



جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

التعرض للبرامج التلفزيونية الدينية وتأثيرها على القيم لدى الشباب الجامعي

- دراسة ميدانية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة -

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

إعداد الطالبات:

- إلهام مهدي

- نجلة رقيق

لجنة المناقشة

اللقب والاسم	الرتبة	الصفة
- حمديني إبتسام	جامعة محمد بوضياف-المسيلة-	رئيسا
- نايلي سهيلة	جامعة محمد بوضياف-المسيلة-	مشرفا ومقررا
- عكوشي هدى	جامعة محمد بوضياف-المسيلة-	ممتحنا

السنة الجامعية: 2017-2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ
وَالْحَيَاةَ وَالْمَوْتَ
وَالْحَيَاةَ وَالْمَوْتَ
وَالْحَيَاةَ وَالْمَوْتَ



شكر و عرفان

في البداية لا ننسى أبدا نوفيظ الله لنا لأنه هو خير معين لنا فهو الأول

بالشكر و الحمد

نخص بالشكر الأستاذة المشرفة "نايلي سهيلة" لنشجيعها لنا على اختيار

هذا الموضوع و مساعدتنا على إنجازه بنوجيهاتها القيمة، فلها منا

أسمى عبارات الشكر و العرفان.

و الشكر موصول إلى الأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة الذين

وافقوا على قراءة هذا البحث و تقييمه.

وإلى كل من قدموا لنا المساعدة عظيم الشكر و الامتنان



إهداء

إلى رمز الوفاء والعطاء إلى التي سقتني من ينبوع حناها إلى إشراقه الأمل أُمي
الحبيبة

إلى من زودني بالمبادئ السامية والأخلاق الحميدة أبي حفظه الله *

وإلى سندي في هذه الحياة إخوتي

وإلى جميع الأهل والأقارب

إلى زملائي في الجامعة وإلى جميع الأصدقاء

وإلى كل من ساعدني من قريب ومن بعيد

وإلى الأستاذة المشرفة نايلي سهيلة وإلى جميع أساتذة وعمال قسم علوم الإعلام

والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة

وإلى كل من يعرفني إليكم أهدي هذا العمل المتواضع.



فجر راس المانوبات

فهرس الموضوعات	
الصفحة	الموضوع
	شكر
	إهداء
	فهرس الموضوعات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ	مقدمة
الفصل الأول: البناء المنهجي والتوجه النظري للدراسة	
3	1. الإشكالية
4	2. تساؤلات
4	3. أسباب اختيار الدراسة
4	4. أهداف الدراسة
4	5. أهمية الدراسة
5	6. المدخل النظري للدراسة
10	7. نوع الدراسة ومنهجها
11	8. أداة جمع البيانات
12	9. مجتمع وعينة الدراسة
13	10. تحديد المفاهيم
20	11. الدراسات السابقة
24	12. الأساليب الإحصائية

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

26	تمهيد
27	التحليل الكمي والكيفي للنتائج
46	نتائج الدراسة
49	خاتمة
51	قائمة المصادر والمراجع
57	الملاحق

فتح راس الجداول

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	خصائص عينة الدراسة	27
02	توزيع أفراد العينة حسب نسبة مشاهدة البرامج الدينية التلفزيونية	28
03	توزيع أفراد العينة على نوع قناة مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية	29
04	توزيع أفراد العينة حسب نوع البرامج التلفزيونية الدينية المفضلة	30
05	توزيع أفراد العينة حسب أيام مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية	31
06	توزيع أفراد العينة حسب فترة المشاهدة	32
07	توزيع أفراد العينة حسب الوقت الذي يقضونه في مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية	33
08	توزيع الطلبة من خلال كيفية مشاهدتهم للبرامج التلفزيونية الدينية	34
09	توزيع أفراد العينة حسب دوافعهم نحو مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية (دوافع طقوسية)	35
10	توزيع أفراد العينة حسب دوافعهم نحو مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية (دوافع منفعية)	36
11	توزيع أفراد العينة حسب استفادتهم من البرامج التلفزيونية الدينية	37
12	توزيع أفراد العينة حسب دوافعهم نحو استخدام البرامج التلفزيونية الدينية (إشباعات العملية)	38
13	توزيع أفراد العينة حسب أوجه استفادتهم من البرامج التلفزيونية الدينية (إشباعات المحتوى)	39
14	توزيع أفراد العينة حسب مدى تعزيز البرامج التلفزيونية الدينية قيمهم الإيجابية	40
15	توزيع أفراد العينة حسب مدى تغيير البرامج التلفزيونية الدينية قيمهم السلبية	41
16	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول تجسيد القيم الإسلامية في البرامج التلفزيونية الدينية	42

43	مدى ارتباط الشباب الجامعي بالقيم جراء مشاهدته للبرامج التلفزيونية الدينية	17
----	---	----

فجر الهمم الاشكال

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب نسبة مشاهدة البرامج الدينية التلفزيونية	28
02	توزيع أفراد العينة على نوع قناة مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية	29
03	توزيع أفراد العينة حسب نوع البرامج التلفزيونية الدينية المفضلة	30
04	توزيع أفراد العينة حسب أيام مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية	31
05	توزيع أفراد العينة حسب فترة المشاهدة	32
06	توزيع أفراد العينة حسب الوقت الذي يقضونه في مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية	33
07	توزيع الطلبة من خلال كيفية مشاهدتهم للبرامج التلفزيونية الدينية	34
08	يمثل توزيع أفراد العينة حسب دوافعهم نحو مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية (دوافع طقوسية)	35
09	توزيع أفراد العينة حسب دوافعهم نحو مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية (دوافع منفعية)	36
10	توزيع أفراد العينة حسب استفادتهم من البرامج التلفزيونية الدينية	37
11	توزيع أفراد العينة حسب دوافعهم نحو استخدام البرامج التلفزيونية الدينية (إشباعات العملية)	38
12	توزيع أفراد العينة حسب أوجه استفادتهم من البرامج التلفزيونية الدينية (إشباعات المحتوى)	39
13	توزيع أفراد العينة حسب مدى تعزيز البرامج التلفزيونية الدينية قيمهم الإيجابية	40
14	توزيع أفراد العينة حسب مدى تغيير البرامج التلفزيونية الدينية قيمهم السلبية	41
15	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول تجسيد القيم الإسلامية في البرامج التلفزيونية الدينية	42

مقدمة

مقدمة:

شكلت القيم على مر العصور إطارا مرجعيا يحكم سلوك الأفراد ويوجه تصرفاتهم، كما أنها تحفظ للمجتمع تجانسه وتماسكه وترابطه، ولعل من أبرز دواعي الاهتمام بالقيم ما يتعرض له المجتمع من عولمة ثقافية، لذلك ترتفع الأصوات المنادية بالاهتمام بمنظومة القيم باعتبارها أساس وجوهر الوجود الإنساني.

ومن العوامل المؤثرة في تنمية القيم وسائل الإعلام لاسيما التلفزيون وما يقدمه من برامج متعددة خاصة البرامج الدينية، التي تعتبر أحد المحددات الرئيسية التي توجه سلوك الإنسان، فالبرامج الدينية تجيب عن أسئلة المشاهدين واستفساراتهم وتوضح لهم أمور دينهم وديانهم، فهي تهدف إلى غرس التربية الإسلامية للنفوس.

ولعل ما يميز البرامج الدينية عبر القنوات التلفزيونية اشتمالها على قوالب متعددة تسهم في نقل رؤية فكرية للحياة بكل أبعادها وتفصيلها، وتساعد على تنمية ثقافة المسلم وزيادة وعيه وهي بذلك تقوم بدور اجتماعي مهم لاسيما في ظل المتغيرات المتسارعة التي تشهدها المجتمعات الإسلامية، ويقع على عاتق هذه البرامج مهمة كبيرة في مجال ترسيخ معالم الدين الإسلامي في نفوس الأفراد والجماعات، وتتمثل هذه المهمة في إسهام هذه البرامج في تنشئة أفراد المجتمع وخصوصا الشباب على القيم والسلوكيات التي أقام الإسلام عليها نموذج الحضاري، لاسيما أن الجوانب الدينية تحظى باهتمام كبير من قبل أفراد المجتمع.

ومن هذا المنطلق سنحاول في هذه الدراسة معرفة تأثير البرامج الدينية على القيم لدى فئة الشباب وخاصة الشباب الجامعي، وللإحاطة بجوانب هذا الموضوع قمنا بتقسيم الدراسة إلى فصلين هي كالتالي: الفصل الأول يتضمن البناء المنهجي والتوجه النظري للدراسة وتطرقنا فيه إلى الإشكالية، تساؤلات الدراسة، أسباب اختيار الدراسة، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، المدخل النظري للدراسة، نوع الدراسة ومنهجها، أداة جمع البيانات، مجتمع وعينة الدراسة، تحديد المفاهيم، الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة، وأخيرا الدراسات السابقة. أما الفصل الثاني: والجانب التطبيقي للدراسة تطرقنا فيه إلى التحليل الكمي والكيفي للنتائج، وبعد ذلك إلى عرض النتائج.

الفصل الأول

البناء النظري والتوجه المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- أسباب اختيار الموضوع
- 4- أهداف الدراسة
- 5- أهمية الموضوع
- 6- المدخل النظري للدراسة
- 7- نوع الدراسة ومنهجها
- 8- أدوات جمع البيانات
- 9- مجتمع البحث والعينة
- 10- تحديد مفاهيم الدراسة
- 11- الدراسات السابقة
- 12- الأساليب الإحصائية

1. الإشكالية:

في سياق التنافس الشديد للقنوات التلفزيونية نجد أن الجهات القائمة على صناعة الإعلام تحاول أن تبني برامجها عن طريق استهداف أكبر شريحة من المجتمع، باعتبار أن وتيرة التطور في جميع المستويات متسارعة، والبقاء فيها للأقوى فكريا وثقافيا وتكنولوجيا... فلا سلطة إلا لمن استقطب مشاهدة أكثر وبالتالي سيطرة ثقافية وتثبيتا لنسق فكري أكبر.

حيث نجد أن القنوات التلفزيونية تحاول أن يكون لها تنوع يكفل لها سعة التأثير وكسب أكبر مشاهدة، وعلى هذا كان للبرامج الدينية حضورها في جملة البرامج الأخرى، إذ يعتبر المضمون الديني من أهم المضامين التي يمكن أن تلامس البنى المعرفية والتركيبية الروحية للمتلقي (المشاهد) لذلك يلاحظ اشتغال كثير من القنوات التلفزيونية على هذا المضمون.

والمطلع على الساحة اليوم يتراءى له أن البرامج الدينية أصبحت ذات حضور لافت لاسيما أن هناك قنوات تخصصت بذاتها لتقديم البرامج الدينية على مدار الساعة. ومن هنا تبدو مسألة البرامج الدينية ذات أبعاد متعددة، خاصة إذا ما تعلق الأمر بتكوين النسق القيمي لدى فئة الشباب التي ستغدو فيما بعد فئة فاعلة في الساحة الاجتماعية والثقافية وصناعة القرارات، فشريحة الشباب تكون أكثر عرضة لتلقي المضمون الديني عن طريق ما تبثه القنوات التلفزيونية من برامج باعتبار أن هذه المرحلة العمرية هي مرحلة تشكل الذات بالمفهوم السيكولوجي والسوسيولوجي، وبالتالي يكون الشباب قابلا لاستيعاب هذا المضمون ومن ثم تبنيه في تفاعلاته وتعاملاته المختلفة، فعندما يتلقى الشباب الجامعي هذا النوع من البرامج، ينعكس ذلك على تكوين القيم لديه.

ومن هذا المنطلق نحاول في هذا البحث الموسوم بـ "التعرض للبرامج الدينية وأثره على القيم لدى الشباب الجامعي" الكشف عن مدى تأثير المضمون الديني المقدم في هذه البرامج الدينية على البناء القيمي للشباب الجامعي، بالإجابة على الإشكالية التالية:

- ما هو التأثير الذي يحدثه هذا التعرض للبرامج الدينية على القيم لدى الشباب الجامعي؟

2. التساؤلات الفرعية

- ما هي عادات وأنماط مشاهدة الشباب للبرامج التلفزيونية الدينية؟.
- ما هي استخدامات الشباب الجامعي للبرامج التلفزيونية الدينية؟.
- ما هي الإشباعات المحققة للشباب الجامعي من البرامج التلفزيونية الدينية؟.
- ما هي آثار البرامج التلفزيونية الدينية على القيم؟.

3. أسباب اختيار الدراسة

- أسباب ذاتية

- الميل والاهتمام الذاتي بموضوع التعرض للبرامج الدينية وأثره على القيم.
- الرغبة في معرفة مضامين البرامج الدينية ومن ثم التعرف على القيم الخاصة بفئة الشباب الجامعي التي يمكن أن تعالجها.

- أسباب موضوعية

- الشعور بضيق الشباب الجامعي لأتفه الأسباب وانكساره أمام أضعف المشاكل لبعده عن مبادئ دينه وتبني المبادئ الوافدة.
- التعرف على الأثر الذي تحدثه البرامج الدينية على القيم لدى الشباب الجامعي.
- كثرة الانحرافات وتفشي القيم الرديئة في المجتمع الجامعي.
- ضرورة فهم وتحديد نوع القيم التي يحكم بها الشباب تصرفاتهم.

4. أهداف الدراسة:

- معرفة عادات وأنماط مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية.
- معرفة استخدامات الشباب الجامعي للبرامج التلفزيونية الدينية.
- معرفة الإشباعات المحققة للشباب الجامعي من البرامج التلفزيونية الدينية.
- معرفة آثار البرامج التلفزيونية الدينية على القيم.

5. أهمية الدراسة:

تعد مرحلة الشباب وخاصة المرحلة الجامعية من أخطر وأصعب المراحل التي يمر بها الإنسان، فالطالب الجامعي في بداية فترة دراسته الجامعية يتعرف على أشخاص ويصطدم بأمور تفاجئه وتأثر فيه سواء بطريقة سلبية أو إيجابية، ومن هنا تظهر أهمية الثقة بالنفس التي تعد أساس تكوين الشخصية، فالوسط الجامعي الآن يحمل نظرة شرسة للواقع تعمل على شق العادات والتقاليد وجعل الثقافة الغربية تعيش بين أحضانها وتجعل مجتمعه يتخلى عن قيمه الدينية التي ورثها عن أجداده، ولهذا تأتي أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على واقع ذلك الشباب الجامعي وكيف يمكن للبرامج الدينية أن تؤثر فيه.

المدخل النظري للدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على نظريتين كونهما يخدمان موضوع الدراسة، هما نظرية الاستخدامات والإشاعات ونظرية الغرس الثقافي:

1- نظرية الاستخدامات والإشاعات:

نظرية الاستخدامات والإشاعات: يطلق عليها البعض نموذج، والبعض الآخر مدخل، ويطلق عليها آخرون منظور¹.
تعرف بأنها: "دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون لدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة"².

¹-محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، (الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003)، ص252.

² - مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والإشاعات، ط1، (مصر: دار الفجر، 2004)، ص 109.

يذهب "إدلساين وزملاؤه" إلى أن تأسيس نموذج الاستخدامات والإشباعات جاء كرد فعل لمفهوم "قوة وسائل الإعلام الطاغية"، ويضيفي هذا النموذج صفة الإيجابية على جمهور وسائل الإعلام¹.

حيث أصبحت رغبة الفرد في إشباع حاجات معينة من التعرض لوسائل الإعلام هي الإطار العام للعلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الإعلام ومحتواها ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها، ومن هنا كانت الصياغة في إطار مدخل عام أطلق عليه مدخل "الاستخدامات والإشباعات" (uses and gratification approach)².

ويرى أصحاب هذا الاتجاه من بينهم (كاتز) إقبال الناس على وسائل الاتصال يمكن تفسيره على ضوء استخداماتهم وكذلك حول مضمون أو العائد والإشباع الذي يتحقق منه³.

فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تستند نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى الافتراضات التالية:

- إن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم وسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبى توقعاتهم.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد⁴.

¹ - حسن عماد مكاوي وويلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998)، ص 24.

² - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، (القاهرة: عالم الكتب، نشر، توزيع، طباعة، 2004)، ص ص 271 - 272.

³ - أمال سعد متولي، مبادئ الاتصال بالجمهور ونظرياته، ط1، (جامعة المنصورة، دار ومكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع، 2007)، ص 131.

⁴ - محمود حسن إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 254.

- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط¹.
- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية².
- جمهور المتلقين هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته³.
- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه، وبدوافعه واهتماماته، فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام⁴.

مفاهيم نظرية الاستخدامات والإشباع:

هناك خلاف حول تحديد المصطلحات والمفاهيم مما أدى إلى خلق الغموض في الدراسات التي اعتمدت على هذا المدخل، ولذلك فإن تطور هذا المدخل وتطبيقاته يحتاج إلى الاتفاق على المصطلحات والمفاهيم وتوظيفها وهي: الحاجة، الاستخدام الإشباع⁵، الدافع، الهدف، الوظيفة.

فهذه المفاهيم تتسم بشيء من المرونة وليست لها تعريفات محددة، وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعاً لاختلاف التعريفات⁶.

¹ - حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص 241.

² - محمود حسن إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 254.

³ - محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 284.

⁴ - محمود حسن إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 254.

⁵ - طه نجم، نظرية الاستخدامات والإشباع، الثلاثاء 29 نوفمبر 2011، متوفرة على الرابط: <http://drtahanegm.bohspost.com/2011/11/blog-post-6558.html>; 22/03/2018

⁶ - محمود حسن إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 257.

نقد نظرية الاستخدامات والإشباعات:

- من أهم الانتقادات التي وجهت إلى هذه النظرية نذكر منها:
 - انتقاد دينيس ما كويل هذا الاتجاه لأنها لا تفسر وظائف وسائل الإعلام مع وظائف غيرها من الأجهزة في المجتمع، فالتداخل قائم بين وظائف وسائل الإعلام وغيرها من المؤسسات الأخرى في المجتمع¹.
 - أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية ونفسية واجتماعية، وتختلف أهميتها من فرد لآخر، ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى.
 - تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعمد ومقصود وهادف، والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك، فهناك أيضا استخدامات غير هادفة².
 - لا تصلح نظرية الاستخدامات والإشباعات للتعميم، لأن الاستخدامات والإشباعات من وسائل الإعلام تختلف باختلاف الثقافات، كما تختلف باختلاف العوامل الديمغرافية.
 - تراوح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستخدم، وبين تطوعية التفاعلية مع الرسائل وهما حدان متناقضان³.

2- نظرية الغرس الثقافي:

عرف مورجان (Morgan, 1990) نظرية الغرس الثقافي: بأنها نظرية ثقافية في المقام الأول، وأن هدفها هو تحديد المدى الذي يمكن لرسالة معينة أن تساهم به في إدراك مفاهيم الواقع الاجتماعي بطريقة مشابهة لتلك المفاهيم التي تحملها هذه الرسالة،

¹ - أمال سعد متولي، مرجع سبق ذكره، ص 131.

² - محمود حسن إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 257.

³ - عمار بحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط2، (الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1990)، ص 24.

وعليه فإن الغرس هو ذلك الإسهام المستقل والمحدد الذي تسهم به وسائل الإعلام في عمليات التنشئة الاجتماعية والتثقيف¹.

فروض نظرية الغرس الثقافي:

- تفترض النظرية أن الأشخاص الذين يشاهدون كميات ضخمة من البرامج التلفزيونية (كثيفو المشاهدة) يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي عن أولئك الذين يشاهدون كميات قليلة من البرامج أو لا يشاهدون (قليلو المشاهدة)².
- يرى واضعو هذه النظرية أن وسائل الاتصال الجماهيرية تحدث آثار قوية إلى إدراك الناس للعالم الخارجي، خاصة هؤلاء الذين يتعرضون لتلك الوسائل لفترات طويلة ومنظمة.
- خلصت النظرية إلى أن الذين يشاهدون التلفزيون بكثافة فإنهم يعتقدون أن ما يشاهدونه من خلال التلفزيون من الواقع وأحداث وشخصيات فإنها تكون مطابقة لما يحدث في الحقيقة وفي الحياة³.

مفاهيم نظرية الغرس الثقافي:

1- الاتجاه السائد: يقصد به التجانس بين الأفراد ذو درجة الكثافة الواحدة في اكتساب الخصائص الثقافية المشتركة للمجتمع التي يقدمها التلفزيون كقناة ثقافية حديثة والصور التي يراها، وبالتالي فإن الاتجاه السائد عبارة عن نسيج من المعتقدات والقيم والممارسات التي يقدمها التلفزيون في صورة مختلفة ويتوحد معها كثيفو المشاهدة، وبالتالي فإن هذا الاتجاه يشير إلى سيطرة التلفزيون⁴.

2- الصدى أو الرنين: يقصد بالصدى أو الرنين تلك التأثيرات المضافة للمشاهدة بجانب الخبرات الأصلية الموجودة فعلا لدى المشاهدين، بذلك فإن المشاهدة يمكن أن تؤكد هذه

¹ - مرفت الطرايشي وعبد العزيز السيد، نظرية الاتصال، د.ط، (مصر: دار النهضة العربية) ص 280-281.

² - خضرة عمار المفلح، اتصال المهارات والنظريات والأسس، ط1، (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2015)، ص 169-170.

³ - محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 20.

⁴ - رزيق سامية، البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة برنامج ما وراء الجدران قناة النهار أنموذجا، (تبسة: جامعة العربي التبسي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، 2015-2016) ص 79.

الخبرات من خلال استدعائها بواسطة الأعمال التلفزيونية التي يتعرض لها الأفراد أصحاب هذه الخبرات كثافة أعلى.¹

3- النافذة السحرية: يشير بعد النافذة السحرية إلى الدرجة التي يعتقد عندها المشاهد أن محتوى التلفزيون هو تمثيل للحياة الحقيقية، ويستمد هذا المفهوم أسسه من الدراسات التي أجريت حول الأطفال والتلفزيون.

4- التعلم (المنفعة): يقصد بالتعلم مدى شعور المشاهدين أن المحتوى التلفزيوني يقدم إليهم معلومات في العديد من الموضوعات مثل كيفية إقامة علاقات اجتماعية وكيفية حل المشكلات.

5- التوحد: يركز هذا البعد بصفة أساسية على الطريقة التي يتم من خلالها تكوين المشاهد علاقته مع الشخصيات التلفزيونية، فالمتابعون للشخصيات التلفزيونية ربما يفكرون ويقلقون ويتحدثون عن هذه الشخصيات كأنهم يعرفونها وكأنها حقيقية.²

نقد نظرية الغرس الثقافي:

وجهت انتقادات كثيرة لنظرية الغرس الثقافي نذكر أهمها:

- هذه النظرية لم تستطع أن تنشئ علاقة بين التعرض الكثيف للتلفزيون وبين الخوف من العنف بالرغم من أن الاثنين يرتبطان بالتفاعل والتداخل بينهما ليس كبير.
- انتقاد هيرش جرنبر (*hirsch*) وزملاؤه لعدم الدقة في تحليل البيانات التي حصلوا عليها وتقسيم الجمهور إلى كثيفي التعرض، وقليلي التعرض، وذلك لعدم مقدرتهم على السيطرة على مصادر الاختلافات الخارجية.
- مدى مصداقية (*validity*) في بحوث الغرس، حيث وجد ضعف في العلاقة بين المشاهدة وتأثيرات الغرس أو حتى عدم وجودها من الأساس.³

¹ - حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، (مصر: الدار المصرية اللبنانية، 2001)، ص30.

² - مرفت الطرابشي وعبد العزيز السيد، مرجع سبق ذكره، ص290-291.

³ - المرجع نفسه، ص 291 - 292.

6. نوع الدراسة ومنهجها:

1- نوع الدراسة: يعتبر بحثنا هذا من بين البحوث الوصفية وهو يتناول تعرض الشباب الجامعي للبرامج الدينية وأثرها على قيمهم.

2- منهج الدراسة: اخترنا منهج المسح لاعتباره المنهج المناسب لجمع أكبر عدد من البيانات والمعلومات وكذلك الوصف والتعمق في موضوع الدراسة.

وعرفه الباحث محمد زيان عمر "المنهج المسحي": بأنه دراسة الظاهرة في وضعها الطبيعي، دون أي تدخل من قبل الباحث، أي دراسة الظاهرة تحت ظروف طبيعية غير اصطناعية، كما هو الحال في المنهج التجريبي¹.

ونجد أن المنهج المسحي يهتم بما هو حاضر أي في حالته الراهنة، أما مرس فيذهب إلى أن المسح يعد منهج لتحليل ودراسة أي موقف أو مشكلة اجتماعية، أو جمهورها وذلك بإتباع طريقة علمية منظمة، لتحقيق أغراض معينة².

اعتمدت الدراسة المنهج المسحي الوصفي لكونه أنسب الأساليب العلمية الملائمة للدراسة، خاصة أن هذا المنهج يستهدف التحليل والتفسير بعد جمع البيانات اللازمة والكافية من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها وأجريت مسح بالعينة لمعرفة قراءة الجداول واستخلاص النتائج.

7. أداة جمع البيانات:

لا تخلو أي دراسة من استخدام عدد من الأدوات المنهجية في جمع المعلومات والبيانات في مجتمع البحث المدروس، وقد استخدمنا في دراستنا الأداة التالية:

¹ - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005)، ص 286.

² - مولود زايد الطيب، علم الاجتماع السياسي، ط1، (ليبيا: منشورات جامعة السابع من أبريل، 2007)، ص62.

الاستبيان: هو أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي للحصول على الحقائق، والتوصل إلى الوقائع والتعرف على الظروف والأحوال ودراسة المواقف والاتجاهات والآراء¹. وهو استمارة تحوي عدد من الأسئلة يتم توزيعها على عدد من الأفراد لتعبئتها²، والتي تعطينا إجابات قابلة للعرض والتحليل والتفسير والتعليل والتركيب للوصول إلى نتائج تجيب على تساؤلات الإشكالية، وفرضيات البحث، كما تخدم هدف البحث³.

وأيضا هي الدليل أو المرشد الذي يوجه المقابلة التي تقع بين الباحث والمبحوث بعد أن يرسم مساراتها ويحدد موضوعيتها ويشخص طبيعة المعلومات التي يطلبها الباحث من المبحوث⁴.

ووفقا لهذا تم تقسيم استمارة الاستبيان الخاصة بهذه الدراسة إل محاور كل محور يتضمن مجموعة من الأسئلة كآلاتي:

المحور الأول: عادات وأنماط مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية

المحور الثاني: استخدامات الشباب الجامعي للبرامج التلفزيونية الدينية

المحور الثالث: الإشباع المحققة للشباب الجامعي من البرامج التلفزيونية الدينية

المحور الرابع: آثار البرامج التلفزيونية الدينية على القيم

بالإضافة إلى البيانات الشخصية.

¹ - رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية، ط1، (سورية: دار الفكر، 2002)، ص329.

² - مكي مصطفى، البحث العلمي آدابه وقواعده ومناهجه، دط، (الجزائر: دار هومة، 2013)، ص 66.

³ - رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، (الجزائر: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، 2007)، ص ص 220-221.

⁴ - محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، ط1، (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2006)، ص 20.

8. مجتمع وعينة الدراسة:

نماذج البحث:

هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته¹.

ويعرف بأنه: كل الأفراد الذين يحملون بيانات الظاهرة التي تحت الدراسة، فهو مجموع وحدات البحث التي يراد منها الحصول على البيانات².
ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في "طلبة جامعة المسيلة".

ن عينة الدراسة: تعرف العينة بأنها "جزء من كل أو بعض من جميع"³.

فالعينة تستخدم كأساس لتقدير الكل الذي يصعب أو يستحيل دراسته بصورة كلية لأسباب تتعلق بواقع الظاهرة أو بالكلفة أو الوقت⁴.

وتعرف أيضا بأنها: جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة، ويتم اختيارها وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا⁵.

وفي هذه الدراسة تطرقنا إلى العينة العمدية والحصصية، يتم توظيف العينة العمدية عادة على أساس الخبرة ومعرفة الخصائص، ولكن احتمالات الخطأ في تمثيلها للواقعة المدروسة كبيرة⁶، وفي هذه الدراسة كان الاختيار عمديا على الطلبة الذين يتعرضون للبرامج الدينية فقط.

أما العينة الحصصية فهي تستخدم عادة في دراسات التعرف على الرأي العام وتنفذ بتقسيم المجتمع إلى أقسام، ثم تجمع المعلومات والبيانات من الحصة المطلوبة من

¹ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، (مصر: عالم الكتب، 2004)، ص 130.

² - علي معمر عبد المؤمن، البحث في العلوم الاجتماعية، الوجيز في الأساسيات والمناهج والتقنيات، ط1، (ليبيا: منشورات جامعة 7 أكتوبر، 2008)، ص 184.

³ - سليمان عبد الرحمن سيد، البحث العلمي، خطوات ومهارات، ط1، (مصر: عالم الكتب، 2009)، ص 124.

⁴ - صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي للجامعيين، دط، (الجزائر: دار العلوم للنشر والتوزيع)، ص 24.

⁵ - علي معمر عبد المؤمن، مرجع سبق ذكره، ص 184.

⁶ - صلاح الدين شروخ، مرجع سبق ذكره، ص 29.

الأشخاص في كل قسم، تم توظيفها عن طريق التمثيل النسبي المتناسب لطلبة كل قسم في العينة وفقا لعددها الإجمالي في الكلية.

ومن هنا يقدر مجتمع دراستنا بـ 100 مفردة، وتم توزيعها على الآتي:
التاريخ: 22 طالب، علوم الإعلام والاتصال: 13 طالب، علم الاجتماع: 16 طالب، علم النفس: 13 طالب، فلسفة: 4 طلبة، علوم إسلامية: 15 طالب، علوم إنسانية: 17 طالب.

9. تحديد المفاهيم:

-التعرض:

لغة: مشتقة من كلمة عرض، يقال عرض الشيء عليه يعرضه عرضا أي أراه إياه¹، وعرض الشيء عرضا وعروضا أي ظهر وأشرف، ويقال أعرض الشيء أي ظهر وبرز².

اصطلاحا: نقصد به فعل استهلاك محتوى إعلامي معين من طرف فرد من أفراد الجمهور، وقد يكون هذا التعرض مخطط له أو غير ذلك³.

ويفترض هذا العامل أن الناس يميلون غالبا إلى الاستماع ومشاهدة المواد الإعلامية التي تتضمن وجهات نظر شبيهة بوجهات نظرهم هم، ويبيدي المشاهد والمستمع عادة اشمنزازا نفسيا للأفكار التي تتناقض أو تتعارض مع أفكاره. وبذلك فإنه يعمل على تجنب هذه المواد والإعراض عنها⁴.

إجرائيا: نقصد بالتعرض استقبال الجمهور لمضامين البرامج الدينية عن طريق التلفزيون.

¹ - ابن منظور، لسان العرب، مج1، دط، (مصر: دار المعارف، 1119هـ)، ص 2885.

² - مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ط4، (القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 2004)، ص 593.

³ - السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، (جامعة الجزائر: رسالة دكتوراه غير منشورة تخصص علوم الإعلام والاتصال، 2005-2006)، ص 30.

⁴ - أسامة صافر كبارة، برامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للأطفال، ط1، (لبنان: دار النهضة العربية، 2003)، ص 239.

البرنامج:

لغة: يقال يبرمج أي يضع برنامجاً ويخطط له، أما مبرمج يعني ذو برنامج¹.

اصطلاحاً: صنفت تعاريف مختلفة للبرنامج حسب مضمونه فمن ضمن هذه التعاريف:
- البرنامج هو كل ما تقوم به الجماعة لإشباع حاجاتهم وهو في نفس الوقت مجال من النشاط والعلاقات والتفاعل والخبرات، يعتمد على التخطيط المقصود وينفذ بمعرفة الأخصائي ويستهدف إشباع حاجات الأعضاء كأفراد والجماعة ككل².
إجرائياً: البرنامج هو عبارة عن مجموعة من الفقرات المنتقاة يتولى وضعه مخرجو التنفيذ، ويعتبر بمثابة دستور العمل الذي تلتزم به جميع الأقسام والدوريات والهندسة ووحدات التشغيل والإنتاج.

البرنامج الديني:

اصطلاحاً: البرامج الدينية هي تلك البرامج المخططة التي تتناول المواضيع الدينية الإسلامية، وتختلف في مواضيعها ووظائفها وجمهورها المستهدف، وضمن البرامج المتخصصة، والتي تعزز التزام المستمع أو المشاهد بعقيدته وتأدية فرائض الإسلام³.
فهذه البرامج من الأشياء الهامة التي تنير الجدل بشكل ناجح وتهدف إلى تقديم مناقشة مثمرة ومنظمة ومتوازنة⁴.
حيث نجد البرامج الدينية تشمل التلاوة، والشعائر، والبرامج الدينية التي تفسر الآيات وتقدم الفتاوى وقد تأخذ شكل:

¹ - حاتم بديوي عبيد، البرامج الدينية الإسلامية في إذاعة الفراتين، (العراق: مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، مج 21، عدد 3، 2013)، ص 968.

² - أحمد حمدي شوري، اتجاهات الشباب الجامعي نحو برامج تنمية المجتمع المحلي في ضوء الأهداف الإنمائية للألفية الثالثة، ملخص بحث دكتوراه في التنمية والتخطيط، 2006-2007، ص 03. متوفرة على الرابط: <https://www.com/vp/showthread.php?=-9238; 15/02/2018>

³ - حاتم بديوي عبيد، مرجع سبق ذكره، ص 969.

⁴ - عيسى محمود الحسن، الإذاعة والبرامج الجماهيرية، دط، (العراق: دار زهران للنشر والتوزيع، 2009)، ص 105.

- 1- حديث مباشر: هو باختصار مادة كلامية يقدمها لنا شخص واحد في التلفزيون أو متخصص في مجال ما (رجل دين)¹، وهذه المادة تحتوي نصائح وإرشادات دينية.
- 2- قرآن كريم: بالنسبة لأي شعب فمن الطبيعي أن يكون متمسكا بدينه وثبت أن القرآن الكريم أقرب للعقل والمسلم يتأثر به².
- 3- برامج المناقشات والندوات: ويقصد بها البرامج التي يلتقي فيها أكثر من شخص في وقت واحد لبحث موضوع معين³، ونجد أيضا برامج مقومات العقيدة الإسلامية برامج الأخلاق العربية الإسلامية (قيم ومثل)، برامج نظام الحياة في الإسلام، برامج السيرة النبوية المطهرة، برامج النظام الروحي في الإسلام (العبادات)⁴.
- إجرائيا: البرنامج الديني هو البرنامج الذي يقدم ويناقش مواضيع متنوعة مرتبطة بالدين الإسلامي لجعل الناس أكثر تمسكا والتزاما به.
- الأثر:

لغة: أثر في الشيء أي ترك فيه أثرا⁵، والأثر هو ما يدل على وجود الشيء فالحرق أثر من آثار النار مثلا⁶.

اصطلاحا: الأثر الإعلامي هو ما يحدث من متغيرات على مستقبل الرسالة وتعلمه شيئا من محتوى هذه الرسالة، أي تبنيه اتجاهها مؤيدا لمحتوى هذه الرسالة أو تخليه عن أفكار كان قد تبناها من قبل⁷.

¹ طارق سيد أحمد الخلفي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دط، (مصر: دار المعرفة الجامعية، 2005)، ص138.

² عيسى محمود الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 18.

³ طارق سيد أحمد الخلفي، مرجع سبق ذكره، ص 145.

⁴ فائزة بنت حميدان الصاعدي، إسهام بعض البرامج الدينية في قناة المجد الفضائية في تحقيق أهداف التربية الإسلامية، (جامعة أم القرى بمكة المكرمة، بحث مكمل لنيل درجة الماجستير، 1428-1429هـ)، ص 10.

⁵ ابن منظور، مرجع سبق ذكره، مج 1، ص 25.

⁶ نبيل مهدي كاظم زوين الذبحاوي، مدى سريان أثر العقد للدائن العادي، (العراق: مجلة جامعة بابل، 2005)، ص3.

⁷ محمود حسن إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص ص 226-227.

فالأثر، إذا، هو نتيجة الاتصال وهو يقع على المرسل والمتلقي على السواء، وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي، ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه وتحسين الصورة الذهنية¹.

ونقصد به أيضا: تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام².
إجرائيا: وهو النتيجة التي تحدثها الرسائل التي تتضمنها البرامج الدينية في الشباب الجامعي على مستوى قيمه.

- القيم:

لغة: يقال قيم الشيء تقييما: أي قدر قيمته³.

وذكرت في القرآن الكريم بصفة المصدر بمعنى الاستقامة لقوله تعالى ﴿وذلك دين القيمة﴾⁴.

وأيضا لقوله تعالى ﴿دينا قيمة ملة إبراهيم﴾⁵.

اصطلاحا: القيمة هي التي تحدد ما هو حسن ومرغوب فيه، وما هو مفضل، وهي التي توجه وتحدد السلوك والأهداف والاتجاهات⁶.
- ويعرفها حامد زهران على أنها "عبارة عن تنظيمات لأحكام عقلية انفعالية، وهي مفهوم ضمني غالبا يعبر عن الفضل أو درجة الفضل الذي يرتبط بالأشخاص أو الأشياء أو المعاني أو أوجه النشاط"⁷.

¹ - حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص 52.

² - السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 29.

³ - مجمع اللغة العربية، مرجع سبق ذكره، ص 771.

⁴ - سورة البينة، الآية 5.

⁵ - سورة الأنعام، الآية 161.

⁶ - محمد مزيان، القيم والاتجاهات في عالم الإعلام والاتصال، ط1، (دب: مؤسسة لالة سكيينة للطباعة والنشر، 2007)، ص 13.

⁷ - جابر نصر الدين ولوكيا الهاشمي، مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي، ط2، (الجزائر: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، 2006)، ص 163.

- ويرى بارسونز أن القيم عنصر مشترك في تكوين كل من نظام الشخصية والبناء الاجتماعي.

- ويرى سميث: أن القيمة تطلق على كل ما هو جدير باهتمام الفرد لاعتبارات مادية أو معنوية أو اجتماعية أو أخلاقية أو دينية أو جمالية¹.

- القيم: مفهوم يدل على مجموعة من التصورات والمفاهيم التي تكون إطارا للمعايير والأحكام والمثل والمعتقدات والتفضيلات التي تتكون لدى الأفراد، من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية².

إجرائيا: القيم هي المعايير والأحكام التي يصدرها الفرد ويحدد من خلالها ما يرفضه وما يقبله من أفكار ومفاهيم ومصدر هذه القيم الأساسي الدين الإسلامي.

حيث نجد أن للقيمة أنواع وتصنيفات، نذكر أهم تصنيف للقيمة وهو تصنيف على أساس المحتوى وينقسم إلى:

1- **القيم النظرية:** ويعبر عنها اهتمام الفرد وميله إلى اكتشاف الحقيقة، ويتميز الأشخاص الذين تسود عندهم هذه القيمة بنظرة موضوعية نقدية معرفية تنظيمية ويكونون عادة من الفلاسفة والعلماء³.

2- **القيم الاقتصادية:** وهي سائدة لدى الأفراد الذين يسعون إلى ما هو نافع من الناحية المادية، ويهتمون بوسائل الحصول على الثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج والتسويق واستثمار الأموال، فنظرتهم للحياة نظرة عملية ومادية من زاوية اقتصادية غالبا⁴.

3- **القيم الجمالية:** الاهتمام فيها بالشكل والتجانس والانسجام (الفنانون).

4- **القيم السياسية:** تهتم بالعمل السياسي وحل مشكلات الجماهير (رجال السياسة)⁵.

¹ - خليل عبد الرحمن المعاينة، علم النفس الاجتماعي، ط2، (مصر: دار الفكر، 2007)، ص 179.

² - فوزي ميهوبي، اتجاهات الشباب الجامعي نحو المواطنة، (دب: مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 14 مارس 2014)، ص 72.

³ - أسامة عبد الرحيم، القيم التربوية في صحافة الأطفال، ط1، (مصر: إيتراك للنشر والتوزيع، 2005)، ص 62.

⁴ - جابر نصر الدين ولوكيا الهاشمي، مرجع سبق ذكره، ص 167.

⁵ - خليل عبد الرحمن المعاينة، مرجع سبق ذكره، ص 185.

5- القيم الدينية: وتتعلق القيم الدينية بالاهتمام بمعرفة الغيبيات ومصير الإنسان والتقرب إلى الله والسعي لممارسة الأحكام والتعاليم التي تحقق ضبطا لسلوك الإنسان، وتعرفه بواجباته نحو خالقه ونحو أبناء جنسه¹.

وتعرف (نورهان فهمي) القيم الدينية بأنها: تشكل الإطار المرجعي لضبط السلوك وترشيد علاقة الإنسان بذاته والمجتمع، وتشمل العبادات والإيمان بالقوى الغيبية والثقافة الدينية وإدراك أهمية الدين في الحياة².

وللقيم أهمية كبيرة، فهي تعد عنصرا رئيسيا في تشكيل ثقافة أي مجتمع فالقيم هي المثاليات العليا للأفراد والمجتمع، كما أن القيم تقوم بدور كبير في إدراك الأفراد للأمور من حولهم وتصورهم للعالم المحيط بهم فهي تعبر عن البيئة أحسن تعبير³.

وتلعب القيم دورا كبيرا في العلاقات الإنسانية فعن طريقها يمكن معرفة خصائص الشعوب ومحركات سلوكهم⁴، وتعد مرتكزات أساسية تقوم عليها عملية التفاعل الاجتماعي، إذ إنها تعد جانبا مهما من جوانب البنية الفوقية للمجتمع⁵.

ولعل الربط التاريخي بين القيم والنتاج الفكري للمذاهب الفلسفية القديمة جعل منها مادة تقوم على التأمل والتجريد، محاطة بشيء من الغيبية جعلت رجال العلم يعرضون عن الغوص فيها⁶.

الشباب:

لغة: تعني كلمة الشباب لغة كما وردت في القواميس العربية ومنها لسان العرب لابن منظور الفتوة والفتاء، بمعنى: الحيوية والقوة والديناميكية، والمعنى ذاته ورد في

¹ - أسامة ضافر كجارة، مرجع سبق ذكره، ص 88.

² - صليحة رحالي، القيم الدينية والسلوك المنضبط، دط، (الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2011)، ص 55.

³ - منى كشيك، القيم الغائبة في الإعلام، دط، (دب: فرحة للنشر والتوزيع، 2003)، ص 57.

⁴ - محمد عبد البديع السيد، أثر القنوات الفضائية على القيم الأسرية، ط1، (مصر: العربي للنشر والتوزيع، 2009)، ص 85.

⁵ - منى كشيك، مرجع سبق ذكره، ص 57.

⁶ - أسامة ضافر كجارة، مرجع سبق ذكره، ص 85.

قواميس اللغات الحية ومنها الإنجليزية. فكلمة (youth) تعني: أول الشيء بمعنى أنه طازج وحيوي¹.

اصطلاحاً: الشباب يمثل الركن الحيوي من أركان البناء الاجتماعي، حيث يشير المفهوم لدى البعض إلى مرحلة اكتشاف الذات، وبناء على ذلك فإن مرحلة الشباب تعرف بالمرحلة التي يحدث فيها التغيير الكمي والنوعي في ملامح الشخصية². فالشباب يعتبر نصف الحاضر وكل المستقبل والذراع الأقوى للمجتمعات في عمليات البناء والتشييد³.

ويجمع العلماء والباحثون على أن الشباب "ظاهرة اجتماعية تشير إلى مرحلة من العمر تعقب مرحلة المراهقة، تبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي والنفسي والبيولوجي واضحة"⁴.

إجرائياً: يقصد بالشباب المرحلة التي تأتي بعد سن البلوغ وهي فترة بعد المراهقة وتمتد هذه المرحلة من 19 سنة إلى 29 سنة.

- الشباب الجامعي:

اصطلاحاً: أي الفترة من الحياة التي ينظم فيها الشباب إلى الجامعة ويكون عمره من 17-25 عاماً وتتسم بالقوة والنشاط والقدرة على العمل والإنجاز والإبداع⁵. ويعرف الشباب الجامعي أيضاً: بالطلاب الجامعي المسجل فعلاً في الجامعة الذي يتراوح سنه ما بين 18 سنة و25 سنة⁶.

¹ - شندري عز الدين ومباركي إبتسام، الإعلام الجديد وتأثيره على القيم الدينية لدى الشباب الجزائري "في ضوء نظرية الحتمية القمية في الإعلام"، (المدينة: جامعة الدكتور يحي فارس، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، 2013-2014)، ص 20.

² - عزت شرارة بيضون وآخرون، الشباب العربي ورؤى المستقبل، ط1، (لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، 2006)، ص ص 250-251.

³ - محمد محمد بيومي خليل، التربية وجودة الشباب العربي في عصر العولمة، دط، (مصر: المكتب الجامعي الحديث، 2001)، ص 17.

⁴ - سامية قطوش، الشباب والحياة الأسرية، دط، (الجزائر: دار الخلدونية، 2017)، ص 5.

⁵ - أحمد حمدي شوري، مرجع سبق ذكره، ص 02.

⁶ - فوزي ميهوبي، مرجع سبق ذكره، ص 73.

إجرائياً: يعتبر الشباب الجامعي الفئة التي تتميز بالفاعلية والديناميكية والرؤية للمستقبل والنضج العقلي وإدراك المتغيرات المحيطة، وتتراوح أعمارها بين 18 سنة و25 سنة.

10. الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: دراسة فائزة بنت حميدان الصاعدي حول "إسهام بعض البرامج الدينية في قناة المجد الفضائية في تحقيق أهداف التربية الإسلامية"¹. وكان الإشكال المطروح في هذه الدراسة على النحو التالي: إلى أي مدى تسهم بعض البرامج الدينية في قناة المجد الفضائية في تحقيق أهداف التربية الإسلامية؟، حيث اختارت الباحثة منهج تحليل المحتوى، وتتمثل العينة في هذه الدراسة في تحليل بعض البرامج الدينية في قناة المجد الفضائية خلال دورة من الدورات مدتها ثلاثة أشهر من 1427/05/01 إلى 1427/7/30هـ، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة نذكر:

• أن أعلى هدف من أهداف التربية الإسلامية ظهوراً وتحققاً في برنامجي حياة السعداء والراصد هو ترسيخ العقيدة الإسلامية، حيث مثل هذا الهدف ما نسبته 26.97% من مجموع جميع أهداف التربية الإسلامية التي ظهرت في حلقات البرنامجين.

• أن أقل هدف من أهداف التربية الإسلامية ظهوراً وتحققاً في برنامجي حياة السعداء والراصد هو تنمية التربية الجسمية، حيث لم تتجاوز نسبة ظهور هذا الهدف 5.84% من مجموع جميع أهداف التربية الإسلامية التي ظهرت في حلقات البرنامجين.

v الدراسة الثانية: دراسة شندرالي عز الدين ومباركي ابتسام بعنوان "الإعلام الجديد وتأثيره على القيم الدينية لدى الشباب الجزائري" -في ضوء نظرية الحتمية القيمية في الإعلام-².

وكان تساؤل الدراسة يتمحور حول: ما هو الأثر الذي يحدثه استخدام الشباب الجزائري للإعلام الجديد على قيمهم الدينية؟، حيث أن المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو المنهج المسحي الوصفي، أما الأداة المستعملة هي أداة الاستبيان

¹ - دراسة فائزة بنت حميدان الصاعدي، مرجع سبق ذكره.

² - شندرالي عز الدين ومباركي ابتسام، مرجع سبق ذكره.

(الاستمارة)، وتتمثل العينة في هذه الدراسة في مستعملي وسائل الإعلام الجديدة من الشباب في ولاية البليدة، وخلصت هذه الدراسة إلى نتائج نذكر أهمها:

• أن 100% من أفراد العينة يستخدمون الإنترنت، وهو ما يدل على الاستخدام الواسع الذي باتت تحظى به هذه الشبكة.

• تظهر نتائج الدراسة أن الغرض الأساسي من استخدام المبحوثين الإنترنت هو الترفيه وذلك بالنسبة لـ 45%.

• حيث يتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي هي أكثر المواقع إقبالا من طرف عينة الدراسة وذلك بنسبة 75% بينما نجد 8% فقط بالنسبة للمواقع الدينية.

• أن استخدام الإنترنت لا يساعد غالبية المبحوثين على التحلي ببعض القيم الدينية وذلك بنسبة 53%.

• أن ما يعرض عبر مواقع الإنترنت يتعارض أحيانا مع قيمنا الدينية في نظر الشباب الجامعي وذلك بنسبة 85%.

• توصلت الدراسة إلى أن 44% من أفراد العينة يرون أن استخدامهم للإنترنت يدفعهم لعدم الالتزام بتعاليم الإسلام.

v الدراسة الثالثة: دراسة صباح زين بعنوان "تأثير البرامج التلفزيونية على القيم الاجتماعية للشباب" - الدراما التركية أنموذجا¹.

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الشهيد حمه خضر الوادي، وكان تساؤل الدراسة حول: هل تؤثر البرامج التلفزيونية (الدراما التركية) على القيم الاجتماعية للشباب؟، حيث استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، أما الأداة المستعملة في هذه الدراسة هي أداة الاستبيان، وتتمثل عينة الدراسة في الشباب الممثلين في طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي المنتبعين للدراما التركية العاطفية والمقدر عددهم بـ 70 طالب وطالبة، وخلصت هذه الدراسة إلى نتائج نذكر أهمها:

¹ - صباح زين، تأثير البرامج التلفزيونية على

القيم الاجتماعية للشباب "الدراما التركية أنموذجا"، (الوادي: جامعة الشهيد حمه لخضر، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر تخصص علم الاجتماع الاتصال، 2014-2015).

- نسبة 57.1% من المبحوثين يفضلون أن يكونوا بمفردهم عند متابعتهم للدراما التركيبية ونسبة قليلة منهم من يفضلون أن يكون مع العائلة أثناء مشاهدتهم لهذا الدراما، وقدرت نسبتهم بـ 25.1% و 17.1% فقط من يفضلون أن يكونوا مع أصدقائهم أثناء متابعتهم لهذه المسلسلات.
- نسبة 70% كانت لجمال الطبيعة والمناظر الخلابة و 58.6% لعذوبة الأغاني والموسيقى المصاحبة للمسلسلات.
- أما بالنسبة للقيم التي تتضمنها والتي تتعكس إيجابا على جمهور المتابعين كونها:
 - لا تؤدي إلى العداوة بين الأصدقاء ولا تنتشر الكره والحقد بينهم، ونسبة المبحوثين الذين اختاروا هذه القيمة قدرت بـ 62.9%.
 - لا تؤدي أيضا مشاهدتها لمحاولة الانتحار، إذ نجد 38.6% من المبحوثين من أيدوا هذا.
 - تؤدي إلى نشر النزاهة بين الأفراد بنسبة 37.1% في غالب الأحيان.

- مدى الاستفادة من الدراسات السابقة:

اشتركت دراستنا مع الدراسات السابقة في الاهتمام بتأثير المضمون الإعلامي على القيم لدى الشباب.

- نفس المنهج المسحي الوصفي.
 - معظمهم استخدموا أداة الاستبيان.
 - لكن اختلفت دراستنا عن الدراسات السابقة في كونها حددت نوع البرامج وهي البرامج الدينية التي تترك أثرا أيضا على قيم الشباب الجامعي.
 - وأيضا اختلفت عنها في مكان إجراء الدراسة، فمكان دراستنا أجريت بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة أما الدراسات السابقة أماكن أخرى.
- أما استفادة دراستنا من الدراسات السابقة في:

- تحديد الخطوات المنهجية العلمية المناسبة لموضوع الدراسة الحالية.
- تحديد مشكلة الدراسة وصياغة التساؤلات استفدنا من الدراسات السابقة في تحديد نوع الدراسة ومنهجها وتحديد مجتمع البحث المراد دراسته واختيار أدوات البحث اللازمة.
- تمكنا من الدراسات في تحديد المدخل النظري.

11. الأساليب الإحصائية:

- بعد تفرغ المعطيات والبيانات تمت معالجتها إحصائيا باستخدام برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية "SPSS" عن طريق الأساليب الإحصائية التالية:
- التكرارات والنسب المئوية.

الفصل الثاني

الجانب التطبيقي للدراسة

تمهيد

عرض وتحليل نتائج الاستبيان

نتائج الدراسة

تمهيد:

بعد عملية جمع البيانات والمعلومات من مفردات العينة تأتي مرحلة تفريغها وحساب التكرارات والنسب المئوية وتمثيلها بجدول وأشكال بيانية ليتم بعدها تحليلها وتفسيرها ومناقشتها كميًا وكيفيًا، ليتم في الأخير التوصل إلى أهم النتائج المتعلقة بالدراسة.

عرض وتحليل نتائج الاستبيان:

الجدول رقم (01): يوضح خصائص عينة الدراسة

النسبة	التكرار	المتغيرات	
55%	55	ذكر	الجنس
45%	45	أنثى	
4%	4	أقل من 18 سنة	السن
41%	41	من 18-21	
32%	32	من 22-25	
23%	23	أكثر من 25	
68%	68	ليسانس	المستوى
32%	32	ماستر	التعليمي
100%	100	المجموع	

يتضح من الجدول رقم (01) خصائص عينة الدراسة من حيث:

- الجنس: نلاحظ أن أكثر من نصف العينة أي 55% من عينة الدراسة ذكور، في حين نجد 45% من الطلبة إناث.

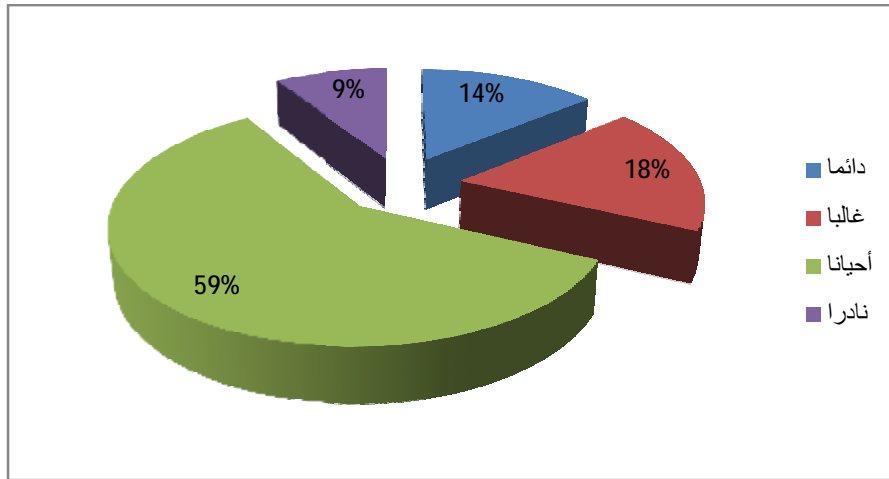
- السن: نلاحظ نسبة 41% من عينة البحث سنهم من "18-21 سنة"، في حين نجد نسبة 32% يتراوح سنهم من "22-25 سنة"، لتليها نسبة 23% من أفراد العينة يتراوح سنهم من "25 فما فوق"، لتبقى نسبة 4% ما يعادل 4 طلبة سنهم أقل من 18 سنة.

- المستوى التعليمي: نجد أن أغلبية أفراد العينة طلبة ليسانس حيث قدرت نسبتهم 68%، في حين نجد 32% طلبة ماستر.

جاءت نتائج الجدول أعلاه بهذه الطريقة لكون العينة عمدية أي أن مفرداتها يجب أن تتوفر فيهم خاصية التعرض للبرامج الدينية.

الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى مشاهدة البرامج الدينية في التلفزيونية

النسبة	التكرار	مدى المشاهدة
%14	14	دائما
%18	18	غالبا
%59	59	أحيانا
%9	9	نادرا
%100	100	المجموع

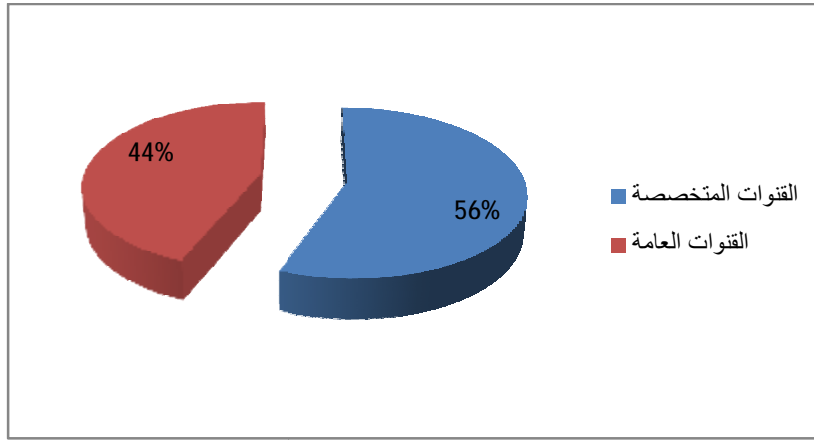


الشكل رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى مشاهدة البرامج الدينية في التلفزيونية

من خلال الجدول أعلاه يوضح مشاهدة البرامج الدينية في التلفزيون من طرف المبحوثين نلاحظ أن نسبة 59% ما يعادل 59 مفردة من الطلبة يشاهدونها أحيانا، في حين نجد أن نسبة 18% من أفراد العينة يشاهدونها غالبا، ونجد نسبة 14% يشاهدونها دائما، أما الذين يشاهدونها نادرا فنقدر نسبتهم بـ 9% ما يعادل 9 طلبة. ومن خلال ما تقدم يتضح لنا أن إجابة أغلبية المبحوثين كانت "أحيانا"، وهذا راجع إلى ظروف الطلبة الذين يقضون وقتا طويلا في الدراسة بالإضافة إلى وجود وسائل أخرى لتلقي البرامج الدينية.

الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة على نوع قناة مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية

النسبة	التكرار	قناة المشاهدة
56%	56	القنوات المتخصصة
44%	44	القنوات العامة
100%	100	المجموع



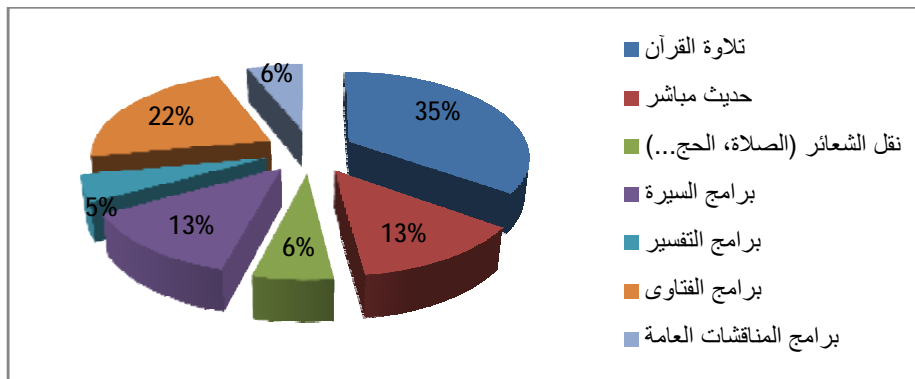
الشكل رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة على نوع قناة مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ نسبة 56% من عينة الدراسة يشاهدون البرامج التلفزيونية الدينية في القنوات المتخصصة، في حين نجد أن نسبة 44% من الطلبة يشاهدون البرامج التلفزيونية الدينية في القنوات العامة. ويرجع السبب في ذلك إلى أن أغلبية أفراد العينة لهم علاقة وطيدة بالبرامج التلفزيونية الدينية من حيث مضامينها ونصائحها التي تجعل الطالب أكثر انجذاب إليها.

وذلك راجع أن القنوات العامة تتناول بعض من الحصص الدينية فقط، على عكس القنوات المتخصصة الدينية التي يكون بثها كاملاً متمحوراً على الحصص الدينية فقط.

الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب نوع البرامج التلفزيونية الدينية المفضلة

النسبة	التكرار	البرامج المفضلة
35%	35	تلاوة القرآن
13%	13	حديث مباشر
6%	6	نقل الشعائر (الصلاة، الحج...)
13%	13	برامج السيرة
5%	5	برامج التفسير
22%	22	برامج الفتاوى
6%	6	برامج المناقشات العامة
100%	100	المجموع



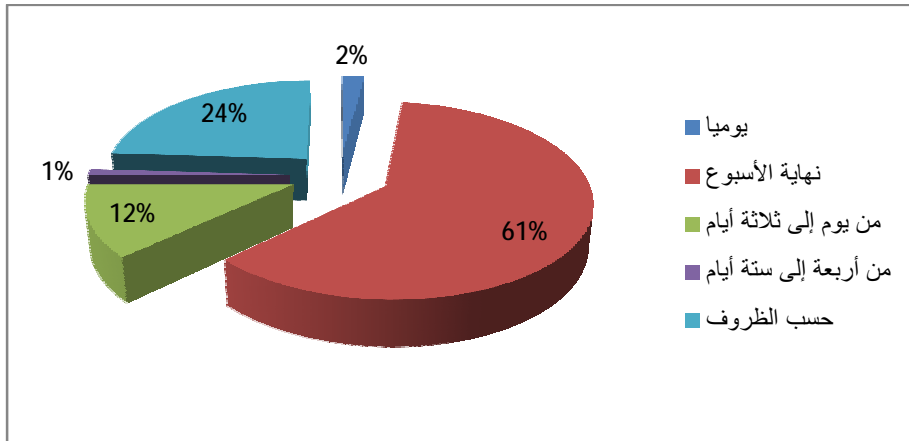
الشكل رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع البرامج التلفزيونية الدينية المفضلة

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 35% ما يعادل 35 مفردة من الطلبة الذين يفضلون تلاوة القرآن، في حين نجد أن نسبة 22% من أفراد العينة يفضلون برامج الفتاوى، ونلاحظ تساوي نسبة الطلبة الذين يفضلون حديث مباشر وبرامج السيرة حيث قدرت بـ 13% ما يعادل 13 طالب لكل منهما، وأيضا تساوي نسبة الطلبة الذين يفضلون نقل الشعائر، الصلاة، الحج، وبرامج المناقشات العامة حيث قدرت بـ 6% ما يعادل 6 طلبة لكل منهما، أما الذين يفضلون برامج التفسير فتقدر نسبتهم بـ 5% ما يعادل 5 طلبة.

ويتبين لنا من خلال ما تقدم أن برامج تلاوة القرآن احتلت المرتبة الأولى وذلك راجع إلى الحاجة لمعرفة الدين الإسلامي والتمسك به.

الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب أيام مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية

النسبة	التكرار	أيام المشاهدة
2%	2	يومية
61%	61	نهاية الأسبوع
12%	12	من يوم إلى ثلاثة أيام
1%	1	من أربعة إلى ستة أيام
24%	24	حسب الظروف
100%	100	المجموع



الشكل رقم (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب أيام مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية

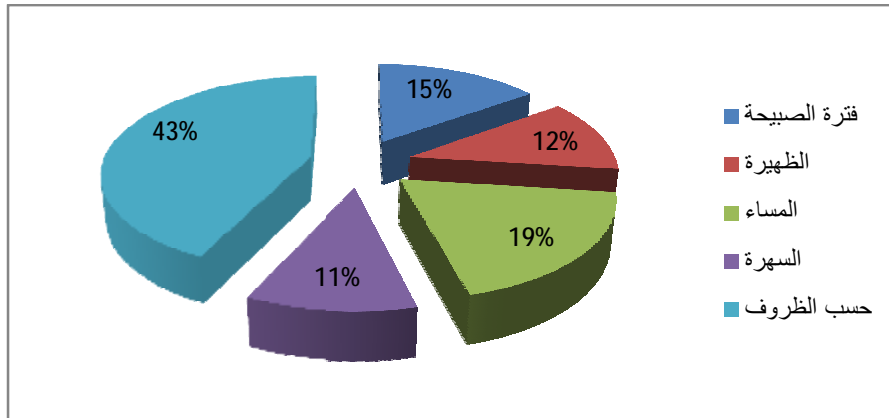
يتبين من خلال الجدول أعلاه نسبة 61% ما يعادل 61 مفردة من الطلبة يشاهدون البرامج التلفزيونية الدينية في نهاية الأسبوع، أما نسبة 24% يشاهدونها حسب الظروف، في حين نجد نسبة 12% أي 12 طالب يشاهدونها من يوم إلى ثلاثة أيام، ونسبة 2% ما يعادل مفردتين يشاهدونها يوميا، لتبقى نسبة 1% ما يعادل مفردة واحدة تشاهد من أربعة أيام إلى ستة أيام.

ويرجع ارتفاع نسبة مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية في نهاية الأسبوع إلى التزامات الدراسة التي تكون من بداية الأسبوع إلى نهايته، أما انخفاض نسبة مشاهدتها

يوميًا ومن أربعة أيام إلى ستة أيام راجع لارتباط أفراد العينة ببرامج معينة اعتادوا على مشاهدتها.

الجدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب فترة المشاهدة

النسبة	التكرار	فترات المشاهدة
%15	15	فترة الصبيحة
%12	12	الظهيرة
%19	19	المساء
%11	11	السهرة
%43	43	حسب الظروف
%100	100	المجموع



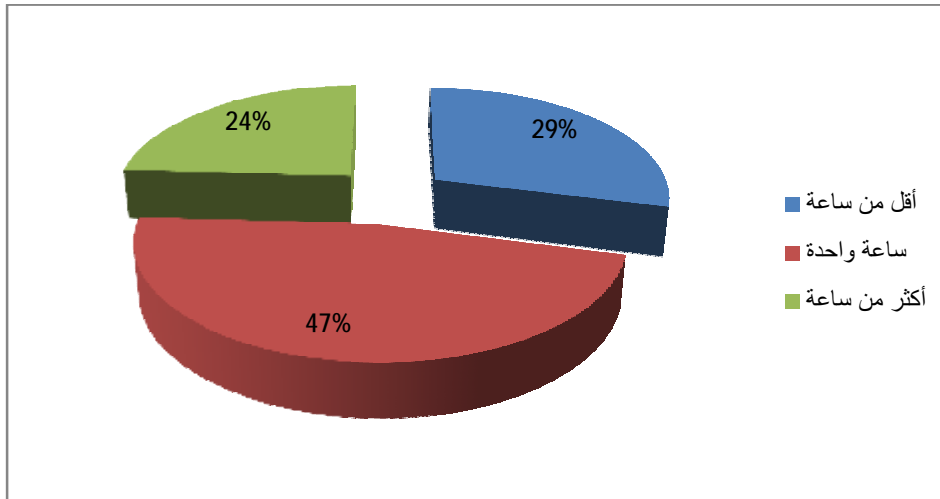
الشكل رقم (05): يمثل توزيع أفراد العينة حسب فترة المشاهدة

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (06) أن نسبة 43% من أفراد العينة يشاهدون البرامج التلفزيونية الدينية حسب الظروف، في حين نجد نسبة 19% يشاهدونها في المساء، ونسبة 15% يشاهدونها في الصباح، ونسبة مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية في الظهيرة 12% ما يعادل 12 طالب، لتبقى نسبة 11% ما يعادل 11 طالب يشاهدونها في السهرة.

من خلال ما تقدم نجد أن أوقات مشاهدة أفراد العينة للبرامج التلفزيونية الدينية تكون حسب الظروف، وهذا راجع إلى أن معظم أفراد العينة في الفترة الصباحية وفترة ما بعد الظهر اعتادوا على مشاهدة برنامج معين أو لديهم وقت فراغ.

الجدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوقت الذي يقضونه في مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية

النسبة	التكرار	الوقت
29%	29	أقل من ساعة
47%	47	ساعة واحدة
24%	24	أكثر من ساعة
100%	100	المجموع



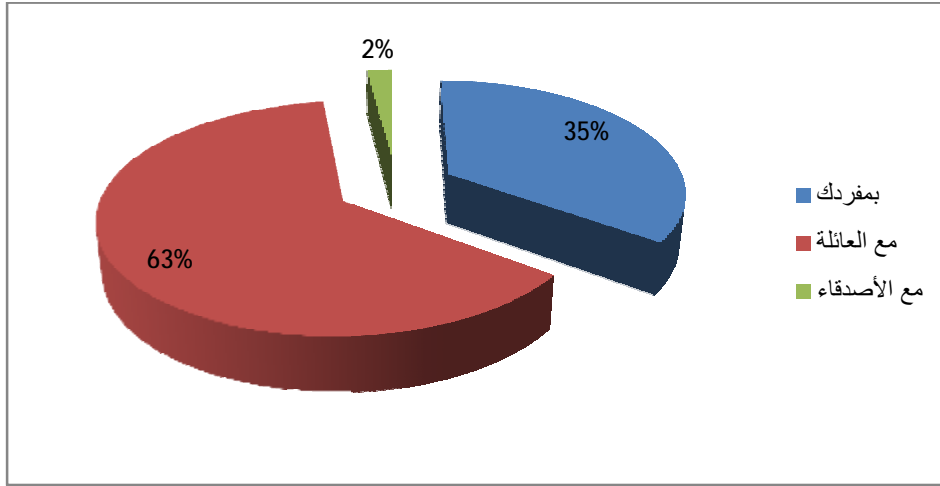
الشكل رقم (07): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوقت الذي يقضونه في مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية

نلاحظ من خلال الجدول رقم (07) أن نسبة 47% ما يعادل 47 مفردة من الطلبة يشاهدون البرامج التلفزيونية الدينية ساعة واحدة، في حين نجد 29% من الطلبة يشاهدونها أقل من ساعة، لتبقى 24% يشاهدون البرامج التلفزيونية الدينية أكثر من ساعة.

والسبب في ذلك راجع إلى اختلاف ظروف أفراد العينة.

الجدول رقم (08): يوضح توزيع الطلبة من خلال كيفية مشاهدتهم للبرامج التلفزيونية الدينية

النسبة	التكرار	كيفية المشاهدة
35%	35	بمفردك
63%	63	مع العائلة
2%	2	مع الأصدقاء
100%	100	المجموع

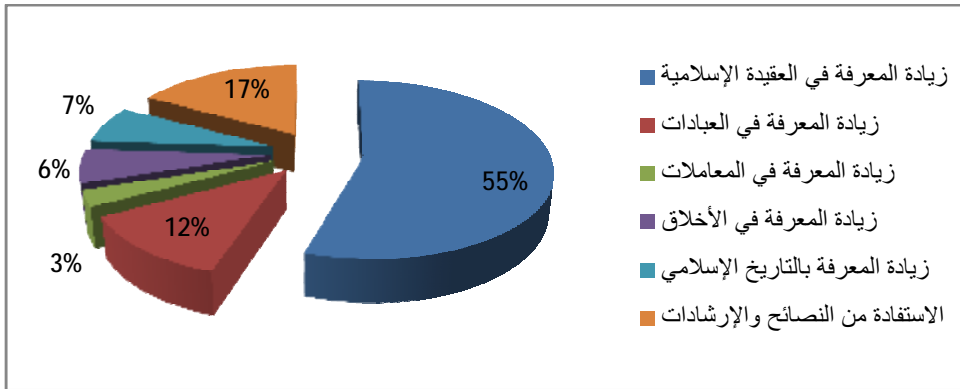


الشكل رقم (07): يمثل توزيع الطلبة من خلال كيفية مشاهدتهم للبرامج التلفزيونية الدينية

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08) أن نسبة 63% ما يعادل 63 مفردة من الطلبة يشاهدون البرامج التلفزيونية الدينية مع العائلة، في حين نجد أن نسبة 35% من الطلبة يشاهدونها بمفردهم، لتبقى نسبة 2% ما يعادل مفردتين يشاهدونها مع الأصدقاء. من خلال ما تقدم يتضح لنا أن النسبة الأعلى للمشاهدة كانت مع العائلة وذلك راجع إلى نوعية البرامج التي تقدمها باعتبار أنها برامج عائلية دينية تساعد في الاستفادة من مواضيعها.

الجدول رقم (09): يوضح توزيع أفراد العينة حسب دوافعهم نحو مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية (دوافع منفعية)

النسبة	التكرار	دوافع المشاهدة
55%	55	زيادة المعرفة في العقيدة الإسلامية
12%	12	زيادة المعرفة في العبادات
3%	3	زيادة المعرفة في المعاملات
6%	6	زيادة المعرفة في الأخلاق
7%	7	زيادة المعرفة بالتاريخ الإسلامي
17%	17	الاستفادة من النصائح
100%	100	المجموع



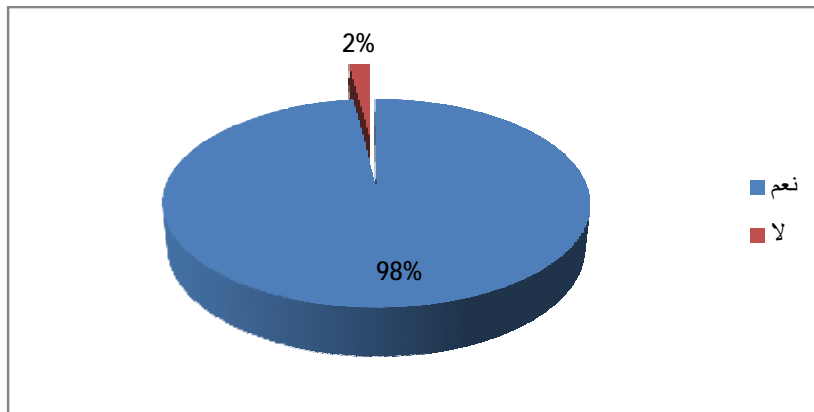
الشكل رقم (9): يمثل توزيع أفراد العينة حسب دوافعهم نحو مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية (دوافع منفعية)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (09) أن نسبة 55% ما يعادل 55 مفردة من الطلبة كانت إجابتهم زيادة المعرفة في العقيدة الإسلامية، في حين نجد أن نسبة 17% من أفراد العينة كانت إجابتهم الاستفادة من النصائح والإرشادات، ونسبة 12% كانت إجابتهم زيادة المعرفة في العبادات، لتأتي بعدها نسبة 7% كانت إجابتهم زيادة المعرفة بالتاريخ الإسلامي، وتليها زيادة المعرفة في الأخلاق بنسبة 6% ما يعادل 6 طلبة، لتأتي في الأخير نسبة 3% ما يعادل 3 طلبة إجابتهم زيادة المعرفة في المعاملات.

ومن خلال ما تقدم لنا نستخلص أن أغلبية أفراد العينة اختارت زيادة المعرفة في مجالات مختلفة، ومعنى ذلك أن هذه البرامج تزيد من الرصيد المعرفي للطلبة سواء الديني أو ما تعلق منه بالدين أو مواضيع الحياة العامة.

الجدول رقم (10): يوضح توزيع أفراد العينة حسب استفادتهم من البرامج التلفزيونية الدينية

النسبة	التكرار	الاستفادة من البرامج التلفزيونية الدينية
%98	98	نعم
%2	2	لا
%100	100	المجموع

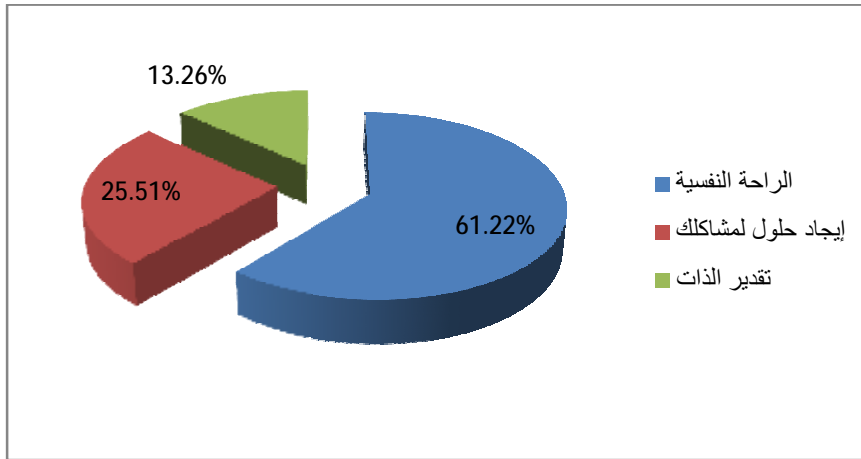


الشكل رقم (10): يمثل توزيع أفراد العينة حسب استفادتهم من البرامج التلفزيونية الدينية

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلبية المبحوثين كانت إجابتهم حول الاستفادة من البرامج التلفزيونية الدينية بنعم حيث قدرت نسبتهم %98 من أفراد العينة، في حين كانت الإجابة بلا نسبة %2 ما يعادل مفردتين أي طالبين، وذلك راجع إلى أن البرامج التلفزيونية الدينية لبت رغباتهم.

الجدول رقم (11): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مجال استفادتهم من البرامج التلفزيونية الدينية (إشباعات العملية)

النسبة	التكرار	مجال الاستفادة
%61.22	60	الراحة النفسية
%25.51	25	إيجاد حلول للمشاكل
%13.26	13	تقدير الذات
%100	98	المجموع



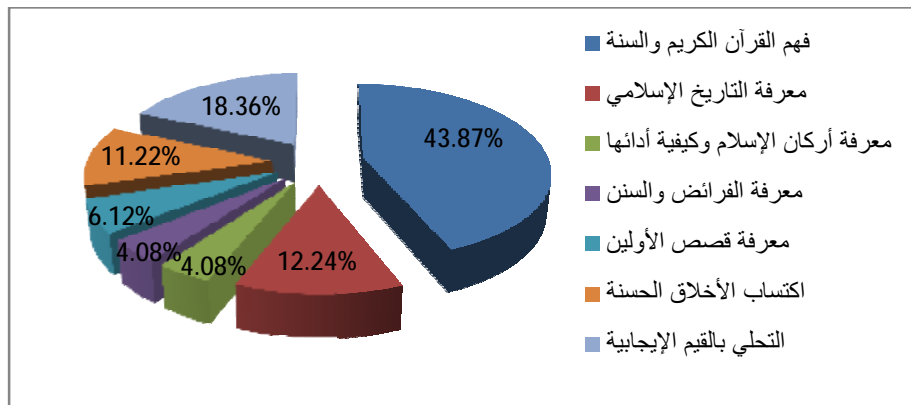
الشكل رقم (11): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مجال استفادتهم من البرامج التلفزيونية الدينية (إشباعات العملية)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) أن أكثر من نصف العينة أي 61.22% من عينة الطلبة كان مجال استفادتهم من البرامج التلفزيونية الدينية الراحة النفسية، في حين نجد أن نسبة 25.51% ما يعادل 25 طالب ومجال استفادتهم منها إيجاد حلول للمشاكل، لتبقى نسبة 13.26% ما يعادل 13 طالب مجال استفادتهم تقدير الذات.

ومما سبق نجد أن مجال الراحة النفسية أخذ أكبر نسبة من أفراد العينة وهذا يدل على الشعور بالاطمئنان عند مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية (تلاوة القرآن، البرامج التي تقدم عبر، النصائح...).

الجدول رقم (12): يوضح توزيع أفراد العينة حسب أوجه استفادتهم من البرامج التلفزيونية الدينية (إشباعات المحتوى)

النسبة	التكرار	أوجه الاستفادة
43.87%	43	فهم القرآن الكريم والسنة
12.24%	12	معرفة التاريخ الإسلامي
4.08%	4	معرفة أركان الإسلام وكيفية أدائها
4.08%	4	معرفة الفرائض والسنن
6.12%	6	معرفة قصص الأولين
11.22%	11	اكتساب الأخلاق الحسنة
18.36%	18	التحلي بالقيم الإيجابية
100%	100	المجموع

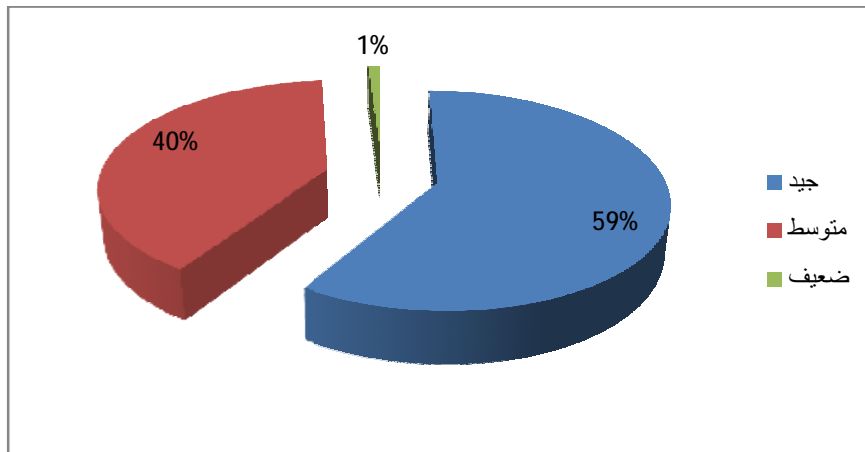


الشكل رقم (12): يمثل توزيع أفراد العينة حسب أوجه استفادتهم من البرامج التلفزيونية الدينية (إشباعات المحتوى) يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة 43.87% من الطلبة كانت إجابتهم فهم القرآن الكريم والسنة، في حين نجد أن نسبة 18.36% من أفراد العينة كانت إجابتهم التحلي بالقيم الإيجابية، ونسبة 12.24% إجابتهم معرفة التاريخ الإسلامي، لتأتي بعدها نسبة 11.22% ما يعادل 11 طالب إجابتهم اكتساب الأخلاق الحسنة، لتليها نسبة 6.12% من الطلبة كانت إجابتهم معرفة قصص الأولين، وفي الأخير تتساوى النسب من خلال معرفة أركان الإسلام وكيفية أدائها ومعرفة الفرائض والسنن حيث بـ 4.08% ما يعادل 4 طلبة لكل منهم.

ومما سبق نجد أن معظم الطلبة كانت أوجه استفادتهم من البرامج التلفزيونية الدينية فهم القرآن الكريم والسنة، وذلك راجع إلى أن الطلبة يحبون الاطلاع ومعرفة السنة التي يجب إتباعها.

الجدول رقم (13): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى تعزيز البرامج التلفزيونية الدينية قيمهم الإيجابية

النسبة	التكرار	مدى تعزيز البرامج التلفزيونية الدينية قيمهم الإيجابية
59%	59	جيد
40%	40	متوسط
1%	1	ضعيف
100%	100	المجموع



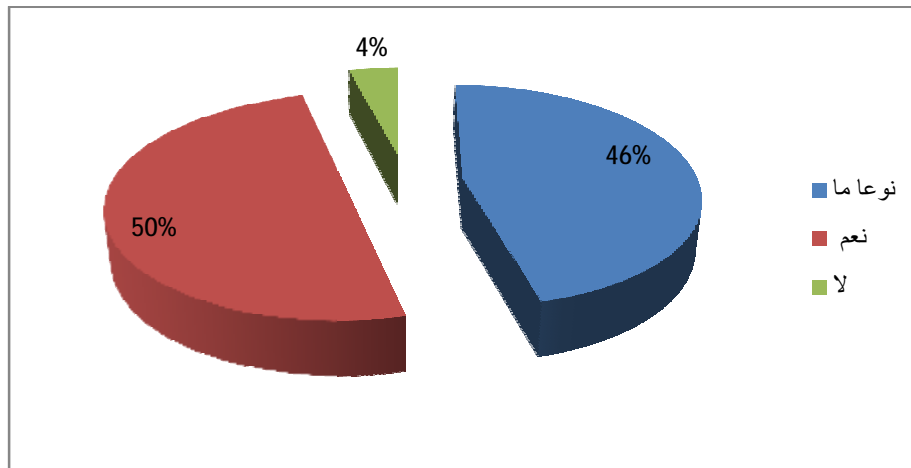
الشكل رقم (13): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى تعزيز البرامج التلفزيونية الدينية قيمهم الإيجابية

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 59% من أفراد العينة عززت البرامج التلفزيونية الدينية قيمهم الإيجابية بشكل جيد، في حين نجد أن نسبة 40% عززت قيمهم الإيجابية بشكل متوسط، لتبقى في الأخير نسبة 1% ما يعادل مفردة واحدة بشكل ضعيف.

ومما سبق نستخلص أن معظم الطلبة كان لهم انسجام تام بما تبثه وتحت عليه البرامج التلفزيونية الدينية وهذا يدل على كثرة مشاهدتها.

الجدول رقم (14): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى تغيير البرامج التلفزيونية الدينية قيمهم السلبية

النسبة	التكرار	مدى تغيير البرامج التلفزيونية الدينية قيمهم السلبية
%46	46	نوعا ما
%50	50	نعم
%4	4	لا
%100	100	المجموع

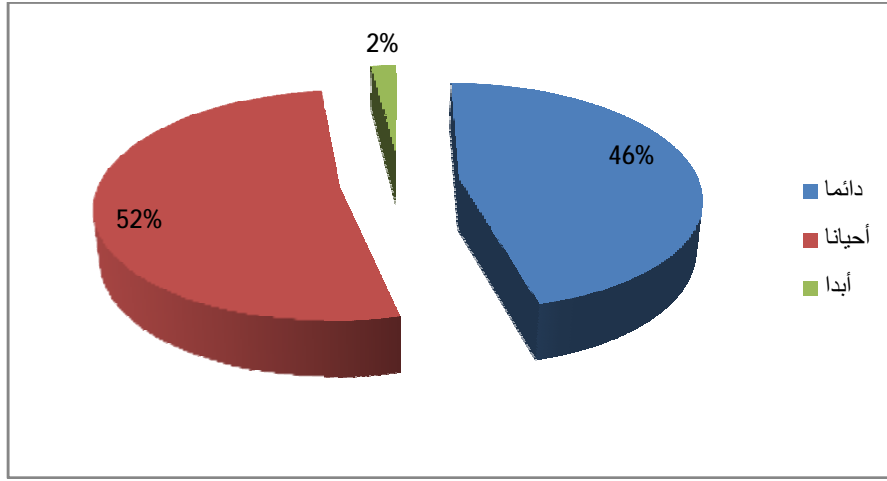


الشكل رقم (14): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى تغيير البرامج التلفزيونية الدينية قيمهم السلبية

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (14) أن نصف العينة أي 50% من عينة الطلبة كانت إجابتهم في تغيير البرامج التلفزيونية الدينية قيمهم السلبية نوعا ما، في حين نجد أن نسبة 46% من الطلبة كانت إجابتهم نعم، لتبقى نسبة 4% نحوها إجابتهم لا، ويتبين لنا أن معظم الطلبة تحلوا ويتقيدوا بالأفكار التي تبثها البرامج التلفزيونية الدينية.

الجدول رقم (15): يوضح توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول تجسيد القيم الإسلامية في البرامج التلفزيونية الدينية

النسبة	التكرار	الرأي
46%	46	دائما
52%	52	أحيانا
2%	2	أبدا
100%	100	المجموع



الشكل رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول تجسيد القيم الإسلامية في البرامج التلفزيونية الدينية

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل رأي الطلبة حول تجسيد القيم الإسلامية في البرامج التلفزيونية الدينية أن أكثر من نصف العينة أي 52% من عينة الطلبة كانت إجابتهم أحيانا، في حين نجد نسبة 46% كانت إجابتهم دائما، بينما أجاب 2% من العينة بأن البرامج التلفزيونية الدينية لا تتجسد فيها القيم الإسلامية.

ونستخلص مما سبق أن نسبة كبيرة من الطلبة يرون أن هذه البرامج تتجسد فيها

القيم الإسلامية.

الجدول رقم (16): يوضح مدى ارتباط الشباب الجامعي بالقيم جراء مشاهدته للبرامج التلفزيونية الدينية

معارض		محايد		موافق		القيم	
%	ت	%	ت	%	ت		
%2	2	%13	13	%85	85	الإيمان	القيم الدينية
%3	3	%44	44	%53	53	التدين	
%3	3	%16	16	%81	81	حسن الأخلاق	
%2	2	%32	32	%66	66	التقوى	
%2	2	%27	27	%71	71	الصبر	
%2	2	%30	30	%68	68	الشكر	
%2	2	%13	13	%85	85	بر الوالدين	القيم الاجتماعية
%3	3	%21	21	%76	76	صلة الرحم	
%2	2	%34	34	%64	64	التكافل الاجتماعي	
%5	5	%24	24	%71	71	الاحترام	
%1	1	%30	30	%69	69	الرحمة	
%3	3	%35	35	%62	62	العطف	
%4	4	%32	32	%64	64	التماسك الأسري	القيم الاقتصادية
%10	10	%38	38	%52	52	حسن التدبير	
%13	13	%41	41	%46	46	ترشيد الاستهلاك	
%9	9	%26	26	%65	65	عدم الغش	القيم السياسية
%4	4	%25	25	%71	71	العدل	
%4	4	%27	27	%69	69	تحمل المسؤولية	
%14	14	%40	40	%46	46	الميل للقيادة	القيم العلمية
%8	8	%28	28	%64	64	الطموح العلمي	
%8	8	%23	23	%69	69	التسامح الفكري	
%4	4	%29	29	%67	67	تحصيل العلم	القيم الجمالية
%12	12	%46	46	%42	42	الحس الفني	
%13	13	%38	38	%49	49	تقدير الجمال	

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (16) الذي يوضح مدى ارتباط الشباب الجامعي بالقيم جراء مشاهدته للبرامج التلفزيونية الدينية من حيث:

الموافقة:

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية فئة الجامعيين أبدت موافقتها حول مجمل القيم وبنسب عالية، فنجد قيمة الإيمان وبر الوالدين تتساوى بنسبة 85% من أفراد العينة وهي أعلى نسبة، في حين نجد أن نسبة 81% من الطلبة وافقوا على قيمة حسن الأخلاق، لتليها نسبة 76% ما يعادل 76 طالب وافقوا على صلة الرحم، لتتساوى بعدها النسب من خلال قيمة الصبر والاحترام و العدل حيث قدرت نسبتهم 71% من الطلبة لكل منهم، وأيضا تساوي النسب من خلال قيمة الرحمة وتحمل المسؤولية والتسامح الفكري حيث قدرت بـ 69% من أفراد العينة لكل منهم، لتليها نسبة 68% من الطلبة وافقوا على قيمة الشكر، ونسبة 67% وافقوا على تحصيل العلم، ونسبة 66% وافقوا على قيمة التقوى وعدم الغش وافقوا عليها 65% من الطلبة، لتتساوى بعدها النسب الخاصة بقيمتي التكافل الاجتماعي والتماسك الأسري بنسبة تقدر 64% لكليهما، لتليها نسبة 53% وافقت على قيمة التدين، ونسبة 52% من الطلبة وافقوا على حسن التدبير، 49% وافقوا على قيمة تقدير الجمال، لتتساوى بعدها النسب الخاصة بقيمة ترشيد الاستهلاك والميل للقيادة حيث قدرت نسبتهم 46% من أفراد العينة لكليهما، لتبقى نسبة 42% وافقوا على قيمة الحس الفني.

المحايدة:

أما أفراد العينة الذين كانوا محايدين مع القيم نجد نسبة 46% من الطلبة محايدين مع الحس الفني، في حين نجد الطلبة المحايدين مع قيمة التدين 44% ونسبة 41% مع ترشيد الاستهلاك، لتليها نسبة 40% من أفراد العينة محايدين مع قيمة الميل للقيادة، لتتساوى بعدها النسب في محايدة حسن التدبير وتقدير الجمال بنسبة 38% من الطلبة لكليهما، لتأتي بعدها محايدة قيمة العطف بنسبة 35%، ونسبة 34% من الطلبة محايدين للتكافل الاجتماعي، وتتساوى أيضا النسب في محايدة قيمة التقوى والتماسك الأسري حيث قدرت بـ 32% من الطلبة لكليهما، وأيضا تساوي النسب من خلال محايدة قيمة الشكر والرحمة بنسبة 30% لكليهما، لتليها نسبة 29% من أفراد العينة

يحايدون قيمة تحصيل العلم، ونسبة 28% الطموح العلمي، وبعدها تتساوى النسب من خلال الطلبة الذين يحايدون قيمة الصبر وتحمل المسؤولية بنسبة 27% لكليهما، لتأتي بعدها نسبة 26% يحايدون قيمة عدم الغش ونسبة 25% يحايدون العدل ونسبة 24% يحايدون الاحترام لتليها نسبة 23% يحايدون التسامح الفكري، ونسبة الطلبة الذين يحايدون قيمة صلة الرحم 21%، و16% يحايدون حسن الأخلاق، لتتساوى في الأخير النسب من خلال قيمة الإيمان وبر الوالدين حيث قدرت بـ 13% من أفراد العينة لكليهما.

المعارضة:

كانت إجابات الطلبة المعارضة ضئيلة مقارنة بنسب الموافقة أو الحياد فنجد أن أبرز النسب:

نلاحظ أن أعلى نسبة كانت في معارضة الطلبة لقيمة الميل للقيادة قدرت بـ 14% أي 14 طالب، لتتساوى بعدها النسب من خلال معارضة قيمة ترشيد الاستهلاك وتقدير الجمال حيث قدرت بـ 13% لكليهما، لتليها نسبة 12% من الطلبة الذين يعارضون الحس الفني تماما.

بمقارنة النسب بين تصنيفات القيم إجمالاً نجد أن القيم الدينية كانت الإجابات الموافقة على الارتباط أكثر ارتفاعاً مقارنة بالقيم الأخرى التي تتقارب نسبها بين الموافقة والحياد، وهذا راجع إلى طبيعة البرنامج في حد ذاته (ديني).
ومما سبق نستنتج أن أغلبية الطلبة كانوا موافقين على أن البرامج التلفزيونية الدينية ساعدتهم على الارتباط بهذه القيم خاصة قيمة الإيمان وبر الوالدين، وهذا يدل على أن هذه البرامج لها تأثير إيجابي على قيم الشباب الجامعي.

نتائج الدراسة:

- بعد تحليلنا للبيانات المتحصل عليها توصلنا إلى النتائج التالية:
- أن معظم أفراد العينة يشاهدون البرامج التلفزيونية الدينية من حين لآخر حيث قدرت نسبتهم بـ 59%.
 - أكثر من نصف عينة الدراسة أي 56% من الطلبة يشاهدون البرامج التلفزيونية الدينية في القنوات المتخصصة.
 - صدارة تلاوة القرآن في ترتيب البرامج المفضلة بنسبة 35% وذلك راجع إلى حب الطلبة للدين الإسلامي، وتساوي في النسب بين أفراد العينة من خلال نوع البرامج التلفزيونية الدينية المفضلة لكل من حديث مباشر وبرامج السيرة بنسبة 13% من الطلبة لكليهما، وأيضاً تساوي نسبة الطلبة الذين يفضلون نقل الشعائر، الصلاة، الحج وبرامج المناقشات العامة بنسبة 6% لكليهما.
 - أفراد العينة يشاهدون البرامج التلفزيونية الدينية في نهاية الأسبوع حيث قدرت نسبتهم 61% وذلك راجع إلى انشغالهم بالدراسة وعدم وجود وقت كافي.
 - نسبة 43% من أفراد العينة يشاهدون البرامج التلفزيونية الدينية حسب الظروف.
 - نسبة 47% من الطلبة يشاهدون البرامج التلفزيونية الدينية ساعة واحدة، ونسبة 24% يشاهدونها أكثر من ساعة.
 - 63% من الطلبة يشاهدون البرامج التلفزيونية الدينية مع العائلة وذلك لنوعية البرامج المقدمة باعتبارها برامج عائلية دينية.
 - دوافع مشاهدة أغلبية الطلبة للبرامج التلفزيونية الدينية كانت تعزيز الجانب الإيماني بـ 43%، وأيضاً زيادة المعرفة في العقيدة الإسلامية بنسبة 55%.
 - معظم أفراد العينة يستفيدون من البرامج التلفزيونية الدينية حيث قدرت نسبتهم بـ 98%، ومجال استفادتهم منها الراحة النفسية بنسبة 62% وهذا راجع إلى الشعور بالاطمئنان عند مشاهدتها، وكذلك من جانب آخر فهم القرآن الكريم والسنة بنسبة 44%، التحلي بالقيم الإيجابية بنسبة 19%.
 - نرى أن أغلبية الطلبة عززت البرامج التلفزيونية الدينية قيمهم الإيجابية بشكل جيد وذلك بنسبة 59%، في حين نجد أن نسبة 1% عززتها بشكل ضعيف.

-
- نصف عينة الدراسة أي 50% من الطلبة استطاعت البرامج التلفزيونية الدينية أن تغير في قيمهم السلبية نوعاً ما، ونسبة 46% من أفراد العينة غيرت قيمهم السلبية تماماً.
 - أغلبية الطلبة كانت إجاباتهم حول رأيهم حول تجسيد القيم الإسلامية في البرامج التلفزيونية الدينية أحياناً حيث قدرت نسبتهم بـ 52%.
 - نستنتج في الأخير أن البرامج التلفزيونية الدينية لها تأثير إيجابي على قيم الشباب الجامعي، حيث استطاعت جذب أكبر عدد من الطلبة وجعله يتحلى بقيم صحيحة.

حائمه

خاتمة:

لقد توصلنا في دراستنا هذه إلى أن البرامج التلفزيونية الدينية في تشكيل القيم لدى الشباب الجامعي المدروس كان عاملا مهما، مما يدل على أهمية البرامج التلفزيونية الدينية في صياغة بعض الجوانب في حياة الشباب وخاصة قيمه، لما لها من أهمية بالغة بالنسبة له، حيث تبين لنا من خلال هذا العرض البسيط أن البرامج التلفزيونية الدينية تعد من أهم البرامج التي استحوذت على حيز كبير من اهتمام الشباب الجامعي، الذين أصبحوا يعتمدون عليها في حياتهم اليومية بطريقة واضحة، كون البرامج التلفزيونية الدينية تهتم بالقيم التي من شأنها أن ترعى الشباب الجامعي رعاية سليمة وتضمن لهم توازن شخصيتهم وتبعدهم عن الانحراف وذلك من خلال التحلي بالقيم الإيجابية المستمدة من الدين الإسلامي، والتخلي عن القيم السلبية المنافية للدين الإسلامي.



قائمة المسامير والأهرامات

قائمة المصادر والمراجع:

القرآن الكريم:

القواميس والمعاجم:

1. ابن منظور، لسان العرب، مج1، دط، مصر: دار المعارف، لبنان، 1976.
2. مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ط4، دب: مكتبة الشروق الدولية، 2004.
3. الفار محمد جمال، المعجم الإعلامي، ط1، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2006.

المراجع:

1. إسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003.
2. بحوش عمار، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط2، الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1990.
3. بن مرسلني أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
4. بيضون عزت شرارة وآخرون، الشباب العربي ورؤى المستقبل، ط1، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، 2006.
5. بيومي خليل محمد محمد، التربية وجودة الشباب العربي في عصر العولمة، دط، مصر: المكتب الجامعي الحديث، 2001.
6. الحسن عيسى محمود، الإذاعة والبرامج الجماهيرية، دط، العراق: دار زهران للنشر والتوزيع، 2009.
7. الخلفي طارق سيد أحمد، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دط، مصر: دار المعرفة الجامعية، 2005.

8. خضرة عمار المفليح، إتصال المهارات والنظريات والأسس، (ط1، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2015)
9. دويدري رجاء وحيد، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية، ط1، سورية: دار الفكر، 2002.
10. رحالي صليحة، القيم الدينية والسلوك المنضبط، دط، الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2011.
11. زرواتي رشيد، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، الجزائر: دار هومة، 2002.
12. زرواتي رشيد، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، الجزائر: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، 2007.
13. سيد سليمان عبد الرحمن، البحث العلمي، خطوات ومهارات، ط1، مصر: عالم الكتب، 2009.
14. السيد محمد عبد البديع، أثر القنوات الفضائية على القيم الأسرية، ط1، مصر: العربي للنشر والتوزيع، 2009.
15. شروخ صلاح الدين، منهجية البحث العلمي للجامعيين، دط، الجزائر: دار العلوم للنشر والتوزيع.
16. الطبيب مولود زايد، علم الاجتماع السياسي، ط1، ليبيا: منشورات جامعة السابع من أبريل، 2007.
17. العادلي مرزوق عبد الحكيم، الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والإشباع، ط1، مصر: دار الفجر، 2004.
18. عبد الحميد محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، مصر: عالم الكتب، 2004.

19. عبد الحميد محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، القاهرة: عالم الكتب، نشر، توزيع، طباعة، 2004.
20. عبد الرحيم أسامة، القيم التربوية في صحافة الأطفال، ط1، مصر: إيتراك للنشر والتوزيع، 2005.
21. عبد المؤمن علي معمر، البحث في العلوم الاجتماعية، الوجيز في الأساسيات والمناهج والتقنيات، ط1، ليبيا: منشورات جامعة 7 أكتوبر، 2008.
22. قطوش سامية، الشباب والحياة الأسرية، دط، الجزائر: دار الخلدونية، 2017.
23. كبارة أسامة ضافر، برامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للأطفال، ط1، لبنان: دار النهضة العربية، 2003.
24. كشيك منى، القيم الغائبة في الإعلام، دط، دب: فرحة للنشر والتوزيع، 2003.
25. متولي أمال سعد، مبادئ الاتصال بالجمهور ونظرياته، ط1، جامعة المنصورة، دار ومكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع، 2007.
26. مرفت الطرايوشي وعبد العزيز السيد، نظرية الاتصال، (د.ط، مصر: دار النهضة العربية)
27. مزيان محمد، القيم والاتجاهات في عالم الإعلام والاتصال، ط1، دب: مؤسسة لالة سكيينة للطباعة والنشر، 2007.
28. المعاينة خليل عبد الرحمن، علم النفس الاجتماعي، ط2، مصر: دار الفكر، 2007.
29. مكاوي حسن عماد ولىلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998.
30. مكاوي حسن عماد ولىلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2001.

31. مكي مصطفى، البحث العلمي آدابه وقواعده ومناهجه، دط. الجزائر: دار هومة، 2013.

32. نصر الدين جابر ولوكيا الهاشمي، مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي، ط2، الجزائر: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، 2006.

الرسائل الجامعية:

1. بومعيزة السعيد، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، جامعة الجزائر: رسالة دكتوراه غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، 2005-2006.

2. رزيق سامية، البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة برنامج ما وراء الجدران " قناة النهار أنموذجا"، تبسة: جامعة العربي التبسي، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع، 2015-2016.

3. شندرالي عز الدين ومباركي إبتسام، الإعلام الجديد وتأثيره على القيم الدينية لدى الشباب الجزائري "في ضوء نظرية الحتمية القمية في الإعلام"، المدينة: جامعة الدكتور يحي فارس، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، 2013-2014.

4. زين صباح، تأثير البرامج التلفزيونية على القيم الاجتماعية للشباب "الدراما التركية أنموذجا"، الوادي: جامعة الشهيد حمه لخضر، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر تخصص علم الاجتماع والاتصال، 2014-2015.

5. الصاعدي فائزة بنت حميدان، إسهام بعض البرامج الدينية في قناة المجد الفضائية في تحقيق أهداف التربية الإسلامية، جامعة أم القرى بمكة المكرمة، بحث مكمل لنيل درجة الماجستير، 1428-1429هـ.

المجلات:

1. عبيد حاتم بديوي، البرامج الدينية الإسلامية في إذاعة الفراتين، العراق: مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، مج 21، عدد 3، 2013.
2. ميهوبي فوزي، اتجاهات الشباب الجامعي نحو المواطنة، دب: مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 14 مارس 2014.
3. مهدي كاظم زوين الذبحاوي، مدى سريان أثر العقد للدائن العادي، العراق: مجلة جامعة بابل، 2005.

المواقع الإلكترونية:

1. شوري أحمد حمدي، اتجاهات الشباب الجامعي نحو برامج تنمية المجتمع المحلي في ضوء الأهداف الإنمائية للألفية الثالثة، ملخص بحث دكتوراه في التنمية والتخطيط، 2006-2007، متوفرة على الرابط: <https://www.com/vp/showthread.php?=9238; 15/02/2018>
2. نجم طه، نظرية الاستخدامات والإشباعات، الثلاثاء 29 نوفمبر 2011، متوفرة على الرابط: <http://drtahanegm.bohspost.com/2011/11/blog-post-6558.html>; 22/03/2018

أَلَمْ يَلْحَقْ

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

■ استثمارة استبيان ■

هذه الاستثمارة تدرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تحت عنوان:

التعرض للبرامج الدينية وأثرها على القيم لدى الشباب الجامعي

دراسة ميدانية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة

نرجو منكم ملئ الاستثمارة بعناية، بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة فيما يتعلق بالأسئلة المطروحة والإجابات المقترحة، مع العلم أن المعلومات التي ستدلون بها من خلال هذه الاستثمارة لن تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي فقط.

إشراف الأستاذة:

من إعداد:

نايلي سهيلة

- إلهام مهدي

- نجلة رقيق

السنة الجامعية: 2017-2018

I-المحور الأول : عادات وأنماط مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية

1- هل تشاهد البرامج الدينية في التلفزيون ؟

دائماً غالبا أحيانا نادرا

2- هل تشاهد البرامج التلفزيونية الدينية في :

القنوات العامة

القنوات المتخصصة (الدينية)

3- ما نوع البرامج التلفزيونية الدينية التي تفضلها ؟

تلاوة القران

حديث مباشر

نقل الشعائر (الصلاة ، الحج)

برامج السيرة

برامج التفسير

برامج الفتاوى

برامج المناقشات والندوات العامة

أخرى أذكرها

4- ما هي الأيام التي تفضلها لمشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية ؟

يومياً نهاية الأسبوع من يوم إلى ثلاثة أيام

من أربعة أيام إلى ستة أيام حسب الظروف

5- ما هي الفترة التي تشاهد فيها البرامج التلفزيونية الدينية ؟

فترة الصبيحة الظهرية المساء

السهرة حسب الظروف

6- ما هو الوقت الذي تقضيه في مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية ؟

أقل من ساعة ساعة واحدة أكثر من ساعة

7- كيف تشاهد البرامج التلفزيونية الدينية ؟

بمفردك مع العائلة مع الأصدقاء

II-المحور الثاني : استخدامات الشباب الجامعي للبرامج التلفزيونية الدينية

8- ما هي دوافعك نحو مشاهدة البرامج التلفزيونية الدينية ؟

زيادة المعرفة في العقيدة الإسلامية

زيادة المعرفة في العبادات

زيادة المعرفة في المعاملات

زيادة المعرفة في الأخلاق

زيادة المعرفة بالتاريخ الإسلامي

الاستفادة من النصائح والإرشادات

III-المحور الثالث: الإشباعات المحققة للشباب الجامعي من البرامج التلفزيونية الدينية

9- هل تستفيد من البرامج التلفزيونية الدينية ؟

نعم لا

في حالة الإجابة بنعم :

.....

10- هل كانت استفادتك من هذه البرامج في مجال :

الراحة النفسية

إيجاد حلول لمشاكلك

تقدير الذات

11- ما هي أوجه استفادتك من هذه البرامج ؟

فهم القرآن الكريم والسنة

<input type="checkbox"/>	معرفة التاريخ الإسلامي
<input type="checkbox"/>	معرفة أركان الإسلام وكيفية أدائها
<input type="checkbox"/>	معرفة الفرائض والسنن الخاصة بأركان الإسلام
<input type="checkbox"/>	معرفة قصص الأولين وأخذ العبرة منها
<input type="checkbox"/>	اكتساب الأخلاق الحسنة
<input type="checkbox"/>	التحلي بالقيم الإيجابية

IV-المحور الرابع : آثار البرامج التلفزيونية الدينية على القيم

12- هل عززت البرامج التلفزيونية الدينية قيمك الإيجابية ؟

بشكل جيد متوسط ضعيف

كيف ذلك

13- هل غيرت البرامج التلفزيونية الدينية في بعض قيمك السلبية ؟

نعم نوعا ما لا

كيف ذلك

14- هل ترى أن البرامج التلفزيونية الدينية نجحت في تجسيد القيم الإسلامية ؟

دائماً أبداً أحيانا

15- هل توافق على أن تعرضك للبرامج التلفزيونية الدينية ساعدك على أن ترتبط بالقيم التالية؟

القيمة		المقياس		
		موافق	محايد	معارض
القيم الدينية	الإيمان			
	التدين			
	حسن الأخلاق			
	التقوى			
	الصبر			
	الشكر			

الملاحق

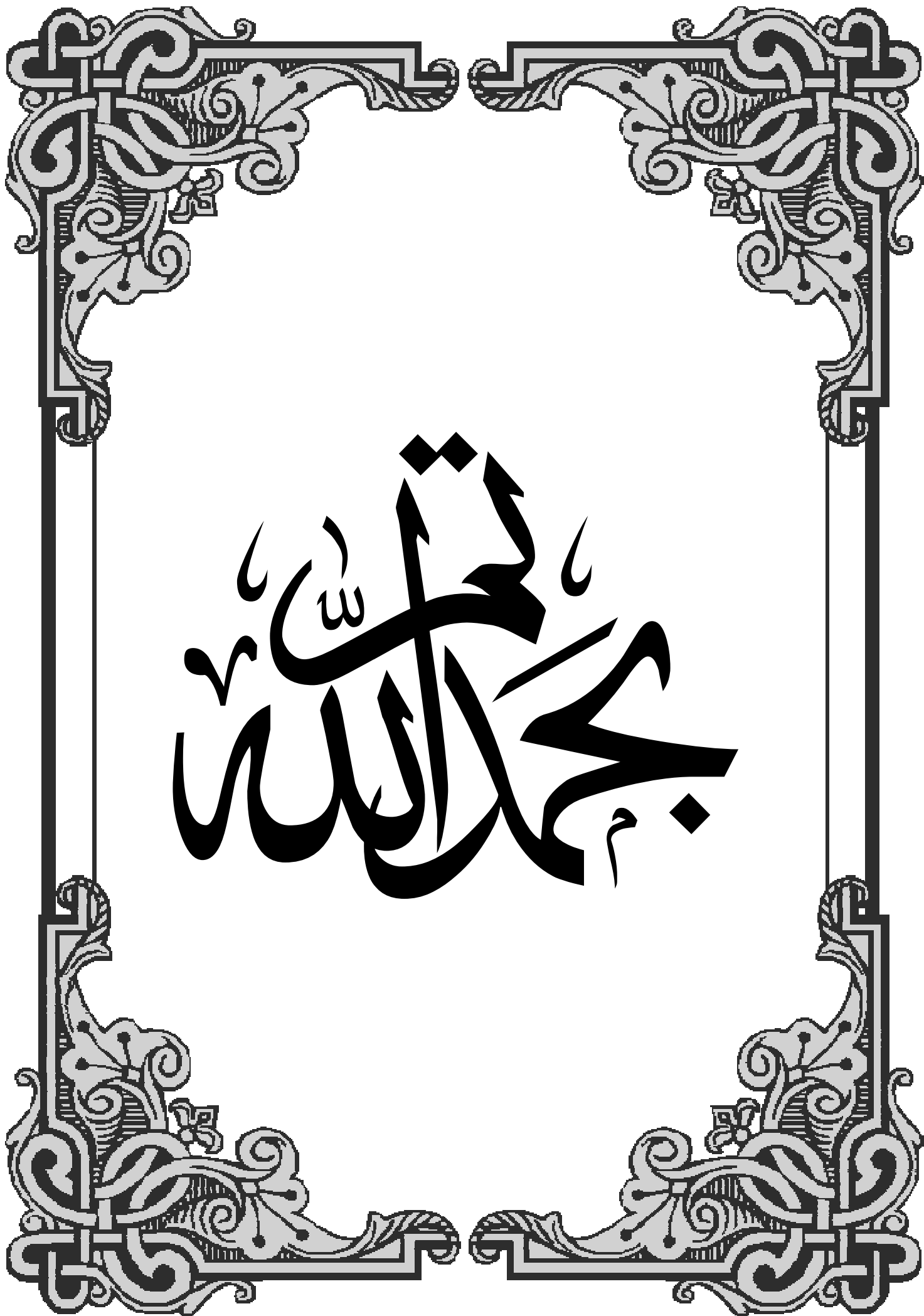
			بر الوالدين	القيم الاجتماعية
			صلة الرحم	
			التكافل الاجتماعي	
			الاحترام	
			الرحمة	
			العطف	
			التماسك الأسري	القيم الاقتصادية
			حسن التدبير	
			ترشيد الاستهلاك	
			عدم الغش	القيم السياسية
			العدل	
			تحمل المسؤولية	
			الميل للقيادة	القيم العلمية
			الطموح العلمي	
			التسامح الفكري	
			تحصيل العلم	القيم الجمالية
			الحس الفني	
			تقدير الجمال	

البيانات الشخصية:

الجنس : ذكر أنثى

السن : أقل من 18 سنة 18-21 22-25 أكثر من 25

المستوى التعليمي: ليسانس ماستر دكتوراه



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأثر الذي تحدثه البرامج الدينية على القيم لدى الشباب الجامعي معتمدة في ذلك على المنهج المسحي الوصفي موظفة الاستبيان لجمع البيانات الذي طبق على عينة عمدية حصصية سحبت من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة المسيلة وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- نرى أن أغلبية الطلبة عززت البرامج التلفزيونية الدينية قيمهم الإيجابية بشكل جيد وذلك بنسبة 59%، في حين نجد أن نسبة 1% عززتها بشكل ضعيف.
 - نستنتج في الأخير أن البرامج التلفزيونية الدينية لها تأثير إيجابي على قيم الشباب الجامعي، حيث استطاعت جذب أكبر عدد من الطلبة وجعله يتحلى بقيم صحيحة.
 - أن معظم أفراد العينة يشاهدون البرامج التلفزيونية الدينية من حين لآخر حيث قدرت نسبتهم بـ 59%.
 - دوافع مشاهدة أغلبية الطلبة للبرامج التلفزيونية الدينية كان بسبب تعزيز الجانب الإيماني بـ 43%، وأيضا زيادة المعرفة في العقيدة الإسلامية بنسبة 55%.
 - معظم أفراد العينة يستفيدون من البرامج التلفزيونية الدينية حيث قدرت نسبتهم بـ 98%، ومجال استفادتهم منها الراحة النفسية بنسبة 62% وهذا راجع إلى الشعور بالاطمئنان عند مشاهدتها، وكذلك من جانب آخر فهم القرآن الكريم والسنة بنسبة 44%، التحلي بالقيم الإيجابية بنسبة 19%.
- الكلمات المفتاحية:** البرامج، الشباب الجامعي، القيم.

Résumé d'étude:

L'objectif de cette étude est de connaitre les effets que peuvent voir les programmes religieux sur les valeurs pour les jeunes universitaires. En misant sur la méthode d'enquête descriptive à dépendre de la questionnaire de cette des données qui avait été appliquée à un échantillon cible et copropriété. Cet échantillon à raturé des étudiants de la faculté de la sciences humaines et sociale de l'université de M'sila.

Et cette étude est parvenue a un ensemble de résultats notamment:

- que la plupart des personnes de cet échantillon regardent les programmes religieux en télévision de temps en temps.
- les raisons de regarder les programmes religieux par la majorité des étudiants était de renforcer la coté de croire, et aussi pour accroitre la connaissances dans la foi islamique.
- la plupart des personne de cet échantillon bénéficient des programmes religieux et le domaine de leurs couverture le repos psychique. Et cela due à l'esprit plus tranquille aux moment de la regarde.
- Ainsi, en autre coté, la compréhension de coran et la sunna du prophète et régale des valeurs positive.
- La majorité des étudiants, les programmes religieux ont men force leurs valeurs positives correctement.
- Enfin, les programmes religieux en télévision à un impact positive aux valeurs des jeunes universitaires, lorsqu'ils ont pu attirer un certain nombre des étudiants et faire preuve des valeurs justes.

Mots clés: programmes, jeunes universitaires, les valeurs