جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة

كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الاعلام والاتصال

القيم الدينية في مضمون الإعلام السمعي البصري في الجزائر
برنامج "إنصحوني" قناة النهار نموذجا

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال

تخصص: وسائل الاعلام والمجتمع

إعداد الطالب(ة):

رتيعة جازية

فارس فايزة

إشراف الدكتور

تيطاوني الحاج

السنة الجامعية: **2017/2016**

الإهداء

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة و أعاننا على أداء هذا الواجب ووفقنا إلى إنجاز هذا العمل

وبالأخص الى من لا يمكن للكلمات أن توفي حقهما

من مزجا حياتيهما في كأس حياتي فشربته عذبا زلالا تربية وتعليما، أداء لبعض حقهما، و إظهارا لثمرة صبرهما، وتوسلا للحصول على مزيد من الرضا منهما، ورغبة في أن أحظى بكثير دعائهما:

أبي وأمي الغاليين.

لله درهما ... وعند الله جزاؤهما ... ربّ ارحمهما كما ربياني صغيرا وعلماني كبيراً

إلى الذين أذهبوا غربتي، وساهموا في سعادتي: أخواتي و إخوتي الغاليين:

هاجر، بلال، أحمد، فاطمة الزهراء وبناتها، خيرة وأبنائها، إبراهيم، فتيحة، دون أن أنسى أخي الأكبر الذي ساندني، وكان عونا لي طول حياتي العلمية وزوجته حنان والكتكوت الصغير محمد إسلام.

إلى صديقاتي فايزة، نورة، شهرة، نوال، فريدة، كلكم أهديكم ... تحياتي الغالية

إلى أساتذتي الكرام، الذين أثمر جهدهم مثل هذا البحث، وهم بذلك

قد لا يشعرون، ويكتب لهم الأجر وهم لا يعلمون، وأستسمحهم جميعاً لأخص فضيلة الدكتور الحاج تيطاوني، الذي أعطاني من وقته الكثير وبذل الجهد الكبير.

وفي الأخير أرجو من الله تعالى أن يجعل عملي هذا نفعا يستفيد منه جميع الطلبة المتربصين المقبلين على التخرج.

جازية

الإهداء

حزن يشوبه الفراق بعد التجمع

وفرح لبزوغ فجر جديد من حياتي وهو يوم تخرجي

هو بالنسبة لي يوم ميلادي

أتطلع فيه لما هو آت، من همسات هذه الدنيا المليئة بالتفاؤل و الأمل المشرق

هذا ليس لتخرجي فقط

لعلي في هذه الكلمات البسيطة الحروف التي تتمايل بتمايل أنامل عاجزة عن الكلمة بسبب الفراق

أمي الحبيبة.... مداد القلب لا يكفي لو كنت به لإرضائك.....إلى نبع الحنان.....

إهدائي لك أيتها الأم .....

إليك أيها الأب العزيز .....أنت من أمسكت بيدي في دروبها

إلي من يحملون في عيونهم ذكريات طفولتي وشبابي .....إخوتي، أخواتي

إلى أخي أحمد وزوجته، عبد القادر وزوجته ،إلى أختي حورية وزوجها بلقاسم

إلى رموز البراءة والصفاء....يوسف إسلام، ريماس، إيلاف، ضياء الدين.

إلى ظلالي التي لا تفارقني إلي من ضاقت السطور من ذكرهم فوسعهم قلبي، نسرين، جازية، محمد ،صارة

إلي كل من وسعهم قلبي..... ونسيهم قلمي.....

محبتكم ..... فايزة

شكر وعرفان

الحمد لله ربّ العالمين والصلاة والسلام على معلّم البشرية وهادي الإنسانية وعلى

آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين.

" رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي و أن أعمل صالحا ترضاه"

نتوجه بالشكر الجزيل إلى كل من ساهم في انجاز هذا البحث إلى حيز التنفيذ.

إلى كل من كان سببا في تعليمنا وتوجيهنا ومساعدتنا.

إلى الدكتور الفاضل الحاج تيطاوني، الذي لم يبخل جهدا في إرشادنا وتوجيهنا

أثناء عملنا في البحث.

إلى كل أساتذتنا الكرام في ميدان الإعلام والإتصال، وبالأخص الأستاذ نصر الدين بويحي الذي

ساندنا في مشوارنا

إلى كل من أعان برأي أو أسدى نصيحة أو أرشد إلى كتاب

إلى كل طلبة وطالبات ماستر الإعلام والإتصال

جزاكم الله خيرا ووفقكم الله وسدد خطاكم.

ملخص:

تناولت هذه الدراسة موضوع القيم الدينية في مضمون الإعلام السمعي البصري في الجزائر حيث تسعى إلى معرفة القيم الدينية المتضمنة لبرنامج " إنصحوني" وتحليلها وتصنيفها والحاجة إلى أسلوب راقي في الخطاب الديني الاعلامي، وتتبع أهمية هذه الدراسة في الحاجة إلى منهج إسلامي صحيح يرسخ العقيدة والقيم في البرامج الدينية، وكذا التعرف على دور القيم في عمليات التربية والتوجيه والإرشاد في المجتمع الجزائري، واستخدمنا في الدراسة الوصفية المنهج المسحي باعتباره المنهج الأكثر استخداما في مثل هذه الدراسات، إضافة إلى استخدام أداة تحليل المضمون عن طريق إستمارة تحليل المضمون وعرضت على أساتذة محكمين، حيث توصلت الدراسة إلى أن التفزيون هو الوسيلة التي فرضت نفسها في تشكيل أهم القيم وتكوين الاتجاهات، و جاءت القيم الدينية هي أكثر القيم التي يبثها البرنامج الديني "إنصحوني" أكثر من القيم الأخرى، و يحتل البرنامج الديني مساحة زمنية صغيرة في الشبكة البرامجية لقناة النهار كذلك نفس الشيء بالنسبة للبرامج الدينية الأخرى، إلا أن هذا الأمر لم يمنعها من الإنتشار في القنوات التلفزيونية، كما ارتبطت هذه البرامج ببروز دعاة جدد تتصدر الشاشات و يأخذون بالشهرة والأضواء فيصيبهم الغرور وينعكس أثر ذلك سلبا على مهنتهم.

Résumé :

Cette étude traite le sujet des valeurs religieuses dans le système de l'audio-visuel en Algérie, qui est visée à connaitre les valeurs religieuses, lés analyser les classer et le besoin d'un style sophistiqué, dans le discours religieux médiatique. l'importance de cette étude vient du besoin d'un programme islamique vrai qui consolide la foi et les valeurs dans les programmes religieux et connaitre leur rôle dans le processus de l'éducation, l'orientions et de conseil dans la société algérienne, Nous avons utilisé dans l'étude descriptive la méthode d'enquête du fait qu'elle est plus couramment utilisée en plus l'outil d'analyse du contenu, grâce à la forme d'analyse du contenu qui a été présentée à des professeurs compétents. Cette étude a révélé que la télévision est le moyen par les quels elle-même imposé dans la formation des valeurs les plus importantes et les tendances de la formation. Les valeurs religieuses sont les plus diffusées grâce au programme religieux " Insahouni " par rapport à d'autres valeurs, le programme religieux occupe un petit espace de temps dans les programmes "Ennahar TV" et pareil pour d'autres programmes religieux, sauf que ceci ne le pas empêcher d'être propager et diffuser dans les chaines religieuses grâce à l'apparition de nouveaux prédicateurs islamiques Qui sont la une des écrans de télévisions et qui ont puis gloire et lumières, Malheureusement, ils deviennent vaniteux et cela ce reflète négativement sur leur profession.

خـــــــــــطة البـــــــحث

الإطار المنهجي:

أولا: إشكالية الدراسة

ثانيا: تساؤلات الدراسة

ثالثا: أهمية الدراسة

رابعا: أسباب اختيار الموضوع

خامسا: أهداف الدراسة

سادسا: المنهج المستعمل وأدواته

سابعا: مجتمع البحث وعينته

ثامنا: الدراسات السابقة

تاسعا: مفاهيم الدراسة

الإطار النظري:

الفصل الأول: تطور وسائل الإعلام السمعية البصرية والنظريات المفسرة لها

المبحث الأول: مراحل تطور الوسائل السمعية البصرية

المطلب الأول: ماهية البث التلفزيوني والفضائي

المطلب الثاني: ظهور الإعلام الجديد وتطور التقنية

المطلب الثالث: قراءة في قنوات البث الفضائي العربي

المبحث الثاني: الإعلام، الإعلام السمعي البصري في الجزائر

المطلب الأول: مفهوم الإعلام

المطلب الثاني: ظهور الإعلام السمعي البصري في الجزائر

المطلب الثالث: الإنفتاح على السمعي البصري

المبحث الثالث: أهمية وسائل الإعلام السمعية البصرية والنظريات المفسرة لها

المطلب الأول: دور التلفزيون في التأثير على القيم.

المطلب الثاني: النظريات المفسرة لتأثير وسائل الإعلام السمعية البصرية.

المطلب الثالث: أهمية وسائل الإعلام السمعية البصرية.

الفصل الثاني: الإعلام الديني والقيم في الفضاء السمعي البصري.

المبحث الأول: مفهوم، خصائص ومصادر القيم الدينية.

المطلب الأول: مفهوم القيم الدينية.

المطلب الثاني: مصادر القيم الدينية.

المطلب الثالث: خصائص القيم الدينية.

المبحث الثاني: مساهمة القنوات الدينية في نشر القيم

المطلب الأول: مفهوم القنوات الدينية

المطلب الثاني: بداية القنوات الدينية

المطلب الثالث: أثر القنوات الدينية

المبحث الثالث: البرامج الدينية في وسائل الإعلام

المطلب الأول: مفهوم البرامج الدينية

المطلب الثالث: أنواع البرامج الدينية

المطلب الثالث: طبيعة الخطاب الديني في وسائل الإعلام

الإطار التطبيقي:

المبحث الأول: القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر (قناة النهار نموذجا).

المطلب الأول: التعريف بقناة النهار

المطلب الثاني: قناة النهار بين الإحترافية والتنافسية

المطلب الثالث: الشبكة البرامجية في قناة النهار

المبحث الثاني: البرنامج التلفزيوني الديني إنصحوني.

المطلب الأول: التعريف بالبرنامج " إنصحوني"

المطلب الثاني: التعريف بمعد ومقدم البرنامج

المطلب الثالث: مميزات معد ومقدم البرنامج

المبحث الثالث: دراسة تحليلية لبرنامج إنصحوني.

المطلب الأول: عرض البرنامج من الناحية الشكلية

المطلب الثاني: التحليل الكمي والكيفي لأعداد العينة المدروسة

المطلب الثالث: نتائج الدراسة

خاتمة.

الملاحق.

مقدمة

مقـــدمة:

يشكل الفضاء السمعي البصري ثورة في عالم التواصل الإنساني يتميز بسعة الانتشار وقوة التأثير بشكل يقلص فاعلية عنصري الزمان والمكان، وقد أدى التطور التكنولوجي في السنوات الأخيرة إلى تكاثر متسارع الوتيرة للقنوات الفضائية العربية بجميع أنواعها، فبتحول الإرسال الفضائي إلى مجال للمنافسة التجارية و السياسية أيضا، و ظهور فضائيات عربية نافست الحضور الإعلامي الأجنبي و أوجدت فضاء عربيا مؤثرا في تشكلات الرأي العام العربي وسط تنوع كبير في التوجهات والخطوط الإعلامية، ونحن في مفهومنا للسمعي البصري تطرقنا إلى التلفزيون كونه الوسيلة الوحيدة التي يتعرض لها المتلقي بكثرة ومختلف تطوراته المتلاحقة إلى أن وصل إلى أبعد من ذلك وأصبح للتلفاز جمهور واسع، وبوجود الأقمار الصناعية ازدهر التلفاز ليبث قنوات جمة ومختلفة المضامين الثقافية الإقتصادية والسياسية والدينية وتخصصها في كل المجالات، ومما لا مراء فيه أن هذه الفضائيات أصبحت تلعب دورا هاما في تكوين عقلية المجتمع العربي سلبا أو ايجابا بحكم نفاذها إلى عمق البيت العربي، وتأثيرها الكبير على مستوى أنماط السلوك وأنماط التفكير فيه، وأيضا بحكم حضورها المتواصل على مدار الساعة وفتحها آفاقا إدراكية وتواصلية عالمية للانسان العربي.

و جاءت أهمية الحديث عن الإعلام الجديد كفكرة لتغيير الأنماط التقليدية التي كانت تتعامل بها وسائل الإعلام و أصبح جزء أساسي من المنظومة الإعلامية التي يتعرض ويتفاعل معها الفرد كما أنها من ناحية أخرى أثرت بشكل أو بآخر على وسائل الإعلام التقليدية، ومن جانب آخر أدى الى تطور في الأساليب وعرض وتناول الإعلام التقليدي للمحتوى الذي يقدم وفي طريقة تفاعله مع المتلقي أيضا، أصبحت هذه المضامين تساهم بشكل كبير في التأثير على الجمهور ويتفاعل بشدة معها، وكانت حرية للقنوات ومضامينها لدرجة أنها مست الجانب الديني والقيمي، من خلال مختلف البرامج الدينية التي تبث عبر

الأقمار الصناعية، وأصبحت هذه البرامج تخدم مصالح ايديولوجية، حيث أن الدين لم يعد مرجع في هذه البرامج وتعالي القائمين بالاتصال أو بالأحرى الدّاعية على القيم الدينية و أصبح يعطي النصائح انطلاقا من احساساته وتفكيره بواقعه فقط، ونحن بدورنا هنا نتكلم عن الجزائر لأن موضوع الدين فيها في غاية الأهمية، فبرامجها الدينية أصبحت تبث فيها مواضيع كانعكاس لما يحدث في الواقع، و ما هو في الواقع هناك فتوى أو برنامج خاص به بل و أحيانا قصص مفبركة لكسب جمهور واسع، وهذا ما يتناقض معه ديننا، ونحن في هذا الصدد سنصوب دراستنا حول أهم القيم الدينية التي تبثها البرامج الجزائرية الدينية، وسلطنا الضوء على قناة النهار وبرنامج إنصحوني للشيخ شمس الدين بوروبي.

لقد اشتملت هذه الدراسة على مقدمة وثلاثة فصول وخاتمة، تطرقنا في الإطار المنهجي إشكالية وتساؤلات الدراسة، فأهمية الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، المنهج المستعمل وأدواته، مجتمع البحث وعينته، الدراسات السابقة و أخيرا مفاهيم الدراسة.

أما في الإطار النظري تطرقنا من خلاله إلى ثلاث فصول، جاء الفصل الأول بعنوان تطور وسائل الإعلام السمعية البصرية والنظريات المفسرة لها، وقد تفرع الفصل إلى ثلاث مباحث، مبحث خاص بتطور وسائل السمعية البصرية، وتفرع هو الآخر إلى مطالب: ماهية البث التلفزيوني والفضائي، المطلب الثاني تمثل في ظهور الإعلام الجديد وتطور التقنية، والمطلب الثالث جاء تحت عنوان قراءة في قنوات البث الفضائي العربي. والمبحث الثاني تناول الإعلام، الإعلام السمعي البصري في الجزائر، والذي قسمناه إلى ثلاث مطالب، المطلب الأول مفهوم الإعلام، المطلب الثاني كان تحت عنوان ظهور الاعلام السمعي البصري في الجزائر، و المطلب الثالث الانفتاح على السمعي البصري. أخيرا المبحث الثالث الذي تمثل في أهمية وسائل الإعلام السمعية البصرية والنظريات المفسرة لها، جاء في ثلاث مطالب، دور التلفزيون في التأثير على القيم، النظريات المفسرة لتأثير وسائل الاعلام السمعية البصرية، والمطلب الأخير تناول قراءة في قنوات البث الفضائي العربي.

أما الفصل الثاني فكان تحت عنوان الإعلام الديني والقيم في الفضاء السمعي البصري، جاء في المبحث الأول مفهوم خصائص ومصادر القيم الدينية، الذي تفرع هو الآخر إلى ثلاث مطالب تحت عنوان: مفهوم القيم الدينية، مصادر القيم الدينية، خصائص القيم الدينية. أما المبحث الثاني تناول مساهمة القنوات التلفزيونية الدّينية في نشر القيم، الذي جاء في ثلاث مطالب تمثلت في مفهوم القنوات الدينية، بداية القنوات الدينية، أثر القنوات الدينية، والمبحث الثالث تمثل في البرامج الدينية في وسائل الإعلام، والذي تفرع إلى ثلاث مطالب: مفهوم البرامج الدينية، أنواع البرامج الدينية، طبيعة الخطاب الديني في وسائل الإعلام.

أما الإطار التطبيقي، فقد تناولنا في المبحث الأول القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر (قناة النهار نموذجا)، و جاء في ثلاث مطالب: التعريف بقناة النهار، قناة النهار بين الإحترافية والتنافسية، الشبكة البرامجية في قناة النهار، وكان المبحث الثاني البرنامج التلفزيوني الديني "إنصحوني" تناولنا فيه: التعريف بالبرنامج، التعريف بمعد ومقدم البرنامج، ومميزات معد ومقدم البرنامج، وكان آخر مبحث حول الدراسة التحليلية لبرنامج إنصحوني، تم فيه عرض البرنامج من الناحية الشكلية، التحليل الكمي والكيفي لأعداد العينة المدروسة، ونتائج الدراسة.

الإطار المنهجي

أولا: إشكالية الدراسة.

يشهد العالم حاليا تنافسا شديدا بين المحطات التلفزيونية الفضائية للاستحواذ على أكبر عدد ممكن من المشاهدين ومن ثم تحقيق الاهداف التي تصبو اليها تلك المحطات، ومما ساهم في ازدياد حمى التنافس التطورات الكبيرة التي تحقق في مجال تكنولوجيا الأقمار الصناعية، واستطاعت ظاهرة التلفزيون الفضائي في السنوات الاخيرة أن تنتشر بوتيرة سريعة بفعل الأجهزة الالكترونية والأقمار الصناعية التي تبث على مدار الساعة وأصبح إقبال الجمهور على برامج الفضائيات قويا، كما شكل تأثير هذه البرامج في سلوكيات الفرد والعائلة والمجتمع عموما منعطفا في الاتجاهات والقيم لا سيما اتجاهات الشباب،[1] وما نلاحظه عن هذه المواد هو تعدد مصادرها وتباين أهدافها وكثرة أشكالها و كان هذا الأمر لافتا لنظر الباحثين وصرفه إلى دراسة تأثير هذه المواد على القيم الثقافية للجمهور العربي، خاصة التلفزيون فطبيعته تجعله ينفرد ببعض الخصائص التي تميزه عن وسائل الاتصال الجماهيرية النظيرة، فتجعله جاذبا للجمهور كاستخدام الصور والديكور وحركات الكاميرا.[2]

ولا يختلف الباحثين فيما بينهم على ان القيم شانها شان الظواهر الاجتماعية الاخرى، حيث انها ظاهرة متطورة دائما متغيرة، حتى ولو بقيت هذه القيم بألفاظها، فان معانيها في ضوء الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية تتغير.[3] وهي قضية كبرى تواجهها التربية المعاصرة في مجالاتها كافة، حيث تتعالى نداءات وصرخات اليقظة للاهتمام بمنظومة القيم واعادة تشكيلها عند الانسان المعاصر، والاثر الذي تحدثه وسائل الاعلام على افكار الاشخاص وسلوكهم واتجاههم وقيمهم ومعتقداتهم وتخيلاتهم ومعرفتهم، والتدخل في تكوين وجهة نظرهم الاجتماعية والسياسية، والتأثير على نمط حياتهم وثقافتهم ودينهم.

---

[1] **رضوان مفلح العلي و آخرون:** مدخل إلى وسائل الاعلام الالكتروني والفضائي، دار الحامد، عمان – الاردن – 2010، ط1، ص285.

[2] **محي الدين خير الله العويد:** أثر الاعلام المعاصر على العقيدة والتربية والسلوك، دار النهضة، 2007، ص 16.

[3] **محمد عبد البديع:** أثر القنوات الفضائية على القيم الاسرية، الوكيل، القاهرة 2009، ط1، ص105.

إن النظرة السابقة للإعلام الإسلامي تختلف كليا وجزئيا عن واقع الإعلام الإسلامي في الوقت الراهن حيث يؤكد الواقع أن المجتمعات الإسلامية المعاصرة تأخذ من الإسلام جانبا وتترك جوانب أخرى لذلك لا يمكن أن نقول إن الإعلام السائد في هذه المجتمعات هو إعلام إسلامي بمعني أن وجود إذاعة للقرآن الكريم أو صفحة للشئون الدينية في صحيفة ما أو قناة فضائية متخصصة في الشئون الإسلامية أو برامج دينية في التليفزيون أو الراديو لا يعني أنه يتم تطبيق الإعلام الإسلامي، ومن ثم فإنه في ظل الواقع المعاصر لمجتمعاتنا الإسلامية أصبح الإعلام الإسلامي صورة من صور الإعلام المتخصص.. وهو الإعلام الديني. ويشير الباحث إلى أن وسائل الإعلام قد فقدت توجهها الإسلامي السليم.

وفي محور دراستنا حاولنا تسليط الضوء على مدى حضور القيم الدينية في مضامين وسائل الاعلام المعاصرة، وبالأخص القنوات الخاصة، من خلال الحصة التلفزيونية "انصحوني" للشيخ شمس الدين بوروبي بقناة النهار الجزائرية التي تقوم بالإجابة على التساؤلات والاستفسارات التي يتلقاها من طرف المشاهدين عن طريق الاتصال والبريد او الرسائل.

وتتمحور إشكالية الدراسة في البحث حول معرفة قيما تمثلت مختلف القيم الدينية التي يبثها البرنامج، وان كانت الحصة تغطي مساحتها فقط المواضيع الدينية ام انها تتعدى الى مواضيع أخرى في المعاملات والاسئلة الاخرى.

وعليه جاءت هذه الدراسة لترسم تساؤلا رئيسيا مفاده: **ما مدى قدرة البرامج الدينية في عملية تثبيت وخلق قيم جديدة من خلال مضامينها الاعلامية؟** وماهي مضامين القيم الدينية التي يبثها برنامج "إنصحوني" بقناة النهار؟

ثانيا: تحديد التساؤلات.

تندرج ضمنه تساؤلات فرعية تمثلت في الآتي:

- ماهي المدة الزمنية المخصصة للبرنامج ؟
- ماهي الاساليب الاقناعية المستخدمة في البرنامج؟
- هل القائم بالاتصال في برنامج " إنصحوني" مؤهل ذات مستوى تعليمي ديني؟

- هل اللغة المستخدمة في البرنامج ذات خطاب اعلامي ديني؟
- ما هي نوع القيم الدينية التي يبثها البرنامج؟
- ماهو دور البرنامج في تزويد الافراد بالقيم؟

ثانيا: أهمية الدراسة:

1. ارتباطها الوثيق بسلوك الانسان في إطار بيئته الاجتماعية.
2. تتعرض هذه الدراسة إلى دراسة القيم التي تعكسها أهم وسيلة إعلامية وهي التلفزيون.
3. التخوف من ضياع الهوية الحضارية والثقافية، مع سيطرة نمط الحضارة الغربية.
4. العمل على إبراز فقدان البرامج الدينية لدورها الحقيقي.
5. الحاجة إلى منهج إسلامي صحيح يرسخ العقيدة والقيم.
6. التعرف على دور القيم في عمليات التربية والتوجيه والإرشاد.

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع:

من الأسباب الدافعة لدراسة هذا الموضوع ما يلي:

لقد جرى التقليد في مثل هذه الأبحاث أن تصنف الأسباب إلى موضوعية وذاتية:

- **<u>الأسباب الذاتية:</u>** تتمثل في:

1. الميل الذاتي والاهتمام الشخصي بالقيم الدينية ما ولد في أنفسنا الرغبة في التعمق والتوسع في هذا المجال.
2. إن البرامج الدينية جاءت نتيجة انحرافات في التصورات العقيدية والإيمانية، وأن من مآسي الإعلام بعده عن تحري الصدق والتزام الموضوعية.
3. إن وسائل الإعلام من خلال مضامين البرامج تهدف إلى التأثير المعتمد على أفكار الأشخاص وسلوكهم واتجاههم وقيمهم ومعتقداتهم وتخيلاتهم.
4. يجب أن يكون القائم بالإتصال أو مقدم البرنامج هو أولى الناس بإعداد الكلمة واتخاذها وصنعها، وصياغة الخبر ونشره بين الناس لما يتمتع به من أسس إيمانية عميقة.

5. واقع البرنامج عموما يتوجه إلى إرضاء أذواق الجمهور وشهواتهم التي لا تتوافق مع قيمنا و أخلاقنا وعقيدتنا، دون أن يكون من مهمتهم تربية المجتمع وتوجيهه وتثقيفه وتبصيره بالشكل المطلوب.

- **<u>الأسباب الموضوعية:</u>**

1. وجود أزمة في الخطاب الإعلامي، إذ يركز على تغليب الذات وتغليب عنصر المجاملة مما يوجد ضعف في المصداقية.
2. إن وسائل البث الإعلامي اليوم (التلفزيون) لا تقدم في معظمها إلا المادة الهزلية والتافهة، فهو يحتاج الى برامج جادة متميزة و محافظة وتجيب على تساؤلاته وتتحدث عن همومه، وتقدم له الثقافة الشرعية باللغة المعاصرة الذي يفهمها وتتلاءم مع حاجاته.
3. عدم وجود إعلام إسلامي نقدي موضوعي متطور شكلا ومحتوى، والأمر ليس في القوانين والتشريعات فقط.
4. الزخم الفضائي الهائل الهابط الممل، الناس أصابها الضجر من القنوات التي لا تحترم عقل المشاهد ولا ذوقه ولا تعبأ بخلفيته الدينية وقيمه الاجتماعية.
5. أن يكون الإعلامي في البرنامج عالما بكل عمق ودقة على حقائق دينه علميا وتربويا، وضخامة ما يستطيع أن يقدمه للمسلمين والإنسانية.
6. خلق جيل إعلامي جديد باسم الدين، ووجود طائفة ضحلة العلم تتصدر المجالس بالفتوى.
7. شخصية القائم بالاتصال في حصة انصحوني لا تصلح لدرجة مفتي في البرنامج الديني.
8. شخصية الشيخ شمس الدين بوروبي المثيرة للجدل كشخصية دينية متميزة.

رابعا: أهداف الدراسة.

لكل بحث علمي أهداف محددة يسعى الباحث إلى تحقيقها وأهداف هذا البحث تتمثل في ما يلي:

1. نحاول في هذه الدراسة البحث عن أفضل الطرق لتوظيف العلم إلى جانب المهنية الإعلامية في البرامج الدينية، ولم يعد التمييز بين الصالح والطالح، وكيف يمكن لمثل هذه البرامج أن تحسن من أدائها وتطويرها اعلاميا تقدم صورة مشرفة عن الاسلام.
2. هذه الدراسة بمثابة اثراء الرصيد المعرفي الخاص بقسم علوم الاعلام والاتصال، خصوصا فيما يتعلق بمضمون القيم الدينية.
3. المساهمة بشكل ايجابي ولو جزئيا في خدمة الاعلام، والرقي به نحو الأفضل من منظور اسلامي ديني.
4. فهم كيفية تشكل أهم القيم الدينية لدى المجتمع الجزائري من خلال تغيير قيم كانت سائدة او ترشيح قيم جديدة.
5. اختيار المضامين الدينية والاجتماعية والاقتصادية التي يحتاج اليها المشاهد واختيار الاساليب الجمالية التي تقدم فيها تلك المضامين كي تجمع بين جمال المبنى وروعة المعنى.[1]
6. استنتاج القيم الدينية المتضمنة لبرنامج " إنصحوني" وتحليلها وتصنيفها.
7. الحاجة إلى أسلوب راقي في الخطاب الديني الإعلامي.
8. محاولة تأهيل جيل اعلامي متخصص في فنون الاعلام وتقنياته، حيث نشأ جيل إعلامي يحمل في ظاهره إسم الاسلام ويفكر بعقل الغرب الذي ينكر الاسلام ومبادئه.

خامسا: المنهج المستعمل و أدواته.

[1] **محي الدين خير الله العويد:** أثر الإعلام المعاصر على العقيدة والسلوك، مرجع سبق ذكره، ص40.

تعتبر هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي ترتبط بدراسة واقع الأحداث والظواهر والآراء وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول الى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكماله أو تطويره. وهي التصوير الدقيق للعلاقات المتبادلة بين المجتمع والإتجاهات والميول والرّغبات والتصورات بحيث يعطي البحث صورة للواقع الحياتي ووضع مؤشرات وبناء تنبؤات مستقبلية لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها عن طريق جمع المعلومات عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها واخضاعها للدراسة الدقيقة للحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة هذه الظاهرة أو الموقف لمجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع.[1] و يعد الأكثر شيوعا وانتشارا في عالم البحوث الإنسانية، إذ أن الدارس لأية ظاهرة ضرورية يجب أن تتوفر لديه أوصاف دقيقة للظاهرة التي يدرسها بالوسائل المعينة والنتائج المحددة لها،[2] و إيجاد تفسير للحقائق من خلال بحوث ذات الأثر الرجعي واستخدامها في الوصف، والباحث هنا لا يملك السيطرة على المتغيرات يستطيع فقط أن يقرر ماذا حدث وماذا يحدث. ويسعى الباحث من خلال مشاريع البحوث ذات الأثر الرجعي لاختيار بنود منها وقياسها، واكتشاف الأسباب حتى عندما لا يمكن السيطرة على المتغيرين.[3]

بناءا على النتائج التي وقع استخلاصها، وفي دراستنا هذه نقوم بالإطلاع على واقع الرسالة الدينية في البرامج الدينية بالقنوات الجزائرية المتخصصة محل الدراسة، وبالتحديد تحليل محتوى حصة "انصحوني" بقناة النهار الجزائرية، وكذا رصد مدى قدرة هذا البرنامج الديني في عملية تثبيت القيم الدينية وترسيخها، ثم استخلاص التوصيات بشأن المسائل الواجب مراعاتها في سبيل النهوض بدور البرامج الدينية.

---

[1] **محمد جمال الفار**، المعجم الإعلامي. دار أسامة، عمان – الأردن– 2010، د ط، ص 45، ص46.

[2] **موسى بن إبراهيم حريزي، صبرينة غربي**، دراسة نقدية لبعض المناهج الوصفية وموضوعاتها في البحوث الاجتماعية والتربوية والنفسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح(ورقلة)الجزائر، العدد 13 ديسمبر 2013، ص26، ص27.

[3] **C. R .Kothari**, "Reserch Methodology, methods and techniques" *(second Revised Edition). New Age International Publishers. Former principal. College of commerce. University of Rajasthan. Jaipur (India) p3.*

وبناء على ما سبق ولما كانت الدراسة ذات بعد تحليلي فإن المنهج المستخدم هو: المنهج المسحي، والذي يعد تحليل المحتوى إحدى أدواته القائم على التحليل الكمي والكيفي.

5 .1 منهج المسح:

المنهج المسحي: عبارة عن منهج وصفي يعتمد عليه الباحثون في الحصول على بيانات ومعلومات وافية ودقيقة، تصور الواقع الاجتماعي والحياتي.[1] وهناك من يعرفه أنه مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول الى الحقيقة في العلم.[2]

إن المسح في البحث العلمي يفيد في التعرف على الظاهرة المدروسة في الوضع الطبيعي الذي تنتمي إليه من خلال جرد (مسح) المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الاساسية وما يسودها من علاقات داخلية وخارجية.[3] وهناك من يرى أن منهج المسح عبارة عن دراسة استقصائية مسحية، تتمثل في استخراج مصادر الخطأ، أي يصف الإنحرافات عن النتيجة المرجوة للبحث، فهو بذلك طريقة للحد من مثل هذه الأخطاء.[4]

فالمسح هو أنسب الطرق التي تمكننا من التوصل إلى حلول للتساؤلات التي أثيرت في اشكالية البحث.

5 .2 أداة تحليل المحتوى:

إن طبيعة موضوع الدراسة تتطلب الإطلاع على شكل ومضمون البرنامج الديني " إنصحوني" التي تبثه قناة النهار، وعلى هذا الأساس فإن هذه الدراسة تعتمد على أداة تحليل المحتوى.

يعتبر تحليل المضمون أو تحليل المحتوى أداة بحث متميزة في الدراسات الاعلامية في الماضي والحاضر، وقد وردت عدة تعريفات عن الأداة.

---

[1] **عامر إبراهيم قندلجي:** منهجية البحث العلمي، دار اليازوري العلمية، 2012، الطبعة العربية، ص121

[2] **عامر مصباح:** منهجية إعداد البحوث العالمية، موفم للنشر، الجزائر 2006، د ط، ص23.

[3] **أحمد بن مرسلي:** مناهج البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ط2، ص286.

[4] Applied Research methods in the la Labor comunity: principles of survey Methodology, Labor& Workplace Studies 188-3 and Chicano Studies 191- 5, Winter quarter2014 ,p 27.

" تقنية بحث تخص الوصف الكمي المتسق والموضوعي للمحتوى الظاهري للاتصال". أما "**موريس أنجرس Maurice Angers**" فهو يرى أن تحليل المضمون " تقنية غير مباشرة تستعمل في منتجات مكتوبة أو سمعية أو سمعية – بصرية، صادرة من أفراد أو مجموعة أو عنهم والتي يظهر محتواها في شكل مرقم.[1] ويعرف كذلك على أنه تقنية متسقة تخص تحليل محتوى الرسالة طريقة معالجتها، أو أداة تخص ملاحظة وتحليل السلوك الخاص بالاتصال الظاهري لعدد مختار من المرسلين.[2]

وجاء تعريف **بيرنارد بيرسلون** لتحليل المحتوى بأنه:" أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال".[3] وقد استخدم هذا الأسلوب في مجال الكشف عن القيم من خلال تحليل لمضمون الرسالة، سواء كانت مقروءة أو مرئية، وكان من أوائل المستخدمين له في هذا المجال " رالف وايت" white سنة 1947، كما استخدمه "د. كاظم" في عدد من الدراسات، منها الدراسة الحضرية المقارنة عن قيم الطلبة في كل من مصر وامريكا. وكذلك دراسته التتبعية لقيم عينة من الطلاب المصريين في خمس سنوات في الفترة ما بين سنة 1957، 1962 والتي اجريت على عينات من طلبة الجامعة. حيث طلب منهم كتابة سير حياتهم دون التقيد بمكان أو مدة لكتابتها، ولضمان حرية التعبير عن أنفسهم طلب منهم ان لا يكتبوا أسماءهم أن يسلموا ما يكتبون بصورة لا تسمح لأحد بمعرفة الكاتب. وكان متوسط مقدار المادة المكتوبة عشر صفحات ولم يقل عن ست صفحات، وقد كشفت هذه الدراسة عن كفاءة أسلوب تحليل مضمون السير الذاتية في الكشف عن القيم وتحديدها بدقة.[4]

وقد قمنا باختيار أداة تحليل المضمون نظرا لأهميتها في دراسة البرامج الدينية ما يدفع بقطاعات هامة مثل التلفزيون باعتباره وسيلة اعلامية تدخل كل بيوت الناس ما يدعو الى

---

[1] Maurice Angers،Initiation à la méthodologie des sciences humaines, Alger ,casbah édition, 1997, P157.

[2] **عزي عبد الرحمن:** منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، الدار المتوسطة، 2013، ط1،ص64.

[3] **عبد الحليم موسى يعقوب:** القيم الاخبارية في الإعلام، الدار العالمية، الجيزة 2008، ط1، ص221.

[4] **عبد اللطيف محمد خليفة:** ارتقاء القيم، دراسة نفسية، 1992، د ط، ص61.

توصيل الحدث وتكثيف الجهود من أجل الرقي بالدعوة في البرامج الدينية الجزائرية، وكذلك الإجابة على الإشكالية المطروحة.

3. استمارة تحليل المحتوى: تفيد استمارة تحليل المحتوى في رصد معدلات تكرير القضايا في المواد التي يحلل الباحث محتواها،[1] وهي توفر للباحث إطارا محددا لتسجيل المعلومات التي يتطلبها البحث، حيث يتم تصميمها بما يتفق مع أغراض التحليل.[2]

تتكون فئات استمارة تحليل المحتوى من نمطين رئيسيين من الفئات، يطلق على أولهما فئات شكل الاتصال (كيف قيل؟)، ويطلق على ثانيهما فئات محتوى الإتصال (فئات ماذا قيل؟). ويندرج ضمن كل قسم فئات رئيسة وفرعية بحيث يجب على الباحث تحديد مفهوم كل منهما تحديدا اجرائيا دقيقا حتى يسهل عليه القيام بعملية التحليل، وقد عرفنا الفئات فيما يلي:

أولا: فئات شكل الاتصال (فئات كيف قيل؟)

1-فئة المساحة والزمن:

تقيس هذه الفئة المساحة في وسائل الإعلام المطبوعة والزمن في وسائل الإعلام المسموعة والمسموعة المرئية وكلما زادت المساحة أو الزمن كان ذلك دليلا على ازدياد الإهتمام.[3]

2- فئة اللغة المستخدمة: يقصد بها اللغة التي قدمت فيها الرسالة، وهنا يقدم الباحثون العديد من التصنيفات مثلا: لغة فصحى/ لغة دارجة أو عامية/ لغة مختلطة أو لغة عربية/ لغة أجنبية أو علمية...[1]

[1] **رشدي أحمد طعيمة:** تحليل المحتوى في العلوم الانسانية، مفهومه، أسسه، استخداماته، سلسلة المراجع في التربية وعلم النفس، ، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004، ص187.

[2] **محمد عبد الحميد:** تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر العاصمة، د ط، ص187.

[3] **عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي:** الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ط1، ص215.

3- فئة أساليب الإقناع:

وهي الفئة التي تمكننا من تحديد الأساليب التي توسل بها المرسل الى استثارة أكبر عدد من المشاهدين واقناعهم بالأفكار الذي تبناها في المحتوى الإعلامي، ومن الفئات الفرعية التي تدخل ضمن هذه الفئة: مدى اعتماد المرسل على أقوال المصادر المختلفة في تأكيد الأقوال ومدى استخدام العرض الموضوعي المتوازن أو الإستمالات العاطفية.[2]

ثانيا: فئات محتوى الاتصال (فئات ماذا قيل؟)

فئة القيم:

يقصد بالقيم الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما، مهتديا بمجموعة من المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه، والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك.

ونحن في دراستنا اعتمدنا على تصنيف **سبرينجر Springier** باعتباره أحسن تصنيف ظهر للقيم من ناحية محتواها، حيث يصنف القيم إلى:

- ✓ القيم النظرية
- ✓ القيم الاقتصادية
- ✓ القيم الجمالية
- ✓ القيم الاجتماعية
- ✓ القيم السياسية
- ✓ القيم الدينية.[3]

---

[1] **محمد البشير بن طبة:** تحليل المحتوى في بحوث الإتصال – مقاربة في الإشكاليات والصعوبات– نشر يوم: 2015/12/01، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر – الوادي العدد 14/13 ديسمبر 2015، ص324.

[2] **محمد عبد الحميد:** تحليل المحتوى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، ص134.

[3] **رشدي أحمد طعيمة:** تحليل المحتوى في العلوم الانسانية، مفهومه، أسسه، استخداماته، مرجع سبق ذكره، ص271.

واختيار هذه الفئة يمكننا من ضبط أهم القيم الدينية التي تتضمن أعداد البرنامج " إنصحوني" وتصنيفها وتحليلها وتفسيرها وصولا الى جمع معلومات كافية عن طبيعة المضمون الديني في البرنامج.

ثالثا: وحدات التحليل وسياقها.

وهي التي يتم عدها أو قياسها مباشرة، لتحقيق أهداف الدراسة، وقد استخدمنا في هذه الدراسة وحدات العد بحسب فئات التحليل التي تم اختيارها ضمن فئات محتوى الإتصال، حيث وقع الإختيار على وحدة السياق، التي تعني التعرف على السياق الذي ورد فيه المعنى، و هي الجزء الأكبر من المضمون.

صدق التحليل:

تطلق كلمة الصدق في مجال التقويم والقياس لتعنى قدرة الاختبار على أن يقيس ما وضع لقياسه، فاختبار الحساب الجيد هو الذي يقيس بالفعل مهارات الحساب، وفي مجال تحليل المحتوى يقصد بصدق التحليل أو صحته أو سلامته أن يكون التحليل صالحا لترجمة الظاهرة التي يحللها بأمانة.[1]

عرض الإستمارة على أساتذة محكمين بهدف الإطلاع عليها وإبداء الملاحظات التي يرونها مناسبة، وقد قمنا بعرضها على الأساتذة المحاضرين بكلية العلوم الإنسانية، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة الآتية أسماؤهم:

- الأستاذ بويحي نصر الدين:
- الأستاذ دحماني سمير
- الأستاذة جودي.

وقد أبدى الأساتذة مجموعة من الملاحظات التي أخذناها بعين الاعتبار.

[1] **عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي:** الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، المرجع نفسه، ص212.

ثبات التحليل:

المقصود بالثبات قياس مدى استقلالية المعلومات عن أدوات القياس ذاتها أي مع توافر نفس الظروف والفئات والوحدات التحليلية والعينة الزمنية من الضروري الحصول على نفس النتائج مهما اختلف القائمون بالتحليل أو وقت التحليل.[1]

الترميز المسبق أي تحديد فئات التحليل قبل البدء فيه، وذلك في ضوء الأدبيات والدراسات السابقة، وترميز المادة.

لجأنا في قياس الثبات الى إحدى الطرق، حيث قمنا بالقياس وتحديد فئات التحليل وعناصرها وتعريفها تعريفا اجرائيا، ووضعنا هذه الفئات جانبا وبعد مرور بضع أيام قمنا بتحديد فئات التحليل وعناصرها وتعريفها تعريف اجرائيا من العينة نفسها ثم مقارنتها مع تلك الفئات وتعاريفها التي قمنا بتحديدها سابقا، بعدها قمنا بقياس معامل الثبات باستخدام معادلة هولستي (Holsti) الآتية:

$$CR = \frac{M2}{N1 + N2}$$

حيث CR هو معامل الثبات.

و M2 عدد الفئات المتفق عليها.

و N2+N1 تعني مجموع الفئات التي حددت.

وبتطبيق المعادلة في دراستنا هذه ينتج لدينا ما يلي:

في فئات ماذا قيل؟ اخترنا فئة القيم التي بلغت نسبة ثباتها 0.91 فهي ثابتة ثبات مرتفع.

ثبات تحليل فئة الأساليب الإقناعية 0.89

ثبات تحليل اللغة المستخدمة: 0.92

ثبات تحليل فئة المدة الزمنية للبرنامج: 0.80

[1] **عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي:** الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، المرجع نفسه، ص224.

والفئات التي اتفقنا عليها في التحليلين أربع فئات، وبلغت نسبة ثباتها 0.88، أي نسبة ثبات جيدة.

6. 4 مجتمع البحث وعينته:

يعتبر مجتمع البحث مجموعة منتهية أو غير منتهية من عناصر محددة، مسبقا لها خاصية مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث والتقصي، وعليه فقد حددنا مجتمع بحثنا بطريقة تسمح لنا من دراسة العينة في سياقها الاجتماعي.

إن أساس نجاح التعيين يقوم أولا على تحديد حجم مجتمع البحث الأصلي، وهو ما يحتويه من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعريفا دقيقا يشمل طبيعة وحداته، يعرف على أنه جميع المفردات التي لها صفة وصفات مشتركة، وجميع هذه المفردات خاضعة للدراسة أو للبحث من قبل الباحث.[1]وهو يتمثل في مقامنا هذا في مجموع أعداد الحصص لبرنامج "إنصحوني" التي تبثها قناة النهار خلال مدة الدراسة التي حددت من (01 جانفي 2017 إلى 28 فيفري 2017)

العينة: إن هدف كل باحث هو الوصول الى استنتاجات سليمة عن المجتمع الأصلي الذي تنبعث منه المشكلة، وهي طريقة من طرق البحث وجمع المعلومات فتؤخذ عينة من مجتمع ما، بالانتقال من الجزء إلى الكل أو التوصل إلى الحكم على المجتمع في ضوء بعض أفراده.[2]

فالعينة المستخدمة في البحث العلمي هي نموذج يشمل ويعكس جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسته كل وحدات مفردات المجتمع الأصلي، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك وحدات المجتمع المعني بالبحث.[3]

---

[1] **سامي محمد ملحم:** مناهج البحث في التربية وعلم النفس، دار المسيرة 2007، ط2، ص209.

[2] **منير حجاب:** المعجم الاعلامي، دار الفجر، 2004، ط1، ص 381.

[3] **عامر مصباح:** منهجية البحث في العلوم السياسية والاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، 2002، ص212.

هي مجموعة من الأفراد مختارة من مجتمع البحث على أسس علمية واضحة، وتأخذ أشكالا مختلفة بناءا على نوعية وظروف البحث، وقد استخدمت لتسهيل عملية البحث العلمي.[1]

عينة الدراسة: العينة العشوائية البسيطة.

في اطار دراستنا استخدمنا العينة العشوائية البسيطة، التي تختار بطريقة تحقق لجميع وحدات المعاينة بالمجتمع نفس الفرصة في الاختيار أو الظهور، وهذا النوع من العينات لا يتيح فقط لكل فرد في المجتمع فرصة متساوية للظهور في العينة بل يتيح أيضا لكل مجموعة من مجموعاته نفس الفرصة.[2]

كما أن العينة العشوائية البسيطة تدرج ضمن العينات الاحتمالية، وهي طريقة تخضع لقانون الاحتمال أو الصدفة، وذلك بأن تضمن لكل مفردة من مفردات المجتمع الأصلي فرصا متكافئة في الإختيار لتكون عضوا في العينة،[3].

تم اختيار العينة العشوائية البسيطة بالاعتماد على طريقة السحب العشوائي للعينات من مجتمع البحث المتاح والذي بلغ مجموع حلقات البرامج (43) حلقة، منها 32 حلقة في جانفي و 11 حلقة في فيفري، وكان سبب اختيارها نظرا لأن مجتمع البحث هذا لا يتيح فرص الظهور لكل العينات، و وجدنا المجتمع المتاح وتمثل في الحصص الموجودة.

حدود الدراسة:

- **الحدود الزمنية:** تتناول هذه الدراسة البرنامج الديني المقدم عبر قناة النهار من (01 جانفي 2017 إلى 28 فيفري 2017)

سابعا: الدراسات الســـــابقة:

---

[1] **دلال القاضي، محمود البياني:** منهجية واساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الاحصائي spss، دار الحامد، عمان –الاردن– 2008، ط1، ص149.

[2] **عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي:** الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، مرجع سابق، ص148.

[3] **كمال محمد المغربي:** أساليب البحث العلمي في العلوم الانسانية والاجتماعية، دار الثقافة، 2007، ط1، ص141

الدراسة الاولى: الحرية والقيم الاخلاقية في الإعلام الفضائي الديني الاسلامي: دراسة آليات انتاج البرامج في القنوات الفضائية الدينية الاسلامية، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، احمد بن دريس 2012/2011.

تناولت الدراسة موضوع الحرية والقيم الأخلاقية في الإعلام الفضائي الديني الإسلامي وركزت على الفتاوى في القنوات الدينية الفضائية الإسلامية، واختارت برامج الفتاوى وبالتحديد البرامج الفردية: برنامج " الوسطية" على قناة الرسالة، و " على خطى الحبيب " بقناة إقرأ، و البرامج الحوارية " البينة" على قناة إقرأ، برنامج " يستفتونك" على قناة الرسالة، وكذا كيفية تقديم القناتين للمضامين والبرامج الدينية بصيغتها الإسلامية.

تحدث الباحث عن حرية الإعلام وأخلاقياته بين التراكم المفاهيمي و أبعاد النظرية، ثم تطرقت إلى الصورة والمشهد التلفزيوني الفضائي العربي جدلية الإعلام الفضائي الإسلامي الفضائيات الدينية بين عمومية الطرح ونمذجة الاتجاه، و قام بدراسة استطلاعية حول عادات و أنماط مشاهدة القنوات الفضائية الدينية الإسلامية في الجزائر.

لينتهي البحث في قراءة بآليات انتاج بعض برامج القنوات الفضائية الاسلامية، وتنتقل اخيرا الى تحليل البرامج المختارة كعينة مختارة من قبل المبحوثين تحليلا كميا ونوعيا. اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي اعتمادا على الاستبيان وتحليل المحتوى.

وبهذا اشتملت الدراسة على تحليل مضمون البرامج من جهة، وعلى دراسة الخصائص الأساسية التي يتميز بها جمهور المشاهدين و انماط المشاهدة، وكذلك استخدام منهج دراسة العلاقات المتبادلة، توصلت الدراسة إلى:

- استعمال تقنيات التأثير والإقناع من خلال الإستمالة والإيجاز في طرح الافكار واستقبال رجع الصدى.
- كانت أكثر الأشكال الإعلامية المساعدة ايرادا هو أسلوب السرد القصصي بالدرجة الأولى، أما عن المصادر العلمية المعتمدة في إعداد البرامج فكانت أغلبها: القرآن

الكريم، السنة النبوية الشريفة، وتاريخ الحضارة الإسلامية، وبعض المنظمات العالمية والهيئات مثل: منظمة الصحة العالمية.

- الظاهر أيضا أن برامج الفتوى في القنوات الدينية الإسلامية مرجعتيها لا تخرج عن النهج السلفي السعودي الذي لا يتطابق مع بعض الجزئيات مع المرجعية الدينية الجزائرية، تتوجه إلى سياقات معرفية في بعض الأحيان تلغي الآخر الذي لا يشترط أن يكون غربيا مسيحيا ولكن ينتمي إلى بلدان المغرب العربي كالجزائر.[1]

الدراسة الثانية: الطريق إلى النجومية عبر البرامج الدينية التلفزيونية: دراسة جمهور منطقة العاصمة لحصة " انصحوني" بقناة النهار الجزائرية. مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص إذاعة وتلفزيون, للطالبة: صبرينة تورسال 2013/2012.

تناولت الإشكالية مدى إدراك المشاهد ما تعكسه الحصة الدينية من قيم، وكشف نظرة الجمهور للدور الكبير الذي يلعبه الإمام أو الرجل الديني في نشر الوعي لدى المشاهد، وهل يعتبر جمهور حصة " انصحوني" بقناة النهار نوعا من البرامج التي تخضع لأساسيات الإنتاج التلفزيوني؟ وهل يشارك المتلقي في معالجة الموضوعات المختلفة، أم أن المرسل موجود للتشويق، التحدي، التضخيم والتحريض؟ وهي دراسة استطلاعية استكشافية، استطلاعية لآراء الجمهور المشاهد والمتتبع للحصة، واستكشاف نظرتهم الخاصة حول البرامج الدينية، وذلك من خلال اعتماد المنهج المسحي بالعينة القصدية المتمثلة في سكان مدينة الجزائر العاصمة.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

[1] **أحمد بن دريس:** الحرية والقيم الأخلاقية في الاعلام الفضائي الديني الاسلامي، دراسة آليات إنتاج البرامج في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال، قسم علوم الاعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر 3.

- استطاعت الحصة أن تفرض نفسها في الساحة الاعلامية واستقطاب جمهور واسع على امتداده، فهو يستخدم الطريقة المباشرة في المخاطبة، ولا يستدل بآيات قرآنية و أحاديث نبوية.
- يعتبر الأسلوب الذي يحاول من خلاله تمرير رسالته فكاهيا، ولهذا الجمهور كان كبيرا. فكلما ازدادت النقاشات حول الحصة كلما زادت شهرتها وشهرة هذه الشخصية في أوساط الجمهور، كما أن الطريقة التي يعتمدها لإيصال المحتوى للمستقبل جعل الإعجاب يزداد بهذه الشخصية الدينية، فهو يتمتع بالصوت القوي والحضور.
- المقدم استغل الظروف الموجودة في المجتمع وجعل ضعف الفرد الذي يبحث عن حل لما يواجهه مادة ليحقق أهدافه وينشر معتقداته بطريقة تجعل الفرد يؤمن بما يصله من معلومات، لأن ما يقدم له ماهو إلا إجابة لما يطرحه من استفسارات، فهو يشارك في صنع الموضوعات بالاتصالات التي تصل الى الحصة.
- بانتقال الإمام إلى التلفزيون وبتحليه صفات عديدة ظهرت في شخصيته منحته شهرة كبيرة في أوساط المجتمع. وباكتسابه لهذه الصفات أعطى معنى آخر للإمامة الدينية.
- صفة النجومية تحققت في هذه الشخصية و أصبح نجما معروفا في المجتمع، فالنجوم يصنعهم الجمهور لكن الوصول الى النجومية ليس بالأمر الصعب، فكل شخص يستطيع أن يصبح نجما، يكفي ان يكسب الجمهور من خلال أداء يقوم به غرضه الشهرة، وما يقوله ليس حقيقيا.[1]

بما أن هذه الدراسة ركزت على دراسة جمهور حصة " انصحوني"، ونحن في هذا الصدد نتطرق الى تحليل مضمون هذا البرنامج، ورصد أهم القيم الدينية التي يبثها.

[1] **صبرينة تورسال:** الطريق إلى النجومية عبر البرامج الدينية التلفزيونية: دراسة جمهور منطقة العاصمة لحصة " انصحوني" بقناة النهار الجزائرية. مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص إذاعة وتلفزيون، 2013/2012.

الدراسة الثالثة: الصحافة الجزائرية وتنمية الوعي الديني لدى القراء، دراسة تحليلية ميدانية. بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال. للطالبة هند عزوز:

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية رئيسية مفادها دور الصحف الجزائرية في تنمية الوعي الديني للقراء. وارتكزت على دعامتين رئيسيتين، تمثل أولاهما في تحليل المواضيع الدينية التي نشرتها عينة من الصحف الجزائرية، وبهذا الاطلاع على ماهية هذه المواضيع ومحتوياتها وطبيعة الشخصيات التي كتبتها، وأهم المصادر والمراجع التي اعتمدتها....

أما ثاني هاتين الدعامتين فقد تمثلت في مقاربة ميدانية أجرتها على مدينة جزائرية(جيجل) بهدف الاطلاع على الجوانب التي ساهمت الصحف الجزائرية في تنميتها في شخصية الفرد بما يتصل بوعيه الديني.

ممهدة بذلك بإطار نظري عن الصحف الجزائرية ومواضيعها الدينية وجمهور قرائها من جهة والوعي الديني من جهة ثانية. كذلك تقديم مقاربة تاريخية عن المواضيع الدينية التي نشرتها الصحف الجزائرية في عهد الاستقلال و إلى غاية 1989. ثم الحديث عن التعددية الاعلامية.

تأثرت الصحف بالمناخ السياسي و الاجتماعي الذي عاشته الجزائر والمناخ الفكري الذي سار إبان الاحتلال الفرنسي لا سيما بداية القرن العشرين. أما عهد الاستقلال تميزت بتأثرها للسياسة العامة للبلاد، وامتاز عهد التعددية الاعلامية باختلاف المواضيع الدينية المنشورة بحسب طبيعة الصحف.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي بالعينة والتي تعد استمارة الاستبيان إحدى أدواته بالإضافة إلى تحليل المحتوى.[1]

[1] **هند عزوز**: الصحافة الجزائرية وتنمية الوعي الديني لدى القراء، دراسة تحليلية. بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر.

الدراسة الرابعة: دراسة شارف اسمهان: جمهور البرامج الدينية في التلفزيون الجزائري ونظرية الاستعمالات والاشباعات، رسالة ماجستير من إعداد الطالبة اسمهان شارف، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2010/2009

اِنصب اهتمام الدراسة على مدى اهتمام التلفزيون الجزائري بالبرامج الدينية وأبعاد الفكر الإسلامي، كما تطرقت إلى عادات وأنماط مشاهدة البرامج الدينية في التلفزيون وبالتالي فهم استعمالات الجمهور الجزائري للبرامج والاشباعات المحققة من خلال طرح الإشكال التالي: هل يشاهد الجمهور الجزائري البرامج الدينية في التلفزيون الوطنين ولماذا يستخدم الجمهور الجزائري البرامج الدينية، وماهي الاشباعات التي يحققها من عملية التعرض لها؟

اعتمد البحث على المنهج المسحي الذي يسعى إلى التعرف على المعلومات التي تقدمها البرامج الدينية في التلفزيون وتحليلها من حيث المضمون والشكل، كما تسعى إلى التعرف على مدى إقبال الجمهور الجزائري على مشاهدة هذه البرامج وخصائصهم واستعمالاتهم والفقرات التلفزيونية التي يشاهدونها.

وقد استعملت هذه الدراسة أداتين وهما تحليل المضمون الاستمارة واقتناعا منها بأنها تحقق تلك الأهداف، أما عينة الدراسة فقد استعملت العينة القصدية التي تم اختيارها بطبقة تحكمية لامجال فيها للصدفة، واعتبار أن مدة شهرين تمثل دورتين من البرمجة وهي كافية لإبراز خصائص البرمجة، وبلغ مجموع الحلقات التي تم بثها في هذه الفترة 121 حلقة لكل البرامج الدينية، وقد تم تحديد مفردات العينة في بداية الدراسة ب 400 وحدة. وتم اختيار منطقة الجزائر العاصمة كحيز مكاني للدراسة.

أهم نتائج الدراسة كما يلي:

- التلفزيون الجزائري لا يولي اهتماما كافيا بالبرامج الدينية ولا يعكس الأهمية التي تحتلها المواضيع الدينية في حياة الجمهور الجزائري، وفي الحفاظ على قوة حضور الدين في حياة الفرد والمجتمع، رغم اهتمام التلفزيون الجزائري بتدعيم الثقافة الدينية ونشر مبادئها وأحكامها في المجتمع الجزائري، إلا أن هذا الاهتمام لم يترجم إلى خطوات فعلية كافية

تعكس هذه الأهمية، حيث سجلت نقص في المساحة الزمنية المخصصة للمواضيع الدينية مقارنة بالبرامج الأخرى، وزيادة بثها في أيام الخميس والجمعة.

- تتعدد مصادر المعرفة الدينية لدى جمهور العينة وتتنوع، فنجد الوسائل السمعية والسمعية البصرية، ووسائل أخرى كالاتصال الشخصي والمراكز التعليمية الثقافية كالمدرسة والمسجد والجمعيات، لكن يأتي دائما التلفزيون في المرتبة الأولى من حيث الاهتمام.
- تستمد البرامج والمواضيع الدينية أهميتها من أهمية الدين في حياة أفراد المجتمع الجزائري، وتسعى هذه البرامج إلى الحفاظ على قوة حضور الدين والإسهام في تكوين مواطن يعرف أمور دينه وبالتالي سلوك في المجتمع سلوك لا يتناقض مع الرؤية الدينية.
- أكدت الدراسة أيضا أن الجمهور الجزائري يشاهد البرامج الدينية لتوقعه أنها تلبي له مجموعة من الحاجات المعرفية مثل الاستفادة من النصائح والإرشادات، معرفة المزيد من الدين الإسلامي التربية و التعليم الإسلامي بالاطلاع على التراث و الثقافة الإسلامية وحاجات وجدانية مثل: استثارة مشاعر حب الله والرسول صلى الله عليه وسلم، الشعور بقوة الإيمان الرضا وحب الإسلام.
- العوامل الاجتماعية النفسية هي التي تولد الحاجات لدى الفرد ومن خلال خبرة الفرد يشعر بأن وسائل الإعلام هي كفيلة بتلبية تلك الحاجات مقارنة بمصادر الإشباع الأخرى، ونتيجة للتعرض يتم إشباع تلك الحاجات بجانب نتائج أخرى كامنة ، وهو ما يؤدي مرة أخرى إلى نشوء حاجات تبدأ بالتفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض إلى وسائل الإعلام أملا في إشباعها.
- يعتمد اختيار وتفضيل أفراد العينة للبرامج انطلاقا من إعجابهم بالشخصية التي تقدم البرنامج أو يستضيفها البرنامج، وبأسلوب البرنامج في التقديم ثانيا، والاهتمام بالموضوع

ثالثا، وهذا يعني أن اهتمامات الأفراد متنوعة ومختلفة من شخص لأخر وأن هذا التنوع في البرامج الدينية في مختلف القنوات التلفزيونية يتيح للفرد حرية الاختيار بينهما.[1]

الدراسة الخامسة: الفضائيات الإسلامية بين الخبرة والتأصيل العلمي، قسم الإعلام، كلية الآداب، يسرى خالد إبراهيم:

يحاول البحث طرح قضية الاهتمام بالعلوم ومحاولة منحها المساحة المطلوبة في اهتمامات البرامج الإسلامية. وأهمية إعطاء مساحة مناسبة لقضية الإعجاز العلمي، بهدف تطوير أساليب التفكير لدى الجمهور المسلم من ناحية، وفتح مسارات الحوار مع الآخر من ناحية أخرى، و أهم الأسس المناسبة لإعداد برامج اسلامية جماهيرية تعتمد المعايير العلمية في إثارة الجمهور وتشجيعه على التفكير العلمي.

ويصنف هذا البحث من البحوث الوصفية، التي تعتمد على أسلوب المسح. أي مسح شامل للقنوات الفضائية بهدف استخراج نسبة الفضائيات الاسلامية مقارنة بالأنواع الأخرى، وكذلك استخراج نسبة ما تمثله الفضائيات الإسلامية مقارنة بالقنوات المتخصصة.

كما تم متابعة كل من هذه الفضائيات الاسلامي، على مدى شهر رمضان الشهر العاشر للعام 1431. تم تحديد القنوات (إقرأ، الرسالة، المجد) لتكون برامجها عينة التحليل واستخراج النسبة المئوية لفئات الجمهور المستهدف (المرأة، الطفل، الشباب)

تم إجراء مسح شامل لما تقدمه هذه القنوات من برامج ومتابعتها بدقة لتحديد هدفها والجمهور المستهدف واهم الموضوعات التي تعالجه.

وخلصت الدراسة الى النتائج التالية:

- إن القنوات الاسلامية احتلت مرتبة متقدمة بين القنوات الأخرى وبذلك ابطلت الأصوات التي تقول إن القنوات الاسلامية تشكل نسبة ضئيلة مقارنة بالقنوات الاخرى، لكن هذه

[1] **شارف اسمهان:** جمهور البرامج الدينية في التلفزيون الجزائري ونظرية الاستعمالات والاشباعات، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2010/2009.

الزيادة في العدد لم يغير شيئا بل اخذت القنوات الجديدة تسير على خطى سابقتها دون أن تفكر بناحية التجديد والابداع لخلق مجتمعات اسلامية واعية متفتحة.

- ركزت هذه القنوات على فئة الشباب وأهملت بقية في بعضها وأعطت مساحات بسيطة لها في البعض الآخر. وهذا يشكل خللا في النسق العلمي.
- نجد أكثر موضوعات هذه القنوات تتوزع بين تاريخية وفتاوى وموضوعات عامة ومكررة فشغلت مساحات واسعة من ساعات البث، بينما أعطت لقضية العلوم والتأصيل العلمي نسبا بسيطة. في حين ونحن نعيش عصر المعلومات وعصر المعرفة التي تنساب بين أصابعنا. فإن هذا الموضوع يعد قضية مهمة للتعريف برسالة الاسلام العلمية التي جاءت لتنير الكون وتخرجه من ظلمة الجهل. فهناك الكثير من الموضوعات والقضايا العلمية (كالإعجاز العلمي، والتفسير العلمي، القرآن والسنة) التي تم إثباتها من قبل علماء الغرب وطرحها القرآن وفسرها قبل ذلك بقرون، فهذه الموضوعات بحاجة إلى اهتمام وتطوير في التناول والعرض بأسلوب يتلاءم ومتطلبات العصر.[1]

الدراسة السادسة: دراسة تحليلية لبعض البرامج الدينية في القناة الأولى بتلفاز المملكة العربية السعودية لدورة رمضان الكريم في عام 1411هـ، عفاف حسين علي الوعل، دراسة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في التربية الاسلامية والمقارنة بقسم التربية الإسلامية والمقارنة.

هدفت الدراسة الى تحليل البرامج الدينية المقدمة خلال شهر رمضان 1411، وذلك لمعرفة القيم الاخلاقية التي تضمنتها ومعرفة نوع هذه البرامج.

واتبعت الباحثة المنهج الوصفي، حيث قامت بوصف البرامج الدينية من حيث نوعيتها وزمانها وطريقة عرضها باستخدام اسلوب تحليل المضمون لمعرفة القيم الاخلاقية وفق تصنيف القيم الاخلاقية: إلى قيم مرغوب فيها والأخرى غير مرغوب فيها.

1 **يسرى خالد إبراهيم:** الفضائيات الاسلامية بين الخبرة والتأصيل العلمي، قسم الاعلام، كلية الآداب.

توصلت الباحثة الى النتائج التالية:

1-إن التلفزيون أو الرائي يعتبر وسيلة تربوية فعالة إذا ما استخدم الاستخدام الامثل.

2-إن البرامج الدينية في التلفزيون السعودي تقتصر على نوعين فقط من الالقاء فهي إما حديث مباشر أو عبارة عن ندوة.

3-إن البرامج المعدة خصيصا لدورة التلفزيون في شهر رمضان المبارك لعام 1411 هـ هي أربعة برامج فقط.

4-إن هذه البرامج تتناول قيما أخلاقية في موضوعات محددة فمثلا برنامج " من سير التابعين" يركز على تناول حياة التابعين فقط والسيرة الذاتية لأصحابها بهدف أخذ العظة و العبرة من حياتهم وجعلهم قدوة في الأخلاق وهذا الهدف يتأثر تحقيقه بالصورة التي عرضت عليها حلقات هذا البرنامج عن طريق ندوة تدار، فكلما كانت الوسيلة أو طريقة العرض متنوعة لأمكن تحقيق هذا الهدف بشكل أفضل.

5-إن غالبية البرامج الدينية المقدمة خلال شهر رمضان المبارك لعام 1411 هـ كانت تميل إلى غرس مبادئ العقيدة الإسلامية في نفوس المشاهدين كما لوحظ ذلك في برنامج" من نسمات الإيمان" – ومن " سير التابعين" وبرنامج " حديث ودعاء". وهذا الامر يتناسب مع الظروف الاجتماعية التي عاشها المجتمع السعودي بصفة خاصة والمجتمع العربي الاسلامي بصفة عامة.

6-إنه لم يوجد سوى برنامج واحد فقط اهتم بجانب القيم التربوية الأخلاقية وهو برنامج التربية الخلقية في القرآن الكريم.

7- إن برنامج " التربية الخلقية في القرآن الكريم" كان برنامجا أسبوعيا يعرض لمدة نصف ساعة ثلاثين دقيقة فقط.

8- إن عدد الحلقات التي عرضت من البرنامج السابق لم يتجاوز الثلاث حلقات فقط.

9- إن مثل هذا البرنامج " التربية الخلقية في القرآن الكريم" يميل إلى غرس القيم الأخلاقية في نفس المشاهد وينفره أيض من القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها.

10- أننا نعيش في مجتمع طغت عليه جوانب المادة فنحن أحوج ما نكون الى ما يرقى بأنفسنا عن هذه الأشياء، فكان من الممكن أن يستغل التلفزيون السعودي هذا الأمر والظروف التي كانت يعيش فيها المجتمع السعودي في تهذيب النفوس الطامعة في الوصول إلى كل ما يخلصها من كل الأدران الدنيوية من خلال ما يعرضه على شاشته الصغيرة، فكان من الإمكان أن تعرض هذه الأفكار بشكل جذاب يشد انتبه المشاهد ويشعره بأهمية التحلي بالقيم الأخلاقية في حياتنا وأنها السبيل الأمثل لوحدة المسلمين

11- إن أهم قيمة دعت اليها البرامج الدينية في التلفزيون السعودي هي قيمة الجهاد ونسبة (11:50). وهذه القيمة تتناسب جدا مع الظروف الاجتماعية و السياسية التي عاشها المجتمع السعودي في تلك الفترة.

12- إن القيمة التي تلتها في خلق حسن العبادة ونسبتها (10:77) وهذا أمر يتناسب مع الهدف السامي الذي من اجله تعد البرامج الدينية في التلفزيون السعودي هو ربط العبد بخالقه على مدار اليوم والليلة.

13- ثم تليها قيمة " الزهد" وبلغت نسبته (9,11) وذلك لان مظاهر الحياة المادية قد طغت على حياتنا.

14- إن القيمة التي احتلت المكانة الرابعة في خلق الحلم ونسبته (7,45) وهذه صفة يحتاجها المسلم منا في حياته اليومية وهي اكثر ما تتناسب مع طبيعة الفترة وهي شهر رمضان الكريم.

15- إن القيم الأخلاقية غير المرغوب فيه التي تناولتها البرامج الدينية كانت على النحو التالي:

خلق الحسد- الغيبة- الظلم- النميمة- الرياء- الإعجاب- الكذب- البخل- الشح- الكبر- الحقد- الغرور- الغش- التعدي على حقوق الغير- الخداع- التدخل فيما لا يعني- الغلو- سوء الخلق.

وهي تسعة عشرة خلقا من مجموعة واحد وعشرون خلقا اختارتها الباحثة في مقياسها لهذه القيم. ومن الملاحظ أن كل هذه القيم غير المرغوب فيها كلها اخلاق قبيحة يجب التنفير منها وقد وفق التلفزيون السعودي أو البرامج الدينية في تناولها وان لم يكن بالشكل المرضي تماما.[1]

ثامنا: مفاهيم الدراسة:

يجدر بنا أن نحدد مفاهيم الدراسة بغية الاتفاق حول معاني محددة للمصطلحات الرئيسية التي تشكل محاور الدراسة واعمدتها، خاصة في ظل ما تتميز به العلوم الانسانية من نسبية واختلاف حسب طبيعة السياق الفكري الذي وردت فيه.

القيمة:

عبارة عن مجموعة الخصائص الثابتة الشيء التي يقدر بها، ويرغب فيها من أجلها، ويكون سليم القيم للأشياء من جهة تفاوتها، فيما يقتضي لها التقدير او ما يبعث على الرغبة فيها، وقد يكون ذلك ثابتا للشيء باعتباره ذاته أو اعتباره وسيلة لتحقيق معنى في غيره، وهذا هو أساسا الرغبة، يقول ديكارت ان الوظيفة الحقيقية للعقل هي أن يفحص القيمة الثابتة لجميع المنافع التي هي ناشئة فيها بصورة ترجع الى اتجاهاتنا.[2]

---

[1] **عفاف حسين علي الوعل:** دراسة تحليلية لبعض البرامج الدينية في القناة الأولى بتلفاز المملكة العربية السعودية لدورة رمضان الكريم في عام 1411هـ، دراسة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في التربية الاسلامية والمقارنة بقسم التربية الإسلامية والمقارنة في كلية التربية بجامعة أم القرى الفصل الدراسي الأول 1411، المملكة العربية السعودية.

[2] **منير حجاب:** المعجم الاعلامي، مرجع سبق ذكره، ص435

ذهب بعض الباحثين إلى اعتبار القيم مجموعة من المعتقدات يتمسك بها الافراد والمجتمع، ويحكمون من خلالها على الاشياء بالقبح والحسن، ومن التعريفات المقدمة في هذا المجال ما يأتي:" مجموعة من المعتقدات يعتنقها افراد المجتمع، تتعلق بما هو حسن أو قبيح، أو ما هو مرغوب فيه او مرغوب عنه.

المعتقدات والاتجاهات والمشاعر التي يفتخر بها الفرد ويعلن عنها.[1]

الدين:

إن الدين هو فطرة الله التي فطر عليها الناس جميعا، والدين غير خاضع للتطور والارتقاء، وهذا معناه أن الدين موجود على نفس المستوى عند كافة الناس، والدين يمكن اعتباره نوع من أنواع الديمقراطية، ولكنه ديمقراطية عالمية بالتحديد، ولا يوجد في الدين أجناس ولا طبقات.

إذ انه في الوقت الحاضر، فإن الاهتمام ليس بالدين في حد ذاته، وانما بالوسائل التي من خلالها يمكن للمسلمات الدينية تواجهه سلوك الافراد نحو اهداف، سواء كانت تلك الاهداف علمية او روحية.[2]

القيم الدينية:

تتفق الاديان جميعها على استنادها في موقف معين من القيم ولعل هي نفسها موقف قيمي صريح، لأن عقائدها لا تعنى بتفسير الكون، بقدر ما يجد الانسان ما ينبغي ان يقوم به إزاء هذا الكون، ويعد الدين قيمة من القيم شأنه شأن النفس أو المال أو الطفل، وهو قيمة ضرورية للحياة الانسانية، ويتعامل مع القيم كقوة مستمدة من الله وليس عنصرا خاصا منفردا للقيمة، بل هو يعمل كاطار لكل القيم، فالأديان السماوية المنزلة الى الانسانية في اطار نظرية أو عقيدة

[1] **ماجد زكي الجلاد:** تعلم القيم وتعليمها، تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم، دار المسيرة، عمان – الأردن– 2005، ط1، ص30.

[2] **طارق كمال:** اساسيات علم الاجتماع الديني، مؤسسة شباب الجامعة، 2009، د ط، ص28.

التوحيد، جاءت كلها لتوحد الانسان وكرامته وعزته، وقاومت الظلم والعدوان و أعلنت حقوقه كلها.[1]

هي ميل الفرد للبحث عن الجوانب الروحية في حياته، وعن تعلقه بالله سبحانه وتعالى، وتتجلى هذه القيمة في الاهتمام المركز على شعائر ديننا العنيف من أركان وعبادات و أذكار ومعاملات...الخ .[2]

القناة: حيز ذبذبي ذو نطاق يشمل ممرا الكترونيا أو الكترو مغناطيسيا(قناة سنتيمتريه او سلكية) وتستخدم الارسال لنقل برامج التلفزيون، وعادة يشار اليها برقم معين على جهاز الاستقبال حتى يتسنى للمشاهد معرفة رقم القناة التي تذيع البرنامج الذي يراه.

دائرة الكترونية يمكن التحكم بواسطتها في الصوت بعد اجراء المزج بين الاصوات اثناء التسجيل.

وسيلة الاتصال التي يمكن بواسطتها لنقل الرسالة من المرسل. كما يقصد بقناة الاتصال الخط او المسار الذي تتخذه الرسالة عند تحركها من المرسل حتى تصل الى المستقبل.[3]

البرامج الدينية: هي البرامج التي تختص بالمواضيع الدينية وتقوم على أسس دينية، والتي في النهاية تقصي التوعية والثقافة الدينية،[4] وغالبا ما تكون البرامج الدينية حول قضايا العقيدة والدعوة وأصول الفقه ومسائل العبادات والمعاملات.

---

[1] **محمد عبد البديع السيد:** اثر القنوات الفضائية على القيم الاسرية، العربي للنشر والتوزيع، عمان –الأردن– 2009، ط1، ص95.

[2] **بوعطيط سفيان:** القيم الشخصية في ظل التغير الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم النفس العمل والتنظيم، قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري– قسنطينة– ص19.

[33] **منير حجاب:** المعجم الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص 428

[4] **يحي البسيوني:** الاذاعة الاسلامية، دار المعرفة الجامعية، 2013، ط2، ص388.

الإطار النظري

الفصل الأول: تطور وسائل الإعلام السمعية البصرية والنظريات المفسرة لها

تمهيد:

استطاع التلفزيون في سنوات قليلة أن يحقق تطورا تقنيا ملحوظا، و أصبح يعرف انتشارا واسعا على المستوى العالمي شاملا بذلك القدرات الخمس ولم يبق حكرا على الدول التي اخترعته حيث انشئت شبكات تلفزيونية في العالم العربي و أمريكا اللاتينية و القارة الافريقية والآسيوية،[1] وهذا ما أثر على المتلقين كونهم يتلقون بصفة غير متناهية، كونه من أكثر وسائل الإعلام أهمية لما له من تأثير مباشر وقوي على أفراد المجتمع كافة، لذلك نحن في حاجة مستمرة إلى ضرورة ضبط ما يعرضه هذا الجهاز المهم و الخطير من مواد إعلامية مختلفة وبما يتفق مع منهجنا الديني و أخلاقيات وعادات مجتمعاتنا العربية والإسلامية.

وقد حقق الإنسان على مدى العصور الماضية تطورا هائلا في مجال تقنية المعلومات والإتصالات التي إزدادت كما وكيفا لوجود شبكة الأنترنت،[2] التي أحدثت تغيرات جديدة على حساب الإعلام القديم كسرت الحواجز ومست مختلف قيمنا، وفي هذا الصدد ظهرت النظريات المفسرة لتأثير وسائل الإعلام بمختلف أنواعها على الفرد وعاداته وتقاليده، وهذا ما سنتطرق اليه في هذا الفصل من خلال:

مراحل تطور وسائل السمعية البصرية.

الإعلام، الإعلام السمعي البصري في الجزائر.

أهمية وسائل الإعلام السمعية البصرية والنظريات المفسرة لها.

[1] **رحمة الطيب عيساني:** مدخل لعلوم الاعلام والاتصال، جدار الكتاب العالمي، عمان – الاردن– 2008، ط 1، ص108.

[2] **السيد بخيت:** الصحافة والانترنت، العربي، 2000، ط1، ص26.

المبحث الأول: مراحل تطور الوسائل السمعية البصرية.

لقد أصبح التلفزيون جزءا فاعلا في حياة الإنسان اليومية، ولم يعد في مقدور الإنسان الإستغناء أو الهروب أو العزلة عن هذه الوسيلة الجبارة. ومما زاد من اهمية التلفاز ذلك التطور المتلاحق في تكنولوجيا البث والانتاج المتلفز والاستقبال، فمع استخدام التوابع الصناعية مثلا اصبح هناك الالاف من القنوات الفضائية المتلفزة، وأصبحت تبث مضامين متنوعة لكسب أكبر عدد من الجماهير.

المطلب الأول: ماهية البث التلفزيوني والفضائي:

الفرع الأول: مفهوم البث التلفزيوني وتطوره.

إن التلفزيون **Television** كلمة مركبة من مقطعين هما (Tele) ومعناها باليونانية **عن بعد** و (vision) ومعناها باللاتينية **الرؤية** فترجمتها الحرفية بالعربية: **الرؤية عن بعد.**[1]

كما يعرفه الدكتور **محمد منير حجاب** في **المعجم الإعلامي** بأنه: " وسيلة نقل الصورة والصوت في وقت واحد، بطريقة الدفع الكهربائي وهو أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بالجماهير، عن طريق بث برامج معينة.[2]

بدأت حيثيات ظهور التلفزيون في أواخر القرن التاسع عشر في العالم، فمن المحطات الأكثر أهمية في تاريخ اختراع التلفزيون نذكر اختراع الألماني بول **جوتليت نبيكوف** لجهاز مسح إستطاع أن يرسل الصور لمسافات قصيرة سنة 1884، و تمكن **جون بيرد** بأول بث تلفزيوني سنة 1928 عبر المحيط الأطلسي من لندن إلى مدينة نيويورك، وفي سنة 1929 تمكن **زوريكين** من انجاز أول نظام تلفزيوني عملي **الكتروني** متكامل،[3] وخاصة بعد المعاونة المقدمة من بعض الشركات العالمية مثل

[1] **غسان عبد الوهاب الحسن:** الصحافة التلفزيونية، دار أسامة، عمان– الاردن– 2013، ط1، ص13، ص20.

[2] **منير حجاب:** المعجم الاعلامي، دار الفجر، 2004، ط1، ص171.

[3] **مصطفى يوسف كافي:** الانتاج الإذاعي والتلفزيوني، دار حامد، 2016، ط1، ص72.

B.B.C لأنها اهتمت بدراسة وتحليل الآراء السابقة التي أشار اليها **بيرد** في هذا الشأن،[1] كما بدأت سنة 1941 خدمات التلفزيون التجاري في الولايات المتحدة و بنهاية العام 1942 بلغ عدد محطات التلفزيون الأمريكية عشر محطات تجارية.[2]

أما في الوطن العربي فقد انتقل البث التلفزيوني إلى الدول العربية وانتشر بقوة في سنوات قلائل، وقد بدأ تأسيس أولى محطات التلفاز في بعض الاقطار العربية في الخمسينيات من القرن الماضي وكان ذلك في العراق و لبنان والجزائر،[3] وبدأ التلفزيون في اليمن عام 1975، وفي الكويت عام 1961، وفي سلطنة عمان عام 1974، و ليبيا عام 1968، و تونس عام 1966، و المغرب عام 1954، و الكويت عام 1961[4].

الفرع الثاني: مفهوم البث الفضائي وتطوره.

1- مفهوم البث الفضائي.

إن البث الفضائي هو كل خدمة إتصال موجهة للجمهور بوسيلة إلكترونية تلتقط في آن واحد من طرف عموم الجمهور أو فئة منه ويكون برنامجها الرئيسي مكونا من سلسلة متتابعة من الحصص التي تحتوي على صور وأصوات.[5]حيث تستقبل أجهزة التلفزيون هذا البث عن طريق إشارة معينة من القمر الصناعي دون الحاجة لمحطة ارسال أرضية.[6] و يقوم القمر ببث المادة في نفس وقت بثها

[1] **الدسوقي عبده ابراهيم:** وسائل واساليب الاتصال الجماهيرية، دار الوفاء، 2004، د ط، ص83.

[2] **حسن عماد مكاوى:** تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، 1997، ط 2، ص44.

[3] **عصام سلمان الموسى:** المدخل الى الاتصال الجماهيري، إثراء، الاردن، ط6، ص332.

[4] **محمد منير حجاب:** وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر، 2008، ط1، ص207.

[5] **الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية**، الجريدة الرسمية، العدد 16، المادة 7، القانون المتعلق بالتعريفات، 23 مارس سنة 2014، ص8.

[6] **هالة حجاجي عبد الرحمان:** برامج الأطفال التلفزيونية وآثارها التربوية دراسة نظرية وميدانية، العلم والإيمان، 2008، ط1، ص116.

الى الدول المستقبلة لها،[1] وقد عرفه **أحمد ساري** بأنه:" وجه من أوجه الاشتراك في محطات التلفزيون تصل إشاراته إلى الأجهزة التلفزيونية المنزلية من قمر صناعي للبث المباشر، ولاستقبال برامجه لابد من أجهزة استقبال أو هوائي".[2]

وبما أن هذه الأقمار تسبح في السماء فيمكنها أن تغطي عددا أكبر من المستقبلين، فعملية استقبال وإرسال موجات البث الفضائي التلفزيوني تحتاج إلى هوائيات خاصة معروفة تسمى الأطباق،[3] لتستكمل الخدمات الفضائية الإشارات الأرضية القديمة مقدِمة مجموعة أوسع من القنوات والخدمات.[4]

2- **ظهور القنوات الفضائية وتطورها.**

أ. **في العالم:**

بدأت أول خطوة عالميا في مجال البث المباشر عام 1976 بظهور ما أطلق عليه **التلفزيون العالمي**، حيث تم بث برنامج من إنتاج عالمي مشترك باسم عالمنا (**Our world**) واستخدم في نقل هذا البرنامج أقمار الإتصال الاربعة، التي كانت موجودة وقتئذ، وقد اشترك في انتاج هذا البرنامج 24 هيئة تلفزيونية.[5]

---

[1] **مجد الهاشمي:** الاعلام الدولي و الصحافة عبر الاقمار الصناعية، دار المناهج، 2003، ط2، ص60.

[2] **فؤاد احمد الساري:** وسائل الاعلام النشأة والتطور، دار اسامة، الأردن – عمان- 2011، ط1، ص349.

[3] **إبراهيم إسماعيل:** الإعلام المعاصر وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته. 2014، وزارة الثقافة و الفنون و التراث، الدوحة – قطر- ط1، ص122، ص123.

[4] **مريم راشد الخاطر:** تنظيمات البث الفضائي عالميا والدور العربي المطلوب، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر الأسرة والإعلام العربي: نحو أدوار جديدة للإعلام الأسري 2- 3 ماي 2010، المجلس العربي للطفولة والتنمية، دولة قطر، ص4.

[5] **عاطف عبدلي العيد، نهى عاطف العيد،** وسائل الاعلام نشأتها وتطورها – أفاقها المستقبلية، دار الفكر العربي، الجزء 1، القاهرة، 2006، ط1، ص237.

انطلاقا من سنة 1987 دخلت العديد من الشبكات التلفزيونية الاوربية ميدان البث التلفزيوني المباشر، واصبحت مساحة البث تمتد من اسبانيا و البرتغال الى دول اوربا الشرقية ومن بريطانيا و الدول الاسكندنافية إلى دول الشمال الافريقي.

ومازالت العمليات التكنولوجية جارية لتسهيل وصول البث التلفزيوني المباشر الى دول العالم بوسائل سهلة ورخيصة، الامر الذي دفع **إياد شاكر البكري** الى التوقع بأن العالم سيشهد اكثر صراع وتنافس بين الشبكات و القنوات التلفزيونية اكثر مما هو عليه وان ذلك سيؤدي الى حرب تلفزيونية في الفضاء.[1]

البــث الفضائي في العــالم العربي

يعتبر البث الفضائي في بداية الثمانينات منعطفا إعلاميا تكنولوجيا كبيرا وذلك بإطلاق أول قمر صناعي عربسات، وكانت تونس السباقة في إصدار قانون يسمح بامتلاك الهوائيات اللاقطة سنة 1988،[2] فكان ظهور القنوات الفضائية العربية المتخصصة نتيجة لتزايد القنوات الفضائية الأجنبية إلى المنطقة العربية والشركات الخاصة والى انشاء قنوات فضائية عربية بهدف جذب المشاهد ومواجهة المنافسة التي فرضتها القنوات الأجنبية،[3] حيث شهدت سنة 1990 انطلاق اول قناة فضائية عربية وهي القناة المصرية الاولى، و التي كانت البداية نحو انطلاق

[1] **نسيمة طبشوش:** القنوات الفضائية و أثرها على القيم الأسرية لدى الشباب، مؤسسة كنوز الحكمة، 2011، ط 1، ص8، ص9.

[2] **مجد الهاشمي:** الاعلام الدولي و الصحافة عبر الاقمار الصناعية، مرجع سبق ذكره، ص63.

[3] **طلعت المرصفي:** التلفزيونات العربية تحتل موقعها على خارطة الأقمار الصناعية، جريدة الشرق الأوسط، العدد: 5472، 20 نوفمبر 1992، ص23.

قنوات فضائية عربية عديدة و متنوعة،[1] وفي ربيع 1996 بدأت المؤسسة اللبنانية للإرسال بثها الفضائي، وظهرت رسميا على**ARABSAT** حينها و كان الهدف من البث تجاريا.[2]

ومن هذا المنطلق تعددت القنوات الفضائية وتنوعت على اختلاف أشكالها، كقناة الجزيرة سنة 1997 وقناة العربية سنة 2003، حيث رصد لنا التقرير السنوي الصادر في شهر يناير 2011 نسخة 2010 عن اتحاد إذاعات الدول العربية، الذي يتخذ من العاصمة التونسية مقرا له، أن عدد المؤسسات الإعلامية العربية، التي تبث قنوات فضائية، بلغ نحو 470 مؤسسة، منها 26 مؤسسة حكومية و 444 خاصة،[3]

المطلب الثاني: ظهور الاعلام الجديد وتطور التقنية.

الفرع الاول: الاعلام الجديد.

1- تعريف الاعلام الجديد:

لابد من الاعتراف هنا بصعوبة تقديم تعريف محدد للاعلام الجديد، و يمكن تعريفه على أنه إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليدا لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر ظاهرة تفجر المعلومات، وظاهرة الاتصالات عن بعد،[4] كما يعرف بأنه العملية الإتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر:

---

[1] **منى سعيد الحديدي، حسن عماد مكاوى:** أعمال المؤتمر العلمي الاول للأكاديمية الدولية لعلوم الاعلام، الدار المصرية اللبنانية، جانفي 2005، ط1، ص623.

[2] **محمد صاحب سلطان:** وسائل الاعلام والاتصال: دراسة النشأة والتطور، دار المسيرة، 2012، ط1، ص261، ص251.

[3] **جمال محمد عبد الحي:** مدخل تاريخي لنشأة وتطور التلفاز، مدخل تاريخي لنشأة وتطور التلفاز، المجلد الثالث، العدد السابع 2012، مجلة أماراباك، ص15.

[4] **سميرة شيخاني:** الاعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول+ الثاني، المجلد 26، 2010، ، ص342.

1 - الكمبيوتر. 2- الشبكات. 3- الوسائط المتعددة.[1]

هناك تعريفات أخرى مختلفة منها تعريف مجلة **بي سي** للإعلام الجديد بأنه: أشكال التواصل في العالم الرقمي والتي تضمن النشر على الأقراص المدمجة و أقراص **الدي في دي** وبشكل أكثر أهمية على شبكة الأنترنت. موسوعة **ويب أوبيديا** من ناحية أخرى تعرف الإعلام الجديد بأنه: مصطلح يضم أشكال التواصل الإلكتروني المختلفة والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي. وبالنظر الى علاقة هذا المصطلح بوسائل الإعلام القديم مثل الصحف المطبوعة والمجلات والتي تتسم بسكون نصوصها ورسوماتها، فإن وسائل الاعلام الجديد تشتمل على: المواقع على الشبكة العنكبوتية، النقل المتدفق للصوت والفيديو، غرف الدردشة، البريد الإلكتروني، مجتمعات الانترنت، اعلانات الانترنت، أقراص ال**سي دي** وال**دي في دي**، الواقع الافتراضي، دمج البيانات الرقمية مع الهاتف، والكاميرات الرقمية والهواتف الجوالة.[2]

2- خصائص الإعلام الجديد:

فأصبح الاعلام الجديد قادر على اضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل **(Interactivity)** وما بعد التفاعل.

ويعد التفاعل ابرز الاختلافات بين الصحافة الالكترونية ووسائل الاعلام الاخرى. وتتيح هذه الخاصية الحصول على رجع صدى فوري ومباشر ووجهات نظر القراء وتعقيباتهم فور النشر.[3]

حيث يمارس المستخدم دور حارس البوابة على كل ما يكتب ويدون وينشر من أخبار وصور وفيديو، فضلا عن أنه يضع ويرتب الاجندة التي تقرر أولوية الأخبار التي تنشر.[1]

---

[1] **فهد بن عبد الرحمن الشميمري:** التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الاعلام؟، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2010، ط1، ص172.

[2] **علي عبد الفتاح كنعان:** الإعلام والمجتمع، دار اليازوري، عمان- الأردن- 2014، د ط، ص162، ص164.

[3] **حسني محمد نصر:** وسائل الاعلام الجديدة، أسس التغطية والكتابة والتصميم والاخراج في الصحافة الالكترونية، مكتبة الفلاح، 2013، ط1، ص198.

كما نجد كذلك خاصية التنوع، و المرونة التي تؤمن المساحة الجغرافية، الانترنت، عامل التكلفة، ولعل أهم خاصية أتاحتها الأنترنت في هذا المجال هي عملية التفصيل الشخصي للمعلومات، وينتج عن هذه الخاصية إتاحة امكانية للزائر الموقع باختيار المواضيع.[2] فهو وسيلة شخصية وجماهيرية يمكن استخدامها على المستوى الشخصي وفي مخاطبة الجماهير.[3]

الفرع الثاني: وسائل الاعلام الجديد.

تزداد وسائل الإعلام الجديد و أدواته تنوعا ونموا وتداخلا مع مرور الوقت، ومن هذه الوسائل: المحطات التلفزيونية التفاعلية، والكابل الرقمي، والصحافة الإلكترونية، ومنتديات الحوار، والمدونات، والمواقع الشخصية والمؤسساتية والتجارية، ومواقع الشبكات الاجتماعية، ومقاطع الفيديو، والمجموعات البريدية، وغيرها. بالإضافة إلى الهواتف الجوالة التي تنقل الإذاعات الرقمية، ومقاطع الفيديو، ومجموعات الرسائل النصية والوسائط المتعددة، ونفصل أهم الوسائل فيما يلي:

- **تلفزيون الانترنت:** إن الأنترنت فرضت نفسها إعلاميا فهي بجانب كونها شبكة الشبكات، وتقوم عظمتها في احتوائها على الصحافة والاذاعة والتلفزيون والبحث عن المعلومات.[4]

---

[1] **شريف درويش اللبان:** الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للاعلام الجديد،(كلية الاعلام جامعة القاهرة)، مجلة رؤى استراتيجية، العدد 07، يوليو 2014، ص116.

[2] **عبد الرزاق محمد الديلمي:** مدخل الى وسائل الاعلام الجديد، دار المسيرة، عمان، 2012، ط 1، ص177.

[3] **حمدي بشير محمد علي:** الإعلام الرقمي واقتصاديات صناعته، ورقة عمل للمشاركة في المنتدى الإعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال تحت عنوان:" منتدى الإعلام والاقتصاد...تكامل الأدوار في خدمة التنمية"، الرياض، من 11- 12 أفريل 2016، ص9

[4] **ماجد سالم تربان:** الأنترنت والصحافة الالكتروني " رؤية مستقبلية"، الدار المصرية اللبنانية، 2008، ط1، ص82.

- **التلفزيون التفاعلي:** أطلق على الاسم التفاعلي **Interactive TV** في وقت ما، فيستطيع المشاهد أن يتفاعل مع البرنامج التلفزيوني بواسطة موقع على الأنترنت أو بواسطة **الأس أم أس**، أو، **الأم أم أس**، ولعل هذه التكنولوجيا هي الأكثر انتشارا.[1]
- **التلفزيون الكابلي:** دخلت الكابلات حيز الاستخدام لبث البرامج التليفزيونية عبر مسافات طويلة و أدت مهمتها بنجاح ملحوظ.[2] وتتيح نظم الكابل الحديثة تحقيق الاتصال في اتجاهين بأساليب مختلفة، مما يزيد من فعالية الاتصال ويسمح للمشتركين بالاختيار من بدائل كثيرة من القنوات التليفزيونية.[3]

المطلب الثالث: قراءة في قنوات البث الفضائي العربي.

واقع البث الفضائي العربي:

قد بات التلفزيون يشكل الظاهرة العالمية الأهم في نهاية القرن الواحد والعشرون بمئات الملايين من مشاهديه الذين يخصصون له معظم أوقاتهم،[4] و رغم الانتقادات الموجهة له الا أنه فرض نفسه من خلال خطاب الصورة، ودليل ذلك تكاثر عدد القنوات الفضائية العربية الذي بلغ 1294 قناة في سنة 2014، وهذا عدد غير قليل مع ما يتناسب

[1] **عباس مصطفى صادق:** الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، 2008، ط1، ص254، ص268.

[2] **مصطفى يوسف كافي:** الانتاج الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سبق ذكره، ص76.

[3] **حسن عماد مكاوى:** تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص95.

[4] **عزي عبد الرحمن وآخرون:** العرب والإعلام الفضائي، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي 34، بيروت، 2004، ط1، ص82.

ومضامينها،[1] حيث أن أغلب القنوات العربية حاولت ومازالت تحاول أن يكون بثها منتشرا في كل أرجاء المعمورة، و أن يواكب مساحات البث الفضائي في العالم بعد مدة من استقرار البث الفضائي في أغلب دول العالم،[2]

و الملاحظ على مضامين كثير من القنوات التي تسعى لجذب المشاهدين بتقديم الممنوع في ملتهم و بلدانهم من المضامين التي تبثها، ومن ثم اعتبر هذا البث ضربا من الاختراق للمقاييس الاخلاقية و الثقافية للمجتمعات،[3] من خلال عملية التنميط الثقافية التي تظهر في شيوع ثقافة الصورة بديلا عن ثقافة الكلمات، مما يضع الجمهور الاستبداد التقني الذي يقلل الخيال والإبداع جراء ذلك، ناهيك عن سرقة الوقت والمشاعر والأفكار ووضع هذا الجمهور في حالة عطالة ذهنية وثقافية أمام منتجات التنميط الثقافي وقوتها الهائلة، و تُعرض ثقافات الماضي الى التحدي ليس من قبل ثقافة عالمية فحسب وانما ثقافة اقتصادية، فالثقافة المعاصرة هي السلعة التي تباع جيدا وليس ما ينتقل من الماضي.[4] فضلا عن ذلك وفرت تكنولوجيا الاتصال الرقمي الفرصة أمام كل فرد أن يصبح مراسلا اعلاميا: يلتقط صورة حدث ما بهاتفه ويبعث به لوسائل الاعلام فيصبح خبرا.[5] ومن المتوقع في المستقبل القريب أن تزداد قدرة

---

[1] **فوزي بن دريدي:** القنوات الفضائية العربية تتخطى حاجز الـ 1290 قناة، جامعة محمد الشريف مساعدية، الجزائر مركز الجزيرة للدراسات والأبحاث، من موقع: www.aljazeera studies.com بتاريخ 16-04-2015 الساعة 10:47.

[2] **عبد الباسط سلمان:** عولمة القنوات الفضائية، مراجعة الاستاذ فيصل الياسرى، الدار الثقافية، بغداد، 2004، د ط، ص80.

[3] **رضوان مفلح العلي و آخرون:** مدخل إلى وسائل الاعلام الالكتروني والفضائي، مرجع سبق ذكره، ص303.

[4] **فوزي بن دريدي:** مضامين الفضائيات العربية: الاستثمار في الإعلام والاتصال وانعكاساته على الهوية الاجتماعية في الوطن العربي، جامعة محمد الشريف مساعدية، الجزائر، مركز الجزيرة للدراسات والأبحاث، بتاريخ 01-05- 2016.

[5] **عصام سليمان الموسى:** أخطر فتوى دينية: تجهيل الشعب العربي أربعة قرون، الفتاوى وفقه الأزمة، مجلة نصف شهرية، العدد 7، 2015، ص55.

الآخرين على رصد تحركاتنا، وفي الناحية الأخرى تقتحم ثورة المعلومات خصوصية ثقافة المجتمعات، وتهدد ذاتيتها الثقافية، وهي مشكلة ليس لها حل.[1]

وفي حقيقة الأمر يمكننا القول بأن الواقع الذي يعرفه الفضاء السمعي البصري في عالمنا العربي راجع إلى جملة عوامل أبرزها التغيرات الجديدة في البيئة الإتصالية والإعلامية الدولية التي أدت الى تكريس واقع الهيمنة الغربية على معطيات الاعلام، ناهيك عن احتكار الشركات الأوروبية و الأمريكية معظم أوقات الأقمار الصناعية في العالم العربي بشكل ملحوظ إذ تصل الى نسبة العاملين فيها الى 5% فقط، مما انعكس على ارتفاع الاستيراد بنسبة قد تصل الى أكثر من 85% من الاحتياجات العربية.[2] وفي ذلك يقول (نبيل علي): " لقد فقد الإعلام العربي محوره، و أضحى مكبلا بقيود ارتباطه الوثيق بالسلطة، تائها بين التبعية الفنية والتنافس السلبي على سوق إعلامية إعلانية محدودة، وكان نتيجة ذلك أن أصبح رهين الإعلان من جانب، ودليل الدعم الحكومي من جانب آخر".[3]

ومع هذا الوضع من الفوضى التي يشهدها البث الفضائي العربي، تبرز الحاجة إلى تنظيم هذا المجال وضبط آليات العمل فيه، بشكل يحدد المسؤوليات والواجبات، ويحفظ الحقوق والحريات، وفي هذا السياق طرحت القنوات الفضائية أسئلة صعبة حول امكانيات و أشكال الضبط الجديدة لتصنيف المحتوى. إلا أن نماذج متنوعة من الضبط قد طبقت على هذا القطاع بسبب الأهمية الاجتماعية والثقافية التي يكتسبها البث، وتولت ادارات حكومية تنفيذ آليات الضبط هذه التي سلمت أحيانا إلى هيئات مستقلة عن الحكومة تقوم على قاعدة تشريعية.[4]

---

[1] **علاء الدين ناطورية:** الصحافة الالكترونية، النشأة والتطور والاستراتيجيات، دار زهران، 2013، ط1، ص17.

[2] **وداد العيدوني:** مداخلة بعنوان: الفضاء السمعي البصري في العالم العربي، بين مركزية القيم ومطلب التحديث، كلية العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة عبد المالك السعدي، طنجة – المملكة المغربية– ص6.

[3] **الشريف حبيلة:** الخطاب الإعلامي وطرق توصيله للمتلقي و أثره في تغيير ملامح المجتمع، مؤتمر الفضائيات العربية والهوية الثقافية كلية الاعلام جامعة الشارقة، معهد اللغات جامعة تبسة – الجزائر– ص12.

[4] **إبراهيم بعزيز:** واقع البث الفضائي وسبل تنظيمه، مجلة الإذاعات العربية، العدد 3، 2013، ص18.

ومن هذا المنطلق البسيط نقول أنه آن الأوان للبث الفضائي العربي أن ينظم ويضبط وفق التشريعات والإتفاقيات التي تتم بين الهيئات، حتى يكون هناك تقديم مصمم ومنظم للثقافة العربية بشكل متكامل، ونحاول ولو بالقدر البسيط أن نختار أهم القنوات التي تعكس أفكارنا وتوجهات وقيمنا المختلفة لأن في ذلك مسؤولية لاريب.

المبحث الثاني: الإعلام، الإعلام السمعي البصري في الجزائر.

أصبح الإعلام في عالم اليوم قوة عظيمة فرضت نفسها أمام مختلف المجالات خاصة فيما تعلق بمشهد الصورة، وقد انتقل الإعلام السمعي البصري إلى الجزائر وعرف مسارا طويلا منذ الاحتلال الفرنسي الى أن انتقلت الجزائر إلى مرحلة جديدة أصبحت تدرك فيها حجم التحديات، وبدأ الإنفتاح على السوق الإعلامية مما ساهم في ظهور القنوات الخاصة.

المطلب الأول: مفهوم الإعلام.

التعريف اللغوي: إن مدلول كلمة (الإعلام) قريب من واقع الممارسة الإعلامية، وإن كانت تستخدم أساليب للإقناع والتأثير – وربما في أحيان كثيرة– التلقين تتفق مع خصائص الوسائل الحديثة وامكاناتها، الا أنها – بكل حال– مختلفة عن أساليب التعليم وطرقه.[1]

مصدر أعلم و أعلمت: كأذنبت، ويقال: استعلم لي خبر فلان و أعلمنيه كي أعلمه، وعلمت الشيء أعلمه علما: عرفته، والإعلام بمعنى: التبليغ، ويقال: بلغت القوم بلاغا. أي: أوصلتهم الشيء المطلوب.[2]

---

[1] **محمد عبد الله الخرعان:** ملكية وسائل الاعلام وعلاقتها بالوظائف الاعلامية في ضوء الإسلام، دار عالم الكتب، الرياض، 1996، ط1، ص27، ص28.

[2] **ماهر حامد الحولي/ رفيق أسعد رضوان:** الترويح الإعلامي: بين ضوابط الشريعة وحاجة النفس، الجامعة الاسلامية، غزة، 2009، د ط، ص3.

اصطلاحا:

هو تزويد الناس بالأخبار الموضوعية و المعلومات الدقيقة والحقائق، كل ذلك بهدف تكوين رأي حول واقعة من الوقائع او مشكلة من المشاكل. وهذا الرأي الذي يتكون معبرا تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاههم وميولهم،[1] ويقول **دافيد بيرلو** في معرض تعريفه للإعلام أننا نتصل ببعضنا البعض لنمارس تأثيرا يتفق ونوايانا،[2] وعلى الرغم من أن المادة الخام في الإعلام تتكون من الحقائق والأهداف، فإن الإعلام يعني نشر الأخبار والمعلومات والآراء على الجماهير خدمة للمصلحة العامة.[3]

المطلب الثاني: ظهور الإعلام السمعي البصري في الجزائر.

لم يظهر التلفزيون في الجزائر الا في كانون الاول عام 1956 إبان الفترة الاستعمارية[4] وقد كان البث تابع للسلطة الفرنسية، وفي يوم 28 أكتوبر 1962 نجح عيسى مسعودي في ضمان استمرارية البث الإذاعي والتلفزي بعد انسحاب الفرنسيين، هذا اليوم الذي شكل بسط السيادة على الاذاعة والتلفزيون، وبموجب مرسوم 01 أوت 1963 وضعت الإذاعة والتلفزيون تحت وصاية وزارة الإعلام، ليسند لها فيما بعد وبموجب مرسوم 09 نوفمبر 1967 أداء مهام الخدمة العمومية.[5]

---

[1] **محمد الصيرفي:** الإعلام، دار الفكر الجامعي، 2009، ط1، ص15.

[2] **إبراهيم عبد الله المسلمى:** الإعلام والمجتمع، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ط2، ص23.

[3] **عبد الرزاق محمد الدليمي:** الاعلام والتنمية، دار المسيرة، عمان – الاردن– 2012، ط1، ص160.

[4] **محمد صاحب سلطان:** وسائل الاعلام والاتصال: دراسة النشأة و التطور، مرجع سبق ذكره، ص235.

[5] **محمد شلوش:** الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار، موقع الإذاعة الجزائرية www.RADIO ALGERIENNE.COM ، ص09، التاريخ: 5 أفريل 2017 الساعة 15:22.

وقد جاء قانون الصحفي سنة 1968 الذي حدد الشروط الأساسية لممارسة المهنة الصحفية و أشار المرسوم الى دور الصحفي النضالي، واُعتبر هذا القانون "ناقصا" من طرف الصحفيين و الأكاديميين، بسبب تركيزه على العقوبات وتضييقه على حرية الصحافة وعبر في حركته على ثلاثة هيئات: الحزب والحكومة والنقابة.[1]

ابتداء من 1970 حرصت التلفزة الجزائرية على الاعتماد على نفسها في مجال تكوين اطاراتها، و شهدت هذه السنة تخرج أول دفعة من التقنيين و الفنيين و المصورين.

كانت الجزائر من بين الدول الأولى في الوطن العربي و العالم الثالث التي انتقلت بصفة نهائية في بث البرامج بالأبيض و الأسود وتحويلها إلى برامج ملونة وكان سنة 1979،[2] وقد تمت اصلاحات هيكلية في عام 1986 وذلك بإعادة هيكلة الإذاعة والتلفزيون الجزائري و بروز أربع مؤسسات هي: المؤسسة الوطنية للتلفزة، المؤسسة الوطنية للإذاعة، المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزي، المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري.[3]

المطلب الثالث: الانفتاح على السمعي البصري.

دخلت الجزائر ميدان البث التلفزيوني الفضائي المباشر رسميا منذ منتصف الثمانينيات، و ذلك جراء اطلاق فرنسا لقمرها الصناعي الاول **TDF1** الخاص بالبث المباشر في اكتوبر عام 1985، ، وقد كان رياض الفتح بالجزائر العاصمة السباق لهذا النوع من الاتصال

[1] **أحمد حمدي**: نظرة في قوانين الإعلام الجزائرية، المجلة الجزائرية للاتصال، عدد 20، 2001، ص12، ص13.

[2] **نـور الـدين تـواتي**: الصـحافة المكتوبـة و السـمعية البصـرية فـي الجزائـر، دار الخلدونيـة، الجزائـر، 2009، ط1، ص99، ص110.

[3] Le Rapport Annuel d'activité de l'établissement. ENTV : p 2

التلفزيوني. وهكذا أصبح المواطن الجزائري بإمكانه التقاط مئات القنوات الفضائية العالمية بدون أي رقابة أو وسيط.[1] هنا ظهر قانون 1982 الذي اشتمل على 07 محاور رئيسية وهي: حق ممارسة مهنة الصحافة والمبادئ و أهداف الرسالة الاعلامية، حق المواطن في الاعلام، حق النقد، الرقابة والتوجيه، الواجبات والعقوبات.[2]

وقد جاء قانون 1990 الذي حدد قواعد ومبادئ ممارسة حق الإعلام، كما أضفى الطابع الاقتصادي على المؤسسات العمومية وتحولت وسائل الاعلام من الملكية العمومية الى الخاصة، ومن ناحية اخرى كفل الحريات الأساسية التي جاء بها دستور 1989:" الحق في الإعلام يجسده حق المواطن في الإطلاع بكيفية كاملة وموضوعية، وحق مشاركته في الاعلام بممارسة الحريات الأساسية في التفكير والرأي والتعبير طبقا للمواد: 35، 36 و 40 من الدستور"[3]

وقد تم اختيار20 اوت 1994 لانطلاق البث، ومن اهم الانجازات التي حققتها المؤسسة العمومية التلفزيونية مع بداية التسعينات انشاء قنوات تعبر الحدود، ، ولهذا كان ميلاد قناة الجزائر (**Algérie canal**) في اكتوبر 1994، وماهي إلا سنوات قليلة لتعرف الجزائر ميلاد (القنوات التلفزيونية الثالثة) عبر القمر الصناعي " **عربسات**" لتعرف القناة ميلادها الفعلي و الرسمي يوم 05 جويلية 2001، في ظل احترام مبدأ العدالة في الطرح والشفافية، وتحتوي المؤسسة على 19 مديرية، ويقع مقرها في 21 شارع الشهداء.[4]

ومع سنة 1989، توجهت الجزائر نوعا ما الى الديمقراطية التي اكتملت أوجهها من خلال فتح الإعلام داخل المجتمع، فالتعددية الحزبية لا يمكن أن تطبق كما ينبغي الا في ظل

---

[1] **نسيمة طبشوش:** القنوات الفضائية واثرها على القيم الاسرية لدى الشباب، مرجع سبق ذكره، ص12.

[2] **أحمد حمدي:** نظرة في قوانين الإعلام الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص13.

[3] المادة 02، قانون المتعلق بالإعلام 1990، قانون رقم 90-07 مؤرخ في رمضان عام 1410 الموافق 3 أبريل سنة 1990 المتعلق بالإعلام، ص1.

[4] الجزائر العاصمة، موقع التلفزيون الجزائري، www. Algerian Press.com، التاريخ: 13 أفريل 2017 الساعة 14:45.

تعددية وحرية الاعلام، فالجزائر وبعد مرور خمسين سنة من تبني سياسة الاعلام المؤدلج اعلام الدولة الذي فقد مصداقيته لدى مختلف فئات المجتمع خاصة فئة الشباب التي تعتبر جد هامة.[1].

كما ظهرت القنوات الخاصة وأبرزت سعي رجال الاستثمار في المجال الصحفي وقطاع السمعي على وجه الخصوص من منطلق أنه أحد المجالات المربحة من الناحية الاقتصادية بصرف النظر عن الرسالة التي يحملها العمل الصحفي، وأن هذه الوضعية فتحت المجال لسيطرة غير أهل الاختصاص على العمل الصحفي لاسيما مع ضعف الرقابة وتراجع مستوى الإحترافية،[2] مثل قناة النهار تي في وقناة الشروق، الخبر، بار تي في، البلاد...

وجاء قانون 2012 تكملة للقوانين السابقة المتعلقة بالإعلام، وقد ركز هذا القانون على النشاط السمعي البصري ، وذلك طبقا للمادة 58: " يقصد بالنشاط السمعي البصري في مفهوم هذا القانون العضوي كل ما يوضع تحت تصرف الجمهور او فئة منه عن طريق الاتصال اللاسلكي او بث اشارات أو علامات او أشكال مرسومة أو صور أو أصوات أو رسائل مختلفة لا يكون لها طابع المراسلة الخاصة"،[3] ومن أجل ضبط الممارسة الإعلامية ظهر ميثاق الأخلاقيات الشخصية والمهنية الجزائري الصادر عام 2000م، الذي عدد 18 واجبا على الصحفي أن يلتزم بها كما يعدد ثمانية حقوق له.[4]

---

[1] **بوحزام نوال، نعيمي مليكة:** القنوات الفضائية الخاصة و دورها في تشكيل المجال العمومي، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد 6، افريل 2014، ص80.

[2] **سعيد بشار:** بدايات مخيفة للسمعي البصري في الجزائر، ندوة بعنوان: ضيوف الفروم يحذرون من القنوات المجهولة الهوية " بعض المشاريع الاعلامية تسعى الى تزوير الراي العام"، جريدة الخبر، العدد 8497، الجزائر، 28 فيفري 2017.

[3] مادة 58، القانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري، 2012، قانون عضوي رقم 12-05 المؤرخ في صفر عام 1433الموافق12 يناير سنة 2012، ص7.

[4] **عصام سليمان الموسى:** الضوابط المهنية والأخلاقية الإعلامية لمعالجة الجريمة والانحراف في المجتمع العربي، قسم الندوات و اللقاءات العلمية، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 11- 13 أفريل 2005، ص19.

وقد استخدمت الجزائر الأنترنت في التسعينيات وظهرت الجرائد الإلكترونية باللغة الفرنسية كجريدة Liberté ، وجريدة اليوم باللغة العربية في فيفري 1998، جريدة الخبر باللغة العربية، ابتداء من عام2000 الى غاية 2015 ، بالاضافة الى الروابط التفاعلية الموجودة من اجل التعليق و المشاركة في المنتديات ومن بين الصحف الموجودة حاليا عبر شبكة الانترنت نجد: الخبر، الخبر الاسبوعي، آخر ساعة، الشروق اليومي، النهار الجديد، جزائر نيوز، الشعب، البلاد، الفجر، النصر، حوادث الاخبار، صوت الاحرار، اليوم ، الاصيل ، المساء، الهداف، الشباك.[1] وتشير الدراسات التي تناولت اهتمامات رواد مقاهي الانترنت الى ان مواقع المحادثة تحتل المركز الأول بين الاهتمامات، تليها المواقع الاباحية والبريد الالكتروني، والموسيقى و الألعاب والبحث[2]، وبذلك يظهر أن استعمال الانترنت في الجزائر لم يرق الى مستوى الاستعمال العلمي والثقافي.

إن وسائل الاعلام عاشت حالة من الشد والجذب مع السلطة السياسية منذ الاستقلال ولمدة فاقت الثلاثين سنة، أي أن قطاع الاعلام بقي يبحث عن تنظيم نفسه طيلة هذه المدة، الأمر الذي أخر اهتمامه بالتعامل مع التقنيات الحديثة.

المبحث الثالث: أهمية وسائل الإعلام السمعية البصرية والنظريات المفسرة لها.

نظرا للإقتحام الذي شهدته التطورات التكنولوجية في مختلف المجالات ولاسيما ما يخص وسائل الإعلام السمعية البصرية في العالم، كانت لهذه الوسائل الأهمية البالغة في تطور

[1] **فضة عباسي بعلي/ محمد الفتاح حمدي:** مدخل لعلوم الاتصال و الاعلام، الوسائل النماذج التطبيقات ، دار اسامة، الاردن ، عمان ط1، 2017، ص146.

[2] **عبد المالك حداد:** واقع قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر، موقع الشهاب للإعلام: http://WWW.CHIHAB.NET/MODULES.PHP 16 أفريل 2017 الساعة 11:00

الركب الحضاري والرقي بالمجتمعات، وجاءت في هذا الصدد النظريات التي تفسر هذه الأهمية أو التأثير الذي يحدث للجماهير، وهذا ما سنتطرق له في هذا المبحث.

المطلب الأول: دور التلفزيون في التأثير على القيم.

إذن فالتلفزيون أصبح له دور خطير في التأثير على القيم بشكل عام، وقيم الاسرة بشكل خاص بحكم الاحتكاك المباشر مع هذا الجهاز الذي تحتضنه الاسرة، لأن التلفزيون موجه بالدرجة الأولى إلى الاسرة وليس إلى الجماهير و الأفراد، فالفرد في الأسرة تحكمه مجموعة من القيم و الأخلاقيات مرتبة على وفق أولويات خاصة،[1] وبالتالي يؤثر الإعلام في المعتقدات واعادة صياغة القيم.

فالعولمة الإعلامية تمثل قيمة اقتصادية هائلة بفضل الدور الإيديولوجي الذي يوفر بيئة معلوماتية لتطوير نظام اجتماعي قائم على تحقيق الربح عبر الثقافات الوطنية المختلفة، بالإضافة الى اختراق منظومة القيم الثقافية لدول الجنوب كالمسلسلات والأفلام وبرامج المنوعات الأمريكية في ظل عدم الالتزام بالمواثيق عبر الأقمار الصناعية باحترام الطابع المميز للثقافات المختلفة.[2] إن العولمة تعمل جاهدة على تنميط الثقافات وتوحيدها، التي تتميز بتأثيرها الكبير على المتلقي سواء في سلوكه أو ثقافته أو معارفه، واختراق حصن الوعي الديني لدى الافراد، وبالتالي تجسيد ما ترغبه من قيم في سلوكات وقيم الأفراد من

[1] **وعد إبراهيم الأمير**: دور التلفزيون في قيم الأسرة، دار غيداء، عمان، 2013، ط1، ص20، ص21.

[2] **تيطاوني الحاج**: العولمة الإعلامية والسيادة نحو إلغاء الدولة الوطنية من المشهد الاقتصادي والسياسي العالمي، كنوز الحكمة، 2015، ط1، ص87.

خلال الاستعانة بوسائل الإعلام، القادرة على تعديل السلوكات وغرس القيم والثقافات المختلفة.[1]

المطلب الثاني: النظريات المفسرة لتأثير وسائل الاعلام السمعية البصرية.

نأتي الى ذكر بعض النظريات التي تفسر تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، ونحاول أن ندرجها في إطار دراستنا، والتي تتمثل في:

1. **مقترب الغرس الثقافي:**

ظهرت هذه النظرية في الولايات المتحدة الأمريكية خلال السبعينيات كأسلوب جديد لدراسة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، ونتيجة لقيام **جورج جربنر** بالمشروع الذي تناول المؤشرات الثقافية وكان الهدف منه ايجاد الدليل الإمبريقي على تأثير وسائل الإعلام المختلفة في البيئة الثقافي، وأما عملية الغرس فيمكن تعريفها على أنها نوع من التعليم العرضي الذي يحدث نتيجة لتراكم التعرض للتلفزيون، حيث يتعلم المشاهد من التليفزيون حقائق عن الواقع الاجتماعي بدون وعي ومما يؤثر تدريجيا على الصور الذهنية والقيم التي يكتسبها الفرد عن العالم الحقيقي الذي يعيش فيه. ولكن يعمل الغرس التلفزيوني على تغيير بعض المعتقدات عن البعض والابقاء على هذه المعتقدات لدى آخرين بسبب التعرض التراكمي للتلفزيون.[2]

2. **مقترب الإستعمالات و الإشباعات:**

---

[1] **إبراهيم بعزيز:** " أشكال الفتوى عبر شبكة الأنترنت المخاطر والحلول المقترحة"، ورقة قدمت في الملتقى الدولي حول " إشكالية الفتوى بين الضوابط الشرعية وتحديات العولمة"، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، جامعة وهران، من 09-11 ماي 2011.

[2] **أماني عمر الحسيني:** الإعلام والمجتمع أطفال في ظروف صعبة ووسائل إعلام مؤثرة، عالم الكتب، 2005، ط1، ص94، ص95.

يقدم نموذج الإستعمال و الإشباع مجموعة من المفاهيم و الشواهد التي تؤكد بان اسلوب الافراد امام وسائل الاعلام اكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية و السكانية و الشخصية. ويشكل التعرض لوسائل الاعلام جانبا من بدائل وظيفة لإشباع الحاجات التي يمكن مقارنتها للوهلة الاولى بوظيفة قضاء الفراغ لدى الانسان.

إن هذا المدخل يفترض بأن اشباع الحاجات يتم ليس فقط من خلال التعرض لأية وسيلة من الوسائل الإعلامية، ولكن يتم أيضا من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة بالإضافة إلى السياق الإجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة.[1]

هذا وقد اعتبر أشهر علماء الاتصال والإعلام من أمثال لازارسفيلد و **ريفير** و **ويلبر شرام** أنها شكلت نقلة نوعية في دراسات تأثير وسائل الاعلام، بالمقابل تزايد الاهتمام بالإشباعات التي تزود بها وسائل الإعلام جمهورها.[2]

3. نظرية التعلم من خلال الملاحظة:

إن مفهوم التعلم هو عملية تغير شبه دائم في سلوك الفرد لا يلاحظ بشكل مباشر ولكن يستدل عليه من السلوك ويتكون نتيجة الممارسة، كما يظهر في تغير الأداء لدى الكائن الحي.[3]

وتشرح نظرية التعلم الاجتماعي كيفية اكتساب الأشخاص أنواعا جديدة من السلوك عن طريق التعرض لوسائل الإعلام، وقد وصفت بالتعلم الاجتماعي لأنها تتناول كيفية ملاحظة الفرد تصرفات من حوله وكيفية استخدامه هذه الملاحظة في تكوين نماذج سلوكية. وتعتبر نظريةالتعلم الاجتماعي مناسبة لدراسة تأثير وسائل الاعلام الجماهيرية، لإكتسابهم أنماطا

[1] **خليل ابو اصبع:** قضايا اعلامية، مجدلاوي، 2005، ط2، ص114.

[2] **بسام عبد الرحمن مشاقبة:** نظريات الاعلام، دار أسامة، عمان– الأردن–، 2011 ط1، ص85.

[3] **أنور محمد الشرقاوي:** التعلم نظريات وتطبيقات، مكتبة الأنجلو المصرية، 2012، د ط، ص12.

جديدة من السلوك ورود أفعال عاطفية وإتجاهات جديدة عليهم من خلال ما يشاهدونه في التليفزيون، ثم قد يقومون بتقليدها فيما بعد.

نظرية وضع الاجندة:

تنطلق من افتراض ان وسائل الاعلام تمارس تأثيرات كبيرة في الجمهور، والتي ترى ان هذه الوسائل ذات تأثيرات محدودة في الاتجاهات والسلوك، وترى نظرية وضع الاجندة ان وسائل الاتصال الجماهيري هي التي تحدد الاولويات التي تتناولها الاخبار، فهي تعطي أهمية خاصة لهذه الموضوعات مما يجعلها تصبح من الاولويات الهامة لدى الجمهور. وهكذا فان الموضوعات التي يراها المحررون ذات أهمية هي التي يتم نشرها حتى ولو كانت غير ذلك في الحقيقة فإن مجرد النشر في حد ذاته.

لا يقتصر محل وضع الاجندة على القضايا والموضوعات فقط و انما يتسع ليشمل ايضا الاحداث و الشخصيات و المؤسسات والقيم وغيرها.

بالرغم من عدم أحادية الاتجاه الخاص بعملية وضع الاجندة الا ان نبرة الاسهامات التي قدمها هؤلاء الباحثين تعلي من وسائل الاعلام في هذه العملية.[1]

المطلب الثالث: أهمية وسائل الإعلام السمعية البصرية.

إن أهمية وسائل الإعلام تكمن في قدرتها على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الإتجاهات في وقت واحد بسرعة مدهشة مع مقدرة على خلق "رأي عام" و مقدرتها أيضا على تنمية الاتجاهات و الانماط السلوكية سواء كان ذلك بتعزيز ما هو موجود او بخلق انماط واتجاهات سلوكية جديدة.[2] ويأتي الإعلام بوسائله المتعددة والمختلفة لينقل أهم المجريات على الساحة العربية والعالمية حيث تتوقف صفة و أهمية الإعلام وفاعليته على

[1] **أحمد زكريا أحمد:** نظريات الاعلام، مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها، المكتبة العصرية، مصر، ط1، 2009، ص6، 9، 10.

[2] **خليل ابو اصبع:** قضايا اعلامية، مرجع سبق ذكره، مجدلاوي، 2005، ط2، ص156.

ارتباطه بالأحداث والظروف القائمة في وقت معين حيث يشتمل الاعلام على عدد من وسائل الاتصال التي لها تأثيرها المباشر على المستقبل.

إن التلفزيون يجمع بين الصورة والصوت ويتميز بمصداقية عالية وذلك يرجع اساسا الى فكرة (**الكاميرا لا تكذب)** فهي تعرض الحقائق بأمانة فضلا عن ذلك فإن تأثير الصوت والصورة والحركة.[1] وفي البلاد المتقدمة كان التلفزيون اكثر أهمية، عندما اجرت احدى الدوريات الامريكية استقصاء للتعرف على اهم المؤسسات ذات النفوذ في المجتمع الامريكي، كانت نتيجة ان جاء التلفزيون في المركز الثاني بعد البيت الابيض مباشرة. اما في الوطن العربي، فقد اجرت منظمة اليونيسكو احصائية عام 1982، افادت بان عدد اجهزة الاستقبال التلفزيوني المستعملة في البلدان العربية بلغ حوالي8.300 مليون جهاز .[2]

وتكمن أهمية وسائل الإعلام في الحصول على كميات شاسعة من المعلومات عبر وسائل الاعلام، بغض النظر عن أهميتها أو قيمتها و**توجيه السلوك اليومي** و **تسهيل التفاعل الاجتماعي** فوسائل الإعلام تزودنا بالأشياء التي نتحدث عنها ونمارسها، وتزودنا بأرضية مشتركة للحوار والمناقشات. [3] وتزداد أهمية هذا الغرض لدى الأشخاص الذين يعانون من العزلة، ويفتقدون التفاعل الاجتماعي الطبيعي.

[1] **علي عبد الفتاح كنعان:** الإعلام والمجتمع، مرجع سبق ذكره، ص49، ص51.

[2] **غسان عبد الوهاب:** الصحافة التلفزيونية، مرجع سبق ذكره، ص 23.

[3] **فهد بن عبد الرحمن الشميمري:** التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الاعلام؟، مرجع سبق ذكره، ص40.

الفصل الثاني: الإعلام الديني والقيم في الفضاء السمعي البصري.

الفصل الثاني: الإعلام الديني والقيم في الفضاء السمعي البصري

كان للقفزة الهائلة التي شهدتها تكنولوجيا الأقمار الصناعية في مجال الاتصالات آثارها في تطور الشبكات التلفزيونية وسيطرة عنصر التخصص عليها، و لما كان الاسلام دين دعوة وإعلام بطبيعته، كانت الحاجة ماسة إلى ظهور الإعلام الديني الذي يستمد مبادئه من روح الشريعة الإسلامية بالحكمة والموعظة الحسنة والجدل بالتي هي أحسن،[1] وعمله الدؤوب من أجل دعم القيم الدينية المستمدة من القرآن والسنة، ومن ملامحه بروز القنوات الدينية هي الأخرى لتنفض الغبار عن الجمود التي كانت فيه من خلال التنافس ومحاولة جذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين، لتترك آثار سلبية كانت أو ايجابية.

ولاشك أن البرامج الدينية تظفر باهتمام المشاهدين اهتماما كبيرا إذا أُنتجت في شكل شيق، خاصة وأن الشعور الديني يدفعهم إلى متابعة هذه البرامج و العناية بفهم ما تقدمه من موضوعات شتى، و تنوعت في مضامينها حتى خرجت عن المألوف و أصبحت تتبنى آراء و أحكام شخصانية يندى لها الجبين، خاصة بعض القائمين بالاتصال في البرامج الدينية والداعية الذي هو بمكان المعلم الصديق.

وسنتطرق في دراستنا إلى ذلك حسب ما يلي:

المبحث الأول: مفهوم خصائص ومصادر القيم الدينية.

المبحث الثاني: مساهمة القنوات التلفزيونية الدينية في نشر القيم.

المبحث الثالث : البرامج الدينية في وسائل الإعلام .

---

[1] **جمال محمد أبو شنب**، الاعلام الدولي و العولمة، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية – مصر– 2011، د ط، ص81، ص82.

المبحث الأول: مفهوم خصائص ومصادر القيم الدينية.

إن المجتمع هو الذي يعمل على انتقاء وغرس القيم في الأفراد وذلك من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة، ذلك أن القيم الدينية من خصائص النوع البشري ولها علاقة وطيدة بحياة الأفراد والجماعات، والناس هنا يتمسكون بالقيم الدينية لأنها تعطي لوجودهم الإنساني معانيه التي تميزه عن غيره، ولابد هنا من معرفة مصادر هذا النوع من القيم وطبيعة ترسيخها في العقل البشري وخصائصها وأهميتها.

المطلب الأول: ماهية القيم الدينية.

- **مفهوم القيم:**

لقد عرفت القيم من الناحية اللغوية بالاستقامة و اعتدال الشيء واستواءه، لقوله تعالى: " **إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ**"، يقال قوّمت الشيء فهو قويم أي مستقيم و القيمة الثمن الذي يقاوم به المتاع أي يقوم مقامه.

أما من الناحية الاصطلاحية، فقد عرف **كود** القيم بأنها صفة ذات أهمية لاعتبارات نفسية أو اجتماعية أو أخلاقية أو جمالية، بينما يشير قاموس علم النفس أن القيمة غاية أو هدف اجتماعي يكون تحصيله مرغوب فيه.[1]

هناك من يراها أنها خاصية ثقافية تقع ضمن إطار عملية التفاعل بين الفرد والمجتمع فيظهر طابع التأثر والتأثير جليا في هذه الخاصية، بمعنى الفرد أينما كان موقعه لابد أن يقع اتصال مباشر بين قيمه وقيم البيئة التي ينتمي اليها، بل هو يمثل المجتمع الذي نشأ فيه

[1] بحوث و أوراق عمل الملتقى العربي الأول بعنوان، أثر الفضائيات على الأسرة العربية، جمهورية مصر العربية، القاهرة، فبراير 2007، د ط، ص24.

بسلوكيات تستند الى منظومة قيمية صدرت تأثرا بما يتضمنه المجتمع من رؤى ومبادئ ثقافية.[1]

وعلى ضوء التحليل السابق، يمكن استخلاص تعريف اجرائي للقيم على النحو التالي: إن القيم عبارة عن تصورات ومفاهيم صريحة أو ضمنية تضبط السلوك الإنساني، وتحدد ما هو مرغوب فيه اجتماعيا كما تؤثر في اختيار الأهداف والأساليب والوسائل الخاصة بالفعل، وتتجسد مظاهرها في اتجاهات الأفراد والجماعات و أنماطهم السلوكية ومثلهم ومعتقداتهم ومعاييرهم، وهي ثابتة لا تتغير تهدف الى تنمية المجتمع واستقراره وتماسكه، وبناء الإنسان لتحقيق غاية الوجود الانساني.

- **مفهوم القيمة الدينية:**

إن قيمة الإنسان كقيمة ناشئة كانت تؤذن بضمور قيم كثيرة لعل أخطرها القيم الدينية، وكأنه كان على المعرفة الإنسانية أن تبخس القيم الدينية حتى تستطيع قيمه الإنسان أن تسحق المجد اللازم.

يعود إشكال القيم إلى المنتصف الأول من القرن العشرين، حيث نشأ تقابل بين فلاسفة تفككيين من أمثال **نيتشه**، و **فرويد**، و**ماركس**، وبين فلاسفة ترميميين من أمثال **شيبير** و **مونيي**، **ودوبريل**، و **لافال** و **لوسان**، لذلك ليس أن الغريب أن تظهر فلسفة القيم بشكل صريح إلا في أواخر القرن التاسع عشر، وبداية القرن العشرين.[2]

[1] **مشاعل بنت ذياب العتيبي:** الإدارة بالقيم وتحقيق التوافق القيمي في المنظمات، المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية نحو أداء متميز في القطاع الحكومي، المملكة العربية السعودية، من 1- 4 نوفمبر 2009، ص5.

[2] **الطاهر لبيب، الياس بيضون:** الموسوعة العربية للمعرفة من أجل التنمية المستدامة، ناشرون، المجلد 3، 2007، ط1، ص231.

والمدلول المعنوي من وضع اللاهوتي **ريتشل،** غايته أن يقي الدين هجمات العلم، بأن يعين لكل منهما مجالا خاصا للعلم الظواهر، والقوانين و الدين، القيم.[1]

إن القيم الدينية هي التي تنظم حياة الفرد والجماعة، لها صفة الثبات والاستقرار والدوام، لأنها تتصل بالفطرة الإنسانية التي لا تتغير ولا تتبدل[2] **(... فِطْرَةَ اللهِ التِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيهَا، لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ الله، ذَلِكَ الدِّينُ القَيِّم وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ).**[3] ويراد بها كذلك ما تنطوي عليه الأشياء من أبعاد دينية مستمدة من خصائصها الذاتية، أو من تراثها الثقافي والحضاري،[4] والقيمة الدينية لحصة انصحوني هي مجموعة الخصائص الدينية التي تميز هذه الحصة، وتعد واحدة من خصائصها الأساسية.

مما سبق يمكن استنتاج أن القيم الدينية هي تلك القيم التي تكرم الفرد بصفته إنسانا، وتحمي الجماعة بصفتها كائنا عضويا حيويا، تتمثل في توجيه الفرد اهتمامه وميله إلى معرفة ما وراء العالم الظاهري، واتخذت من المضمون الروحي للنظام الاجتماعي أساسا لكل تغيير جذري يهدف إلى تحقيق النمو الإنتاجي و العدل الإنساني الذي يتطور عليه تراثنا الروحي، كما أنها في حقيقتها عمليات انتقاء أو اختيار يقوم بها الإنسان في ميادين أو مجالات الحياة التي تضم اتجاهاته الأساسية وميوله.

كمثال توضيحي عن العلاقة بين الدين والقيم فإنه يمكننا القول بأنه في النظام الإسلامي تؤدي القيم الإسلامية دورا كبيرا على النظم الاجتماعية، فالنظم الأخلاقية يجب أن تعكس القيم الإسلامية والنظام الأسري محكوم بالقيم الاسلامية، لذلك فالإسلام نسق قيمي موحد يحكم كل

---

[1] **مراد وهبة:** المعجم الفلسفي معجم المصطلحات الفلسفية، دار قباء الحديثة، 2011، د ط، ص560.

[2] **محمد كامل حته:** القيم الدينية والمجتمع، دار المعارف، القاهرة، 1983، ب ط، ص245.

[3] القرآن الكريم، سورة الروم، الآية 30

[4] **أمل حمدي دكاك:** اتجاهات الشباب نحو القيم الدينية لمدينة القدس (دراسة ميدانية لعينة بحثية من طلاب كلية الآداب – جامعة دمشق)، مجلة جامعة دمشق – 2014، العدد 1+2، المجلد 30، ص272.

جوانب الحياة الاجتماعية، وأن هناك علاقة وثيقة بين القيم الإسلامية وتوجيه المجتمع الإسلامي نحو هذا الاتجاه مسؤولية كل مسلم مطالب بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

المطلب الثاني: مصادر القيم الدينية.

إن القيم في الإسلام تنطلق من مصدرين أساسيين هما القرآن و السنة حيث شملت تعاليمها أمور الدنيا و الدي.، كذلك يشمل عالم البشر وعالم المحسوسات من أشجار وجبال وأنهار.[1]
ونحن من خلال دراستنا لمختلف مصادر القيم الدينية، وجدنا أنه هناك اختلاف وتعمق في تناول مصادر القيم الدينية وكل مجال يتبنى مصادر معينة، وقد درجنا ما يهم مجتمعنا العربي و الإسلامي فيما يلي:

1) الدين:

إن الدين في الاصطلاح وضعي الهي شرع لإسعاد الناس في معاشهم و معادهم، أي في دنياهم وأخراهم التي يعودون فيها الى الله. [2] وقد جاء في معجم التعريفات أن الدين هو وضع إلهي يدعو أصحاب العقول إلى قبول ما هو عند الرسول صلى الله عليه وسلم.[3]

المؤكد أن أشكال السلوك الديني تختلف اختلافا كبيرا من مجتمع إلى آخر، فهناك فروق لا تحصى فيما يتعلق بالمعتقدات والشعائر الأخرى من الممارسة الدينية، ولكن يجب أن لا تخدعنا هذه الفروق وترفض كل الاديان باستثناء ديننا.[4] ولقد قال الحق تبارك وتعالى لسيدنا آدم عليه السلام عندما أهبطه إلى الأرض:"**قَالَ اهْبِطَا مِنْهَا جَمِيْعًا بَعْضُكُمْ لِبَعْضٍ عَدُوّ فَإِمَّا**

---

[1] **محمد عد البديع السيد**، أثر القنوات الفضائية على القيم الاسرية ، العربي، الاردن، 2009، ط1، ص97.

[2] **رشدي شحاتة ابو زيد**، مسؤولية الاعلام الاسلامي في ظل النظام العالمي الجديد، مكتبة الوفاء القانونية، 2011، ط1، ص93.

[3] **علي بن محمد السيد الشريف الجرجاني**، قاموس المصطلحات وتعريفات علم الفقه واللغة والفلسفة والمنطق والتصوف والنحو والصرف والعروض والبلاغة، دار الفضيلة، القاهرة، 1816م، د ط، ص 92

[4] **عدنان أبو مصلح**، معجم علم الاجتماع، دار أسامة، 2010، د ط، ص28، ص29.

يَأْتِيَنَّكُمْ مَنِّي هُدًى فَمَنْ اَتَّبَعَ هُدَايَ فَلَا يَضِلُّ وَ لَا يَشْقَى 123 وَمَنْ أَعْرَضَ عَنْ ذِكْرِي فَإِنَّ لَهُ مَعِيشَةً ضَنْكًا وَنَحْشُرُهُ يَوْمَ القِيَّامَة اَعْمَى".[1]

إن المجتمعات الانسانية تستمد قيمها الرئيسة من الدين الذي تعتنقه تلك المجتمعات وتتخذ القيم الدينية قاعدة رئيسية لها وللأنساق التي يتضمنها بناؤها الاجتماعي، وأن الدين هو حصن من الأخلاق وهو المصدر الأساسي لأمن الجماعة. ولو أننا تتبعنا قيمنا الاجتماعية لوجدناها هي نفسها القيم الدينية أو قريبة جدا منها، و القيم الدينية أصيلة و لا تتبدل ومنها يتم اقتباس القيم الاجتماعية ، مع الأخذ بالتطورات التي تطرأ عليها بسبب حركة التغيير في المجتمعات .[2] وعلى هذا الأساس فالعقيدة الصحيحة الوحيدة هي عقيدة الاسلام التي تتوفر على كل خصائص ومميزات العقيدة الصحيحة التي تلبي الحاجات الفطرية للاعتقاد وتجنب الانسان والمجتمع مساوئ وضلالات المذهبيات الفاسدة والفلسفات القاصرة، لتنبثق عنها منظومة قيمية توجه أفراد مجتمع نحو تحقيق غاية الوجود الانساني.

2) المجتمع:

إن الانسان اجتماعي بطبعه يؤثر ويتأثر بمن حوله، وبذلك يكون المجتمع مصدر من مصادر اكتساب القيم الدينية الحضارية التي تسعى إلى الرقي بالقيم الانسانية لِأن تكون بعيدة عن طلب المنفعة من وراء الالتزام بها، بحيث تتحول إلى دوافع ذاتية لا يتغير بها الحال بتغيير حال ممارسيها بين الأفراد و الجماعة،

وعليه يصبح وفق هذا المنظور الديني تغاير السلوك من حضور الرقابة الاجتماعية إلى غيابها، ضربا من النفاق الذي يمثل قيمة سلبية يرفضها الدين والقيم الحضارية القويمة، وذلك هو السقف القيمي المثالي الذي تسعى الأديان والحضارات إلى بلوغه، فلقد باتت تدرس في

[1] القرآن الكريم، سورة طه الآية 123- 124.

[2] **وعد ابراهيم الامير**، دور التلفزيون في قيم الاسرة، دار غيداء –عمان- 2013، ط1، ص69

العصر الحديث لا على أنها مثالية مجردة، بل على أنها حقائق اجتماعية تقوم على أصول سلوكية مشتركة في المجتمع.[1]

3) المدرسة:

للمدرسة دور لا يستهان به في التأكيد على القيم الدينية، وذلك من خلال ما توضحه للطلاب من مواعظ وارشادات يقتدون بها، وهذا يؤدي الى زيادة تمسكهم بالقيم الدينية. فهي تلتزم الى حد كبير بتقاليد المجتمع وقيمه وتراثه الديني الثقافي، وتساهم المقررات الدراسية والدينية في تنمية وتربية أفراد المجتمع تربية دينية لأننا مجتمع تحكمه قيم وعادات وتقاليد دينية مستمدة من الأديان السماوية التي يدين بها بمختلف طوائفه.[2]

4) وسائل الإعلام:

يذهب كثير من الباحثين و المهتمين أن برامج التلفزيون لا يمكن أن تكون ذات فعالية ما لم تعمل على بناء قيم وفكر الانسان الذي يشارك في صنع التنمية المجتمعية و مالم تساهم أيضا في آليات التنشئة الاجتماعية،[3] وبذلك كان هدفها الأسمى هو زرع قيم نبيلة وترسيخها في النفس البشرية ، كونها مصدر لبث القيم واستخراجها للعالم الخارجي وتقديمها مضامين متنوعة ومتعددة والتي من المفروض أن تكون متوافقة مع ما يرتضيه المجتمع، .وتحثه علي الالتزام بمعايير المجتمع وقيمه، وتشكيل الشخصية الإنسانية.[4] فهو بذلك يمكن أن يكون مصدر للقيم الإيجابية أو السلبية.

[1] **عبد الله الفيفي:** نقد القيم مقاربات تخطيطية لمنهاج علمي جديد، بيروت – لبنان– 2007، ط1، ص32، ص33.

[2] **محمد جاد أحمد:** الإعلام الفضائي وآثاره التربية، دار العلم والإيمان، إسكندرية، 2008، ط1، ص149.

[3] **محمد نصر مهنا:** مدخل الى الاعلام و الاتصال في عالم متغير، مركز الاسكندرية للكتاب، 2007، ط2، ص200.

[4] **أسامة أبو العباس:** منظومة القيم الإسلامية وأثرها في المجتمع المعاصر، الشرقية –الزقازيق– 2012، د ط، ص111.

المطلب الثالث: خصائص القيم الدينية.

لابد أن نشير إلى أن الأصل في القيم الدينية و الإسلامية ترجع إلى سلطة الدين، وأساس هذا الدين القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، فالصلة بين الدين الإسلامي والقيم عظيمة تبلغ حد التوحيد بينهما،[1] وسوف نتطرق إلى بعض خصائص القيم الدينية الإسلامية في النقاط التالية:

1- القيم ذاتية وشخصية: ترتبط القيم بشخصية الفرد وذاته ارتباطا وثيقا، وتظهر لديه على صور مختلفة من التفضيلات والاختبارات والأحكام مما يجعلها قضية ذاتية شخصية، يختلف الناس حول مدى أهميتها وتمثلها باختلاف ذواتهم وشخصياتهم. وأساس ثقافتنا عقيدة الاسلام واحكامها التي في ضوئها تتحدد منظومتنا القيمية.[2]

2- القيم نسبية: لقد طرأت على المجتمعات تغيرات كبيرة في كل المجالات ولا شك أن لهذه التغيرات أحدثت الكثير من الاهتزاز في القيم الذي طرأ على مجتمعاتنا يرجع من ناحية المتغيرات التي طرأت ومن ناحية الى افتقاد الجيل الجديد للقدوة والنموذج في البيت والمدرسة والعمل، ونحن في حاجة أشد الى فهم المتغيرات الاجتماعية وطموحات واهتمامات الاجيال.[3]

3- القيم تجريدية: هي معان مجردة تتسم بالموضوعية والاستقلالية تتضح معانيها الحقيقية في السلوك الذي تمثله والواقع الذي تعيشه، فالعدل من حيث هو قيمة يحمل معنى ذهنيا مجردا غير محسوس، لكنه يتخذ قيمته من الواقع الحي الممارس.[4]

---

[1] **الربيع ميمون:** نظرية القيم في الفكر المعاصر، بين النسبية والمطلقية، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1980، ص343.

[2] **ماجد زكي الجلاد:** تعلم القيم وتعليمها: تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم، مرجع سبق ذكره، ص37.

[3] **يحي البيسوني:** الإذاعة الاسلامية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2013، ط2، ص242.

[4] **محمد زكي الجلاد:** تعلم القيم وتعليمها: تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم، المرجع نفسه، ص37.

4-تتصف بأنها تلقائية: فهي من صنع المجتمع وخلقه وعقله الجمعي، فأحكام القيم كما أشار **دوركايم** أحكام من طبيعة خاصة ، وأن مصدرها التطورات – الجمعية، فشأن القيم شأن الحياة الإجتماعية .

5-تتصف بأنها منتشرة: أي منتشرة في أجزاء البناء الاجتماعي لأن نسقها تتمثل فيه الأنساق الأخرى لأنه يحوي بدوره أنساقا فرعية للقيم الإقتصادية والدينية مما حذا ببعض علماء الاجتماع إلى تسميته بالطبقة الزرقاء للبناء الاجتماعي.[1] بالاضافة الي اشتمالها واحتواؤها مواقف الحياة كلها.

[1] **نوال محمد عمر**، دور الاعلام الديني في تغيير بعض قيم الاسرة الريفية والحضارية، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1985، د ط، ص171.

المبحث الثاني: مساهمة القنوات الدينية في نشر القيم.

تنوعت وتعددت القنوات المتخصصة وظهرت القنوات الدينية هي الأخرى لتعبر عن وجود الإنسان وتراثه الديني وكينونته وقيمه، وسوف نتطرق الى مفهوم القنوات الدينية وبدايتها في الدول العربية وطبيعة مساهمتها في نشر القيم الدينية وكسب عدد من الجماهير المتنوعة، وكل حسب مضمون القناة و أثرها على قيم الفرد.

المطلب الاول: تعريف القنوات الدينية.

عرف **عمر الخير ابراهيم** القنوات الفضائية الدينية بأنها: الفضائيات التي أنشئت لتحقيق أهداف إسلامية وتنطلق من مرجعيات إسلامية وان اختلفت تخصصاتها، وعرف **منصف العياري** القنوات الإيديولوجية و الدينية بأنها : قنوات ملتزمة بمنهج عقائدي لا تخرج عنه في كل ما تقدمه الى مشاهديها من تبني العقيدة او المذهب او الخط الايديولوجي.

ويلاحظ أن هذا التعريف أعم من التعريف الأول إذ شمل القنوات الاسلامية وغير الاسلامية، وهذا يرجع بنا إلى التعريف الأول كونه مختصا بالفضائيات الاسلامية وليس الفضائيات الدينية أو الايديولوجية. ولذا فإن الفضائيات الاسلامية هي التي تكون المرجعية الإسلامية في رسالتها ،كما يشير الى ذلك **عوض إبراهيم** وهي الضابط الوحيد الذي يجب توفره لكل البرامج التي تقدمها هذه الفضائيات، وبذلك فمرجعية الإسلام ضرورية لوجود رؤية شاملة للقنوات الفضائية الإسلامية و غير الإسلامية،[1] فهي من أبرز وسائل الاعلام الاسلامي كونها تدعو الى الأهداف و المضامين نفسها وتنطلق من ذات المنهج و تلزم بثوابت مشتركة فيما بينهما.[2]

[1] **عبد الرزاق محمد الديلمي:** الاعلام الاسلامي، دار المسيرة، 2013، ط 1، ص271، ص270.

[2] **عبد الرزاق محمد الديلمي:** الإعلام الإسلامي، دار اسامة، مرجع سبق ذكره، ص269، 270.

وهناك من عرفها كذلك بأنها محطة فضائية تتبنى رسالة إعلامية ذات طابع محافظ وتتخذ من الخطاب الديني الإسلامي كأساس في البرامج والرسائل الإعلامية التي تبثها، أهمية الخطاب الاسلامي الديني ودوره الفاعل والحيوي في تعزيز روح الممانعة للمجتمع المسلم أمام الثقافة الوافدة.[1]

المطلب الثاني: بدايات القنوات الفضائية الدينية.

لقد سعت كل دولة عربية إلى إنشاء قناتها الدينية من أجل فرض "فهمها الوطني" للدين والإسلام تحديدًا ثم بدأ الاتجاه العالمي نحو الاعلام المتخصص في الدول المتقدمة، كذلك زيادة الاستثمارات العربية في الاعلام الفضائي على أيدي بعض رجال الأعمال العرب الذين يستثمرون أموالهم في مجال الاعلام . كما هو الحال، الوليد بن طلال مع القنوات الغنائية **روتانا** ثم اتجاهه نحو إنشاء قناة فضائية دينية **الرسالة.**[2] فجل القنوات الاسلامية المنتشرة الآن عبر الأقمار الصناعية هي وليدة سنوات قليلة فقط، وأول قناة فضائية إسلامية كانت قناة **إقرأ** التي تتبع لشركة**ART** ، فكانت هي اللبنة الأولى في مجال الفضائيات الإسلامية عام 1998،ثم ظهرت قناة **المجد** الفضائية، ثم تبعتها بعد ذلك ظهور الفضائيات الاسلامية الكثيرة التي زاد عددها حتى الان أكثر من ستين قناة فضائية.[3]

وكانت ادارة النايل سات تعتمد في شروطها على أن الترخيص المعطى لتلك القنوات هو الترخيص لقنوات اجتماعية وليس دينية، واتفقت ادارة (النايل سات) مع ادارة (نور سات) على منع اعطاء هذه القنوات ترددات جديدة على قمرها نورسات اذا حاولت الانتقال اليها، وانتهت

[1] **فاطمة محمد عواد:** الإعلام الفضائي، دار أسامة، عمان – الأردن– 2010، ط1، ص216.

[2] **وزارة الشؤون الدينية والاوقاف:** إشكالية الفتوى بين الضوابط الشرعية و تحديات العولمة، مرجع سبق ذكره، ص172.

[3] **عبد الرزاق محمد الديلمي:** الاعلام الاسلامي، دار أسامة، 2013، عمان – الأردن– ط1، ص271.

إلى موافقة الأخيرة على استئناف البث شريطة، عدم مخالفة ميثاق الشرف الاعلامي والا سيتم اغلاق القنوات بشكل نهائي وهو ما تعهد ممثلوا القنوات بالوفاء به.[1]

و هناك محطات دينية متخصصة في الوطن العربي، فعلى سبيل المثال هناك محطة أهلية خاصة باسم " العفاسي " مقتصرة على الأناشيد و الأغاني الدينية فقط، فالهدف منها إذن جذب انتباه الراغبين في مشاهدتها، وهناك محطة دينية أخرى تدعى الرسالة تقوم بإعداد برامج حوارات تخدم المسائل الإعلامية واهتمامات المسلمين.[2]

إن القنوات الخاصة أظهرت تنامي القنوات الدينية وهي نوعان: قنوات برامج دعوية سنية وشيعية بالأساس و قنوات تبشيرية مسيحية، هو واقع يمكن فهمه من خلال الأهمية التي أصبحت عليها النزاعات التي تغذيها التيارات الدينية السياسية، وتحتل القنوات الدينية المرتبة الخامسة من عموم القنوات الفضائية العربية.[3] ويرى الدكتور نصر الدين العياضي أن عدد القنوات العربية الدينية الناطقة باللغة العربية بلغت 135 قناة سنة 2013،[4] وهذا يؤكده ارتفاع عدد القنوات التلفزيونية التي تخصَّصت في الوعظ والفتاوى الفضائية وتفسير الأحلام والحديث المباشر وما الى ذلك من برامج.

---

[1] سلسلة: (المنهجية في تحصيل الخبرة الاعلامية)، نشرات تدريبية للمجاهد الاعلامي، تحت شعار" نحو ترشيد الاعلام الجهادي و أداء اعلامي متميز" الحلقة الثامنة، ذو الحجة، 1433، مركز اليقين، ص27.

[2] **فارس عطوان:** الفضائيات العربية ودورها الاعلامي، دار أسامة، عمان –الاردن– 2011، ط1، ص134، ص135.

[3] اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية، البث الفضائي العربي، التقرير السنوي، 2014، إصدارات اتحاد إذاعات الدول العربية، ص14، ص15.

[4] **نصر الدين لعياضي:** الخطاب الطائفي في الفضائيات الدينية: كُلْفَة الخلاف وتداعياته، جامعة محمد الشريف مساعدية، الجزائر مركز الجزيرة للدراسات والأبحاث، من موقع: www.aljazeera studies.com بتاريخ 16-04-2015 الساعة 10:47.

المطلب الثالث: أثر القنوات الفضائية الدينية.

في خضم التطور الهائل لتكنولوجيا الاتصال وخاصة على الصعيد العالمي أصبحت الحاجة ماسة وملحة لتقديم رسالة إعلامية دينية ذات مضامين هادفة تنبع من القيم والمفاهيم الأصلية وتنهض بالوعي العام في المجتمع من خلال أهداف إسلامية وحضارية و إنسانية يأتي في طليعتها الحفاظ على الهوية و تعزيز الوحدة و التنمية و التقدم في كافة المجالات،[1] و ما يؤكد محدودية الرسالة والهدف في الفضائيات الاسلامية هو الأثر الذي تحدثه وليس التصنيف المتقدم الذي تحوز عليه.

فعندما نقيس الأثر الفعلي والواقعي للقنوات "الاسلامية" بالأثر الفعلي والواقعي للقنوات الهابطة، نجد تجاوزا ملحوظا في الانكسارات السلوكية التي تحدثها الهابطة، وفي المقابل نجد إنحسارا للقيم الاجتماعية والاخلاقية التي تعد من صميم أهداف الفضائيات الاسلامية والهادفة، إن تزايد هذه القنوات وتعاظم الاهتمام بها ووصولها لبيوت كثيرة لم يكن سببا في تناقص نسب الجريمة والتفكك الأسري والبطالة والابتزاز والانتحار، وكل هذه القضايا تزيد معدلاتها سنويا وبنسب مرتفعة في بعض المدن.[2]

وفي الوقت الذي كانت المدرسة و الأسرة من أهم وسائل التنشئة الاجتماعية للأبناء في القدم فإن التلفزيون قد أخذ من دورها الجزء الكبير، وظهر للفضائيات دورا في التأثير الايجابي او السلبي، إذ أن معظم الشباب يقضي عددا من الساعات يوميا أمام التلفاز، مما ينعكس على سلوكه و تصرفاته، حيث تستورد كثير من البرامج من بلاد غير مسلمة أو مسلمة بالاسم، لكنها تحمل قيما بعيدة كل البعد عن قيمنا الاسلامية، تعرض و تكرر أمام المشاهد الذي يراها دون مراقبة سليمة، ونتيجة لطول مشاهدته لها يؤدي ذلك إلى وجود أنماط من السلوك و القيم غير

[1] **منتصر حاتم حسين:** أديولوجيات الاعلام الاسلامي، مرجع سبق ذكره، ص201.

[2] **فاطمة محمد عواد:** الإعلام الفضائي، دار أسامة، عمان – الأردن– 2010، ط1، ص237.

المرغوبة التي لم تكن موجودة في المجتمع.[1] وقد تطور هذا التعارض إلى درجة يصبح فيها صراع قيمي وخاصة عند المراهقين و الشباب الذين يحاولون تقليد القيم الجديدة، من حيث كونها عصرية ويعدون ما تقدمه الاسرة تخلفا.

والواقع يعكس ذلك من خلال تناول المضامين الدينية للقنوات الفضائية و أثرها على قيم الإنسان، وهذا ما تبرزه المنافسة بين هذه القنوات المتعددة وميلها للتخصص في نوع محدد من المضمون مما يدعم العلاقة بين هذه القنوات و المضمون المقدم من خلالها،[2] والرسالة هنا في مجملها تسعى لتدعيم قيم المجتمع و ترسيخ هويته ونشر العلم و الثقافة ودعم الاصلاح داخل المجتمع أو دعم حقوق الانسان والديمقراطية، وتأكيد مشاعر الانتماء وإحياء الروح الوطنية، وخلق التسامح ورفض التعصب والتخلف ودعم مبدأ حقوق المرأة والطفل ومبدأ المواطنة في التعامل مع قضايا المجتمع، وتعتبر القنوات الدينية بذلك منزلة أدوات سياسية أيضا، إذ أنها تروج لرؤى اجتماعية وسياسية محددة،[3] الأمر الذي يجعل هذه البرامج تركز على قضايا وموضوعات قديمة وتغرق المشاهد في قصص و بطولات تاريخية ولا تحتفل كثيرا بقضايا المجتمع الإسلامي المعاصر.والمرسل حين يصيغ رسالته في محتوى ما إلى المستقبل، يستهدف إحداث تأثير أو تحقيق هدف ما، إذ يتوقع المرسل رد فعل من المستقبل يرتد مرة أخرى الى المرسل، وهو ما يعرف بالتغذية العكسية أو المرتدة أو رجع الصدى.[4] هذا الظرف يمكن استغلاله بشكل ايجابي أو سلبي من قبل معد البرنامج، وهذا حسب الهدف من البرنامج و الرسالة و القيم التي يمثلها.[5]

---

[1] **محي الدين خير الله العويد:** أثر الاعلام المعاصر في العقيدة و التربية و السلوك، مرجع سبق ذكره، ص207.

[2] **محمد ابراهيم التويجري:** أثر الفضائيات على الاسرة العربية، بحوث اوراق عمل الملتقي العربي الاول(المنظة العربية للتنمية الادارية اعمال المؤتمرات المنعقد في القاهرة مصر) فبراير 2007، ص10،61.

[3] **يحي البسيوني:** الاذاعة الاسلامية، مرجع سبق ذكره، ص147.

[4] **محمود خليل، محمد منصور هيبه:** إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002، د ط، ص154.

[5] **أيمن عبد الحليم نصار، مراجعة محمد جاسم فلحي:** اعداد البرامج الوثائقية ، دار المناهج، 2008، ط1، ص211.

وبالتالي نقول أن القنوات الفضائية الدينية تترك أثر كبير بشكل أو بآخر على القيم وتعمل على نشرها سواء ما تعلق بالإيجاب أو بالسلب وانعكس على سلوك المشاهد والمسؤول الوحيد هنا هو المتلقي الذي يستهلك كل ما يجده أمامه لتبقى القنوات الفضائية سائرة في طريقها من أجل كسب تفوقها ونجاحها على حساب أذواق الجماهير والتأثير فيهم.

ونلخص من هذا أن التلفزيون يؤثر على نظرة الانسان من حوله و على قيمه، ويؤثر على قدرته على التمييز بين الحقيقة و الخيال ويعزل بين الناس و بيئتهم ويقدم نماذج للاحتذاء في السلوك و المواقف و اللغة.[1]

المبحث الثالث: البرامج الدينية.

تتصدر الشاشة اليوم الكثير من البرامج الناجحة التي تتناول القبول و الرضا، ولا توجد قناة فضائية عربية لا تهتم بعرض البرامج الدينية، كما يزداد العبء على المواطن العربي في كم البرامج التي يتعرض لها، وخاصة طبيعة الخطاب الديني الذي اسال الكثير من الحبر في ظل التناوشات التي يشهدها إعلامنا حاليا وما يقوم به رجل البرنامج الديني والدّاعية من أجل تبليغ رسالة الإسلام النبيلة، و سوف نتطرق من خلال ذلك الى تبيان صفات كل منهما و الواجب اتخاذها من أجل إيصال رسالة البلاغ المبين.

المطلب الأول: تعريف البرامج الدينية.

إن البرامج الدينية في معناها عبارة عن فكرة تجسد و تعالج تلفزيونيا باستخدام التلفزيون كوسيلة تتوافر لها امكانيات الوسائل الاعلامية وتعتمد أساسا على الصورة المرئية، يتخذ قالبا

[1] **صالح خليل ابو اصبع**، قضايا اعلامية، مجدلاوي ، عمان – الأردن – 2005، ط2، ص107.

واضحا ليعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة، وتتطور البرامج التلفزيونية باستمرار حيث نلاحظ ألوانا جديدة و أشكالا برامجية متميزة من آن لآخر ولا تقف عند حد معين،[1]

ولعل نسبة الاقبال على البرامج الدينية المبثوثة خلالها تؤكد الحاجة إليها، وفقا لما جاء في دراسة أجراها الدكتور عاطف عدلي العبد وزميلته على دراسة أنماط مشاهدة تسع عشرة قناة فقد حصلت البرامج الدينية علي نسبة 94.2٪ من النوعية الاولى من برامج تلك القنوات مما يؤكد أهمية استخدام القنوات الفضائية و وايجابياتها بالنسبة للبلاغ، نشر الخبر وتعميمه، وأيضا حصلت البرامج الدينية على نسبة 82.5٪ من مشاهدي القناة الفضائية المصرية ، وهي نسب تؤكد مدى استثمار القنوات الفضائية في بث ما ينفع الناس ويمكث في الأرض.[2]

المطلب الثاني: أنواع البرامج الدينية.

إن البرنامج الديني يحتاج إلى تلاحم الجوانب المصورة من الجوانب المسموعة و تكاملها، بحيث تأتي في تتابع مقنع لتؤثر في المشاهد، هذا بالإضافة إلى تنوع أشكالها، ومنها الحديث المباشر و اللقاء و الندوة و المناقشات او المناظرات و التحقيقات و البرامج الخاصة، والبرامج الحية المنقولة على الهواء مباشرة مثل برامج المناسبات الدينية.[3] وسوف نتطرق إلى بعض هذه الأنواع فيما يلي:

الحديث المباشر: وفيه يكون الضيف هو المذيع، يظهر على الشاشة ويوجه حديثه قارئا أو مرتجلا للمشاهد مباشرة، ومن أمثلته برنامج " مع هيكل" الذي قدمته قناة الجزيرة، وبرنامج " على مسؤوليتي" على الجزيرة مباشر مصر، وفي هذا الشكل من البرامج يجب أن تكون

[1] **منير حجاب:** الموسوعة الاعلامية، المجلد الثاني، دار الفجر، 2003، د ط، ص498.

[2] **رضوان مفلح العلي وآخرون:** مدخل إلى وسائل الاعلام الإلكتروني و الفضائي، مرجع سبق ذكره، ص308، ص309.

[3] **محمد عوض إبراهيم:** تكنولوجيا الاعلام، تطبيق على الاعلام في بعض الدول العربية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2011، ط1، ص132.

شخصية المتحدث جذابة وأن يكون اسمه ضمانا أكيدا وكاف لكسب الجمهور،[1] ومدة الحديث محدودة فهي بضع دقائق في العادة وأحيانا عشر أو خمس عشرة دقيقة، ويستدعي ذلك سهولة العبارة وسلامة الحديث وعرض الجوانب الأساسية للموضوع، والبعد عن الخلافات والأقوال المتعددة التي تشوش فكر الإنسان العادي.[2] و الحاجة للفتوى في القضايا اليومية أمر هام وهذا ما وفرته البرامج وأتاحته الكثير من القنوات، تواصل مباشر مع الشيخ وحل آني للمشكلة أو التساؤل رغم ضعف أسلوب عرض برامج الوعظ إلا أن النفس البشرية بحاجة للتذكير المستمر مع الانشغال اليومي في أمور الحياة وهذا ما تتحفنا به الكثير من القنوات الهادفة[3].

- **البرامج الحوارية أو "المقابلات"**: يقتصر دور المعد في هذه البرامج على تحديد عنوان الموضوع والنقاط الأساسية فيه بالإتفاق مع المتحدث وتحديد المساحة الزمنية المطلوبة للتحدث، وتحتاج هذه النوعية إلى تخطيط مسبق ومعرفة أكيدة بموضوع المقابلة.
- **المائدة المستديرة:** يسمى البرنامج عادة بهذا الاسم " المائدة المستديرة" ، يستضيفون بعض الخبراء للجلوس حول طاولة دائرية لمناقشة ظاهرة ما وتحليلها بعمق للوصول الى أسبابها وتداعياتها، ومن أشهر مقدمي هذا النوع سعد الرميحي في تليفزيون قطر والدكتور عبد الله النفيسي في تلفزيون الكويت.[4]

وغالبا ما تكون البرامج الدينية حول قضايا العقيدة و الدعوة و أصول الفقه ومسائل العبادات و المعاملات، إلا أن البرامج الدينية لازالت برامج سطحية لأنها تخدم مضمون

[1] **إبراهيم إسماعيل:** الإعلام المعاصر وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث، الدوحة – قطر – 2014، ط1، ص135.

[2] **عبد الله شحاتة:** الدعوة الإسلامية والإعلام الديني، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1986، ط 2، ص36.

[3] **مالك ابن ابراهيم الأحمد:** التوظيف الإيجابي للاعلام، التصنيف :الواقع المعاصر، المصدر : موقع المسلم، 12/ 2017/01 الساعة 14:11.

[4] **إبراهيم إسماعيل:** الإعلام المعاصر وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، المرجع نفسه، ص135

الرسالة بالأسلوب المباشر عن طريق الوعظ و الارشاد و التحدث بالأساليب العتيقة التي لا تتمشى مع طبيعة العصر.[1]

المطلب الثالث: طبيعة الخطاب الديني في البرامج التلفزيونية الدينية.

أرسل الله الرسل لهداية البشرية ونزل عليهم الكتب والصحف وأمرهم أن يبلغوا الرسالة للناس لقوله تعالى:" **يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنْزِلَ اليك مِنْ رَبِّك وَإِن لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتُهُ**"، وقد بلغ الرسول صلى الله عليه وسلم رسالة ربه بالكلمة والحديث العادي والخطبة والكتاب وكل ما أتيح له من وسائل الإعلام في عهده،[2] ومن ذلك الوقت لعبت المساجد دورا كبيرا في توجيه سياسة الدولة وفي تنمية مدارك الإنسان و ترسيخ الأخلاق والعادات الحميدة بين مختلف فئات المجتمع، و تمتع بوظيفة القضاء والافتاء رغم وجود مؤسسات أخرى،[3] و الآن أصبح الخطاب الديني لا ينحصر فقط في المساجد من خطب ودروس دينية، بل تعدى ذلك الى كل ما يقال عن الدين في جميع وسائل الإعلام أو ما ينشر منها ويبث على شبكة المعلومات العالمية.[4] وقد تطورت هذه الوسائل و تعددت بعد أن كانت الكلمة والخطبة تمثل 80 بالمئة من وسائل الاعلام، أصبحت لا تمثل إلا 20 بالمئة.[5]

إنّ للخطاب الديني تأثيراً بالغاً في توجيه فكر الناس ووجدانهم وسلوكهم في مجتمعاتنا العربية، حيث أن أهدافه تتوجه بشكل أساسي إلى تقديم المعلومات دون بهارج ولا مؤثرات لغوية، ويهمه بالدرجة الأولى أن تكون وسيلته التعبيرية لا تثير أية إشكالات لدى المتلقي ولا

---

[1] **يحي بسيوني**: الاذاعة الاسلامية، مرجع سبق ذكره، ص388.

[2] **عبد الله شحاتة**: الدعوة الإسلامية والإعلام الديني، مرجع سبق ذكره، ص33.

[3] **سعاد فويال**: المساجد الأثرية لمدينة الجزائر، دار المعرفة، 2010، د ط، ص8.

[4] **عبد القادر قلاتى**: الحداثة الإسلامية وتجديد الخطاب الديني ذاتيًا،

http://www.apfw.org/indexarabic.asp?fname=news%5Carabic%5C12808.htm

[5] **عبد الله شحاتة**: الدعوة الإسلامية والإعلام الديني، المرجع السابق، ص33.

تأويلات قد تؤدي إلى انحرافات أو تشوهات تطال مضمون الرسالة الإعلامية،[1] وتحيل مسائل القوة و الإقناع أيضا الى أسلوب مقدم البرامج ولغته وتصميم الديكورات وطبيعة المحتوى، ا[2]

إن الخطاب الديني في الاسلام يمتاز عن الخطابات الاخرى كونه ذات مرجعية خالصة تمثلت في الوحي الإلهي، وهذا ما رصده الأستاذ **حمد العمار** بالمعهد العالي للدعوة والاحتساب بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية إلى أنّ واقع الخطاب الديني المعاصر يحتاج إلى إعادة نظر، "**بسبب تصدر عدد من المتعالمين على كبريات المسائل التي تؤثر على مسار الحياة الاجتماعية في المجتمع، ووقوعهم في أخطاء علمية وعملية، وإيجادهم لتبريرات خاطئة جانب الصواب لدوافع ربما كان بعضها لضعف علمي**"[3] وفي هذه العناصر كلّها هناك إشكاليات نعايشها في عصرنا الحالي تثير جدلاً عامّاً حول فحوى الخطاب الديني وضرورة تجديده ليتماشى مع متطلّبات العصر ويناهض الفكر التعصّبي والتطرّفي السائد.[4]

ثمة فكرة يتكرر ورودها خلال البحوث المختلفة وهي أن دراسة الخطاب الديني غير ممكنة بمعزل عن الاقتصاد السياسي والتقنيات التي تدعم وجوده وتمكنه من التسويق لنفسه ونقل رسالته بشكل فعال،[5] فما زال خطاب تقليدي يسخّر في مفرداته حالة من التمييز الطائفي والديني والاثني والمذهبي، تجعل من الالتزام المطلق بالنصّ الديني وتطبيقه بالحرف خياراً

---

[1] **أحمد حمدي**: الخطاب الإعلامي العربي آفاق وتحديات، دار هومة، الجزائر، 2002، د ط، ص63، ص65.

[2] **خالد الحروب**: القنوات الفضائية الدينية في منطقة الشرق الأوسط، مجلة آفاق المستقبل، العدد 7، سبتمبر/ أكتوبر 2010، ص114، ص115.

[3] **نورة العطوي**: لن نتغير والخطاب الديني جامدا!، نحتاج إلى مرجعية تضبط الاجتهاد، قسم تحقيقات، جريدة الرياض، العدد 16996، 5 جانفي 2015م، ص22.

[4] **مجدي محمد عبد الجواد عبد الفتاح الداغر**: بحث مقدم لمؤتمر الفضائيات العربية بجامعة الشارقة بعنون: اتجاهات القنوات الفضائية الإسلامية في معالجة قضايا الأقليات والجاليات الإسلامية في العالم، دراسة تحليلية على عينة من القنوات الفضائية الإسلامية (قناة إقرأ، الناس، الرسالة، الحكمة، الامة)، الشارقة، ديسمبر 2007، ص12.

[5] **خالد الحروب**: القنوات الفضائية الدينية في منطقة الشرق الأوسط، مرجع سبق ذكره، ص115.

يؤدّي في المحصلة إلى نتائج كارثية على مجتمعات اصطبغت بالتعدّدية بكلّ أشكالها،[1] و يقدم الخطاب نماذج للتفاعل في المحادثات بين الأشخاص في الحياة الخاصة وفي الحياة اليومية، وقد يكون من الصعب حل التشابك بين أنظمة الخطاب من ناحية، وبين العلاقات الداخلية بين الخطابات و الانواع الادبية داخل نظام الخطاب الاعلامي الديني من ناحية أخرى.[2]

ولما نأتي إلى واقع الخطاب الديني في البرامج الدينية نجد أنه هناك فرق شاسع بين الواقع المقدم في القنوات الدينية والواقع الذي يعيشه المشاهد مما ينشأ عنه في الغالب إما العزلة والانكفاء أو العنف في بعض الحالات أو صعوبة التعامل مع الواقع لصعوبة إصلاحه.

وعلى ضوء ذلك يبدو واضحا للخطاب الديني الجزائري، أن اختلالات كثيرة ما فتئت تعرقل أدائه وتعتري آلياته بما يجعلها كابحة لرسالته ومحرفة لأهدافه ومراميه.[3]ومع هذا ينبغي تشجيعه بأقصى ما يمكن من السبل لأداء رسالة البلاغ الحضاري لأمة القرآن إلى الناس أجمعين، وذلك لن يكون ممكنا ما لم يحسن المسلمون كيفية البلاغ العصرية المرتبطة في حقيقة الأمر بطبيعة تطور وسيلة الاتصال التي تحمل معاني الايمان والحق والصدق، والعفاف والطهارة والنقاء في كفاية واقتدار، وهي في عالم اليوم متربع على عرشها القنوات الفضائية التي تبث برامجها عبر الاقمار الصناعية.[4]

أهمية تأهيل رجل الإعلام في البرامج الدينية.

[1] **رازق سرياني:** الخطاب الديني وتحديات العصر، موقع كنيسة القديسة تيريزا بحلب ww.tereza.org ، التاريخ 2017/03/14 على الساعة 10:12.

[2] **محمد شومان:** تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية، الدار المصرية اللبنانية، 2007، ط 1، ص108، ص109.

[3] **أحمد حمدي:** الخطاب الإعلامي العربي آفاق وتحديات، مرجع سبق ذكره، ص127.

[4] **إدريس مقبول:** ورقة مقدمة بعنوان" الفضائيات العربية وتهديد القيم"، مؤتمر الفضائيات العربية والهوية الثقافية، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، 12 ديسمبر 2007، ص18.

إن ديننا السمح دين صادق لا يتأثر بميل أو هوى، مبني على قاعدة التثبت والاستيثاق التي أمر الله تعالى لقوله:" **واسْتَشْهِدُواْ شَهِيدَيْنِ مِنْ رِّجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنَ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ**".[1] يقوم على جميع الوسائل المشروعة، ويفيد من كل ما يسهم في تبليغ الدعوى.[2]

أصبح القائم بالاتصال ينتظم مباشرة في شبكة أكبر من العلاقات الداخلية من خلال التنظيم الذي يحدد الواجبات والمسؤوليات والأدوار والمواقع، والذي ترسمه المؤسسة في اطار أهدافها وسياستها وعلاقاتها مع المؤسسات الأخرى في المجتمع، بما يؤثر على صنع القرار في المؤسسات الإعلامية والاتصالية وإنتاج الرسائل الإعلامية والاتصالية،[3] ومن ذلك نحاول فهم أهم الصفات الواجب توفرها في الداعية ليضمن وصول الرسالة بالطريقة الصحيحة في الوسيلة الاعلامية.

تعريف الداعية: يعرفه "**إفريت روجرز**" هو شخص محترف يحاول التأثير في الناس لكي يتبنوا أفكارا معينة يشعر أنها ضرورية وهامة، ويعرف " **البهي خولي**" الداعية بأنه شخص مؤمن بفكرته يدعو اليها بالكتابة والخطابة والحديث العادي والعمل الجدي وبكل ما يستطيع من وسائل الدعاية، فهو كاتب وخطيب ومحدث وقدوة يؤثر في الناس بعلمه وشخصه، والداعية أيضا طبيب اجتماعي يعالج أمراض النفوس ويصلح أوضاع المجتمع الفاسدة،[4] وجاء في لسان العرب أن الدعاة : قوم يدعون الى بيعة هدى أو ضلالة، وأحدهم داع. ورجل داعية إذا كان يدعو الناس الى بدعة أو دين، أدخلت الهاء فيه للمبالغة. والنبي صلى الله عليه وسلم،

---

[1] القرآن الكريم، سورة البقرة، الآية 282.

[2] **محمد عجاج الخطيب:** أضواء على الإعلام في صدر الإسلام خصائصه- دعائمه- وسائله- مناسباته- مراكزه، مؤسسة الرسالة، العين- أبوظبي- 6 جوان 1984، ب ط، ص13، ص18.

[3] **مي عبد الله:** نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت – لبنان- 2006، ط1، ص127.

[4] **محمد منير حجاب:** الاعلام الاسلامي المبادئ- النظرية- التطبيق، دار الفجر، 2007، ، ط1، ص210.

داعي الله تعالى، وكذلك المؤذن. وفي التهذيب: المؤذن داعي الله والنبي صلى الله عليه وسلم، داعي الأمة الى توحيد الله وطاعته.[1]

و بذلك كان لا بد لنا أن نحاول ولو بالقليل أن ندرج ضرورة تأهيل رجل الإعلام في البرامج الدينية، ونركز على الداعية كونه يمثل حجر الزاوية في عملية الإعلام بأسرها، وقد كان إعداد رجل الإعلام ضرورة ملحة في بناء الإعلام و رجل الإعلام المتخصص، وقد وضح الشيخ محمود عاشور عضو مجمع البحوث الإسلامية أن التأهيل الإعلامي للداعية يتمثل في معرفة الداعية أو رجل الدين ،أن الإعلام بكل وسائله له أثره في حياة الناس و أنهم يستعينون بالإعلام على قضاء حوائجهم، وتكون حاجاتهم في مقدمة اهتمامهم ولا نستطيع أن نفعل ذلك إلا إذا كانت هناك دورات إعلامية للدعاة .[2]

وحري بنا أن نبدأ بتحديد مواصفات رجل الإعلام المطلوب وصفة رجل الاعلام الديني هي نفسها صفات رجل الاعلام الاسلامي، غير أنه هناك تخصص أكثر لصفات رجل الإعلام الاسلامي أي الداعية الذي هو أحد علماء الأمة وهداتها الذين كرمهم الله ورفع شأنهم في كثير من المواقع في القرآن الكريم.

و يمكن أن نحدد هذه الصفات في أن يكون رجل الإعلام الديني مكلفا مسلما، ثقة مأمونا منتزها من أسباب الفسق ومسقطات المروءة، لأن من لم يكن كذلك فقوله غير صالح (للاعتماد). ويكون فقيه النفس سليم الذهن رصين الفكر صحيح التصرف والاستنباط مستيقظا،[3] وكذلك أن تتوافر صفات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ونشر الوعي الديني والاجتماعي، وتوجيه الناس إلى ما فيه خيرهم وصلاحهم في الدنيا والآخرة وتقديم النصح

---

[1] **ابن منظور الافريقي المصري**: لسان العرب، دار صادر، بيروت –لبنان– المجلد الخامس، ط1، ص268.

[2] **لؤي عبد الحميد شنداخ**: أثر الإعلام في نشر الدعوى الإسلامية، ص38. من موقع شبكة الألوكة WWW.alukah.net التاريخ: 12-03-2017 الساعة 11:22

[3] **أبي عمرو عثمان بن عبد الرحمن**: أدب المفتي والمستفتي، عالم الكتب، 1986، ط1، ص 86.

الواعي المخلص لأولي الأمر وعامة المسلمين.[1] والالتزام بالمعايير الأخلاقية كالصدق و الموضوعية، وفهم التلفزيون كوسيلة إعلامية و خصائصها و مقوماتها و الالمام بالثقافة العامة،[2]

كما يجب أن يتحرى الاعلامي المسلم الصدق، ولو في مجال الترفيه أو الاعلانات والدعاية، قال النبي صلى الله عليه وسلم:" ويل للذي يحدث فيكذب ليُضحك به القوم، ويل لهُ كلَّ الوَيْلِ"[3] واصبح من الضروري ان تتوافق برامج اعداد الدعاة وتأهيل طلبة العلوم الشرعية مع هذا التعقد و التنوع في أساليب الاتصال.[4] مسترشدين في كل ذلك بالهدي القرآني" **اُدْعُ اِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالحِكْمَةِ وَ المَوعِظَةِ الحسنةِ وجَادِلْهُمْ بِالتِي هِيَ أَحْسَنُ** "[5]، وقد أكد الرسل عليهم السلام هذه الحقيقة فهم لا ينطقون إلا الحق (قال سبْحَانَكَ مَا يَكُونُ لِي أَنْ أَقُولَ مَا لَيْس لِي بِحَقْ)[6] وقال: (حَقِيقٌ عَلَى أَنْ لَّا أَقُولَ عَلَى اللهِ إِلَا الحَقَّ)[7]، وهو لا ينطق الا بالحق (وَلَدَينَا كِتَابُ يَنْطِقُ بِالحَقِ)[8] ، فيتجنب الباطل واللغو والظن ولا تغلب الصنعة عنده الحقيقة.[9]

فكل انسان مسؤول عن أعماله أمام الله تعالى: " **فَوَرَبِّكَ لَنَسْئَلَنَّهُمْ أَجْمَعِينَ 92 عَمَّا كَانُوا يَعْمَلُونَ93**"[10]. وكل صاحب رسالة و بلاغ سيسأل عن رسالته مثلما سيسأل الذين أرسل إليهم

---

[1] **عمر التومي الشيباني:** دور المربي ورجل الإعلام والمرشد الديني في الوقاية من الجريمة والانحراف، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1993، د ط، ص49.

[2] **غسان عبد الوهاب:** الصحافة التلفزيونية، دار أسامة، عمان – الأردن– 2013، ط1، ص54.

[3] رواه أصحاب السنن بسند صحيح.

[4] **يحي البسيوني:** الاذاعة الاسلامية، مرجع سبق ذكره، ص26

[5] سورة النحل 125.

[6] القرآن الكريم، سورة المائدة، الآية 116.

[7] القرآن الكريم، سورة الأعراف، الآية 105.

[8] القرآن الكريم، سورة المؤمنون الآية 62

[9] **سمير بن جميل راضي:** الإعلام الإسلامي رسالة وهدف، دعوة الحق، 1998، العدد 172، ص62، ص63.

[10] القرآن الكريم، سورة الحجر، الآية 92– 93.

لقوله تعالى: " **فَلَنَسْئَلَنَّ الَّذِينَ أُرْسَلَ إِلَيهِمْ وَ لَنَسْئَلَنَّ المُرْسَلِينَ**"[1]. ولا يخفى على الإعلام صاحب رسالة و أن هذه الرسالة الاعلامية من عناصر العملية الاعلامية و أركانها التي لا تقوم إلا بها، إذا كل ما يقوم به الاعلامي من عمل وما ينشره من مادة إعلامية سيسأل عنها يوم القيامة[2] لقوله تعالى:" **وَقِفُوهُمْ إِنَّهُم مَّسْؤُولونَ**"[3]. وفي المقابل فإن الجمهور سيسألون أيضا عما تلقوه من مادة إعلامية وما بدر منهم من مواقف اتجاهها. يقول الله تعالى: " **للهِ مَا فِي السَّمَواتِ و مَا فِي الأَرْضِ وَ إِنْ تُبْدُونَ مَا فِي أَنْفُسِكُمْ أَوْ تُخْفُوهُ يُحَاسِبْكُم بِهِ الله فَيَغْفِرَ لِمَنْ يَشَاءُ وَ يُعَذِّبُ مَنْ يَشَاءُ وَ اللهُ عَلَى كُلِّ شَيءٍ قَدِير**"[4]. إضافة إلى هذا فإن الاعلام الديني في الاسلام يجب أن يكون إعلام بلا اكراه، يلجأ في الدعوة الى العقل والقلب، قال تعالى:" لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الغَيِّ"[5]. واعلام يتحرى الصدق في استقاء المعلومات وتوزيعها، يقول المولى عز وجل:" ياأيها الذين آمنوا اتقوا الله وكونوا مع الصادقين"[6]. وقول النبي صلى الله عليه وسلم: (عليكم بالصدق فإن الصدق يهدي الى البر و إن البر يهدي الى الجنة ومازال الرجل يصدق ويتحرى الصدق حتى يكتب عند الله صديقا واياكم والكذب فإن الكذب يهدي إلى الفجور وإن الفجور يهدي الى النار وما يزال الرجل يكذب ويتحرى الكذب حتى يكتب عن الله كذابا).[7]

---

[1] القرآن الكريم، سورة الاعراف، الآية 6.

[2] **طه احمد الزيدي:** المسؤولية الاخلاقية في الاعلام الاسلامي دراسة تأصيلية و تحليلية لأخلاقيات الاعلام في مواثيق الشرف الاسلامية، دار النفائس، الاردن، 2012، ط1، ص 84، ص85.

[3] القرآن الكريم، سورة الصافات، الآية 24.

[4] القرآن الكريم، سورة البقرة، الآية 284

[5] القرآن الكريم، سورة البقرة، الآية 256.

[6] القرآن الكريم، سورة التوبة، الآية 119.

[7] صحيح: أخرجه البخاري (6094)، ومسلم (2607).

الإطار التطبيقي

تمهيد:

تعد القنوات الجزائرية الخاصة التي تمتلكها وتديرها رؤوس الأموال الجزائرية إحدى المعالم الحديثة للإعلام الجزائري، حيث برزت هذه القنوات كنتيجة التغيرات السياسية في الوطن العربي، وكذا لثورة الاتصالات بعد عقود طويلة من احتكار الحكومات العربية للإعلام المرئي والمسموع، وقد شهدت السنوات القليلة الماضية تدفقا هائلا لرأس المال الجزائري الخاص في مجال اطلاق القنوات الفضائية الجزائرية، سواء من خارج الوطن أو داخله، وتسعى لمخاطبة جمهور محدد بتقديم مواد اعلامية بعينها، وتختلف ما بين قنوات متخصصة من حيث نوعية الجمهور والتلقي للخدمة.[1]

وهنا سوف ندرس طبيعة قناة النهار كنموذج نظري تطبيقي بصفة عامة، ودراسة تحليلية لبرنامج "إنصحوني" للشيخ شمس الدين بوروبي، وندرس أهم القيم الدينية التي تطرق لها البرنامج، ويتبين ذلك في مباحث هذا الفصل التطبيقي:

القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر (قناة النهار نموذجا).

البرنامج التلفزيوني الديني "إنصحوني".

دراسة تحليلية لبرنامج انصحوني.

[1] **هبة شاهين:** التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2016، د ط، ص102.

المبحث الأول: القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر (قناة النهار نموذجا).

فرضت قناة النهار نفسها في الوسط الإعلامي العربي، رغم أنها لم تظهر في الساحة الإعلامية إلا في السنوات الأخيرة كونها تركز على القضايا الشائكة الجريئة من خلال برامجها المتنوعة، وهذا ما جعلها تحتل الصدارة في مجمل القنوات الخاصة.

المطلب الأول: التعريف بقناة النهار.

تعتبر قناة النهار فضائية إخبارية مستقلة أنشأها مجموعة من الإعلاميين والصحفيين الجزائريين في 6 مارس 2012 بأول نشرة إخبارية قدمت من طرف الثنائي الإعلامي **رياض بن عمرو** و **نور اليقين مغريش**، واتخذت القناة مقرها بالعاصمة الأردنية عمان ليبدأ البث من هناك على قمر نايل سات، يترأسها الإعلامي أنيس رحماني، شعارها " القناة الإخبارية الأولى في الجزائر".

تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر وعرفت بعدم حيادها في البرامج الوطنية، وهذا من خلال الصحف و كذا أخبار الجزائر في الإقتصاد وأخبار الجريدة التابعة، خاصة أمام الحملة الإنتخابية للانتخابات الرئاسية الجزائرية سنة 2014، فقد شن عليها وعلى الجريدة التابعة لها بعض من الناشطين الإلكترونيين حملات مقاطعة بسبب ما وصفوه تفاهة القناة وتصغيرها لعقول المشاهدين والتحيز لجهة البعض على حساب الأخرى،[1] والآن تبث برامجها على الأقمار الصناعية الثلاثة النايل سات و أوتيل سات وبدر 4.

وقد كان طاقم القناة في بداية عمله يطلق أخبار حصرية وآنية من موقع الحدث مع الانفراد بالخبر دائما، إلى جانب برمجة حوارات حصرية لأهم الشخصيات الوطنية والدولية،

[1] **جازية سليماني**، الفضائيات الخاصة بالجزائر – اعتماد على الدولة وتقليد الصحافة المكتوبة، www.alaraby.co.uk/medianews تاريخ 09 أفريل2017 على الساعة 11:54.

وتمكنوا من إطلاق القناة وإخراج برامجها إلى الجمهور العريض الذي كان متعطشا ليشهد ميلاد قنوات جزائرية 100 في المئة في تلك الفترة.

المطلب الثاني: قناة النهار بين الإحترافية والتنافسية.

بالرغم من الإمكانيات المحدودة لقناة النهار إلا أنها استطاعت في ظرف وجيز لم يتعد الخمس سنوات من الدخول إلى منازل الجزائريين عبر 48 ولاية، وفي هذا الصدد يقول مدير قناة النهار أنيس رحماني على مستوى جريدة النهار الجديد أن قناة النهار نافست 120 قناة تلفزيونية **عالمية** من 37 دولة في اختصاص الأخبار، وحازت على المرتبة الثانية كأحسن قناة إخبارية وفق ترتيب " بوتلسات" لسنة 2016. وبهذا الإختيار تعتبر قناة النهار أول قناة جزائرية تشارك وعملها من أفضل الأعمال الاعلامية رغم أنها لازالت في بدايتها، وقد تمكنت من أن تصبح رقما صعبا في التتويج بميلانو الإيطالية واحتلالها مكانة ريادية بفضل قوة الجريدة و حيوية الطاقم الشبابي المكون للقناة و تحقيقها للسبق الصحافي في تغطية الأخبار والإنفراد في نقل الأخبار بصفة آنية.[1]

هذا وأكد معهد إيمار بالمغرب في دراسة سبر الآراء بالجزائر والمغرب ككل أن القناة احتلت المركز الأول في نسبة المشاهدة، فيم أكد كذلك معهد " **أم أم آر**" على تربع قناة النهار على عرش القنوات الأكثر مشاهدة بنسبة 45.6% من بين القنوات الجزائرية و العالمية.[2]
وقد خصصت القناة حصة في اليوتيوب تنقل تصريحات مباشرة للشباب التي تعبر عن آراءهم ومشاكلهم دون قص أو حذف وهو جديد في الساحة الإعلامية الجزائرية، ما جعل انصباب

[1] **بهاء الدين**، النهار تي في ثاني أحسن قناة إخبارية في العالم https://www.ennaharonline.com/ar/keywords/ مقال نشر يوم 26/11/2016، تم الإطلاع عليه 12 فيفري2017 على الساعة 13:02.

[2] **أسماء منور**، قناة النهار تيفي دون منازع، https://www.ennaharonline.com/ar/keywords/ مقال نشر يوم 2016/11/02، تم الإطلاع عليه 12 فيفري 2017 على الساعة 09:02.

الشباب على هذه القناة واعجابهم بها أكثر، كما أن هناك من المواطنين من طالب بتسليط الضوء على الرياضة وترك مساحة واسعة لها في هذه القنوات لتجذب أكبر نسبة من الجمهور الجزائري.

تتخذ قناة النهار من خلال تقديمها للبرامج بمختلف أنواعها الأسلوب العاطفي الترفيهي بصفة أكثر، ومس ذلك حتى النشرات الإخبارية التي تعرض بطريقة جذابة ومشوقة بدلا من عرضها بصرامة وجدية و أصبحت تتبع ما يريده الجمهور من تسلية، حيث يتم انتقاء صحفيين من جنسين مختلفين في التقديم، بالإضافة إلى الأستوديو الافتراضي الجذاب، وكذلك طريقة عرض الأخبار بالشكل الذي يحاكي العواطف، كلها عوامل ساعدت على بسط نفوذ القناة في الساحة الإعلامية، وهذا ما نراه في جل القنوات الفضائية الأخرى أنها نجحت في اجتذاب نسبة عالية من الجمهور من خلال البرامج الترفيهية و اخرى أحداث تعمل على عنصر المكبوت السياسي من خلال برامج تستخدم الإثارة في العرض و التقديم و في الوقت الذي تفتقد فيه القنوات الفضائية العربية الرسمية قدرتها على المنافسة.[1]

تختلف البرامج في طبيعتها و عددها حسب تخصص المحطات الفضائية واقتصارها على نشاط إعلامي واحد معين أو وسائل إعلامية مختلفة، فالبرامج في المحطات التلفزيونية عموما غير المتخصصة تخصصا دقيقا تكون برامجها بين إخبارية، وثائقية ، إعلانات تجارية و بلاغات رسمية وأفلام وأغاني ومسلسلات و برامج دينية.[2]

وقد كشفت حصيلة سنوية لمحرك البحث يوتيوب عن نجاح أهم ثلاث برامج بالقناة، كالروبورتاج المعنون ب" عندما يتنافس الأثرياء لإحياء أعراس ألف ليلة وليلة" ، تحقيق بعنوان " منتوجات غريبة تشوه الإسلام في الأسواق" وبرنامج الكاميرا الخفية ويتعلق الأمر ب" الحفاف

[1] **صلاح عبد الحميد:** الاعلام و ثقافة الصورة، أطفالنا للنشر و التوزيع، القاهرة، 2015، ط1، ص 137.

[2] **فارس عطوان:** الفضائيات العربية ودورها الاعلامي، دار أسامة، عمان – الأردن– 2011، ط1، ص133.

خالتي بوعلام شعرها طاح" وأكبر هذه البرامج تجاوز عتبة الثلاثين ملايين مشاهدة خلال سنة 2016.[1]

كل ذلك يعود إلى احترافية قناة النهار وإثبات وجودها في الوسط الإعلامي العربي، بفعل برامجها وجرأتها وتحقيقها للسبق الصحفي ومختلف الميكانيزمات التي جعلتها تحتل الصدارة في العالم أجمع.

المطلب الثالث: الشبكة البرامجية في قناة النهار.

تعددت وتنوعت البرامج التي تبث على قناة النهار من إجتماعية إقتصادية إخبارية و دينية، حيث ركزت كثيرا على الجانب الثقافي والإخباري عن طريق ذكر مشاكل وهموم الشعب الجزائري واحتكاكها به ونقل صوته إلى السلطة، وتمثلت بعض البرامج في:

قهوة **القوسطو**، برنامج أسبوعي يتنافس فيه مجموعة من الشباب على عرض أعمال كوميدية تقيّم من طرف لجنة مكونة من ثلاثة أفراد، برنامج **جزائريات** برنامج أسبوعي يتطرق إلى حياة الجزائرية اليومية من مختلف الجوانب التي تخص النساء، برنامج **دزايرنا** يتعرض في كل حلقة إلى بطل من أبطال الثورة الجزائرية.

هذا بالإضافة إلى برنامج **مع زهرة** الذي يستضيف في كل مرة شخصية جزائرية بارزة للتحاور معها، برنامج **كونك عاقل** من تقديم جلال شندالي الذي يفصل في القضايا العائلية العالقة بنوع من العقلانية، بالإضافة إلى برامج فنية أخرى كبرنامج قهوة حليب، فنانين لايف، فن الطياب، بدل اللوك يحبوك، وما نلاحظه من خلال هذه البرامج أنها قريبة جدا إلى المواطن الجزائري وتلبي أذواقه.[2]

---

[1] **بوستة سليم**: اليوتيوب يكشف عن أهم 3 برامج ناجحة لقناة النهار، نقلا عن الموقع الإلكتروني ennaharonline.com/ar/keywords/ نشر يوم 2017/01/02، تم الإطلاع 239 أفريل 2017 على الساعة 14:14

[2] من خلال ملاحظة الطالبتين لقناة النهار.

ومن الجانب الديني ركزت أيضا قناة النهار على برامج هادفة نوعا ما خاصة في شهر رمضان، حيث تبث تشكيلة ثرية من أقوى البرامج الدينية كبرنامج " رقائق الشيخ خالد ابن يونس" فضلا عن التطرق لمواضيع تهم العامة لإرشادهم الى الطريق السوي.[1] وبرنامج "إنصحوني" للشيخ شمس الدين بوروبي، وبرنامج " تفسير الأحلام" ومختلف البرامج الدينية الأخرى.

المبحث الثاني: البرنامج التلفزيوني الديني "إنصحوني".

ظهرت البرامج الدينية في الجزائر كمصدر أساسي لتلبية حاجات الجمهور المتعطش للثقافة الدينية بصفة بارزة، بعد أن كانت المساجد والزوايا والكتب المنبر الوحيد لاستيقاء أهم المعلومات المتعلقة بأمور الفقه والدين، فكانت هذه البرامج الواجهة الأولى للجمهور المتلقي وحققت نجاحا كبيرا كونها ملتصقة بالخلفية الدينية للمجتمع الجزائري، ومن خلال ذلك سوف نتحدث بروية عن برنامج " إنصحوني" وعن شخصية مقدم البرنامج الداعية شمس الدين بوروبي وأهم مميزاته.

المطلب الأول: التعريف بالبرنامج " إنصحوني".

يعتبر برنامج ... إنصحوني... برنامج إعلامي تلفزيوني ذات طابع ديني، وهو عبارة عن حديث مباشر وفضاء لمناقشة الفتاوى و المسائل الدينية، وطرح مواضيع تتعلق بواقع المجتمع الجزائري من مختلف النواحي ومعالجتها دينيا، و أصبح المتنفس الوحيد للهروب من المشاكل

[1] **أسماء منور:** النهار أقوى البرامج الدينية والترفيهية في شهر رمضان، www.ennaharonline.com/ar/keywords/ نشر يوم 18/ 07/ 2012، تم الإطلاع عليه، 18 أفريل 2017 على الساعة 11:00.

والترويح عن النفس من خلال الأسلوب الذي يعتمده الشيخ في معالجته لهذا البرنامج، وهو متاح لكل فئات الجمهور حيث يشاهده الكبير والصغير.

يكون البرنامج مسجّلا ويعاد بثه أكثر من أربع مرّات يوميا طيلة أيام الأسبوع، ويمكن مشاهدته في جل الأوقات وليس له وقت محدد، ويحتل مساحة زمنية قصيرة من زمن بث القناة لا تتجاوز مدته ال 12 دقيقة.

وعنوان البرنامج متميز ... إنصحوني... الذي يدل في معناه تقديم النصيحة والإرشاد والتوجيه، وطرح مواضيع يحس بها المواطن الجزائري.

المطلب الثاني: التعريف بمعد ومقدم البرنامج.

شمس الدين بوروبي المعروف بشمس الدين الجزائري الداعية والمفتي بقناة النهار الجزائرية، انتهج المنهج الصوفي وهو من الدعاة الجدد الذي صنعوا لأنفسهم مكانا، ارتبط إسمه بالنجومية من خلال تقديمه لبرامج منها: البرنامج الديني "إنصحوني" والبرنامج الاجتماعي " ما وراء الجدران" إكتسب شعبية كبيرة في فترة قصيرة بأسلوبه المعتمد على السخرية و الإستهزاء يعتمد في لغته الخطابية على اللغة الدارجة، وقد أصدر كتاب تحت عنوان " جذور البلاء" وقد لاقى انتقادات كثيرة من طرف الشيوخ وخاصة السلافية منهم، باعتباره يتضمن مجموعة من الحيثيات التي مست بالمناهج الأخرى. وقد ذكر مصدر أن الشيخ شارك في تجمع حزب الأرندي بوهران، ونُشرت صوره على نطاق واسع رفقة رأس قائمة الحزب، وزير المجاهدين، طيب زيتوني، والأمين الولائي للحزب،[1]

[1] **عبد الحق قازي ثاني:** هل التحق الشيخ شمس الدين بوروبي بحزب الأرندي؟ www.elhayatnews.com نشر يوم السبت 15 أفريل 2017، تم الإطلاع عليه 15 أفريل 2017 على الساعة 11:35.

وبهذا كان الشيخ شمس الدين بوروبي نجما ساطعا في عرش قناة النهار، بفضل أسلوب الحكايات والقصص والتهريج الذي أصبح خاصية أساسية يمتاز بها.

المطلب الثالث: مميزات معد و مقدم البرنامج.

إن تقديم البرامج يعتمد بصفة أكبر على شخصية المقدم والذي يقدم المادة المذاعة وكثيرا ما يتوقف عليه نجاح هذا البرنامج أو فشله، ولذلك فإنه لابد أن يكون متصفا بصفات خاصة تؤهله للقيام بهذه المهمة، فليس كل خطيب أو واعظ يصلح أن يقدم مادته عبر التلفاز، وبالتالي يلعب دورا أساسيا و مهما، لاسيما الذي يحمل الكثير من الموهبة و المران و الخبرة ليؤدي عمله الاعلامي على أحسن وجه، و الذي اتسم بسمات ذهنية و فنية اعتمدها أصحابها ليتميزوا عن غيرهم من زملائهم في العمل الاعلامي،[1] وهذا ما يقودنا إلى الحديث عن الصفات التي ينبغي أن يتصف بها مقدم البرامج، فينبغي أن يكون قوي الحجة في حديثه مستندا إلى الشواهد التي يلزم وجودها في الموضوع لتوثيقه وضبطه، ولابد أن يتمرس بأساليب القرآن الكريم وبالحديث النبوي الشريف و بكلام العرب الفصحاء،[2] فديننا يحث على الدعوة الى الله بالحكمة و الموعظة الحسنة من هنا نؤكد أن رجال العلم أهمية ربط علمهم و أبحاثهم بروح الدين و مقاصده العليا في أعمار الكون و التقرب الى الله، كما يجب على علماء الدين أن يكونوا متفتحين على العلم ومواكبين للتغيير السريع في هذا المجال، لما في ذلك من أثر في نقل رأي بأسلوب يتماشى مع تغيير أسلوب الحياة، وهذا لا يتنافى مع الدين.[3]

[1] **طالب فرحان:** صناعة الإعلام الاذاعي و التلفزيوني، دار النفائس، عمان – الاردن– 2011، ط1، ص55.

[2] **محمد خير رمضان يوسف:** صفات مقدمي البرامج الاسلامية في الاذاعة و التلفزيون، مطابع الفروق التجارية، الرياض، 1986، ط1، ص52.

[3] **أيمن عبد الحليم:** إعداد البرامج الوثائقية، دار المناهج، 2008، ط1، ص210.

المعد هو الذي يقوم بإعداد البرنامج إعدادا جيدا وتقديمه في قالب فني جذاب، يلبي احتياجات المشاهدين المعرفية والترفيهية، وهو الذي يعي الإجابة عن هذه الاسئلة، وفي الوقت نفسه محمل بقضايا وطنه، يملك بداخله قدرات إبداعية متميزة وثقافة عامة في جميع النواحي،

إن كثير من المذيعين يؤخذون بالشهرة و الأضواء فيصيبهم الغرور والتعالي عن المشاهدين وينعكس أثر ذلك سلبا على مهنتهم، ومن الخطورة بمكان وقوع اعلاميين مخضرمين كبارا في هذا الخطأ اعتمدوا على السخرية والتهكم كطريقة وحيدة في تقديم برامجهم. [1]

المبحث الثالث: دراسة تحليلية لبرنامج إنصحوني.

بالنظر إلى تساؤلات الدراسة و الأهداف المتوخاة منها، فإنه يجدر بنا إخضاع عينة البرنامج محل الدراسة للتحليل خلال شهري جانفي و فيفري، وقمنا باختيار الأعداد الصادرة بهذه الشهرين عن طريق العينة العشوائية البسيطة وهذا للإجابة على التساؤلات التي طرحت في هذا السياق، والتي تتعلق بما إذا كان برنامج "إنصحوني" يطرح قيم دينية أم لا.

المطلب الأول: عرض البرنامج من الناحية الشكلية.

في بوابة الجنيريك يغلب عليه الأحمر المائل إلى الأصفر، والذي يعطي دلالة على أن البرنامج سيستند في حلقاته على الفتاوى الدينية وتقديم النصائح، خاصة عندما يشع منه نور يخرج تصحبه موسيقى نقرية و نفخية وترية، ترمز إلى الثقافة الإسلامية، ويتخلله كتاب القرآن الكريم غير واضح جدا، وفي مشهد متحرك يظهر إسم معد ومقدم البرنامج وهو الشيخ شمس الدين الجزائري.

[1] **إبراهيم إسماعيل**، الإعلام المعاصر وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، مرجع سبق ذكره، ص133، ص134.

ثم تظهر عبارة لأسئلتكم إتصلوا من خط جازي، أوريدو أو موبيليس على الأرقام التالية 3802 – 3801– 3800 ويفتتح البرنامج على لقطة عامة على الديكور.

الديكور يغلب عليه اللون البني والأبيض و ألوان مختلطة عبارة عن طاولة مربعة، يجلس فيها الشيخ في وسط المساحة حتى تتيح التقاط الدّاعية في موقع بارز، تظهر رفوف فيها كتب السنة والأحاديث والكتب الشريفة خلف الدّاعية من الجهة اليمنى، وواجهة بنية عليها رسومات ورموز ونقوش إسلامية باللون الأبيض، فاللون البني يوحي إلى الشعور بالأمان والراحة وهو ما يجعل المتلقي يهتم بالبرنامج وأنه يستوعب جميع الأسئلة المتعلقة بالدين، وهذا ما يبدو أنه استوديو افتراضي غير طبيعي، وكأنه توجد مكتبة إسلامية توحي إلى الفقه وأصول الدين.

من ناحية التصوير أُعتمد على اللقطة المقربة حتى الخصر تؤطر الجزء الأساسي من الشخصية لتجعل بقية التفاصيل ثانوية، باستخدام الزاوية العادية التي توضع فيها الكاميرا أمام الديكور لا تحتوي على أي مؤثر خاص و تظهر الصورة ثابتة مقربة لوجه الداعية وأحيانا تظهر النصف الفوقي منه وهو جالس، أثناء قراءة التساؤلات و إجابته على التساؤلات، والداعية هنا يستعمل كثيرا اليدين وتحريك الرأس لتوضيح الأفكار وتوصيل النصيحة، يستعمل الورقة فقط في قراءته للسؤال بعد ذلك يجيب من عنده.

تظهر أثناء بث الحصة كلمة إنصحوني في طرفي الشريط، وتتوسط الشريط عبارة لأسئلتكم اتصلوا على الأرقام التالية وعرض هذه الأرقام، وهو إطار موجود أسفل الشاشة يظهر ويختفي.

التعريف بالعينة المختارة من برنامج " إنصحوني":

تم اختيار عينة من البرنامج المذكور و استندنا في اختيارها الى السياق الزماني ومدى مجاراتها للأحداث، وكذلك تعلق هذا البرنامج ببعض المسائل الفقهية وتعلقت أكثر بالجانب الاجتماعي وكانت سطحية أكثر منها مفصلة وواضحة، يغلب على البرنامج بصفة عامة جانب التهكم والسخرية و أسلوب الإستهزاء في طرحة للمواضيع المتناولة، وفي الإجابة على الأسئلة الفقهية لا يستند كثيرا على أدلة شرعية إسلامية تسند إلى القرآن والسنة. وقد تم اختيار12 عدد من

البرنامج الشهير إنصحوني للشيخ شمس الدين بوروبي (وقت البث، المدة بالدقيقة، والتاريخ) وسوف نتحدث عن أهم الفتاوى التي جاء بها في هذه الأعداد.

كانت أوقات البث في قناة النهار لبرنامج انصحوني مرتين صباحا و مرتين مساءا، والعينة المختارة جاءت في التوقيت التالي، صباحا على الساعة 6:10 و 9:47 و 8:46 دقيقة، وعلى الساعة 10:48 دقيقة ومرة مساءا على الساعة 23:50 دقيقة، خلال الأحد والإثنين، الخميس والجمعة. وبلغت مدة البرنامج من 2:17 دقيقة، إلى 11:11 دقيقة كأقصى مدة.

الملاحظ أن برنامج "إنصحوني" بطابع الحديث المباشر، ونرى أن سياسة القناة تفرض على البرنامج المواضيع التي تهمها وتطرحها لتلائم الواقع في المجتمع الجزائري، فكلما كانت أحداث جارية في الواقع المعاش في المجتمع إلّا وظهرت على شكل أسئلة في هذا البرنامج، ومن هنا كانت نسبة المشاهدة عالية وهذا ما دلّ على أن أسئلة البرامج مختارة من طرف المعد أو سياسة القناة.

يبدو من خلال إجابة الشيخ شمس الدين بوروبي أنه متابع ومطلع جيدا على المواضيع التي تطرح مع تأكيده على أن كل ما يقول صحيح وليس فيها غلط ونقص، ويفتتح حصته دائما بمقدمة لا تتغير،" **الحمد لله الواجب الوجود، الدائم العطاء والجود الموجود قبل كل وجود، والصلاة والسلام على الرحمة المهداة، سيدنا وحبيبنا وعظيمنا وقائدنا محمد صلى الله عليه وآله وسلم، ملأ العلا بكماله كشف الدجى بجماله، عظمت جميع خصاله، صلوا عليه وآله صلى الله عليك يا سيدي يا رسول الله**"، وهذا ما يظهر من خلال مقدمته أنه من رواد الفكر الصوفي وأتباعه.

ومن بعض الفتاوى التي تطرق لها الشيخ نذكر: وفي ما يلي نستعرض بعض الأسئلة التي طرحت على المفتي:

حصة الخميس من شهر فيفري، تقول سائلة من خميس مليانة لم ارزق بالذرية ونصحتني احدى العجائز المجربات بوضع الملح على قبر طفل ميت وأريد أن أعرف هل يجوز وضع الملح على القبر.

إجابة المفتي:

بدأ الشيخ شمس الدين الرد على السائلة، وأجاب من باب الجواز، قبر دفقنا عليه الملح هذا يجوز، لا شيء في هذا، لكن اعتقادك هنا المشكلة، في الاعتقاد أن وضع الملح هو الذي يعطيك الذرية، هذا كفر وشرك و خروج من الملة، ولا يجوز فعل ذلك، كما استدل في حجته بواقعة امرأة من شلف، لم ترزق بالذرية، بعد اثني عشرة سنة، وبعد الدعاء لها رزقها الله.

إن نغمات الصوت الأساسية ضعيفة بطبيعتها ومتشابهة، ومن ثم ينبغي أن تضخم لكي تسمع ولكي يتميز بعضها عن البعض الآخر سواء من حيث الخاصية أو الإيقاع، وذلك أمر ضروري لإثراء هذه النغمات من جهة و توصيل الدلالات والمعاني من ناحية أخرى.

ويتميز صوته في إلقاء البرنامج بارتفاعه، الذي ينم عن الغضب والتهديد والقوة والوضوح وعدم الإحترام وبعد المسافة بين المرسل والمستقبل والألم، و ذلك استجابة للمشاعر والأحاسيس التي تمليها كلمات أو مواقف معينة.

كانت إجابات الشيخ على الأسئلة وقراءته للفتاوى بنوع من التهكم والاستهزاء واستعماله أسلوب التعبير العاطفي لمخاطبة عواطف الجمهور المستهدف و الأخذ في الإعتبار تماسك المجتمع الجزائري و أهمية القيم والعادات والتقاليد السائدة في المجتمع الجزائري.

المطلب الثاني: التحليل الكمي والكيفي لأعداد العينة المدروسة.

فئات التحليل:

يقصد بفئة التحليل مجموعة كلمات ذات معنى متشابه أو تضمينات مشتركة وتعرف أيضا بأنها العناصر الرئيسية أو الثانوية التي يتم وضع وحدات التحليل فيها والتي يمكن وضع كل صفة من صفات المحتوى فيها على أساسها.[1] يجب أن تتوفر الفئات على الخصائص التالية، من

[1] **رشدي أحمد طعيمة:** تحليل المحتوى في العلوم الانسانية، مفهومه أسسه استخداماته، مرجع سبق ذكره، ص272.

أجل أن نعرف هل هي قابلة للاستعمال أم لا، أن تكون شاملة للمؤشرات الدالة لها، ثابتة، أي يجب التوصل الى نتائج متقاربة، ونسبة الثبات مقبولة، بالمقارنة مع النتائج التي نتوصل لها نحن في دراستنا.

1. التحليل الكمي والكيفي لفئات كيف قيل؟

اخترنا في محور فئات الشكل (كيف قيل؟) ثلاث فئات بحسب طبيعة الدّراسة وتساؤلاتها وأهدافها، وتتعلق أولى هذه الأهداف بمدة بث البرنامج وفئة اللّغة المستخدمة، والأساليب الإقناعية.

وهناك فئات أخرى لم نتطرق لها بصفة تفصيلية مثل فئة شكل أو نمط المادة الإعلامية، حيث يصنف البرنامج الديني للشيخ شمس الدّين بوروبي على أنه حديث مباشر يظهر فيه الدّاعية ويجيب على فتاوى السّائلين ويخاطب جمهوره بطريقة مباشرة، و شكله ثابت لا يتغير في كل أعداد الحصص، و يعتبر الحديث المباشر من أنواع البرامج الدينية في الفضائيات.

الجمهور المستهدف: يتنوع ويتعدد الجمهور المستهدف وفقا لمستوياته الديمغرافية ونسبة مشاهدة قوية بلغت أكثر من 30.000 ألف مشاهدة[1] من العينة المختارة، ومن خلال خطابه في الأعداد محل الدراسة نرى أنه موجه إلى الجمهور عامة، وحتى المواضيع المختارة و الفتاوى تهم كل طبقات المجتمع الجزائري.

[1] موقع اليوتيوب مشاهدة فيديوهات حصة إنصحوني www.youtube.com

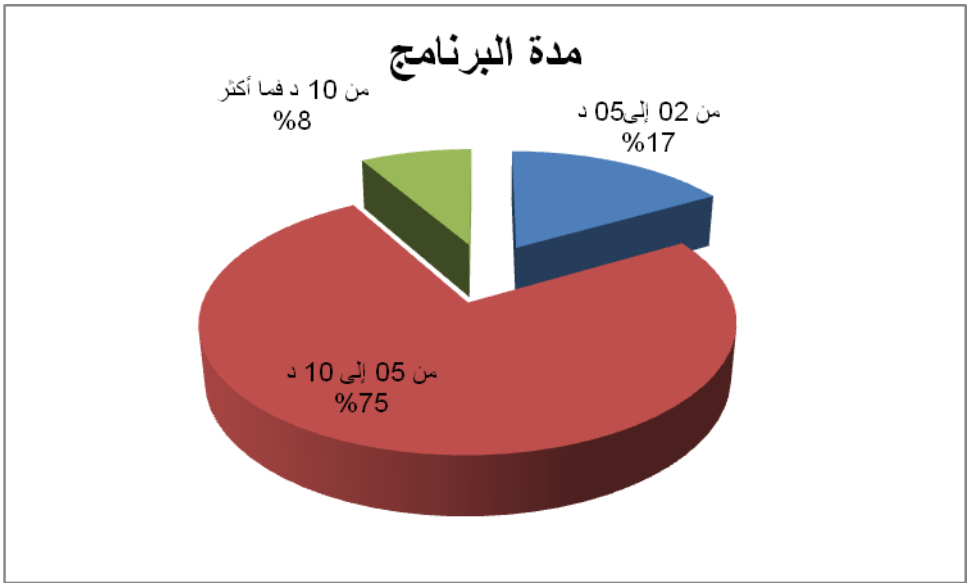
أ. فئة مدة زمن البرنامج:

جدول رقم (01) يوضح توزيع النسب و التكرارات للمدة الزمنية للبرنامج.

مدة البرنامج	التكرار	النسبة
من 02 إلى05 د	2	%16.66
من 05 إلى 10 د	9	%75
من 10 د فما أكثر	1	%8.3
المجموع	12	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين

شكل رقم(01) يمثل التوزيع النسبي لفئة مدة البرنامج



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول رقم (02).

يعد تحديد زمن البث من أهم محددات خصائص العينة المدروسة، وانطلاقا من الجدول نلاحظ أن توزيع نسب المدة الزمنية لبرنامج إنصحوني بشكل متغاير، حيث تشير إلى أن غالبية أعداد الحصص بثت من 02 إلى 05 دقائق بنسبة 16.66%، بينما ظهرت فترة بث البرنامج من 05 إلى 10 دقائق، بنسبة 75%، بمعدل تكرار 9 تكرارات، في حين ظهرت فترة البث من 10 دقائق فما فوق بنسبة 8.33%.

القنوات الخاصة لا تعطي للبرامج الدينية مساحة كافية بالمقارنة بالقنوات العامة، وهذا لأنها قنوات موضوعاتية بالدرجة الأولى، فمدة البرنامج لا تتجاوز12د وهي قليلة جدا بالنسبة للبرامج الأخرى، وهذا ما يدل على أن الإلمام بالبرمجة التلفزيونية في القنوات الفضائية قائما على تلبية أذواق المشاهدين وإحلال الكمية على حساب الكيف، وهذا ما يكسب المشاهد تشويقا للبرنامج عندما يكون قصيرا.

كما لاحظنا من خلال أعداد الحصص في العينة المدروسة أن طريقة بث البرنامج غير منتظمة، بالإضافة الى تكرار بثها لعدة مرات في اليوم لملء ساعات البث بدون أية أهداف واضحة، ولذلك أصبحت المحطات التلفزيونية الفضائية تتسابق لتوفير أفضل الوسائل لجذب المشاهد على مستوى شكل البرامج ومضمونها. ويبث أربع مرات يوميا، مرتين صباحا ومرتين مساءا، وأوقات البث هنا غير منتظمة طيلة أيام الأسبوع وأحيانا يتم مشاهدة البرنامج الساعة الواحدة صباحا أو ال 23:00، وهذا ما يدل على أنّ الحصة تبث في أي وقت دون انتظام.

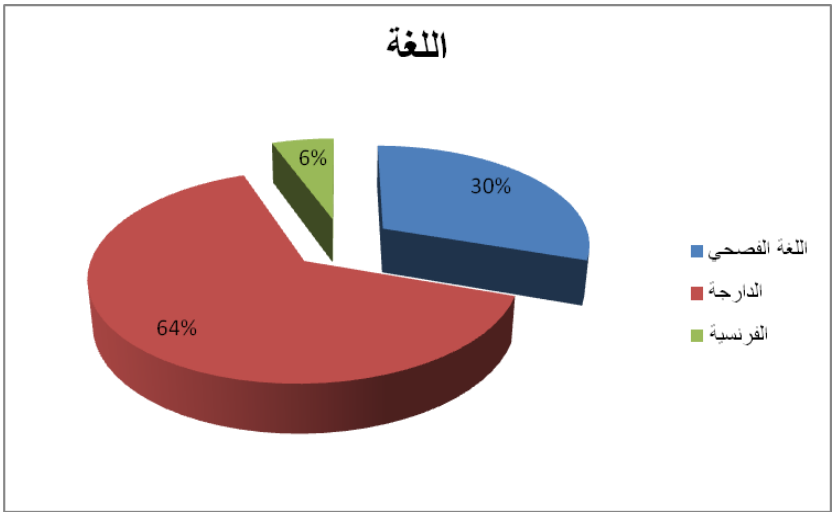
ب- فئة اللغة المستخدمة:

جدول رقم (02) يوضح توزيع تكرارات و نسب اللغة المستخدمة في البرنامج.

اللغة	التكرار	النسبة
اللغة الفصحي	16	%30.18
الدارجة	34	%64.15
الفرنسية	03	%5.66
المجموع	53	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين

شكل رقم (02) يمثل التوزيع النسبي لفئة اللغة المستخدمة



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول رقم (02).

تشير نتائج الجدول إلى أن اللغة الدارجة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 64.15%، من خلال تطرقه لمصطلحات يتداولها المجتمع الجزائري وذلك من أجل كسب أكبر عدد من الجماهير، ثم تأتي في المرتبة الثانية اللغة العربية الفصحى بفارق كبير، حيث بلغت النسبة 30.18%، في حين كانت اللغة الفرنسية بنسبة ضئيلة جدّا بلغت 5.66%.

ومن خلال هذه النتائج يتبين أن اللغة الغالبة التي استخدمها الشيخ في خطابه الديني الإعلامي هي الدارجة أي اللهجة الجزائرية، وهذا ما دلّ على أن اللغة الأساسية التي اعتمد عليها في إيصال رسالته هي لغة الشارع التي أصبحت السلاح القوي لهذا البرنامج، وهو عامل مهم ساعد في بروز نجومية البرنامج وشد انتباه المشاهد الجزائري إليه و ارتفاع نسب المشاهدة التي بلغت أكثر من ثلاثة آلاف مشاهد، وهذا ما لاحظناه في واقع دعاتنا الجدد الذين ولدوا أمام الشاشات ويجلسون أمامها لساعات طويلة دون أية أفكار ثابتة مستمدة من القرآن والسنة.

وفي هذا الصدد نقول أن البرنامج ليس له قيمة أكبر في العالم العربي بصفة عامة مقارنة بمحليته، حتى مفهوم الكلمات يختلف من دولة لأخرى بل ومن منطقة لأخرى فاختلاف المعايير و القيم في المجتمعات يؤدي إلى فهم الرّموز بشكل مخالف لمعناها، وقد تنجر عنه نتائج غير مقصودة وأحيانا في عدم فهم معنى الفتوى، وبذلك كان تأثيرها جليا في البرامج

الدينية و الفقهية باختلاف اللّهجات، ومن بين الكلمات الدّارجة المستخدمة في البرنامج نذكر.(هذا أبو خليطة الي خلطلكم دينكم خلط او جلط وارمي للشعب الجزائري/ وين يتعلم الشعب الجزائري وين شعب دبذبوه مسكين/ هو تعلق بيك راكي لا صقتلو في الرقبة/ واش من رّجالة تاخير زمان...).

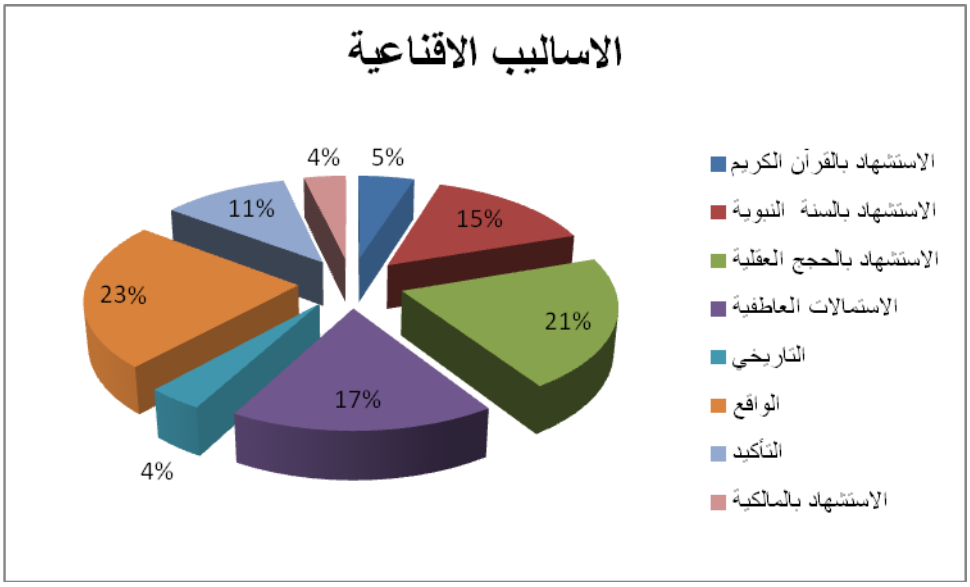
ج. فئة الأساليب الإقناعية:

جدول رقم (03) يوضح التكرارات والنسب لفئة الأساليب الإقناعية في البرنامج.

الأساليب الاقناعية	التكرار	النسبة
الاستشهاد بالقرآن الكريم	04	%4.938
الاستشهاد بالسنة النبوية	12	%14.814
الاستشهاد بالحجج العقلية	17	%20.987
الاستمالات العاطفية	14	%17.283
التاريخي	03	%3.703
الواقع	19	%23.45
التأكيد	09	%11.111
الاستشهاد بالمالكية	03	%3.703
المجموع	**81**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين

شكل رقم (03) يمثل التوزيع النسبي لفئة الأساليب الإقناعية



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول رقم (03).

نلاحظ أن الداعية من خلال الرّد على الفتاوى استشهد بالواقع في المرتبة الأولى بنسبة 23.45%، ثم أُستشهد بالحجج العقلية بنسبة 20.98%، كما نلاحظ أن أعداد البرنامج محل الدراسة ركزت على الاستمالات العاطفية في أسلوبها الاقناعي، وهو الملاحظ عليها لمن تابع البرنامج لوقت وجيز إذ يخاطب عواطف المشاهدين ويتجه إلى مشاعرهم، حيث بلغت 17.28%، واستخدمت الإستشهاد بالسنة النبوية 14.81%، وكان أسلوب التأكيد بنسبة 11.11%، وجاء الاستشهاد بالقرآن الكريم في المرتبة الخامسة بنسبة 4.93%. ثم تلتها فئة الاستشهاد بالأسلوب التاريخي، في حين حصلت فئة الإستشهاد بالمالكية على نسبة 3.65%. فكانت فئة الاستشهاد بالواقع أكبر نسبة، و أدنى نسبة هي الإستشهاد بغير المالكية.

من خلال هذه النتائج يظهر لنا أن هناك أساليب متعددة ومتنوعة استخدمها الدّاعية في حديثه، وكان في مقدمتها استشهاده بأمثلة من الواقع وهذا ما يظهر من خلال تقديمه للبرنامج، حيث يحكي واقعه فهو اجتماعي في سرده للقضايا وتقديم الفتوى، تأتي بعد ذلك الاستشهاد بالحجج العقلية و الاستمالات العاطفية بنسب متقاربة، وهذه أساليب استغلها الداعية في توصيل فكرته

واتبع الثقافة والعقلية التي يفهم بها الجزائريون، وتأتي الأساليب الإقناعية الأخرى بنسب ضئيلة في ما بعدها.

رغم أن القرآن والسنة النبوية مصدران أساسيان في البرنامج الديني وما يحملانه من مصداقية، فالقرآن الكريم منزه من النّقص يحمل من المصداقية ما يجعل السامع لدليل مستمد منه يقرّ بقوة الفكرة ولا يجرؤ على ردّ الدليل، والداعية هنا لم يركز كثيرا في الرد على الفتاوى بآيات قرآنية، حيث بلغت نسبة الإستشهاد بالقرآن الكريم 4.87%، وكذلك الأمر مع السنة التي يشترط فيها أن تكون صحيحة معلومة المصدر، وقد ذكر الأحاديث النبوية دون ذكر مصادرهم وراوي الحديث، وأحيانا يذكرها على شكل عبارة عادية يستكمل به حديثه وهذا ما يجعل البرنامج ضعيف وغير صادق في خدمته للإسلام وتوصيل الرسالة على أكمل وجه.

يعتبر الأسلوب الذي يحاول من خلاله تمرير رسالته فكاهيا، فكلما ازدادت النقاشات حول الحصة كلما زادت شهرتها وشهرة هذه الشخصية في أوساط الجمهور، كما أن الطريقة التي يعتمدها لإيصال المحتوى للمستقبل جعل الإعجاب يزداد بهذه الشخصية الدينية، فهو يتمتع بالصوت القوي والحضور.

1- التحليل الكمي والكيفي لفئات ماذا قيل؟

جدول رقم (04) يوضح التصنيف الفرعي لفئة القيم والتعريف الإجرائي لبعضها.

القيم	القيم الفرعية	التعريفات الإجرائية إن لزمت
القيم الدينية	التفقه في الدين	التعلم بالأمور الدينية والانشغال بها، ولا طريق للعبادة إلا بفهم الدين وتعلمه.
	الذكر	الرابط الأساسي الذي يربط العبد بربه، وكل ما يتقرب به العبد الى ربه من دعاء واستغفار...
	تذكر عقاب الله	

	الايمان بالقضاء والقدر	
	الاقلاع عن الذنوب والمعاصي	
	الايمان بالله	
	الخوف من الله	
	العبادات	
	التقوى	ترك السيئة و العمل بطاعة الله إيماناً وإحتساباً، فيفعل ما أمر الله به إيمانا بالأمر وتصديقا بوعده، ويترك ما نهى الله عنه إيماناً بالنهي وخوفاً من وعيده.
	الإيمان بالرسل	
القيم الاجتماعية	إسداء النصيحة	
	واجبات اسرية	
	الحب الاسري	
	تقديم يد المساعدة	
	مفهوم الأسرة ومكانتها	
	أسس تكوين الاسرة	قيام الأسرة الناجحة على أسس تنظيمية تساعد على استقرار الأسرة وتثبيت الركائز الأساسية لبنيانها.
	فضل التخلق	
	التحذير من فساد الاخلاق	
	الصدق	
	الأمانة	
القيم الإقتصادية	البركة في الكسب الحلال	
	شروط الكسب المشروع	الكسب لابد أن يكون مصدره حلالا، وكل ما أحله الله من وسائل وطرق لتنمية الثروة خدمة للفرد والمجتمع.
	المعاملات التجارية و أحكام	

	البيوع	
	فضل القناعة	
	فتنة المال	
	ذم الطمع	
القيم العلمية	العلم أساس العبادات والمعاملات	
	طلب العلم فضيلة	
	الحث على طلب العلم بأنواعه	
	التكامل بين العلمين الديني والدنيوي	
	الحث على الإستزادة من العلوم	
	سبل طلب العلم	
القيم السياسية	الإعتزاز بالرموز الوطنية	
	مفهوم المواطنة في الإسلام	
	نبذ التعصب المذهبي	
	مواجهة الفتن	
القيم الجمالية	الحياء	
	الترغيب في القيم الجمالية	
	إحترام الآراء المخالفة	

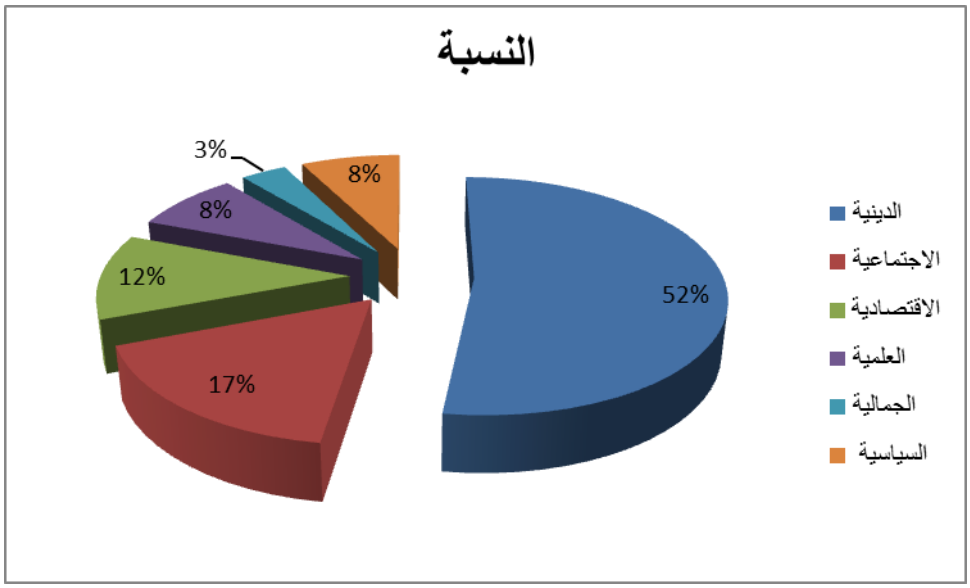
المصدر: من إعداد الطالبتين

جدول رقم (05) يوضح فئة القيم الواردة في برنامج إنصحوني.

القيم	التكرار	النسبة
الدينية	90	52%
الاجتماعية	29	17%
الاقتصادية	20	12%
العلمية	14	8%
الجمالية	6	3%
السياسية	13	8%
المجموع	**172**	**100%**

المصدر: من إعداد الطالبتين

شكل رقم (04) يمثل التوزيع النسبي لفئة القيم الواردة في البرنامج



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول رقم (05)

يتبين من خلال الجدول أن البرنامج الديني إنصحوني كانت فيه القيم الدينية أعلى من القيم الأخرى، وذلك بنسبة 52% من مجمل القيم المطروقة وهذا يعود إلى كون البرنامج ديني، ثم تليها القيم الاجتماعية ب17%، بينما ظهرت القيم الإقتصادية 12%، و كانت نسبة القيم العلمية مساوية لنسبة القيم ب8%، في حين ظهرت القيم الجمالية بنسبة 3%.

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن القيم المتواجدة في البرنامج كانت متعددة ومتنوعة من قيم اجتماعية، اقتصادية، سياسية، وقيم جمالية، وهنا يؤكد على أن هناك تنوعا في المواضيع المطروحة على مستوى البرنامج وغير مرتكزة فقط على كل ما تعلق بالقيم الدينية و إنما تعدى إلى مواضيع أخرى.

فظهور القيم الدينية في المرتبة الأولى من مجمل القيم راجع بالدرجة الأولى إلى كون البرنامج ذات صبغة دينية، وهذا يعني بالضرورة أن تكون أمور الدين تهم المجتمع وبذلك تستمد البرامج الدينية أهميتها من أهمية الدين في حياة الفرد، ويسعى البرنامج إلى الحفاظ على قوة حضور الدين و الإسهام في تكوين مُواطن يعرف أمور دينه وبالتالي سلوك المجتمع لا يتناقض مع الرؤية الدينية.

تأتي القيم الاجتماعية في المرتبة الثانية وهذا ما يدل على أن البرنامج الديني يطرح قضايا اجتماعية تخص المجتمع الجزائري تعود في أصلها إلى الدين الاسلامي، حيث أن القيم الاجتماعية تترجم في شكل سلوكات تربط بين العلاقات الإنسانية، ويتعلق الأمر كذلك بأن الداعية يخاطب ما يريد أن يسمعوه الناس ويعالج القضايا اليومية للمواطن الجزائري، يعني هو برنامج واقعي ابتعد عن المثالية والطوباوية، حيث أصبح الإنسان يميل إلى الواقع أكثر من ميله إلى الكلام المثالي.[1]

ومن خلال النتائج الموضحة نرى أن القيم السياسية والعلمية جاءت بنسب متساوية بلغت 8%، وهذا ما دل على أن مضمون الفضائيات الخاصة في برامجها قد كسرت الطابوهات وفتحت

[1] مقابلة أجريت: واحك مراد، أستاذ مساعد "ب" بكلية العلوم الإجتماعية، جامعة الجيلالي بونعامة، يوم 03 ماي 2017.

الحرية التي كانت تعاني منها القنوات العامة، من خلال المواضيع التي تعالج في البرامج الدينية و أصبحت مواضيع تهم الشارع الجزائري وهذا ما يتوافق مع الخط الافتتاحي لكل قناة، كما نلاحظ اهتمام البرنامج الديني بالقضايا المتعلقة بالمعاملات التجارية والكسب المشروع والتي تندرج ضمن القيم الاقتصادية بنسبة 12%، هذه القيم ليس لها مكان أو بالأحرى لا يعتمد عليها كثيرا في مجتمعنا حاليا، حيث أننا في عالم الليبرالية الذي يشجع فيه الملكية الفردية وأصبح القوي يعيش في عالمنا والفرد يبحث عن المال بأي وسيلة، و الإسلام بذلك جاء ليعزز هذه القيم و أعطى حق للفرد والجماعة وبذلك يحاول الداعية ترسيخ هذا النوع من القيم المتعلقة بالدين في العلاقات الإقتصادية. [1]

تطرق الداعية الى القيم الجمالية في البرنامج ما ساعد أكثر البرنامج في نجاحه، كونه " كوكتال" أو مزيج لم يموضع الدين في المركز، بل أصبغ عليه صبغة جمالية بإدخال هموم المواطن والمزاح.[2]

ولمزيد من التفاصيل في ماهية القيم الدينية التي تدخل ضمن كل قسم، نستعرض ذلك في الجداول الآتية من خلال عرض القيم الفرعية.

[1] مقابلة أجريت: رتيعة محمد، أستاذ محاضر، أستاذ محاضر .أ– باحث في الإقتصاد والإحصاء التطبيقي، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة المدية، يوم 02 ماي 2017.

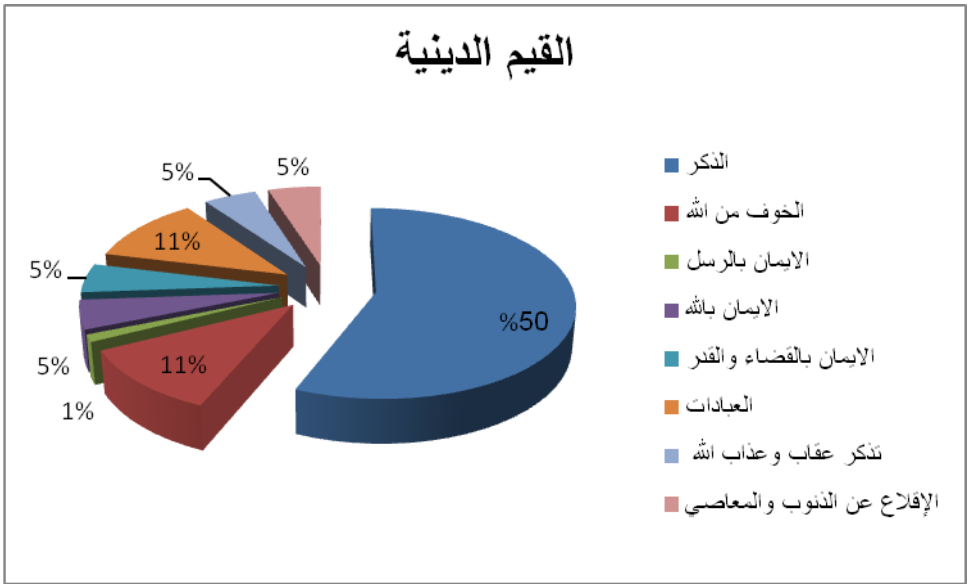
[2] مقابلة أجريت: واحك مراد، أستاذ مساعد "ب" بكلية العلوم الإجتماعية، جامعة الجيلالي بونعامة، يوم 03 ماي 2017.

جدول رقم (06) يوضح التكرارات و النسب للقيم الدينية في البرنامج.

القيم الدينية	التكرار	النسبة
الذكر	45	%50
الخوف من الله	9	%10
الإيمان بالرسل	1	%1.1
الإيمان بالله	4	%4.4
الإيمان بالقضاء والقدر	4	%4.4
العبادات	9	%10
تذكر عقاب وعذاب الله	4	%4.4
الإقلاع عن الذنوب والمعاصي	4	%4.4
التقوى	5	%5.5
التفقه في الدين	5	%5.5
المجموع	**90**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين

شكل رقم (05) يمثل التوزيع النسبي لفئة القيم الواردة في البرنامج



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول رقم (06)

تشير نتائج تحليل محتوى القيم الدينية، المتضمنة في برنامج "إنصحوني" الذي يعرض على قناة النهار، أن قيمة الذّكر من أكثر القيم الدينية التي ظهرت في البرنامج الديني، و بلغت نسبة 50%، وهذا راجع إلى أنّ الذّكر من الأعمال التي تقرّب العبد الى الله عز وجل متمثلة في الدعاء والإستغفار، وهي غير منحصرة بالتسبيح والتهليل والتكبير[1]، بل كلها عامل لطاعة الله، لقوله تعالى: "**وَلَذِكْرُ الله أَكْبَر**"[2]. وقوله تعالى: " **وَاذْكُرونِي أَذْكُركُمْ**"[3]. وقوله تعالى:" **يَا أَيُّهَا الّذِينَ آمَنُوا أُذكُرُوا الله ذِكْراً كَثِيرًا وَسَبِّحُوهُ بُكْرَةً وأَصِيلًا**"[4]، وهنا نفسر أن البرنامج ووزنه الديني يفرض على الداعية الإكثار من الذكر نظرا لكونه حديث ديني، وكون الدّاعية يختم كل فتوى أحيانا بالدعاء.

بينما ظهرت قيمة الخوف من الله، بنسبة 10%، فالإنسان يخشي ربه و يخاف لا معصيته وأنه يراقبنا في كل أعمالنا، خلال ما تطرق اليه الداعية في قوله (الحاجة الي تسلكك شوية من عذاب الله أن هذا الرجل لم يدخل بك)، كذلك موضوع الصلاة، الذي يحث فيه على الخوف من الله واقامة الصلاة لأنها عماد الدين. وبها يتقرب العبد الى الله.

كما ظهرت قيمة التقوى وقيمة التفقه في الدين بنسبة 5.5%، فالتقوى هي أن تجعل بينك وبين عذاب الله عزّ وجل وقاية وهي الحاجز، و هي الغاية من تشريع الأحكام الشرعية من فعل واجبات وترك المحرمات، قال تعالى: " **يَا أيها الناس اعبدوا ربكم الذي خلقكم والذين من قبلكم لعلكم تتقون**" وقال أيضا **(وان هذا صراطي مستقيما فاتبعوه ولا تتبعوا السبل فتفرق بكم عن سبيله ذلكم وصاكم به لعلكم تتقون)**. فحقيقتها العمل بطاعة الله إيماناً واحتساباً، أمراً ونهياً، فيفعل ما أمر الله به إيمانا بالأمر وتصديقا بوعده، ويترك ما نهى الله عنه إيماناً بالنهي

[1] **محي الدين أبي زكريا يحي بن شرف النوي الدمشقي الشافعي**، الأذكار من كلام سيد الأبرار، المكتبة العصرية، 2004، د ط، ص15.

[2] القرآن الكريم، سورة العنكبوت، الآية 45.

[3] القرآن الكريم، سورة البقرة، الآية 152.

[4] القرآن الكريم، سورة الأحزاب، الآية 40-42.

وخوفاً من وعيد، كما جاءت قيمة التفقه في الدين من خلال البرنامج الذي يعمل على نشر الثقافة الإسلامية ونشر مبادئها وأحكامها وأركانها من أجل تكوين مواطن يعرف أمور دينه ويحمل القيم والأخلاق النبيلة.

ثم أتت قيمة الإيمان بالله، الايمان بالقضاء والقدر، تذكر عقاب الله، وقيمة الإقلاع عن الذنوب والمعاصي بنسب متساوية 4.4%، من خلال ما تطرق اليه الداعية، من خلال حديثه عن الايمان بالله في قوله (من هو ربك؟) وبيان وجوب التوحيد والايمان بالله تعالى. وتحدثه عن قيمة الايمان بالقضاء والقدر. يعني الانسان يرضى بقضاء الله وقدره، كما جاءت قيمة الاقلاع عن الذنوب والمعاصي في معناها الإبتعاد عن العمل السوء و التوبة الى الرحمن وان يبتعد الانسان عن غرور الشيطان، وقد قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: " اياكم ومحقرات الذنوب فإن لها من الله طالبا" فالعبد المغرور يعمل الذنب ويحقره ولا يفكر فيمن عصاه وهو الجبار جل جلاله.[1] وجاءت آخر قيمة دينية هي قيمة الايمان بالرسل، و وضح أنه لابد من الايمان بالرسل وبيان هذه القيمة بشكل مباشر في أعداد الحصص ذلك لما لها من أهمية في معرفة الدين الإسلامي.

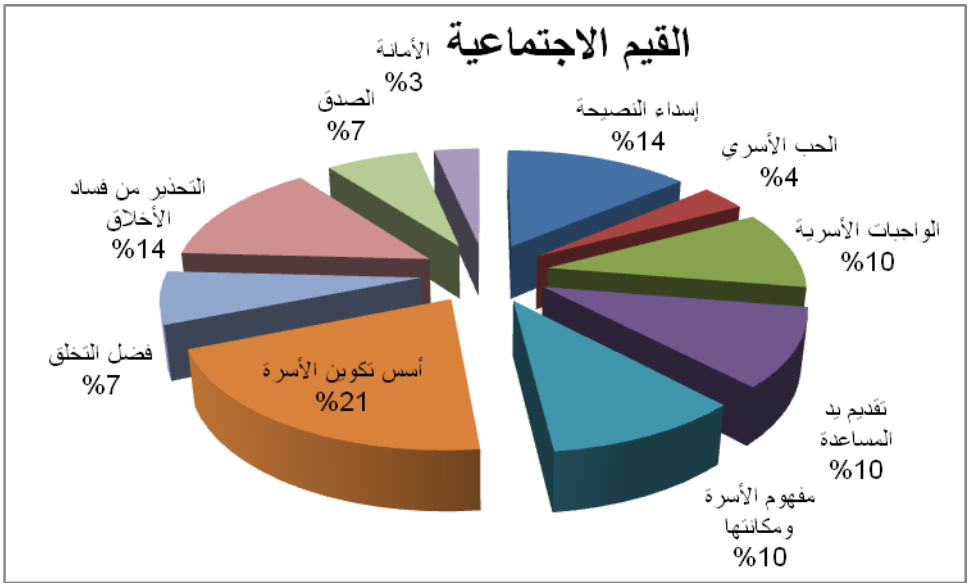
[1] **عبد الرحمن بن على بن الجوزي**: بستان الواعظين، دار الكتاب العربي، 2005، د ط، ص97.

جدول رقم (07) يوضح التكرارات و النسب للقيم الاجتماعية في البرنامج.

القيم الاجتماعية	التكرار	النسبة
إسداء النصيحة	4	%13.8
الحب الأسري	1	%3.4
الواجبات الأسرية	3	%10.3
تقديم يد المساعدة	3	%10.3
مفهوم الأسرة ومكانتها	3	%10.3
أسس تكوين الأسرة	6	%20.7
فضل التخلق	2	%6.9
التحذير من فساد الأخلاق	4	%13.8
الصدق	2	%6.9
الأمانة	1	%3.4
المجموع	**29**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين.

شكل رقم (06) يمثل التوزيع النسبي لفئة القيم الإجتماعية في البرنامج



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول رقم (07)

إن تحليلنا للجدول رقم (7) يمكن استخلاص أنواع القيم الاجتماعية التي ركز عليها البرنامج الديني، لذلك فقد تعددت وتنوعت المواضيع التي تمحور حولها من خلال خطابه الدعوي، فقد جاءت القيم الاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة 17% بعد القيم الدينية، وهذا يدل على اهتمام البرنامج الديني بالموضوعات الاجتماعية، وذلك لمعالجة وتحليل المشكلات الحياتية لأن الدين في الإسلام معاملة، حيث اكتسحت شريحة كبيرة في المجتمع خاصة فيما تعلق بمفهوم الأسرة، وقد جاءت أعلى قيمة اجتماعية أسس تكوين الأسرة بنسبة بلغت 20.7% وهذا يدل على أن الاسرة هي أساس مصغر بحد ذاته، وتعد أهم الأركان التي يعتمد عليها المجتمع في تنشئته ويحدد كل مجتمع قيمه ومعاييره وبواسطة الأسرة تنقل الى الجيل الجديد، ثم جاءت بعد ذلك قيمة التحذير من مفاسد الأخلاق بنسبة 13.8% بنفس النسبة مع قيمة إسداء النصيحة، فالأخلاق تلعب دورا في العلاقات الإجتماعية والإنسانية ويكون الإنسان بعيدا عن كل ما حرّمه الله من شبهات لأن فساد المجتمع من فساد الأسرة، لذلك انبثقت القيم الإجتماعية من الدّين الإسلامي وبقيت في إطار حدوده حتى تساهم في بناء وتكوين فرد ومجتمع صالح. فعند نزول القرآن الكريم على الرسول صلى الله عليه وسلم، كانت القيم وتهذيب الأخلاق من الأمور التي لها الصدارة في المبادئ الأساسية التي أولاها الدين الاسلامي أهمية بالغة بعد الإيمان بالله ورسوله ورسالته السماوية، وذلك لبناء مجتمع مثالي تسوده الفضيلة ومكارم الأخلاق، ثم جاءت بعد ذلك كل من قيم الواجبات الأسرية ومفهوم الأسرة ومكانتها، وتقديم يد المساعدة بنسبة 10.3%، وذلك أن الأسرة هي المصدر الأول للفرد، وهذا يفرض عليها القيام بواجبات تجاه الأولاد وتقديم يد المساعدة الى أقرب الناس اليهم، وهي المسؤولة عن غرس القيم الايجابية.

و باستنطاق هذه الأرقام، نقف على مؤشر يهدد سلامة الأسرة وسعادتها ألا وهو الحب الأسري الذي جاء بنسبة اقل بلغت 3.4%، وذلك راجع الى طبيعة المجتمع الجزائري الذي يعرف بالعلاقات الجافة، فالحياة الأسرية كي تصل الى درجة الاستقرار تحتاج الى التصريح بعبارات المحبة والتي تكون أكثر فاعلية من غيرها من الكلام، كذلك الانهماك في العمل سواء خارج

البيت او داخله. مشاكل الابناء، كبر السن، البرود العاطفي، وكذا الاعتقاد السائد عند بعض الازواج أن التصريح بعاطفته لزوجته يفقده رجولته وكرامته...الخ.

ما يمكن قوله أن القيم الاجتماعية تتجسد في عدة متغيرات، فهي تعد ذو دلالة واسعة تشمل جميع مجالات الحياة، وكل قيمة لها معنى لذلك نجد أن القيم جسد لها سلم يسمى بسلم القيم (قيم دينية، أخلاقية، إجتماعية، تربوية، كل قيمة ودرجتها وموضوعاتها.[1]

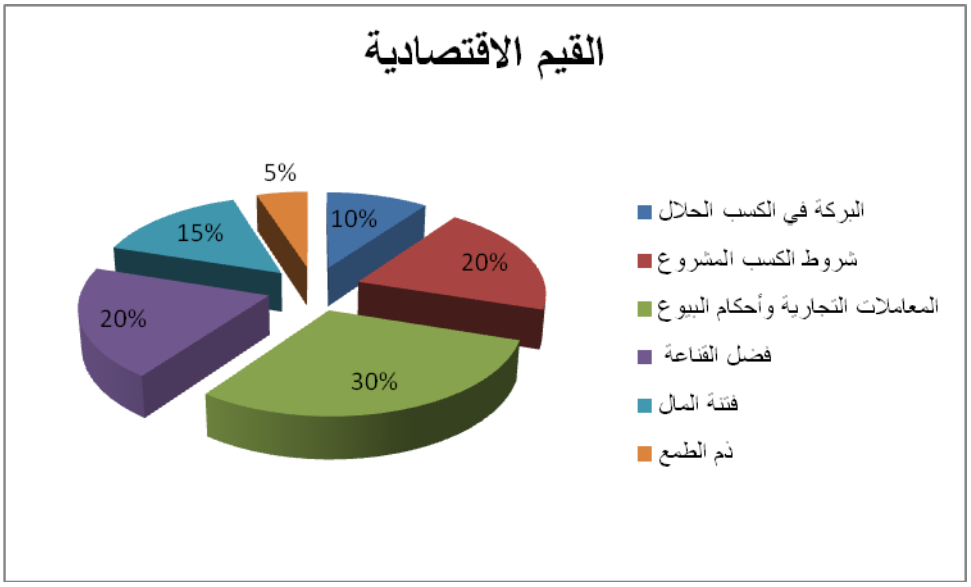
جدول رقم (08) يوضح التكرارات و النسب للقيم الاقتصادية في البرنامج.

القيم الإقتصادية	التكرار	النسبة
البركة في الكسب الحلال	02	%10
شروط الكسب المشروع	04	%20
المعاملات التجارية وأحكام البيوع	06	%30
فضل القناعة	04	%20
فتنة المال	03	%15
ذم الطمع	01	%5
المجموع	20	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين.

[1] مقابلة أجريت: المكي فتحي، أستاذ محاضر بكلية العلوم الإجتماعية، جامعة الجيلالي بونعامة، يوم 07 ماي 2017.

شكل رقم (07) يمثل التوزيع النسبي لفئة القيم الإقتصادية في البرنامج



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول رقم (08)

تشير نتائج تحليل محتوى القيم الاقتصادية، المتضمنة في برنامج "إنصحوني" التي تعرض على قناة النهار. والموضحة في الجدول السابق، على أن قيمة المعاملات التجارية و أحكام البيوع من القيم الاقتصادية التي ظهرت في البرنامج الديني، التي بلغت نسبة 30%، بينما ظهرت قيمة شروط الكسب المشروع، وقيمة فضل القناعة بنسبة 20%، ، بينما ظهرت قيمة البركة في الكسب الحلال 10%، في حين بلغت قيمة الطمع 5%.

ومن خلال الجدول السابق يتبين أن أعلى قيمة في القيم الاقتصادية المتضمنة في البرنامج الديني الذي يعرض على قناة النهار، كانت قيمة المعاملات التجارية وأحكام البيوع، بينما كانت أدنى قيمة ذم الطمع.

تعد القيم الاقتصادية ثالث المواضيع التي ركزت عليها الحصة محل الدراسة، وتعد قيمة المعاملات التجارية و احكام البيوع اول ما تطرق اليه بنسبة معتبرة بلغت 30% من مجمل المؤشرات الاقتصادية، وقد تحدث الإمام فركوس عن أنواع المكاسب الحلال و حث على ضرورة معرفة الأحكام الشرعية المتعلقة بفقه المعاملات المالية وتعلم أحكامها شرط ضروري

لمزاولة المهنة التجارية و أن لا يجعلَ تجارتَه مطيَّةً للرّكونِ إلى الدّنيا فيطمعَ أن ينالَ الغرضَ العاجل، فلا يُؤَدِّيَ حقَّ اللهِ فيما رزقه ولا يصلَ به رحمه.[1]

كادت أن تغيب قيمة ذم الطمع رغم أهميتها في المجتمع الجزائري لاسيما الذين قلوبهم مرتبطة بالدنيا، كما كادت أن تغيب فيها مؤشر البركة في الكسب الحلال التي وردت بقيمة 10%على الرغم من حاجة الفرد الى مثل هذه المواعظ على أساس ما قد يشيع من مظاهر الكسب غير المشروع ومظاهر الاحتكار من طرف التجار.

وبرزت في البرنامج قيمة فتنة المال هي الأخرى بنسبة 15%، نظرا لأن النظام الاقتصادي الحالي هو المسيطر الذي يقوم على الطمع والاستغلال والصراع الطبقي، وفي ظله يفتقد المجتمع الى القيم والفضائل، وبهذا حاول البرنامج ولو بالقليل أن يقضي على مثل هذه التجاوزات. في حين جاءت قيمة ذم الطمع 5% لذلك فالإسلام يعتبر المال وسيلة لتحقيق غاية وليس غاية في ذاته، قوله تعالى: " **و ابتغي فيما اتاك الله الدار الاخرة ولا تنس نصيبك من الدنيا، وأحسن كما احسن الله اليك ولا تتبع الفساد في الارض ان الله لا يحب المفسدي**ن".[2]

إن تقديم تصور اسلامي عن القيم الاقتصادية يسهم في توجيه سلوك الافراد توجيها صحيحا نحو الاقتصاد، والباعث على ذلك هو تحقيق مصالح العباد وحمايتهم من الأنظمة الإقتصادية الجائرة، وليس أفضل من دين الله مصدرا لهذه النظرة السليمة.

[1] **محمد فركوس**: نصيحة للتاجر، https://ferkous.com/home/?q=rodoud-20 مقال نشر يوم 06 مايو 2017م 12:15:57 تم الإطلاع عليه 05 ماي 2017.

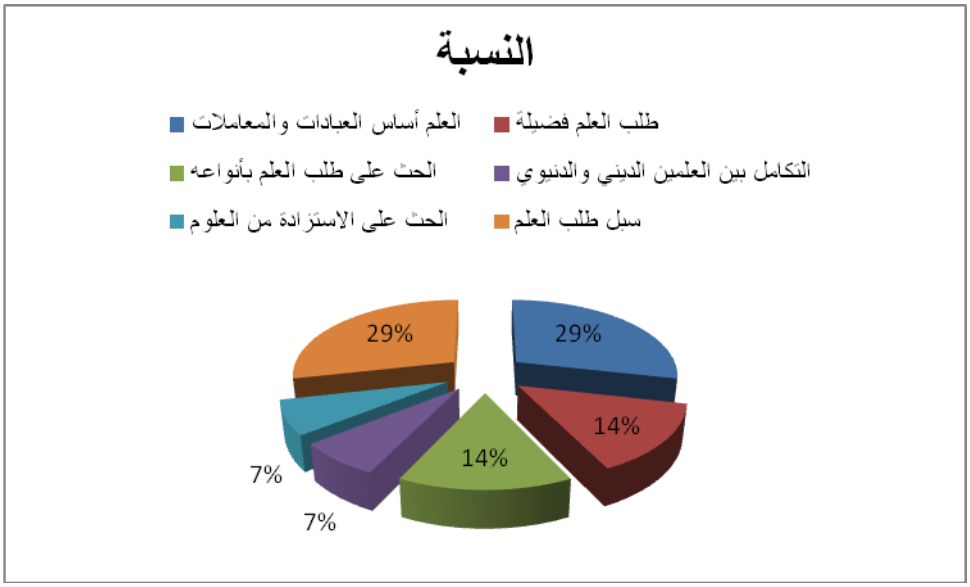
[2] القرآن الكريم، سورة القصص، الآية 77.

جدول رقم (09) يوضح التكرارات و النسب للقيم العلمية في البرنامج.

القيم العلمية	التكرار	النسبة
العلم أساس العبادات والمعاملات	4	%28,5714
طلب العلم فضيلة	2	%14,2857
الحث على طلب العلم بأنواعه	2	%14,2857
التكامل بين العلمين الديني والدنيوي	1	%7,1428
الحث على الاستزادة من العلوم	1	%7,1428
سبل طلب العلم	4	%28,5714
المجموع	14	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين

شكل رقم (08) يمثل التوزيع النسبي لفئة القيم العلمية في البرنامج



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول رقم (10)

تشير نتائج تحليل محتوى القيم العلمية المتضمنة في برنامج إنصحوني التي تعرض على قناة النهار، والموضحة في الجدول السابق على أن قيمة العلم أساس العبادات والمعاملات مساوية لقيمة سبل طلب العلم بنسبة بلغت 28,57%، بينما ظهرت قيمة طلب العلم فضيلة وقيمة

الحث على طلب العلم بأنواعه بنسبة 14,28%، في حين ظهرت قيمة التكامل بين العلمين الديني والدنيوي وقيمة الحث على الإستزادة من العلوم بنسبة 7,14%. ومن خلال الجدول يتبين أن أعلى قيمتين علميتين متضمنة في برنامج انصحوني كانت قيمتي العلم أساس العبادات والمعاملات، وقيمة سبل طلب العلم، وهذا ما دل على أن البرنامج ديني وهو حديث مباشر أي يكون بالدرجة الأولى يمدنا بقيم علمية، و ذلك لإبراز أهمية العلم في الحياة البشرية واعتباره وسيلة للرقي والتطور لذلك جاءت قيمة العلم والمعاملات المرتبة الاولى لأن الدين الإسلامي يعتبر العلم عبادة، كما يبين سبل طلب العلم الشرعي ونظرا لكثرة اتجاهات طلب العلم و اختلافها وظهور مزالق الفتوى و أصبح كل من يتصدر الشاشة يفقه بنظرته الشخصانية، اغتنم الشيخ هذه الفرصة ليبين السبيل الوحيد من أجل اكتساب العلم الصحيح حسب نظره، لذلك ركز بشكل كبير على قيمة سبل طلب العلم، و لأن ديننا الحنيف يحثنا على طلب العلم، كان البرنامج يتناول هذه القيمة، بما أن الشيخ يخاطب مباشرة فإنه بالضرورة يحث على ضرورة طلب لعلم، وهذا ما قاله الله تعالى في تبيان أهمية العلم من خلال قوله: " **قُلْ هَلْ يَسْتَوِى الَّذِينَ يَعْلَمُوْنَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ**"[1]

- وقوله تعالى: " **يَرْفَعِ اللهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُواْ الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ**"[2]
- وقوله تعالى:" **وَمَا يَعْقِلُهَا اِلَّا العَالِمُونَ**".[3]

[1] القرآن الكريم، سورة الزمر، الآية 9.

[2] القرآن الكريم، سورة المجادلة، الآية 11.

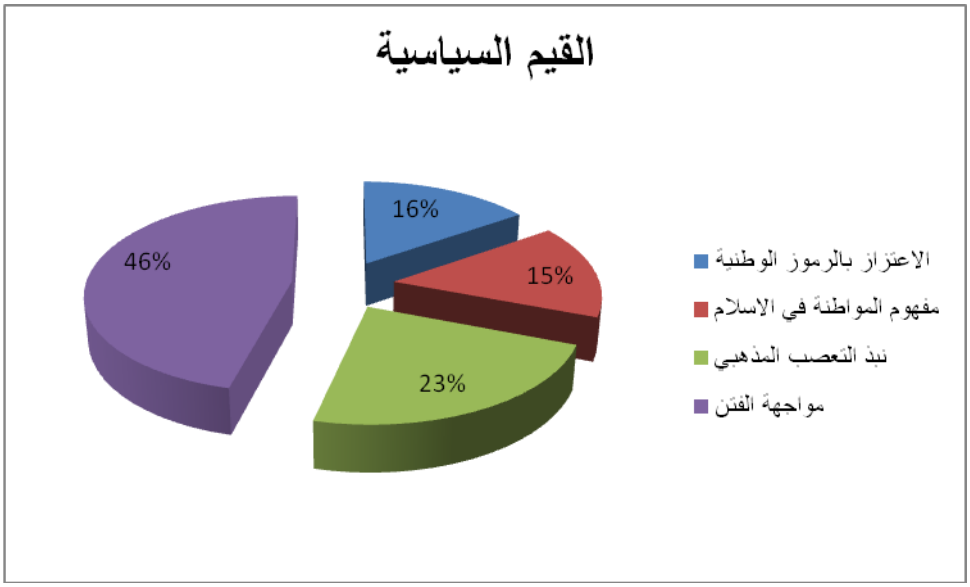
[3] القرآن الكريم، سورة العنكبوت الآية 43.

جدول رقم (10) يوضح التكرارات و النسب للقيم السياسية في البرنامج:

القيم السياسية	التكرار	النسبة
الاعتزاز بالرموز الوطنية	2	15.38
مفهوم المواطنة في الاسلام	2	15.38
نبذ التعصب المذهبي	3	23.07
مواجهة الفتن	6	46.15
المجموع	13	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين.

شكل رقم (09) يمثل التوزيع النسبي لفئة القيم السياسية في البرنامج



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول رقم (10)

يشير الجدول رقم (10) الى أن الداعية من خلال حديثه على القيم المذكورة في الجدول عمل على ترسيخ القيم السياسية، حيث كانت قيمة مواجهة الفتن الأكثر تداولا بمعدل 6 تكرارات، وبنسبة 46.15% وتليها قيم نبذ التعصب المذهبي بنسبة مقدرة 23.07%. أما قيم الإعتزاز بالرموز الوطنية وقيم مفهوم المواطنة في الاسلام بنسبة واحدة مقدرة ب 15.38%.

وفي مجمل هذه القيم السياسية التي تسعى إلى تدعيم قيم المجتمع وترسيخ هويته ونشر العلم والثقافة، ودعم الاصلاح داخل المجتمع ورفض التعصب والتخلف تأتي قيمة مواجهة الفتن في المرتبة الأولى بنسبة 46.15%، وكان عدد البرنامج في يوم 01 جانفي 2017، التي بلغت 693 نسبة مشاهدة، تكلم فيه عن هذه القيمة من خلال قوله(قوله صلى الله عليه وسلم: استفت قلبك وان افتاك الناس وافتوك) في الدقيقة 1:40، و دعى الى مواجهة الفتن، وكذلك من خلال تطرقه لموضوع القديانية ودعوته إلى محاربة هذه الفتنة واعتبرها حرب على النبوة في عدد البرنامج ليوم 25 جانفي 2017، الذي بلغت نسبة مشاهدتها 10.181مثل قوله (القديانية لابد أن تدمر، لازم حرب على القديانية) في الدقيقة 6:33، وتكلم كثيرا عن هذه الفتنة.

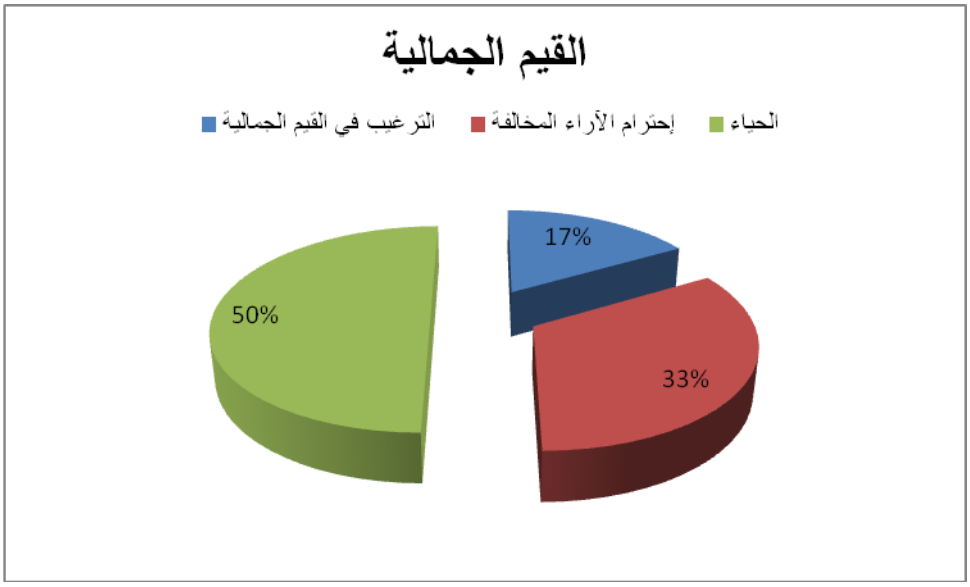
في عدد البرنامج ليوم 13 جانفي التي بلغت نسبة مشاهدتها 7.482، تحدث الداعية عن قيمة الإعتزاز بالرموز الوطنية، وذلك من خلال قوله مثلا (شكون قالك روحي لبلاد الغربية، علاه ما قعدتيش في بلادك معززة مكرمة)، فهو يقوم بتأكيد مشاعر الانتماء واحياء الروح الوطنية.

جدول رقم (11) يوضح التكرارات و النسب للقيم الجمالية في البرنامج:

القيم الجمالية	التكرار	النسبة
الترغيب في القيم الجمالية	1	%16,666
إحترام الآراء المخالفة	2	%33,333
الحياء	3	%50,000
المجموع	**6**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين

شكل رقم (10) يمثل التوزيع النسبي لفئة القيم الجمالية في البرنامج



تشير نتائج تحليل محتوى القيم الجمالية، المتضمنة في برنامج "إنصحوني" التي تعرض على قناة النهار والموضحة في الجدول السابق، على أن قيمة الحياء من القيم اجمالية التي ظهرت في البرنامج الديني، التي بلغت نسبة 50%، بينما ظهرت قيمة إحترام الآراء المخالفة بنسبة 33,33%، في حين بلغت قيمة الترغيب في القيم الجمالية 16,66%.

ومن خلال الجدول السابق يتبين أن أعلى قيمة في القيم الجمالية المتضمنة في البرنامج الديني الذي يعرض على قناة النهار، كانت قيمة الحياء، بينما كانت أدنى قيمة الترغيب في القيم الجمالية.

وكانت قيمة الحياء بنسبة مرتفعة في مضمون البرنامج، نظرا لكون الحياء صفة نفسية تظهر آثارها على الوجه خاصة، وتحمل العينان القسط الاكبر من التعبير عنه. وقد تحدث الداعية عن الحجاب وحياء المرأة بصفة مهمة تؤكد في المرأة انوثتها وتجعلها ذات رواء وادلال، كما انها السياج الذي يحفظها في اطار الفضيلة والخير. وقد سجل القرآن الكريم هذه الصفة للمرأة على اعتبارها صفة جمالية رفيعة. وأنت لا تستطيع ان تفقه جمال المرأة إلا إذا

وقفت على حكمة الله فيها، وغرض الطبيعة منها، و أدركت ما بين طبيعة خلقها وعلة وجودها من المواءمة التي تسترق الأفئدة، وتدق على أفهام البشر. [1]

المطلب الثالث: نتائج الدراسة.

خلصت الدراسة التوثيقية لتحليل مضمون القيم الدينية في مضمون برنامج انصحوني إلى مجموعة من النتائج هي:

1- نتائج الدراسة :

- تطرق البرنامج إلى مواضيع حساسة وآنية مأخوذة من رحم المجتمع وتمثل انشغال المواطن فيه وهذا ما بيّن عوامل نجاحها، بحكم أنه أحدث ثورة في طريقة عرض الفتاوي.
- ترتبط القيم بمختلف أنواعها بالدين باعتباره المصدر الأساسي للقيم التي تنبع منه القيم الأخرى والتلفزيون أكبر وسيلة تنقل هذه القيم وتعمل على غرسها للأفراد والتأثير في سلوكهم.
- هناك تنوع في بث القيم في البرنامج، فكانت سياسية اجتماعية واقتصادية وعلمية، إلا أنه يركز في مضمونه على القيم الدينية لأن طبيعة البرنامج الديني فرضت نفسها مع ا استخدام أسلوب جديد متضمن للفكاهة والنقد، استخدام العامية و الأمثلة الشعبية و الإنطلاق من الواقع الإجتماعي للمواطن.
- كانت القيم الدينية ذات عالية في مجمل القيم الأخرى في الدراسة التي جاءت بنسبة 52% وتجلت أكثر في الدعاء والإستغفار.

[1] **صالح أحمد الشامي**، ميادين الجمال في الظاهرة الجمالية في الاسلام الطبيعة–الانسان–الفن، المكتب الإسلامي، بيروت، 1988، ط1، ص12، ص202.

- جاءت القيم الإجتماعية في المرتبة الثانية بعد القيم الدينية، وذلك لأنها تتناول واقع وقصص من رحم المجتمع ويخاطب الداعية ما يريد أن يسمعه الناس.
- الملاحظ أن الإعلام المنتج في القنوات الفضائية الخاصة هو إعلام لفظي يتطلب الذهاب الى الشخصيات المعروفة من الدعاة خاصة من يثيرون الجدل والبحث عن آرائها من أجل تغذية البرامج وهذه الآراء غالبا ما تكون مرتكزة على أحكام مسبقة ومنحازة وبعيدة عن التنويع أي أن هناك ميلا إلى إحلال الكمية على حساب النوعية.
- أصبح اختيار الفتاوى مرتكزا في جزء كبير منه علي شخصية الداعية أكثر مما هو على حاجات الجمهور للإعلام، وكثرة التكرار داخل الوسيلة الإعلامية، فكلما كثر التكرار ضعفت إمكانية التفسير لدى المتلقي ولم يعد هناك تأسيس حقيقي للفتوي و إنما ضجة وصخب إعلامي.
- أصبح الكثير من الدعاة يأخذون بالشهرة والأضواء فيصيبهم الغرور وينعكس أثر ذلك سلبا على مهنتهم، حيث يعتمد على التهكم والسخرية كطريقة وحيدة لتوصيل البرامج.
- برنامج إنصحوني فرض نفسه في الساحة الإعلامية، من خلال تنامي إعجاب الجمهور بشخص الشيخ شمس الدين بوروبي وبأسلوبه ثانية و الإهتمام بالمواضيع ثالثا، وهدفه الوحيد جذب الجمهور من خلال أداء يقوم به غرضه الشهرة.
- إن نسبة الإقبال على مشاهدة برنامج إنصحوني بلغت نسبة مرتفعة جدا بالمقارنة مع الشبكة البرامجية لقناة النهار وقد قاقت النسبة 3000الاف مشاهدة.
- هناك اهتمام عام بالبرامج الدينية في القنوات الجزائرية، إلاّ أنه من الملاحظ انخفاض نسبة المساحة الزمنية المخصصة لبرنامج إنصحوني ،حيث لا تتعدى مدة البث 11د في كل حلقة بحكم إقبال الجمهور علي متابعته ، وهذا ما أدى الى إعادة بثه أيام الخميس و الجمعة في فترات كثيرة في كل يوم من هذه الإيام، وذلك لملأ ساعات البث وتركيزها علي نوع صحفي واحد وهو الحديث.

- الخطاب الديني للشيخ شمس الدين بوروبي في برنامج "إنصحوني" لا يرقى إلى مستوى الخطاب الديني الإعلامي المعتاد في القنوات العمومية و المتخصصة.
- يتميز أسلوب الداعية في برنامج انصحوني بالتهكم والسخرية و الاستهزاء في اجاباته عن الفتاوى، ويمرر رسالته بطريقة فكاهية جذابة توصل الرسالة دون أدنى اعتبارات لدى المتلقي.
- طبيعة اللغة التي يستعملها الداعية الدارجة، وهذا ما جعل الجمهور يتقبل الرسالة بالشكل المطلوب بكثير من التجارب.
- المضمون الديني الذي تقدمه غالبا ما يتسم بالتكرار ولا يتطرق للموضوعات والقضايا السياسية والاقتصادية والثقافية الحيوية، وإنما موضوعات بديهية علي منوال الفتوي السريعة.
- انخفاض اهتمام الفضائيات بالبرامج الدينية سواء من حيث عدد البرامج أو من حيث المساحة الزمنية المخصصة لهذه البرامج فسح المجال أكثر لبرنامج إنصحوني.
- تتمتع الفضائيات بقدر اكبر من الحرية ،اذا ما قيست بالقنوات الرسمية مما يوفر لها قاعدة شعبية أكبر بعيدا عن الرقابة السياسية و المذهبية.
- اعتماد شمس الدين بوروبي على الإستمالات العاطفية وأمثلة من الواقع أكثر من استناده الى شواهد من القرآن و السنة وهذا نقص واضح في طبيعة البرنامج الديني بالمفهوم المتعارف عليه، ومن ذلك نستنتج أن الجمهور لا يبحث عن أمور دينه بقدر ما يريد التسلية والفكاهة.
- يسعي برنامج إنصحوني إلي بناء القيم الإجتماعية انطلاقا من القيم الدينية وفق الرؤيا الخاصة للشيخ شمس الدين بوروبي .
- الرسالة الإعلامية الدينية ذات مضامين هادفة تنبع من القيم و المفاهيم الأساسية وتنهض بالوعي العام في المجتمع من خلال أهداف إسلامية.

خاتمة

خاتمة:

يتضح فيما سبق أن العالم العربي دخل تلك المرحلة من الثورة الإعلامية والفضائية دون جاهزية مسبقة بقدر ما دخلها كمستهلك، سواء في مجال البث التلفزيوني أو الفضائي والمضامين المتنوعة التي تبثها القنوات الفضائية، وقد انتشرت القنوات بصفة هائلة ولم تترك مجال ولم تتخصص فيه، ولا بلدا إلا ودخلت فيه التقنية و شهد السمعي البصري في الجزائر تطورا ملحوظا هو الآخر خاصة مع بروز القنوات الخاصة التي تمتعت بحرية أكبر وهذا ما أعطى لها فرصة الظهور والتنافس بين القنوات العالمية و أصبحت معادلة صعبة لا يستهان بها في الساحة الإعلامية و صنعت مكانا لها من خلال التعدد والتنوع وتعمل على كسب أكبر قدر من المشاهدة ذات مضامين هزيلة لا ترفع من ثقافة المجتمع.

انطلقت الدراسة من إشكالية رئيسية مفادها دور البرنامج الديني "إنصحوني" بقناة النهار في طرح الدينية القيم في مضمونها، خاصة مع الانفتاح السمعي البصري في الجزائر وظهور التعددية الإعلامية التي أتاحت حرية للقائمين بالإتصال في الشبكة البرامجية، ومن خلال ذلك أصبحت البرامج الدينية تعمل على جذب الجماهير و فقدت مصداقيتها بسبب تراجع الخطاب الإعلامي الديني خاصة من ناحية العرض و الأسلوب و الأداء وبُعدها عن مناقشة المسائل الدينية وبذلك ابتعدت عن مهمتها الأساسية في التثقيف والتوعية و التوجيه، لذلك فالتلفزيون هو الوسيلة التي لعبت دورا أساسيا في تلقين القيم الدينية التي تقوم على الدين باعتباره المصدر الأساسي بها واعتبارها قيم ثابتة إرتبطت بالمجتمعات وقيمه وعاداته، وكان من أهم المصادر التي ترسخ القيم الدينية أو تجددها من خلال العرض التلفزيوني.

ولعل ما يميز البرامج الدينية عبر القنوات التلفزيونية اشتمالها على قوالب متعددة ومضامين متنوعة، تسهم في نقل رؤية فكرية للحياة بكل أبعادها وتفاصيلها و بناء إنسان الإسلام والحضارة لا أن تساهم في هدم قيم و ثوابت هذا الدين وجعل الإعلام الديني المتمثل في الكلمة الصادقة البليغة المؤثرة سبيلا لتحقيق أمن شعبه.

فالحاجة ماسة إلى أن يكون الإعلام ينطبق عليه وصف إسلامي، يستمد مضمونه وقيمه من القرآن الكريم و إعلامنا الديني بحاجة الى إحياء لا إنشاء، والحرص على تقديم برامج دينية تجيب عن أسئلة المشاهدين واستفساراتهم وتوضح لهم أمور دينهم ودنياهم، كما تناقش في الوقت نفسه هموم الناس وقضاياهم في إطار الشريعة الإسلامية و يقدم رسالة واضحة عبر هذه الوسيلة، وتستهدف هذه الرسالة على مستوى المشاهد العربي الى الارتقاء بالمستوى المعرفي و العلمي للمشاهد في اتجاهات مختلفة وبلغة بسيطة يفهمها الجميع، تساعد في تشكيل الوعي بعيدا عن أفكار التطرف و العنف.

قائمة المصادر والمراجع

أولا: قائمة المصادر:

1- القرآن الكريم.

2- السنة النبوية.

ثانيا: قائمة المراجع:

ا. الكتب:

1.إبراهيم إسماعيل: الإعلام المعاصر وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث، الدوحة –قطر– 2014، ط1.

2. إبراهيم محمد عوض: تكنولوجيا الاعلام، تطبيق على الاعلام في بعض الدول العربية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2011، ط1.

3. ابو اصبع خليل: قضايا اعلامية، مجدلاوي، 2005، ط2.

4. أبو العباس أسامة: منظومة القيم الإسلامية وأثرها في المجتمع المعاصر، الشرقية – الزقازيق– 2012، د ط.

5. أبي عمرو عثمان بن عبد الرحمن (المعروف بابن الصلاح الشهرزودي): أدب المفتي والمستفتي، عالم الكتب، 1986، ط1.

6. أحمد زكريا أحمد: نظريات الاعلام، مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها، المكتبة العصرية، مصر ط1، 2009.

7.أحمد محمد جاد: الإعلام الفضائي وآثاره التربية، دار العلم والإيمان، إسكندرية، 2008، ط1.

8. الامير وعد ابراهيم: دور التلفزيون في قيم الاسرة، دار غيداء، عمان، 2013، ط1.

9.أيمن عبد الحليم: إعداد البرامج الوثائقية، دار المناهج، 2008، ط1.

10. بخيت السيد: الصحافة والانترنت، العربي، 2000، ط1، ص26.

11. البسيوني يحي: الاذاعة الاسلامية، دار المعرفة الجامعية، 2013، ط2، ص388.

12. بعلي فضة عباسي / حمدي محمد الفتاح: مدخل لعلوم الاتصال و الاعلام، الوسائل النماذج التطبيقات ، دار أسامة، الاردن، عمان ط1، 2017.

13. بن الجوزي عبد الرحمن بن على: بستان الواعظين، دار الكتاب العربي، 2005، د ط.

14. بن مرسلي أحمد: مناهج البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ط2.
15. البيسوني يحي: الإذاعة الاسلامية، دار المعرفة الجامعية، 2013، القاهرة، ط2.
16. تربان ماجد سالم: الأنترنت والصحافة الالكتروني " رؤية مستقبلية"، الدار المصرية اللبنانية، 2008، ط1.
17. تواتي نور الدين: الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، 2009، ط2.
18. تيطاوني الحاج: العولمة الإعلامية والسيادة نحو إلغاء الدولة الوطنية من المشهد الاقتصادي والسياسي العالمي، كنوز الحكمة، 2015، ط1.
19. الجلاد ماجد زكي: تعلم القيم وتعليمها، تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم، دار المسيرة، عمان –الأردن– 2005، ط1.
20. حاتم حسين منتصر: أديولوجيات الاعلام الاسلامي، دار المسيرة، عمان – الأردن– 2011، ط1.
21. حته محمد كامل: القيم الدينية والمجتمع، دار المعارف، القاهرة، 1983، ب ط.
22. حجاب محمد منير: الاعلام الاسلامي المبادئ– النظرية– التطبيق، دار الفجر، 2002، ط1.
23. حجاب محمد منير: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر، 2008، ط1.
24. الحديدي منى سعيد، حسن عماد مكاوى: أعمال المؤتمر العلمي الاول للأكاديمية الدولية لعلوم الاعلام، الدار المصرية اللبنانية، جانفي 2005، ط1،
25. الحسن غسان عبد الوهاب: الصحافة التلفزيونية، دار أسامة، عمان– الاردن– 2013، ط1.
26. الحسيني أماني عمر: الإعلام والمجتمع أطفال في ظروف صعبة ووسائل إعلام مؤثرة، عالم الكتب، 2005، ط1.
27. حمدي أحمد: الخطاب الإعلامي العربي آفاق وتحديات، دار هومة، الجزائر، 2002، د ط.

28. الحولي ماهر حامد، رضوان رفيق أسعد: الترويح الإعلامي: بين ضوابط الشريعة وحاجة النفس، الجامعة الاسلامية، غزة، 2009، د ط.

29. الخرعان محمد عبد الله: ملكية وسائل الاعلام وعلاقتها بالوظائف الاعلامية في ضوء الإسلام، دار عالم الكتب، الرياض، 1996، ط1.

30. الخطيب محمد عجاج: أضواء على الإعلام في صدر الإسلام خصائصه- دعائمه- وسائله- مناسباته- مراكزه، مؤسسة الرسالة، العين- أبوظبي- 1984، د ط.

31. الدسوقي عبده ابراهيم: وسائل واساليب الاتصال الجماهيرية، دار الوفاء، 2004، د ط.

32. الدليمي عبد الرزاق محمد: الاعلام والتنمية، دار المسيرة، عمان – الاردن- 2012، ط1.

33. الدليمي عبد الرزاق محمد: الاعلام الاسلامي، دار أسامة، 2013، عمان – الأردن- ط1.

34. الدليمي عبد الرزاق محمد: الاعلام الاسلامي، دار المسيرة، عمان – الأردن- 2013، ط 1.

35. الدليمي عبد الرزاق محمد: مدخل الى وسائل الاعلام الجديد، دار المسيرة، عمان، 2012، ط 1.

36. الربيع ميمون: نظرية القيم في الفكر المعاصر، بين النسبية والمطلقية، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1980.

37. رشدي شحاتة ابو زيد: مسؤولية الاعلام الاسلامي في ظل النظام العالمي الجديد، مكتبة الوفاء القانونية، 2011، ط1.

38. رضوان مفلح العلي و آخرون: مدخل إلى وسائل الاعلام الالكتروني والفضائي، دار الحامد، عمان –الأردن- 2010، ط1.

39. الزيدي طه احمد، المسؤولية الاخلاقية في الاعلام الاسلامي دراسة تأصيلية و تحليلية لأخلاقيات الاعلام في مواثيق الشرف الاسلامية، دار النفائس، الاردن، 2012، ط1.

40. الساري فؤاد احمد: وسائل الاعلام النشأة والتطور، دار اسامة، الاردن – عمان– 2011، ط1.

41. سلطان محمد صاحب ، وسائل الاعلام والاتصال: دراسة النشأة والتطور، دار المسيرة، 2012، ط1.

سلمان عبد الباسط: عولمة القنوات الفضائية، مراجعة الأستاذ فيصل الياسرى، الدار الثقافية، بغداد، 2004، د ط.

42. السيد محمد عبد البديع: اثر القنوات الفضائية على القيم الاسرية، العربي للنشر والتوزيع، عمان –الأردن– 2009، ط1.

43. شحاتة عبد الله ، الدعوة الإسلامية والإعلام الديني، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1986، ط 2.

44. الشرقاوي أنور محمد: التعلم نظريات وتطبيقات، مكتبة الأنجلو المصرية، 2012، د ط.

45. الشميمري فهد بن عبد الرحمن: التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الاعلام؟، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2010، ط1.

46. شومان محمد، تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية، الدار المصرية اللبنانية، 2007، ط 1.

47. الشيباني عمر التومي: دور المربي ورجل الإعلام والمرشد الديني في الوقاية من الجريمة والانحراف، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1993، د ط.

48. صادق عباس مصطفى: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، 2008، ط1.

49. صالح أحمد الشامي، ميادين الجمال في الظاهرة الجمالية في الاسلام الطبيعة– الانسان–الفن، المكتب الإسلامي، بيروت، 1988، ط1.

50. صالح خليل ابو اصبع، قضايا اعلامية، مجدلاوي ، عمان – الأردن – 2005 ط2.

51. الصيرفي محمد: الإعلام، دار الفكر الجامعي، 2009، ط1.

52. طالب فرحان: صناعة الإعلام الاذاعي و التلفزيوني، دار النفائس عمان – الاردن– 2011، ط1.

53. طبشوش نسيمة: القنوات الفضائية و أثرها على القيم الأسرية لدى الشباب، مؤسسة كنوز الحكمة، 2011، ط 1.

54. طعيمة رشدي أحمد: تحليل المحتوى في العلوم الانسانية، مفهومه، أسسه، استخداماته، سلسلة المراجع في التربية وعلم النفس، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004.

55. عامر إبراهيم، قند يلجي: منهجية البحث العلمي، دار اليازوري العلمية، 2012، الطبعة العربية.

56. عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، 2002.

57. عبد البديع محمد: أثر القنوات الفضائية على القيم الاسرية، الوكيل، القاهرة 2009، ط1.

58. عبد الحليم موسى يعقوب: القيم الاخبارية في الاعلام، الدار العالمية، الجيزة 2008، ط1.

59. عبد الحميد صلاح: الاعلام و ثقافة الصورة، أطفالنا للنشر و التوزيع، القاهرة، 2015، ط1.

60. عبد الحميد محمد ، تحليل المحتوى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1.

61. عبد الرحمان هالة حجاجي: برامج الاطفال التلفزيونية واثارها التربوية دراسة نظرية وميدانية، العلم والايمان، 2008، ط1.

62. عبد الله مي: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت – لبنان– 2006، ط1.

63. العبد عاطف عدلي، عزمي زكي أحمد: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، 1993، ط1.

64. عزي عبد الرحمن وآخرون: العرب والإعلام الفضائي، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي 34، بيروت ، 2004، ط1.

65. عزي عبد الرحمن: منهجية الحتمية القيمية في الاعلام، الدار المتوسطة ، 2013، ط1.

66. عطوان فارس: الفضائيات العربية ودورها الاعلامي، دار أسامة، عمان – الأردن– 2011، ط1.

67. عمر نوال محمد ، دور الاعلام الديني في تغيير بعض قيم الاسرة الريفية والحضارية، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1985، د ط.

68. عواد فاطمة محمد: الإعلام الفضائي، دار أسامة، عمان –الأردن– 2010، ط1.

69. العويد محي الدين خير الله: أثر الاعلام المعاصر على العقيدة والتربية والسلوك، دار النهضة، 2007.

70. العيد عاطف عبدلي / نهى عاطف العيد: وسائل الاعلام نشأتها وتطورها– أفاقها المستقبلية، دار الفكر العربي – الجزء 1– القاهرة، 2006، ط1.

71. عيساني رحمة الطيب: مدخل لعلوم الاعلام والاتصال، جدار الكتاب العالمي، عمان – الاردن– ط 1، 2008.

72. غسان عبد الوهاب: الصحافة التلفزيونية، دار أسامة، عمان – الأردن– 2013، ط1.

73. فاطمة محمد عواد: الإعلام الفضائي، دار أسامة، عمان – الأردن– 2010، ط1.

74. فويال سعاد: المساجد الأثرية لمدينة الجزائر، دار المعرفة، 2010، د ط.

75. القاضي دلال ، البياني محمود: منهجية واساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الاحصائي spss، دار الحامد، عمان –الاردن– 2008، ط1.

76. كافي مصطفى يوسف: الانتاج الإذاعي والتلفزيوني، دار حامد، 2016، ط1.

77. كمال طارق: اساسيات علم الاجتماع الديني، مؤسسة شباب الجامعة، 2009، د ط.

78. كنعان علي عبد الفتاح: الإعلام والمجتمع، دار اليازوري، عمان– الأردن– 2014، د ط.

79. ماجد زكي الجلاد: تعلم القيم وتعليمها: تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم، دار المسيرة، عمان –الأردن– 2005.

80. محمد خير رمضان يوسف: صفات مقدمي البرامج الاسلامية في الاذاعة و التلفزيون، مطابع الفروق التجارية، الرياض، 1986، ط1.

81. محمود خليل / هيبه محمد منصور: إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002، د ط.

82. محي الدين أبي زكريا يحي بن شرف النوي الدمشقي الشافعي، الأذكار من كلام سيد الأبرار، المكتبة العصرية، 2004، د ط.

83. المسلمى إبراهيم عبد الله: الإعلام والمجتمع، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ط2.

84. مشاقبة بسام عبد الرحمن: نظريات الاعلام، دار أسامة، عمان– الأردن–، 2011 ط1.

85. المغربي كمال محمد: أساليب البحث العلمي في العلوم الانسانية والاجتماعية، دار الثقافة، 2007، ط1.

86. مكاوى حسن عماد: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، 1997، ط 2.

87. ملحم سامي محمد: مناهج البحث في التربية وعلم النفس، دار المسيرة 2007، ط2.

88. مهنا محمد نصر: مدخل الى الاعلام و الاتصال في عالم متغير، مركز الاسكندرية للكتاب، 2007، ط2.

89. الموسى عصام سلمان: المدخل الى الاتصال الجماهيري، إثراء، الاردن، ط6.

90. ناطورية علاء الدين: الصحافة الالكترونية، النشأة والتطور والاستراتيجيات، دار زهران، ط1، 2013.

91. نصار أيمن عبد الحليم ، مراجعة محمد جاسم فلحي: إعداد البرامج الوثائقية ، دار المناهج، 2008، ط1.

92. عبد اللطيف محمد خليفة: ارتقاء القيم، دراسة نفسية، عالم المعرفة، 1992، الكويت، د ط.

93. نصر حسني محمد: وسائل الاعلام الجديدة، أسس التغطية والكتابة والتصميم والاخراج في الصحافة الالكترونية، مكتبة الفلاح، 2013، ط1.

94. الهاشمي مجد: الاعلام الدولي و الصحافة عبر الاقمار الصناعية، دار المناهج، 2003، ط2.

95. هبة شاهين: التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2016، د ط.

II. المعاجم والموسوعات:

1. ابن منظور الافريقي المصري: لسان العرب، دار صادر، بيروت –لبنان– المجلد الخامس، 2007، ط1.

2. الجرجاني علي بن محمد السيد الشريف: قاموس المصطلحات وتعريفات علم الفقه واللغة والفلسفة والمنطق والتصوف والنحو والصرف والعروض والبلاغة، دار الفضيلة، القاهرة، 1816م.

3. حجاب منير: المعجم الاعلامي، دار الفجر، 2004، ط1.

4. عدنان أبو مصلح: معجم علم الاجتماع، دار أسامة، 2010، د ط.

5. الفار محمد جمال: المعجم الإعلامي. دار أسامة، عمان – الأردن– 2010، د ط.

6. لبيب الطاهر ، بيضون الياس: الموسوعة العربية للمعرفة من أجل التنمية المستدامة، الأكاديمية العربية للعلوم، ناشرون، المجلد 3، 2007، ط1.

7. منير حجاب: الموسوعة الاعلامية، المجلد الثاني، دار الفجر، 2003، ب ط.

8. وهبة مراد: المعجم الفلسفي: معجم المصطلحات الفلسفية، دار قباء الحديثة، 2011، د ط.

III. المجلات والجرائد:

1. بعزيز إبراهيم: واقع البث الفضائي وسبل تنظيمه، مجلة الإذاعات العربية، العدد 3، 2013.

2. بوحزام نوال، نعيمي مليكة، القنوات الفضائية الخاصة و دورها في تشكيل المجال العمومي، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية، العدد 6، جامعة الوادي، أفريل 2014.

3. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: الجريدة الرسمية، العدد 16، 23 مارس 2014، المادة 7، القانون المتعلق بالتعريفات.

4.الحروب خالد: القنوات الفضائية الدينية في منطقة الشرق الأوسط، مجلة آفاق المستقبل، العدد 7، سبتمبر/ أكتوبر 2010.

5.سميرة شيخاني، الاعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول+ الثاني، المجلد 26، 2010.

6.حمدي أحمد: نظرة في قوانين الإعلام الجزائرية، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 20، 2001.

7.خالد الحروب: القنوات الفضائية الدينية في منطقة الشرق الأوسط، مجلة آفاق المستقبل، العدد 7، 2010.

8.دكاك أمل حمدي: اتجاهات الشباب نحو القيم الدينية لمدينة القدس (دراسة ميدانية لعينة بحثية من طلاب كلية الآداب –جامعة دمشق)، مجلة جامعة دمشق العدد 1+2، المجلد 30، 2014.

9.سعيد بشار، بدايات مخيفة للسمعي البصري في الجزائر، ندوة بعنوان: ضيوف الفروم يحذرون من القنوات المجهولة الهوية " بعض المشاريع الاعلامية تسعى الى تزوير الرأي العام"، جريدة الخبر، العدد 8497، الجزائر، 28 فيفري 2017.

10. سمير بن جميل راضي: الإعلام الإسلامي رسالة وهدف، دعوة الحق، العدد 172، 1998.

11. عبد الحي جمال محمد ، مدخل تاريخي لنشأة وتطور التلفاز، مجلة أماراباك، العدد السابع، المجلد الثالث، 2012.

12.شريف درويش اللبان: الضوابط المهنية والأخلاقية و القانونية للإعلام الجديد(كلية الإعلام جامعة القاهرة) مجلة رؤي الإستراتيجية،العدد07، يوليو،2014.

12. العطوي نورة: لن نتغير والخطاب الديني جامدا! نحتاج إلى مرجعية تضبط الاجتهاد، قسم تحقيقات، جريدة الرياض، العدد 16996، 05 جانفي 2015م.

13. قانون الإعلام 2012، المتعلق بالنشاط السمعي البصري.

14. قانون بالإعلام أبريل سنة 1990 المتعلق بالإعلام.
15. محمد البشير بن طبة، تحليل المحتوى في بحوث الإتصال – مقاربة في الإشكاليات والصعوبات– نشر يوم: 2015/12/01، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر – الوادي العدد 14/13 ديسمبر 2015.
16. المرصفي طلعت: التلفزيونات العربية تحتل موقعها على خارطة الأقمار الصناعية، جريدة الشرق الأوسط، العدد 5472، 20 نوفمبر 1992.
17. موسى بن إبراهيم حريزي، صبرينة غربي، دراسة نقدية لبعض المناهج الوصفية وموضوعاتها في البحوث الاجتماعية والتربوية والنفسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 13، جامعة قاصدي مرباح(ورقلة)الجزائر، ديسمبر 2013.
18. الموسى عصام سليمان: أخطر فتوى دينية تجهيل الشعب العربي أربعة قرون، الفتاوى وفقه الأزمة، العدد 7، مجلة نصف شهرية، 2015.

IV. قائمة المذكرات:

1. حمد بن دريس، الحرية والقيم الأخلاقية في الاعلام الفضائي الديني الاسلامي، دراسة آليات إنتاج البرامج في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال، قسم علوم الاعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر 3.
2.شارف اسمهان: جمهور البرامج الدينية في التلفزيون الجزائري ونظرية الاستعمالات والاشباعات، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2010/2009.
3.صبرينة تورسال، الطريق إلى النجومية عبر البرامج الدينية التلفزيونية: دراسة جمهور منطقة العاصمة لحصة " انصحوني" بقناة النهار الجزائرية. مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص إذاعة وتلفزيون، 2013/2012.
4.عفاف حسين علي الوعل: دراسة تحليلية لبعض البرامج الدينية في القناة الأولى بتلفاز المملكة العربية السعودية لدورة رمضان الكريم في عام 1411هـ، دراسة مقدمة للحصول

على درجة الماجستير في التربية الاسلامية والمقارنة بقسم التربية الإسلامية والمقارنة في كلية التربية بجامعة أم القرى الفصل الدراسي الأول 1411، المملكة العربية السعودية.

5.هند عزوز: الصحافة الجزائرية وتنمية الوعي الديني لدى القراء، دراسة تحليلية. بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر.

6.يسرى خالد إبراهيم: الفضائيات الاسلامية بين الخبرة والتأصيل العلمي، قسم الاعلام، كلية الآداب.

V. المقابلات:

1. المقابلة الأولى: مقابلة مع السيد "واحك مراد"، أستاذ مساعد "ب" بكلية العلوم الإجتماعية، جامعة الجيلالي بونعامة، بتاريخ 03 ماي 2017 على الساعة 11:16.
2. المقابلة الثانية: مقابلة مع السيد " رتيعة محمد "، أستاذ محاضر، أستاذ محاضر أ، باحث في الإقتصاد والإحصاء التطبيقي، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة المدية، يوم 02 ماي 2017، على الساعة 10:33
3. المقابلة الثالثة: مقابلة مع السيد "مكي فتحي"، أستاذ محاضر في كلية العوم الإجتماعية، جامعة الجيلالي بونعامة، بتاريخ: 05/09/ 2017، على الساعة 13:23.

VI. المؤتمرات والندوات:

1. بعزيز إبراهيم: " أشكال الفتوى عبر شبكة الأنترنت المخاطر والحلول المقترحة"، ورقة قدمت في الملتقى الدولي حول " إشكالية الفتوى بين الضوابط الشرعية وتحديات العولمة، كلية العلوم الانسانية والحضارة الإسلامية، جامعة وهران، من 09-11 ماي 2011.

2. بحوث و أوراق عمل الملتقى العربي الأول بعنوان، أثر الفضائيات على الأسرة العربية، جمهورية مصر العربية، القاهرة، فبراير، 2007.

3. التويجري محمد ابراهيم: أثر الفضائيات على الاسرة العربية، بحوث اوراق عمل الملتقي العربي الاول، 04 فيفري، القاهرة، 2007.

4. حبيلة الشريف: الخطاب الإعلامي وطرق توصيله للمتلقي و أثره في تغيير ملامح المجتمع، مؤتمر الفضائيات العربية والهوية الثقافية كلية الاعلام جامعة الشارقة، قسم اللغة العربية آدابها ومعهد اللغات جامعة تبسة – الجزائر– .

5. الخاطر مريم راشد: تنظيمات البث الفضائي عالميا والدور العربي المطلوب، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر الأسرة والإعلام العربي: نحو أدوار جديدة للإعلام الأسري 2– 3 ماي، 2010، المجلس العربي للطفولة والتنمية، دولة قطر.

6.سلسلة: (المنهجية في تحصيل الخبرة الاعلامية)، نشرات تدريبية للمجاهد الاعلامي، تحت شعار" نحو ترشيد الاعلام الجهادي و أداء اعلامي متميز" الحلقة الثامنة، ذو الحجة، 1433، مركز اليقين.

7. عبد الجواد مجدي محمد، بحث مقدم لمؤتمر الفضائيات العربية بجامعة الشارقة بعنوان: اتجاهات القنوات الفضائية الإسلامية في معالجة قضايا الأقليات والجاليات الإسلامية في العالم، دراسة تحليلية على عينة من القنوات الفضائية الإسلامية (قناة إقرأ، الناس، الرسالة، الحكمة، الامة)، ديسمبر، 2007، الشارقة.

8.العتيبي مشاعل بنت ذياب: الإدارة بالقيم وتحقيق التوافق القيمي في المنظمات، المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية نحو أداء متميز في القطاع الحكومي، قاعة الملك فيصل للمؤتمرات – الرياض– المملكة العربية السعودية، من 01– 04 نوفمبر 2009م،

9. العيدوني وداد: مداخلة بعنوان الفضاء السمعي البصري في العالم العربي، بين مركزية القيم ومطلب التحديث، كلية العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة عبد المالك السعدي، طنجة –المملكة المغربية–.

10. اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية، البث الفضائي العربي، التقرير السنوي، 2014، إصدارات اتحاد إذاعات الدول العربية.

11. محمد علي حمدي بشير: الإعلام الرقمي واقتصاديات صناعته، ورقة عمل للمشاركة في المنتدى الإعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال تحت عنوان:" منتدى الإعلام والاقتصاد...تكامل الأدوار في خدمة التنمية"، الرياض، من 11- 12 أفريل 2016.

12. مقبول إدريس، ورقة مقدمة بعنوان" الفضائيات العربية وتهديد القيم"، مؤتمر الفضائيات العربية والهوية الثقافية، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، 12 ديسمبر 2007.

13. الموسى عصام سليمان ، الضوابط المهنية والأخلاقية الإعلامية لمعالجة الجريمة والانحراف في المجتمع العربي، قسم الندوات و اللقاءات العلمية، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية،من1- 13 أفريل 2005.

VII. المراجع باللغة الأجنبية:

1. -Applied Research methods in the la Labor comunity: principles of survey Methodology, Labor& Workplace Studies 188-3 and Chicano Studies 191- 5, Winter quarter2014UCLA ,p 27.

2. -C. R .Kothari, Research Methodology methods and techniques (second Revised Edition). New Age International Publishers. Former principal. College of commerce. University of Rajasthan. Jaipur (India) p3.

3. -Le Rapport Annuel d'activité de l'établissement. ENTV : p 2

4. -Maurice Angers،Initiation à la méthodologie des sciences humaines, Alger ,casbah édition, 1997, P 157.

VIII. المواقع الإلكترونية.

1. www.ennaharonline.com/ar/keywords
2. www.alaraby.co.uk/medianews
3. ennaharonline.com/ar/keywords
4. https://www.ennaharonline.com/ar/keywords/
5. www. Ennahar online.com
6. WWW.CHIHAB.NET/MODULES.PHP
7. www. Eljazzera.com
8. www. Algerian Press.com
9. www.tereza.org
10. www.RADIO ALGERIENNE.COM
11. WWW.alukah.net
12. www. Elhayatnews.com
13. https://ferkous.com/home/q=rodoud-20
14. http://www.apfw.org/indexarabic.asp?fname=news%5Carabic%5C12808.
15. www.youtube.com
16. www. Elchihab.com
17. www.elmusslim.com

الملاحق

الملحق (1): إستمارة تحليل المضمون

قسم علوم الإعلام والإتصال

وسائل الإعلام و المجتمع

سعادة الدكتور/

تحية طيبة وبعد،

الموضوع/ تحكيم استمارة تحليل محتوى

بالإشارة للموضوع أعلاه، نقوم بإجراء دراسة بعنوان " **القيم الدينية في مضمون الإعلام السمعي البصري في الجزائر ـ برنامج إنصحوني قناة النهار أنموذجا**" للحصول على درجة الماستر في تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، وتتطلب الدراسة إعداد إستمارة لتحليل مضمون القيم الدينية في البرنامج.

ونظرا لثقة الطالبتين في سيادتكم بهذا المجال، يسرهما أن تتقدما لحضرتكم بهذه الإستمارة وبها مقترح لمجموعة القيم الدينية المطروحة في برنامج إنصحوني، راجيتان منكم التفضل والتعاون معها في ابداء رأيكم فيما ذكر من قيم، وذلك من حيث مدى وضوحها وانتمائها للمحور، كما ويمكنكم إضافة أو نقل بنود على المحاور التي ترون أنها مناسبة لها.

وتفضلوا بقبول فائق الإحترام والتقدير...

إسم المحكم: ـــــــــــــــــــــــــــ .

التخصص/الجامعة: ـــــــــــ/ـــــــــ .

اسم الهاتف أو الإيميل: ـــــــــــــــــ .

الباحثتين:

مقترح استمارة تحليل لمضمون القيم المتضمنة في برنامج إنصحوني بقناة النهار.

- زمن البرنامج.
- تاريخ البث:

*	أعداد الحصص	وقت البث	المدة بالدقيقة
شهر جانفي	01 جانفي 2017	08:46	09:38
	02 جانفي 2017	09:48	09:25
	06 جانفي 2017	06:10	09:36
	13 جانفي 2017	09:42	05:17
	22 جانفي 2017	09:52	02:17
	25 جانفي 2017	09:47	11:11
شهر فيفري	02 فيفري 2017	23:50	05:19
	07 فيفري 2017	09:56	03:14
	09 فيفري 2017	10:48	09:30
	13 فيفري 2017	08:48	09:14
	22 فيفري 2017	10:47	09:52
	23 فيفري 2017	10:48	09:24

1-فئات خاصة بالشكل:

- مدة بث البرنامج: (02 - 05) د (05 - 10) د أكثر من 10 د.
- اللغة: الفصحى الدارجة الفرنسية.
- فئة أساليب الاقناع: القرآن الكريم السنة النبوية التاريخ الوقائع الإستمالات العاطفية.

3- **فئات خاصة بالمضمون:**

- فئة القيم:
- محاور القيم الرئيسية في البرنامج.
- فيمايلي التعريفات لمصطلحات هذه القيم:

*	المحاور الرئيسية للقيم	المؤشرات
1	**القيم الدينية:** مجموعة الصفات السلوكية العقائدية والأخلاقية التي توجه الفرد وجهة دينية، وتؤثر على سلوكه وشخصيته.	التفقه في الدين، الذكر، تذكر عقاب الله، الإيمان بالقضاء والقدر، الإقلاع عن الذنوب والمعاصي، الإيمان بالله، الخوف من الله، العبادات، التقوى، الإيمان بالرسل.
2	**القيم الإجتماعية:** هي التي يعبر عنها الفرد من خلال إهتمامه وميله نحو غيره من الناس، فهو يحبهم ويميل لمساعدتهم ويجد في ذلك إشباعا لمبادئه. والتي تحددها الثقافة القائمة على التسامح، الحق والقوة.	إسداء النصيحة، واجبات أسرية، الحب الأسري، تقديم يد المساعدة، مفهوم الأسرة ومكانتها، أسس تكوين الأسرة، فضل التخلق، التحذير من فساد الأخلاق، الصدق، الأمانة،
3	**القيم الإقتصادية:** مجموعة من الصفات التي يعبر عنها الفرد وميله الى ماهو نافع، ويتخذ من العالم المحيط به وسيلة للحصول على الثروة وزيادتها عن طريق الانتاج.	البركة في الكسب الحلال، شروط الكسب المشروع، المعاملات التجارية وأحكام البيوع، فضل القناعة، فتنة المال، ذم الطمع.
4	**القيم العلمية:** هي الأحكام العقلية والانفعالية التي تتعلق بقضايا العلم ومواقفه وموضوعاته، والتي تعد البوصلة الرئيسة لسلوك الإنسان بإيجابية اتجاه تلك القضايا باختلاف مواقفها العلمية والتكنولوجية والاجتماعية والثقافية.	العلم أساس العبادات والمعاملات، طلب العلم فضيلة، الحث على طلب العلم بأنواعه، التكامل بين العلمين الديني والدنيوي، الحث على الإستزادة من العلوم، سبل طلب العلم.

5	**القيم السياسية:** مجموعة القيم التي تعكس اهتمام الفرد بالحصول على القوة والسيطرة، بهدف التحكم بالأشياء و الأشخاص، وهي المبادئ التي ينبغي أن تكون بين الحاكم والرعية لتكوين الأمة مستقرة مزدهرة.	الإعتزاز بالرموز الوطنية، مفهوم المواطنة في الإسلام، نبذ التعصب المذهبي، مواجهة الفتن.
6	**القيم الجمالية:** يعبر عنها اهتمام الفرد وميله الى ماهو جميل من ناحية الشكل والتوافق والتنسيق، وهي قيم تميز الشخص بالفن والابتكار وذوق الجمال والابداع.	الحياء، الترغيب في القيم الجمالية، احترام الآراء المخالفة

الملحق رقم 02: القنوات الخاصة الجزائرية.

الملحق رقم (03) يبين الشيخ شمس الدين بوروبي في تقديمه لحصة" إنصحوني" بقناة النهار.

الملحق رقم (04) يبين وثيقة مقدمة للشيخ شمس الدين بوروبي من طرف المشايخ الصوفية.

قائمة الفهارس

فهرس الموضوعات	
العنوان	**رقم الصفحة**
ملخص البحث	
إهداء	
شكر و عرفان	
خطة البحث	
مقدمة	أ – ج
الإطار المنهجي.	1
أولا: إشكالية الدراسة.	2
ثانيا: تساؤلات الدراسة.	3
ثالثا: أهمية الدراسة	4
رابعا: أسباب اختيار الموضوع.	5
خامسا: أهداف الدراسة.	6
سادسا: المنهج المستعمل وأدواته.	6-14
سابعا: مجتمع البحث وعينته.	15-16
ثامنا: الدراسات السابقة	16-26
تاسعا: مفاهيم الدراسة	26-28
الإطار النظري.	29
الفصل الأول: تطور وسائل الإعلام السمعية البصرية والنظريات المفسرة لها.	30
المبحث الأول: مراحل تطور الوسائل السمعية البصرية.	32
المطلب الأول: ماهية البث التلفزيوني والفضائي.	32-36
المطلب الثاني: ظهور الإعلام الجديد وتطور التقنية.	36-39
المطلب الثالث: قراءة في قنوات البث الفضائي العربي.	39-42

المبحث الثاني: الإعلام، الإعلام السمعي البصري في الجزائر.	42
المطلب الأول: مفهوم الإعلام.	42-43
المطلب الثاني: ظهور الإعلام السمعي البصري في الجزائر.	43-44
المطلب الثالث: الإنفتاح على السمعي البصري.	44-47
المبحث الثالث: أهمية وسائل الإعلام السمعية البصرية و النظريات المفسرة للممارسة الاعلامية.	47
المطلب الأول: دور التلفزيون في التأثير على القيم.	48
المطلب الثاني: النظريات المفسرة لتأثير وسائل الإعلام السمعية البصرية.	49
المطلب الثالث: أهمية وسائل الإعلام السمعية البصرية.	49-52
الفصل الثاني: الإعلام الديني والقيم في الفضاء السمعي البصري.	54
المبحث الأول: مفهوم، خصائص ومصادر القيم الدينية.	55
المطلب الأول: مفهوم القيم الدينية.	55-58
المطلب الثاني: مصادر القيم الدينية.	58-60
المطلب الثالث: خصائص القيم الدينية.	61-62
المبحث الثاني: مساهمة القنوات التلفزيونية الدينية في نشر القيم.	63
المطلب الأول: مفهوم القنوات الدينية.	64
المطلب الثاني: بدايات القنوات الدينية.	64-65
المطلب الثالث: أثر القنوات الدينية.	66-68
المبحث الثالث : البرامج الدينية في وسائل الإعلام.	68
المطلب الأول: مفهوم البرامج الدينية.	68-69
المطلب الثالث: أنواع البرامج الدينية.	69-71
المطلب الثالث: طبيعة الخطاب الديني في وسائل الإعلام.	71-77
الاطار التطبيقي.	78
المبحث الأول: القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر (قناة النهار نموذجا).	80

المطلب الأول: التعريف بقناة النهار.	81-80
المطلب الثاني: قناة النهار بين الإحترافية والتنافسية.	83-81
المطلب الثالث: الشبكة البرامجية في قناة النهار.	84-83
المبحث الثاني: البرنامج التلفزيوني الديني إنصحوني.	84
المطلب الأول: التعريف بالبرنامج " إنصحوني"	85-84
المطلب الثاني: التعريف بمعد ومقدم البرنامج.	85
المطلب الثالث: مميزات معد ومقدم البرنامج.	87-86
المبحث الثالث: دراسة تحليلية لبرنامج إنصحوني.	87
المطلب الأول: عرض البرنامج من الناحية الشكلية.	90-87
المطلب الثاني: التحليل الكمي و الكيفي لأعداد العينة المدروسة.	115-90
المطلب الثالث: نتائج الدراسة.	118-116
خاتمة.	121-120
قائمة المصادر والمراجع.	136-123
الملاحق.	143-138
قائمة المحتويات.	
قائمة الجداول.	
قائمة الأشكال.	

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
01	توزيع النسب والتكرارات للمدة الزمنية للبرنامج	92
02	توزيع تكرارات ونسب اللغة المستخدمة في البرنامج	92
03	توزيع التكرارات والنسب لفئة الأساليب الإقناعية في البرنامج	93
04	يوضح التصنيف الفرعي لفئات القيم والتعريف الإجرائي لها	95
05	يوضح فئة القيم الواردة في البرنامج	97
06	يوضح التكرارات والنسب للقيم الدينية الواردة في البرنامج	103
07	يوضح التكرارات والنسب للقيم الإجتماعية الواردة في البرنامج	106
08	يوضح التكرارات والنسب للقيم الإقتصادية الواردة في البرنامج	108
09	يوضح التكرارات والنسب للقيم العلمية الواردة في البرنامج	111
10	يوضح التكرارات والنسب للقيم السياسية الواردة في البرنامج	113
11	يوضح التكرارات و النسب للقيم الجمالية الواردة في البرنامج	114

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
01	دائرة نسبية توضح تمثيل المدة الزمنية للبرنامج	92
02	دائرة نسبية توضح اللغة المستخدمة في البرنامج	94
03	دائرة نسبية توضح الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرنامج	96
04	دائرة نسبية توضح أنواع القيم الواردة في البرنامج	100
05	دائرة نسبية توضح القيم الدينية الواردة في البرنامج	103
06	دائرة نسبية توضح القيم الإجتماعية الواردة في البرنامج	106
07	دائرة نسبية توضح القيم الإقتصادية الواردة في البرنامج	109
08	دائرة نسبية توضح القيم العلمية الواردة في البرنامج	111
09	دائرة نسبية توضح القيم السياسية الواردة في البرنامج	113
10	دائرة نسبية توضح القيم الجمالية الواردة في البرنامج	115