة عن فكرة واحدة فلا يحتوي على فكرتين تجعل من الصعب على المبحوث الإجابة فقد يوافق على فكرة و يعارض الأخرى.
- يجب تجنب القضايا التي تشير إلى تخصص دقيق أو إلى نشاط محدد جدا لأنها لا تنطبق إلا على قلة من أفراد المجموعة المراد قياس اتجاهاتهم.
- يجب تجنب القضايا التي سيجيب عليها صاحب الاتجاه المؤيد والمعارض فإثارتها لا تساعد في التمييز بينهما.
- ينبغي تجنب القضايا الغامضة أو عديمة المعنى فالقضايا التي يحتمل أن تكون لها أكثر من معنى أو تلك التي يراها كل فرد رؤية خاصة لا تساعد على مقارنة الفرد بغيره .
- يجب أن تكون العبارات قصيرة ،بسيطة، واضحة سهلة القراءة كما يجب تحاشي النفي المزدوج.
- يجب صياغة العبارات بحيث يمكن قبولها أو رفضها.

¹ عبد الرحمان عيسوي ،الإحصاء السيكولوجي التطبيقي، د ط، دار المعرفة الجامعية،مصر، 2000،ص 221

- يجب أن تشير القضايا إلى أنماط من السلوك و ليس إلى وحدات جزئية فردية ،عما يسبب الحزن لشخص ما قد يكون سببا للفرح والبهجة لشخص آخر فالقضايا التي تشير إلى أحداث نوعية يجب تجنبها.

- القضايا التي تعبر عن حقائق لا تستخدم في لأن جميع الأفراد يقبلونها، فعند قياس الاتجاه نحو الدين لا يمكن القول: الدين وجد منذ أن وجد الإنسان " فهذه حقيقة تاريخية و قبولها ل يفيد في قياس الاتجاه نحو الدين.

2. خطوات بناء مقياس اتجاهات: بعد اطلاع الباحث على أهم مواصفات العبارات التي سيتضمنها مقياسه ينتقل إلى بناء المقياس متبعا الخطوات التالية الباحث بالخطوات التالية¹:

- تحديد مفهوم الاتجاه إجرائيا كما يتناوله الباحث في دراسته و كذلك تحديد أبعاد الموضوع أو القضية المراد قياس الاتجاه نحوها.
- الاطلاع على الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع المراد قياس الاتجاه نحوه و التعرف على المقاييس التي استخدمت في ذلك مع مراعاة الفروق الحضارية التي تختلف من مجتمع لآخر.
- القيام بدراسة استطلاعية ميدانية حيث يقوم الباحث بإعداد مجموعة من الأسئلة التي تخص كل جانب من الموضوع على عينة استطلاعية للحصول على الأفكار و العبارات التي سيتضمنها المقياس.
- إعداد بنود المقياس ويتم ذلك بصياغة مجموعة من العبارات التي تقيس كل من الجوانب الوجدانية(مشاعر الفرد وانفعالاته) والمعرفية (تتعلق بالأفكار ة المعلومات) و السلوكية (استعداد الفرد للقيام بأفعال تتفق مع اتجاهاته).
- إعادة ترتيب المقياس بطريقة عشوائية بحيث لا يكتشف المبحوث التسلسل المقصود وتتكون لديه وجهة نظر مسبقة أي يكون لديه تهيؤ عقلي. كما يجب تحديد عدد العبارات الخاصة بكل بعد من أبعاد الموضوع المراد قياسه.

¹ أمين سليمان ، صلاح أحمد مراد، الاختبارات و المقاييس العلوم النفسية و التربوية،دط، دار الكتاب الحديث، الكويت، 2002، ص 321،322

➤ تعليمات المقياس فيجلب على الباحث إدراج تعليمات يقدمها للمبحوث تشمل تعريفه بهدف إجراء المقياس و كذا طريقة تسجيل الإجابة و تنبيه المبحوث أن ذكر الاسم غير ضروري ، إخباره بضرورة التعبير عن رأيه بكل أمانة و أن المعلومات التي يدلي بها سرية و لا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

➤ و قبل توزيع المقياس على العينة المطلوبة يجب عرضه على مجموعة من المحكمين من ذوي الخبرة و الاختصاص بغرض التأكد من اللغة التي صيغ بها المقياس، وضوح المفردات كي لا توهي بالإجابة، كل عبارة تحمل فكرة واحدة فلا تكون مركبة.

➤ يعيد الباحث صيغة مقياسه آخذا بعين الاعتبار آراء المحكمين بتعديل بعض العبارات أو حذف بعضها.

➤ تطبيق المقياس على عينة لا تقل عن 30 مفردة للتأكد من مدى مناسبه للعينة المستهدفة و حساب معامل الثبات قبل استخدامه في الدراسة.

وبعد القيام بالخطوات السابقة يصبح المقياس قابلا للتطبيق الميداني

3. طرق بناء مقاييس الاتجاهات:

قبل التطرق إلى طرق بناء مقياس الاتجاهات تجدر الإشارة إلى وجود نوعين من أساليب قياس الاتجاهات وهي:

1.3. الأساليب المباشرة والتي تقوم على طرح عبارات مباشرة في معناها و غرضها و ما على المفحوص إلا الإجابة بالقبول أو الرفض للعبارة أو أن يقوم بترتيب العبارات المعروضة عليه من حيث أهميتها له و هذا الأسلوب يقوم أساسا على مدى تعاون المفحوص فقد يعطي استجابات صادقة أو العكس و هذا الأسلوب هو الشائع في قياس الاتجاهات مثل مقاييس: ثرستون، ليكرت، مقاييس الاتجاهات الو الدية و الاتجاهات المدرسية.

2.3. الأساليب غير المباشرة و تشتمل على الأنواع التالية :

أ. الاختبارات المعرفية وهي تبدو في الأساس قياس لمعلومات المفحوص ولكنها في الواقع قياس لاتجاهاته، فإجابات الأفراد تعبر عن الاتجاهات الكامنة وراء هذه الأسئلة

المعرفية من أمثلة ذلك : مادة الرياضيات يفترض أن يكوم نصيبها في الحصص الأسبوعية : 10 % من الحصص الأسبوعية.

30% من الحصص الأسبوعية.

50% من الحصص الأسبوعية.

فإذا اختار المبحوث الإجابة الثالثة يدل على أن اتجاهاته إيجابية نحو الرياضيات أو أن إجابته نابعة بحاجة هذه المادة لمزيد من الوقت.

ب. اختبارات الإدراك و الذاكرة: ومفادها أن الأشخاص ذوي الاتجاهات المختلفة سيستجيبون بصورة مختلفة للمثيرات المعروضة عليهم ، فالأفراد ذوي الاتجاهات الإيجابية نحو موضوع قد يتذكرون تفاصيل ما يعرض عليهم بصورة أكثر وضوحا من ذوي الاتجاهات السلبية . فمثلا عرض صورة لأفراد يلعبون كرة السلة على مجموعة من الأشخاص ثم طرح أسئلة حول تفاصيل الصورة نجد أن نجد أن ذوي الاتجاهات الإيجابية يتذكرون تفاصيل الصورة أكثر من أصحاب الاتجاهات السلبية.

ت. اختبارات الأحكام: يتم هذا الأسلوب بعرض مثيرات ثم يطلب من المبحوث أن يحكم عليها، ومن خلال تلك الأحكام يمكن التعرف على اتجاهه. فيمكن معرفة اتجاه فرد ما نحو المسلمين بعرض صورة لأحد مقدساتهم ويطلب منه الحكم عليها من حيث جمالها أو عدمه ومن خلال الحكم الذي يطلقه يمكن معرفة اتجاهه نحو المسلمين ودينهم¹

¹ محمود أحمد عمر و آخرون، القياس النفسي والتربوي، ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، الأردن، 2010، صص:320-321

4. مقاييس الاتجاهات : فمن أهمها:

1.4. اختبار المسافة الاجتماعية لبوجاردس Bougaderus :

تعد محاولة بوجاردس لقياس المسافة الاجتماعية من أقدم المحاولات في هذا المجال وهو مقياس له قيمة تاريخية إنه أول محاولة لقياس الاتجاهات حيث وصفها "بوجاردس-1925-" وقد عدل هذا المقياس أكثر من مرة واستخدم في دراسات عديدة. ولا يزال مقياسه يستخدم في التعرف على اتجاه الأفراد نحو الأجناس العنصرية المختلفة. فهو يحوي عبارات ترمي إلى قياس اتجاه الفرد نحو درجة تقبله أو نفوره من الأجناس الأخرى ، استغل "بوجاردس" لعض مواقف الحياة الحقيقية للتعبير عن مدى البعد الاجتماعي التي يحس به المبحوث نحو الأجناس الأخرى .

يقدم عدة جمل يقدر من خلالها المبحوث درجة تقبله لأفراد من شعوب أخرى باعتبار التقبل على النحو التالي: الزواج، الصداقة، الجيرة ، زمالة العمل ، المواطنة الزيارة والابتعاد من البلد.

- تعليمات المقياس:** بناء على ما تشعر به وللوهلة الأولى صنف هذه الموضوعات العنصرية بناء على واحدة أو أكثر من التصنيفات الموضحة أدناه (ضع دائرة حول الرقم الذي يعبر عن إحساسك) و يتكون المقياس من سبع درجات متفاوتة من القبول المطلق إلى الرفض المطلق و هي: - علاقة متينة بالزواج.
- في النادي الذي أنتمي إليه كصديق لي.
 - في الشارع الذي أعيش فيه كجار لي.
 - كموظف في مثل عملي.
 - كمواطن في نفس بلدي .
 - كزائر فقط إلى وطني.
 - استبعدهم من بلدي.

ومن نقائص هذا المقياس:¹ - يستثني الحالات المتطرفة تطرفا شادا كالشخص الذي لا يكفيه استبعاد الأجانب بل ربما يريد محوهم تماما. فوحداته لا تعكس اتجاهات هذه الفئة.

- نتائج هذا المقياس تمثل نتائج عدة مقاييس يمثل كل واحد منها مقياسا منفصلا لكل شعب.
- أنه من يوافق على الوحدة الأولى يوافق عادة على الوحدات التالية ففي الغالب الذي يوافق أن يتزوج من فتاة تنتمي إلى جنس آخر فسيوافق على أن يكون أبناء جنسها أصدقاءه وزملائه وجيرانه، أما الوحدة السادسة والسابعة فيوافق عليها المتعصبون ضد الأجناس الأخرى.

2.4. طريقة ثرستون²: في سنة 1928 طور " تور ستون " الطريقة السابقة حتى يتمكن تحقيق التساوي بين المسافات الاجتماعية بحيث تصبح المسافة بين الزواج والصدقة مساويا تقريبا بين المواطنة والزيارة على سبيل المثال
وعند تصميم "ثرستون" لمقياس الاتجاهات بدأ محاولته بأن طلب من الأفراد المفحوصين بإجراء مقارنة بين عبارات المقياس على شكل أزواج ثم يقرر الفرد أي العبارتين أكثر إيجابية أو أكثر سلبية في التعبير عن الاتجاه. ولكن هذه الطريقة صعبة خاصة إذا كان عدد العبارات عشرين ففي هذه الحالة يقوم الفرد بفحص 19 زوجا .

ليطور ثرستون في ما بعد طريقة أخرى تستهلك جهدا أقل من المبحوث و هي طريقة الفئات المتساوية. كما وضع تلاميذه ما يزيد على 30 مقياس لدراسة الاتجاهات نحو عدد من المواضيع كتحديد النسل ، الطلاق، الهجرة، الزواج....وقد اتبعت الخطوات التالية في بناء هذه المقاييس وكانت على النحو التالي³:

- يطلب من عدد كبير من الأفراد تقديم بعض الجمل التي تعبر عن اتجاهاتهم نحو موضوع معين.

¹ محمد زيدان، مرجع سابق، ص180، ص181

² صالح الداھري، وهيب الكبيسي، علم النفس العام، ط1، دار الكندي للنشر و التوزيع، الأردن، 1999

³ محمود أحمد عمر و آخرون، مرجع سابق، ص322

- تقسم تلك الجمل من طرف المحكمين إلى 11 قسما أو فئة من (أ) إلى (ك) بحيث تكون الفئة (أ) الأكثر إجابا أو قبولا بينما تكوم الفئة (ب-و) موقفا محايدا ثم الجمل في الفئة (ز-ك) تعبر عن الاتجاه السلبي لأقصى حد.

- حساب القيمة الوسطية لأي عبارة من حيث الإيجاب أو القبول وذلك على أساس أن العبارة ستأخذ درجة من (1-11) تبعا للفئة التي وقعت فيها عند تقدير المحكمين.

- استبعاد الجمل غير المتصلة بالموضوع والتي لم يتفق عليها الحكام واستخدام المتلقية والتي عادة ما تكون ما بين (20-25 عبارة) .

ما يعاب على هذا المقياس أنه معقد و مكلف والمشكلة الرئيسة لمقياس ثرستون هي الآثار الممكنة لاتجاهات المحكمين على تصنيف العبارات و هذا ما يفتح المجال وسعا أما التحيز الشخصي.

3.4. طريقة ليكرت للتقديرات التجميعية:

في سنة 1932 قدم "رنسيس ليكرت" ¹ طريقة عرفت باسمه لقياس الاتجاهات و تتمثل في صياغة عدد كبير من البنود عن الموضوع المراد قياس الاتجاه نحوه و البنود يكون بعضها موجبا فيشير مضمونه إلى أن الخاصية مرغوب فيها و مطلوب وجودها بينما يكون بعضها الآخر سالبا إذ يحتوي مضمونه على النقيض. ويعبر الفرد عن اتجاهه بالإجابة على كل بند من خلال خمسة بدائل تمتد من الموافقة الشديدة إلى المعارضة الشديدة ثم الحياد وهي كالتالي:- أوافق بشدة، أوافق، محايد، أعارض بشدة ، أعارض

في حالة البنود الإيجابية تعطي 5 درجات أمام البديل أوافق بشدة و 4 أمام أوافق و 3 درجات أمام محايد و 2 أمام أوافق و 1 أمام أوافق بشدة.

أما البنود السلبية فتكو الدرجات بالعكس أوافق بشدة 1، أوافق 2، محايد 3، أعارض بشدة 4، أعارض 5 .

¹ بشير معمريّة، القياس النفسي و تصميم أدواته، ط2، منشورات الحبر، الجزائر، 2007، ص 283، ص 281

وحسب الطريقة السابقة في التصحيح فإن الدرجة المرتفعة على الاستبيان تشير إلى اتجاه إيجابي في حين تشير الدرجة المنخفضة إلى الاتجاه السلبي.

نالت طريقة ليكرت شهرة كبيرة و تستخدم على نطاق واسع البحوث النفسية لما تتميز به من خصائص التالية :- تمكن من استخدام أسلوب تحليل البنود و اختيار القوة التمييزية للبند.

- تمكن من تجانس الاستبيان بحساب ارتباط كل بند بالدرجة الكلية

رغم تلك الخصائص إلا أن هذه الطريقة تعرضت للنقد فيمكن لشخصين أن يحصلوا على نفس الدرجة الكلية على الاستبيان.

في نهاية هذا الفصل يمكن القول أن موضوع الاتجاهات النفسية والاجتماعية يضم موروث نظري أكبر من أن يحصى في هذه الدراسة ولكن أشارت الباحثة إلى بعض القضايا التي من شأنها إزالة الغموض حول ماهية المصطلح من جهة و الإشارة إلى العناصر التي تساعدنا في إنجاز دراستها خاصة على مستوى الدراسة الميدانية و ما تعلق بها من قياس الاتجاهات و الشروط اللازمة لتصميم مقياس اتجاهات وأي المقاييس التي ستعتمدها في قياس اتجاهات. وقد اختارت الباحثة مقياس ليكرت لقياس اتجاهات الشباب نحو رسالة الإعلام الإسلامي المرئي.

الفصل الثالث:

الشباب ماهيته وقضاياه

أولاً: ماهية الشباب :

أبرز ما ميز محاولات العلماء والباحثين في تحديد مفهوم الشباب هو عدم اتفاقهم حول هذا المفهوم ،من حيث أن الشباب مرحلة من مراحل النمو عند الإنسان لها بداية معينة ونهاية معينة ،إذ أن حياة الإنسان وحدة متصلة متداخلة الفترات لا يمكن أن تتجزأ ولا ينتقل صاحبها من مرحلة إلى مرحلة أخرى في يوم محدد أو ساعة محددة ،لهذا يلاحظ في كل مرحلة من مراحل النمو استمرار خصائص المرحلة السابقة من جهة وأنها تشكل من جهة أخرى تقديمًا لخصائص المرحلة اللاحقة.

هذا عدا أن الثقافة الخاصة بكل مجتمع تسهم في تحديد المرحلة العمرية للإنسان وتجعلها مختلفة من مجتمع إلى آخر باختلاف الثقافات فيما بينها ،إضافة إلى الفروق الفردية التي تنسم بها شخصية كل إنسان.

1. تعريف الشباب:

1.1- تعريف الشباب لغة: اللفظ " شاب " من الفعل "شب" و الجمع شبان أو شببية

والمؤنث شابة و الجمع شابات وشواب أو شوائب .

ويعرفه المعجم الوسيط" على أنه من أدرك سن البلوغ إلى سن الرجولة والشباب يعني الحدائة وشباب الشيء أوله."

بينما يعرفه مختار الصحاح "الشباب جمع شاب و هو أيضا الحدائة و كذا الشببية وهي خلاف الشيب أما في المصباح المنير "شب الصبي يشب"من باب شبابا و شببية وهو شاب و ذلك قبل سن الكهولة و يعني النشاط و القوة و السرعة و في قواميس اللغة الانجليزية نجد مصطلح " youth " يعني: تلك الفترة الزمنية التي توجد بين مرحلتي الطفولة و الرجولة كما يشير إلى الشخص صغير السن سواء كان ذكرا أو أنثى"

ويعرف "قاموس وبستر " الشباب : "فترة من مراحل العمر المبكرة،فترة من العمر تكون بين مرحلتي الطفولة أو الحدائة و المراهقة."

2.1- تعريف الشباب اصطلاحاً :

نتيجة لاختلاف المنطلقات الفكرية للباحثين اختلفت المعايير المعتمدة في تعريف مرحلة الشباب فحسب علماء الاجتماع فإن فترة الشباب تبدأ عندما يحاول المجتمع تأهيل الفرد لكي يحتل مكانة اجتماعية ولكي يؤدي دوراً أو أدواراً في بناء المجتمع وتنتهي فترة الشباب عندما يتمكن الفرد من احتلال مكانته الاجتماعية وأداء أدواره، أي أن الشخصية الإنسانية تظل شابة طالما أنها لم تعد لأداء أدوارها الاجتماعية بعد¹.

العلوم الاجتماعية يقصد بالمصطلح: "الأفراد في مرحلة المراهقة أي الأفراد بين مرحلتين البلوغ الجنسي و البلوغ أحياناً ويستعمله بعض العلماء أمثال "جزل" ليشمل المرحلة من العاشرة حتى سن السادسة عشر إلا أن الفترة التي تتم فيها مرحلة الشباب غير محددة وقد تمتد حسب البعض حتى سن الثلاثين..."

أما علماء النفس يرون أن الشباب عبارة عن حالة نفسية تصاحب مرحلة عمرية معينة يتميز فيها الفرد بالحيوية و القدرة على التعليم و المرونة في العلاقات الاجتماعية والقدرة على تحمل المسؤولية و يربطون بداية و نهاية مرحلة الشباب بنمو الفرد اكتمال بنائه الدافعي. بينما يرى علماء الاقتصاد أن الشاب هم من يعمل و ينتج و يبيع ولا دخل للسنة في التسمي، فبما أن الانسان يعمل و يشارك في العملية الإنتاجية فهو شاب في المعنى الاقتصادي لأنه عنصر من عناصر الإنتاج أربعة : الطبيعة، العمل، رأس المال و التنظيم و التي جعلها تشارك في إنتاج السلعة المادية و المعنوية.

ما يأخذ على التعاريف السابقة أنها جعلت من الشباب مصطلح فضفاض غير واضح الحدود لم تحدد متى تبدأ هذه المرحلة ومتى تنتهي

أما الجمعية العامة للأمم المتحدة عرفت الشباب عام 1995 : بأنهم مجموعة من الأفراد تتراوح أعمارهم بين 15-24 سنة و أقرت الجمعية عام 2000 لأن هذا المدى يختلف باختلاف المجتمعات. وحدد وزراء الشباب العرب مرحلة الشباب بأنها الفترة التي تمتد بين الخامسة عشر إلى سن الخامسة و العشرون²

¹ أحمد محمد موسى، الشباب بين التهميش و التشخيص، ط1، المكتبة العصرية للنشر و التوزيع، مصر، 2009، ص: 18، 17
² بدر الجوبعد و آخرون، العولمة الثقافية و أثرها على هوية الشباب السعودي و قيمهم، بحث مقدم لجامعة الملك سعود، السعودية، د س

ما يؤخذ على التعريفين السابقين أن الأول حدد انتهاء مرحلة الشباب في 24 سنة أما الثاني في 25 سنة هذا ما يجعلنا نطرح سؤال مهم: هل الأفراد الذين تجاوزوا هاتين السنتين ببعض سنوات أصبحوا من جيل الراشدين و ليس من جيل الشباب؟.

بينما "علي الحوات"¹ فكان أكثر وضوحا حيث عرف الشباب: "مرحلة متشعبة محصورة زمنيا في الفترة الواقعة بين الخامسة عشرة والثلاثين و لكنها تنقسم إلى مرحلة شبابية مبكرة وأخرى متأخرة، المرحلة المبكرة تكون ما بين الخامسة عشرة إلى سن العشرين و المرحلة المتأخرة فتكون ما بعد العشرين إلى قبل الثلاثين بقليل و يعزو هذا التمييز بين المرحلتين أن لكل منهما خصائص نفسية و اجتماعية مختلفة.

و تعريف " الحوات " يتفق إلى حد ما مع ما ذهب إليه "لفنسيون" عام 1984² في تقسيمه لفترة الشباب إلى ثلاث فترات قصيرة : الأولى تبدأ من 17- 24 الانفصال عن الأسرة و الاستقلالية. ثانيا من 22-28 يدخل عالم الشباب. ثالثا اعتبارا من 30 سنة يبدأ في التخطيط لحياته.

و وضوح هذين التعريفين يكمن في تحديد المرحلة زمنيا و الإشارة- ضمنا- إلى فترة المراهقة والمقصودة بالمرحلة المبكرة من الشباب.

2. الاتجاهات المفسرة لمرحلة الشباب:

فحسب التعاريف السابقة تجدر الإشارة إلى أن محاولات تعريف مصطلح الشباب اتخذت عدة اتجاهات :

❖ الاتجاه البيولوجي الذي يؤكد الحتمية البيولوجية باعتبارها مرحلة عمرية أو طور من أطوار نمو الإنسان الذي يكتمل فيه نضجه العضوي الفيزيقي و نضجه العقلي و النفسي و التي اختلف المهتمون في تحديدها بين تصورين الأول من 15 إلى 25 سنة و العمر الثاني من 13 إلى 30 سنة من العمر.

¹ ماجد محمد الحلو، طرائق التنشئة الأسرية و علاقتها بمدى مشاركة الشباب في اتخاذ القرار داخل الأسرة، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد 3، 2011، ص 374

² محمد الصافي، السلوك الإنساني و البيئة و الاجتماعية، ط1، الجزء الأول، دار القلم للنشر و التوزيع، الإمارات العربية المتحدة، 1996، ص 129

❖ الاتجاه السيكولوجي: يرى أن الشباب مرحلة عمرية تخضع لنمو بيولوجي من جهة و لثقافة المجتمع من جهة أخرى ابتداء من بدء البلوغ و انتهاء بدخول الرشد ،حيث تكون عمليات التطبيع الاجتماعي قد اكتملت.

❖ الاتجاه السوسولوجي: الذي ينظر إلى الشباب كحقيقة اجتماعية لا بيولوجية فحسب فإذا ما توفرت مجموعة من الخصائص في فئة من السكان اعتبرت هذه الفئة من الشباب.¹

من خلال استجماع الخلاصات المفاهيمية ،يمكن القول أن الشباب يبقى فئة اجتماعية تحتل مكانة بارزة في النسيج المجتمعي ، فالشباب معطى اجتماعي يشير إلى مرحلة عمرية تأتي بعد مرحلة الطفولة و تبرز خلالها علامات النضج البيولوجي و النفسي والاجتماعي .فكل عقل جمعي ينتج شبابه ويحدد شروط الارتقاء بهم فكما أن لكل مجتمع قيمه وعقله الجمعي الذي يحتكم إليه فان له مفهوما خاصا للشباب ولتحولاته و خصائصه الاجتماعية هذا المفهوم الخاص لا نستطيع إسقاطه بشكل مطلق على كل الشباب في المجتمع الواحد فحسب حجازي² فإن الشباب على العكس مما يشيع في الأدبيات ليسوا شريحة واحدة، بل هم فئات لكل منها ظروفها وخصائصها وإمكاناتها وأزماتها، ويتوزعون عموما بين:

- الفئة المترفة وهي قلة قليلة وأهم ما يميزها أنها لم تتعلم معنى الجهد تعيش في الترف والبحث المتواصل عن اللذات فهي دائما في حالة استهلاك مفرط.

- الفئة المنغرسه اجتماعيا ومدرسيا، وهي النخبة من الشباب فئة كبيرة طامحة لبناء مكانتها وأخذت حظها من الفرص كما أنها حظيت برعاية أسرية عالية من حسن توجيهه و الإعداد للمستقبل.

- فئة الشباب الطامح إلى الارتقاء الاجتماعي يجعل من الدراسة والتفوق فيها وسيلته لبناء حياة مهنية وأسرية كريمة وتحقيق نقلة نوعية من وضعهم الاجتماعي و الاقتصادي المتواضعين.

¹ فيصل محمود غرابية ، العمل الاجتماعي في مجال رعاية الشباب، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص23، ص24
² مصطفى حجازي، الإنسان المهدور، دراسة تحليلية نفسية اجتماعية، ط 1، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، 2005، ص-ص:202-210

- فئة الشباب المهمش "الظل"، وهي الفئة الأكبر عددا وهي الفائزة عن الحاجة، وبالتالي المستغنى عنها، وهي محرومة ثقافيا تعيش في أوساط أسرية تشيع فيها الأمية و اجتماعيا تعاني من مظاهر التفكك الأسري والعنف الزوجي وإهمال رعاية الأبناء كما أنها الفئة المغبونة ماديا. أما سياسيا فهي لا تدخل في حسابات السلطة ومخططاتها، إلا في مجال الحذر وقمعها، وهي الفئة المهذورة.

3. خصائص مرحلة الشباب: استنادا إلى التعاريف المختلفة لمصطلح الشباب يستنتج أن مرحلة الشباب لها من الخصائص ما يجعلها فترة مهمة و مميزة من عمر الانسان عما سبقها و ما يلحقها من مراحل عمره .ومعرفة خصائص مرحلة الشباب تجعلنا نتعرف أكثر على هذه الشريحة و نقرب من مشاكلها و انشغالاتها ويمكن رصد تلك الخصائص في ما يلي:

1.3. الخصائص الجسمية: والمقصود بها النمو العام في بنية الجسم من الطول و الوزن ،كما تزداد الحواس دقة و إرهافا ،و اكتمال النمو الجسمي والنشاط الجنسي يؤدي إلى الاهتمام بالمظهر الخارجي للشخص ،وأي انحراف في النمو الجسمي أو المظهر الخارجي قد يؤثر سلبا على الفرد بزيادة القلق وكثرة الانفعالات و العدوانية كما قد يؤدي إلى الانطواء ومن جهة أخرى فان الشباب يمثل آخر مرحلة من مراحل النمو المتزايد في الكم والكيف و التكوين حيث يصل الفرد إلى أقصى ما تحمله وراثته في نمو العظام و الأعصاب و الحواس وبهذا يصل إلى النضج الكامل وتصبح التغيرات الجسمية الني طرأت على الجسم أمور عادية.

2.3. الخصائص النفسية: و كاستجابة لتلك التغيرات الجسمية تظهر خصائص المظاهر النفسية للنمو فتتجلى في الخصائص المميزة لانفعالاته ومشاعره التي يسيطر عليها القلق و التوتر حيث يصبح الفرد في هذه المرحلة غير متزن وغير مستقر يصعب التنبؤ باتجاهاته وتصرفاته ،فهو غير قابل للانصياع ،متمرد على طلبات الآخرين رافض لقيودهم ،كم يتعامل مع الكبار بكثير من الحساسية و العناد¹.

¹ فرد ميلسون، الشباب في عالم متغير،ترجمة يحي بدر،ط1،دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر،مصر،2007،ص 13

3.3. الخصائص العقلية: والمقصود بها الوظائف العقلية كالذكاء العام و القدرات العقلية الخاصة و العمليات العقلية كالتفكير و الإدراك و التذكر و الحفظ و اكتساب المعرفة و التحصيل العلمي والمهني وعلى غرار النمو الجسمي فان النمو العقلي في هذه المرحلة يصل إلى درجة عالية حيث تزداد القدرة على الاتصال العقلي مع الآخرين واستخدام المناقشة الإقناع . و يرى بعض الباحثين أن نمو الذكاء يقترب من اكتماله في الفترة (15-21) وتتباين القدرات من فرد لآخر و تظهر القدرة على الابتكار و الإبداع وكذا النقد.¹

4.3. الخصائص الاجتماعية: من أول مظاهر التغير في فترة الشباب محاولة الانتقال من الاعتماد على الوالدين إلى الاستقلال و الاعتماد على الذات و الشروع في تأسيس علاقات اجتماعية و اختيار طريقة الحياة خاصة مسألة الزواج والإنجاب و هذا الاستقلال يكون على المستويات التالية:

- الاستقلال العاطفي أي تحول العلاقة من الأب بالابن إلى علاقة الشاب بالشاب.
- الاستقلال الاجتماعي ويعني الاعتماد على النفس فتكون قراراته نابع من ذاته وليس من مؤثر خارجي .

- الاستقلال الاقتصادي أي يكون دخله كاف لتلبية حاجاته و هذا ما يخلق تحدي للشباب في بداية حياته حيث أنه لا يملك المؤهلات و المهارات الكافية لمواجهة متطلباته و الحصول على عمل مناسب.²

ومن خصائص مرحلة الشباب أنها مرحلة البحث عن الهوية فالشاب في تساؤل دائم عن ماهية دوره في المجتمع هذا التساؤل من شأنه التأثير على السلوك وهذا ما يسمى بأزمة الهوية حسب - إريكسون-. كما تمثل مرحلة الشباب نظاما من نظم التفكير ويتم فيها اتخاذ القرارات المصيرية كاختيار المهنة، الزواج و القدرة على تحمل المسؤوليات.

ومن خصائص الشباب أيضا الميل إلى الانفتاح على ما هو خارج عن ذاته، فنجدهم مندفعين وتلقائيين متفائلين، ونظرًا لنقص تجربتهم في الحياة، ولأنهم لم يرتبطوا بعد

¹ أحمد عبد الصمد الشنقيطي، الأساليب النبوية لتنمية القيم الإيمانية لدى الشباب المسلم في ضوء التحديات المعاصرة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم التربية الإسلامية المقارنة، جامعة أم القرى، السعودية
² محمد الصافي، مرجع سابق، ص157، ص158

بالتزامات وعلاقات مقيدة، فإن نظرتهم تتميز بمثالية وربما ببراءة لا توجد بالدرجة نفسها عند الكبار، وقد يتخذ هذا الانفتاح شكل حب الاستطلاع للعالم الخارجي. و من أهم ما يميز فئة الشباب أنهم أكثر فئات المجتمع تأثراً بنتائج التغيرات الاجتماعية السريعة خصوصاً من حيث العلاقة بين الأجيال وهذه التغيرات تخلق الصراعات بين جيل الشباب من جهة وجيل الكبار من جهة أخرى إذ إن الأخير غالباً ما يميل إلى المحافظة على الأوضاع القائمة، ومن ثم يرفض ويعارض كل ما هو جديد، على حين يشجع الشباب النتائج الجديدة المصاحبة للتغيرات الاجتماعية¹.

4. حاجات الشباب:

تقود مرحلة الشباب الفرد من الطفولة إلى مرحلة الرشد التي يصلها وبلوغ مرحلة الرشد لا بد من إشباع حاجات الشباب الأساسية . الحاجة هي إحساس داخلي بالتوتر، تتحول إلى رغبة عندما يصير الإحساس بالتوتر مصحوباً بمعرفة الموضوعات التي من شأنها إزالة هذا التوتر، والطرق التي تمكن من الحصول عليها، وتتميز الحاجات الأساسية بكونها ضرورية لحياة الكائن البشري، و عدم إشباعها يؤدي إلى اختلاله أو مرضه أو انتهاء حياته. كما يؤدي عدم إشباعها إلى مشاكل وحوادث اضطراب أو زوال مميزات المجتمع، وتتجلى في نوع من الخمول عند الفرد أو عدم المشاركة أو الرفض أو غيره. و بالنسبة لحاجات الشباب فقد جمعها الغازي² في أربع حاجات الحاجة إلى الأمن، الحاجة إلى المعافاة، الحاجة إلى الحرية، الحاجة إلى الهوية وهذه الحاجات يجب إشباع بعضها منذ فترة الطفولة كالحاجة إلى الأمن و المعافاة أما الحاجات الأخرى يصبح إشباعها ضرورة ملحة في فترة الشباب ومن تلك الحاجات:

- الحاجة إلى الأمن: يحتاج الشباب إلى أن يعيش في بيئة توفر له الأمن والسلامة، وتحتل الحاجات إلى الأمن طبيعة الحاجات الأساسية للفرد والمجتمع، لأن انعدام الأمن في أشكاله المختلفة يهدد سلامتهما وبقاءهما ومنها : الحاجات إلى الأمن الفردي كالشعور

¹ طلال عبد المعطي مصطفى، مشكلات الشباب العربي ودور الخدمة الاجتماعية، تم الاطلاع على الدراسة عبر موقع: syria-news.com
² عبد العزيز الغازي، مشاكل الشباب في العالم الإسلامي، دط، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، 2000، ص40، ص 42

بالطمأنينة في البيئة التي يتواجد فيها. والحاجة إلى الأمن الجماعي ضد الهجوم والحرب والكوارث الخطيرة.

- الحاجة إلى المعافاة تعتبر هذه الحاجة ذات أهمية خاصة في استمرار حياة الفرد والمجتمع بعد الحاجة إلى الأمن

- الحاجة إلى الحرية: وهي من الحاجات الأساسية التي تشمل حرية الحركة، السفر و التنقل والحق في التعبير والكتابة والنشر. الحاجة إلى الحرية السياسية، وتتعلق بالحق في اكتساب وعي وإدراك، والحق في التعبئة للقيام بأعمال تطوعية اجتماعية وغيرها، والحق في المواجهة والمقارنة السياسية.

- الحاجة إلى الهوية: وتشمل الحاجات المتعلقة بالفرد نفسه أو الحاجات الفردية التي تتلخص في الحاجة إلى التعبير الشخصي والقيام بحركات هادفة والى الإبداع، وتحقيق الطموحات والإمكانيات الذاتية، و الإحساس بالسعادة والفرح، وتحديد هدف إعطاء معنى للوجود. الحاجات المرتبطة بالآخرين أو الحاجات الجماعية المتمثلة في الحاجة إلى العطف والحب والحياة الزوجية، والحاجة إلى الانتماء وإلى التضامن والمساندة والمرافقة. والحاجات المرتبطة بالمجتمع أو الحاجات الاجتماعية وتعني حاجة الفرد إلى أن يكون نشيطا غير خامل وغير تابع، والحاجة إلى فهم ما يشكل الوجود الشخصي للفرد، والحاجة إلى الشفافية الاجتماعية، وحاجة الفرد إلى الاستشارة، وعيش تجارب جديدة على المستوى الفكري والجمالي.

فالحاجات سابقة الذكر تؤكد أن الشاب كأى إنسان آخر يحتاج إلى عدد من الحاجات البيولوجية و النفسية و الاجتماعية حتى يستطيع أداء دوره المنوط به في المجتمع .

بعد المعالجة المفاهيمية لمصطلح الشباب اتضح أن الإحاطة الشاملة بمفهوم الشباب تعد مهمة صعبة لأي باحث وذلك راجع لاختلاف الرؤى حول المصطلح فكل باحث ينظر إلي المصطلح من زاوية معينة تعكس اهتماماته وتوجهاته العلمية والأكاديمية وفي هذا السياق يمكن أن نستعير عبارة عالم الأنثروبولوجيا "مارس موس- M.MAUSS - الشباب يمثل" ظاهرة اجتماعية شاملة متعددة الأبعاد، إذ يمكن أن يكون ظاهرة تاريخية (ذات صلة بحثيات سوسيو تاريخية معينة لها نشأة ومراحل تطور معينة) وظاهرة سياسية (بما أن الشباب قوة اجتماعية ناشئة مؤثرة في موازين القوى الاجتماعية القائمة ولا يمكن استبعادها من دوائر التخطيط والبرمجة والاستهداف) وظاهرة ديموغرافية/إحصائية (بما تمثله من المنتمين إليها في عموم دول العالم) وظاهرة اقتصادية (بما تطرحه هذه الفئة من فرص للاستهلاك وما تستوعبه من عروض بيع للسلع والخدمات والمعلومات) وظاهرة ثقافية/اتصالية (ذات دلالة مجتمعية يتم ضمنها نسج علاقات تبادلية بين الشباب فيما بينهم لتشمل هذه العلاقات المواد الثقافية وأنماط السلوك والرموز.¹

¹ التاييب عائشة، الشباب العربي في الفضاء الاتصالي المعولم، مجلة إتحاد الإذاعات العربية، تونس 2011، ص103

ثانيا قضايا الشباب الاجتماعية :

يعيش الشباب العربي مرحلة لم تعيشها الأجيال السابقة له، فهو يمر بمرحلة تحول جسدي، ونفسي، واجتماعي، وثقافي، تحيط به متغيرات عالمية، وإقليمية سريعة الإيقاع عميقة التأثير فالشباب العربي اليوم يعيش عالم الانفتاح على الفضاءات المفتوحة، والاتصال السريع عبر شبكة المعلومات العالمية، مما زاد من معرفه وأثرى معلوماته و لكنه في المقابل إلا أنه يواجه من ناحية أخرى صعوبات ومخاطر لم تخبرها الأجيال السابقة، فهو أكثر تعرضاً للبطالة بأنواعها ومن ثم ولوجه عالم الفقر، وتعرضه لأمراض غير مسبوقه مازالت صعبة العلاج (كالإيدز). ولعل الأهم من ذلك هو تعرضه لتيارات وأنماط ثقافية و قيمية، وأنماط من السلوك مست هويته الحضارية، فهو شباب في مفترق طريق، بحاجة إلى وعى مجتمعي يستوعب كل قضاياها؛ فالشباب العربي كما قال أحد الكتاب "تأخر تشببه أو تشيخ مبكراً".¹ في ضوء هذه المتغيرات وغيرها مما يضيق المقام عن الإفاضة فيه سنحاول تقديم إطلالة لبعض القضايا التي تشغل الشباب العربي.

وبعد الرجوع إلى التراث النظري وكذا الدراسات الميدانية المهمة بقضايا و مشاكل الشباب سيتم التطرق للقضايا التالية: التعليم خاصة الجامعي كون الدراسة حول الشباب الجامعي، البطالة لأنها قضية تؤرق الشباب الجامعي و غير الجامعي، الزواج فهو من أهم المؤشرات التي تجعله يخطر في جيل الراشدين وما تعلق بهذا الموضوع من شروط الاختيار و الشروط أو بالأحرى القيود التي فرضها المجتمع على الشباب المقبل على الزواج، الحوار والتعبير عن الرأي بالنسبة للشباب .

1. التعليم :

لقد ارتفعت معدلات الالتحاق بالمدارس عبر العقود القليلة الماضية ارتفاعاً ملحوظاً في كافة أنحاء المنطقة العربية، حيث أصبحت مرحلة التعليم الابتدائي تغطي جميع السكان تقريباً في الفئة العمرية الملائمة في غالبية دول المنطقة بل واختفت الفجوة بين الأولاد والبنات في الالتحاق بمرحلة التعليم الثانوي في الكثير من الدول، كما ارتفعت نسبة التعليم الجامعي

¹ | تقرير السنوي لقضايا الشباب العربي 2005

فقد أدت السياسات والتدابير التي اتخذتها الحكومات العربية خلال العقد الماضي والإقبال المتزايد على التعليم العالي إلى توسع في عدد مؤسسات التعليم العالي حيث وصل عدد الجامعات في المنطقة العربية سنة 2009 إلى حوالي 398 جامعة، فيما كان منذ عشر سنوات 174 جامعة فقط ، أي أن العدد تضاعف أكثر من مرتين، أما إذا أضفنا المعاهد العليا ومعاهد إعداد المعلمين وغيرها من مؤسسات التعليم العالي غير التابعة للجامعات فان عدد مؤسسات التعليم العالي اليوم يصل إلى 1139 مؤسسة . هذا بالنسبة لكم لكن التحدي الذي يواجه التعليم العالي في المنطقة العربية يكمن في النوع و ما يطرحه من مشاكل و التي أبرزها :

1.1. الكثافة الطلابية: كثرة الطلاب وقلة التسهيلات :

من الطبيعي أن تتدنى الشروط النوعية للتعليم مع زيادة في الطلاب تفوق الزيادة في الموارد والقدرة على الاستيعاب . وهذا يشمل القاعات والمقاعد والمختبرات والمكتبات، الخ، ليس فقط من حيث عددها/حجمها وإنما أيضا من حيث صلاحيتها، لأنه مع كثافة في الاستعمال وقلة الصيانة ينقص عمر الموارد المستخدمة ويزيد خرابها.

2.1 ضعف المستوى الأكاديمي لخريجي التعليم العام

هناك شكوى من ضعف خريجي التعليم ما قبل الجامعي، لاسيما في مجالات اللغة الإنكليزية والرياضيات إضافة إلى ضعفهم العام مهارات التعلم والتفكير الناقد ما ينعكس سلباً على تحصيلهم الجامعي يعد ضعف مخرجات التعليم أحد أهم التحديات التي تواجه الجامعة وتحول دون قيامها بدورها الحيوي في البناء الاقتصادي والحضاري ، و المشكلة تكمن في تضخم عدد المتعلمين على حساب نوعيتهم وقد علق أحد الباحثين¹ على الظاهرة بوصفه للتوسع في التعليم الجامعي في أغلب الأقطار العربية أنه اتبع طريقة "التكاثر الانشطاري المستمر عددا لا نوعا" فالكلية التي تصبح كليتين والفصل الذي يضم 30 طالبا يمكن أن يضم 90 طالبا.

¹ مثنى عبد الإله ناصر، التعليم في الدول العربية و التحديات الاقتصادية، بحث مقدم لمؤتمر الجامعات العربية التحدي والأفاق المستقبلية، المغرب، 2007، ص761

3.1. نوعية البرامج والمناهج

يشكو التعليم الجامعي من ضعف المناهج الدراسية وعدم ملاءمتها للوعاء الزمني، وكذلك عدم تطويرها بما يواكب التطور العلمي والتقني عدم مراعاتها - أحياناً - لحاجات الطلاب ومتطلباتهم نموهم وعدم ملائمة بعض موضوعاتها للواقع ومتطلباته واتصاف بعض موضوعاتها بعدم الترابط والحشو والتكرار والرتابة .

و أهم ما تثيره مسألة المناهج التعليمية خاصة الجامعية منها ما أسمته الأستاذة "نادية محمود مصطفى"¹ بإشكالية العلاقة بين الداخلي والخارجي والتي تطرحها رؤى التطوير وسياسات الانفتاح و الاندماج أو ما يسمى بمواكبة المعايير الدولية و التي تؤدي إلى عدم الاتفاق على فلسفة التعليم وعدم وضوح الرؤية ومن ثم غياب مفردات تعكس التمسك بالذات الحضارية و الهوية الشخصية كاللغة العربية و الموروث الحضاري الاسلامي " فجميع العلوم التي تقدم للطلاب تنطلق من منهجية معرفية غربية بحيث سادت غربة العلوم التربوية مما أثر على الطلاب؛ إذ إن هذه العلوم تربيهم على التبعية الثقافية وعدم الاعتزاز بهويتهم الحضارية المتميزة." وما ترتب عليه من غياب أو بالأحرى تغييب للمنظور الإسلامي الذي يظل حبيس الكليات الشرعية.

وهذا ما يجعل المتعلم العربي يبقى مشتتاً بين نظامين تعليميين متعارضين: نظام تقليدي تتمسك بمقوماته وعناصره نخب تقليدية تقاوم كل ما هو حديث وتدافع عن منجزات الماضي باسم الحفاظ على الهوية، ونظام عصري تتشبث بمكوناته ومعالمه نخب حديثة تقاوم كل ما هو أصيل من أجل الدفاع عن منجزات الحاضر باسم الانفتاح ومسايرة العصر²

3.1. نقص الهيئة التعليمية وحاجتها إلى التطوير المهني

تتجمع التحديات التي تواجهها الهيئة التعليمية بعدم توافر العدد الكافي من حملة الشهادات والاختصاصات المطلوبة و الإعداد الجيد لعضو هيئة التدريس وتدريبه على منهجيات

¹ نادية محمود مصطفى ، التعليم العالي والتحدي الحضاري قراءة في أعمال مؤتمر التعليم العالي رؤية مستقبلية ، بالتعاون بين مؤسسة الفكر العربي والإيسيكو والأليكسو-2005/9/27 بيروت

² الغالي أحر اشو، السياسة التعليمية و التنمية العربية، مجلة الجامعة المغربية، العدد8، المغرب، 2009، ص17

تصميم المناهج و البرامج الجامعية و تنفيذها وكذا تدريبه على التدريس الفعال و القدرة على التكيف مع التحولات المنهجية والمعرفية¹.

و لنجاح العملية التعليمية لابد من توافر جملة من الشروط في كل طرف مشارك فيها²:
- الإدارة الجيدة وقيامها بالتخطيط و التنظيم والتوجيه الكفاء لأن ذلك سيساعد الطالب و الأستاذ في حسن تسيير العملية التدريسية.

- البرامج التعليمية فهي من أهم المعايير التي يجب التركيز عليها لأنها تكس الفلسفة التعليمية للجامعة.

- أعضاء هيئة التدريس وضرورة تأهيلهم علمي و سلوكيا مما يزيد من فاعلية التهليم والتفاعل مع الطالب .

- طرق التدريس فيجب أن تأخذ بعين الاعتبار أهداف المادة و المخرجات التعليمية المتوقعة من تدريسها.

- تقييم الأداء بتوفر الجامعة على وسائل ناجعة لتقييم أداء الأساتذة، المجالس و اللجان و البرامج التدريسية وطرق تدريسها.

إن النقائص التي يشكو منها التعليم العالي تؤثر سلبا على مخرجاته أي الطلبة فعدم تداركها تجعل الجامعة مصدر الضعف في المورد البشري الذي لا يعكس المهارة المطلوبة في سوق العمل و كما تصبح مصدر لعديد من المشاكل للمجتمع منها البطالة التي أصبحت تمس فئة خريجي الجامعة أكثر من غيرهم.

¹ عبد الرحمان صائغ، التعليم العالي بدول الخليج، بحث مقدم لمؤتمر الجامعات العربية التحدي والأفاق المستقبلية،المغرب،2007،ص216

² محفوظ جودة،الإطار المفاهيمي لتطوير جودة الأداء الجامعي، بحث مقدم لمؤتمر الجامعات العربية التحدي والأفاق المستقبلية،المغرب،2007،ص137

2. البطالة:

تعتبر البطالة إحدى أخطر المشكلات التي تواجه الدول العربية ،فالبطالة و إن كانت موجودة في جميع بلدان العالم بنسب متفاوتة، لكنها من المشكلات التي تترك البلاد العربية على المستوى الاجتماعي و الاقتصادي و حتى السياسي . إذ تسجل المنطقة معدل من أكثر معدلات البطالة ارتفاعا في العالم حيث تجاوزت 12% في سنة 2006 وهو ما يناهز ضعف معدل البطالة وأخطر أنواعها ما يمس فئة الشباب و المتعلمين منهم على وجه الخصوص، فحسب تقرير منظمة العمل العربية¹ يصل متوسط معدل البطالة للفئة العمرية 15-24 في مجموع الدول العربية إلى 30% مقابل متوسط عالمي 14.4% وتشير الإحصائيات أن البطالة بين المتعلمين وخريجي الجامعات والمعاهد العليا تصل إلى 26.6% في المغرب، 19.3% في الجزائر، 17.7% في الأردن ويشير ذات المصدر أن 94% من العاطلين عن العمل في مصر من الفئة العمرية 15-29 وهذا ما يعكس عدم اتساق خطط التعليم مع احتياجات السوق. ولكن الحديث عن آثار البطالة و مسبباتها من هو البطل؟

1.2. تعريف البطالة:

حسب هيئة الأمم المتحدة (ONU) يكون في حالة بطالة كل شخص بلغ سن محددة و لا يقوم بأي عمل، لا مأجور ولا حر رغم أنه متاح للعمل و يبذل جهد في البحث عنه . أما المكتب الدولي للعمل فيحدد فئة البطالين من كل الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 16 و 19 سنة وجدوا أنفسهم في يوم معين أو أسبوع معين ضمن إحدى الفئات التالية:

- ✓ بدون عمل أي الذين لا يعملون مقابل أجر.
- ✓ متاح للعمل أي الذين باستطاعتهم القيام بالعمل فوراً.
- ✓ يبحث عن عمل أي الذين اتخذوا خطوات محددة خلال فترة معينة للبحث عن عمل مأجور.²

وتعرف البطالة بأنها حالة عدم توافر العمل لشخص راغب في مهنة تتفق مع استعداداته وذلك نظرا لحالة سوق العمل .و يستبعد من هذا حالات الاضطراب أو حالات المرض أو

¹ التقرير العربي الثاني حول التشغيل والبطالة في الدول العربية ،ص 96
² سمية بوخمخ عبد الفتاح ، دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الحد من ظاهرة البطالة،رسالة ماجستير غير منشورة جامعة منتوري- قسنطينة- كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير 2010

الإصابة به. وعرف البطالة خبراء إحصاءات العمل، في المؤتمر الثالث الذي عقد في جنيف وأقرته منظمة العمل الدولية" بأنها تشمل كافة الأشخاص الذين هم في سن العمل، والراغبين في العمل، والباحثين عن عمل لكنهم لا يجدونه ، وذلك خلال فترة الإسناد وهي الفترة التي تقاس فيها البطالة "

ويرى عجوة أن البطالة هي الحالة التي يكون فيها الشخص قادراً على العمل، وراغباً فيه، ولكن لا يجد العمل والأجر.

2.2. أسباب بطالة الشباب: لقد تضافرت مجموعة من الأسباب الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للانتشار أزمة البطالة ولكن سيتم في هذا المقام التركيز على المسببات الاجتماعية ذات الصلة بالشباب خاصة الجامعي وهي كالتالي:

-النمو السكاني من العوامل المؤدية للبطالة وخصوصاً بين الشباب حيث تبلغ نسبة الخصوبة 3.7% وهذه من أعلى النسب في العالم.

-عدم التوافق بين النمو السكاني والنمو الاقتصادي مما يتطلب النظر في الأوضاع الاقتصادية وتنمية الموارد.

- ضعف سياسات التدريب المهني والتقني ليوكب عملية التطور الاقتصادي، حيث لا يجد كثير من الطلاب بدائل تعليمية أخرى تستوعب جميع الميول وتحقيق جميع الرغبات.

- ضعف قوانين العمل وعدم تحفيزها للمخرجات التعليمية العليا بما لبتلاءم والاتفاق الذي تم صرفه على الخريجين.

- ضعف التعليم بما يستدعي الوقوف الجاد لرفع المستوى التعليمي و انفصال سياسة التعليم عن خطط التنمية الاقتصادية والتنمية الاجتماعية.

- التسرب من التعليم في جميع المراحل حيث تشير كثير من الإحصائيات التربوية إن ظاهرة التسرب تزيد بين الفتيات وترتفع في المراحل العليا للدراسة¹. و عليه فان مشكلة البطالة ذات اتصال وثيق بالتعليم و مخرجاته وما يعانیه من مشكلات.

¹ شبل بدران، التعليم والبطالة ، د ط، دار المعرفة الجامعية ،مصر ،2001، ص39

3.2. آثار بطالة الشباب :تكتسب البطالة خطورتها من أهمية العمل في حياة الفرد والمجتمع وذلك للاعتبارات :

- إن البطالة جزاء غير مستغل من الطاقة الإنتاجية للمجتمع.
-إن العمل و إن كان أحد وسائل الإنتاج إلا أنه الهدف من هذا الإنتاج فالهدف من أي نشاط اقتصادي هم تحقيق رفاهية الانسان.

-عنصر العمل يختلف عن بقية عناصر الإنتاج الأخرى في صفته الإنسانية فالآلات لا يضيرها أن تترك معطلة و الأرض لا يضيرها عدم استغلالها و لكن العامل يشعر بالإحباط إن لم يجد له دورا في عملية الإنتاج.¹

هذا بالنسبة للعامل العادي فكيف إذ كان الحديث عن بطالة الشباب فهو جيل العمل والإنتاج ، لأنه جيل القوة ، والطاقة ، والمهارة ، وعليه فحرمانه من العمل و النشاط ينعكس عليه سلبا و يترك العديد من الآثار السلبية في شخصيته وعلاقته بذاته و المجتمع و من أهم تلك الآثار

- الآثار النفسية : الفرد العاطل عن العمل لا يشعر بالانتماء إلى المجتمع حيث يشعر بالظلم الذي يجعله ناقما على المجتمع إضافة إلى عدم الشعور بالأمان و اللامبالاة وهذا ما أثبتته الدراسات الميدانية على غرار دراسة آيت حمودة و آخرون² من حيث تأثير البطالة على التوازن النفسي للعاطل، جاءت النتائج كما يلي 85% : نسبة من أفراد عينة الدراسة يصرحون بأن البطالة أثرت على توازنهم النفسي مقابل نسبة % 15 ينفون ذلك . ومن هذه الآثار النفسية التي تولدها حالة التعطل عن العمل ما يلي :نسبة تبلغ % 65 منهم يشعرون بالقلق والتوتر، ثم تليها نسبة تقدر ب52.5 % منهم يشعرون بالضغط النفسي . ونسبة %45 يفكرون في الهجرة غير الشرعية، وتليها نسبة 37.5 % منهم يسرفون في التدخين ونسبة %30 يشعرون بالحز واليأس والبعض الآخر التفكير في الإدمان على المخدرات) بنسبة 10 % (و التفكير في الإدمان على الكحول) بنسبة (5% ونسبة 2.5% تفكر في الانتحار

²آيت حمودة حكيمة ، فاضلي مسيلي ، رشيد أحمد ، أهمية المساندة الاجتماعية في تحقيق التوافق النفسي و الاجتماعي لدى الشاب البطال، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ،العدد 2، جوان 2011، بسكرة

- الآثار الاجتماعية: ارتفاع معدل الجريمة فنتيجة للواقع المؤلم للشباب البطال و المتمثل في عدم وجود أمل في العمل لسد حاجاته واستنفاد طاقاته فيجد الشاب نفسه على هامش العملية الإنتاجية فكلها ظروف تساعد على مزاولة الجريمة . و هذا ما أشار إليه الإمام أحمد بن حنبل - رحمه الله- " إذا جلس الرجل و لم يحترف دعتة نفسه إلى أن يأخذ ما في أيدي الناس."¹

ومن بين آثار البطالة رغبة الشباب في الهجرة بحثا عن عمل في بلدان أخرى غير أوطانهم سواء بطرق شرعية أو غير شرعية. و لعل من أخطر نتائج البطالة هو تأخر سن الزواج الذي يعد هو الآخر واحد من القضايا المهمة التي تشغل فئة الشباب من جهة و تزيد من حدة المشكلات الاجتماعية للمجتمع من جهة أخرى.

¹ طارق كمال، أنوار حافظ، المشكلات الاجتماعية في المجتمع المعاصر الإدمان و البطالة، دط، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2009، ص 43

3. الزواج:

لقد حظيت ظاهرة الزواج بوصفها ظاهرة اجتماعية و ثقافية بعناية علماء الاجتماع و اهتمام الأنثروبولوجيين الذي اهتموا بدراسة جوانبها ثقافيا و اجتماعيا و تناول موضوع الزواج في هذه الدراسة سيكون من حيث علاقته بالشباب على اعتبار أنها قضية غاية في الأهمية تشغل اهتمام هذه الفئة من حيث الإقدام على الزواج ، و العقبات التي تعترضه من اختيار لشريك الحياة و كذا التطرق إلى ما يعرف بتأخر الزواج أو العنوسة في أوساط الشباب و التعرض لأسباب عزوف الشباب عن الزواج. و لكن قبل ذلك ما هو الزواج؟

1.3. تعريف الزواج:

الزواج حسب "ميردوك" : "إن الزواج ظاهرة اجتماعية معقدة " ويعرفه " وستر مارك" : " أنه العلاقة التي تربط رجل أو عدة رجال بامرأة أو عدة نساء بشرط أن تتفق و تقاليد الجماعة أو يؤيدها القانون و تنطوي هذه العلاقة على حقوق و واجبات بالنسبة للطرفيين و لأولادهما

فالزواج نظام اجتماعي يتصف بدرجة من الاستمرارية و الامتثال للمعايير الاجتماعية القائمة.

و يجمع علماء الاجتماع أن الزواج هو أصل الأسرة فمعظم المجتمعات تمنح الزواج منزلة رفيعة كمؤسسة اجتماعية يعترف فيها بحق فردين من جنسين مختلفين على تأسيس منظومة من علاقات منزلية عاطفية و جنسية و اقتصادية و تربوية.¹

و التطرق إلى الزواج في هذه الدراسة سيكون من خلال ذكر معايير الاختيار و الإشارة إلى مشكلة تأخر سن الزواج بالنسبة للشباب.

2.3. أسس الاختيار في الزواج :

يتفق علماء النفس أن أهم قرارين في حياة الفرد هما اختيار العمل و اختيار الزوجة وذلك لأهمية العمل و الزواج في الاستقرار النفسي و الاجتماعي للفرد. و تختلف معايير الاختيار باختلاف ثقافة المجتمع و تقاليده أما الباحثين و المهتمين بالموضوع فهم بدورهم اختلفوا حول

¹ علي أسعد وطفة ، اتجاهات الشباب نحو عادات الزواج ومظاهره، مجلة العلوم الإنسانية ، جامعة الكويت

تلك المعايير و جاءت نظرياتهم متباينة فكل طرف يؤكد على جانب محدد في الاختيار.¹ لهذا الاختيار فأصحاب "نظرية المعايير" يفترضون أن الاختيار عملية إرادية تتم انطلاقاً من المعايير التي يضعها المجتمع من حيث السن و الجنس والدين والمكانة الاجتماعية. أما أصحاب "نظرية التجانس" فيذهبون إلى وجود دوافع شعورية و لاشعورية تدفع كل طرف إلى اختيار الطرف الآخر الذي ينسجم معه في العقيدة المستوى التعليمي و الاجتماعي وعلى النقيض من ذلك أصحاب "نظرية تكامل الحاجات" فالاختيار لا يقوم على أساس التجانس و إنما على أساس التغيرات في السمات و الخصائص ، فالشخص يجذب نحو من يكمل ما ينقصه من حاجات فكل شخص يبحث عن الزوج الذي عنده القدرة على إشباع حاجاته أو أن يقوم بالأدوار التي تكمل أدواره.

بينما "نظرية التحليل النفسي" تفترض وجود دوافع لا شعورية توجه قرارات الشباب بالموافقة أو الرفض فكثير من هذه الدوافع لا يعيها كل مقبل على الزواج قد تجعل الفتاة تختار زوج يشبه الأب أو يختلف عنه أو الشاب يختار زوجة تشبه الأم أو تختلف . و يذهب أصحاب " نظرية القرب المكاني " أن أساس الاختيار يكون حسب الظروف المواقف التي تجمع بين الناس فكل طرف يختار الطرف الآخر عن طريق الجيرة أو الزمالة في العمل أو المدرسة .

كل نظرية من النظريات السابقة ركزت على أحد أسس الاختيار الزواجي فالبعض يختار حسب التشابه و البعض الآخر حسب التكامل بينما يفضل آخرون القرب المكاني وعليه فتلك النظريات تكمل بعضها البعض فلا توجد نظرية واحدة تجمع الدوافع المختلفة للاختيار .

3.3. العوامل المؤثرة في الاختيار:

رغم أهمية الأسس سابقة الذكر إلى أنها ليست هي المسؤول الوحيد عن كيفية الاختيار للزواج حيث تتدخل عوامل أخرى تفضل معيار على آخر وأهمها:

- الوالدان : حيث يؤثر الوالدان على قرار الأبناء في الزواج بطريقة مباشرة أو غير مباشرة خاصة البنت بالنسبة للمجتمعات العربية وحتى الشباب و إن كان باستطاعته تزويج نفسه لكنه لا يقدم على ذلك إلا بموافقة والديه احتراماً لهما وطلباً لرضاها ، ولا يتوقف الأمر عند

¹ كمال إبراهيم موسى ، العلاقة الزوجية و الصحة النفسية في علم النفس و الإسلام ، ط2، دار القلم للنشر و التوزيع، الكويت، 1995، ص46، ص47

المباركة و الموافقة فحسب بل يتعدى إلى التأثير في حيث تبين من الدراسات أن الأولاد و البنات يتأثرون بشكل مباشر بوالديهم في اتخاذ قرار اختيار الزوج أو الزوجة ففي دراسة أجريت على 492 شابا جامعا أشار 80% أنهم تأثروا بوالديهم وكانت النسبة عند البنات أكثر من الذكور.

- الأصدقاء :حيث يؤثر الأصدقاء على قرارات الشباب في اختيار الزوجات و الأزواج ففي دراسة على 100 طالب تبين أن 60 % منهم استشاروا أصدقائهم عند اتخاذ قرار الاختيار كما أكدوا أنهم استجابوا لتوجيهاتهم بالإقدام أو الإحجام.¹

- الدين: فالزواج من الأمور الدينية وليس مسألة شخصية و اجتماعية فقط حيث يساهم الدين بشكل كبير في تحديد معايير الاختيار

- العادات و التقاليد: لكل مجتمع عاداته و تقاليده التي تؤثر على قرارات شبابه في طريقة الاختيار لزواج

- وسائل الإعلام : نتيجة لتطور الذي شهدته وسائل الإعلام و كذا تعاظم تأثيرها في نمط الحياة اليومية للأفراد لا سيما الشباب أصبحت هي الأخرى إحدى العوامل المؤثرة في اختيارات الشباب ليس في أسلوب اللباس و المظهر الخارجي فحسب بل حتى في الحياة الزوجية و كيفية التخطيط لها ،حيث أصبح الشباب يستقي الكثير من معارفه مما تبثه تلك الوسائل حتى ما تعلق منها بمعايير الاختيار للزواج التي كانت و لوقت قريب تستمد من داخل الأسرة و تنبثق من ثقافة السائدة في المجتمع .فقد أثبتت إحدى الدراسات التي أجريت على 100 طالب جامعي أن 32% أشاروا أن الأفلام التي شاهدوها و البرامج التي سمعوها و كذا الكتب و المجلات التي قرؤوها ساهمت في تحديد الصفات التي تمنوا وجودها في شريك أو شريكة الحياة و تأثروا بها عند اتخاذ قرار الزواج بشكل مباشر أو غير مباشر.

و لكن ورغم أهمية الزواج كنظام يحقق أهداف اجتماعية، اقتصادية و تربوية هذا فضلا عن أهدافه الشخصية وأهميته في بقاء النوع البشري. فقد انتشرت ظاهرة تأخر سن الزواج أو العنوسة لدى الشباب فعرفت تناميا ملحوظا بين أوساط الشباب وفي المقابل تراجع ظاهرة الزواج المبكر التي كانت سائدة في كثير من الأقطار العربية. فقد أكدت بعض الدراسات

¹ المرجع السابق، ص ص46، 49

العربية¹ أن 35% من الفتيات تجاوزن سن 35 دون الزواج و20% منهن يتزوجن ما بين 35 و40 سنة ، وأشارت دراسة اجتماعية حديثة إلى أن ثلث عدد الفتيات في الدول العربية بلغن سن الثلاثين دون زواج كما أجرى مركز الدراسات الاجتماعية في مصر دراسة من نتائجها أن 9 ملايين فتاة فاتهن سن الزواج. أما في الجزائر تشير إحصائيات الديوان الوطني للإحصاء إلى أنه بالرغم من ارتفاع المعدل الخام للزواج إلى 8.50% سنة 2005 إلا أن هذه الزيادة تبقى ضعيفة مقارنة بنسبة العزاب. كما كشفت أرقام الديوان الوطني للإحصائيات أن 51% بالمائة من نساء الجزائر اللواتي بلغن سن الإنجاب يواجهن خطر العنوسة ، وأن هناك 4 ملايين عانس تجاوزت أعمارهن سن الـ35 سنة.²

مشكلة عزوف الشباب عن الزواج لم توجد فقط في الدول العربية مكتظة بالسكان أو الفقيرة بل حتى في الدول الغنية ، فدولة الكويت تعاني من هذه المشكلة ومن أسباب الظاهرة:

- الحضارة التكنولوجية تتحمل النصيب الأكبر في عدم رغبة الشباب بالزواج فقد أظهرت دراسة في المغرب أجراها منتدى الشباب للألفية الثالثة تشير إلى أسباب عزوف الشباب المغربي عن الزواج منها ، لم يجد الشاب الزواج البديل الوحيد للعيش مع الجنس الآخر بعد أن توفرت له بدائل أخرى وإن كانت بدائل غير شرعية.

- البطالة بين الشباب وتكاليف الزواج : تكاليف الزواج مكلفة وباهظة ففي ظل ارتفاع الأسعار متى يستطيع الشاب الذي انتظر كثيراً حتى حصل على مهنة ان يجمع الأموال كي يتزوج هذا ما أكدت دراسات عدة منها جريت دراسة بالأردن تحت رعاية جمعية العفاف الخيرية -أن أسباب العنوسة وتأخير سن الزواج لدى الشباب والشابات ترجع إلى ارتفاع تكاليف الزواج ، وأن متوسط عمر الزواج لدى الفتيات هو 28 سنة ولدى الشباب هو 30 سنة ، بينما هناك الآلاف من الفتيات تجاوزن أعمارهن سن الثلاثين ولن يتزوجن.

- التغيير في أدوار المرأة: وقد عرفت المرأة تغيراً ملحوظاً من حيث المكانة و الدور ، فبعدما كانت تؤدي في الغالب دوراً واحداً يتمثل في كونها زوجة و أم ، أصبحت في الوقت الحالي تبحث عن أدوار جديدة و تسعى لإثبات ذاتها في المجتمع من خلال التعليم و العمل، الأمر الذي قد يؤخر من سن زواجها

¹دراسة عزوف الشباب عن الزواج أسباب .. حلول www.faiifaonline.net

² آمال بن عيسى، ظاهرة العنوسة في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم الاجتماع، جامعة البليدة الجزائر، 2008

4. الحوار و حرية التعبير في حياة الشباب :

عند الحديث عن الحوار و حرية التعبير لدى الشباب يجب الانطلاق من خصائص و مميزات الشخصية الشابة أولا و البيئة الاجتماعية التي تنتمي إليها هذه الشخصية وما مدى تأثير مكونات تلك البيئة على فئة الشباب ثانيا.

فالشباب تلك الفترة التي تعج بالتغيرات هي أساسا مرحلة الانتقال إلى عالم الرشد أو جيل الكبار هذا الانتقال لن يكون يسيرا و سريعا والسبب يعود إلى علاقته مع جيل الراشدين.

و أكثر ما يميز الشباب قدرته المتزايدة على الاتصال العقلي مع الآخرين واستخدام المناقشة الإقناع . وكذا القدرة على الابتكار و الإبداع و النقد، حيث يتوقف الشاب عن تقبل الأفكار و المبادئ والقيم والأشياء التي يقدمها له عالم الكبار كما كان يفعل في طفولته وإنما يفكر فيها و يناقشها مناقشة منطقية و قد ينتهي به إلى رفض بعضها على الأقل¹ . هذا الرفض قد يؤدي إلى توتر علاقة الشاب بمن حوله سواء في الأسرة والمجتمع

وسيتم مناقشة الموضوع بالتركيز على علاقة الشاب بمن حوله و تأثيره بهم والإشارة إلى دور الأسرة وأساليبها التربوية في توجيه الشاب إلى التعبير على آرائه ثم الإشارة إلى نظرية صراع الأجيال و تأثيرها عليه.

1.4.أساليب التنشئة الأسرية و علاقتها بطرق التعبير لدى الشباب

تفهم المجتمع لخصائص مرحلة الشباب من حيث رغبته في الإقناع و الإقتناع و نزوعه إلى التحرر لن يكون إلا بالحوار و أهم ميادين الحوار تبدأ بالأسرة لأنها الخلية الاجتماعية الأولى التي تهتم بتنشئة الشاب وإعداده لتحمل مسؤولياته و المشاركة الفعالة في المجتمع فطرائق التنشئة الاجتماعية المتبعة في تنشئة الشباب وكيفية تعامل الآباء داخل الأسرة تسهم بشكل فعال في توجيه الشباب إلى طرق السلمية في التعبير و الحوار والمشاركة في اتخاذ القرار والفهم الصحيح للحرية .

وقد أورد "إلدر" ثلاث أساليب للاتصال بين الآباء و الأبناء² وهي:

¹ مصطفى حجازي، مرجع سابق، ص217

² سهير محمد إبراهيم، العلاقة بين شبكة الاتصال داخل الأسرة وبين لاختيار المراهقين لجماعة الرفاق، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم النفس، جامعة عين شمس، مصر، 2001، ص124

- الأسلوب الأوتوقراطي حيث يسمح الأب لابنه في التعبير عن آرائه أو يتصرف بمفرده في الأمور التي تخصه ،والأبناء ذو الآباء الأوتوقراطيين يتميزون بانخفاض العاطفة كما لا يتمتعون بالاستقلالية ويرى "إلدر" أن هذا الأسلوب لا يساعد على رفع مستوى الإنجاز الأكاديمي.

- الأسلوب الديمقراطي حيث يشجع الأب ابنه على المشاركة في مناقشة التي تتصل بسلوكه كما يعطي له الحق في اتخاذ قراراته والدفء العائلي هو الذي يساعد الأبناء على الالتزام بالمعايير والقيم التي تنسجم وأسرهم .كما يرى "إلدر" أن هذا الأسلوب في التعامل يساعد الأبناء على رفع مستواهم التعليمي كما أنه يجعلهم أكثر اعتزازا بأنفسهم و تمتعا بالاستقلالية.

- أسلوب التساهل وفيه يتبع الأهل سياسة عدم التدخل فالابن له الحرية الكاملة في اتخاذ قراراته الشخصية .و الأبناء في هذه الحالة وإن كانوا يتمتعون بالاستقلالية ولكنهم يتميزون بانخفاض العاطفة و تراجع الثقة بالنفس في تحقيق أهدافهم الشخصية.

وقد أثبتت إحدى الدراسات حول الشباب¹ وجود علاقة بين طرائق التنشئة الاجتماعية المتبعة في الأسرة ومدى مشاركة الشباب في اتخاذ القرار داخل الأسرة حيث أشارت نتائج الدراسة أن 61% من المبحوثين يوافقون على أن طريقة التنشئة الاجتماعية الأسرية الديمقراطية تسهم في تحفيزهم للمشاركة في اتخاذ قراراتهم وقد بينت النتائج 47% من على أن تسلط الآباء قد يؤدي إلى عزوف الأبناء عن المشاركة في اتخاذ القرار داخل الأسرة، وأشارت النتائج إلى أن 59% من المبحوثين كانت إجاباتهم "أوافق بشدة" على أن تفهم الأسرة لاحتياجات ورغبات أبنائها قد يؤدي إلى إقبالهم على المشاركة في اتخاذ القرار داخل الأسرة، وأن 41% منهم كانت إجاباتهم "أوافق نوعاً ما".

2.4. نظرية صراع الأجيال

عدم تفهم الأسرة و المجتمع لشخصية الشباب النازعة للتححرر والاستقلالية يمكن تفسيرها بما يسمى ب "صراع الأجيال"

السبب في اتساع الفجوة بين الأجيال هو الفكرة الوصائية التي يحملها الجيل الأكبر دوما اتجاه الجيل الأصغر على أساس أنه صاحب التجربة والخبرة الحياة ولهذا السبب يعطي

¹ ماجد الحلوم، مرجع سابق، ص222

لنفسه الحق في صقل شخصية الشباب وفق أرائه ومكتسباته والظروف التي عاش فيها وهي في الغالب تختلف مع الظروف التي يعيشها الشباب حالياً.

جيل الآباء والأجداد نشأ وعاش في فترة زمنية لها ظروفها الاجتماعية التي أدت إلى صقل شخصية هذا الجيل، حيث عاش فترة الحرب العالمية الثانية وخضع للدكتاتوريات السائدة آنذاك، ونشأ على استغلال الرجل للمرأة، وصاحب العمل للعامل؛ فهو بلا شك سوف يختلف عن الجيل الجديد من الأبناء والأحفاد الذين نشئوا في ظل الديمقراطية والمساواة بين الأجناس، واحترام صاحب العمل للعامل¹

هذه الاختلافات بين الجيلين في المجتمعات العربية نتج عنها علاقة بطرياقية أبوية فتلك المجتمعات اعتادت على قهر الأفراد، وعلى فوقية الأوامر بالمنزل والمدرسة والعمل، وحتى النادي الذي يأمر فيه المدرب ولا بد أن يطاع، واتسم بالإفراط والمبالغة في احترام المسئول دون النظر إلى خلفية هذا الاحترام من حب أو نقيضه وهذا يزيد من رصيد مشاكل الشباب و أزماته وهي أزمة التعبير .

ولتفادي أزمة التعبير لا بد للمجتمع و مؤسساته من فتح قنوات الحوار للشباب و أن يكون أكثر انفتاحاً وتقبلاً في تعامله معهم ، هذا الانفتاح يستلزم الأمور التالية² :

- التقبل : حيث ينتظر الشباب أن يتقبل كما هو بشخصه و ذاته المنفردة مما يعزز ثقته بنفسه ويتجاوز الشعور بالدونية.

- التوجيه الذاتي : فيجب منح الشباب الحرية في اتخاذ القرارات المناسبة لمصلحته ومشاركته في تحمل المسؤولية على خياراته.

- الإنصات إلى الشباب: بإتاحة الفرصة لهم للتعبير عن أنفسهم وما يحول في أذهانهم لحرية لتتحول العلاقة من الوصاية بالأوامر والتوجيهات إلى علاقة التواصل بأسلوب الحوار المتبادل .

- تقديم القدوة والنموذج فلا بد من تربية الشباب بأسلوب القدوة والنموذج الذي يمنحه الإحساس بالاستقلالية والتفرد للذات لا يتعارضان و ثقافة المجتمع فوجود القدوة الصالحة

¹ ربيع حمد الله، الفوضى التربوية في الوسط العربي، ط1، إصدارات أكاديمية القاسمي، 2005، ص12
² حسن التل، ماذا يريد الشباب من المجتمع، بحث مقدم إلى المؤتمر الشبابي العربي الأول الشباب العربي و تحديات المستقبل، الأردن، 2005

يجعل الشاب يتقمص الشخصيات الإيجابية في المجتمع بمحض إرادته دون أي أوامر تسلطية من الآخرين .

5. الانتماء والهوية لدى الشباب:

1.5. تعريف الانتماء:

الانتماء هو شعور الفرد بأنه جزء أساسي من جماعة مرتبط بها يتوحد معها، ويشعر بالمسؤولية اتجاهها. ويعرفه آخرون بأنه رغبة الفرد في الارتباط بالآخرين داخل الأسرة وفي المدرسة وجماعة الأقران، والإبقاء على علاقات طيبة معهم تسودهم مشاعر الود والمحبة.

و تناول موضوع الانتماء سيؤدي بالضرورة إلى تناول الهوية الثقافية فهي وليدة الانتماء لأن الانتماء يؤدي إلى الهوية مما يحتم ضرورة الوعي بها على أنها سبب للانتماء ونتيجة له ، وأن الشعور بالهوية الثقافية ينشأ من خلال الانتماء، والانتماء يدعم الهوية الثقافية ويقويها، حيث إن الهوية الثقافية هي تفرد ثقافي بالعادات والتقاليد، وأنماط السلوك والقيم ونظرتنا كمسلمين إلى الكون والإنسان، و الحياة ، والهوية الثقافية باعتبارها وليدة الانتماء فهي الوجه الإيجابي الذي يؤكد وجود الانتماء¹.

وعليه ما هي الهوية وما هي مكوناتها التي تعد مكونات للانتماء

2.5. تعريف الهوية:

يختلف تعريف الهوية باختلاف الإطار الذي يتم تناولها فيه حيث تدل الهوية لغويا على الذات كما أنها تعبر عن حقيقة الشيء أو الشخص التي تميزه عن غيره. و الهوية مشتقة من ال(هو) وأنها الشيء وعينه ووحدته وتشخيصه و خصوصيته ووجوده المنفرد. فالهوية حقيقة الشخص المتضمنة صفاته الجوهرية و التي تميزه عن غيره فالهوية من المنظور النفسي تقوم على "نظرية التوحد" التي ترى أن البشر يشتركون دائما في غرض أساسي يحثهم باستمرار على توحدهم معا لحماية هويتهم و يعملوا على تقويتها و الدفاع عنها ، فالهوية من هذا المنظور هي وحدة الأنا و أساسها .

¹ شريف حماد، مستوى إدراك الشباب الجامعي الفلسطيني لمفهوم العولمة وعلاقته بالهوية الثقافية والانتماء، بحث مقدم لمؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرا العصر ، -كلية أصول الدين جامعة القدس المفتوحة، فلسطين، 2005

أما من المنظور الاجتماعي فقد عرفها "ميلر" بأنها نمط الصفات الممكن ملاحظتها أو استنتاجها و التي تعرفه وتحدهه لنفسه ولآخرين وقد قسم "ميلر" الهوية إلى هوية ذاتية أي الشخص كما يرى نفسه، والهوية العامة الذاتية أي الشخص كما يتصور الآخرين، و الهوية العامة الموضوعية أي الشخص كما يراه الآخرون.

وتذهب بعض التعريفات أن الهوية الاجتماعية هي تلك السمات الخاصة بمفهوم الذات الفردية من خلال علاقتها بالجماعة التي يتعايش معها الفرد في ظل وجود ارتباطات عاطفية و تقييمية و سلوكية تؤكد انتماء الفرد وولاءه إلى المجموعة التي ينتمي إليها و يعيش معها .
فالهوية من المنظور الاجتماعي هي الشعور الانتماء إلى أمة ما و شعور عقلي ووجداني تتحقق بتحقيق الذات في الوجود الجماعي لتلك الأمة .

أما الهوية من المنظور السياسي تشير إلى ذلك الخيط الذي له فراد الوطن أو الأمة مهما اختلف الزمان و المكان فالهوية بمدلولها السياسي تمثل الإطار الرمزي لولاء الفرد نحو وطنه.¹

3.5. عناصر الانتماء:

- اللغة الوطنية واللهجات المحلية المرتبطة بوجود شعب ما وتطوره ومصيره على أساس أن تكون اللغة الوطنية معتمدة في التدريس على جميع المستويات، وفي التسيير الإداري، وفي القضاء، إضافة إلى التواصل بين شرائح المجتمع إلى جانب اللهجات المحلية.
اللغة العربية بلا شك هي أبرز ملامح ثقافتنا العربية وهي أكثر اللغات الإنسانية ارتباطا بالهوية فاللغة العربية حسب نبيل علي² هي اللغة الإنسانية الوحيدة التي صمدت 17 قرنا فكانت سجلا أميناً لحضارة أمتها كما يرى أن الحرص على اللغة العربية ليس من أجل الناطقين بها فقط بل هو واجب إنساني وروحي تجاه جميع المسلمين من غير العرب خاصة في ظل الحملة المسعورة لتفتيت التكتل الإسلامي في ظل العولمة وهو أيضا واجب قومي اتجاه عرب المهاجرين . وإذا كانت كل لغة هي وعاء لثقافة أفراد أي مجتمع فإن اللغة

¹ محمد عبد الرؤوف عطية، التعليم وأزمة الهوية الثقافية، ط1، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع، مصر، 2009، ص ص: 22، 29
² نبيل علي ، الثقافة العربية وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، العدد 265، الكويت، 2001، ص 231

العربية لها ميزة أخرى وهي ما أسماه "الخوري" ¹ بالسلطة الإلهية فهي أداة لتبليغ رسالة خاتمة ووسيلة لأداء الشعائر الدينية وعلى رأس كل هذا القرآن الكريم المنزل بها الذي منح للعربية سلطة مكتوبة وصفة مقدسة قال المولى عز وجل: «إنا جعلناه قرآنا عربيا» ² وقال أيضا: «قرآنا عربيا غير ذي عوج» ³ وقوله تعالى: «هذا كتاب مصدق لسانا عربيا» ⁴ وغيرها من الآيات التي تؤكد على تميز اللغة العربية و اختيارها لتكون لغة آخر الرسالات الإلهية و الكتب السماوية .

ورغم أهمية اللغة العربية إلا أنها تعاني من ما أسماه بأزمة اللغة العربية. وهذه الأزمة هي نتيجة لأزمة أعم وأشمل وهي أزمة الناطقين بها فشيوع اللغات الأجنبية لاسيما الإنجليزية على حساب اللغة العربية انطلقا من مبدأ الأقوى الذي يفرض لغته.

- القيم الدينية والوطنية المتكونة عبر العصور والتي تكسب الشعب حامل الهوية حصانة تحول دون ذوبانه في شعوب أخرى، وتؤهله لمقاومة كل محاولات التذويب مهما كان مصدرها. ⁵

- العادات والتقاليد والأعراف النابعة من تلك القيم والحاملة لها والعاكسة لمستوى الشعب حامل الهوية الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي.

- التاريخ النضالي الذي ينسجه ذلك الشعب حامل الهوية من أجل المحافظة على هويته أرضا وقيما، وعادات وتقاليد . ويمثل التاريخ المشترك للأفراد عنصر عام يعبر عن هويتهم الأساسية باعتباره يدرس الماضي ويقف على الحقائق وتستند إليه الدول والشعوب للتطلع لبناء الحاضر و التطلع إلى المستقبل. ⁶

و على اختلاف المنشغلين بالهوية العربية الإسلامية في تقديم أحد عناصره على الآخر و إيلائه أهمية أكثر من غيره من العناصر المكونة للهوية ، فهي تتفق أن الهوية هي الخصوصية والتمييز عن الغير.و يمكن أن نحدد ملامح الهوية العربية الإسلامية التي

¹ نسيم الخوري، الإعلام العربي و انهيار السلطات اللغوية، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2005، ص135

² القرآن الكريم، سورة الزخرف الآية 3

³ القرآن الكريم، سورة الزمر الآية 28

⁴ القرآن الكريم، سورة الأحقاف، الآية 12

⁵ أسما بن تركي، الهوية الثقافية بين قيم الأصالة و الحدائث، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية بسكرة ، عدد خاص بالملتقى الدولي حول الهوية و الخصوصية

⁶ محمد زغو، أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و النفسية، العدد3، 2010، ص93

يجب غرسها في جيل الشباب وتربيتهم على الاعتزاز بها و المحافظة عليها في نقاط محددة أوجزها "محمد الشبيني"¹

في ستة محاور أساسية و هي:

- المحور الأول: التشريعات الإسلامية التي وردت في القرآن الكريم و ما تضمنته من تعاليم سماوية و قيم خلقية للمعاملات الإنسانية و ما ورد ذكره من السنة النبوية الشريفة.
- المحور الثاني التراث التاريخي للفكر العربي الإسلامي في مختلف العلوم الدينية و الطبيعية و الفنون و الآداب.
- المحور الثالث العادات و التقاليد و السلوكيات العربية التي ورثتها المجتمعات الإسلامية على مر التاريخ.
- المحور الرابع: التوازن بين القيم المادية و الروحية .
- المحور الخامس: هو أن الأمة الإسلامية أمة وسط من دون غلو أو جمود فكري .
- المحور السادس: أن الأمة الإسلامية أم يتسع صدرها للحوار بين أصحاب المذاهب و الديانات المختلفة لتوائم بين أصالتها العربية و تواكب متغيرات العصر.

6.5. أهمية الهوية والانتماء للشباب:

الهوية كالبصمة بالنسبة للإنسان يتميز بها عن غيره و تتجدد فاعليتها، إنها الشفرة التي يمكن للفرد عن طريقها أن يعرف نفسه في علاقته بالجماعة التي ينتمي إليها، والتي عن طريقها يتعرف عليه الآخرون باعتباره منتما لتلك الجماعة.

تعد الهوية حاجة إنسانية ضرورية ذلك أن أول ما يميز الإنسان عن الحيوان هو نمط احتياجاته الاختصاصية. وأهم هذه الحاجات الحاجة إلى الانتماء والحاجة إلى الهوية ذلك أن الإنسان على حد تعبير " إريك فروم " بحاجة إلى الشعور بالامتياز والتميز عن الغير.

فالهوية جسر يعبر من خلاله الفرد إلى بيئته الاجتماعية والثقافية، فهي إحساس بالانتماء والتعلق بمجموعة، و عليه فالقدرة على إثبات الهوية مرتبطة بالوضعية التي تحتلها الجماعة في المنظومة الاجتماعية و نسق العلاقات فيها .

¹ محمد الشبيني، صراع الثقافة العربية الإسلامية مع العولمة ، ط1، دار العلم للملايين، لبنان، 2002، ص237

أجمع الكثير من الباحثين أنه لا وجود لشعب دون هوية، لكن اختلفوا في الشكل الذي يحدد هذه الهوية¹.

وتكمن أهمية الهوية والانتماء بالنسبة للشباب أنها تزوده خاصة في مجال الإيمان العقيدي بما يلي:- معنى الحياة ليتخذ موقفا إيجابيا منها فيقبل عليها ويستمتع بها .

- يكتسب مجموعة من القيم و المعايير تنظم علاقته بنفسه و بالآخرين و بالواقع .

- تفسير مقبول لعلاقته بالكون و مسؤولياته و حقوقه².

وإذا كانت الهوية الثقافية تقدم للفرد أسلوب الحياة المتوافق مع المجتمع الذي ينتمي إليه إلا أن الشباب أحيانا يجد صعوبة في التعامل معها خاصة عندما تعجز مكونات النسق الاجتماعي على ربطه بانتمائه الحضاري، فيلاحظ الشاب أن كل ما اكتسبه من تعاليم دينية وقيم أخلاقية و نظرة إلى الحياة أنها منفصلة عن واقع الحياة فيشعر بوجود قطيعة بين ما يقال وما يحدث خاصة في ما تعلق بانشغالاته و مشاكله. فيصنع لنفسه ثقافة خاصة به يصبح يدين لها بالانتماء أكثر من الانتماء لثقافة مجتمعه وهي ما عرف بثقافة الشباب .

ينظر "مالينو فيسكي"³ إلى الثقافة بوصفها: " جهاز يجعل الانسان في وضعية أفضل لمواجهة المشاكل الملموسة الخاصة التي تواجهه في بيئته في سياق تلبية حاجاته" وعندما تتبع تلك الاحتياجات في إطار شريحة اجتماعية خاصة فإن الثقافة تولد إجابات خاصة متماسكة تتميز بطابع الخصوصية

ولأن الشباب نتاج لكل الفعاليات الاجتماعية السارية في المجتمع من جهة و هم في الوقت نفسه قوة حقيقية لها من الخصائص و الحاجات ما يميزها عن باقي شرائح تصنع هذه الفئة لنفسها ثقافة لتلبية تلك الحاجات وتراعي تلك الخصائص عرفت بثقافة الشباب و التي " تشير إلى أسلوب حياة مستقل عن عالم الكبار لا يخضع لمعاييرهم و قيمهم بل يقوم على نسق من القيم و المعايير و الأفكار لا يلتزم بما ينادي به الكبار...ثقافة الشباب هي نوع من اللغة و القيم الخاصة و التصرفات التي يغلب عليها روح التمرد و العناد هذا ما جعل البعض يسميها

¹ أسما بن تركي، نرجع سابق، ص633

² مصطفى حجازي، مرجع سابق، ص214

³ علي أسعد وطفة، تأملات في مفهومي الشباب و ثقافة الشباب، كلية التربية جامعة الكويت، ص8

بالثقافة المعارضة أو المعادية.¹ والذي يحدد مدى معارضتها أو انسجامها مع ثقافة المجتمع هو المرجعيات التي يستمدون منها ثقافتهم الفرعية.

وتلك المرجعيات الثقافية متعددة، بدءاً من الأسرة مروراً بالمدرسة والجامعة، كما يؤدي الاختصاص دوراً مهماً أيضاً في ثقافة الفرد وسلوكه وعلاقاته وفهمه للعالم. ويركز بعض الباحثين على مسألة الدين والمعتقد السياسي ونظام القيم في ثقافة الشباب وتربيتهم، لكن المتغير الثقافي الجديد اليوم هو دور الإعلام الفضائي وتقنيات الاتصال، إذ لم تعد ثقافة الشباب مستمدة من الأسرة والعادات والتقاليد أو المؤسسات التعليمية، والثقافة المقروءة فحسب ليصبح الإعلام وخاصة التلفزيون أحد أهم محددات ثقافة الشباب وهذا ما أثبتته الدراسات الميدانية على غرار دراسة "كامل عمران" حول محددات ثقافة الشباب في سوريا² والتي ضمت عينة قوامها 8389 شاباً وشابة فقد أجمع 91% منهم أن التلفزيون أول مصدر يستقون منه معلوماتهم كما أن 66% يفضلون قضاء وقت الفراغ بمشاهدة التلفزيون.

اعتماد الشباب على ما تبثه وسائل الإعلام في بناء ثقافته الخاصة سيكون له أثر كبير على هويته وانتمائه لأن مضامين تلك الوسائل قد لا يتوافق والهوية الثقافية للمجتمع (سيتم تناول هذه القضية في الفصل الخامس من الدراسة)

¹ فرد ميلسون، مرجع سابق، ص14

² علي الشيخ سميح القراءة وثقافة الشباب، مجلة جامعة دمشق، المجلد الأول، العدد الثاني 2011 ص468، ص469

تناول القضايا سابقة الذكر ليست هي كل الإشغالات التي تهم فئة الشباب و لكنها من أهم تلك الانشغالات والمعوقات التي تعترض حياته على الأصعدة التالية: اجتماعيا و ثقافيا تم التطرق إلى موضوع الانتماء والهوية كأحد أهم محددات علاقته بأفراد مجتمعه و دراسية بالتطرق إلى التعليم وما يكتنفه من نقائص تؤثر على هذه الفترة المهمة من حياة الشاب. ثم الوظيفة و الدخول في سوق العمل و الاندماج في الحياة العملية و الحياة الأسرية و ما تعلق بها من صلة الشاب بأفراد أسرته وأهمية أسلوب الحوار في تعميق هذه الصلة ثم الانفصال على الأسرة وتكوين أسرته الخاصة وحياته المستقلة بالزواج والجدير بالذكر وحسب ما قاله "مصطفى حجازي"¹ أن قضايا الشباب ليست معزولة عن بعضها. فتشخيص مشكلاتهم و دراسة احتياجاتهم لا بد أن تنطلق من منهج شمولي " ليقتراح تطوير علم خاص بهم هو علم الشباب .

¹ عزت حجازي، مرجع سابق، ص 204

الفصل الرابع :

الإعلام و الإعلام الإسلامي

أولاً: الإعلام

إن التطرق للإعلام الإسلامي يستوجب التعرض للمعالجة المفاهيمية للمصطلح أولاً ثم الإشارة لواقع التجربة في الميدان الثانية . وعليه سيضم هذا الفصل التعريف بالعملية الإعلامية بصفة عامة من حيث تعريف الإعلام و ذكر خصائصه في ظل تكنولوجيات الاتصال الحديثة و كذا أهم وظائفه ثم الإشارة لبعض النظريات المفسرة لتأثير وسائل الإعلام ذات الصلة بموضوع الدراسة . وبعد التعريف بالعملية الإعلامية بصفة عامة يتم التطرق للمحور الأساس في الدراسة و هو الممارسة الإعلامية المنطلقة من التصور الإسلامي في ما سمي بالإعلام الإسلامي.

1. تعريف الإعلام:

شهدت السنوات الأخيرة تطوراً واضحاً في تحديد مفهوم الإعلام ، وذلك نتيجة تطور فنونه وتقنياته وتعدد أهدافه فتعددت تعاريفه ومن بينها نذكر:

تعريف "أوتجورت" يشير إلى ما ينبغي أن يكون عليه الإعلام وهو تزويد الناس بأكبر قدر ممكن من الحقائق والمعلومات الصحيحة لكن واقع الإعلام قد يكون العكس تماماً إذ من الممكن أن يزود الإعلام الناس بأكبر قدر ممكن من الأكاذيب باعتماد التزييف و الإبهام .

يقترح حسين عبد الجبار تعريفاً للإعلام: " نقل المعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية بطريقة معينة ،خلال وسائل وأدوات الإعلام والنشر الظاهرة والمعنوية ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية بقصد التأثير سواء عبر موضوعياً أو لم يعبر وساء كان التعبير لعقلية الجماهير أو لغرائزها." ¹ أما منير حجاب فيعرف الإعلام في المعجم الإعلامي: "بأنه يستخدم للدلالة على عمليتين في وقت واحد تكمل إحداها الأخرى فهو يشير من جهة إلى عملية استقصاء و استخراج المعلومات و الحصول عليها من خلال التواجد السريع الفوري في مكان الحدث أو الغوص في أعماق صاحب المعلومة طويلاً وعرضاً لاستخلاص المعلومات . ومن جهة أخرى يشير إلى إعطاء و بث المعلومات و الآراء والاتجاهات من شخص إلى آخر من خلال الوسيلة المناسبة و التي تعمل على إشباع ذلك من خلال الحواس المختلفة. ومن هنا يمكن أن يشير لفظ الإعلام في مدلوله العام إلى

¹ حسين عبد الجبار، اتجاهات الإعلام الحديث و المعاصر، ط1، درا أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2009، ص10ص11

وسائل النشر التكنولوجية الحديثة والمتطورة وإلى حرية النشر الممنوحة والمكفولة في أغلب دساتير و شرائع البلدان المختلفة ،وإلى الأنشطة الاجتماعية الأساسية التي جعلت من هذه الوسائل التكنولوجية أعمدها الأساسية مع الوضع في الاعتبار عدم فصل هذه المدلولات الثلاثة (وسائل النشر وحرية النشر و الأنشطة الاجتماعية) عن بعضها فهي تكمل بعضها البعض في تحديد المعنى العام للمصطلح"¹

أما سمير حسين فيعرف الإعلام "أنه كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق و الأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا و الموضوعات والمشكلات و مجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي و الإدراك و الإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق و المعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات و بما يساهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع و الموضوعات و المشكلات المثارة والمطروحة"²

وحسب التعارف السابقة يتبين أن الإعلام هو نشاط اتصالي يستعمل وسائل مقروءة،سمعية وسمعية بصرية لنشر الأخبار وتزويد الجماهير بكل المعلومات والمعارف ليساعدهم على الإحاطة لقضايا الواقع المعاش وتكوين رأي معين حولها.

2. وظائف الإعلام: أصبح دور وسائل الإعلام مهم وخطير إلى درجة تخصيص دوائر و

وزارات إعلام تتولى تحقيق أهداف داخلية و خارجية عن طريق تلك الوسائل .

حدد " لازويل"³ وظائف لوسائل الإعلام افترض وجودها في كل المجتمعات وهي:

- مراقبة البيئة: من خلال تجميع المعلومات و توزيعها سواء داخل المجتمع أو خارجه ،ليتمكن المجتمع من التكيف مع الظروف المتغيرة وتستخدم مراقبة البيئة كتحذير مبكر للنظام لاتخاذ القرارات اللازمة.

¹محمد منير حجاب،المعجم الإعلامي ،ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر 2004 ،ص ص:61، 62
² عاطف العدلي عبيد، مدخل إلى الاتصال و الرأي العام ، ط1،دار الفكر العربي ، مصر ،1999،ص16

- ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة للبيئة فإيجاد تربط بين أفراد المجتمع يؤدي إلى تطوير الرأي العام فيرى "لازويل" أن خير من يقوم بهذه الوظيفة هم المحررون والصحفيون والمتحدثون في وسائل الإعلام.

- نقل التراث الاجتماعي عبر الأجيال: تعمل وسائل الإعلام على تمرير القيم والتقاليد عبر الأجيال وخاصة مع تطور المجتمعات وشيوع التمدن أصبح لتلك الوسائل دور بارز في التنشئة الاجتماعية ونقل الميراث الاجتماعي.

أما كل من " لازارسفيلد و ميرتون"¹ فيحdan الوظائف المجتمعية لوسائل الإعلام كالاتي:

- التشاور وتبادل الآراء حول القضايا المجتمعية المختلفة .
- تدعيم المعايير الاجتماعية حيث تساعد في إعادة التأكيد على المعايير الاجتماعية ومعاقبة الخارجين عنها.

- التخدير فيمكن أن تسبب وسائل الإعلام خلا وظيفيا وأثارا غير مرغوب فيها ويحدث التخدير بزيادة مستوى المعلومات للجمهور ،هذا الطوفان من المعلومات يحدث تحول في المعرفة إلى معرفة سلبية مما يحول دون المشاركة الفعالة و النشطة بين الناس.

أما "ولبر شرام" فقد ركز على الوظيفة التنموية للإعلام ووسائله محددًا ثلاث وظائف: وظيفة المراقب، التنشئة الاجتماعية و الوظيفة السياسية التي تتيح اتخاذ القرارات القيادية. ومن بين وظائف الإعلام أيضا:

- تسهيل التفاعل الاجتماعي من خلال تزويدنا بالأشياء التي نتحدث عنها فتزودنا بأرضية مشتركة للمحادثات .

- استكشاف الواقع فالمعلومات التي نتحصل عليها من وسائل الإعلام تجعلنا نتوحد مع الشخصيات التي تعرض فننتبنى أفكارهم عن طبيعة العلاقة مع الآخرين.

- التحرر العاطفي وهي من أهم الوظائف على المستوى الفردي تحقيق الاسترخاء و التنفيس و المتعة و التخلص من الملل والعزلة .

- الهروب من التوتر و الاغتراب والتي يصعب تمييزها عن الاسترخاء فوسائل الإعلام تجعل بعض الناس يتناسون همومهم و مشاكلهم.

¹ عماد مكاي،إبلي السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، مصر،1998،ص-ص: 121،125

بعد استعراض أهم الوظائف الاجتماعية لوسائل الإعلام ، وهي وان جرى حصرها لكن تبقى هناك مهمات تفصيلية أيضا لوسائل الإعلام تندرج تحت هذه الوظائف. فوسائل الإعلام أصبحت تقوم مقام المعلم والمربي وحتى الأب والأم في حالات كثيرة، فالبرامج التربوية والمدرسية وبرامج الأطفال وبرامج الطلاب وغيرها من برامج تبثها وسائل الإعلام إنما جعلت البعض يرى أن الفرد يولد وينمو قليلا حتى تتولاه وسائل الإعلام وترعاه وتقدم إليه ما يلزم من تثقيف وتوجيه وترفيه وإعلان وغير ذلك، وأحيانا تقدم إليه ما يسيء إلى نمو شخصيته وآرائه، فتنحرف بها أو تشوهها¹.

3. خصائص العملية الإعلامية في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

أحدثت وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة تحولات جوهرية في طبيعة الاتصال الإنساني لدرجة أصبحت أدوات البحث في الاتصال الجماهير وبحوث التأثيرات الاجتماعية في حاجة إلى مراجعة شاملة لتفي بالتحولات غير التقليدية والتي من أهم آثارها:²

- التفاعلية فكل أشكال تكنولوجيا الاتصال الحديثة تتسم بدرجات مختلفة من التفاعلية ليصبح الاتصال الجماهيري قريبا من الاتصال الشخصي .

- إمكانية تجزئة الجمهور العام المتباين إلى جماهير خاصة متجانسة ولعل ذلك راجع إلى الإعلام المتخصص.

- الطبيعة اللاتزامنية للاتصال بمعنى أن وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة تسمح لطرفي العملية الاتصالية المرسل و المتلقي بتبادل العمليات الاتصالية في الأوقات التي تناسبهما، فمنحت هذه الخاصية درجة أعلى من السيطرة على العملية الإعلامية بعد أن كان المرسل هو المتحكم الأساسي فيها .

- أضعفت الوسائل الجديدة من وظيفة مراقبة البيئة ، فلم تعد المعلومات تتدفق من أعلى إلى أسفل كما هو معروف من مؤسسات الإعلام إلى الجمهور ، إذ أصبح بإمكان أي فرد أن يكون مصدرا للحدث .

¹ حسن السوداني ، قراءة المرئيات دراسات في الإعلام المتخصص، ط1، منشورات الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2009، ص54
² بسيوني حمادة ، دراسات في الإعلام والتكنولوجيا الاتصال و الرأي العام، ط1، عالم الكتب ، مصر، 2008، ص197، ص198

- وسائل الاتصال الحديثة لم تعمل وفق مفهوم حراسة البوابة* كما هو الحال مع الوسائل التقليدية، ومن ثم اختفت الرقابة أو كادت تختفي على أداء الوسائل الجديدة و المضمون الاتصالي الذي تنقله.

- الأهم أن الوسائل الحديثة ذات طابع دولي إذ تخطت حدود المجتمعات التقليدية.

4. النظريات المفسرة لتأثير وسائل إعلام ذات العلاقة بموضوع الدراسة :

هناك عدة تصنيفات لنظريات الاتصال، فمنها ما هو شامل يتضمن النماذج النظرية والمدارس الفكرية و النظريات الإمبريقية أو مستويات الاتصال المختلفة (ذاتي، شخصي جمعي، جماهيري..)، ومنها ما يقتصر على النظريات الإمبريقية و يقيم لها تصنيفات فرعية وتعتبر نظريات وسائل الاتصال أو تكنولوجياته من أهم مكونات إحدى هذه التصنيفات الفرعية .

و تذكر المراجع المتخصصة عدة نظريات تتعلق بتكنولوجيات الإعلام والاتصال والإعلام من أهمها: نظرية تأثير وسائل الإعلام على تطور المجتمع (الحنمية التكنولوجية ل: مارشال ماكلوهان) ، نظرية انتشار المبتكرات ، نظرية الغرس الثقافي ، نظرية الفجوة المعرفية، نظرية معادلة وسائل الإعلام.¹

ولأن موضوع الدراسة يتمحور حول دراسة اتجاهات الشباب حول الإعلام المرئي الإسلامي ارتأت الباحثة اختيار كل من نظرية الغرس الثقافي و نظرية الاستخدامات و الإشباعات. لأن نظرية مدخل (الاستخدامات والإشباع) ونظرية (الغرس) يقومان على أساس التأثير على المتلقي وإحداث قناعات جديدة لديه وغرس تصورات وقيم جديدة حسب مضمون الرسالة الإعلامية والتي تلبى حاجات المتلقي الحياتية

* يقصد بنظرية حارس البوابة القائمون و المسؤولون على الوسيلة الإعلامية، الذين يتحكمون في مضمون الرسالة المنشورة، فتمر الرسالة بعدة مراحل و هي تنتقل من المصدر إلى المتلقي ليتم التقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل كما هي أو سيطرأ عليها أي تعديل أو تغيير بما يتوافق و إرادة القائم على الوسيلة الإعلامية "حارس البوابة". فنظرية حارس البوابة تعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال، فيصبح لحارس البوابة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته. وتبرز أهمية هذه النظرية في قدرتها على (فلتر) المضمون الإعلامي ليتوافق مع هوية الجمهور و تنسجم مع قيمه و ثقافته. وهذا يتوقف على حارس البوابة ومدى وعيه بالمسؤولية الموكلة إليه. (انظر فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري)

¹ للمزيد من التفاصيل انظر فضيل دليو ،التكنولوجيا الجديدة للإعلام و الاتصال، ط1، دار الثقافة، الأردن، 2010

1.4. نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

يطلق عليها البعض نموذج و البعض الآخر مدخل كما يسميها آخرون منظور و سبب هذه التسميات بعض النقاد يرون أن أسلوب المنافع و الإشباع أقل من أن يكون نظرية مستقلة فما هو إلا صياغة محدودة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي ..

ظهرت هذه النظرية بطريقة كاملة في كتاب " استخدام وسائل الاتصال الجماهيري " من تأليف "كارتز و بلومر" وقام الكتاب على فكرة أساسية: تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام و محتواها من جانبي ودوافع الأفراد من التعرض لها من جانب آخر.

وأهم ما يحسب لهذه النظرية هو تحويل اهتمام الباحثين الإعلاميين من الاهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور إلى ما يفعله الجمهور في الرسالة، ومن هنا اختلف هذا المدخل عن المداخل التي سبقته، حيث ركز على المتلقين واليوم في ظلّ البث المباشر والحي للفضائيات نجد أن هذه المسألة أخذت أبعاداً جديدة، فالمتلقي النشط يمكنه أن يتحول إلى قائم بالاتصال من خلال اتصاله وطرحه لآرائه وأفكاره و لربما ما لديه من مساهمات يمكنه أن يقدمها مباشرةً من خلال بعض البرامج التي تتيح له ذلك .

- فروض النظرية:

- وضع كارتز وزملاؤه خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال و الإشباعات التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام و هي:¹
- أعضاء الجمهور فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، واستخدامهم لوسائل الاتصال يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
 - الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، و اختيار وسيلة إعلامية يرجع إلى الجمهور نفسه و تحدد الفروق الفردية.
 - إن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم، وأن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات. و عليه فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإعلام لا العكس.

¹ محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص 254

- إن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات. ومن الناحية المنهجية فإن كثير من البيانات حول أهداف استعمال وسائل الاتصال يمكن أن نستمدّها من الأفراد أنفسهم وذلك لأن لديهم الوعي الكافي و المقدرة على تسجيل اهتماماتهم ودوافعهم¹

- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها تلك الوسائل.

- عناصر نظرية الاستخدامات و الإشباع:

تعتمد نظرية الاستخدامات و الإشباع على جملة من المفاهيم تعد عناصر أساسية مكونة لها وهي:

مفهوم الجمهور النشط: اعتبرت بعض النظريات الإعلامية الجمهور المتلقي، متلقياً سلبياً عندما يتقبل جميع الرسائل التي تبثها الوسائل الإعلامية، وأوجد مدخل الاستخدامات و الإشباع مفهوم الجمهور النشط الذي يبحث عن المضمون الإعلامي المناسب له والملبي لاحتياجاته، ويتحكم في اختيار الوسيلة الإعلامية التي تقدم له المضمون الذي ينشده، ويتحدد مفهوم الجمهور النشط بقدرته على الانتقائية في الاختيار، حيث يقوم المتلقي باختيار وسيلة اتصالية معينة واختيار التعرض لمضمون معين فيها، والذي يشبع حاجات ودوافع معينة. ويعتمد اختيار جمهور المتلقين لوسيلة إعلامية معينة على الخصائص الفردية والاجتماعية والجمهور النشط تكون تأثيرات وسائل الإعلام عليه محدودة.²

إشباع الاحتياجات: فإشباع وسائل الاتصال مثلاً وفق مدخل الاستخدامات و الإشباع هو أن يختار الجمهور ما يمكن أن يشبع حاجاته ويلبي رغباته، كبرامج الدراما أو الترفيه التي قد تحقق إشباعاً لفئة معينة تريد التخلص من الملل والهروب من المشاكل الحياتية، وفئة أخرى تحقق إشباعاً من البرامج الإخبارية أو المعلومات وهكذا.

الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال: لا يتعامل أفراد الجمهور مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء

¹ مي العبد الله، نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2006، ص 279

² محمد عبيد الربيعي، عادات التلقي لدى المهاجرين العرب للقنوات الفضائية العربية- المهاجرون العرب في السويد أمودجا - دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2011، ص 149

في جماعات اجتماعية منظمة، وبذلك فالعوامل الديموغرافية والاجتماعية كالجنس والسن والمستوى المعيشي والتعليمي والوضع الاجتماعي لها تأثيرها في طبيعة استخدام الجمهور لوسائل الاتصال.

الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات و الإشباعات: لقد تعرض هذا النموذج للعديد من الانتقادات على الرغم من أنه أثبت تفوقاً في وصف السلوك الاتصالي للجمهور، وذلك لغموض إطاره النظري وبعض المفاهيم التي يركز عليها، بالإضافة إلى كونه فقط أسلوباً لجمع البيانات وليس تحليلها ومن بين الانتقادات الموجهة لهذه النظرية:¹

- أن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بالمرونة مثل : الدافع ، الإشباع الهدف، الوظيفة و هذه المفاهيم ليس لها تعاريف محددة، فمن المحتمل اختلاف النتائج المتحصل عليها بتطبيق النظرية تبعاً لاختلاف التعاريف .

- حاجات الفرد متعددة من فسيولوجية و نفسية واجتماعية كما تختلف أهميتها من فرد لآخر ونتيجة لاختلاف الحاجات تعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار محتوياته.

- افتراض أن استخدام وسائل الإعلام استخدام متعمد من طرف الجمهور و الواقع يختلف في كثير من الأحيان فهناك أيضاً استخدامات غير هادفة.

- تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات و الإشباعات إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلافاً وظيفياً للبعض الآخر.

على الرغم من الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الإشباعات إلى أنها أحدثت تطورات معتبرة في بحوث الإعلام والاتصال والتشكيك في قوة وسائل الإعلام المطلقة على المتلقي والتي عبرت عنها نظريات التأثير المباشر أو القوي لوسائل الإعلام وإنما أصبحت تلك الوسائل محدودة التأثير ليتم "الأخذ في الاعتبار زبون وسيلة الإعلام أي المتلقي كنقطة بدء بدلاً من أن تكون الرسالة الإعلامية هي نقطة البدء "

¹ محمود حسن إسماعيل، مرجع سابق، ص 257

2.4. نظرية الغرس الثقافي:

يعتبر البريطاني "جورج جربنر George Gerbner" مؤسس نظرية الغرس الثقافي، وقام بتطويرها سنة 1980م، وتهتم هذه النظرية بالتأثير التراكمي طويل المدى لوسائل الإعلام، حيث بحث في تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على البيئة الثقافية في إطار مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية. فكانت أفكار نظرية "جربنر" نتيجة الجهود التي قام بها هو ومجموعة من الباحثين في بحث تأثيرات التلفزيون على المجتمع الأمريكي، وكانت الدوافع الحقيقية لدراسة آثار مضامين العنف في المواد التلفزيونية الذي تميزت به البرامج التلفزيونية في الولايات المتحدة الأمريكية في الستينات والسبعينات، هو الخوف والقلق الذي رافق ذلك من قبل الجمهور والمؤسسات الأكاديمية والسياسية.

ومن نتائج بحوثه توصل إلى نظرية الغرس الثقافي و التي ترى أن الأشخاص كثيفي المشاهدة و التعرض لبرامج التليفزيون يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي من الأفراد قليلي التعرض. كثيفي المشاهدة هم الذين يشاهدون التلفزيون من 4 ساعات فأكثر مرتكزات نظرية الغرس الثقافي:¹

- إن وسائل الإعلام قادرة على التأثير في معرفة الأفراد و إدراكهم لما يحيط بهم بدرجة كبيرة.

- إن زيادة التعرض لوسائل الإعلام تؤدي إلى اكتساب المتلقي أو المشاهد مجموعة من المعاني و المعتقدات والأفكار و الصور الرمزية والتي تشكل لهم واقع رمزي يختلف عن الواقع الفعلي في البيئة الاجتماعية.

- هذا يعني أن وسائل الإعلام تستطيع أن تغرس في أذهان المشاهدين ووعيم أفكارا معينة بحيث يحل واقع التلفزيون محل الواقع الفعلي

¹ محمد عبيد الربيعي، مرجع سابق، ص135

قياس تأثير الغرس وفقا للنظرية

هنالك أسلوبان لقياس تأثير الغرس وهما:

- الطلب الأول وفيه يطلب من المبحوثين إعطاء توقعات كمية عن نسبة حدوث أشياء معينة سبق قياس نسبتها في التلفزيون من خلال تحليل المضمون، ثم بعد ذلك تجري التحليلات الإحصائية لمقارنة التوقعات الكمية بين كثيفي المشاهدة وقليلي المشاهدة.

- الطلب الثاني وفيه يتم حساب مقدار أو حجم الفروق بين كثيفي المشاهدة وقليلي المشاهدة.¹

الانتقادات الموجهة لنظرية الغرس الثقافي: من بين الانتقادات التي وجهت إلى هذه النظرية:

- هناك من يرى أن ثنائي جمهور التلفزيون كثيف وقليل المشاهدة غير دقيق بل يضيف البعض صنفى عديمي المشاهدة والمدمنين عليها فقد يتجاوزون 8 ساعات.

- لن تأخذ النظرية في اعتبارها المتغيرات الأخرى غير كثافة المشاهدة التي تدخل في عملية التأثير .

- يرى كل من " هاو كنز و بنجري " أن العلاقة بين التلفزيون والغرس الثقافي عند مشاهديه يمكن أن ترجع إلى بعض المضامين أو البرامج و لا تنطبق على البعض الآخر فالتأثير يحدث نتيجة لبرامج محددة .

- أن المادة التلفزيونية قد تتعرض للقلب و التزييف من قبل المشاهدين ، كما أن استجاباتهم قد تكون متحيزة وبالتالي تصبح الأسس التي تبنى عليها مفاهيم أبعاد العلاقة بين المشاهدة و التأثير طبقا لمنظور الغرس الثقافي غير دقيقة.

¹ محمود حسن إسماعيل مرجع سابق، ص269، ص270

ثانيا: ماهية الإعلام الإسلامي:

مثل غيره من الأنشطة الإنسانية واجهت محاولات أسلمة العمل الإعلامي عقبات، لها علاقة بتحديد الجانب التطبيقي للمصطلح، ونطاق عمله، المشكلة التي واجهت مصطلح (الإعلام الإسلامي) لم تقف عند تعريف ماهية النشاط وطبيعة الممارسة، بل تعدها كذلك، إلى وضع آلية لتطبيق المصطلح نفسه، ووضع موضع التنفيذ، بسبب تعقد النشاط الإعلامي وتجاوزه مفهوم الممارسة البسيطة. وسيتم التوقف عند بعض القضايا التي تساهم في إعطاء تصور واضح حول المصطلح وسبل ممارسته في الميدان.

1. تعريف الإعلام الإسلامي و إشكالية المصطلح:

بما أن الإعلام الإسلامي مازال في طور التأسيس من الناحية النظرية والعملية فإن تعريفاته متعددة تعكس تعدد وجهات نظر المهتمين به ومن تلك التعاريف :

الإعلام الإسلامي: "فن إيصال الحق للناس بقصد اعتناقه والتزامه، وفن كشف الباطل ودحضه بقصد اجتنابه، فهو بناء و تحصين"

فالإعلام الإسلامي يلتزم إيصال الحق إلى الناس بهدف إقناعهم بهذا الحق ليلتزمون به عقيدة وسلوكا، وفي الوقت نفسه يعري الباطل ويفنده ليتجنبه الناس و يحذروه فهو إعلام نافع هادف يقوم بوظيفة بناء الحق في المجتمع، و تحصينه من الباطل.

ويعرفه محي الدين عبد الحليم: "تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خلال وسيلة إعلامية عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية وترجمتها إلى واقع في سلوكه."

ويعرفه محمد أمين أحمد يونس "أنه إعلام عام في محتواه و رسائله، يلتزم في كل ما ينشر أو يذاع أو يعرض على الناس بالتصور الإسلامي للإنسان و الحياة المستمدة أساسا من القرآن الكريم و صحيح السنة النبوية وما ارتضته الأمة من مصادر التشريع في إطارهما." أما الباحثة سهيلة زين العابدين حماد فترى أنه " بيان الحق وتزيينه للناس بكل الطرق و الأساليب و الوسائل العلمية المشروعة مع كشف وجوه الباطل وتقيحه بالطرق

المشروعة، بقصد جلب العقول إلى الحق وإشراك الناس في نوال خير الإسلام و هديه، وإبعادهم عن الباطل وإقامة الحجة عليهم.¹

ويعرفه " محمد قطب ": " عرض جميع الأنواع الإعلامية من وجهة النظر الإسلامية " أما سيد محمد ساداتي: " أنه حمل مضامين الوحي الإلهي و وقائع الحياة البشرية المحكومة بشرع الله إلى كافة الناس، بأساليب ووسائل تتفق في سموها وحسنها و نقائها وتنوعها مع المضامين الحققة التي تعرض من خلالها ، وهو محكوم غاية و وسيلة بمقاصد الشرع الحنيف و أحكامه. "

وعرفه محمود كرم سليمان " أنه عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي، وتؤدي جميع وظائفه المثلى الإخبارية و الإرشادية والترويجية على المستوى الوطني والدولي والعالمي ، وتلتزم بالإسلام وكل أهدافه في وسائله، وفيها يصدر عنها من رسائل و مواد إعلامية وثقافية و ترويجية ، وتعتمد على الإعلاميين الملتزمين بالإسلام قولا وعملا وتستخدم جميع وسائل و أجهزة الإعلام المتخصصة والعامه² "

أما المعجم الإعلامي فيعرفه: " هو التزام وسائل الإعلام في كل ما تقدمه من مواد بالشريعة الإسلامية وما حددته من ضوابط في تقديم الأخبار و تفسيرها وفي التوجيه والإرشاد والتعليم والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ... فالإعلام الإسلامي لا بد أن يكون نابعا من الإسلام متأدبا بأدابه وملتزما بأوامره وبالذعوة إلى الخير و الأمر بالمعروف و النهي عن المنكر"³

وفي السياق ذاته أشار " محمد هاشم الهاشمي " إلى مفهوم الإعلام الإسلامي في ثنايا حديثه عن النظام الإعلامي في المجتمع الإسلامي بأن هذا الأخير يعتمد منهج واحد ينطلق من قواعد الشريعة الإسلامية ومن مصادرها الأساسية مهما تنوعت هذه المجتمعات في جنسها و ولغتها وتباعدت في جغرافيتها ... وبناء عليه - حسب الكاتب - أن النظام الإعلامي في المجتمع الإسلامي " تصاغ أهدافه الكبرى منسجمة مع روح الدين ومقاصد الشريعة متحررا من كل الأهواء والمصالح الفردية والأطماع السياسية .. وهذا النوع من الإعلام هو إعلام

¹ منتصر حاتم حسين، أيدولوجيا الإعلام الإسلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 40، ص41

² طه أحمد الزبيدي، المرجعية الإعلامية في الإسلام، ط1، دار الفجر ودار النفائس، العراق، 2009، ص 44، ص45

³ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، مرجع، ص64

بناء وتحصين أي بناء الإنسان وبناء الحياة في كل جوانبها، وتحصينه مما قد يعرض من الآفات والملوثات الفكرية والسلوكية.¹

ويعرفه "كحيل عبد الوهاب": "استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي، يقوم به مسلمون عاملون عاملون بدينهم متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة، مستخدمين تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة و القيم الأخلاقية والمبادئ والمثل للمسلمين وغير المسلمين من كل زمان ومكان، في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب."

وعرفه علي حسن مصطفى بقوله: "كل ما اختص بتزويد الناس بالمعلومات الصحيحة والأخبار الصادقة مشتملاً جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي، مؤدياً جميع وظائفه من تثقيف، وترويح، وإرشاد، وإخبار، وتعليم...، ملتزماً في ذلك بمبادئ الإسلام في جميع عمليّاته، ومراحله، وأهدافه، ووسائله"

و هناك تعريف أكثر تحديداً- وهو التعريف التي تبنته الباحثة - : "الإعلام الإسلامي يعني أن يتصف هذا الإعلام بما يحقق منهج الإسلام من الصدق و الإخلاص والإحسان فيما تقدمه أجهزة الإعلام من تقديمه صحافة و الإذاعة و التلفزة من أخبار و تعليقات على الأخبار وأحاديث وتمثيلات و غيرها مما تعودت هذه الأجهزة على تقديمه للجماهير. وهذا الثالث الإسلامي: الصدق الإخلاص و الإحسان يكفي لتحقيق إعلام إسلامي صحيح.. إعلام شريف نظيف إعلام مفيد حميد"²

بعد استعراض التعاريف السابقة يمكن الخروج بالملاحظات التالية:

✓ عملية التنظير في الإعلام الإسلامي تعاني الكثير من النقائص ما نتج عنه صعوبة تحديد تعريف جامع مانع له.

✓ حداثة الاهتمام العلمي و الأكاديمي بهذا النوع من الإعلام وقلة الدراسات النظرية المتخصصة فأول دراسة منهجية كانت بصدور الطبعة الأولى لكتاب (الإعلام له تاريخه ومذاهبه) للدكتور عبد اللطيف حمزة سنة 1965 فكان الكتاب رائداً في محاولته إلقاء نظرة

¹ مجد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر و تقنياته الحديثة، دار المناهج للنشر و التوزيع، الأردن، 2006، ص26، ص27
² سعيد إسماعيل صبيح، الإعلام الإسلامي النظري في الميزان، د ط، مكتبة الملك فهد الوطنية، السعودية، 1997، ص104

على تاريخ الدول الإسلامية من زاوية إعلامية ثم تلاه (الإعلام في صدر الإسلام) لنفس الكاتب. و رغم تنامي الاهتمام بالإعلام الإسلامي و تزايد عدد الدراسات العلمية لكن النقص جلي في الجانب التنظيري .

✓ كل التعاريف السابقة تؤكد على أن فلسفة الإعلام الإسلامي مستمدة من تعاليم الدين الإسلامي وتصوره للكون و الحياة.

✓ وجود خلط بين الإعلام والذي يقتصر على وسائل الاتصال الجماهيري المقروءة و المسموعة والمرئية و بين الاتصال الذي يشمل إضافة إلى الوسائل السابقة الاتصال الشخصي و الجمعي الذي لا يعتمد على وسائل الإعلام السابقة

✓ يلاحظ أيضا وجود خلط واضح بين الإعلام الإسلامي و الدعوة الإسلامية ليأخذ كل منهما نفس دلالة الآخر.

2. مصطلحات ذات صلة بالإعلام الإسلامي:

لرفع اللبس و إزالة الغموض حول المصطلح سيتم الإشارة إلى بعض المصطلحات المشابهة له والتي استعمل بعضها كمرادف للإعلام الإسلامي. وهي الدعوة الإسلامية و الحتمية القيمية في الإعلام.

1.2. العلاقة بين الدعوة و الإعلام:

بعد تعريف مصطلح الإعلام الإسلامي اتضح جليا الخلط بين هذا المصطلح الحديث و مصطلح قديم تزامن انتشاره مع ظهور الإسلام في حد ذاته و هو مصطلح الدعوة فكثير ممن كتب و اهتم بالإعلام الإسلامي يستعمل كلا المصطلحين على أنهما مترادفين. والإشكالية المطروحة هل الدعوة هي الإعلام؟ و الإعلام هو الدعوة؟ و هل المفهومان مترادفين أم متغايرين؟ وإذا كانا مترادفين فلماذا نجد تخصص دعوة وإعلام في معاهد العلوم الإسلامية؟ الإجابة على هذه الأسئلة اختلفت باختلاف وجهات نظر الباحثين في الإعلام الإسلامي، بين من يفرق بينهما و بين من يستعمل كلا المصطلحين للدلالة على المعنى نفسه. قبل التطرق لتلك الآراء يجب الإشارة أولا لمفهوم الدعوة الإسلامية لتتضح نقاط الاتفاق و الاختلاف بينها وبين الإعلام الإسلامي.

- **الدعوة لغة** من الدعاء إلى الشيء والحث عليه، والدعوة مختصة بادعاء النسبة، وأصلها للحالة التي عليها الإنسان نحو القعدة والجلسة كما تحمل معنى النداء فدعا بمعنى نادى. و الدعوة إلى قصية ما يراد إثباتها أو الدفاع عنها سواء كانت حقا أو باطلا¹ كقوله تعالى على لسان يوسف علي السلام: «قال رب السجن أحب إلي مما يدعونني إليه»² و**الدعوة في الاصطلاح**: هي العلم الذي به تعرف كافة المحاولات الفنيّة المتعددة الرامية إلى تبليغ الناس الإسلام بما حوى من عقيدة وشريعة وأخلاق، أو هي فنُّ يبحث في الكيفيات المناسبة التي تجذب بها الآخرين إلى الإسلام، أو نحافظ على دينهم بواسطتها أو هي في الإمالة للجمهور نحو شيء معين بأي وسيلة كانت متاحة صوتية كانت أو كلامية³

¹ مصطفى مشهور، الدعوة قواعد وأصول، دط، دار الصديقية للنشر و التوزيع، الجزائر، 1989، ص13

² القرآن الكريم، سورة يوسف، الآية 33

سعيد القحطاني، العلاقة المثلى بين الدعوة ووسائل الاتصال الحديثة في ضوء الكتاب والسنة، سلسلة مؤلفات سعيد القحطاني 93³

فأما الفريق الأول يرى أنهما يختلفان من حيث الهدف و الوسيلة فبالنسبة للهدف فالإعلام يقتصر على نقل الحقائق و المعلومات أما الدعوة فتشمل إيصال المعلومة و محاولة الإقناع بها و يوضح "محمد منير حجاب" هذا الفرق قائلاً: "إن الإعلام في أعلى مستوياته و صورته مهما توافرت له الدقة و الموضوعية ليس سوى ترجمة أمينة لواقع موجود فعلاً، أما الدعوة فهي سعي حثيث و هادف لبناء واقع جديد ولتنمية الواقع الموجود فعلاً وفقاً لمبادئ التي حددتها الدعوة..."

أما "عبد الوهاب كحيل" يفرق بين الدعوة و الإعلام من حيث الهدف و لكنه يجعل من الإعلام شاملاً لدعوة و ذلك "أن الإعلام نشر الحقائق و الآراء بطريقة موضوعية و له أهداف كثيرة منها الإخبار و منها التثقيف و منها التنوير و الإرشاد و منها الدعوة بهدف الإقناع بفكرة معينة لإحداث استجابة معينة، أو لإقناع الرأي العام بشيء ما" و عليه ما الدعوة إلا أحد أهداف الإعلام شأنها شأن الإخبار و التثقيف. و يؤيده "محمد سيد محمد" إذ يؤكد أن الدعوة جزء من الإعلام الإسلامي أو هي الجزء الأيديولوجي (العقائدي) فيه.

و بالنسبة للوسيلة فالدعوة أكثر شمولاً لأنها تعتمد على الاتصال الشخصي و الجمعي و الجماهيري، أما الإعلام فيقتصر على الاتصال الجماهيري فقط. و على هذا الأساس تكون تسمية الاتصال الإسلامي أقرب إلى مفهوم الدعوة من الإعلام الإسلامي و هذا ما أقر به ضمناً "منير حجاب" عندما عنون أحد فصول كتابه¹ (الإعلام الإسلامي. المبادئ. النظرية. التطبيق) التعريف بالاتصال الإسلامي بينما تضمن المحتوى تعريف الدعوة و تحديد مستوياتها و الإشارة إلى العلاقة بينها و بين بعض الأنشطة الاتصالية الأخرى.

أما الفريق الثاني يرى أن الأعلام الإسلامي ما هو إلا مصطلح حديث يحمل معنى الدعوة وهذا ما رجحه "محي الدين عبد الحليم" الذي يرى أن الإعلام و الدعوة يحملان نفس المعنى على الصعيدين النظري و العملي... والفارق بينهما هو حداثة كلمة إعلام و عراقية كلمة دعوة... "ويرى" محمد الجيوشي² أن عناصر العملية الإعلامية هي نفسها العناصر

¹ محمد منير حجاب، الأعلام الإسلامي. المبادئ. النظرية. التطبيق، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2002
² بو علي نصير، الدعوة و الإعلام التباعد و التقارب بين الموضوع و المنهج، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، الجزائر

الدعوية: مضمون الدعوة، وسيلة الدعوة، المتلقي للدعوة و الأثر الذي تحدثه هذه العناصر الدعوية ككل.

وبناء عما سبق:

الدعوة تشترك مع الإعلام الإسلامي في نقل الرسائل الإسلامية وفي مجاله (جميع متطلبات حياة البشر عبر الأجيال زمانا ومكانا) وفي آليته (نقل المعلومات المضامين) وفي هيكله (مرسل ومستقبل ورسالة محملة على وسيلة) وفي سعيهما لخدمة هدف لكل عملية دعوية أو إعلامية إسلامية، في نطاق نظام شامل محيط

ويختلفان في: أن الدعوة اختلفت بالاتصال الشفوي والمباشر فغالبا التواصل يكون في اتجاهين في ذات الوقت، بالإضافة إلى احتمال وجود تعزيز أو دعم قريب للمعلومة بالتأكيد والتأييد، واختص الإعلام بالاتصال عن طريق الوسائل الجماهيرية، الصحافة والإذاعة والتلفاز ونحوها مما يمكن تداوله بين الحاضرين من الجمهور والغائبين، وبين الجيل الحاضر والجيل القادم، وتكرار عرضه عند اللزوم¹

أي أن الإعلام الإسلامي هو الدعوة بواسطة الوسائل الإعلامية الجماهيرية الحديثة، و الدعوة هي الإعلام عن طريق وسائل الاتصال الشخصي والجمعي .

¹ وافي شعبان جمعة، المناهج الإعلامية وأثرها على الدعوة، مؤتمر الدعوة الإسلامية متغيرات العصر، الجامعة الإسلامية بغزة، 2005

2.2. الإعلام الإسلامي و الحتمية القيمية في الإعلام

إذا كانت الدعوة الإسلامية مصطلح قديم -مقارنة بمصطلح الإعلام الإسلامي- في التسمية و الممارسة فقد ظهر حديثاً مصطلح آخر يتقارب إلى حد كبير مع الإعلام الإسلامي وهو ما سمي بالحتمية القيمية في الإعلام . فما هي الحتمية القيمية في الإعلام أولاً؟ و ما الفرق بينها و بين الإعلام الإسلامي ثانياً؟

- تعريف الحتمية القيمية في الإعلام :

لقد كانت و إلى وقت قريب الإسهامات العربية في المجال الإعلامي مجرد إسقاطات للنظريات الغربية على البيئة العربية دون أن تراعي في كثير من الأحيان خصوصية هذه البيئة من حيث جذورها التاريخية و انتماءاتها الثقافية و الحضارية.

و في ظل هذا الشح الأكاديمي من طرف الباحثين العرب و المسلمين* ظهرت بحوث ودراسات المفكر الجزائري "عبد الرحمان عزي" والتي استندت إلى متغير رئيسي وهو : القيم و التي مصدرها الدين .فقد اعتمد " الدكتور عبد الرحمان عزي" في محاولاته التنظيرية على النظرية الاجتماعية الغربية و لكنه لم يهمل انتمائه الحضاري فحاول تكييفها مع الواقع منطلقاً من :

- علوم الإعلام والاتصال كمادة خام.
 - الفكر الاجتماعي المعاصر في القرن العشرين كمادة مستوردة.
 - التراث العربي الإسلامي على سبيل الاجتهاد وليس النقل كمادة محلية.
 - القرآن الكريم بمثابة الاسمنت الذي يمسك النظرية بإحكام.¹
- مرتكزات نظرية الحتمية القيمية:

تنطلق النظرية من افتراض أساس يعتبر الإعلام رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة النابعة من المعتقد. و لذلك فإن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابياً إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم، وكلما زادت قوة العلاقة بينهما كان التأثير إيجابياً. وبالمقابل، يكون

* أحصت الكاتبة مي العبد الله إضافة إلى ما قدمه عزي عبد الرحمان المحاولات العربية التالية لوضع نظرية في علوم الإعلام و الاتصال : (1) محاولة مختار التهامي 1958(المسؤولية العالمية والدولية للصحافة)2)محاولة عواطف عبد الرحمان (الإعلام العربي في ظل نظرية التبعية)3)محاولة محمد سيد محمد(النظرية المختلطة للاتصال) انظر مي العبد الله،مرجع سابق،ص-ص:370،367
¹باديس لونيس ، الإعلام والحتمية القيمية (قراءة تعريفية سريعة) ، الموقع الإلكتروني لمدينة باديس لونيس <http://www.blogger.com>

التأثير سلبيًا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة و كنتيجة لهذا التناقض يكون التأثير سلبي . وتقوم النظرية على الافتراضات التالية :

- أن يكون الاتصال نابعا ومنبثقا من الأبعاد الثقافية الحضارية التي ينتمي إليها المجتمع.
- أن يكون الاتصال تكامليا؛ فيتضمن الاتصال السمعي البصري، والمكتوب والشفوي الشخصي، مع التركيز على المكتوب لأنه من أسس قيام الحضارات.
- أن يكون الاتصال قائما على مشاركة واعية من طرف الجمهور المستقبل لا أن يكون أحاديا متسلطا.
- أن يكون الاتصال دائما حاملا للقيم الثقافية والروحية التي تدفع الإنسان والمجتمع إلى الارتقاء .

رغم أهمية هذه النظرية في حقل علوم الإعلام والاتصال وما أثارته من اهتمام و جدل بين الأكاديميين والدارسين فإن التطرق إليها ليس من باب التعمق و التفصيل و إنما من باب المقارنة بينها و بين موضوع الدراسة "الإعلام الإسلامي" أو محاولة لتحسس العلاقة بينهما إن وجدت . فهل الحتمية القيمية في الإعلام هي تسمية جديدة لمصطلح الإعلام الإسلامي أم هي باكورة النظريات التي تؤصل لهذا العلم الفتي ؟ خاصة أن للباحث عبد الرحمان عزي اهتمام سابق بالإعلام الإسلامي من خلال موضوعه سنة 1989 عن "الإعلام الإسلامي: تعثر الرسالة في عصر الوسيلة "

الإجابة عن هذا الانشغال العلمي كانت من طرف صاحب النظرية بنفسه موضحا الفرق بين الإعلام الإسلامي و نظريته وكان ذلك ردا على أحد الأسئلة التي وردته في بريده الإلكتروني¹ وكان نص الإجابة كالتالي:

- " يكمن الفرق الأول في المنهجية (وليس في المنطلق)، فالإعلام الإسلامي يقوم على سرد النصوص بذاتها دون إتباع منهجية محددة في قراءة النص أو ربطه بواقع الظاهرة الإعلامية المعاصرة، وكان ذلك عاملا في وصول هذا الطرح إلى طريق "شبه مسدود" بعد أن تم استكمال السرد و أصبحت النصوص تكرر نفسها... أما نظرية الحتمية القيمية في الإعلام

¹ موقع النظرية القيمية في الإعلام تاريخ الزيارة 5 /2/ 2013 على الساعة 10:40

فتوظف عدد من الأدوات المنهجية التي ولدتها النظريات الاجتماعية و الاتصالية الحديثة في الغرب

- أن تقليد الإعلام الإسلامي يكاد يقصي التجربة الإعلامية الغربية (الأكاديمية أو الممارسة في الميدان). إذ يغيب الآخر بشكل كبير أو يظهر بشكل باهت، و يعود ذلك جزئيا إلى أن الجيل الأول من كتاب هذا التقليد لم يحتك بالتراث المعرفي الإعلامي الغربي و ربما لم يهتم بذلك أيضا... أما نظرية الحتمية القيمية في الإعلام فهي تتفاعل مع المعرفة الإعلامية الغربية بشقيها الأكاديمي و الممارس في الميدان و تحاول أن تطرح نفسها بوصفها صوت آخر يتعايش و ينافس النظريات القائمة، و بمعنى آخر، فتسعى نظرية الحتمية القيمية في الإعلام إلى تتجاوز صفة المحلية إلى إيجاد مكان لها في التراث المعرفي الأكاديمي السائد لدينا و في الغرب.

- أما بالنسبة للتسمية ذاتها، فالاستخدام اللفظي المباشر في القول "الإعلام الإسلامي" قد يوحي للوهلة الأولى أنه خطاب أكثر من أن يكون علم أو أنه أمر محلي ديني بحت كالقول "الإعلام المسيحي" مثلا... أما تعبير نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، فتحل هذه المعضلة إلى حد كبير، فتعبير نظرية الحتمية القيمية في الإعلام يجعلها جزءا من اللغة الأكاديمية العلمية، وهي ليست محلية إذ ترى أن القيمة هي المحرك في التطور الحضاري لأي مجتمع. يضاف إلى ذلك أن الاستخدام اللفظي غير المباشر في الإشارة إلى "القيمية" يترك بعض المجال للخطأ المحتمل و الذي ينسب في هذه الحالة إلى النظرية وليس إلى مصدر النظرية. و نجد هذا الأسلوب حاضرا عند مالك بن نبي الذي يتحدث عن شروط النهضة بأسلوب غير مباشر يجعلك تستنج أن الأمر يخص أي حضارة، وإن وقعت أخطاء فتعود إلى الحضارة ذاتها وليس المصدر المحرك.

لقد تعمدت الباحثة ذكر نص هذا الرد كاملا (تقريبا) كما صدر من صاحبه لتتضح الرؤية ويزول الالتباس بين المصطلحين. وعليه فنظرية الحتمية القيمية و على لسان صاحبها ليست هي الإعلام الإسلامي فهي تلتقي معه في المنطلق فكليهما يحاول إبراز "الأنا" العربي الإسلامي الذي يختلف إلى حد التناقض مع الآخر الغربي غير الإسلامي فكما سبق ذكره هذه النظرية تجعل من القرآن الكريم و تعاليم الوحي الإلهي و كذا التراث العربي من أهم

المرتكزات التي تقوم عليها و الشأن نفسه بالنسبة للإعلام الإسلامي (سيتضح ذلك أكثر في المبحث المتعلق بخصائص الإعلام الإسلامي) بينما الاختلاف يكون في الأدوات المنهجية التي استعانت بها النظرية والتي ولدتها النظريات الاجتماعية و الاتصالية الحديثة في الغرب وحتى التسمية "عزي" لا يسمي الإعلام الإسلامي علما و لكن يطلق عليه تقليد الإعلام الإسلامي كما ير أنه خطاب أكثر منه علم .

إضافة إلى ما اعتبره "عزي" انغلاقا على الذات من طرف الإعلام الإسلامي الذي حسب و جهة نظره يقصي التجربة الغربية و يرفض التفاعل معها مما يجعله حبيس المحلية غير قادر على الاقتراب من العالمية ولعل هذا ما جعل "عبد الرحمان عزي" يستبدل مشروعه البحثي حول الإعلام الإسلامي الذي باشره سنة 1989 بما أسماه تلميذه "الدكتور نصير بوعلي" لاحقا بالحمية القيمية في الإعلام.

وما يمكن قوله في الأخير: الإعلام الإسلامي، الدعوة الإسلامية و الحتمية القيمية في الإعلام هي مصطلحات تختلف في تسمياتها و تختلف في بعض مضامينها لكنها رغم هذا الاختلاف فإنها تتفق في إسلامية الفكرة فكل من يعمل أو يحاول أن ينظر في المجالات الثلاثة المذكورة في الوقت الحاضر يسعى إلى توأمة التصور الإسلامي مع الممارسة الإعلامية في بعديها النظري و الميداني و لعل الاختلاف الجوهرى بينها هو في ما تم إنجازه في تلك المجالات على المستويين النظري و الميداني .

وفي الأخير يمكن يمكن استعارة عبارة الدكتور عبد القادر طاش حول الإعلام الإسلامي: "المفهوم الأحق للإعلام الإسلامي هو المفهوم المنهجي ،الذي لا يجعل مقاييس إسلامية الإعلام مبينة على أساس الحدود الجغرافية و المكانية أو الوضعية التاريخية المحدودة أو الممارسة الواقعية الخاطئة للإعلام بل يبنى تلك المقاييس و المنطلقات على أساس الأطر الفكرية والاجتماعية و الإنسانية المنبثقة من روح الإسلام وتصوراته الكلية وقيمه السامية .. و ضوابطه الشرعية.." ¹

¹ نقلا عن :محمود القارئ ،قضايا ورؤى في الإعلام الإسلامي، ورقة مقدمة لندوة تجربة الفضائيات الإسلامية،مركز دراسات الإسلام و العالم العصر،السودان،2008

3. خصائص الإعلام الإسلامي :

خصائص الإعلام الإسلامي هي المواصفات والشروط التي يعمل في إطارها هذا الإعلام المستمد من منهجية القرآن الكريم و السنة النبوية متقيدا بأحكام الشريعة الإسلامية ونظرتها الشمولية للكون والحياة والإنسان. ولم يختلف الباحثون و منظروه في هذه الخصائص من حيث محتواها وأهدافها، ولكن كان الاختلاف في تقديم هذه النقطة عن تلك أو إعطاء جانب ما أهمية دون آخر ومن أهم تلك الخصائص:

1. إعلام عقائدي ملتزم وله رسالة: ومفاده أن نظرية الإعلام الإسلامي لا بد أن تعكس العقيدة

الإسلامية، وهذا ما أكدته مؤتمر جاكارتا بأندونيسيا عام 1980 و الذي نصت المادة الأولى في ميثاق شرف الإعلام الإسلامي على الالتزام :

- ترسيخ الإيمان بقيم الإسلام ومبادئه الحقيقية.

- العمل على تكامل الشخصية الإسلامية.

- تقديم الحقيقة له خالصة في حدود الآداب الإسلامية .

- بتبيين واجباته اتجاه الآخرين و بحقوقه وحرياته الأساسية.

فالالتزام نظرية إسلامية تتبناها فروع المعرفة الإسلامية، ومن ذلك الإعلام فالإعلام الإسلامي له أصوله وضوابطه الشرعية وقواعده الكلية التي يستند إليها و ينطلق منها.

2. إعلام منصف و متزن: فهو يحترم الآراء ويعتمد الموضوعية في الحوار والأطروحات

، يقول الله تعالى: "قل هاتوا برهانكم إن كنتم صادقين." (البقرة 111)

لأن الإسلام يذم المرء حتى لو كان في الحق لما يورث من البغضاء والفتن.

و عليه الإعلام الإسلامي لا يبالغ في نقد الآخرين (أفراد و مؤسسات). فالإنصاف و الاتزان

هما سمتان من سمات المنهجية الإسلامية، لذا فهو يلتزم بالعدل مهما كانت الظروف فلا

ينحاز إلى شخص أو طبقة أو قومية¹. وهذا ما عبر عنه "محمد عجاج الخطيب" عند

وصفه الإعلام الإسلامي بالموضوعي وذلك - حسب رأيه - لأنه مبني على الإيمان و بعيد

عن الدعاية التي تتعمد في وسائلها إخفاء حقيقة أو تهولها أو تشويهها من أجل الوصول إلى

الهدف الدعائي المطلوب . إضافة إلى موضوعيته فالإعلام الإسلامي عام و شامل يعكس

¹ طه أحمد حميد، نحو إعلام إسلامي هادف، بحث مقدم للمؤتمر رابطة الإعلام الإسلامي: الإعلام الإسلامي الواقع والطموح ص ص 24،26

عموم الإسلام و شموله فهو صورته و لسانه ،يعبر عن عقيدته و أحكامه،يبين آدابه و يتناول أمور الدين و الدنيا و كل ما يتعلق بالفرد و الجماعة.¹

3. إعلام صادق : لما كانت الكلمة هي أهم ما يقوم عليه الإعلام فحري بالكلمة الإعلامية في

المجتمع الإسلامي تتميز بالصدق و صفة الصدق في الإعلام الإسلامي تستلزم ما يلي²:

(1) صدق الخبر: أي الالتزام بالحقيقة المجردة بدون زيادة أو نقصان، ليكون الخبر في الإعلام الإسلامي مرآة عاكسة للواقع و لتفادي الخطأ بين الأمور و انتشار الشائعات و الشكوك في المجتمع الإسلامي. قال تعالى: يا « أيها الذين آمنوا إن جاءكم فاسق بنبأٍ فتبينوا أن تصيبوا قوماً بجهالة فتصبحوا على ما فعلتم نادمين» (الحجرات6)

(2) صدق الصياغة: فصياغة الإعلام الإسلامي تتعد عن أي تهويل من استخدام أسلوب الإثارة و الإيحاء بغير الحقيقة .و ذلك لمنح المتلقي الحق في اتخاذ الموقف المناسب من الحدث الذي يعبر عنه الخبر.

(3) صدق القصد: لأن الإعلام الإسلامي إعلام هادف إلى تحقيق الخير للمجتمع الإنساني عامة و المجتمع الإسلامي خاصة، فالمادة الإعلامية لا بد أن تكون هادفة لتحقيق غاية إنسانية صالحة و ليست مجرد عرض لأفكار لا تنفع أو تحمل في ثناياها أضرار ظاهرة أو خفية.

(4) صدق الحكم: إذا كان من أهداف الإعلام تزويد الناس بالمعلومات و الحقائق التي تساعد على تكوين رأي صائب و سوي ، فإنه يتعين على الإعلام الإسلامي أن يكون نزيهاً في حكمه على الأمور و تقديره لها و تأسيساً على ذلك لا ينبغي للإعلام الإسلامي لأي مذهب أو نظام سياسي .

4. الثبات والمرونة : ذلك لان الإعلام الإسلامي يستند في أصوله و منطلقاته إلى تصورات

الإسلام الثابتة و غاياته المستقرة و مبادئه الرفيعة ، إذ يعالج كافة القضايا من خلال عقيدة التوحيد الخالص و الشريعة السمحة . كما أنه لا يغفل عن معطيات العصر و ما يعتري الناس في أمور حياتهم فهو قادر على استيعاب ذلك و تقديم الحلول و الآراء السديدة .

¹ محمد عجاج الخطيب ،أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، ط2، مؤسسة الرسالة، لبنان، 1987، ص15، ص17
² حامد عبد الواحد، الإعلام في المجتمع الإسلامي، صص72، 70

5. الواقعية: وهي التعامل مع الإنسان وفق واقعته الذي فطره الله عليه فلا نعلي الناس فوق شأنهم فيترسخ في الذهن إنهم معصومون أو أنهم فوق النصح والإرشاد فيحصل بذل كمسايرة الباطل أو نخط من مقامهم ونحقر حالهم فيكون إتباع الهوى وتضيع الدعوة بين هذا وذاك

6. الوسطية: ومعناها أن الإعلام الإسلامي ليس إعلاماً دعائياً هدفه التأثير على الناس بأي وسيلة وإنما هو إعلام يقوم على الحوار والتسامح وعلى التعايش، وقبول الرأي المعارض و المخالف. و يلتزم الصدق و الأمانة مع القريب و البعيد ومع الذات و الغير، فلا يقبل و الخطأ إن كان لدى الذات، ولا يرفض الحق و الصواب إن جاء من عند الغير. وهو إعلام جاد و ممتع، و جديته لا تعني الرهبانية و القطيعة مع الجمال ومع الذوق الرفيع، ومع اللهو النظيف، و إمتاعه لا يعني الإسفاف و الإغراء و الإغواء، و الانسياق مع الأهواء و الشهوات¹ و يضيف "عبد العزيز شرف"² أن النظرية الإسلامية في الإعلام تقوم على الإقناع و تنهى عن الإكراه مستندا في ذلك على الآية الكريمة: « وإن الذين أورثوا الكتاب من بعدهم لفي شك منه مريب فلذلك فادع واستقم كما أمرت و لا تتبع أهواءهم وقل آمنت و أمرت لأعدل بينكم الله ربنا وربكم لنا أعمالنا ولكم أعمالكم ... »

¹ نعيمة بني عيش البعد الدعوي للعمل الإعلامي . المنتدى الإسلامي http://www.startimes.com تاريخ الزيارة: 2012/6/25 على الساعة 10:25

² عبد العزيز شرف، الإعلام الإسلامي و تكنولوجيا الاتصال، دط، دار قباء للطباعة و النشر و التوزيع، مصر، 1998، ص118

4. أهداف الإعلام الإسلامي :

- يرى عبد الله الوشلي¹ أن الإعلام الإسلامي : لا يقتصر دوره على قضايا معينة يحققها للإنسان و لكنه يتدخل في كل قضاياها بالدور الملائم "و يقسم أهداف الإعلام الإسلامي إلى:
- أهداف عقائدية: لإبلاغ العقيدة و ترسيخها في النفوس و رد الشبهات.
 - أهداف ثقافية: لتعميم الفهم والوعي ،و تعليمية للتفقيه و المعرفة و تربية من أجل إيجاد الفرد الصالح.
 - أهداف اجتماعية : ترمي إلى تماسك المجتمع و ترسيخ معاني الأخوة و غرس روح التعاون بين أفراداه .

كما يضيف أهداف اقتصادية لترشيد الأخذ والعطاء والحماية من الغش و الاحتكار، و أهداف سياسية للتوجيه و النصح و المشورة و حماية مصالح الأمة في الداخل و تنظيم علاقاتها الدولية و تحديد مسارها. و أخرى ترفيهية للتسلية و الترويح و تجديد النشاط .

ومن أهدافه أيضا:² صيانة المفاهيم و الحقائق الإسلامية من التحريف و من إخضاعها للتصورات العصرية الغربية، أو لمصطلحات سياسية و اقتصادية التي نشأت في أجواء و بيئات مختلفة تختلف من حيث خلفياتها و عوامل و تاريخ ظهورها و يتم ذلك ببعث الفكر الإسلامي الأصيل على اعتبار أن كل مقومات الحضارة موجودة في هذا الفكر .

إبراز محاسن الإسلام و مميزاته و تقريب مفاهيمه و حقائقه بما يتوافق مع قدرات الناس و ينسجم مع مداركهم..

ومن أهدافه أيضا:³ تغيير الصورة الذهنية القائمة التي يحملها الغرب نحو الإسلام و كدليل على ذلك يكفي التنويه بنتائج دراسة الأستاذ "جاك شاهين " سنة 1997 والتي استهدفت 3000 مبحوث من الأمريكيين فكشفت أن 42% من المبحوثين يرون أن المسلمين أتباع دين يؤازر الإرهاب وأن 47% منهم يرون أن المسلمين معادون للغرب وأن كثير من

¹ عبد الله قاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، ط2، دار البشير للثقافة و العلوم الإسلامية ، اليمن، 1993، ص40، ص41

² محمد يوسف رمضان، من خصائص الإعلام الإسلامي، دعوة الحق، رابطة العالم الإسلامي، العدد 97، مكة المكرمة، 1989

³ محي الدين عبد الحلیم، الصورة النمطية المشوهة للإسلام و المسلمين في الإعلام الغربي، مجلة الفن الإذاعي، العدد 176، أكتوبر 2004، ص 17،

الأمريكيين يعتقدون أن كل المسلمين عرب بما فيهم الإيرانيين . و قد شارك و بشكل كبير الإعلام الغربي من خلال القنوات الدولية و الشبكات الإذاعية و الصحافة العالمية التي توزع على نطاق دولي في بناء تلك الصورة النمطية السيئة للإسلام و المسلمين في الثقافة الشعبية الغربية عامة و الأمريكية على وجه الخصوص . وفي السياق ذاته ذكر خبير ألماني في دراسة تم القيام بها في جامعة إيرفورت عكست أن 80 % مما تناقلته وسائل الإعلام حمل صورة سلبية للإسلام وقد أضاف "كاي حافظ" أن الخلل لا يكمن في الصورة السلبية بل في تجاهل كل الأوجه الأخرى أما "كارترينا نوتساوولد" صاحبة دراسات عن واقع الإعلام الغربي و العربي ترى أنه من التعقيدات التي ساهمت في هذا الانحراف لوسائل الإعلام الغربية هو نقص المعرفة بالإسلام إذ أن الصحفي الغربي لا يفرق بين تعاليم الدين الإسلامي و بعض التقاليد الاجتماعية الموجودة في بعض المجتمعات الإسلامية¹ ويوجز "محمد كمال الدين إمام"² كل الأهداف السابقة في ما أسماه بالوظيفة البنائية و الوظيفة المعيارية .

● الوظيفة البنائية: ويقصد بها دور الإعلام الإسلامي في سبيل البناء الفكري للإسلام والعمل على التوعية به في المجتمع الإسلامي للحفاظ على تماسك بنائه . فالوظيفة البنائية في الإعلام الإسلامي - حسب رأيه - تنظر إلى كل عناصر العملية الإعلامية في الشكل و المضمون من زاوية قدرتها على إقامة البناء أو فائدتها له . وهو في ذلك ينفي الإنتماء إلى الذرائعية (البراجماتيزم) وإنما يؤكد على الالتزام بإستراتيجية للعمل الإعلامي معدة مسبقا و فيها كل إمكانيات الثبات ويمكن تحديد إستراتيجية هذا العمل على النحو التالي:

- تحرير المفهوم الصحيح للإسلام و محاربة أي محاولة لعزل الدين عن الحياة .
- تنشئة جيل مسلم صحيح الإسلام .
- وأهم ما تصبو إليه هذه الإستراتيجية هو القضاء على الثنائية بين ما تقدمه وسائل الإعلام و بين ما يقوم به المسجد ومن ثم تجاوز ما يتعرض له الفرد من حيرة بين إعلام وضعي يجذبه

¹ أحمد مطهر عقبات ، دور الإعلام و الهيئات الإسلامية في معالجة الإساءة إليه، ورقة مقدمة للمؤتمر الدولي للإعلام المعاصر بين حرية التعبير و الإساءة للدين، رابطة العالم الإسلامي، 2009

² إسماعيل الصيني، مرجع سابق، ص: 172، 158

بكافة الوسائل وما بين إعلام ديني محدود الإمكانيات يشده بحكم فطرة الدين الكامنة في الإنسان.

- وإضافة إلى ما سبق فإن الوظائف التقليدية التي يقوم بها الإعلام المعاصر من تعليم وتربية تدخل ضمن الوظيفة البنائية في الإعلام الإسلامي.

الوظيفة المعيارية: ومعناها جهد الإعلام الإسلامي في وزن المادة الإعلامية المرسله من الداخل أو القادمة من الإعلام الخارجي. وتبرز أهميتها في دور الإعلام الإسلامي إزاء التدفق الإعلامي الذي يقدم الصحيح و المعتل و المباح و غير المباح و ما نتج عنه من فوضى في الأفكار "والممتنع لما يبث ويذاع يجد أن البرامج الدينية انفصلت عن بقية البرامج الأخرى إذ أصبحت في معزل عنها فتأتي الأغنية الخليعة بعد الموعظة أو أن الفيلم الذي يحمل مشاهد التحلل والفساد يتخلله وقف الإرسال للصلاة وغير ذلك من المفارقات والمتناقضات التي تنمي ازدواجية مرفوضة في ذهن المتلقي الذي يحتار بين ثوابت دينه وكيفية التمسك بها من جهة و ما تبثه وسائل الإعلام من جهة أخرى"¹، إذا فالوظيفة المعيارية تحدد مدى صلاحية المادة للتقديم في مجتمع إسلامي ونجاحها في ذلك متوقف على مدى الإقناع بفساد الرأي المضاد و الإقناع بصلاحية الإسلام

5. شروط قيام إعلام إسلامي:

لقيام إعلام إسلامي لا يكفي توفر التصور الذي سينطلق منه أو تعداد الأهداف التي يحققها لابد من العمل في ميادين عدة يوجزها " عبد القادر طاش"² كالتالي :

- ميدان الإعداد والتأهيل البشري: ويكون بإعداد الكفايات البشرية المتخصصة في الإعلام، وتأهيلها فكرياً، وخُلفياً، وعملياً، ومهنيّاً. فإعداد الكادر البشري هو الخطوة الأهم لتحقيق الإعلام الإسلامي في الواقع ولا بدّ لإعداد أن يراعى في هذا الإعداد التكامل في المنهج العلمي والعملي من خلال التركيز على الجوانب التالية:

- الإعداد الفكري ليتعرّف الإعلامي على الأصول العقديّة والفكرية و التشريعية للإسلام.

¹ راضي سمير، الإعلام الإسلامي رسالة وهدف، دعوة الحق عن رابطة العالم الإسلامي، العدد 182، 1995، ص107
² عبد القادر طاش، ما هو الإعلام الإسلامي 'مجلة الداعي الشهرية، العدد 11، نوفمبر 2009

- الإعداد اللغويّ والتدوقي، فاللغة وسيلة إعلامي؛ و وعاء الفكر والثقافة، ولذلك لا بدّ له من التمكن في فنون اللغة العربية .
- الإعداد التخصصي والمهني، وهذا الإعداد لا بدّ أن يتكامل فيه الجانب النظري والجانب العملي التطبيقي حتى لا تصبح دراسة الإعلام دراسةً نظريّةً بحتةً. ولا بدّ من اكتساب القائم بالاتصال في العمل الإعلامي الإسلامي للمهارات العملية والمهنية المطلوبة في الممارسة الميدانية.
- الإعداد الثقافي العام، وهذا يتطلب الإلمام بالواقع الذي يعيش فيه، من حيث قضايا ومشكلاته، وأحداثه، وتياراته، كما يتطلب الإلمام بالمعارف والعلوم ذات الصلة بالإعلام كعلم النفس والاجتماع، والعلوم السياسية والاقتصادية، واللغة الأجنبية.
- ويضيف "محمد قارش"¹ مقومات أخرى كالمقومات الأخلاقية بالتحلي بالصدق والأمانة والالتزام بأخلاقيات العمل الإعلامي بتجنب الإثارة واستغلال مشاعر الجماهير و تهيجها كالحاصل في كثير من وسائل الإعلام الغربية وحتى وسائلنا العربية بالإضافة إلى المقومات السلوكية التي تعد ترجمة فعلية للأخلاق سابقة الذكر .
- **ميدان التأصيل والتنظير العلمي:** ما يزال الاهتمام بتأصيل قواعد الإعلام وأصوله وممارساته من وجهة النظر الإسلامية، محدودًا ومتناثرًا. وللخروج بالإعلام الإسلامي من التجارب الفردية لا بد من الاهتمام العلمي بالإعلام الإسلامي تأصيلًا وتنظيرًا، وإنشاء معاهد ومراكز البحوث الإعلامية، غير كاف و لكن يجب استقطاب الباحثين والدارسين الذين يميّزون بالوعي الإسلامي والاستيعاب العلمي للتخصّص الإعلامي، إلى جانب تمتّعهم بالمنهجية في التفكير، والتمكّن من أساليب البحث العلمي ووسائله.
- **ميدان الإصلاح الواقعي:** والمقصود بهذا: الإسهام الإيجابي في إصلاح المؤسسات الإعلامية القائمة في العالم الإسلامي، الرسمية منها وغير الرسمية، وبيدأ الإصلاح الواقعي بمحاولة إيجاد قنوات تواصلٍ وتعاونٍ بين المهتمّين بشؤون الدعوة والإرشاد والإعلام الإسلامي من جهة، وبين العاملين في المجال الإعلامي من جهةٍ أخرى؛ وذلك من أجل

¹ محمد قارش، مقومات رجل الإعلام الإسلامي في مواجهة التحديات المعاصرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم دعوة و إعلام، جامعة باتنة، 2010.

تضييق الفجوة بينهم .كما يجب توفير البدائل الإسلامية، و عدم الغياب عن الساحة الإعلامية، بدعوى انتظار نضوج الرؤية النظرية للإعلام الإسلامي.

– **ميدان الإنتاج العملي:** إن صناعة البدائل الإسلامية في مجال الإعلام بمختلف فنونه وضروبه وألوانه، تحتاج إلى المبادرة إلى إنشاء مؤسسات وشركات إسلامية للإنتاج والتوزيع الإعلامي في مختلف المجالات، من طباعة، وصحافة، ونشر، وتلفاز، وفيديو، وتسجيلات صوتية، وشرائح مصورة، وأفلام سينمائية وغيرها. وإنشاء مثل هذه المؤسسات يتطلب طاقات بشرية و تكاليف مادية ومالية لكن الاستثمار في هذا المجال هو الأساس في عملية أسلمة العمل الإعلامي .

ويرى الدكتور "عبد القادر طاش" و هو أحد رواد الإعلام الإسلامي: إن صياغة الإعلام – نظرياً وتطبيقياً – صياغة إسلامية، ليست مشروعاً سهلاً سريع التنفيذ؛ بل هو مشروع عملاق يمثل صورة من صورة التحدي الحضاري الشامل الذي تواجهه الأمة الإسلامية في حاضرها ومستقبلها.

6. وسائل الإعلام الإسلامي النشأة والتطور:

الحديث عن وسائل الإعلام الإسلامي لا يختلف من حيث التقسيم عن وسائل الاتصال الجماهيري سواء كانت مكتوبة أو سمعية أو سمعية بصرية. لكن بعض المهتمين بالإعلام الإسلامي والتطور التاريخي لفكرته ووسائله يضيفون بعض الوسائل التي تدرج في وسائل الاتصال بالجماهير و ليس وسائل الاتصال الجماهيري .

فقد قسمها "محي الدين عبد الحلیم" ¹ إلى :

- وسائل شفوية: كالآذان الذي اعتبره وسيلة ينفرد بها الدين الإسلامي و كذا الإعلام الإسلامي، الخطابة الدينية لما لها من تأثير فعال على الرأي العام خاصة خطب الجمعة، دروس الوعظ والإرشاد والمحاضرات الدينية التي تتطرق لكافة المواضيع سواء تفسير لآية أو حديث أو أي قضية من قضايا الحياة وعادة ما يكون جمهور الدرس الديني أقل من جمهور الخطب.

¹ نقلا عن إبراهيم إسماعيل، الإعلام الإسلامي ووسائل الاتصال الحديثة، دعوة الحق ، العدد 133، رابطة العالم الإسلامي ، 1992 ص،ص35،38

- الوسائل المكتوبة : وأولها الرسائل التي كان الرسول -عليه السلام - يرسلها إلى قادة الدول ورؤساء القبائل لنشر رسالة الإسلام ، المخطوطات وفي ذلك إشارة إلى المخطوطات التي تركها المسلمون قديما أو تلك التي حوت أجزاء من القرآن الكريم.
- الوسائل المطبوعة: الصحف والمجلات المتخصصة في الشؤون الإسلامية والتي تهتم بأخبار الإعلام الاسلامي وتعالج القضايا السياسية الاجتماعية و الاقتصادية معالجة إسلامية.

الكتب والمقصود بالكتب حسب 'محي الدين عبد الحلیم' الكتب الإسلامية التي تتناول مختلف علوم الدين من تفسير وحديث وسيرة وفقه وكل متاب يعل من الإسلام مقياسا للموضوع الذي يتحدث فيه.

- الإذاعة حيث اعتبرها الكاتب أحد وسائل الإعلام المسموعة لما تبثه من محطات حول القرآن الكريم و كل ما تعلق بالدين الإسلامي ومناقشته القضايا التي تهم الجماهير الإسلامية هذا فضلا عن دورها في المناسبات الدينية بنقل الشعائر في أيام الأعياد و الحج

- التلفزيون لما يؤديه من دور فعال في توصيل الرسالة الإعلامية الإسلامية التي توجه إلى أنحاء كثيرة من الكرة الأرضية كما ذكر الكاتب ميزة هامة للتلفزيون وهي استطاعة رجال الدعوة توجيه دروسهم الدعوية إلى مختلف الدول دون أي تكلفة مادية أو مشقة بدنية.

- السينما إذ يصنفها كأحد وسائل الإعلام الإسلامي ،فإذا أنشئت أساسا للترفيه واستعملتها كثير من الجهات لترويج لسياساتها و أيديولوجياتها فلماذا لا تستغل من طرف المسلمين في مجال الدعوة و الإرشاد ونشر المبادئ الإسلامية

- المسرح وهو وسيلة مهمة في مخاطبة النشء وتوجيههم إلى تعاليم الدين الحنيف.

وتصنيف " عبد الحلیم محي الدين " لوسائل الإعلام الإسلامي يتفق إلى حد كبير مع تصنيف "محمد سيد محمد"¹ لما أسماه بوسائل الإعلام الديني والتي رتبها كالتالي:

¹ محمد سيد محمد،المسؤولية الإعلامية في الإسلام من البعثة إلى القرن الحادي والعشرين، ط3،دار الفكر العربي، مصر،2008

المساجد، الصفحات الدينية في بعض الجرائد اليومية، والأبواب الثابتة فيها، وكذلك في بعض المجالات، المجلات الأسبوعية الإسلامية المتخصصة، الكتب والكتيبات، البرامج الدينية في الراديو، البرامج الدينية في التلفزيون، إذاعات القرآن الكريم، المواد الإعلامية التي تعكس صوراً من الثقافة الإسلامية مثل المسلسلات وبعض البرامج الثقافية، الإذاعات الحية للمناسبات الدينية، المواد الإعلامية لشهر رمضان ولالأعياد والمواسم، وقرآن الافتتاح والختام في الراديو والتلفزيون، الأفلام الروائية مثل: الرسالة، والقادسية، والأفلام التسجيلية عن الآثار الإسلامية أو المناسك وخاصة الحج.

ملاحظة هذا التصنيف لوسائل الإعلام الإسلامي تتأكد الملاحظة التي سبق ذكرها حول الخلط المفاهيمي بين الإعلام الإسلامي والدعوة الإسلامية حيث تضم هذه الأخيرة كافة أنماط الاتصال المباشر، الجمعي و الجماهيري وتصنيف الخطب و الندوات و الدروس المسجدية كوسائل الإعلام الإسلامي بينما هي وسائل للدعوة.

وعليه الباحثة تصنف وسائل الإعلام الإسلامي كالآتي:

- وسائل مكتوبة كالكتب، المجلات، الجرائد والدوريات.
- وسائل مسموعة أبرزها الإذاعة و شرائط الفيديو والكاسيت.
- السمعية البصرية و يتصدرها التلفزيون و السينما الإسلامية و القنوات الفضائية الإسلامية. ويضيف البعض الانترنت التي فرضت نفسها كأخطر وأعظم الوسائل الإعلامية في عصرنا الحديث، لما تتمتع به من مزايا فائقة جامعة لكل خصائص وسائل الإعلام الأخرى من الصوت والصورة والحركة جميعاً، وفيها الوسائل المطبوعة المقروءة، لتكون الوسيلة الجامعة لكل وسائل الإعلام ويمكن الاستفادة من الإنترنت في : إنشاء المواقع الإسلامية و المنتديات (Forums) وتسمى أيضاً ساحات النقاش، وفي المنتدى يتبادل مجموعة من الأشخاص الأفكار والمعلومات فيما بينهم¹.

¹ صالح الرقب، الوسائل والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية، بحث مقدم لمؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، أبريل 2005

بعد المعالجة المفاهيمية لمصطلح الإعلام الإسلامي اتضح أن المصطلح يثير تساؤلات وإشكالات كثيرة تجعل الباحث في الموضوع في حيرة علمية دائمة وذلك راجع إلى حداثة المصطلح وقلة التراث النظري الخاص به ماعدا بعض الإسهامات التأصيلية للموضوع بينما وجدت الباحثة أن كثير ممن كتبوا في الموضوع كانت إسهاماتهم أقرب ما تكون إلى خطاب تمجيدي أكثر منها إسهامات علمية ونقدية تساعد على تطوير هذا المجال الجديد أما النقد الذي وجه للإعلام الإسلامي فكان بعيدا عن النقد العلمي البناء حيث اعتبر كثير من منتقدي هذا النوع من الممارسة الإعلامية أن لا أهمية و لا ضرورة لوجود ما سمي بالإعلام الإسلامي .

وما يمكن الخروج به بعد العرض السابق أن الإعلام الإسلامي من حيث المفهوم والهدف والخصائص لا يختلف عن علم الإعلام الذي يدرس في المعاهد والجامعات لكن الفرق الوحيد و الجوهرى هو الفلسفة التي ينطلق منها الإعلام فالإعلام الإسلامي يستمد خصائصه وأهدافه من الدين الإسلامي و العقيدة والشريعة الإسلاميتين فيستمد قيمه من العقيدة و يتصف بمرونة الشريعة و لا يتنافى مع الوسطية و بذلك يجمع شمولية الإسلام دينا ، شريعة ، عقيدة و أخلاق.

ولكن الذي يفعل تلك الخصائص هو الممارسة الميدانية التي تجعل الإعلام الإسلامي على المحك.

الفصل الخامس الإعلام

الفضائي وتجريبية

التقنيات الإسلامية

أولاً: الإعلام الفضائي العربي:

قبل تناول تجربة القنوات الإسلامية ما لها و مع عليها لابد من الإشارة إلى السياق العام الذي تنتمي إليه وهو البث الفضائي العربي وسنحاول الإشارة إلى أهم ملامح هذا البث من خلال الرجوع إلى بداية التجربة و التزايد الكمي للقنوات الفضائية، الشبكات الفضائية العربية، و أخيراً آثار هذا البث إيجابياً و سلبياً..

1.1. نشأة الإعلام الفضائي العربي

يعود تواجد البث الفضائي العربي إلى منتصف عقد الثمانينات، حيث كان بإمكان دول المغرب العربي التعرض للبث الفضائي المباشر خاصة البث الفرنسي و الإيطالي بعد أن سمحت دول المغرب العربي باستيراد و تصميم معدات الاستقبال التلفزيوني المباشر .

ومعرفة العرب على المستوى القومي بالبث الفضائي المباشر كان أثناء أزمة حرب الخليج الثانية (حرب تحرير الكويت 1990-1991) فكان للمصريين سبق من خلال استقبال بث شبكة CNN وإعادة بثها على إحدى قنواتهم الأرضية ثم انطلق بعد ذلك البث المباشر في كثير من الدول العربية على الرغم من استعداد بعضها لهذا الانطلاق.¹

وترى "القادري"² أن التلفزيون الفضائي الدولي دخل المنطقة العربية دون استئذان وراح عمالقة التلفزيون-على حد تعبيرها- يتصارعون عليه من "نيوز كوربريتشن " إلى "بي. بي. سي. البريطانية و "سي. أن. أن." وبذلك كان الانطلاق المفاجئ للبث المباشر في الدول العربية فلم يعد بإمكانها منع تلك الفضائيات من الاختراق لحدودها كما أنها لا تملك الوقت الكافي لوضع خطط للمواجهة على المستوى التقني وحتى القانوني لصعوبة تحديث القوانين و التشريعات للعمل الإعلامي بما يوفق بين التطورات التكنولوجية المتسارعة و بين الأوضاع الاجتماعية والسياسية البطيئة إن لم نقل الراكدة.

دخول المنطقة العربية إلى عالم السموات المفتوحة بهذا الشكل المفاجئ نتج عنه ارتباك في مواقف الدول العربية بين من سمحت لمواطنيها باستقبال هذا النوع الجديد من البث وبين من عارضت ذلك جملة وتفصيلاً وفريق ثالث وافق ولكن بتحفظ.

¹ راسم محمد جمال، الاتصال والإعلام في العالم العربي في عصر العولمة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2005، ص134
² القادري عيسى نهوند، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية : الوقوف على تخوم التفكيك، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2008، ص56، ص57

وقد رصد "البكري"¹ الموقف العربي من البث الفضائي في المواقف التالية:

- الموقف المؤيد: يرى المؤيدون أن البث الفضائي ثورة حضارية يجب استيعابها منطلقين من فكرة أن العرب جزء من هذا العالم وليس بإمكانهم أو من مصلحتهم إقامة حواجز محول دون وصول ثقافات الآخرين إليهم. فالبث المباشر عنصر إضافي لإثراء مصادر الإعلام الموجه للجمهور العربي فهم يزيد من التدفق الحر للمعلومات و يحقق الاحتياجات الاتصالية للمناطق الأقل تطورا من الناحية التكنولوجية. كما يرى البعض أنه لا داعي للخوف فالانفتاح الفضائي لن يؤدي إلى تغيير جوهر في السياسات الاتصالية فإذا كان الجمهور يشاهد المضامين الأجنبية من خلال التلفزيون الوطني في السابق فالمرحلة الجديدة تتيح له مشاهدة نفس المضامين ولكن من خلال المحطات الفضائية الأجنبية نفسها أي تلغي وجود الوسيط المتمثل في التلفزيونات الوطنية.

- الموقف المعارض: الذي يرى في هذا الانفتاح نوع من الغزو كما يرى أن حق الفرد في الاتصال يحتاج إلى بعض عناصر الحماية فتعدد قنوات الاتصال يوجد مشكلة الإغراق في المعلومات، كما يرى هذا الفريق أن التكنولوجيا المعاصرة تركت مجالا ضيقا للحوار و التعاون بين الثقافات فهي تكنولوجيا مصممو أساس للهيمنة و التنميط إذ أصبح الإنتاج الثقافي سلعة اقتصادية تقاس بمقدار العائد المادي لا القيمة الفنية للعمل الثقافي.

- الموقف المتذبذب : حيث بم يحسم موقفه بشكل نهائي فهو من جهة يرى استلام بث متنوع و متعدد المصادر يعمل على توسيع آفاق المشاهد المعرفية الارتقاء بمستوى وعيه ولكنه من جهة أخرى يرى أنه ينطوي على مخاطر الاختراق و ترسخ أهداف و مبادئ تقوم على الاستغلال و تشويه الحقيقة بتكوين رؤى غير صحيحة وخدمة للاحتكارات العالمية . والسبب في هذا التذبذب أنه ليس كل ما هو آت من الأخر ضار.

إن الجدل الذي كان في تسعينيات القرن الماضي حول الجدوى من استعمال البث الفضائي و

السماح باستقباله لم يدم طولا حيث شهد ذلك العقد إنطلاق العديد من القنوات الفضائية

وتدرجيا أصبحت المنطقة العربية كلها تحت تغطية عدد كبير من المحطات التلفزيونية

¹ إيباد البكري، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع، الأردن، 1999، ص- ص: 234، 231

،حيث أولت أغلب الأقطار العربية أهمية واضحة و رغبة متزايدة في مجال إنشاء المحطات الفضائية.و الذي ساهم في بروز الظاهرة الفضائيات العربية هو اتساع لأنظمة وفعاليات المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية "عربسات" إذ أصبحت تملك قمرين فضائيين الأول يتسع ل 26 قناة تستخدم للبث الإذاعي و التلفزيوني وخدمات الهاتف و الثاني محصورة مهامه في البث التلفزيوني.¹

فتسارع العرب نحو إنشاء قنوات فضائية خاصة بهم إذ شرع المستثمرون السعوديون في بث قنوات مركز إذاعة الشرق الأوسط (mbc) من لندن ثم إطلاق شبكات فضائية عربية على غرار راديو تلفزيون العرب (ART) وشبكة (orbit) لتنتقل بعد ذلك باقي القنوات الفضائية العربية التي عرفت تزايدا غير مسبوق. وبالنسبة للجزائر فقد دخلت مجال البث المباشر ابتداء من 20/أوت/1994 لإطلاق البث التجريبي لأولى قنواتها الفضائية التي مكنت الجالية الجزائرية المقيمة في أوروبا و دول المغرب العربي من التقاط برامج التلفزيون الجزائري وفي أكتوبر من نفس السنة تم إطلاق الفضائية الثانية " canal Algérie " وفي 2001 كان الميلاد الفعلي لقناة الفضائية الثالثة² وبعد التحاق الدول العربية بموجة البث الفضائي أصبح الفضاء العربي و خلال سنوات قليلة مليء بالقنوات الفضائية العامة والخاصة، الشاملة والمتخصصة، بل سارعت جهات عربية في إنشاء شبكات فضائية خاصة بها تضم باقات متنوعة من البرامج العربية والأجنبية وذلك مجارة للشبكات الأجنبية.

¹ محمد مصر مهنا، في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية للفضائيات العربية و العولمة الإعلامية و المعلوماتية، المكتبة الجامعية، مصر، 2009، ص396

² نور الدين التواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، ط2، دار الخلدونية، الجزائر، 2009، ص141

2.1. شبكات القنوات الفضائية العربية

إن أكثر ما يميز البث الفضائي عامة والعربي على وجه الخصوص هو الشبكات العربية وقد صنفها "هبة شاهين"¹ كالآتي:

❖ **شبكة-MBC مركز تلفزيون الشرق الأوسط:** بدأ بثه سنة 1991 ومقره الرئيسي كان لندن حتى انتقل سنة 2002 إلى مدينة دبي للإعلام، وهو أول مشروع تلفزيوني خاص في العالم العربي ينطلق عبر الأقمار الصناعية. أنشئت الشبكة بتمويل من مجموعة آرا الدولية وصاحبها وليد بن إبراهيم. الشبكة تحوي العديد من القنوات: القناة الرئيسية MBC، والقناة الإخبارية للشبكة قناة العربية، MBC، MBC3، MBC4، MBC2 .Action

وكانت الشبكة رائدة في إنتاج البرامج جديدة غير مألوفة في التلفزة العربية فجذبت أعداد كبير من المشاهدين. فمذ انطلاقتها قدمت للجمهور العربي أول تجربة من المحطات العربية ورغم أنها تبيت نمطا يحاكي النمط الغربي في البرامج والتقارير والمباشرة عن الأحداث لكن عامل التميز لديها يكمن في استعمالها اللغة العربية على عكس القنوات الدولية مثل CNN.² ولكن وبعد ارتفاع عدد القنوات العربية ركزت MBC على برامج الترفيه المتنوعة فقدمت النسخة العربية لبرنامج المسابقات من سيربح المليون وبراج غربية أخرى مثل: ماكس فاكور و الرابع الأكبر لينصب اهتمامها على البرامج المتنوعة من أجل جذب مشاهدين أكثر و معلنين تجاريين هذا ما جعلها تصمد رغم التنوع العددي في الفضاء العربي.

❖ **شبكة ART- شبكة راديو وتلفزيون العرب:** بدأت بثها من روما عام 1993. تابعة لشركة دلة البركة لمالكها صالح كامل والأمير الوليد بن طلال. استمرت الشبكة بالبث المفتوح ثلاث سنوات حتى عام 1996 حين انتقلت إلى نظام البث مدفوع الأجر. الشبكة تحوي العديد من القنوات غالبيتها متخصصة مثل قناة الأطفال، الحكايات، إقرأ ،

¹ هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، ط1، دار المصرية اللبنانية، مصر، 2008، ص-ص: 277، 233
² مهند تهايمي، سودد الألو سي، النظام الإعلامي العربي، ط1، دار الأسامة، الأردن، 2012، ص485

الموسيقى، المناهج، الأفلام وسبعة قنوات رياضية. انتقلت الشبكة إلى الأردن بعد شراء استوديوهات الأردن.

3.2 شبكة Orbit- تتبع الشركة لمجموعة المارد السعودية التي يرأسها الأمير خالد بن عبد الرحمن آل سعود، المقر الرئيسي لها في الرياض. للشبكة أكثر من 20 قناة متخصصة تبث باللغة العربية والإنجليزية. من قنواتها: الصفوة، سينما 1، سينما 2، اليوم، المسلسلات، فن، Cartoon Network Disney. Boomerang. Animal Planet. Discovery. وهذه الشبكة كان توجهها في البداية إخباري بالاتفاق مع قناة BBC ولكن لخلافات معها توجهت لبرامج الترفيه بالاتفاق مع "سكاي نيوز" بتقديم الأفلام و المسلسلات العربية وتغطية الحفلات الموسيقية و أفلام هوليوود .

❖ **شبكة روتانا-** بدأت بثها عام 2003، تتبع للأمير الوليد بن طلال، تضم أربع قنوات موسيقى مقرها لبنان وقناتين للأفلام مقرهما القاهرة. تأسست شركة روتانا عام 1987 كشركة إنتاج موسيقى عربية (تسجيل البومات توزيع وتسويق) مقر الشركة الرئيسي في جدة. قنوات روتانا هي: روتانا كليب، طرب، موسيقى، الخليجية، سينما وروتانا زمان.

❖ **شبكة المجد-** بدأت بثها عام 2002، مجموعة قنوات ذات ضوابط إسلامية خالية من الموسيقى ولا تظهر على شاشاتها النساء ، تتبع لشركة المجد للبث الفضائي ، يرأسها الشيخ فهد بن عبد الرحمن الكشميري، بدأت بثها الرسمي عام 2003 وتبث من مدينة دبي للإعلام وتبث عدة قنوات: المجد العامة، المجد للقرآن الكريم، المجد العلمية، الوثائقية والمجد للأطفال.

❖ **شبكة قنوات الجزيرة-** شبكة قطرية بدأت بثها عام 1996 بمعدل 6 ساعات يوميا، اعتمدت القناة على مجموعة المحررين الذين عملوا في القناة العربية الدولية لهيئة الإذاعة البريطانية (BBC) وتعتبر أول قناة فضائية عربية متخصصة في مجال الأخبار، والجزيرة لها وضعها الخاص حيث أنشئت كقناة بدعم من الحكومة على أن تتحول إلى قناة استثمارية خاصة. القناة تبث من الدوحة قامت القناة بهدف تقديم إعلام عربي مستقل ينقل الأخبار بحيادية بشكل يتنافس مع القنوات الإخبارية الأجنبية وبفضل تكنولوجيا متطورة وإمكانيات كبيرة حيث وصل رأس مال مشروع إقامة القناة في بدايته إلى 138

مليون دولار. عام 1999 بدأت الجزيرة تبث 24 ساعة. عام 2001 افتتح موقع الجزيرة نت ليتحول إلى احد المواقع الرئيسية للأخبار باللغة العربية.

أطلقت الجزيرة باقة قنوات رياضية عام 2003 جميعها مفتوحة، قناة الجزيرة للأطفال عام 2005، الجزيرة مباشر 2005، الجزيرة الدولية عام 2006 والتي تعتبر أول قناة فضائية عربية متخصصة بالأخبار وناطقة باللغة الإنجليزية، الجزيرة الوثائقية عام 2007 وهي أول قناة فضائية عربية متخصصة بالفيلم الوثائقي. نالت قناة الجزيرة شهرة كبيرة بسبب تغطية الحرب على أفغانستان وحرب العراق واستضافتها قوى معارضة عربية ومن هنا رفع مستوى حرية الصحافة في العالم العربي مما أدى إلى إغلاق مكاتبها في بعض المدن العربية. قناة الجزيرة كان لها دور كبير في إعطاء منصات للعديد من القوى السياسية والدينية والثقافية التي عانت من الكبت الإعلامي في القنوات الحكومية المحلية و تضيف بعض المراجع¹ شبكات أخرى لم تذكرها "هبة شاهين" مثل:

- **الشبكة المصرية للقنوات الفضائية "CNE"** و تعتبر أول شركة للبث مدفوع الأجر في مصر و الوطن العربي وتم إنشائها سنة 1991 وسميت "الشركة المصرية للأخبار" بتنظيم استقبال بث شبكة "CNN" وتسويق برامجها في مصر إلى جانب تنظيم استقبال شبكات وقنوات دولية أخرى. و بعد توسع نشاطها تغيرت التسمية إلى " الشركة المصرية للقنوات الفضائية" وبعد أن بدأت ببث قناة واحدة وسعت من نشاطها وأضافت عدة قنوات فوصل عددها في 2001 إلى 12 قناة و تزايد العدد ليصل إلى 84 قناة على النايل سات و 101 تغطي الدول العربي و شمال إفريقيا و جنوب أوروبا.

- **شبكة الشوتايم** : وهي شبكة مدفوعة الأجر وهي من الشبكات الرائدة في منطقة الشرق الأوسط و شمال إفريقيا ومقرها دبي وتعتمد بشكل أساسي على تقديم الترفيه الغربي بمجالاته المختلفة. تم إطلاقها في 1996 كمشروع مشترك بين شركة الكويت للمشروعات الاستثمارية والتي تملك نسبة 80% منها وشركة Viacom الأمريكية.

وتوجه الشبكة برامجها إلى الجمهور الغربي المقيم في الدول العربية والجمهور العربي ذي التوجهات الغربية. وقد طعمت الشبكة قنواتها ببعض القنوات العربية كقناة الشاشة

¹ حسن الصيقي، مرجع سابق، ص57، ص58

المتخصصة في الأفلام العربية و أبو ظبي الرياضية. وتمتلك الشبكة 20 قناة في مجالات متعددة كالأفلام والكوميديا و الأطفال و الرياضة وغيرها كما أن لها شركاء عالميين مثل الجزيرة، ديزني، شبكة سي. ان. ان . وتمكن الشبكة مشتركيها من اختيار البرامج في الوقت الذي يريدونه كما تزود الآباء بنظام للتحكم لتمكينهم من اختيار البرامج والقنوات التي يرغبون في مشاهدتها.

3.1. تزايد أعداد الفضائيات العربية

لم تمر سوى سنوات قليلة على انطلاق أول قناة فضائية عربية حتى بدأ التسابق المحموم لإنشاء قنوات أخرى فتنوعت القنوات الفضائية العربية ما بين قنوات رسمية و خاصة وأخرى شاملة و متخصصة في مجالات الرياضة والمنوعات والاقتصاد والأسرة و الأخبار بالإضافة إلي قنوات الدراما والأفلام والأغاني والموسيقي والأطفال. و غالبية هذه القنوات مفتوحة بالمجان لمن يرغب من المشاهدين، ولكن يوجد من بينها عدد غير قليل من القنوات المدفوعة مسبقاً " المشفرة " علي غرار شبكة راديو وتلفزيون العرب "إيه.أر.تي." وقنوات " الجزيرة" الرياضية وبعض القنوات الأجنبية الموجهة إلي المنطقة.

ذلك التزايد المطرد بلغ ذروته خلال عام 2011 فحسب ما جاء في التقرير السنوي حول البث الفضائي العربي لسنة 2011¹ أن هذه سنة لم تكن شبيهة السنوات التي سبقتها، بسبب الظروف الاستثنائية التي ميّزتها، وللتغيرات السياسية والاجتماعية العميقة التي عرفتها بعض البلدان العربية ، بفعل ما سمي "ثورات الربيع العربي" . و سجّل في هذا الإطار تنامي عدد القنوات التي تبثها وتعيد بثها الهيئات العربية في السنوات الثلاث المنقضية إذ ارتفع عدد الهيئات الحكومية ب 138 هيئة مقارنة ب سنة ، 2010 إضافة إلى زيادة عدد قنوات القطاع الخاص ب 351 قناة عن السنة ذاتها، ومما يسترعي الانتباه، أن التطور الكمي شمل أساساً نوعية من القنوات، وهي القنوات الربحية والقنوات الدينية، حتى أن عددها كاد يتضاعف بين سنتي 2010 و 2011 ، فقد سجّلت زيادة 78 قناة ربحية و 35 قناة دينية. وفي المقابل، شهد عدد القنوات الحكومية انخفاصاً (من 124 قناة سنة 2010 إلى 109 قناة سنة 2011 أمّا في مجال التخصص، فباستثناء القنوات الجامعة التي تقلص عددها من 61 قناة

¹ صلاح الدين معاوي، مئات الفضائيات العربية الأرقام والمضامين، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 2، 2012، ص 6

إلى 48 قناة، فإنّ بقية التخصصات في القنوات الحكومية لم يطرأ عليها تغيير. وفيما يتعلق بالقطاع الخاص، فإنه عرف تطوّراً في عدد قنواته، حيث ارتفع من 609 سنة 2010 إلى 960 قناة سنة 2011. وقد انسحبت هذه الزيادة بدرجة كبيرة على القنوات الجامعة والدينية وبالخصوص الربحية التي وصلت إلى 157 قناة، بعد أن كانت لا تتجاوز 79 قناة سنة 2010.

هذا الارتفاع الملحوظ في عدد الفضائيات العربية حسب ما جاء في التقرير السابق يعود بدرجة كبيرة إلى ما أطلق عليه بثورات الربيع العربي وتضيف "فاطمة عواد"¹ دوافع أخرى لا تتعلق بالتغييرات السياسية والأمنية في المنطقة العربية وإنما تختلف منطلقات كل صاحب مشروع لإطلاق قناة فضائية حسب الدوافع التالية:

- دوافع تجارية ربحية ويتجلى ذلك في ما يظهر في تلك القنوات من الشات والدرشة وفضائيات تعالج المرضى على الهواء وأخرى تخصصت في الشعوذة وقراءة كف اليد والأوراق وأخرى تخصصت في الغزل على الهواء، وثالثة في التجارة عن طريق الرسائل القصيرة... الخ حتى الفتاوى لم تسلم من هذه التجارة.

- دوافع سياسية إما للدعاية لدولة ما أو تلميعها و تسويق ثقافتها وإما لمنافسة قنوات سياسية أخرى .

- دوافع حزبية أو فكرية و حتى طائفية.

- منها ما تعلق بالحفاظ على الموروثات الشعبية و الأصول التاريخية وإبرازها.

- 4.1. تقييم الفضائيات العربية

إيجابيات القنوات الفضائية

- التعليم والتثقيف عبر القنوات المتخصصة حيث توجد باقات من القنوات للتعليم للمراحل الابتدائية و الإعدادية والثانوية وتعليم اللغات و قنوات متخصصة بالصحة و الأسرة ومنها القناة الجامعية للتعليم عن بعد لمجموعة art وقناة المناهج وقناة العلوم الشرعية ضمن

¹ فاطمة عواد، الإعلام الفضائي، ط1، دار أسامة، الأردن، 2010، ص4

مجموعة المجد. كما ساهمت القنوات العربية في جعل المشاهد العربي للتعرف على الثقافات العالمية.¹

- توفير فرص الانتقاء والاختيار أمام المشاهدين : ساهمت الفضائيات العربية في كسر الاحتكار الإعلامي الرسمي، وأطاحت بأحاديته وترسيخها للهيمنة الأيديولوجية التي مارسها على المشاهد العربي ووفرت له الإمكانيات للاتصال بالعالم الخارجي، واستقبال المعلومات المتدفقة بغير قيود، وتكوين رأي مستقل في الشؤون العامة عن الخطاب الرسمي،... حيث تسنى للجماهير ممارسة "حرية المشاهدة" و"التفتح" على العالم و إمكانية الوصول إلى الأفكار والمعلومات بحرية، ودون وساطة والخروج من إطار العزلة على صعيد الفرد والمجتمع.²

سلبيات القنوات الفضائية العربية:

- كثرة البرامج الوافدة سترغم أفراد الأسرة على الجلوس ساعات طويلة لمشاهدتها مما يؤثر على التفاعل الاجتماعي بين أفراد الأسرة الذين انشغلوا بمشاهدة برامجهم المفضلة عن الاجتماع ومناقشة مشاكلهم أو التحوار حول المواضيع التي تهمهم أو زيارة أقاربهم. فقد إحدى الدراسات على المجتمع الأردني أن حوالي 75 % من مجتمع الدراسة وهم من الجامعيين أن التلفزيون قلل من عادات التزاور و الأمر لم يتوقف عند تراجع التفاعل الاجتماعي في الأسرة و إنما تعداه إلى التسبب في إحداث مشاكل بين أفرادها ففي دراسة ل "عبد الرحمان سعد" أن المشاهدة للبرامج التلفزيونية قللت من الحوار كانت سبب للخلاف بين الآباء و الأبناء إما لمنعهم من مشاهدة بعض البرامج أو الخلاف حول استمرار استقبال مادة برامجية معينة.³

- كما تمثل اللغة واحدة من أهم مشاكل الإعلام العربي المرئي فانتشار بعض اللهجات العامية كاللبنانية أو المصرية وتقديم البرامج الترفيهية أو الدرامية وأحيانا حتى الإخبارية والوثائقية

¹ صالح السدلان، الفضائيات الإسلامية ضوابط ومحاذير، بحث مقدم لمؤتمر الفضائيات الإسلامية واقعتها و آفاقها، جامعة الكويت ، ماي، 2007،
² رحيمة الطيب عيساني، الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية الشباب الجامعي بالجزائر أنموذجاً،
 أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص175
³ مي العبد الله، مرجع سابق

بها أسهم في إضعاف اللغة العربية الفصحى بل أصبحت القنوات التي تستعمل اللغة العربية محل ذم من طرف البعض.¹

- النزوح نحو الفردية وقتل روح الجماعة: والروح الفردية هي ميل الأفراد للعناية بشؤونهم وشؤون أسرهم فقط لتقابلها الروح الجماعية التي تعني ميل الأفراد إلى الانتماء إلى مجموعات وتنظيمات اجتماعية فيراعي بعضهم شؤون بعض. فكثير من برامج الفضائيات كالمسلسلات و برامج الواقع تشجع على النزعة الفردية و وقيم الربح السريع على حساب القيم الأسرية و القيم المقبولة اجتماعيا كالفقاعة و التضامن و التآزر.²

- تشكيل النسق القيمي³: إن بث البرامج الإعلامية الغربية عن طريق القنوات الفضائية، كالأخبار والأفلام والموسيقى، وغيرها من البرامج التلفزيونية، يراد بها تشكيل النسق القيمي للجمهور الذي يستقبل تلك القنوات في الدول النامية، أخذت الشركات الإعلامية الغربية تبث رسائل إقناعية تروج لأيديولوجيتها، وإشاعة أنماط استهلاكية، وتحاول إضعاف الأعراف والثقافات الأخرى، وهذا يمكن من تشكيل نسق قيمي على غرار ما هو موجود في الغرب. ففي 1988 أصدرت السوق الأوروبية المشتركة بياناً تحذر فيه من التهميش الذي تتعرض له الثقافات الأوروبية من خلال الصور والرسائل الأمريكية هذا التخوف كان من طرف دول تلتقي ثقافتها مع الثقافة الأمريكية في العديد من الأمور فكيف إذا تعلق الأمر بالدول العربية علماً بأن هذه الصور والرسائل تتعرض لها أيضاً .

- الزيادة نحو الاستهلاك: تؤثر المضامين المقدمة في القنوات الفضائية على زيادة الاتجاهات نحو الاستهلاك و انتشار نمط الحياة الاستهلاكية الذي لا يتلاءم مع إمكانيات الدول النامية نظراً لظروفها الاقتصادية. هذا ما ساهم في ما سمي بثورة التطلعات في هذه الدول . وهذا النمط الاستهلاكي في الحياة ليس له أبعاد اقتصادية بل يتعداه إلى أبعاد اجتماعية و ثقافية الذي يؤدي إلى طغيان قيم و عادات سلوكية تركز على تنميط السلوك البشري وفق الثقافة الأجنبية الوافدة⁴.

¹ عدلي العبد عاطف:القنوات الفضائية الماضي الحاضر و الآفاق المستقبلية،مجلة الفن الإذاعي، ، 2005،ص،178

² رحيمة عيساني،برامج الفضائيات العربية قراءة في المحتوى القيمي، بحث مقدم لمؤتمر الفضائيات العربية والهوية العربية،جامعة الشارقة،2007

³ مجذوب بخيت، طرق التأثير على القيم الدينية و الثقافية في التلفزيون العربي،مجلة العلوم والبحوث الإسلامية، السودان ، 2011، ص5

⁴ المرجع السابق،ص187

- الإحساس بالضعف : من خلال الفضائيات يجد الانسان العربي أن دوره في العالم محدود جداً . وأنه لا يستطيع أن يواكب التطورات و لا يستطيع إحداث أي تغييرات لا في الواقع الذي يعيش فيه ولا في تحقيق أي تقدم على الغرب مهما كان مجاله . حيث ترى مي العبد الله أن المواطن العربي اكتشف من خلال تعرضه للقنوات التلفزيونية الفضائية الوافدة حقائق كثيرة منها أن الدور السياسي للأمة العربية في السياسة الدولية هو دور عابر كما أن الوطن العربي يظهر في الغالب في أعمال التخريب والإرهاب والحروب و المصادمات وغيرها ليغيب العرب عن أخبار التقدم العلمي الذي يشهده العصر وعن أخبار الانجازات الفكرية والسياسية هذا ما ينعكس على النظرة إلى الذات و يؤدي إلى حدوث إحساس بالضعف والدونية مقابل عظمة الانجازات الغربية والعالمية¹ .
- التكرار :فالكثير من برامج الفضائيات العربية تتميز بالتكرار وبدون تجديد سواء في القناة الوحيدة أو في العديد من القنوات الأمر الذي يؤدي إلى ملل المشاهدين والنزول بالذوق العام وطغيان السطحية الابتذال على الموضوعات المعالجة التي تفتقر إلى المختصين و عمق المعالجة و ضعف أساليب الإقناع على مستوى الأفكار أو اللغة المستعملة.²
- وقد وصلت سلبيات الفضائيات إلى ذروتها حين اعتمدت الجمعيات الطبية العالمية إقراراً بوجود ما يسمى (مرض الدش) يقول "الدكتور سعيد ثابت"³ بكلية الطب جامعة القاهرة في دراسته أن المرض معترف به من قبل الجمعيات الطبية، وسُجّل في كتب الطب الحديثة باسم - دش سيند رم - يؤدي أيضاً إلى تغيير عادات المصابين به وسلوكهم، كما أنه يعمل على زعزعة الأخلاقيات.

¹ فاتن بركات، التأثيرات السلبية المختلفة التي تتركها وسائل الاتصال الحديثة في التنشئة الاجتماعية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي والتربوي بكلية التربية جامعة دمشق، - 2009

² محمد شطاح ، فضاءات الشباب في الفضائيات العربية رؤية نقدية، المستقبل العربي ص، ص 37،38

³ نقلا عن موقع <http://www.nabd-sy.net> تاريخ الزيارة 20012/4/12 على الساعة 15:10

2. الإعلام الفضائي والشباب

بعد ذكر بعض القضايا التي تشغل فئة الشباب خاصة الشباب الجامعي في فصل سابق سيتم التطرق إلى قضية القضايا بالنسبة للشباب في الوقت الحاضر و هو الإعلام والرسائل الموجهة له من خلال وسائله السمعية البصرية ، فترجع دور المؤسسات التقليدية كالأسرة والمدرسة ساعد في الظهور إلى السطح دور التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال كحاملة لمضامين تؤثر سلبا و إيجابا في الشباب العربي .

وسيحاول هذا المبحث من الدراسة البحث في العلاقة بين الشباب وبين تلك الرسائل الموجهة إليه من خلال ما يعرض في الفضائيات العربية ، تلك العلاقة ستشمل النقاط التالية: قضايا الشباب في برامج الفضائيات العربية ،تأثير برامج الفضائيات العربية على انتماء الشباب و هويتهم ،وأخيرا تأثير تلك البرامج على قيم وسلوكيات الشباب.

12. قضايا الشباب في برامج الفضائيات العربية

عند الحديث عن قضايا الشباب في الإعلام الفضائي ينبغي الإشارة إلى القنوات الفضائية الموجهة لهذه الفئة الاجتماعية وطبيعة المادة المقدمة لهم وأخيرا ما مدى تأثيرهم بها. وبالرجوع إلى خارطة البث الفضائي العربي نجد أن الكثير من الفضائيات تخصص برامج للشباب ولكن ما هو المضمون الذي تقدمه هذه الأخيرة ؟

وقد قسم "راسم جمال" ¹ مضامين الإعلام التي توجه للشباب إلى قسمين أساسيين برامج رياضية وبرامج غير رياضية.

بالنسبة للبرامج الرياضية في الغالب تركز على نقل المباريات الرياضية و في مقدمتها مباريات كرة القدم المحلية والدولية،ونادرا ما تقدم هذه المضامين ثقافة رياضية حقيقية،أو تهتم بالثقافة الصحية و البدنية للشباب.

أما البرامج غير الرياضية فيمكن تقسيمها إلى الفئات التالية:

- برامج حوارية تتجاهل عن عمد القضايا و المشكلات الملحة للشباب العربي ،مثل تدني مستوى الأغنية العربية و أوضاع كرة القدم وحوارات مع الفنانين باعتبارهم قدوة للشباب.

¹ راسم محمد جمال ،مرجع سابق،ص ص 160،155

- برامج التسلية والترفيه و يغلب عليها أغاني الفيديو كليب الهابطة في ألقانها و أصوات من يؤديها، إلى جانب العروض السينمائية المتدنية في مستواها و كل هذه المضامين تشير إلى الإسفاف و الانحطاط الأخلاقي و انعدام الذوق و الإبداع الذي أصبح مرادفاً لإعلام وثقافة الشباب .

- و تركز برامج الشباب الجادة- على قلتها- على طلاب الجامعات باعتبارهم يمثلون شريحة الواعية و القادرة على التحرك سياسياً، و تتجاهل بقية شرائح الشباب و تعتمد هذه البرامج تسطيح و عي الشباب بالقضايا العامة و المشكلات المجتمعية .

و يشير الكاتب في هذا السياق إلى الملاحظات التالية بشأن الإعلام الحكومي:

- هناك اتجاه متعمداً في نظم الاتصال الوطنية لمقاومة تيار التدين لدى الشباب العربي و هي في المقابل تغض الطرف على الصحف الصفراء و الأغاني الجنسية لتغيب و عي الشباب و يلاحظ أن أكثر القنوات ابتداءً محسوبة على أكثر النظم العربية محافظة .
- البرامج الجادة تصور الواقع للشباب على أنه ليس في الإمكان أفضل مما كان، و هي تزداع في أوقات غير مناسبة للشباب.

هذا بالنسبة للإعلام الحكومي فهل الإعلام الخاص أفضل حالاً؟ للإجابة على هذا السؤال تم الرجوع إلى الدراسات الأكاديمية و الميدانية سنوجزها في النقاط التالية:

- طغيان برامج الموسيقى و الأغاني على البرامج الموجهة للشباب: ففي دراسة لـ "يوسف محمد الفليكاوي" تم جرد القنوات الفضائية العربية الموجودة على قمري عربسات و النيل سات فتبين أن نسبة القنوات الشبابية 25% من إجمالي القنوات أي أن ربع القنوات موجه للشباب مباشرة و لكن تجدر الإشارة أن معظم برامجها خاصة بالموسيقى و الأغاني و الرياضة إضافة إلى قنوات الموضة و الأزياء¹.

- برامج تهدف إلى الكسب المادي لا غير: فكثيراً ما نسمع عن محطة فضائية جديدة موجهة لقضايا الشباب و المجتمع و تسعى إلى تحقيق رغبات الشباب و طرح أفكاره و مشاكله لكنها في الواقع ليست سوى منبرا لشركات الإنتاج الفني التي تبغي الربح أولاً

¹ يوسف محمد الفليكاوي، الإعلام السمعي البصري علاقته بحل قضايا الشباب، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، تونس،

وأخيرا ،حيث تتحول شاشاتها إلى مكان تبادل الرسائل القصيرة والمحادثات الفورية التي تستنزف ساعات طويلة من الوقت قيل أن تستنزف مبالغ طائلة .

2.2. برامج الفضائيات و آثارها هوية الشباب و انتمائهم:

تناول موضوع الفضائيات و الانتماء و الهوية يحيل إلى موضوع أعم وهو الإعلام و تأثيره على الثقافات المحلية ،حيث بدأ الإعلام في عصر العولمة يلعب دورا مفككا للثقافة المحلية لصالح الثقافة الأجنبية الوافدة هذا ما جعل البعض يرى " أن القول بالقرية الكونية يحتوي على أن كل شيء في العالم بات مفتوحا على الأثير اللامتناهي و الهيمنة الفعلية لمن يملك وسائل الإعلام فهذا المالك سيكون أكثر قوة و أكثر تأثير".

آثار هذه الهيمنة عبر عنها "خلدون النقيب"¹بما أسماه بالثورة الصامتة و ما تحمله من تأثيرات متناقضة على الجيل الذي يعيشها فهو جيل تشكل وعيه من وسائل الإعلام فرغم أن هذه الوسائل ساعدته على اكتساب مهارات عدة إلا أنها أبعده عن الواقع الاجتماعي الذي ينتمي إليه و رسخت في ذهنه تناقض فكري و ثقافي بين بيئته الاجتماعية و ما اكتسبه من قيم و اتجاهات و معتقدات و بين ما تبثه وسائل الإعلام المختلفة من مضامين تناقض و في أحيان كثيرة تزدرى كل المكتسبات السابقة ليصبح التقليد و المحاكاة لأسلوب الحياة المروج له في تلك الوسائل نمطا اجتماعيا سائدا في الحياة اليومية لذلك الجيل و ما الاغتراب الاجتماعي للشباب العربي إلا أحد نتائج إتباع ذلك النمط من الحياة.

وتبني فكرة الهيمنة و ما اصطلح على تسميته في وقت مضى بالغزو الثقافي ليستبدل في الوقت الحاضر بالاغتراب الثقافي أو العولمة الثقافية قد يعتبره البعض نوع من التهويل لدور وسائل الإعلام من جهة و التقليل من حصانة المجتمع ثقافيا و اجتماعيا من جهة ثانية إلا أن القيام بفحص دقيق لما يبث في القنوات الفضائية سواء العربية أو الأجنبية الموجهة إلى الجماهير العربية نجد أن هذا الرأي له ما برره خاصة إذا تعلق الأمر بالشباب العربي.ويمكن إيجاز تأثير الفضائيات على الانتماء لدى الشباب بالإشارة إلى النقاط التالية:

¹ سعيد ناصر حمدان، دور الأسرة في تنمية قيم المواطنة لدى الشباب في ظل تحديات العولمة، بحث مقدم لمركز البحوث والدراسات الاجتماعية، السعودية، 2008، ص18

- تأثير البرامج الأجنبية على الشباب : أثار عرض البرامج الأجنبية على القنوات العربية الكثير من الجدل سواء في بحوث الإعلام أو في النقاشات العامة. والظاهرة ليست بالجديدة حيث تعود إلى السبعينيات و الثمانينيات عندما كانت التلفزيونات الحكومية العربية تقوم باستيراد برامج أجنبية لملأ جدول بثها إلا أن الاستخدام المفرط لهذه النوعية من البرامج منذ التسعينيات هو الذي جعل الموضوع يطفو إلى السطح حيث قامت بعض الشبكات العربية بإطلاق قنوات متخصصة لبرامج الترفيه الغربية وأفلام هوليوود و الدراما الأمريكية على غرار قناتي MBC 2 و 4 و أكشن و قناة دبي 1 وتقديم بعض البرامج المشهورة عالمياً مثل أوبرا، د/ فيل¹

والبرامج الأجنبية تؤثر سلباً على الشباب للأسباب التالية:²

- المبالغة في اللامنطقية وإلغاء العقل في فهم الأشياء و العلاقات و الأحداث ويظهر ذلك في الأفلام العلمية والخيالية كأفلام الفضاء و الصحون الطائرة.
- تمجيد المغامرة الفردية وقال الإحساس بالجماعة .
- الترويج للعنف والوحشية والقتل .
- النزول بالمرأة في مستواها الإنساني وجعلها سلعة لاقتربانها بالملذات و النزوات والانحراف بالأسرة عن غاياتها وأهدافها الاجتماعية.
- نشر أفلام العنف والجنس لتهديم ذاتية الشباب وطاقاتهم مما يجعلهم غير قادرين على التكيف مع الواقع .

هذا التأثير أكدته عدة دراسات ميدانية حيث:

تقول دراسة لـ"يونيسيف"³ إن الشباب المراهق يقبل على المسلسلات الأجنبية والرياضة. وتضيف: "إن أكثر البرامج التي تلاقي استحسان المراهقين هي الأفلام والمسلسلات وبرامج المنوعات والفيديو كليب... ويشاهد مراهقو إحدى بلادنا العربية عدداً قياسيماً من الأفلام أسبوعياً. يراوح بين ثلاثة وستة أفلام. وقال 80 % من مراهقي ذلك القطر الذين

¹ نهى ميلود وآخرون، الإعلام العربي وصناعته الناشئة، ترجمة صفوت أحمد، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2012، 139

² البكري، مرجع سابق، 256

شملتهم الدراسة إنهم يستقون جانباً كبيراً من معلوماتهم عن الجنس من تلك الأفلام ، بل قال 64 في المائة إنهم يشاهدون الأفلام بغرض مشاهدة لقطات الجنس.

وتضيف دراسة "عزة الكحكي" حول القنوات الفضائية الأجنبية وانعكاساتها¹ على الهوية وأزمة القيم لدى عينة من الشباب العربي في مرحلة المراهقة" ، التي أجريت على عينة من مصر وقطر وسوريا والأردن وفلسطين والعراق، وكان من نتائج الدراسة أن نسبة 64.5% من أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية غالباً. وأكدت الدراسة أن هذه المشاهدة لها آثارها الخطيرة على الهوية والقيم فقد وجد 50.5% من العينة بأنه لم يعرف ما يود أن يكونه في المستقبل، و نسبة 45.5% فضل العزلة وأجابوا بأنهم يفضلون البقاء لوحدهم، كما ساهمت البرامج الأجنبية في تشتت الهوية لدى الشباب فأجابت نسبة 70% بالنفي على عبارة "أن هناك مبادئ وقيم ينبغي التمسك بها مهما كانت الظروف"

- **واقع اللغة العربية في القنوات الفضائية:** لقد ساهمت وسائل الإعلام المرئية بشكل كبير في انتشار اللغة العربية على اعتبار أنها اللغة المستعملة في مخاطبة الجمهور لكن هذا الانتشار لم يخدم اللغة العربية كثيراً في ظل الممارسات الخاطئة لبعض الإعلاميين خاصة في ما تعلق بالأخطاء اللغوية² فمن خلال دراسة علمية أكاديمية ومن خلال مسح ميداني ودراسة أكاديمية لدور الفضائيات العربية اتضح: أن لغة الإعلام الفضائي تتميز بالركاكة و الأخطاء اللغوية الشنيعة التي بلغت نسبتها 45% ،كم أنها لغة مثيرة و محفزة أكثر منها مقنعة و محاورة وهي لغة تصادر الرأي الآخر مستعملة في برامجها الحوارية لغة التهيج والعبارات البراقة و الخالية من الموضوعية .

أما ضيوف البرامج فنسبة 99% من الممثلين و المغنيات و 1% من الكتاب والشعراء و المفكرين³. واستضافة هذه الشخصيات وإبرازها كنماذج للشباب لا يؤثر عليهم سلوكيا فقط بل يؤثر حتى على مستواهم اللغوي فغالبا أن هذه الشخصيات لا تتميز بمستوى ثقافي وتعليمي كاف.

¹ عزة الكحكي، مرجع سابق

² للمزيد من التفاصيل حول واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام انظر: صليحة خلوفي، الأخطاء اللغوية الشائعة في وسائل الإعلام الجزائرية، منشورات مخبر الممارسات اللغوية في الجزائر، الجزائر، 2011

³ جمال محمد أبوشنب، مرجع سابق، ص ص 152/150

3.2. تأثير برامج الفضائيات على قيم وسلوكيات الشباب

ساهمت برامج الفضائيات في انتشار بعض السلوكيات لدى الشباب من خلال تعويدهم على تلك السلوكيات على أنها أشياء عادية وهذه السلوكيات وإن غلبت عليها السلبية لكن بعضها يروج للقيم والسلوكيات الايجابية. وسيتم رصد نماذج لتلك البرامج وهي:

- **برامج تلفزيون:** هو نوعية من القوالب البرمجية غير المعدة مسبقا تتضمن شباب عاديين (غير مشهورين) تم عزلهم عن بيئتهم الطبيعية ويتعرضون لمواقف غير عادية في جو تنافسي من أجل الفوز بجائزة أو لقب. ويتم توظيف تقنيات الإنتاج، من كاميرات و أجهزة لتصوير المتنافسين داخل الغرف المغلقة والأماكن الخاصة، ويعكس البرنامج مزيجا من المعلومات والترفيه والتسجيل والمواقف الدرامية، ويتسم بالتفاعلية، من خلال مشاركة الجمهور في التصويت والتحكّم في النتائج النهائية.

أحصت دراسة عماد مكاوي لبرامج الواقع التي قدّمتها الشبكات والقنوات التلفزيونية العربية خلال الفترة 2009 / 2003 42 برنامجا تنتمي إلى ثماني دول عربية تأتي في مقدّمتها المملكة العربية السعودية 15 برنامجا بنسبة 35.7 ، يليها لبنان 13 برنامجا بنسبة 30.9 %، ثم الإمارات العربية المتحدة 5 برامج ثم المملكة المغربية 3 برامج ثم سلطنة عُمان برنامجان و أخيرا برنامج واحد لكلّ من مصر والجزائر والمملكة الأردنية الهاشمية، فضلا عن برنامج واحد غير محدّد جهة إنتاجه.¹

ومن آثار هذه النوعية من البرامج على السلوكيات الشبابية: أن هذه البرامج و حسب بعض الآراء "تروج للحلم الجماعي أو المخدر الهادئ وتلفزيون القمامة؟" حيث يصبح المشاهد فاعلا أساسيا يمرّ بفترات امتحان وتجارب تكّال بالنجاح أو الفشل.

كما تروج برامج الواقع لمبدأ التجسس و انتهاك خصوصيات الآخرين. ويذهب البعض إلى أنها تروج لقيم الإباحية ونبذ القيم الاجتماعية المتوارثة في المجتمعات العربية .

وتشجع على التعصب القطري فينقسم الجمهور العربي إلى أحزاب وطوائف يناصر كل منها مرشح القطر الذي ينتمي إليه عبر الاتصالات و رسائل " sms "

¹ عماد مكاوي ، تلفزيون الواقع و مخاطره على الشباب، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 2، تونس، 2012، ص:ص: 79-80

وتضيف " عزة الكحكي" أن وسائل الإعلام العربية شاركت في تعميق الغزو الإعلامي الأجنبي من خلال ما تعرضه من تلك البرامج المقتبسة من البرامج العالمية لتنتشر ثقافة جديدة للصورة تشتمل على العديد من السلبيات و التي تتمثل في الاغتراب والقلق وإثارة الغريزة والفردية ودافعية الانحراف، وكلها مفردات تؤثر و بشكل مباشر على إدراك الشباب و سلوكهم ومعارفهم بحيث تتحول من مجرد صورة ذهنية إلى نشاط عملي عن طريق المحاكاة والتقليد وعمليات . كما أجمع العديد من المثقفين العرب على أن هذه النوعية من البرامج لتلفزيون الواقع المستوردة من الخارج تركز أهداف الامبريالية الثقافية التي تقوم على إضعاف الانتماء وتفكيك بنية قيمنا الاجتماعية وتشويه الهوية¹

- **التسويق الاجتماعي و ظاهرة الإعلان الديني:** رغم أن عالم السموات المفتوحة أثر بشكل كبير وواضح على حياة الشباب بطريقة سلبية في كثير من الأحيان وذلك من خلال برامج الفضائيات التي تركز لقيم الحياة الغربية بكل تفاصيلها إلا أنه ومن ذلك العالم انتشرت ظاهرة إيجابية تمثلت في التسويق الاجتماعي أو ما سمي بالإعلان الديني

ويعرف التسويق الاجتماعي² بأنه علم الترويج للسلوكيات و القيم الاجتماعية الإيجابية كما يعرف على أنه نشاط ترويجي للأفكار و القيم الإنسانية الإيجابية، و الذي يهدف إلى تحسين الظروف المعيشية للأفراد من خلال الترويج لأساليب إيجابية في الحياة و السلوكيات مهمة لإنقاذ البشر و المجتمع من المادية الجامدة.

وبظهور التسويق الاجتماعي اتخذت الحملات الإعلانية مفهوماً أوسع لا يقتصر على السلعة المادية، إنما يشمل التعريف بفكرة اجتماعية أو قضية تمس المجتمع

يعتبر التسويق الاجتماعي من أحدث العلوم التي ظهرت في القرن 20 ، و الذي ظهر عام 1971 في الدول الغربية و انتشر في أمريكا موازياً للتطور الكبير في التسويق و الترويج التجاري. بينما الظاهرة لم يعرفها الفضاء العربي إلا في سنة 2002 من خلال إعلان " أقم صلاتك تنعم بحياتك و أقم صلاتك قبل مماتك" و قد كلف هذا الإعلان حوالي 60 ألف

¹ عزة الكحكي ، تعرض الشباب العربي لتلفزيون الواقع بالفضائيات العربية و علاقته بمستوى الهوية لديهم، دراسة مقدمة لجامعة قطر، دس
²لامية صابر، الحملات الإعلانية في باقة MBC، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر
باتنة، الجزائر، 2010، ص131

دولار أمريكي . و بلغت مدته 45 ثانية* . وكانت قناة تلفزيون الشرق الأوسط MBC أولى القنوات التي وافقت على عرض هذا الإعلان بينما ترددت قنوات أخرى في عرضه أثار الإعلان كثير من الجدل فيرى البعض أنه كسر لقدسية أهم دعائم الدين وهي الصلاة وإنزالها منزلة المنتجات والسلع التسويقية.بينما المهتمون بالتجربة وجدوا أنها أحدثت تأثيراً ملحوظاً بالنسبة للمشاهدين ورصدوا عدد من حالات استئناف الصلاة.¹

وتجربة "أقم صلاتك" لم تكن الوحيدة حيث شهدت القنوات العربية عودة الإعلان الديني في أعقاب نشر الصحف الدنمركية للرسوم الكاريكاتورية المسيئة للرسول -عليه الصلاة والسلام- بتحفيز المسلمين على فعل أي شيء لنصرة الرسول عليه السلام.*

رغم الصعوبات و الانتقادات التي صاحبت أول إعلان ديني في القنوات العربية ، واصلت جهات أخرى رفع شعار التسويق الاجتماعي الديني لمحاولة تعديل السلوكيات السلبية في المجتمع الإسلامي.ومن بين ها: إعلان " الغيبة " والذي يهاجم سلوك اغتياب الناس في أسلوب درامي يستهدف بالخصوص فئة النساء تلتها بعد ذلك حملة " الحجاب"، ثم حملة "مين قال الشغل عيب " وبعدها ظهرت حملة " البركة بالشباب " التي بقيت تعرض لأكثر من سنتين في أجزاء متفرقة، كل إعلان يحاول معالجة سلوك سلبي في الشباب العربي، تلتها حملة " هذا هو ديني " و حملة " أباليسو " وحملة " الرحمة " التي تعتبر من أطول الحملات بثاً و أكثرها انتشاراً في القنوات العربية في هذه السنوات القليلة الأخيرة، والتي مازالت تعرض إلى حد الآن كما تبنت الكثير من القنوات حملات دينية توعوية ، مثل " حملة ركاز " التي تبنتها دولة الكويت، " حملة حياتي ديني " والتي بثت على العديد من الفضائيات ، " حملة الإرهاب لا دين له"²

بعد استعراض أهم التجارب العربية في ما يخص التسويق الاجتماعي يمكن الخروج بما يلي:

* تدور فكرة الرسالة الإعلامية حول شاب يجلس أمام جهاز الكمبيوتر و صوت الموسيقى الصاخبة يملأ المكان ثم يسمع الشاب صوت المؤذن للصلاة ويأتي والد الشاب ليطلب منه أداء فريضة الصلاة لكن الابن لا يهتم ويواصل ألعابه الإلكترونية بينما يتنابه ألم و إعياء شديد في إشارة إلى إصابته بجلطة دموية بالقلب. ويمر شريط ذكريات الشاب منذ طفولته و في مشهد آخر من الإعلان يظهر الشاب متوفى في كفه الأبيض و أهله مجتمعون حوله وفي مشهد آخر يوضع الشاب في قبره لينتهي الإعلان بشاشة سوداء تغتليها عبارة: "أقم صلاتك قبل مماتك"

¹ حسن الصيقي ، الفضائيات العربية في عصر العولمة، ط1، إيتراك للطباعة والنشر و التوزيع، مصر، 2010، ص100، ص101

* كانت فكرة الإعلان بتقديم نموذج يوضح حب الصحابة للنبي -عليه السلام- بتوظيف الحادثة التاريخية التي تنسب إلى الصحابي "خالد بن الوليد" حول حفاظه على خصلة من شعره عليه السلام. فكان هذا الإعلان أضخم إعلان في التاريخ من حيث ميزانية إنتاجه و تم تصويره في أحد استوديوهات هوليفود وأخرجه المخرج العالمي الألماني "ستيفان روزويسكي"

² لامية صابر، مرجع سابق، ص231

- فالإعلان الديني استطاع استخدام الإعلان لأغراض إرشادية و توعوية استطاعت أن تشد الانتباه وتؤثر في مشاعر المتلقي.

- تكرار التجربة بأكثر من شكل دليل على نجاحها و كما يرى البعض أنها دليل عملي لضرورة استخدام الدراما في الإعلام الإسلامي .

أصبح الإعلان الديني بالنسبة لعدد من الشباب بديل للخطاب الديني و مؤثر قوي في سلوكياتهم، أكدت دراسة على الشباب الجزائري¹ أن ما نسبته % 42.32 من أفراد العينة يعتقدون بأن الحملات الإعلانية الدينية كانت بديلا للخطاب الديني بشكل كبير لأنها هي تؤثر في الفرد بعيدا عن الوعظ المباشر أما أكثر أفراد العينة و بنسبة(93.13 %) أجابوا بأن تأثير الحملات الإعلانية إيجابي فقد أثرت في تعامل الفرد مع نفسه و ذلك بنسبة40.09 % تليها تأثيرها في المعاملة مع الناس و الأصدقاء بنسبة (34.05 %) أما ما نسبته(25.84%) من أفراد العينة فيرون بأن تأثير هذه الحملات الإعلانية على تعاملهم مع الأسرة.

بعد عرض النماذج السابقة نستنتج أن العلاقة بين الشباب و الإعلام الفضائي هي علاقة تأثر الأول بالثاني على المستوى القيمي والسلوكي تأثرا لا يخلو من عديد السلبيات و لتفادي تلك السلبيات لا نستطيع تفادي برامج الفضائيات بل لا بد من عقلنة العلاقة بين الفضائيات و الشباب بتعزيز دورها الإيجابي و ذلك بالتزام جملة من الضوابط الواجب مراعاتها عند صياغة و إنتاج المضامين الإعلامية الموجّهة إلى الشباب العربي التي تعمل على تنمية قدراته ومهاراته وزيادة انتمائه لقضايا وطنه. ومن أهم تلك الضوابط²:

أولا إتاحة حقّ الاتصال مع و سائل الإعلام : من خلال تيسير حرية التعبير وإبداء الآراء في مختلف القضايا ولكن في إطار الضوابط المجتمعية. كذلك الحقّ في الانتفاع بوسائل الإعلام والحصول على ما يحتاج إليه من معلومات دون تمييز لفئة أو لعنصر.

ثانيا مراعاة البرامج للحاجات النفسية والاجتماعية للشباب كالحاجة إلى الاستمتاع بأوقات الفراغ والترفيه بحريّة والحاجة والاطلاع والمعرفة. الحاجة إلى القدوة

¹ المرجع السابق، ص 232
² عماد مكوي مرجع سابق، ص-ص: 81

إضافة إلى الحاجة الانتماء والتوعية الدينية والأخلاقية.
ثالثا مراعاة الفروق العمرية في البرامج الموجهة إلى الشباب فيمكن تقسيم هذه الشريحة العمرية إلى فئات لكلٍ منها رغباته واحتياجاته.
رابعا مراعاة البرامج للخصائص الإسكانية والاقتصادية للشباب فيكون الاهتمام بشباب المناطق الريفية بقدر متوازن مع الاهتمام بشباب المناطق الحضرية وكذلك الاهتمام بذوي الدخل المنخفضة باعتبارهم أكثر احتياجا إلى الخدمات الثقافية و الإعلامية إضافة إلى التوازن بين مخاطبة الشباب الأسوياء وذوي الاحتياجات الخاصة.
خامسا مراعاة البرامج للجوانب العلمية والعقلانية بمعنى اكتساب الشباب للمعارف والمهارات والقيم والاتجاهات المطلوبة لحياة أفضل.
وكخلاصة لما سبق يجب إعداد خطة إعلامية تستهدف الشباب العربي لا تخرج من دوائر الحفاظ على الهوية العربية الإسلامية مع الانفتاح على باقي الثقافات واكتساب المعرفة بما يشجعهم على التفكير و الإبداع الخلاق¹.

¹خالد أدنون ، عقلنة العلاقة بين الإعلام والشباب، مجلة اتحاد الإذاعات العربية/العدد2،2012، ص77

ثانياً: تجربة القنوات الإسلامية :

إن التزايد العددي للقنوات الفضائية أفرز عدة ظواهر اتصالية في الفضاء العربي من بينها بروز الإعلام المتخصص، حيث ظهرت قنوات متخصصة تخاطب جمهور عمودي موجود بدافع الهوية والتخصص والاهتمام، فظهرت الفضائيات المتخصصة في الأخبار وأخرى في الأفلام وثالثة في الرياضة وفي المقابل ظهرت الفضائيات الإسلامية التي سيتم التطرق إليها بالإشارة إلى بداية التجربة و أسباب ظهورها وتقييم أدائها ثم الطرق إلى نموذج لتلك القنوات ممثلاً في قناة إقرأ .

1. القنوات الإسلامية:**1.1. تعريف القنوات الإسلامية و إشكالية التسمية**

لقد طرح اسم القنوات الإسلامية إشكالا لا يختلف أو يقل أهمية عن ذلك الخلاف الذي طرحه مصطلح الإعلام الإسلامي إذ طرحت التسمية جملة من التعقيدات والتساؤلات. فتسمية إسلامي تعتبر مصطلح مجازي يبتعد عن الدقة على اعتبار أن كل مسلم يعتبر نفسه إسلاميا و كل منتج للمسلمين يمكن أن يعد إسلاميا، والتساؤل الذي يطرح نفسه في ظل هذا العدد غير المسبوق للقنوات في الفضاء العربي كيف نحدد الإسلامية وكيف نميز بين القناة الإسلامية و غير الإسلامية؟ وهل هناك فرق بين القنوات الإسلامية و الهادفة أو المحافظة أو النقية؟.

يرى الدكتور محمد بن عبد الله العبد الكريم¹ أن معضلة المفهوم تتجلى إذا فسر بمعنى موجّه يستبعد ما عداه، وكل معنى يضلل معنى أو يخرج عن مسمى الإسلامية ويعده مخالفاً أو محرماً يترتب عليه حرمة الاقتناء والمشاهدة

كما يرى البعض أن مفهوم الإسلامية مفهوم منحاز لا يوثق في دلالاته على الحكم الشرعي حتى وإن وجد من يتوسع في مفهومها فيضم لها قنوات أخرى قل فيها الشر وكثر فيها الخير ، فهذا التوسع لا يلغي الاضطراب في المفهوم، ما لم يميز بالضد فيكون معنى الإسلامية ما عدا الهابطة فقط التي لا شك في تحريمها .

¹ محمد بن عبد الله العبد الكريم، دراسة مقاصدية موجزة عن الإعلام الفضائي " الإسلامي، موقع الإسلام اليوم <http://islamtoday.net> تاريخ الزيارة 22janvier 2013 14:56

و مفهوم إسلامية قد تم استلابه و أدلجته فلا يفهم على نحو إسلامي خالص يمكن الوثوق في نسبته للقواعد الفقهية والأصولية و المقاصدية بل يمكن القول بأنه يخلق معاني متناقضة متباينة بسبب تداخل التأويلات مع التوجهات .

فيجب إيجاد مفهوم مشترك بين قنوات إسلامية نقية ذات هدف محدد وقنوات أخرى مختلطة أو قنوات لا هدف منها كالقنوات الشرعية .

ويقترح البعض الاستعاضة عنه بمفهوم " القنوات الهادفة " يتقارب مع معنى الواقعية الشرعية، وليس بالضرورة أن تكون القناة المباحة قناة نقية، بل يكفي في الإباحة كثرة خيرها وقلة شرها ومفاسدها.

ورغم هذا الجدل تبنت الباحثة تسمية القنوات الإسلامية لتتفادى الخلط بينها وبين قنوات أخرى تسمى نفسها قنوات نقية لكنها تعرض بعض ما يخالف الدين الإسلامي .

كما تجنبت الباحثة استعمال مصطلح القنوات الدينية الذي يثير إشكال آخر وهو القنوات الدينية غير الإسلامية التي تتناقض من حيث الهدف و الرسالة الموجهة إلى المتلقي حيث تكثر القنوات المسيحية الناطقة بالعربية على: جميع الأقمار الفضائية، و هذه القنوات موجهة للمسيحيين في الشرق الأوسط والمسلمين، وهي تهاجم الإسلام علانية، وتطعن في القرآن والسنة ومن أمثال هذه القنوات: "الحياة" و"الروح" (سات 7) سات 7 كيدز للأطفال "الشفاء": "الكرمة" "المحبة" "نور سات" و"معجزة" و"ملكوت" و"سبريت"¹.

ولتفادي هذه الاختلافات فالقنوات الإسلامية المقصودة في هذه الدراسة:

"ليست قاصرة علي البرامج الدينية بكافة وسائلها ولكنها أوسع من ذلك ، فهي تقدم مواد دينية ومواد تعليمية عامة ، ومواد ترفيهية لأفراد الأسرة لكن كل ذلك داخل الإطار الإسلامي ، بمعنى آخر أنها تقدم كل شيء بشرط ألا يخالف أصول الدين وضوابطه المحددة والمتفق عليها. "

¹عاطف عبد الرشيد، تجربة قناة الحافظ الفضائية، بحث مقدم لمؤتمر مستجدات الفكر الإسلامي الإعلام الديني والفضائيات الإسلامية بين الفكر والتجربة

2.1. نشأة القنوات الفضائية الإسلامية:

أضحت الشاشة العربية تزخر بالعشرات من القنوات الفضائية الإسلامية، التي استطاعت ولو جزئياً أن تسد حاجة المشاهد العربي من الفضائية من الإعلام الهادف . وكانت البداية عندما أعلنت شبكة راديو وتلفزيون العرب (ART) عن إنشاء "قناة اقرأ" الإسلامية، كأول فضائية إسلامية متخصصة، معلنة بذلك دخول نوع جديد من الفضائيات للمشاهد العربي، تنامت بعد ذلك الأفكار ليزيد عدد القنوات الإسلامية عن 80 قناة في عام 2010

وفرض الإعلام الإسلامي وجوده بين وسائل الإعلام الأخرى من خلال نسب المشاهدة العالية، وتسابق المشايخ ورجال الأعمال على تدشين القنوات الواحدة تلو الأخرى ومما لا شك فيه أن هذه القنوات الإسلامية أحدثت أثراً إيجابياً ملموساً لدى الكثير، وشغلت حيزاً من الفراغ الإعلامي و ساعدت على تثقيف المسلمين في دينهم .

بداية الإعلام الفضائي الإسلامي كانت في 1998 م عندما قررت شبكة "RT" انشاء أول فضائية إسلامية في العالم العربي، والتي اتفق على تسميتها "قناة اقرأ"، وحملت شعار " : " متعة الإعلام الهادف . "وقد اتخذت من مدينة جدة السعودية مقراً لها وفي العام 2000 م تم إطلاق الفضائية الإسلامية الثانية في العالم العربي، وهي قناة " المنار " التي يمتلكها حزب الله اللبناني الشيعي الذي يرأسه حسن نصر الله هددف هذه القناة إلى الترويج للحزب ونشر أيديولوجيته من خلال برامج تنتجها القناة بنفسها، حيث تنتج القناة ما نسبته % 80 من برامجها.¹

وشهد العام 2003 إطلاق قناتين إسلاميتين في سماء الإعلام المتخصص في ذلك الوقت، أما الأولى فهي " قناة المجد " . أما الفضائية الثانية التي أطلقت في العام 2003 فكانت " قناة الصفوة الفضائية"، وهي قناة فضائية إسلامية والجدير بالذكر أن قناة المجد الفضائية قد تحولت فيما بعد إلى شبكة من القنوات الفضائية المشفرة والمفتوحة(سبقت الإشارة إليها)

¹ علي العمري، واقع الفضائيات الإسلامية في العالم العربي، المجلة العالمية لشرق آسيا، ماليزيا، 2011، ص104

3.1. تصنيف القنوات الإسلامية:

الفضائيات الإسلامية وإن كانت جميعها تحمل لقب الإسلامية، إلا أن هناك اختلاف كبير فيما بينها، ولعل من الصعوبة بمكان وضع ضوابط لتقسيم القنوات الإسلامية على ضوءها، و بملاحظة المشهد الإعلامي الإسلامي نجد أن التزايد الملحوظ في عدد القنوات الإسلامية أفرز اختلافا في مضامين هذه القنوات و ظهور التخصص في الرسالة الموجهة للجمهور فشهد الإعلام الإسلامي المرئي قنوات متخصصة في الحديث و أخرى في تفسير القرآن و ثالثة في الإنشاد الإسلامي كما شهد قنوات دينية حكومية و أخرى تابعة للقطاع الخاص و حتى على مستوى المذاهب فقد ظهرت قنوات صوفية و أخرى سلفية وثالثة شيعية .

ارتأت الباحثة تبني التقسيم الذي أورده " ثريا السنوسي"¹ في دراستها المنوغرافية التحليلية لمشهد الإعلام الديني التي أحصت 104 قنوات ومن الصعب إعطاء رقم دقيق حول القنوات الإسلامية وقد ذكرت دراسة لكلية الإعلام بجامعة القاهرة أن عدد القنوات الفضائية التي تعمل بصيغة دينية وصل خلال 2010 إلى 150 قناة، إلى ذلك بلغ عدد القنوات الإسلامية حتى مطلع 2010 ما يزيد عن 30 قناة، وقد تضاعف هذا العدد بعد ثورات الربيع العربي وبالأخص على الناييل سات نتيجة انتهاء نهج المنع والحظر الذي كانت تنتهجه إدارة الناييل سات في حقبة ما قبل الثورات².

1.3.1. من حيث ملكية القناة: حكومية/خاصة: فإذا كانت باكورة القنوات الإسلامية خاص من حيث الملكية وهي قناة "إقرأ" فان الجهات الحكومية العربية هي الأخرى واكبت موجة القنوات الإسلامية واستحدثت كثيرا من الدول العربية قنوات دينية فقد أحصت " ثريا السنوسي" 104 بين خاصة و عمومية فقد سجل القطاع الخاص 96 قناة بينما 8 فقط للقطاع العام

-قنوات حكومية: وهي حسب الدراسة المذكورة :السنة النبوية،السعودية للقرآن، الفرقان،التواصل ، السادسة ،الإيمان ،الكويت للقرآن الكريم و قناة هداية .وتبث هذه القنوات برامجها باللغة العربية باستثناء قناتين .كما أن القناة السادسة المغربية تبث إلى جانب اللغة

¹ ثريا السنوسي، ملامح الفضاء الاتصالي الديني العربي،مجلة اتحاد الإذاعات العربية،العدد 3، 2012،ص10
² نقلا عن العالم اليوم: <http://www.alamalyawm.com> تاريخ الزيارة 2012/4/1 على الساعة: 15:13

العربية برامج باللغة الفرنسية و كذلك الأمازيغية و الهدف من ذلك مخاطبة كافة المجتمع المغربي على اختلاف أطيافه

-قنوات خاصة: أما بقية القنوات الإسلامية التي أحصتها الدراسة فتقدر ب96 قناة بنسبة 92.31% من مجموع القنوات الإسلامية وتنتمي للقطاع الخاص إذ يمولها رجال أعمال و شركات إعلامية مثل شركة ART التي كانت السباقة في هذا المجال بإنشاء أول قناة دينية سنة 1998 و هي قناة "إقرأ" ثم تلتها قناة المجد التي أصبحت فيما بعد شبكة إعلامية ضخمة إضافة إلى قناة "الرسالة" التي تنتمي إلى شركة روتانا سنة 2006 .

2.3.1. قنوات دينية شاملة و متخصصة :

تفرع عن المشهد الفضائي الديني بشقيه الحكومي و الخاص قنوات متخصصة في مجالات مختلفة .

- القنوات الشاملة: وهي القنوات التي تتضمن برامجها مختلف الاهتمامات الدينية للأسرة العربية، ولا تتخصص في جانب محدد من البرامج، ومن أهم هذه القنوات: قناة اقرأ قناة الرسالة قناة الصفة قناة المجد العامة قناة الهدى. وتبث برامجها باللغة العربية ما عدا قناة "الهدى" التي تبث باللغة الإنجليزية وهي موجهة للمسلمين غير الناطقين بالعربية و حتى غير المسلمين. كما تخصص بعض القنوات بعض البرامج باللغة الفرنسية و الانجليزية. وهي تضم مزيجا من البرامج في التوعية، الحوار ، القرآن بالإضافة إلى الدراما

- القنوات المتخصصة: تخصصت في القرآم الكريم و الأذكار و الأدعية ، الحديث النبوي، الاستشارة و الفتاوى الأناشيد و هي كالتالي:

- قنوات متخصصة في بث القرآن الكريم كقناة العفاسي قرآن ،المجد للقرآن فور شباب قرآن ... تخصص كامل أوقات البث فيها لتلاوة القرآن و الالتهالات كما تخصص جزء قصير من البث للحوارات القصيرة. والشريط الإخباري الموجود في بعضها فيضم مسابقات حول مسائل دينية.

- قنوات متخصصة في الحديث و العلوم الدينية وقد انفردت شبكة المجد الفضائية بعذا المجال من خلال قناتها "المجد للحديث النبوي" و "المجد للعلوم الدينية" وهي تقدم قراءة علمية مجهرية لعدد من القضايا الدينية الهامة التي يحتاجها المسلم في حياته اليومية.

- قنوات طبية وتركز أساسا على الطب النبوي و التداوي بالأعشاب أو ما أصبح يعرف بالطب البديل إضافة إلى الرقية الشرعية. كما أنها تقدم مساحات إخبارية لبعض المستحضرات الطبيعية منها: قناة "الحقيقة"، الصحة والجمال"، "الطب النبوي"...
 - قنوات الإنشاد التي أصبحت إحدى ميزات الإعلام الإسلامي عبر القنوات الفضائية وتبث قنوات الإنشاد أغاني دينية بطريقة عصرية مستحدثة إضافة إلى الأوعية والأذكار و ساهمت هذه القنوات في صناعة نجوم ومشاهير في الأغنية الملتزمة على غرار نجوم الفيديو كليب. كما تتيح بعضا للمشاهد فرصة تحميل الأذان والأذكار ومن أبرز تلك القنوات: فور شباب للإنشاد، الروح ، شاعر الرسول(صلى الله عليه وسلم) .
 - قنوات الاستشارات و الفتاوى مثل قناة "فتوى" و "النجاح2" وهي تقدم استشارات في مختلف المجالات متبنية الخطاب الديني المعتمد على القرن والسنة في حل المسائل المطروحة و الدليل شعار قناة "النجاح" لا خاب من استشار.
 - قنوات متخصصة في الحج والعمرة وهي قنوات يكون بثها لتغطية مناسك الحج والعمرة و تقديم روبرتاجات ولقاءات مع الحجاج وتقديم دروس حول أداء المناسك.
 - قنوات مزدوجة إظهار و دين وهي في الأصل قنوات تجارية تقوم على الإشهار و الإعلان لمواد و مستحضرات التجميل والعطور و تستغل تلاوة القرآن أو خطب دينية لدعاة وشيوخ معروفين.
 - قنوات الأطفال البرامج المقدمة توجهة للصغار كالأناشيد مثل "طيور الجنة" والرسوم المتحركة و تحثهم على التحلي بالأخلاق الإسلامية وتقديم القصص المستوحاة من الدين الإسلامي مثل قصص الأنبياء .
- ويضيف (فتحي بوعجيلة)¹قنوات أخرى :
- قنوات مقاومة الاحتلال الصهيوني واندب على هذه القنوات بقناة: "الأقصى" التي أنشئت في 2006 من طرف حركة حماس و الت تهدف إلى نشر الدعوة الإسلامية و تغطية الأحداث المتعلقة بالقضية الفلسطينية و إبراز الاحتلال الاسرائيلي .و القناة تشبه إلى حد كبير قناة " المنار " الشيعية.

¹ فتحي بوعجيلة، البرامج الدينية في التلفزيونات و الإذاعات العربية، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 3، 2012، ص37

- القنوات الوثائقية منها قناة "مكة" وتعنى ببحث الوثائقيات الدينية التي تهتم بالتاريخ الإسلامي و المعالم الدينية و التركيز على أرض الحرمين .

ما يمكن قوله بعد الإطلاع على خريطة الإعلام الإسلامي المرئي وجود ظاهر صحية و أخرى سلبية وهي :

✓ التخصص في القنوات الإسلامية يعد إيجابي بشكل كبير لأنه يقدم معرفة متعمقة تجعل الاعلام الاسلامي يبتعد عن السطحية و يلتزم بالدقة والوضوح.

✓ الاهتمام بفئة الأطفال كان من أهم ميزات الإعلام الإسلامي المتخصص و هذا دليل على أن هذا النوع من الإعلام يحاول مخاطبة كافة شرائح المجتمع و إن كانت تلك القنوات لا تتوفر على المنتجات الكافية التي تستقطب الأطفال وتصرفهم على القنوات التي تروج لسلوكيات غير السوية كالعنف.

✓ الظاهرة الأكثر سلبية وتأثيرا على مصداقية الاعلام الاسلامي هي القنوات التجارية المصبوغة بنزعة دينية ،وتنامي الظاهرة يؤدي إلى تدجين للإعلام الإسلامي و تفرغته من قيمه الروحية .

✓ أهم ما يميز المشهد الإعلامي الإسلامي هو التزايد المطرد في عدد قنواته الفضائية المتخصصة وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم 1 يوضح التطور الكمي للقنوات الإسلامية المتخصصة ما بين 2012/2099**

2012	2009	
15	9	قنوات القرآن والحديث و العلوم الدينية
7	2	قنوات الإنشاد
6	2	الأطفال
5	3	القنوات الطبية
2	1	الاستشارات
1	1	مناسك الحج
10	0	اشهار/دين

** المصدر ثريا السنوسي، مرجع سابق، ص17

1.4. أسباب تزايد القنوات الإسلامية:

لقد استحكمت القنوات الإسلامية أن تكون ظاهرة الإعلام الفضائي في العقد الماضي بسبب تكاثرها العددي و الذي كان نتيجة للأسباب التالية:

• استخدام الفضائيات الإسلامية في الدعوة الإسلامية و الحفاظ على الدين و أصول العقيدة و حماية الكيان المسلم.

• دخول الشركات الخاصة في الإنتاج الإعلام بدوافع تجارية وهي ظاهرة عالمية لم تقتصر العالم العربي و لكن الفرق بالنسبة له يظهر أن الدين حصل على النصيب الوافر في القنوات الفضائية العربية من قنوات لتلاوة و علوم القرآن، السيرة و الأحكام الشرعية و المعاملات.

• الدخول في منافسة بين القنوات العامة المملوكة للدولة والخاصة التي تملكها الشركات الإعلامية لبعض رجال الأعمال العرب حيث قامت هذه الشركات بتخصيص قنوات إسلامية بجانب القنوات المتنوعة التي تقوم عليها مثل قناة إقرأ التي تعد واحدة من مجموعة قنوات (ART) راديو وتلفزيون العرب، وكذلك قناة الرسالة و التي تعد هي الأخرى من مجموعة قنوات روتانا الترفيهية، وكذلك التحول الذي شهدته قناة الخليجية من قناة تسلية و الأغاني و المنوعات إلى قناة دينية تقوم على علوم أصول العقيدة الإسلامية و من قبلها قناة الناس التي بدأت أيضا في إطار اجتماعي ترفيهي متنوع إلى قناة إسلامية تتبنى المنهج السلفي.¹

• رد الفعل الطبيعي إزاء الإعلام الفاسد القائم على التحلل من كل القيم فكان لا بد من إعلام يحافظ على ثوابت الأمة و التي تنطلق أساسا من العقيدة. حيث يرجع "الدكتور محمد بن عبد الرحمن الحضيف " صاحب الإسهامات البارزة في المجال الإعلامي الأسباب التي دفعت إلى العناية بالإعلام الإسلامي تنظيرًا وممارسة فيقول: البث الفضائي المنفلت من أي ضابط أخلاقي سبب صدمة للتيار المحافظ العريض، في الشارع العربي، والشكوى من غربة الإعلام العربي عن المجتمعات العربية، وانتهاجه منحى تغريبيًا، بعيدًا عن ثقافة المجتمعات العربية، وهوية الأمة فالمشاهد العربي - المحافظ بطبيعته - شعر كذلك بخطورة ما تبثه تلك الفضائيات، على النسق الأخلاقي للمجتمع، وبآثاره على الشباب من الجنسين،

¹ مجدي عبد الفتاح الداغر، اتجاهات القنوات الفضائية الإسلامي في معالجة قضايا الجاليات الإسلامية ، بحث مقدم لمؤتمر الفضائيات العربية، جامعة الشارقة، الإمارات العربية، 2007

وتهديده لتماسك الأسرة. فهذا الواقع الملوث للفضائيات العربية، والإعلام العربي بشكل عام واشتغال مضامينه، والرسائل الإعلامية التي يبثها على الكثير من التجاوزات غير الأخلاقية، رفع درجة الاستياء وزاد من وتيرة الدعوة لـ "إعلام نظيف" وبنّاء، أو ما صار يُطلق عليه، لدى بعض الإعلاميين بـ "الإعلام النقي".¹

• الرغبة في الربح المادي فحسب أحد الكتاب ما الذي يغري صاحب قنوات "ميلودي" بإنشاء قناة دينية.

• استعمال بعض الجهات القنوات الفضائية لأهداف سياسية مذهبية لتحقيق انتشار مذهب أو طائفة معينة وخير دليل الحاصل في العراقي الذي يشتمل على العديد من القنوات الشيعية و العرقية و الإيرانية.² ويرى البعض أن إنشاء القنوات الإسلامية نتيجة لما أسموه صعود التيارات الإسلامية خلال العقود الثلاثة الماضية فكانت التغيرات التي حدثت داخل تلك التيارات دور مهم في التوسع في القنوات الفضائية ،فالتحاق أجيال جديدة من المتعلمين و المثقفين والخبراء بالتيارات الإسلامية جعل هذه الأخيرة تدرك أهمية وسائل الاتصال الحديثة في تقديم صورة لنفسها للعالم.³ وأبرز دليل على ذلك تجربة حزب الله اللبناني الشيعي وقناة المنار. وحتى التيارات السنية مثل الاتجاه السلفي الذي ظهر بقوة بعد الثورات العربية و كذا جماعة الإخوان المسلمين

5.1. البنية البرمجية للقنوات الإسلامية:

يتبنى الإعلام الإسلامي في القنوات الفضائية نوعين من المضامين الموجهة إلى جمهوره سماها البعض بالقسم النقلي و القسم العقلي ،ويرى "أحمد عمروش"⁴ أن الجانب النقلي في الخطاب الديني يشتمل على القرن الكريم، الأحاديث النبوية الشريفة والسيرة النبوية و الأحكام الفقهية وهذا القسم من المضامين يعد من الثوابت التي لا تتغير .

¹ نقلا عن أحمد الكردي، الإعلام الإسلامي، الواقع والطموح <http://kenanaonline.com> تاريخ الزيارة 2011/11/8 على الساعة 11:10

² حسن الصيفي، مرجع سابق، ص 115

³ طلال عتريسي، الفضائيات الدينية بين حق الدعوة و مخاطر الفتنة، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 3، 2012، ص 45

⁴ ثريا السنوسي، مرجع سابق، ص 20

أما الجانب العقلي فيتصل أساسا بوظيفة الإعلام الإسلامي في ربط تعاليم الدين بالقضايا المستحدثة التي يعيشها المسلم في العصر الحالي ويكون ذلك بتقديم الرؤى الإسلامية لتلك القضايا .

وعليه يمكن القول أن بنية البرامج في الفضائيات التي تتبنى التوجه الإسلامي تنطلق من هذين القسمين النقلي و العقلي وهي :

- البرامج التفسيرية و التحليلية :وهي برامج تقوم على التفسير و التلقين حيث تطرح قضايا جوهرية في الدين كالعقيدة والتوحيد من خلال تقديم تفسير القرآن الكريم و الأحاديث النبوية وإضافة إلى هدفها التعليمي فهي تسعى إلى تقوية إيمان المتلقي بدينه عن طريق مقارنة آخر ما توصل إليه العلم بحقائق الدين وهذا ما يسمى ببرامج الإعجاز العلمي و هذه النوعية من البرامج تكون بكثرة في القنوات المتخصصة كبرامج الطب النبوي و التداوي بالأعشاب .
- البرامج السردية :وهي برامج ذات هدف تربوي على إبراز الدين الإسلامي وقيمته الأخلاقية والاجتماعية بسرد سيرة الرسول عليه السلام و الصحابة و كل ما تعلق بالتاريخ الإسلامي .
- البرامج التعليمية تخصص لتعليم تجويد القرآن و إعطاء دروس في كيفية أداء العبادات وهي أشبه ما تكون بالدروس المسجدية و من بين القنوات التي تغطي عليها هذه البرامج "المجد" و الحافظ " وهي قناة مخصصة لتحفيظ القرآن الكريم وتلاوته .
- البرامج الإخبارية وهي لا تقدم الأخبار كالتى توجد في القنوات الأخرى و لكنها تهدف إلى تغطية النشاطات و الخاصة بمناسبات معينة كتغطية موسم الحج ،صلاة عيد الأضحى و كذلك تغطية الملتقيات الدينية .
- البرامج الترفيهية:و تكون في الغالب على شكل فواصل قصيرة تتمثل في الأناشيد والابتهالات وقد ظهرت أشكال حديثة للابتهالات في ما يشبه الفيديو كليب المعروف في قنوات المنوعات ولكنه بصيغة إسلامية مثل ما تبثه قنة"فور شباب" و "قناة محبوبة" وغيرها من القنوات الإنشادية.
- الدراما الإسلامية والأفلام التاريخية وهذه البرامج ظهرت قديما حتى أنها أقدم من ظاهرة القنوات الإسلامية نفسها وهي أعمال درامية ذات نزعة دينية من أفلام ومسلسلات ملتزمة وهذا النوع الدرامي يظهر بقوة في المناسبات الدينية بالنسبة للقنوات العربية بصفة عامة و

لكن بعض القنوات الإسلامية كقناة "إقرأ" تعتمد عليه في شبكاتهما البرمجية بشكل دائم لتقدم البديل الدرامي بمشاهديها. في ما تصر بعضها على تجنب هذا النوع من البرامج بسبب تبينها الرأي القائل بتحريمها شرعا .

ما يمكن الإشارة إليه بشأن البنية البرمجية في القنوات الإسلامية أنها ليست متشابهة في كل القنوات التي تختلف من حيث توجهاتها الفقهية وإمكاناتها المادية والبشرية و قدم تجربتها في هذا المجال .

ولكن وعلى العموم البرامج المذكورة أعلاه تساعد وبشكل كبير على رسم أهم الملامح المميزة لتلك القنوات ،فهي وأن اشتركت في بعض برامجها مع ما يعرض في الفضاء العربي بشكل عام تختلف معه في الكثير من القضايا هذا الاختلاف يكون إيجابيا من ناحية الفكرة أو الفلسفة التي تنطلق منها القنوات الإسلامية ولكنه أفرز عديد النقائص على مستوى التطبيق الميداني والواقعي لتلك الفلسفة وهذا ماسيتم مناقشته في محاولة لتقييم التجربة الفضائية الإسلامية

5.1. تقييم تجربة الفضائيات الإسلامية ومقترحات حول الإعلام الإسلامي

1.5.1. تقييم تجربة الفضائيات الإسلامية:

بعد التزايد الملحوظ في عدد القنوات الإسلامية والإقبال على مشاهدتها من طرف مختلف شرائح المجتمع أصبحت تلك القنوات مثار جدل، فقد أقر كل متابع لما يبث في الفضاء العربي أن هذه القنوات أصبحت ظاهرة تستحق الدراسة والتحليل ولكن هذا الإقرار لايعكس التأييد فقط بل يوجد من يعارض وجود هذه القنوات جملة وتفصيلا مثل الناقد الإعلامي التونسي "خميس الخياطي" في كتابه "تسريب الرمل"¹ الذي وصف القنوات الإسلامية بالخطاب الديني الأصولي في الإعلام الفضائي العربي ويرى أن آثارها على الشباب لا تختلف عن قنوات الفيديو كليب والأفلام الأجنبية.

فماذا قدمت تلك القنوات لمشاهديها ،و إذا ارتضت كثير من الفضائيات العربية أن تكون سلاحا ذو حدين نافع و ضار هل استطاعت الفضائيات الإسلامية أن تقدم النافع و تتجنب الضار أم أنها هي الأخرى لم تشذ عن القاعدة؟

¹ انظر موقع مقالات مغاربية <http://www.magharebia.com>

و يمكن تقييم التجربة برصد إيجابيات و سلبيات تلك القنوات.

- الإيجابيات:

✓ استطاع الإعلام الإسلامي أو ما يسميه البعض الإعلام القيمي عبر هذه القنوات أن يوجد بديلا إيجابيا عن ما تقدمه وسائل الإعلام العربية و الأجنبية من مواد لا تتفق مع القيم الإسلامية عدى عن القيم الإنسانية ، وفي ظل تأثير وسائل الإعلام في تكوين السلوك الإنساني(تم ذكر أهم تلك الآثار في مبحث سابق) فإن وجود إعلام قيمي يعتبر بديلا إيجابيا في التأثير كما أنه يوسع خيار المتلقي للرسالة الإعلامية¹ . حيث حقق البث الإعلامي الإسلامي قيمة عليا هي مبدأ "حق الاختيار" للإنسان العربي كما أثبت أن المشاهد العربي ليس مجرد كائن غرائزي يلهث خلف الترفيه الرخيص، والإثارة العارية وأكد زيف مقولة "هذا ما يريد الجمهور"

✓ استطاع الإعلام الإسلامي المرئي أن يحافظ على الهوية الإسلامية لدى أبناء المسلمين بما يقدمه من برامج تعزز فيهم قيم الانتماء للإسلام و للأمة الإسلامية ، وتمثل ذلك في البرامج التي تقدمها وسائل الإعلام الملتزمة بالقيم الإسلامية ، وباستخدامها اللغة العربية كوعاء حافظ للقيم الإسلامية .

و الحفاظ على الهوية الذاتية الثقافية كان حتى خارج الأقطار العربية و مس فنة المغتربين المسلمين، حيث ساهمت هذه القنوات في ربطهم بمميزاتهم الشرقية في التفكير و الاعتقاد والسلوك . هذا إضافة إلى استعمال اللغة العربية مهم جدا في الحفاظ على الخصوصية الثقافية فمقدمو البرامج على العموم يستعملون اللغة العربية

✓ لقد أسهمت في الرد على حملات التشكيك و التشويه الموجهة للإسلام، من خلال الدور الذي يقوم به العلماء و الباحثون وبما يقدمونه من برامج في الرد على الشبهات والتعريف بقيم الإسلام . وظهر ذلك جليا في الرد على الإساءات المتكررة للرسول عليه السلام.

¹ سعيد عبد الله حارب، الإعلام القيمي ونشر القيم في المجتمع، ورقة مقدمة لندوة مستجدات الفكر الإسلامي التاسعة(الإعلام القيمي .. بين الفكر والتجربة)، الكويت ، 2011

✓ توفير الجو الروحي وتيسير التنقيف الديني: حيث ساهمت القنوات الإسلامية في تقديم المعلومة الدينية الصحيحة من خلال مختصين في العلوم الدينية الإسلامية خاصة بالنسبة للأشخاص الذين يتعذر عليهم الاتصال المباشر بشيوخ المساجد كالفتيات و النساء .

✓ إبراز التنوع في التراث الديني فالحضارة الإسلامية اتسمت بتعدد العادات والأجناس والمذاهب الفقهية الإسلامية هذا التنوع الذي ينسجم مع الثوابت و لا يناقضها¹ . و إبراز التنوع في العادات والمذاهب يكفل لكل فئة الحق في الالتزام بالمذهب الذي تتبناه دون أي تعصب . وإن كانت بعض القنوات تسعى إلى إقصاء أي رأي مخالف.

- السلبيات:

✓ **فوضى الفتاوى:** من السلبيات التي تعاني منها القنوات الدينية إن ليس كل من يقوم على برامج الفتاوى فيها ذي علم وخبرة، وهذا ما صنع نوعا من الفوضى التي أصابت الفتاوى ففي حين تجد أن قناة ما تفتي بحل أمر ما فإن قنوات أخرى تقول بحرمة مما يحدث نوعا من البلبلة الفكرية، وتشويش لعقلية المتلقي فيما يعتبره البعض الآخر تنوعا محمودا ومفيدا، لأنه يكمل بعضه بعضا والمتلقي في النهاية حر في اختيار القناة المفضلة له.

✓ **إثارة الفتن الطائفية والتعصب المذهبي:** يرى المراقبون لأداء هذه القنوات أن عددا منها تعمل وبشكل مباشر على نشر الفتن الطائفية المهددة للنسيج الاجتماعي في المنطقة العربية التي أكثر ما تتميز به التنوع الطافي و العرقي و الديني. حيث تخصصت بعض القنوات في التحريض المذهبي بيم السنة و الشيعة فكل طرف سواء السنة أو الشيعة يحاول التصدي للطرف الآخر في بتعبئة و تحريض أتباع كل مذهب ضد الآخر و المثير في الموضوع تصدي شيوخ و علماء دين لهذه المهمة . وهذه المسألة تعد نقطة سوداء في سجل الإعلام الإسلامي بل هي تتناقض مع أهدافه و خصائصه " هل يمكن تخيل الأثر النفسي و الاجتماعي على المشاهد .. خاصة الشباب فأقل ما يمكن أن يحصل هو إنتاج بيئة من عدم الاستقرار في المجتمع و تكوين شخصية منغلقة لا تقبل الآخر .."²

¹فتحي بوعجيلة ، مرجع سابق، 39
² طلال عتريسي، مرجع سابق، ص49

✓ **ضعف الشكل الفني** برامج بعض القنوات أشبه ما تكون -حسب وصف البعض- بمسرح مدرسي تعليمي يقدمها هواة بعيداً عن الحرفية والمهنية الإعلامية حيث تعاني الضعف الفني و المتمثل في الإخراج والتصوير والديكور وغلبة الأساليب القديمة والأطر الفنية المتخلفة و ضعف التشويق وعدم الاستفادة الكاملة من تقنيات الصورة الإعلامية لدرجة أن بعض البرامج هي إذاعية ولا تضيف الصورة لها شيئاً ونتيجة لهذا الضعف أعطت بعض القنوات الإسلامية صورة نمطية سلبية عنها لافتقارها للإبهار والجادبية والتي تميزت بها القنوات الأخرى

✓ **انتشار الدجل والشعوذة:** دخول بعض المتطرفين أو المحسوبين على الدين الإسلامي عالم الفضائيات باسمه كان له أثر خطير على المشاهد من جهة وعلى مصداقية هذا الإعلام الإسلامي من جهة أخرى . حيث انتشر من أطلقوا على أنفسهم " الأطباء الروحانيين " و "الرقاة الشرعيين" الذي تصدوا لعلاج جميع الأمراض دون استثناء وهذه الظاهرة تروج وتحت غطاء الدين إلى الدجل و الشعوذة الذين أبعد ما يكونان عن الدين الإسلامي الذي قاوم الكذب و التحايل على الآخرين و دعا استشارة أهل العلم فكل مجال يتصدى له أولي اختصاصه.¹

✓ **قضية الترفيه في القنوات الدينية** أمام الكم الهائل من الإنتاج الترفيهي في الفضائيات العربية تقف معظم الفضائيات الدينية موقفاً مناقضاً تماماً، فالساعات المخصصة للترفيه في الفضائيات الإسلامية مجتمعة لا تعادل ما تبثه قناة ترفيهية واحدة مثل روتانا، و ميلودي، و مزيكا² وغيرها من القنوات المتخصصة في الرقص والغناء والأفلام. الإعلام مفهوم واسع جداً، ولا يمكن حصر الإعلام الإسلامي بالجانب التعليمي فقط، فإذا أرادت القناة الإسلامية أن تستقطب أكبر عدد ممكن من المشاهدين ينبغي عليها أن تضم بين برامجها أكبر عدد ممكن القطاعات الإعلامية المختلفة. فليست البرامج التعليمية وحدها هي تستقطب الجمهور

¹ فتحي بوعجيلة، مرجع سابق، ص 41
² علي العمري، مرجع سابق، ص 113

الجدير بالذكر في ما يخص الترفيه تجربة قناة " فور شباب " هي قناة منوعات فضائية جديدة فرغم قلة مهنتيها وسَّعت مفهوم الترفيه الإسلامي عبر الاقتباس من أساليب الترفيه الغربية الراسخة - مثل الفيديوهات الموسيقية وبرامج الدردشة إضافة المسحة الإسلامية على البرامج .ومن الأمثلة على ذلك برنامج " صوتك واصل " تقدمه القناة كبديل لما تنتجه الفضائيات العربية على غرار برنامج المسابقات الغربي الشهير " أمريكان أيدول " وهنا لا تتنافس الموعظة و الترفيه ، بل تندمجان .

✓ الانتقادات الموجهة للقنوات الإسلامية كانت حتى حول شعارتها حيث يرى البعض رفعها شعارات¹: " متعة الإعلام الهادف.. إبداع و أصالة ...قناة تأخذك إلى الجنة.. " هي محاولات لكي تجد تلك القنوات لها مكانة متميزة بمخاطبة المسلمين خاصة الملتزمين منهم بأسلوب يتسم بالفوقية في مقارنتها بالقنوات الأخرى فرفع شعار الإعلام الهادف -حسب صاحب هذا الرأي - هو اتهام غير مباشر لبقية القنوات أن لا أهداف لها أو شعار قناة تأخذك إلى الجنة فيه إهداء شبيه بادعاء الفرقة الناجية. وهذه الشعارات تدل أن هذه القنوات تخاطب عواطف المشاهدين أكثر من عقولهم.

✓ غياب التنسيق بين القنوات الإسلامية و وجود صراع خفي بينها قد اقترح الدكتور طارق سيويدان وهو مدير واحدة من أبرز القنوات الإسلامية "الرسالة" طريقة للتكامل بقوله: " نحن ننقل الناس من الحرام إلى الشبهات و نترك نقلهم للحلال للقنوات الأخرى"² وهذا الاقتراح يؤكد على ضرورة التنسيق و التكامل بين هذه المؤسسات الإعلامية فلا يمكن لمؤسسة إعلامية واحدة مهما بلغ حجمها و كفاءتها المهنية أن تنفرد بمهمة تصحيح المفاهيم و ترسيخ قيم الانتماء و الهوية وإنما يكون ذلك بتكاتف الجهود بين تلك القنوات كل حسب تخصصه.

✓ ظاهرة صناعة النجوم و استقطاب الدعاة الجدد : بدأت الظاهرة ببيروز دعاة حديثي السن غير تقليديين مثل عمرو خالد ،معز مسعود، صفوت الحجازي يتميزون بعدم انتمائهم لما يسمى بالإسلام المؤسسي كما أنهم يمزجون خطابهم بمرجعيات دينية و غير دينية.

¹ عمر إبراهيم، تجربة الفضائيات الإسلامية بين الخطاب الإسلامي و وواقع المسلمين ،ورقة مقدمة لندوة تجربة القنوات الإسلامية، لمركز دراسات الإسلام و العالم العصر،السودان،2008
² محمود القارئ ،مرجع سابق

ظاهرة الدعاة الجدد مثلت حسب المهتمين بالموضوع نمطا جديدا من التدين لم يكن معروفا من قبل يتسم بأنه تدين فرداني بعلي من الرفاهية و هو تدين ذو نزعة عصرية تجعله أكثر انفتاحا كما أنه أخلاقي يهدف إلى رفع أخلاقيات الناس¹.

وما يهمنا في الموضوع أن الدعاة الجدد لم يتخذوا من المساجد الوسيط التقليدي لنشر أفكارهم بل كان الوسيط جديدا بدوره وهو الفضائيات . وحسب "حسام تمام" وهو من أكثر منتقدي الظاهرة أن الفضائيات الدينية ونجومها من الدعاة الجدد تؤسس لما يمكن اعتباره علاقة استهلاكية بالدين وفق تسمية الفيلسوف الفرنسي "باتريك ميشيل" وهي علاقة يتعامل فيها المشاهد مع الدين بشكل استهلاكي فيختار منه العرض الديني المناسب له من خلال مقاييسه الخاصة بحيث يختار من الدين المساحة أو الفضاء والحيز المريح وغير الإجباري بعيدا عن أي نظام قيمي يحمل في طياته الإجبار، ووفق هذه العلاقة الاستهلاكية بالدين سيكون للمشاهد إمكانية رفض هذا العرض الديني في حال عدم قبوله ليبحث (لدى داعية آخر في فضائية أخرى) عن عرض ديني أكثر قبولا.

2.5.1. مقترحات بشأن القنوات الإسلامية :

الإعلام الفضائي الإسلامي من شأنه أن يحافظ على الهوية الإسلامية في برامج وأنشطته المختلفة، ولا يتم ذلك إلا بتخطي المشاكل التي يعاني منها و الأخذ في الاعتبار الانتقادات الموجهة له بإخضاعها لمبدأ الجودة الشاملة في العمل الإعلامي و الذي يقوم على تلك الخدمات الإعلامية المقدمة للجمهور المستهدف والنتيجة عن دراسة حاجات الجمهور و توقعاته² ويفترح كثير من المهتمين بهذا الإعلام جملة من الحلول أهمها:

■ العناية بالتخطيط الإعلامي بين الفضائيات الإسلامية، والاهتمام بالخريطة الإعلامية للبرامج، ونشر فكرة التعاون والتكامل بين الفضائيات الإسلامية، بما يقدم البديل الإسلامي الناجح للإعلام السلبي و المنفلة و كذا التعاون في توفير الموارد البشرية المدربة.

¹ حسام تمام، الفضائيات الدينية و الدعاة الجدد، ورقة مقدمة لمركز دراسات لإسلام و العالم العصر، السودان، 2008

² عبد المحسن بدوي، الجودة الشاملة في العمل الإعلامي، ورقة مقدمة لندوة تجربة القنوات الإسلامية، مركز دراسات الإسلام و العالم المعاصر، السودان، 2008

- الشكل الفني¹ حيث يرى بعض المهتمين أن المطلوب من الفضائيات الإسلامية أن تكون نسخة طبق الأصل عن الفضائيات المنوعة من حيث الاستعمال الأمثل لأحدث تقنيات الصورة مع مراعاة الضوابط الدينية بطبيعة الحال
- تضمين البرنامج نشرات أخبار وبرامج سياسية تحليلية تحاول بقدر الإمكان فتح الملفات المغلقة أمام متابعيها لما لهذه البرامج من أهمية بالنسبة للمشاهد . رغم أن العديد من القنوات الدينية التي تبث من مصر تحولت الأمور السياسية بعد الثورات العربية.
- تناول المواضيع والقضايا الحساسة دينيا بروح موضوعية بعيدا عن التشنج والتزمت وأساليب احتكار الحقيقة لئلا تبقى ساحة الخوض في نقاش تلك المواضيع حكرا على الفضائيات ذات الطابع العلماني.
- الاهتمام بالشرائح النوعية؛ كالطفل، والشباب، والمرأة وإعطاء دور مهم للمرأة في إدارة المقابلات وصناعة البرامج الميدانية
- مخاطبة غير المسلمين بمختلف اللغات بأسلوب عقلي وجداني غير مستفز، وإبراز محاسن الإسلام في عقيدته وشريعته وأخلاقه. ففي دراسة حول تطوير الخطاب الديني في القنوات العربية أكد الخبراء و المختصون على أن قضية التواصل الحضاري من أهم القضايا التي يجب التركيز عليها في الخطاب الديني في الفضائيات²
- الحرص على الخروج من دوائر التبعية الحزبية والمذهبية والسياسية، والانتماء إلى الإسلام بمنهجه السالم من لؤنة الشبهات، ونزع الشهوات
- تقويم التجارب الفضائية الإسلامية تقويماً دورياً، بشكلٍ متكامل فنياً وإدارياً؛ لاعتماد لتسديد المسيرة الإعلامية المعاصرة بقياس مدى التأثير الذي تحدثه الفضائية الدينية على الجمهور من خلال إتباع طرق استطلاع الرأي والاستبيانات والتقارير الاستقصائية الخاصة، ذلك إن أهم مؤشرات النجاح بالنسبة للوسيلة الإعلامية يتجلى في مدى القدرة على تشكيل التفكير والسلوك وتغيير مسارات الوعي الجماهيري و المحافظة عليها كما يقول عالم

¹ لطيف القصاب، الفضائيات الدينية والإعلام الناجح، مركز المستقبل للدراسات والبحوث، <http://www.mcsr.net>

تاريخ الزيارة 22 15:05:31 janvier 2013

² صالح عراقي، أساليب تطوير الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية، مجلة الفن الإذاعي، عن اتحاد الإذاعة والتلفزيون بمصر، العدد 2006، 184، ص 146

الاجتماع الألماني "نيكولاس لومان" بأن "نجاح الإعلام قائم أولاً وأخيراً على قدرته على فرض أجندة جديدة المحتوى والأسلوب على المجتمع".

■ إنشاء مجلس علمي شرعي إعلامي، ينظر في قضايا وسائل الإعلام الإسلامي المعاصر؛ لتصدرَ عنه الفتيا الإعلامية، في مثل أحكام المرأة في الإعلام، والتصوير، والموسيقى، والمؤثرات الصوتية، وغيرها من المسائل الإعلامية الفقهية¹

فالتزام الإعلام الإسلامي المرئي بالاقترحات السابقة سيؤدي و إن على المدى البعيد من تطابق الفكرة مع الممارسة أي التطبيق العملي لفلسفته والتي هي في الأساس نابعة من الدين الإسلامي.

¹محمد يسري إبراهيم ، توصيات ومقترحات بشأن القنوات الإسلامية ، نقلا عن كتاب الفضائيات الإسلامية: تحديات وطموحات :
2012 14:33:30 26 www.alukah.net/favicon2.ico

2. تجربة قناة اقرأ الفضائية:

بعد استعراض تجربة القنوات الإسلامية التي تعد الترجمة العملية لفلسفة الإعلام الإسلامي و الدليل الواقعي على مدى تجسيد تلك الفلسفة على الميدان سيتم التطرق إلى نموذج من تلك القنوات متمثلاً في قناة "إقرأ" التي كانت السبّاقة في هذا الميدان و للتعرف أكثر على هذا النموذج سيتم التعريف بالقناة من حيث نشأتها و أهدافها ثم الإشارة إلى برامجها اعتماداً على الشبكة البرمجية 2012/2011 (زمن إجراء الدراسة) وأخيراً تقييم لتجربة القناة .

1.2. تعريف قناة اقرأ:

تعد قناة اقرأ الفضائية أول قناة عربية متخصصة في الإعلام الإسلامي بدأ إرسالها في بداية رجب 1419 هـ الموافق ل 21 أكتوبر 1998 تحت شعار "متعة الإعلام الهادف" ليتم تغييره في ما بعد "قو إيمانك" و تصنف القناة على أنها قناة شاملة فهي تقدم برامج متنوعة تهتم بمختلف نواحي الحياة: دينية، ثقافية، اجتماعية، سياسية، اقتصادية وترفيهية و تتميز تلك البرامج بانضباطها بأداب الإسلام و انسجامها مع تقاليد الأسرة العربية. و القناة تابعة لشبكة راديو و تلفزيون العرب و يقع مقرها في جدة بالمملكة العربية السعودية¹

و كانت "قناة اقرأ" سفير الإسلام الأول في الإعلام المرئي و ظلت لخمس سنوات متتالية ممثلاً حصرياً لرسالة الإسلام في ذلك الفضاء. و بالإضافة إلى ريادتها في العالم العربي فكان لها الريادة في أوروبا و أمريكا و أستراليا فهي تبث برامجها عبر سبعة أقمار تغطي سائر دول العالم هي: عربسات 5C، عربسات 4-Bader، نايل سات 101، آسيا سات 5، هوت بيرد 8، ايكو ستار، ياه لايف سات.

وصول تغطية قناة "اقرأ" باللغة العربية إلى دول العالم كافة، لم يكن الهدف الوحيد للقائمين عليها، حيث تم إنشاء قنوات اقرأ الدولية و الناطقة بلغات العالم الحية، وبدأ بث باكورة هذه القنوات في غرة رمضان 1432 هـ باللغة الإنجليزية في المرحلة الأولى وبعدها وحسب مخططات القناة سيبدأ البث باللغة الفرنسية و الأوردو و الملايو و اللغة الأفريقية و الصينية

¹ هبة شاهين، مرجع سابق، ص253

والروسية خلال فترات متتابة عبر خمسة أقمار تغطي قارات العالم هي: آسيا سات 5، هوت بيرد 8، إنتلسات 10، إنتلسات 9، ياه لايف سات.¹

و تيسر القناة سبل التفاعل مع جمهورها من خلال موقعها الإلكتروني iqraatv@iqraa.com الذي يحتوي على تعريف بالقناة و إنجازاتها منذ إنشائها كما تقدم على هذا الموقع بعض الخدمات منها:

✓ عرض للبرامج التي تبث عبر القناة والإشارة إلى أيام وأوقات بثها وإعطاء فكرة موجزة لحلقة البرامج التي يتم بثها خلال الأسبوع . وكذا تزويد زوار موقعها بأرشيف تلك البرامج

✓ تغطية للنشاطات والملتقيات العلمية الإسلامية وكذا الملتقيات التي ننظمها أو تشارك فيها القناة.

✓ تزود زوار الموقع بأخر المؤلفات الإسلامية .

✓ تقترح على مشاهديها التفاعل مع معدي ومقدمي البرامج التي تبثها بعرض بريدهم الإلكتروني أو حسابهم على الفيس بوك للتفاعل مباشرة معهم وتقديم اقتراحاتهم حول تلك البرامج.

✓ وزيادة في تفاعل القناة مع جمهورها تقترح عليهم التصويت على أفضل البرامج المقدمة و أفضل الشخصيات أو كما جاء في الموقع تقييم النجوم.

2.2. أهداف القناة :

- إشباع حاجات المسلم المعاصر من منظور إعلامي شامل الأهداف في ثوب عصري لتحقيق شعارها الأول: "متعة الإعلام الهادف"
- ترسيخ المنهج الوسطي للإسلام لتعرض عبر مختلف برامجها وسطية الإسلام دون غلو يتناقض مع سماحته أو تفريط في ثوابته وأصوله.
- تقوية مشاعر الانتماء للهوية الحضارية الموحدة للأمة وتحسينها ضد محاولات الاستلاب الفكري.

¹ موقع قناة اقرأ الفضائية <http://iqraa.com> تاريخ الزيارة 2012/11/6 على الساعة 20:30:09

- إظهار الصورة الحقيقية للدين الإسلامي و تنفيذ الاتهامات والشبهات المثارة حوله.
- التعريف بالشعوب العربية والإسلامية وتسليط الضوء على أحوال الجاليات المسلمة في العالم.
- الوصول إلى المسلمين في مختلف أنحاء العالم و المساهمة في علاج مشكلاتهم و حل القضايا التي تواجههم.
- إبراز الجوانب المشرقة للحضارة العربية الإسلامية .
- تقدير مكانة اللغة العربية و نشرها عالميا.¹

3.2. الخريطة البرامجية لقناة إقرأ:

- تجمع خارطة البرامجية للقناة برامج متعددة بتعدد الفئات التي تخاطبها ولأن "قناة إقرأ" من القنوات الإسلامية المتنوعة فبرامجها شاملة و مواضيعها متعددة لكي تستقطب كافة شرائح المجتمع فتجمع بين البرامج الحوارية والمباشرة، المسجلة، برامج مخصصة للحديث و أخرى للقرآن والتفسير و ثالثة بعد المتابعة الفعلية لبرامج القناة و الرجوع إلى موقعها الإلكتروني تم رصد البرامج التالية خلال الدورة البرامجية 2012/2011
- **برامج القرآن الكريم و الحديث الشريف:** لقد كانت هذه النوعية من البرامج حاضرة وبقوة في قناة إقرأ ومنها: برنامج "الإتيان لتلاوة القرآن" الذي يختص في علم التجويد، وتصحيح الأخطاء الخفية يقع بها التالون لكتاب الله، يقدمه الدكتور والمختص في المجال "أيمن رشدي". ومنها أيضا برنامج "رحلة التدبر" يقدمه الداعية الشيخ "خالد الخليوي" الذي يقف عند دقائق في التفسير واستخراج العبر و مقاصد القرآن الكريم
 - من أقدم هذه النوعية من البرامج على القناة هو يختص وهو برنامج تفاعلي حيث يتلقى فيه اتصالات المشاهدين ويستمتع لتلاواتهم على مدى تسعين دقيقة حيث يتعرض لدقائق ومن برامجها أيضا حيث يركز قصار السور مثل: سورة الإخلاص وسورتي الفلق والناس. إضافة إلى برنامج الإعلامي الشاب وائل رفيق، "وحي السماء" وموضوع البرنامج خطاطي المصحف الشريف ويلتقي بأكثر من 62 خطاط عالمي ممن احترفوا كتابة المصحف الشريف ليتحدثوا كمختصين وبشكل توثيقي عن تطور كتابة المصحف الشريف.

¹ هبة شاهين، مرجع سابق، ص 253، ص 254

أما برامج الحديث النبوي :منها برنامج الشيخ "ملا خاطر""من وحي السيرة النبوية" يقوم على إثبات أهمية السنة وأنها جزء من الوحي الإلهي من مواضيع الحلقات: تميز النبي عن سائر الأنبياء، بيان مكانة السنة وتقديم أدلة على أن السنة من الوحي الإلهي من القرآن والسنة، الإعجاز العلمي في السنة ، الحديث الشريف هو أساس كل العلوم، مكانة الحديث، وجوب الإيمان بالنبي صلى الله عليه وسلم ومحبته وتوقيره وتعظيمه.

البرامج الدينية : أما البرامج الدينية منها البرنامج الذي يعنى بالدين الإسلامي وعقيدته من خلال عرض نماذج لأصحاب العقائد الأخرى وهو "مسلم واقتخر" والمميز فيه أن هذا العرض لا يكون عن طرق خطب و حاضرات في المقارنة بين الأديان و لكن من خلال عين الكاميرا حيث يتجول مقدم البرنامج" محمد القايدي "في مناطق مختلفة في قارة آسيا ويقرب من أصحاب أديان تلك المناطق ويقدم صور واقعية لعباداتهم وطقوسهم الدينية .

برامج الفتاوى ويمثلها برنامج واحد "مشكلات من الحياة" للشيخ الدكتور عبد الله المصلح ليقدم لمشاهدي البرنامج إجابات كافية لتساؤلاتهم واستفساراتهم، ويجيب عن المسائل الفقيه والشرعية الأخرى، ويوصى بحلول لمشكلاتهم ومعاناتهم ويقدم نصائح ووصايا لهم، وذلك لما يرده عبر هواتف أو إيميل البرنامج.

- **البرامج الشبابية:** منها برنامج "حاورني" للدكتورة نسبية المطوع فنتواصل فيه مع الشباب والشابات وجها لوجه وتطرح مشكلات وتحاوهم فيها. مواضيع هامة تهم سائر شرائح المجتمع وتحتاج إلى إلقاء الضوء الشرعي والتربوي عليها ويبحثها الحضور بشكل متفاعل مع الدكتورة . إضافة إلى البرنامج ذا الشعبية الكبيرة لدى الشباب المتابع للقنوات الإسلامية "ضع بصمتك" وهو برنامج تفاعلي يشارك في مناقشة محاوره شباب متواجدون في الأستوديو، ويمكن للمتصلين كذلك أن يدلوا بمدخلاتهم، كما يطرح الشيخ "العريفي" مقدم البرنامج مبادرات إيجابية للشباب والفتيات، كما يشجع الشباب في تسجيل إنجازاتهم و إرسالها إلى البرنامج . ومن البرامج الشبابية المثيرة للانتباه برنامج "عمار الأرض" في هذا البرنامج يتناول الداعية" مصطفى حسني" في كل حلقة شخصية من الشخصيات الناجحة والتركيز على الجانب الإيجابي فيها وانطلاقا من تجارب الآخرين يقدم البرنامج مهارات وقيم كثيرة نحتاجها في عمارة الأرض منها: كالثقة بالنفس، القدرة على اتخاذ قرار،

الإيجابية، الطموح، الإصرار والمثابرة، وضوح الهدف، الحكمة في التصرف، القيادة ومهارات التواصل، التعاون وروح الجماعة، المرونة، المبادرة، التفاؤل.

من البرامج التي استهدفت الشباب برنامج "اركب معنا" ففي مطلع العام 2012 م أطلقت قناة "اقرأ" الحملة الإيمانية الشبابية "اركب معنا" بالتعاون مع وزارة الشباب والرياضة في الأردن وهو البلد الذي احتضن المرحلة الأولى من هذه الحملة النهضوية التي تقتبس عنونها في قصة سيدنا نوح عليه السلام شارك في تلك فعاليات تلك الحملة عدد من علماء ودعاة الأمة، الأكثر شعبية وتأثيراً في العالم الإسلامي وكان لهم محاضرات نوعية استهدفت الشباب و سعت إلى التأثير فيهم من خلال توعيتهم بدورهم في التغيير و الإصلاح في مجتمعاتهم

- **خطب ودروس مسجدية:** هي برامج مسجلة لا تكون في الغالب من إنتاج القناة بل تضم اختيارات من القناة تكون في شكل خطب ومحاضرات ذات طابع ديني أقيمت في مساجد ومجامع وفعاليات شعبية وندوات فكرية لشيوخ ودعاة معروفين ومن بينها برنامج "روائع القرني" الذي يضم دروس وخطب الشيخ "عائض القرني" إضافة إلى برنامج "كرسي العلماء" ويضم أبرز المحاضرات التي يلقيها كبار العلماء والدعاة في المساجد والمنتديات والمؤتمرات الإسلامية وتحدث عن مختلف القضايا التي تتعلق بالمسلمين و كل ما له صلة بالدين الإسلامي .

- **البرامج الأسرية** ومن أبرزها برنامج الأسرة السعيدة يقدمه المستشار الأسري " جاسم المطوع" انطلاقاً من مجال تخصصه يتعرض مقدم البرنامج مع ضيوفه المتخصصين في كثير من الحلقات لآفات ومشاكل تهدد المجتمع، وممارسات خاطئة وعادات بالية بحاجة إلى البحث عن مخرج ووسائل علاج ناجعة و يقدم الأسس الكفيلة لبناء أسرة سوية تتجنب كل ما يمكن أن يهدد استقرارها.

- **برامج المتصلة بالتاريخ والتراث الإسلامي:** ومنها برنامج "حجازيات" يتعرض إلى التاريخ الاجتماعي للمدينة النبوية فيسلط الضوء على الموروث الثقافي والشعبي لهذه المدينة المباركة . و يستضيف البرنامج نخبة من المختصين والأعيان ووجهاء المدينة المنورة .

- البرامج الحوارية والفكرية: مثل برنامج " البيئة " برنامج "فكري يطرح الإشكاليات والقضايا والملفات الشرعية التي تهم المجتمعات الإسلامية في صورة حوارية مع نخبة من العلماء والمفكرين في جميع الميادين. يقدمه على المباشر الدكتور عبد الله "هضبان الحارثي" في مدة تسعين دقيقة.
- البرامج الإخبارية: يعد البرنامج المسجل "من أرض السعودية " البرنامج الإخباري الوحيد في شبكة البرامجية للقناة يقدم محطات إخبارية ويرصد أبرز المهرجانات والمناسبات و التغطيات والاحتفالات والأحداث والفعاليات الثقافية والإسلامية والعلمية والرياضية في المملكة العربية السعودية، في نصف ساعة .
- البرامج الاقتصادية ويتمثل في برنامج واحد وهو برنامج " السوق " حيث تبث القناة جزء الثالث منه وهو لمالها " صالح كامل" الذي يناقش بعض قضايا الشباب و المجتمع وفي هذا الجزء يجتمع ببعض الشباب ويناقش قضاياهم.
- برامج الصحة و التداوي :من بينها برنامج الشفاء في الميزان الذي يستند إلى مجموعة من الآيات القرآنية المحكمة والأحاديث النبوية الشريفة و معد البرنامج" الدكتور جميل" طبيب وعالم في تفاعلات الأدوية واستخلاصها من الأعشاب .
- برامج السيرة تم إحصاء ثلاث برامج مخصصة للسيرة النبوية وهي: برنامج المدائح النبوية و يأتي ضمن البرنامج العالمي للتعريف بنبي الرحمة صلى الله عليه وسلم وهو برنامج تبنته رابطة العالم الإسلامي ويأتي في سياق الرد الإيجابي على كل إساءة لشخصية الرسول عليه يقدمه الإمام والخطيب "الشيخ صالح المغامسي" ومنها برنامج "ليلة في بيت النبي" يقدمه الشيخ المحبوب لدى الكثيرين "محمود المصري" يعرض فيه نماذج كثيرة من سيرة الرسول عليه السلام فيبرز كيف كانت أخلاقه وعباداته ومعاملاته مع الآخرين . و فكرة هذا البرنامج تشبه برنامج " يا جمال النبي " للداعية"فيصل الكاف" حيث يشير إلى جانب مهم وهو تعامل النبي مع الأطفال والنساء والخدم وسائر المخلوقات .
- البرامج المخصصة للجالية الإسلامية: و اللافت للانتباه أن القناة خصصت بعض البرامج لدعاة شباب و لكنهم هذه المرة غير عرب ومنها: برنامج "I Think, There fore Islam" الذي يقدمه الداعية البريطاني الشاب Farouk Mcdermott حيث يقدم كل حلقة

موضوعاً جدلياً وأحياناً يكون سبباً في مهاجمة للإسلام ومن مواضيع الحلقات: المرأة في الغرب، الآخرة، الزواج، القمار، الإعلام، الأزياء، أفعال المسلمين، العلم والمعرفة، العدل، مفهوم الوطنية في الإسلام، تعدد الزوجات، زواج النبي، وجود... كما يقدم الداعية يوسف شامبرز وجامشيد جافيد برنامج " دور المساجد في الغرب " والذي يركز على رسالة مساجد الجاليات الإسلامية في الغرب لإحياء الإشعاع الحضاري لبيوت الله . ومنها برنامج "الإسلام هو" (Islam Is....) "يقدمه إسماعيل بولوك البريطاني الأصل الذي يحاول أن يعرف بالإسلام

ومن برامج الجالية الإسلامية برنامج "فقه المغتربين" للدكتورة "عبلة الكحلوي" و الذي يبحث يسلط الضوء على أحكام الفقه الإسلامي الوسطي وحلوله للمشكلات التي تعترض المسلمين المغتربين خارج الأوطان.

4.2. تقييم تجربة قناة اقرأ:

بعد التطرق لبرامج قناة اقرأ خلال 2012/2011 اتضح أن القناة كانت إلى حد ما استطاعت أن تكون شاملة في برامجها ، لكن رغم تلك الشمولية فقد همشت بعض شرائح المجتمع كالأهتمام بالطفل وحتى ظهور المرأة كان ظهور محتشماً لا يلبي كل احتياجات هذه الفئة،بينما النقص كان واضحاً في الأعمال الدرامية ما عدا المسلسل التاريخي "صلاح الدين الأيوبي"

ورغم هذه النقائص فقد كانت قناة "اقرأ" من أكثر القنوات الإسلامية جماهيرية حيث تصدرت قائمة الفضائيات الدينية الأكثر مشاهدة خلال شهر رمضان الماضي¹، فحسب دراسة متخصصة أجرتها شركة أبسوس العالمية المتخصصة في دراسات التسويق الإعلامي، فيما احتلت المرتبة الـ (16) عربياً. شملت الدراسة (45) فضائية عربية متنوعة، بعضها متخصص في الأخبار وبرامج الأطفال والبرامج الرياضية والأغاني والمسلسلات والأفلام العربية والأجنبية بالإضافة إلى فضائيات متخصصة بالبرامج الدينية والقرآن الكريم، إلى جانب الفضائيات الوثائقية فأكدت نتائج

¹اقرأ" الأولى دينياًوالـ16 عربياً في قائمة الفضائيات الأكثر مشاهدة <http://www.al-wefaq.org/favicon.ico>

الدراسة أن قناة "اقرأ" تخطت فضائيات دينية كثيرة مثل قنوات: المجد للقرآن الكريم، وقناة البداية، وقناة الرسالة وقناة مكة وغيرها من القنوات المختلفة. وأظهرت الدراسة أيضاً أن القناة استطاعت وعلى الرغم من المنافسة الكبيرة أن تتقدم على قنوات أخرى ترفيهية تحظى بنسبة مشاهدة مرتفعة للغاية مثل قناة "إم بي سي أكشن" التي تبث مسلسلات وأفلاماً أجنبية مترجمة إلى العربية ضمن باقة قنوات مجموعة "إم بي سي". فقد وجدت قناة اقرأ مكانة لها بين هذا الكم الهائل من الفضائيات العربية و الأجنبية وخاصة في شهر رمضان حيث أن هذه القنوات تجند كل الإمكانيات و أضخم الميزانيات لكسب نسب مشاهدة أكبر في شهر رمضان .

و حسب دراسة لعيساني¹ فان قناة "اقرأ" كانت في المرتبة الأولى من حيث نسب المشاهدة، فقد أجاب لصالحها (137) مبحوثاً من أفراد العينة يمثلون نسبة (23.78 %)، وجاءت في المرتبة الثانية قناة "المجد" العامة بإجابة (86) مبحوثاً يمثلون نسبة (14.93 %) من أفراد العينة الـ (175)، ثم قناة "الرسالة" بإجابة (80) و في السياق ذاته أكدت دراسة سلطان بلغيث (2008)² أن قناة اقرأ في المرتبة من بين القنوات التي تحرص عينة الدراسة (وهي من الشباب الجامعي) على مشاهدتها باستمرار . و النتائج المذكورة أعلاه توضح أن قناة اقرأ ونتيجة لأصالة تجربتها استطاعت أن تكون نموذج يقدم الإعلام الإسلامي بشكل مؤثر ليجد هذا الأخير مكاناً له في ظل الزخم الذي عرفه الفضاء العربي.

¹ رحيمة عيساني: "اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية ودورها في توعيته ضد التطرف والتعصب، دراسة ميدانية"، ضمن أعمال المؤتمر الدولي "الإرهاب بين -تطرف الفكر، وفكر التطرف"، الذي انعقد بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، 2010

² انظر الفصل الأول الدراسات السابقة

بعد التعرف على أهم ملامح الإعلام الفضائي العربي يمكن القول أن دخول المنطقة العربية عالم السموات المفتوحة ورغم ما رافقه من ظروف و آراء متناقضة فتح آفاقا جديدة أمام شعوب المنطقة في مجالات تعليمية،تنقيفية،اقتصادية و حتى سياسية ولكنه في المقابل أثر و بشكل سلبي على حياة تلك الشعوب أفرادا و جماعات

ظاهرة الإعلان الديني التي سبق الإشارة إليها وتجربة القنوات الإسلامية التي أخذت حيزا هاما من الدراسة والدراسات الأكاديمية المختلفة التي اعتمدت عليها الباحثة في الإشارة إلى الآثار المختلفة للقنوات الفضائية كلها تؤكد فكرة مهمة يمكن الخروج بها من هذه الدراسة و هي: أن الفضائيات العربية لعبت دورا مزدوجا و متناقضا في حياة الفرد والمجتمع لا سيما فئة الشباب ،فهي و إن نمطت حياته وفق النموذج الغربي و الأمريكي وروجت لسلوكياته وقيمه فهي في المقابل كانت أبرز الفاعلين من حيث مساهمتها في التعريف بعناصر هويته و الترويج للقيم المقبولة اجتماعيا و دينيا وعليه فوسائل الإعلام العربية(على رأسها الفضائيات) بمختلف أنماطها و منطلقات عملها قادرة على تمكين الشباب من الثقافة الواسعة وتربيته على المشاركة في الشأن العام و تزويده بالقيم السمحاء مثلما هي قادرة على أن توفر له الترفيه الجاد و التنقيف الدائم بما يساعده على بناء شخصية متوازنة . غير أن ذلك مشروط بمدى توفر الإرادة الصادقة لبناء شخصية شبابية متأصلة في جنورها منفتحة على عالمها ومحيطها.¹

¹ محمد بوطالب، الشباب العربي و الإعلام البديل، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، تونس

الفصل السادس:

الإجراءات المنهجية

و نتائج الدراسة

أولاً: الإجراءات المنهجية:

بعد استكمال الشق النظري من الدراسة و الذي تضمن خمسة فصول شملت متغيرات الدراسة الأساسية وهي الشباب من خلال التطرق لماهية المصطلح و تبيان أهم القضايا التي تشغل هذه الفئة ثم التطرق للمتغير الثاني وهو الإعلام الإسلامي المرئي بتبيان مفهومه و الإشارة إلى أهم المواضيع ذات الصلة بهذا النوع من الممارسة الإعلامية و من ثم الإشارة إلى الإعلام الفضائي عامة و تجربة القنوات الفضائية الإسلامية خاصة . فيأتي الفصل السادس لاستكمال الدراسة في شقها الميداني و الذي يسعى للإجابة على تساؤلات الدراسة و عرض و تفسير النتائج المتحصل عليها ثم مناقشة تلك النتائج

قامت الباحثة بجملة من الإجراءات المنهجية أثناء القيام بالدراسة الميدانية قصد جمع البيانات الخام التي تستند عليها في التحليل ، انطلاقاً من تساؤلات الدراسة ثم تحديد مجالات الدراسة و من ثم مجتمع البحث و عينته ليسهل على الباحثة بعد ذلك اختيار المنهج العلمي المناسب وكذا أداة البحث التي تنسجم و أهداف الدراسة من جهة و خصائص العينة المختارة من جهة أخرى و بعد جمع البيانات الأولية تم اعتماد برنامج " spss " في المعالجة الإحصائية.

1. تساؤلات الدراسة : انطلاقاً من عنوان الدراسة " اتجاهات الشباب نحو الإعلام الإسلامي

المرئي " تم تحديد التساؤل الرئيس للدراسة كالتالي :

ما هي اتجاهات الشباب نحو الإعلام الإسلامي المرئي ؟

وانبثقت عنه التساؤلات فرعية :

ما مدى مساهمة الإعلام الإسلامي المرئي في ربط الشباب بانتمائه العربي و الإسلامي؟

ما مدى مساهمة الإعلام الإسلامي في مناقشة قضايا الشباب ؟

ما مدى تأثير الإعلام الإسلامي المرئي في سلوكيات الشباب؟

2. مجالات الدراسة: انطلقت الدراسة من مجالات ثلاث :مكانيًا، بشريًا و زمنيًا

1.2.المجال المكاني: تمثل في جامعة حمد خيضر بسكرة .

تقع جامعة محمد خيضر على بعد حوالي 02 كلم عن وسط مدينة بسكرة على الطريق المؤدي إلى مدينة سيدي عقبة. أنشأت جامعة محمد خيضر بالمعاهد الوطنية الآتية: معهد الري (المرسوم رقم: 84-254 المؤرخ في: 18-08-1984). معهد الهندسة المعمارية (المرسوم التنفيذي رقم: 84-253 المؤرخ في: 05-08-1984). معهد الكهرباء التقنية في عام 1986 (المرسوم التنفيذي رقم: 86-169 المؤرخ في: 18-08-1986). تحولت هذه المعاهد إلى مركز جامعي بمقتضى المرسوم رقم: 92-295 المؤرخ في: 07-1992-07.

و بصدر المرسوم رقم: 98-219 المؤرخ في: 07-07-1998 تحول المركز الجامعي إلى جامعة تضم ثلاث كليات و سبعة أقسام. كما تم إضافة كلية رابعة بعد ذلك. بمقتضى المرسوم رقم: 90/09 المؤرخ في: 17-02-2009، أصبحت الجامعة مشكلة من ست (06) كليات و واحد وثلاثين (31) قسما تضم مختلف الميادين و التخصصات

- كلية العلوم و التكنولوجيا عدد الأقسام : 09 أقسام. عدد الطلبة: 3288 طالبا.
- كلية العلوم الدقيقة و علوم الطبيعة و الحياة: عدد الأقسام : 07 أقسام. عدد الطلبة: 5282 طالبا
- كلية الآداب و اللغات عدد الأقسام : 04 أقسام. عدد الطلبة: 6736 طالبا.
- كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية عدد الأقسام : 06 أقسام. عدد الطلبة: 4123 طالبا.
- كلية الحقوق و العلوم السياسية عدد الأقسام: 02 أقسام. عدد الطلبة: 4169 طالبا.
- كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير عدد الأقسام : 03 أقسام عدد الطلبة: 3465 طالبا¹

2.2 المجال الزمني : أما الفترة الزمنية لإنجاز الدراسة في شقها الميداني فكانت خلال السنة الجامعية 2012/2011 ومرت الباحثة أثناء هذه الفترة بالخطوات التالية:

¹ الموقع الإلكتروني لجامعة محمد خيضر بسكرة 18 décembre 2012 09:02:48/www.univ-biskra.dz

✓ ضبط مشكلة الدراسة بصورة نهائية و تحديد الخطوط العريضة للدراسة الميدانية بعد اختيار قناة إقرأ كنموذج للإعلام الاسلامي المرئي وكذا اختيار الفئة المستهدفة بالدراسة متمثلة في الشباب الجامعي وعلى هذا الأساس تركز البحث في الفترة الممتدة من شهر جانفي إلى نهاية شهر مارس 2012 في الاطلاع على الدراسات العلمية التي تعنى بقضايا و انشغالات الشباب لتكون سندا علميا للباحثة في اختيار أكثر القضايا التي تهم فئة الشباب عامة و الجامعي خاصة لاستعمالها كمحاور للاستمارة.

✓ انطلاقا من الدراسات السابقة تم تحديد القضايا التي ستكون محاور الاستبيان والذي صمم في شكل مقياس ليكرت للاتجاهات وفي الفترة مابين شهر أفريل حتى شهر ماي 2012 تم تحكيم الاستبيان من طرف بعض الأساتذة من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية كما تم الاتصال بأستاذ من جامعة باتنة .

✓ بعد تحكيم الاستبيان وإضافة التعديلات المقترحة من طرف الأساتذة المحكمين تم تطبيقه على عينة من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة وكان ذلك من نهاية شهر ماي إلى شهر جوان 2012.

✓ بعد استرجاع الاستمارات التي وزعت على الطلبة تم الشروع في تفرغ البيانات أليا باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) واعتمادا على ذات البرنامج تم استخراج التكرارات، النسب المئوية والمتوسطات الحسابية لعبارات المقياس و استغرقت عملية التفرغ شهر جوان كاملا.

✓ بعد تفرغ البيانات كان الانتقال إلى تحليلها و تفسيرها للإجابة على التساؤلات المطروحة ومناقشة النتائج المتوصل إليها

3.2. المجال البشري للدراسة: و المقصود بالمجال البشري هو مجتمع البحث فهو " يضم جميع المفردات التي لها صفة أو صفات مشتركة و هذه المفردات هي التي سيتم دراستها و جمع البيانات و المعطيات لها " ¹ و بالنسبة لهذه الدراسة فإن مجتمع البحث تمثل في طلبة جامعة محمد خيضر من متبوعي القنوات الفضائية ذات التوجه الإسلامي عامة و قناة إقرأ على وجه الخصوص.

¹ دلال القاضي، محمود البياتي، منهجية و أساليب البحث العلمي و تحليل البيانات، ط1، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2008، ص148

3. عينة الدراسة :

بعد تحديد مجالات الدراسة يتوجب على الباحث اختيار العينة التي سيستقي منها تلك البيانات ولتعذر دراسة المجتمع بكل مفرداته فعليه أن يحدد نوع العينة وطريقة سحبها لتكون ممثلة للمجتمع الأصلي وهذا ما يعرف بالمعاينة.

بالنسبة لعينة هذه الدراسة فكانت طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة من متبعي قناة إقرأ و لانعدام إطار عام لمجتمع البحث تم اعتماد عينة كرة الثلج لجمع مفردات العينة "واشتقت تسميتها من تشبيهها بكرة الثلج المتدرجة فهي تبدأ صغيرة ثم تلبث أن تكبر كلما ازدادت تدرجا ... و يتم تطبيقها على شكل مراحل في المرحلة الأولى تجمع المعلومات من محوئين قلبي العدد لهم علاقة بموضوع البحث و يتم استعمالهم من طرف الباحث كأداء أو مخبرين ليسألهم عن أشخاص لهم علاقة بذات الموضوع"¹ وبهذه الطريقة تتكون عينة كرة الثلج فكل محووث يكون نقطة وصل لمحووث آخر

ولجمع مفردات العينة اتصلت الباحثة ببعض الطلبة الذين يتابعون برامج قناة إقرأ وتزويدهم ببعض الاستثمارات ليوزعوها بدورهم على زملائهم من متبعي ذات القناة واعتماد هذه الطريقة في التوزيع لم يكن كافيا فقد تم الاتصال بالمنظمات الطلابية في جامعة محمد خيضر على اعتبار أن هذه المنظمات تتميز بعلاقتها المباشرة في التعامل مع الطلبة كما أن المنتميين لها و حتى قياديينها هم أساسا من طلبة جامعة محمد خيضر . ولكن لم يتعاون مع الباحثة سوى مسؤول شعبة الاتحاد الطلابي الحر والذي اتصل بزملائه في المنظمة وكذا زملائه في الدراسة وزودهم بالاستثمارات المتبقية ليوزعوها بدورهم على الطلبة المتبعين لبرامج قناة إقرأ

وقد تم توزيع 200 استثمارة و استرجاع 104 استثمارات ليتم استبعاد 4 استثمارات لا تتوافق وشروط العينة المطلوبة كون ثلاثة منهم غير جامعيين أما الاستثمارة الرابعة فكانت لطالب لا ينتسب لجامعة محمد خيضر وعليه كان إجمالي مفردات العينة 100 مفردة

¹ على غربي، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، دط، الفائز للطباعة والنشر و التوزيع، منشورات مخبر علم اجتماع جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2009، ص 138

4. منهج الدراسة:

المنهج هو تلك الخطوات الفكرية التي يسلكها الباحث لحل مشكلة معينة أو أنه " عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة والهادفة للكشف عن حقيقة تشكل هذه الظاهرة أو تلك"¹ ولأن موضوع الدراسة حول اتجاهات الشباب و التي تهدف معرفة آراء الشباب الجامعي ممثلين في طلبة جامعة محمد خيضر وتحليل اتجاهاتهم إزاء الإعلام الإسلامي المرئي تم اختيار المنهج الوصفي لأنه " يقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات ،من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى و المضمون والوصول إلى نتائج و تعميمات تساهم في فهم الواقع و تطويره."²

5. أداة البحث : بعد أن يحدد الباحث مجالات الدراسة ومنهجها و كيفية اختيار العينة تأتي

خطوة محورية في سير الدراسة وهي اختيار أداة جمع البيانات و المعطيات التي سيستند عليها في التحليل و يمكن أن يختار الباحث أكثر من أداة وقد يكتفي بأداة واحدة وذلك راجع لطبيعة البحث والأهداف المسطرة له والمنهج المتبع و العينة المختارة فكلها عوامل مؤثرة في اختيار الأداة الأنسب لجمع البيانات و بما أن موضوع الدراسة " اتجاهات الشباب نحو رسالة الإعلام الإسلامي المرئي " فقد كان الاستبيان هو الأداة المعتمدة لجمع البيانات .
ويعد الاستبيان من أهم أدوات البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية و خاصة في البحوث الوصفية فهو " يشير إلى الوسيلة التي تستخدم للحصول على أجوبة لأسئلة محددة سلفا حسب توقعات الباحث للموضوع صاغها في استفسارات وتكون في شكل استمارة تعرض على عينة من المبحوثين ويتم الإجابة عليها كتابة إذ لا يتطلب الأمر شرحا أو تفسيراً من طرف الباحث."³

1.5. تصميم الاستبيان: لأن الدراسة تهدف بالأساس إلى قياس اتجاهات الشباب الجامعي

نحو رسالة الإعلام الإسلامي المرئي و مدى تناولها للقضايا التي تشغل اهتمامهم و تؤثر في حياتهم في فقد سبق تصميم الاستبيان بحث مكتبي تركز حول الاطلاع على الدراسات ذات

¹ عبيدات محمد ، منهجية البحث العلمي القواعد المراحل والتطبيقات ، د ط ، دار وائل للنشر ، الأردن ، 1999،ص35
² عليان مصطفى و غنيم عثمان ، مناهج وأساليب البحث العلمي، ط1، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2000،ص42
³ مروان عبد المجيد ، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسو الوراق، الأردن، 2000،ص188

الصلة بموضوع الدراسة وتحديدًا تلك الدراسات التي تناولت قضايا و مشكلات الشباب، كذلك الدراسات التي اهتمت بالشباب و علاقته بوسائل الإعلام خاصة القنوات الفضائية ومنها (عزت حجازي، الشباب العربي و مشكلاته)، (التقرير السنوي لجامعة الدول العربية حول قضايا الشباب 2005) ، (دراسة السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على قيم وسلوكيات الشباب 2006)، (مشكلات الشباب الجزائري، يوسف عنصر، 2010)، (دراسة على أحمد الطراح، المشكلات الشخصية والمجتمعية للشباب الجامعي الكويتي، 2003) (دراسة هالة العدي، الفضائيات العربية ومشاكل الشباب)

وبناء على ما سبق تم اختيار مجموعة من القضايا وهي: تعزيز الإنتماء العربي و الإسلامي للشباب من خلال التركيز على عناصر الانتماء التالية: (اللغة العربية، الدين الإسلامي، السيرة النبوية والتاريخ العربي والإسلامي)، القضايا الاجتماعية للشباب وتم اختيار القضايا التالية: (التعليم، البطالة، الزواج، الحوار و حرية التعبير) و في الأخير سلوكيات و قيم الشاب

وعليه ستكون القضايا السابقة موضوع مقياس الاتجاهات الذي كان على طريقة التقديرات التجميعية لليكرت ذي ثلاث نقاط وبوضع بدائل الإجابة التالية: موافق، محايد، معارض. و قد اختارت الباحثة مستويات الإجابة الثلاثية لتكون البدائل: أوافق، محايد، أعارض وكانت الأوزان النسبية لتلك البدائل كالتالي :

جدول رقم -2- يوضح الأوزان النسبية للبدائل

البدائل	الأوزان النسبية في العبارات الإيجابية	الأوزان النسبية في العبارات السلبية
موافق	3	1
محايد	2	2
معارض	1	3

ففي حالة اختيار المبحوث "موافق" فذلك يعني الموافقة التامة على محتوى العبارة أما اختيار "محايد" فيدل أن المبحوث ليس لديه رأي واضح اتجاه العبارة بينما اختيار "معارض" فيعني المعارضة التامة للعبارة هذا في حالة العبارات الإيجابية أما العبارات السلبية فالعكس تماما إذا تم اختيار "موافق" فيدل على أن المبحوث يحمل رأي سلبي أما اختيار "معارض" فالمبحوث يحمل رأي إيجابي بينما الاختيار "محايد" فله نفس الوزن سواء العبارة سلبية أو إيجابية.

ولتحديد الاتجاه الإيجابي أو السلبي للمبحوث تم حساب المدى الكلي للاستجابة : 3 - 1 = 0.66

و عليه فكل مبحوث تحصل على درجة ما بين : 2.32 - 2.98 كان اتجاهه ايجابي

1 - 1.66 كان اتجاهه سلبي ، 1.66 - 2.32 كان اتجاهه محايد .

2.5. محتوى الاستبيان : تضمن ثلاث أقسام : القسم الأول تعلق بالبيانات الشخصية السن الجنس السنة الجامعية و الكلية

القسم الثاني فتضمن عادات وأسباب المشاهدة : سنوات مشاهدة "قناة إقرأ " ، أيام المشاهدة، ساعات المشاهدة وأخيرا أسباب مشاهدة قناة إقرأ الفضائية

القسم الثالث شمل محاور الاستبيان

3.5. محاور الاستبيان: تضمن المقياس 48 عبارة منها 7 عبارات سلبية وهي (10)، (11)، (17) ، (23)، (41)، (43)، (41).وزعت على ثلاث محاور و هي :

- المحور الأول: يتضمن العبارات التي تقيس اتجاهات الشباب نحو دور الإعلام الإسلامي في تنمية الانتماء لدى أفراد العينة وتضمن 14 عبارة حول عناصر الانتماء وهي كالتالي: اللغة العربية (10)، (7) ، (4) ، الدين الإسلامي (العبادات، القرآن الكريم، العقيدة) اشتمل على العبارات التالية: (35) ، (38) ، (40) ، (44) ، السيرة النبوية : (26)، (29)، (32) ، التاريخ والتراث العربي والإسلامي: (13) ، (16) ، (19) ، (23) ،

- المحور الثاني تضمن العبارات المتعلقة بقضايا الشباب واشتمل على 17 عبارة موزعة كالتالي : التعليم : (24)،(25)،(27)،(30)،(33)، البطالة : (2)،(5)،(8)،(11) الزواج : (14)،(17)،(20)،(21)، الحوار و حرية التعبير: (36)،(27)،(43)،(41) المحور الثالث: تضمن العبارات المتعلقة بسلوكيات الشباب واشتمل على: السلوكات و القيم المتعلقة بالذات: (3)،(6)،(46)،(47)، السلوكات و القيم المتعلقة بالآخرين:(18)،(22)،(31)،(37)،(48)، السلوكات والقيم الدينية: (9)،(12)،(28)

4.5 صدق أداة البحث:

إن أهم ما يؤخذ في الاعتبار هو صدق الاختبار و الذي يتصل بالسؤال التالي: ماذا يقيس الاختبار. وإن لم تكن لدينا إجابة لهذا السؤال فإن أي اختبار سيكون عديم الفائدة وهناك عدة طرق لحساب الصدق في مجال قياس الاتجاهات ومنها:
وقد تم اعتماد صدق المحكمين إذ وزع الاستبيان على خمسة أساتذة من التخصصات التالية: علم النفس، الإعلام و الاتصال و علم الاجتماع وقد تم تعديل الاستبيان حسب الاقتراحات المقدمة من طرف الأساتذة المحكمين بحذف بعض العبارات المكررة و المركبة ليصبح مجمع عبارات الاستبيان 48 عبارة بعد أن كانت 60 عبارة قبل التحكيم.

5.5. ثبات الأداة:

يتناول الثبات مدى تطابق درجات أفراد مجموعة معينة على اختبار معين في كل مرة يعاد اختبارهم في نفس الموضوع ،فهو يشير إلى الاستقرار في درجات الفرد الواحد على نفس الاختبار¹. وهناك عدة تقنيات لتقرير درجة الثبات :

- إعادة الاختبار : حيث يعاد تطبيق نفس الاختبار على نفس المجموعة من المبحوثين بعد مدة زمنية معينة و بعد ذلك يقوم الباحث بحساب معامل الارتباط بين الدرجات التي عليها من التطبيق الأول و الثاني لنفس الاختبار فإذا كانت استجابات كل فرد من المجموعة متطابقة في كلا الاختبارين فإنه يحصل على معامل ثبات مساويا للواحد .(يستحيل ذلك نتيجة عامل النسيان)

¹ فيصل عباس، الاختبارات النفسية تقنياتها و إجراءاتها، دط، دار الفكر العربي ، بيروت،1996،ص 24

- الشكليات المتكافئين : تعتمد هذه التقنية على صياغة صورتين لنفس الاختبار بحيث تتشكل كل صورة منفصلة لوحدها ،فكل صورة تختلف من حيث الشكل في فقراتها بينما تتوازي معه من حيث السمة التي تقيسها و عدد الفقرات وسهولة وصعوبة العبارات وبعد الانتهاء من صياغة كليهما يوزع كلا الاستبيانين على نفس المجموعة في فترتين زمنيتين ثم يقارن بين نتائج بحساب معامل الارتباط بين الدرجات.

- التجزئة النصفية: في هذه التقنية يطبق مقياس واحد على نفس الأفراد وذلك بعد تقسيم أسئلة المقياس إلى نصفين جزء يحتوي على الأسئلة ذات الأرقام الزوجية و الجزء الثاني يحتوي على الأسئلة ذات الأرقام الفردية ثم حساب معامل الارتباط لكلا الجزئين .

ونظرا لتعذر الاتصال بالمبحوثين و توزيع مقياس الاتجاهات على مرحلتين فقد اختارت الباحثة تقنية التجزئة النصفية بتقسيم أسئلة الاستبيان إلى قسمين متساويين من حيث عدد الأسئلة ليشمل القسم الأول الأعداد الفردية أما الثاني تضمن الأسئلة التي تحمل الأرقام الزوجية .و اعتمادا على برنامج (spss) تم استخراج معامل ثبات الأداة باستخدام معادلة ألفا كرونباخ وكانت النتيجة 0.85 ما يبين أن المقياس يتمتع بدرجة ملائمة لأغراض البحث العلمي وهي 85%

ثانيا: عرض و تفسير و مناقشة نتائج الدراسة:

بعد القيام بالإجراءات المنهجية السابقة و الحصول على بيانات الدراسة و معالجتها إحصائيا باستخدام برنامج « spss » سيتم عرض النتائج المحصل في جداول و رسومات بيانية ثم التعليق عليها و تحليلها للإجابة على تساؤلات الدراسة .

1. خصائص عينة الدراسة:

1.1 توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

شكل رقم 1 يمثل توزيع العينة حسب الجنس



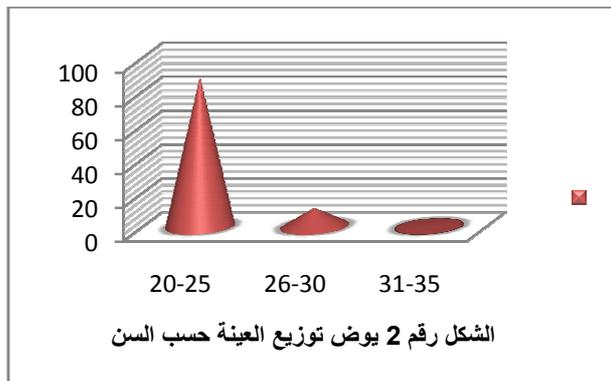
جدول رقم 3 يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	47	47
إناث	53	53
المجموع	100	100

حسب الجدول رقم 3 وكذا الرسم البياني المرفق يتضح أن عدد الإناث يتفوق على عدد الذكور وإن كانت النسب ليست متباعدة بشكل كبير فكان نصيب الإناث من العينة ما يقارب 53% أما الذكور فتواجدهم كان ب 47% ولعدم توفر إطار عام لمجتمع البحث على اعتبار أن عينة البحث هي عينة غير احتمالية. فهذه النتيجة لا يمكن تفسيرها بكثرة متابعة برامج " قناة إقرأ" من طرف الإناث مقارنة بالذكور وإنما قد يعزى إلى التفوق العددي للإناث في الجامعة بصفة عامة سواءا كن من المهتمات بالإعلام الإسلامي أو العكس.

2.1. توزيع أفراد العينة حسب السن :

جدول رقم - 4- يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن:

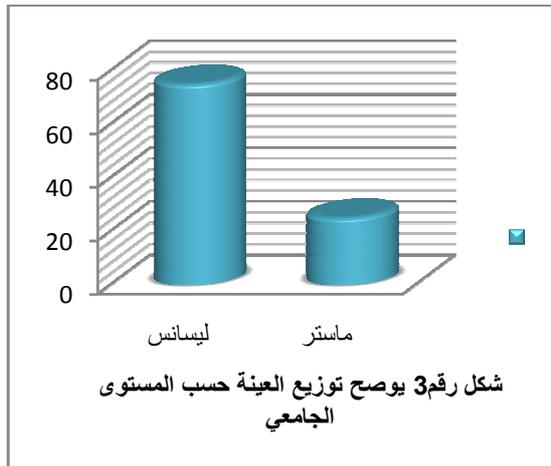


السن	التكرار	النسبة المئوية
25-20	88	88
30-26	11	11
35-31	1	1
المجموع	100	100

بملاحظة الشكل رقم 2 وكذا الجدول رقم 4 يتبين أن سن أغلبية مفردات العينة متمركز في الفئة العمرية 20-25 بنسبة 88% بينما 11% المتبقية فكانت في الفئة العمرية 26-30 أم الفئة العمرية 31-36 فكانت بوجود مبحوث واحد فقط هذه النتيجة جد منطقية فمعظم الشباب يلتحقون بالجامعة من سن الثامنة عشرة فما فوق و إذا كانت مدة الدراسة في الجامعة 4 سنوات وفي بعض التخصصات 5 سنوات فان سن الطلبة عند تخرجهم يكون في العشرينيات هذا مع وجود بعض الاستثناءات التي تعود إلى تأخر الالتحاق بالجامعة أو إعادة السنة و ربما إكمال الدراسة في ما بعد التدرج وهذا ما يوضحه الجدول التالي.

3.1. توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي

جدول رقم - 5- يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي:

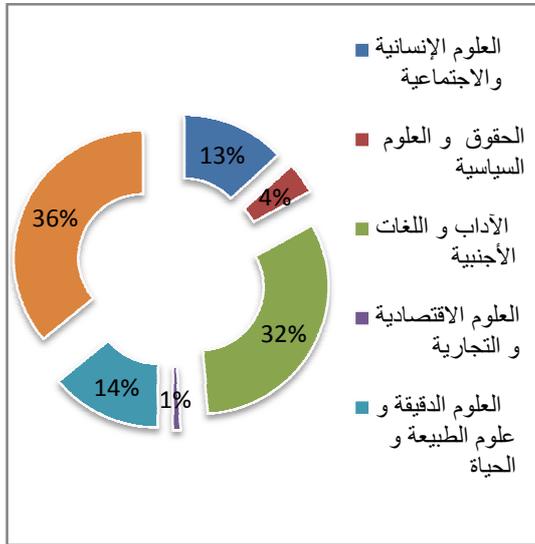


المستوى الجامعي	التكرار	النسبة المئوية
ليسانس	75	75
ماستر	25	25
المجموع	100	100

حسب الجدول أعلاه إن أغلبية المبحوثين يدرسون في مرحلة التدرج بنسبة 73% أما طلبة ما بعد التدرج فلا يمثلون سوى 27%

4.1. توزيع أفراد العينة حسب الكلية

جدول - 6 - يوضح توزيع أفراد العينة حسب الكلية: شكل رقم 4- يوضح توزيع أفراد العينة حسب الكلية



الكلية	التكرار	النسبة المئوية
العلوم الإنسانية والاجتماعية	13	13
الحقوق و العلوم السياسية	4	4
الأدب و اللغات الأجنبية	32	32
العلوم الاقتصادية و التجارية	1	1
العلوم الدقيقة و علوم الطبيعة و الحياة	14	14
العلوم و التكنولوجيا	36	36
المجموع	100	100

يوضح الجدول أعلاه وكذا الشكل المرفق أن

أفراد العينة موزعين على كافة الكليات بجامعة محمد خيضر وإن كان التمثيل متباين فكانت أعلى نسبة من كلية العلوم و التكنولوجيا بنسبة 36% لتقابلها أقل نسبة من العلوم الاقتصادية بوجود مفردة واحدة أما و في الترتيب الثاني كلية الآداب و اللغات الأجنبية فكانت ممثلة ب 32 مفردة وتعقبها في الترتيب كلية العلوم الدقيقة و علوم الطبيعة و الحياة بنسبة 14% بينما كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ب 13 طالب . وفي الترتيب ما قبل الأخير كلية الحقوق و العلوم السياسية بنسبة 4%

وبعد التعرف على خصائص أفراد العينة تبين أن المبحوثين يمثلون طلبة جامعة محمد خيضر بشكل كبير ،فالعينة شملت مبحوثين من الجنسين كما أنها تضمنت تمثيل للكليات الست في الجامعة -وان كان التمثيل متبايناً-

2. عادات و أسباب مشاهدة "قناة إقرأ"

1.2. سنوات المشاهدة:

جدول رقم-7- يوضح سنوات مشاهدة "قناة إقرأ" " شكل-5- يوضح سنوات مشاهدة "قناة إقرأ"



سنة المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنة	26	26
من سنة إلى سنتين	11	11
أكثر من سنتين	63	63
المجموع	100	100

يتضح من الجدول رقم(7) أن علاقة المبحوثين بالقناة و مشاهدة برامجها قديمة نوعا ما، حيث أكد 63% منهم أن يشاهدون القناة أكثر من سنتين وهي مدة كافية لتكوين اتجاه واضح نحو برامج القناة. أما 26% من المبحوثين فمشاهدته لبرامج "قناة إقرأ" ليست بالمدة الطويلة فهي أقل من سنة بينما 11 مبحوث يتابعون القناة في مدة زمنية تراوحت ما بين سنة إلى سنتين

2.2. أيام المشاهدة:

جدول رقم-8- يوضح أيام المشاهدة "قناة إقرأ" " شكل رقم-6- يوضح أيام المشاهدة "قناة إقرأ"



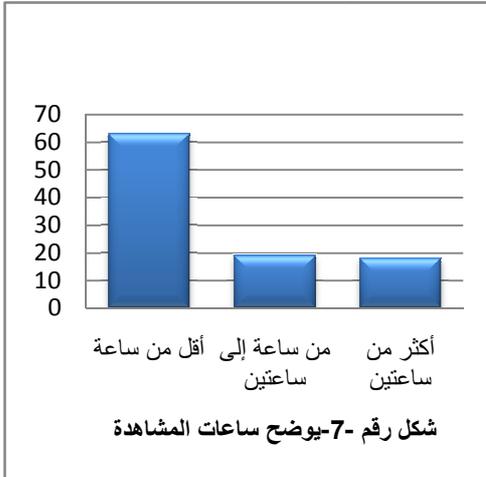
أيام المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
يوميًا	/	/
بعض أيام الأسبوع	70	70
عطلة نهاية الأسبوع	30	30
المجموع	100	100

يوضح الجدول أعلاه أن 70% من المبحوثين

يشاهدون برامج "قناة إقرأ" في بعض أيام الأسبوع بينما 30% يشاهدونها في عطلة نهاية الأسبوع وهذا راجع إلى أن عينة الدراسة من الطلبة الجامعيين مما يتعذر عليهم المتابعة اليومية وذلك لالتزاماتهم الدراسية.

3.2. ساعات المشاهدة:

جدول رقم 9- يوضح ساعات المشاهدة "قناة إقرأ"



ساعات المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	63	63
من ساعة إلى ساعتين	19	19
أكثر من ساعتين	18	18
المجموع	100	100

بملاحظة الجدول رقم 9 و الشكل رقم 7 يتضح أن

أغلب المبحوثين يتابعون قناة إقرأ في مدة زمنية لا تزيد عن ساعة حيث أجاب 63% منهم أنهم يشاهدون برامج القناة أقل من ساعة بينما الأقلية منهم يشاهدونها ما بين ساعة إلى ساعتين بنسبة 19% أما 18% يشاهدونها أكثر من ساعتين أي أن ما يقدر ب 37% يشاهدونها من ساعة إلى ساعتين فأكثر ومشاهدي قناة إقرأ لا يختلفون على متبعي القنوات الإسلامية الأخرى فحسب دراسة "ناصر إبراهيم"¹ حول قناة الرسالة أكدت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينة يشاهدون القناة من نصف ساعة إلى ساعة نسبة 38% بينما يشاهد معظمهم التلفزيون من ساعة إلى ساعتين. وعليه فنتائج الدراسة تؤكد أن قناة إقرأ ما زالت غير قادرة على أسر المشاهد لفترة طويلة وهذا عكس القنوات الفضائية الأخرى. خاصة إذا كان هذا المشاهد من فئة الشباب، ويمكن أن يكون سبب ذلك إلى طبيعة البرامج التي تقدمها فهي في معظمها برامج استديو مملّة – على الأقل بالنسبة للشباب- حتى لو كان المتكلمون من ذوي القدرات المتميزة علما أن القناة استقطبت الكثير من المتخصصين في مجالات مختلفة وقدمت عدة برامج تفاعلية². ومن الأسباب أيضا النقص الواضح في البرامج الترفيهية وحتى الدراما قد تكون من أهم أسباب عجز القناة على كسب المشاهدين لفترة طويلة فالقناة حسب الدورة البرمجية خلال 2012/2011 لم تقدم سوى عمل درامي واحد وهو المسلسل

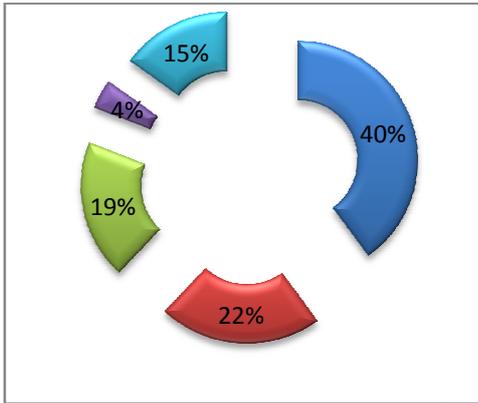
¹ انظر الدراسات السابقة

² انظر الفصل الخامس: برامج قناة إقرأ

التاريخي "صلاح الدين الأيوبي" فهذا النوع الدرامي مهم يهدف إلى تعريف الشباب بتاريخه العربي الإسلامي بعيدا عن الأساليب الوعظية والطرق السردية ولكنه ليس الأهم فالذي يجذب انتباه الجماهير أكثر هو الدراما الاجتماعية التي تقترب من الواقع المعاش وتطرح مشاكل الناس اليومية . وقلة الدراما في القنوات الإسلامية عامة سببه الأول : أن الأعمال الدرامية التي تعرض في مختلف القنوات العربية أنها وفي معظمها لا تراعي الضوابط الإسلامية . أما السبب الثاني أن هذه القنوات لا تزال غير قادرة على إنتاج أعمال درامية تلبي حاجات جمهورها و لا تتعارض مع التعاليم الدينية .

4.2. أسباب و دوافع المشاهدة:

جدول رقم -10- يوضح أسباب و دوافع المشاهدة "قناة إقرأ"



الشكل رقم -8- يوضح أسباب و دوافع المشاهدة "قناة إقرأ"

أسباب و دوافع المشاهدة	التكرار	المجموع
التثقيف في أمور الدين	40	40
الإطلاع على التاريخ العربي و الإسلامي	22	22
لوجود شخصيات محببة لي في قناة إقرأ	19	19
لأنها تقدم البديل عن القنوات الفضائية الأخرى	15	15
لأنها من أكثر القنوات الإسلامية التزاما بالمنهج الإسلامي	4	4
المجموع	100	100

يوضح الجدول رقم 10 والشكل المرفق أن دوافع المشاهدة لأفراد العينة مختلفة و لكن يأتي في مقدمتها الرغبة في التثقيف الديني بموافقة 40% من المبحوثين، فالشباب يتوجه إلى قناة إقرأ وباقي قنوات الإعلام الإسلامي لاستقاء المعلومات المتصلة بالدين الإسلامي ومن أهم مجالات التثقيف الإطلاع الأحكام الشرعية. هذا و أكدته عدة دراسات ميدانية حول القنوات الإسلامية ومنها دراسة "زينب حامد"¹ التي أكدت أن القنوات الدينية المتخصصة تمثل المصدر الأول الذي يلجأ إليه المشاهدون للتعرف علي المعلومات الدينية لأنهم يعتبرونها

¹ زينب حامد، تأثير الاعتماد علي الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية علي معارف وسلوكيات الجمهور المصري، أطروحة دكتوراه، قسم الإذاعة والتلفزيون، الإعلام جامعة القاهرة، مصر تم الإطلاع على نتائج الدراسة عبر موقع جريدة الأهرام <http://www.ahram.org.eg>

مصدرا سهلا للوصول إلي الأحكام الشرعية كما أظهرت النتائج أن الغالبية 73% يرون أن الفتاوى الدينية تساهم بشكل دائم في تغيير سلوكيات الفرد المسلم للأفضل وأعلن 62% عن اعتقادهم بأن برامج الفتاوى الدينية تستطيع دائما تغيير اتجاهاتهم نحو قضايا معينة . وهذه النتائج تؤكد القول أن وسائل الإعلام خاصة التلفزيون أصبحت أبرز مصادر التنقيف لدى الشباب فحسب دراسة " كامل عمران " حول محددات ثقافة الشباب في سوريا¹ والتي ضمت عينة قوامها 8389 شابا وشابة فقد أجمع 91% منهم أن التلفزيون أول مصدر يستقون منه معلوماتهم كما أن 66% يفضلون قضاء وقت الفراغ بمشاهدة التلفزيون.

أما الدافع الثاني للمشاهدة فكان الإطلاع على التاريخ العربي الإسلامي بنسبة 22% ،بينما 19% من المبحوثين يعزرون أسباب المشاهدة إلى وجود شخصيات محببة لديهم في قناة إقرأ خاصة وأن القناة تضم عدة برامج تقدمها وجوه شابة معروفة ومشهورة على غرار الداعية " عمرو خالد و الداعية الشاب "مصطفى حسني " .

أما 15 مبحوث فيرون أن قناة إقرأ تقدم لهم البديل عن القنوات الأخرى وهذا يعني أن جمهور قناة إقرأ ورغم تفضيله لها لكنه لا يرى أنها تلبي كل اهتماماته ،فهي وحسب نتائج الدراسة لم تحقق البديل في كافة المجالات

بينما 4 مبحوثين فقط يردون سبب تفضيلهم لقناة إقرأ كونها الأكثر التزاما بالمنهج الإسلامي وهذا يعني أنها و إن كانت أول قناة إسلامية فهذا لا يعني أنها الأكثر التزاما .كما أن هذه النتيجة تبين وجود قنوات إسلامية استطاعت أن تنافس أقدم قناة إسلامية مثل قناة الرسالة وقناة الناس و قنوات المجد وغيرها من القنوات الإسلامية.

¹الشيخ علي ،مرجع سابق، ص469

3. عرض و تفسير استجابات أفراد العينة حول محاور الاستبيان :

1.3. عرض استجابات أفراد العينة حول المحور الأول:

الجدول رقم 11 - يمثل ترتيب عبارات المحور الأول من الاستبيان حسب عناصر الانتماء:

المرتبة	المتوسط الحسابي	معارض	محايد	موافق	رقم العبارة	العبارة
		ت	ت	ت		
		%	%	%		
4	2.84	6	4	90	1	■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ تجعلني أعتز بانتمائي للثقافة العربية الإسلامية
		6	4	90		
11	2.54	11	23	66	4	■ برامج قناة إقرأ تجعلني أعتز باستعمال اللغة العربية في حياتي اليومية
		11	23	66		
10	2.64	9	19	73	7	■ برامج قناة إقرأ تساهم في الارتقاء بمستوى اللغة العربية
		9	19	73		
5	2.82	86	11	3	10	■ برامج قناة إقرأ تقدم لغة عربية صعبة ومعقدة لا أستطيع فهمها
		86	11	3		
2	2.90	3	4	93	13	■ برامج قناة إقرأ تجعلني أعتز بالتاريخ العربي والإسلامي
		3	4	93		
12	2.44	10	36	54	16	■ برامج قناة إقرأ تجعلني أتمسك بالعادات و التقاليد العربية
		10	36	54		
5	2.82	4	9	87	19	■ برامج قناة إقرأ تبرز الحضارة الإسلامية
		4	9	87		
8	2.75	79	19	3	23	■ برامج قناة إقرأ تتناول التاريخ الإسلامي بشكل ممل ومتكرر لا يثير
		79	19	3		
1	2.92	/	7	93	26	■ برامج قناة إقرأ تقدم لي نماذج عملية من السيرة النبوية لإتباعها في حياتي اليومية
		/	7	93		
3	2.87	1	10	89	30	■ برامج قناة إقرأ تساعدني على اتخاذ قنوات من الصحابة و التابعين
		1	10	89		
4	2.84	3	10	87	33	■ برامج قناة إقرأ تزيد من حبي لآل البيت رضي الله عنهم
		3	10	87		

7	2.77	5	14	81	36	■ برامج قناة إقرأ تساعدني على الأداء السليم للعبادات
		5	14	81		
6	2.81	4	10	86	39	■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ تعمق إيماني بالعبادة الإسلامية
		4	10	86		
9	2.72	10	7	83	42	■ برامج قناة إقرأ تزيد من تعلقي بالقرآن الكريم
		10	7	83		
2	2.90	90	10	/	47	■ برامج قناة إقرأ تتناول تعاليم الدين الإسلامي بشكل معقد يجعلني أظن من الصعب الالتزام به في الواقع
		90	10	/		

من خلال استجابات أفراد العينة نحو المحور الأول: دور الإعلام الإسلامي في ربط الشباب بانتمائه العربية و الإسلامي نلاحظ :

أن العبارة (26) والتي مفادها: برامج قناة إقرأ قدمت لي نماذج عملية من السيرة النبوية لإتباعها في حياتي اليومية تصدرت الترتيب في هذا المحور بنسبة موافقة 93% و بمتوسط حسابي 2.92 علما أنه لم يجب ولا فرد من المبحوثين بالمعارضة اتجاه هذه العبارة فقد وجد المبحوثون ضالتهم في قناة "إقرأ" من حيث تزويدهم بالقوة الصالحة و المقتبسة من حياة الرسول -عليه الصلاة والسلام-

بينما تأتي العبارة رقم(13) في المرتبة الثانية "برامج قناة إقرأ جعلتني أعتر بالتاريخ العربي والإسلامي" بمتوسط حسابي 2.90 حيث تظهر جهود القناة في إبراز التاريخ العربي الاسلامي الذي تعرض للتهميش إن لم نقل التزييف في الوقت الحاضر لاسيما مضامين القنوات الأجنبية التي تشن حملات تشويه مستمرة للثقافة العربية والإسلامية ولرموزها .

وقد جاءت العبارة "برامج قناة إقرأ ساعدتني على اتخاذ قنوات من الصحابة و التابعين " في المرتبة الثالثة بنسبة موافقة 88.6 % بينما لم تكن المعارضة إلا من طرف مبحوث واحد وتليها في الترتيب العبارتين (1) (32) وهما على التوالي "متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أعتر بانتمائي للثقافة العربية الإسلامية "و " برامج قناة إقرأ زادت من حبي لآل البيت رضي الله عنهم و بمتوسط حسابي 2.84 ونسبة موافقة" 90 % للأولى و 87.1 %

لثانية، الاستجابات حول العبارات الأربعة السابقة تؤكد اتفاق أفراد العينة على أن برامج قناة إقرأ على دورها الإيجابي في ربط الشباب بأحد أعظم رموز الانتماء وهو الرسول صل الله عليه وسلم سيرته الشريفة

أما المرتبة الخامسة فكانت للعبارتين (10) "برامج قناة إقرأ تقدم لغة عربية صعبة ومعقدة لا أستطيع فهمها" بمعارضة 85.7% من أفراد العينة و العبارة (19) "برامج قناة إقرأ تبرز الحضارة الإسلامية" وموافقة 87.1% بمتوسط حسابي 2.82 لكليهما. و معارضة أفراد العينة لما ورد في العبارة (10) يؤكد أن مستوى اللغة العربية في قناة "إقرأ" وإن كان ليس في أفضل حال فهو في المقابل ليس الأسوأ إذا ما قورنت بغيرها من القنوات الفضائية العربية الأخرى كما أن استجابات المبحوثين حول العبارة (19) تؤكد استجاباته نحو العبارات السابقة .

أما المرتبة السادسة فكانت للعبارة (38) والمتعلقة بالعقيدة الإسلامية بموافقة 85 مبحوث وتليها في الترتيب العبارة المتعلقة بأداء العبادات بمتوسط حسابي 2.77 أما المرتبة الثامنة فكانت للعبارة (23) برامج قناة إقرأ تتناول التاريخ الإسلامي بشكل ممل ومتكرر لا يثير اهتمامي بمعارضة أغلبية أفراد العينة لوصف تناول التاريخ الإسلامي بغير المثير للاهتمام بنسبة 79% وهذه المعارضة تؤكد رأي المبحوثين حول جهود القناة في رسم الصورة الإيجابية المطلوبة حول التاريخ الإسلامي في نظر الشباب فاستجابة أفراد العينة حول هذه العبارة تؤكدها استجاباتهم حول العبارة (13) والتي حظيت بنسبة موافقة 93% وبالترتيب الثاني .

أما العبارة (40) "متابعتي لبرامج قناة إقرأ زادت من تعلقي بالقرآن الكريم" فكانت في المرتبة التاسعة بمعارضة 10% وموافقة 86% وهذه النتيجة وان كانت مرضية إلى حد كبير و ذلك اعتمادا على الموافقة المذكورة لكن تدعو للتوقف عند مرتبة العبارة مقارنة بعبارات المحور الأول من الاستبيان فهي في الترتيب التاسع. إذ كيف يكون القرآن الكريم في المراتب الأخيرة من حيث التأثير في نفوس الشباب وهو الركيزة الرئيسية في العقيدة الإسلامية ورمز هام من رموز الإنتماء الإسلامي وللإشارة فإن ما يزيد عن 90% من المبحوثين اتفقوا على أن متابعتهم لقناة إقرأ قربتهم من السيرة النبوية وجعلتهم يعتزون

بالتاريخ الاسلامي كما أن 87% منهم أكدوا أن برامج قناة إقرأ ساهمت في اعتزازهم بانتمائهم الثقافة العربية و الإسلامية وهذا يدل على دور القناة في ربط الشباب بعناصر هويتهم . و هذه النتيجة تطرح احتمالين:

إما أن القناة تهمل هذه الركيزة ولا تخصص لها البرامج أو الوقت الكافي. أو أن الخلل يرجع إلى وجود تضارب في آراء أفراد العينة. و بالرجوع إلى برامج القناة موضوع الدراسة(قناة إقرأ) يتأكد الاحتمال الأول فالقناة تبرمج بعض الحصص ذات العلاقة بالقرآن الكريم و لكن على ما يبدو ليس بالطريقة التي تستهوي الشباب و تجذب اهتمامهم فمعظم البرامج تكون إما مخصصة لتعليم التلاوة أو متمحورة حول الإعجاز العلمي في القرآن ورغم أهمية هذين الجانبين لاسيما الجانب الأخير للدور الذي يؤديه في التصدي للشبهات والإدعاءات الغربية بطريقة علمية بعيدة عن العواطف الذاتية مما يزيد من ثقة المسلمين بدينهم وكتابهم.

لكن ما يحتاجه المسلم العادي عموما و الشباب على وجه الخصوص إحياء معاني القرآن الكريم بالتفسير المبسط والإسقاط العملي لتلك المعاني في الحياة اليومية.

أما العبارات المتعلقة باللغة العربية وكيفية تعاطي قناة إقرأ مع واحد من أهم عناصر الهوية و هو اللغة فكانت في المراتب الأخيرة حيث جاءت العبارة رقم (7) "برامج قناة إقرأ ساهمت في الارتقاء بمستوى اللغة العربية " العاشرة في الترتيب بموافقة 73% بينما 19% من العينة اكتفوا بالحياد اتجاه هذه العبارة لتليها العبارة (4) "برامج قناة إقرأ جعلتني أعتز باستعمال اللغة العربية في حياتي اليومية" بموافقة 66% و 23% كان موقفهم الحياد لتأتي العبارة (16) برامج قناة إقرأ جعلتني أتمسك بالعادات و التقاليد العربية في ذيل الترتيب بموافقة 54. % ومحايده 36%

تفسير استجابات أفراد العينة حول المحور الأول:

من خلال النتائج المحصل عليها من الجدول رقم -11- تبين أن قناة إقرأ تساهم في ربط الشباب بانتمائه العربي و الإسلامي و إن اختلفت اتجاهات أفراد العينة حول كل عنصر من عناصر الإنتماء فكانت كالتالي:

جدول رقم - 12- يوضح استجابات المبحوثين حول العبارات المتصلة باللغة العربية

العبارة	رقم العبارة	موافق		محايد		معارض		متوسط الأوزان	مرتبة العبارة	الاتجاه
		%	ت	%	ت	%	ت			
■ برامج قناة إقرأ تقدم لغة عربية صعبة ومعقدة لا أستطيع فهمها	10	3	3	11	11	86	86	2.82	5	إيجابي
■ برامج قناة إقرأ ساهمت في الارتقاء بمستوى اللغة العربية	7	73	73	19	19	8	8	2.64	10	إيجابي
■ برامج قناة إقرأ جعلتني أعتز باستعمال اللغة العربية في حياتي اليومية	4	66	66	23	23	11	11	2.54	11	إيجابي

نستنتج من النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن اتجاهات أفراد العينة كانت إيجابية نحو واقع اللغة العربية في " قناة إقرأ" ودورها في الارتقاء باللغة العربية فقد كان رأي معظم أفراد العينة إيجابي ف 86 %منهم عارضوا فكرة أن القناة تقدم لغة صعبة منفرة تحول دون وصول المعنى بينما نجد 73% يرون أن القناة ساهمت في الارتقاء بمستوى اللغة العربية و قد يرجع ذلك إلى أن أغلب القائمين بالاتصال في القناة هم من أئمة المساجد وعلماء متخصصين في الدين الإسلامي والمعروف أن هذه الفئة و نتيجة للتعليم الديني الذي تلقته تتقن اللغة العربية الفصحى بشكل جيد ولكن الأهم من إتقان اللغة هو التأثير الذي تحدثه في شخص المتلقي و تعويده على استعمالها و كذا اعتزازه بهذا الاستعمال وهذا ما أكده 66% من المبحوثين وما يجب الإشارة إليه أن نسبة المعارضة قدرت بي 23 % وهذا إضافة إلى أن الاعتزاز باللغة العربية كان في المرتبة 11 في ترتيب عبارات الخاصة بالانتماء الثقافي فأفراد العينة وأن كانت آرائهم إيجابية حول الفقرات المتصلة باللغة العربية إذ لم يسجل اتجاهها سلبيا إزاء العبارات المؤكدة على دور القناة الإيجابي في خدمة اللغة العربية ولكن 23%منهم لا يعتبرون أن القناة قد ساهمت في ربطهم باللغة العربية بشكل كبير مقارنة

بعناصر الإنتماء الأخرى على غرار التاريخ أو السيرة النبوية حيث كانت تلك العبارات في المراتب الأخيرة .

وقد يرجع ذلك إلى تفضيل الشباب للهجات العامية كما جاء في دراسة (إبراهيم أبو عرقوب و إبراهيم الجوارنة)¹ حول أثر وسائل الاتصال في زيادة تدين الطلبة حيث أسفرت نتائج الدراسة أن استخدام اللهجة العامية كان له تأثير كبير في زيادة تدين أفراد العينة بتفضيل اللهجة العامية بنسبة 82.9% بينما كانت اللغة الفصحى في المرتبة الثانية بنسبة 10% و يرجع الباحثان أسباب ذلك كون العامية أكثر تأثيراً فالناس تعودوا على سماعها و استخدامها فإذا كانت الفصحى لغة الدين قرآناً وسنة فإن العامية تستخدم لتقريب المعنى للأذهان الناس .

وما يمكن الإشارة إليه في هذا الشأن إلى ما يسمى ظاهرة الدعاة الجدد² و تجلت الظاهرة في بروز عدد من الدعاة حديثي السن نسبياً مثل عمرو خالد، خالد الجندي، مصطفى حسني، معز مسعود... و أغلب هؤلاء الدعاة تلقوا تعليماً مدنياً بالأساس و ليس دينياً و هذا عكس الدعاة التقليديين . معظمهم يستعمل لغة عربية قريبة في مفرداتها إلى اللهجة العامية و بعضهم يستعمل لهجات عامية خاصة اللهجة المصرية على اعتبار أن الظاهرة بدأت في مصر و انتشرت منها وهذا ما زاد من شعبيتهم من جهة خاصة عند جيل الشباب و أثر على انتشار اللغة العربية الفصحى من جهة ثانية.

¹ أبو عرقوب إبراهيم الجوارنة أثر وسائل الاتصال في زيادة تدين طلبة قسم الدعوة والإعلام الإسلامي ، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، المجلد 7، العدد 3، 2011، ص244

² انظر حسام تمام ، الفضائيات الدينية وظاهرة الدعاة الجدد، ورقة مقدمة إلى ندوة علمية أقامها مركز دراسات الإسلام و الإعلام المعاصر، السودان، 2007

جدول رقم - 13 - يوضح - استجابات المبحوثين حول العبارات المتصلة بالدين الإسلامي:

العبارة	مرتبة العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الرأي
		%	ت	%	ت	%	ت		
■ برامج قناة اقرأ تتناول تعاليم الدين الإسلامي بشكل معقد يجعلني أظن من الصعب الالتزام به في الواقع	2	/	/	10		90	90	2.90	إيجابي
■ متابعتي لبرامج قناة اقرأ عمقت إيماني بالعقيدة الإسلامية	6	86	86	10	10	4	4	2.81	إيجابي
■ برامج قناة اقرأ ساعدتني على الأداء السليم للعبادات	7	81	81	14	14	4	4	2.77	إيجابي
■ برامج قناة اقرأ زادت من تعلقي بالقرآن الكريم	9	83	83	7	7	10	10	2.72	إيجابي

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن أفراد العينة لم يسجلوا أي موقف معارض اتجاه العبارات المتصلة بالدين الإسلامي ولكن ترتيب العبارات لم يكن بالصدارة بالنظر لأهمية الدين الذي يعد أهم عنصر من عناصر الهوية ، فالمبحوثون يعارضون فكرة أن برامج القناة تتناول تعاليم الدين الإسلامي بشكل معقد أو منفر يجعل الشباب يستصعبون تطبيقها في حياتهم اليومية حيث عارض هذه العبارة 90% من أفراد العينة وهذه الاستجابات تدل أن الشباب تأثروا بتبني قناة اقرأ المنهج الوسطي الذي كان من أهم مرتكزات عملها الإعلامي وابتعادها عن الغلو المتناقض وسماحة الدين الإسلامي مع التمسك بثوابته.

والنتائج المبينة في الجدول رقم-13- لها ما يفسرها إذ عدنا إلى برامج القناة ، حيث لم تغفل أي من ثوابت الدين الإسلامي ولكن التفاوت في الترتيب قد يعود إلى طرق طرح المواضيع ومدى قدرتها على التأثير.

من بين تلك الثوابت العقيدة الإسلامية فقد أكد 85.7% أن القناة ساهمت في تعميق الإيمان بالعقيدة الإسلامية في نفوسهم. فبنسبة للعقيدة يمكن الإشارة إلى برنامج "مسلم وافتخر" الذي يقوم على فكرة مقارنة الأديان فيقترب من أصحاب الأديان الأخرى ويقدم صور واقعية لعباداتهم وطقوسهم الدينية حيث يصور كيف يسجد الأطباء والمهندسون والمتقنون لحجارة لا تضر ولا تنفع، ويرى الشاب المتابع للبرنامج كيف يقدر أقوام البقر ويتبركون حتى بفضلاته. ومقارنة عقيدة الإسلام بعقائد أصحاب الأديان الأخرى تجعل الشباب لا يعتزون

بانتمائهم للعقيدة الإسلامية فحسب وإنما ترضي رغبة الإقناع لديهم وتتجاوب مع خصائصهم العقلية حيث تدعوهم إلى التفكير و التمحيص و من ثم اتخاذ الموقف المناسب.

أما أداء العبادات فقد كانت العبارة في المرتبة السابعة و قد يعود ذلك لطبيعة عينة الدراسة كونها من الطلبة الجامعيين إذ يساعدهم مستواهم التعليمي في الإطلاع على الطرق السليمة لأداء العبادات دون الحاجة إلى تعلمها من وسائل الإعلام كما أن التعرف على العبادات يكون في مرحلة متقدمة عن مرحلة الشباب وهذا الدور التربوي تقوم به الأسرة بدرجة كبيرة كما أن المساجد تعتبر الأكثر ضلوعاً في مسألة تلقين العبادات والأداء السليم لها .

أما التعلق بالقرآن الكريم فقد كان في الترتيب الأخير بالنسبة لعبارات الدين الإسلامي وبموافقة 83% ومعارضة 10% والقناة تخصص لبرامج القرآن الكريم ما يقارب 25% من مجمل برامجها ويمكن إرجاع ذلك كما سبق و أن ذكرنا إلى نوعية البرامج المطروحة وليس إلى كميتها والترتيب الذي أعطاه أفراد العينة للعبارة المتعلقة بالقرآن الكريم يختلف على ما جاء في دراسة (بلعربي) حول آراء الأساتذة والطلبة في البرامج الدعوية لقناة إقرأ الفضائية حيث كانت برامج القرآن الكريم في المرتبة الأولى من حيث التفضيل بنسبة 13.42% وقد يعود هذا الاختلاف إلى اختلاف طبيعة العينة في كل من الدراسة الحالية و دراسة (بلعربي) .

جدول رقم 14- استجابات العينة حول العبارات المتعلقة بالسيرة النبوية :

الاتجاه	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		مرتبة العبارة	العبارة
		%	ت	%	ت	%	ت		
إيجابي	2.92	/	/	7	7	93	93	1	■ برامج قناة إقرأ قدمت لي نماذج عملية من السيرة النبوية لإتباعها في حياتي اليومية
إيجابي	2.87	1	1	10	10	89	89	3	■ برامج قناة إقرأ ساعدتني على اتخاذ قنوات من الصحابة و التابعين
إيجابي	2.84	2.9	2	10	7	87.1	61	4	■ برامج قناة إقرأ زادت من حبي لآل البيت رضي الله عنهم

بملاحظة الجدول رقم 14 نستنتج أن العبارات المتصلة بالسيرة النبوية كانت في المراتب الأولى و هذا يعني أن القناة و من خلال برامجها استطاعت إحداث نوع من التواصل بين

الشباب و سيرة نبيهم وإبراز نماذج عملية من سيرته - عليه السلام- و آل بيته ،فالشباب في هذه المرحلة بالذات في حاجة ماسة إلى القدوة الحسنة فهم في طور تكوين الشخصية وانتقاء المثال الذي يتأثرون به كما أنهم مهيبون أكثر من غيرهم لتقصص الشخصيات والتأثر بها لا سيما تلك التي تظهر على التلفزيون .

والانتقاء عندما يستمد من بيئتهم الاجتماعية و الدينية يكون ذا تأثير إيجابي ودور فعال في تكوين شخصية متكاملة .

وقد نجحت قناة إقرأ - حسب استجابات المبحوثين- في إظهار النموذج الأمثل و القدوة الصالحة المتمثلة في شخص الرسول عليه السلام ،وقد خصصت عدة برامج لسيرته عليه السلام و إحيائها في حياة الناس والقيام بإسقاطات عملية من حياة الرسول على الحياة اليومية منها :برنامج ليلة في بيت النبي " يقدمه الشيخ المحبوب لدى الكثيرين "محمود المصري" يعرض فيه نماذج كثيرة من سيرة الرسول عليه السلام فيبرز كيف كانت أخلاقه عباداته ومعاملاته مع الآخرين وكذا برنامج"يا جمال النبي "الذي يقوم على نفس الفكرة بالتركيز على كل جوانب شخصية الرسول عليه السلام .

وهذه البرامج تبرز قيمة الاقتداء لا التقليد من خلال التأكيد على الاقتداء بالنماذج السلوكية بدلا من التقليد والتبعية السلبية " يأتي الاقتداء كقيمة مضادة للتقليد والفرق بينهما جوهري ، إذ يقتدي الإنسان بغيره عن وعي ، فإنه يقلده شعورياً أو لا شعورياً بدافع التعلم أو التهكم أو لمجرد المحاكاة"¹

وكنتيجة لتلك البرامج كانت العبارة المتعلقة بسيرة الرسول عليه السلام والتأثر به في الترتيب الأول و بدرجة موافقة كبيرة 93% على العبارة" برامج قناة إقرأ قدمت لي نماذج عملية من السيرة النبوية لإتباعها في حياتي اليومية"

هذه الاستجابات تظهر أهمية الرسالة المقدمة في الإعلام الإسلامي في نصره النبي محمد - عليه الصلاة و السلام- من خلال نشر سيرته و تعليمها للناس خاصة و أنها تعرضت لكثير من التحريف و الإساءة في وسائل الإعلام ،وكان ذلك بتقديم سيرته عليه السلام كقدوة ونموذج فتربية الشباب بأسلوب القدوة والنموذج يمنحه الإحساس بالاستقلالية والتفرد اللذان

¹ محمود خليل ، محمد عثمان الأغا،مرجع سابق ص417

لا يتعارضان و ثقافة المجتمع فوجود القدوة الصالحة متمثلة في شخص الرسول وصحابته يجعل الشاب يتقمص الشخصيات الإيجابية في المجتمع بمحض إرادته دون أي أوامر تسلطية من الآخرين .

وتتفق النتائج العبارة: " برامج قناة إقرأ ساعدتني على اتخاذ قذوات من الصحابة و التابعين" التي نالت نسب موافقة ب 89 % مع دراسة لبد (2000)¹ التي هدفت إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في مجال تقديم نماذج القدوة للطلبة الجامعيين تبين 42.71 % منهم يرون أن وسائل الإعلام تقدم القدوة للشباب الجامعي كما بينت الدراسة أن نسبة الذين اتخذوا الرسول – عليه السلام- قدوة لهم من خلال وسائل الإعلام 21.43 % ، ونسبة الخلفاء الراشدين بنسبة 14.69 %

جدول رقم – 15- يوضح استجابات العينة حول التاريخ الاسلامي :

العبارة	رقم العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	مرتبة العبارة	الرأي
		%	ت	%	ت	%	ت			
■ برامج قناة إقرأ جعلتني أعتز بالتاريخ العربي والإسلامي	13	93	93	4	4	3	3	2.90	2	إيجابي
■ برامج قناة إقرأ تبرز الحضارة الإسلامية	19	87	87	9	9	4	4	2.82	5	إيجابي
■ برامج قناة إقرأ تتناول التاريخ الإسلامي بشكل ممل ومتكرر لا يثير	23	3	3	19	3	78	78	2.75	8	إيجابي
■ برامج قناة إقرأ جعلتني أتمسك بالعادات والتقاليد العربية	16	54	54	36	36	10	10	2.44	12	إيجابي

لقد ساهمت القناة – حسب النتائج المحصل عليها - في جعل الشباب يعتززون بانتمائهم الثقافي فقد جاءت العبارة " برامج قناة إقرأ جعلتني أعتز بالتاريخ العربي والإسلامي في الترتيب الثاني " بموافقة 92% من عينة الدراسة بينما المعارضة لم تكن سوى من مفردتين فقط وتأكيدا لهذه الموافقة كان موقف 78% معارضا لفكرة أن القناة تتناول التاريخ بشكل ممل غير مثير للاهتمام عليه فالقناة .

أما بالنسبة للعادات والتقاليد فكانت في الترتيب الأخير من حيث تناول القناة لهذا العنصر بموافقة 54% بينما اكتفى 36% بالحياد و هذا يعني وجود تردد في اتجاهات المبحوثين

¹ نقلا عن: صهيبي كمال الأغا، عبد السلام محمد نصار، دور الوسائط الإعلامية الفلسطينية في تدعيم القيم لدى المراهقين بمحافظة غزة، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد السادس عشر، العدد الأول، 2008، فلسطين، ص - 633

حول اهتمام قناة إقرأ بالتراث و العادات والتقاليد و قد يعود ذلك كون القناة لا تخاطب دولة بعينها و إنما تخاطب كافة الدول العربية و الإسلامية مما يتعذر الإلمام بعادات وتقاليد كل دولة على حده و هذه المهمة قد تقوم بها وسائل الإعلام المحلي أفضل من قناة فضائية شاملة من حيث برامجها و جمهورها.

ورغم ذلك فقناة إقرأ تقدم برنامج "حجازيات" الذي يسלט الضوء على الموروث الثقافي والشعبي للمدينة النبوية و يستضيف البرنامج نخبة من المختصين والأعيان ووجهاء المدينة المنورة. و رغم قدسية مكانة المدينة المنورة لدى كل المسلمين لكن هذا البرنامج يؤثر أكثر في الجمهور السعودي أهل المنطقة .

والنتائج المبينة في الجدول رقم 15 تتفق ونتائج دراسة (بلغيث) حول إسهام القنوات الفضائية في ربط الشباب بأصوله الثقافية فيرى أغلب المبحوثين أن لها دور إيجابي في ربط الشباب بجذوره الثقافية والحضارية كما أقر 66% أن معلوماتهم حول التراث زادت بمتابعتهم للفضائيات العربية على الرغم أن بعضها يعرض ما يחדش التراث العربي و يحط من قيمته كما أكدت أن دور القنوات الفضائية في إدراك الشباب لأحداث تاريخه العربي الإسلامي حيث أقر 98% من المبحوثين أن الفضائيات تتناول مواد برامجية ذات صلة بالتاريخ مع التفاوت في حجم البرامج كما عرضت العينة بعض النماذج كفيلم الرسالة ، قصص الأنبياء ، الأئمة الأربعة. وعليه فالإعلام الإسلامي المرئي لا ينفرد بمهمة تعريف الشباب بالتاريخ والتراث ولكن تميزه عن باقي القنوات الأخرى يكمن في درجة الوثوق في المعلومات المقدمة ، خاصة وأن الكثير من الأفلام والدراما التاريخية التي تبث في تلك القنوات زيفت بعض الحقائق التاريخية و أثارت انتقادات المختصين في التاريخ والحضارة الإسلامية.

2.3. عرض وتفسير استجابات أفراد العينة حول المحور الثاني:

جدول رقم -16- يوضح ترتيب العبارات حسب القضايا الاجتماعية :

المرتبة	المتوسط الحسابي	معارض	محايد	موافق	رقم العبارة	العبارة
		ت	ت	ت		
		%	%	%		
5	2.61	11	17	72	2	■ برامج قناة إقرأ تناقش مشكلة البطالة باعتبارها تمس فئة الشباب أكثر من غيرهم
		11	17	72		
9	2.58	9	24	67	5	■ برامج قناة إقرأ تنبه الجهات المعنية بخطورة البطالة على الشباب وعلى المجتمع
		9	24	67		
8	2.56	7	30	63	8	■ برامج قناة إقرأ تساهم في تقديم الحلول للقضاء على بطالة الشباب
		7	30	63		
8	2.58	64	30	6	11	■ برامج قناة إقرأ تتجنب الحديث عن البطالة لاعتبارات سياسية
		64	30	6		
10	2.50	11	28	61	14	■ برامج قناة إقرأ تناقش أسباب امتناع الشباب عن الزواج
		11	28	61		
12	2.48	54	40	6	17	■ برامج قناة إقرأ تتجنب الحديث عن مشكلة العنوسة
		54	40	6		
6	2.71	/	29	71	20	■ برامج قناة إقرأ تساعدني في تحديد المعايير السليمة(الشروط) في اختيار شريك المستقبل
		/	29	71		
12	2.44	10	36	54	21	■ برامج قناة إقرأ تدعو إلى التيسير في الشروط الخاصة بالزواج لتفادي العزوف عن الزواج
		10	36	54		
11	2.45	13	29	58	24	■ برامج قناة إقرأ تناقش مشاكل نظم التعليم في البلدان العربية
		13	29	58		
13	2.41	13	33	54	27	■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ شجعتني على اختيار التخصصات العلمية التي تتوافق مع ميولي و رغباتي
		13	33	54		
7	2.70	6	17	77	30	■ برامج قناة إقرأ تنادي بتحديث نظم التعليم بما يتفق مع اتجاهات الشباب
		6	17	77		
14	2.04	21	53	26	33	■ برامج قناة إقرأ تنادي بإصلاح مناهج التعليم بما يتوافق و متطلبات السوق
		21	53	26		
3	2.80	3	8	59	36	■ برامج قناة إقرأ تشجعني على التعبير عن آرائي
		5	10	85		
9	2.51	10	29	61	25	■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ تجعلني أجتهد في الدراسة
		10	29	61		
1	2.90	2	7	91	39	■ برامج قناة إقرأ تنشر ثقافة الحوار في الأسرة
		2	7	91		
5	2.77	79	20	1	41	■ برامج قناة إقرأ تعتبر إفصاح الشباب عن آرائهم نوع من التمرد على الآباء
		79	20	1		
4	2.78	83	13	4	43	■ برامج قناة إقرأ تكفل للشباب حق التعبير دون الفتاة من ذلك
		83	13	4		

2	2.84	4	7	89	45	■ برامج قناة إقرأ ترشدني إلى الطرق السليمة في التعبير عن آرائهم
		4	7	89		

من خلال نتائج الجدول أعلاه تبين أن المبحوثين يرون أن القناة تهتم ببعض قضاياهم بينما تهمل أو تتجنب بعضها الآخر فتصدرت العبارات المتعلقة بالحوار و التعبير الترتيب بينما العبارات ذات العلاقة بالتعليم و انشغالات الشباب الجامعي اتجاه هذا الموضوع فكانت في المراتب الأخيرة.

فجاءت العبارة "برامج قناة إقرأ تعمل على نشر ثقافة الحوار في الأسرة المسلمة في المرتبة الأولى بموافقة" 91% أما المعارضة فلم تكن إلا من طرف مبحوث واحد فقط . وفي الترتيب الثاني كانت العبارة (45) "برامج قناة إقرأ ترشد الشباب إلى الطرق السليمة في التعبير عن آرائهم" وهذا تأكيداً لنتيجة العبارة السابقة حول الحوار وإبداء الرأي فكانت الموافقة بنسبة 89% و بمتوسط حسابي 2.84 وعليه فالمبحوثون يرون أن قناة إقرأ إضافة إلى ما تنشره من جو للحوار وتبادل الآراء بين مشاهدي برامجها فإنها ومن جهة أخرى ترشدهم (الشباب) إلى الأساليب المناسبة للتعبير على اعتبار أنهم في مرحلة تكوين شخصياتهم التي تتميز (في وقت مبكر من هذه المرحلة) بنوع من التمرد والعصيان¹ حيث يعتقد الشاب أن الناس لا يفهمونه وأن والديه أو من يقوم مقامهما يريدان فرض السلطة عليه، وكأنه لا يزال طفلاً وأن المجتمع لا يساعده على تحقيق أمانيه، فالمساعدة من أهله يفسرها على أنه تدخل والنصيحة يفهمها على أنها تسلط وإهانة، فيريد أن يثبت وجوده وشخصيته بالعصيان ليغلب على سلوكه التحدي والتنطع ومخالفة الجماعة وأحياناً الانحراف إن لم يجد المساعدة من المحيطين به في التوفيق بين آرائه من جهة و ونظم وآداب مجتمعه من جهة أخرى . وعليه فقناة إقرأ- حسب أفراد العينة- تساعد في ردم الهوة بين جيل الشباب وجيل الكبار بنشر ثقافة الحوار التي تجعل الكبار يتفهمون رغبة التحرر يستوعبون شخصية أبنائهم الشباب وما فيها من خصائص مميزة.

¹ الغازي عبد العزيز، مرجع سابق، ص20

وفي المرتبة الثالثة جاءت العبارة (36) "برامج قناة إقرأ تشجيني على التعبير عن آرائي" هذا تأكيداً للاستجابات حول العبارتين السابقتين . وفي السياق ذاته جاءت العبارة (46) "برامج قناة تكفل لشباب الحق في التعبير دون الفتاة" في المرتبة الرابعة بمعارضة 83% أي أن المبحوثين يرون العكس فالقناة تكفل للشباب إناثاً و ذكوراً وعلى حد السواء حق التعبير وبحرية كما جاءت الاستجابة نحو العبارة "برامج قناة إقرأ تعتبر إفصاح الشباب عن آرائهم نوع من التمرد على الآباء" لتؤكد الأهمية التي توليها القناة لقضية الحوار حيث عارض العبارة 79% من المبحوثين

وفي الترتيب السادس كانت العبارة (20) التي تتعلق بموضوع مهم وهو موضوع الزواج والمعايير المناسبة في الاختيار فكانت العبارة " برامج قناة إقرأ تساعدك كشباب في تحديد المعايير السليمة(الشروط) في اختيار زوج أو زوجة المستقبل" بموافقة 71% أما المعارضة وإن كانت معدومة في هذه العبارة فإن الملفت للانتباه نسبة الحياد والتي قدرت 29% وفي الترتيب السابع كانت العبارة (30) " برامج قناة إقرأ تنادي بإصلاح نظم التعليم بما و اتجاهات الشباب" بمتوسط حسابي 2.70 و نسبة موافقة 77% أما المرتبة الثامنة فكانت لكل من العبارات (8)، (11) والتي تتعلق بأكثر القضايا التي تؤرق الشباب الجامعي وحتى غير الجامعي وهي البطالة بمتوسط 2.66 وهما على التوالي "برامج قناة إقرأ تقدم الحلول للقضاء على بطالة الشباب" بموافقة 63% والعبارة (11) " برامج قناة إقرأ تتجنب الحديث عن البطالة " بمعارضة 64% ومحايدة 30%

وتليهما في الترتيب العبارة (5) "برامج قناة إقرأ تنبه الجهات المعنية بخطورة البطالة على الشباب وعلى المجتمع" بمتوسط 2.58 .

أما في الترتيب العاشر جاء العبارة المتعلقة بالزواج ومعايير الاختيار وهي العبارة رقم(14) بموافقة 61% وبمتوسط 2.50 وفي المرتبة الحادية عشر "برامج قناة إقرأ تناقش مشاكل نظم التعليم في البلدان العربية" بموافقة 58% من المبحوثين و بمتوسط 2.45. وتليها في الترتيب العبارة "برامج قناة إقرأ تدعو إلى التيسير في الشروط الخاصة بالزواج لتفادي عزوف الشباب عن الزواج " بموافقة 54 مبحوث بينما 36 مبحوث اكتفوا بالحياد.

وفي المرتبة الأخيرة وقبل الأخيرة جاءت العبارات المتعلقة بالتعليم وهما (27)، و(30) على التوالي.

وأهم ما يلاحظ على النتائج السابقة نسب الحياد المعتبرة في كثير من العبارات، فأفراد العينة غلب على اتجاهاتهم الإيجاب ولكن بدا التردد في كثير من المرات وهذا ما سيتم الإشارة إليه في التعليق على الجداول التالية:

جدول رقم 17- يوضح استجابات العينة حول قضية البطالة:

الرأي	مرتبة العبارة	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ت	%	ت	%	ت	
إيجابي	5	2.61	11	11	17	72	72	72	■ برامج قناة إقرأ تناقش مشكلة البطالة باعتبارها تمس فئة الشباب أكثر من غيرهم
إيجابي	8	2.64	5.7	7	30	30	63	63	■ برامج قناة إقرأ تساهم في إيجاد الحلول للقضاء على بطالة الشباب
إيجابي	8	2.58	64	64	30	30	6	6	■ برامج قناة إقرأ تتجنب الحديث عن البطالة
إيجابي	9	2.58	8.6	9	24	24	67	67	■ برامج قناة إقرأ تنبه الجهات المعنية بخطورة البطالة على الشباب وعلى المجتمع

توضح البيانات في الجدول رقم 17 أن قضية البطالة متواجدة في المضامين التي تقدمها قناة إقرأ فكل العبارات المتعلقة بموضوع البطالة كانت إيجابية حيث وافق 72% من مفردات العينة على أن القناة تهتم ببطالة الشباب لا بل أكد 63% منهم أنها تساهم في إعطاء الحلول للمشكلة ولكن الملاحظ على هذه الاستجابات بعض التردد حيث تم تسجيل نسب معتبرة من الحياد كانت 30% بالنسبة للعبارتين (8) و(11) وحتى العبارة (5) فكان موقف 24 مبحوث منها الحياد. هذا التردد لم يظهر في استجابات المحور الأول من الاستبيان حيث كانت مواقف واضحة ويمكن أن يكون هذا التردد راجع إلى عدم صدق المبحوثين في استجاباتهم أو إلى تعاطف المبحوثين مع القناة. وعلى الرغم من خطورة البطالة وتفشيها في أوساط الشباب خاصة خريجي الجامعات فحسب تقرير منظمة العمل العربية¹ يصل متوسط معدل البطالة للفئة العمرية 15-24 في مجموع الدول العربية إلى 30% مقابل متوسط وتشير الإحصائيات أن البطالة بين المتعلمين وخريجي الجامعات والمعاهد العليا تصل إلى

¹ التقرير العربي الثاني حول التشغيل والبطالة في الدول العربية، ص 96

26.6% في المغرب، 19.3% في الجزائر، 17.7% في الأردن ويشير ذات المصدر أن 94% من العاطلين عن العمل في مصر من الفئة العمرية 15-29. فرغم أهمية قضية البطالة لم تطلع الباحثة أثناء زمن القيام بالدراسة على أي برنامج مخصص لمناقشة الموضوع في قناة إقرأ ما عدا برنامج "السوق" حيث تبث القناة الجزء الثالث منه وهو لملكها " صالح كامل" الذي يناقش بعض قضايا الشباب وفي هذا الجزء يجتمع ببعض الشباب ويناقش قضاياهم. ووجود هذا البرنامج قد يبرر نسب الموافقة المذكورة.

جدول رقم-18- يوضح ترتيب العبارات المتعلقة بقضية التعليم:

الرأي	ترتيب العبارة	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ت	%	ت	%	ت	
إيجابي	7	2.70	6	6	17	17	77	77	■ برامج قناة إقرأ تنادي بتحديث نظم التعليم بما يتفق مع اتجاهات الشباب
إيجابي	9	2.51	10	29	29	61	61	61	■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أجتهد في الدراسة
إيجابي	11	2.45	13	13	29	29	58	58	■ برامج قناة إقرأ تناقش مشاكل نظم التعليم في البلدان العربية
إيجابي	13	2.41	13	13	33	33	54	54	■ برامج قناة إقرأ تشجع الشباب على اختيار التخصصات العلمية حسب رغباتهم
محايد	14	2.04	21	21	53	53	26	26	■ برامج قناة إقرأ تنادي بإصلاح مناهج التعليم بما يتوافق و متطلبات السوق

حسب الاستجابات المدونة في الجدول -18- يتضح أن قناة إقرأ تهمل إلى حد ما قضية التعليم وما تعلق بها من انشغالات. وقد جاءت العبارة "برامج قناة إقرأ تنادي بتحديث نظم التعليم بما يتفق مع اتجاهات الشباب" في المرتبة السابعة بموافقة 77% كما حظيت العبارة بالمرتبة التاسعة المتعلقة بتشجيع الرسالة الإعلامية المقدمة في القناة الشباب على الاجتهاد و بموافقة 61% وقد يكون السبب في هذه النتيجة إلى تأثير الشباب بالقيم الإيجابية التي تدعو إليها تلك الرسالة وليس إلى وجود برامج تهتم بموضوع التعليم وتدهور مستواه حيث ظهر الحياد بوضوح على مواقف المبحوثين في العبارات المتعلقة بتحديث نظم التعليم حسب متطلبات السوق بمتوسط 2.04 لكليهما. بينما وافق 58% على أن برامج قناة إقرأ تناقش مشاكل نظم التعليم وهذه النتيجة تترجم تضارب في الاستجابات فأفراد العينة يوافقون على أن القناة تناقش مشاكل نظم التعليم بينما يترددون و يكتفون بالحياد حول مشكلة من أبرز تلك المشاكل وهي عدم التوافق مع متطلبات السوق. و ما يؤكد هذا التضارب هو عدم وجود أي

برنامج يهتم بمسألة التعليم ونظمه التي تعاني من عديد المشكلات على الأقل خلال الدورة البرمجية 2012/2011.

وعلى العموم يمكن إرجاع تردد المبحوثين حول العبارات المتعلقة بالبطالة و كذا العبارات المتعلقة بالتعليم إلى أن رأيهم حول القضيتين السابقتين يعبر عن اتجاه قديم نحو القناة خاصة وأن معظمهم وبنسبة 63% يشاهدون برامجها أكثر من سنتين و عليه فاستجاباتهم قد تكون نتيجة لخبرات سابقة اكتسبوها من مشاهدتهم لبرامج قديمة وليس للبرامج في 2012/2011. وقد يعود السبب إلى تعاطف المبحوثين مع قنواتهم المفضلة فجاءت استجاباتهم لتبرز الجانب الإيجابي دون ذكر أي سلبيات.

جدول رقم-19- يوضح ترتيب العبارات المتعلقة بقضية الحوار وحرية التعبير:

العبرة	موافق		محايد		معارض		المتوسط	ترتيب العبرة	الرأي
	%	ت	%	ت	%	ت			
■ برامج قناة إقرأ تعمل على نشر ثقافة الحوار في الأسرة المسلمة	91	91	7	7	1	1	2.90	1	إيجابي
■ برامج قناة إقرأ ترشد الشباب إلى الطرق السليمة في التعبير عن آرائهم	89	89	7	7	4	4	2.84	2	إيجابي
■ برامج قناة إقرأ شجعتني على التعبير عن آرائي	84	84	11	11	4	4	2.80	3	إيجابي
■ برامج قناة إقرأ تكفل للشباب حق التعبير و تحرم الفتاة من ذلك	4	4	13	13	83	83	2.78	4	إيجابي
■ برامج قناة إقرأ تعتبر إفصاح الشباب عن آرائهم نوع من التمرد على الآباء	79	79	20	20	1	1	2.77	5	إيجابي

يوضح الجدول رقم 19 أن تناول موضوع الحوار و حرية التعبير يتصدر القضايا التي نتناولها برامج قناة إقرأ حيث تحصلت العبارات الخمسة المتعلقة بالحوار أعلى نسب الموافقة وكان ترتيبها في المراتب الأولى على التوالي. "فالعبرة ببرامج قناة إقرأ تعمل على نشر ثقافة الحوار في الأسرة المسلمة" لموافقة 91% أما المعارضة فكانت من طرف مبحوث واحد فقط ولكي يكون الحوار بناء ذا تأثير إيجابي في قرارات الشاب فلا بد من تزويده بالطرق الصحيحة في التعبير لتجاوز مشكل أخطر وهو سوء فهم الشباب للحرية وهروبهم من الاستماع إلى النصح والتوجيه ظنا منهم أن ذلك تسلط من الكبار وهذا ما وجده الشباب المبحوث في برامج إقرأ حيث وافق 89% على العبرة "برامج قناة إقرأ ترشد الشباب إلى الطرق السليمة في التعبير عن آرائهم".

وعند شيوع جو الحوار في الأسرة يكتسب الشاب الثقة في النفس و روح المبادرة في طرح كل أفكاره دون أي خوف فيبادر في التعبير عن آرائه وهذا ما أكده 84 % و بمتوسط قدر ب 2.80 خاصة وأن المبحوثين يعارضون العبارة "برامج قناة اقرأ تعتبر إفصاح الشباب عن آرائهم نوع من التمرد على الآباء" بنسبة 79% إذ لا تعارض بين قيمة بر الوالدين وبين الحق في حرية الرأي و التفكير. وتأكيدا للدور الإيجابي الذي لعبته قناة اقرأ في الحث على فتح قنوات الحوار والتواصل الإنساني بين أفراد الأسرة فقد عارض معظم المبحوثين العبارات السلبية ، فعارض 83% فكرة أن الخطاب الموجه عبر القناة يكفل للذكور فقط حق التعبير و يحرم الإناث من ذلك الحق بنسبة 83% بينما كان موقف 13% الحياد .

وما يمكن ملاحظته أن استجابات أفراد العينة جاءت منسجمة خالية من التضارب الذي سجل بشأن قضيتي البطالة والتعليم. ولعل ذلك راجع إلى التأثير الفعلي من طرف أفراد العينة بالرسالة الموجهة إليهم عبر برامج اقرأ وإدراك هذه الأخيرة لحاجة الشباب لتناول موضوع الحوار وحرية التعبير في أسر الشباب ،على اعتبار أن استيعاب المجتمع لحاجات الشباب من حيث رغبته في الإقناع و الإقتناع و نزوعه إلى التحرر لن يبدأ إلا بالحوار الأسري فهو يبدأ بالأسرة كونها الخلية الاجتماعية الأولى التي تهتم بتنشئة الشاب وإعداده لتحمل مسؤولياته و المشاركة الفعالة في المجتمع.

وبالرجوع إلى برامج قناة اقرأ نجد برنامج خاص بموضوع الحوار وهو برنامج "حاورني" للدكتورة "نسبية المطوع" فتتواصل فيه مع الشباب والشابات وجها لوجه وتطرح مشكلاتهم وتحاورهم فيها. لإلقاء الضوء الشرعي والتربوي عليها ويبحثها الحضور بشكل متفاعل مع الدكتورة . وهذه النوعية من البرامج التفاعلية تحقق فكرة التقبل لشخصية الشاب و ذاته المنفردة كما توفر له فرصة الإنصات بإتاحة الفرصة له للتعبير عن أنفسهم وما يحول في أذهانهم .

النتائج المذكورة في الجدول أعلاه تشير إلى الدور التربوي الذي يقوم به الإعلام الإسلامي المرئي وهي تتفق ونتائج دراسة(منور عدنان نجم¹) حول المجتمع الفلسطيني فكشفت الدراسة عن قيام وسائل الإعلام الإسلامي بالدور التربوي المناط بها في المجتمع الفلسطيني

¹ انظر الدراسات السابقة (الدراسة الرابعة)

بنسبة (75.4%) ، فهي تقوم بالدور البنائي (77.6 %) ، و الدور الوقائي (75.7%) ، و الدور العلاجي (72.9%)

فالدور التربوي الذي قامت به قناة إقرأ هو دور علاجي ، بنشر الحوار داخل الأسر المسلمة وعلاج مشكلة الصراع الخفي أو الظاهر بين الآباء و الأبناء سببه انتشار فكرة الوصاية التي يحملها الجيل الأكبر دوما اتجاه الجيل الأصغر على أساس أنه صاحب التجربة والخبرة الحياتية و القناة بذلك تحارب الفكر البطريالي التي سيطر و لا زالت يسيطر على عقلية المجتمعات العربية .

جدول رقم-20- يوضح ترتيب العبارات المتعلقة بقضية الزواج:

الرأي	ترتيب العبارة	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ت	%	ت	%	ت	
إيجابي	6	2.71	/	/	29	29	71	71	■ برامج قناة إقرأ تساعدني في تحديد المعايير السليمة(الشروط) في اختيار شريك المستقبل
إيجابي	10	2.50	11	11	28	28	61	61	■ برامج قناة إقرأ تناقش أسباب امتناع الشباب عن الزواج
إيجابي	12	2.48	54	54	40	40	6	6	■ برامج قناة إقرأ تتجنب الحديث عن مشكلة العنوسة
إيجابي	13	2.44	10	10	36	36	54	54	■ برامج قناة إقرأ تدعو إلى التيسير في الشروط الخاصة بالزواج لتفادي العزوف عن الزواج

بملاحظة الجدول رقم 20 يتبين أن العبارات المتصلة بمسألة الزواج كانت في المراتب الأخيرة ما عدا العبارة المتعلقة بمعايير الاختيار في الزواج والتي كانت في المرتبة السادسة بموافقة 71% أما 29% فكان موقفهم الحياد و المعارضة كانت معدومة نحو هذه العبارة .

أما العبارات الأخرى و المتعلقة بمناقشة ظاهرة العنوسة أو تأخر الزواج التي استفحلت في المجتمعات العربية فكانت في الترتيب الثاني عشر حيث عارض 54 مبحث فكرة أن القناة تتجنب مناقشة الموضوع و الذي يجب التوقف عنده هو الموقف الحيادي الذي سجله 40% من المبحوثين. كما يرى 54% أن القناة تقوم بدورها في انتقاد الشروط الاجتماعية المفروضة على الشباب المقبل على الزواج وتدعو إلى التيسير .

و اعتماد الشباب على قناة إقرأ في تحديد الشروط المناسبة للاختيار الزواجي يدعم ما سبق الإشارة إليه في الفصل الثالث من الدراسة حول دور وسائل الإعلام في تحديد معايير

الاختيار للزواج. فمعايير الاختيار للزواج التي كانت و لوقت قريب تستمد من داخل الأسرة و تنبثق من ثقافة السائدة في المجتمع أصبحت وسائل الإعلام أحد العوامل المحددة لطريقة الاختيار. فقد أثبتت إحدى الدراسات التي أجريت على 100 طالب جامعي أن 32% أشاروا أن الأفلام التي شاهدوها و البرامج التي سمعوها و كذا الكتب و المجالات التي قرؤوها ساهمت في تحديد الصفات التي تمنوا وجودها في شريك أو شريكة الحياة و تأثروا بها عند اتخاذ قرار الزواج بشكل مباشر أو غير مباشر.

ومساعدة فضائية إسلامية كقناة إقرأ الشباب في تحديد معايير الاختيار الزواجي تكون إيجابية إلى حد كبير فهي تجمع بين عاملين في الاختيار الأول والمتمثل في عامل الإعلام والثاني و المتمثل في الدين ،على اعتبار أنها تعتمد على الدين الإسلامي في فلسفتها الإعلامية وبناء على ذلك فهي تبرز الشروط الذي وضعها الدين الإسلامي للزواج و على رأسها الالتزام الديني و التحلي بالأخلاق وهذا ما أكدته الأحاديث النبوية : « إذا خطب إليكم من ترضون دينه وخلقه فزوجوه ،إلا تفعلوا تكن فتنة في الأرض وفساد عريض »¹ و كذا حديث الرسول عليه السلام : « تنكح المرأة لأربع لجمالها ومالها و حسبها و دينها فأظفر بذات الدين تربت يداك »² فإبراز هذه الشروط يجعل الشاب المتابع لقناة إقرأ يعتمد الأسس الصحيحة في الاختيار والتي تؤثر مستقبلا على حياته الزوجية وتساعد في استقرارها. وعليه فالقناة وحسب التردد الذي ظهر على استجابات المبحوثين لم تتناول موضوع الزواج من كل الجوانب وبالشكل المطلوب ما عدا ما تعلق بمعايير الاختيار ولكن قبل توضيح تلك المعايير لا بد من تسهيل فرص الزواج و إيجاد الحلول لظاهرة العنوسة .

¹ حديث نبوي رواه الترمذي
² حديث نبوي رواه البخاري

3.3. عرض و تفسير استجابات أفراد العينة حول المحور الثالث :

جدول رقم - 21 - يوضح استجابات أفراد العينة حول المحور الثالث

المرتب ة	المتوسط الحسابي	معارض			رقم العبارة	العبارة
		معارض	محايد	موافق		
		ت %	ت %	ت %		
9	2.27	17	39	44	3	■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني التزم في المواعيد
		17	39	44		
6	2.52	4	39	57	6	■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أتقن عملي
		4	39	57		
3	2.71	7	14	79	9	■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أواظب على أداء الواجبات الدينية
		7	14	79		
8	2.45	10	34	58	12	■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أواظب على الصلاة في المسجد
		10	34	58		
1	2.75	7	10	83	15	■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ زاد احترامي للآخرين (الأهل الجيران، الزملاء)
		7	10	83		
1	2.75	3	19	79	18	■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أقدم يد المساعدة للآخرين
		3	19	79		
7	2.51	10	29	61	22	■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أخصص وقت لزيارة الأهل و السؤال عن أحولهم
		10	29	61		
3	2.71	6	17	77	28	■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ ساعدتني على أختار القنوات والبرامج لا تتعارض مع تعاليم ديني
		6	17	77		
2	2.72	4	19	77	31	■ بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ زاد شعوري بالمسؤولية اتجاه الآخرين
		4	19	77		
4	2.67	6	21	73	34	■ بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ زادت ثقتي بنفسي
		6	21	73		
2	2.72	2	21	73	37	■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أتسامح أكثر مع الآخرين
		3	21	73		
3	2.71	5	22	73	42	■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أتعامل بهدوء وأبتعد عن الانفعال والعصبية
		5	22	73		
4	2.67	3	27	70	46	■ بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ زاد تقديري لذاتي
		3	27	70		
5	2.57	8	26	66	47	■ بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ أصبحت أعتد على نفسي أكثر و ابتعدت عن التواكل على الآخرين
		8	26	66		
1	2.75	2	21	77	48	■ بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ أصبحت أتفاعل مع الآخرين أكثر (الابتعاد عن الانعزال)
		2	21	77		

بالرجوع للجدول أعلاه نلاحظ أن المرتبة الأولى في هذا المحور كانت لثلاث عبارات

(18)، (48)، (15) بمتوسط حسابي 2.75 والجدير بالذكر أن العبارات الثلاثة متعلقة

بالسلوكات الاجتماعية

فالعبارة (15) "متابعتي لبرامج قناة إقرأ زاد احترامي للآخرين (الأهل الجيران، الزملاء)" حظيت بنسبة موافقة أكبر مقارنة بالعبارتين (18)، (48) والتي قدرت ب 83% أما المعارضة كانت 7% فالمبحوثون ومن خلال استجاباتهم زاد احترامهم لغيرهم بفضل متابعة برامج القناة.

أما نسبة الموافقة للعبارة (18) "متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أقدم يد المساعدة للآخرين" كانت 79% من عينة الدراسة والتي تؤكد أن الإعلام الإسلامي ساهم في غرس قيمة اجتماعية إنسانية ذات بعد إسلامي و هي قيمة التكافل الاجتماعي بينما العبارة (48) "بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ أصبحت أتفاعل مع الآخرين أكثر(الابتعاد عن الانعزال) " فقدرت الموافقة ب77% أما المعارضة لم تكن سوى من مفردة واحدة من أفراد العينة وبمتوسط قدره 2.75 و عليه فالقناة(قناة إقرأ) ومن خلال برامجها عززت لدى الشباب سلوك اجتماعي غاية في الأهمية و هو التفاعل مع الآخرين .

و المرتبة الثانية كانت لعبارتين إحداهما تؤكد على قيمة اجتماعية متعلقة بالمجتمع والثانية تحمل قيمة ذاتية متصلة بالفرد وهما العبارتين(42)و(31) وبمتوسط حسابي 2.72 لكليهما، فالعبارة (31) "متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أشعر بالمسؤولية اتجاه الآخرين " كانت نسبة الموافقة 77.1% وهذه النتيجة تدل أن مشاهدة قناة "إقرأ" غرست في شخصية المبحوثين قيمة مهمة و هي الشعور بالمسؤولية فكثيرا ما يوصف الشباب بالاستهتار وانعدام المسؤولية وهذا ما يؤثر سلبا على بناء شخصيتهم من جهة وارتكابهم لأخطاء فادحة تضر بهم وبالمجتمع.

بينما العبارة (37) "متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أتسامح مع الآخرين" بموافقة 73% ووجه الاختلاف بين هذه العبارة والتي سبقتها أن نسبة الحياد كانت 21% .

وفي المرتبة الثالثة كانت ثلاث عبارات (9)، (28)، (45) وبمتوسط حسابي 2.71. بالنسبة للعبارتين(9)"متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أواظب على أداء الواجبات الدينية ، (28) "متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أختار القنوات والبرامج التي تفيدني ولا تتعارض مع تعاليم ديني " فقد تضمنتا سلوكيات ذات صلة بالدين فالعبارة(9) كانت بموافقة 79% أما نسبة المعارضة 7% والعبارة (28) كانت بموافقة 77% بينما المعارضة كانت 6%. أما

العبارة (42) "متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أتعامل بهدوء وأبتعد عن الانفعال والعصبية" بموافقة 73%

وفي الترتيب الرابع كانت العبارتين (31) و (46) بمتوسط حسابي 2.67 وتحمل كل منهما قيمة متعلقة بالذات وهما الثقة بالنفس و تقدير الذات فالعبارة (31) " بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ زادت ثقتي بنفسي " بموافقة 73% أما 21% من عينة الدراسة فاكتفت بالحياد أما العبارة (46) "بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ زاد تقديري لذاتي " فكانت نسبة الموافقة 70% و 27% كان موقفهم الحياد .

و تأكيدا لآراء المبحوثين حول العبارتين السابقتين جاءت في الترتيب الخامس العبارة(48) "بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ أصبحت أعتمد على نفسي أكثر و ابتعدت عن التواكل على الآخرين)" جاءت في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 2.57 .

ويليها في الترتيب العبارة (6) والتي تضمنت قيمة إتقان العمل بمتوسط حسابي 2.52 بنسبة موافقة 57% أما 39% فقد اكتفوا بالحياد.

وفي المرتبة السابعة كانت العبارتين (22)، بمتوسط حسابي 2.51 بموافقة 61% و معارضة 29% وحياد 10% من أفراد عينة الدراسة .

وفي في المرتبة الثامنة كانت العبارة المتعلقة بالمواظبة على صلاة المسجد في المرتبة الثامنة وهي العبارة " متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أواظب على الصلاة في المسجد" بمتوسط حسابي 2.45 بموافقة 58% و معارضة 10% العبارة وإن حظيت بموافقة حوالي نصف أفراد العينة فإنها كانت في المرتبة ما قبل الأخيرة مقارنة بباقي العبارات الأخرى فرغم أهمية الصلاة في حياة المسلمين وما لصلاة المسجد من دور بالغ في بناء شخصية الفرد .44% من المبحوثين وبمتوسط قدر ب2.27.

جدول رقم-22- العبارات المتعلقة بالسلوكيات المتصلة بالآخرين:

العبارة	موافق		محايد		معارض		المرتبة العبارة	المتوسط الحسابي	الرأي
	ت	%	ت	%	ت	%			
■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ زاد احترامي للآخرين	83	83	10	10	7	7	1	2.75	إيجابي
■ بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ أصبحت أتفاعل مع الآخرين أكثر(الابتعاد عن الانعزال)	77	77	22	22	1	1	1	2.75	إيجابي
■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أقدم يد المساعدة للآخرين	79	79	19	19	3	3	1	2.75	إيجابي
■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أتسامح أكثر مع الآخرين	73	73	21	21	2	2	2	2.72	إيجابي
■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أخصص وقت لزيارة الأهل و السؤال عن أحولهم	61	61	29	29	10	10	7	2.51	إيجابي
■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني التزم في المواعيد	44	44	39	39	17	17	9	2.27	محايد

من خلال الجدول (22) يتضح أن برامج قناة إقرأ ساهمت في تعزيز السلوكيات الإيجابية نحو الآخرين حيث حصدت ثلاث عبارات متعلقة بالسلوكيات والقيم الاجتماعية المرتبتين الأولى والثانية بمتوسط قدر ب 2.75 حيث أكد المبحوثون وبنسبة 83% أن متابعتهم لبرامج قناة إقرأ زادت من احترامهم للآخرين وأكد 77% منهم أن متابعته لقناة إقرأ زاد تفاعلهم مع الناس كما أقر 79% أن متابعتهم لقناة إقرأ غرست فيهم قيمة من أهم ميزات المجتمع الإسلامي وهي قيمة التكافل الاجتماعي وتقديم يد المساعدة للآخرين وفي السياق ذاته كانت العبارة الخاصة بقيمة التسامح في المرتبة الثانية بموافقة 73 مبحوث وهذه النتائج تؤكد أن قناة إقرأ تسعى إلى أن تلعب دورا اتصاليا مختلفا في الفضاء الاتصالي العربي والذي ساهم بشكل أو بآخر في تراجع القيم الاجتماعية و الإنسانية في حياة المجتمعات العربية والتي ساهمت على رأي أحد الباحثين "في الضمور للبعد الإنساني وللفاعلية الإبداعية الحقيقية وهو نتيجة حتمية لتعقيم الحياة من القيم الإنسانية و الأخلاقية"¹ ولكن إذا كان تعزيز القيم الإيجابية لقي موافقة كبيرة فإن ترجمة تلك القيم إلى سلوكيات فعلية لم يكن كذلك حيث كان سلوك التزاور في المرتبة السابعة بمتوسط قدره 2.51

¹ إدريس مقبول، الفضائيات العربية وتهديد القيم، ورقة مقدمة لمؤتمر الفضائيات العربية والهوية الثقافية، جامعة الشارقة، الإمارات العربية 2007،

وموافقة 60% أي أن قيمة التفاعل الاجتماعي لم تترجم إلى سلوكيات عملية . أما احترام المواعيد فكان الموقف محايداً حيث غلب الحياد حول عبارة "برامج قناة إقرأ جعلتني التزم بالمواعيد وذلك بنسبة 39% و معارضة 17% .

وهذه الاستجابات تتبين أن برامج قناة إقرأ لم تكن مؤثرة بالشكل المطلوب في علاج السلوكيات المعوجة كسلوك اللامبالاة وعدم التقيد بالمواعيد ويمكن إرجاع ذلك إلى وجود عوامل أخرى تؤثر على سلوكيات الشباب كمؤسسات التنشئة الاجتماعية و نمط التربية في الأسرة . وهذا ما ذهبت إليه دراسة (بومعيزة) والتي بينت أن أغلبية الشباب المبحوث لا يرون أن وسائل الإعلام زادت من ارتباطهم بالقيم. فوسائل الإعلام لا تقوم بتغيير قيم الشباب ولكن دورها مكمل لمؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأُسرة والمدرسة.

وعلى العموم هذه النتائج تؤكد أن البرامج الشبابية المكثفة في قناة إقرأ كان لها تأثير واضح عكسته استجابات المبحوثين في إقرارهم بتأثير القناة الإيجابي في قيمهم الاجتماعية ومن بين تلك البرامج البرنامج ذا الشعبية الكبيرة لدى الشباب المتابع للقنوات الإسلامية "ضع بصمتك" وهو برنامج تفاعلي يشجع في كل حلقة على سلوك إيجابي ويحفز لتطبيقه عملياً كما يتيح البرنامج للشباب فرصة تسجيل إنجازاتهم وإرسالها إلى البرنامج ثم عرض مبادراتهم الإيجابية .

جدول رقم 22 يوضح العبارات المتعلقة بالسلوكيات الدينية:

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط	مرتبة	الرأي
	%	ت	%	ت	%	ت			
■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أواظب على أداء الواجبات الدينية	79	79	14	14	7	7	2.71	3	إيجابي
■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أختار القنوات والبرامج التي تفيدي ولا تتعارض مع تعاليم ديني	77	77	17	17	6	6	2.71	3	إيجابي
■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أواظب على الصلاة في المسجد	58	58	34	34	10	10	2.45	8	إيجابي

حسب البيانات في الجدول 22 أن قناة إقرأ ساهمت بفعالية في التأثير في تنمية الوازع الديني لدى الشباب والذي ساعدهم على المواظبة على أداء العبادات حيث وافق على هذه الفكرة 79% منهم كما وافق 77% على أن متابعتهم لبرامج القناة جعلتهم يراعون أحكام الدين الإسلامي أثناء مشاهدة القنوات الفضائية وهذه النتائج تؤكد ما سبق ذكره حول عناصر

الانتماء ومساهمة القناة في ترسخها ويعتبر الدين الإسلامي أهم تلك العناصر كما تبين استثمار الإعلام الإسلامي لاستعداد الشباب الفطري للتدين .

أما العبارة المتصلة بارتياح المسجد وأداء الصلاة فيه فقد كانت متأخرة في الترتيب بمتوسط حسابي 2.45 وموافقة 58% وهذه الموافقة و إن كانت مرضية إلا حد ما لكنها لم تكن مشابهة للموافقة التي حظيت بها العبارتان السابقتان كما أن نسبة الحياد كانت مرتفعة نوعاً ما حيث قدرت ب 34 % و هذا يدل أن الشباب عينة الدراسة متردد في القول بتشجيع الإعلام الإسلامي على ارتياح المساجد والتي لا تعد دور للعبادة فحسب بل أنها مؤسسة تربوية حيوية و فاعلة في تعليم الناس أمور دينهم . وهذه النتيجة تبرر إلى حد ما القول بتعارض دعوة المساجد مع دعوة الفضائيات الإسلامية وبعبارة أصح تأثير هذه الأخيرة على توافد الشباب إلى المساجد على دروس العلم في المساجد، وذلك لاكتفائهم بمشاهدة مواد الفضائيات الإسلامية، والتي يظهر على شاشاتها كثير من العلماء والدعاة المشاهير، مما يحدث نوعاً من الإشباع لدى المشاهد، فلا يرى أن هناك حاجة ماسة للارتباط بدروس المساجد فمن هنا تقلص دور المسجد في تعليم وتوجيه الناس وهذا القول يبقى افتراض مالم تأكده الدراسات العلمية والميدانية وحتى نتائج الدراسة الحالية لا تؤكد هذا الافتراض على اعتبار أن 10% فقط من عارضوا وجود تأثير من طرف قناة إقرأ عي ارتياح المساجد لأداء الصلاة وفي المقابل يمكن أن تكون العلاقة بين المساجد والقنوات الإسلامية علاقة تكامل " حيث تكون دعوة الفضائيات ، سواء كانت من ناحية هزة الفطرة الإنسانية بالخطاب الإيماني، أو من ناحية الثقافة الإسلامية التي تتكون لدى المشاهد في الفقه وأمر العقيدة تكون لدى المشاهد الأرضية التي ينطلق منها الدعاة في المساجد، ويبنون عليها جهودهم، فيوفر على الداعية الجهد والوقت .."¹

¹ عادل مناع، الفضائيات الإسلامية ودعوة المساجد تكامل أم تضارب، <http://www.alukah.net> تاريخ الزيارة: 12/9 /2012 على الساعة

جدول رقم -23- يوضح استجابات العينة حول عبارات القيم المتعلقة بالذات:

العبارة	موافق		محايد		معارض		المرتبة	الرأي
	ت	%	ت	%	ت	%		
■ متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أتعامل بهدوء وأبتعد عن الانفعال والعصبية	73	73	21	21	5	5	3	إيجابي
■ بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ زادت ثقتي بنفسي	73	73	21	21	6	6	4	إيجابي
■ بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ زاد تقديري لذاتي	70	70	27	27	3	3	4	إيجابي
■ بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ أصبحت أعتمد على نفسي أكثر و ابتعدت عن التواكل على الآخرين	66	66	26	26	9	9	5	إيجابي

حسب الجدول أعلاه اتضح أن برامج قناة إقرأ أثرت في نفسية الشباب من حيث نظرتهم إلى أنفسهم وساعدت في ضبط الجانب الانفعالي لديهم فجاءت عبارات القيم المتصلة بالذات في المراتب الأولى حيث جاءت العبارة "متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أتعامل بهدوء وأبتعد عن الانفعال والعصبية" في المرتبة الثالثة بموافقة 77 % و متوسط 2.71 أما العبارتين " بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ زادت ثقتي بنفسي" و العبارة " بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ زاد تقديري لذاتي" بمتوسط حسابي 2.67 وفي المرتبة الرابعة أما العبارة " بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ أصبحت أعتمد على نفسي أكثر و ابتعدت عن التواكل على الآخرين" بموافقة 66% و متوسط 2.57 حيث جاءت هذه الاستجابة كنتيجة للثقة بالنفس وتقدير الذات فبتوفر هذه الميزات يصبح الفرد قادرا على الاعتماد على نفسه وينقص اعتماده على الآخرين .

وهذه الاستجابات تبرهن على أن الإعلام الإسلامي ممثلا في قناة إقرأ استطاع استيعاب الخصائص النفسية للشباب فساهم في مساعدته على ضبط انفعالاتهم ومشاعرهم التي يسيطر عليها القلق و التوتر حيث يصبح الفرد في مرحلة الشباب غير متزن وغير مستقر يصعب التنبؤ باتجاهاته وتصرفاته .وفي مرحلة الشباب ينمو مفهوم الذات والي يعني الفكرة التي يحملها الفرد عن نفسه فقد تكون سلبية و قد تكون سلبية فقد ساعدت قناة إقرأ على رسم صورة إيجابية على ذواتهم

4. مناقشة نتائج الدراسة:

من خلال الدراسة الميدانية ، التي طبق فيها مقياس الاتجاهات على طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة المهتمين بالإعلام الإسلامي و المتابعين لقناة إقرأ لمعرفة اتجاهاتهم حول برامج هذه القناة و دورها في الاهتمام بشريحة الشباب وبعد تحديد تلك الاتجاهات وتفسيرها يمكن الخروج بالاستنتاجات الآتية:

❖ من أهم ما يمكن الوقوف عنده أنه وبالرغم من أن معظم المبحوثين كانت اتجاهاتهم إيجابية فهذا لا يعني عدم وجود نقائص هذه النقائص وإن تردد المبحوثون في بعض العبارات الإشارة إليها فقد ظهرت بوضوح في عادات و دوافع أفراد العينة لمشاهدة قناة إقرأ. فاتفق ما يزيد عن 60% منهم أنهم يشاهدون برامج القناة أقل من نصف ساعة دليل واضح على أن هذا النوع الإعلامي الذي اكتسح الفضاء العربي لم يستطيع أن يصمد طويلا - خاصة إذا كان الجمهور من فئة الشباب- أمام الكم الهائل من القنوات الفضائية، وهذه النتيجة تؤكد ما تم ذكره في الفصل الخامس من الدراسة حول نقائص الإعلام الإسلامي، فنجاح أي عملية إعلامية مهما كانت الوسيلة المستعملة يتوقف على مدى مراعاتها لخصائص الجمهور المستهدف بها. فالشباب لا تستهويه كثيرا البرامج المسجلة و برامج الأستوديو المغلقة ففي ظل أفلام الأكشن الهوليوودية وتلفزيون الواقع بطبعاتها العربية يكون التحدي كبير أمام قناة إقرأ وباقي القنوات الإسلامية في جذب الشباب.

❖ ومع ذلك الإعلام الإسلامي المرئي وجد له مكانا في الإعلام الفضائي العربي الذي يضم مئات القنوات المختلفة العربية و الأجنبية حيث لاقت قناة إقرأ موضوع الدراسة إقبالا جماهيريا فاحتلت مراتب متقدمة مقارنة بالقنوات الإسلامية . ويمكن تفسير ذلك "أن الاتجاه الإيجابي نحو الفضائيات الدينية من طرف الشباب الجزائري، واتساع حقل المشاهدة لبرامجها مع ما يذكر لها من سلبيات ونقائص، لأنها أصبحت المتنفس القيمي الذي تهوي إليه أفئدة المشاهدين، في ظل الانحراف الكبير الذي يسجل على بعض الفضائيات العربية في

معالجتها للقضايا والمشكلات الواقعية من منطلقات ثقافة هجينة ومستوردة لا تمت بصلة إلى ثقافتنا السائدة.¹

❖ كما أن فكرة إعلام الأنا وطرح البديل الإعلامي الإسلامي كانت ظاهرة بقوة ،هذا ما ترجمته اتجاهات عينة الدراسة فكانت إيجابية نحو دور الإعلام الإسلامي في ربط الشباب الجامعي بانتمائه الثقافي العربي و الإسلامي فقد نجحت قناة إقرأ(من خلال برامجه المتنوعة) في تجذير علاقة الشباب بهويتهم الثقافية النابعة من أصولهم العربية والإسلامية .و حسب استجابات أفراد العينة كان دور القناة الأهم هو تعريف الشباب بالتاريخ الإسلامي وتقريب سيرة الرسول -عليه السلام - إلى حياتهم و مساعدتهم على اتخاذ نماذج من سيرته الشريفة قدوة لهم في حياتهم اليومية .خاصة و أن موضوع القدوة وانتقاء النموذج بالغ الأهمية في تكوين شخصية الشباب التي تعرضت للتنميط على شاكلة المسلسلات الأمريكية وأفلام هوليوود و أبطالها الوهميين فإذا كانت معظم القنوات الفضائية التي كانت دائما تركز على أخبار نجوم تصنعهم بإعطائهم الاهتمام والحضور المستمر على شاشاتها كنجوم كرة القدم والمطربين والمطربات والممثلين والممثلات فإن قناة إقرأ أعطت الأولوية لمواضيع أخرى وأبرزت شخصيات مختلفة و قريبة من ثقافة الشاب و مدعمة لانتمائه تمثلت في شخص الرسول عليه السلام .

فنتائج الدراسة أكدت أن الإعلام الإسلامي المرئي استطاع -إلى حد ما - كسب الرهان حول تفعيل الدور الثقافي للتلفزيون في توعية الشباب و تعميق روح الوطنية و الانتماء ببعديه القومي والوطني.

❖ أما باقي عناصر الانتماء فلم تحظى بنفس القدر من الاهتمام فقد احتلت مراكز متأخرة كاللغة العربية التي تعد واحدة من أهم عناصر الهوية وهذا يدل أن واقع اللغة العربية في قناة إقرأ لم يختلف كثيرا عنه في باقي القنوات العربية الأخرى فالإعلام الإسلامي لم يشذ عن القاعدة قاعدة انعدام الاهتمام الكافي بمستوى اللغة العربية في وسائل الإعلام .

❖ ولكن البديل الإعلامي الجديد وان استطاع ربط الشباب بانتمائه الحضاري فهو ما زال غير قادر على النهوض بكافة اهتمامات الشباب، إذ أن الجانب الإيماني و إن كان الأهم فليس

¹ رحيمة عيساني: اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية ودورها في توعيته ضد التطرف والتعصب،مرجع سابق

هو الجانب الوحيد الذي ينبغي التركيز عليه في التعامل مع فئة الشباب .و رغم ذلك كان اتجاه الشباب نحو اهتمام الإعلام الإسلامي بقضاياها الاجتماعية إيجابيا على العموم ولكنه يرى أي الشباب الجامعي أن هذا الإعلام اهتم بقضايا على حساب أخرى فتأتي قضية الحوار و حرية التعبير في طليعة القضايا المطروحة .

وهذا دليل على أن الإعلام الإسلامي يفتقر إلى النظرة الشمولية في التعامل مع المجتمع وقضاياها وهذا يعود إلى حداثة التجربة وقلة الخبرة بالنسبة للفضائيات الإسلامية عامة ❖ ورغم حداثة التجربة فقد أثرت في عدة نواحي في متابعتها هذا التأثير ترجمه الاتجاه الإيجابي للشباب المبحوث نحو تأثير برامج قناة إقرأ في سلوكياته ،حيث نجحت القناة حسب رأي المبحوثين في تعديل بعض بالسلوكات السلبية : كالعزلة ، التواكل، و تعزيز سلوكات إيجابية فكانت السلوكيات الاجتماعية في الصدارة كسلوك التفاعل الاجتماعي ، قيمة التكافل الاجتماعي. كما سجلت القيم المتعلقة بالذات نسب موافقة مقبولة كالثقة في النفس و تقدير الذات.

❖ وعلى العموم نتائج الدراسة تؤكد إلى حد ما فكرة الإعلام البديل الذي تسعى لتحقيقه وسائل الإعلام الإسلامي من خلال ما تنشره من قيم إيجابية لدى المتلقي وتعديل السلوكيات السلبية

ففي حين أن كثير من وسائل الإعلام العربية و الغربية خاصة القنوات الفضائية لها تأثيرات سلوكية سلبية على مشاهديها وهذا ما تأكده الإحصائيات والدراسات الميدانية ففي دراسة حول انعكاسات تكنولوجيا الاتصال و الإعلام الحديثة على قيم الشباب¹ أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين يرون أن ما يعرض عبر القنوات الفضائية العربية من برامج وحصص يتنافي أحيانا مع قيمنا داخل المجتمع ، وذلك بنسبة(66.08 %) ، وهناك من يرى بأن كل ما يعرض عبر هذه القنوات الفضائية العربية يتعارض كلية مع قيمنا الثقافية والدينية والاجتماعية وذلك بنسبة31.30% وهذا يعني أن هناك اتفاق و إجماع من طرف الشباب أن ما يبث عبر شاشة القنوات الفضائية العربية من أفلام ومسلسلات وأخبار وبرامج

¹ محمد الفاتح حمدي، استخدامات تكنولوجيا الاتصال و الإعلام الحديثة و انعكاساتها على قيم الشباب،رسالة ماجستير غير منشورة ،قسم دعوة و إعلام ،جامعة باتنة ،الجزائر،2009،ص 357

متنوعة يتعارض في بعض الأحيان مع قيمنا السائدة داخل المجتمع الجزائري كما أكدت دراسة أخرى عن أنماط مشاهدة الشباب الجزائري للقنوات الفضائية أن 73% منهم أكدوا أن ما يتم عرضه من برامج الفضائيات يسبب الإحراج لهم أثناء المشاهدة مع أفراد الأسرة بسبب البرامج الفاضحة والخليعة التي تتنافى و أخلاق الأسر الجزائرية و الغريب في نتائج الدراسة أن المبحوثين وعلى الرغم من وعيهم بمخاطر البرامج التلفزيونية الوافدة إلا أنهم يقبلون عل مشاهدتها بكثافة فهي حسب وجهة نظرهم تملأ وقت فراغهم وتنمي معارفهم وتجاربهم الحياتية.¹

وفي السياق ذاته جاءت نتائج دراسة (البياتي 2006)² مؤكدة نتائج الدراسة السابقة فأجاب 66% من عينة الدراسة أنهم يرون أن للتلفزيون آثار سلبية على عادات و قيم الشباب ، كما أجاب 3% أنه (التلفزيون) يؤدي إلى انتشار الجريمة ، و أجاب 14% أنه يؤدي إلى الكسل و التراخي و 2% إلى شيوع الرذيلة ، و في سؤال آخر أجاب 80% إلى أنه يؤدي إلى شيوع الاستهلاك في حياة الفرد و الأسرة ، و في إجابة أخرى ذكر 26.5% أن التلفزيون يشيع ظواهر الموضحة و قص الشعر ، و أجاب 9.5% أنهم يقلدون نجوم التمثيل و الأفلام و المسلسلات في سلوكهم، و أجاب 8.5% أنهم يتأثرون بالمفردات و الكلمات و الألفاظ السلبية من خلال التلفزيون .

فالشباب -حسب نتائج الدراسات المذكورة- يدرك خطورة ما تبثه بعض الفضائيات العربية و معظم الفضائيات الأجنبية ولكنه في المقابل يستمر في متابعتها و هذا يعكس حجم الحيرة التي يعانيها الشاب العربي و كذا التناقض الذي يعيشه و الدليل على هذا التناقض نتائج عدة دراسات حول البرامج المفضلة للشباب الجامعي و التي خلصت أن البرامج الدينية تحتل نسب مشاهدة مقبولة من طرف الشباب فقد جاءت نتائج دراسة عاطف عدلي العبد وزميلته على دراسة أنماط مشاهدة تسع عشرة قناة من قبل طلبة و طالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة فقد حصلت البرامج الدينية على نسبة 94.2% من النوعية الأولى من برامج القنوات الفضائية وأيضاً حصلت البرامج الدينية على نسبة 82.5% من مشاهدي

¹ نور الدين بلليل وآخرون، القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب، مجلة اتحاد الإذاعات العربية،

العدد 4، 2004، ص 4

² سعيد عبداً لله حارب، مرجع سابق

القناة الفضائية المصرية، وحصلت البرامج الثقافية في القناة نفسها على نسبة مشاهدة بلغت 75 %¹

ومن أسباب هذا التناقض هو التناقض في البرمجة فالمتأمل في ما يتلقاه الشباب العربي يجد أن نفس القنوات تبث أفلام العنف و الجريمة و الإثارة وتشغل معظم فترات إرسالها بالمنوعات والمواد الإشهارية المحملة بالقيم السلبية و لكنها من ناحية أخرى تعرض برامج دينية تتحدث عن مثل سامية وقيم روحانية هذا ما خلق لدى المشاهد حالة من الحيرة و الارتباك لتتساوى فيها كل القيم المنحرفة والسوية على حد سواء² و هذا الارتباك ينعكس على شخصية المتلقي الذي يصبح في حالة رضا و قبول لكل ما يعرض سواء كان منحرفا يتعارض مع ثقافته و قيمه أو سويا ينسجم معها و ينبثق منها.

ومن هنا تبرز الحاجة إلى وجود إعلام يهدف لجذب اهتمام هذه الفئة (الشباب) ليبدد حيرتها من جهة و يكيف مضامينه وفق الإنتماء الثقافي و الحضاري لها ليساهم في القضاء على الازدواجية الفكرية والثقافية التي تميز الساحة الإعلامية العربية وهذا ما يسعى إليه الإعلام الإسلامي - حسب وجهة نظر القائمين عليه- الذي يطرح من خلال وسائله البديل الإعلامي .

هذا البديل و بالرجوع إلى نتائج الدراسة الحالية استطاع إلى حد ما أن يحدث تأثير في إيجابيا في سلوكيات وقيم الشباب فالإعلام الإسلامي المرئي ورغم حداثة التجربة وما اكتنفها من نقائص استطاعت أن تحدث تأثير إيجابي على مستوى الشخصية و السلوك لدى المتلقي. وعند التوقف عند نتائج الدراسة الحالية و مقارنتها بنتائج الدراسات المذكورة وغيرها من الدراسات التي استهدفت البث الفضائي وتأثيره في قيم و سلوكيات الشباب نجد أنها تتوافق و الافتراض الذي تقوم عليه نظرية الحتمية القيمية في الإعلام و الذي "يعتبر الإعلام رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة النابعة من المعتقد. و لذلك فإن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابيا إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم، وكلما زادت قوة العلاقة بينهما كان

¹ سيد محمد ساداتي الشنقيطي، لقنوات الفضائية المأخذ والإيجابيات، <http://uqu.edu.sa/> تاريخ الزيارة 27/ 11/ 2011 على الساعة 10:32

² سامية جفال، التحديات الإعلامية العربية في عصر العولمة، مجلة كلية الآداب و العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، العدد السادس، جانفي 2011

التأثير إيجابيا. وبالمقابل، يكون التأثير سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة و كنتيجة لهذا التناقض يكون التأثير سلبي.¹

ولأن الإعلام الإسلامي المرئي (ممثلا في قناة إقرأ) تبنى المنهج الإسلامي في كل ما يعرض على وسائله فقد كانت رسالته مستمدة من تعاليم الدين الإسلامي منسجمة مع قيمه نابعة أساسا من المعتقد الإسلامي وتصوره للكون والحياة. فكان التأثير إيجابيا إيجابية القيم المتضمنة في محتوياته أما سبب التأثير السلبي الذي أكدته نتائج الدراسات آفة الذكر فلأن رسالة تلك البرامج تروج لكل ما يتناقض مع القيم ليست قيم الدين الإسلامي فحسب بل حتى القيم الإنسانية التي ترتضيها كافة المجتمعات الإنسانية ولذلك كان تأثيرها سلبيا على المتلقي.

❖ وما يمكن الإشارة إليه أن القنوات الإسلامية إذا تداركت جوانب النقص التي اعترتها تستطيع أن تكون فاعلا إيجابيا في تجديد فكرة الصحة الإسلامية بإعادة الشباب خاصة والمجتمع عامة إلى ممارسة تعاليم الدين الإسلامي و التقيد بها إيمانيا وسلوكيا.

فرغم النقائص التي ذكرت في الفصل الخامس من الدراسة إلا أنها وبتأثيرها الإيجابي استطاعت أن تشكل خطرا حتى على الكيان الإسرائيلي هذا ما أكدته الدراسة التي أعدتها جامعة تل أبيب حول الشباب المصري و مدى تأثره بالفضائيات الإسلامية ونشرت صحيفة «لوبون» الفرنسية مقتطفات منها حيث تخلص الدراسة أن هناك نموًا دينيًا وتربويًا للشباب المصري أصبح ظاهرا للعيان خلال الفترة الأخيرة، ما اعتبرته يشكل «خطرا كبيرا» على إسرائيل. وذكرت أن الشباب في الفترة العمرية ما بين 16 إلى 25 عامًا يكونون في مرحلة تكوين عقلي وتنسم عقولهم بالانفتاح ويتأثرون بالعاطفة، ومن هنا رأت الدراسة خطورة تأثرهم بالفضائيات الدينية التي استطاعت التأثير عليهم بشكل كبير، وأوضحت أن تلك الفضائيات لعبت دورًا مؤثرًا في نفوس الشباب بدعوتها إياهم إلى التحلي بمكارم الأخلاق والعبادة والتقرب إلى دينهم وتصفح القرآن ... وأشارت الدراسة إلى أن هناك عددًا من القنوات الإسلامية التي استطاعت جذب الشباب إليها ... وقالت إن الشباب أقبل على هذه القنوات، لأن وعظها تقربوا للشباب بعقولهم وتحدثوا لغتهم وارتدوا زيا معاصرا بعيدا عن

¹ انظر الفصل الرابع (مبحث الحتمية القيمية في الإعلام و الإعلام الإسلامي)

الذي الإسلامي التقليدي، كما أصبحت لغة الخطاب الديني في تناول القضايا بها الكثير من المرونة ، وأوضحت الدراسة أن هناك كثيرا من الفتيات المصريات أصبحن يرتدين غطاء الرأس وتجاوزت نسبتهم 85% و أن 65% من الشباب يحمل في أمتعته القرآن وتتسم تصرفاتهم بقدر كبير من العقلانية والتروي بخلاف ما كان عليه الشباب قبل عشر سنوات حيث كان يظهر عليه التوحش الجنسي والإقدام على الخطايا وحب الذنوب وأوصت الدراسة، الشباب الإسرائيلي المستخدم لشبكة الإنترنت بأن يؤدي واجبه ويعمل ما يقدر عليه لإلهاء الشباب المصري عن حياته الجديدة الدينية ..عسى أن يكون لهذا نتيجة إيجابية"¹ و عليه الإعلام الإسلامي لا نقول أصبح تجربة ناضجة مكتملة و إنما يمكن القول أنه تجربة ناجحة في كثير من النواحي و ماثرة فلو لم يكن كذلك ما كان ليشكل خطرا على المستوى الكيان الإسرائيلي وبشهادة هذا الكيان .

❖ و ما يتوجب على الباحثة الإشارة إلى أن نتائج دراستها لا يمكن تعميمها على كل القنوات الإسلامية الموجودة على خارطة الفضاء العربي، وذلك أن قدم ظهور القناة جعلها تكتسب النضج الإعلامي نسبيا و تستطيع أن تمارس نوع من التأثير على مشاهديها .إضافة إلى أن تزايد تلك القنوات الإسلامية جعل الكثير منها تكون محسوبة على الإعلام الإسلامي المرئي لا صلة لها بأهدافه و منطلقاته. و عليه فالكثير من تلك القنوات لا يجب تصنيفها ضمن القنوات الإسلامية.

¹ المرجع السابق

خاتمة

بعد الإطلاع على التراث النظري المتعلق بالإعلام الإسلامي و التطرق لتجربة الفضائيات الإسلامية و من قبلها الفضائيات العربية وبعد استكمال الدراسة الميدانية. يمكن القول أن دخول المنطقة العربية عالم السموات المفتوحة فتح آفاقا جديدة أمام شعوب المنطقة في مجالات تعليمية،ثقافية،اقتصادية و حتى سياسية ولكنه في المقابل أثر و بشكل سلبي على حياة تلك الشعوب أفرادا و جماعات.

نتيجة لهذا التأثير برز إعلام يحاول أن يجد البديل وهو الإعلام الإسلامي الذي خاض تجربة القنوات الفضائية انطلاقا من الرسالة الإعلامية الإسلامية التي تنطلق تستمد بمبادئها من ديننا الحنيف، وقد استطاعت تلك التجربة وإلى حد ما أن تجد دورا اتصاليا مختلفا على الدور الذي قامت به غيرها من القنوات الفضائية التي ساهم الكثير منها في تمزيق الهوية الثقافية ببعديها العربي و الإسلامي. ولكن حداثة التجربة وقلة الخبرة المهنية في مجال الإعلام بالنسبة للإعلام الإسلامي حال دون قيامه بإحداث الفارق الكبير ليس على مستوى الفكرة والفلسفة بل على مستوى الأداء والممارسة.

وعليه يمكن أن نطلق على الإعلام الإسلامي اسم التجربة أكثر من العلم فهو مجال قتي من حيث نشأته متعثر في أدائه يعاني ما يسمى بأمراض النشأة فالقنوات الإسلامية وإن استطاعت التأثير و كسب مشاهدين لكنها تعاني من عدة نقائص على المستوى الفني والبشري جعلتها تعجز أن تكون ندا للقنوات الفضائية الأخرى من حيث الجماهيرية و استمرار المشاهدة وجاذبية الرسالة المقدمة.

رغم التحديات فلا نبالغ إذا وصفناه بالضخمة التي تواجه القنوات الإسلامية إلا أن مبررات الصمود وأيضا النجاح كثيرة،فأبرز نقاط قوتها هو تبنيتها الدين الإسلامي كمنهج يقود ممارساتها الإعلامية،فالجمهور المخاطب يميل للدين ومعظمه يتقبل و يتأثر بالخطاب الإسلامي فكيف إذا استخدمت فيه طرائق التأثير الحديثة .

وفي ختام هذه الدراسة وبعيدا عن القنوات الإسلامية يمكن الإشارة إلى أن الفضائيات العربية الأخرى إن تخلت على الدور المزدوج و المتناقض الذي لعبته في حياة الفرد

الخاتمة

والمجتمع لا سيما فئة الشباب ،فهي و إن نمطت حياته وفق النموذج الغربي و الأمريكي وروجت لسلوكياته وقيمه فهي في المقابل تستطيع أن تكون أبرز الفاعلين من حيث مساهمتها في التعريف بعناصر هويته و الترويج للقيم المقبولة اجتماعيا و دينيا والأخذ بيد جيل الشباب للقيام بالأدوار الاجتماعية التنموية و النهضوية في مجتمعاتهم .

لأن وسائل الإعلام العربية(على رأسها الفضائيات) بمختلف أنماطها و منطلقات عملها "قادرة على تمكين الشباب من الثقافة الواسعة وتربيته على المشاركة في الشأن العام و تزويده بالقيم السمحاء مثلما هي قادرة على أن توفر له الترفيه الجاد و التثقيف الدائم بما يساعده على بناء شخصية متوازنة . غير أن ذلك مشروط بمدى توفر الإرادة الصادقة لبناء شخصية شبابية متأصلة في جذورها منفتحة على عالمها ومحيطها."¹

كما تجدر الإشارة إلى أن مهمة تحصين الشباب فكريا و تمكينه اجتماعيا مهمة تحتم على كافة المجتمع بكافة مؤسساته التربوية -على رأسها الأسرة والمدرسة - القيام بمسؤولياتهم اتجاه هذا الجيل الناشئ فالتنشئة الاجتماعية السليمة هي التي تجعله يكسب التحدي في ظل عصر الدولة الإعلامية التي يعيش فيه.

¹ محمد بوطالب، مرجع سابق

قائمة المراجع

قائمة المراجع

المراجع

1. أحمد محمد موسى، الشباب بين التهميش و التشخيص، ط1، المكتبة العصرية للنشر و التوزيع ، مصر، 2009
2. أحمد عبد الطيف وحيد ، علم النفس الاجتماعي، ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة،الأردن، 2000
3. أحمد عبد الله، السلوك الاجتماعي و دينامياته، دط، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2003
4. أمين سليمان ، صلاح أحمد مراد، الاختبارات و المقاييس العلوم النفسية و التربوية، دط، دار الكتاب الحديث، الكويت، 2002
5. إياد البكري، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع،الأردن، 1999
6. القادري نهوند، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية : الوقوف على تخوم التفكيك، مركز دراسات الوحدة العربية ، لبنان، 2008
7. بشير معمريه، القياس النفسي و تصميم أدواته، ط2، منشورات الحبر، الجزائر، 2007
8. بسيوني حمادة ، دراسات في الإعلام و التكنولوجيا الاتصال و الرأي العام، ط1، عالم الكتب ، مصر، 2008
9. حسين عبد الجبار، اتجاهات الإعلام الحديث و المعاصر، ط1، درا أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2009
10. حسن الصيفي ، الفضائيات العربية في عصر العولمة، ط1، إيتراك للطباعة والنشر و التوزيع، مصر، 2010
11. حسن السوداني ، قراءة المرئيات دراسات في الإعلام المتخصص، ط1، منشورات الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2009
12. دلال القاضي، محمود البياتي، منهجية و أساليب البحث العلمي و تحليل البيانات، ط1، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2008
13. راسم محمد جمال ،الاتصال والإعلام في العالم العربي في عصر العولمة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2005
14. ربيع حمد الله، الفوضى التربوية في الوسط العربي، ط1، إصدارات أكاديمية القاسمي ، 2005،
15. سعيد إسماعيل صيني، الإعلام الإسلامي النظري في الميزان، د ط، مكتبة الملك فهد الوطنية، السعودية، 1997
16. سعد عبد الرحمان ، القياس النفسي :النظرية والتطبيق، د ط، دار الفكر العربي، مصر، 1997
17. سعيد القحطاني ، العلاقة المثلى بين الدعة ووسائل الاتصال الحديثة في ضوء الكتاب والسنة، سلسلة مؤلفات سعيد القحطاني، دس
18. شبل بدران، التعليم والبطالة ، د ط، دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 2001
19. شعبان علي السيسي، علم النفس (أسس السلوك الإنساني بين النظرية والتطبيق)، دط، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2009

قائمة المراجع

20. صالح الداهري، وهيب الكبيسي، علم النفس العام، ط1، دار الكندي للنشر و التوزيع، الأردن، 1999
21. صليحة خلوفي، الأخطاء الغوي الشائعة في وسال الإعلام الجزائرية، منشورات مخبر الممارسات اللغوية في الجزائر، الجزائر، 2011
22. طارق كمال، أنوار حافظ، المشكلات الاجتماعية في المجتمع المعاصر الإدمان و البطالة، دط، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2009
23. طه أحمد الزيدي، المرجعية الإعلامية في الإسلام، ط1، دار الفجر ودار النفائس، العراق، 2009
24. على غربي، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، دط، الفائز للطباعة والنشر و التوزيع، منشورات مخبر علم اجتماع جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2009
25. عبد الستار إبراهيم، الانسان و علم النفس، سلسلة عالم المعرفة، العدد 86، الكويت ، 1985
26. عبد اللطيف خليفة، ارتقاء القيم، سلسلة عالم المعرفة، العدد 160، الكويت، 1992
27. عبد اللطيف خليفة، معترز سيد عبد الله ، علم النفس الاجتماعي، دار غريب للطباعة و النشر و التوزيع، مصر، 2001
28. عبد القادر كراجة، القياس و التقويم في علم النفس، ط1، دار اليازوري للنشر و التوزيع، 1997
29. عبيدات محمد ، منهجية البحث العلمي القواعد المراحل والتطبيقات ، د ط ، دار وائل للنشر ، الأردن ، 1999
30. عدنان يوسف العتوم، علم النفس الاجتماعي، ط1، إثراء للنشر و التوزيع، الأردن، 2009
31. عاطف العدلي عبيد، مدخل إلى الاتصال و الرأي العام ، ط1، دار الفكر العربي ، مصر ، 1999،
32. عماد مكاوي، ليلي السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998
33. عبد الله قاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، ط2، دار البشير للثقافة و العلوم الإسلامية ، اليمن، 1993
34. عبد العزيز شرف، الإعلام الإسلامي و تكنولوجيا الاتصال، د ط، دار قباء للطباعة و النشر و التوزيع، مصر، 1998
35. عليان مصطفى و غنيم عثمان ، مناهج وأساليب البحث العلمي، ط1، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2000
36. عبد الرحمان العيسوي، مشكلات الشباب العربي المعاصر، د ط، الدار الجامعية، مصر
37. - . - ، الإحصاء السيكولوجي التطبيقي، د ط، دار المعرفة الجامعية، مصر، 200
38. عبد العزيز الغازي، مشاكل الشباب في العالم الإسلامي، دط، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية و العلوم و الثقافة، 2000
39. فضيل دليو ، التكنولوجيا الجديدة للإعلام و الاتصال، ط1، دار الثقافة، الأردن ، 2010
40. فاطمة عواد، الإعلام الفضائي، ط1، دار أسامة ، الأردن، 2010

قائمة المراجع

41. فيصل عباس ،الاختبارات النفسية تقنياتها و إجراءاتها، دط، دار الفكر العربي ، بيروت،1996
42. فرد ميلسون، الشباب في عالم متغير،ترجمة يحي بدر،ط1،دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر،مصر،2007
43. محمد مصر مهنا، في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية للفضائيات العربية و العولمة الإعلامية و المعلوماتية، ط1،المكتبة الجامعية ،مصر،2009
44. محمد عبد الرؤوف عطية، التعليم وأزمة الهوية الثقافية، ط1،مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع، مصر،2009
45. محمد الشبيني، صراع الثقافة العربية الإسلامية مع العولمة ، ط1، دار العلم للملايين،لبنان،2002
46. مجد هاشم الهاشمي،الإعلام المعاصر و تقنياته الحديثة،دار المناهج للنشر و التوزيع،الأردن،2006
47. مصطفى مشهور،الدعوة قواعد وأصول، دط،دار الصديقية للنشر و التوزيع، الجزائر،1989
48. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي.المبادئ.النظرية .التطبيق،ط1،دار الفجر للنشر و التوزيع،مصر،2002
49. - . -، المعجم الإعلامي ،ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر 2004
50. محمد جاسم العبيدي،باسم محمد ولي،المدخل إلى علم النفس الاجتماعي،ط1، دار الثقافة للنشر و التوزيع،الأردن،2009
51. منال طلعت، مدخل إلى علم الاتصال،دط،المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2002
52. محمد زيدان، علم النفس الاجتماعي،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،1986
53. محمود أحمد عمر و آخرون، القياس النفسي والتربوي،ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة،الأردن، 2010
54. محمود السيد أبو النيل،علم النفس الاجتماعي عربيا و عالميا، ط1،مكتبة الانجلو المصرية،مصر،2009
55. مروان عبد المجيد ،أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسو الوراق، الأردن، 2000
56. محمد الصافي ،السلوك الإنساني و البيئة و الاجتماعية، ط1، الجزء الأول ،دار القلم للنشر و التوزيع، الإمارات العربية المتحدة،1996
57. محمد عبد الرؤوف عطية، التعليم وأزمة الهوية الثقافية، ط1،مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع، مصر،2009
58. محمد سيد محمد،المسؤولية الإعلامية في الإسلام من البعثة إلى القرن الحادي والعشرين، ط3،دار الفكر العربي، مصر،2008
59. محمد الشبيني، صراع الثقافة العربية الإسلامية مع العولمة ، ط1، دار العلم للملايين،لبنان،2002
60. محمد عجاج الخطيب،أضواء على الإعلام في صدر الإسلام،ط2، مؤسسة الرسالة،لبنان،1987

قائمة المراجع

61. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003
62. مصطفى حجازي، الإنسان المهذور، دراسة تحليلية نفسية اجتماعية، ط 1، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، 2005
63. مي العبد الله، نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2006
64. مهدي تهامي، سوّد الألو سي، النظام الإعلامي العربي، ط1، دار الأسامة، الأردن، 2012
65. منتصر حاتم حسين، أيديولوجيا الإعلام الإسلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010
66. نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، العدد 265، الكويت، 2001
67. نسيم الخوري، الإعلام العربي و انهيار السلطات اللغوية، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2005
68. نور الدين التواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، ط2، دار الخلدونية، الجزائر، 2009
69. نهى ميلود وآخرون، الإعلام العربي وصناعاته الناشئة، ترجمة صفوت أحمد، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2012
70. هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2008

رسائل الماجستير و الدكتوراه:

71. أمال بن عيسى، ظاهرة العنوسة في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم الاجتماع، جامعة البليدة الجزائر، 2008
72. إبراهيم ناصف، عادات و أنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الإسلامية: قناة الرسالة نموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2009،
73. أحمد عبد الصمد الشنقيطي، الأساليب النبوية لتنمية القيم الإيمانية لدى الشباب المسلم في ضوء التحديات المعاصرة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم التربية الإسلامية المقارنة، جامعة أم القرى، السعودية
74. السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2006
75. رحيمة الطيب عيساني، الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية الشباب الجامعي بالجزائر أنموذجا ، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006
76. زينب حامد، تأثير الاعتماد علي الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية علي معارف وسلوكيات الجمهور المصري، أطروحة دكتوراه، قسم الإذاعة والتلفزيون ، الإعلام جامعة القاهرة، مصر

قائمة المراجع

77. سعيدة عباس، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو القنوات الدينية – دراسة في العادات و الأنماط و الاتجاهات- رسالة ماجستير ،قسم علم النفس،جامعة باتنة ،الجزائر،2010
78. سلطان بلغيث ،دور الفضائيات العربية في نشر الثقافة العربية الإسلامية ،رسالة دكتوراه غير منشورة،قسم علم الاجتماع ،جامعة تبسة ،الجزائر،2008
79. سمية بوخمخيم عبد الفتاح ، دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الحد من ظاهرة البطالة،رسالة ماجستير غير منشورة جامعة منتوري- قسنطينة- كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير2010
80. سهير محمد إبراهيم، العلاقة بين شبكة الاتصال داخل الأسرة وبين لاختيار المراهقين لجماعة الرفاق، رسالة ماجستير غير منشورة،قسم علم النفس، جامعة عين شمس،مصر،2001،
81. لامية صابر، الحملات الإعلانية في باقة MBC،رسالة ماجستير غير منشورة،قسم الإعلام والاتصال ،جامعة الحاج لخضر باتنة،الجزائر،2010
82. محمد الفاتح حمدي، استخدامات تكنولوجيا الاتصال و الإعلام الحديثة و انعكاساتها على قيم الشباب،رسالة ماجستير غير منشورة ،قسم دعوة و إعلام ،جامعة باتنة ،الجزائر،2009،
83. محمد عبيد الربيعي، عادات التلقي لدى المهاجرين العرب للقنوات الفضائية العربية- المهاجرون العرب في السويد أنموذجا - دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال،الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك،2011
84. محمد قارش، مقومات رجل الإعلام الإسلامي في مواجهة التحديات المعاصرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم دعوة و إعلام،جامعة باتنة،2010
85. منور عدنان نجم ، الدور التربوي لوسائل الإعلام الإسلامي وسبل تطويره من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة،رسالة ماجستير غير منشورة ،قسم أصول التربية ،الجامعة الإسلامية غزة،2005
86. محمد الفاتح حمدي، استخدامات تكنولوجيا الاتصال و الإعلام الحديثة و انعكاساتها على قيم الشباب،رسالة ماجستير غير منشورة ،قسم دعوة و إعلام ،جامعة باتنة ،الجزائر،2009،
- دوريات ومجلات**
87. إبراهيم إسماعيل ،الإعلام الاسلامي ووسائل الاتصال الحديثة، دعوة الحق ، العدد 133،رابطة العالم الاسلامي ، 1992
88. أبو عرقوب إبراهيم الجوارنة أثر وسائل الاتصال في زيادة تدين طلبة قسم الدعوة والإعلام الاسلامي ، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، المجلد 7، العدد 3، 2011
89. الغالي أحر اشو، السياسة التعليمية و التنمية العربية، مجلة الجامعة المغربية،العدد8،المغرب،2009
90. آيت حمودة حكيمة ، فاضلي مسيلي ، رشيد أحمد ،أهمية المساندة الاجتماعية في تحقيق التوافق النفسي و الاجتماعي لدى الشاب البطل، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ،العدد 2، جوان 2011، بسكرة

قائمة المراجع

91. ثريا السنوسي، ملامح الفضاء الاتصالي الديني العربي، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 3، 2012
92. حسن التل، ماذا يريد الشاب من المجتمع، بحث مقدم إلى المؤتمر الشبابي العربي الأول الشباب العربي و تحديات المستقبل، الأردن، 2005
93. خالد أدنون ، عقلة العلاقة بين الإعلام والشباب، مجلة اتحاد الإذاعات العدد2، العربية، 2012
94. راضي سمير، الإعلام الاسلامي رسالة وهدف، دعوة الحق عن رابطة العالم الاسلامي، العدد 182، 1995
95. سامية جفال، التحديات الإعلامية العربية في عصر العولمة، مجلة كلية الآداب و العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد السادس، جامعة محمد خيضر، 2011
96. صلاح الدين معاوي، مئات الفضائيات العربية الأرقام والمضامين، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد2، 2012
97. صهيب كمال الأغا، عبد السلام محمد نصار، دور الوسائط الإعلامية الفلسطينية في تدعيم القيم لدى المراهقين بمحافظة غزة، مجلة الجامعة الإسلامية ، المجلد السادس عشر ، العدد الأول، 2008، فلسطين
98. صالح عراقي، أساليب تطوير الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية، مجلة الفن الإذاعي، عن اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، مصر، 2006
99. طلال عتريسي، الفضائيات الدينية بين حق الدعوة و مخاطر الفتنة، مجلة اتحاد، العدد 3، الإذاعات العربية، 2012
100. عائشة التايب ، الشباب العربي في الفضاء الاتصالي المعولم، مجلة اتحاد الإذاعات العربية ، تونس 2011
101. علي أحمد الطراح ، المشكلات الشخصية والاجتماعية للشباب الجامعي الكويتي ، مجلد 19، العدد 2 ،مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، الكويت ، 2003
102. علي العمري، واقع الفضائيات الإسلامية في العالم العربي، المجلة العالمية لشرق آسيا، ماليزيا، 2011
103. عماد مكاوي ، تلفزيون الواقع و مخاطره على الشباب، مجلة اتحاد الإذاعات العربية ، العدد 2، تونس، 2012
104. عبد القادر طاش ، ما هو الإعلام الإسلامي، مجلة الداعي الشهرية، العدد11، نوفمبر 2009
105. عدلي العبد عاطف:القنوات الفضائية الماضي الحاضر و الآفاق المستقبلية،مجلة الفن الإذاعي، مصر، 2005
106. علي أسعد وطفة ، اتجاهات الشباب نحو عادات الزواج ومظاهره، مجلة العلوم الإنسانية ، جامعة الكويت، الكويت
107. -. -. ، تأملات في مفهومي الشباب و ثقافة الشباب، مجلة العلوم الإنسانية ، جامعة الكويت
108. علي الشيخ، القراءة وثقافة الشباب، مجلة جامعة دمشق، المجلد الأول ، العدد الثاني، سوريا، 2011

قائمة المراجع

109. فتحي بوعجيلة، البرامج الدينية في التلفزيونات و الإذاعات العربية، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 3، تونس، 2012
110. ماجد محمد الحلو، طرائق التنشئة الأسرية و علاقتها بمدى مشاركة الشباب في اتخاذ القرار داخل الأسرة، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد 3، 2011
111. مجذوب بخيت، طرق التأثير على القيم الدينية و الثقافية في التلفزيون العربي، مجلة العلوم والبحوث الإسلامية، السودان ، 2011
112. محمد يوسف رمضان ،من خصائص الإعلام الإسلامي، دعوة الحق، رابطة العالم الإسلامي، العدد 97، مكة المكرمة، 1989
113. محمد بوطالب، الشباب العربي و الإعلام البديل، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، تونس
114. محي الدين عبد الحليم، الصورة النمطية المشوهة للإسلام و المسلمين في الإعلام الغربي، مجلة الفن الإذاعي، العدد 176، أكتوبر 2004
115. محمد شطاح ، فضاءات الشباب في الفضائيات العربية رؤية نقدية، المستقبل العربي
116. مجمد زغو، أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و النفسية، العدد 2010، 3
117. نصير بو علي، الدعوة و الإعلام التباعد والتقارب بين الموضوع و المنهج، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، الجزائر
118. نور الدين بليل وآخرون، القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 4، تونس ، 2004
119. يوسف محمد الفليكاوي، الإعلام السمعي البصري علاقته بحل قضايا الشباب، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، تونس
- ندوات و ملتقيات:**
120. أحمد مطهر عقبات ، دور الإعلام و الهيئات الإسلامية في معالجة الإساءة إليه، ورقة مقدمة للمؤتمر الدولي الإعلام المعاصر بين حرية التعبير و الإساءة للدين، رابطة العالم الإسلامي، 2009
121. إدريس مقبول ، الفضائيات العربية وتهديد القيم، ورقة مقدمة لمؤتمر الفضائيات العربية والهوية الثقافية، جامعة الشارقة، الإمارات العربية ، 2007
122. بدر الجوعد وآخرون ، العولمة الثقافية وأثرها على هوية الشباب السعودي و قيمهم ، بحث مقدم لجامعة الملك سعود ، السعودية
123. حسام تمام ، الفضائيات الدينية وظاهرة الدعاة الجدد، ورقة مقدمة إلى ندوة علمية أقامها مركز دراسات الإسلام و الإعلام المعاصر، السودان، 2007
124. رحيمة عيساني " : اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية ودورها في توعيته ضد التطرف والتعصب، دراسة ميدانية"، ضمن أعمال المؤتمر الدولي "الإرهاب بين - تطرف الفكر، وفكر التطرف"، الذي انعقد بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، 2010
125. سعيد ناصر حمدان، دور الأسرة في تنمية قيم المواطنة لدى الشباب في ظل تحديات العولمة، بحث مقدم لمركز البحوث والدراسات الاجتماعية، السعودية

قائمة المراجع

126. سعيد عبد الله حارب، الإعلام القيمي ونشر القيم في المجتمع، ورقة مقدمة لندوة مستجدات الفكر الإسلامي التاسعة (الإعلام القيمي .. بين الفكر والتجربة)، الكويت، 2011
127. شريف حماد، مستوى إدراك الشباب الجامعي الفلسطيني لمفهوم العولمة وعلاقته بالهوية الثقافية والانتماء، بحث مقدم لمؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرا العصر، كلية أصول الدين جامعة القدس المفتوحة، فلسطين، 2005
128. صالح السدلان، الفضائيات الإسلامية ضوابط ومحاذير، بحث مقدم لمؤتمر الفضائيات الإسلامية واقعها وآفاقها، جامعة الكويت، ماي، 2007
129. صالح الرقب، الوسائل والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية، بحث مقدم لمؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، أبريل 2005
130. طه أحمد حميد، نحو إعلام إسلامي هادف، بحث مقدم للمؤتمر رابطة الإعلام الإسلامي: الإعلام الإسلامي الواقع والطموح
131. عبد الرحمان صائغ، التعليم العالي بدول الخليج، بحث مقدم لمؤتمر الجامعات العربية التحدي والآفاق المستقبلية، المغرب، 2007
132. عاطف عبد الرشيد، تجربة قناة الحافظ الفضائية، بحث مقدم لمؤتمر مستجدات الفكر الإسلامي الإعلام الديني والفضائيات الإسلامية بين الفكر والتجربة
133. عمر إبراهيم، تجربة الفضائيات الإسلامية بين الخطاب الإسلامي وواقع المسلمين، ورقة مقدمة لندوة تجربة القنوات الإسلامية، لمركز دراسات الإسلام و العالم العصر، السودان، 2008
134. عزة الكحكي، تعرض الشباب العربي لتلفزيون الواقع بالفضائيات العربية وعلاقته بمستوى الهوية لديهم، دراسة مقدمة لجامعة قطر
135. عبد المحسن بدوي، الجودة الشاملة في العمل الإعلامي، ورقة مقدمة لندوة تجربة القنوات الإسلامية، مركز دراسات الإسلام و العالم المعاصر، السودان، 2008
136. فاتن بركات، التأثيرات السلبية المختلفة التي تتركها وسائل الاتصال الحديثة في التنشئة الاجتماعية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي والتربوي بكلية التربية جامعة دمشق، - 2009
137. فتحي بوعجيلة، البرامج الدينية في التلفزيونات و الإذاعات العربية، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 3، 2012
138. مجدي عبد الفتاح الداغر، اتجاهات القنوات الفضائية الإسلامي في معالجة قضايا الجاليات الإسلامية، بحث مقدم لمؤتمر الفضائيات العربية، جامعة الشارقة، الإمارات العربية، 2007
139. مثنى عبد الإله ناصر، التعليم في الدول العربية و التحديات الاقتصادية، بحث مقدم لمؤتمر الجامعات العربية التحدي والآفاق المستقبلية، المغرب، 2007
140. محفوظ جودة، الإطار المفاهيمي لتطوير جودة الأداء الجامعي، بحث مقدم لمؤتمر الجامعات العربية التحدي والآفاق المستقبلية، المغرب
141. محمود القارئ، قضايا ورؤى في الإعلام الإسلامي، ورقة مقدمة لندوة تجربة الفضائيات الإسلامية، مركز دراسات الإسلام و العالم العصر، السودان، 2008

قائمة المراجع

142. نادية محمود مصطفى ، التعليم العالي والتحدي الحضاري قراءة في أعمال مؤتمر التعليم العالي رؤية مستقبلية ، بالتعاون بين مؤسسة الفكر العربي والإيسيكو والأليكسو- 2005/9/27 بيروت
143. وافي شعبان جمعة، المناهج الإعلامية وأثرها على الدعوة، مؤتمر الدعوة الإسلامية، متغيرات العصر، الجامعة الإسلامية بغزة، 2005
- تقارير عربية**
144. التقرير العربي الثاني حول التشغيل والبطالة في الدول العربية.
145. التقرير السنوي لقضايا الشباب العربي 2005
146. التقرير السنوي لاتحاد الإذاعات العربية 2010
147. التقرير السنوي لاتحاد الإذاعات العربية 2011
- مواقع الإنترنت:**
148. أحمد الكردي، الإعلام الإسلامي، الواقع والطموح <http://kenanaonline.com>
149. اقرأ " الأولى دينيا والـ16 عربياً في قائمة الفضائيات الأكثر مشاهدة www.al-wefaq.org/favicon.ico
150. باديس لونيس ، الإعلام والحمية القيمة (قراءة تعريفية سريعة) <http://www.blogger.com>
151. الموقع الإلكتروني لجامعة محمد خيضر بسكرة www.univ-biskra.dz
152. سيد محمد ساداتي الشنقيطي، لقنوات الفضائية المأخذ والإيجابيات، <http://uqu.edu.sa/>
153. شبكة جريدة عالم اليوم الإخبارية <http://www.alamalyawm.com>
154. دراسة عزوف الشباب عن الزواج أسباب .. حلول www.faifaonline.net
155. طلال عبد المعطي مصطفى، مشكلات الشباب العربي ودور الخدمة الاجتماعية، تم الاطلاع على الدراسة عبر موقع: syria-news.com
156. عادل مناع، الفضائيات الإسلامية ودعوة المساجد تكامل أم تضارب، <http://www.alukah.net>
157. لطيف القصاب، الفضائيات الدينية والإعلام الناجح ، مركز المستقبل للدراسات والبحوث، <http://www.mcsr.net>
158. موقع قناة اقرأ الفضائية <http://www.iqraa.com>
159. موقع شبكة النبأ <http://www.nabd-sy.net>
160. موقع النظرية القيمة في الإعلام
161. محمد بن عبد الله العبد الكريم، دراسة مقاصدية موجزة عن الإعلام الفضائي " الإسلامي، موقع الإسلام اليوم <http://islamtoday.net>
162. موقع مقالات مغاربية <http://www.magharebia.com>
163. مجلة النبأ الإلكترونية <http://www.annabaa.org>
164. نعيمة بنيعش، البعد الدعوي للعمل الإعلامي . المنتدى الإسلامي <http://www.startimes.com>

الملاحق

ملحق رقم (1) استمارة البحث

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم العلوم الاجتماعية

شعبة علم اجتماع

تخصص علم الاجتماع والاتصال و العلاقات العامة

استمارة بحث حول:

اتجاهات الشباب نحو رسالة الإعلام الإسلامي

المرئي

- قناة إقرأ نموذجاً -

إشراف الدكتورة: سعاد عباس

إعداد الطالبة : بسمة ترغيني

أخي الطالب(ة) بين يديك استمارة بحث ماجستير تهدف إلى التعرف على آرائك و مواقفك اتجاه الإعلام الإسلامي الفضائي متمثلاً في "قناة إقرأ" الفضائية فالرجاء التعاون و الإجابة على الأسئلة بكل موضوعية بوضع علامة (x) أمام الإجابة. مع العلم أن المعلومات سرية و لا تستخدم إلا للأغراض العلمية.

السنة الجامعية: 2012/2011

1. البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر أنثى

الكلية:

التخصص:

المستوى التعليمي: مرحلة التدرج مرحلة ما بعد التدرج

السن: 20-25 26-30 30-35

2. عادات و أسباب المشاهدة:

- منذ متى تشاهد قناة إقرأ: أقل من سنة حوالي سنتين أكثر من ثلاث سنوات

- ما هي الأيام التي تشاهد فيها قناة إقرأ: يوميا بعض أيام الأسبوع

عطلة نهاية الأسبوع

- كم ساعة تشاهد قناة إقرأ: أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين

أكثر من ساعتين

- ما هي أسباب مشاهدتك لقناة إقرأ:

التثقيف في أمور الدين

الإطلاع على التاريخ العربي و الإسلامي

لوجود شخصيات محببة لي في قناة إقرأ

لأنها من أكثر القنوات الإسلامية التزاما بالمنهج الإسلامي

لأنها تقدم البديل عن القنوات الفضائية الأخرى

العبارة	موافق	محايد	معارض
1. متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أعتز بانتمائي للثقافة العربية الإسلامية			
2. برامج قناة إقرأ تناقش مشكلة البطالة باعتبارها تمس فئة الشباب أكثر من غيرهم			
3. متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني التزم في المواعيد			
4. برامج قناة إقرأ جعلتني أعتز باستعمال اللغة العربية في حياتي اليومية			
5. برامج قناة إقرأ تنبه الجهات المعنية بخطورة البطالة على الشباب وعلى المجتمع			
6. متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أتقن عملي			
7. برامج قناة إقرأ ساهمت في الارتقاء بمستوى اللغة العربية			
8. برامج قناة إقرأ تقدم الحلول للقضاء على بطالة الشباب			
9. متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أواظب على أداء الواجبات الدينية			
10. برامج قناة إقرأ تقدم لغة عربية صعبة ومعقدة لا أستطيع فهمها			
11. برامج قناة إقرأ تتجنب الحديث عن البطالة لاعتبارات سياسية			
12. متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أواظب على الصلاة في المسجد			
13. برامج قناة إقرأ جعلتني أعتز بالتاريخ العربي والإسلامي			
14. برامج قناة إقرأ تناقش أسباب امتناع الشباب عن الزواج			
15. متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أحترم الآخرين			
16. برامج قناة إقرأ جعلتني أتمسك بالعادات و التقاليد العربية			
17. برامج قناة إقرأ تتجنب الحديث عن مشكلة العنوسة لاعتبارات اجتماعية			
18. متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أقدم يد المساعدة للآخرين			
19. برامج قناة إقرأ تبرز الحضارة الإسلامية			
20. برامج قناة إقرأ تساعدك كشاب في تحديد المعايير السليمة(الشروط) في اختيار زوج أو زوجة المستقبل			
21. برامج قناة إقرأ تدعو إلى التيسير في الشروط الخاصة بالزواج لتفادي العزوف عن الزواج			
22. متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أخصص وقت لزيارة الأهل و السؤال عن أحولهم			

			23. برامج قناة إقرأ تتناول التاريخ الإسلامي بشكل ممل ومتكرر لا يثير
			24. برامج قناة إقرأ تناقش مشاكل نظم التعليم في البلدان العربية
			25. متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أجتهد في الدراسة
			26. برامج قناة إقرأ قدمت لي نماذج عملية من السيرة النبوية لإتباعها في حياتي اليومية
			27. برامج قناة إقرأ تشجع الشباب على اختيار التخصصات العلمية حسب رغباتهم
			28. متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أختار القنوات والبرامج التي تفيدني ولا تتعارض مع تعاليم ديني
			29. برامج قناة إقرأ ساعدتني على اتخاذ قنوات من الصحابة و التابعين
			30. برامج قناة إقرأ تنادي بإصلاح نظم التعليم بما يتوافق مع متطلبات العصر و اتجاهات الشباب
			31. متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أشعر بالمسؤولية اتجاه الآخرين
			32. برامج قناة إقرأ زادت من حبي لآل البيت رضي الله عنهم
			33. برامج قناة إقرأ تنادي بإصلاح مناهج التعليم بما يتوافق مع متطلبات السوق
			34. بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ زادت ثقتي بنفسي
			35. برامج قناة إقرأ ساعدتني على الأداء السليم للعبادات
			36. برامج قناة إقرأ شجعتني على التعبير عن آرائي
			37. متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أتسامح مع الآخرين
			38. متابعتي لبرامج قناة إقرأ عمقت إيماني بالعقيدة الإسلامية
			39. برامج قناة إقرأ تعمل على نشر ثقافة الحوار في الأسرة المسلمة
			40. برامج قناة إقرأ زادت من تعلقي بالقرآن الكريم
			41. برامج قناة إقرأ تعتبر إفصاح الشباب عن آرائهم نوع من التمرد على الآباء
			42. متابعتي لبرامج قناة إقرأ جعلتني أتعامل بهدوء وأبتعد عن الانفعال والعصبية
			43. برامج قناة إقرأ تكفل للشباب حق التعبير و تحرم الفتاة من ذلك
			44. برامج قناة إقرأ تتناول تعاليم الدين الإسلامي بشكل معقد يجعلني أظن من الصعب الالتزام به في الواقع
			45. برامج قناة إقرأ ترشد الشباب إلى الطرق السليمة في التعبير عن آرائهم

			46. بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ زاد تقديري لذاتي
			47. بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ أصبحت أعتمد على نفسي أكثر و ابتعدت عن التواكل على الآخرين)
			48. بعد متابعتي لبرامج قناة إقرأ أصبحت أتفاعل مع الآخرين أكثر(الابتعاد عن الانعزال)

ملحق رقم (2) أسماء الأساتذة المحكمين

الاسم ولقب الأستاذ	التخصص	الجامعة	الرتبة العلمية
ابراهيم الطاهر	علم اجتماع	جامعة بسكرة	أستاذ التعليم العالي
جبالي نور الدين	علم النفس	جامعة باتنة	أستاذ التعليم العالي
جفال سامية	إعلام واتصال	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر-ب-
بن صغير زكريا	إعلام واتصال	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر-ب-
رابحي إسماعيل	علم النفس	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر-ب-

ملحق رقم (3) القائمة الكاملة للقنوات الدينية جوان 2012 (المصدر مجلة

اتحاد الإذاعات العربية العدد 3/2012)

الرقم	القناة	
1	قناة السنة النبوية	دينية حكومية جامعة
2	قناة السعودية قرآن	دينية حكومية متخصصة في القرآن
3	قناة السادسة	دينية حكومية متخصصة في القرآن
4	قناة الكويت للقرآن الكريم	دينية حكومية متخصصة في القرآن
5	قناة 4 shabab فور شباب	دينية خاصة، متخصصة في تلاوة القرآن

قناة إنشاد وأغان دينية	قناة راما	6
قناة إنشاد وأغان دينية	قناة تريست mena trist	7
قناة إنشاد وأغان دينية	قناة المدح	8
قناة إنشاد وأغان دينية	قناة محبوبة	9
قناة متخصصة في الحج والعمرة	قناة الحجّ و العمرة	10
قناة متخصصة في المداواة ذات نزعة دينية	قناة الحقيقة	11
قناة متخصصة في المداواة ذات نزعة دينية	قناة الصّحة و الجمال	12
قناة متخصصة في المداواة ذات نزعة دينية	قناة مواهب وأفكار	13
قناة للأطفال ذات نزعة دينية	قناة سمس	14
قناة للأطفال ذات نزعة دينية	قناة طيور الجنّة I	15
قناة دينية جامعة	قناة الهدهد	16
قناة دينية جامعة	قناة طه	17
قناة مزدوجة : قرآن وإشهار تجاري	قناة كنوز الطبيعة	18
قناة مزدوجة : قرآن وإشهار تجاري	قناة الطيبة (الأردنية)	19
قناة مزدوجة : طب وقرآن	قناة الفلك	20
قناة مزدوجة : طب وقرآن	قناة العرّاب	21
قناة مزدوجة ذات نزعة دينية وتجارية	Zain care الأردنية	22
قناة مزدوجة ذات نزعة دينية وتجارية	UTV	23
قناة مزدوجة ذات نزعة دينية وتجارية	قناة الحبيب	24
قناة مزدوجة ذات نزعة دينية وتجارية	قناة عثيمين	25
قناة أوعية وأناشيد دينية	قناة دعاء	26
قناة دينية جامعة	قناة مكّة	27
قناة دينية جامعة	قناة كيف	28
قناة دينية شعبية جامعة	قناة كربلاء الفضائيّة	29
قناة دينية	قناة التعميم	30

قناة دينية متخصصة في الفتاوى	قناة فتوى	31
قناة دينية جامعة	قناة روائع TV	32
قناة دينية شيعية	قناة السيّد الحسين	33
قناة دينية متخصصة في الطبّ النبوي	قناة الطبّ النبوي	34
قناة دينية جامعة	قناة الوطنية 1 تونس	35
قناة دينية جامعة	قناة الرحمة	36
قناة دينية جامعة	قناة دليل	37
قناة دينية جامعة	قناة الإسراء	38
قناة دينية جامعة	قناة الرّوح	39
قناة دينية جامعة متخصصة في تلاوة القرآن	قناة الفجر	40
قناة دينية جامعة	قناة العفّاسي 1	41
قناة دينية متخصصة في تلاوة القرآن	قناة العفّاسي 2	42
قناة دينية جامعة	قناة أهل البيت	43
قناة دينية جامعة	قناة الأماكن	44
قناة دينية جامعة	قناة الوحدة	45
قناة دينية متخصصة في تلاوة القرآن .	قناة الهدى	46
قناة دينية جامعة	قناة OTV2	47
قناة مزدوجة : نصوص إسهارية وقرآن	قناة OKTV	48
قناة متخصصة في الطبّ النبوي	قناة الدّواء الشافي	49
دينية جامعة	قناة الحكمة	50
متخصّصة في الحديث	قناة المجد للحديث النبوي	51
متخصصة في العلوم الدينية	قناة المجد للعلوم الدينية	52
قناة دينية جامعة (شيعية)	قناة الإمام رضا	53
قناة دينية جامعة	قناة الأوحّد	54
قناة دينية جامعة	قناة نور الدنيا	55

قناة دينية جامعة	قناة نور الشباب	56
قناة دينية جامعة	قناة أزهرى	57
قناة دينية جامعة	قناة حماسات TV	58
قناة دينية جامعة	قناة العصر TV	59
قناة دينية جامعة	قناة أهل الله TV	60
قناة دينية جامعة	قناة المولد	61
قناة دينية جامعة	قناة رسالة الحبيب	62
قناة دينية جامعة	قناة الفتح	63
قناة دينية جامعة	قناة الصراط	64
قناة مزدوجة : إشهار وقرآن	قناة آية	65
قناة مزدوجة : إشهار وقرآن	قناة الإصلاح	66
قناة مزدوجة : إشهار وقرآن	قناة الفلق	67
قناة مزدوجة : إشهار وقرآن	قناة الأحد	68
قناة مزدوجة : إشهار وقرآن	قناة الكتاب	69
قناة مزدوجة : إشهار وقرآن	قناة الأمة	70
قناة مزدوجة متخصصة في تلاوة القرآن الكريم	قناة هدى الإسلام	71
قناة مزدوجة حكومية متخصصة في القرآن	قناة الفرقان	72
قناة دينية جامعة	قناة متاع العربية	73
قناة دينية جامعة	قناة مدني	74
قناة دينية جامعة	قناة الثقلتين	75
قناة دينية جامعة	قناة نور	76
قناة دينية جامعة	قناة مودون مصر	77
قناة دينية جامعة	قناة المرقاب	78
قناة دينية جامعة	قناة شذى	79

قناة حكومية جامعة	قناة الإيمان	80
قناة حكومية جامعة	قناة الصفا	81
قناة حكومية جامعة	قناة ولايات	82
قناة الأطفال ذات نزعة دينية	قناة المعالي	83
قناة الأطفال ذات نزعة دينية	قناة الملوكوت	84
قناة دينية جامعة	قناة الرحمة	85
قناة دينية عراقية شيعية	قناة الأنوار يا حسين	86
قناة دينية عراقية شيعية	قناة الملوكوتها	87
قناة دينية جامعة	قناة الإسلام اليوم	88
قناة دينية جامعة	قناة الحافظات	89
قناة دينية متخصصة في القرآن الكريم	قناة القرآن الكريم	90
قناة دينية جامعة	قناة الحرمين	91
قناة دينية جامعة	قناة أهل القرآن	92
قناة دينية جامعة	قناة محمد	93
قناة غنائية متخصصة في الإنشاد على النبي صلى الله عليه وسلم .	قناة شاعر الرسول	94
قناة دينية حكومية جامعة (لبيبة)	قناة الهداية	95
قناة دينية متخصصة في تلاوة القرآن	قناة المجد للقرآن الكريم	96
قناة للأطفال ذات نزعة دينية	قناة المجد للأطفال	97
قناة دينية جامعة	قناة حياتي	98
قناة مزدوجة : دين وإشهار	قناة الدوائية	99
قناة متخصصة في القرآن الكريم	قناة آيات TV	100
قناة دينية جامعة	قناة اقرأ	101
قناة دينية متخصصة في الاستشارات	قناة النجاح	102
قناة دينية جامعة	قناة البصيرة	103
قناة دينية حكومية متخصصة في تلاوة القرآن الكريم	قناة التواصل	104

ملخص الدراسة

لقد كان لإطلاق الأقمار الصناعية الأثر الكبير في نشر فكرة السموات المفتوحة في المنطقة العربية في تسعينيات القرن الماضي، حيث عرف المشهد الإعلامي السمعي البصري تطورات أفرزت تزايدا مطردا في عدد القنوات الفضائية العربية التي وصلت حسب إحصائيات 2011 إلى ما يقارب 960 قناة.

هذه الكثرة العددية ساهمت في تنوع المضامين و الرسائل الموجهة للمشاهد العربي فيسرت له سبل التثقيف و التعليم والتواصل مع العالم الخارجي ولكنها في المقابل ساهمت في نشر مضامين تبنت في معظمها خطاب تغريبي انتزعه من بيئته و رسخت في ذهنه تناقض فكري و ديني بين بيئته العربية الإسلامية وما زرعه فيه من قيم و اتجاهات و معتقدات وبين ما تبثه الكثير من القنوات الفضائية الموجودة في الفضاء العربي.

ليظهر الإعلام الإسلامي المرئي ممثلا في الفضائيات الإسلامية التي قدمت نفسها كبديل للإعلام المرئي التغريبي و أصبحت نتيجة لتضاعف عددها في السنوات الأخيرة بدوره ظاهرة الإعلام الفضائي العربي.

فجاءت هذه الدراسة "اتجاهات الشباب نحو رسالة الإعلام الإسلامي المرئي- قناة إقرأ نموذجا- لتسلط الضوء على هذه الظاهرة بالتعرف على كيفية تعاطي الشباب مع قناة إقرأ كنموذج يمثل الفضائيات الإسلامية ولتحقيق هذا الهدف صممت الدراسة في ستة فصول، تمحور الأول حول مشكلة الدراسة وتحديد الإشكالية التي انطلق منها البحث، بينما الثاني كان حول الاتجاهات النفسية والاجتماعية بينما الثالث ركز على فئة الشباب وتناول قضاياها، والرابع كان حول ماهية الإعلام الإسلامي والخامس تناول موضوع الإعلام الفضائي العربي وتجربة القنوات الإسلامية وفي الأخير كان الفصل السادس الذي شمل الدراسة الميدانية والإجراءات المنهجية التي انطلقت من تساؤل رئيسي في الدراسة: ما هي اتجاهات الشباب نحو رسالة الإعلام الإسلامي المرئي؟ أما التساؤلات الفرعية فكانت:

- ما مدى مساهمة الإعلام الإسلامي المرئي في ربط الشباب بانتمائه العربي و الإسلامي؟

- ما مدى مساهمة الإعلام الإسلامي المرئي في مناقشة قضايا الشباب الاجتماعية؟

- ما مدى تأثير الإعلام الإسلامي المرئي في قيم وسلوكيات الشباب؟

وللإجابة على تساؤلات الدراسة تم اعتماد المنهج الوصفي واختيار الاستبيان كأداة لجمع البيانات وطبق على 100 طالب من جامعة محمد خيضر بسكرة وبعد جمع البيانات تم تفرغها آليا باعتماد برنامج "SPSS" و معالجة البيانات بحساب التكرارات و المتوسطات الحسابية و النسب المئوية وحساب معادلة ألفا كرونباخ لحساب ثبات الأداة .

وبعد تحليل البيانات وتفسيرها توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

❖ أن الإعلام الإسلامي المرئي له دور إيجابي في تعزيز انتماء الشباب بأصوله العربية والإسلامية.

❖ الإعلام الإسلامي المرئي يناقش على العموم وينسب متفاوتة قضايا الشباب الاجتماعية .

❖ الإعلام الإسلامي المرئي له تأثير إيجابي على سلوكيات الشباب.

وهذه النتائج تؤكد أن هذا النوع من الإعلام وجد تجاوب من طرف الشباب.