

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

جامعة المسيلة.

كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية .

قسم: علوم الإعلام والاتصال.

دور القنوات الفضائية الإسلامية في تعزيز القيم

لدى الشباب الجامعي الجزائري

دراسة في ضوء نظرية الحتمية القيمة في الإعلام

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص: اتصال

تحت إشراف الأستاذ:

كرمية ابراهيم

من إعداد الطالب :

بن ضياف ياسين

السنة الجامعية : 2014/2013

مقدمة :

تعتبر عملية تعزيز القيم وتدعيمها داخل المجتمع من أعقد العمليات التي تقوم بها مؤسسات التنشئة الاجتماعية ، من حيث طبيعة المصدر الأساس لهذه القيم ، ومن حيث محاولة حصرها وضبطها وتصنيفها.

وتبدو القيم هنا غير قابلة للضبط والتصحيح ، لكنها غير ذلك ، فهي مرتبطة بالمعتقد الديني الذي يستوعبها عبر الزمان والمكان، ويقدمها في نموذج صحيح، يكون السلوك الإنساني داخل المجتمع سويا به ، وبهذا السلوك يتولد المرجع النظري لتصنيف القيم حسب الموضوع الخاص بها فنقول : القيم السياسية ، والقيم الاجتماعية ، والقيم الدينية ، والقيم الوطنية و القيم الجمالية ... وبوجود هذا التصنيف تتدخل وسائل نقل هذه القيم وهي مؤسسات التنشئة الاجتماعية منها القديمة المتمثلة في المجتمع والأسرة والمدرسة والمسجد بصفتها مؤسسات قديمة ، بالإضافة إلى وسائل الإعلام بوصفها مؤسسات جديدة لفرض منطقها ولتقول كلمتها ليس في نقل وتدعيم القيم بل حتى في تهديمها خاصة الفضائيات .

والفضائيات في عالمنا الإسلامي لم تقم بما يجب أن تقوم به من التثقيف، و التوعية ، و الدفاع عن المسلمين، و دينهم، و أرضهم ، وعرضهم بل على العكس كان له أثر سلبي في حياة المسلم إذ عرض فيه كل ما هو معارض للقيم الإسلامية ، وتقوم بدم الأخلاق والقيم الإسلامية . فقد عرضت تلك القنوات برامج مستوردة بكل ما فيها من قيم ، و أفكار مخالفة لديننا و ثقافتنا و آمالنا و آلامنا عن جهل حينا، وتجهيلا أغلب الأحيان .

فقد استطاعت القوى الإعلامية الغربية ، و من يدور بفلكرهم ، غزونا و السيطرة على معظمنا عن طريق عدو جديد قوامه تكنولوجيا المعلومات ، والاتصال يلونها ، و يشكلها كيفما شاءوا بألوان زاهية جذابة في إطار من المعلومات الزائفة و الأخبار الملتوية ، و الثقافات المسطحة ، بل لم يعد يكتفون بحرب الأفكار ، بل سعوا إلى تشكيك الشباب بكل ما هو موروث ، و ثابت عند أمتنا المسلمة ليسهل استغلالنا ، و استعبادنا لنخرج من عباده الواحد الأحد إلى عباده القيم الاستهلاكية و طرقها و أساليبها وأنماطها و تسطيح ثقافتنا وقيمنا.

بيد أن الأمر قد تغير في هذا العصر بفضل الله تعالى ثم بحمة و عزيمة عدد من رجالات الله إذ تمكن عدد من الغيورين على الدين ، و أهله من إنشاء قنوات إسلامية يوصف بعضها بالحسن وبعضها الآخر بالأحسن ، بيد أنها على العموم بحاجة إلى الدعم المادي ، و المعنوي من أهل العزيمة ، والسلطان لتطوير عملها وفقا لاحتياجات الشعوب الإسلامية ، ومنافسة غيرها من القنوات من الفرق الأخرى التي تحاول هدم ما بني منذ مئات السنين .

وبناء على هذا فقد تناولنا موضوع تدعيم القيم عند الشباب ، من خلال دور الفضائيات الإسلامية في تعزيز القيم لدى الشباب الجامعي .

وعلى ضوء ما سبق تم تقسيم الدراسة إلى أربعة فصول ، وخاتمة ، وملحق .

حيث تناولنا في الفصل الأول ، الإطار المنهجي للدراسة ، الذي يبين إشكالية الدراسة ، وتساؤلاتها وفرضياتها ، ثم أتبعناها بأسباب اختيار الموضوع ، وبعد ذلك تطرقت لأهمية الدراسة وأهدافها ، ثم منهج الدراسة وأدواتها ، بالإضافة إلى العينة وحدود الدراسة ، ثم الدراسات السابقة بعد ذلك عرجت على المفاهيم و في الأخير ختمت الإطار المنهجي بالصعوبات التي واجهتنا في دراستنا .

وفي القسم النظري للدراسة ، تناول الباحث في الفصل الثاني الجوانب النظرية بداية بالمقرب النظري ، ثم استرسل بالحديث عن بداية البث الفضائي في العالم وظهور القنوات الفضائية عموما ، نشأتها وتطورها ، وبعدها تطرق للحديث عن الفضائيات العربية وتأثيراتها ، ثم الإسلامية و بعض نماذج لهذه القنوات ومضامينها . وبعد هذا ، تناولنا الفصل الثالث ، حيث تحدث الباحث عن القيم ، أهمية دراستها ، إشكالية دراستها ، مفهومها ، خصائصها و تصنيفاتها بالإضافة إلى مقاييسها ، وأخيرا وسائل الإعلام والقيم .

وبعد ذلك جاء الفصل الرابع، الدراسة الميدانية ، فتناول توزيع عينة البحث حسب الجنس ، والتخصص الدراسي ، ثم تعرض إلى عادات وأنماط المشاهدة ، والتفضيلات ، ثم تحليل نتائج الاستعمال والتعرض ، استعمال وسائل الفضائيات ، التحليل الكمي والكيفي لنتائج القيم ، تحليل نتائج الدراسة حسب الأبعاد القيمية ، تحليل نتائج الدراسة حسب استعمال القنوات ، مناقشة نتائج التحليل الكمي والكيفي ، وفي الأخير جاءت استنتاجات عامة وبعدها خاتمة البحث جامعة لما تركز حوله موضوع الدراسة ، طارحة بعض التصورات النظرية لمواضيع صالحة لأن تكون أبحاث مستقبلية . واحتوى الملحق نموذج للاستمارة الموزعة على عينة الدراسة .

1- الإشكالية:

إن التطور الكبير و المتسارع لتقنيات الاتصال مع التطور الكبير للتلفزيون وما صاحبه من بث مباشر ومن قنوات فضائية وعوامة في جميع المجالات مما يثير إشكالات كثيرة ثقافية ،اجتماعية وأخلاقية تتمثل في حقيقة الفوارق الكبيرة بين المجتمعات البشرية وعدم القدرة على استيعاب تدفق المعلومات الهائل عبر البث الفضائي المباشر والرسائل الاتصالية الكثيرة التي ترسلها الفضائيات والتأثيرات السلبية العديدة للبيئة الاتصالية على المتلقي من اختراقات ثقافية وتأثيرات مادية وأخلاقية ،وسياسية وتسطيح الحضارة والقضاء تدريجيا على مكونات التنوع وذلك بطمس الخصوصيات المميزة للثقافات الوطنية وتذويب معالم الذاتية الحضارية التي تميز مجتمعا عن آخر كما تنطوي على مخاطر دعائية ،وتسليط ثقافة على أخرى وانحراف الأفكار وتحديد اقتصادي وأمني

إن سلبياته كثيرة تمثلت في التأثير على العقائد والثقافات والأخلاق والقيم حيث تسعى الكثير من القنوات الفضائية الغربية والعربية في مضامينها إلى جذب المشاهدين بتقديم ما هو ممنوع في ملتهم ودينهم ومجتمعهم لأن تأثير التلفزيون والقنوات الفضائية ينصب أصلا على الثقافة بمفهومها الشامل الذي يتصل بالقيم والمواقف والاتجاهات وأنماط السلوك وذلك في الحقيقة يعد غزوا لثقافات البلدان التي لا تملك مقومات المواجهة الحقيقية وتحديدًا للقيم والمفاهيم السائدة فيها. ومعلوم أن الدول والشعوب الإسلامية هي المستهدفة بالدرجة الأولى وهذا الغزو يرمي إلى غزو الإنسان في عقيدته وفي لغته وفي سلوكه النابع من قيمه

ومع تعاظم هذا التأثير الجذري والدخيل على مجتمعاتنا وتبعًا لقوله تعالى : " إن الله لا يغير ما بقوم حتى يغيروا ما بأنفسهم، وإن أراد الله بقوم سوءا فلا مرد له وما لهم من دونه من وال " سورة الرعد الآية 11 .

كان لزاما علينا الاستفاقة من سباتنا وإيقاظ جذوة الإيمان فينا لمواجهة الخطر القادم من الفضائيات الغربية والعربية على السواء وما تبثه من فكر سقيم وسلوك غير سوي .

لذلك ظهرت في مواجهة هذه القنوات ما يسمى بالقنوات الفضائية الإسلامية وهي قنوات حملت لواء الدفاع عن الإسلام والمسلمين ومواجهة القنوات فاسدة ببرامجها ومحاوله النهوض بأمة بثوابت الأمة وقيمها والتصدي للغزو الثقافي الخارجي وتعزيز القيم الدينية و الاجتماعية التي أتى بها ديننا الحنيف ومحاوله إحيائها والعمل بها .

ومع أن تجربة القنوات الفضائية الإسلامية مازالت في بدايتها وتعد قصيرة جدا إلا أن تأثيرها كبير لذلك حاولنا من خلال

هذا البحث معرفة : إلى أي مدى ساهمت هذه القنوات في تعزيز القيم لدى الشباب الجامعي الجزائري ؟

2- التساؤلات :

- هل تساهم القنوات الفضائية الإسلامية على الارتباط بالقيم لدى عينة الشباب الجامعي ؟
- هل هناك متابعة كبيرة للقنوات الفضائية الإسلامية من طرف الشباب الجامعي؟
- ما هي عادات وأنماط مشاهدة عينة البحث للفضائيات الإسلامية ؟
- هل هناك علاقة بين استعمال الفضائيات الإسلامية والقدرة على تجاوز بعض السلوكيات السلبية ؟

3 - الفرضيات :

- متابعة القنوات الفضائية الإسلامية تكون أكثر عند الشباب الذكور منها عند الإناث .
- توجد علاقة بين ساعات المشاهدة وتأثير الفضائيات الإسلامية على القيم .
- تساعد القنوات الفضائية الإسلامية على الارتباط بالقيم لدى الشباب الجامعي .

4- أسباب اختيار الموضوع :

لعل اهتمام الباحث ورغبته في تناول موضوع معين عما سواه في الحقيقة مبني على اعتبارات ذاتية ترتبط بشخص الباحث وتوجه اهتماماته بحكم الميل نحو موضوعات معينة، وأخرى موضوعية ترتبط بمواصفات موضوع الدراسة من حيث قيمته العلمية، وكذا حداثة الموضوع، وصلاحيته البحث فيه.

وتعود أسباب اختيارنا لهذا الموضوع إلى الأهمية البالغة والدور الكبير الذي تلعبه القنوات الفضائية في التأثير على القيم والمبادئ ، كما أنها تعتبر من المواضيع الجديدة بالاهتمام والدراسة لأنها من المواضيع الجديدة وتشكل تحدياً لفهم هذا التأثير الكبير .

ونلخص أسباب اختيارنا للموضوع في النقاط التالية:

أ- الأسباب الذاتية :

- إيماننا العميق بأن أي رسالة إعلامية إعلامية لا بد وأن تكون قيمة المضمون خاصة في جانبها الديني .
- التعرض لمضامين هذه القنوات وافترضاتنا بأن برامجها تساعد على التمسك بالقيم ، الأمر الذي دفعنا لكشف ذلك بطريقة علمية موضوعية .

- القيمة العلمية لموضوع لوسائل الإعلام القيم ، إضافة إلى توفر عنصر الجودة في الموضوع على مستوى الطرح الأكاديمي ومحدودية الدراسات والأبحاث التي تعني به وهو ما يشجع ويفتح أمام الدارسين مزيداً من الاجتهاد ومحاولة إثراء الموضوع من جوانبه النظرية والتطبيقية.

ب- الأسباب الموضوعية :

- النمو المتسارع لهذه القنوات في مواجهة القنوات الغربية وحتى العربي المضللة للآراء وتسطيح الثقافة .
- نقص الدراسات فيما يخص علاقة وسائل الإعلام بالقيم .
- - محاولة تسليط الضوء على موضوع يمس الإعلام وعلاقته بالقيم خاصة في ظل العولمة الإعلامية وتأثيرها على الهوية العربية والإسلامية .

5- أهمية الدراسة :

تنبع أهمية الدراسة من حيث تناولها موضوعا لم يأخذ المجال الأوسع في الدراسات الإعلامية على عكس المواضيع الأخرى كدور الفضائيات عموما والقيم وتأثيراتها الإيجابية والسلبية .

تأتي دراستنا هذه لتسلط الضوء على الفضائيات الإسلامية ودورها في تعزيز القيم في مجتمعنا العربي الإسلامي والتي يستمدّها من ديننا الحنيف ومحاولة إعطاء نظرة دقيقة على هذه القيم التي تساهم هذه الفضائيات بشكل كبير في تعزيزها لدى الشباب الجامعي .

6- أهداف الدراسة :

- معرفة الدور الكبير للقنوات الفضائية الإسلامية في تعزيز القيم لدى عينة البحث
- معرفة العلاقة بين متابعة القنوات الإسلامية ومدى الارتباط بالقيم
- معرفة عادات وأنماط المشاهدة التلفزيونية لدى أفراد عينة البحث
- معرفة أوقات المشاهدة المفضلة لدى عينة البحث
- معرفة البرامج المفضلة التي تقدمها هذه الفضائيات
- معرفة مدى النجاح الذي وصلت إليه القنوات الفضائية الإسلامية في مسعاها في وقت يعد بالقصير

7- منهج الدراسة :

لقد اعتمد الكاتب في دراسته هذه على المنهج المسحي الذي يعرف على أنه : أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، لذلك اعتمدنا مسح جمهور وسائل الإعلام وقد جاء اعتمادنا على المسح لما يفيد في التعرف على وجود ارتباط بالقيم في القنوات الفضائية الإسلامية ودور هذه الأخيرة في تعزيز القيم .

8- عينة البحث :

يعتبر الشباب الجامعي أهم شريحة شبابية داخل المجتمع الجزائري وهذه الشريحة لها مميزات تميزها عن غيرها من الشرائح الأخرى كاستعدادها لتحمل المسؤوليات المهنية بعد فترة التخرج إضافة إلى كونها فئة قد أخذت مجموعة من الخبرات والثقافات والقيم أثناء تكوينها الجامعي .

وانطلاقاً من هذا تريد هذه الدراسة معرفة دور الفضائيات الإسلامية في عملية تعزيز وتدعيم بعض القيم لدى مجتمع البحث خصوصاً أن هناك دراسات سابقة أكدت أن هناك تأثيرات لوسائل الإعلام (خاصة البث التلفزيوني المباشر) على البنية الثقافية والقيمية والسلوكية للشباب عامة والشباب الجامعي على وجه الخصوص وبذلك فقد تم اختيار فئة الشباب الجامعي في جامعة المسيلة .

أ- العينة :

اعتمدنا في دراستنا على نوع من العينات غير الاحتمالية ، وذلك لتلبية أغراض الدراسة وأهدافها ولأن هذه العينة هي الأسهل من حيث توزيع الاستمارات على المبحوثين ، وضمت 100 مبحوث وذلك لضيق الوقت ودرجة تجانس مجتمع البحث واقتراب المواصفات بالنسبة للشباب الجامعي من بعضها البعض .

ب- أداة الدراسة الميدانية :

لغرض تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها ، فقد تم اعتماد الإستبانة (استمارة الاستبيان) كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات من أفراد العينة ، وهذه الأداة تنسجم مع البحث الحالي ، كما أنها توفر الجهد والوقت على الباحث والمبحوث على حد سواء ، وتعرف استمارة الاستبيان بأنها " أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة المرتبة بأسلوب منطقي ، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها "

9- حدود الدراسة:

أ- المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة بجامعة المسيلة ، القديمة والجديدة (القطب الجامعي).

ب- المجال البشري: يتمثل المجتمع الأصلي لهذه الدراسة في الطلبة الذين يزاولون دراستهم الجامعية في مرحلة التدرج بجامعة المسيلة خلال الموسم الجامعي 2013/ 2014 .

ج- المجال الزمني: أنجزت هذه الدراسة خلال العام الدراسي 2013/2014 وقد شرع الطالب في الجانب الميداني منها بداية من شهر ماي 2014 م وذلك من خلال تصميم استمارة الاستقصاء، ثم ما تلاها بعد ذلك من تجريبها وتصحيحها، وتوزيعها أواخر شهر أفريل وبداية شهر ماي وتفرغ البيانات بعد ذلك في جداول والقيام بالعمليات الإحصائية . ثم ما تبع ذلك من تحليل وتفسير وتعليق والوصول إلى النتائج النهائية منتصف شهر ماي 2014 م.

10- الدراسات السابقة :

أ- دراسة نصير بوعلي:¹

- لقد تمحورت إشكالية الباحث في حول معرفة الأثر أو (التأثيرات) الذي يمكن أن يحدثه البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري وللإجابة على هذه الإشكالية طرح عدة تساؤلات منها :
- ما هي أنواع القيم الإيجابية و/أو السلبية التي تفرزها عينة من الأفلام المقدمة في الفضائيات العربية؟
 - ما هي مجالات التأثير التي تنعكس على الأنساق القيمية وهوية المتلقي الثقافية ؟
- واعتمد الباحث على على استعمال أسلوب تحليل المضمون واختيار فئة القيم كأساس لتحليل الأفلام للتعرف على ما تعكسه لمشاهديها من قيم ثقافية إيجابية و قيم سلبية .
- كما صمم لهذا الغرض استمارة حصر فيها 15 قيمة إيجابية و 15 قيمة سلبية وحدد القيم الإيجابية على النحو التالي :
- الأمانة ،الشجاعة ،التسامح،حب السلم،حب الخير، حب الوطن، التضحية، الكفاح من أجل هدف سامي ،التعقل والثقافة والعلم،المحافظة على النظام،احترام القانون،الإيمان بالله ،احترام العمل،الانضباط . وتمثلت القيم السلبية فيما يلي :
- الغش،الجن ،التعصب،الميل للحرب ،حب الشر،الخيانة،الكذب الجنس والإثارة ،مخالفة القانون، الجهل والتواكل،الانتهازية والفر دانية الإيمان بأن الغاية تبرر الوسيلة ،السرقه ،الاختطاف .
- والهدف من هذه القيم هو التعرف على مدى ما تعكسه هذه الأفلام من قيم ايجابية وقيم سلبية ونسبة كل منها ومدى تطابقها أو عدم تطابقها مع ثقافة المجتمع المعني والمعاني الكامنة وراء هذه القيم .
- كما استعمل الباحث طريقة المسح وأداة الاستمارة لجمع البيانات ،وغطت أسئلة الاستمارة عدة انشغالات أهمها :
- أنماط استعمال التلفزيون وعلاقة الفضائيات بالتعرض لوسائل إعلام أخرى وأثر الفضائيات على الأنساق القيمية والهوية الثقافية . وكشفت الدراسة عن العديد من النتائج من بينها :
 - فيما يتعلق بتحليل الأفلام أتضح اهتمام الأفلام وتركيزها على عرض الموضوعات السلبية أو ذات الأثر السلبي أكثر من الموضوعات الإيجابية أو ذات الأثر الإيجابي حيث بلغت نسبة القيم السلبية فيها نسبة 68.8 من إجمالي كل القيم في عينة الدراسة والباقي قيم إيجابية.
 - تبين أن الذين يشاهدون يوميا برامج الفضائيات هم أكثر عرضة للآثار الاجتماعية والسلوكية السلبية وكلما ارتفع عدد الساعات التي يقضيها الشباب في اليوم مع الفضائيات كلما ازدادت الآثار والسلوكيات السلبية عليهم .

1- نصير بوعلي، أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري، دراسة تحليلية وميدانية ،أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الدولة في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال 2003.

- توضح النتائج أن غالبية أفراد العينة يميلون إلى نسبيا إلى الثقافة الغربية في أغلب المتغيرات الثقافية كما أن لهم ميلا نحو ثقافتهم الأصلية .

إن هذه الدراسة تعتبر مساهمة جدية في ميدان بحوث القيم ووسائل الإعلام وما يمكن ملاحظته في هذه الدراسة هو أن الباحث قسم القيم إلى إيجابية وسلبية وهذا غير معهود في دراسات رواد القيم ، لأن المعروف أن القيم سواء من حيث مصدرها(الدين) أو من حيث الدراسات التي قام بها روادها الأوائل ومن أتى بعدهم تأتي دائما بصيغة الإيجابية .

ب- دراسة السعيد بومعيزة:¹

لقد تمحورت إشكالية الباحث في ما هو أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري؟ ووضع سبع فرضيات ، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الوصفي ، كما شملت 415 مفردة ، 200 من الذكور و215 من الإناث ولقد توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج :أهمها (فيما يخص القيم)

- يوافق كل من الذكور والإناث على أن وسائل الإعلام تساعد على الارتباط بالقيم لكن الإناث أكثر اعتقادا في قدرة وسائل الإعلام على جعلهن يرتبطن أكثر بقيم الطموح والتقوى ،وتقدير العلو والعلماء والديمقراطية والعدل .

كلما كان المستوى التعليمي أدنى لدى الشباب ،إلا واعتبروا وسائل الإعلام مصدرا لتعزيز القيم عندهم، وكلما كان المستوى التعليمي للشباب أعلى إلا وكان اعتقادهم أقل في قدرة وسائل الإعلام على جعلهم يرتبطون ببعض القيم أكثر.

يعتقد كل من الذكور والإناث بأن وسائل الإعلام تساعد على الارتباط أكثر بقيم البعد النفسي .

الذكور أقل اعتقادا من الإناث في قدرة وسائل الإعلام على جعلهم يرتبطون بقيم البعد الاجتماعي .

الذكور أقل اعتقادا من الإناث في قدرة وسائل الإعلام على جعلهم يرتبطون بقيم البعد الديني.

عن ذوي المستوى التعليمي الأدنى أقل اعتقادا في قدرة وسائل الإعلام على تعزيز قيم الأبعاد النفسية و الاجتماعية ،وأن ذوي المستوى التعليمي الأعلى أقل اعتقادا في قدرة وسائل الإعلام على تعزيز القيم ذات البعد الاجتماعي الديني .

غن دور وسائل الإعلام في تعزيز القيم لدى الشباب يبقى مكملا لدور مؤسسات التنشئة الاجتماعية .

إن قيم البعد الديني أكثر تظهرا في شخصية المبحوثين من قيم الأبعاد الأخرى .

- القيم التي نالت أهمية قصوى لدى المبحوثين هي : الطموح والأمن الوطني والتقوى ، والالتزام الديني ، والعدل ، والقيم

التي كانت مهمة عند المبحوثين هي : احترام الذات ، التفتح ، الالتزام بالفرائض الدينية ، وتقدير العلم والعلماء ، والديمقراطية والمسؤولية .

1- السعيد بومعيزة ،أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب -دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية- أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام ،قسم علوم الإعلام والاتصال 2005-2006 .

- القيم التي لا تعتبر مهمة لدى المبحوثين في تفاعلهم مع وسائل الإعلام هي : الموقف تجاه الآخرين والنزاهة ، والأمن العائلي ، والمرتبة الاجتماعية ، وعلاقات مرضية مع الناس وإثبات الذات والسلطة ، واحترام الذات .
إن ما توصلت إليه هذه الدراسة فيما يتعلق بأثر وسائل الإعلام على قيم الشباب قد كشف عن أهمية وسائل الإعلام في تعزيز القيم بأبعادها لدى الشباب الجزائري إلى جانب مؤسسات التنشئة الاجتماعية ، وبهذا تكون هذه الدراسة قد بينت وشرحت طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والمنظومة القيمية في الجزائر .

ج- دراسة بنت طاع الله بكر : ¹

لقد جاءت إشكالية الباحثة في سؤال مفاده : هل قراءة الصحف اليومية و مرتبطة بالقيم الشخصية للفرد ؟
وعملت طرح مثل هذا السؤال بقولها : أن القيم اعتقادات راسخة تنعكس في شكل من التصرف أو هدف في الوجود مفضل عن الآخر ومغاير لكثير من المفاهيم كالحاجة والعادات الاجتماعية ، وهي تمثل عوامل أساسية في تحليل السلوك . ولم تطرح تساؤلات ، وإنما اكتفت بالقول أن هذه الدراسة تهدف إلى تحقيق في قراءة تحقيق مايلي :

- تبيان وجود سلوك متنوع في قراءة الصحف اليومية .

- ملاحظة العلاقة التي تكمن بين قراءة الصحف اليومية والقيم الشخصية للقارئ .

واعتمدت الكاتبة على عينة مكونة من 280 مفردة اختيرت بطريقة قصدية في مدينة الأغواط ، واستعملت أسلوب تحليل المضمون لدراسة محتويات الجرائد اليومية وكذلك المقابلة المتعمقة مع البعض من أفراد العينة ، كما حملت استمارة الاستبيان 26 سؤالاً حول قراءة الصحف و 56 سؤالاً عن القيم (قائمة شوارتز) في شكل مقياس متدرج ذي خمس درجات من "غير هام تماماً إلى هام تماماً" بالإضافة إلى سبعة أسئلة عن البيانات الشخصية . كما اختصرت القيم في أربعة عوامل أو أبعاد كالتالي : تحسين الذات والتحفيز والانفتاح نحو الغير وتجاوز الذات . ومن جهة ثانية ، قسمت أفراد العينة إلى ثلاثة مجموعات انطلاقاً من نوعية اتخاذ قرار القراءة كما يلي :

المختلطة (عوامل متعددة تتدخل في اتخاذ القرار) والحازمة (قرار شخصي) والحدث (القرار مرتبط بالحدث في الصحف)
وهي تمثل الاتجاهات الرئيسية في الدراسة . وكانت النتائج فيما يتعلق بقرار قراءة الصحف وعلاقته بالقيم المذكورة سلفاً ، على النحو التالي :

1- المجموعة المختلطة : وتتكون من الفئة العمرية 25-50 سنة (22.86%) وأفرادها من الإطارات والموظفين ومزدوجي اللغة ، وتتدخل عوامل خارجية فرار قراءتها للصحف وغير وفية في قراءة الصحف ، ومرتبطة أكثر بقيمة تحسين الذات .

1- بنت طاع الله بكر، قراء الصحف اليومية والقيم الشخصية ، دراسة تحليلية وتطبيقية لقيم شوارتز وقراء عاصمة الأغواط ، رسالة ماجستير ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 2001 .

2- المجموعة الحازمة : وتتكون من الفئة العمرية 25-40 سنة (26.43%) وأفرادها من نفس صنف المجموعة الأولى ولكنها معربة ، ويتخذ أفرادها قرارات شخصية في قراءة الصحف وهم أوفياء في قراءتها ومرتبطين أكثر بقيمة التحفظ .

3- مجموعة الحدث : وتتكون من الفئة العمرية 15-30 سنة (50.71%) وأفرادها من فئة الطلاب وأرباب العمل والأعمال الحرة ولكنها معربة ، ويتخذ أفرادها قرارات غير شخصية في قراءة الصحف وهم غير أوفياء في قراءتها ومرتبطين أكثر بقيمة التفتح نحو التغيير .

د- دراسة بدر كريم:¹

تعتبر هذه الدراسة مهمة لأسباب عديدة ، من بينها على الخصوص أنها تتناول إحدى الوسائل الإعلامية المهمشة نوعاً ما في بحوث الإعلام وهي الإذاعة ، حيث يتم التركيز بصفة رئيسية على التلفزيون ، كما أنها تدور حول القيم والعادات وهو مجال آخر لم يحظ بالاهتمام الكافي من طرف الباحثين ، في تلك الفترة (الثمانينات) أيضاً أن الدراسة ميزت بين القيم التي ربطها الباحث بالمعتقد الشيء الذي لا تفعله معظم دراسات القيم ووسائل الإعلام ، وبين العادات التي هي مرتبطة أكثر بالثقافة والتقاليد وتؤدي إلى بعض السلوكيات السلبية .

وتحورت إشكالية الدراسة حول تساؤل مفاده: ما هو دور الإذاعة في تغيير العادات الضارة وإحلال عادات مفيدة وتثبيت القيم المرغوبة في القرية السعودية ؟

وكان الهدف من الدراسة أساساً يتمثل في التعرف على مدى الارتباط بالقيم ، وقياس مداه بين الإذاعة المسموعة في المملكة العربية السعودية من جهة ، وبين المجتمع السعودي الذي تخدمه ، والذي يتلقى رسائلها العديدة ، من جهة أخرى التعرف على الفائدة التي يمكن لأن يحققها هذا الارتباط بين الطرفين .

ولتحقيق هذا الهدف قام الباحث بصياغة بعض الفروض من بين أهمها :

-للإذاعة السعودية دور هام في إحداث التغييرات المقصودة في مجتمع البحث ، ومن ذلك مساهمتها في تغيير نظرة الأفراد نحو مفهومهم لبعض العادات غير المرغوبة ، وتأصيل وتثبيت القيم المرغوبة .

-إن البرامج والمواد الدينية التي تقدمها الإذاعة السعودية هي الإطار المناسب لتغيير العادات الضارة وتدعيم العادات المفيدة وتثبيت القيم المرغوبة .

وللإجابة عن فروض الدراسة وتساؤلاتها ، لجأ الباحث إلى عملية المسح الاجتماعي من خلال استخدام عينة عشوائية بسيطة كان عدد أفرادها 248 فرداً . ومن بين أدوات البحث التي استعملها هي الملاحظة البسيطة التي تتضمن الملاحظة بالمشاركة التي سمحت له بمعايشة أهل القرية موضوع الدراسة ، كم استخدم المقابلة والاستبيان .

1-بدر أحمد كريم : دور المذيع في تغيير العادات والقيم في المجتمع السعودي ، مع دراسة ميدانية في قرية خليص ، وزارة الإعلام السعودية ، ط2، الرياض، 1987 .

وتوصل الباحث إلى عدة نتائج هامة نذكر منها :

- * أن فئات العمر الأصغر سنا تقبل على الاستماع إلى الإذاعة أكثر من فئات العمر الأكبر سنا ، بسبب تزايد أوقات الفراغ عند الأولى ، وبالتالي يقول الباحث أنه كلما تقدم الفرد في السن قل استماعه إلى الإذاعة .
- * أن الاستماع إلى الإذاعة نشاط شائع عند كل فئات عينة البحث ، لكون الإذاعة وسيلة إعلامية سهلة وميسورة .
- * أن البرامج المفضلة لدى أفراد العينة وبدرجات متفاوتة هي حسب الترتيب التالي : القرآن الكريم والتمثيلات والمسلسلات والبرامج الترفيهية والبرامج الثقافية والبرامج الدينية ونشرات الأخبار والرياضة .
- * الاستماع إلى البرامج الدينية نال النسبة الأعلى عند النوعين من أفراد البحث .
- * أن نسبة عالية من أفراد البحث ترى أن برامج الإذاعة السعودية نجحت في تغيير العادات غير المرغوب فيها .
- * تصدر القرآن الكريم قائمة البرامج التي يرى أفراد العينة أنها نجحت في تغيير العادات غير المرغوب فيها .
- * أن أغلبية أفراد العينة ترى أن برامج التمثيلية والوعظ والإرشاد الديني والحديث على التوالي هي أنجح أساليب الإذاعة السعودية لتثبيت القيم التالية : النظافة والادخار وزيادة الترابط الاجتماعي والانتماء للوطن والمشاركة في بناء المجتمع ، وأن برامج الوعظ والإرشاد الديني والتمثيلية على التوالي هي الأنجح فيما يخص تثبيت قيم الصدق والأمانة وتقدير العلم والعلماء .
- ما يلاحظ من هذه الدراسة الجادة على أكثر من صعيد أنها أجريت في وقت لم يكن فيه البث التلفزيوني المباشر قد بدأ ، ولم تكن هناك منافسة من قبل القنوات التلفزيونية .

هـ- دراسة يحيى تقي الدين وسمير مناصري:¹

- لقد تمحورت إشكالية الباحثين حول تأثير البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية باعتبارها رأسمالا رمزيا على القيم الدينية لدى الشباب الجزائري وللإجابة على هذه الإشكالية طرح الباحثان عدة تساؤلات أهمها :
- هل تعرض قناة نسمة في برامجها الترفيهية القيم الإيمانية والقيم العقلية والقيم السلوكية ؟
 - ما هي عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجزائري لمضامين البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية ؟
 - هل يساعد مضمون البرامج الترفيهية لقناة نسمة على ارتباط الشباب الجزائري بقيمهم الإيمانية والعقلية والسلوكية ؟
- واعتمد الباحثان في دراستهما على المنهج المسحي وعلى تحليل المضمون وكذلك مسح جمهور وسائل الإعلام من خلال تحليل المضمون لبعض البرامج الترفيهية للقناة وتوزيع استمارة على 300 مفردة بين عدة ولايات جزائرية (الجزائر العاصمة، المسيلة، بسكرة، قسنطينة، وهران، تيزي وزو) . وذلك ل:
- مسح أنماط التعرض والتفضيل وتقييم الشباب الجزائري فيما يشاهدونه من برامج ترفيهية في قناة نسمة الفضائية .

1- يحيى تقي الدين ،مناصري سمير، تأثير البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية على القيم الدينية لدى الشباب الجزائري -دراسة في ضوء نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، إشراف الأستاذة :ولد جاب الله سعاد ،رسالة جامعية في علوم الإعلام والاتصال :تخصص اتصال وعلاقات عامة ،جامعة المسيلة ،الجزائر ،2010-2011 .

- مسح آراء الجمهور المتلقين من عينة الدراسة - الشباب الجزائري - نحو ما تبثه البرامج الترفيهية في قناة نسمة من زاوية القيم الدينية (الارتباط وعدم الارتباط) .

كشفت الدراسة عن الكثير من النتائج :

أ- النتائج الخاصة بواقع القيم الدينية في البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية :

- القيم الإيمانية :

القيمة الإيمانية الغالبة في محتوى البرامج الترفيهية هي قيمة الالتزام الديني بنسبة 50 % أما قيمة التقوى فقد انعدمت في محتوى هذه البرامج بنسبة 7.15 %

- القيم العقلية * الترابطية * :

نسبة أكثر من القيم العقلية الترابطية كانت من نصيب قيمة الطموح بنسبة 52 % في حين كانت قيمة التفتح في آخر الترتيب بنسبة 10.41 % .

- القيم العقلية * غير الترابطية * :

أكبر نسبة كانت لقيمة التوتر الداخلي بنسبة 28.75 % أما أقل القيم تواجدا هي قيمة عدم الاهتمام بالدراسة و إهمال العمل بنسبة 21.25 %

- القيم السلوكية * الترابطية * :

القيمة السلوكية الترابطية علاقات شخصية مرضية مع الآخرين كان لها أكبر نسبة 48.64 % ، وتكاد أن تنعدم قيمة العدل في مضمون هذه البرامج بنسبة 5.40 % .

- القيم السلوكية * غير الترابطية * :

القيمة الغالبة على مستوى القيم السلوكية غير الترابطية هي قيمة الإيحاء بالإثارة والجنس بنسبة 65.03 % أما القيمة التي تكاد تنعدم هي قيمة مصاحبة رفقاء السوء بنسبة 4.29 %

ب- النتائج الخاصة بالقيم الدينية :

قيمة الإيمان واحترام الكتب السماوية : إن المعارضين بشدة كانوا يشكلون أعلى نسبة 39.46 أما الموافقون بشدة فقد كانت نسبتهم 3.83 .

- قيمة التقوى :

ارتفاع نسبة المعارضة بشدة بنسبة 42.91 % ، أما الموافقون فقد كانت نسبتهم 3.07 % .

- قيمة التوكل على الله :

لقد كان المعارضون بشدة يكونون أعلى نسبة تقدر بـ 41 % في حين تساوى الموافقون بشدة والموافقون بنسبة 5.57 % .

- قيمة الالتزام الديني :

كانت المعارضة الشديدة للارتباط بها من البرامج الترفيهية للقناة بنسبة 38.70 % . أما الموافقون بشدة فقد كانوا بنسبة 6.90 % .

- قيمة الطموح :

إن المعارضة بشدة يشكلون أعلى نسبة 38.3 % أما الموافقون بشدة فقد شكلوا نسبة 4.98 % .

- قيمة احترام الذات :

ارتفاع نسبة المعارضة بشدة 31.80 % أما الموافقين بشدة فكانت نسبتهم 4.18 % .

- قيمة تقدير العلم والعلماء :

أعلى نسبة كانت للمحايدين 29.89 % ، في حين أن الموافقين بشدة فقد كانوا بنسبة 4.60 %

- قيمة التفتح :

أن المحايدة هي الاتجاه الأكثر بروزا لهذه القيمة بنسبة 36.02 أما المعارضون بشدة المعارضون بشدة كانوا بنسبة 7.66 %

- قيمة الكسل الفكري :

أن أكبر نسبة كانت للمحايدين بنسبة 35.25 % ، في حين أن المرتبة الأخيرة للمعارضين بشدة بنسبة 6.13 % .

- قيمة التوتر الداخلي :

أن الاتجاه المحايد كان يمثل أكبر نسبة 39.46 % ، أما المعارضون بشدة فكانوا بنسبة 4.21 % .

- قيمة عدم الاهتمام بالدراسة وإهمال العمل :

إن الحياد يبقى هو الاتجاه السائد بنسبة 35.63 % ، وأخيرا الموافقون بشدة بنسبة 5.36 % .

- قيمة تضييع الوقت :

إن المحايدون شكلوا أكبر نسبة 32.95 % ، والمعارضون بشدة بنسبة 7.28 % .

- قيمة احترام العلاقات الأسرية وبر الوالدين :

إن أكبر نسبة للموافقين على أن البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية تساعدهم على الارتباط بقيمة احترام العائلات الأسرية وبر الوالدين وذلك بنسبة 30.27 % ، وأخيرا الموافقون بشدة كانوا بنسبة 12.64 % .

- قيمة التعاون :

هناك تساوي للنسب بين كل من المحايدين والموافقين بنسبة 36.02 % أما المعارضون بشدة فكانوا بنسبة 5.36 % .

قيمة علاقات شخصية مرضية مع الآخرين :

أن أكبر نسبة كانت موافقة بنسبة 34.48 % في حين بقي المعارضون بشدة بنسبة 5.36 %

أن أكبر نسبة كانت موافقة بـ 34.48 % وأخيرا المعارضون بشدة بنسبة 12.26 %

- قيمة العدل :

شكلت نسبة الموافقة أكبر نسبة بـ 25.29 % ، وأخيرا المعارضون بشدة بنسبة 12.26 %

- قيمة الكذب :

إن اتجاه الموافقة بشدة كان له نصيب أكبر نسبة 38.70 % أما المعارضون بشدة فكانوا بنسبة 4.98 %

- قيمة الإيحاء بالإثارة والجنس :

أن أكبر نسبة للموافقين بشدة بنسبة 44.83 % ويبقى المعارضون بأقل نسبة 2.68 % .

- قيمة عدم التقيد بالعادات العربية :

أن الموافقين بشدة يشكلون أكبر نسبة بـ 47.89 % في حين أن المعارضين بشدة والمعارضين فقد كانت النسبة متساوية بينهما بـ 4.60 % لكل منهما .

- قيمة مصاحبة رفقاء السوء :

أن أكبر نسبة للمبحوثين يوافقون بشدة على أن البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية تساعدهم على الارتباط بهذه القيمة بنسبة 44.8 % أما المحايدون فقد كانوا بنسبة 20.69 %.

في الأخير خلصت الدراسة إلى النتائج التالية :

- أن هناك ارتباطا وثيقا بين السن والمستوى التعليمي ومنطقة الإقامة والارتباط بالقيم فكما زاد السن زاد الارتباط بالقيم الترابطية والمعارضة للقيم غير الترابطية وهو الأمر نفسه بالنسبة للمستوى التعليمي أما فيما يخص المنطقة الجغرافية فإن مناطق : ولاية المسيلة ، بسكرة ، تيزي وزو شابها أشد ارتباطا بالقيم الترابطية ومعارضة للقيم غير الترابطية ، على عكس ولايات : الجزائر العاصمة ، وهران ، قسنطينة بدرجة أقل .

- أن هناك ارتباط مع بعض القيم بين السن والمستوى التعليمي وكثافة المشاهدة .

مناقشة النتائج :

أ- على مستوى التأثير :

تبقى البرامج الترفيهية للقناة وبشكل عام مضامين وسائل الإعلام أحد أطراف عملية التأثير على المنظومة القيمية الدينية على الشباب في الجزائر ، إضافة إلى أطراف أخرى وكذلك إن معظم النتائج تؤكد على معارضة الشباب الجزائري للقيم

الترابطية وموافقته للقيم غير الترابطية ، وبذلك نؤكد الافتراض الذي فرضناه بتفاعلية العلاقة بين الشباب وبين ما يتلقونه من محتويات في البرامج الترفيهية ، أي بإيجابية الشباب وليس بسلبية كما هو شائع .

ب- الرأس مال الرمزي والمحتوى الترفيهي :

إن النتائج المتوصل إليها تثبت ما ذهب إليه البروفيسور عبد الرحمان عزي ، بأن المحتوى الترفيهي يعاني من خسوف في القيمة وتسطيح لها ، وهذا ما قرأناه في نتائج هذه الدراسة .

ج- القيم :

وهنا نلمس الاتفاق الحاصل بين نتائج تحليل المحتوى وأجوبة المبحوثين .

11 - مفاهيم الدراسة :

أولاً- مفهوم الدور :

أ- لغة:

هو عودة الشيء إلى ما كان عليه، الموقف الذي يظهر الممثل على ركح المسرح فهو يقوم بدو ، جمعه (أدوار).¹

ب- اصطلاحاً:

كلمة (دور) من الكلمات التي دخلت لغتنا عن طريق الترجمة، ولا وجود لها في معاجم اللغة، والدور مفهوم يشير إلى نمط من الفعل المتوقع وهو في الأصل مصطلح استعارته الكثير من العلوم، إذا أنه عرف على أنه " نمط السلوك المتوقع من الفرد في موقف معين، يتحدد بما يجب أن يؤديه من نشاط في ضوء الثقافة السائدة في الكيان الاجتماعي " ²

ج- إجرائياً:

ومفهوم الدور إجرائياً في هذه الدراسة يعني المهام والمسؤوليات التي تقوم بها الإدارة الإلكترونية من أجل تحسين أداء العمال بما يضمن تحسين إنتاجية المؤسسة والمحافظة على مكانتها وقدرتها على المنافسة.

ثانياً - القنوات الفضائية :

هي القنوات التلفزيونية المستخدمة للأقمار الصناعية في كل ما تبثه من برامج بغض النظر عن القمر المستخدم أو المناطق التي يمسها البث حتى وإن كان لها في الوقت نفسه بث أرضي .

- القنوات الفضائية الإسلامية : ³

1- عبد القادر المهيري: القاموس المدرسي، دار الآداب، بيروت، 2006 ، ص: 504.

2- محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، مصر، 2002، ص: 39.

3- مثنى حارث الضاري : الإعلام الإسلامي ، الواقع والطموح ، دار النفائس للنشر والتوزيع ،الأردن 2008 ، ط1 ، ص: 85 .

- هي قنوات تتوجه إلى جمهور حسب انتماءاته الدينية أو الإيديولوجية وقد تكون محتويات برامجها دينية وفق رؤية الدين الإسلامي وشعارها وهدفها الدفاع عليه .

- هي قنوات توظف للدعوة إلى الإسلام والإعلام بمضامينه بهدف التأثير الإيجابي في المتلقين من خلال جعل هذه

الوسيلة تخضع إلى ضوابط الشريعة الإسلامية والاستفادة من الميزات العالية التي تتمتع بها هذه الوسيلة لخدمة الدين الإسلامي وتبليغ الناس الرسالة الإسلامية وإيصالها إلى الناس كافة كون الدعوة إلى دين الله مسؤولية تقع على عاتق المسلمين بصورة عامة وعلى الدعاة والعلماء منهم بصورة خاصة .

وإذا كان النبي "محمد صلى الله عليه وسلم" لم يترك وسيلة أو طريقة لإيصال الدعوة الإسلامية وتبليغها للناس إلا واستخدمها لأجل هذه الغاية . لذا كان لزاما على الدعاة من المسلمين استثمار التلفزيون في الدعوة إلى الله

والإعلام بمضامين هذه الرسالة السماوية الخالدة إلى يوم الدين.

القناة :

هي ممر الكتروني ،أو الكترولمغناطيسي لنقل برامج التلفزيون ،وعادة يشار إلى القناة برمز على جهاز الاستقبال حتى يتسنى للمشاهد معرفة القناة التي تذيع البرنامج الذي يود مشاهدته .¹

الفضائية :

بالمكان الواسع وفضا المكان فضوا من باب قعد وإذا اتسع فهو الفضاء .

- هي عرض تلفزيوني مرئي ييثر عبر شبكة من الأقمار الصناعية تدور حول الأرض في مسارات محدودة ومعروفة وتحدد بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة منها.²

ثالثا - تعزيز :

يرتبط التعزيز بتثبيت مواقف الفرد السابقة وإعطائها ألفة إضافية ، ولعب تعبير التعزيز دورا أساسيا في فهم تأثيرات وسائل الاتصال في المجتمع ، وقد عالج "الازرسفيلد" هذا الموضوع في دراساته الميدانية وأشار في مقولته المعروفة إلى أن "وسائل الاتصال في المجتمع لا تغير آراء الناس ومواقفهم بقدر ما تعمل على تدعيم هذه الأخيرة " .

ويرتبط هذا الطرح بافتراض أن العامل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية أساس تكوين الآراء والمواقف ، وأن الإعلام يبني على ذلك ويعزز ما أنتجته العلاقات الاجتماعية .

1-المنجد في اللغة والإعلام ، ط39، دار المشرق ، بيروت ، 2002 ، ص663 .

2-مثنى حارث الضاري ، مرجع سابق، ص : 36.

وفي منظور عبد الرحمان عززي ، فإن التعزيز يكون مشروطا بتوافق العاملين الاجتماعي والإعلامي ، فيكون الإعلامي داعما للاجتماعي ، أما إذا كان الإعلامي غير متكامل مع الاجتماعي ، فإن التأثير قد يكون عكسيا ، أي يظل الجمهور

متمسكا بما تفرزه العلاقات الاجتماعية ويزيل الصدقية في تعامله مع وسائل الاتصال .¹

- يعرفه الباحث إجرائيا بأنه التدعيم وهو كل ما يزيد أو يدعم أو ينمي القيم .

رابعا - القيمة :

أ- لغة :

إن كلمة قيمة جمعها " قيم " ويقابلها في اللغة الفرنسية valeur وفي اللغة الإنجليزية كلمة values ، فالقيمة مشتقة من الفعل قام بمعنى وقف ، واعتدل ، وانتصب ، واستوى ، وبلغ .²

ويعرفها المنجد في اللغة والإعلام بأنها جمع " قيم " وتدل أصلا على اسم النوع من الفعل قام بمعنى الاستقامة ، فنقول : أمر قيم بمعنى مستقيم ويقول تعالى : " وذلك دين القيمة " .³ (سورة البينة - الآية 5)

بينما يعرفها اللسان العربي : أن القيام بمعنى المحافظة والملازمة ، كما يأتي بمعنى الثبات والاستقامة فيقال : أقمت الشيء وقومته ، بمعنى استقام ، والاستقامة هي اعتدال الشيء واستوائه .⁴

ب- اصطلاحا :

إن المتأمل في تعريف القيمة حسب اختلاف توجهات الفلاسفة والباحثين ونظرتهم يجد أن هناك فرقا كبيرا بين تصور هذه المذاهب (المدارس) "علم النفس ، الاقتصاد ، علم الاجتماع ... " وبهذا يصعب وضع تعريف دقيق للقيم .

1- عبد الرحمان عززي: دراسات في نظرية الاتصال (نحو فكر اعلامي مميز) ، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2003، ص : 112 .

2- مرتضى الزبيدي : تاج العروس ، ج9 ، دار صادر ، بيروت ، 1996 ، ص 35 .

3- المنجد في اللغة والإعلام ، مرجع سابق ، ص 663 .

4- جمال الدين بن منظور : لسان العرب، ج12 ، دار التراث العربي ، بيروت ، ص: 497.

5- أسامة ظافر كباره ، برامج التلفزيون والنشئة التربوية الاجتماعية للأطفال ، ط1 ، دار النهضة العربية ، بيروت ، 2003، ص 110.

ومنها : أنها مجموعة من المثل والغايات والمعتقدات والتشريعات والوسائل والضوابط والمعايير المنظمة لسلوك الفرد والجماعة ، مصدرها الله عز وجل وهذه القيم هي التي تحدد علاقة الإنسان وتوجهه وتفضيلاته مع الله عز وجل ومع نفسه والبشر ومع الكون وتتضمن هذه القيم غايات ووسائل ⁵ .

القيم إجرائيا :

إننا نعتبر أن القيم مصدرها الدين الإسلامي وهي دائما إيجابية ، وهي تلك المعايير والأحكام التي يصدرها المرء على أي سلوك أو فعل مهتديا بقواعد ومبادئ مستمدة من القرآن الكريم والسنة النبوية وما يتفرع عنهما من مصادر التشريع الإسلامي ، وتكون هذه القيم موجهة لتنظيم حياة الفرد والجماعة وفق الطريق المستقيم والعادل الذي ينص عليه القرآن الكريم ليتخذوها معايير للحكم على كل قول أو فعل ، ولها في نفس الوقت قوة وتأثير عليهم .

الشباب الجامعي:

الشباب : لغة : يعني الفتوة والحداثة ، نقيض الشيب والمهرم .

وجاء في القاموس المحيط في مادة (ش ب ب) أن الشباب يعني الفتى ، كالشبيبة ، والشباب - بالكسر . النشاط . فمن المعنى اللغوي نستنتج أن مرحلة الشباب نقيض مرحلة الهرم ، لما لها من خصائص نفسية وسلوكية ومزاجية . إضافة إلى خاصية النشاط ¹ .

" ويرى علماء الاجتماع أن الشباب هم كل من يدخل في فئة السن من (15 إلى 25 سنة) ويبنون رأيهم على أساس أن أولئك قد تم نموهم الفسيولوجي أو العضوي ، بينما لم يكتمل نموهم النفسي والعقلي اكتمالا تاما بعد ، وبالتالي فهم في مرحلة وسط بين الطفولة والرجولة الكاملة " ² .

وهناك من يرى أن مرحلة الشباب أو الرشد تبدأ من (18 إلى 30 سنة تقريبا) ، ويقسمها إلى :

- مرحلة الشباب الأولى (من 18 إلى 24 سنة تقريبا) ، وهي تقارب مرحلة التعليم العالي .

- مرحلة الشباب الثانية (من 24 إلى 30 سنة تقريبا) ³ .

ومن الدارسين من يرى وجوب " .. ألا يقتصر هذا المفهوم على النظر للشباب كفئة عمرية أو اجتماعية لها خصائصها النفسية والسلوكية المميزة ، ولكن باعتبار الشباب جزء من كل ، أو باعتبارهم عنصرا هاما في بناء النسق الاجتماعي للمجتمع .. " ⁴ .

1- الفيروز أبادي، القاموس المحيط، ترتيب الطاهر أحمد الزاوي ، ط 3 ، الدار العربية للكتاب ، ج2، بيروت، 1980 ، ص 663.

2- عبد القادر المهيري، مرجع سابق، ص 504.

3-محمود محمد الزيني، سيكولوجية النمو والدافعية، دار الكتاب الجامعية، بيروت، 1968-1969 ، ص 86.

4- سعد إبراهيم جمعة، الشباب والمشاركة السياسية، القاهرة ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، 1984 ، ص 105.

وانطلاقاً مما سبق ، يتحكم كل باحث في أية مرحلة عمرية من مراحل الشباب يريد دراستها ، فدراسة الشباب عامة ، تركز على الفئات العمرية (من 15 إلى 30) . ودراسة التعليم الثانوي تركز على المرحلة العمرية من (15 إلى 30 سنة) ،

ودراسة الشباب الجامعي تركز على المرحلة العمرية من (18 إلى 30) ¹.

و بهذا ينبغي أن نشير إلى أن هذه الدراسة ستحدد مرحلة الشباب تحديداً إجرائياً بين سن (18 و 30 سنة) ، على اعتبار أننا سندرس الشباب الجامعي الجزائري .

11 - صعوبات الدراسة:

- ما من شك بأن الباحث عندما يختار فرعاً من فروع الدراسات الإعلامية الإسلامية ، أو إشكالية من إشكالاتها ، تعترضه عدة صعوبات تعرقل السير الحسن للبحث ومن هذه الصعوبات التي واجهتنا :
- صعوبة الموضوع في حد ذاته ، لما فيه من إشكاليات متشعبة ومتداخلة .
- ندرة المراجع وقلة الدراسات في هذا المجال باعتبار أن البحث في حد ذاته جديد وأن المراجع التي تتناول أمثال هذه المواضيع يصعب العثور عليها ، حتى وإن وجدت فهي قديمة .
- ضيق الوقت بين العام الدراسي وإنجاز المذكرة ، حيث لم نجد متسع من الوقت للقيام بدراسة جيدة وغنية بالمعلومات .

12- المقرب النظري :- نظرية الاستخدامات والإشباع:-

أولاً/ الخلفية المعرفية:

من بين أكثر المفاهيم الخاصة بالعملية الاتصالية عرضة للتغيير والتحديث بأثير عوامل عديدة، هو مفهوم جمهور المتلقين لوسائل الإعلام، حتى أن المراقب لهذا التغير يكاد لا يجد إجابة حاسمة، هل يأتي التغير .

نتيجة البحوث والدراسات العلمية في مجال الجمهور؟ أم أن التغير يؤثر في مسار البحوث ونتائجها؟¹ وكانت البداية مع نظرية الرصاصة الإعلامية التي ترى أن جمهور وسائل الإعلام يتأثرون على انفراد بالوسائل التي يتعرضون لها، وأن رد فعلهم تجربة "فردية" أكثر منه تجربة "جمعية"²

1- سمير لعرج، دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي، دراسة ميدانية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006-2007، ص 8.

1- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 2، عالم الكتب، القاهرة-مصر، 2000 م، ص-ص 165 (

2- عاطف عدلي العبد، مدخل إلى الاتصال والرأي العام، الأسس النظرية والإسهامات العربية، دار الفكر العربي-القاهرة، مصر، 1997، ص 198.

3- فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط 1، دار الفكر، دمشق-سوريا، 2002، ص 132.

كما كانت ترى هذه النظرية التي ظهرت بعد الحرب العالمية الأولى، متأثرة بالدور الكبير الذي لعبته الدعاية أثناءها، أن رسائل الدعاية تصل إلى كل أفراد الجمهور، وأن القوة الإقناعية تحقق أهدافها بسهولة، أي بمجرد وصول رصاصة. الدعاية إلى الفرد فإن تلك الدعاية تصيب الهدف الذي وضعت نصب عينها بالإضافة إلى ذلك فإن تأثر هذه النظرية بالنظرية النفسية الشائعة في تلك الفترة والمتعلقة بالمنبه والاستجابة التي ترى أن كل منبه يحقق استجابة مؤكدة. جعلها تفترض أن جمهور وسائل الإعلام عبارة. (عن منبه تتعرض له الجماهير، لذلك يجب أن تستجيب لها بشكل أو بآخر ولكن سرعان ما تم التخلي عن فكرة أن التعرض لوسائل الإعلام ينتج تأثيرات فورية ومتساوية على الجمهور، وذلك بسبب حدثين رئيسيين، الأول هو بدء الأبحاث الإمبريقية على نطاق واسع، وظهور نتائج تتعارض مع نظرية الرصاصة السحرية. والحدث الثاني هو أن علماء الاجتماع وعلماء النفس توصلوا إلى). نتائج جديدة تماما حول الخصائص الشخصية والاجتماعية للإنسان

ومن خلال حصيلة عامة لهذه الأبحاث، نشأت نظريات التأثير الاصطفائي (الاختياري). وهي عبارة عن صياغات متفرقة، غير أنها مترابطة ومتفاعلة فيما بينها وهي: نظرية الفروق الفردية، ونظرية التباين. (الاجتماعي، ونظرية العلاقات الاجتماعية³

وكانت هذه النظريات بدحضها لفروض نظرية الرصاصة، بمثابة طريق ممهّد لبروز وانتشار نظرية "الاستخدامات والإشباع"، خاصة بإتيانها بمبادئ تمنح من خلالها للجمهور حيزا من السيادة في عملية اختيار المضمون الإعلامي، وتتلخص هذه المبادئ في (مبدأ الاهتمام الانتقائي، مبدأ الإدراك الانتقائي، مبدأ. (التذكر الانتقائي، مبدأ التصرف الانتقائي).

ثانيا/ مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات وفروضها:

تتّم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة. فخلال الأربعينيات من القرن (20 م)، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام. إذ صار الاهتمام منصبا على "رضا المستخدمين" وذلك بطرح تساؤل جديد هو: ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟ من خلال هذا التساؤل الذي طرحته نظرية الاستخدامات والإشباعات على أنقاض السؤال القديم الذي كان سائدا قبل ذلك وهو) ماذا تفعل وسائل الإعلام بجمهورها؟(، يمكننا أن ندرك بأن محور العملية الاتصالية حسب النظرية يتمثل في المتلقي الذي يعتبر نقطة البدء وليس الرسالة الإعلامية أو الوسيلة الاتصالية¹.

1-صالح خليل أبو أصعب: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط4، دار الآرام، الأردن، 2004، ص140.

فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة ويلخص كاتز (وزملاؤه افتراضات هذه النظرية في النقاط الآتية² :

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

- يمتلك أضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته .
- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي، أو المؤسسات الأكاديمية، أو غيرها..
- الجمهور هو وحده القادر على تحدد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه، وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.
- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.
- وتحقق نظرية الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي :³
- محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار، ويستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاته.
- شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة من هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

ثالثا/ عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات:

-افتراض الجمهور النشط: ويرى بالمغرين Palmagreen أن الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية هي:¹

- الانتقاء : حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية والمضامين وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته.
- الاستغراق : ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.
- الإيجابية : بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال .

2-محمد عبد الحميد: مرجع سابق،ص222 .

3-مرزوق عبد الحكيم العادلي: الإعلانات الصحفية: دراسة في الاستخدامات والإشباعات، ط1، دار الفجر، القاهرة-مصر، 2004، ص126 .

1-مرزوق عبد الحكيم العادلي ، مرجع سبق ذكره ،ص 11 .

رابعا/ الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام :

لقد أدى ظهور مفهوم الإدراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم ويفسرون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز ، وأن تحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام .

وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديموغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام، مثل :ارتباط هذا التعرض بالنوع، والعمر، والمهنة، والمستوى التعليمي .² والاجتماعي والاقتصادي.

خامسا/ دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام : وترتبط دوافع التعرض لوسائل الإعلام بمجموعة من الحاجات تتلخص أساسا في : حاجات معرفية؛ أي الحاجة إلى الخبر والمعرفة بشكل عام حاجات عاطفية؛ كالحاجة إلى الإحساس بالأخوة والمحبة والفرح، حاجات اجتماعية، وحاجات تحقيق (الذات، والحاجة إلى الترفيه ، يضاف إليها الحاجة الهروبية كالحاجة إلى إزالة التوتر ³ .

أما عن الدوافع فيقسمها روبن (Robin) إلى فئتين هما :

-الدوافع الوظيفية) النفعية :

تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون، ولوسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجته من المعلومات والمعرفة.

-الدوافع الطقوسية :

وتستهدف تفضية الوقت، والتنفيس والاسترخاء، والهروب من الروتين اليومي .¹ والمشكلات.

سادسا/ توقعات الجمهور من وسائل الإعلام : يرى (كاتز) أن التوقعات هي "الاشباكات التي يبحث عنها." وبذلك فالتوقعات تساهم في عملية اختيار الوسائل والمضامين .ويرى (شرام) في هذا الشأن أن الإنسان يختار إحدى وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب . فعلى سبيل المثال الشخص الميال للعنف والمغامرات يستخدم التلفزيون لإشباع هذا الميل من خلال مشاهدة أفلام العنف والمطاردات . والمرأة التي لديها نزعة تحرر وتمرد على القيم تجد راحتها النفسية .² في ذلك النوع من البرامج التي تتبنى مثل هذا التوجه، وهكذا.

سابعا/ استخدام الجمهور لوسائل الإعلام : يشير (سيفن وندهل) إلى أن الاستخدام ربما يشير إلى عملية معقدة تتم في ظروف معينة يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع، ولذلك فإنه لا يمكن تحديده في إطار مفهوم

2-عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال (نحو فكر اعلامي مميز) ،مرجع سابق،ص115.

3-صالح خليل أبو أصبع :مرجع سابق ، ص214 .

1-وليام ريفرز وآخرون : الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر ،ترجمة أحمد طلعت الشيشي ، دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 2005 ، ص296 .

2--محمد عبد الحميد : مرجع سابق ، ص 225 .

التعرض فقط، ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم، نوع المحتوى، العلاقة مع وسيلة الإعلام، طريقة الاستخدام، وعلى سبيل المثال تحديد ما إذا كان الاستخدام أولياً أو ثانوياً.³

ثامناً/ إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام :ويفرق) لورانس وينر (بين نوعين من الاشباعات:

أ -إشباعات المحتوى :وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، وهي نوعين :إشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على معلومات، وإشباعات اجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

ب -إشباعات العملية :وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، وهي نوعين :إشباعات شبه توجيهية وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة . وإشباعات شبه اجتماعية مثل التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه).الاشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وإحساسه بالعزلة .⁴

تاسعاً/ نقد نظرية الاستخدامات والإشباعات:

يبدو مما سبق أن هذه النظرية تقع على النقيض من النظريات التي تقدر تأثير وسائل الاتصال :⁵ ولأجل ذلك تلقت مجموعة من الانتقادات . أكثرها شهرة هي التي أوردها) ماكويل 1979 : تعتبر مقارنة نفسية حدية ومبالغ فيها، فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى . تعتمد بإفراط على دفا تر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين .

تتأرجح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستخدم وبين تطوعية) المستخدم التفاعلية مع الرسائل، وهما حدان متناقضان.

نفترض بأن السلوك اتجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي والعقلاني، إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الاستخدام هي الموجهة له.

تواجه فلسفة" الاستخدامات والإشباعات " باستمرار مسألة قوة تأثير مضمون الاتصال .

ومن بين الانتقادات الموجهة لهذه النظرية أيضاً أن لا تشكل نظرية مستقلة، وإنما هي إعادة صياغة مختصرة لبعض أوجه نظريات التأثير الاصطفائي .¹

3-محمد عبد الحميد : المرجع نفسه ، ص 228 .

4-حسن عماد مكاي ،ليلي حسين السيد : الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ط1،الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة-مصر ، 2003 ص 123 .

5-فضيل دليو : الاتصال: مفاهيمه-نظرياته-وسائله ، ط1،دار الفجر،القاهرة-مصر،2003،ص31-32 .

1-فريال مهنا : مرجع سابق ، ص 156 .

أما أقوى الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع فتكمن في الطابع الوظيفي لها، وهو ما يعني تكريس الوضع القائم والتنكر للتغيير الاجتماعي. ونجد هربرت شيلر (يعتبر في هذا المجال الحرية الاختيار مجرد وهم، وذلك بسبب الخلط بين وفرة الكم الإعلامي، وبين تنوع المضمون، وذلك بسبب التطابق الكامن للمصالح المادية والإيديولوجية، لأصحاب الملكية) الخاصة، ومن الطابع الاحتكاري لصناعة وسائل الاتصال بوجه عام.. وهو ما يوفر أسباب القوة للنظام السائد لتعليب الوعي.²

هذه الانتقادات وأخرى غيرها، ساهمت بشكل أو بآخر بتطوير نظرية الاستخدامات والإشباع وأدت إلى ظهور اتجاهات جديدة في محاولة لاستدراك النقائص المسجلة: اتجاه يهتم بالربط بين دوافع الاستخدام وأنواع الإشباع، وطبيعة المضمون، وطبيعة الوسيلة المستخدمة. واتجاه يهتم بدراسة تأثير العوامل النفسية والاجتماعية عند تعرض الأفراد للوسائل. واتجاه ثالث يهتم بالعلاقات المتداخلة بين دوافع الاستخدام، وبين سلوكيات تلك الوسائل اتجاهها.³

2-هربرت.أ.شيلر: المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، مارس، 1999، ص 25-28.

3-مرزوق عبد الحكيم العادلي : مرجع سابق، ص 131.

الفصل الثاني

الفضائيات الإسلامية

تمهيد :

يمكن الاستفادة من الإعلام الفضائي في الدعوة والتوعية الدينية بقنواته التي انتشرت علي الناس مما جعلها اهتمام الباحثين والدارسين نشر والمفكرين ، فبرز أهميتها اليوم فهي وسيلة العصر الأساسية ، فقد تبين لمدي انتشارها أن بعض الدول تلتقط (80) قناة بهوائيات ترفع علي السطح تستقبل من خلالها ما ييثر مباشرة عبر الأقمار الصناعية ، ومن يملكها ييثر عمدا وإصرارا رسائل معينة يتوفر لها من أسباب الجذب والإغراء ما يجعلها محط أنظار المشاهدين ، الذين يقدرسون استيعاب جوانب كثيرة من الرسالة المبثوثة بحكم المزج بين الصوت والصورة ، وذلك مما جعل هذه الوسيلة الجديدة أداة طيعة في أيدي الصالحين الذين يحسنون الانتفاع بها ، وكذلك أداة طيعة في أيدي المفسدين الذين يفسدون بها ¹ .

إن إدراك حقيقة إمكان استخدام القنوات الفضائية في الخير والشر هو بداية المواجهة القائمة علي أسس علمية صحيحة تؤدي إلي تجاوز مشكلة التعامل معها إلي موقع حضاري متقدم ينقل الأمة من الدفاع إلي الهجوم ومن التأثير إلي التأثير عالميا (.) وقد برز في الآونة الأخيرة اهتمام كبير با التواصل الفضائي في مجالات عديدة ، ومن ثم كان استخدام الفضائيات ضرورة عصرية نابعة من أهمية الإعلام والاتصال في عالم اليوم علي النطاقين المحلي والعالمي . الفضائيات الإسلامية - تحديات وطموحات ذلك أن الإعلام با الإسلام عبادة جلييلة تنضبط با التوجه إلي الله - تعالي - إخلاصا وتوحيدا وبا الإتياع نهجا وتطبيقا قال تعالي : (قل إن صلاتي ونسكي ومحياي لله رب العالمين لاشريك له وبذلك أمرت وأنا أول المسلمين) . الآية 163 و تكمن أهمية الفضائيات الدينية ، في العناصر التي تستمد منها القنوات الفضائية الإسلامية أهميتها ومن بينها : ² .

* أن الفضائيات الإسلامية جهاد إعلامي فهي تبث القرآن الكريم وتلاوته ليل نهار وترسل حديث المصطفى - صلي الله عليه وسلم فكل وقت .

* الفضائيات الدينية مواجهة للتغريب حيث عاش العالم الإسلامي زمنا طويلا خاضعا للغزو الثقافي و الفكري من خلال الإعلام الغربي .

* الفضائيات الإسلامية خيار معرفي وبديل دعوي ، فا الإعلام اليوم إعلام تقني يقوم علي تقنية الاتصالات الرهيبه والتي أستغلها أعداء الإسلام فيما يسمونه بعولمة هذا الزمان أن يقفوا عاجزين في مواجهة هذا الاختراق .

فلا يستطيع المرء أن ينكر قدر ما ساهمت به الفضائيات الإسلامية خلال السنوات الأخيرة في توسيع دائرة الدعوة الإسلامية حيث تمكن الكثير من الدعاة عبر هذه القنوات الفضائية الإسلامية من الولوج لمناطق لم يكن من اليسير ولوجها

1- برنت روبن : الاتصال الإنساني ، ترجمة نخبة من أساتذة قسم الوسائل وتكنولوجيا التعليم بكلية التربية بجامعة الملك سعود، نشر معهد الإدارة العامة ، عام 1994 ، د ط ، ص 321.

2- نفس المرجع ، ص 385.

قبل ذلك ، فضلا عن إمكانية الدخول إلى كل بيت يضع في أعلاه هذا الطبق اللاقط لإشارات الأقمار الصناعية ، وهو ما يبرهن علي مدى أهمية الإعلام ، إذ أن الدعوة إلى الله - تعالى - إعلام يشرعه ، ودلالة علي دينه ، وهديه ، وأمة الإسلام هي امة الدعوة إلى الخير والتداعي إلى الفضل ، ومن ثم فإن رسالة الإعلام في الإسلام لا تنفك عن الدعوة بحال لأنه في حقيقته بلاغ مبين لحقائق هذا الدين .

1/ بداية البث الفضائي المباشر وظهور الفضائيات في العالم :

1-1/ بداية البث الفضائي المباشر :

يعتبر البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية أكبر نجاح حققه التفكير العلمي والتكنولوجي في مجال تطوير وسائل الاتصال الجماهيري، وقد ساعد هذا التطور على ظهور عشرات القنوات التلفزيونية الفضائية فلا يكاد يمر يوم إلا ونشهد فيه ميلاد قنوات فضائية جديدة، وتحديد كيفية التقاط البث لهذه القنوات ومشاهدة برامجها .

وقد بدأت عملية التفكير في البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية في مطلع السبعينات ، عندما صنع الاتحاد السوفيتي (سابقا) مركبة فضائية تزن أكثر من طن شرعت في البث المباشر للبيوت والقرى المعزولة في سيبيريا ، وبعدها وضع الاتحاد السوفيتي (سابقا) برنامجا للبث التلفزيوني يشمل مناطق سيبيريا الشاسعة من خلال إطلاق سلسلة من الأقمار الصناعية تدعى " إيكرا " أطلق الأول منها عام 1976م¹ .

وقد شهدت سنة 1976 أيضا الانطلاقة الأولى في مشروع قمر صناعي للبث التلفزيوني المباشر بالقارة الأوروبية ، وتبعتها مبادرات انفرادية أو ثنائية على غرار الاتفاقية الموقعة بين فرنسا وألمانيا في أكتوبر 1979م.

ويسمى هذا القمر الطي تشترك فيه مجموعة من الدول الأوروبية بالقمر أولمبيس OLYMPUS ، وقررت هيئة الإذاعة البريطانية استخدام قناتيه ذات القدرة العالية بموجب عقد مدته خمس سنوات²

وانطلاقا من سنة 1987م دخلت العديد من الشبكات التلفزيونية الأوروبية ميدان البث التلفزيوني المباشر ، وأصبحت ساعتها مساحة للبث تمتد من إسبانيا والبرتغال إلى دول أوروبا الشرقية ومن بريطانيا والدول الإسكندنافية إلى دول الشمال الإفريقي³

ومازالت العمليات التكنولوجية جارية لتسهيل وصول البث التلفزيوني المباشر إلى دول العالم بوسائل سهلة ورخيصة ، إذ تسعى الشركات لإتمام البث التلفزيوني الفضائي عن طريق الهوائيات الاعتيادية دون الاستعانة بالأطباق الهوائية ، الأمر الذي دفع إياد شاكركري إلى التوقع بأن العالم سيشهد أكبر صراع وتنافس بين الشبكات والقنوات التلفزيونية أكثر مما هو عليه وأن ذلك سيؤدي إلى حرب تلفزيونية في الفضاء⁴ .

1-إياد شاكركري مرجع سبق ذكره ص20.

2-نفس المرجع ، ص23.

3-نصير بوعلي: مرجع سابق ، ص11.

4-إياد شاكركري: مرجع سابق ، ص31.

1-2/ الفضاءات الأجنبية في المنطقة العربية :

تعود معرفة بعض العرب بالبث الفضائي المباشر إلى منتصف عقد الثمانينات ، حيث كان من بمقدور دول المغرب العربي التعرض للبث الفضائي المباشر (خاصة البث الفرنسي والإيطالي) . حيث سمحت دول المغرب العربي باستيراد وبيع وتصنيع معدات الاستقبال التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية ¹ .

وتعتبر فرنسا في مقدمة الدول الأجنبية السبّاقة في مجال البث التلفزيوني المباشر المستهدف للوطن العربي، وتعد الدول الواقعة في شمال إفريقيا (تونس، الجزائر، المغرب) من أكثر الأقطار العربية تعرضا لإرسال البث التلفزيوني الفضائي، مع العلم أن هذا لا يمنع من وصول الإرسال المباشر إلى باقي الأقطار العربية ² .

تعتبر سنة 1990 موقعا زمنيا ذا دلالة في تاريخ اتساع الحقل الاجتماعي للتعامل العربي مع القنوات الفضائية بواسطة الهوائيات المقعّرة، وقد فسر البعض الاهتمام بالحدث السياسي الذي هز العالم إعلاميا حينما اندلعت حرب الخليج، والذي مثل دافعا أساسيا لاستقبال البث الأجنبي عبر الأقمار الصناعية ³ .

ومع انتشار ظاهرة القنوات الفضائية الوافدة في العالم الثالث ، فقد تعاملت بعض الدول بحذر مع الظاهرة ، حيث صدر قانون في إيران في مطلع 1995 يمنع استخدام الأطباق اللاقطة ، وتم على أساسه رفع آلاف الأطباق ، أما العربية السعودية فقد منعت من استخدام الأطباق في أواخر عام 1994 ، في حين لم تصدر أغلب الدول حتى الآن تشريعات في هذا المجال ، وانتشارا لفضائيات جعل بعض الدول تعيد النظر في التخطيط البرامجي التلفزيوني، وذلك في محاولة لجذب المشاهدين إلى القنوات التلفزيونية المحلية نظرا إلى الانجذاب الجماهيري إلى مشاهدة المحطات التلفزيونية الأجنبية الوافدة ⁴ .

وإذا كانت بعض الدول العربية قد أصدرت في البداية تشريعات تمنع من استيراد الهوائيات المقعّرة ، ومن استقبال البث الأجنبي ، إلا أن ذلك لم يمنع فيما بعد من انتشار الظاهرة حتى في أوائل الدول العربية المبادرة في رفض فكرة استقبال البث الفضائي الأجنبي .

1-3/ القنوات الفضائية في الجزائر :

دخلت الجزائر ميدان البث التلفزيوني الفضائي المباشر رسميا منذ منتصف الثمانينات الخاص بالبث المباشر وذلك من جراء إطلاق فرنسا لقمريها الصناعي الأول TDF1 الخاص بالبث المباشر في أكتوبر عام 1985 ، وقد كانت عملية استقبال البث الفضائي في الجزائر في البداية وقفا على الأماكن العمومية مثل دور السينما وقاعات الحفلات ، وقد كان رياض

1-رأسم محمد الجمال:الاتصال والإعلام في العالم العربي في عصر العولمة، الدار المصرية اللبنانية،القاهرة،2006،ط1،ص34.

2-نفس المرجع ، ص 41.

3-توفيق يعقوب:حول الهوائيات ،مجلة اتحاد الإذاعات العربية ،عدد 01 ، 1998، ص27 .

4-مي العبد الله :التلفزيون والخوف من المعرفة ،مجلة اتحاد الإذاعات العربية ،عدد03 ، 2005، ص108 .

الفتح بالجزائر العاصمة السباق لهذا النوع من الاتصال التلفزيوني ، حيث جهاز بهوائي كبير مكنه من التقاط أربع قنوات تلفزيونية وهي: راي الإيطالية ، ميوزيك بوكس music box الألمانية TV 5 وقناة أوروبا europa .¹ ونظرا للتكلفة الباهظة للهوائيات المقعرة ، إذ بلغ ثمن الهوائي المقعر في فرنسا عام 1985 حوالي 15 ألف فرنك فرنسي أي ما يعادل آنذاك مليون سنتيم جزائري ، بالإضافة إلى تكاليف الجمركة والنقل ، فقد امتلاك الهوائيات المقعرة في الجزائر وقفا على المؤسسات العامة وبعض الفئات الميسورة الحال اجتماعيا .²

إلا أنه مع تنامي تصنيع وتطوير الأقمار الصناعية ، وتعاضل ظاهرة القنوات الفضائية ، فإن ذلك قلص تدريجيا من حجم تكلفة الهوائيات ، وضاعف أعداد جمهورها وخاصة بعد إدخال النظام الرقمي ، الذي أتاح للمشاهد فرصة الاختيار الواسع للبرامج التلفزيونية ضمن الباقات المتنوعة ، وهكذا أصبح المواطن الجزائري بإمكانه التقاط مئات القنوات الفضائية العالمية بدون رقابة أو وسيط .

4-1/ انتشار القنوات الفضائية العربية :

أ- نظم الأقمار الصناعية العربية : يوجد نظامان فضائيان عربيان هما :

- عربسات Arab sat :

كانت الانطلاقة الأولى لعربسات في مجال البث الفضائي في : 22 أغسطس 1985 مستهلة نشاطها ببث تلفزيوني لشعائر الحج من الأراضي المقدسة إلى كافة الدول العربية التي كانت تمتلك محطات أرضية مؤهلة للاستقبال .³

- نايل سات Nile sat :

يتكون نظام نايل سات من قمرين صناعيين ، أطلق الأول في أبريل 1998 ، والثاني في يوليو 2000 ، ويتكون القمرين من 12 قناة قمرية ، تتحول تكنولوجيا بالضغط الرقمي إلى 84 قناة تلفزيونية و 400 قناة إذاعية ، ويغطي القمران كل من دول الشرق الأوسط وجنوب أوروبا وجزء كبير من إفريقيا .⁴

ب - الفضائيات العربية :

تعد القناة الفضائية المصرية egyptians space channel ESC أول قناة فضائية عربية حكومية منتظمة الإرسال ، وقد بدأت البث المنتظم في 12 ديسمبر 1990 ، وأصبحت تغطية القناة الفضائية المصرية تشمل ما يعادل أربعة أخماس العالم وعلى مدى 24 ساعة يوميا .⁵

1-نصير بو علي ، مرجع سابق ، ص 10 .

2-نفس المرجع ، ص 11 .

3-أياد شاكور البكري ، مرجع سابق ، ص 55 .

4-راسم محمد الجمال ، مرجع سابق ، ص 136 .

5-أياد شاكور البكري ، مرجع سابق ، ص 86 .

وفي عام 1991 شرع بعض المستثمرين السعوديين في بث قنوات مركز إذاعة الشرق الأوسط MBC من لندن ، والتي وفرت خدمة إخبارية وبرامج حوارية للمشاهدين العرب على النسق الشائع في الغرب عموما ، ثم شرع مستثمرون سعوديون آخرون في إطلاق شبكات فضائية عربية ذات مضامين غربية مسلية ، مثل راديو وتلفزيون العرب ART ، وشبكة ORBIT ، ثم انطلقت بعد ذلك القنوات الفضائية العربية ¹ .

وما يلاحظ أن القنوات الفضائية العربية نشأت بلا تخطيط أو تنسيق بينها ، إلا أنه وجدت فيما بعد لجنة تنسيق سميت بـ: " اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية " وهي تهدف إلى توفير إطار ملائم تلتنقي فيه أسرة البث الفضائي العربي لتقييم مسيرتها بما يحقق تنامي البديل العربي في عصر الفضاء ، وتنوعه تنوعا مبدعا يؤهله لمنافسة البث الوافد ، ويجذر المشاهد العربي في محيطه الثقافي والحضاري ² .

إلا لأن ما تنادي به هذه اللجنة بقي مجرد شعارات براقة وأحلام تهاوت على أرض الواقع فهناك آراء ترى أن هذه اللجنة عديمة الجدوى وأنها تؤدي دور التسويق بدلا من التنسيق.

رغم أن العالم العربي لديه من المقومات لظهور نظام إعلامي عربي مشترك مثل اللغة والدين والأرض والأهداف المشتركة ووحدة التاريخ والعدو المشترك ، ورغم ظهور بعض ملامح إقامة هذا النظام المشترك من خلال إنشاء إتحاد إذاعات الدول العربية مع بداية عام 1980 وإنشاء المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية عربسات 1985 وإطلاق قمر نايل سات عام 1998 ، إلا أن هناك الكثير من المشكلات التي لا تزال تواجه إقامة هذا النظام وذلك لعدة اعتبارات هامة أبرزها ما يتعلق بهوية القنوات الفضائية وسياساتها ومخططاتها البراجمية ، ومدى انسياقها في منظومة التبعية الثقافية والإعلامية للدول الغربية ، سيما الولايات المتحدة الأمريكية التي تفرض بسط هيمنتها من خلال عولمة الإعلام .

1-رأسم محمد الجمال:مرجع سابق ، ص 135 .

2-رؤوف الباسطي : اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية،مجلة اتحاد الإذاعات العربية ،عدد1997،03،ص20.

2/ تأثيرات الفضائيات العربية على الجمهور العربي:

تعتبر الفضائيات العربية تجسيدا للوجود العربي في خضم التنافس على استغلال الفضاء وإثبات الوجود في عصر تميز بالسموات المفتوحة، وأولت الدول العربية هذا المجال الكثير من الاهتمام وتطورت وسائله، ولأن عمل الفضائيات العربية باعتبارها نتيجة "لسلسلة من الإنجازات الفضائية الإعلامية"¹، كذا نتيجة لرد فعلي على البث الغربي الذي هو بمثابة اختراق لمقومات وثقافة الشخصية العربية، كان له آثاره وتأثيراته على جمهوره وذلك من خلال ما تبثه من رسائل، وما تقدمه من برامج، وما تقوم به من إنجازات من أجل بيان وإظهار التراث العربي، أيضا تعزيز مقومات المواطن العربي إضافة إلى ما تبينه من وجهات النظر التي تثري الفكر العربي وتفتح أمامه فرص الإطلاع على الآراء المغايرة أو المعضدة له .

وبالرغم من الظهور المتأخر للفضائيات العربية إلا أنها حققت نوعا من الإيجابية لدى المواطن العربي، كما يؤكد الكثير من الباحثين والدارسين والمهتمين بالدراسات الإعلامية وتأثيرها أن الإعلام الفضائي العربي قد أنجز ما عجزت عنه السياسة والاقتصاد، حيث كرس واقع إعلامي عربي جديد لا رجعة عنه وهو "الإعلام العربي العابر للقارات BanArab"²، كما أنها - الفضائيات العربية - استطاعت الاستحواذ على غالبية المشاهدين العرب، وشغلتهم عن متابعة القنوات الدولية الأخرى وذلك بفضل ما قامت به من مجهودات.

2-1/ الآثار الإيجابية للفضائيات العربية.

استطاعت الفضائيات العربية أن تثبت وجودها وأن تشكل قوة إعلامية، وحققت العديد من أهدافها التي سطرها فأحدثت طفرة في الإعلام العربي ومن بين أهم إنجازاتها مايلي:

- حاولت الفضائيات العربية الارتقاء بالمستوى المهني، خاصة في مجال نشرات الأخبار والتقارير والحوادث والسياسة والفكر³

- استقطبت الجمهور العربي ذلك لأن الجمهور العربي ميال إلى متابعة الفضائيات العربية بسبب اللغة والثقافة المشتركة، لذا فإن الخيارات المطروحة عربيا أمامه تتيح له مجالات الاختيار ترفيهيا وثقافيا وإيديولوجيا من قنواته العربية العديدة، بمعنى أن

1- ياس خضير البياتي، الاتصال الدولي والعربي مجتمع المعلومات ومجتمع الورق، دار الشروق، عمان، ط1، 2006، ص 238.

2- الإعلام التلفزيوني العربي، الإنجازات والتحديات، أكتوبر، (2003) بالتعاون مع اتحاد الإذاعة والتلفزيون والشركة المصرية للأقمار الصناعية "نايل سات"، المركز العربي للبحوث والدراسات الاستشارية.

3- عبد الله بوجلل وآخرون، القنوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري، دراسة نظرية وميدانية، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، د.ط، د.ت، ص أ.

هذه الفضائيات العربية ستؤدي إلى تعزيز الهويات القومية، والخصوصية القومية والثقافات الشعبية¹ ، وهكذا فقد ساهمت في توفير خيارات متعددة للجمهور، بسبب كثرتها وتنوعها واستعمالها للغة الأم، هذا العامل الذي أعانها على تكوين جسر بينها وبين المتلقي، كما أنها حاولت أن تنوع في برامجها وتعدد في تخصصاتها في مجال الحياة والعلم والفكر - كسرت الكثير من القيود والطابوهات خاصة في الحياة السياسية من خلال بعض القنوات الإخبارية، كما أنها فرضت نفسها كمصدر للخبر من خلال تجربتها أثناء الحرب الأمريكية على أفغانستان والعراق²

- أحدثت تغييرا مهما في المجتمعات العربية فيما يتعلق بالتفاعل فيما بينها، ووحدة الفكر إزاء قضايا الوطن وتحدياته، وأشعرهم بأهم أمة واحدة من خلال تشابه الفكر والتراث والعادات، كما أفسحت المجال أمام الجماهير للإدلاء بأرائهم وممارسة حرياتهم ، مع التفاعل مع أزماتهم والتحدث عن قضاياهم³ .

- لعبت الفضائيات العربية دورا في التأثير على اللغة من حيث طريقة الاستعمال لها، ومن حيث تزويد الجمهور العربي بمصطلحات جديدة تدخل في قاموس حياته خاصة من حيث اللغة المحكية، إذ ساهمت الفضائيات في تقريب اللهجات العربية وصار هذا عاملا مساعدا في تكوين اللغة الوسطى أي لغة الإعلام ، وقدمت للشعوب بذلك ثروة لغوية ساهمت في رفع مستواها الثقافي، وعملت على توحيد الأمة العربية وفكرها⁴

- أوجدت نوعا من المعرفة المتبادلة بين الدول العربية، وبواسطتها أمكن الإمام بمعلومات أكثر ثراء وغزارة عن الدول والشعوب العربية من خلال الصورة الحية التي تنقلها، كما لعبت دورا فعالا في نشر الوعي السياسي وتوعية النشء وتوعية ثقافية نحو حقوقهم وواجبهم، وتوجيههم نحو فكرة التعايش والرضى من أجل إحلال السلام والازدهار لأوطانهم، وتعزيز الشعور بالانتماء إليهم .

- تتمتع الفضائيات العربية بخصوصية معينة تركت بصماتها الواضحة على نوعية المادة المعروضة، وعلى طريقة تقديمها، واستطاعت بذلك أن تمتلك لغة تعبيرية خاصة بها، تشمل على نوعية المادة وكيفية معالجتها وعناصر التجسيد الفني المستخدم في تقديمها وحقت ذلك بسرعة، وتمكنت من توطيد نفسها كأوسع وأهم وسيلة جماهيرية

- توحيد نقل المناسبات الهامة وتقليل التكلفة على هيئات التلفزيون في البلدان العربية خاصة منها نقل الشعائر الدينية

1- صالح خليل أبو أصبع، **تحديات الإعلام العربي**، دار الشروق، عمان، الأردن، ط 1، 1999، ص 24.

2- عبد الرحمن عزي وآخرون، **العرب والإعلام الفضائي**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط 1، 2004، ص 158.

3- ياس خضير البياتي، مرجع سابق، ص 280.

4- عبد العزيز شرف، **وسائل الإعلام لغة الحضارة**، مؤسسة مختار للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط، د.ت، ص 7.

- ساهمت في توفير معلومات عن آخر النتائج العلمية والاختراعات، وغيرها من الأمور المجتمعية والعلمية الهامة والتي كان تداولها بطيئا من قبل¹

- الاتجاه الكبير نحو الفضائيات وُلد إدمان عليها، وهذا في حد ذاته وجه إيجابي خاصة ما تعطيه بعض البرامج من وقاية ومناعة حيال بعض الآفات الاجتماعية، فقد أشارت إحصائيات بالولايات المتحدة الأمريكية أنه في حالة تراجع إقبال الشباب خاصة منهم المراهقين عن المضامين المتلفزة يتوقع حصول 40 ألف حالة قتل، و 70 ألف حالة اغتصاب سنويا²

- ظهور التلفزيون التعليمي والتربوي الذي يقدم بالإضافة إلى البرامج الثقافية؛ برامج تعليمية، ودروس تقوية للتلاميذ مستمدة من مناهجهم المدرسية، بذلك حاول القيام بدور مكمل لدور المعلم في شرح وتبسيط المقرر.

فالفضائيات العربية تعتبر نوافذ للمشاهد العربي يرى من خلالها الوجه الآخر لأخيه العربي، أيضا من الوسائل التي يتم من خلالها فتح مساحات للتلاقي الإنساني والتبادل الثقافي، خاصة مع اعتماد الكثير على هذه الوسيلة باعتبارها من أحدث الوسائل في التواصل بين الشعوب العربية؛ بسبب اجتيازها لكل العوائق والقيود خاصة منها الجغرافية والسياسية التي فرضت عليهم.

2-2/ الآثار السلبية للفضائيات العربية:

ظهر البث الفضائي العربي بصورة لم يكن المجتمع العربي مؤهلا لذلك ولا مهيا، فلم يستعد للتعامل مع آثاره الإيجابية والسلبية، وذلك نظرا للقصور الذي عاناه في وسائله التقنية وفي مهاراته الاتصالية، كذلك اعتماده على منتجات غريبة ووجود هذه الصورة دون تخطيط ودراسة سابقة، وبما أن المضمون هو من يدفع الجمهور إلى اختيار قناة ما أو متابعة برنامج معين، فإن المحطات الفضائية العربية قد أفرزت من خلال هذا المضمون العديد من النتائج وأظهرت أوجه القصور في أدائها وكان لها آثارها على المجتمعات العربية على النحو الآتي :

2-2-1/ الآثار الثقافية.

* **عولمة الثقافة الغربية وهيمنتها:**

إن ثقافة عصر البث الفضائي لا تعترف بالحواجز وهذا راجع لمظاهر العولمة الثقافية التي ألغت الحواجز والمسافات، عن طريق الأقمار الصناعية، حيث أتاحت للأفكار العبور بصورة متزايدة، من أجل تكوين ثقافة تتسم بالضحالة والسطحية والإثارة، وتسعى إلى تنميط الذوق وقولبة السلوك³ ، إذ تعتبر الآن المعركة الثقافية من أهم أوجه الغزو الثقافي الطوعي الذي يتم دونما مقاومة، ويمارس على كل أمة من خلال برامج فضائية معدة مسبقا لهذا الغرض من أجل إضعاف المقومات

1- رحيمة الطيب عيساني، الفضائيات العربية الإيجابيات والسلبيات، مجلة الخليج، ع 74، 2008، ص 68.

2- المنصف النواس، التلفزة والشباب والنشئة تواصل أم تنافس، مجلة الإذاعات العربية، ع 2، 2002، ص 12.

3- عواطف عبد الرحمن، الإعلام العربي وقضايا العولمة، العربي للنشر، القاهرة، د.ط، 1999، ص 17.

الحضارية للأمم، وجعلها قابلة للاستتباع¹ ، كما أنه يستهدف نفس كل القيم الروحية والمبادئ والمثل السامية والفضائل الكريمة.

* نشر الإباحية :

من خلال الكثير من البرامج سواء منها الدراما أو أغاني الفيديو كليب واكتساب عادات محرمة؛ وهذا يتم كثرة المشاهدة والتعود عليها، كما في الاختلاط الذي حرّمه الإسلام نظرا لمخاطره على المرأة والرجل ومن خلالهما على المجتمع الإسلامي، ومع ذلك فإن الكثير من البرامج تصورها معا في كل الأماكن وفي كل المجالات، بل وفي كثير من الأحيان تبرز أن من يخالف هذا يتصف بالتعقيد والتخلف. ويظهر ذلك بالخصوص في المسلسلات التي توجه رسالتها بوجه خاص للمرأة بصفقتها المؤثر في الأسرة وفي تنشئة الأجيال؛ وقد أثبتت الدراسات أن صورة هذه الأخيرة مشوهة في القنوات الفضائية وسلبية خاصة وأنها تستخدم كبضاعة من خلال استغلال جسدها، وذلك بالتركيز على الناحية الجنسية بنسبة 16.36% ويأظهارها كإنسانة فاسدة الأخلاق والطباع بنسبة 12.15%،² هذا وتظهر في كثير من المسلسلات المدبلجة مشاهد جنسية محرمة، لكن حدة المنافسة في هذا المجال جعلت المخططات اللبنانية المحلية تقدم على إنتاج مثل هذه المسلسلات وما تحويه من خلعة أخلاقية بالرغم من النهي الإلهي عن العلانية في الترويج للمنكرات والمحرمات ولقد توصلت دراسة طبية أجريت على 500 طالبة ممن يشاهدن الفضائيات بشكل منتظم إلى نتائج تشير إلى إصابة هؤلاء الطالبات بأمراض في الجهاز التناسلي والمجرى البولي، وحدوث تغيرات كبيرة طرأت على سلوكهن، حيث أن هؤلاء الفتيات كن غالبية الوقت يفكرن في الجنس . كما أن مرض الفضائيات هذا تم تسجيله بكتب الطب الحديثة باسم "دش سيندرم"، وقد تم الاعتراف به من قبل جمعيات وطنية في الكثير من دول العالم، وهذا المرض يؤدي إلى تغيير عادات وسلوك المصابين به، كما يعمل على زعزعة الأخلاقيات³

* زعزعة عقيدة الإسلام في نفوس الكثير من الناس:

بسبب مضامين الفضائيات العربية التي تحاكي المضامين الأجنبية، سواء في المواضيع المقترحة أو كيفية معالجتها والتي تكون في الغالب الأعم بعيدة عن التحكيم الإسلامي، لكن هذه المضامين حينما تعرض على الفضائيات العربية تكون أكثر تأثيرا نظرا لعامل اللغة الذي ييسر وصول الرسالة وفهمها، وكذا طبيعة المقدمين لهذه البرامج (عرب ومسلمين) يجعل المتلقي لا يمحس فيها بل يتلقاها بعين الرضا وأيضا بالقبول التام، كما أن بعض الفضائيات العربية تعتمد على إثارة بعض القضايا

1- رحيمة عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال، مطبوعات الكتاب والحكمة، باتنة، الجزائر، ط 1 ، 2007م، ص. 201

2- المرأة العربية والإعلام، مركز المرأة العربية والتدريب والبحوث كوثر، مجد المؤسسة الجامعية والنشر، بيروت، ط 1، 2008م، ص. 132.

3- نعي القاطرجي، الاغتصاب، دراسة تاريخية نفسية اجتماعية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط 1 ، 2003م، ص. 204.

الخلافية بين علماء المسلمين وعند طرحها لا يتم مناقشتها مناقشة علمية، بل في الكثير من الأحيان تكون المناقشة سطحية، إضافة لكونها من أشخاص غير متخصصين في العلوم الشرعية والدراسات الإسلامية، مما يحث بليلة لدى الرأي العام حيال عدة قضايا ذات صلة بالعقيدة والمبادئ الإسلامية.

* إضعاف عقيدة الولاء والبراء، والحب والبر والبغض في الله :

حينما قامت الدولة الإسلامية كان أحد أسباب قوتها اعتزازها بعقيدة الولاء والبراء، فكل فرد مؤمن في المجتمع الإسلامي تحب محبته ونصرته وكل كاره ومخالف للشرعية يجب بغضه ومعاداته لقوله صلى الله عليه وسلم (أوثق عرى الإيمان الحب في الله والبغض فيه)¹ ، لكن ما حدث في عصرنا من تفرق المسلمين وتشتت دولهم، وضعف تمسكهم بدينهم كان نتيجة لتخليهم عن هذه العقيدة، بالرغم من تحذير الله عز وجل من هذا، لقد مارس الإعلام دوره في نقض هذه العقيدة وزعزعة الإيمان بها من خلال التشكيك في المقومات الإسلامية، وتشويه المفاهيم ذات الصلة بالدولة الإسلامية، والولاء، والأخوة، وإثارة النعرات بين الشعوب الإسلامية والفرق الفكرية والسياسية، واستغلال خلافات تاريخية من خلال القراءة السطحية للتاريخ الإسلامي، كما سعى الإعلام إلى تزوير الفوارق بين المسلمين والكفار، وحاول ترسيخ القومية والإنسانية على حساب الترابط الديني.

* نشر مفاهيم مغلوطة حول الكثير من القيم الإيجابية:

التي وصانا بها الرسول صلى الله عليه وسلم، وتزييف المعاني وقلب المفاهيم، كما في مفهوم الرياضة (علموا أبناءكم السباحة والرمي والمرأة المغزل)² ؛ حيث قامت بعض المخططات الفضائية بالتعاون مع جهات مختلفة في تشويه مظاهر الرياضة وأحدثت انقلاباً في مفهومها وفي أهدافها، حيث كانت الرياضة عنواناً للأخلاق السامية أما الآن فقد أصبحت وجهاً للتعصب، وأداة تروج للعادات السيئة والمادية، دون تجاهل لأنواع الرياضات القتالية العنيفة كالمصارعة الحرة التي حولت مفهوم القوة وزيفت معاني الترويح عن النفس والاستمتاع بالهويات الممارسة لدى الأفراد.

* تحريف التراث الإسلامي :

وهذا بالتشكيك في مقوماتنا الإسلامية وفي تاريخ أمتنا وأصالتها من خلال عرض برامج تدعو إلى الارتقاء ونبد التخلف الذي سببه الدين الإسلامي، ودائماً ما يعرض المسلم وكأنه أبله عبد للمال والجنس والمرأة وهذا ما لوحظ في فيلم "الإرهابي" لعادل إمام، كذا عرض الإنسان المسلم المتدين متمزناً في آراءه متعصباً متعطشاً للقتل وإلحاق الضرر بالآخرين كما في مسلسل "عرب لندن"؛ حيث ظهر المتدينون وهم يتكلمون باللغة العربية الفصحى متشدقين بشعارات الإسلام والجهاد ونبد

1- مصنف ابن أبي شيبة، عدد الأجزاء 7، ج 7، رقم الحديث 34338، ت: كمال يوسف الحوت، مكتبة الرشد، الرياض، ط1، 1409هـ، ص 80.

2- كتاب الستون من شعب الإيمان، وهو باب في حقوق الأولاد والأهلين؛ وهي قيام الرجل على ولده وأهله وتعليمهم إياهم من أمور دينهم ما يحتاجون إليه.

الخلاعة، لكنهم بالمقابل غير متحضرين أثناء حواراتهم، يحكمون بقسوة دونما سماع للطرف الآخر مستندلين بآيات قرآنية وأحاديث نبوية.

* المساهمة في نشر فرق ضالة :

وذلك لما تحدثه من خلل في المجتمعات الإسلامية وما تنشره من فتن لما جاء عن النبي صلى الله عليه وسلم (تعرض الفتن على القلوب كالحصير عودا عودا فأى قلب أشربها نكت فيه نكتة سوداء وأي قلب أنكرها نكت فيه نكتة بيضاء حتى تصير على قلبين على أبيض مثل الصفا فلا تضره فتنة مادامت السماوات والأرض والآخر أسود مرابدا كالكوز مجحيا لا يعرف معروفا ولا ينكر منكرا إلا ما أشرب من هواه) ¹ ؛ كظاهرة عبدة الشيطان والشاذين جنسيا والمثلية الجنسية وأنواع الخيانات الزوجية بعرض برامج تبين حرية الفرد في اختيار سلوكياته مادام يمارسها دونما إلحاق الضرر بالآخرين متناسين أن الإضرار بالنفس أكبر عند الله.

2-2-2 / الآثار الاجتماعية:

نشأ عن البث الفضائي الكثير من السلوكيات الخاطئة التي يكتسبها الفرد من خلال محاكاته له - البث الفضائي - فكما قال السيد أحمد المخزنجي في وسائل الإعلام وتنشئة الأبناء أن التلفزيون الجهاز المجمع المفرق. فقد ساهم في:

* نشر ثقافة العنف لدى الأطفال :

وهذا ما أثبتته دراسات كلاسيكية لشرام وبنديرة والتي أثبتت أن هناك علاقة بين رؤية مشاهد العنف في التلفزيون وقابلية ممارسته في الواقع خاصة ما يتعلق بفئتي الأطفال والمراهقين الذين يحملون مثل هذه الاستعدادات ²، ولقد أثر التلفزيون على الأطفال بصورة جعلهم غائبين عن عالمنا متقمصين في أحيان كثيرة أدوارا لطالما شاهدوها أمامهم خاصة ظاهرة العنف المتلفز؛ حيث كدت الباحثتان أماني تفاحة ولارا حسين أن الطفل حينما يشاهد التلفاز دون رقابة أو انتقائية يصبح أقل إحساساً بالآلام الآخرين، ومعاناتهم، وأكثر رهبة وخشية للمجتمع المحيط به، وبالمقابل يكون أشد ميلاً إلى ممارسة السلوك العدواني وبذلك يزيد استعداده لارتكاب التصرفات المؤذية، كما أفادت أن ذروة المشاهدة تكون في الفترة المسائية؛ حيث تُعرض مشاهد العنف بمعدل 5 مشاهد في الساعة، وبالتالي فإن الطفل ذو 11 سنة يكون قد شاهد نحو 20 ألف مشهد قتل أو موت، وأكثر من 80 ألف مشهد اعتداء، كما قامت الباحثتان بالاستعانة بدراسات علمية أجرتها منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (يونسكو) والتي توصلت إلى أن الطفل العربي وقبل أن يصل إلى 18 سنة يكون قد قضى أمام شاشة التلفاز 22 ألف ساعة مقابل 14 ألف ساعة يقضيها في المدرسة في العمر نفسه، وقد لوحظ ارتفاع نسبة

1- صحيح مسلم، كتاب الإيمان، باب الإسلام بدأ غريبا وإنه يأرز بين المسجدين، عدد الأجزاء 5، ج 1، الحديث رقم 144،

ت : محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء التراث العربي، بيروت، د.ط، د.ت، ص 128 .

2- عزي عبد الرحمن، قراءة استيمولوجية في تكنولوجيا الاتصال، مجلة المستقبل العربي، ع 295، 2003م، ص 31.

المشاهدة بدءاً من القرن 21 ؛ حيث زاد المعدل العالمي من 3 ساعات و 20 دقيقة يومياً إلى 5 ساعات و 50 دقيقة يومياً، نتيجة للانتشار الواسع للفضائيات، كما يعمل التلفزيون على زيادة عزلة الأطفال السرية، وأيضاً بعدهم عن المجتمع الذي يعيشون فيه.¹

ويرى علماء الاجتماع أن التلفزيون يشبع في النشء حب المغامرة والتحرر من قيود الكبار، كما أنه يشبعهم بإمكانية إيجاد كيان خاص بهم ولكن التطرف في مشاهدة التلفاز قد يؤدي إلى الانحراف خاصة ممارسة العنف؛ وذلك باعتبار أن الحياة قد تصادفنا بمشاكل كثيرة، لكن الحلول العلمية عادة ما تكون طويلة الأجل فيظهر العنف كوسيلة فورية وناجعة في حل المشكلات، وبذلك يتحول التلفاز إلى وسيلة ومدرسة لتعلم السلوك العدواني.

نشر ثقافة الترفيه :

هذه الثقافة التي تغطي على كثير من الفضائيات العربية وربما يعود ذلك إلى الاتجاه التجاري لمعظمها، وإلى اندراجه تحت مظلة إرضاء الجمهور العربي وبالخصوص الشباب، ومما زاد في حدة هذه الظاهرة دخول المال العربي وبشكل سلبي إلى الإنتاج الإعلامي والفني دون أخذ الاعتبار الاجتماعية العربية وبذلك أصبحت بعض الفضائيات العربية شبه نوادي ليلية، تقدم لجمهورها أنواع الإثارات الجسدية والغريزية أحياناً لا يجدها في القنوات الغربية.²

ومما يؤخذ على هذا الترفيه المتواجد على القنوات الفضائية العربية أنه ترفيه مبتذل وغمطي ويؤدي إلى تسطيح وتفكير وتجويف الحياة الثقافية وقتل روح الإبداع لدى الفرد بل بالمقابل يشجع السلبية والتقليد ، كما أنه ترفيه في أغلبه ترفيه محرم من الناحية الشرعية، كما في قنوات الفيديو كليب والأفلام والأغاني والتي لأغلبها أهداف منفعية تجارية خاصة ، ومن جوانبها السلبية أنها تستخدم لإثارة الغرائز، حيث التهكم والتسطح وأقصى ما يمكن أن توصف به هذه الأغاني هو الإسفاف والسقوط والهزل والعهر.³ وهذه الأفكار لا تجد المقاومة عند الكثير من شبابنا بسبب ما تسببه من تعطيل في القدرات العقلية، واستسلام للمحفزات الشهوانية والغريزية.

نشر الثقافة الغربية :

وذلك بالتركيز على البرامج المستوردة، في ظل غياب الإنتاج العربي؛ إذ تقدر احتياجات القنوات العربية في مجال الدراما بين 20 و 25 ألف ساعة سنوياً، بينما يصل معدل إنتاجها إلى 3000 ساعة سنوياً، أما في مجال الوثائقيات فإن ما يوفره الإنتاج العربي لا يمثل سوى أقل من 1% من معدل حجم ما ينتج .

1- محمد جاد أحمد، الإعلام الفضائي وآثاره التربوية، العلم والإيمان للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ط1 ، 2008م، ص105.

2- ياس خضير البياتي، مرجع سابق، ص 278.

3- حسن العربي، أغاني الفيديو كليب وانعكاساتها، مجلة الإذاعات العربية، عدد3 ، 2004م، ص110.

فالقنوات العربية تعتمد على البرامج المستوردة والتي معظمها أفلام تلفزيونية وبرامج ثقافية، وبالقابل التدفق العكسي يكاد أن يكون معدوم ، وهذه الكثافة تعكس توجهها مدياتيكيًا سائداً من خلال بنية الدراما في البرمجة التلفزيونية التي استغلت الوظيفة التلفزيونية المتمثلة في صناعة سلوك استهلاكي ، والتي تعتمد على الثقافة والمضامين الغربية التي تحملها البرامج المستوردة.¹

نشر الكثير من القيم السلبية والمساهمة في التغيير القيمي :

ساهمت الفضائيات العربية ومن خلال برامجها في نشر قيم تتعارض مع قيمنا ولقد كشفت دراسة أن الفضائيات تؤثر على شبابنا بإنشاء مشكلات اجتماعية تسهم في الاضطراب الاجتماعي وعدم الاستقرار، إضافة إلى تعميق المشاعر الذاتية على حساب الالتزام الجماعي، بمعنى إطفاء الفردانية وحب الذات وإضعاف الولاء والحب للمجتمع والوطن، وتعميق الإحساس بالاغتراب وإشاعة مشاعر الاستسلام للواقع، كما عملت على نشر الاتكالية والسلبية والريح السريع، من خلال برامج تركز المادية وتقتل روح الإبداع أمثال برامج "من سيربح المليون، ووزنك ذهب، الخزنة" وغيرها، كذا إضعاف الروابط الأسرية وقيمها، وازدياد السلوك الإجرامي في المجتمع.²

كما عملت الكثير من الفضائيات العربية بقصد أو دون قصد على التغلغل في قيم المجتمع ومحاولة خلطها وزعزعتها؛ بإظهار مدى تخلفها ومخالفتها للتطور المنطقي الإنساني، واهتمت هذه الفضائيات بخلحلة مصطلح القدوة لدى الفرد العربي حيث أظهرت الفنانين والممثلين و صورت

حياتهم وأوضحت نجاحاتهم وأبرزتهم كقدوة للناس³، من أجل اقتداء الشباب بهم، وأغفلت بالمقابل العلماء والمثقفون والأدباء وهمشتهم، وأصبح ظهورهم مناسباتياً . كما برزت مؤخراً ظاهرة تلفزيون الواقع والتي تعتمد على مجموعة من الشباب ذكوراً وإناثاً يعيشون في بيت واحد كما في برنامج ستار أكاديمي، والذي أثبتت دراسة أجريت على عينة من الشباب الجامعي أن 89 % من العينة يتابعون برامج تلفزيون الواقع، وأن 54 % مهووس بها ومعظمهم من الإناث بالرغم من اتفاق 73 % من العينة على عدم واقعية تلك البرامج وأنها غير علمية، وأكد 35 % من الشباب أنها تتعارض والقيم الإسلامية.⁴

1- محمد عبد الكافي، المشهد التلفزيوني العربي وتكاثر القنوات، مجلة الإذاعات العربية، ع3 ، 2006م، ص.30
2- عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، مطابع الوطن، الكويت، 1984م، ص.54.
3- عائض الراددي، ضياع الهوية في الفضائيات العربية، المجلة العربية، جامعة المملكة العربية السعودية، ص.14 .
4- هبة الله بجحت السمري، الشباب وبرامج تلفزيون الواقع، مجلة إذاعات العربية، ع2 ، 2005م، ص.94.

وتلفزيون الواقع لا يمثل الواقع الذي تعيشه المجتمعات العربية، فهو يعتمد على إيجاد بيئة مغايرة تماماً لما هو واقع، مما يجعل الشباب الذين يميلون إلى هذا النوع من البرامج يعيشون في عالم من أحلام اليقظة فتراهم يحاولون إسقاطها بعملية نفسية على هذه البرامج، إضافة إلى كونهم يعانون من الكبت النفسي، وأنواع التمرد الاجتماعي، فهذه البرامج تهدف إلى تخريب العقول وتنميط السلوك .

ظهور المرأة كسلعة وبمظهر غير لائق لإنسانيتها:

لقد ركزت الكثير من القنوات الفضائية على استغلال جسد المرأة بشكل واسع وغير مسبوق في الترويج لمختلف السلع والبضائع والمنتجات الاستهلاكية بواسطة الإعلانات التلفزيونية والصحفية وحتى الحائطية، مما حدا بأحد المفكرين القول " لم تعد المرأة شخصية ولا كائناً إنسانياً وإنما هي لا تكاد تكون أكثر من حيوان جميل... " ¹، وتحولت النظرة إليها من خلال ما يث على المخططات الفضائية وأصبحت المرأة عبارة عن سلعة رخيصة تخضع للسوق البيولوجية، وأصبحت قيمتها تقاس بمدى عريها وقياساً لمفاتنها ودرجة إغراءاتها، كما تبين من دراسة أخرى ² أجريت على نحو 100 أغنية شبابية وجد أنها احتوت على 7573 لقطة، اتضح أنها تتضمن 2056 مشاهد راقصة، 1409 تر كز على مناطق مثيرة في جسد المرأة، 2400 قريبة من هذه المناطق، و 146 لقطة تلامس، و 126 تحوي عناق.

2-2-3/ الآثار الاقتصادية.

* كثرة الإعلانات :

يظهر هذا من خلال الإعلانات الكثيفة والتي في معظمها لشركات عالمية من أجل تسويق منتوجاتها على حساب المنتج الوطني، الذي يتم إضعافه ببيان محاسن المنتج المستورد، كما لوحظ انتشار أنماط استهلاكية ترفيهية لدى الفرد العربي المسلم، مما أدى إلى تعميق الهوة بين الطبقات الاجتماعية، وظهور من يعاني من القصور في القدرة الشرائية فيحدث صراعا داخليا يؤدي إلى عدم الاستقرار الاجتماعي، وإضعاف الروابط الاجتماعية .

كما أن كثرة الفواصل الإعلانية ساهمت في تحويل مجتمعاتنا إلى مجتمعات استهلاكية، خاصة وأنها تحرض على الإنفاق دونما إنتاج وتنمية، كما أن الدعايات والإعلانات ابتكرت مؤخرًا ما يسمى بمتعة التسوق فتحول الناس إلى فنانين في الإنفاق .

وأنتجت بذلك مجتمعاً مستهلكاً بالمقابل لا ينتج أدنى احتياجاته، فكثرة الإعلانات تعمل على خلق رغبات جديدة لدى الأفراد الذين لا يستطيعون إشباعها، بسبب تركيزها على النواحي العاطفية والشعورية التي تؤدي إلى خلق أنماط مختلفة من التبذير والاستهلاك غير العقلاني، إضافة إلى انتشار قيم جديدة بعيدة عن القيم الإسلامية كالتنافس على تحديث أنماط جديد في الأثاث المتري والمغلاية في إظهار الزينة لدى المرأة وغيرها. ³

1- جمال العيفة، الثقافة الجماهيرية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، د.ط، 2003م، ص 121.

2- محمد المسفر، تحليل الرسالة الإعلامية، تأثير الفضائيات العربية على الشباب العربي، دط، د س، ص 51.

3- عماد الدين الرشيد، الإعلام المعاصر رؤية نقدية - المخططات المتلفزة نموذجاً -، نحو القمة للطباعة والنشر، حمص، سوريا، ط 1، 2009م، ص 41.

* التسويق لشركات عالمية في السوق الوطنية:

والتي عملت على نشر نمط استهلاكي جديد، فبالإضافة إلى اعتمادها مبدأ التخفيضات فإنها تعمل بمبدأ التقسيط في الكثير من منتجاتها، أيضا

إتباعها منح العديد من الهدايا والحوافز والجوائز لزبائنها.

إن ظهور الفضائيات العربية وهذه الصورة المفاجئة التي تحدثنا عنها، أحدث خلل في إنتاج البرامج وفي عرضها، رغم استغلالها هامش من الحرية الذي منح لها لكنها غيبت عن توجهها خطاب واضح المعالم، بل عملت على خدمة مصالح قطرية معينة دونما وضع لخطة لخدمة المصالح، العليا للأمة، وبث الصورة الأكثر صدقا عنها وإظهار إسهاماتها الحضارية ومشكلاتها الراهنة¹ ومازالت تعاني هذه الفضائيات من الاعتماد على البرامج المستوردة؛ وكلها تبرز سلوك المجتمع الغربي خاصة وأنها إفراز طبيعي لتطوراتها الفكرية . ومن هذا المنطلق يلاحظ على الفضائيات العربية تردي في الإنتاج والذي كانت عواقبه وخيمة على المجتمعات العربية، بالرغم من الإمكانات الهائلة التي تتمتع بها هذه الأخيرة والتي بإمكانها مواجهة مخاطر العولمة بكل مظاهرها خاصة منها الثقافية، التي تحوم حول الهوية الإسلامية من أجل استئصالها أو على الأقل زعزعة الإيمان بمقوماتها، فيسهل بذلك نحرها والاستحواذ على عقول الأفراد لخدمة مصالح جهات غربية وبأيدي عربية مسلمة.

قد قال أحد المحللين... " : أنه إن كان من الطبيعي حينما نفتح نافذة لدخول الهواء النقي المنعش يحصل أن تدخل معه حشرات وبعوض، لكن الحل ليس في إغلاق النافذة طبعاً بل في وضع شيء ما يصطاد الحشرات .. " ²، بمعنى وضع سياسات وإجراءات تحد من تأثيرات الغزو الإعلامي الذي نلاحظه، لذا على القائمين على الإعلام إيجاد واقع مغاير لما هو عليه؛ يقوم على الأسس العلمية والشرعية ليضطلع بدوره في فتح شوارع فكرية لدى الأفراد من أجل خدمة مصالح قومية لدول عربية وإسلامية، وتحقيقاً لطموحاتها ورغبتها بل إصرارها على التقدم الحضاري والتفوق في جميع الميادين؛ من خلال إرثها التراثي، وإمكاناتها البشرية والمادية.

1- تيسير أبو عرجة، قضايا ودراسات إعلامية، دار جرير للنشر والتوزيع، ط1 ، 2006م، ص16.

2- مفيد الزبيدي، قضايا العولمة والمعلوماتية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1 ، 2003م، ص185.

3/ الفضائيات العربية المتخصصة:

ولأن التسابق الحضاري والتسارع التقني من أوجه العصر، فإن تكاثر الفضائيات العربية وتنوع مضامينها أدى إلى ظهور الفضائيات المتخصصة التي خضعت لنظام التنوع والتخصص النابع من الحياة الاجتماعية ومتطلباتها، فأحدثت بذلك نوعاً من الانقلاب على العمومية في الطرح والمناقشة والبرمجة، وقدمت أنواعاً من النوافذ الإعلامية التي عملت على تكوين نسق اجتماعي وثقافي جديد، وأصبحت بذلك الفضائيات المتخصصة جزءاً من أجزاء النسيج المجتمعي .

3-1/ تعريف القنوات الفضائيات المتخصصة:

بما أن القنوات الفضائية هي محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية وهذا الإرسال يتجاوز الدولة المرسلّة إلى دول أخرى عبر الأقمار الصناعية ليلتقط من خلال أجهزة خاصة للاستقبال وأطباق لاقطة ¹ . فإن ظهورها كان سمة من سمات مواكبة العصر، وقد تميزت هذه القنوات بكونها كانت شمولية وجامعة؛ حيث امتازت شبكة برامجها بالتوجه نحو جمهور عريض ، من مختلف الأعمار ومختلف الأذواق كما أنه من مختلف الفئات الاجتماعية والفكرية والثقافية ² .

وبتقدم تكنولوجيا وسائل الإعلام وتطورها والتي مرّت بعدة مراحل ابتداءً بمرحلة الصقوة حيث تميّز جمهورها بصغر حجمه وارتفاع مستواه المادي والتعليمي، ثم جاءت مرحلة الحشد أين وصل الإعلام إلى جميع الفئات العمرية وكل قطاعات المجتمع، أما مرحلة التخصص فهي هذه المرحلة التي نعيشها والتي تميزت بظهور جماعات مفككة من الجمهور العريض والذي تسعى وسائل الإعلام لمخاطبته ³ . فظهرت الفضائيات المتخصصة وهي عبارة عن تلك القنوات الفضائية التي تحلّت عن شمولية المضمون والمقصد؛ لتعطي كامل اهتمامها في مجال برامجي واحد ونحو جمهور محدد، كما تعني تلك القناة التي تركز الاهتمام في فرع واحد وتتولد منه جزئيات كما في القنوات الرياضية المختصة في رياضة كرة القدم ⁴ .

إذن هذه القنوات المتخصصة أصبحت أكثر استيعاباً لميولات المشاهد ورغباته، في عصر تميز بالتخصص في أكثرية المجالات . وأصبح التلفاز أشبه بمعرض يتجول فيه الشخص ليختار ما يناسب ومنظومته القيمية، وهويته الفكرية، أيضاً هوياته واهتماماته.

3-2/ أسباب ودوافع ظهور الفضائيات المتخصصة.

يمكن إرجاع ظهور الفضائيات المتخصصة إلى:

- الحيز الزمني الذي تحتله البرامج إضافة إلى التوقيت غير الملائم، كذا الحاجة المعرفية المتزايدة للمشاهد ورغبته في إثراء البرامج خاصة الحوارية بالأراء المخالفة أو المعضدة له أدى إلى ظهور القنوات الفضائية المتخصصة، بالرغم من أن التلفزيون ومنذ ظهوره عمد إلى إيجاد نوع من البرامج لجمهور متخصص من أجل إشباع حاجاته وميولاته.

1-هناء السيد ، الفضائيات وقادة الرأي، دراسة أثرها على السلوك ، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ط1 ، 2005 ، ص 37.

2 -نصر الدين العياضي، يوسف تمار، فن البرمجة وإعداد الخارطة البرمجية في القنوات التلفزيونية الفضائية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2007م، ص 54 .

3- سامي الشريف، القنوات التلفزيونية المتخصصة رؤية نقدية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع5 ، يناير، إبريل 1999 ص 155 .

4- المنصف العياري، محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية المتخصصة، سلسلة بحوث ودراسات، اتحاد إذاعات الدول العربية، دط، دس، تونس، ص 120.

تراكم المخزون السمعي والبصري والذي كان نتاج سنوات، تمثل في الكثير من الأفلام السينمائية المصرية والعربية والعديد من الحفلات الموسيقية والبرامج الوثائقية، هذا المخزون .سأهم في إيجاد نوع من الإنتاج القابل لإعادة البث ¹.

- زيادة رؤوس الأموال المستثمرة والممولين في مجال الإعلام الذي أدى إلى ظهور الإعلام الخاص الذي كان له أهدافه ونظراته للإعلام، بعدما كان الإعلام الحكومي هو المسيطر ولمدة طويلة والذي تميز بالشمولية، إضافة إلى ظهور التخصص كسمة من سمات العصر سارع في ظهور القنوات المتخصصة.

- العوامل التكنولوجية الحديثة التي ساهمت في تطور تقنيات البث خاصة منها تقنية البث .المباشر، والوسائل الحديثة في مجال إنتاج الصورة وتسويقها ².

3-3/ أنواع الفضائيات المتخصصة :

تنقسم الفضائيات المتخصصة إلى قسمين: ³

أ- قنوات متخصصة في المضمون :وهي تلك التي تقدم نوعية معينة من المواد والبرامج المتخصصة، وتتوجه نحو جمهور عام، كما في قنوات الدراما، قنوات الموسيقى، القنوات الدينية.

ب- قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه :وهي تلك التي تخاطب جمهور محدد يشترك في صفات معينة، وتتميز برامجها وموادها بما يلاءم هذه النوعية من الجمهور، كقنوات الأطفال. وعلى هذا الأساس يمكن تصنيف الفضائيات العربية كالآتي:

- قنوات الموسيقى والمنوعات :وتهم أساسا بالموسيقى سواء العربية أو الأجنبية، وخاصة تلك التي تصور بتقنية الفيديو كليب .وجمهورها ينتمي إلى الجمهور العريض الذي يهتم بالموسيقى، ويلاحظ أن أنها الأكثر من الناحية العددية بالنسبة للقنوات العربية المتخصصة وهذه القنوات في تزايد، وهدفها الترفيه غير المدروس خاصة وأنها تذيع حفلات موسيقية ومهرجانات فنية وأغاني مصورة دونما تقييم لهذا النوع من الفن ولا مناقشة للمحتوى، ومن أمثلتها مجموعة قنوات روتانا وقناة Music Plus و Strike ،ويقدر عدد هذه القنوات ب 119 قناة .

- قنوات الدراما والسينما العربية والأجنبية :

تعرض البرامج والمسلسلات العربية والأجنبية والمبدلجة، وأفلام سينمائية سواء الكلاسيكية بالأبيض والأسود أو الحديثة ويقدر عددها ب58 قناة.

1- المنصف العياري مرجع سابق، ص13-14.

2- رضا عبد الواحد أمين، اتجاهات النخبة الدينية نحو واقع ومستقبل الفضائيات الإسلامية، مرجع سابق، ص13

3 -عاطف عدلي العبد، القنوات المتخصصة -أنواعها، جمهورها، بحوثها، وأخلاقياتها ، دار الإيمان للطباعة ، 2006 ، ص8-9

- قنوات رياضية :

تعني ببرامج الأحداث الرياضية العربية والعالمية وبمختلف الرياضات، كما تقدم نقل مباشر للعديد من المباريات؛ سواء في كرة القدم أو كرة السلة أو أنواع السباقات أو الملاكمة.

هذا بالإضافة إلى تعليق خبراء ومتخصصين في المجال الرياضي. ويقدر عددها ب 51 قناة.

- قنوات التعليم والبحث العلمي :

تهتم مثل هذه القنوات ببث دروس منهجية لمختلف المراحل التعليمية، مستعملة في ذلك أحدث الأساليب والتقنيات، كما تعنى بتعليم اللغات الأجنبية وتلقين المشاهد بعض الهوايات المفيدة، وإبراز أهم وآخر ما توصلت إليه الأبحاث العلمية وبيان إنجازات التكنولوجيا في مجالات عدة، مع بث ندوات ومؤتمرات علمية. وأهم هذه القنوات: قنوات النيل التعليمية وقناة المنارة. ويقدر عددها ب 23 قناة.

- قنوات الأسرة والطفل والمرأة :

يتم فيها تقديم برامج تهتم بكل ما يتعلق بالأسرة من أجل بناء هادف لها من خلال التوعية الصحية والبيئية والنفسية وغيرها، إضافة إلى برامج الطبخ والجمال والموضة في مجال عرض الأزياء والديكور، كما أنها تقدم برامج للأطفال تتميز بالترفيه وبالمسابقات المثيرة إضافة إلى أفلام الكارتون، و برامج وثائقية وتعليمية ومغامرات علمية، ومن أمثلتها قناة النيل للأسرة والطفل، قناة المرأة العربية هي، قناة الجزيرة للأطفال.

- قنوات إخبارية :

تقوم بتغطية الأحداث عن طريق شبكة من المراسلين المنتشرين عبر مختلف دول العالم، وتقدم برامج حوارية وتحليلات إخبارية، عددها 26 قناة.

- قنوات دينية :

هي قنوات التزمت بمنهج عقدي، يعتمد على مذهب أو عقيدة ضمن إطار مرجعي إيديولوجي، تقدم هذه القنوات برامج متعددة في أساليب مختلفة تطرح فيها قضايا من أجل مناقشتها ومعالجتها، متبعة في ذلك خطها الإيديولوجي.

- قنوات الخدمات :

يتم فيها تقديم خدمات عقارية.

- قنوات الثقافة والفنون :

هي قنوات اختصت بالمجال الثقافي، من فن ورسم وتراث، تذيب برامجها على شكل تقارير توضح تراث الشعوب وعاداتهم وتقاليدهم في إحياء المناسبات، أو ما يميزهم في أشكال الاحتفالات، إضافة إلى التعريف بشخصيات ثقافية، وفنية برزت وتميزت في ميدان من ميادين الثقافة يقدر عددها ب 23 قناة.

- قنوات تفاعلية :

هي قنوات تبث الإرساليات القصيرة للمشاهدين وهو ما يوفر فرصة التخاطب بينهم، وأغلبها تقدم برامج التسلية والألعاب، عددها 11 قناة.

- قنوات خاصة بتلفزيون الواقع :

قنوات تهتم بنقل تفاصيل مجموعة من الأشخاص يعيشون في بيت واحد، ضمن تلفزيون الواقع، هؤلاء الشباب يتنافسون للفوز بجائزة البرنامج التي تتنوع حسب نوعيته، ومثال هذه القنوات قناة "نعم".

- **قنوات علمية وطبية:** قنوات تهتم بصحة الفرد عموماً وبذلك صحة الأسرة والمجتمع، فتبرز من خلال برامجها الأمراض التي تهدد حياة الإنسان وكيفية الوقاية منها، كذا تهتم بأهم الاكتشافات في مجال الطب، والجراحة والتجميل.

- **قنوات اقتصادية:** تهتم هذه النوعية من القنوات بأخبار السوق والبورصات وكل ما يهم الاقتصاد، والمبادلات المالية، والمعلومات التجارية. عددها 25 قناة.

4 / ظهور الفضائيات الدينية:

لقد حققت الفضائيات العربية نوعاً من الانفتاحية على الآخر، وأعطت للجمهور فرصة للإطلاع على عادات وتقاليد الدول العربية، كما أنها كانت نافذة من أجل التعرف على أحوال المسلمين والتعريف بدينهم من خلال برامج دينية تذاع عبرها وتخصيص ساعات من بثها لنقل أفكار ورؤى سليمة على شكل فتاوى وأفلام وثائقية ونقل للصلوات وإذاعة للأذان، لكن قلة هذه البرامج وعدم فعاليتها أدى بالغيورين على هذا الدين وهذه الأمة بالتفكير في إنشاء قنوات دينية إسلامية ؛ من أجل خدمة قضاياها، في زمن أصبح فيه الفضاء غارق بفيض من الشلالات الإعلامية.

4-1/ نشأة الفضائيات الدينية وتطورها:

طفت على السطح الإعلامي في الوطن العربي العديد من الفضائيات الدينية، والتي أخذت في الارتقاء مما جعلها تشكل ظاهرة في المشهد السلطوي الرابع نظراً للإيديولوجية التي تتبناها، والأفكار التي تطرحها، والبرامج التي تذيعها؛ حيث أحدثت تغييرات جذرية في نمط التدوين السائد واتجاهاته، كما ساهمت في نشر الوعي الديني والمبادئ ذات الطابع الريادي، وغدت منارة للفن الملتزم والبرامج الإيجابية التي تسعى إلى تكوين نسق اجتماعي وفكري جديد بعيد عن النمطية التي اعتادها الجمهور. إن الساحة الإعلامية حالياً محتاجة إلى هذا النوع من القنوات لما للبث الفضائي من قدرة ، على اختراق حواجز المكان والزمان واللغة، وبالتالي عكس التصور الإسلامي الشامل للحياة¹.

1 -مثنى حارث الضاري، الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، دار الفجر للنشر والتوزيع، بغداد، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ط1، ص 277-278.

ولقد كانت بداية عصر الفضائيات الدينية مع قناة إقرأ الفضائية التي افتتحت هذا النوع من الإعلام الديني، وتم في هذا البحث إيراد بعض المعلومات المتاحة حول بعض الفضائيات الدينية على النحو الآتي:

* قناة إقرأ: ²

انطلق أول بث تجريبي للقناة في غرة رجب عام 1419 هـ الموافق ل 21 أكتوبر 1998م، وتعتبر أول قناة فضائية إسلامية، وقد استمر التخطيط لها مدة 5 سنوات تقريباً، يعتبر الشيخ ومجموعة" دله البركة" الممول الرئيسي لها .وتعتبر قناة إقرأ الفضائية **ART** صالح كامل رئيس مجموعة بادرة رائدة ومتميزة؛ عن طريقها يتم رسم ملامحنا العربية العريقة، وتؤكد هويتنا الإسلامية السمحة.

وقد أوضحت الكثير من الدراسات أن قناة إقرأ تتقدم بشكل متسارع في سلم المشاهدة . تتحدد شخصية القناة من خلال عدة مقاييس أهمها:

*شارة القناة التي تعبر عن اسمها بوضوح.

*شعارها المتمثل في متعة الإعلام الهادف.

*استعمالها للغة العربية الفصحى الميسرة.

إضافة إلى نخبة من المقدمين المتميزين و مجموعة من البرامج ذات المضامين الهادفة والقوية.

رسالة القناة : حددت رسالتها من خلال موقعها الإلكتروني على أنها :قناة تعمل على تكوين شخصية المجتمع الإسلامي المعاصر وذلك عبر البرامج التفاعلية الهادفة؛ التي تقدم فكراً وسطياً شمولياً موضوعياً بأسلوب ممتع، ومتنوع ومشوق . كما أنها تخاطب في برامجها مختلف شرائح الأسرة من خلال مجموعة برامجها، التي تميزت بقيمتها المحافظة على تقاليد الأسرة العربية الإسلامية والملتزمة بتعاليم الدين . الإسلامي، والتي تنورا لعقل والفكر .

أهداف القناة :

تسعى القناة إلى تكوين المجتمع الإسلامي المعاصر المؤمن بعمق ومحبة الله ورسوله والكتاب والسنة والإقتداء بالصالحين، وتطبيق الإسلام بشموليته لكل جوانب الحياة؛ التي تحث على الإيمان بالحوار الوسطي السماح المتقبل للرأي الآخر، مما يؤهل على تكوين مجتمع إسلامي إيجابي بناءً قادراً على التفاعل داخلياً وخارجياً بكل فئاته، والوصول إلى المسلمين في مختلف أنحاء العالم، كما تهدف إلى تعريف الإسلام لشعوب العالم الغربي التي لربما لم يتح لهم إعلامهم معرفة مدى سماحته. كما تسعى القناة إلى تحقيق جملة من الأهداف نورد بعضها ¹.

- ترسيخ المنهج الوسطي السماح للإسلام.

-2 <http://www.iqraa-tv.net>

1- وردة بوجلال، الجمهور القسنطيني وبرامج قناة إقرأ الفضائية، ص148 .

-تقوية مشاعر الانتماء للهوية الحضارية الموحدة للأمة، وتحصينها ضد محاولات الإستلاب الثقافي، عن طريق إبراز الجوانب المشرقة للحضارة العربية الإسلامية، وإظهار الصورة الحقيقية للإسلام.

- الاهتمام بفكر المرأة، والبرامج الترويجية، والأقليات المسلمة في شتى أنحاء العالم.
- بعث الإيجابية وإحياء فروض الكفاية، والتعاون، والتفاعل مع الآخرين والتفهم لهم.

برامج القناة: ²

تقوم القناة بإذاعة مختلف البرامج الجادة، التي تلبي حاجة المشاهد و تمس حياته وتتناول اهتماماته الروحية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية، كما أأ تشبع رغباته الإنسانية من منظور إسلامي وتقدمها برؤية عصرية، وقد حاولت القناة تطوير خدمة الرسائل القصيرة، ومن أهم برامجها .:

البرامج الإخبارية،البرامج التعليمية ، البرامج الوعظية ، برامج الفتاوى ، برامج الأسرة ، برامج التواصل .

* قناة المجد العامة : ³

تعتبر قناة المجد التابعة لشركة المجد للبث الفضائي المحدودة من أولى القنوات في باقة قنوات المجد التي بدأت بثها الرسمي في الأول من ربيع الأول 1424 هـ الموافق ل 2 مايو عام 2003م، وهي قناة خاصة يملكها " فهد بن عبد الرحمن الشميري " وهو مديرها ورئيس إدارتها ، وتبث القناة من مدينة دبي الإعلامية ومن استوديوهات المدينة الإعلامية في مدينة 6 أكتوبر في مصر واستوديوهات القناة في الرياض.

أهداف القناة :

تهدف القناة إلى تحقيق جملة من الأهداف من أهمها .:

- تناول جميع القضايا والأمور التي تهتم بشؤون العالم الإسلامي .
- فتح الحوار الفكري الإسلامي الواعي بين مختلف الفئات .
- ضبط مختلف البرامج والقوالب بالضوابط الإسلامية .
- تقديم الترفيه والتسلية لكافة الأفراد .

برامج القناة : تقدم القناة باقة من البرامج المتنوعة من أهمها .:

البرامج الإخبارية ،البرامج الثقافية ، البرامج الطبية ،البرامج الاجتماعية ، البرامج العلمية
البرامج الترفيهية ، برامج المرأة والأسرة ، برامج الشباب ، برامج الأطفال .

-<http://www.iqraa-tv.net>. -2

-[http:// www.almajdtv.net](http://www.almajdtv.net) -3

-<http:// www.almajdtv.net> -1

وتتكون باقية المجد الفضائية من ست قنوات متخصصة في مجالات متعددة وهي:

* قناة المجد للقرآن الكريم:¹

تعتبر القناة الرائدة في تلاوة القرآن وشعارها في ذلك قرآن يتلى آناء الليل وأطراف النهار، تذيع تلاوات متعددة لمشاهير القرآن الكريم وذلك على مدار اليوم ، ويتم تحديد الختمات بداية كل شهر ، وتهدف هذه القناة إلى:

- الاهتمام بتعميق الصلة والفهم لكتاب الله عز وجل.
- التنوع في تقديم تلاوة القرآن صوتاً وأداءً.

* قناة المجد للحديث النبوي الشريف:²

وظهرت هذه القناة بعد الرسوم الكاريكاتورية المستهزئة بالرسول صلى الله عليه وسلم، وكانت مهمتها نصرته عليه السلام. سطرت القناة لنفسها مجموعة من الأهداف أهمها.

- تقريب السنة النبوية ومنه الحديث النبوي إلى أسماع بني الأمة.
- الدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة المستندة للنص النبوي.

-تشخيص سيرة الرسول صلى اله عليه وسلم للناس؛ حيث يعرفون عن نبيهم كما يعرفون عن أنفسهم وأقربائهم.

* قناة المجد الوثائقية:³

بدأت بثها التجريبي في أول ذو القعدة عام 1426 هـ، تبث القناة مواد ثقافية هي التي تقوم بإنتاجها أصلاً . اهتمت القناة بعدة أهداف:

- إظهار قدرة الخالق عز وجل وبديع صنعه تعالى.
- نقض النظريات والفرضيات والمعتقدات الخاطئة عن الخالق عز وجل.
- نشر الوعي المعرفي للمشاهدين متبعة في ذلك شعارها "عين على الحياة، بكل تطور الحياة، بكل علوم الحياة، بكل صراعات الحياة، بكل حضارات الحياة..."

* قناة المجد للأطفال :

بدأت بثها التجريبي في الأول من ذو القعدة من عام 1424 هـ الموافق ل 23 جانفي من عام 2004 م، وكان شعارها في ذلك " من أجل أطفالنا العرب والمسلمين على امتداد الوطن العربي"، تتميز القناة بغزارة برامجها المسجلة منها أو المباشرة،

وتقدم مسلسلات كرتونية وأناشيد، لديها مراكز في عدة دول (مصر، الأردن، الإمارات العربية المتحدة...)، وتمثل أهداف القناة في صقل مواهب الأطفال وإشباع رغبتهم النفسية وتدريبهم على تقنيات التنشيط والتقديم¹.

* قناة المجد العلمية :

انتهجت القناة منهج القنوات الأخرى؛ حيث تقوم بتقديم برامج مختصة في العلوم الشرعية؛ من خلال بث محاضرات يوميا، مدة كل محاضرة ساعتين في إطار برامج "الأكاديمية الإسلامية"، وتتميز هذه القناة بالبث الإلكتروني والمباشر².

* قناة الفجر :

أول قناة متخصصة في علوم القرآن الكريم، بدأت بثها في 2004 م، وتذيع تلاوات قرآنية لبعض القراء كما تذيع وتبين أحكام التلاوة، توقفت القناة لفترة وذلك لأسباب اقتصادية، ثم عاودت بثها من جديد بفضل المتبرعين. من برامجها برنامج القراء الذي يذيع تلاوات كاملة للقرآن الكريم، لكبار القراء المتقني في العالم ك" الشيخ الحصري " و" الشيخ الطبلاوي " وغيرهم، برنامج مزامير داود، وبرنامج الأفلام الوثائقية ذات الموضوعات المختلفة والمتعلقة بعلوم القرآن الكريم وفنونه³.

* قناة الأنوار :

انطلقت القناة في بثها الفضائي عام 2004 م، متبينة الفكر الشيعي، وساعية إلى نبذ العنف، ونشر التسامح وقبول الآخر باعتبارهما من أهم ما يدعو إليه الإسلام، وذلك بمشاركة عدد من العلماء الذين يشهد التاريخ بتضحياتهم من أجل الدفاع عن الإسلام والدود عن الرسول صلى الله عليه وسلم، تتخذ القناة من الخطاب المتزن والبناء مع الجرأة والإبداع سياستها العامة، وجاءت أيضا لتقديم الحلول الإسلامية لمشكلات اجتماعية، وازدانة كامل اهتمامها بالنشء والشباب من أجل تقديم الترفيه الهادف والمفيد⁴.

* قناة الرسالة :⁵

قناة فضائية تأسست من طرف سمو الأمير الوليد بن طلال بن عبد العزيز سنة 2006م، تعمل على تدعيم القيم الإسلامية والإنسانية، وجمع الأسرة العربية على شاشتها، وذلك بتقديم ثروة فكرية مرئية من البرامج التربوية الهادفة والمتنوعة الجوانب؛ الاجتماعية والتنموية والشرعية والترفيهية...، بأسلوب هادئ وطرح متميز في إطار الالتزام بالمبادئ المهنية الإعلامية، وبشكل متناعم ومتكامل، من أجل تقديم كل البرامج التي تحتاجها الأسرة العربية. ويقف وراء هذا العمل المتميز مجموعة من المبدعين على رأسهم مدير القناة طارق السويدان إضافة إلى لجنة استشارية تقف وراءها.

1- [http:// www.almajd.tv](http://www.almajd.tv)

2 -با يوسف مسعود، الوظيفة الترفيهية للفضائيات الإسلامية قناة المجد أنموذجا، مرجع سابق، ص 57.

3- www.fajr.tv

4- <http://www.alanwar.tv>

5- www.alresalah.net

رسالة القناة : تقدم القناة إعلاميا إسلاميا متميزا بأفكار إبداعية، من أجل المساهمة في التأثير الإيجابي في فكر الأمة العربية، والمحافظة على وسطية شبابها بعيدا عن التطرف أو التفریط، والمساهمة في تحسين سلوكهم وتحفيزهم ودعمهم لحمل مشعل النهضة والتطور، كما أردف القناة إلى محاولة التغيير الإيجابي . لسلوكيات المشاهد باستخدام منهجية التغيير العلمي والتربوي ¹.

برامج القناة : تعتمد قناة الرسالة في أساليبها على التنوع في طرح البرامج بعيدا عن القوالب التي تبعث على الملل من طرف المشاهدين، لذا تقوم بتقديم جملة من البرامج المتنوعة التي تحتاجها الأسرة العربية والمسلمة؛ كالبرامج التربوية والاجتماعية والتنمية والشرعية والترفيهية والفكرية...، ويتم تقديمها بطريقة عالية الجودة، من أجل تدعيم القيم الإسلامية ومن أهمها: البرامج الحوارية والتواصلية، برامج النساء، البرامج التسجيلية والوثائقية، برامج الدراما، برامج دينية وخيرية، برامج شبابية .

*** قناة العفاسي :**

يملكها القارئ " راشد العفاسي " بدأت بثها عام 2005 م وهي تابعة لشركة أبو أجلف، تذيع القناة تلاوات للشيخ المقرئ صاحب القناة، ونتج عن القناة باقة أخرى متخصصة . في القرآن وأخرى للأناشيد وبعض الأذكار ².

*** قناة الناس:** ³

بدأت قناة الناس بثها كقناة خفيفة تذيع الأغاني، وال فقرات الترفيهية، وإذاعة لبعض تسجيلات حفلات الأعراس، وطلبات التعارف بين الجنسين إضافة لبعض الومضات الإعلانية لمرشحين في الانتخابات المصرية وكان شعارها في ذلك قناة الناس لكل الناس"، وكان ذلك في يناير من عام 2006 م، يملك القناة رجل الأعمال السعودي " منصور بن كدسه"، ويديرها . "عاطف عبد الرشيد"، وتحولت القناة إلى قناة ذات صبغة دينية بعدها بعام .

بدأت قناة الناس بثها باستبدال الأغاني بالأناشيد، كما التزمت المذيعات بلبس الحجاب أثناء تقديم البرامج، إضافة إلى استقدام بعض الدعاة المعروفين على الساحة الإعلامية لتقديم برامج وعظية وحوارية فكرية تستهدف القلوب أولا والسلوك ثانيا، وتستند إلى الأصول الشرعية أمثال "الشيخ محمد حسين يعقوب"، "الشيخ أبو اسحاق الحويني"، و"الشيخ محمود المصري"، والشيخ "محمد حسان" والتزمت القناة بشعار " شاشة تأخذك إلى الجنة."

رسالة القناة : القناة تتبع المنهج السلفي، وتعتمد على منع عمل وظهور المرأة في برامجها، ومنع الموسيقى، وتقدم القناة احتياجات الناس الحقيقية بشكل قريب من عقولهم، كما أنها تهدف إلى نشر العلم الديني والدنيوي وتقدم إعلاما إسلاميا متميزا، بالاعتماد على علماء مختصين .

برامج القناة: القناة تذيع عدة برامج أهمها:

- <http://ar.wikipedia.org> -1

- <http://www.alafasy.tv> -2

- <http://www.alnas.tv> -3

برنامج كيف وأحواتها ، برنامج صباح المؤمنين ، برنامج عطر الكلام ، برنامج فضفضة ، برنامج أحداث النهاية وأمراض الأمة ، إضافة إلى برامج الأطفال والبرامج الدعائية لبعض الأجهزة الإلكترونية والملابس .

* قناة محمد السادس للقرآن الكريم :

قناة مغربية تبث من المغرب بمشاركة بين الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة ووزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية ووزارة الاتصال، بدأت بثها الفضائي عام 2005م وتخصصت في تلاوات القرآن وتفسيره، والوعظ والإرشاد والأحاديث النبوية من بين . برامجهما المصحف الميسر ودعاء الأنبياء¹.

* قناة الخليجية : بدأت القناة بثها سنة 2005 م يملكها رجل الأعمال السعودي "أسامة كدسه"، وكانت هذه القناة من قبل تذيع الأغاني، ثم تحولت القناة في أبريل 2007 م إلى قناة دينية، شعارها في ذلك "الخليجية نور وبصيرة"².

* قناة أهل البيت : تتبنى القناة الفكر الشيعي وقد بدأت بثها الفضائي عام 2005 م، وتسعى لنشر مذهبها الفكري عن طريق جملة من البرامج المخصصة للحديث عن آل البيت.

* قناة الأمة : بدأت بثها الفضائي عام 2006 م وشعارها في ذلك "خير قناة لخير أمة حبا في خير نبي"، تتبنى خط الدفاع عن النبي صلى الله عليه وسلم والرد على النصارى، وتفنيد مزاعمهم وبيان أسباب خيرية الأمة الإسلامية، متبعة في ذلك منهج أهل السنة والجماعة، ومتخذة من أسلوب الحكمة والموعظة الحسنة والتمسك بالآداب الشرعية في السلوك الإنساني نبراسا لها، كل . هذا يقوم به كوكبة من علماء الأمة³.

* قناة الحكمة : قناة فضائية تقدم إعلاماً إسلامياً متميزاً متخصصاً في علوم السنة النبوية برؤى إبداعية، وبرامج متميزة، مهمتها إبلاغ السنة النبوية مطرة نقية وإطلاع غير المسلمين عليها بطريقة معلوماتية وحوارية تفاعلية، تذيع برامج كثيرة منها برامج المرأة المسلمة في ضوء السنة النبوية⁴.

وبرامج للأطفال إضافة إلى الوثائقيات وآيات الإعجاز الكونية والعلمية في السنة النبوية 246 ، وبدأ بثها في رمضان 1427 هـ (2006 م)، ويمتلكها شيوخ من اللجنة العلمية وهم الشيخ أبو إسحاق الحويني ومحمد حسان ومحمد حسين يعقوب ومحمود المصري، وهكذا جعلوا من القناة منارة لبرامجهم التي تقدم إعلاماً إسلامياً متخصصاً في علوم السنة النبوية، برؤى إبداعية وبرامج متميزة وفقاً للمعايير الإعلامية متبعة المنهج الإسلامي، وتعتمد القناة على اللغة العربية في بث برامجها مع . ترجمة بعض المواد إلى اللغة الإنجليزية .

- www.snrt.ma/Arabic/index -1

-<http://www.el-khalijiya.com> -2

-<http://www.alomma.tv> -3

-<http://www.alhekmah.tv/about.aspx> -4

* قناة شدى: أول قناة فضائية اختصت في بث أناشيد الإسلاميه والفن الملتزم تحت شعار "وللنفس بهجة"،

بدأت بثها الفضائي عام 2006 م تابعة لقنوات المجد الفضائية، تقوم بإعداد برامج لتنمية واكتشاف المواهب المتميزة في الإنشاد الديني وتسعى من خلالها إلى بث المعاني الفاضلة والمضمون النبيل من خلال الكلمة الطيبة المعبرة واللحن والأداء الجميلين، لتكون بديلاً عما يستخف بالعقول ويشوه الأمزجة¹.

* قناة المدينة: بدأت بثها الفضائي عام 2006 م عن شركة المدينة للقنوات الفضائية والإعلام، تختص القناة في بث البرامج الدينية المتنوعة بين الوعظية والدعوية والمختصة في القرآن الكريم.

* قناة النجاح: قناة فضائية تابعة لشركة النجاح الوطنية، بدأت بثها الفضائي عام 2006 م من العاصمة الأردنية عمان، شعارها "التغيير يبدأ من هنا"، يملكها رجل الأعمال غازي محفوظ، تهم بالجوانب التربوية والتنموية دونما مذهبية أو سياسة².

* قناة الرحمة: بدأت بثها الفضائي عام 2007 م، يشرف عليها الشيخ "محمد حسّان"، تعنى بالتركيز على السنة النبوية والتخصص في علومها فقط، مخاطبة في ذلك كل فئات المجتمعات الإسلامية من أجل إنشاء جيل إسلامي صحيح لهذه الأمة، متبعة في خطابها الديني المنظور السلفي دونما تدخل في السياسة، من أهم برامجها: برنامج إقرأ وارتق، برنامج النبأ العظيم للشيخ محمد. العريفي، وثمار السالكين للشيخ محمد حسين يعقوب، وبرنامج التفسير للشيخ محمد حسان³.

* قناة طيبة: قناة تلفزيونية فضائية وأرضية بدأت بثها الفضائي عام 2007 م باستثمارات كويتية، اختصت في علوم السنة النبوية برؤى إبداعية وبرامج متميزة وفقاً للمعايير المعتمدة إعلامياً بمنهج صحيح، كما تعمل على دعم الانتماء الإسلامي وتأكيد الهوية الإسلامية برؤية عصرية ودعم وحدة المجتمع وترسيخ جذور السلام الاجتماعي⁴.

* قناة المصطفى: لقد أثر بعض الإخوة من غرفة الغدير الذود والدفاع عن حرمة الرسول الأكرم وآل البيت صلوات الله عليهم أجمعين، والإقتداء بمنهج العطرة الطاهرة للتفاعل والتواصل مع الأخوة الباحثين عن الحق، وذلك عن طريق تأسيسهم لقناة المصطفى الفضائية، بمباركة من سماحة الشيخ علي الكوراني والشيخ محمد الحسون وثلة من العلماء الأفاضل. وكانت أهدافهم المسطرة تتمثل في: خدمة المقام السامي لسيد الخلق الرسول الأكرم

-http://www.shadatv.com -1

-http://www.najah.tv -2

-http://wikipedia.org -3

-http://www.tayba.tv -4

محمد صلى الله عليه وعلى آل بيته الأخيار، وتعجيل فرج الإمام المنتظر، إضاءة الطريق أمام الأمة الإسلامية وبيان فكر المدرسة المحمدية الأصيلة، بمختلف البرامج الثقافية الهادفة¹.

* قناة الأزهرى: انطلقت قناة الأزهرى في بثها الفضائي عام 1430 هـ؛ وذلك بإدارة الداعية خالد الجندي ومحبي الأزهر، متبعة في ذلك المنهج الوسطي والأصالة العلمية، هذه المنهجية التي تعتبرها القناة منهج كل قناة دعوية. وتمثلت بعض أهداف القناة في:

- تفعيل دور الأزهر وعلمائه في ريادة الدعوة إلى الله تعالى.

- إبراز وتقديم الكفاءات الأزهرية الدعوية.

- تقديم مرجعية علمية وشرعية وسطية للأمة.

تمثلت رؤية القناة في تكوين مرجعية أزهرية علمية فضائية غير حكومية، مستخدمة في ذلك التقنيات الحديثة من أجل تفعيل الدعوة إلى الله تعالى بالحكمة والموعظة الحسنة، وتأسيس الحوار مع الآخر، والتعريف بالإسلام الصحيح.

وتعهدت القناة بعدم الخوض في سياسات الدول، وعدم مهاجمة الأفراد والهيئات والمؤسسات وتعيينهم بالاسم، مع فتح آفاق الحوار مع المخالف وفقاً للضوابط الشرعية².

* قناة ساهور: انطلق البث الفضائي التجريبي لقناة ساهور السودانية في 11 يونيو 2007 م من مدينة 6 أكتوبر بمصر، وتعني كلمة ساهور البدر المكتمل، إشارة إلى الرسول صلى الله عليه وسلم الذي وصفه أصحابه وزوجاته بالقمر ليلة النصف من الشهر، تهدف القناة إلى التعريف بالسيرة العطرة لسيد الخلق صلى الله عليه وسلم لجميع محبيه وذلك عبر البحث والاستقصاء في بطون كتب السيرة³.

* قناة القرآن الكريم الجزائرية: تعتبر أول قناة دينية جزائرية، يترأسها الإعلامي "محمد عوادي"، وتظم كوكبة من الدعاة الجزائريين منهم أبو عبد السلام، عبد الحليم قابة، يوسف بلمهدي، عقيلة حسين، عمار الشيخ وغيرهم، تسعى القناة إلى التعريف بالتراث الديني الجزائري، وببصمات بعض الدعاة الجزائريين في ميدان الدعوة والعلم الشرعي، تبث القناة مجموعة من البرامج الدينية مع الاستعانة بدعاة من العالم العربي والإسلامي.

-<http://www.almustafa.tv> -1

-<http://www.azharitv.net/abo> -2

-<http://sahoor.tv/aboutsahoor.html> -3

* قناة الحقيقة: وهي قناة يملكها الشيخ محمد الهاشمي وهي تهتم بشؤون العلاج بالقرآن الكريم والأعشاب، والرقية للسكر والعين والمس، وتبث على مدار اليوم طوال الأسبوع وتبث من الإمارات¹.

* قناة التواصل: بدأت بثها الفضائي التجريبي عام 2008 م، وهي تابعة لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية، لكن بثها الفعلي بدأ عام 2009 م.

* قناة المعالي: فضائية كويتية انطلقت عام 2009 م، تسعى القناة إلى إيجاد بيئة إعلامية صالحة من خلال برامج متنوعة وهادفة لجميع أفراد الأسرة الكويتية خاصة والعربية عامة، وهدفها في ذلك إظهار دور الكويت الحضاري، ونشر عقيدة التوحيد ومحاربة البدع، والعمل على توطيد العلاقات بين المسلمين في شتى بقاع العالم، أيضا تفعيل دور دور الأسرة المسلمة².

* قناة ليبيا الهداية: بدأت بثها الفضائي عام 2009 م، وتهدف القناة إلى بناء عناصر إيمان المسلمين وسلوكهم وتوحيد قلوبهم على حب الله وطلب رضاه، أيضا تعليم الأحكام والأسس التي بني عليها ديننا الحنيف، وذلك من خلال جملة من البرامج التعليمية والوثائقية وغيرها.

* قناة 4 شباب: قناة فور شباب بدأت بثها الفضائي بداية جانفي 2009 م، وهي قناة مختصة ببث الأناشيد الإسلامية التي تحمل قيم ورسائل دينية واجتماعية، تكون بديلا عن الغناء السافر المنتشر في الكثير من الفضائيات العربية، كما تعرض القناة بعض البرامج الشبابية والدعوية³.

- القنوات باللغة الإنجليزية.

* قناة الهدى: قناة فضائية تهدف إلى التعريف بالدين الإسلامي بدأت بثها عام 2005 م، تستخدم اللغة الإنجليزية في برامجها وتعتمد على نخبة من المقدمين والدعاة، تبث برامجها للجماهير المسلمة والتي ترغب في التعرف على الدين الإسلامي لكن يعيقهم عدم امتلاكهم للغة العربية⁴.

* قناة إسلام: قناة فضائية بدأت بث برامجها عام 2006 م، تأسست من قبل رجال أعمال مسلمين لتحسين صورة الإسلام لدى الغرب، وذلك عقب أحداث الحادي عشر من سبتمبر، تستخدم القناة اللغة الإنجليزية في برامجها التي توجه إلى غير المسلمين من مختلف الديانات.

* قناة الجسور: بدأت بثها الفضائي عام 2005 م، تبث برامجها لمسلمي أمريكا، وبتمثيل عربي.

-<http://www.asyeh.com/asyeh> -1

-<http://www.ma3ali.tv> -2

-www.4shabab.net/tv -3

-<http://www.whuda.tv> -4

إن القنوات الدينية في تزايد مستمر ولوحظ ذلك من خلال تصفح قائمة القنوات على النال سات وعربسات، حيث توجد قنوات دينية لكن دون مواقع إلكترونية كقناة مكة، قناة راما المختصة في الأناشيد الدينية، قناة صوفية، قناة الصوفية والتي تبث أناشيد في مدح الرسول صلى الله عليه وسلم، قناة الراية، قناة القصيم....

4-2/ وظائف الفضائيات الدينية:

تعتبر القنوات الدينية من أهم وسائل الإعلام الإسلامي التي سدت حيزا كبيرا من الفراغ الذي تشكوه الساحة الإعلامية فيما يختص بالإعلام الديني، وأسهمت في تحديد الخطاب الديني ودعمت جهود الدعوة الإسلامية، وساعدت على تزايد التزعة الاستهلاكية للمادة الدينية والترويج لأبعادها العقائدية والسياسية. إن الدين الإسلامي هو دين للبشر كافة باعتبار حركيته الشاملة إذ هو عقيدة وعبادة، وهو نظام سياسي وتنظيم اجتماعي، ومنهج خلقي فيما يتعلق بالفرد المسلم بينه وبين نفسه، ثم بينه وبين الذين تجمعهم بهم طريقة الحياة سواء أكانوا على منهج واحد وعقيدة واحدة أو كانوا مخالفين له ¹. فهو دين الدعوة لقوله تعالى : (ومن أحسن قولا ممن دعا إلى الله وعمل صالحا وقال إني من المسلمين) . الآية 33 من سورة فصلت .

كانت الدعوة في بداية الأمر محصورة في المساجد والمدارس القرآنية، لكن تطور الوسائل الإعلامية وانفتاح العالم على بعضه ألزم الواقفين على أمر الدعوة والإعلام الإسلامي باعتباره " استخدام منهج إسلامي، بأسلوب فني إعلامي، يقوم به مسلمون عاملون بدينهم، متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة و جماهيره المتباينة ². "تملك الوسائل التي تعينهم وتيسر عليهم انتشار الإسلام وخدمته، واستغلالها وإعطائها الصبغة الإسلامية التي تتوافق ومنهجية الدعوة، ومن أهم تلك الوسائل الإعلام الفضائي التي تستخدم فيه أرقى أنواع القوالب والأساليب الفنية التي تضفي على الرسالة الإعلامية الكثير من المميزات والتي تجعله أكثر تأثيرا. من هذا يتبين أن القنوات الفضائية الإسلامية الذي هي جزء من الإعلام الإسلامي - المنطلق من المنظومة القيمية الإسلامية - والذي هو الأداة التي تلي وتشبع تعطش الجماهير للمعرفة الحقيقية، وهو النظام الذي يكرس الحرية والتطور الحضاري عدة وظائف لعل أهمها ما يلي: ¹

أ- تكوين النسق المعرفي الديني:

1- عمر فروخ، الثقافة الإسلامية، المكتبة العصرية للطباعة والنشر والتوزيع، صيدا، بيروت، ط 1، 1998، ص17.
2 - عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، عالم الكتب، مكتبة القدسي، بيروت، ط.1، ص29.
1- .أديب خضور، البرامج الدينية في البرمجة الرمضانية العربية، مجلة الإذاعات العربية، ع1، 2003، ص63.

فالمشاهد أصبح يعتمد كثيرا على أجهزة الإعلام ليس فقط في نقل الخبر إنما في نقل المعلومة الثقافية ² ، لذا فإن الفضائيات الدينية مدعوة الآن أكثر من ذي قبل بالقيام بمهامها خاصة ما يتعلق بـ:

- تبليغ الدعوة ونشر رسالة الإسلام: فالإسلام دين لجميع الناس مصداقا لقوله تعالى : مخاطبا رسوله الكريم (فأصدع بما تؤمر واعرض عن المشركين) سورة الحجر الآية 94. ومنوط بحملة هذه الرسالة تبليغها لغيرهم من الأمم، وتوضيحها لبني الإسلام متبعين في ذلك منهجه صلى الله عليه وسلم، فالفضائيات الدينية وسيلة من وسائل الدعوة الأساسية في هذا

العصر ومن واجباتها تثبيت عقيدة المسلمين وإبراز عظمتها ، والإعلام أسلوب لتبليغ مضامين الدعوة الثابتة التي تتبع أهدافا محددة وفق المقاصد الشرعية، ويتم فيها مخاطبة جميع المكلفين ³ ، لذا فإن القائمين على الفضائيات الدينية نشر وتبليغ الدين الإسلامي من خلال برامج توعوية وهادفة

- تقديم الإسلام بحقيقته ناصعا مشرقا، فتعمل الفضائيات الدينية على ترسيخ مبادئ ⁴ وقيم الإسلام، من خلال تقديمه في أحسن صورة وهي صورته الحقيقية ، كما أن من واجب الفضائيات الإسلامية بيان الأمور الفقهية والعقدية للجمهور، بأساليب إعلامية مختلفة، لتصل إلى جميع الشرائح الاجتماعية فتبصرهم بالمعلوم من الدين بالضرورة.

- شرح الإسلام الصحيح: وذلك بإبراز مفاهيم الإسلام وكشف زيف الأفكار وتناقضها مع روح الدين الإسلامي ¹ ، خاصة وأن الإعلام قادر على تقوية الأبنية الفكرية ووضعها في إطارها الطبيعي. وبيان الحق الذي جاء به وبلغات مختلفة لغير المسلمين، وإعلاء كلمة الله ونشر كلمة التوحيد، وتثبيت عقيدة المسلمين وإبراز عظمتها لغير المسلمين حتى يمكن اجتذابهم إلى حظيرة الإسلام.

2- عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 67 .

3- محمد كمال الدين إمام، الإعلام الإسلامي، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة، (2004) ص 28.

4- مصطفى أحمد كناكر، الدعوة الإسلامية في القنوات الفضائية الواقع والمرتجى، دار أفنان، د.ط، د.ت، ص 371 .

- بيان قدرة الخالق عز وجل :وإبداعه في صنع هذا الكون، بإبراز أبجديات الجمال الرباني، الذي يهذب النفس ويمتّع الحس، ويبين التنسيقية الذوقية، وهذا يكون بالبرامج العلمية لكونها واقعية وتعطي حقائق علمية ملموسة؛ ويتم ذلك بالاستعانة إلى ما توصل إليه العلم من اكتشافات تكلم عنها القرآن الكريم منذ قرون.

ففي مؤتمر الإعجاز العلمي الأول للقرآن الكريم والسنة المطهرة الذي عقد في في محاضرته (القاهرة عام 1986 م) وقف الدكتور " كيث مورو **keith Moore** واعترف بأن إسلامه كان نتيجة لما عاينه بنفسه من إعجاز القرآن في علم الأجنة خاصة . وأنه من المتخصصين في ذلك ².

ب- تكوين النسق الفكري الديني: وذلك بتحليل وتفسير القضايا الدينية المختلفة:

- بعث الفكر الإسلامي: من أجل إصلاح الفرد المتلقي من خلال تبني سياسة تتفق مع ثورة المعلومات التي تحاول الاختراق والغزو العقائدي والفكري، وتشويه الشخصية الإسلامية، ونشر تقاليد الغرب، فتعمد القنوات الدينية إلى إعداد وإنتاج برامج تساعد الناس على تبني الأفكار الإيجابية وتفعيلها في مجالات الحياة، هذه الأفكار المنطلقة من المنظومة الفكرية الإسلامية من خلال تجارب علماء الأمة ومفكرها، ونحن كمسلمين لدينا من أسباب الحضارة ما يجعلنا نؤسس لمشروع حضاري.

- نشر الوعي الفقهي :بإذاعة بعض البرامج الفقهية التربوية، والتي تعرف بأئمة الفقه الإسلامي ومذاهبهم، كما أنها تشير إلى أصول هذه المذاهب واختلافاتهم، وهذا لا يكون إلا من أشخاص متخصصين وبأشكال إعلامية جذابة تعثرها مواد علمية ومناقشات وحوارات تثقيفية، واستشهاد بقضايا عصرية وكيفية التعامل معها.

- نشر التراث الإسلامي :فالتراث هو ماضي الأمة عبر أزمنة طويلة، مفعم بالمعطيات والصور والوقائع، التي توحى إلينا بفيض من الأفكار والمشاعر والانطباعات والأنساق، لتكون بيئة ثقافية، تولّد فينا القوة وتصوغ طريقتنا في التفكير، وتمد جهودنا بالمستندات الأدبية البنائية والتحديثية، وذلك ببيان نصاعته وجماليته، فالطريقة الشيقة والمناقشة

البناءة تجعل المشاهد يستمد منه " مقومات اليقظة وإعادة صنع الحياة وفق ذاتنا الأصلية وواقعنا المعاصر " ¹.

فالعقول الجبارة هي التي تكافح من أجل دمج معطيات التراث في

مركب شامل هو الحياة الحضارية النامية والمتطورة، وفق الأصول الربانية وفي خدمة

1- عبد الحليم محمد الرمحى، مفاهيم في فقه الدعوة وأساليبها، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان 2002، ط1، ص129.

2- محمد جميل الحبال، العلوم المعاصرة في خدمة الداعية الإسلامي، دار المنهاج القوم للنشر والتوزيع، دمشق، 2006، ط1، ص42.

1. -ابراهيم جعفر، في الفلسفة الإسلامية، مكتبة الفلاح، الكويت، ط1، 1986، ص308.

الأهداف السامية، بذلك تستمر ذاتنا الحضارية².

ج- تكوين النسق القيمي الديني: من غير الممكن تنمية الحس الخلقى لدى الناس من غير أطر ومؤسسات؛

تخصص جهودها لنشر الفضيلة والأخلاق السامية، وترسيخ التلاحم

الاجتماعي "وتحسين وعي الناس³. وهذا يتم به:

- إذاعة برامج تربوية وجذابة: تنسجم فيه الطاقات والملكات بالأهداف، فيتم فيها تمرير

صور إيجابية بعيدة عن الجمود والآلية، وهذا يتم بطريقتين: أولاً بإنتاج البرامج الإسلامية

النافعة من محاضرات، ومؤتمرات، وندوات، ومسرحيات وغيرها في قوالب جادة وفكاهية

ثانياً تقديم الترفيه النافع المستند إلى الدين الإسلامي، وهذه البرامج هي التي تستطيع تذويب المعلومات

وترويجها⁴.

- الزاد الروحي الذي يحمل الواقعية: الفضائيات الدينية تجلب مادياً من الواقع ومن خلال

متابعة الظواهر الاجتماعية بمختلف أنواعها، فتحاول من خلال معالجاتها ربط الحلول

المستمدة من الدين الإسلامي بالواقع المعاش، وهذه الخاصية أي الواقعية في البرامج وطرح

المواضيع ناتجة عن اجتياح الإنسان بحكم تكوينه الفطري شرع الله، كما تعني إمكانية تحقق

هذا الشرع في واقع الناس إذا ما أخلص توجهه إلى الله⁵.

- عكس الروح والمبادئ والقيم وتدعيم الهوية الإسلامية⁶. التي هي في الأساس عنوان

كائناتها الإعلامية على كافة ما تتناوله الفضائيات من خلال البرامج، إما على شكل معلومات وحقائق وأخبار،

أو على شكل قوالب فنية جذابة، خاصة وأن الأنساق المعرفية

للإنسان بحاجة إلى تلك المبادئ السامية والقيم الراقية في ظل الأمية الثقافية المنتشرة حول الإسلام ومفهومه،

فالفضائيات الدينية تلعب دوراً فعالاً في نشر الوعي والعمل على تعزيز

الشعور بالانتماء إلى هذا الدين، وتثبيت المفاهيم الصحيحة للجماهير والمساهمة في التنمية

2. - عبد الكريم بكار، تجديد الوعي، ص 158 .

3. - المرجع نفسه، ص 218 .

4. - مصطفى أحمد كناكر، الدعوة الإسلامية في القنوات الفضائية الواقع والمرتبجى، مرجع سابق، ص 378 .

5. - محمد كمال الدين إمام، الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 144 .

6. - عبد الله الي، الإعلام الإسلامي... قضية... حوار...، مجلة الدعوة، ع 1079، ص 15..

الشاملة لهم، وبيان القيم الإيجابية وزرعها فيهم، من أجل عضة إعلامية حضارية أخلاقية.

د- ربط الدين بقضايا العصر: إن ما يجري في العالم من تواليات كونية في العقود الأخيرة؛

خاصة ما صار يعرف بنهاية الأيديولوجيا وسقوط الروايات الكبرى، وما تبع ذلك أو ترتب عليه من تعاضل

حضور الدين في الفضاء العام الذي صار علمانيا بحثا مع تأسيس الدولة

الحديثة، من هنا تهاوت الرؤى والفلسفات أمام حضور الدين الذي أصبح فيما بعد المصدر

الرئيس للمعاني والطقوس التي يحتاجها الفضاء العام في كثير من المجالات، ووسائل الإعلام كانت الأكثر قدرة

على تلبية هذا الطلب الديني¹، خاصة مع احتدام الجدل حول الدين والهوية والمتغيرات الحاصلة في الكثير من

المجالات.

- بيان ماهية العولمة ومخاطرها: فالعولمة شملت جميع مناحي الحياة، وهي سياسة تتخذها الدول الكبرى للسيطرة

على الموارد والطاقت العالمية لبث نفوذها، فالإصرار العولمي غزا كل بيت وكل فكر بوسائل حديثة، يروج لها

بشعارات ومصطلحات تحمل في طياتها الكثير من المغالطات، وترمي كلها إلى إعادة صياغة العالم على نحو يتفق

مع نظام الدول الكبرى².

فعلى الفضائيات الدينية أن تر كز جهودها على تنفيذ أقوال العلمانيين وفلسفاتهم البرجماتية والوجودية والمنطقية

وغيرها، بحيث تصنع بمعطياتنا التشريعية والعقائدية، والحضارية، برامج تقوم بتنوعية الجماهير خاصة النشء

بالحقائق الإسلامية وتنمية هذا الوعي وتوجيهه بشكل مدروس ومتعمق حتى لا نضيع جهودنا في الصراع مع

جيوش ورقية من الأفكار العلمانية³.

- بعث الحوار بين الحضارات: فالحوار موقف فكري وحالة وجدانية، ولقد عرف التاريخ

الإنساني ومازال عدة حضارات؛ منها الحضارة الغربية والحضارة الإسلامية - بالرغم مما اعتري هذه الأخيرة من

ضعف، بسبب دخولها في طور التراجع الحضاري - إلا أنها مازالت هي الحضارة المتجددة، والتي عليها أن تحمل

1- تمام حسام، الفضائيات الدينية والدعاة الجدد وعلمنة الدين، ورقة مقدمة في ندوة علمية عن الفضائيات الإسلامية، مركز دراسات الإسلام. والعالم المعاصر،

الخرطوم، مايو 2008 م من خلال الموقع. <http://www.islamonline.net>

2 - عماد علي عبد السميع حسين، تجديد الخطاب الديني بما يتناسب مع روح العصر، دار الكتب العلمية، بيروت، 2004، ط 1، ص 65.

3- محمد إبراهيم مبروك، المرجع في العلمانية: حقيقة العلمانية والصراع بين الإسلاميين والعلمانيين، الإشعاع الفنية، الإسكندرية، القاهرة، ج 2، ط 1، 2002، ص 167.

دعوة الحوار الحضاري وتتجه به نحو الجانب الإنساني، وذلك لتمييزها برسالة الإسلام، فهي حضارة إيمانية، إنسانية في الصميم وفي مقاصدها وغاياتها، وهي فكرة واقعية، " فعودة الحضارة الإسلامية إلى استئناف دورها في إغناء الحضارة المعاصرة ضرورة إنسانية وفريضة دينية ورسالة حضارية ومسؤولية الأمة الإسلامية في حاضرها ومستقبلها"¹.

تصحيح صورة الإسلام :ويكون هذا بإعادة بناء السياسات الإعلامية أولاً في العالم الإسلامي، وهذا بالانطلاق من تصحيح أوضاع الأمة الإسلامية، وترشيد أحوالها، وتكييفها وفق المبادئ الأساسية الحق، التي تقوم على العدل والمساواة والشورى، وتقوية التضامن الإسلامي، وتعزيز التضامن بين الدول الإسلامية² ، ثم تكون المرحلة الثانية في تصحيح هذه الصورة في الغرب، ولا يتم ذلك إلا بتضافر الجهود بين المؤسسات الإسلامية في إبراز نقاء وسماحة الدين الإسلامي، والوقوف في وجه الحملات المغرضة التي تعمل على تشويهه ووضع الحواجز بينه وبين الشعوب الأخرى³.

5/ واقع أداء الفضائيات الدينية.

تثير ظاهرة الفضائيات الدينية والبرامج الدينية كثيراً من النقاش؛ إذ تبدو وكأنها توطر لجيل جديد، ليس من الناحية العمرية فقط ولكن من الناحية الفكرية من حيث تأثيراتها في خلق توجيهات فكرية دينية، كان مكانها الانفعالي محصوراً في السابق في الجامع وفي المدارس الدينية لتضحي وبفضل استخدام هذه الوسيلة الجديدة، أكثر عمومية وشمولية، وهي تخلق نوعاً من العادات الجديدة التي تصنع التعاملات اليومية بمرجعية تلفزيونية دينية⁴ . ، لذا كان الواقع يفرض محاولة بيان ما لهذه القنوات وما عليها من خلال تصفح برامجها وتقييم أداء مقدميها ومعدّي برامجها، وإظهار كل صغيرة وكبيرة فيها .

1 - عبد العزيز بن عثمان التويجري، العالم الإسلامي في عصر العولمة، دار الشروق، القاهرة، د.ط، د.ت، ج2، ط1، ص 153 .

2- نفس المرجع، ص214. 3- نفس المرجع، 213

4- سلام الكواكبي، الفضائيات الدينية :انقلاب في المشهد البصري أم ظاهرة وقتية، مجلة الغد الإلكترونية، من الموقع الإلكتروني :

<http://www.alghad.com/?news=145222>

5-1/ من حيث محتوى البرامج و القضايا المطروحة:

إن التأثير الإيجابي للفضائيات الدينية على الجمهور يبدو واضحاً لدى كل دارس ومهتم بالدراسات الإعلامية؛ لكونه واقع ينسجم مع الظاهرة الدينية المتنامية، ومن ذلك يمكن القول أن هذا الإقبال راجع إلى ما تحمله مضامين البرامج من مميزات ومقومات جعلتها تجذب إليها جماهير متفاوتة ومتنوعة، منها مايلي:

__تميزت الفضائيات الدينية بوجود برامج متضمنة خطاب دعوي موحد يرمي إلى إبراز

حقيقة الدين الذي هو معرفة الخالق، وبيان العقيدة كما أوحى بها الله عز وجل، ويتدرج هذا

الخطاب إلى بيان مجالات الإيمان ومسالك اليقين والطمأنينة¹.

كما استطاعت الفضائيات الدينية أن تؤسس إعلاماً بديلاً، وأن تمنح فرصة الاختيار أمام

الخيارات المفتوحة، خاصة للجيلات المسلمة عبر أنحاء العالم، والتي تعتبر البرامج الدينية برامج وقائية للمسلم ومصادر للمعلومات، كما أنها ساهمت في نشر علوم اللغة وتطوير بعض القدرات المعرفية والمنهجية. وأن تتعرض في برامجها للعديد من المجالات؛ كالسياسة العامة والعلاقات الاجتماعية، وكذا للشؤون العامة والخاصة للمشاهد، واستطاعت من خلال برامجها أن تتعرض للعلاقات الاقتصادية التي تأخذ حيزاً من المعالجات التي تضيء على التعامل المادي أبعاداً روحانية تؤطرها وتنظمها حتى غدا الشأن الديني لا يمس البرامج المتخصصة فقط؛ ولكن يتعرض للبرامج ذات الصلة الدينية بوجه عام²، لوحظ أيضاً وجود برامج خاصة بالشباب والتي تحوي فكرة جذابة تعالج بصورة عصرية بعض المشكلات، مع استخدام القصة والمشاهد المتلفزة وطرح الرأي على الشباب داخل الاستوديو وخارجه، إضافة إلى برامج شبابية أخرى تعرض بلغات أجنبية لعرض الإسلام، وطرحه بصورة مبسطة³.

لقد حاولت الفضائيات الدينية تطوير هذه البرامج المستحدثة من حيث طريقة تقديمها ولو بشكل بطيء، فتم الاستعانة بمختلف الأساليب والقوالب الفنية الإعلامية لتمرير الرسالة الإسلامية، فلوحظ ظهور ما يسمى ب talk show program كأسلوب جديد والذي يتيح للمتواجدين داخل الاستوديو المشاركة والتفاعل مع ضيوف الحلقة، ومن البرامج التي استخدمت هذا النوع من القوالب برنامج "صناع الحياة" في قناة اقرأ الفضائية⁴.

1- محمد عبد الكافي، تأملات في الخطاب الديني بالفضائيات العربية، مجلة الإذاعات العربية، ع1، 2003، ص86.

3- عبلة الكحلوي، البرامج الدينية في القنوات الإذاعية والتلفزيونية العربية، مجلة الإذاعات العربية، ع4، 2004، ص31.

2- سلام الكواكي، مرجع سابق: ص 02.

4 - عزة عبد العظيم محمد، رؤية نقدية للحوارات الدينية في الفضائيات العربية، مجلة الإذاعات العربية، ع3، 2006، ص61.

كما استحدثت برامج لطرح قضايا جوهرية تستند إلى فهم عميق للقرآن الكريم والثابت من السنة النبوية مع إعادة فتح باب الاجتهادات في جوانب الخطاب الفقهي¹.

— بروز عدد من الدعاة الذين يتبعون منهج الوسطية في طرح القضايا، والموازنة بين العقل والنقل في طرحهم، والذين أحاطوا بكثير من التوفيق للمنظومة القيمية الإسلامية التي بها تتوازن العلاقات الإنسانية².

— لقد أدرك الغيورون على الدين الإسلامي ما للفن من دور في الرقي بالذوق العام، وما ، للنشيد الإسلامي من إثبات لهوية الأمة الإسلامية في الوقت الراهن ومراعاة للنفس البشرية، فاستطاعت الفضائيات الدينية في المساهمة في رواج النشيد الإسلامي وتحويله إلى ذوق جماعي ، وكان بحق بديلا للأغاني السافرة التي تزداع عبر الفضائيات المتخصصة في ذلك، وما برنامج منشد الشارقة إلا دلالة على ذلك.

— قامت الفضائيات الدينية بدور أساسي في الدعوة إلى العودة إلى تحجب النساء المسلمات في المجتمعات التي كانت قد خاضت تجربة الحداثة مبكراً، وكانت نسبة الحجاب فيها قد انخفضت إلى مستويات دنيا، وتستغل هذه القنوات التبعية البصرية من خلال استقدامها لفنانات معتزلات اخترن الحجاب واستخدامهن كمقدمات للبرامج³.

لقد عملت الفضائيات الدينية على إيصال رسالة الإسلام ومبادئه إلى الآخر وبلغته الأم، وحاولت تكوين جسر بين المسلمين عبر العالم وبلغات مختلفة.

بالرغم مما قيل إلا أن بعض الفضائيات الدينية تفتقد بعض في عملها للموضوعية وتتجه إلى تسييس الدين، خاصة وأنها ابتعدت كثيراً عن التمييز بين الإسلام كرسالة سماوية تدعو إلى المحبة والتسامح والعدل، وبين الممارسات ذات الغطاء الديني التي يختفي وراءها البعض لتحقيق مآرب سياسية وسلطوية⁴. ولأنها خاصة فهي تابعة لسياسة المكسب والخسارة، وبأني مبدأ الربحية على حساب المادة المنتقاة لخدمة نخبة معينة هم أصحاب رؤوس الأموال، وهذا ما يؤثر في مصداقيتها.

كما أنها من خلال ما قيل آنفا ساعدت على تزايد التربة التعبوية لمستهلكي المادة الإعلامية

1- محمد عبد الكافي، مرجع سابق، ص 86-89.

2- المرجع نفسه ، ص 86.

3 - سلام الكواكي، الفضائيات الدينية: انقلاب في المشهد البصري أم ظاهرة وقتية..

4 - نصر الدين العياضي، البرجة الرمضانية في القنوات التلفزيونية العربية: ملاحظات نقدية، مجلة الإذاعات العربية، ع 1 ، ص 50.

الدينية وترويج أبعادها السياسية والعقائدية والنزاعية بين أبناء المذاهب والأديان بعضهم بعض، تحت مظلات الدين أو المذهب الواحد أو المدرسة الفقهية الواحدة، وساعدت أجهزة الإعلام الديني أيضا في اتساع الترتعات السجالية والإزدراء الديني، ومن ثم نمو الكراهية على أساس ديني، والمساهمة في تنميط المعرفة والوعي الديني شبه الجماعي، أيضا ازدياد الذم والكراهية وعدم التسامح خاصة منها تلك القائمة على أساس المذهبية والطائفية¹.

إضافة إلى أنها تعاني الكثير من عدم وجود رؤية واضحة وهدف معين، فأحيانا تكون مجرد برامج ملء ساعات البث بأي طريقة حتى أنه يلاحظ برامج على قناة واحدة يناقض بعضها الآخر، وأكثر ما يكون ذلك في اضطراب الفتاوى خاصة مع ازدياد عدد المصادر الخاصة بها، فأصبح الجمهور يعاني الآن هوس إعلامي في مجال الفتوى²، وهذا راجع إلى الارتباك في تحديد المرجعية، والذي يظهر في الحكم في المثير من المسائل الإجرائية والسلوكية، هذا الذي يؤثر على تماسك الرسالة الدينية³، بالإضافة إلى مشكلة بعض الوعاظ وهي صراعه الداخلي بين حصوله على الشعبية - نتيجة إثارة الجماهير وتهيجها-، وبين الاتجاه للاستغلال الأمثل لوسائل الإعلام، هذا. التضارب والتناقض يؤدي إلى نوع من البلبلة الفكرية واضطراب في نفسية المستفتي⁴.

- يلاحظ على البرامج الدينية أنها قائمة على الوعظ والأداء التقليديين وإعادة الكلام مما يبعث

الملل في المشاهد، فهي تشبه البرامج السياسية الدعائية والشمولية التي تعرض وجهة نظر أحادية طوال الوقت وبالتالي بدأ الجمهور بالانسحاب من مشاهدة تلك البرامج، فالكلام الذي يتم مناقشته فيه رتابة ولا يمس الواقع الذي نعيشه، ولا تأخذ البرامج الدينية كثيرا من الأمور التي يجب مراعاتها في الخطاب الديني المعاصر في أساسه وجوهره والذي يجب أن يقوم على قيم خلقية مأخوذة من كتاب الله وسنة رسوله.

كما أنها تعاني من الابتعاد عن بعض الهواجس والانشغالات الحياتية اليومية للمشاهدين سواء بالانصراف إلى الماضي والافتخار به قصد الاحتفاء به من تحديات العصر أو لإيجاد ما يواسي هؤلاء المشاهدين وهم يواجهون الصعوبات اليومية⁵.

1- <http://www.asyeh.com/asyeh-1> . الفضائيات الإسلامية المولود الجديد

<http://www.egyig.com/public/articles/miscellaneous/shtml>

2- <http://www.asyeh.com/asyeh-2> الفضائيات الإسلامية المولود الجديد

3- أديب حضور، مرجع سابق، ص67.

4- هاني ياسين، القنوات الفضائية الدينية بين الواقع والمأمول، من موقع. <http://www.asyeh.com/asyeh->

5 -نصر الدين العياضي، البرجة الرمضانية في القنوات التلفزيونية العربية:ملاحظات نقدية، مرجع سابق، ص50.

فراها مثلاً تكثر من تحذير الجماهير من اقتراف الذنوب وتدعوهم إلى المزيد من التقرب إلى الله، بالمقابل فإن هذه الفضائيات الإسلامية لا تقترب من قريب أو بعيد لأحد أهم القضايا التي تؤثر في حياة المسلمين؛ وهي قضية الحكم والشرعية التي يقوم على أساسها نظام حكم ما، هذه القضايا البالغة الأهمية مغيبة تماماً ولا يتم الاقتراب منها، بل إن العديد من القنوات تسخر التفسيرات المتخلفة للقرآن والسنة لتثبيت نظم الحكم الجائرة والظالمة وتغرس في نفوس الجماهير قيم الاستسلام بحجة طاعة ولي الأمر¹.

كما أنها تخاطب القيم الأخلاقية دون مخاطبة العصر الذي نعيشه فأصبح مقتصرًا على إثارة مشاكل دينية أصبحت غير موجودة مكاناً وزماناً، كما تركز على تفاصيل طقوس العبادات، وتمعن في الخوض في تفاصيل "شكلية" إلى الحد الذي يغرس في نفس المشاهد بأن هذه "الأمر الشكلية" هي صلب العبادة، وهذه الظاهرة تكاد تكون السمة الغالبة على الفضائيات الإسلامية التي كثيراً ما تخصص الساعات الطوال لحوار حول شكلية وأمر هامشية مثل "دخول دورات المياه بالقدم اليمنى؟" أو "وضع

تتميز بأنها عامة ومتكررة، جزئية وغير شاملة، مبعثرة وغير متماسكة، إضافة إلى أنها لا تشكل تناسقاً معرفياً ويعتريها نقص من ناحية التجديد وإضفاء روح العصر عليها خاصة وأنها مواد دسمة وصالحة لكل المناسبات². ويلاحظ في ذات السياق أن البرمجة في الفضائيات الدينية تغلب عليها برامج الرقائق على

حساب تناول القضايا الحيوية، حيث يتم الاكتفاء بتقديم برامج إيمانية ناعمة تتناول الدين اللذيذ، من أجل تغذية الجوانب العاطفية دون حفز للصيد الثقافي والمعرفي للمسلم، كما حصرت البرامج في مجال العقيدة والفقه وجمدت باقي المجالات بالرغم من أهميتها، إضافة إلى تركيز غالبية البرامج الدينية على المضمون الديني الصرف والذي يعتمد على المعلومة الدينية والتوجيه المباشر، كما تعتمد معظم البرامج الدينية على تقديم مضمونها ومادتها في قوالب تقليدية.

- تعاني البرامج الدينية المعروضة على الفضائيات الدينية من كثرة الوعظ المرئي مع ما يعانيه من اجترار للمعلومات الفقهية والتي يزيد عمرها أكثر من ألف وأربعمائة عام، والجمود والتقوقع الذي لا يأخذ بعين الاعتبار الوسيلة المرئية (التلفزيون)؛ إذ أنها تنقل دون تحوير الأحاديث الدينية التي تجري في فضاء الاتصال الشفوي المباشر إلى حقل الاتصال المرئي، وهذا ما أدى ببعض بوصفها بالرداءة الفنية 313، كما أنها تعاني من الجمود والرتابة،

1- العربي غضبان، الفضائيات الدينية. من خلال الموقع. <http://www.al-araby.com/docs/article1311779.html>

2 - أديب حضور، البرامج الدينية في البرمجة الرمضانية العربية، ص 64

وإغفالها لعناصر التشويق والإبهار التلفزيونية والاكتفاء بالبرامج الحوارية والمواجهات، فالبرامج الحوارية ليست القالب الوحيد الذي يفترض أن تعتمد عليه ولا بد من تقديم الأعمال الدرامية المعاصرة والمسابقات وغير ذلك للخروج من حيز الجمود كل ذلك أدى بها إلى التحول من وسيلة تلفزيونية إلى إذاعية، وأدى بالرسالة . الإعلامية إلى التعثر¹.

- عرض البرامج الهادفة الداعية إلى الاستقامة والهداية خارج الذروة، حيث يلاحظ أنه من الضروري اختيار الأوقات المناسبة التي تسمح باستقطاب جمهور عريض من أجل متابعتها 315 خاصة وأن البرمجة التلفزيونية شهدت تطوراً كبيراً، وأصبحت تستند إلى دراسات ميدانية اجتماعية نفسية؛ هذه الأخيرة التي تسعى للغوص في أعماق نفسية المتلقي والإطلاع على تفاصيل الإيقاع الاجتماعي له، من أجل خلق عادات جديدة في المشاهدة².

لكن البرمجة في الفضائيات الدينية كثيراً ما تخضع للارتجال والفوضى وعدم التحكم فيها، فيلاحظ إعادة برامج لأكثر من مرة في اليوم وفي أوقات متقاربة، وإلغاء برامج أخرى أو تأجيلها دون اعتذار للجمهور ولا تنبيهه، وبث برامج متشابهة في المضمون دون فواصل، حتى أنه يقال بين كل شيخ وشيخ شيخ.

1- ممدوح الصغير، البرامج والفضائيات الدينية: غائبة ... مغيبة...، أم تفتقد للتخطيط، من الموقع

<http://www.arabiyat.com/arabiyat/culture/stars/476/html>

2 - نصر الدين العياضي، البرمجة الرمضانية في القنوات التلفزيونية العربية: ملاحظات نقدية، مرجع سابق، ص 47-48..

الفصل الثالث :

القيم

تمهيد :

لكل مجتمع إطار من القيم والاتجاهات التي تحكمه وتوجه ثقافته، وتعد القيم إحدى مكونات الثقافة بمعناها الواسع الذي يمكن أن نعبر عنه بأنه البناء العلوي للمجتمع والذي يشمل العقائد والقيم والعادات . وتؤدي القيم دوراً هاماً في تحديد سلوك الأفراد وتوجهاتهم في المجتمع الذي نعيش فيه كما تؤدي نفس الدور في تحديد سلوك الجماعة وتفاعلها بمختلف أشكال السلوك الاجتماعي.

ولعلنا لا نجانب الصواب إذا قلنا بأن دراسة القيم ليست شيئاً جديداً في ميدان المعرفة، فقد لقيت دراستها عناية بالغة واهتمام كبيرين بين المفكرين والفلاسفة، وما زالت القيم منذ القدم وإلى اليوم محوراً لخلافات أساسية بين المدارس الفكرية والمذاهب الفلسفية.

إن القيم متغير أساسي في هذه الدراسة التي تحاول أن تظهر العلاقة بين ها وبين استعمال وسائل الإعلام والتعرض إلى محتوياتها لدى الشباب . وتجدر الإشارة في المستهل إلى أنه بالرغم من الأهمية المعتبرة للقيم ، إذا ما تمكنا من تحديد مدلولها تحديداً دقيقاً ، في فهم الأفراد والجماعات لكونها تعمل كقواعد أو كمعايير للسلوك الإنساني ، إلا أنها لم تحظ بالدراسة كمياً ونوعياً في بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر .

1/ أهمية دراسة القيم :

لقد حظيت القيمة باهتمام العلماء منذ أن بدأ الاهتمام بدراستها فلقد اهتم بها كل من علماء الدراسات الإنسانية والاجتماع ، وعلماء النفس والاقتصاد والسياسة ورواد الفكر الفلسفي . حيث تعتبر القيم من المفاهيم الفلسفية التي يدور حولها الخلافات في إطار المذاهب والأفكار الفلسفية المختلفة .

والقيم تتغلغل في حياة الناس أفراداً وجماعات وترتبط عندهم بمعنى الحياة ذاتها؛ لأنها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بدوافع السلوك والآمال والأهداف .¹

ولقد احتلت نظريات القيمة المكانة الأولى في ألمانيا حوالي عام 1900 م وفي إنجلترا وأمريكا حوالي عام 1910 ، أما في فرنسا فقد ظل الأمر على عكس ذلك بالرغم من بعض البحوث الهامة التي نشرت متفرقة كانت متضمنة هذا الأسلوب ، والفعل اللاتيني (Valea) يعنى أصلاً (إني قوى) (وأني أرفل بصحة جيدة)

أصبح يشير إلي فكرة عامة وهي أن يكون الإنسان بالفعل مفيداً أو متكيفاً وإن آلة قيمة باللغة الفرنسية (Value) والكلمات التي تقابلها بالإنجليزية والألمانية ما زالت تحتفظ بشيء من رواسب معناها اللاتيني ولاسيما كلمة (worth) الإنجليزية .

وربما كان اللفظ الفرنسي فريداً في تشبعه بمعنى القيمة من وجهة النظر الاقتصادية والسياسية فيكون الشيء ذا قيمة عندما يكون المرء على استعداد لبيذل في سبيل الحصول عليه آل ما يمكن أن يبذله من مال وغيره.²

ويقول عبد الرحمان عزوي : بأن دراسة القيم (بمفهوم values) والاتجاهات ظهرت نتيجة التطور في الأدوات المنهجية الصارمة أي الانتقال من مرحلة الوصف إلى التدقيق ، والرقي المعرفي والمنهجي عادة ما يبرز أيضا في التفاصيل (أي الجزئيات) . وقد تحدث العلماء المسلمون الأوائل من (أبو حامد الغزالي) إلى (مالك بن نبي) بشكل مباشر عن القيم ومجالاتها علما بأن فكر العلماء المسلمين قيمى بامتياز . أما مقاييس دراسة القيم ، فحديثه نسبيا ومرتبطة بالدراسات الغربية خاصة في المجالات الاقتصادية والنفسية .

تقدم الأدبيات الغربية عددا من مقاييس القيم بمفهوم المعايير (values) . وتتنوع هذه المقاييس في دلالتها النظرية من مقاييس بدون تنظير يذكر وأخرى تحمل أبعادا تمتد في نظر أصحابها إلى أكثر من ثقافة : إقليمية (مثل أوروبا) أو خارج السياق الغربي . وعامة فإن مقاييس القيم في التقاليد الغربية تفتقر إلى نظرية شاملة بفعل عدة عوامل نذكر منها :
-أنها تحصر مرجعية القيم إما في الاعتبار الفردية الموروثة أو في التجربة الاجتماعية وذلك ما يفسر صعوبة تعريف تصنيف تلك القيم أو إيجاد نوع من الإجماع في أكثر من ثقافة.

1-محمد شفيق :الإنسان والمجتمع ، مقدمة في علم النفس الاجتماعي ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث، 2003، ص 185.

2-نفس المرجع ، ص 186.

-أنها عادة ما تحاول قياس القيم (values) بطرح أسئلة عن المواقف (attitudes) .

-أنها لا تحدد بدقة الفواصل القائمة حتى في اللغة الإنجليزية بين القيم بمفهوم المعايير (values) والقيم بمفهوم المعاني الأخلاقية (morals) والمعتقدات (beliefs) والرأي (opinion) والموقف (attitudes) والاتجاه (trends) ... الخ¹.

إن القيم بمفهوم المعايير (values) تعني المعايير الاجتماعية المتفق عليها والخاصة بطريقة الحياة في مجتمع ما ، ومن ثم أمكن القول في هذا الطرح أن لكل مجتمع قيمه ودخلنا في مبدأ النسبية الثقافية التي ترى أن كل قيمة اجتماعية صالحة عند أهلها . وهذا النوع من التفكير هو الذي يؤسس المعرفة الغربية في المجال بما في ذلك المسائل المنهجية مثل مقاييس القيم ، أما القيم بمفهوم المعاني الأخلاقية (morals) فمصدرها - في منهجية الحتمية القيمية للإعلام - المعتقد ، والتعبير الإنجليزي (morals) يحيل إلى هذا المعنى . أما المعتقدات (beliefs) فتشير في تلك اللغة إلى مزيج من العادات والتقاليد وحتى الأساطير التي يعيش في سياقها مجتمع ما .

والرأي (opinion) ميل الفرد أو الجماعة إلى قضية ما ، وليس في هذا العنصر ديمومة اجتماعية أو تاريخية وإن كان يحمل بعض الدلالة في لحظته . والموقف (attitudes) أقوى من الرأي إذ يعبر عن شدة التمسك بالرأي والرؤية التي يحملها الفرد أو الجماعة حول الحياة بشكل عام . والاتجاه يحمل بعدا اجتماعيا عندما تبدأ الآراء والمواقف في التشكل بشكل متناغم مع ظاهرة معينة . ويحدث التداخل خاصة في المستويات بين مختلف هذه العناصر مما يتطلب إيجاد الفروق الدقيقة الدالة نظريا والتي تنعكس على افتراضات الدراسة وأدوات قياسها².

1-عزي عبد الرحمان : منهجية الحتمية القيمية في الإعلام ،الدار المتوسطة للنشر-تونس ، ط 1 ، 2013 ، ص : 79 .

2-نفس المرجع ، ص : 80 .

2/ مفهوم القيم :

1-2/ إشكالية مفهوم القيم:

إن تعاريف القيم تكاد تتعدد بتعدد الكتاب ، وهذا يعكس الضعف في نظرية القيمة كما أشار " روكيتش " وكذلك الصعوبة التي يشير إليها مختلف الباحثين في ميدان دراسة القيمة ، وبالتحديد الغموض الذي مازال يلف مفهوم القيمة وعدم الاتفاق فيما بين الباحثين حول مصدر القيمة ، وبالتالي نظرية القيمة ككل ، وتختلف التعاريف باختلاف المجال المعرفي الذي يعمل في إطاره الباحث ونقطة تركيزه . إلا أن معظم التعاريف لا تخرج عن إطار أربعة مقتربات حصرها Adleur على النحو التالي :¹

أ- المقترب الذي ينظر إلى القيم في جوهرها كالأفكار الخالدة أو كالمطلق أو كجزء إلهي : ويرى أصحاب هذا المقترب أن مصدر القيم ليس المجتمع ولا الأفراد ، وإنما الدين . ومن بين هؤلاء parsons و m.wiber وفي هذا السياق أي ربط القيم بالدين ، أو اعتباره مصدرا للقيم ، في الواقع كل الديانات السماوية تؤكد عليه ، وبصفة خاصة الدين الإسلامي .

ب- المقترب الذي يرى القيم كقوة ملازمة للحاجات التي تسعى إلى تحقيقها أو الرغبات التي نود تلبيتها : ومن هذا المقترب هناك ما يهتم على الموضوعات أو الأشياء ، وهذا الاهتمام هو نزوعي وسلوكي ودافعي ، أي يرمي إلى تحقيق هدف . وأي تغيير في الشيء يؤدي إلى تغيير في القيمة . فهذه النظرية تؤكد أن القيمة نابعة من الاهتمام وليس من القيمة في حد ذاتها .

ج- المقترب الذي يعتبر القيم سوى مجموعة من التفضيلات الموروثة أو تعلمها الفرد : ويرى أصحاب هذا المقترب أن القيم هي أنساق وتفضيلات جماعية توجه أفعال الناس الاجتماعية وتبررها . فهي ليست تفضيلات فردية لأنها تتكون وتتحول من خلال المناقشات والصراعات والتسويات والتعاونات بين الفاعلين . فمن خلال الحياة الاجتماعية يكشف الفرد ويكتسب القيم التي يستعملها لتوجيه أفعاله وتبريرها بالنسبة للآخر ، لأنها تضيف الشرعية على المعايير . والناس يقومون بأفعال بالرجوع إلى القيم التي تسمح لهم بالإختيار ما بين الأفعال البديلة ، فالقيم هي أخلاقيات توجه الفعل ولكن يمكن استعمالها من أجل تبرير فعل بعدي ، فهي لشرعة الفعل .

د- المقترب الذي يربط القيم بالنشاط وتحديد قيم الأفراد يتم عن طريق تحليل النشاط : ويرى أصحاب هذا المقترب أن القيم تقتزن بالسلوك ، أي أنه يقوم على ما يجب وما لا يجب أن يسلكه الفرد أو الجماعات أو بمعنى آخر تمثل القيم نسقا من المعايير التي تضبط سلوكيات الأفراد ، ويتجلى هذا من خلال أهمية العنصر السلوك في تعريف القيم بالنسبة لبعض الباحثين ، فالسلوك هو المحك الفعلي للقيم الذي يسمح بأن تكون صريحة وليست ضمنية ، بعبارة أخرى ، السلوك الظاهر هو تعبير عن القيمة ، أو هو أحكام القيمة الداخلية التي لا تبدو للعيان إلا إذا تجسدت في السلوك .

1- السعيد بو معيزة ، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب - مرجع سابق، ص142 .

هذا ومن خلال هذا الطرح يتبين لنا عدم الاتفاق بين الباحثين والدارسين حول مفهوم القيم ، وهذا بسبب غياب نظرية عامة تكون صالحة للشرح والتفسير في جميع السياقات بمعنى أن تكون غير خاضعة للثقافة التي تحاول شرح الظاهرة ، وإنما تكون مستقلة عن أي سياق ثقافي معين ، وهو الشرط الأساسي الذي يجعل منها نظرية عامة وصالحة لكل سياق ، وهذا الاختلاف في تعريف مفهوم القيمة يمكن إرجاعه إلى التباين في النظر إلى مصدر القيم ، هل هو الدين أم الفرد أم المجتمع ، وكيفيات تحليلاتها ، هل هي قبلية من خلال الأحكام والتفضيلات التي يقوم بها الفرد أم بعدية عن طريق سلوكياته ، أيضا سبب الاختلاف لا يكمن في اختلاف المدارس وحسب ، وإنما في الغموض الذي مازال يلف مفهوم القيم .¹

2-2/ مفهوم القيم :

تورد المعاجم اللغوية مجموعة من الدلالات لكلمة "قيمة" وجمعها "قيم" وتظهر الأصول اللغوية أن الكلمة مشتقة من الفعل "قوم" الذي تتعدد موارده ومعانيه ، فقد استخدمت العرب هذا الفعل ومشتقاته للدلالة على معاني عدة .
منها :²

- **الديمومة والتباين** : وهو ما يشير إليه أصل الفعل "قوم" لأنه يدل على القيام مقام الشيء يقال : "ماله قيمة إذا لم يدل على الشيء ولم يثبت عليه ، ومنه قوله عز وجل (إن المتقين في مقام) أي في مكان تدوم إقامتهم فيه .

- **السياسة والرعاية** : ومنه ما قالته العرب عن الذي يرعى القوم ويسوسهم " فالقيم السيد وسائس الأمر " ، والرجل : قيم أهل بيته وقيامه يقوم بأمرهم .

- **الصلاح والاستقامة** : فالشيء القيم ما له قيمة بصلاحه واستقامته ، ومنه قوله عز وجل : (دينا قيما) أي مستقيما وأورد الراغب أن الدين القيم هو الثابت المقوم لأمر الناس ومعاشهم وأمر قيم مستقيم وخلق قيم حسن ودين قيم مستقيم لا زيف فيه ، وكتب قيمة مستقيمة تبين الحق من الباطل .

وتتفق هذه المعاني اللغوية الثلاثة مع المدلول العام الذي تحمله مفردة "قيمة" فالقيم تتسم بالثبات ، وفيه معاني الرعاية والصلاح والاستقامة .

أما القيمة في الاصطلاح فيصعب الوقوف على الدلالات الاصطلاحية للقيمة وما تتضمنه من معاني عند من يستعملونها كافة ، فالقضية القيمية شائكة لمسائل كثيرة التفريغات ، تضرب أصولها التاريخية إلى ما يزيد عن ألف وخمسمائة سنة ، ذكرت في مداولات الفلاسفة وكانت إحدى قضاياهم المهمة التي درسوها وخاضوا فيها تنظيرا وتأطيرا وبغض النظر عن مذاهب الفلاسفة ورؤياهم ، تبقى القيمة قضية الإنسان الأولى ، ومنطلق تفكيره ، ومحط تأملاته ، فجوهر الوجود الإنساني يقوم عليها ، ويؤسس حولها ، إذ لا معنى لحياة الإنسان بلا قيم تحكم تفاعله مع عوالم الأفكار والأشياء من حوله

1- نفس المرجع ص 144 .

2- ماجد زكي الجلال ، مرجع سبق ذكره ، ص 19-20 .

، وعندما يتجرد الإنسان من قيمه الفاضلة فإنه يتجرد في واقع الأمر من حقيقة إنسانية ونظراً لأهمية القضية القيمية سواء في بعدها التنظيري الفلسفي أم في حقيقة واقعها ووجودها العلمي ، فقد تناولها العلماء الدارسون بالتحليل والتفسير والبيان ، الأمر الذي تمخض عنه وجهات نظر متعددة ، شارك فيها الفلاسفة والتربويون وعلماء الاجتماع والسياسة ، وكانت خلاصة ذلك هائلاً من المعرفة والفلسفة والنظريات واختلاف حول القيم وطبيعتها ، ما يبين مضيق لدالاتها أو موسع لها ، ففي الوقت الذي رأى بعضهم أن القيم لا تعدو مجرد اهتمامات أو رغبات غير ملزمة ، رآها آخرون أنها تتسع لتكون معايير مرادفة للثقافة ككل ، وأنها تلك الأشياء (نشاطات ، خبرات ... الخ) التي بتوازنها يتحقق الوجود الإنساني¹ . والقيم بذلك تتحدد على النحو التالي :²

- محك نحكم بمقتضاه ، ونحدد على أساسه ما هو مرغوب فيه أو مفضل في موقف توجد فيه عدة بدائل
- تتحدد من خلالها أهداف معينة أو غايات ووسائل لتحقيق هذه الأهداف أو الغايات .
- الحكم سلباً أو إيجاباً على مظاهر معينة من الخبرة في ضوء عملية التقييم التي يقوم بها الفرد .
- التعبير عن هذه المظاهر في ظل بدائل متعددة أمام الفرد ، وذلك حتى يمكن الكشف عن خاصية الانتقائية التي تتميز بها القيم .
- تأخذ هذه البدائل أحد أشكال التعبير الوجودي مثل : " يجب أن .. " أو " ينبغي أن .. " حيث يكشف ذلك عن خاصية الوجوب أو الإلزام التي تتسم بها القيم .
- يختلف وزن القيمة من فرد لآخر بقدر احتكام هؤلاء الأفراد إلى هذه القيمة في المواقف المختلفة .
- وفي ضوء ذلك تمثل القيم ذات الأهمية بالنسبة للفرد وزناً نسبياً أكبر في نسق القيم ، وتمثل القيمة الأقل أهمية وزناً نسبياً .

ومن خلال ما سبق يمكن تعريف القيم على النحو التالي :

- **تعريف عبد الطيف خليفة :** " هي عبارة عن الأحكام التي يصدرها الفرد بالتفصيل أو عدم التفضيل للموضوعات أو الأشياء . وذلك في ضوء تقييمه أو تقديره لهذه الموضوعات أو الأشياء ، وتتم هذه العملية من خلال التفاعل بين الفرد بمعارفه وخبراته وبين ممثلي الإطار الحضاري الذي يعيش فيه ، ويكتسب من خلاله هذه الخبرات والمعارف " .³
- **تعريف فوزية دياب :** " أن القيم من المفاهيم الجوهرية في جميع ميادين الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وهي تمس العلاقات الإنسانية بكافة صورها لأنها ضرورة اجتماعية ولأنها معايير وأهداف لا بد أن نجدها في كل مجتمع منظم سواء

1-عبد الرحمان عزي : دراسات في نظرية الاتصال : نحو فكر إعلامي مميز ، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية ، سلسلة المستقبل العربي 28، بيروت ، لبنان ، 2003، ص106.

2- عبد اللطيف محمد خليفة : إرتقاء القيم ، مرجع سابق ، ص 75.

3- نفس المرجع ، ص 77.

أكان متخلفاً أو متقدماً فهي تتغلغل في الأفراد في شكل اتجاهات ودوافع وتطلعات ، وفي بعض المواقف الاجتماعية تعبر القيم عن نفسها في شكل قوانين وبرامج للتنظيم الاجتماعي والنظم الاجتماعية"¹.

-تعريف شافر وسترونغ : القيم هي المقاييس والمبادئ التي نستعملها للحكم على قيمة الشيء، وهي المعايير التي نحكم من خلالها على الاشياء (الناس، الأغراض، الأفكار، الأفعال، المواقف) بأنها جيدة وقيمة ومرغوبة، او على العكس من ذلك بأنها سيئة ومن غير قيمة.²

تعريف الشافعي: القيم هي مجموعة من المعايير والمقاييس المعنوية بين الناس يتفقون عليها فيما بينهم ويتخذون منها ميزانا يزنون به أعمالهم ويحكمون به على تصرفاتهم المادية والمعنوية.³

تعريف كاظم : القيمة عبارة عن مقياس أو مستوى أو معيار نستهدفه في سلوكنا وينظر إليه على انه مرغوب فيه أو مرغوب عنه.⁴

تعريف أبو العينين: القيم هي مجموعة من المعايير والأحكام تتكون لدى الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية بحيث يمكنه من اختيار أهداف وتوجهات لحياته يراها جديرة بتوظيف إمكانياته، وتتجسد خلال الاهتمامات أو الاتجاهات أو السلوك العلمي أو اللفظي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.⁵

- تعريف الذي البروفيسور عبد الرحمان عزي : للقيم وهو يتحدث عن الثقافة والاتصال والتي تدخل ضمن التعاريف التي تعتبر الدين مصدرا للقيم حيث يقول " الثقافة سلم يمثل مستواه الأعلى القيم ، والقيمة ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية ، ويكون مصدرا للقيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدرا للقيم وإنما أداة تتجسد فيها القيم"⁶.

ويمكن إدراكها واستنباطها من النص القرآني والسيرة النبوية والنصوص المرجعية التي أنتجت الحضارة العربية الإسلامية ، إضافة إلى النصوص النهضوية الحديثة ، فالقيمة سبقت فعل الإنسان ، إذ أنه في البدء كانت الكلمة ، وكلمة "اقرأ" أتبعته "باسم ربك" أي تكون القراءة في سياق تعاليم إلهية وليست قراءة دون مرجعية .

1- فوزية دياب :القيم والعادات الاجتماعية ، مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية ، القاهرة ، دار الكتاب العربي. 1996 ، ص 16 .

2- ماجد زكي الجلاد: تعلم القيم وتعليمها ، ط02 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، الأردن ، 2007 ص 22

3- نفس المرجع، ص22

4- نفس المرجع، ص22

5- نفس المرجع، ص22

6- عبد الرحمان عزي : دراسات في نظرية الاتصال : نحو فكر إعلامي مميز ، مرجع سابق، ص106.

3/ خصائص القيم :

من أهم خصائص القيم أنها إنسانية ، ذاتية ، نسبية ، تترتب ترتيباً هرمياً ، تتضمن نوعاً من الرأي أو الحكم كما تتضمن الوعي بمظاهرة الإدراكية والوجدانية والنزوعية .

1-3/ القيم ذاتية وشخصية :¹

ترتبط القيم بشخصية الفرد وذاته ارتباطاً وثيقاً وتظهر لديه على صور مختلفة من التفضيلات والاهتمامات والاختيارات والحاجات والاتجاهات والأحكام مما يجعلها قضية ذاتية شخصية يختلف الناس حول مدى أهميتها وتمثلها باختلاف ذواتهم وشخصياتهم ، وهي بذلك تؤثر وتتأثر بشخصية وذاتية الفرد واهتماماته وميوله ورغباته وتأملاته وطبيعته وذوقه ، فتفاوت الناس واختلافاتهم في الحكم على الأشياء إنما جاء نتيجة لاختلاف بنائهم الشخصي ولعتقداتهم حولها فالحسن والقبح والقبول والرفض لشيء ما يبنى على تصور الفرد هذا الشيء واعتقاده فيه ، إذ لا يوجد شيء حسن وقبيح في حد ذاته بل تصور الإنسان عنه هو الذي يعطيه هذه الصفة كما يقول أنصار الفلسفة الواقعية ، فتصوراتنا للأشياء هي التي تكسبها قيمتها عندنا ، ومن هنا تكتسب القيمة أهميتها لدى متمثلها والمتمسك بها من الناحية العلمية .

2-3/ القيم نسبية :²

تعني نسبة القيم أنها تختلف باختلاف الزمان والمكان والإنسان فتقديرها وبيان أهميتها وجدواها تختلف من إنسان لآخر ، ومن مكان إلى مكان ، ومن زمان إلى زمان ، وذلك لتصورات الأفراد للقيمة وارتباطاتها الزمنية والمكانية ، وهي بذلك تتبع معتقدات الإنسان وتصوراته كما يحددها في زمن معين ومكان معين ، ولا نقصد بذلك إنساناً بعينه لأن القيمة ثابتة عند صاحبها ، بل مطلق الإنسان ، فقيمه الأسرة مثلاً تختلف عند الإنسان العربي عن قيمتها عند الإنسان الغربي .

فالقيم ثابتة راسخة عند معتقديها سواء من حيث مصدرها أو أهميتها وجدواها وضرورة تمثيلها لأنهم اختاروها وميزوها بالعقل والفهم العميق وجعلوها معياراً لسلوكهم ، أما من الناحية التنظيرية فالقيم نسبية وهي مثار جدل واختلاف بين الأشخاص والثقافات والأجيال ، فما يراه جيل بأنه قيمة إيجابية قد يراه جيل آخر قيمة سلبية وهكذا ، وذلك كله مرجعه إلى المعتقد والتصور الذي تتبع القيمة منه ، فاختلاف التصورات يورث الرؤى للقيم الحسن منها والقبيح ، والمقبول منها والمردود ، بناء على قاعدة "القيم تابعة للفكر ومتولدة منه" .

3-3/ القيم تجريدية :³

القيم معاني مجردة تنسم بالموضوعية والاستقلالية ، تتضح معانيها الحقيقية في السلوك الذي تمثله والواقع الذي تعيشه ، فالعدل من حيث هو قيمة تحمل معنى ذهنياً مجرداً غير محسوس ، لكنه يتخذ قيمته من الواقع الحي الممارس ، فنسبى سلوك

1- ماجد زكي الحلاذ: تعلم القيم وتعليمها ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، الأردن ، ط 02 ، 2007 ص: 35 .

2- المرجع نفسه، ص: 37 .

3- المرجع نفسه، ص: 39 .

الأب الذي يعطي أبنائه حقوقهم ويساوي بينهم عادلا ، والذي يحايي أحدهم على الآخر غير عادل ، فقيمة العدل تمثلت في واقع وسلوك واضح ومحدد، إلا أن مفهوم العدل الكلي وطابع قيمته الكلية لا يزال قائما، فالعدل يبقى عدلا إلا أنه لا يدرك إلا من خلال الواقع الذي تبرز فيه القيمة المجردة بعالم الأشياء .

ولأن القيمة تلبس بالزمان والمكان لذا لا يمكن القول أنه لا مجال لفهمها إلا في السلوك الذي يمثل الإطار الثقافي الذي يعيشه الإنسان، لكن يمكن أن يكون لها وجود ذاتي، أي ماهية لأنها موجودة في حد ذاتها وتحدث نفعا وصالحا للناس، فالقيم إذن معان كلية ومطلقة ومجردة، ورغم هذا لا تكون إلا إذا تلبست بالواقع والسلوك، أي يؤمن بها الإنسان كموجه له وتحتضنها في سلوكه .

3-4/ القيم متدرجة : ¹

ومعنى تدرج القيم أنها تنتظم في "سلم قيمي" متغير ومتفاعل، حيث تترتب القيم عند الفرد ترتيبا هرميا تهيمن فيه بعض القيم على البعض الآخر، فللدرج قيم أساسية مسيطرة، لها درجة كبيرة من الأهمية، وهي تأتي في قمة هرمه القيمي، كما أن لديه قيما أخرى أقل أهمية مما يتشكل عنده نسقا قيميا داخليا متدرجا للقيم ، ويظهر "السلم القيمي" واضحا في مواقف الحياة وبخاصة عندما تتعارض القيم المهمة مع تلك الأقل أهمية فيعمل على الاختيار منها وإخضاع بعضها لبعض .

إلا أنه يمكن أن تكون للقيم العديد من الخصائص التي تتصف بها على النحو التالي وهو : ²

- تنتمي القيم إلى عالم المثل ، فهي تعبير أخلاقي ، يستمد الإنسان من فلسفة أو تصور أو عقيدة دينية .
- تعتبر القيم قواعد عامة تحدد وتوجه السلوك في المواقف المختلفة ، وتفرق بين السلوك المقبول وغير المقبول .
- ترتبط القيم بالأفكار والمبادئ والاتجاهات المقبولة في المجتمع ومن ثم فهي توضح الطرق والوسائل المختلفة التي يجب أن يسلك في ضوءها الإنسان حتى يحقق أهدافه .

- يأخذ البعض بنسبية القيم من حيث اختلافها من فرد لآخر أو من مكان لآخر أو من ثقافة لأخرى أو من زمان إلى زمان ونحن نؤمن بإيماننا قويا بثبات القيم من حيث اعتقدنا في صدق المصدر الذي عن طريقته نأخذ قيمنا

- تهتم القيم بالأهداف البعيدة التي يضعها الإنسان بنفسه لا بالأهداف الفرعية . ³

1-المرجع نفسه ، ص: 38 .

2- محمد شفيق : مرجع سابق ، ص 203 .

3-محمود السيد أبو النيل : علم النفس الاجتماعي ، دراسات عربية وعالمية ، الجزء الأول ، ط 3 ، القاهرة ، الجهاز المرآزي للكتب الجامعية ، 1984 ص 150.

4/ تصنيفات القيم :

يمكن تصنيف القيم حسب مقاصدها إلى وسائلية وغائية وحسب شدتها إلى عامة وخاصة وحسب وضوحها إلى ظاهرة وضمنية.

وتتضمن دراسة القيم عدة نواحي منها الجوانب الأساسية من حيث تصنيفها ليسهل دراستها وتحديدها ويحدث هذا عن طريق أنماط القيم نفسها وحسب أبعادها المختلفة ولقد استخدم هذا التقسيم كأول تقسيم حسب ما ورد وما يقيسه اختبار البورت وفيرنون 1913 والذي تطور بعد ذلك وأدخل عليه التعديلات.

وهذه التصنيفات هي كما يلي ¹ :

اولا/ أنماط القيم حسب بعد المحتوى:

أ - قيم دينية .

ب - قيم اجتماعية .

ج - قيم اقتصادية.

د - قيم معرفية.

هـ - قيم جمالية .

و - قسم سياسية.

ثانيا/ أنماط القيم حسب مقاصدها :

أ - قيم وسائلية : وهي وسائل لتحقيق غايات أبعد .

ب- قيم نهائية : أهداف وفضائل نهائية تضعها الجماعة لأفرادها .

ثالثا/ أنماط القيم حسب شدتها وإلزامها وهي ثلاثة مستويات :

أ - ما ينبغي أن يكون : وهي القيم الملزمة أو الآمرة الناهية .

ب- ما يفضل أن يكون : وهي القيم التفضيلية التي يشجع الأفراد على الالتزام بها .

ج- ما يرجى أن يكون : أي القيم المثالية .

رابعا/ أنماط القيم حسب شيوعها : وتنقسم حسب درجة شيوعها وانتشارها إلى :

أ -القيم العامة : وهي التي يعم انتشارها في المجتمع كله.

ب- القيم الخاصة : وهي القيم المتعلقة بمناسبات اجتماعية معينة .

1- فوزية دياب : القيم والعادات الاجتماعية، مرجع سابق ص: 20 .

خامسا/ أنماط القيم حسب وضوحها : تنقسم إلى قسمين :

أ- القيم الصريحة : وهي التي يعبر عنها بالكلام والسلوك نفسه.

ب- القيم الضمنية : وهي القيم التي تستخلص ويستدل عليها من خلال ملاحظة الاختبارات التي تتكرر في سلوك الأفراد .

سادسا/ أنماط القيم حسب ديمومتها : وتصنف إلى صنفين هما :¹

أ- القيم العابرة : وهي التي تزول بسرعة وتمتاز بعدم قدسيتها في المجتمع .

ب- القيم الدائمة : وهي القيم التي تدوم زمناً طويلاً ويمتد جذورها إلى أعماق التاريخ .

ولقد قام العالمان مايروس مكدوجال وهارلود لاسون بتقسيم القيم إلى ثمانية مستويات هي :²
القوة أو السلطة .

- العلم .

- الثروة .

- الاحترام .

- السلامة الصحية .

- المهارة .

- المحبة .

- التقوى .

وكذلك قاما بتقسيم القيم إلى ثمانية أنواع:

- القيم الحياتية : وهي ما تلزم حياة الإنسان .

- القيم الدينية :

- القيم الاقتصادية : مثل (المال ، العمل ، الخ)

- القيم الاجتماعية: مثل الصداقة والقوة (السلطة) والمكانة والشهرة أو أمثالها.

- القيم العاطفية : مثل التي تظهر في التجارب الجديدة .

- القيم العقلانية: مثل الروح العلمية والسعي نحو الحقيقة وطلب العلم .

- القيم الفنية : مثل الجمال وحسن الذوق وسلامته .

1- نفس المرجع ، ص : 21 .

2- www.http.og.61.2/00137/vafislambehath/be-

- القيم الأخلاقية : الخير والسعادة والعدالة وبشكل عام في جميع الفضائل الأخلاقية .

5/ مقاييس القيم :

منذ أن دخلت القيم حيز الدراسة في جميع المجالات والعلوم ، اهتم العلماء بدراساتها ولكي يمكن دراستها فلقد وضع العلماء مجموعة اختبارات لقياس القيم على الرغم من أن الأمر لم يكن باليسير وأن أول اختبار قام بقياس القيم هو اختبار البورت وفرنون ولندزي ثم تبعه الكثير من الاختبارات التي ساعدت على دراسة القيم.

1-5/ اختبار القيم للبورت وفرنون ولندزي :¹.

ويعتبر أول اختبار لقياس القيم والذي قام بإعداده البورت وفرنون Allport & Vernon 1913 والذي عدل بعد ذلك واشترك معهما في ذلك لندزي Lindsey في أعوام 1951 ، 1960 ، 1965 ، ويقيس هذا المقياس القيم الست الآتية :

- القيمة الاقتصادية : (التي تهتم بالنواحي المادية) .

- القيمة النظرية : (التي تهتم بالحقيقة والمعرفة) .

- القيمة الاجتماعية : (التي تهتم بالنواحي الاجتماعية) .

- القيمة الدينية : (التي تخص النواحي الدينية والمعتقدات) .

- القيمة الجمالية : (التي تهتم بالشكل والتناسق) .

- القيمة السياسية : (التي تهتم بالمركز الاجتماعي والسلطة) .

ويتكون المقياس في الصورة المحلية من ثلاثين سؤالاً ولقد ترجمته عطية هنا إلى اللغة العربية ، وقام آثيرون بمحاولات تهدف لجعل المواقف التي تثيرها أسئلة المقياس تتناسب مع المواقف المحلية .
ويتضمن المقياس جزأين :

- الجزء الأول :

يشتمل على مجموعة من البنود يجب عنها الفرد من خلال الاختيار من بديلين مثل :

عندما تحضر احتفالاً عظيماً (دينيّاً أو علمياً أو سياسياً) بماذا تتأثر ؟

أ- بالزيّنات والأعلام .

ب- بقوة الجماعة وتأثيرها .

فالبديل الأول (أ) يعكس القيم الجمالية ، والبديل الثاني (ب) يشير إلى القيمة السياسية.

1- محمود السيد أبو النيل : علم النفس الاجتماعي ، مرجع سابق ، ص: 141 .

- الجزء الثاني :

يشتمل على مجموعة من البنود بحيث يجب عنها الفرد من خلال اختياره لبديل من أربعة بدائل مثل :

يحسن أن يقضي الشخص الذي يشتغل طوال أيام الأسبوع يوم عطلة الأسبوعية :

أ - في تثقيف نفسه بقراءة الكتب الحديثة .

ب- في السياحة والألعاب .

ج- في حضور الحفلات الموسيقية .

د - في الاجتماع لخطبة دينية.

ويشير البديل (أ) إلى القيمة النظرية، والبديل (ب) يشير إلى القيمة السياسية ، والبديل (ج) يشير إلى القيمة الجمالية ،

وبالدليل (د) يشير إلى القيمة الدينية.

2-5/مقياس دراسة الاختيارات A Study of choice¹

أعده (وودروف) woodruff ويتضمن ثلاث مشكلات رئيسية يندرج تحت كل منها ثمانية حلول ، ويطلب من الفرد

ترتيبها حسب أهميتها ويكشف هذا المقياس عن عدد من القيم مثل : (الحياة الأسرية ، والتدين ، والصداء والخدمة

الاجتماعية ، والنشاط العقلي)

فمثلا تتضمن المشكلة الثانية من المقياس الحلول الآتية :

أ- ممارسة الأنشطة الاجتماعية في المعسكرات .

ب-ممارسة الأنشطة السياسية

ج-الحياة المريحة والاسترخاء

د-أهمية الجماعة وجاذبيتها

هـ-أهمية البن وتشجيع التنظيمات الدينية

و-الحياة المثيرة

ز- المساواة وعدم التمييز بين الأفراد

ح-المنافسة الفكرية

ويطلب من الشخص المحيى ترتيبها حسب أهميتها في حل المشكلة المطروحة .

1-عبد اللطيف محمد خليفة : ارتقاء القيم :دراسة نفسية،سلسلة كتب ثقافية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب -الكويت 1990 . ص 27 .

3-5 / مقياس القيم الشخصية : A personal Values inventory¹

أعدده هوكس (Howks) ويتكون من 90 بنداً خصصت لقياس عشر قيم هي :

(القيمة الجمالية، الراحة أو الاسترخاء، الصداقة والإثارة، الحياة الأسرية، الحرية الدينية، السيطرة أو التحكم، التقدم الشخصي، الاعتراف أو التقدير من قبل الآخرين،...).

وقد قسمت بنود المقياس إلى 30 مجموعة ، يتضمن آل منها ثلاثة بنود لقياس قيمة من القيم العشر ويطلب من المبحوث ترتيبها حسب أهميتها ومن هذه المجموعات ما يلي :

المجموعة الأولى :

* أحب أن أجلس في الأماكن التي تمكنني من الحركة واللعب .

* أحب الألوان الجذابة .

* أحب أن أخرج في صحبة الأصدقاء.

فالعنصر الأول يعكس قيمة الإثارة والترويح ، والعنصر الثاني يعكس القيمة الجمالية ، والعنصر الثالث يشير إلى قيمة الصداقة وأهمية آل قيمة. بالنسبة للفرد هي مجموع درجات هذه القيمة في كل المجموعات .

4-5 / مقياس قيم العمل : Work values inventory²

قام بإعداده سوبر (Super) لقياس قيمة الإبداع والأمن والمكانة الاجتماعية ، والعلاقة مع الآخرين ، والغيرية .

ويتكون المقياس من 18 مجموعة ويحتوي آل منها على أربعة بنود لقياس أربع قيم مختلفة ويطلب من الفرد ترتيبها أيضاً حسب أهميتها بالنسبة له). محمد جميل منصور، 1973

فالمجموعة الأولى على سبيل المثال تختص بقياس قيمة الإبداع ، والعلاقة مع الزملاء ، وقيمة التنوع في عمل الأشياء ، وبيئة العمل .

وتتمثل بنودها فيما يلي :

- المساهمة في وضع النظريات العلمية .

- التعرف على الأفراد الآخرين .

- عمل أشياء متنوعة .

- العمل في مكان مؤثث تأثيثاً فاخراً.

1- نفس المرجع ، ص 29 .

2- نفس المرجع ، ص 31 .

5-5/ مقياس القيم الفارقة : The differential values inventory¹

أعده (برنس R. Prince) وترجمه إلى العربية جابر عبد الحميد ويقوم على أساس تصنيف القيم إلى نوعين هما قيم تقليدية traditional وقيم عصرية Emergent ويتكون من 64 بنداً ويشتمل آل منها على عبارتين وعلى الجيب أن يختار واحدة منهما. إحداهما : يمثل قيمة تقليدية كالقيمة الأخلاقية ، الرغبة والنجاح ، الحصول على المركز، الاهتمام التخطيط للمستقبل .

وتشير العبارة الثانية إلى قيم عصرية (مثل الجسارة و الاهتمام بالحاضر والصدقة والسعادة) .

5-6/ مسح القيم لروكيش (R. V. S) Rokeach value slavery²

ويتضمن جزأين :

الأول : لقياس القيم الغائية Terminal values ويتكون من 18 قيمة .

الثاني : لقياس القيم الواسائية instrumental values ويتكون من 18 قيمة .

ويطلب من الفرد ترتيب كل جزء منهما بشكل مستقل عن الآخرين من رقم (1) وهي الأكثر أهمية إلى رقم (18) وهي الأقل أهمية.

ويتضمن مقياس القيم الغائية القيم الآتية :

طموح - واسع الأفق - قادر أو متمكن - مرح - نظيف - شجاع - متسامح - خدوم - أمين - واسع الخيال - مستقل - مثقف - عقلائي أو منطقي - محب - مطيع - مهذب - متحمل للمسؤولية - منضبط - (ضبط النفس) .
أما مقياس القيم الواسائية فنذكر منها القيم الآتية :

الرقابة الذاتية - الأدب - النزاهة - الاستقلالية - اتساع الأفق - المنطق - الطاعة - المساعدة - المسؤولية

5-7/ مقياس شوارتز (Shwartz, S.H) & بيلسيكي (Bilsiky, w) وآخرون :³

يقدم هذا المقياس تصنيفاً قائماً على تحديد الأهداف المبتغاة من القيمة ثم القيم الفرعية التي تندرج تحت كل هدف ويشمل التصنيف عشرة أهداف (السلطة ، الإنجاز ، المتعة ، التحفيز ، التوجيه الذاتي ، العالمية ، الخير ، التقاليد ، الامتثال ، الأمن) يتبعها مجموعة من القيم تحت كل هدف مثل السمعة ، النجاح ، المتعة ، الشوق ، الاستقلالية ، الإبداع ، الحرية ، التواضع ، الاحترام ... الخ .

1- محمد عبد اللطيف خليفة: ارتقاء القيم ، مرجع سابق ، ص 79.

2-عزي عبد الرحمان : منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، مرجع سابق ، ص : 80 .

3- نفس المرجع ، ص : 82 .

5-8/ مقياس إيجليهارت : نسبة إلى أستاذ العلوم السياسية ومدير المسح العالمي للقيم (values survey world) الأستاذ إيجليهارت رونلد (inglehard) :¹

يقوم هذا المقياس على افتراضات نظرية مهمة مفادها أن هناك تغيير في القيم بين الأجيال على المستوى العالمي . ويحمل تصنيفه بعدا نظريا يتعلق بالتحول الأساسي في أكثر من ثقافة من القيم التقليدية إلى القيم العلمانية العقلانية ومن القيم الحياتية إلى القيم التعبيرية على النحو التالي :

أ- القيم التقليدية (traditional values) : وترتكز على أهمية الدين والعلاقات الأسرية القوية والاعتزاز الوطني ، الخ .

ب- القيم العلمانية العقلانية (secular traditional values) : وترتكز على النزعة الفردانية بعيدا عن الترابط الاجتماعي ، الخ . وينطبق نفس المنطق في تصنيف القيم إلى :

أ- قيم حياتية (survival values) : وتشمل القيم الخاصة بوجود الإنسان .

ب- قيم تعبيرية : وتتضمن القيم التي تعطي الأهمية للبيئة ، التسامح مع الآخرين ، والمطالبة بالمشاركة في القرار السياسي و الاقتصادي ، الخ . ويرى إيجليهارت أنه كلما تطور المجتمع انتقلت قيمه من التقليدية إلى العلمانية العقلانية ومن الحياتية إلى التعبيرية .

5-9/ مقياس ع.س.ن. (A S N) للقيم :²

يعتبر مقياس (ع.س.ن) أحد أدوات دراسة وتطبيق نظرية الحتمية القيمية في الإعلام ويقوم المقياس على أسس نظرية الحتمية القيمية في الإعلام . ويمكن استخدام المقياس في أي مجال من مجالات البحث الإعلامي : دراسة الجمهور ، تحليل المضمون ، (المقابلة الحوارية التأويلية) أو أي عنصر من نموذج لاسويل : من يقول ماذا لمن في أية وسيلة وبأي تأثير . ويمكن تعريف مقياس (ع.س.ن) للإعلام والقيم بأنه :

-مقياس : أداة منهجية تدرس مدى حضور منظومة قيمية في وسط اجتماعي معين . ويعني (المقياس) في مقياس الحتمية القيمية في الإعلام أداة منهجية علمية دقيقة تدرس مدى حضور أو فعالية القيم في وسائل الإعلام أو لدى المتلقي في القول (أي الموقف المصرح به) والفعل (أي السلوك الاجتماعي) أخذا بعين الاعتبار خصوصية كل مجتمع أثناء تطبيق الأداة . - (ع.س.ن) : اختصار لأسماء الباحثين الثلاثة الذين طوروا وحكموا (من التحكيم) هذه الأداة : د. عبد الرحمان عزي ، جامعة الشارقة ، د. السعيد بومعيزة ، جامعة الجزائر ، ود. نصير بوعلي ، جامعة الأمير عبد القادر .

1- عبد الرحمان عزي : منهجية الحتمية القيمية في الإعلام ، مرجع سابق ، ص : 82 .

2- نفس المرجع ، ص : 85 .

- القيمة : عند عبد الرحمان عزي هي ما يسمو ويرقى من المعاني ومصدرها المعتقد . ويمكن أن تتجسد في سلوك الإنسان بأبعادها إثنا عشر بعدا متنوعة وفق تصنيف نظرية الحتمية القيمية في الإعلام وهي :

الإيمانية ، الاتصالية ، الزمنية ، المكانية ، اللسانية ، النفسية ، الاجتماعية ، الاقتصادية ، التربوية ، السياسية ، الجمالية والإنسانية .

وكل بعد ممثل بعدد من القيم . حسب الجدول التالي :

أبعاد القيمة	القيمة
01	البعد الإيماني
02	البعد الاتصالي
03	البعد الزمني
04	البعد المكاني
05	البعد اللساني
06	البعد النفسي
07	البعد الاجتماعي
08	البعد الإقتصادي
09	البعد التربوي
10	البعد السياسي
11	البعد الجمالي
12	البعد الإنساني

الجدول رقم 1: القيم وأبعادها

ويقول الدكتور عبد الرحمان عزي بأنه يمكن الاستئناس بالشكل البنائي لهذه المقاييس وعدد مختار من القيم الواردة بوصفها قيم إنسانية عامة ، ولكن هناك من تلك القيم ما يحمل صبغة (محلية ظرفية غربية) تدخل في إطار ما يسمى عندهم

بقيم الحداثة وذلك ما يثير جدلا عند الانتقال من محيط ثقافي اجتماعي لآخر من مثل الفردانية ، الحرية (أو الحرية الجنسية) ، الاستقلالية ، النزعة المادية... الخ

ويعد مقياس القيم الخاص بنظرية الحتمية القيمية في الإعلام أشمل وأكثر عالمية إذ أن أبعاد القيمة المقدمة تتناغم مع فطرة الإنسان وتسعى إلى الأرقى ولا تنحدر إلى الغرائزية والأهواء باسم مثلا : الحرية فمن معاني الحرية في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام (التحرر من الغرائزية والأهواء) ، وفي الآية الكريمة : (إن هي إلا أسماء سميتموها أنتم وآباؤكم ما أنزل الله بها من سلطان إن يتبعون إلا الظن وما تهوى الأنفس ولقد جاءهم من ربهم الهدى) . سورة النجم ، الآية : 23 .

إن نظري الحتمية القيمية في الإعلام تعتبر أن الأصل في القيمة المعتقد (أي الدين) (ذلك الدين القيم) ، و(فيها كتب قيمة) فالإنسان ليس مصدر القيمة وإنما أداة تجسيد القيمة وذلك ما نجده أيضا في التراث المسيحي (في البداية كانت الكلمة) ويحمل مفهوم القيمة باللغة العربية بعدا موجبا بالضرورة إذ يدل على الاستقامة أي الطريق المستقيم (أهدنا الصراط المستقيم) . سورة الفاتحة ، الآية : 06 .

وإذا أدخلنا نظرية النورسي الخاصة بأسماء الله الحسنى فإننا نجد أن القيمة تكون انعكاسا لأحد أسماء الحسنى (القيوم) وبمعنى آخر فإن القيمة الحقيقية من الله سبحانه وتعالى . وللقيمة أبعاد بتعدد مناحي الحياة ، أي أن القيمة ينعكس نورها كما أوضحنا في مجال الإيمان وفي المجالات الاتصالية والزمنية والمكانية واللسانية والنفسية والاجتماعية والاقتصادية والتربوية والسياسية والجمالية والإنسانية ، الخ .¹

6/ وسائل الإعلام والقيم :

لا يختلف الباحثون فيما بينهم على أن القيم شأنها شأن بقية الظواهر الاجتماعية الأخرى تتعرض للتغير حيث أنها ظاهرة متطورة دائما متغيرة أبدا ، وحتى لو بقيت هذه القيم بألفاظها فإن معانيها في ضوء الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية ، وأن هذه التغيرات الواسعة النطاق يترتب عليها ما يسميه " كارسون " صراع القيم ، وذلك بين معايير اجتماعية وأخلاقية واقتصادية قديمة ، وبين تلك القيم المستحدثة نتيجة للتطورات الأخيرة خاصة التطورات التكنولوجية والعلمية في مجال الإعلام والمواصلات وما يترتب عليها من زيادة شدة الصراع القيمي بين مختلف الحضارات والثقافات المختلفة سواء داخل البلد الواحد أو بين مختلف بلدان العالم ، ولعل أبرز إيجاز واضح للعلاقة بين القيم والتغير ما أشارت "ماريا أوجستا " ، وهو أن العلاقة بين القيم والاتجاهات في التغير الاجتماعي هي علاقة متبادلة في الوقت الذي تؤثر فيه القيم وتحدد مساراته فإن التغير يؤثر في القيم وتدرجها وأنساقها القديمة .²

1- عزى عبد الرحمان ، مرجع سابق ، ص : 87.

2- علي أحمد ، تأثير القنوات الفضائية الوافدة على القيم الأسرية ، دار الكتاب ، القاهرة ، 2004 ، ص 105 .

ويوجد تياران متعارضان في مجرى القيم : التيار الأول هو تيار التغير في القيم ، والتيار الثاني هو تيار الثبات والجمود ، وتيار التغير أضعف من تيار الثبات والجمود ، وفي الغالب يجد التيار الأول مناهضة ومعارضة ومقاومة من جانب التيار الثاني والمجتمع الذي يعمل على خنق كل محاولة للتطور بالقيم أو للتطور بها لاستحداث قيم جديدة أنه يأخذ في الذبول والتخلف إذا ما قورنت بمجتمع آخر يحدد نشاطه بما يستمد من عناصر جديدة ومستحدثة من قيم ومعايير لم تكن قائمة ولا مأخوذاً بها من قبل ، وقد تتخلى جماعة عن بعض القيم في المجتمع في حين أنها تحتفظ بغيرها من قيم مجتمعتها وأحياناً تقاوم تغير بعض القيم رغم وطأة الظروف وقوة عوامل التغير التكنولوجي وهكذا فإن القيم ما يعم انتشاره في المجتمع كله بغض النظر عن ريفه وحضره وطبقاته وفئاته المختلفة وفيها ما ينشر في بعض الفئات أو القطاعات الاجتماعية دون غيرها ومنها ما يقاوم التغير رغم عوامل التطور الكبيرة التي يتعرض لها المجتمع ومنها ما يسهل تغييره نسبياً إذا اقتضت ظروف الحياة¹.

لكن حتى ننزع اللبس حول هذه القضية فإن هناك من القيم التي تبقى صالحة لمل زمان ومكان لعالميتها وسمو مصدرها ، ونقصد هنا القيم التي يكون مصدرها الدين فمهما اختلفت أحوال الناس ومداركهم ومسالكهم إلا أن هذه القيم الربانية والإلهية المصدر ، تبقى كدليل للناس لمعرفة سلوكهم بين ما هو صائب أو خطأ ، في حين تبقى السلوكيات الأخرى خاصة المادية منها في تغير طبقاً للبيئات والأنساق الاجتماعية والثقافية والسياسية ، ولكن دائماً بمراعاة نظر الدين لهذه السلوكيات .

ويذهب " بارسونز " إلى أن التغير في القيم يتم وفقاً لنمطين رئيسيين :²

- النمط الأول : فهو يحدث حين لا يستطيع النموذج الثقافي أن يستمد هذا التغير من مصدر خارجي وإنما يتعين عليه أن يطره من داخل المجتمع .

- النمط الثاني : فهو الذي تأتي فيه عناصر التغير من خارج المجتمع .

ويذهب " نيكولاس ويشر " إلى أن ثمة عدد من البدائل التي تشير إلى أنماط الدوافع السلبية للتغيرات القيمية المباشرة يذكر منها :

- التغير القيمي الذي يحدث نتيجة التغير الإيديولوجي والسياسي والعامل الجذري في هذه الحالة يتمثل في نوع من تسرب الأفكار أو العقائد.

- التغير القيمي يحدث نتيجة للتغيرات في بيئة المجتمع المؤثرة أو الفاعلة أي في المدى الكلي للعوامل الاجتماعية والثقافية والديموغرافية والاقتصادية والتكنولوجية التي تصوغ أسلوب الحياة في المجتمع .

1-علي أحمد ، مرجع سابق ، ص : 105 .

2-المرجع نفسه ، ص : 106 .

-التغير القيمي : الذي يحدث نتيجة لتغير المعلومات ويكون السبب الرئيسي للتغير هنا ذا طابع معرفي بحث .

وإمكانية التغير في القيم من وجهة نظر "روكيتش" تبدو من صراع بين عناصر نسق معتقدات الفرد المتمثلة في المعتقدات والاتجاهات والقيم ومفهوم الذات ذلك الصراع الذي قد يكون قائما لدى الشخص دون دراية منه به أو حادثا كنتيجة لظهور بعض التغيرات المفضية إلى مثل هذا الصراع¹.

إن الثورة المعاصرة في تكنولوجيا الاتصال أحدثت طفرة هائلة في ظاهرة الإعلام الدولي أو عالمية الاتصال بحيث أصبح التعرض لوسائل الإعلام جزءا من نسيج الحياة اليومية للمواطن بما يمكن أن يحدث هذا من آثار تتصل بإدراكه واتجاهاته وقيمه ، وقد أدى التطور السريع لوسائل الإعلام إلى اتساع رقعة انتشارها وتزايد تأثيرها في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع ، وبروز خطورة الدور الذي تلعبه في الحياة الاجتماعية حيث لم تعد مجرد أدوات لنقل المعلومات بل أصبحت من العوامل المؤثرة في أفكار وسلوك الجمهور ، وتوطيد وترسيخ أشكال جديدة من العلاقات الاجتماعية بين الأفراد بالإضافة إلى إحاطة الأفراد بالأحداث التي تقع في بيئات محلية بعيدة عنهم².

ويذهب كارسون إلى التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام أدت إلى تغيرات قيمية واسعة في شتى مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية ، وهذه التغيرات الواسعة النطاق يترتب عليها ما يسميه "كارسون" صراع القيم بين مختلف الحضارات والثقافات المختلفة سواء داخل البلد الواحد أو بين مختلف بلدان العالم ، والمسلم به أن ثمة تفاعلا مباشرا بين القيم التكنولوجية بمعنى أن كلا منهما يؤثر في الآخر آية ذلك أن القيم عامل حاسم في اختيار التكنولوجيا وأن التكنولوجيا عامل مؤثر في تغيير القيم³.

كما أن خطوة من خطوات التقدم التكنولوجي تؤدي إلى سلسلة من التغيرات تتفاعل مع تغيرات أخرى وكلها تنبع من النسق التكنولوجي في المجتمع وأن التغيرات في البناء الاجتماعي تؤدي بدورها إلى تغيرات في القيم الثقافية والمعتقدات والإيديولوجيات كما أن إضافة أنماط ثقافية جديدة يغير من مراكز أعضاء المجتمع وأدوارهم وتستتبع هذه التغيرات البنائية تغيرات في القيم الاجتماعية⁴.

وقد أدت الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والعلمية إلى وقوع شعوب كثيرة خاصة دول العالم الثالث تحت سيطرة العالم المتقدم سياسيا واقتصاديا ، والأخطر من هذا أنها وقعت من خلال الإعلام تحت سيطرته الثقافية والفكرية ، ويعد الإعلام قوة حضارية كبيرة وظاهرة فنية وثقافية وسياسية وأصبح لها في العصر الحديث أثرها البالغ ، ولا يمكن لأي أمة أن تنشأ التغير والبناء الحضاري ن تستغني عنه ، وتي أنهم يطلقون على هذا العصر أنه عصر الإعلام وذلك لأن الإنسان

1-المرجع نفسه ، ص : 106 .

2-المرجع نفسه ، ص : 106-107 .

3-المرجع نفسه ، ص : 107 .

4-المرجع نفسه ، ص : 107 .

اليوم يعيش ثورة إعلامية شاملة تطارده في كل مكان ، وذلك لما تقدمه وسائل الإعلام يوميا من أنباء وتحقيقات وغيرها ، بهدف تحقيق التأثير المتعمد على الأفكار والتدخل تكوين وجهات نظرهم الاجتماعية والسياسية والتأثير على نمط حياتهم وثقافتهم القومية ، وبذلك يقوم الإعلام بدور كبير في تغيير القيم حيث يتفق علماء الاجتماع والاتصال على أن أي تغيير اجتماعي مقصود في المجتمع لا بد أن يصل إلى الناس عبر وسائل الإعلام ، إذ أنه لا يمكن أن يتم أي تغيير في المجتمع بمعزل عن استخدام هذه الوسائل التي تعد الأدوات المهمة والرئيسية والمساعدة في مخاطبة الناس وشرح ونقل تلك التغيرات الجديدة التي ستحدث في المجتمع وبنياته ووظائفه حتى يعرف كل فرد دوره ومكانته وفقا للتغيير الذي سيطرأ ، وهذا يشير إلى أن وسائل الإعلام تعد أساس عملية التغيير الاجتماعي ، وذلك لما يتم من خلال تلك الوسائل ومن عمليات تكوين الآراء وتغيير المفاهيم وأنماط السلوك وتثبيت القيم المرغوب فيها وتدعيمها ، وكما تعتبر وسائل الإعلام في أي مجتمع من المجتمعات من المقومات الحضارية لذلك المجتمع ، وبمثابة المصدر المؤثر والضروري لإحداث أي تغيير اجتماعي فيه ، لأن الإعلام ظاهرة طبيعية اجتماعية نشأت منذ أقدم العصور الوسطى والانتقالية ، حيث تطورت من مرحلة التبليغ الشخصي إلى مرحلة التبليغ الجماعي عن طريق وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة¹.

وتؤثر وسائل الإعلام في حياة الناس عامة وبصورة خاصة على اتجاهاتهم ومعتقداتهم وقيمهم وسلوكهم وذلك لعدة أسباب منها :

- لأنها تمتاز بانتشار واسع وجاذبية

- القدرة في الوصول إلى كل البيئات والتعامل مع كل الفئات والأعمار والمستويات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية .

- قيامها بوظائف متعددة في تحقيق المنافع الفردية والجماعية والاجتماعية سواء أكانت منافع ترفيهية وتثقيفية وتعليمية ،

وذلك من خلال وسائلها المتنوعة السمعية (الراديو) أو مقروءة (صحف ومجلات) ، أو بصرية سمعية (تلفزيون)

وبناء على ما سبق فإن تأثير وسائل الإعلام أعظم وإمكانات البناء أو الهدم المتاحة لها أكبر وأوسع انتشارا ، وأعمق تأثيرا

الأمر الذي فرض ضرورة أن يوظف الإعلام من أجل رفع المستوى الثقافي وتغيير العادات الضارة وبلورة نسق إيجابي للقيم

الاجتماعية وتوجيه الإنسان نحو الإنتاج وإتاحة وسائل النمو الذاتي وربط الفرد بمشكلات مجتمعه وحماية ثقافته وتوعيته

بالمتغيرات المعاصرة وتبصيره بالتحديات المحيطة به².

أما بالنسبة للقيم الدينية فحتى تكون وسائل الإعلام أداة إيجابية تسهم في بناء القيم وتأصيلها ، فإنه ينبغي أن تتصف

بالصفات الآتية :³

1-منى كشيك ، القيم في الإعلام ، دار فرحة للنشر والتوزيع ، عمان الأردن ، 2003 ، ص: 99-100 .

2-علي أحمد ، مرجع سبق ذكره ، ص: 108 .

3-ماجد زكي الجلال ، مرجع سبق ذكره ، ص: 66 .

- أن تنبثق رسالتها من تصور ديني خالص ، وبطريقة متكاملة مع بقية الوسائط الأخرى ، حتى تتضافر الجهود في تقديم القيم الدينية الخالصة .

- أن تخضع لتنظيم وتخطيط شامل لإيصال القيم الدينية للناس كافة بأسلوب عصري يعتمد على العقل والمنطق ، وبكافة الأساليب الممكنة .

- أن تستخدم الحكمة في مخاطبة الناس ، فتأتيهم من جانب اهتماماتهم وآراءهم اليومية مع انتفاء الكلمة الطيبة التي تفتح أقفال القلوب والعقول .

- أن تتصدى للقيم والاتجاهات الهابطة التي تقدم بقصد أو بغير قصد في المادة الإعلامية.

- أن تعمل على إيجاد كوادر إعلامية مبدعة من أجل إيصال القيم الدينية لكل فرد في المجتمع

7/ نظرية الحتمية القيمية في الإعلام :

مع أن علوم الإعلام والاتصال من العلوم الجديدة التي تبحث لها عن هوية خاصة بها، انطلاقاً من أن نشأتها كانت بعد تقاطع عدة علوم كالعلوم السياسية وعلم الاجتماع، والفلسفة وعلم النفس.. إلا أنه شهد عدة تنظيرات منها ما كان مستنداً إلى الفكر الاجتماعي بصفة عامة ومنها ما استند إلى الممارسة الإعلامية بشكل خاص، منها ما اشتغل أصحابها بالظاهرة الاتصالية على مستواها الكلي (maco level)، ومنها ما جزأ أصحابها نظرهم إلى العملية الاتصالية إلى مستوياتها الضيقة (micro level) ، ولا شك أن المساهمة العربية- الإسلامية في مجال الأبحاث الإعلامية اقتصر على محاولات إسقاط النظريات الغربية على خصوصية المجتمع المحلي، أو في إعادة قراءة التراث فيما يسمى "بالإعلام الإسلامي". في ظل هذا الواقع الأكاديمي الذي اتسم بكثير من الجمود والخجل من المبادرات العلمية الحقيقية، جاء المفكر الجزائري "عبد الرحمن عزي" ليحرك المياه الراكدة في نهر الأبحاث العربية- الإسلامية في مجال الاتصال، بمجموعة من الدراسات العلمية الرصينة والأصيلة والمترابطة. أما الرابط بينها فهي أنها كانت تستند إلى متغير رئيسي واحد هي القيم التي مصدرها الدين؛ ما أنتج نظرية جديدة في علوم الإعلام والاتصال هي: "نظرية الحتمية القيمية في الإعلام".

7-1/ من هو عبد الرحمان عزي؟

تحصل المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي على شهادة الليسانس في الصحافة من جامعة الجزائر عام (1977) وعلى شهادة الماجستير في الصحافة عام (1980) وعلى الدكتوراه في سوسيولوجيا الإعلام عام (1985) من جامعة نورث تكساس بأمريكا. وقبل ذلك، عمل الأستاذ محرراً (تغطية الأخبار المحلية) في جريدة "الشعب" اليومية (الجزائر) لمدة سنتين. وتجاوز خبرته في التدريس والبحث والإشراف 24 سنة إذ عمل كمدرس لمدة 3 سنوات في جامعة نورث تكساس، ثم كأستاذ مساعد فأستاذ مشارك فأستاذ لمدة 11 سنة بمعهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ثم كأستاذ لمدة 3 سنوات بقسم الاتصال بالجامعة العالمية الإسلامية ماليزيا ثم كأستاذ بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود لمدة 4 سنوات، أستاذ

بقسم الاتصال الجماهيري بجامعة الإمارات العربية المتحدة لمدة 4 سنوات، ثم أستاذ بكلية الاتصال، جامعة الشارقة منذ 2006¹.

ولا شك أن كل باحث - كما أشار عبد الرحمن عزي نفسه - متأثر (عن وعي أو غير وعي) بخلفيته وتجربته ومجموعة من المؤثرات الثقافية المتعددة كالزمان والمكان، لذلك فإن فكر البروفيسور عزي لم يكن لينفصل عن البيئة التي نشأ وترعرع فيها فقد ذكر أنه فطم في بيئة (بني ورتيلان الأمازيغية الواقعة شرق الجزائر) مفعمة بالتعاليم الدينية وحفظ القرآن، كما أن إقامته بأمريكا بعض الوقت واحتكاكه المباشر مع أتباع مختلف النظريات، جعله - كما اعترف بذلك هو نفسه - يدخل إلى مجال التنظير في الاتصال تحت تأثير بعض أدوات المنهجية الغربية. وقد رأى أن ذلك أمراً عادياً إذا اعتبرنا أن المنهجية تولد أدوات أو (طريقة) عقلانية أو واقعية في الوصول إلى مجموعة من الحقائق النسبية. فالأدوات تملك مجالا مستقلاً، أي محايداً نسبياً².

وقد مكنته تلك الأدوات من النظر إلى الذات والثقافة من زاوية خارجية، ما حفّزه للنبش في التراث، فدرس ابن خلدون والنظرية الغربية، واستوقفته إسهامات مالك بن نبي أين أضاف عامل الإعلام إلى العناصر الأخرى المكونة لنظريته (الإنسان والتراب والزمان). ورغم أن إسهامات العلماء المسلمين الأوائل في نظرية الاتصال غير واضحة إلا أن عبد الرحمن عزي وجد في مناهجهم ما كان سنداً أساسياً في تطوير نظريته³.

ومن المهم التأكيد على أن المفكر الاتصالي عبد الرحمن عزي لا يطرح نفسه "تأصيلياً" بما تواضع عليه مفكرو الأسلمة من أمثال رواد مدرسة (معهد الفكر الإسلامي) بمرندن فيرجينية، مع أنه كان لسنوات أستاذاً بالجامعة العالمية الإسلامية بكوئالالمبور التي اعتبرها كثيرون موئلاً فكر الأسلمة الحديث، ويرى أن إضفاء الأسلمة على المعرفة الموجودة هو من باب الكسل الفكري والخوف من الاندماج في الآخر⁴.

7-2/ نشأة نظرية الحتمية القيمية في الإعلام ومفاتيح فهمها:

رغم أن جل دراساته - منذ أول دراسة كتبها عندما عاد إلى الجزائر عام 1985م - تميزت باستناده إلى انتمائه الحضاري، إلا أن عبد الرحمن عزي صرّح أنه بدأ فعلياً تحديد مسار نظريته بتقديم النظرية الاجتماعية الغربية الحديثة وتكييفها مع الواقع الجديد وعلاقاتها بالاتصال، في كتابه: "الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية"، أما عن تسميتها بـ: "نظرية الحتمية القيمية في الإعلام فيعود الفضل في ذلك إلى طالبه وزميله الآن في جامعة الشارقة الأستاذ

www.sharjah.ac.ae/Arabic/Academics/.../Dr.Azzi_CV_ARABIC_2011.pdf (12/05/2011-1

2-عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال؛ نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت-لبنان، 2003م، ص8.

3-المرجع نفسه، ص-ص 9-10.

4-حوار اجراه مع السعيد بومعيرة منشور في كتاب: قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، إعداد نصير بوعلي، دار إقرأ، قسنطينة-الجزائر، 2009م، ص188.

الدكتور نصير بوعلی ، وذلك بعد معارضتها بالحمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان في دراسة مهمة قام خلالها بمقارنة قيمة بين النظريتين¹ .

ولقراءة النظرية وفهمها فهما صحيحا قدم نصير بوعلی في إحدى دراساته* ما اصطلح عليه "بمفاتيح" النظرية ، وتمثل هذه المفاتيح استنادا إلى المقاربة البنيوية في² :

- إن نظرية الحتمية القيمة في الإعلام كبنية تتضمن عناصر البناء التالية:
أ- علوم الإعلام والاتصال كمادة خام.

ب- الفكر الاجتماعي المعاصر في القرن العشرين كمادة مستوردة.

ج- التراث العربي الإسلامي على سبيل الاجتهاد وليس النقل كمادة محلية.

د- القرآن الكريم بمثابة الاسمنت الذي يمسك النظرية بإحكام.

- أسبقية النظرية ككل على الأجزاء: فنظرية الحتمية القيمة في الإعلام هي ذلك الكل المركب من دراسات وأبحاث نظرية عبد الرحمن عزي، ويستحيل فهمها ما لم يكن هناك إلمام بعدد معتبر من دراساته التي تزيد عن خمسين دراسة تنطلق كلها تقريبا من إشكالية واحدة هي كيفية فهم الظاهرة الاتصالية والإعلامية فهما قيما وحضاريا.

- أسبقية العلاقة على الأجزاء أو القيمة المحددة لها: تتضح هذه النظرية أكثر عند إمعاننا النظر في العلاقة التي تحكم دراسات عزي عبد الرحمن، لأن ذلك سيقود إلى التغلغل في الدواخل وتوليد المعاني العميقة للنظرية(...) وتعتبر القيمة هي الحلقة أو العلاقة بنيويا التي تمسك أبحاث المفكر وتجعلها مساقط لا تتحرك إلا ضمن دائرة النظرية.

- إن عناصر نظرية الحتمية القيمة لا تحمل أي معنى إلا في إطار السياق العام؛ أي يجب استحضار العوامل الاجتماعية والثقافية والحضارية والتاريخية التي ساعدت على تبلور هذه النظرية.

3-7/ افتراضات وركائز النظرية:

تنطلق النظرية من افتراض أساس يعتبر الإعلام رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تنبع أساسا من المعتقد. ولذلك فإن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابيا إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير إيجابيا. وبالمقابل، يكون التأثير سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكثر ويعتبر مفهوم السالب والموجب من بين المفاهيم الجديدة التي قدمها عبد الرحمن عزي

=Itemid&id=167&task=view&t http://www.arabmediastudies.net/index.php?option=com_content

2- نصير بوعلی: مفاتيح نظرية الحتمية القيمة في الإعلام؛ مقاربة بنيوية، مجلة كنوز الحكمة، العدد الثاني، مؤسسة كنوز الحكمة، نوفمبر 2009م، ص-ص

بالإضافة إلى المخيال الإعلامي (في مقابل الرأي العام)، والزمن الإعلامي، والرأسمال الإعلامي الرمزي، والوضع و الخيال "والتمعقل" (من استخدام العقل) وفعل السمع والبصر، والبنية القيمية وغيرها ، وهي بمثابة مباحث فرعية يركز عليها النسق الكلي وهو النظرية.

- أما أهم الركائز -المبدئية- التي تقوم عليها النظرية فتتمثل حسب عبد الرحمن عززي في ¹ :
- 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 والسمو.

7-4/ نظرية الحتمية القيمية والإعلام الإسلامي :

تجدر الإشارة إلى أن نظرية الحتمية القيمية في الإعلام ليست هي ما اصطلح على تسميته "نظرية الإعلام الإسلامي" حيث يرى عبد الرحمن عززي في معرض إجابته عن أحد الأسئلة الموجهة إليه على الموقع الإلكتروني الخاص به أن الفرق بين الاتجاهين يكمن ² :

- في المنهجية، 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، حيث لم ينتج نصا معرفيا بارزا، وإنما توقف عند باب الوعي بالمشكلة. أما الحتمية القيمية في الإعلام فتوظف عدد من الأدوات المنهجية التي ولدتها النظريات الاجتماعية والاتصالية الحديثة في الغرب، فهي تسعى إلى التجديد في قراءة النصوص وربط ذلك بواقع الظاهرة الإعلامية القائمة في المنطقة العربية والإسلامية.
- أن تقليد الإعلام الإسلامي يكاد يقصي التجربة الغربية (الأكاديمية أو الممارسة في الميدان)، أما الحتمية القيمية فهي تتفاعل مع المعرفة الإعلامية الغربية بشقيها وتحاول أن تطرح نفسها بوصفها صوت آخر يتعايش وينافس النظريات القائمة؛ أي أنها تسعى إلى تجاوز صفة المحلية إلى إيجاد مكان لها في التراث المعرفي الأكاديمي السائد لدينا وفي الغرب.
- أما بالنسبة للتسمية ذاتها، فالاستخدام اللفظي المباشر في القول "الإعلام الإسلامي" قد يوحي أن الأمر: -خطاب أكثر منه علم.

ب- أنه أمر محلي ديني بحث كالقول "الإعلام المسيحي" مثلا.

1- عبد الرحمن عززي: المرجع السابق، ص-ص 143-144.

2- <http://sites.google.com/site/valuemediadeterminismtheory>

ج-انه أمر مطلق ليس فيه مجال كبير للجدل والنقاش.

أما تعبير "الحتمية القيمية في الإعلام" فتحل هذه المعضلة إلى حد كبير، لأنه يجعلها جزء 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 "القيمة" يترك بعض المجال للخطأ المحتمل الذي ينسب في هذه الحالة إلى النظرية وليس إلى مصدر النظرية.

رابعاً: أن تقليد "الإعلام الإسلامي" وبفعل التركيز على السرد النصي فحسب لم يحدث حالة من البحث العلمي التطبيقي المعاصر، ولعل نظرية الحتمية القيمية في الإعلام تدفع إلى هذا الاتجاه بالاستعانة بالأدوات المنهجية التي تطورت لظروف تاريخية في الغرب.

إذن فالحتمية القيمية في الإعلام جمعت من الخصائص والركائز ما يشدّ عودها، ويجعلها ناضجة نظرياً، ولكنها لازالت في حاجة إلى الكثير من الدراسات الأكاديمية الأميركية التي تختبر افتراضاتها على الواقع، وهو المطلوب من الأكاديميين على مستوى الجامعات العربية والإسلامية الذين يجب عليهم أن يتخلصوا من بعض عقدهم النفسية التي يأتي على رأسها (مركب النقص، الانهزامية، الذاتية، وحتى الغيرة..).

الفصل الرابع

الدراسة الميدانية

1/ تحليل البيانات الشخصية:

الجدول رقم 02 - توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

الجنس	التكرار	النسبة
ذكور	57	57%
إناث	43	43%
المجموع	100	100%

بناءً على ما حصلنا عليه من معلومات، والتي تترجمها النسب الموجودة في الجدول رقم (02)، نجد أن أكبر نسبة للمبحوثين من خلال العينة كانت للذكور حيث قدرت بـ 57 فرد أي بمعدل 57% من المجموع الكلي لأفراد العينة، أما الإناث فقد قدرت بـ 43 فرد أي بمعدل 43%.

وترجع هذه النسب المتقاربة بين الذكور والإناث إلى طبيعة مجتمع البحث والذي يملك هذا التنوع في تركيبته البشرية، إضافة إلى العوامل المتوفرة والتي شجعت الفتاة على التدرج في الهرم الدراسي مقارنة بما كان عليه الحال في الماضي .

الجدول رقم 03 - يبين توزيع أفراد العينة حسب السن:

السن	التكرار	النسبة
18 - 25	68	68%
26 - 30	32	32%
المجموع	100	100%

يبين لنا الجدول رقم (03) توزيع العينة حسب الفئات العمرية والتي كانت النسب بين هته الفئات متفاوتة نوعاً ما ، تمثلت أكبر نسبة بين 18 إلى 25 سنة والتي تقدر بـ 68% فيما كانت نسبة الأفراد التي تتراوح أعمارهم بين 26 إلى 30 سنة 32% .

من خلال هذه النسب نستنتج أن أغلب المبحوثين يكونون من السنة الأولى جامعي إلى السنة الأولى ماستر والتي تتراوح أعمارهم في الغالب بين 18 إلى 26 سنة ، أما المبحوثين التي تكون أعمارهم أكثر من 26 سنة فإنهم قد يكونون في الأغلب من طلبة السنة الثانية ماستر أو دكتوراه مع الأخذ بعين الاعتبار وجود أعمار أكبر في الأطوار الأولى وهذا نظراً لإمكانية إعادة الطالب للسنة .

الجدول رقم 04 - يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
16%	16	سنة أولى جامعي
12%	12	سنة ثانية جامعي
31%	31	سنة ثالثة جامعي
22%	22	أولى ماستر
12%	12	ثانية ماستر
06%	06	أولى دكتوراه
01%	01	ثانية دكتوراه
00%	00	ثالثة دكتوراه
100%	100	المجموع

يبين لنا الجدول رقم 04 توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي والتي كانت فيه النسب كالآتي، سنة أولى جامعي 16%، سنة ثانية جامعي 12%، سنة ثالثة جامعي 31%، أولى ماستر 22%، ثانية ماستر 12% أولى دكتوراه 06%، ثانية دكتوراه 01%، ثالثة دكتوراه 00% .

من خلال هذه النسب يتبين لنا أن المبحوثين كان عددهم أكبر في طور ليسانس بمجموع 59 طالب، أما طلبة الماستر فكان عددهم 34 طالب، أما طلبة الدكتوراه فمثلت نسبتهم الحلقة الأضعف بين الطلبة بمجموع لا يتعدى 07 طلبة، وهذا الاختلاف بين الطلبة في مختلف الأطوار يرجع بالأساس إلى تقلص عدد الطلبة في التدرج الجامعي.

2/ تحليل الفرضيات:

2-1- تحليل الفرضية الأولى "متابعة القنوات الفضائية الإسلامية تكون أكثر عند الشباب الذكور منها عند الإناث"

الجدول رقم 05: يبين مشاهدة التلفزيون

النسبة	التكرار	مشاهدة التلفزيون
89 %	89	نعم
11 %	11	لا
100 %	100	المجموع

يبين لنا الجدول رقم 05 مشاهدة التلفزيون بين أفراد العينة حيث أن 89 فرد بنسبة 89 % من المبحوثين يقبلون على مشاهدة التلفزيون لما يحويه من برامج هادفة ومتنوعة مثل الرياضة والموسيقى والأخبار والأشرطة الوثائقية والبرامج الدينية والتي تفيد المتلقي بكل ما يحتاجه من معلومات لبناء أفكاره وترسيخ ثقافته وتحكمه في لغته ومبادئه وحفاظه على دينه والاستقامة فيه ، فيما لا يعتمد 11 فرد من المبحوثين بنسبة 11 % على مشاهدة التلفزيون لاستقاء المضامين الإعلامية وقد يلجأ هؤلاء إلى وسائل اتصال أخرى من اجل الوصول إلى المعلومة منها اللوحات والهواتف الذكية الموصولة بالانترنت إضافة إلى الجرائد و الراديو الذي يسهل التقاط برامجه واستعماله بشكل كبير في السيارات.

الجدول رقم 06: يبين مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية

النسبة	التكرار	مشاهدة القنوات الفضائية
86 %	86	نعم
14 %	14	لا
100 %	100	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 06 مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية، إذ أن 86 فرد من المبحوثين ما نسبته 86 % يقبلون على مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية لما تحويه من مادة إعلامية سامية تمكن متلقيها من الاستفادة بشكل مباشر من مضمونها والذي يختلف ويتنوع بما يسمح للمتلقي من إيجاد ما يبحث عنه.

وتكون المادة الإعلامية في الفضائيات الإسلامية عبارة عن رسائل هادفة تساعد على التشبث بالدين وتطبيق تعاليمه وتكون إما دروس دينية تختلف بين المواقف والقصص أو تلاوة القرآن العظيم أو الحديث الشريف أو فتاوى تبين خطأ المسلم من صوابه.

كما أجابنا 14% من المبحوثين بأنهم لا يشاهدون القنوات الإسلامية وذلك إما لإقبالهم النوعي على القنوات الرياضية أو تلك التي تبث المسلسلات والأفلام أو هم أصلا غير مهتمين بمشاهدة التلفزيون.

الجدول رقم 07: يبين مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية حسب الجنس .

المجموع	لا	نعم	مشاهدة الفضائيات الإسلامية
			الجنس
57	03	54	ذكر
43	11	32	انثى
100	14	86	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم 07 أن مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية للذكور بلغت 54 % من المجموع الكلي (57 ذكر) أما الإناث فقد كانت نسبة 32% من المجموع الكلي (43 أنثى).

ويرجع هذا التفاوت في نسب المشاهدة بين الذكور والإناث إلا أن الذكور من المبحوثين يجدون في البرامج التي تبث في الفضائيات الإسلامية متنفسا للترويح عن النفس وتحذيرها إضافة إلى أن هذه البرامج تساعد على التحكم في الدين وتقوية الإيمان والتصدي إلى الحملات المسيحية التبشيرية وطرق تفاديها.

بينما نجد أن نسبة من الإناث لا تقبل على مشاهدة برامج الفضائيات الإسلامية، وهذه الفئة من الإناث في مثل هذا السن تكون في كثير من الأحيان متأثرة بالأفكار الغربية المغلوطة عن الحضارة والتحضر والانسحاق وراء هذا التيار المسيحي فنجد أن الفتاة لا تهتم بالبرامج في القنوات الإسلامية وكامل وقتها أمام التلفاز يستهلك في متابعة قنوات الموضة والأزياء إضافة إلى اللهث الشديد وراء المسلسلات التركية والتي أصبحت اليوم علامة مسجلة باسم المجتمع الجزائري .

2-2- تحليل الفرضية الثانية " توجد علاقة بين ساعات المشاهدة وتأثير الفضائيات الإسلامية على القيم "

الجدول رقم 08: يبين البرامج الأكثر مشاهدة في القنوات الإسلامية .

البرامج الأكثر مشاهدة في القنوات الإسلامية	التكرار	النسبة
برامج الفتاوى	29	29%
برامج التلاوة والحديث	21	21%
القصص الدينية	19	19%
المسلسلات الدينية	31	31%
المجموع	100	100%

يبين لنا الجدول رقم 08 البرامج الأكثر مشاهدة في القنوات الإسلامية والتي كانت متقاربة نوعاً ما وكانت أكبر نسبة معبر عليها في الجدول للمسلسلات الدينية بنسبة 31% إذ أن الباحثين يميلون أكثر إلى المسلسلات الدينية خاصة في المواسم الدينية مثل شهر رمضان المعظم وهذه المسلسلات تقوم بتجسيد شخصيات إسلامية عرف عنها تضحياتها الجسام من أجل الدين الإسلامي كما أن هذه المسلسلات تجسد لدى المشاهد فكرة قوة الدين وعظمة رسائله صوتاً وصورةً وحدثاً لمختلف الأزمات، وجاءت برامج الفتوى ثانياً في النسب المعبر عنها بنسبة 29% إذ أن هذه البرامج تساعد الباحثين على إيجاد حلول للمشاكل التي تعترض الدين مثل التفرقة بين الحلال والحرام والتي تظهر في تعاملنا مع الآخرين سواء في الأسرة أو في المجتمع، كما هناك فتاوى تخص الصلاة وأحكامها وما يجب تفاديه لعدم إبطالها وما يجب عمله من أجل إكمالها وجوازها، وجاءت برامج الحديث والتلاوة وبرامج القصص الدينية متقاربة بنسب 21% و 19% لأن الباحثين يحبون السماع لمختلف قراءات مشايخنا للقران الكريم مما يزيدهم حبا لسماعه كما أنهم يواظبون على السماع للأحاديث النبوية لما تحمله من فوائد عظيمة تفيد في الدين وطرق العبادة أو حتى في حياتنا اليومية البسيطة، وتلعب القصص الدينية دوراً فاعلاً في تاريخ الدين سواء ما تعلق بالسيرة النبوية الشريفة أو بقصص الأنبياء أو بمآثر الصحابة والتابعين.

يتضح لنا من خلال قراءتنا للجدول أن الفضائيات الإسلامية تقوم ببث برامج متنوعة ذات قيمة إعلامية ثابتة وتوجد فروق بسيطة بين أهمية هذه البرامج إذ أنها ذات أهمية كبيرة.

الجدول رقم 09: يوضح أوقات مشاهدة التلفزيون

النسبة	التكرار	أوقات مشاهدة التلفزيون
08%	08	في الصباح
10%	10	بعد الظهر
23%	23	في المساء
41%	41	في السهرة
18%	18	ليس لدي وقت محدد
100 %	100	المجموع

يوضح الجدول رقم 09 أوقات مشاهدة التلفزيون والتي تختلف حسب النسب المبينة في الجدول إذ أن أغلب المبحوثين يفضلون متابعة برامج الفضائيات الإسلامية في السهرة وذلك ما عبر عنه بنسبة 41% وذلك لأن أوقات المشاهدة قد تتحكم فيها البرنامج الدراسي للطالب والذي يكون مكتظا خاصة في النظام الجديد LMD وذلك ما حتم على المبحوثين متابعة البرامج الدينية في السهرة ، كما يفضل 23% من المبحوثين متابعة البرامج الدينية على الفضائيات الإسلامية في المساء محاولين التوفيق بين التحضير للدروس وإعطاء وقت لمشاهدة البرامج الدينية فيما أجاب 18% بأن ليس لديهم وقت محدد لمتابعة البرامج الدينية بل أنهم يتحينون فرصة الفراغ من أجل ذلك وهذا نظرا لضيق الوقت وعدم توفر أجهزة استقبال توفر قنوات إسلامية خاصة في الإقامات الجامعية، وفضل بعض المبحوثين مشاهدة البرامج الدينية في الصباح وبعد الظهر بنسبة 08% و 10% كما هو مبين في الجدول ويرى هؤلاء أن هذه الأوقات تساعد في عطلة نهاية الأسبوع أو العطل المدرسية والتي يكون فيها الطالب غير ملتزم بالجامعة.

الجدول رقم 10: يبين مدة مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية.

النسبة	التكرار	مدة مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية
19%	19	أقل من ساعة
42%	42	ساعة فأكثر
39%	39	أكثر من ساعتين
100 %	100	المجموع

يبين لنا الجدول رقم 10 مدة مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية ، وفي قراءتنا للنسب المبينة نجد أن 42% من المبحوثين يشاهدون القنوات الإسلامية ساعة فأكثر، وأن 39% منهم يشاهدون هذه البرامج لأكثر من ساعتين، وتدل هذه النسب على أن الشباب الجامعي يخصص من ساعة إلى أكثر من ساعتين لمشاهدة ما يبث في القنوات الإسلامية نظرا للأهمية القصوى التي تكتسيها هذه البرامج ومحاولة إعطاء أكبر وقت ممكن من أجل الاستفادة من مضامينها.

فيما قال 19% من المبحوثين أنهم يخصصون أقل من ساعة من أجل مشاهدة برامج القنوات الفضائية الإسلامية وذلك نظرا لضيق الوقت بالنسبة للطلبة الجامعيين وانهم يهتمون في الدراسة خاصة أوقات الامتحان إلا أن ما يحسب لهؤلاء أنهم يجتهدون لتخصيص ولو وقت قصير لمشاهدة البرامج الدينية، كما نذكر أن بعض الطلبة لهم اهتمامات أخرى إضافة إلى البرامج الدينية مثل مشاهدة القنوات الرياضية وقنوات الأفلام وهذا ما قلص من الحجم الساعي لمشاهدة البرامج الدينية.

الجدول رقم 11: يبين زيادة متابعة الفضائيات الإسلامية في المواسم الدينية .

النسبة	التكرار	زيادة متابعة الفضائيات الإسلامية في المواسم الدينية
76%	76	نعم
14%	14	لا
100 %	100	المجموع

يبين الجدول رقم 11 زيادة متابعة الفضائيات الإسلامية في المواسم الدينية، إذ أكد 76% من المبحوثين هذا الطرح فالمواسم الدينية تعتبر فرصة لتقوية الإيمان وزيادة الأجر نذكر مثلاً شهر رمضان المعظم والذي تنشط فيه القنوات الفضائية الإسلامية وحتى القنوات العربية التي تكتسي طابع عام فإنها تجتهد في المناسبات الدينية لإعطاء فضاءات جديدة للمشاهدين إذ تقوم مختلف القنوات ببث المسلسلات الدينية التاريخية، إضافة إلى فتاوى وأحكام متعلقة بالصيام، وهناك أيضاً مناسبة الحج والعمرة والتي تعمل الفضائيات الإسلامية على تبين الطرق الصحيحة والمشروعة لتأدية مناسك الحج والعمرة .

وقد رأى 14% من المبحوثين أنهم يولون نفس الاهتمام بالبرامج الدينية عبر الفضائيات الإسلامية سواء كان ذلك خلال المواسم الدينية أو من دونها .

2-3- تحليل الفرضية الثالثة "تساعد القنوات الفضائية الإسلامية على الارتباط بالقيم لدى الشباب الجامعي"

الجدول رقم 12: يبين دوافع التعرض لبرامج القنوات الفضائية الإسلامية

العامل	التكرار	النسبة
أجد نفسي في الفضائيات الإسلامية	19	19%
أتفاعل مع الآخرين	09	09%
أرتبط مع أقراني	12	12%
تتجاذبني أفكار متناقضة	24	24%
أنشغل بالقيم	36	36%
المجموع	100	100%

يبين الجدول 12 دوافع التعرض لبرامج القنوات الإسلامية، ومن بين أهم الدوافع نجد أن المبحوثين ينشغلون أكثر بالقيم التي يتلقونها من البرامج الدينية وهذا ما مثلته نسبة 36% إذ أن المبحوثين يجدون فيما يث من البرامج الدينية فرصة لاكتساب صفات حميدة وأخلاق راقية تساعدهم على الحفاظ على دينهم وثقافتهم الإسلامية، فيما اقر 24 % من المبحوثين بان ما يجذبهم للبرامج الدينية عبر القنوات الإسلامية هي الأفكار المتناقضة فنجد مثلاً فتوى من قناة ليست مثل فتوى في قناة أخرى في نفس الموضوع فهذا الجدل قد يؤثر على قناعة المبحوثين بتلك الفتوى فهل يحملونها محمل الجد أو لا يولونها أهمية، إذ من الأصح التدقيق في مصدر الفتوى قبل العمل بها، أيضاً نجد أن المبحوثين يحملون أفكاراً قبلية وعند متابعتهم للبرامج الدينية يصطدمون بأفكار مغايرة فيحدث هنا تناقض بين هذه الأفكار.

ويعتقد 19% من المبحوثين أنهم يجدون أنفسهم أكثر في الفضائيات الإسلامية وليس هناك سبب معين يدفعهم إلى متابعة البرامج الدينية بل أنهم يستهلكون كل ما يث في هذه القنوات إذ يبرر هؤلاء موقفهم بأن البرامج الدينية هي في الأصل ذات أهمية قصوى فهي تمدهم من كل الجوانب سواء ما تعلق بالجانب الروحي أو الجانب العقائدي وأن الدافع من وراء تعرضهم لهذه البرامج هو الحاجة الماسة لكل ما يتعلق بالدين مهما اختلف نوعه أو مضامينه الإعلامية. وقد قال 12% من المبحوثين أن دوافع التعرض لبرامج الفضائيات الإسلامية هو عامل الارتباط مع الاقتان إذ توفر هذه البرامج كل القيم والمعايير من اجل ربط الفرد مع أقرائه، فيما يعتقد 09% من المبحوثين أن تفاعلهم مع الآخرين يكون السبب وراء التعرض لبرامج الفضائيات الإسلامية فبهذا التفاعل يبدأ الفرد في السؤال حول مسائله الدينية فيجد الإجابة في هذه القنوات.

الجدول رقم 13: يبين علاقة الفضائيات الإسلامية بالقيم.

الإجابة						السؤال
المجموع النسبة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	هل تنقل لك الفضائيات الإسلامية القيم التالية :
100 %100	00 %00	00 %00	02 %02	30 %30	68 %68	01 أداء العبادات
100 %100	00 %00	00 %00	24 %24	42 %42	34 %34	02 حسن التواصل مع الآخرين
100 %100	00 %00	00 %00	18 %18	50 %50	32 %32	03 احترام الوقت
100 %100	00 %00	43 %43	27 %27	18 %18	12 %12	04 الوعي بأهمية البيئة
100 %100	00 %00	00 %00	22 %22	50 %50	28 %28	05 حفظ اللسان
100 %100	00 %00	00 %00	06 %06	62 %62	32 %32	06 القناعة
100 %100	00 %00	00 %00	21 %21	58 %58	31 %31	07 حسن الجوار
100 %100	00 %00	00 %00	12 %12	67 %67	21 %21	08 إتقان العمل
100 %100	00 %00	37 %37	36 %36	15 %15	12 %12	09 الحرية

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 13 وعند جمع نسبتي "أوافق" و "أوافق بشدة" أن أغلب المبحوثين يعتقدون ان هناك علاقة بين الفضائيات الإسلامية واكتسابهم للقيم وتتراوح معظم الإجابات الموجبة بين 30 و 70 بالمائة.

إلا أن أداء العبادات سجلت أعلى نسبة في إجابات المبحوثين بـ: 68% و 30% ثم يليه القناعة بنسبة 32% و 62%، و إتقان العمل بـ: 21% و 67%، ثم احترام الوقت بـ: 32% و 50% و حسن الحوار بـ: 31% و 50% و حفظ اللسان 28% و 50% وحسن التواصل مع الآخرين بـ: 34% و 42%.

من خلال هذه النسب يتضح لنا جليا أن الفضائيات الإسلامية تعمل جاهدة على نقل القيم للمبحوثين خاصة فيما يتعلق بأداء العبادات لان البرامج الدينية تعمل على إيضاح طرق العبادة مثل الصلاة وأداء مناسك الحج وما يجب إتباعه وما ينهى عن القيام به من اجل أداء هذه العبادات على صفة الكمال، كما تقوم هذه البرامج بنقل قيم القناعة كثاني قيمة بعد أداء العبادات لان المبحوثين لطالما يعتمدون على القناعة من اجل الوصول إلى حياة سهلة وسعيدة فهم إذا يركزون في المواضيع التي تهتم بالقناعة أكثر، كما نذكر أيضا أن البرامج الدينية عبر الفضائيات الإسلامية تساعد المبحوثين وتحثهم على إتقان العمل عملا بقول رسول الله "ص" (من عمل أحدكم عملا فليتقنه)، كما تنقل إليهم قيم احترام الوقت وحسن الحوار و حفظ اللسان وكذلك حسن التواصل مع الآخرين.

يرى المبحوثين أن القنوات الفضائية الإسلامية لا تقوم بنقل جميع القيم خاصة فيما يتعلق بالوعي بأهمية البيئة والحرية وهذا ما بينته نسبي 43% و 37%، فالملاحظ من خلال هذه النسب أن البرامج الدينية لا تهتم بالبيئة وطرق الحفاظ عليها بالرغم من أن هذا الموضوع أصبح يشغل العالم بعد ثقب الأوزون والاحتباس الحراري، فهذه البرامج إذا لا تعطي أهمية قصوى لموضوع البيئة ، كما أنها أهملت نوعا ما قيمة الحرية فحتى وان كانت هذه القيمة تعتبر ثابتة في الدين الإسلامي الذي يرفض كل أشكال العبودية كما قال عمر بن الخطاب " متى استعبدتم الناس وقد ولدتهم أمهاتهم أحرارا "، إلا أن هذه القنوات لا تعطي أولوية للموضوع.

الجدول رقم 14: يبين تأثير الفضائيات الإسلامية على القيم.

أبعاد القيمة	القيمة	الإجابة			المجموع النسبة
		عززت	أضعفت	بقيت محايدة	
01	البعد الإيماني	الإخلاص في العمل	100 %100	00 %00	100 %100
02	البعد التواصلية	توظيف فن التفاوض و الحلول الوسطى	85 %85	00 %00	15 %15
03	البعد الزمني	أداء العبادات في أوقاتها	100 %100	00 %00	100 %100
04	البعد التربوي	حب العلم	97 %97	00 %00	03 %03
05	البعد السياسي	العدل	80 %80	00 %00	20 %20
06	البعد الإنساني	احترام الأديان	100 %100	00 %00	100 %100
07	البعد اللساني	استخدام الكلمات الإيجابية (القيمية) في الحديث	100 %100	00 %00	100 %100
08	البعد النفسي	التواضع	100 %100	00 %00	100 %100
09	البعد الاجتماعي	التسامح	100 %100	00 %00	100 %100
10	البعد الاقتصادي	احترام ملكية الآخر	93 %93	00 %00	07 %07

يتضح لنا من خلال النسب المبينة في الجدول رقم 14 بان الفضائيات الإسلامية أثرت بشكل كبير وعميق على تعزيز القيم لدى المبحوثين، وجاءت إجاباتهم كاملة لـ " غزرت " أي بنسبة 100% في كل الأبعاد كما هو مبين في الجدول.

تهتم الفضائيات الإسلامية بالبعد الإيماني والذي تتمثل قيمته في الإخلاص في العمل إذ أن البرامج الدينية تعمل على غرس مبادئ حب العمل والتفاني في أدائه والالتزام بإتقانه واحترام موافيته، كما تهتم بالبعد التواصلية والذي يعتمد على توظيف فن التفاوض و الحلول الوسطى لمختلف المشاكل فتجعل من الإنسان قادرا على التوصل إلى حلول مناسبة ومرضية كما تجعله يتقن فن التفاوض للخروج بالحلول المناسبة والتي تكون وفق ما شرع له الدين الإسلامي، كما أن البرامج التي تبث عبر القنوات الفضائية الإسلامية تهتم كثيرا بالبعد الزمني والذي يعنى هو الآخر بتأدية العبادات في وقتها فهي تحث المشاهدين على عدم التفريط في أوقات الصلاة لان الصلاة كانت على المؤمنين كتابا موقوتا ويجب تأدية كل صلاة في وقتها، وليست الصلاة فقط من تؤدي في وقتها بل الحج أيضا لديه شهر من كل سنة والزكاة أيضا تخرج عند اكتمال نصابها، وتركز القنوات الإسلامية على البعد التربوي والذي نذكر منه حب العلم فهذا البعد لا يمكن إنكاره لأنه هو أساس تنمية المجتمعات فإذا صلحت التربية صلح ما بعدها فهي التي تجمع بين الأخلاق وحسن المعاملة ونذكر أيضا حب العلم وهذه القيمة هي أساس كل تطور فبالعلم نستطيع بناء مجتمع قوي وبالعلم نستطيع فهم ديننا وحمايته من كل شائبة يمكن أن تضر به.

إن القنوات الإسلامية تهتم بالبعد السياسي خاصة فيما يتعلق بمسألة العدل والمساواة بين الحقوق والواجبات وجاء الاهتمام بهذا البعد لمعرفة مدى أهمية الدين الإسلامي في عملية الحراك السياسي وما يمثله من نظرة استشرافية ومصلحة لما يمكن أن تفسده السياسة، كما تحاول القنوات الإسلامية إعطاء بعد إنساني لمشاهديها يتمثل في احترام الأديان وإعطاء الأولوية لمبدأ الحوار المتبادل بين الأديان فهذا الأسلوب من شأنه أن يعرف الدين الإسلامي إلى العالم كما يمكننا نحن من فهم الأديان الأخرى، وأيضا اهتمت القنوات الإسلامية بالبعد اللساني والذي يتمثل في استخدام الكلمات المواتية لفحوى الحديث، والبعد النفسي والاجتماعي وأيضا الاقتصادي.

الجدول رقم 15: يبين دور الفضائيات الإسلامية في تجاوز بعض السلوكيات.

الإجابة						السؤال
المجموع النسبة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	هل أن تعرضك للفضائيات الإسلامية جعلك:
100 %100	00 %00	00 %00	00 %00	44 %44	56 %56	01 إهمال الفرائض الدينية
100 %100	00 %00	00 %00	00 %00	55 %55	45 %45	02 الإهمال في العمل
100 %100	00 %00	00 %00	00 %00	62 %62	38 %38	03 عدم احترام الأهل
100 %100	00 %00	00 %00	00 %00	66 %66	34 %34	04 الإسراف والتبذير
100 %100	00 %00	00 %00	00 %00	62 %62	38 %38	05 المبالغة في حب المال
100 %100	00 %00	55 %55	26 %26	15 %15	04 %04	06 اللجوء إلى المحسوبية والرشوة
100 %100	00 %00	00 %00	00 %00	66 %66	34 %34	07 عدم الاهتمام بالدراسة
100 %100	00 %00	47 %47	28 %28	18 %18	07 %07	08 عدم العناية بالبيئة

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 15 وعند جمع نسبتي "أوافق" و "أوافق بشدة" ممثلة في 100% أن أغلب المبحوثين يعتقدون أن الفضائيات الإسلامية ساعدتهم على تجاوز بعض السلوكيات السيئة والتي جاء في مقدمتها إهمال الفرائض الدينية لأن الفرائض الدينية هي الدين كله ولو أهملناها فإننا سوف نهمّل الدين كله لذلك وجب الالتزام بهذه الفرائض والعمل بها، كما كان لها الفضل في تجاوز الإهمال في العمل حيث تحت البرامج الدينية عبر الفضائيات الإسلامية على الإخلاص في العمل واثقانه وتأديته على صفته المطلوبة من أجل أداء الواجب ، و ساعدت الفضائيات الإسلامية المبحوثين

على تجاوز عدم احترام الأهل ونصحت بوجوب بر الوالدين واحترام الأقارب عملا بما جاء في كتاب الله عز وجل وأيضا نمت عن الإسراف والتبذير ووجوب الاعتدال في الإنفاق ومحاولة التوفيق بين الدخل الشهري والمصاريف بما يضمن الصيرورة المادية للفرد والأسرة كما نمت عن حب المال وجمعه وكنزه لان في المال حق للفقير والمساكين وعابر السبيل ... الخ، وأيضا تنهى القنوات الإسلامية عن المحسوبية والرشوة والتي أصبحت اليوم منتشرة بشكل كبير حتى أن الناس أصبحوا يعتبرونها أمرا طبيعيا ونسو أن الله لعن الراشي والمرتشي والساعي بينهما وتنتشر الرشوة والمحسوبية كثيرا في يخص الحصول على وظيفة عمل لذلك فان هذه البرامج تحاول إقناع الطالب المقبل بعد تخرجه على البحث عن وظيفة على الابتعاد عن مثل هذه الأشياء التي تؤدي إلى معصية الله، ولقد جنبنا المبحوث عدم اهتمامه بدراسته وحاولت أن تعطيه رسائل قيمة تحثه فيه على الاجتهاد في الدراسة وعدم التفريط فيها وإقناعه بأنه يستطيع أن يدرس وان يصل إلى ما يصبوا إليه.

يتضح من خلال قراءتنا لنسب الجدول أن 55% من المبحوثين لم يوافقوا على أن القنوات الفضائية الإسلامية تجاوزت سلوك اللجوء إلى المحسوبية والرشوة لان هذه العادة لم تتغير في مجتمعنا بالشكل المطلوب والذي يأمله الجميع، كما لم يوافقوا بنسبة 47% منهم على أن البرامج الدينية للفضائيات الإسلامية ساهمت في تجاوز السلوكيات السلبية اتجاه البيئة فهي إذا تبقى بعيدة كل البعد فيما يخص هذه النقطة .

3/ مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات:

1-3/ مناقشة نتائج الفرضية الأولى:

تحققت الفرضية الأولى للدراسة والتي مفادها " متابعة القنوات الفضائية الإسلامية تكون أكثر عند الشباب الذكور منها عند الإناث " وذلك من خلال النتائج التي توصلنا إليها والتي كانت كالتالي:

- يتضح من خلال النتائج أن المبحوثين يقبلون على مشاهدة التلفزيون والتعرض إلى برامجه و هو ما أكدته نسبة 89 %، إذ يوفر التلفزيون فضاء واسع ومتنوع من البرامج المختلفة التي تساعد المبحوث على التعرف على ثقافات جديدة يستطيع من خلالها الوصول إلى العالم كله، والأجدر بالذكر هنا أن التلفزيون سواء ببثه الأرضي أو الفضائي قد يث في برامجه مضامين إعلامية قد تتعارض مع ثقافتنا ، عاداتنا وديننا فوجب حينها الاحتياط من خطر هذه البرامج والأخذ فقط بالأشياء الايجابية .

- يعكف 86 % من المبحوثين على مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية وهذا لما تحويه من برامج هادفة تسعى من خلالها للارتقاء بثقافة الفرد الدينية، كما أن المبحوث يعتبر البرامج التي تبث عبر الفضائيات الإسلامية مرجع يعتمد عليها دائما لفهم أمور الدين والدنيا كما أنها تعتبر وسيلة من وسائل التنشئة الاجتماعية لأنها متممة لعمل مراكز التنشئة الاجتماعية مثل الأسرة والمدرسة وجماعة الأصدقاء... الخ.

- يتبين لنا من خلال هذه الدراسة أن الذكور هم الأكثر إقبالا من الإناث وهذا ما يوضحه الجدول رقم 07 إذ أن 54 ذكر من مجموع 57 يقبلون على مشاهدة البرامج التي تبث عبر القنوات الفضائية الإسلامية مقارنة بـ 32 أنثى من مجموع 43.

وترجع هذه المفارقة في نسبة الإقبال على برامج الفضائيات الإسلامية بين الذكور والإناث إلا أن الذكور تستهويهم أكثر هذه البرامج بحكم أنهم الأكثر اتصالا بها فنجدهم يتحدثون عن أمور الدين في جماعة الأصدقاء كما أنهم يلجأون إلى هذه البرامج لتحكيم آراءهم المتناقضة، وأيضا ما يبرر هذه النسب هو الإقبال الكبير مثلا على المساجد مقترنة بالإناث والذي يقل تواجده كثيرا.

3-2/ مناقشة نتائج الفرضية الثانية:

تحققت الفرضية الثانية للدراسة والتي مفادها " توجد علاقة بين ساعات المشاهدة وتأثير الفضائيات الإسلامية على القيم " وذلك من خلال النتائج التي توصلنا إليها والتي كانت كالتالي:

- يهتم المبحوث الذي يتعرض للقنوات الفضائية الإسلامية تقريبا بجميع البرامج التي تبث عبر هذه القنوات وهذا ما بينته النسب المتقاربة و المنحصرة بين 19 و 31 بالمائة، إذ تعتبر المسلسلات الدينية من ابرز البرامج التي تستهدف الجمهور وتقوم ببث مسلسلات تجسد أبطال تاريخيين للحضارة الإسلامية تعكس بها الصورة التي كانت عليها امة الإسلام الأولى، كما تبرز قيمة هذه المسلسلات الدينية في عملية التأثير والذي ينعكس بالإيجاب على المشاهد فهي تقوم بقل مجموعة من القيم المتمثلة في الحماسة والصبر والغيرة على الإسلام، وبالإضافة إلى هذا فهي تحاول الحفاظ على التراث الإسلامي.

كما أن لبرامج الفتوى أهمية قصوى لدى المبحوثين لأنها تقوم بتحنيب الفرد من الوقوع في الحرام وتبين له الحلال من الحرام و ما عليه القيام به و ما يجب تفاديه، ويلجأ المبحوث إلى برامج الفتوى التي تبث عبر القنوات الفضائية الإسلامية للاستفسار في أمور دينه ودنياه مثل أخطاء ارتكبها في الصلاة أو مشاكل الطلاق وما إلى غير ذلك، ويعرض المبحوث أيضا لبرامج التلاوة والحديث والتي تعنى بالقراءات المختلفة للقران الكريم لمشايخ هته القنوات و رواية الحديث الشريف والذين يعتبران قانونا وتشريعا لا بد منهما، كما نذكر أيضا القصص الدينية والتي تهتم بسر السيرة النبوية ومواقف النبي "ص" وصحابته وتابعيه.

- يفضل المبحوثين أوقات السهرة والمساء من اجل متابعة البرامج التي تبث عبر القنوات الفضائية الإسلامية وهذا ما تبينه نسبة 41% و 23% على التوالي ، ففي هذه الأوقات بالذات يكون المبحوث غير مرتبط تماما من أي انشغال إذ يخصص وقت اكبر لمشاهدة ما تبثه هذه القنوات وهو ما يسمح له بتوسيع دائرة التلقي وبذلك فهو يستفيد أكثر من المضامين الإعلامية القيمة لهذه البرامج .

كما يجب التذكير بان مجموعة من المبحوثين لا يعتبرون أنفسهم ملزمين بوقت معين لمتابعة برامج القنوات الإسلامية فهي الشريحة قد لا تستهلك كل ما يبث عبر هته القنوات بل يعتمدون على مقياس المشاهد الدورية مثل مشاهدة مسلسلات دينية أو برامج فتوى والتي تبث في أوقات معينة وتستهلك تقريبا من نصف ساعة إلى ساعة فأكثر، أو أنهم يعتمدون على المشاهدة الموسم والتي ترتبط بالمواسم الدينية مثل موسم الحج وشهر رمضان والمولد النبوي الشريف وغيرها من المناسبات الدينية.

- بينت الدراسة أن 42% من المبحوثين يستهلكون أكثر من ساعة لمشاهدة برامج القنوات الإسلامية، وأن 39% يستهلكون أكثر من ساعتين للمشاهدة، وتعكس هذه النسب المتقاربة في مدة المشاهدة مدى أهمية البرامج التي تبث عبر القنوات الفضائية الإسلامية وبالتالي التأثير الكبير على القيم التي يكتسبها المبحوث من وراء التعرض إلى برامجها فكلما كان الوقت أكبر كان التلقي أكثر إذ أن عملية التأثير هنا مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالحجم الساعي المخصص للمشاهدة.

إن من يعتمد مقياس المشاهدة الدورية أو الموسمية وأن كان الفارق الزمني بين المشاهدة والمشاهدة الأخرى كبير نوعاً ما، إلا أننا يجب أن نركز على المدة الظرفية المستهلكة لمشاهدة هذه البرامج والتي تكون بين النصف ساعة والساعتين .

- يكون الإقبال على البرامج التي تبثها الفضائيات الإسلامية أكبر خلال المواسم الدينية، وهذا ما أكدته دراستنا بنسبة 76% من مجموع 100 فرد لعينة الدراسة، وتتمثل هذه المواسم الدينية في شهر رمضان وموسم الحج والمولد النبوي الخ وفي هذه المناسبات بالذات تكثف القنوات الإسلامية من نشاطها فهي تحاول الإمام بجميع ما يحتاجه المشاهد مثل الإكثار من برامج الفتوى والمسلسلات الدينية.

وتتميز هذه الفترات بطابعها الديني ولا يكون الإقبال فقط على مشاهدة برامج القنوات الإسلامية، بل نلاحظ أن هناك زيادة في الإقبال على المساجد والإكثار من الأذكار وقراءة القرآن.

3-3/ مناقشة نتائج الفرضية الثالثة:

تحققت الفرضية الثالثة للدراسة والتي مفادها " تساعد القنوات الفضائية الإسلامية على الارتباط بالقيم لدى الشباب الجامعي " وذلك من خلال النتائج التي توصلنا إليها والتي كانت كالتالي:

- يتبين من خلال الدراسة التي أجريتها على عينة من الطلبة الجامعيين أن 36% من مجمع الطلبة ينشغلون بالقيم كأبرز الدوافع التي تجعلهم يتعرضون إلى البرامج التي تبثها القنوات الفضائية الإسلامية، فهذه البرامج تنقل لهم مجموعة من القيم تتمثل أكثرها في أداء العبادات مثل الصلاة والزكاة والحج وأيضاً حب العمل واحترام الآخرين، ولأن المبحوث يحاول دائماً من خلال التعرض لهذه البرامج أن يطور أدائه وثقافته وأن يلاءم عاداته مع العرف والشرع لأن القنوات الإسلامية لا تعتبر قنوات شغالة على نقل مجموع من البرامج أو وسيلة اتصال متاحة فقط بل هي وسيلة من وسائل التنشئة الاجتماعية فهي تساعد الأسرة في عملية التربية وتلقين العادات السليمة للطفل وتوضح المنهجية الفعالة للوالدين في عملية التربية.
- كما أن من دوافع التعرض لبرامج القنوات الإسلامية تلك الأفكار المتناقضة التي تتجاذب المبحوثين، إذ ما نراه حالياً من تعدد الفكر الديني بين التيار السني والشيوعي إضافة إلى حملات التنصير التي تستهدفنا يستوجب علينا فهم الدين فهذا الأمر أصبح أكثر من ضروري لحماية ديننا في المقام الأول ومعرفة طبيعة الخطر الدائر من حولنا
- كما نجد أيضاً مجموعة من الدوافع الأخرى تتمثل في التفاعل مع الآخرين والارتباط بالأقارب.... الخ
- ترتبط الفضائيات الإسلامية ارتباطاً وثيقاً بعملية نقل القيم للمبحوثين، خاصة فيما يتعلق بأداء العبادات بنسبة 68% من مجموع العينة، إذ أن البرامج الدينية التي تبثها القنوات الإسلامية تعمل على تبين طرق العبادة مثل أداء الصلاة وأداء مناسك الحج إضافة إلى كيفية إخراج الزكاة ونصائها، فهذه القنوات تسمح للمشاهدين بإتباع الطرق الصحيحة في أداء العبادات.
- وتسمح القنوات الفضائية الإسلامية بنقل قيم التواصل مع الآخرين سواء صلة الرحم بين الأقارب أو عيادة المرضى أو زيارة الأصدقاء وما شابه وهذا ما يقوى رابط المحبة بين أفراد المجتمع، كما تشدد على احترام الوقت والذي يكون في صالحنا إذا ما استغللناه أحسن استغلال لأن الوقت عامل مهم في معادلة الحضارة كما جاء على لسان المفكر مالك بن نبي، وأيضاً نذكر من بين القيم المنقولة عبر هذه البرامج القناعة وحسن الحوار وإتقان العمل والتفاني فيه وحفظ اللسان.
- كما أكدت لنا الدراسة أن 43% من المبحوثين لم يوافقوا على أن برامج القنوات الإسلامية تنقل قيمة الوعي بأهمية البيئة، فحتى وإن كانت تقوم بنقل قيم كثيرة ومهمة لأنها تعاملت بسلبية نوعاً ما فيما يخص الحفاظ على البيئة، وكذلك نفس الشيء بالنسبة لقيمة الحرية فقد أجاب 37% من المبحوثين بعدم نقل قيمة الحرية وهذا موضوع هو الآخر يكتسي أهمية كبيرة لأن العالم اليوم أصبح قوة واحدة في وجه اضطهاد الحرية وتقرير المصير.

- لقد أثرت القنوات الفضائية الإسلامية بشكل كبير وعميق على تعزيز القيم لدى المبحوثين بأبعادها المختلفة خاصة فيما يتعلق بالبعد الإيماني من منظور الإخلاص في العمل، فالقنوات الإسلامية تهتم بنقل وتعزيز قيم الإخلاص في العمل لان هذا الفعل الغير مكلف هو من البنى التحتية لبناء اقتصاديات البلدان، كما تركز على أداء العبادات في أوقاتها كبعد زمني لهذه القيمة فمهما اختلفت العبادات إلا أن هذه القنوات تعتبر الارتباط بعامل الزمن شيء مهم جدا لان فائدة هذه العبادات مرتبط بالوقت بالإضافة إلى الصلاة يجب صيام رمضان في شهره وأداء مناسك الحج وإخراج الزكاة في الأوقات المحددة لذلك.

وتعزز البعد الإنساني مثل احترام الأديان وعدم المساس بخصوصيتها وأيضا البعد النفسي المتمثل في التواضع والبعد الاجتماعي في التسامح والبعد اللساني والمتمثل في استخدام الكلمات الايجابية في الحديث والمستوحاة من المنشطين والمشايخ والذين يستعملون لغة جميلة في الحديث .

لم يوافق معظم المبحوثين على تعزيز القنوات الإسلامية للبعد السياسي وهذا نظرا لتفضيل البعض عدم الخوض في هذا الموضوع والبقاء محايدا كما أن القنوات الإسلامية تتحاشى الخوض في أمور سياسيا تفاديا للأمر السياسي الراهنة او القول بان القناة سيست لشخص على حساب آخر.

- لقد لعبت القنوات الفضائية الإسلامية دورا بارزا وفعالا في تجاوز المبحوثين لمجموعة من السلوكيات وضحناها في دراستنا، وجاءت معظم الإجابات متقاربة بين "موافق بشدة" و "موافق"، إذ أن المبحوثين غيروا سلوكهم في إهمال الفرائض الدينية واصبحوا ملتزمين في أداء العبادات والحرص على أوقاتها واحترام خصوصياتها، كما اصبحوا أكثر إخلاصا في العمل بعد أن كانوا مهملين وأنهم الآن يحترمون الأهل ويواظبون على صلة الرحم عكس ما كانوا عليه سابقا، كما أصبحوا اقل إسرافا وتبذيرا وتقلصت مبالغتهم في حب المال وأصبحوا أكثر اهتماما بالدراسة.

ورغم الأهمية الكبيرة التي تلعبها الفضائيات الإسلامية في تجاوز السلوكيات السلبية إلا أنها لم تستطع الحد لدرجة كبيرة من اللجوء إلى المحسوبية والرشوة وهذا ما نراه في المجتمع لان كل التسهيلات تتم بالرشوة والمحسوبية مثل البحث عن مناصب عمل فحتى وان اجتهدت هذه القنوات في الحد منها إلا أن الواقع هو من يفرض نفسه

4/ الاستنتاج العام:

دلت النتائج على أن القنوات الفضائية الإسلامية تلقى اقبالا واسعا من المبحوثين وهذا كنتيجة لما تقدمه من برامج ثرية ومتنوعة تلمس كافة الشرائح وتسعى جاهدة للارتقاء بثقافة الفرد وميولاته الدينية نحو الأفضل، لذلك فهي تعتبر مرجع يجب الاعتماد عليه في عملية التنشئة السوية خاصة إذا ما اعتبرنا القنوات الفضائية الإسلامية وسيلة من وسائل تربية الفرد وتنشئته اجتماعيا، إذ أنها تعمل على إعادة الهوية المطموسة للمسلم في العالم الرقمي والذي انجر وراء الثقافة الغربية نتيجة للغزو الفكري عبر القنوات الفضائية التي جعلت من العالم قرية صغيرة، ويعتبر الذكور الفئة الأكثر إقبالا على مشاهدة برامج القنوات الفضائية الإسلامية مقارنة بالإناث كما بينته الدراسة، إذ أن الإناث أصبحوا يجدون في قنوات الغناء والمسلسلات ملاذا لهم يغنيهم عن التردد على القنوات الإسلامية، وهنا يجب التأكيد على الأفكار المنقولة للإناث من هذه القنوات والتي تتعارض كلية مع المنهج الشرعي التي تعتمده القنوات الإسلامية في برامجها، فهناك فئة من الإناث تعتبر المضمون الإعلامي للقنوات الإسلامية يكتسيه الغلو ويكون بعيدا عن متطلبات الحضارة في حين أن القنوات الأخرى هي نافذة متفتحة تعكف على تقريب الحضارة.

إن ما ييث من برامج متنوعة على القنوات الإسلامية يلقي أهمية كبرى لدى الجمهور إذ أن هذا الأخير يقبل تقريبا على متابعة كل ما تبثه القنوات الإسلامية باختلافها، فهو يهتم ببرامج الفتوى والتي تعمل على تبين ما يجذب عمله وما يجب تركه إذ تعتبر الفصيل في أمور الدين والدنيا، كما يهتم أيضا بمشاهدة المسلسلات الدينية والتي تصور الأحداث التاريخية في طابعها الحماسي وتعطي للمشاهد فكرة واضحة عن الموضوع فقد يكون ترجمة لقصة من قصص الإسلام أو تجسيدا لشخصية إسلامية مؤثرة وهو ما يسمح للمشاهد بالتعرف على تراثه الإسلامي وزيادة وعيه بأهمية الدين، كما أن لبرامج التلاوة والحديث والقصص الدينية نصيب وافر من اهتمامات المبحوثين إذ تقدم هذه البرامج تلاوة عطرة للقرآن الكريم بأصوات مقرئين مختلفين وسرد الحديث النبوي الشريف ورواية القصص الدينية لجعلها مرجعا في يد المسلم، ويفضل المبحوثين مشاهدة هذه البرامج في أوقات السهرة والمساء ففي هذه الأوقات بالذات يكون المبحوث غير مرتبط تماما من أي انشغال مثل الدراسة إذ يخصص وقت أكبر لمشاهدة ما تبثه هذه القنوات وهو ما يسمح له بتوسيع دائرة التلقي وبذلك فهو يستفيد أكثر من المضامين الإعلامية القيمة لهذه البرامج، وهذا لا ينطبق على كافة العينة إذ أن هناك من لا يلتزم بوقت معين لمشاهدة ما تبثه القنوات الإسلامية بل يستغل أي وقت فراغ لمشاهدة هذه البرامج. ويستهلك المبحوثين من ساعة إلى ساعتين فأكثر من أجل مشاهدة برامج القنوات الإسلامية، وهذا المعدل أو الحجم الساعي يسمح للمشاهد بزيادة سعة التلقي والاستفادة أكثر من مضامين هذه البرامج، لأنه كلما كانت مشاهدة برامج القنوات الإسلامية أكبر كلما كان التأثير على المتلقي أكبر،

تزيد نسب مشاهدة ما تبثه القنوات الإسلامية من برامج خلال المواسم الدينية، وهذه ظاهرة معروفة في أوساطنا إذ نرى إقبال المشاهدين بصفة كبيرة خلال شهر رمضان مثلا ولا يقتصر هذا على القنوات الفضائية الإسلامية بل نلمس هناك زيادة الإقبال على المساجد والمواظبة على الصلاة ، ويمكن تحليل هذا وفقا لدراستنا على أن الزيادة المحسوسة في هذه الفترة بالذات تكون مرتبطة بالطابع الديني إذ أن هذه المواسم تمتاز بطابعها الديني أكثر من أي فترة أخرى.

إن المضمون الإعلامي لبرامج القنوات الفضائية الإسلامية يعمل على جذب أكبر شريحة من المشاهدين والذين يتعرضون لهذه البرامج بهدف الانشغال بالقيم، وتكمن الفائدة القيمة لهذه البرامج في أداء العبادات وحب العمل والإخلاص فيه واحترام الآخرين، كما تعتبر القنوات الإسلامية نافذة للحيلولة بين الأفكار المتناقضة وترجيح الفكرة الصائبة وتصحيح الأخطاء التي يمكن أن يقع فيها المشاهد وهذا ما يساهم في زيادة نموه الفكري والعقائدي، وتعتبر عملية نقل القيم المضمون الإعلامي الأسمى الذي يكتسي البرامج التي تبثها القنوات الإسلامية، فهي تبين طرق العبادة مثل أداء الصلاة وأداء مناسك الحج إضافة إلى كيفية إخراج الزكاة ونصائها، بما يسمح باتباع الطرق الصحيحة في أداء العبادات، كما أنها تنقل قم التواصل مع الآخرين وتقوية صلة الرحم كما تشدد على احترام الوقت والالتزام به لأنه يعتبر نواة كل فكرة تقدمية، وأيضاً هناك القناعة وحسن الحوار وإتقان العمل... الخ.

لقد ساهمت القنوات الفضائية الإسلامية في تعزيز القيم لدى المبحوثين سواء كانت هذه القيم منقولة عبر هذه القنوات أو كان يملكها المشاهد قبل التعرض لها، فهي تعمل بالدرجة الأولى على ترسيخ الأفكار القيمة لدى المبحوثين وتعزيزها بأبعادها المختلفة مثل البعد الإيماني أو البعد الزمني مثل احترام أوقات العبادات وأيضاً تعزيز البعد الإنساني والبعد النفسي وكذلك البعد اللساني وجمالية الكلام، وهذا ما سمح للمبحوثين بتجاوز السلوكيات السلبية جراء التعرض لبرامج القنوات الإسلامية، فيما يتعلق بإهمال الفرائض الدينية والإهمال في العمل وعدم احترام الأهل وكذلك الإسراف والتبذير وحب المال وإهمال الدراسة وأصبح سلوكهم أكثر ايجابية وأكثر انضباطاً.

لقد أكدت لنا دراستنا أن القنوات الفضائية الإسلامية كان لها الأثر العميق والكبير في عملية نقل وتعزيز القيم لدى المبحوثين، ولكن هذه القنوات تغافلت نوعاً ما عن نقل بعض القيم وتغيير السلوك السلبي اتجاهها، وجاء في نتائجنا أن برامج القنوات الإسلامية لا تحوي مادة إعلامية كافية موجهة إلى الحفاظ على البيئة فواصلنا وقاصرنا يعلم أن هذا الموضوع لا يجب التأجيل فيه فالعالم كله متحد على الحفاظ على البيئة كشرط من شروط التنمية المستدامة، كما أنها قصرت بشكل ملحوظ في التعامل مع مسألة الحرية فبالرغم من أن الإسلام أعطى قيمة للحرية واضطهد العبودية بمختلف أشكالها إلا أن برامج القنوات الإسلامية تبقى بعيدة عن هذه النقطة

ويجب التركيز أيضا على البعد السياسي فبعض القنوات تستغل بثها لتسميم المشاهد بنزعتها السياسية والبعض الآخر يفضل أن يكون بعيدا بداعي إن كل ما هو سياسي هو في مصلحة جهة على حساب جهة أخرى، فيجب على هذه القنوات أن تفهم بان السياسة هي فعل ديمقراطي فنه الإسلام يجب عليها نقله كقيمة تساعد الفرد على تنشئته سياسيا، كما نذكر انه ورغم الأهمية التي تلعبها الفضائيات الإسلامية في تجاوز السلوكيات السلبية إلا أنها لم تستطع الحد لدرجة كبيرة من اللجوء إلى المحسوبة والرشوة وهذا ما نراه في المجتمع في مختلف التعاملات إذ أصبح الفرد يعتبرها شيئا عاديا لا خطأ فيه، إذ أننا ننظر إلى هذه القنوات على أنها يجب أن تكون وسيلة لصد هذه العادات السيئة، كما تتأكد العناية ببناء القنوات المنهجية، والمواقف التي يراد تبنيها على أصول الإقناع الإعلامي المؤثر، واعتماد سياسة النفس الطويل في ترسيخ تلك القيم المجتمعية والحضارية المهمة، وكل ذلك لا يتنافى مع أن تصب تلك البرامج في قوالب فنية متنوعة ومشوقة وجذابة، مع مراعاة الضوابط الشرعية والاجتماعية والتقيد بها.

خاتمة

إن جمهور القنوات الفضائية الإسلامية ليس كتلة متجانسة من الأفراد يمكنهم تلقي أية معلومات والتأثر بها بنفس الطريقة، بل إنه مجموعة من الأفراد المتنافرين والمختلفين نوعاً ما في خصائصهم وميولهم وأذواقهم واهتماماتهم، ومن ثم فهم بحاجة دائمة إلى تنوع في المضامين التي تقدمها تلك الوسائل، ولقد أدركت القنوات الفضائية الإسلامية تلك الحقيقة منذ البداية فراحَت تنوع برامجها وموادها من خلال منظومة قيمية متزنة بما يحقق للجماهير المختلفة إشباعاً يلي حاجاتها.

ففي ظل العولمة، وثورة المعلومات وانتشار القنوات الفضائية أصبح الخطاب الإعلامي الإسلامي مطالب بالارتقاء إلى مستوى المنافسة. وتقدم محتوى ومضمون متقدم قادر على الإقناع والتأثير في عقول وقلوب الجيل المعاصر.

ومما لا شك فيه أن بعض الوسائل الإعلامية الإسلامية أخذت تتجه نحو التطور والتقدم والارتقاء بالخطاب الإسلامي، إلا أن الطريق مازال طويلاً أمام وصول الخطاب الإسلامي إلى مرحلة التأثير والتغيير والإقناع في كل فئات المجتمع المسلم فضلاً عن غيره من المجتمعات غير المسلمة. فالخطاب الإعلامي الإسلامي مازال في معظمه خطاباً داخلياً، ولم يستطع أن يصل إلى مرحلة الخطاب العام فضلاً عن الخطاب العالمي.

ومن الضروري للغاية أن يعالج الخطاب الإسلامي القضايا المعاصرة برؤية تأصيلية كقضية الديمقراطية، وحقوق الإنسان ومسألة التجديد، ومسألة العولمة.. إلى غير ذلك من القضايا المهمة. كما يجب أن يركز الخطاب الإسلامي على قيم الحرية والعدل والمساواة باعتبارها تمثل القيم الرئيسة في بناء المجتمع المدني.

توصيات :

ومن أجل الوصول إلى خطاب إسلامي توافقي ينبغي الاهتمام بـ :

- 1-** تشكيل فريق عمل إعلامي يتضمن أصحاب الاختصاص في الإعلام وعلم النفس وعلوم الاجتماع والعلوم السياسية إذا اقتضت الضرورة، تكون مهمتهم إعداد الدراسات الميدانية والبحوث المتخصصة المستنطقة لأهم احتياجات المجتمع بدلاً من الواقع الحالي للعديد من المشاريع الإعلامية والتي تعتمد على التيار والجماعة لتشكيل فريق من الخبراء والاستشاريين والإداريين والتنفيذيين، فالإعلام لا يحتمل المحاملات والعواطف والحزبية الضيقة.
- 2-** إعداد كادر مدرب من الفنيين من كتاب أو معدين، مذيعين أو مخرجين، تتملكهم الرغبة في الإبداع والتميز، ولديهم القدرة على فهم احتياجات المرحلة، والجرأة على خوض غمار التطوير المستمر للمواد المطروحة وطرق بثها والتوقيت الملائم لذلك، وأحسب أن الاستعانة بالخبرات الغربية أمر لا يعيب التجربة الإسلامية بل يُكثفها ويصقل كوادرها، ويُنضج أداؤها.
- 3-** هيكلة البرامج من جديد وبصورة جذرية، والتفكير بصورة إبداعية علمية بنوعية المواد الإعلامية والبرامج الصالحة للعرض، وانتقاء الأفضل منها حسب رسالة الوسيلة الإعلامية وبما يحقق رؤيتها العامة وأهدافها المستقبلية .

4- المصالحة بين المؤسسة الدينية التقليدية وبين المبدعين الإعلاميين والتقنيين والمثقفين، إذ أن انشغال المؤسسة الدينية بالعلوم القديمة والقضايا التاريخية، وتخوفها من أطروحات التجديد ومستحدثات الأمور، دفعها للعمل على تحجيم تيارات التجديد في المجتمع، وإظهار عيوب ونواقص المثقفين وملاحقة المبدعين، بدلا من المساهمة في التجديد الفكري، والاضطلاع بموقف إيجابي يدعم قضايا المجتمع واحتياجاته المتجددة، وهو ما انتهى إلى الانشغال بالصراع الداخلي أو ما أطلق عليه البعض صراع الأجيال أو صراع الحداثة والتقليد، أو صراع المعاصرة والأصالة، ولو ترفع هؤلاء وهؤلاء عن تصفية الحسابات لأفقدنا على واقع جديد يتضامن فيه الفقيه مع المثقف والإعلامي والمبدع لإنتاج مادة إعلامية صالحة للعرض وبناء خطاب عصري ومؤثر.

5- بالنسبة إلى الفضائيات والوسائل الإعلامية التي تصل إلى الدول الغربية أو تنطلق منها لمخاطبة المغتربين من المسلمين هناك، فينبغي أن تولي اهتمامها لإيصال أفكار وقضايا العالم الإسلامي إلى الغرب بدلا من الانشغال في نقل برامج بعيدة عن اهتمامات الإنسان الغربي. فماذا يستفيد المشاهد الغربي من متابعة جدل مذهبي حاد بين طرفين أو أكثر يتضمن آخر الاختراعات العربية في قاموس الشتم والقذف والإساءات اللفظية؟ وما هي الإضافة التي سيجنيها المشاهد المسلم الذي يعيش في الغرب من نقل مخلفات العالم الإسلامي إليه في عقر داره الجديدة وإعادته إلى واقعه المتخلف بدلا من الارتقاء بفكره وسلوكه.