جامعة يحي فارس بالمدية
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

الإعلام الديني وأثره في ضبط العلاقات الاجتماعية

دراسة مسحية لعينة من مشاهدي

برنامج – مفاتيح – من قناة القرآن الكريم الجزائرية

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبتين:
- نصيرة خوني
- مسعودة عريب

إشراف الأستاذة:
- نبيح أمينة

السنة الجامعية: 1437-1438/ 2016-2017

شكر وعرفان

الحمد لله والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى محمد عليه أفضل الصلاة والسلام ، ونحمد الله ونشكره على هذه النعمة الطيبة والنافعة .

يشرفنا أن نتقدم بجزيل الشكر إلى من رافقتنا في هذا المشوار ، إلى الأستاذة المشرفة "نبيح أمينة " ، و نتقدم بكل الاحترام والتقدير والشكر إلى الأستاذة الكرام الذين كانوا لنا سندا واخص بالذكر الأستاذة "عفان إيمان "

ولا نسى أن نقدم امتناننا إلى كل من ساهم في تقديم يد العون من قريب أو بعيد وإلى كل من شجعنا على إتمام هذا العمل المتواضع .

إهداء

الحمد لله الذي دعا عباده إلى الإسلام ، وصلى الله وسلم وبارك على خير الأنام ، الذي علم أمته قواعد الحلال و الحرام ، ورضي الله على أصحابه السداة الإعلام ، وعلى آله وأتباعه الكرام .

أما بعد: أهدي عملي هذا التواضع إلى التي دعمتني سرا وجهرا ليلا و نهارا ...أمي الحنون "فريحة " ، إلى من تحمل مشاق الدنيا وعنائها من أجلنا أبي الحنون "رابح" أطال الله في عمره ، إلى من أنجبنا بطن واحد وذقنا حليب واحد وعشنا تحت سقف واحد وتقاسمنا معا حلاوة الدنيا ومرها إخوتي : زهرة، خيرة، جميلة، مليكة، ساعد، صالح، كمال، عبد الهادي . والى زوجات اخوي . زهية ، نجاة وابنتها الحلوة "رحاب" وإلى أولاد أختي عماد ، احمد ، إيمان ، خديجة ، وإلى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء ،والعطاء، إلى ينابيع الحب الصافي ، إلى من معهم سعدت وبرفقتهم في دروب الحياة الحلوة والحزينة سرت ، إلى أخواتي اللواتي لم تلدهن أمي صديقاتي جميعا " أحبكم " إلى من قاسمتني هذا العمل مسعودة

إلى كل من سعته ذاكرتي ولم تسعه مذكرتي ، والى من ساندي حق مساندة ابن أختي "عماد " الذي أتمنى من الله أن يسعده في حياته .

نصيرة

الخطة

مقدمة

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

1- ا لإشكالية

2- تساؤلات الدراسة

3- أسباب اختيار الموضوع (موضوعية ، ذاتية)

4- أهداف الدراسة

5- أهمية الدراسة

6- مصطلحات البحث

7- حدود الدراسة (الإطار الزماني والمكاني)

8- الإجراءات المنهجية للدراسة

أ) منهج الدراسة

ب) مجتمع البحث وعينة الدراسة

ج) أداة الدراسة

9- الدراسات السابقة

10- صعوبات الدراسة

الإطار النظري

الفصل الثاني : الإعلام الديني الإسلامي

المبحث الأول : ماهية الإعلام الديني الإسلامي

1- مفهوم الإعلام الديني الإسلامي وخصائصه

2- نشأة الإعلام الديني الإسلامي

3- وظائف الإعلام الديني الإسلامي

المبحث الثاني : واقع الإعلام الديني الإسلامي

1- واقع وأهداف الإعلام الديني الإسلامي

2- مصادروأصول الإعلام الديني الإسلامي

3- أهمية الإعلام الديني الإسلامي

الفصل الثالث : الإعلام الديني الإسلامي وضبط العلاقات الاجتماعية

المبحث الأول : التعريف بالعلاقات الاجتماعية

1- مفهوم العلاقات الاجتماعية

2- أنواع العلاقات الاجتماعية

3- أهمية العلاقات الاجتماعية

المبحث الثاني : دور الإعلام الديني الإسلامي في تحقيق التفاعل الاجتماعي

1- مفهوم التفاعل الاجتماعي ومستوياته

2 - شروط التفاعل الاجتماعي

3 - احتياجات الإعلام الديني الإسلامي في تفعيل العلاقات الاجتماعية

4 - و سائل الإعلام الديني الإسلامي

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع :الإطار التطبيقي للدراسة

1- بطاقة فنية عن قناة القرآن الكريم الجزائرية

2- عرض وتحليل وتفسير البيانات

3- النتائج العامة للدراسة

4-الخاتمة

5- قائمة المراجع والمصادر

الملاحق

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

استمارة البحث

مقدمة

اختلط الإنسان مع غيره منذ وجوده على سطح الأرض، حيث كانت العلاقات الاجتماعية جزء من تفكيره وتحركه وتعامله بحثا عن الماء والكلأ وغير ذلك من شؤون الحياة من أجل العيش بكرامة وسعادة وهناء، إذ كان الإنسان في المجتمعات البدائية يعاني في حياته من شظف العيش وقسوة الحياة، حيث كان يستخدم أساليب متعددة من أجل أن يمكن نفسه من العيش وسط أجواء من التهديد و الحروب والتنقل و الترحال ولذلك كان القادة يستخدمون وسائل وطرق متعددة ومختلفة للسيطرة على أتباعهم.

وبتطور الإنسان قامت العديد من الحضارات،وكانت لهذه الحضارات علاقات بالجماهير، فالفراعنة استخدموا واجهات المعابد ليكتبوا عليها القوانين، واستخدموا ورق البردي والنقوش والرسائل لينشروا فيها أنباء انتصاراتهم وحروبهم وتعليماتهم وليؤثروا بالتالي على أتباعهم .واستخدم البابليون و الأشوريين النقوش والتماثيل لإبلاغ أتباعهم بما يريدونهم أن يعرفوا ، وقد وجدت في العراق ألواح تمثل نشرة موجهة للزراع تعلهم زراعة محصول جديد، هذه النشرة سابقة للنشرات التي تصدرها وزارة الزراعة أو دوائر الإرشاد الزراعي في العالم اليوم، أما الإغريق والرومان فقد اهتموا بالرأي العام واستخدموا الخطابة والمجادلة كوسيلة الإقناع واستمالة الرأي العام الذي كان يتألف من الأحرار دون العبيد، ونقش الرومان على واجهة الشيوخ عبارة "صوت الشعب من صوت الله ".

وعند العرب لعب الشعر والشعراء دورا رئيسيا في نقل وجهة نظر القبيلة إلى القبائل الأخرى التي كانت تجمع في الأسواق والتي كان من أشهرها سوق عكاظ الذي كانت تجتمع فيه

القبائل، فيتحدث شعراؤها نيابة عنها .ثم جاء الإسلام فأسهم مساهمة كبيرة في تطوير العلاقات الاجتماعية بمفهومها الفكري والتطبيقي فقد طبق الإسلام مبدأ احترام الفرد وتفكيره حيث اتبع أسلوب الحجة والإقناع وقوة الدعوة الاسلامية، التي تعد إعلام بشرع الله تعالى ، ودلالة على دينه وهديه، وأمة الإسلام امة دعوة إلى الخير، والتداعي إلى الفضل ، والإعلام في الإسلام لا ينفك عن الدعوة بحال ؛ لأنه في حقيقته بلاغ مبين لحقائق هذا الدين ، بكل أسلوب شائق ، ووسيلة تتفق في سموها ونقائها مع مضمون الدعوة الرائق ، وإذا كان الإعلاميون المعاصرون يعبرون عن الإعلام بأنه "تزويد الجماهير بالمعلومات الدقيقة ، والإخبار الصحيحة، والحقائق الثابتة والسليمة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب "،و الإعلام الإسلامي هو نقل مضامين الوحي المعصوم ووقائع الحياة البشرية المحكومة بشرع الله تعالى إلى الناس كافة .

فقد سجلت تجربة الإعلام الديني الإسلامي منذ البعثة المحمدية بإشكاله المختلفة حضورا لافتا ضمن تطور التواصل الإنساني لا يمكن التغاضي عنه خاصة في السنوات الأخيرة في ظل الانفتاح الإعلامي، ما أثار العديد من التساؤلات البحثية حول طبيعة هذا الإعلام وواقع فاعلية رسالته عبر الوسائل المختلفة على المستوى الفردي والمجتمعي ومدى بلوغ الطموحات التي تصنع المغايرة والاختلاف في الوقت الذي تحولت فيه وسائل الإعلام الحديثة الى معاول للهدم والاغتراب الديني والثقافي داخل الأمة، وتظليل للرأي العام خاصة الغربي بتشويه صورة الإسلام ، ما يزيد من مسؤولية الإعلام الديني الإسلامي في تفعيل استراتيجياته من خلال تقديم البدائل بأساليب مبتكرة تجعله أكثر تأثيرا وفاعلية حيث قضت بذلك تعاليم الإسلام.

في هذا السياق تناولنا في موضوع دراستنا الإطار المنهجي ، الذي جاء فيه إشكالية الدراسة ، وتساؤلات البحث و كذا أهدافه وأهميته ، كما تطرقنا فيه إلى أسباب الدراسة وحدودها،

وعرضنا فيه بعض الدراسات السابقة ، وتحديد المصطلحات ، ثم الخطوات الإجرائية للدراسة التي احتوت على منهج البحث وأدواته ، وتحدثنا فيه عن صعوبات الدراسة ، كما اشتملت دراستنا على ثلاث فصول ، حيث تناولنا في الفصل الأول مبحثين، فجاء في المبحث الأول ماهية الإعلام الديني الإسلامي وخصائصه ، ثم نشأة الإعلام الديني الإسلامي ،وطرحنا فيه وظائف الإعلام الديني الإسلامي

أما البحث الثاني فأدرجنا فيه واقع الإعلام الديني الإسلامي وأهدافه ، وأصول ومصادر الإعلام الديني الإسلامي و أهميته ، أما الفصل الثاني : فقد اشتمل على مبحثين كذلك ، إذ جاء في المبحث الأول : مفهوم العلاقات الاجتماعية ، ثم أنواع العلاقات الاجتماعية ،وأخيرا أهمية العلاقات الاجتماعية ، وتطرقنا في المبحث الثاني إلى تعريف التفاعل الاجتماعي ومستوياته ، ثم شروط التفاعل الاجتماعي ، وسائل الإعلام الديني الإسلامي في ضبط العلاقات الاجتماعية ،وكذا احتياجاته ، وأهمية العلاقات العامة الاجتماعية ، ولما نتحدث عن الإطار التطبيقي فقد تناولنا فيه الفصل الثالث الذي احتوى على الدراسة الاستطلاعية لبرنامج "مفاتيح " من قناة القرآن الكريم الجزائرية ، والذي اشتمل على مبحثين ، حيث طرحنا في المبحث الأول بطاقة فنية عن قناة القرآن الكريم الجزائرية ، وماهية حصة "مفاتيح"، أما المبحث الثاني فكانت فيه الدراسة الميدانية وتحليل وتفسير الجداول ، والنتائج العامة للدراسة المتوصل إليها في ضوء تساؤلات الدراسة .

1- الإشكالية:

لقد أصبح العالم اليوم يشهد تطورات مذهلة في مجال الإعلام والاتصال مما أدىإلى حدوث ثورة إعلامية اتصالية حولته إلى أكثر من قرية كونية، أثرت بشكل كبير على سلوكيات واتجاهات الجمهور المتتبع ، وأصبحت تعكس رغبة الإنسان الدائمة في إيصال أفكاره بكافة الوسائل المتاحة، ولما كان الإسلام دين دعوة وإعلام بطبيعته،ورسالة شاملة تستغرق كافة مجالات الحياة ، كانت الحاجة ماسة إلى ظهور الإعلام الديني الذي يمثل فاعلية الصدارة في بناء الإنسانوالجمعية البشرية مستمدا مبادئه المنهجية وضوابطه الشرعية من روح الشريعة الاسلامية بالحكمة والموعظة الحسنة والجدل بالتي هي أحسن،كما يبقى الإعلام المنتسب إلىالإسلام بنسبة صحيحة هو الإعلام الوحيد الذي يعمل في المجال المحلي أو الدولي،وفق سياسة واحدة لا تتغير بتغير الزمان أو المكان، ولا تتكون أو تنحرف مرضاة لفئة ومحاباة لطائفة . فالإعلام الديني ثابتة قواعده ثبات الإسلام في أصوله، متطورة وسائلهوأساليبه بتطور معطيات العصر ومتغيراته .

فهو إعلام يشمل الناس كافة على اختلاف أديانهم ومذاهبهم ،وتنوع ثقافاتهم وحضاراتهم، وينطلق في ذلك من عالمية الإسلام ودعوته؛هذا ما جاء في قوله تعالى:﴿ تَبَارَكَ ٱلَّذِى نَزَّلَ ٱلْفُرْقَانَ عَلَىٰ عَبْدِهِۦ لِيَكُونَ لِلْعَٰلَمِينَ نَذِيرًا ﴿١﴾ ﴾ الفرقان: ١

وعن انس رضي الله عنه أن نبي الله كتب إلى كسرى والى قيصر، والى النجاشي ، والى كل جبار، يدعوهم إلى الله تعالى

ونظرا لتحول بعض وسائل الإعلام الحديثة إلى وسائل للهدم والاغتراب الديني والثقافي داخل المجتمعات ،التي تعمل على محاولة تظليل الرأي العام وإفساد علاقاته الاجتماعية خاصة الإعلام الغربي من أجل تظليل صورة الإسلام،وهذا ما يزيد من مسؤولية الإعلام الديني الإسلامي في تفعيل دوره من خلال تقديم البدائل بأساليب مبتكرة تجعله أكثرتأثيرا، ولهذا السبب سوف نتحدث في بحثنا هذا عن الإعلام الديني خاصة،حيث لاحظنا أن هذا الأخير بحاجة إلى دراسة وذلك للتعرف على أهم توجهاته وتطلعاته الدينية الموجهة للجمهور الذي هو في حاجة ماسة إلى هذا الإعلام النابع من أصول الشريعة الاسلامية الغراء .

وعليه يطرح السؤال الرئيسي التالي :

هل للإعلام الديني الإسلامي دور في ضبط العلاقات الاجتماعية ؟

2- تساؤلات الدراسة

-ما هو الأثر الذي يخلفه الإعلامالديني الإسلامي في ضبط العلاقات الاجتماعية ؟

-هل تحظى قناة القران الكريم الجزائرية الخامسة بالاهتمام الكبير لدى الجماهير الجزائرية؟

-ما مدى اهتمام الجمهور الجزائري بحصة " مفاتيح" من قناة القرآن الكريم الجزائرية

-ما هو دور حصة مفاتيح في ضبط العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع ؟

-هل برنامج "مفاتيح " الذي يبث في قناة القرآن الكريم الجزائرية عالج مواضيع ساهمت في ضبط العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع الجزائري ؟

- ما هو هدف برنامج "مفاتيح" في الأساس ؟

3- أسباب ودوافع اختيار الموضوع :

الأسباب الذاتية :

لاحظنا أنالإعلام الديني الإسلامي لا يحظى بالاهتمام الملحوظ لدى الجماهير إذ تراجعت نسبة متابعة القنوات الدينية الإسلامية من قبل الجمهور ولهذا السبب دفعنا الفضول للخوض في الدراسة.

-الإحساس بوجود مشكلة في العلاقات من الناحية الدينية ونقص في ضبط العلاقات الاجتماعية .

-ميولنا الكبيرللإعلام الديني الإسلامي.

الأسباب الموضوعية :

تتجلى في رغبتنا في إثراء الميدان العلمي لهذا البحث ومساهمة منا في جعل هذا الأخير محل الدراسة والنقاش في جل جوانبه .

-التعريف بالدور الذي يلعبه الإعلام الديني الإسلامي في ضبط العلاقات داخل المجتمع.

-تعزيز التعريف بمضمون الإعلام الديني الإسلامي .

4- أهداف الدراسة :

لنجاح أي عمل نقوم به في حياتنا العملية يجب أن يرتكز على تحديد الأهداف ، إذ تعتبر هذه الأخير محفز للوصول إلى المبتغى وانحصرت أهداف دراستنا فيما يلي :

-إظهار مدى تأثير الإعلام الديني الإسلامي في ضبط العلاقات الاجتماعية

-معرفة كيفية معالجة الإعلام الديني الإسلامي للقضايا الاجتماعية من خلال برنامج "مفاتيح "الذي يبث في قناة القرآن الكريم الجزائرية ؟

-الحصول على اكبر قدر من المعلومات عن الإعلام الديني ؟

-معرفة آراء الجمهور حول الإعلام الديني الإسلامي وتوجهاته ؟

5- أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع والذي هو الإعلام الديني وضبطه للعلاقات الاجتماعية داخل المجتمع وكذلك في التعرف على اتجاهات الجمهور نحو الإعلام الديني وفهم واقع الإعلام الديني الإسلامي وأثره في ضبط العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع ، وإظهار مدى تعلق المجتمع المسلم بالإعلام الديني الإسلامي ،والبحث عن الدور الذي يلعبه الإعلام الديني(الإسلامي) في ضبط العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع ،واتت الدراسة للتعرف على مدى تأثير الإعلام الديني (الإسلامي) على الجمهور المتلقي وإظهار الوسائل المنتهجة لتصدي لبعض القيم الدخيلة التي لا تمد للإسلام بصلة .

6- تحديد مصطلحات الدراسة

1/6تعريف الإعلام لغة واصطلاحا :

لغة :مشتقمن أعلم يعلم إعلاما ؛ أي : قال بالتعريف والإخبار لغيره أعلم ، أي : أخبر، لذلك تقول العرب :أعلم فلانا الخبر ، أي : أخبره به . والإعلام التبليغ ، يقال : بلغت القول بلاغا والإبلاغ : الإيصال ، وكذلك التبليغ ، فأبلغ وبين وأوصل تعني إشاعة المعلومات وبثها وتعميمها ونشرها وإذاعتها على الناس.

أما اصطلاحا: جاء في قاموس أكسفورد وكاسل تعريف الإعلام بأنه : انتقال معلومات بين الأفراد بواسطة فرد أو جماعة بحيث تنتشر فتصبح لهم لغة للتفاهم واصطلاحا للتعامل ووسيلة للمشاركة .[1]

[1]– طه أحمد الزيدي، **المرجعية الإعلامية في الإسلام تأصيل وتشكيل**، ط1، دار النفاس للنشر والتوزيع ، الأردن، 1430-2010، ص 41-42

وتعني كلمة إعلام في مدلولها الحديث :"الاتصال بالجماهير ومخاطبتها بالخير والفكرة والمعلومات والرأي ونقل العلم إليها بالطرق والوسائل المناسبة الفعالة ،على إن يتوافق هذا الاتصال مع اتجاهات الجماهير وميولها " ويعف العلامة الألماني "اوتوجروت" الإعلام بأنه :التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت .[1]

وتفيد معاجم اللغة أن كلمة "إعلام "تغني الأخبار. وفي المعنى الاصطلاحي نجد علماء الإعلام يعرفون الإعلام السليم بأنه :"تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والحقائق الثابتة التي تساعد الناس على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات .فإذا خلت هذه العملية الإعلامية من الصدق لن تصبح إعلاما بالمعنى الصحيح.[2]

2/6 -تعريف الدين لغة واصطلاحا:

أ) الدين بالكسر العادة والشأن ،ودانه دينا بالكسر أذله واستبعده ،فدانه وفي الحديث (الكس من دان نفسه وعمل لما بعد الموت).

ب)إن الدين من الظواهر التي يصعب وضع مدلول محدد لها ،وهذا يرجع إلى العديد من الاعتبارات كتعريفه في علم الاجتماع .و يرى احمد الخشاب الدين انه مجموعة من الظواهر الإعتقادية والعلمية التي تتصل بالعالم المقدس أو تنظيم سلوك الإنسان حيال العالم .[3]

وقوله تعالى :{إنا لمدينون } أي المجريون محاسبون ،ومنه صفة الديان في صفة الله تعالى والمدين العبد ،والمدينة الأمة كأنها أذلها العمل .

والدين أيضا الطاعة ومنه الدين

[1]– عثمان سيد احمد محمد خليل ،**الشباب وأوقات الفراق ، دور التربية ووسائل الإعلام من المنظورين الإسلامي والوضعي** ،ط 1، الرياض ، 1422/ 2001ص39

[2]–فهد عبد العزيز حمد الدغيح ،**الأمن والإعلام في الدولة الاسلامية** ، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدوين، الرياض،1986–1406 ص212

[3]–زركوك سعاد، **مقاربة سوسيولوجية الإعلام الديني ، دراسة تحليلية لحصة فتاوى على الهواء**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ،2013/2012م ص15

مفهوم الإعلام الديني الإسلامي :

يعرفه محمد أمين يونس بأنه :"إعلام عام في محتواه ورسائله ،يلتزم في كل ما ينشر أو يذاع أو يعرض على الناس بالتصور الإسلامي للإنسان والحياة المستمدة أساسا من القرآن الكريم وصحيح السنة النبوية وما ارتضته الأمة لمصادر التشريع في إطارهما .

كما يعرفهحسين منتصر حاتم بأنه :"استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون عالمون عاملون بدينهم متفقون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم والبادئ والمثل للمسلمين لغير المسلمين في كل زمان ومكان في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب".[1]

مفهوم العلاقات الاجتماعية :

يعرفها إحسان محمد الحسن بأنها اتصال أو تفاعل يقع بين شخص أوأكثر من اجل إشباع حجات الإفراد الذين يكونون مثل هذا الاتصال أو التفاعل .[2]

ويعرفها جمال مجدي حسنين بأنها وضع قائم على التأثير المتبادل ناشئ بدون ورائه رغبة واعية أو قصد ذاتي مثل علاقات الإنتاج.[3]

كما يعرفها ماكس فيبر فيقول "مصطلح العلاقة الاجتماعية يستخدم غالبا لكي يشير إلى الموقف الذي من خلاله يدخل شخصان أو أكثر في سلوك معين واضعا كل منهم في اعتباره سلوك الأخر.[4]

[1]- حسين منتصر حاتم ، **اديولوجيات الإعلام الإسلامي** ، عمان، ط1،2010ص40

[2]- إحسان محمد الحسن، **موسوعة علم الاجتماع ، الدار العربية للموسوعات**، ط الأولى ،1999 ، ص ص-406 - 405

[3]- جمال مجدي حسنين ، سيوسيولوجيا المجتمع ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، 2007، ص ص98-99

[4]-نفس المرجع، نفس الصفحة

7- حدود الدراسة:

-الحدود الزمنية :

تم إجراء الجزء الميداني للدراسة في 2016-2017م

-الحدود المكانية :

بما أن موضوع الدراسة يتعلق بالإعلام الديني الإسلامي وأثره في ضبط العلاقات العامة داخل المجتمع فقد تم اختيار مجتمع الدراسة مدينة المدية

8-الإجراءات المنهجية للدراسة

1/8- المنهج المتبعللدراسة :

إن أهم ما يميز العلم عن أنماط التفكيرالأخرى هو المنهج الذي يعرفه سمير الويفيبأنه "الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة و الإجابة عن الأسئلة والاستفسارات التي يثيرها موضوع البحث ،وكذلك هو البرنامج الذي يحدد لناالسبيل للوصول إلى تلك الحقائق وطرق اكتشافها ".[1]

وبما إن موضوع دراستنا هو اثر الإعلام الديني في ضبط العلاقات العامة داخل المجتمع وغايتنا جمع البيانات والحقائق عنه بشكل كمي فان أكثر المناهج قدرة على تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن التساؤلات هو النهج المسحي .

تعريف المنهج المسحي : هو محاولة منظمة لتحليل وتأويل الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة منظمة، والمسح يرتكز على القطاع العرضي من الحاضر، ولفترة من الزمن كافية للدراسة.

والهدف منه الحصول على مجموعة من البيانات وتأويلها وتعميمها بهدف التطبيق العلمي في المستقبل القريب .[2]

والمنهج المسحي يعرفه محمد عمر النوال على انه : هو محاولة منظمة للحصول على معلومات من جمهور معين أو عينة منه وذلك عن طريق استخدام استمارات البحث أو المقابلات ،فالوظيفة الأساسية للطريقة المسحية هي توفير المعلومات حول موقف الجماعات وذلك فالمسح يدرس المتغيرات في وضعها الطبيعي دون تدخل الباحث وجاء توظيف المنهج المسحي لمساعدة و رصد الآراء وانطباعات الجمهور المستهدف حول البرنامج الديني والربط بين المتغير الجنس وللوصول إلى نتائج علمية وموضوعية تخدم أهداف البحث .

[1]–سمير الو يفي ، مرجع سبق ذكره، ص20

[2]–النشوان حسن عبد الرحمان احمد ،**العلم والبحث العلمي**، المكتب الجامعي الحديث ،، ط الرابعة، 2004،ص194.195

وبما إن موضوع دراستنا هو اثر الإعلام الديني في ضبط العلاقات العامة داخل المجتمع وغايتنا جمع البيانات والحقائق عنه بشكل كمي فان أكثر المناهج قدرة على تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن التساؤلات هو النهج المسحي

2/8- مجتمع البحث وعينة الدراسة

تستخدم العينة في البحث في حالات المجتمعات الكبير، التي تعد مفرداتها بالآلف والملايين، حيث يتعذر إجراء الدراسة وفق طريقة الحصر الشامل بسبب إمكانيات المال والوقت والجهود الضخمة التي تتطلبها هذه العملية ، ويقع تحديد العينة انطلاقا من طبيعة التكوين الداخلي للمجتمع الأصلي وطبيعة المعالجة ومستواها العلمي لموضوع المبحوث.

تعريف العينة

يلجا كل الباحثين لتحديد أفراد العينة إذا كان مجتمع الدراسة كبيرا ،ولذلك يكون التحديد طبقا لمواصفات مجتمع الدراسة حيث يشترط في ذلك تجانس الصفات والخصائص بين أفراد عينة الدراسة و مجتمعها المختارة منه .

كما يقال بان العينة يجب أن تكون انعكاسا شاملا لصفات وخصائص مجتمع البحث، كما يجب على الباحث أن يعطي الفرص المتكافئة لأفراد مجتمع الدراسة للدخول في عينة البحث ، حيث تشير بعض الآراء و الأفكار أن أفراد العينة يجب أن يمثلوا 30 % من مجتمع الدراسة ،حيث كلما كبر حجم العينة كلما كان تمثيلها لمجتمع الدراسة اصدق وأفضل .[1]

العينة هي :"تلك الطريقة التي يختار بها الباحث جزء من مجتمع البحث لكي يحكم على الكل "،" وتسمح العينة بالحصول في حالات كثيرة على المعلومات المطلوبة ،مع اقتصاد ملموس في الموارد البشرية ،والاقتصادية وفي الوقت ،ودون أن يؤدي ذلك إلى الابتعاد عن الواقع المراد ومعرفته "

أنواع العينات :

يمكن التعرف على أسلوبين لاختيار العينة هما :

[1]–عبد الهادي نبيل احمد ،**منهجية البحث في العلوم الإنسانية**، ط العربية1، 2006 ص14

❖ **العينات الاحتمالية** :ويتم اختيارها على أساس الاحتمالات وتشمل العينات العشوائية التي يختار الباحث أفرادها بحيث يكونون ممثلين للمجتمع الأصلي ويستطيع تعميم نتائجها عليه، وهذه العينات تشمل :

✓ **العينة العشوائية البسيطة** :وفيها تتوفر لدى كل فرد من أفراد المجتمع الأصلي الفرصة لاختيار بصورة مكافئة لأي فرد آخر دون تحيز أو تدخل من قبل الباحث وحتى نضمن عدم التحيز في عملية اختيارها .

✓ **العينة العشوائية الطبقية** : يتم اختيار هذا النوع من العينات عندما يكون مجتمع الدراسة غير متجانس ، حيث يقسم إلى طبقات في ضوء عدد المتغيرات المستقلة أو المعدلة.[1]

✓ **العينة العشوائية العنقودية** :وفيها يتم اختيار مجموعات وليس أفراد بصورة عشوائية ، حيث يقسم المجتمع الإحصائي إلى مجموعات جزئية واضحة (ليست طبقات ذات خصائص مشتركة نسمي كلا منها عنقودا).

✓ **العينة العشوائية المنظمة** :وتستخدم في الحالات التي يصعب فيها تحديد مجتمع الدراسة ومعرفة أفراده وعددهم وتستخدم أيضا في حالة تجانس المجتمع الأصلي .

✓ **العينة العشوائية المعيارية** : عند اختيار أية عينة نتوخى أن تكون ممثلة للمجتمع الإحصائي الذي أخذت منه ، والعينة التي تمثل مجتمعنا تمثيلا صادق ، هي تلك التي تتفق مقاييسها الإحصائية مع مقاييسه الإحصائية ، فيتفقان في الوسط والوسيط والانحراف المعياري وغيرها .

العينات غير الاحتمالية : يلجأ الباحث هنا إلى اختيار عينة غير عشوائية من المجتمع الإحصائي خاصة في الحالات التي يصعب فيها تحديد مجتمع الدراسة ومعرفة أفراده وعددهم ، فيعمد الحالة هذه إلى اختيار عينة غير عشوائية حسب مواصفات ومعايير يضعها وتفي بالغرض المنشود من الدراسة .[2]

وهناك ثلاث أنواع من هذه العينات وهي :

✓ **عينة الصدفة** :وفيها يختار الباحث عددا من الأفراد الذين يقابلهم بالصدفة . وهذا النوع من العينات لا يمثل مجتمع الدراسة بشكل دقيق ولهذا يصعب تعميم نتائج الدراسة التي تعتمد عليها على المجتمع كله .

[1]- جودت عزت عطوي ، **أساليب البحث العلمي مفاهيمه – أدواته – طرقه الإحصائية**،دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 1428-2007، ص89.

[2]- نفس المرجع ، ص92-91

- ✓ **العينة الحصصية:** تشبه هذه العينة إلى حد كبير العينة العشوائية الطبقية من حيث تقسيم المجتمع إلى طبقات ، ثم اختيار عدد معين من الأفراد من كل طبقة بما يتناسب وحجم هذه الطبقة إلى حجم المجتمع الأصلي .[1]
- ✓ **العينة الهادفة (القصدية):** يقوم الباحث هنا في اختيار عدد من الحالات أو الأفراد على أساس أنهم يحققون غرض (أو بعض) أغراض الدراسة التي سيقوم بها . وبطبيعة الحال يجب

أن يتمتع هؤلاء الأفراد بدرجة مقبولة من الموضوعية في أقوالهم وآرائهم . والثقة فيهم .[2]

يمثل عدد من سكان ولاية المدية المجتمع الكلي لهذه الدراسة ، وقد أخذنا عينة تبلغ 50مفردة . واخترنا عينة الدراسة بطريقة العينة القصدية وهي من العينات الغير احتمالية، واخترنا هذه العينة لأنها من أكثر العينات ملائمة لغرضنا الدراسي، و نظرا لان مجتمع البحث مشكل من أفراد يملكون معلومات عن البرنامج .

3/8- أدوات جمع البيانات

أدوات البحث العلمي هي تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات و البيانات المستهدفة ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر ، ولقد اعتمدنا في مشروعنا هذا على المقابلة ، والاستبيان :

2-**المقابلة :** تعتبر من أدوات جمع البيانات والمعلومات في دراسة الأفراد والجماعات الإنسانية ، والمقابلة عبارة عن لقاء أو محادثة تجمع بين الباحث والمبحوث ، ويقوم فيها الباحث بطرح مجموعة من الأسئلة وجها لوجه ، ويقوم في نفس الوقت بتسجيل الإجابات بدقة لاستخدامه في بحث علمي ، أو الاستعانة به في عملية التوجيه والتشخيص أو العلاج.[3]

ويكون للمقابلة هدف واضح ومحدد وموجه نحو غرض معين بإتباع خطوات أهمها :

-تحديد الأهداف ، تصميم دليل المقابلة ، صياغة أسئلة المقابلة .

-الدراسة الأولية ، وفي الأخير تسجيل أجوبة المبحوث بالكتابة أو التسجيل الآلي :[4]

واستعنا بالمقابلة للوصول إلى نتائج بخصوص الإعلام الديني وتأثيراته في الجمهور، حيث تم إجرائها مع المجتمع المبحوث ، وذلك قبل الإجابة عن الأسئلة المطروحة حول البرنامج، كما قمنا بإجراء مقابلة مع

---

[1]- جودت عزت عطري، المرجع السابق، ص 92

[2]- نفس المرجع، ص93

[3]- عمار بوحوش، محمد محمود الدنيبات، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001، ص75

[4]- حسان محمد الحسن، **الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي** ، دار الطليعة ، بيروت، 1982 ، ص92

بعض الصحفيين العاملين في قناة القرآن الكريم الجزائرية ، حيث كانت هذه المقابلة معهم عبر الهاتف المحمول، وكذا صفحات التواصل الاجتماعي .

3-الاستبيان :

هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعة، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، وذلك لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة حيث يستخدم الاستبيان في الحصول على معلومات دقيقة، لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها، والاستبيان يصمم قصد الحصول على معلومات خاصة بالبحث في شكل بيانات كمية تفيد الباحث في إجراء مقارنات رقمية للحصول على ما هو بصدد البحث عنه، أو في شكل معلومات كيفية تعبر عن مواقف وآراء المبحوثين من قضية معينة.

ويميز الباحثون نوعين من الاستبيان، الاستبيان المقنن والاستبيان غير المقنن.

أ) **الاستبيان المقنن:**هو الاستبيان الذي يتضمن مجموعة من الأسئلة الدقيقة والتي يضعها الباحث بعناية كبيرة للحصول على معلومات في غاية الدقة باستخدام الأسئلة المغلقة، وباختيار إجابة واحدة أو أكثر من ذلك من الإجابات البديلة.

ب) **الاستبيان غير المقنن:**هو الذي يتضمن مجموعة من الأسئلة العامة في شكل عناوين رئيسية لأهم القضايا المبحوثة باستخدام الأسئلة المفتوحة لفسح المجال للمبحوث بالتكلم قصد الحصول على أكبر قدر من المعلومات.

ومن أجل الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لدراستنا، اعتمدنا على هذه الأداة الضرورية التي سمحت لنا بطرح أسئلة بخصوص موضوع دراستنا على المشاهدين ، كما مكنتنا من الحصول على معلومات قيمة أثرت على دراستنا بصفة واضحة.[1]

9- الدراسات السابقة:

لإثراء البحث بالمعلومات يلجأ الباحث للاطلاع على مواضيع تكون خادمة لموضوع دراسته ،وذلك للحصول على معلومات تفيده وتوجهه وتساعده على انجاز بحثه بشكل جيد ، وموضوع الإعلام الديني الإسلامي وأثره في ضبط العلاقات العامة داخل المجتمع وبالرغم من قلة الدراسات التي تخدم الموضوع إلاإننا عثرنا على بعض الدراسات وهي :

الدراسة الأولى:

[1]– أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص220

دراسة احمد بن دريس **"الحرية والقيم الأخلاقية في الإعلام الفضائي الديني الإسلامي** "أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر3،السنة الجامعية 2012/2011

ومنه تناول الباحث في دراسته الإشكالية التالية : ما هي آليات إنتاج البرامج في الإعلام الفضائي الديني الإسلامي وما دور هذا الإعلام في تشكيل بعض الأطروحات الدينية للشباب الجامعي الجزائري وما مدى التزام هذا الإعلامي بمبادئ الحرية والقيم الأخلاقية ؟

حيث ترفعت منها الأسئلة التالية :

1-ما هو المفهوم العام لحرية الإعلام وأخلاقيات المهنة الإعلامية ؟

2-ما هي معالم الإعلام الفضائي العربي وتجلياته وما مدى التزامه بقيم الحرية والأخلاق ؟

3-الإعلام الفضائي الديني المتخصص ما هي آلياته وأشكاله والتصورات التي يستند عليها ؟

4- ما هي الآثار المحتملة لمشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات الإعلامية ؟

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والذي يسعى إلى وصف واقع القنوات الفضائية الدينية الاسلامية وعلاقتها بالجمهور ، وبرر التحديات التي تواجهها .

عملت هذه الدراسة على اكتشاف الآليات التي تعتمدها القنوات الفضائية الدينية الاسلامية في إنتاج البرامج الخاصة بالتحرر والقيم الأخلاقية

وتوصل الباحث من خلال دراسته إلى النتائج التالية :

-تأخر القنوات الدينية الفضائية الاسلامية عن تغطيتها الثورات العربية التالية .

-تفرغ بعض القنوات إلى السياسة وإثارة بعض القضايا السياسية الحساسة كقناة الناس .

-ظهور ملامح مجال الحرية في الوطن العربي يساعد على صياغة إعلام فضائي ديني إسلامي .

الدراسة الثانية :

دراسة سعاد زركوك ،**مقاربة سوسيولوجية للإعلام الديني** ،"دراسة تحليلية لحصة فتاوى على الهواء " ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ،جامعة عبد الحميد بن باديس –مستغانم –السنة الجامعية 2013/2012. حيث تناولت الباحثة في دراستها الإشكالية التالية : كيف يغير تطور وسائل الإعلام إحدى أهم ركيزة في المنظومة الدينية وهي الفتوى ؟

التي تفرعت منها التساؤلات الآتية :

1- تحديد نوع الطلب الاجتماعي للفتوى ، و أو ما نوع الطلب الاجتماعي للفتوى ؟

2-كيف يتفاعل المفتي مع القضايا التي تطرح على الهواء ؟

واستطاعت الباحثة من خلال دراستها الشاملة الوصول إلى نتائج عامة عن البحث تمثلت في :

3-استطاعت حصة فتاوى على الهواء إشباعأولى حاجيات ورغبات الجمهور في معرفة القضايا التي يعيشونها أو يصادفونها .

-إشباع رغبة المتابعين للحصة في معرفة الأحكام الشرعية المتعلقة بأمور دينهم ودنياهم.

-ازدياد الوعي بالإعلام الديني مؤخرا،لما يؤديه من دور مؤثر في نشر الدين والمعرفة الدينية.

الدراسة الثالثة :

دراسة سمير الو يفي ، **دور المؤسسة الدينية الرسمية في التغيير الاجتماعي ، دراسة حالة مسجد أولنوفمبر** –باتنة ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في تخصص علم الاجتماع الديني ، السنة الجامعية 2010/ 2011م الموافق ل 1430/1431:و تناول الباحث في دراسته الإشكالية التالية: ما هو دور المؤسسة الدينية الرسمية في عملية التغيير الاجتماعي .

ومن الإشكالية تفرعتالأسئلة التالية :

1-هل تعمل المؤسسة الدينية الرسمية في الجزائر على تحقيق بناء المجتمع الإسلامي المنشود والتي توافق أهداف التفسير الاجتماعي في الإسلام ؟

2-هل تعمل المؤسسة الدينية الرسمية على تغيير التحديات المعاصرة التي تواجه الأسرة المسلمة ؟

3-هل تعمل المؤسسة الدينية على تغيير التحديات المعاصرة التي تواجه الشباب المسلم ؟

4-ما هو دور النسق العقدي و العبادي والأخلاقي في عملية التغيير الاجتماعي في وقتنا الحاضر ؟

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي لأنه الأكثر ملائمة بالموضوع ، حيث يمكن الباحث من ملاحظة الظاهرة ، ووصفها و الإحاطة بها ، وجمع المعلومات والبيانات ، واستخلاص النتائج التي تمكن من الإجابة على أسئلة الدراسة .

وعملت هذه الدراسة على محاولة التأسيس للدراسات الدينية الاجتماعية ، وكذا فهم واقع المجتمع الجزائري المسلم ، وتأثير المؤسسة الدينية فيها ودورها داخل المجتمع الجزائري .

ولقد خلص الباحث في دراسته إلى النتائج التالية:

-الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة الدينية الرسمية لا تخرج من المساهمة في تحقيق أهداف التغيير في الإسلام.

-تعمل المؤسسة الدينية الرسمية في حدود إمكانيتها على تغيير التحديات التي تواجه الشباب والأسرة .

- أن المؤسسة الدينية الرسمية في الجزائر غير مستقلة في أداء عملها وهذا ما انعكس على أدائها وثقة أفراد المجتمع فيها .

10- صعوبات الدراسة:

لم تكن دراستنا لموضوع الإعلام الديني الإسلامي بالأمر الهين فقد واجهتنا العديد من الصعوبات والمشاكل التي تمثلت في ما يلي:

-قلة المراجع والمصادر وقلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع .

-صعوبة الاتصال ببعض الأساتذة للحصول على المعلومات منهم بسبب انشغالهم عدم استيعاب كثير من الأشخاص الإعلام الديني الإسلامي مما أدى إلى توضيح هذا الموضوع وإعادة شرحه عدة مرات .

-صعوبة إجراء مقابلة مع عمال قناة القرآن الكريم وذلك لكثرة انشغالهم ، وصعوبة الاتصال بهم عبر الهاتف للانشغال المستمر لهاتف المؤسسة .

-صعوبة الحصول والتعرف على متتبعي برنامج "مفاتيح "لنقص عدد متتبعيه .

تمهيد :

لقد أراد الله سبحانه وتعالى لأمة الإسلام أن تكون أمة دعوة، يقوم كل فرد فيها بواجبه في نشر كلمة الله وإشاعة الخير والرحمة والفضيلة بين الناس بالكلم الطيب والمثال الصالح والقدوة الحسنة .

قال سبحانه وتعالى :﴿ وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾ [1] حين التزم المسلمون بهذا الهدي الكريم غزواً وسادوا ونشروا العدل والخير والعلم وساهموا في إرساء قواعد الحضارة الإنسانية على أسس من الإيمان والتسامح ومكارم الأخلاق لان الحضارة الاسلامية تعتمد على التراث الحضاري المستمد من القرآن والسنة النبوية الشريفة ولا تفصل بين الدين والدولة.بخلاف الحضارة الغربية التي تعتمد على التراث الحضاري الكلاسيكي (الفلسفة الإغريقية والقانون الروماني)،والكتاب المقدس (التوراة و الإنجيل)والفكر المسيحي الذي يفصل بين الدين والدولة .[2]

إذ نلاحظ أن الإعلام الفضائي الغربي بات من افعل أدوات العولمة المعاصرة لترويج السموم الفكرية والأخلاقية،وتجميل وجه الحضارة الغربية، حتى صار الإنسان العربي اليوم يعيش في غابة عالمية فضائية! لكن ظهرت في الآونة الأخيرة مؤسسات إعلامية ومنظمات رسمية وشرفية تعمل في ميدان الدعوة الاسلامية وذلك لرد الاعتبار للإسلام والمسلمين، وتعلوا كلمة الله، ويكونوا في المنزلة التي أرادها الله تعالى لهم في قوله عز وجل:﴿ كُنتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۗ ﴿١١٠﴾ ﴾ [3]

---

[1] – سورة آل عمران ،الآية :104

[2] رشدي شحاتة أبو زيد ،**مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد**، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، ط1، 2011، ص19

[3] – آ ل عمران ، الآية:110

المبحث الأول :الإعلام الديني (الإسلامي)

إن الإعلام كان ولا يزال أداة هذا الدين ودعامته الرئيسية في كل المجتمعات ، فالدين الإسلامي دين دعوة ، والدعوة عمل إعلامي بكل ما تحمل هذه العبارة من معنى ، فالدعوة عمل إعلامي بكل ما تحمل هذه العبارة من معنى ، فالدعوة عمل إعلامي يخاطب العقل ، ويستند إلى المنطق والبرهان ، ويعمل على الكشف عن الحقيقة ، فالأمر بالمعروف ، والنهي عن المنكر لن يأتيا إلا عندما يقوم كل مسلم بأداء المهمة الإعلامية التي كلفه بها وبه ، والتي تتمثل في الدعوة إلى الله ، فقد فضل الله الذين يتصدون لها وميزهم وقربهم إليه عمن سواهم.

1-مفهوم الإعلام الديني (الإسلامي):

الإعلام الإسلامي وان كان مازال في طور التأصيل من الناحية النظرية والعملية ،فان تعريفاته أيضا نجدها متعددة ،منها :

يرى محمد سيد محمد أن الأصل في الإعلام الإسلامي انه "الإعلام العام غير المتخصص لمجتمع مسلم أو دولة مسلمة أو حكومة إسلامية. ولكن الواقع المعاصر لمجتمعاتنا الاسلامية ونحن في القرن الخامس العشر هجري يحتم علينا القول بأن الإعلام الإسلامي في ظروفنا المعاصرة هو صورة من صور الإعلام المتخصص وهو(الإعلام الديني)" [1]

ويعرفه "محي الدين عبد الحليم: بأنه " تزويد الجماهير بحقائق مباشرة من خلال وسيلة إعلامية عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويترجمها إلى واقع في سلوكه ومعاملاته".[2]

في نفس السياق يعرفه" فهد عبد العزيز حمد الدغيج " بأنه "الإعلام الإسلامي بأنه "ذلك الجهد ألقولي والعملي الذي يستهدف تبيان الإسلام وشرح مبادئه ونظمه وتوضيح مزاياه بمختلف الرسائل والأساليب غير العسكرية، ذلك أن الجهود العسكرية في هذا السبيل قد تخير لها الإسلام مصطلحا لا نحب الميل عنه وهو "الجهاد" مع العلم أن مفهوم الجهاد هو مفهوم شامل يتناول الجهاد بالسيف والجهاد باللسان، أي انه بعبارة أخرى يمكن أن يدخل فيه الإعلام كجهاد سلمي" [3]

---

[1]- محمد سيد محمد ، **المسؤولية الإعلامية في الإسلام " من البعثة إلى القرن الحادي والعشرون** ، دار الفكر العربي ، 1468-2008، ص43

[2]- رشدي شحاتة أبو زيد، مرجع سبق ذكره، ص ص24-25

[3]- فهد عبد العزيز حمد الدغيج، **الأمن والإعلام في الدولة الاسلامية**، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، 1406-1986، ص 214

كما عرفه عبد الوهاب كحيل بأنه "الإعلام الذي يستخدم منهجًا إسلاميًا بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون عالمون عاملون بدينهم متفهمون لطبيعة الإعلام ،ووسائله الحديثة ،وجماهيره المتباينة مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار الحضارة والإخبار الحديثة والقيم الأخلاقية ،والمبادئ والمثل للمسلمين ولغير المسلمين من كل زمان ومكان من حيث الموضوعية التامة بهدف التوجيه و التوعية والإرشاد لأحداث التأثير المطلوب .[1]

2- خصائص الإعلام الديني(الإسلامي).

يعد الإعلام الإسلامي نظرية قائمة بذاتها تتميز بخصوصيات ومقاصد ها وقيمها، فالإعلام الإسلامي كما يقول " محمد الغزالي" :"وثيق الإيمان برسالته عظيم المغالاة بها و أن الصبغة الدينية والعبا دية لا يمكن أن تنفك عن أعماله،ووسائله المختلفة ،وأجهزة الإعلام عندما تؤدي دورها والحال هذه –هي ميادين جهاد ومساجد صلاة ومد ارج تقوى ورضوان ".[2]

ويبدو ذلك بمعنى أكثر وضوحا من خلال استعراض أهم أسس وخصائص الإعلام الإسلامي من وجهة نظر الفقه الإسلامي والتي تجعله يجوز على ثقة المستمعين ويتمتع بقوة وفاعلية يظهر تأثيرها الإيجابي على سلوكهم وعبادتهم .

-الإعلام الإسلامي إعلام مسؤول : كما جاء في تفصيل الحديث الشريف الذي أخرجه البخاري ومسلم في صحيحهما عن النبي صلى الله عليه وسلم انه قال (ألا كلكم راع وكلكم مسؤول عن وعيته فالأمير على الناس راع ومسؤول عن رعيته ، والرجل راع على أهله بيته وهو مسؤول عنهم والمرأة راعية على بيت بعلها وولده وهي مسؤولة عنهم ، والعبد راع على مال سيده وهو مسؤول عنه ألا كلكم راع وكلكم مسؤول عن رعيته)

- الإعلام الإسلامي حق لكل مسلم ومسلمة : إن الإعلام يستهدف الوصول إلى الإنسان أيا كان لونه أو لسانه ليستنقذه لا ليستهويه، وليعينه على تحقيق رسالته في الحياة في ظل مناهج الدين والحق .

- الإعلام الإسلامي يعتمد على مخاطبة العقول والذهن:[3]

وذلك في قوله عز وجل : ﴿ وَٱللَّهُ أَخۡرَجَكُم مِّنۢ بُطُونِ أُمَّهَٰتِكُمۡ لَا تَعۡلَمُونَ شَيۡـٔٗا وَجَعَلَ لَكُمُ ٱلسَّمۡعَ وَٱلۡأَبۡصَٰرَ وَٱلۡأَفۡـِٔدَةَ لَعَلَّكُمۡ تَشۡكُرُونَ ٧٨ ﴾ [4]

[1]– مروى عصام صلاح ، **الإعلام الإسلامي المعاصر**، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع ، الأردن، ط1، 2015،ص 125

[2]– رشدي شحاتة ، مرجع سبق ذكره ، ص 375

[3]– نفس المرجع ، ص ص 377-406

[4]– سورة النحل، الآية : 78

- **الإعلام الإسلامي يعمل على إعداد المسلم على نهج الله** : لابد أن يكون الإعلام الإسلامي متأدبا بآداب الإسلام ملتزما بأوامره منتهيا عن نواهيه ، وان يقوم على الكلمة كما يرتضيها الإسلام فكرا وأسلوبا ونهجا وغاية.

- **الإعلام الإسلامي إعلام صادق** : الصدق سمة القران الكريم، فالقران الكريم كتاب الدعوة جاء من الحق وبالحق ،والقران الكريم قد نهى عن الكذب ولعن الله الكاذبين في آيات كثيرة .

ونهى النبي صلى الله عليه وسلم عن الكذب كما جاء في الحديث ((آية المنافق ثلاث : إ ذا حدث كذب ،وإذا وعد أخلف ،وإذا أتمن خان)).

- **الإعلام الإسلامي إعلام الواقعية** : الواقعية التي نعنيها هنا ليست هي الأمر الواقع في الإعلام المسلم ليس خاضعا لما يريده الناس ،ولكنه ملتزم بالمذهبية التي جاء بها شرع الله والواقعية هنا تعني احتياج الإنسان بحكم تكوينه الفطري لشرع الله تعالى ،وتعني إمكان تتحقق هذا الشرع في حياة الناس .[1]

- **الإعلام الإسلامي إعلام المرونة** : وهذه الخاصية للإعلام الإسلامي أو للنظرة الاسلامية للإعلام تنعكس عليها من المذهبية الاسلامية ،فهي على ثبات أصولها مستمرة في الزمان والمكان، وصفة الاستمرارية هذه تتطلب القدرة على مواجهة التطورات سواء في كيفية المواجهة أو في وسائل المواجهة .

- **الإعلام الإسلامي إعلام الشمولية** : الشمولية في النظرة الاسلامية للإعلام الإسلامي لا تعني فقط هذا الامتداد في المكان لتستوعب الدنيا كلها وهذا الامتداد في الزمان ليحتوي البشرية في كل أجيالها ،بل هو أيضا منهج شمولي تمدد زوايا الرؤية فيه لتشمل الإنسان في حياته العقلية وحياته الوجدانية وحياته الجسدية.[2]

[1]- محمد كمال الدين إمام، **الإعلام الإسلامي**، دار الجامعية الجديدة ، مصر، 2004، ص ص136-144

[2]- نفس المرجع، ص150-154

- إعلام عقدي مسلكي : فهو قائم على العقيدة والإيمان ، ويرتبط بإحكام الإسلام وتعاليمه وهديه وأخلاقه وذلك في قوله تعالى :﴿ وَكَذَٰلِكَ جَعَلۡنَٰكُمۡ أُمَّةٗ وَسَطٗا لِّتَكُونُواْ شُهَدَآءَ عَلَى ٱلنَّاسِ وَيَكُونَ ٱلرَّسُولُ عَلَيۡكُمۡ شَهِيدٗاۗ وَمَا جَعَلۡنَا ٱلۡقِبۡلَةَ ٱلَّتِي كُنتَ عَلَيۡهَآ إِلَّا لِنَعۡلَمَ مَن يَتَّبِعُ ٱلرَّسُولَ مِمَّن يَنقَلِبُ عَلَىٰ عَقِبَيۡهِۚ وَإِن كَانَتۡ لَكَبِيرَةً إِلَّا عَلَى ٱلَّذِينَ هَدَى ٱللَّهُۗ وَمَا كَانَ ٱللَّهُ لِيُضِيعَ إِيمَٰنَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ بِٱلنَّاسِ لَرَءُوفٞ رَّحِيمٞ ١٤٣ ﴾ [1]

- إعلام القراءة الواعية للتاريخ واستشراف المستقبل : مصداقا لقوله تعالى :﴿ مَّا كَانَ عَلَى ٱلنَّبِيِّ مِنۡ حَرَجٖ فِيمَا فَرَضَ ٱللَّهُ لَهُۥۖ سُنَّةَ ٱللَّهِ فِي ٱلَّذِينَ خَلَوۡاْ مِن قَبۡلُۚ وَكَانَ أَمۡرُ ٱللَّهِ قَدَرٗا مَّقۡدُورًا ٣٨ ﴾ [2]

- إعلام الحرية الواعية المنضبطة بالسلام : وهذا ما جاء في قوله تعالى :﴿ وَلۡتَكُن مِّنكُمۡ أُمَّةٞ يَدۡعُونَ إِلَى ٱلۡخَيۡرِ وَيَأۡمُرُونَ بِٱلۡمَعۡرُوفِ وَيَنۡهَوۡنَ عَنِ ٱلۡمُنكَرِۚ وَأُوْلَٰٓئِكَ هُمُ ٱلۡمُفۡلِحُونَ ١٠٤ ﴾

- إعلام الرقابة الذاتية : أن هذه الرقابة تشكل مفصلا محوريا للقائم بالعمل الإعلامي الإسلامي فيضع حركاته وسكناته "تحت رعاية الله وسلطانه ورقابته فيستلهمه كمشروع لكرامته في أدق التفاصيل " [3]

- إعلام التدرج : حمل قضايا الدين بالتأني والتدرج حتى يقتنع الناس .

- إعلام الحكمة : وضع الشيء في موضعه وفي الإعلام تعني تقديم ما يحتاجه الناس بطريقة مشوقة مقنعة .

- إعلام الإقناع : كان هدي النبي الكريم صلى الله عليه وسلم الإقناع واعتماده الأدلة وسار على نهجه أصحابه

- إعلام الإثارة : الإثارة ليست مقصودة لذاتها بل لحشد الناس تجاه قضية معينة وتوجيه انتباههم لها والغرض التعاطف والدعم والمؤازرة والمشاركة .[4]

- إعلام قاعدته الحرية وقمته المسؤولية .

- إعلام حرمات وحقوق .
- إعلام ملتزم بالإسلام وأخلاقه .
- إعلام مستقل رافض للتبعية .

---

[1]- سورة البقرة، الآية : 143

[2]- سورة الأحزاب، الآية ،38

[3]-إنصاف بنت أيوب بن حمدان المومني ، مرجع سبق ذكره ، ص49

[4]- المرجع السابق ،ص ص62-44

- إعلام القدوة الحسنة والمثل الصالح .
- إعلام موضوعي هادف.
- إعلام قائم على الإقناع لا الإكراه .[1]

3- نشأة الإعلام الديني الإسلامي وتطوره :

الإعلام كمضمون، وسيلة ناقلة لذلك المضمون وجد بوجود هذا الإنسان ونشأ معه وأرتبط باستخلافه في الأرض ﴿ قَالَ يَٰٓـَٔادَمُ أَنۢبِئۡهُم بِأَسۡمَآئِهِمۡۖ فَلَمَّآ أَنۢبَأَهُم بِأَسۡمَآئِهِمۡ قَالَ أَلَمۡ أَقُل لَّكُمۡ إِنِّيٓ أَعۡلَمُ غَيۡبَ ٱلسَّمَٰوَٰتِ وَٱلۡأَرۡضِ وَأَعۡلَمُ مَا تُبۡدُونَ وَمَا كُنتُمۡ تَكۡتُمُونَ ﴿٣٣﴾ ﴾ البقرة:.[2]

فهذه الآية يستفاد منها أن الإنسان عرف الإعلام من أول وهلة في الحياة وكان يمارسه بطرق فطرية ألهمه الله عز وجل بها وعلمه إياها .

ولقد كان الإنسان الأول حيث لا تسعه اللغة بما يريد الإفصاح منه يستخدم للتخاطب بعض الأصوات التي تعبر عن مواده ويفهمها المخاطب مثل : الإشارات ،وإشعال النار ، والنداء بأصوات معينة ،ودق الطبول وغير ذلك من الأمور البدائية والتي لا يزال بعضها إلى عصرنا هذا [3]والحقيقة أن الإعلام كمضمون حق لهداي البشرية ومحتوى حقيقة يجب أن تعرفها البشرية منذ سكنت الأرض : نشأ مع أول رسول أرسله الله عز وجل إلى عباده وأمر بالتبليغ والبيان .[4]

قال تعالى : ﴿ إِنَّآ أَوۡحَيۡنَآ إِلَيۡكَ كَمَآ أَوۡحَيۡنَآ إِلَىٰ نُوحٖ وَٱلنَّبِيِّـۧنَ مِنۢ بَعۡدِهِۦۚ وَأَوۡحَيۡنَآ إِلَىٰٓ إِبۡرَٰهِيمَ وَإِسۡمَٰعِيلَ وَإِسۡحَٰقَ وَيَعۡقُوبَ وَٱلۡأَسۡبَاطِ وَعِيسَىٰ وَأَيُّوبَ وَيُونُسَ وَهَٰرُونَ وَسُلَيۡمَٰنَۚ وَءَاتَيۡنَا دَاوُۥدَ زَبُورٗا ﴿١٦٣﴾ وَرُسُلٗا قَدۡ قَصَصۡنَٰهُمۡ عَلَيۡكَ مِن قَبۡلُ وَرُسُلٗا لَّمۡ نَقۡصُصۡهُمۡ عَلَيۡكَۚ وَكَلَّمَ ٱللَّهُ مُوسَىٰ تَكۡلِيمٗا ﴿١٦٤﴾ رُّسُلٗا مُّبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ لِئَلَّا يَكُونَ لِلنَّاسِ عَلَى ٱللَّهِ حُجَّةُۢ بَعۡدَ ٱلرُّسُلِۚ وَكَانَ ٱللَّهُ عَزِيزًا حَكِيمٗا ﴿١٦٥﴾ ﴾[5]

وكانت الرسالة الإعلامية قاصرة على قوم ذلك الرسول أو الأمة التي نشا فيها حيث كان لكل امة رسول يقوم بواجب الإعلام فيها قَالَ تَعَالَىٰ:﴿ إِنَّآ أَرۡسَلۡنَٰكَ بِٱلۡحَقِّ بَشِيرٗا وَنَذِيرٗاۚ وَإِن مِّنۡ أُمَّةٍ إِلَّا خَلَا فِيهَا نَذِيرٞ ﴿٢٤﴾ ﴾ [6]

---

[1]- منتصر حاتم حسين، مرجع سبق ذكره، ص ص 58-59

[2]- سورة البقرة، الآية : 33

[3]- عبد الله قاسم الوشلى، **الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر** ، ط1 ، دار عمار للنشر والتوزيع ، 1414- 1994، ص ص16-17

[4]- نفس المرجع ، ص 18

[5]- سورة النساء، الآية: 124-165

[6]- سورة فاطر، الآية: 24

وقال تعالى :﴿ وَمَآ أَرۡسَلۡنَا مِن رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوۡمِهِۦ لِيُبَيِّنَ لَهُمۡۖ فَيُضِلُّ ٱللَّهُ مَن يَشَآءُ وَيَهۡدِي مَن يَشَآءُۚ وَهُوَ ٱلۡعَزِيزُ ٱلۡحَكِيمُ ٤ ﴾ [1]

❖ العلاقات الإنسانية في صدر الإسلام :

نسمع في العصر الذي نعيش فيه بمادة جديدة من مواد الإعلام هي مادة (العلاقات العامة)غير إن هذه المادة إنما تعتبر جزءا من علم أوسع هو علم العلاقات الإنسانية، وينقسم هذا الإعلام إلى قسمين : العلاقات الداخلية أو الخاصة، والعلاقات الخارجية أو العامة ، لا غنى للمؤسسات الحكومية أو الأهلية عن القسمين معا. [2]

أما العلاقات العامة فهي علاقات المؤسسات بالجماهير من الخارج و أما العلاقات الخاصة فهي علاقات المؤسسة في الداخل ولعل اكبر شاهد على ما نقول أن رسول الله صلى الله عليه وسلم بدا رسالته بدعوة أهله وعشيرته إلى الإسلام، فبدا بدعوة زوجته السيدة خديجة وغلامها ياسر وسمية وزوجها ياسر ،هذا في المرحلة السرية من مراحل الدعوة ، ثم بدا العلنية بدعوة بني هاشم . والعجب أن النظريات الحديثة في العلاقات الإنسانية تقول أن هذه العلاقات ينبغي أن تبدأ من الداخل ثم تنتهي بالعلاقات العامة أو العلاقات من الخارج ، والرسول الكريم صلى الله عليه وسلم اهتدى إلى ممارسة هذا النوع من أنواع الإعلام وهو العلاقات الإنسانية –بطريقة يقرها العلم الحديث .

ولقد عرف الناس في البيئات القديمة كلا من الإعلام والدعاية، ولكن بالصور والوسائل التي تناسبها، كما عرف الناس في تلك البيئات القديمة كلا من الإعلان والعلاقات العامة والتعليم بالصور والوسائل التي تتناسب معها وهكذا. وإذا ما تحدثنا عن العصر الجاهلي ووسائله المستخدمة للإعلام نجد:

[1]– سورة إبراهيم، الآية:4

[2]– عبد اللطيف حمزة، **الإعلام في صدر الإسلام**، دار الفكر العربي ، القاهرة ، بدون طبعة ، ص24

- وسيلة التجارة : حيث كانوا ينقلون الأخبار ويقتسمون بعض مظاهر المدينة وينقلونها من مكان إلى مكان .[1]

- البعثات اليهودية والنصرانية التي كانت تتغلغل في جزيرة العرب تدعو إلى دينها ونشر تعاليمها.

ثم من وسائل الاتصال بالجماهير في الجاهلية أول من أسباب هذا الاتصال ووجوده

- إنشاء الآمرات على الحدود –ذلك أن الجزيرة العربية كانت تقع بين أعظم حضارتين آن ذاك:

الحضارة الفارسية والحضارة الرومانية.[2]

❖ **الإعلام الديني (الإسلامي) في صدر الإسلام:**

اتخذ الرسول الكريم العظيم صلى الله عليه وسلم . خطوات لتحقيق عرضه وهو نشر الإسلام حيث بدا بالمرحلة السرية التي اعتمد فيها على وسيلتين من وسائل الإعلام – وهما وسيلة القرآن الكريم ووسيلة المؤمنين الأولين ، أما المرحلة العلنية (الدعوة العلنية) فاعتمد فيها على :

- ✓ -وسيلة الخطبة النبوية .
- ✓ -وسيلة الاتصال المباشر بجماهير الناس .

وبالوسيلة الأولى من وسائل الإعلام في المرحلة العلنية وهي وسيلة الخطبة النبوية ألقى النبي صلى الله عليه وسلم البيان الأول لهذه الثورة – فقد صعد رسول الله صلى الله عليه وسلم يوما جبل (الصفا) ونادي بأعلى صوته : يا معشر قريش – قالت قريش : محمد على الصفا يهتف ، وأقبلوا عليه يسألونه ماذا يريد ؟ فقال الرسول الأعظم : هل سمعتموني ذات يوم أقول كذبا ؟ فأجاب الحاضرون بصوت واحد : لا...

[1]– عبد اللطيف حمزة، **الإعلام في صدر الإسلام**، مرجع سبق ذكره، نفس المرجع ، ص 24

[2]–نفس المرجع ، ص ص23 – 24

لم نعرف منك غير الصدق؛ ثم سألهم الرسول صلى الله عليه وسلم : أرأيتم لو أخبركم أن خيلا بسفح هذا الجبل –أكنتم تصدقونني ؟ فقال الجميع: نعم, أنت عندنا غير متهم، وما جربنا عليك كذبا قط.[1]

هذا واستجمع الرسول صلى الله عليه وسلم الصادق الأمين كل قوته وقال لهم :

يا بني عبد المطلب يا بني عبد مناف يا بني زهرة

يا بني تميم يا بني مخزوم يا بني أسد

إن الله قد أمرني أن أنذر عشيرتي الأقربين ، وإني لا املك لكم من الدنيا منفعة ، ولا من الآخرة نصيبا إلا أن تقولوا "لا إله إلا الله ".

ثم أكمل بيانه هذا بأن دعاهم إلى نبذ الوثنية ، واجتناب الفواحش والإيمان بوحدانية الله وانتهاج سبيل الخير.[(2)]

وبالوسيلة الثانية من وسائل الإعلام في المرحلة العلنية وهي وسيلة الاتصال المباشر بجماهير الناس، اعتمد الرسول الكريم صلى الله عليه وسلم على أنظمة إعلامية تمثلت في :

- **عرض الرسول نفسه على القبائل العربية** :وهذه الوسيلة (الاتصال الشخصي) :

كانت أولى الوسائل التي مارسها الرسول صلى الله عليه وسلم في نشر الدعوة وأول خطوات العمل الإعلامي الكبير الذي قام به الرسول صلى الله عليه وسلم بل كانت من أخطر هذه الصور الإعلامية على الإطلاق وقد التزم الرسول صلى الله عليه وسلم بهذه الوسيلة الخطرة منذ بدء الرسالة إلى أن توفاه الله سبحانه وتعالى .[(3)]

ولقد كان النبي صلى الله عليه وسلم وهو يعرض نفسه على القبائل العربية يتبع طرق الدعوة العلنية التي رسمتها الآية الكريمة ﴿ ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِۖ وَجَٰدِلۡهُم بِٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعۡلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦۖ وَهُوَ أَعۡلَمُ بِٱلۡمُهۡتَدِينَ ١٢٥ ﴾ [(4)]

---

[1]– عبد اللطيف حمزة ، مرجع سبق ذكره نفس المرجع ، ص 118

[2]– نفس المرجع، ص119 ،

3– روى الحديث الإمام البخاري

[3]– رشدي شحاتة أبو زيد، مرجع سابق ،ص30

[4]– سورة النحل ، الآية :125

- **-إقامة العلاقات الودية مع اليهود :**

لقد وجد الرسول صلى الله عليه وسلم عند هجرته من مكة إلى المدينة المنورة التي استقر بها تسكنها ثلاث عشائر يهودية كبيرة هي :

1- بنو النضير.

2- بنو قريظة .

3- بنو قين قاع .

أما بقية سكان المدينة فكانت تتألف من قبيلتين هما

1-قبيلة الأوس .

2-قبيلة الخزرج .

وكانت الكثرة من هاتين القبيلتين قد دخلت في الإسلام .[1]

فقد فكر الرسول صلى الله عليه وسلم في عقد (ميثاق) بين المسلمين واليهود وعرضه عليهم وكان هذا الميثاق يتألف من البنود التالية :

1- أن يتعايش المسلمون واليهود في داخل المدينة وكأنهم امة واحدة وهذا ما معبر عنه في العصر الحديث بكلمة (التعايش السلمي) .

2- أن يلتزم كل من الفريقين دينه وإلا يتدخل في دين الأخر .

3- يجب على كل من الفريقين في حالة نشوب الحرب مع فريق ثالث أن يبادر لنصر الأخر ، ولكن بشرط أن يكون الفريق المعتدي عليه مظلوما وان يكون الفريق المعتدي هو الظالم .

4- في حالة الهجوم على المدينة نفسها يجب على الفريقين أن يتعاونا في الدفاع عنها معا .

5- على الفريقين أن يتشاورا في الصلح إذا رغبا فيه .

6- ينظر الفريقان إلى المدينة على أنها بلد حرام لا يحل فيه سفك الدماء .

[1]- صفى الرحمن المبارك فوري ، **الرحيق المختوم**، مطبعة الأنوار المحمدية، ص ص225-226

7- في حالة النزاع بين الفريقين يكون الرسول صلى الله عليه وسلم هو الحكم الأخير .[1]

- **بعثات الرسول إلى الأمراء والملوك :**

عندما عاد الرسول صلى الله عليه وسلم من صلح الحديبية دعا المسلمين إلى اجتماع عام أوضح لهم فيه أن الإسلام جاء رحمة للناس كافة ، وقد حان الوقت لحمل الرسالة الاسلامية إلى جهات أخرى في داخل بلاد العرب وفي خارجها .[2]

واستقر رأي الرسول صلى الله عليه وسلم على أن يبعث إلى كل واحد من هؤلاء الملوك بوفد من قبله صلى الله عليه وسلم ومع الوفد رسالة خاصة يدعوهم فيها إلى عبادة الله وحده والى الإيمان الذي جاء به محمد صلى الله عليه وسلم. فبعث صلى الله عليه وسلم .

1-دحية بن خليفة الكبى إلى قيصر ملك الروم.

2-وعبد الله بن حذافة السهمي إلى كسرى ملك فارس.

3-وعمر بن أمية الضمري إلى النجاشي ملك الحبشة .

4-وحاطب بن أبي بلتعة إلى المقوقس ملك الإسكندرية .

5-وعمر بن العاص ألهمي إلى جيفر وعيد ابني الجندي ملكي عمان .

6-وسيط بن عمر والى (ثمامة بن لآثار وهوازة بن على) إلى الحنفيين ملكي اليمامة .

7-والعلاء بن الحضرمي إلى المنذر بن ساوي العبدي ملك البحرين .

8-وشجاع بن وهب الأسرى إلى الحارث بن أبي شمر العنساني ملك تخوم الشام.[3]

ولقد قام الرسول صلى الله عليه وسلم بهذه الحركة الإعلامية الواسعة النطاق ، وأوفد البعثات إلى جميع الجهات بعد أن نزلت الآية الكريمة

﴿ قُلْ يَٰٓأَهْلَ ٱلْكِتَٰبِ تَعَالَوْا۟ إِلَىٰ كَلِمَةٍ سَوَآءٍۭ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا ٱللَّهَ وَلَا نُشْرِكَ بِهِۦ شَيْـًٔا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِّن دُونِ ٱللَّهِ ۚ فَإِن تَوَلَّوْا۟ فَقُولُوا۟ ٱشْهَدُوا۟ بِأَنَّا مُسْلِمُونَ ﴿٦٤﴾ ﴾ (1)

[1]- عبد اللطيف حمزة ، مرجع سابق ، ص 139

[2]- رشدي شحاتة أبو زيد ، مرجع سابق ، ص ص36-37

[3]- تحقيق محي الدين ،**سيرة النبي لابن هشام** ، ج 4 ، مطبعة حجازي بالقاهرة ، سنة 1938 ، ص 278

إن هذا العمل هو عمل إعلامي من الدرجة الأولى ذلك انه يهدف إلى التعايش السلمي على أحسن وجه ، و به ينظر التاريخ إلى الرسول صلى الله عليه وسلم على انه رجل ممتاز في جميع الميادين .[2]

❖ نبذة تاريخية عن الإعلام الديني (الإسلامي) المعاصر :

ظل الإعلام الديني (الإسلامي)العربي، إلى سنوات خلت مقتصرا على المساجد وبعض الجرائد ،والكتيبات ،والمجلات المتخصصة ، والتي تصدرها مجموعة من الهيئات -الرسمية وغير الرسمية –الوصية على الدين في إحدى البلدان العربية والمسئولة عنه ،مثل مجلة الدعوة التي تصدر عن رابطة العلماء المسلمين ، مجلة البيان التي تصدر عن إحدى مؤسسات النشر السعودية ... بالإضافة إلى تخصيص عدد من الصحف العربية لملاحق دينية تصدر بصفة منتظمة تهتم بالشأن الديني تحاول البحث عن علاقة بعض القضايا المرتبطة بالحياة المعاصرة مع ما هو موجود في التراث الديني الإسلامي من خلال الرغبة في التميز بطرح جديد للفكر الديني الإسلامي.[3]

والإعلام الديني قديم قدم ظهور الصحافة المكتوبة (.) بل ومع ظهور وانتشار الكلمة المنطوقة "اللغة" فكانت الدعوة إلى التمسك بالأعراف الدينية السائدة في المجتمعات وعدم الخروج عن النواميس اللاهية التي هي جزءًا من الوجود البشري الذي يعتبر في حد ذاته جزءًا من التواصل الديني الذي حدث منذ خلق الله آدم على وجه البسيطة ....غير انه تاريخيا يلاحظ أن الصحافة الدينية المسيحية كانت اسبق من ظهور الصحافة الدينية الاسلامية لعدة أسباب أولها أن الصحافة ارتبطت باختراع الطباعة ، والسبب الثاني هو الدعوة للتبشير ،وبعدها بسنوات طويلة بدأت الدول العربية والدول الاسلامية تعرف الصحافة والطباعة ، لكن تم تسخيرها في البداية لخدمة الحاكم والمستعمر في بعض البلدان لتظهر فيما بعد الصحف الدينية الاسلامية في مختلف البقاع الاسلامية .[4] وبعد ذلك ظهرت العديد من الإذاعات التي تعمل على نشر المسيحية في بلدان العالم خاصة في البلدان التي تتبنى الإسلام دينا لها . فظهرت الإذاعات الدينية المسيحية في أوربا وفي الولايات المتحدة وحتى في داخل بعض البلدان العربية المستعمرة مثل لبنان ومصر وسوريا، ولما ظهر التلفزيون أيضا جعل منه وسيلة من الوسائل الإعلامية التي تسعى الهيئات الدينية إلى استغلالها لتحقيق الانتشار والقابلية في نفوس الجماهير.[5]

---

[1]- سورة آل عمران ، الآية : 64

[2]- عبد اللطيف حمزة ، مرجع سبق ذكره ، ص138

[3]- احمد إدريس ، **الحرية والقيم الأخلاقية في الإعلام الفضائي الديني الإسلامي** ،أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ، 2011، 2012 ، ص ص 159-161

[4]- احمد دريس ، المرجع السابق ، ص162.

[5]- صلاح عبد اللطيف ، **الصحافة المتخصصة** ، مكتبة ومطبعة الإشعاع ، مصر ، ط1، 2001، ص 93.

لم تمض سنوات، حتى بدأت بعض الحكومات وبعض المهتمين بقطاع الإعلام ، بالتأسيس لمرحلة جديدة أتاحت ظهور القنوات الفضائية "العربية "التي ومنذ البداية بدأت تبحث لها عن مكان لدى المشاهد العربي بسلوكها منهج يراعي خصوصيات واحتياجاته، و مع تجاوز عدد القنوات الفضائية العربية المائي قناة بين حكومية وخاصة ، بدأ التفكير في التخصص والابتعاد قدر الإمكان عن العمومية ، فظهرت القنوات التعليمية والقنوات الترفيهية والقنوات الإخبارية والسياحية والعقارية والاقتصادية والقنوات الدينية بنوعيها المسيحية والإسلامية ، لكن ظهور القنوات الاسلامية كان متأخرا بالنسبة للأنواع الأخرى من القنوات ، حيث أنشئت أول قناة دينية إسلامية متخصصة سنة 1998وهي قناة "اقرأ "،وأعاز الكثير من الباحثين هذا الأمر إلى التخلف الكبير الذي تشهده الدراسات الاسلامية في الإعلام، الأمر الذي جعل الكثير من قضايا الإعلام ووظائفه وتفاصيله الأخرى بحاجة إلى المزيد من البحث والدروس إلى درجة إثارة الجدل من حين لآخر حول مدى مشروعية الحديث عن شيء اسمه "الإعلام الإسلامي"[1]

4- وظائف الإعلام الديني (الإسلامي).

- الوظيفة البنائية : فتعني جهود الإعلام الإسلامي في تأسيس وبناء فكر إسلامي وهذا من خلال تحرير المفهوم الصحيح للإسلام ومحاربة أي محاولة لعزل الدين عن الحياة وكذلك بتنشئة جيل مسلم قوي صحيح الإسلام ، ومن داخل الوظيفة البنائية يقوم الإعلام الإسلامي بنفس الوظائف التقليدية في الإعلام المعاصر وهي وظيفة التعليم ووظيفة التربية .

- الوظيفة المعيارية : فهي تعني تصفية الإعلام الوارد من قنوات غير إسلامية ودرء الآراء المفسدة والمضادة وإظهار رسالة الإسلام على حقيقتها ،فنظرية الإعلام الإسلامي أو الفلسفة الاسلامية لابد وان تعكس العقيدة الاسلامية أو الإيديولوجية الاسلامية...فالالتزام (الاديولوجي) العقائدي من بديهيات العمل الإعلامي.[(2)]

ومعنى الوظيفة المعيارية في الإعلام الإسلامي جهده في وزن المادة المرسلة من أجهزة الإعلام في الداخل والقادمة من الإعلام الخارجي ، والإسلام هنا أساس التقويم. وهذه الوظيفة المعيارية بالغة الأهمية خاصة حينما يكون المجتمع في غفلة عن دينه فالسبيل الإعلامي الوضعي لا يكلف عن الاندفاع وهو في اندفاعه يقدم الغث والثمين ، الصحيح والمعتدل ، والمباح وغير المباح .[(3)]

- وظيفة دعوية : وهي جزء من الأمانة التي تحملتها امة محمد صلى الله عليه وسلم .

[1]- احمد دريس ، مرجع سابق الذكر، ص13.

[2]- احمد بن إدريس ، مرجع سابق ، ص ص143- 144.

[3]- محمد كمال الدين إمام ، مرجع سابق ، ص169.

قال تعالى :﴿ قُلْ يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ إِنِّي رَسُولُ ٱللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا ٱلَّذِي لَهُۥ مُلْكُ ٱلسَّمَٰوَٰتِ وَٱلْأَرْضِ ۖ لَآ إِلَٰهَ إِلَّا هُوَ يُحْيِۦ وَيُمِيتُ ۖ فَـَٔامِنُوا۟ بِٱللَّهِ وَرَسُولِهِ ٱلنَّبِيِّ ٱلْأُمِّيِّ ٱلَّذِي يُؤْمِنُ بِٱللَّهِ وَكَلِمَٰتِهِۦ وَٱتَّبِعُوهُ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ ﴿١٥٨﴾ ﴾ [1]

- وظيفة إخبارية: ينقل الإعلام الإسلامي الإخبار والمعلومات والإحداث والوقائع ، ويتبنى قضايا المسلمين ويبرزها وحللها ويقد الحلول المناسبة كما جاء في قوله تعالى:

- وظيفة علمية وتربوية : ترمي إلى الارتقاء باهتمامات الناس والسمو بعقولهم ووجدانهم وسلوكهم ، وتزويدهم بعلوم الشريعة وغيرها من العلوم النافعة .[2]

- وظيفة اجتماعية : تعمل على بناء الشخصية الاسلامية المتوازنة المفكرة والمبدعة والقوية وبناء المجتمع المتماسك والمتكامل ، وتعميق الشعور الإنساني تجاه الآخرين .

-وظيفة توعية : التوعية بواقع الأمة الاسلامية وما يحاك تجاهها من مؤامرات من أعداء الأمة في الخارج أو من أذنابهم في الداخل .

- وظيفة تنموية : وذلك بمحاولة المساهمة في تنمية المجتمع اقتصاديا واجتماعيا وعلى أسس سليمة راسخة مستمدة من الشريعة الغراء .[3]

والإعلام الإسلامي الحق الذي لا يحيد عن نهج الرسالة الخاتمة يؤدي وظائفه على المستويين الوطني والعالمي ، باعتباره موجها للناس كافة ، ومن الوظائف التي يقوم بها الإعلام الإسلامي على المستوى الوطني والعالمي نذكر:

-التعبير عن رسالة الإسلام وتراثه ، ونقلها من جيل إلى جيل باستخدام وسائل الإعلام المناسبة.

- تزويد العالمين جميعا بالإعلام الصادق الموثق بالرأي الصائب المخلص بالحقائق الثابتة ، سواء في داخل ديار الإسلام أو خارجها .

-إنذار الشعوب بما يحيط بها من أخطار الإباحية والمادية والاستعمار والعلمانية والبادئ الهدامة وغيرها من الأدوات التي تهدد العالم بالدمار والضياع في الدنيا والآخرة .

-تقديم الحلول الاسلامية العملية للمشكلات والقضايا الإنسانية .[1]

---

[1]- سور الأعراف ، الآية :58.

[2]- منتصر حتم حسين ، المرجع سابق ، ص ص 101-102.

[3]- منتصر حتم حسين ، المرجع السابق ، ص ص 103 – 104.

-إقناع الرأي العام العالمي بمقدرة الإسلام على العلاج الشامل لكافة المشكلات التي تواجه البشرية ويتضح ذلك من قوله تعالى :﴿ وَمَآ أَرۡسَلۡنَٰكَ إِلَّا كَآفَّةٗ لِّلنَّاسِ بَشِيرٗا وَنَذِيرٗا وَلَٰكِنَّ أَكۡثَرَ ٱلنَّاسِ لَا يَعۡلَمُونَ ﴿٢٨﴾ ﴾.[2] وقوله تعالى :﴿ وَمَآ أَرۡسَلۡنَٰكَ إِلَّا رَحۡمَةٗ لِّلۡعَٰلَمِينَ ﴿١٠٧﴾ ﴾ [3]

- الحث على أداء العبادات ، وعلى فعل ما أمر الله ورسوله الكريم صلى الله عليه وسلم واجتناب ما نهى عنه

- تفسير الإحداث والوقائع المعاصرة ، ومعالجة القضايا الراهنة والمستجدة من منظور إسلامي .

- معالجة شؤون المسلمين من وجهة نظر إسلامية ، وتفسيرها دينيا والحكم عليها بمقاييس دينية.[4]

واستعرض عبد الله الخرعان ما سماه بالواجبات الاسلامية ذات الصبغة العامة التي يجب إن يقوم بها الإعلام الإسلامي من مثل :

- الدعوة إلى الله عز وجل ووظيفة نشر العلم الشرعي وإشاعته بين الناس والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

- تحقيق التآلف والترابط في المجتمع المسلم وتحقيق التربية الاسلامية على أسس سليمة

- تحقيق القوة المعنوية ، والمساهمة في تحقيق القوة الحسية وفق الإمكانات الإعلامية .

- الدفاع عن المسلمين وقضاياهم العامة والخاصة ومحاربة خصوم الإسلام والمجتمع الإسلامي ومساندة روح الإسلام ومنهجه في جوانب الحياة المختلفة. [5]

المبحث الثاني : واقع الإعلام الديني (الإسلامي)

لا يزال الإعلام الإسلامي نسيجًا وحده ، لأنه لا يذهب مذهب المعاصرين في الاستجابة لرغبات الناس على ما هي عليه ، بل يعمل جاهدا على ترقيتها وإعلائها لتنتقل من وضعيتها وسفليتها إلى ما يستحقه الإنسان المكرم بفضل الله تعالى ونعمة العقل التي منحها إياه .

---

[1]- عثمان سيد محمد خليل ، **الشباب وأوقات الفراغ " دور التربية ووسائل الإعلام من المنظورين الإسلامي والوضعي** "، ط1، الرياض ، 1422-2001، ص ص110-111.

[2]- سورة سبا ، الآية : 28.

[3]- سورة الأنبياء ، الآية :107.

[4]- عثمان سيد أحمد خليل ، مرجع سابق ، ص ص110-111

[5]- محمد عبد الله الخرعان ، **ملكية وسائل الإعلام وعلاقتها بالوظائف الإعلامية في ضوء الإس**لام ، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع ، الرياض ، ط1، 996 ، ص123

والإنسان يصنع الإعلام الإسلامي يهتم بالمسائل التي تنعكس على نفسه أمنًا وطمأنينة ونشاطا وإخلاصا وإنتاجا، فيما يصنع الإنسان الإعلام الراهن لا يهتم إلا بالمسائل التي تنعكس عليه توترًا جنسيًا، وقلقًا نفسيًا، وتعاسة عملية وضعفًا وكسلًا وقلة إنتاج وفقرًا .[1]

وصدق الله العظيم القائل : ﴿ ٱلشَّيۡطَٰنُ يَعِدُكُمُ ٱلۡفَقۡرَ وَيَأۡمُرُكُم بِٱلۡفَحۡشَآءِۖ وَٱللَّهُ يَعِدُكُم مَّغۡفِرَةٗ مِّنۡهُ وَفَضۡلٗاۗ وَٱللَّهُ وَٰسِعٌ عَلِيمٞ ﴾ [2]

1- واقع الإعلام الديني الإسلامي :

اختلفت توجهات المهتمين بالإعلام الإسلامي للانطلاقة المسارعة التي يعيشها في الوقت الحالي خاصة بعد أن فتح البث الفضائي أبوابه أمام القاصي الداني، ليبث ما يؤمن به، الأمر الذي دفع بقسم من المهتمين للتفاؤل المبني على وعد الله بالتمكين لهذا الدين، بينما أحبط القسم الثاني من هذا الأمر بالنظر إلى هذه الانطلاقة التي لم تبن على أسس إدارية وعلمية ومجتمعية، الأمر الذي قد يؤدي بنظرهم لانتكاسة – لا سمح الله – لا تحمد عواقبها وينظر بعض الدعاة إلى القسم الأول من المهتمين انه مصيب مقصر، بينما ينظرون إلى القسم الثاني على انه مخطئ معذور، فأما القسم الأول فمتفائل بتفاؤل الأنبياء بوعد الله، لكنه لا يصل إلى الهدف ما لم تصحبه العزيمة والعمل، وهذه سنة الأنبياء أيضا، وتفاؤله بالأساس انطلق من سعة الانتشار الذي حظيت به وسائل الإعلام الاسلامية وتأثر الناس بها، [3] وبينما لا يختلف المتشائمون مع المتفائلين في مبررات تفاؤلهم، لكنهم يتساءلون عن دقة وصحة القراءة المطروحة للواقع الإعلامي، فمع هذه المثيرات وتلك الجهود والنتائج، إلا يمكن أن نكون واقعين تحت تأثير اللامنهجية (العلمية) العلمية في الانطلاق والتوسع ؟ حيث تبث فشل بعض وسائل الإعلام في تصوير آليات التواصل الفعال ناهيك عن افتقاد العالم الإسلامي لآليات توحيد الجمهور في سبيل الحفاظ على الهوية ومواجهة الغزو الثقافي في الفضائيات .[4]

ويؤكد الواقع أن المجتمعات الإسلامية المعاصرة تأخذ من الإسلام جانبا وتترك جوانب أخرى لذلك لا يمكن أن نقول أن الإعلام السائد في هذه المجتمعات هو إعلام إسلامي بمعنى أن وجود إذاعة للقرآن الكريم أو للشؤون الدينية في صحيفة ما أو قناة فضائية متخصصة في الشؤون الإسلامية أو برامج دينية في التلفزيون أو في الراديو لا يعني أنه يتم تطبيق الإعلام الإسلامي، ومن ثم فإنه في ظل الواقع المعاصر ،

[1]– عثمان سيد أحمد محمد خليل ، مرجع سابق ، ص116

[2] سورة البقرة ، الآية : 268

[3]– منتصر حاتم حسين ، مرجع سابق ، ص146

[4]– نفس المرجع ، نفس الصفحة

لمجتمعاتنا الإسلامية أصبح الإعلام الإسلامي صورة من صور الإعلام المتخصص، وهو الإعلام الديني، ولابد من الإشارة إلى أن وسائل الإعلام قد فقدت توجهها الإسلامي السليم، الأمر الذي كان له انعكاسات سلبية على الأمة الإسلامية، على الرغم من أن هناك ثوابت مشتركة يمكن أن يلتزم بها الإعلام الإسلامي من الممارسة، إلا أننا لا نجد قدرًا ولو يسيرًا من الالتزام .[1]

وعلى المستوى الدولي نجد أن الإعلام الإسلامي لا يكاد يوحد جهوده في قضية من قضايا المسلمين على كثرة قضايا العالم الإسلامي من احتلال للأرض الغير، جرائم، إبادة للجنس ترتكب ضد المسلمين، اضطهاد يقع على الأقليات المسلمة في الدول الغربية، إساءة مقصودة (وربما غير مقصودة أحيانا)للشريعة، إن هذه القضايا . وفق ما يراها كثير من الباحثين – تقتضي من الإعلام الإسلامي أن يوجه إليها الاهتمام الأكبر، وأن تتعاون مؤسسات الإعلام في الدول الإسلامية في مواجهة تلك الأخطار ولديها من الإمكانيات الكثيرة ولكن الذي تفتقده كليا أو جزئيا هو التعاون الحقيقي الذي تتطلبه هوية الإعلام الإسلامي .[2]

2- مشاكل الإعلام الديني الإسلامي :

أول مشكل نتحدث عنه هو مشكلة الضعف، سواء من حيث الشكل أو المضمون هذا المشكل الذي نجده على المستوى المحلي، أي الوطني والمستوى العالمي أي الدولي هو انعكاس لظروف التخلف التي تعيشها المجتمعات الإسلامية في واقعنا الإقليمي باعتبارها كيانات متفرقة، وما تعيشه الحركة الإسلامية في جملتها من عدم التنسيق أو التعاون أو التكاتف أو الفاعلية، وهذا هو التحدي الحضاري المعاصر وهذا هو العمل الرائج الذي تؤديه الصحوة الإسلامية المعاصرة في محاولة إيقاظ المجتمعات الإسلامية حتى تنتقل من التخلف إلى التقدم .[3]

ولكن القضية الجوهرية في الإعلام الإسلامي المعاصر هي التخطيط، أو بمعنى أدق هي انعدام التخطيط .

التخطيط جوهر المشكلة : المشكلة الرئيسية أمام الإعلام المعاصر هي التخطيط فما معنى التخطيط بصفة مختصرة شديدة الاختصار ؟ وما المقصود بالتخطيط الإعلامي ؟ وكيف يكون التخطيط الإعلامي الإسلامي ؟

إن التخطيط يعني التنبؤ بالمستقبل والاستعداد له وهو بهذا المعنى البسيط أمر شائع في حياة الأفراد والجماعات والمجتمعات منذ القدم . ويحدثنا علي المرشدي عن أشهر خطة لتحقيق الأمن الغذائي عرفت

[1] – محمد منير حجاب ، مرجع سابق، 2005، ص385

[2] – منتصر حاتم حسين ، مرجع سابق ،ص147

[3] – نفس المرجع ، ص 242

لنا في تاريخ مصر القديمة تلك الخطة التي رواها القرآن الكريم في قصة سيدنا يوسف إذ جاء في القرآن الكريم على لسان سيدنا يوسف {قال تزرعون }

لقد كانت هذه الخطة منذ آلاف السنين، وخلال آلاف السنين من تاريخ الجنس البشري مارست المجتمعات بل والمجتمعات والأفراد أيضا ألوانا مختلفة من التخطيط للمحافظة على حياتها ولتحقيق نفسها ومصلحتها، ولقد اختلف المفكرون حول مفهوم التخطيط في علوم الاقتصاد والسياسة والإدارة والاجتماع وفق موضوع المعالجة وأديولوجية المفكر وطبيعة العصر، ولكن مصطلح التخطيط بصفة عامة يعبر عن تعبئة وتنسيق وتوجيه الموارد والطاقات والقوى البشرية والمعنوية والمادية المتاحة للمجتمع – حاضرا ومستقبلا –لتحقيق أهداف اقتصادية واجتماعية وثقافية متفق عليها مترابطة ومحددة ومرسومة في إطار سياسي ارتضاه المجتمع ، وفي فترة أو فترات زمنية محددة .[1]

3- أهداف الإعلام الديني الإسلامي :

أهداف الإعلام الإسلامي من المنظور الإسلامي ليست من وضع البشر، بل هي وحي من الله تعالى لرسوله الكريم، لا يأتيه الباطل من بين يديه ولا من خلفه، ويهدف في غايات الرسالة الخاتمة لتمكين الإنسان من أداء رسالته الكبرى في هذه الحياة الدنيا.

يرى كمال الدين إمام أن أهداف الإعلام الإسلامي تكمن في :

1- **تدعيم الإسلام** : ويستوعب مجالات عدة ومنها :

- نشر حقيقة الإسلام بين المسلمين .

- التخفيف من حدة الصراعات المذهبية .

- تأكيد العلاقة الوثيقة بين الإسلام وبين التربية والتعليم والإعلام

–مواكبة الواقع بكل المتغيرات التي تجري فيه وتقديم البدائل الإسلامية .[2]

2- **تعميم الإسلام** : ويتطلب خطة عمل واسعة النطاق منها :

- إقامة جهاز قوي ماديا للدعوة الإسلامية .

[1]– محمد سيد محمد ، مرجع سابق الذكر ، ص 66

[2]– محمد كمال الدين إمام ، **الإعلام الإسلامي** ، مرجع سابق ، ص147

- العناية بكليات الدعوة الإسلامية في المجتمع .

- الدعوة إلى توحيد المجتمع .[1]

ولقد اتفق كل من رشدي شحاتة أبو زيد و أحمد عمر هاشم إلى حد بعيد في تحديد أهداف الإعلام الإسلامي، و يحدان الأهداف في الأمور الآتية :

- تبليغ الدعوة عن طريق الخبر الصادق : وذلك في قوله تعالى : ﴿ وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَّسُولًا أَنِ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ ۖ فَمِنْهُم مَّنْ هَدَى اللَّهُ وَمِنْهُم مَّنْ حَقَّتْ عَلَيْهِ الضَّلَالَةُ ۚ فَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكَذِّبِينَ ﴿٣٦﴾ ﴾

- بيان الحق ودفع الباطل عن طريق الإخلاص في النصيحة . كما ورد في الحديث الشريف ((الدين النصيحة)) سنن الترمذي ج ص35

- تعبيد الإنسان لخالقه وموجده والنعم عليه وهو الله عز وجل إذ أنها الغاية المحددة لوجوده في الحيلة قال تعالى : ﴿ وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴿٥٦﴾ مَا أُرِيدُ مِنْهُم مِّن رِّزْقٍ وَمَا أُرِيدُ أَن يُطْعِمُونِ ﴿٥٧﴾ ﴾ الذاريات: ٥٦ - ٥٧ [2]

وقال تعالى : ﴿ وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ ۚ وَذَٰلِكَ دِينُ الْقَيِّمَةِ ﴿٥﴾ ﴾ [3]

- الدعوة إلى الإسلام ونشره في سائر بقاع المعمورة وخاصة تلك البقاع التي لم تصلها الدعوة ، والتي في حالة إلى معرفة علوم الإسلام . قال تعالى : ﴿ وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴿٣٣﴾ ﴾ فصلت: ٣٣

- التوعية بسائر النواحي السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتربوية من منظور إسلامي لأن الإسلام تبيان لكل شيء ، ولأن الإسلام دين ودنيا.قال تعالى : ﴿ وَيَوْمَ نَبْعَثُ فِي كُلِّ أُمَّةٍ شَهِيدًا عَلَيْهِم مِّنْ أَنفُسِهِمْ ۖ وَجِئْنَا بِكَ شَهِيدًا عَلَىٰ هَٰؤُلَاءِ ۚ وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تِبْيَانًا لِّكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَىٰ لِلْمُسْلِمِينَ ﴿٨٩﴾ ﴾ النحل: ٨٩

- بث البرامج الدينية الحية التي تلاحق مستجدات الحياة التي لم تكن موجودة وتحتاج إلى بيان حكم الإسلام فيها وتوعية الناس بها إلى جانب توعيتهم بأمور الدين من عقيدة وشريعة وأخلاق .

---

[1] – محمد كمال الدين إمام ، مرجع سابق، ص 174

[2] – رشدي شحاتة أبو زيد ، مرجع سابق، ص390

[3] –سورة البينة ، الآية : 5

- السمو بالفنون بحيث لا تكون خاصة بالجوانب العاطفية المتصلة بالجنس والتشبيب بالمرأة، بل تأخذ الفنون جوانب جمالية أخرى منها البطولات والشجاعة عبر التاريخ .[1]

- الوقوف على أخبار المسلمين في العالم والتعرف على أحوال الأقليات الإسلامية والعمل على حل مشاكلهم، وتوحيد صفوف الأمة الإسلامية .

- نشر الوعي الصحفي والتعرف على دعوة الإسلام في المحافظة على سلامة الأبدان .

- إظهار محاسن الدين الإسلامي وإيضاح منهجه الذي يدعو بالحكمة والموعظة الحسنة والمجادلة بالتي هي أحسن .

- من أهداف الإعلام الإسلامي، الرد على الذين يسيئون إلى الإسلام والمسلمين والذين يحاربون الدعوة الإسلامية.[2]

إن الإعلام الإسلامي لا يقتصر دوره على قضايا معينة يحققها لهذا الإنسان وفيه ، ولكنه يتدخل في كل قضية من قضاياه بالدور الملائم والناسب . وفي هذا السياق يحدد كل من منتصر حاتم حسين وعبد الله الوشلى أهداف الإعلام الإسلامي كالآتي:

- أهداف عقادية : للإبلاغ بها صافية نقية، ولترسيخها في نفوس المدعوين، ولرد الشبهات المعروضة من قبل المناوئين لصد الآخرين عن الوصول إليها .

-أهداف ثقافية : لتعميم الوعي والفهم، والتعليمية للتفقه والمعرفة، والتربوية من أجل إيجاد الفرد الصالح السوي .

-أهداف اجتماعية : الرامية إلى تماسك المجتمع وترابطه، وترسيخ معاني الأخوة والمحبة والإيثار فيه، وغرس روح التعاون على البر والتقوى فيما بينه .[3]

-أهداف اقتصادية : الرامية إلى تحسين أوضاع الأمة في الكسب والإنفاق وترشيدها في الأخذ والعطاء، والحماية من الغش والاحتكار، والتحذير من النهب والاستغلال .

-أهداف سياسية : للتوجيه والإرشاد، والنصح والمشورة، والتسديد والإصلاح، وتوثيق العلاقة وتنميتها بين الحاكم والأمة على أساس من العدل والطاعة والالتزام .

[1]- أحمد عمر هاشم ، **الدور الديني والإعلام في مناهضة الظواهر السلبية** ، الرياض ، 2002، ص ص153-154

[2]- نفس المرجع، ص155

[3]- منتصر حاتم حسين، مرجع سابق، ص71

-أهداف عسكرية :وجهادية : للتوعية والاستفسار ورفع الروح المعنوية في صفوف المجاهدين .

-أهداف ترفيهية : للتسلية والترويج، ولتحديد النشاط وأداء الواجبات والقيام بالمسؤولية .[1]

4 - مصادر وأصول الإعلام الديني الإسلامي .

1-القرآن الكريم :

يعد القرآن الكريم المصدر الأول للإعلام الإسلامي، ذلك لما يتضمنه من أحكام، وتعاليم، ولآداب، وأخلاق ، فيلتزم الإعلام بكل ذلك ، وكذلك كل شخص وكل مؤسسة إعلامية .[2]

والقرآن الكريم هو الدستور الذي نستند عليه في اشتقاق القيم فكل آية ضمنت، أو نصت على أمر فإن ما تضمنته يعتبر قيمة سالبة تدعو إلى التزام قيمة موجبة، ويشار إلى أن القرآن الكريم هو أهم مرجع للقيم الخلقية بالنسبة للفرد والمجتمع والإنسانية جمعاء . فالقيم الأخلاقية من ثمار الإسلام للإنسان والإنسانية .

2- السنة النبوية الشريفة :

من المعروف أن القرآن جاء مجملًا في قضاياه، ولكن التفصيل والبيان تولته السنة، ونشير هنا إلى آيات كثير حيث يأمرنا الله بأن نطيع الرسول صلى الله عليه وسلم لأن طاعته من طاعة الله عز وجل . [3]

قال تعالى :﴿ مَّآ أَفَآءَ ٱللَّهُ عَلَىٰ رَسُولِهِۦ مِنْ أَهْلِ ٱلْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِى ٱلْقُرْبَىٰ وَٱلْيَتَٰمَىٰ وَٱلْمَسَٰكِينِ وَٱبْنِ ٱلسَّبِيلِ كَىْ لَا يَكُونَ دُولَةًۢ بَيْنَ ٱلْأَغْنِيَآءِ مِنكُمْ ۚ وَمَآ ءَاتَىٰكُمُ ٱلرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَىٰكُمْ عَنْهُ فَٱنتَهُوا۟ ۚ وَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ ۖ إِنَّ ٱللَّهَ شَدِيدُ ٱلْعِقَابِ ﴿٧﴾ ﴾ [4]

3- الإجماع :

يقصد بالإجماع اتفاق جميع المجتهدين المسلمين في عصر من العصور بعد وفاة النبي صلى الله عليه وسلم على حكم شرعي في واقعة بذاتها فإنها تندرج ضمن السلم القيمي الحاكم للجماعة المسلمة ولأفرادها وعليهم الأخذ به، [5]

---

[1] – عبد الله قاسم الوشلى، مرجع سابق، ص41

[2] [2] – منتصر حاتم حسين، مرجع سابق، ص ص49-51

[3] – بديعة عبد النبي ، **القيم الخلقية من خلال "قناة الرسالة " دراسة وصفية تحليلية لبرنامج "قيمنا "** ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الإعلام و الاتصال ، 2014-2015 ، ص 77

[4] – سورة الأنفال، الآية: 24.

[5] – بديعة عبد النبي، مرجع سابق، ص ص 78-79.

يقول الله سبحانه وتعالى :﴿ وَمَن يُشَاقِقِ ٱلرَّسُولَ مِنۢ بَعۡدِ مَا تَبَيَّنَ لَهُ ٱلۡهُدَىٰ وَيَتَّبِعۡ غَيۡرَ سَبِيلِ ٱلۡمُؤۡمِنِينَ نُوَلِّهِۦ مَا تَوَلَّىٰ وَنُصۡلِهِۦ جَهَنَّمَۖ وَسَآءَتۡ مَصِيرًا ١١٥ ﴾ [1]

4-القياس :

القياس يفترض وجود حالة نقيس عليها تمثل الحالة الجديدة وعلى ذلك، فالحالة الأصلية ينبغي أن يكون قد سبق لها ذكر في القرآن أو السنة أو في الإجماع وعليه يعرف بأنه " إثبات حكم معلوم في معلوم آخر لاشتراكهما في علم الحكم عند المثبت " كالمخدرات فإنه لم يرد بحكمها نص واستطاع الفقهاء بواسطة القياس تحريمها بمبدأ الحرمة، يعد قيمة خلقية توصل إليها المجتهد بالقياس على الخمر فكان تحريم الخمر قيمة واجبة الإتباع يجوز لأي مسلم الإعراض عنها.[2] قال الله تعالى:﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَطِيعُواْ ٱللَّهَ وَأَطِيعُواْ ٱلرَّسُولَ وَأُوْلِي ٱلۡأَمۡرِ مِنكُمۡۖ فَإِن تَنَٰزَعۡتُمۡ فِي شَيۡءٖ فَرُدُّوهُ إِلَى ٱللَّهِ وَٱلرَّسُولِ إِن كُنتُمۡ تُؤۡمِنُونَ بِٱللَّهِ وَٱلۡيَوۡمِ ٱلۡأٓخِرِۚ ذَٰلِكَ خَيۡرٞ وَأَحۡسَنُ تَأۡوِيلًا ٥٩ ﴾ [3]

5- أهمية الإعلام الإسلامي.

تظهر أهمية الإعلام الإسلامي أكثر عندما يكون للأمة فكر وعقيدة تسعى لنشرها وحمايتها عن إيمان وصدق ويقين .. وأمة المسلمين تحمل عقيدة الإسلام ورسالة التوحيد ، فهي – ولا شك – في حاجة إلى تبليغ ما تحمله ، ليس عن رغبة في الظهور، ولكن عن يقين وإيمان بأن ما تقدمه للناس هو الأصح لهم والأنفع لدنياهم وآخرتهم .[4]

- تصحيح مفاهيم الإعلام والدعوة إلى مبادئه السمحة ، وقيمه الأصلية النافعة بطريقة علمية وعملية فنية ، هي مضامين ومحتويات رسائلها الإعلامية مهما اختلفت أشكالها وقوالبها وتنوعت أساليبها ووسائلها في مضامين صالحة لكل زمان ومكان .

- الذود عن الإسلام والدفاع عنه ورد المعتدين الذين خلت لهم الساحة وسنحت لهم الفرصة بغيبة الإعلام الإسلامي عن ميدان الإعلام .

- التأثير في سلوك الناس . - مجابهة الواقع الإعلامي القائم بأسلحة فعالة .[5]

---

[1]– سورة النساء، الآية: 115.

[2]– منتصر حاتم حسين، مرجع سبق ذكره، ص ص 50-51.

[3]– سورة النساء، الآية: 59-58

[4]–منتصر حاتم حسين ، مرجع السابق ، ص ص116

[5]– نفس المرجع سابق ، ص47

- وجوب قيام الإعلام الإسلام بمهمة المتمثلة في تزويد الجماهير والرأي العام بحقائق الدين الإسلامي وأخباره ولرد الشبهات والأباطيل عنه .

- إن البشرية اليوم بحاجة إلى الإسلام أكثر من أي وقت مضى، والمسلمين مطالبون وفقا للتوجيه الإسلامي بمخاطبة الناس بلغتهم ووسائلهم وبان يستخدموا وسائل الاتصال والإعلام في سبيل الدعوة إلى الإسلام وتوضيح صورته الناصعة، وإبراز محاسنه وثمراته للناس في كل مكان. [1]

- إن الأمة الإسلامية تتعرض إلى غزو حضاري غربي رهيب عبر وسائل الإعلام المختلفة، يعمل على زعزعة مبادئ الإسلام وقيمه وهدم أخلاقياته ومثله في نفوس أبناء المسلمين، لينشئوا في غربة عن دينهم وحضارتهم وتراثهم، ويصبحوا فريسة صائغة للأفكار الغربية ونمط الحياة الغربية بكل ما فيها من انحرافات ومفاسد وأوبئة، ولم يعد أمامنا مفر من مواجهة هذا الغزو مواجهة صحيحة لا تكتفي بالتنديد والصراخ والعويل والدعاء بالويل والثبور من خلال تطوير إستراتيجية محكمة تعمل على توجيه الإعلام في الدول الإسلامية نحو الأصالة والذاتية النابعة من قيم الإسلام ومبادئه وتوفير الجو الملائم والدعم المناسب لصنع البدائل الإسلامية التي تقف في مواجهة ما يقدمه الغرب.[2]

- إن الإعلام وضيفة تربوية ترمي إلى بناء الشخصية المتوازنة المفكرة والمبدعة والقوية وبناء المجتمع المتماسك والمتكامل وتعميق الشعور الإنساني اتجاه الآخرين، كل ذلك بناءا على عقيدة الإسلام ومبادئه وقيمه. لعباده ولا يقبل سواه وهو الإسلام .[3]

قال تعالى :﴿ وَمَن يَبْتَغِ غَيْرَ ٱلْإِسْلَٰمِ دِينًا فَلَن يُقْبَلَ مِنْهُ وَهُوَ فِى ٱلْءَاخِرَةِ مِنَ ٱلْخَٰسِرِينَ ﴿٨٥﴾ ﴾ [4]

وقوله تعالى : ﴿ فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا ۚ فِطْرَتَ ٱللَّهِ ٱلَّتِى فَطَرَ ٱلنَّاسَ عَلَيْهَا ۚ لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ ٱللَّهِ ۚ ذَٰلِكَ ٱلدِّينُ ٱلْقَيِّمُ وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ ٱلنَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾ ﴾ [5]

[1] – مثنى حارت الضاري وآخرون، **بحوث وأوراق عمل لعدة مؤلفين، الإعلام الإسلامي الواقع والطموح** ، ص ص، 18 -19

[2] – عبد القادر طاش، (**ما هو الإعلام الإسلامي**) **بمجلة الداعي الشهرية**، دار العلوم ديوبند، العدد 11، نوفمبر 2009 ص 1- 2

[3] – عبد الله الوشلي، المرجع السابق ، ص 12

[4] – سورة آل عمران ، الآية: 85

[5] – سورة الروم ،الآية : 30

تمهيد

تلعب العلاقات الاجتماعية والإنسانية أهمية بالغة في تماسك المجتمع، حيث نلاحظ أن المجتمع والجماعة هم مجموعة من الأفراد يتواجدون مع بعضهم في مواجهة ما يهدد المجتمع، وقد يتطلب الوفاء بهذه العلاقات الاجتماعية التواصل بين الأفراد والمشاركة في المناسبات و الاحتفالات الأسرية، وتلك الخاصة بالزملاء والأصدقاء التي تزيد من قوة الترابط الأسري والقربى وترابط الزمالة والصداقة، وهذا ما يؤدي إلى زيادة التفاعل الاجتماعي بين مختلف الإطراف، ويؤدي إلى تعميق هذه العلاقات الاجتماعية بان يحصل هناك تقارب ما بين الأسر من خلال التعارف والتفاعل بين الشباب والذي قد يؤدي إلى الزواج، وهو ما يمتن العلاقات أكثر خلال المصاهرة التي تجمع أسرتين في أسرة واحدة .[1] وإضافة إلى ظهور نوع جديد من هذه العلاقات ويقوم على التواصل عن بعد باستخدام مختلف وسائل الإعلام والاتصال كالانترنت والهاتف النقال، والتي تتجلى بوضوح من خلال غرف الدردشة على الانترنت وكذا الشبكات الاجتماعية . ومن خلال كل هذا يتمكن الإنسان من تحقيق حاجاته وأهدافه الخاصة والمشتركة مع غيره من الناس .

المبحث الأول : ماهية العلاقات الاجتماعية

1-مفهوم العلاقات الاجتماعية

يعتبر مصطلح العلاقات الاجتماعية من أهم محاور الدراسات في مجال علم النفس الاجتماعي،فهو يشير إلى الموقف الذي من خلاله يدخل شخصان أو أكثر في سلوك معين أو علاقة ما وفي هذا الصدد يقول محمد مصطفى زيدان انه يمكن قيام علاقة اجتماعية بين فردين إذا كان وجود احدهما ونشاطه يؤثر في تصرفات الفرد الأخر في حالاته النفسية ، وعلى هذا يمكن قيام علاقة اجتماعية بين شريكين أو صديقين بل يمكن أن تقوم علاقة اجتماعية بين غريمين .[2]

ويعرفا فؤاد البهي السيد أن " العلاقات الاجتماعية تدل على الصلة التي تقوم بين شخصين أو أكثر"[3]

كما عرفها خير الدين علي عويس وعصام الهلايلي على أنها " روابط تنشا على أساس التفاعل الاجتماعي، تقوم بين فرد أو شخصين أو أفراد أو شخصيات أخرى بين الجماعات الاجتماعية لوصفهم ممارسين لأنواع مختلفة من النشاط ، ويمتازون فيما بينهم بمواقفهم الاجتماعية وأدوارهم في حياة المجتمع"[4] وعرفها إحسان محمد أنها " هي أي اتصال أو تفاعل يقع بين شخصين أو أكثر يحتل مراكز اجتماعية أو متباينة من ناحية المستوى، ويهدف هذا الاتصال والتفاعل إلى تحقيق الأغراض الأساسية للأفراد " [5]

---

[1] – بلمولاي بدر الدين، **استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في العلاقات الاجتماعية**، دراسة ميدانية حول استخدام الانترنت والهاتف النقال في اختيار الزوج، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، بجامعة بسكرة، 2011-2012، ص72

[2] - محمد مصطفى زيدان، **علم النفس الاجتماعي**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص. 68

[3] - فؤاد البهي السيد، **علم النفس الاجتماعي،الأسس النفسية للنمو**، دار الفكر العربي، القاهرة1975 ، ص. 208

[4] - خير الدين علي عويسي، عصام الهلايلي، **الاجتماع الرياضي**، القاهرة، دار الفكر العربي1997 ، ص. 304 .

[5] - محمد الحسن، **علم الاجتماع الرياضي**،ط 1 ، دار وائل للنشر،عمان، الأردن2005 ، ص97 .

2- أنواع العلاقات الاجتماعية

سنذكر أنواع العلاقات الاجتماعية كما قررها محمد مصطفى في كتابه "علم النفس الاجتماعي"

1- **علاقة عرضية :** يتصف هذا المستوى من العلاقات بخلوه من المؤثرات الثابتة المحدودة ومن أمثلتها الحشد العام من الناس الذين يسيرون في الطريق العام ولا يكاد ون يحسون باي صلة تجمعهم .

2- **علاقة طفيلية :** قوام هذا النوع من العلاقات اعتماد كل فرد على آخر اعتمادا كليا أو ما يقاربه ، من أمثلتها تطفل الأطفال على آبائهم .

3- **علاقات عامة :** ويبدو هذا المستوى في كل علاقة عابرة لا ينطوي على حق الفرد أو واجب عليه ، وتقوم علاقات هذا النوع على بعض الاتجاهات النفسية ومن أمثلتها العلاقات التي تنشا بين زملاء المرحلة خلال اخاديثهم العابرة .

4- **علاقات متبادلة :** ويقوم هذا المستوى على بعض الاتجاهات النفسية المتبادلة التي تؤدي إلى المنفعة المشتركة ويتميز بنوع خاص من التفاهم والارتباط بين الأفراد، ومن أمثلتها علاقة العامل بصاحب العمل .

5- **علاقة اجتماعية :** يبلغ مستوى العلاقات ذروته وغايته حينما يصل إلى المستوى الاجتماعي الصحيح والعلاقات الاجتماعية بأنواعها المختلفة وهي موضوع دراسة علم النفس الاجتماعي .[1]

وتعتبر العلاقات الاجتماعية التي تنشأ بين الأفراد في مجتمع ما نتيجة تفاعلهم مع بعضهم البعض من أهم ضرورات الحياة . ولا يمكن تصور أية هيئة أو مؤسسة أن تسير في طريقها بنجاح ما لم تسعى جاهدة في تنظيم علاقاتها الاجتماعية . ومن الملاحظ أن العلاقات الاجتماعية التي تنشأ بين الأفراد تكون:[2]

1 - علاقات اجتماعية وقتية :

وهذه العلاقات لها وقت معين بحيث تبدأ وتنتهي مع الحدث الذي يحقق هذه العلاقة ومن أمثلة هذه العلاقة التحية العابرة في الطريق أو العلاقة بين البائع والمشتري.[3]

2 - علاقة اجتماعية طويلة الأجل:

وهي نموذج التفاعل المتبادل الذي يستمر فترة معينة من الزمن ويؤدي إلى ظهور مجموعة توقعات اجتماعية ثابتة ا وتعتبر علاقة الدور المتبادل بين الزوجة والزوج أمثلة لمثل هذه العلاقات.

3 - علاقة اجتماعية محدودة :

نموذج للتفاعل الاجتماعي بين شخصين أو أكثر ويمثل هذا النموذج البسيط وحدة من وحدات التحليل السوسيولوجي ا كما أنه ينطوي على الاتصال الهادف والمعرفة المسبقة

---

[1]–:فؤاد البهي السيد ا مرجع سابقا ص. 75 .

[2]– :مذكور إبراهيم، **معجم العلوم الاجتماعية**، 1975 ، ص403 :

[3]– :العادلي فاروق، **علم الاجتماع العام** ، دار زهران، الطبعة الثانية، ص ص 263 – 264ا.

بسلوك الشخص الآخر.[1]

ومن خلال تعريف العلماء للعلاقات تبين أن العلاقات الاجتماعية مختلفة في شكلها فقد تكون العلاقات الاجتماعية مؤقتة أو طويلة الأجل وقد تكون محدودة وبما أن العلاقات الاجتماعية مختلفة في شكلها كما ذكرنا فان العلاقات الاجتماعية لها أنواع مختلفة أيضا .[2]

ومن أهم أنواع العلاقات الاجتماعية أيضا نجد ما يلي:

1- العلاقات الاجتماعية الجوارية وهي:

يعرف الأستاذ الفرنسي ديمون كوريت التجاور .. بأنه ا إقامة السكان بعضهم قرب بعضه ا وهؤلاء السكان غالبا ما يتعاشرون ويتزاورون ويتعاونون فيما بينهما.

ويشترك الجيران بعضهم مع بعض في أفراحهم وأحزانهم لذلك اعتبرت علاقة الجار بجاره واجبا مقدسا لاسيما عند الشعوب العربية الإسلامية من خلال قيام الجار برعاية جاره في حالة غيابه، وفي الوقت الحالي أصبحت علاقات الجوار قليلة جدا فقد لا يشاهد الجار جاره فترة طويلة بسبب الانشغال الدائم وكثر الالتزامات الاجتماعية سواء بالنسبة للمرأة أو الرجل.[3]

2 - العلاقات الاجتماعية الأسرية:

يقصد بها تلك العلاقات التي تقوم بين أدوار الزوج والزوجة والأبناء، ويقصد بها أيضا طبيعة الاتصالات والتفاعلات التي تقع بين أعضاء الأسرة الذين يقيمون في منزل واحد ومن ذلك العلاقة التي تقع بين الزوج والزوجة وبين الأبناء أنفسهم . وتعتبر الأسرة الحضرية أسرة ممتدة وأبوية وتتميز بهيمنة الرجل على المرأة وكذلك الكبار على الصغار لذا يكون هنالك توزيع هرمي للسلطة وتكون السلطة في يد الرجل . وبالرغم من ذلك كله إلا أن الدولة عملت على إعادة إنتاج هذه العلاقات التي تخص التعليم والدين والتشريع . ويلاحظ أن هناك تحولات أساسية بسبب التغيرات البنيوية في الأوساط الحضرية العربية من قيام الأسرة النووية وتحديد الاقتصاد والحرية والاستقلال، من خلال هذا كله ندرك أن العلاقات الاجتماعية الأسرية تحتوي على ثلاث مجموعات من العلاقات :[4]

أ)- العلاقات الاجتماعية بين الزوج والزوجة:

ففي الماضي كان الأب هو الذي يرأس الأسرة ويصدر القرارات الخاصة بالمنزل ويعمل جاهدا في توفير الحاجات الأساسية للحياة الأسرية ، كما أن علاقة الزوجة بزوجها علاقة الطاعة والخضوع ، ويشتمل عمل المرأة على تربية أطفالهم ورعايتهم، ومع التطور الذي حدث تقطعت تلك الصورة التقليدية بسبب التصنيع والتحضر وتبين مدى ذلك التغير الذي حدث من حيث:

1 - مساعدة الزوج لزوجته في الأعمال المنزلية.

---

[1]- غيث محمد عاطف،**قاموس علم الاجتماع**، دار المعرفة الجامعية، 1992 ، الإسكندرية، ص437 .

2- القصير عبد القادر ، **الأسرة المتغيرة في مجتمع المدينة العربية**، دار النهضة، 1999، ص 180.

[3]- القصير عبد القادر المرجع السابق ، ص ص201 – 202- 181.

[4]- :غيث محمد عاطف، مرجع سابق ، ص 34 .

2 - تحمل المرأة المسؤولية في حال غياب الزوج عن المنزل.

3 - الخلاف بين الزوجة والزوج.

ب) -العلاقات بين الآباء والأبناء : إن الإنسان خصوصا العربي ما زال محبا لأولاد فهو يفخر ويتباهى دائما بكثرة الإنجاب وخاصة إذا كانوا ذكور . وإذا لم يرزق الشخص بولد ورزق ببنات فننه يظل راغبا في إنجاب الذكور لأنه يعتبر الذكر مصدر اعتزاز، وهذا غالبا ما نجده ينطبق على مناطق كثيرة سواء كانت حضرية أو ريفية كما أنه يوجد تشابه بين الريف والحضر في التربية في كثرة الإنجاب وخاصة إنجاب الذكور ويفترض في العلاقات بين أعضاء الأسرة أن تقوم على التعاون والمودة.

ج) -العلاقات الاجتماعية بين الأبناء أنفسهم:

أطفال الأسرة هم مواطنون يعيشون في عالم الصغار وفيه يتلقون مجموعة مختلفة من الخبرات خلال معيشتهم المشتركة، وتتميز العلاقات بين الأخوة بالإشباع والشمول كما تتسم بالصراحة والوضوح ومما تجدر الإشارة إليه أن مكانة الأبناء تختلف حسب تسلسلهم داخل الأسرة.[1].

ومجمل القول أن الحياة الاجتماعية تنشأ عندما يتفاعل الأفراد فيما بينهم مكونين جماعات بشرية ينتج عنها مجموعة من العلاقات الاجتماعية والتفاعلات التي تعتبر المحور الأساسي في حياة البشر.[2]

وهي نموذج التفاعل المتبادل الذي يستمر فترة معينة من الزمن ويؤدي إلى ظهور مجموعة توقعات اجتماعية ثابتة ا وتعتبر علاقة الدور المتبادل بين الزوجة والزوج أمثلة لمثل هذه العلاقات.

3- أهمية العلاقات الاجتماعية :

تعتبر العلاقات الاجتماعية ضرورة ملحة لأي إنسان ، ذلك أن الفرد لا يستطيع أن يعيش بدون هذه العلاقات وهذا لان العلاقات تساعد الفرد على تحقيق العديد من الأمور، بالاعتماد على عوامل كثيرة ومنها ما ذكره مارفن أوسن فيما يلي :

-الجزء الذاتي : حيث أن الفرد يسعى إلى خلق علاقات مع الآخرين، لأنها تتسبب في إشباع مظاهر النفس ، وبدونها لا يشعر بالمتعة والسعادة في صحبة الآخرين .

2- الاهتمامات العامة : العلاقات الاجتماعية تمد الفرد بالأساس الاجتماعي المستمدة من الاهتمامات المشتركة بين الجماعات .

3-التوقع والاضطراب : حيث يشعر الفاعلون الاجتماعيون بذلك نحو بعضهم البعض .

4- الاعتماد المتبادل : الحياة الاجتماعية تقوم على الاعتماد المتبادل، فالمنبع الأصلي في صورته النهائية ما كان ليصل إلى هذه الصورة لولا سلسلة من العمليات الإنتاجية التي قام بها العديد من المهارات الإنسانية ، وبالتالي سلسلة من العلاقات الاجتماعية .

---

[1]- القصير عبد القادر ، مرجع سابق، ص21 .

[2]- الخولي سناء ، **الأسرة و الحياة العائلية**، دار النهضة العربية،القاهرة ، 1988 ، ص79 .

5- المعتقدات : الدين يطالب الفرد بالتعاون ، فالدين الإسلامي يحث على أن يحب المرء لأخيه ما يحب لنفسه، وأن يتعاون معه تعاونا ايجابيا .

6- القوة : العلاقات الاجتماعية في الغالب تحتاج إلى هذا العنصر، وذلك بهدف ضبط سلوك الأفراد والجماعات من أجل سيادة علاقات سوية .[1]

وهذه العوامل تلعب دور مهم في نشأة العلاقات الاجتماعية وغلبة عامل على آخر يعود إلى التوظيف الاجتماعي السائد، ولهذا نجد بروز سمات أخر. وعموما فإن هذه العوامل هي ما يجعل العلاقات الاجتماعية ذات أهمية في المجتمع .[2]

المبحث الثاني : دور الإعلام الديني الإسلامي في تحقيق التفاعل الاجتماعي

1- تعريف التفاعل الاجتماعي :

يعرف أحمد رأفت عبد الجواد التفاعل الاجتماعي بأنه " تأثير متبادل بين السلوك الأفراد والجماعات من خلال عملية الاتصال "[3]

ويعرف معن خليل عمر التفاعل الاجتماعي بأنه "عملية التأثير أو الأخذ والعطاء بين فردين أو شخصين أو جماعتين، وقد يكون مباشرا أي وجه لوجه وقد يحدث بشكل غير مباشر أي عبر وسائل الإعلام المرئية والسمعية المكتوبة والمقروءة "[4]

2- مستويات التفاعل الاجتماعي وشروطه:

1-التفاعل بين الأفراد : يعتبر التفاعل الاجتماعي بين الأفراد أي تفاعل شخص مع شخص آخر أبسط مستويات التفاعل الاجتماعي، كتفاعل الزوج مع زوجته والأم مع طفلها والصديق مع صديقه، حيث يسلك كل واحد منهم سلوكا معينا واضعا في اعتباره الأخر وتأثيره عليه .

2-التفاعل بين الأفراد والجماعات : وهذا هو المستوى الثاني للتفاعل الاجتماعي ويبدو جليا في تفاعل الرئيس مع المرؤوسين والواعظ وجماعة المصلين والمدرب والفريق، وكل واحد من هؤلاء يؤثر في تابعيه كما أنهم يؤثرون فيه.

3-التفاعل بين الأفراد والثقافة : التفاعل بين الأفراد والثقافة هو المستوى الثالث للتفاعل الاجتماعي ، ويشير لفظ "ثقافة" إلى العادات والتقاليد والقوانين والمعتقدات وطرائق التفكير والفعل والعلاقات غير الشخصية التي تظهر في المجتمع .[5]

4-التفاعل بين الإفراد ووسائل الإعلام والاتصال :

---

[1]-جابر عوض سيد ، **التكنولوجيا والعلاقات الاجتماعية** ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، 1996ص148

[2] - بلمولاي بدر الدين ، مرجع سابق ، ص74.

[3]- رأفت عبد الجواد ، **مبادئ علم الاجتماع** ، مكتبة نهضة الشرق ، جامعة القاهرة ، 1983، ص91

[4]-رانيا محمد على قاسم ، **تأثير الكمبيوتر على العلاقات الاجتماعية للطفل** ، مركز الإسكندرية للكتاب ، 2006، ص 34

[5]- غريب محمد سيد أحمد ،**علم الاجتماع ودراسة المجتمع** ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، 2003، ص ص176-177

ويعتبر التفاعل بين الإفراد والثقافة، من أكثر المستويات استفادة من هذا المستوى رغم أن هذا المستوى أصبح في الوقت الحالي يساعد على تحقيق كل المستويات السابقة، حيث أنه من خلال الانترنت مثلا يمكن تحقيق التفاعل بين الإفراد بواسطة البريد الالكتروني، ويمكن كذلك الحصول على التفاعل بين الإفراد والجماعات من خلال المدونات . وعموما فان وسائل الإعلام ترفع من درجة التفاعل بين الفرد والثقافة .[1]

1/2- شروط التفاعل الاجتماعي :

هناك شروطا خاصة لحدوث عملية التفاعل الاجتماعي وتتمثل في :

1- الاتصال : حتى يحدث التفاعل الاجتماعي لا بد من وجود الاتصال بين الأشخاص الداخلين في عملية التفاعل، سواء كان هذا الاتصال رمزيا أي باستخدام اللغة أو ماديا باستخدام التعبيرات الجسدية .

2- التكيف : لكي تكون هناك عملية تفاعل يجب أن يتكيف الإفراد مع بعضهم البعض، وذلك حتى ينجح هذا التفاعل يستمر بينهم .

3- الاستمرارية : حيث أن حدوث التفاعل لفترة زمنية محددة يعني استمرار عملية التأثير والتأثير بين الأشخاص المتفاعلين لفترة معينة، حتى يمكن تسمية هذه العملية بالتفاعل الاجتماعي .

4-المواجهة : وتعني المواجهة، أن تكون العلاقة المباشرة بين الشخصين المتفاعلين أو بين الأشخاص المتفاعلين، وأن يتم هذا التبادل وجها لوجه . غير أنه يوجد اختلاف بين علماء النفس حول شرط المواجهة لحدوث عملية التفاعل، ذلك أن بعضهم يرى أن التفاعل الاجتماعي يمكن أن يحدث في وجود المثيرات والاستجابات غير المباشرة .[2]

4-احتياجات الإعلام الديني الإسلامي

من الاحتياجات هناك العديد من الأعمال التي تحتاج إلى إنشاء للوصول إلى المبتغى وتحقيق الهدف السامي للإعلام الإسلامي ومنه نحدد احتياجات الإعلام الديني الإسلامي في ضبط العلاقات الاجتماعية :

-إنشاء مراكز المعلومات وإنشاء مؤسسات التخطيط الإعلامي .

-إنشاء مراكز الرصد و المتابعة، و المراكز الاستشارية .

-إنشاء مؤسسات التخطيط الإعلام الديني الإسلامي .

-إنشاء مراكز الدراسات الميدانية، ووحدات استطلاع الرأي، ووكالات الأنباء الصحفية ،ووكالات الأنباء المصورة .

- إنشاء الإذاعات (أرضية وفضائية).

- تأسيس شركات إنتاج فني (كرتون).

[1]– رانيا محمد على سيد قاسم ، مرجع سابق ، ص44

[2]- رانيا محمد على سيد قاسم ، مرجع سابق ، ص39 .

-المشاركة الفعالة في الإعلام الآخر (غير الإسلامي).

- إنشاء شركات إنتاج تلفزيوني عال المستوى .

- إنشاء شركات استثمارية لدعم الإعلام لإسلامي .

-اعتبار اللغات الإسلامية الأساسية (الإنجليزية ، الفرنسية ، العربية)[1]

5- وسائل الإعلام الديني الإسلامي

تنقسم وسائل الإعلام الديني في ضبط العلاقات الاجتماعية إلى :

1-الوسائل المباشرة للاتصال بين المرسل والمستقبل يكون عادة وجه لوجه، بمعنى ما يريد أن يقوله وما يريد أن يعطيه المرسل من انطباعات دينية إسلامية في لحظات ودقائق معدودة وبسرعة ويأخذ هذا الشكل أشكال نذكر منها :[2]

-تنظيم حفلات ودعوات دينية مثل احتفال بالمولد النبوي الشريف .

-المشاركة في مسابقات دينية .

-الزيارات المعاهد والمؤسسات الدينية من أجل نقل ونشر الوعي الديني الإسلامي .

-مخاطبة الجمهور وتوعيته حول أفكار القرآن الكريم والسيرة النبوية الشريفة.

2-الوسائل المقروءة والمكتوبة في الاتصال هي التي تستخدم العلاقات العامة في توصيل رسالتها إلى الجمهور عن طريق كتابة دينية واعية مرشدة سواء بالنشويات والدوريات الدينية والجرائد اليومية مثل جريدة اقرأ الإسلامية – المجلات الدينية الإسلامية – المطبوعات الدينية الإسلامية.[3]

3- الوسائل المسموعة المرئية وذلك كل ما يبث في التلفزيون والإذاعة حول الدين الإسلامي بالإضافة إلى ما تبثه الشبكة العالمية العنكبوتية .[4]

كما يتبع الإعلام الديني الإسلامي وسائل أخرى لضبط العلاقات العامة في المجتمع

-إثارة الوازع الديني : وذلك بالترغيب والترهيب والوعد والوعيد كقوله صلى الله عليه وسلم على سبيل الوعد ((من أمس كالا من عمل يده أمس مغفورا له)) رواه الطبراني في الأوسط والاجتهاد عن ابن عباس وقوله ((

[1]- منتصر حاتم حسين ، مرجع سابق، ص ص244-251.

[2]- أحمد خضر جميل ، مرجع سابق، ص 143.

[3]- نفس المرجع ، ص ص 143- 153.

[4]- أحمد خضر جميل ، مرجع سابق ، ص 153.

من طلب الدنيا حلالا وتعففا عن المسألة وسعيا على عياله وتعطفا على جاره، لقى الله ووجه كالقمر ليلة البر))

وقوله ((اليد العاطلة في النار))

-إثارة الباعث الطبيعي : تشجيع الجهود الشخصية وتحريك الحافز الفردي ، ببيان فوائد العمل ومصادر الخمول والكسل وتقرير أن الجزاء على قدر العمل .

وقوله صلى الله عليه وسلم ((من أمس كالا من عمل يده أمس مغفورا له يوم القيامة))[1]

-إشراف الدولة واستعمال نفوذها بمطاردة البطالة والتوسل والتوجيه إلى العمل بقوة السلطان وقال تعالى :

(وَءَاخَرُونَ يَضۡرِبُونَ فِي ٱلۡأَرۡضِ يَبۡتَغُونَ مِن فَضۡلِ ٱللَّهِ وَءَاخَرُونَ يُقَٰتِلُونَ فِي سَبِيلِ ٱللَّهِۖ فَٱقۡرَءُواْ مَا تَيَسَّرَ مِنۡهُۚ وَأَقِيمُواْ ٱلصَّلَوٰةَ وَءَاتُواْ ٱلزَّكَوٰةَ وَأَقۡرِضُواْ ٱللَّهَ قَرۡضًا حَسَنًاۚ وَمَا تُقَدِّمُواْ لِأَنفُسِكُم مِّنۡ خَيۡرٖ تَجِدُوهُ عِندَ ٱللَّهِ هُوَ خَيۡرٗا وَأَعۡظَمَ أَجۡرٗاۚ وَٱسۡتَغۡفِرُواْ ٱللَّهَۖ إِنَّ ٱللَّهَ غَفُورٞ رَّحِيمٞ ﴿٢٠﴾ ﴾ المزمل: ٢٠ [2]

[1]- رشدي شحاتة أبو زيد ، مرجع سابق الذكر ، ص ص414-415

[2]- سورة المزمل ، الآية : 20

1- قناة القرآن الكريم الجزائرية .

بعد مرور أكثر من سبع وأربعين سنة من الاستقلال، أعنت السلطات الجزائرية عن إطلاق قناة تابعة للدولة خاصة بالقرآن، وجاءت القناة لتعزز من حضور هذا النوع من القنوات على الساحة الفضائية العربية حيث تعد نسبة هذه الفئة من القنوات مقارنة بالقنوات العامة وذات الأصناف المختلفة ضئيلة جدا .وبدون إطالة إليكم بطاقة فنية عن القناة .

1- بطاقة فنية عن قناة القرآن الكريم الجزائرية

الاسم : القناة الجزائرية الخامسة /قناة القرآن الكريم

النوع : دينية ناطقة باللغة العربية

الانطلاق : 18مارس 2009

بداية الإرسال : 16:00بتوقيت الجزائر ، GMT 15:00

تردد القناة : القمر : هوت برد

Position :13°Est

polarisation :vertical

Fréquence :11034MHz

Débit symbole :275000

fEC :3 /4

أهم برامجها : تقارب ، سيرة المصطفى ، المقالة ، نبض القوافي ، معلومات علمية ، جوامع الكلام ، الحديث النبوي الشريف ، حكمة اليوم ، فتاوى على الهوى

، الصلح خير ، فرسان القرآن (أكاديمية ترتيل القرآن) .[1]

أهداف القناة : الهدف الرئيس من وراء إطلاق قناة تلفزيونية دينية هو التصدي للفتاوى المستوردة عبر الفضائيات وشبكة الانترنت ، وهي فتاوى شاذة وخارجة عن الإجماع ، لكنها للأسف أثرت بشكل سلبي في وعي الجزائريين خصوصا إبان الأزمة الأمنية .

[1] -https://ar.wikipedia.org/wiki/

ويضيف المتحدث باسم السلطات الجزائرية الذي لم يدلي بهويته موضحا الهدف من وراء القناة حيث يقول :

" القناة ستنطلق من بيئتها الجزائرية ، وهي تستجيب لحاجة وطنية أمام ملاحظة إقبال الجزائريين على ما تبثه الفضائيات الدينية من فتاوى تصلح لبيئات أخرى ، لكنها لا تراعي بالضرورة خصوصية المجتمع الجزائري "

2- التعريف برنامج " مفاتيح "

مفاتيح برنامج حواري تفاعلي ينقل على المباشر، يعرض على قناة القرآن الكريم الجزائرية ، البرنامج يعنى بمواضيع تخص المجتمع وما يطرأ عليه من مشاكل تحتاج إلى الوقوف من قبل المختصين في مجال الشريعة وعلم الاجتماع والتربية . حيث يفتح باب التفاعل بمشاركة مشاركين عن طريق الهاتف والبريد الالكتروني. البرنامج يومي على المباشر 16:00بتوقيت الجزائر(15:30بتوقيت غرينتش) ، البرنامج من تقديم طه فرصوص ، نوال يوسفي و تيدافي راضية .[1]

2-الدراسة الميدانية عرض وتحليل الجداول

1-عرض وتحليل وتفسير البيانات

المحور الأول :البيانات الشخصية

1- الجنس :الجدول رقم "1"

جنس	تكرار	النسبة
ذكر	20	%40
أنثى	30	%60
المجموع	50	%100

التحليل الكمي

نلاحظ من خلال الجدول (1) أن نسبة الإناث قدرت ب60 %، ونسبة الذكور قدرت ب40%،

[1] -http://www.startimes.com

التحليل الكيفي

من خلال الجدول رقم "1"نلاحظ أن نسبة الكبيرة كانت لإناث ب60%تليها نسبة الذكور كانت النسبة، هذا يدل على أن الإناث لها ميول للجانب الديني أكثر من الذكور، وكذلك يرجع إلى أن المرأة عنصر يعاني من مشاكل نفسية أكثر من الرجل نظرا إلى أنها عاطفية زيادة لهذا فهي حاجة إلى مثل هذه الحصص التي تخدمها اجتماعيا ودينيا ب40%

2-السن :جدول رقم "2"

السن	التكرار	النسبة
16-22سنة	13	%26
23-26سنة	14	%28
27-45سنة	11	%22
45سنة مافوق	12	%24
المجموع	50	%100

التحليل الكمي :

من خلال الجدول رقم (2) أن أعلى عادت للفئة العمرية مابين 23-26ب28%تليها نسبة الفئة العمرية من 16-22ب26%، ثم 45فما فوق 24%، آخر نسبة كانت للفئة العمرية 27-45ب22 %

التحليل الكيفي

من خلال الجدول رقم "2" اتضح لنا أن النسبة الكبيرة لسن كانت ل23-26سنة قدرت 28% ثم تأتي نسبة ، تدل هذه النسبة على أن هذه الفئة في حاجة إلى مثل هذه الحصص نظرا لان هذه الفئة تعاني من مرحلة تدهور الرأي فهي تحتاج إلى نصائح من الناحية الدينية ، ثم تأتي الفئة العمرية من 16-22سنة قدرت ب 26% وهذه الفئة أيضا كسابقتها ثم نسبة السن 45 سنة فما فوق قدرت ب24% ثم نسبة الفئة العمرية ل27-45سنة قدرت ب22%

3- الحالة الاجتماعية :جدول رقم "3"

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة
عازب(ة)	23	%46
متزوج(ة)	22	%44
مطلق(ة)	5	%10
أرمل(ة)	0	%0
المجموع	50	%100

التحليل الكمي

من خلال الجدول رقم (3) تبين لنل أن أعلى نسبة للحالة الاجتماعية "عازب"قدرت ب46%ثم متزوج قدرت ب 44% وأخيرا فئة المطلقون قدرت ب10%

التحليل الكيفي

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا أن النسبة الأكبر كانت للفئة "العازبة" قدرت ب46% تأتي في الدرجة ، وهذا يدل على أن هذه الفئة لها الوقت لمتابعة التلفزيون لذا فهي في اطلاع على كل جديد وهذه الفئة تجدها تهتم بكل المجالات ، والدرجة الثانية كانت لمتزوج بنسبة قدرت ب44% ونجد هذه الفئة تهم لمثل هذه الحصص نظرا لطبيعة الحالة الاجتماعية التي تستدعي الاهتمام لمثل هذه الحصص الخادمة للمجتمع ثم أخيرا نسبة "مطلق"قدرت ب 10%

4-المستوى الدراسي :جدول رقم" 4"

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة
ابتدائي	13	%26
متوسط	6	%12
ثانوي	9	%18
جامعي	22	%44
المجموع	50	%100

التحليل الكمي

من خلال الجدول أعلاه اتضح لنا أن النسبة المستوى الدراسي الكبيرة كانت جامعي قدرت ب44 % ثم نسبة الابتدائي قدرت ب26%ثم تأتي نسبة المستوى الدراسي "الثانوي"قدرت ب 18%ثم نسبة الأخيرة كانت المستوى الدراسي "متوسط"ب12%

التحليل الكيفي

من خلال الجدول أعلاه اتضح لنا أن النسبة المستوى الدراسي الكبيرة كانت جامعي قدرت ب44 % ثم نسبة الابتدائي قدرت ب26%ثم تأتي نسبة المستوى الدراسي "الثانوي"قدرت ب 18%ثم نسبة الأخيرة كانت المستوى الدراسي "متوسط"ب12%

المحور الثاني: مدى اهتمام الجمهور ببرنامج "مفاتيح"

5- جدول رقم (5) يوضح درجة اهتمام الجمهور المدايني ببرنامج " مفاتيح"

الإجابة	التكرار	النسبة
دائما	10	%20
أحيانا	32	%64
نادرا	08	%16
المجموع	50	%100

التحليل الكمي

من خلال الجدول رقم(3) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت أحيانا 64%تليها دائما ب20%،وأخيرا نادرا قدرت النسبة ب16%

التحليل الكيفي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة المتابعة البرنامج "مفاتيح" التي كانت إجابتها أحيانا قدرت ب64%، ترجع هذه الإجابة إلى توفر وسائل تكنولوجية أخرى يتابعها الجمهور و كذلك التوجه إلى متابعة القنوات الفضائية الدينية العربية ، تليها الإجابة بدائما قدرت ب20%،والإجابة نادرا قدرت ب16%،

6- جدول رقم (6) يوضح سبب انجذاب الجمهور للبرنامج"مفاتيح"

الإجابة	تكرار	النسبة
الرغبة في الحصول على معلومات قيمة عن ديننا الإسلامي	23	%46
من اجل اكتساب ثقافة دينية في جميع النواحي	24	%48
ظهور أشهر الدكاترة في المجال الديني	3	%6
المجموع	50	%100

التحليل الكمي

نلاحظ من خلال رقم (6) أن النسبة الأعلى كانت الرغبة قدرت في اكتساب ثقافة دينية في جميع النواحي 48%تليها نسبة الرغبة في الحصول على معلومات قيمة عن ديننا الإسلامي ب46%وأخيرا نسبة ظهور أشهر الدكاترة في المجال الديني ب6%

التحليل الكيفي

من خلال جدول أعلاه تبين لنا أن نسبة الكبيرة كانت الإجابة ب"من اجل اكتساب ثقافة دينية في جميع النواحي "قدرت ب 48%، هذا يرجع إلى أن المجتمع في حاجة ماسة إلى التثقف في دينهم، فالجمهور يعاني من تدهور من الناحية الدينية، ثم تليها الإجابة "الرغبة في الحصول على معلومات قيمة عن ديننا الإسلامي " قدرت ب46%،ثم تليها نسبة الإجابة "ظهور أشهر الدكاترة في المجال الديني "والتي قدرت بأقل نسبة ب6%.

7- جدول رقم (7) يوضح توقيت البرنامج بالنسبة للجمهور الجزائري :

الإجابة	تكرار	النسبة
نعم	25	%50
لا	25	%50
المجموع	50	%100

التحليل الكمي

من خلال الجدول رقم (7) نلاحظ تساوي بين نعم ولا بالنسبة لتوقيت البرنامج حيث قدرت ب50 %

التحليل الكيفي

من خلال جدول السابق اتضح لنا أن هناك تساوي في الإجابة ب نعم ولا، حيث قدرت ب 50%نعم و50%لا، وهذا لان البرنامج يبث في وقت غير مناسب خاصة بالنسبة للإفراد العاملين خارج المنزل، أما النصف الذي إجابة بمناسب فهذه الإجابة تدل على النساء الماكثات في البيت فالتوقيت يناسبهم للمشاهدة .

8- جدول رقم (8) يوضح تصنيف البرنامج من قبل الجمهور المشاهد لبرنامج "مفاتيح"

الإجابة	تكرار	النسبة
ممتاز	19	%38
متوسط	29	%58
عادي	2	%4
ضعيف	0	%0
المجموع	50	%100

التحليل الكمي

من الجدول رقم (8) نلاحظ ان اعلى نسبة كانت لمتوسط ب58%،تليها ممتازب38%، ثم عادي بنسبة 4%

التحليل الكيفي

من خلال جدول أعلاه لاحظنا أن نسبة الكبيرة كانت إجابتها بمتوسط بنسبة 58%،ثم تليها الإجابة بممتازب 38%،ثم الإجابة عادي قدرت ب 4%، و الاخيرا الإجابة بضعيف معدومة ، تعود إجابة الجمهور لتصنيف الحصة بمتوسطة إلى أن الجمهور يرى في الإعلام الجزائري بصفة عامة التخلف .

المحور الثالث : دور حصة مفاتيح في ضبط العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع :

9- جدول رقم (9) يوضح مؤهلات حصة "مفاتيح "من اجل تنظيم العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	7	%14
لا	43	%86
المجموع	50	%100

التحليل الكمي

من خلال الجدول رقم (9) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت للا ب86%ثم نسبة 14%كانت لنعم

التحليل الكيفي

من خلال الجدول أعلاه اتضح لنا أن الإجابة بلا" تمتلك مؤهلات من اجل التنظيم العلاقات الاجتماعية "قدرت بنسبة 86% ،و الإجابة بنعم "تمتلك مؤهلات قدرت ب 14%، وهذا يرجع إلى أن الجمهور لا يهتم للإعلام الديني الجزائري بكثرة .

10- جدول رقم (10) يوضح أداء حصة مفاتيح في عملية التأثير على العلاقات الاجتماعية

الإجابة	التكرار	النسبة
أداء جيد	21	%42
متوسط	28	%56
ضعيف	1	%2
المجموع	50	%100

التحليل الكمي

نلاحظ من خلال الجدول (10) أن أعلى نسبة كانت لأداء متوسط قدرت ب56%ثم جيد ب42%، وأخيرا ضعيف قدرت ب2%

التحليل الكيفي

من خلال الجدول رقم "10"أن نسبة الإجابة بمتوسط قدرت أعلى نسبة ب56%ثم تليها الإجابة بجيد قدرت ب42% ،وأخيرا كانت الإجابة بضعيف ب2%، ترجع الإجابة بأداء متوسط على التأثير في العلاقات الاجتماعية إلى أن المجتمع الجزائري حتى وان شاهد هذه الحصة فهي لا تأثر فيه نتيجة لغياب عنصر التأثير.

11- جدول رقم (11) يوضح تأثر الجمهور بمحتويات برنامج "مفاتيح "

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	35	%70
لا	15	%30
مجموع	50	%100

التحليل الكمي

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) أن النسبة الأكبر كانت لنعم ب70%ثم للا ب30%

التحليل الكيفي

من خلال جدول أعلاه تبين لنا أن نسبة الإجابة بنعم الأكبر حيث قدرت ب 70%،ثم تليها الإجابة بلا وقدرت ب30 %، هذا يدل على أن الحصة تملك الإمكانيات للتأثير على الجمهور لكن للأسف لم تستطع تحقيق التأثير المطلوب من خلال ما استنتجناه من خلال الاستبيان

12- جدول رقم (12) يوضح تقييم الجمهور للطريقة التي تعمل بها حصة "مفاتيح"

الإجابة	التكرار	النسبة
ممتازة	21	%42
متوسطة	25	%50
عادية	4	%8
المجموع	50	%100

التحليل الكمي

نلاحظ من خلال الجدول رقم (12) أن الإجابة بمتوسط هي الأعلى قدرت ب50%،ثم الإجابة ممتاز حيث قدرت ب 42%،ثم الإجابة لعادية قدرت النسبة ب8%

التحليل الكيفي

نلاحظ من خلال الجدول رقم "12"أن الإجابة بمتوسط كانت الأكبر حيث قدرت نسبتها ب50%،وبعدها الإجابة بممتاز قدرت ب42%،والأخير الإجابة عادية كانت نسبتها 8%، وهذا يرجع إلى أن المجتمع المدايني لا يستهوي الإعلام الجزائري يرى فيه نوع من التخلف في طريقة الأداء.

13- جدول رقم (13) يوضح الركن المفضل لدى الجمهور الجزائري "الركن النفسي أو الرسائل التربوية"

الإجابة	التكرار	النسبة
الركن النفسي	28	%56
رسائل تربوية	22	%44
المجموع	50	%100

التحليل الكمي :

من خلال جدول رقم (13)اتضح لنا نسبة الأكبر التي قدرت ب56%كانت لركن النفسي ثم الرسائل التربوية قدرت ب44%

التحليل الكيفي:

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة الاهتمام بالركن النفسي كانت الأكبر حيث قدرت ب56%،ثم تليها الاهتمام بركن رسائل التربوية وقدرت نسبة الاهتمام ب44 %، وهذا الاهتمام بالركن النفسي يدل على أن المجتمع المدايني يعاني ضغوط نفسية يحاول التخلص منها .

المحور الرابع : دور حصة مفاتيح في التأثير الديني على الأسر الجزائرية

14- جدول رقم (14) يوضح مدى اهتمام الأسر الجزائرية بحصة "مفاتيح "

الإجابة	التكرار	النسبة
اهتمام كبير	15	%30
متوسط	35	%70
المجموع	50	%100

التحليل الكمي :

من خلال جدول رقم (13)اتضح لنا أن الإجابة بمتوسط كانت الأكبر قدرت ب70%.

التحليل الكيفي

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن الإجابة بمتوسط كانت الأعلى إذ قدرت نسبتها ب 70%،ثم تليها نسبة الاهتمام كبير وقدرت ب 30% وهذا يدل على أن الأسر المداينية ليس لها ميول لهذا النوع من الحصص الاجتماعية الدينية ، وهذا يرجع إلى غياب الوازع الديني ، وكذلك الإطاحة بالإعلام الديني الجزائري و الابتهار بالإعلام الديني العربي .

15- جدول رقم (15) يوضح مدى فاعلية حصة مفاتيح في تنمية الجانب الإيماني لدى المجتمع الجزائري

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	45	%90
لا	05	%10
المجموع	50	%100

التحليل الكمي

من خلال الجدول نلاحظ أن النسبة الأكبر كانت للإجابة بنعم ب90%، ثم نسبة الإجابة بلا كانت النسبة 10%.

التحليل الكيفي

من خلال جدول أعلاه اتضح لنا أن الإجابة بنعم هي الأكبر حيث قدرت النسبة القصوى ب90%،ثم تليها الإجابة بلا وقدرت نسبتها ب10 %، نظرا لان الحصة دينية كانت الإجابة من قبل المبحوثين بنعم ، حتى وان كانت هذه الحصة متوسطة المشاهدة من قبل الجمهور المدايني

تحليل حسب متغيرات الدراسة

التحليل الكمي والكيفي للجداول :

1- الجدول رقم(1): يبين مدى اهتمام الجمهور المدايني ببرنامج "مفاتيح"

س 1: الجنس

المجموع		الجنس				الإجابة
		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%16	8	%10	3	%25	5	نادرا
%64	32	%73	22	% 50	10	أحيانا
%20	10	%16.66	5	%25	5	دائما
100	**50**	**%100**	**30**	**%100**	**20**	**المجموع**

التحليل الكمي

وكانت نسبة مشاهدة المرأة للبرنامج 60 % ثم تأتي نسبة مشاهدة الذكور بـ 40 %، وكانت درجة مشاهدة لأحيانا ب 73 % بالنسبة للإناث ثم دائما ب 50 %ثم نادراب25%،

التحليل الكيفي

من خلال الجدول رقم (1) نلاحظ أن نسبة الإناث هي الأكثر متابعة لبرنامج مفاتيح من قناة القرآن الكريم الجزائرية و هذا راجع إلى أن المرأة لها ميول لهذه الحصص الدينية المعالجة للقضايا الاجتماعية ، وعليه فان المرأة تعتبر العنصر العاطفي الذي يعاني من بعض ضغوطات الحياة بشكل اكبر من الرجل ، لذا يكون لمثل هذه الحصص وقع على العنصر النسوي أكثر ، وهذا نظرا لانشغال فئة الرجال بأعمال أخرى كالشغل خارج المنزل ، وكانت درجة مشاهدة لأحيانا ثم دائما ثم نادرا.

س1: السن

الإجابة	السن								المجموع	
	22-16		26-23		45-27		45الى ما فوق			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نادرا	2	%15.38	3	%21.42	2	%18.18	1	%8.33	8	%16
أحيانا	10	%76.92	10	%71.42	7	%63.63	5	%41.66	32	%64
دائما	1	%7.69	1	%7.14	2	%18.18	6	%50	10	%20
المجموع	13	%100	14	%100	11	%100	12	%100	50	%50

الجدول رقم(2)

التحليل الكمي

وقدرت متابعة الفئة 23-26 بنسبة 28 % ثم في الدرجة الثانية نسبة الفئة العمرية من 16-22 إلى 22 سنة بـ 26% ثم 45 سنة إلى ما فوق وقدرت بنسبة 24 % ثم سنة 27-45 سنة بنسبة 22 % .

التحليل الكيفي

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2) أن فئة العمر بين 23-26 سنة تشاهد البرنامج "مفاتيح" وهذا راجع لطبيعة الموضوع المعالجة والتي تخص في الغالب هذه الفئة الشبابية لذا نجد الاهتمام من قبلها ، وكذلك يرجع إلى حب اكتساب معلومات عن الدين الإسلامي ونسبة المتابعة هذه الفئة ضئيلة جدا لكن أفضل من الفئات الأخرى ، وهذا لانشغال هذه الفئة بالوسائل التكنولوجية الأخرى كالانترنت والهواتف.

ثم 45 سنة إلى ما فوق ويرجع إلى وجود قنوات دينية أخرى تهتم لها هذه الفئة ، ثم سنة 27-45 ويعود السبب إلى أن هذه الفئة في الأغلب عاملة ولا تهتم إلا للقنوات الإخبارية .

س1: الحالة الاجتماعية

الإجابة	الحالة الاجتماعية						المجموع	
	عازب(ة)		متزوج(ة)		مطلق(ة)			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نادرا	3	%13.04	5	%22.72	0	%0	8	%16
أحيانا	18	%78.26	12	%54.54	2	%40	32	%46
دائما	2	%8.69	5	%22.72	3	%60	10	%20
المجموع	23	%100	22	%100	5	%100	50	%100

الجدول رقم (3)

التحليل الكمي

قدرت الإجابة دائما من قبل الفئة المطلقون بنسبة 60% ،ثم فئة المتزوجين ب22.72 % ، تليها الفئة العازبة ب8.69 % أما الذين اجابو أحيانا تأتي في المرتبة الأولى فئة العزاب بنسبة 78.26% ثم تأتي فئة متزوج الذين أجابوا أحيانا بنسبة 54.54% وبعد ذلك تأتي نسبة 40% لفئة المطلقون الذين يميلون بنسبة ضعيفة لمشاهدة قناة القرآن الكريم خصوصا.

التحليل الكيفي

من خلال جدول رقم (3) نلاحظ أن نسبة المطلقين هي الأكثر مشاهدة للحصة وهذا راجع لطبيعة البرنامج الذي يهتم ويعطى اهتمام من خلال المواضيع الخادمة لهذه الفئة، مثلا كركن رسائل تربوية الذي يبرمج في الحصة ، حيث يعالج مشاكل الاجتماعية ويقدم نصائح دينية قيمة ، وكذا الركن النفسي الذي بدوره يعالج مشاكل النفسية ، لذا نجد هذه الفئة تستهوي هذا البرنامج . ثم تأتي فئة العزاب الذين أجابوا أحيانا لانشغال بأمور تربية الأولاد وشؤون المنزل والعمل المستمر.

س1: المستوى الدراسي

الإجابة	المستوى الدراسي								المجموع	
	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نادرا	0	%0	1	%16.66	3	%33.33	4	%18.18	8	%16
أحيانا	6	%46.15	5	%83.33	4	%44.44	17	%77.27	32	%64
دائما	7	%53.84	0	%0	2	%22.22	1	%4.54	10	%20
المجموع	13	%100	6	%100	9	%100	22	%100	50	%100

جدول رقم (04)

التحليل الكمي

نلاحظ أن النسبة الكبيرة لمشاهدة البرنامج ، كانت للابتدائيين والتي قدرت نسبة إجابتهم بدائما بـ 53.84%، لتأتي نسبة الإجابة باحيانا للمستوى الدراسي متوسط بـ83.33%، ثم تليها فئة الجامعين 77.27% ، وفي الأخير نسبة الثانويين بنسبة 44.44 %

التحليل الكيفي

من خلال الجدول رقم(4) نلاحظ أن النسبة الكبيرة لمشاهدة البرنامج ، كانت للابتدائيين والتي قدرت نسبة إجابتهم بدائما بـ 53.84% أي الفئة الماكثة في البيت ، تحب دائما الاطلاع على جميع المجالات الدينية ، السياسية ، والاجتماعية ، التكنولوجية. لتأتي نسبة الإجابة باحيانا للمستوى الدراسي متوسط بـ 83.33% من أجل تعلم وكسب ثقافة دينية أكثر ورفع المستوى ،ثم تليها فئة الجامعين 77.27% لانشغالها بأمور الدراسة وكذلك توفر الوسائل التكنولوجية الأخرى كالفسبوك وغيرها ، وفي الأخير نسبة االثانوين بنسبة 44.44 % لانشغال بأمور أخرى كالتعلم و متابعة البرامج الخاصة بالشباب فهم في غنى عن هذه البرامج و ممارسة الرياضة .

2- جدول رقم (5) يبين انجذاب الجمهور المدايني لبرنامج"مفاتيح"

س2: الجنس :

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الرغبة في الحصول على معلومات قيمة عن ديننا الإسلامي	8	%40	15	%50	23	%46
من اجل اكتساب ثقافة دينية في جميع النواحي	10	%50	14	%46.66	24	%48
ظهور أشهر الدكاترة في المجال الديني	2	%10	1	%3.33	3	%3
المجموع	20	%100	30	%100	50	%100

الجدول رقم (5)

التحليل الكمي نلاحظ أن الرغبة في الحصول على معلومات قيمة عن ديننا الإسلامي هي التي كانت الأكبر بنسبة بـ 50% من قبل الإناث ، ثم نسبة من أجل اكتساب ثقافة دينية في جميع النواحي بنسبة

التحليل الكيفي

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أن نسبة الإناث هي الأكبر بـ 30 مبحوثة مقارنة بالذكور بـ 20 مبحوث نلاحظ من خلال الجدول رقم(5) نلاحظ أن الرغبة في الحصول على معلومات قيمة عن ديننا الإسلامي هي التي كانت الأكبر بنسبة بـ 50% من قبل الإناث وهذا راجع إلى أن فئة الإناث دائما تحب الاطلاع على كل المجالات خاصة الدينية ، ثم نسبة من أجل اكتساب ثقافة دينية في جميع النواحي بنسبة 50% وكانت هذه الإجابة النسبة الأكبر للذكور، وهذا يرجع إلى أن فئة الذكور تحب أن تطلع وتكون مثقفة في كل المجالات، وكانت هذه النسبة خاصة بالإناث وسبب الإجابة يعود إلى نفس السبب السابق، وفي الأخير تأتي درجة ظهور أشهر الدكاترة في المجال الديني بنسبة ب10. %.وهذه الإجابة خاصة بالذكور هذا يرجع إلى أن فئة الذكور تستهوي الاطلاع ومتابعة البرامج من اجل الشيوخ المحبين لهم .

س2: السن

الاجابة	22-16		26-23		45-27		45فما فوق		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الرغبة في الحصول على معلومات عن ديننا الإسلامي	6	%46.15	6	%42.85	5	%45.45	6	%50	23	%46
من اجل اكتساب ثقافة دينية في جميع النواحي	6	%46.15	8	%57.14	5	%45.45	5	%41.66	24	%48
ظهور أشهر الدكاترة في المجال الديني	1	%7.69	0	%0	1	%9.09	1	%8.33	3	%6
المجموع	13	%100	14	%100	11	%100	12	%100	50	%100

الجدول رقم (6)

التحليل الكمي

ونلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن النسبة العمرية من 23 – 26 سنة هي الأكثر مشاهدة البرنامج من أجل كسب ثقافة دينية في جميع النواحي بنسبة 48%، ثم الرغبة في الحصول على معلومات قيمة عن ديننا الإسلامي بنسبة 46% الخاصة بالسنة العمرية "من 16 – 22، وفي الأخير نسبة "27-45 سنة ما فوق" هي ظهور أشهر الدكاترة بنسبة 06،

التحليل الكيفي

نلاحظ أن نسبة العمرية الأكثر مشاهدة 23-26 و 16-22 سنة ثم تليه نسبة العمرية 45 سنة ما فوق و 27 – 45 سنة ، ونلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن النسبة العمرية من 23 – 26 سنة هي الأكثر مشاهدة البرنامج من أجل كسب ثقافة دينية في جميع النواحي بنسبة 48% وهذا راجع إلى أن هذه الفئة مازالت في سن حب الاطلاع على الأمور المتعلقة بالدين فهذه الفئة فضولية تحب الولوج في كل المجالات ، ثم الرغبة في الحصول على معلومات قيمة عن ديننا الإسلامي بنسبة 46% الخاصة بالسنة العمرية "من 16 – 22 سنة" هذه الفئة أيضا تحب الاطلاع ، وفي الأخير نسبة "27-45 سنة ما فوق" هي ظهور أشهر الدكاترة بنسبة 06% ويعود هذا إلى الميول للدكاترة لان هذه الفئة تعلم حق العلم أن الدكاترة لهم وقع عليها .

س2: الحالة الاجتماعية.

	الحالة الاجتماعية						
الإجابة	عازب (ة)		متزوج(ة)		مطلق(ة)	المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الرغبة في الحصول عن معلومات قيمة عن ديننا الإسلامي	12	%52.17	8	%36.36	3	%60	23	%46
من اجل اكتساب ثقافة دينية في جميع النواحي	10	%43.47	12	%54.54	2	%40	24	%48
ظهور أشهر الدكاترة في المجال	1	%4.34	2	%9.09	0	%0	3	%6
المجموع	23	%100	22	%100	5	%100	50	%100

جدول رقم(7)

التحليل الكمي

كانت النسبة الكبيرة الحصول على معلومات قيمة عن ديننا الإسلامي بـ 48% بالنسبة للفئة "أعزب" ،

الدرجة الثانية الرغبة في الحصول على ثقافة دينية بـ 46% من قبل المتزوجين ويرجع هذا إلى طبيعة الحالة الاجتماعية ، وفي الأخير نسبة ظهور أشهر الدكاترة بـ 06% وكانت إجابتها من قبل المطلقين ويرجع هذا أيضا إلى طبيعة الحالة الاجتماعية ونفسية هذه الفئة.

التحليل الكيفي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الحالة الاجتماعية "متزوج" و"أعزب" و"مطلق" كانت النسبة الكبيرة الحصول على معلومات قيمة عن ديننا الإسلامي بـ 48% بالنسبة للفئة "أعزب" ويرج سبب الإجابة بهذا من قبل الفئة العازبة إلى أن هذه ا لفئة حاجة ماسة إلى من ينصحها ويرشدها إلى ما هو اصح .

س2 : المستوى الدراسي.

الإجابة	المستوى الدراسي								المجموع	
	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الرغبة في الحصول على معلومات قيمة عن ديننا الإسلامي	6	%46.15	3	%50	3	%33.33	11	%50	23	%46
من اجل اكتساب ثقافة دينية في جميع النواحي	6	%46.15	2	%33.33	5	%55.55	11	%50	24	%48

ظهور أشهر الدكاترة في المجال الديني	1	%7.69	1	%16.66	1	%11.11	0	%0	3	%6
المجموع	13	%100	6	%100	9	%100	22	%100	50	%100

جدول رقم(8)

التحليل الكمي

الرغبة في الحصول على معلومات قيمة عن ديننا الإسلامي كانت فئة الجامعيين الأكبر بنسبة 48% ، تليها الحصول عن ثقافة دينية في جميع النواحي للابتدائيين الأقل مستوى بـ 46% ، وفي الأخير مستوى المتوسط والثانوي بنسبة 06% والذي يجذبها لمشاهدة البرنامج هو ظهور أشهر الدكاترة في المجال الديني.

التحليل الكيفي

نلاحظ من خلال جدول أعلاه نلاحظ أن الرغبة في الحصول على معلومات قيمة عن ديننا الإسلامي كانت فئة الجامعيين الأكبر بنسبة 48% وهذا راجع إلى أن هذه الفئة تحب الولوج والتثقف في كل النواحي ، تليها الحصول عن ثقافة دينية في جميع النواحي للابتدائيين الأقل مستوى بـ 46% وهذا لان هذه الفئة تعاني من نقص المعلومات في جميع النواحي لذا تجدها تهتم بكل المجالات من اجل تنمية ثقافتها المعرفية ، وفي الأخير مستوى المتوسط والثانوي بنسبة 06% والذي يجذبها لمشاهدة البرنامج هو ظهور أشهر الدكاترة في المجال الديني ، يرجع إلى الابتهار والحب الزائد للدكاترة الكرام .

3- جدول رقم (9) يبين التوقيت البرنامج بالنسبة للجمهور الجزائري :

س3 : الجنس.

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	11	%55	14	%46.66	25	%50
نعم	9	%45	16	%53.33	25	%50
المجموع	20	%100	30	%100	50	%100

جدول رقم(9)

التحليل الكمي

من خلال جدول رقم(9) نلاحظ أن توقيت البرنامج مناسب أكثر للإناث حيث قدرت نسبة الإجابة بنعم من قبل الإناث ب33 . 53 % مقارنة بالذكور التي قدرت نسبتها ب 45% ، في حين نسبة الإجابة بلا من قبل الذكور قدرت ب 55% ونلاحظ من خلال الجدول أعلاه تساوي بين نعم ولا بنسبة 50% لكل فئة .

التحليل الكيفي

ويعود هذا نظرا لانشغال كلى الجنسين بمختلف نشاطات الحياة الأخرى كالتعليم والشغل و تربية الأطفال وشؤون المنزل...الخ.

س3 : السن.

الإجابة	السن								المجموع	
	22-16		26-23		45-27		45فما فوق			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	4	%30.76	10	%71.42	5	%45.45	6	%50	25	%50
نعم	9	%69.23	4	%28.57	6	%54.54	6	%50	25	%50
المجموع	13	%100	14	%100	11	%100	12	%100	50	%100

جدول رقم(10)

التحليل الكيفي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن هناك تساوي في الإجابة من حيث توقيت البرنامج غير مناسب إذ قدرت النسبة ب 50% ، ونلاحظ اختلاف في النسبة من حيث إجابة كل فئة ، إذ نجد نسبة ويرجع هذا إلى أن الفئة هذه لها انشغالات أخرى كالعمل والدراسة ، ثم الفئة العمرية 45 فما فوق التي كانت إجابتها بلا بنسبة 50%، نظرا لان هذه الفئة أغلبيتها عاملة سواء نساء في المنزل أو رجال خارج المنزل ، أما بالنسبة للفئتين العمريتين الفئة مابين 27- 45 و16-22 فكانت إجابتهم نعم مناسب وكانت النسبة بينهم متقاربة ، الأول كانت نسبتها54 . 54% اما الثانية فكانت ب23 .69 %، وهذا راجع إلى أن هذه الفئة العمرية أغلبيتها تملك الوقت أو تكون فئة عاطلة عن العمل .

التحليل الكمي

الإجابة بلا رجعت للفئة العمرية مابين 23-26بنسبة42. 71%، ثم الفئة العمرية 45 فما فوق التي كانت إجابتها بلا بنسبة 50%، أما بالنسبة للفئتين العمريتين الفئة مابين 27- 45 و16-22 فكانت إجابتهم نعم مناسب وكانت النسبة بينهم متقاربة ، الأول كانت نسبتها54 . 54% اما الثانية فكانت ب23 .69 %

س3: الحالة الاجتماعية.

الإجابة	الحالة الاجتماعية						المجموع	
	أعزب(ة)		متزوج(ة)		مطلق(ة)			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	11	%47.82	12	%54.54	2	%40	25	%50
نعم	12	%52.17	10	%45.45	3	%60	25	%50
المجموع	23	%100	22	%100	5	%100	50	%100

جدول رقم(11)

التحليل الكيفي

نلاحظ من خلال الجدول أن هناك تساوي في الإجابة بين نعم ولا ، إلا أن هناك اختلاف في الإجابات من قبل كل حالة اجتماعية إذ نجد فئة مطلق ترى أن توقيت البرنامج مناسب بنسبة 60%، ويرجع السبب إلى أن هذه الفئة ليس لها مشكل في الوقت فهي تعاني الفراغ في الوقت ، تليها فئة العزاب بنسبة17 . 52%، ثم فئة المتزوجين التي كانت إجابتهم بلا التوقيت غير مناسب بنسبة54 . 54%، وهذا لانشغالهم بأمور البيت والأولاد والعمل .

التحليل الكمي

أما باقي المتزوجين فيرون التوقيت غير مناسب فكانت النسبة ب45 .45%، فئة مطلق ترى أن توقيت البرنامج مناسب بنسبة 60%، تليها فئة العزاب بنسبة17 . 52%، ثم فئة المتزوجين التي كانت إجابتهم بلا التوقيت غير مناسب بنسبة54 . 54%.

س3 : المستوى الدراسي .

الإجابة	المستوى الدراسي								المجموع	
	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	3	%23.07	4	%44.44	6	%66.66	12	%54.54	25	%50
نعم	10	%76.92	2	%2 2.2	3	%33.33	10	%45.45	25	%50
المجموع	13	%100	6	%100	9	%100	22	%100	50	%100

جدول رقم(12)

التحليل الكيفي

من خلال الجدول أعلاه رقم (12) نلاحظ أن هناك تساوي في توقيت مشاهدة البرنامج نعم و لا بـ 50%

لكن عن المستوى الجامعي والثانوي والمتوسط والابتدائي أي عند تفريغ المبحوثين نجد أن المستوى الدراسي الابتدائي يرى أن توقيت البرنامج مناسب حيث قدرت نسبة الإجابة بنعم بـ92 .76%، وهذا رجع إلى اجل الابتدائيين من النساء الماكثات في البيت لذا تجد وتوقيت البرنامج يناسبهم ، أما الجامعين فاغلبهم أجابوا بلا بنسبة54 . 54%، ويعود ذلك إلى أن الجامعين يكونون مشغولين بالدراسة في الوقت الذي تبث فيه الحصة، أما المستوى الدراسي الثانوي كانت نسبة الإجابة بلا هي الأكبر وقدرت بـ66 . 66% ، وفئة المستوى الدراسي متوسط فأجابوا بلا بنسبة قدرت بـ44 . 44%، ومنه نستنج أن الإفراد المتعلمين اغلبهم يرون أن التوقيت غير مناسب ، بخلاف الابتدائيين الذين يرون التوقيت مناسب .

التحليل الكمي

المستوى الدراسي الابتدائي يرى أن توقيت البرنامج مناسب حيث قدرت نسبة الإجابة بنعم بـ92 .76%، أما الجامعين فاغلبهم أجابوا بلا بنسبة54 . 54%، أما المستوى الدراسي الثانوي كانت نسبة الإجابة بلا هي الأكبر وقدرت بـ66 . 66% ، المستوى الدراسي متوسط فأجابوا بلا بنسبة قدرت بـ44 .

4- جدول رقم (13) يبين تصنيف برنامج "مفاتيح "من قبل الجمهور المشاهد

س4 : الجنس.

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
عادي	1	%5	1	%3.33	2	%4
متوسط	16	%80	13	%43.33	29	%58
ممتاز	3	%15	16	%53.33	19	%38
المجموع	20	%100	30	%100	50	%100

جدول رقم(13)

التحليل الكيفي

نلاحظ من خلال الجدول رقم(13) أن تصنيف البرنامج من قبل المبحوثين كان متوسطة هي النسبة الأكبر حيث قدر بـ 58% ،و تعود النسبة الأكبر للإجابة متوسط لفئة الذكور وقدرت بـ80 %، وهذا يعود إلى أن المبحوثين الذكور لا يرون في الإعلام الجزائري إلا الشيء السلبي وذلك انبهارهم بالإعلام الفضائي العربي ، ثم تأتي نسبة ممتاز بـ38% ، وتعود نسبة الإجابة بممتاز إلى فئة الإناث حيث قدرت ب33 . 53%، وهذا يرجع إلى أن هذه الفئة لها ميول للإعلام الديني الجزائري ،وفي الأخير نسبة عادية جدا بـ 04% ونسبة ضعيف معدومة.

التحليل الكمي

تعود النسبة الأكبر للإجابة بمتوسط لفئة الذكور وقدرت بـ80 %، تأتي نسبة ممتاز بـ 38% ، وتعود نسبة الإجابة بممتاز إلى فئة الإناث حيث قدرت ب33 . 53%، وفي الأخير نسبة عادية جدا بـ 04% ونسبة ضعيف معدومة.

س4 : السن.

الإجابة	السن								المجموع	
	22-16		26-23		45-27		45 فما فوق			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
عادي	0	%0	1	%7.14	0	%0	1	%8.33	2	%4
متوسط	6	%46.15	7	%50	6	%54.54	10	%83.33	29	%58
ممتاز	7	%53.84	6	%42.85	5	%45.45	1	%8.33	19	%38
المجموع	13	%100	14	%100	11	%100	12	%100	50	%100

جدول رقم : (14)

التحليل الكمي

من خلال الجدول نلاحظ أن النسبة الأكبر للإجابة بمتوسط رجعت إلى الفئة العمرية 45 فما فوق حيث قدرت ب83.33 %، تليها الفئة العمرية مابين 27-45 بنسبة54 . 54%، ثم الفئة العمرية 23-26 وقدرت النسبة ب 50%، تليها الفئة العمرية مابين 16- 22 التي قدرت نسبتها ب15. 46%، و تعود النسبة الأكبر لهذه الفئة إلى الاجابتها بممتاز بنسبة قدرت ب84 . 53%.

التحليل الكيفي

من خلال جدول رقم(14) نلاحظ أن تصنيف البرنامج من قبل الفئات العمرية ، حيث نلاحظ أن النسبة الأكبر كانت للإجابة بمتوسط ، والنسبة الأكبر رجعت إلى الفئة العمرية 45 فما فوق حيث قدرت ب83.33 %، وهذا يعو إلى أن هذه الفئة تعتبر من االمولوعين بهذه الحصة وهم يعتبرون أن الإعلام الديني الجزائري هو من يجب تتبعه لأنه موجه للمجتمع الجزائري ، تليها الفئة العمرية التي أجابت بمتوسط مابين 27-45 بنسبة54 . 54%، ثم الفئة العمرية 23-26 وقدرت النسبة ب 50%، تليها الفئة العمرية مابين 16- 22 التي قدرت نسبتها ب15. 46%،و تعود النسبة الأكبر لهذه الفئة إلى الاجابتها بممتاز بنسبة قدرت ب84 . 53%، وهذا يرجع إلى أن هذه الفئة تستقبل فقط لا تحلل الأشياء ولا تميز بل ترى كل الأشياء ممتازة

س4 : الحالة الاجتماعية.

الإجابة	الحالة الاجتماعية						المجموع	
	أعزب (ة)		متزوج(ة)		مطلق (ة)			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
عادي	1	%4.34	0	%0	1	%20	2	%4
متوسط	10	%43.47	15	%68.18	4	%80	29	%58
ممتاز	12	%52.17	7	%31.81	0	%0	19	%38
المجموع	22	%100	22	%100	5	%100	50	%100

جدول رقم(15)

التحليل الكيفي

من خلال الجدول رقم(15) نلاحظ أن النسبة الأكبر للإجابة بمتوسط تعود لفئة المطلقين ب80%، ويعود ذلك إلى كون هذه الفئة تحلل الأشياء وفق نفسيتها ، أما النسبة التالية التي أجابت بمتوسط فتعود لفئة المتزوجين بنسبة18 . 68%، وهذا يعود إلى أن هذه الفئة لا تستهوي الإعلام الجزائري لذا ترى فيه كل شيء سلبي ، إما النسبة الأخيرة للإجابة بمتوسط فرجعت لفئة العزاب بنسبة47 . 43%،حيث أن هذه الفئة أجابت بممتاز بنسبة فقدرت ب17 . 52 %، هذا يعود إلى أن هذه الفئة لها ميول لهذه الحصة، لأنها تساعدها في حل المشاكل الاجتماعية وفق منظور ديني .

التحليل الكمي

النسبة الأكبر للإجابة بمتوسط تعود لفئة المطلقين ب80%، أما النسبة التالية التي أجابت بمتوسط فتعود لفئة المتزوجين بنسبة18 . 68%، أما النسبة الأخيرة للإجابة بمتوسط فرجعت لفئة العزاب بنسبة47 . 43%،اما بالنسبة للاجابة بممتاز فعادت للفئة العازبة ب17 . 52 %.

س4: المستوى الدراسي

الإجابة	المستوى الدراسي								المجموع	
	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
عادي	1	%7.69	0	%0	0	%0	1	%4.54	2	%4
متوسط	9	%69.23	5	%83.33	8	%88.88	7	%31.81	29	%58
ممتاز	3	%23.07	1	%16.66	1	%11.11	14	%63.63	19	%38
المجموع	13	%100	6	%100	9	%100	22	%100	50	%100

جدول رقم(16)

التحليل الكمي

من خلال جدول رقم (16) اتضح لنا أن نسبة المستوى الدراسي ثانوي ترى أن الحصة متوسطة بنسبة 88 . 88%، تليها فئة المستوى الدراسي متوسط بنسبة متقاربة قدرت ب33 . 83 %، ثم تليها فئة الابتدائي الذين اجابو ا أغلبيتهم بمتوسط بنسبة23 . 69%،

التحليل الكيفي

وهذا يرجع إلى أن هذه المستويات متقاربة في التفكير ولها نفس النظرة حول الحصة ، أما فئة الجامعين في هي ترى أن الحصة ممتازة وهذا بنسبة قدرت ب63 . 63%، فهذه الفئة ترى أن ما تقدمه الحصة يتناسب مع الحالات التي يعيشها المجتمع الجزائري فهي تعالج المشاكل الاجتماعية وفق ما يمليه الدين الإسلامي .

5- جدوا رقم (17) يبين رأي الجمهور في مؤهلات حصة "مفاتيح "من اجل تنظيم العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع :

س 5: الجنس

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	5	%25	2	%6.66	7	%14
نعم	15	%75	28	%93.33	43	%86
المجموع	20	%100	30	%100	50	%100

جدول رقم(17)

التحليل الكمي

نلاحظ من خلال الجدول رقم (17) أن نسبة الإجابة بنعم ب 86 %، أما الباقي فيرون أنها لا تملك مؤهلات وكانت النسبة 14%، ولما نصف الإجابة حسب الجنس نجد أن الإناث أجابوا بنعم بنسبة اكبر من الذكور قدرت ب33 %. 93%، أما فئة الذكور فأجابوا بنعم بنسبة قدرت ب 75 %.

التحليل الكيفي

نلاحظ من خلال الجدول رقم (17) أن كل المبحوثين يرون أن الحصة تملك مؤهلات كافية من اجل تنظيم العلاقات الاجتماعية ، حيث قدرت نسبة الإجابة بنعم ب 86 %أما الباقي فيرون أنها لا تملك مؤهلات وكانت النسبة 14%، وهذه النسبة تدل على أن الحصة لها مؤهلات لكن لم تستطع أن تجلب عدد كبير من المشاهدين ، ربما السبب يعود إلى الجمهور الجزائري الذي لا يهتم كثيرا بالإعلام الديني الجزائري ، نظرا لقلة الوازع الديني عند كثير من الجزائريين فهم دائما يلجئون للإعلام الترفيهي الاغرائي كالمسلسلات المدبلجة الدخيلة التي تصور لهم الحياة الجميلة ، وتخرجهم من عاداتهم وتقاليدهم المتعارف عليها ،ولما نصف الإجابة حسب الجنس نجد أن الإناث أجابوا بنعم بنسبة اكبر من الذكور قدرت ب33 %. 93%، أما فئة الذكور فأجابوا بنعم بنسبة قدرت ب 75 %، وهذا يدل على الإناث تهتم لهذه الحصة أكثر من الذكور .

س5 : السن

الإجابة	السن								المجموع	
	22-16		26-23		45-27		45مافوق			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	2	%15.38	1	%7.14	2	%18.18	2	%16.66	7	%14
نعم	11	%84.61	13	%92.85	9	%81.81	10	%83.33	43	%86
المجموع	13	%100	14	%100	11	%100	12	%100	50	%100

جدول رقم(18)

التحليل الكمي

من خلال الجدول نستنتج أن الإجابة الأكبر بنعم تعود للفئة العمرية85 . 92 ، تليها الفئة العمرية 16-22 بنسبة قدرت ب61 . 84%، ثم الفئة العمرية 45 فما فوق بنسبة قدرت ب33 . 83%، تليها الفئة العمرية 27-45بنسبة قدرت ب81 . 81 %.

التحليل الكيفي

وهذه النسب المتقاربة تدل على كل المشاهدين للحصة يرون فيها عنصر التأثير من خلال مؤهلاتها إلا أنهم لا يداومون على متابعة الحصة بشكل دائم ، نظرا لتوفر قنوات لها شهرة أكثر من قناة القران الكريم الجزائرية والتي تعتبر حديثة النشأة مقارنة بالقنوات الفضائية الأخرى ، وكذلك وجود حصص أخرى مناهضة لحصة "مفاتيح "ومؤثرة أكثر منها وجالب أكثر منها .

س5 : الحالة الاجتماعية

الإجابة	الحالة الاجتماعية						المجموع	
	أعزب(ة)		متزوج(ة)		مطلق(ة)			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	2	%8.69	5	%22.72	0	%0	7	%14
نعم	21	%91.30	17	%77.27	5	%100	43	%86
المجموع	23	%100	22	%100	5	%100	50	%100

جدول رقم(19)

التحليل الكمي

من خلال الجدول رقم (19) أعلاه نلاحظ أن الفئة التي ترى أن الحصة تملك مؤهلات هي فئة العزاب إذ قدرت نسبة الإجابة بنعم من قبل هذه الفئة ب91.30%، تليها نسبة المتزوجين الذين قالوا تملك مؤهلات بنسبة 77.27%.اما بالنسبة للحالة الاجتماعية التي أجابت بلا فكانت للمتزوجين بنسبة 22.72%، تليها فئة العزاب ب8.69%. اما المطلقون فكانت النسبة معدومة .

التحليل الكيفي

وهذا يدل على أن الجمهور يرى في الحصة ما يؤهلها للوصول إلى قلوب المشاهدين ، لكن المشكل حسبهم يعود إلى نقص في التكتيك ، وطريق العمل التي تحتاج إلى مزيد من التألق فهو غائب في حضور المؤهلات المتوفرة .

س5: المستوى الدراسي.

الإجابة	المستوى الدراسي								المجوع	
	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	االتكرار	النسبة
لا	1	%7.69	2	%33.33	3	%33.33	1	%4.54	7	%14
نعم	12	%92.30	4	%66.66	6	%66.66	21	%95.45	43	%86
المجموع	13	%100	6	%100	9	%100	22	%100	50	%100

جدول رقم(20)

التحليل الكمي

من خلال الجدول نستنتج فئات المستوى الدراسي الجامعي و ابتدائي يرون أن الحصة تمتلك مؤهلات تجعلها قادرة على تنظيم العلاقات الاجتماعية ، إذ نجد أن نسبة الجامعيين الذين قالوا نعم قدرت ب45 . 95% ، ونسبة الابتدائيين القائلين نعم قدرت ب33 . 92 %، والى عدنا إلى المستويين الدراسيين المتوسط والثانوي نجد تساوي في الإجابة بنعم حيث قدرت ب66 . 66 %.

التحليل الكيفي

وهذا التقارب في الإجابة يدل على أن هذين المستويين يدركان أن الحصة تعمل الواجب وأكثر للوصول إلى الهدف المنشود وهو التأثير وتغيير المجتمع إلى الأفضل من خلال التوعية الدينية التي تقوم بها ولان هذين المستويين يتابعون الحصة للاستفادة لا لقتل الوقت فقط ، والى عدنا إلى المستويين الدراسيين المتوسط والثانوي نجد تساوي في الإجابة بنعم حيث قدرت ب66 . 66 %وهي نسبة قليلة مقارنة بسابقيها ، وهذا يدل على أن هذه الفئة لا تتابع الحصة بشكل دائم ، لذا ترى فيها نقص في المؤهلات .

6- جدول رقم (21) يبين أداء حصة مفاتيح في عملية التأثير على العلاقات الاجتماعية

س6 : الجنس

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ضعيف	1	%5	0	%0	1	%2
متوسط	12	%60	16	%53.33	28	%56
جيد	7	%35	14	%46.66	21	%42
المجموع	20	%100	30	%100	50	%100

جدول رقم (21)

التحليل الكمي

من خلال الجدول(21) نلاحظ أن نسبة الذكور هي الأكبر من حيث الإجابة بأداء متوسط في عملية التأثير على العلاقات الاجتماعية بنسبة قدرت ب 60 %، ثم تليها نسبة الإجابة بمتوسط من قبل الإناث ب53.33 %، أما للإجابة بجيد فكانت النسبة الأكبر للإناث ب46.66%، تليها 35%، وبالنسبة لضعيف فعادت لفئة النسبة الأكبر لفئة الذكور ب5 %، ومعدمة عند الإناث.

التحليل الكيفي

وهي نسبة متقاربة تدل على أن كلا الفئتين لا يرون أداء الحصة مناسب من اجل التأثير على العلاقات الاجتماعية وتنظيمها ، فقد يعود السبب إلى أن الجمهور لا يستهويه ما يقدمه الإعلام الجزائري فيرى فيه دائما التخلف ، وربما يعود إلى النقص في الوازع الديني من قبل الجماهير الذي يجعله يهتم بمثل هذه الحصص الدينية ويحلل أدائها .

س6 السن :

الإجابة	السن								المجموع	
	22-16		26-23		45-27		45 فما فوق			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ضعيف	0	%0	0	%0	1	%9.09	0	%0	1	%2
متوسط	7	%53.84	10	%7.14	5	%45.45	6	%50	28	%56
جيد	6	%46.15	4	%28.57	5	%45.45	6	%50	21	%42
المجموع	13	%100	14	%100	11	%100	12	%100	50	%100

جدول رقم (22)

التحليل الكمي

نلاحظ من خلال الجدول رقم (22) أن الفئة عمرية ما بين 26-23 سنة و16-22 سنة أن أداء حصة مفاتيح متوسطة في عملية التأثير على العلاقات الاجتماعية بسبة قدرت ب84 ..53 %، ، ثم تليها الفئة العمرية 45 ما فوق التي تساوت النسبة في الإجابة بجيد وبسيط بين عدد أفرادها ب 50%، وكذلك نلاحظ أن الفئة العمرية مابين 27-45 كانت أيضا نسبة الإجابة بمتوسطة وجيدة متساوية حيث قدرت النسبة ب45 . 45 %.

التحليل الكيفي

وهذا يعني أن هذه تنظر إلى الإعلام الديني الجزائري بنظرة سلبية ، ثم تليها الفئة العمرية 45 ما فوق التي تساوت النسبة في الإجابة بجيد وبسيط بين عدد أفرادها ب 50% لكلا الإجابتين وهذا يدل على أن لكل فرد نظرته الخاصة به من حيث تقييم أداء الحصة في عملية التأثير على العلاقات الاجتماعية ، وكذلك نلاحظ أن الفئة العمرية مابين 27-45 كانت أيضا نسبة الإجابة بمتوسطة وجيدة متساوية حيث قدرت النسبة ب45 . 45 %، ويرجع ذلك إلى الإفراد في حد ذاتهم من حيث قابلية التأثير ، فكل شخص له ميوله الخاص ، وتقييمه الخاص حسب وجهت نظره .

س6 : الحالة الاجتماعية

الإجابة	الحالة الاجتماعية						المجموع	
	أعزب(ة)		متزوج(ة)		مطلق(ة)			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ضعيف	0	%0	1	%4.54	0	%0	1	%2
متوسط	15	%65.21	11	%50	2	%40	28	%56
جيد	8	%34.78	10	%45.45	3	%60	21	%42
المجموع	23	%100	22	%100	5	%100	50	%100

جدول رقم (23)

التحليل الكمي

من خلال الجدول رقم (23) نلاحظ أن الحالة الاجتماعية * مطلق ، متزوج ، أعزب * كان لها تصنيف لأداء حصة مفاتيح في عملية التأثير على العلاقات الاجتماعية ، نجد نسبة متوسطة لفئة العزاب هي الأكبر قدرت ب21 ـ65 % ، ثم فئة المتزوجين أداء متوسط بنسبة50% ، أما بالنسبة للمطلقين فكانت نسبة إجابتهم بأداء جيد اكبر من أداء بسيط قدرت ب 60%.

التحليل الكيفي

وهنا السبب دائما يرجع إلى أن الجمهور يرى في الإعلام الجزائري دائما التخلف في الأداء، ثم فئة المتزوجين أداء متوسط بنسبة50% ، أما بالنسبة للمطلقين فكانت نسبة إجابتهم بأداء جيد اكبر من أداء بسيط قدرت ب 60%، وهذا راجع إلى أن هذه الفئة تهتم لهذه الحصة ،

س6 : المستوى الدراسي

الإجابة	المستوى الدراسي								المجموع	
	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ضعيف	0	%0	1	%16.66	0	%0	0	%0	1	%2
متوسط	5	%38.46	2	%33.33	7	%77.77	14	%63.63	28	%56
جيد	8	%61.53	3	%50	2	%22.22	8	%36.36	21	%42
المجموع	13	%100	6	%100	9	%100	22	%100	50	%100

جدول رقم (24)

التحليل الكمي

من خلال الجدول (24) أعلاه نلاحظ أن فئة المستوى الثانوي يرون الأداء متوسط بنسبة قدرت ب 77 .77%، تليها فئة الجامعيين بنسبة 63 .63%، ثم فئة الابتدائيين بنسبة46 . 38%، في حين اتجهت أغلبية هذه الفئة إلى الإجابة بجيد حيث قدرة النسبة ب53 .61 %، ثم تليها فئة المستوى الدراسي متوسط بنسبة 50%.

التحليل الكيفي

وهذه النسبة دالة على نقص التأثر بالإعلام الديني الجزائري حتى وان كان يتبع ، ثم فئة الابتدائيين بنسبة46 . 38%، في حين اتجهت أغلبية هذه الفئة إلى الإجابة بجيد حيث قدرة النسبة ب53 .61 %،وهذا يدل على أن هذه الفئة تتابع الحصة وتأثر فيها بشكل ملحوظ .ثم تليها فئة المستوى الدراسي متوسط بنسبة 50%، وهذه الإجابة من قبل هذا المستوى الدراسي تدل على أن هذه الفئة أثرت فيها الحصة .

7- جدول رقم (25) يبين تأثر الجمهور المدايني بمحتويات برنامج "مفاتيح "

س 7 : الجنس

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	7	%35	8	%26.66	15	%30
نعم	13	%65	22	%73.33	35	%70
المجموع	20	%100	20	%100	50	%100

جدول رقم (25)

التحليل الكمي

من خلال الجدول رقم (25) نلاحظ أن نسبة التي تتأثر بمحتويات البرنامج كانت الإناث بنسبة33 . 73% ، أما الذكور فقدرت نسبة إجابتهم بنعم ب 65 %، أما بالنسبة للإجابة بلا فكانت النسبة الأكبر لفئة الذكور ب35%، والإناث بـ26.66%.

التحليل الكيفي

وهذا يدل على أن كل من الإناث والذكور معجبون ومتأثرون بمحتويات برنامج "مفاتيح" وما يبثه من فقرات وأركان ، تساهم في إرساء قواعد الدين الحنيف ، ومن خلال ما يقدمه المشايخ والدكاترة من إرشادات ونصائح تخدم المجتمع الجزائري .

س7 : السن

الإجابة	السن								المجموع	
	22-16		26-23		45-27		45 فما فوق			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	6	%46.15	4	%28.57	4	%36.36	1	%8.33	15	%30
نعم	7	%53.84	10	%71.42	7	%63.63	11	%91.66	35	%70
المجموع	13	%100	14	%100	11	%100	12	%100	50	%100

جدول رقم (26)

التحليل الكمي

نلاحظ من خلال الجدول (26) أن فئة العمرية 45 فما فوق كانت نسبة إجابتها بنعم هي الأكبر حيث قدرت ب66 .91%، تليها الفئة العمرية مابين 23- 26 التي قدرت نسبة إجابتها بنعم ب42 .71%، ثم الفئة العمرية 27-45بنسبة قدرت ب63 .63 %، أما نسبة الإجابة بنعم إلى الفئة العمرية 16-22 بنسبة قدرت ب84 .53%.

التحليل الكيفي

ويدل على أن الفئة العمرية 45 فما فوق أثرت فيها محتويات الحصة ، نظرا لان هذه الفئة واعية، تليها الفئة العمرية مابين 23-26التي قدرت نسبة إجابتها بنعم ب42 .71%، ثم الفئة العمرية 27-45بنسبة قدرت ب63 .63 %، وعادت النسبة الأخير بالإجابة بنعم إلى الفئة العمرية 16-22بنسبة قدرت ب84 .53%، وهذا التقارب في الإجابة بنعم يتأثرون بمحتويات البرنامج من قبل مختلف الفئات العمرية يرجع إلى أن محتويات برنامج مفاتيح له دور في جذب الجماهير لكن للأسف الحصة لا تحظى بنسبة مشادة ملحوظة .

س7 : الحالة الاجتماعية

الإجابة	الحالة الاجتماعية						المجموع	
	أعزب (ة)		متزوج(ة)		مطلق(ة)			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	10	%43.47	5	%22.72	0	%0	15	%30
نعم	13	%56.52	17	%77.27	5	%100	35	%70
المجموع	23	%100	22	%100	5	%100	50	%100

جدول رقم (27)

التحليل الكمي

من خلال الجدول رقم (27) نلاحظ أن الحالة الاجتماعية المتمثلة في * مطلق، متزوج، أعزب* نجد أن نسبة الكبرى التي تتأثر بمحتويات البرنامج هي فئة المتزوجين بنسبة 77.27 % ، لتأتي في نسبة الفئة العازبة بنسبة56.52 % ، أما الإجابة بلا فكانت النسبة الأكبر للعزاب ب43.47% ، وبعدها فئة المتزوجين ب22.72% .

التحليل الكيفي

والنسبة الكبيرة للإجابة بنعم من قبل كلا الفئتين يدل على أن جل الحالات الاجتماعية تتأثر لمحتويات البرنامج وتهتم لهذه المحتويات الخادمة للمجتمع ،وكذلك يعود إلى أن الحصة لها تأثير في المجتمع لو أن الجمهور يولي اهتماما بها .

س7: المستوى الدراسي

الإجابة	المستوى الدراسي								المجموع	
	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	2	%15.38	2	%33.33	4	%44.44	7	%31.81	15	%30
نعم	11	%84.61	4	%66.66	5	%55.55	15	%68.18	35	%70
المجموع	13	%100	6	%100	9	%100	22	%100	50	%100

جدول رقم (28)

التحليل الكمي

من خلال جدول رقم (28) نلاحظ أن نسبة ابتدائيين هي التي تتأثر بمحتويات البرنامج مفاتيح بنسبة قدرت ب61 . 84 % ، ، تليها نسبة الجامعين ب18 .68 %، ثم تأتي فئة المستوى الدراسي متوسط بنسبة 66.66%، وبعدها فئة الثانويين بنسبة 55.55% .

التحليل الكيفي

يتأثر الابتدائيين لمحتويات البرنامج نظرا لوجود أركان مضمونها جيدا، تليها نسبة الجامعين ب18 .68 %،أما الباقي من أفراد فلا يتأثرون بمحتويات الحصة وقدرت نسبتهم ب18 .31 %، وهذا راجع إلى قلة مشاهدة الحصة ، ثم نجد المستويين الدراسيين المتوسط و ثانوي لا يتأثران بمحتويات برنامج "مفاتيح " لقلة مشاهدة حصة "مفاتيح "و اهتمام بقنوات الرياضية و نسيان الجانب الديني الذي يعد هو الأساس في الحياة.

8- جدول رقم (29) يبين تقييم الجمهور للطريقة التي تعمل بها حصة "مفاتيح"

س 8 : الجنس

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
عادية	1	%5	3	%10	4	%8
متوسطة	17	%85	8	26.66 %	25	%50
ممتازة	2	%10	19	%63.33	21	%42
المجموع	20	%100	30	%100	50	%100

جدول رقم (29)

التحليل الكمي

من خلال الجدول رقم (29) نلاحظ أن فئة الذكور كانت إجابتها بمتوسطة بنسبة قدرت ب85%، تليها نسبة الإناث ب26.66 % أما الإناث فترى أن الطريقة التي تعمل بها الحصة ممتازة بنسبة قدرت ب33 .63%،ثم الذكور بنسبة 10%.

التحليل لكيفي

ويعود سبب الإجابة بمتوسط من قبل الذكور إلى أن فئة الذكور لا تهتم بالحصص الدينية الجزائرية فهذه الفئة ترى تخلف من ناحية الأداء وطريقة التقديم ، أما الإناث فترى أن الطريقة التي تعمل بها الحصة ممتازة بنسبة قدرت ب33 .63%، ويرجع هذا إلى تأثر فئة الإناث بما تقدمه هذه الحصة من نصائح و إرشادات من قبل الشيوخ والدكاترة .

س 8 : السن

الإجابة	السـن								المجموع	
	22-16		26-23		45-27		45مافوق			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
عادية	1	%7.69	1	%7.14	1	%9.09	1	%8.33	4	%8
متوسطة	6	%46.15	4	%28.57	6	%54.54	9	%75	25	%50
ممتازة	6	%46.15	9	%64.28	4	%36.36	2	%16.66	21	%42
المجموع	13	%100	14	%100	11	%100	12	%100	50	%100

جدول رقم (30)

التحليل الكمي

نلاحظ من خلال جدول رقم (30) أن الفئة العمرية مابين 23-26 كانت نسبة إجابتها بممتاز قدرت ب28 .64%، أما باقي الفئات العمرية فيرو أن الطريقة متوسطة ، إذ نجد الفئة العمرية 45 فما فوق قدرت نسبة إجابتهم بمتوسطة ب75%، تليها الفئة العمرية 27-45 التي كانت نسبة إجابتها بمتوسط ب54 . 54 %.

التحليل الكيفي

وهذه الإجابة ترجع إلى أن هذه الفئات العمرية لها نفس الرأي حول الحصة من ناحية طريقة العمل وربما تعود هذه الإجابة إلى أن هذه الفئات العمرية ليس لها ميول كبير للحصص الدينية الجزائرية ، أما الفئة العمرية مابين 16-22 فقد كانت الإجابة متساوية بين متوسط وممتاز وقدرت ب15 . 46%، وهذا يدل على اختلاف الرأي حسب الحالة الشخصية لكل فرد .

س 8 : الحالة الاجتماعية

الإجابة	الحالة الاجتماعية						المجموع	
	أعزب(ة)		متزوج(ة)		مطلق(ة)			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
عادية	3	%13.04	1	%4.54	0	%0	4	%8
متوسطة	9	%39.13	12	%54.54	4	%80	25	%50
ممتازة	11	%47.82	9	%40.90	1	%20	21	%42
المجموع	23	%100	22	%100	100	%100	50	%100

جدول رقم (31)

التحليل الكمي

من خلال الجدول رقم (31)نلاحظ أن الإجابة بمتوسطة كانت لفئة المطلقين بنسبة 80%، فئة المتزوجين بنسبة54 . 54%، ثم فئة العزاب بنسبة 39.13%، أما بالنسبة للذين أجابوا بممتازة كانت النسبة الأكبر لفئة العزاب حيث قدرت ب47 .82 % ، تليها فئة المتزوجين بنسبة40 . 90%.

التحليل الكيفي

نظرا لان الفئتين لا تهتم بالإعلام الجزائري كثيرا،أما بالنسبة للذين أجابوا بممتازة كانت النسبة الأكبر لفئة العزاب حيث قدرت ب47 .82%، تليها فئة المتزوجين بنسبة40 . 90 %، ويرجع السبب إلى أن هذه الفئة تهتم بالإعلام الديني الجزائري، وتستهوي المعلومات التي يقدمها الإعلام الديني الجزائري ، ويرون في الإعلام الديني الجزائري الأفضل للمتابعة لأنه يخدم المجتمع ويتناسب مع توجهاته .

س 8 : المستوى الدراسي

الإجابة	المستوى الدراسي								المجموع	
	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
عادية	1	%7.69	1	%16.66	0	%0	2	%9.09	4	%8
متوسطة	7	%53.84	3	%50	7	%77.77	8	%36.36	25	%50
ممتازة	5	%38.46	2	%33.33	2	%22.22	12	%54.54	21	%42
المجموع	13	%100	6	%100	9	%100	22	%100	50	%100

جدول رقم (32)

التحليل الكمي

من خلال الجدول رقم (32)نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن فئة الثانويين كانت إجابتهم بمتوسطة الأكبر حيث قدرت 77.77%، تليها فئة الابتدائيين بنسبة قدرت ب53 .84%، ثم فئة المستوى الدراسي متوسط بنسبة 50%، ثم الجامعين بنسبة 36.36 %، وقدرت نسبة الإجابة بممتاز 54.54%، ثم الابتدائيين بنسبة 38.46%، لتأتي نسبة المستوى الدراسي ب33.33%، وأخيرا الثانويين بنسبة 22.22%،

التحليل الكيفي

ويرجع السبب في الإجابة بمتوسط من قبل المستويات الثلاث إلى أنهم يرون في الإعلام الديني الجزائري التخلف دائما في طريقة التقديم ،كما أنهم يميلون إلى الإعلام الفضائي العربي ، أما بالنسبة لفئة الجامعيين فهم يرون أن الطريقة ممتازة حيث قدرت نسبة الإجابة ب54.54%، ويرجع سبب الإجابة هذه إلى اهتمام الجامعيين بالإعلام الديني الجزائري والتأثر بمحتوياته ،

9- جدول رقم (33) يبين الركنين المفضلين لدى الجمهور الجزائري "الركن النفسي أو الرسائل التربوية"

س9: الجنس.

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الركن النفسي	9	%45	19	%63.33	28	%56
رسائل تربوية	11	%55	11	%36.66	22	%44
المجموع	20	%100	30	%100	50	%100

جدول رقم(33)

التحليل الكمي

من خلال الجدول أعلاه اتضح لنا أن اهتمام المبحوثين بالركن النفسي أكثر بنسبة56% ثم الاهتمام بركن رسائل تربوية 44%، فئة الإناث لها ميول لهذا الركن أكثر من الذكور بنسبة قدرت ب33 .63%،اما الذكور فقدرت بنسبة 45%، أما الباقي من الإناث فكان ميولهم لركن رسائل تربوية بنسبة66 . 36%، وكانت النسبة الأكبر لفئة الذكور ب55%.

التحليل الكيفي

ويعود هذا الاهتمام بالركن النفسي من كلا الجنسين إلى وجود اضطراب في الحالة النفسية مقبل الجمهور ، كما نجد أن فئة الإناث لها ميول لهذا الركن أكثر من الذكور بنسبة قدرت ب33 .63%، حيث يرجع ذلك إلى طبيعة الشخصية ، فالمرأة تعتبر عنصر حساس لذا تجدها تهتم بالأشياء والأمور التي تخدمها من الناحية النفسية ، أما الباقي من الإناث فكان ميولهم لركن رسائل تربوية بنسبة66 . 36%، و إذا عدنا إلى الذكور فنحد نسبة اهتمامهم بركن رسائل تربوية أكثر من الركن النفسي حيث قدرت نسبة الاهتمام ب55%، وهذا الاهتمام يعود إلى أن فئة الذكور ترى أن المجتمع يعاني من نقص في التربية خاصة التربية الاسلامية التي دعا إليها الدين الإسلامي ، أما البقية من الذكور فتهتم بالركن النفسي بنسبة قدرت ب 45%.

س9 : السن

الاجابة	السن								المجموع	
	22-16		26-23		45-27		45 فما فوق			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الركن النفسي	6	**%46.15**	**10**	**%71.42**	**6**	**%54.54**	**6**	**%50**	**28**	**%56**
رسائل تربوية	**7**	**%53.84**	**4**	**%28.57**	**5**	**%45.45**	**6**	**%50**	**22**	**%44**
المجموع	**13**	**%100**	**14**	**%100**	**11**	**%100**	**12**	**%100**	**50**	**%100**

جدول رقم(34)

التحليل الكمي

من خلال جدول رقم(34) اتضح لنا أن الركن النفسي هو الجانب الأكثر اهتمام من قبل الجمهور ، حيث قدرت نسبة الاهتمام ب56 %، أما الاهتمام بركن رسائل تربوية فقدرت بنسبة 44 %، ونلاحظ من الجدول أن الفئة العمرية مابين 23-26 كانت أكثر الفئات اهتماما بالركن النفسي إذ قدرت النسبة ب42 .71%، تليها الفئة العمرية 27-45 بنسبة54 . 54 %،%، ثم الفئة العمرية45فمافوق التي كانت نسبتها متساوية بين الركن النفسي وركن رسائل تربوية بنسبة قدرت ب 50%، أما الفئة العمرية 16-22 تهتم بركن رسائل تربوية بنسبة 84. 53%.

التحليل الكيفي

الفئة العمرية مابين 23-26 تهتم بالركن النفسي ، ويرجع السبب إلى أن هذه الفئة في حاجة ماسة إلى مثل هذه الأركان المساعدة على تهيئة النفس ففي جميع النواحي خاصة الناحية الدينية ، تليها الفئة العمرية 27-45 بنسبة54 . 54 %، ثم الفئة العمرية 45فمافوق التي كانت نسبتها متساوية بين الركن النفسي وركن رسائل تربوية بنسبة قدرت ب 50% لكلا الركنين ، وهذا راجع إلى أن هذه الفئة تمارس التربية سواء في بالتعليم أو تربية الأولاد في البيت ، أما الركن النفسي فتحاجه لبث فيها الراحة النفسية .أما الفئة العمرية 16-22 كذلك تهتم بركن رسائل تربوية بنسبة 84. 53%،وهذا يعود إلى أن الفئة هذه ترى في التربية نقص سواء فيها أو في المجتمع بصفة عامة.

س9: الحالة الاجتماعية

الإجابة	الحالة الاجتماعية						المجموع	
	أعزب(ة)		متزوج(ة)		مطلق(ة)			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الركن النفسي	13	%56.52	13	%59.09	2	%40	28	%56
رسائل تربوية	10	%43.47	9	%40.90	3	%60	22	%44
المجموع	23	%100	22	%100	5	%100	50	%100

جدول رقم(35)

التحليل الكمي

نلاحظ من خلال جدول رقم(35) أن اهتمام نسبة العزاب والمتزوجين للركن النفسي أكثر ،إذ قدرت نسبة الإجابة بالركن بالنسبة للمتزوجين ب59.09 %، ثم فئة العزاب بنسبة56.52 %، تليها فئة المطلقين بنسبة 40 %، أما فئة المطلقين فتهتم بركن رسائل تربوية، إذ قدرت درجة الاهتمام ب60%،تليها فئة العزاب ب43.47 %، ثم المتزوجين بنسبة 40.90%.

التحليل الكيفي

ويعود السبب إلى أن هذه الفئتين العزاب والمتزوجين تحتاج لمثل هذه الأركان المساهمة في بث الطمأنينة في النفوس و الراحة خاصة أنها متناولة بمنظور ديني صحيح ، أما فئة المطلقين فتهتم بركن رسائل تربوية ، إذ قدرت درجة الاهتمام ب60%، ويرجع هذا إلى طبيعة الحالة الاجتماعية التي ترى أن المجتمع يحتاج إلى تربية فهو يعاني نقص من هذا الجانب .

س9: المستوى الدراسي

الإجابة	المستوى الدراسي								المجموع	
	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الركن النفسي	7	%53.84	3	%50	6	%66.66	12	%54.54	28	%56
رسائل تربوية	6	%46.15	3	%50	3	%33.33	10	%45.45	22	%44
المجموع	13	%100	6	%100	9	%100	22	%100	50	%100

جدول رقم(36)

التحليل الكمي

من خلال الجدول أعلاه ، نلاحظ أن كل المستويات الدراسية لها اهتمام بالركن النفسي أكثر بالجانب الآخر ، إذ قدرت النسبة ب56 % ، حيث قدرت نسبة المستوى الدراسي الثانوي قدرت ب66.66 %، تليها نسبة الابتدائيين ب84 . 53%، ثم نسبة54. 54 %والتي تعود للمستوى الدراسي جامعي،و أخيرة المستوى الدراسي متوسط حيث قدرت ب50% ، في حين الباقي كانت لركن رسائل تربوية وقدرت النسبة ب44%،حيث عادت النسبة الأول لفئة متوسط ب50 %، ثم الابتدائيين ب4615%، تليها فئة الثانويين بنسبة 33.33%.

التحليل الكيفي

ويرجع الاهتمام بالركن النفسي إلى أن المجتمع يعاني من مشاكل وهو في حاجة إلى من يرشده لذا هو يهتم بهذا الركن ، كما نجد تقارب في الإجابة من قبل المستويات الأربع ، إذ نلاحظ أن النسبة الأكبر كانت إجابتها الركن النفسي من قبل المستوى الدراسي الثانوي بنسبة قدرت ب66.66 %،تليها النسبة84. 53%وترجع إلى المستوى الدراسي ابتدائي ، ثم نسبة54. 54 %والتي تعود للمستوى الدراسي جامعي ، لتأتي النسبة الأخيرة للمستوى الدراسي متوسط حيث قدرت ب50% وهذا أن دل على شيء فإنما يدل على أن جل الجزائريين يعانون من اضطرابات سواء متعلمين آو غير متعلمين .

10- جدول رقم (37) مدى اهتمام الأسر الجزائرية بحصة مفاتيح

س10: الجنس.

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
متوسط	15	%75	20	%66.66	35	%70
كبير	5	%25	10	%33.33	15	%30
المجموع	20	%100	30	%100	50	%100

جدول رقم(37)

التحليل الكيفي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ الأسر الجزائرية اهتمامها متوسط بالحصة حيث قدرت النسبة ب70 %في الاهتمام كبير قدر ب30%، ونلاحظ أن هناك تفاوت في نسب الاهتمام من حيث الجنس ، إذ نجد أن إجابة الذكور بمتوسط كانت الأكبر حيث قدرت ب 75%، أما باقي الذكور فأجابوا بكبير حيث قدرت النسبة ب25%، الإجابة من قبل الإناث حيث قدرت نسبة الإجابة بمتوسط ب66.66 %، أما باقي الإناث أجابوا بكبير وقدرت النسبة ب33.33%.

التحليل الكيفي

فئة الذكور ترى أن الأسر الجزائرية لا تهتم بالإعلام الديني الجزائري وهذا يعود إلى أنهم لا يرون في الإعلام الديني الجزائري ما يجعله محل اهتمام من قبل الأسر ، كما نلاحظ أن هناك تقارب في الإجابة من قبل الإناث حيث قدرت نسبة الإجابة بمتوسط ب66.66 %، أما باقي الإناث أجابوا بكبير وقدرت النسبة ب33.33%، وتعود هذه النسبة في الإجابة من قبل الإناث إلى نفس السبب عند الذكور .

س10 : السن.

الإجابة	السن								المجموع	
	22-16		26-23		45-27		45 فما فوق			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
متوسط	9	%69.23	7	%50	10	%90.90	9	%75	35	%70
كبير	4	%30.76	7	%50	1	%9.09	3	%25	15	%30
المجموع	13	%100	14	%100	11	%100	12	%100	50	%100

جدول رقم(38)

التحليل الكمي

من خلال الجدول نلاحظ أن كل الفئات العمرية ترى أن الأسر لا تهتم بحصة مفاتيح ، حيث قدرت نسبة الإجابة بمتوسط ب70%، كما نستنتج من خلال الجدول أن الفئة العمرية27- 45 ترى أن اهتمام الأسر بالحصة متوسط ، حيث قدرت النسبة ب90. 90%، في حين الباقي من هذه الفئة أجابوا بكبير وقدرت النسبة ب09.9%، ثم تليها إجابة الفئة العمرية 45فمافوق بمتوسط بنسبة قدرت ب75%، ثم تأتي إجابة الفئة العمرية مابين 16-22بمتوسط وقدرت النسبة ب23 .69%.

التحليل الكيفي

وهذه النسب المتقاربة في الإجابة بمتوسط تعود إلى أن هذه الفئات العمرية الثلاث لا ترى أن الإعلام الجزائري لها مؤهلات تجعله يحظى باهتمام الأسر ، وأخيرا نسبة الفئة العمرية مابين 23-26والتي كانت إجابتها بالتساوي بين اهتمام كبير ومتوسط

س10: الحالة الاجتماعية.

الإجابة	الحالة الاجتماعية						المجموع	
	أعزب(ة)		متزوج(ة)		مطلق(ة)			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
متوسط	15	%65.21	17	%77.27	3	%60	35	%70
كبير	8	%34.78	5	%22.72	2	%40	15	%30
المجموع	23	%100	22	%100	5	%100	50	%100

جدول رقم(39)

التحليل الكمي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن اهتمام الأسرة االمداينية بحصة "مفاتيح " متوسط بنسبة 70% لتأتي نسبة الإجابة بكبير ب 30% ، كما نلاحظ هناك تقارب في الإجابة بالنسبة للحالات الاجتماعية الثلاث ، حيث عادت النسبة الأكبر للإجابة بمتوسط لفئة المتزوجين فقدرت ب77.27 .%، أما الباقي فكانت إجابتهم بكبير بنسبة22. 72، تليها فئة العزاب بنسبة 21 .65 %، ثم الإجابة بمتوسط لفئة المطلقين بنسبة 60 %.

التحليل الكيفي

وهذا التقارب في الإجابة بمتوسط تعود إلى أن اغلب الجمهور االمدايني لا يهتم بالإعلام الديني الجزائري ،لأنهم يرون في الإعلام الديني العربي التميز والقدرة على الجذب ، أكثر من الإعلام الديني الجزائري .

س10: المستوى الدراسي.

الإجابة	المستوى الدراسي								المجموع	
	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
متوسط	10	%76.92	5	%83.33	7	%77.77	9	%40.90	35	%70
كبير	3	%23.07	1	%16.66	2	%22.22	13	%59.09	15	%30
المجموع	13	%100	6	%100	9	%100	22	%100	50	%100

جدول رقم (40)

التحليل الكمي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن مختلف جوانب التعليم الابتدائي والمتوسط والثانوي والجامعي لها اهتمام متوسط بحصة "مفاتيح " وقدر الاهتمام المتوسط ب70% أما لمن قالوا الاهتمام كبير فقدرت نسبتها ب30 %، تعود للإجابة بمتوسط التي كانت من قبل فئة المستوى الدراسي متوسط حيث قدرت نسبة الإجابة ب33. 83%، أما باقي هذه الفئة فأجابوا بكبير وقدرت النسبة ب66 .16%، تليها فئة المستوى الدراسي ثانوي بالإجابة بمتوسط وقدرت النسبة ب77.77%، ثم المستوى الدراسي ابتدائي والتي قدرت ب92. 76%، أما الجامعين إجابتهم ب09. 59%.

التحليل الكيفي

وترجع الإجابة إلى أن الأسر لاتهم بحصة "مفاتيح" إلى أن الفرد لا يرى في الإعلام الديني الجزائري رواج بين أوساط الجزائريين، ونلاحظ من خلال الجدول تفاوت في الإجابات من قبل المستويات الدراسية الأربع ، إذ نجد أن النسبة الأول تعود للإجابة بمتوسط التي كانت من قبل فئة المستوى الدراسي متوسط حيث قدرت نسبة الإجابة ب33. 83%، أما باقي هذه الفئة فأجابوا بكبير وقدرت النسبة ب66 .16%، تليها فئة المستوى الدراسي ثانوي بالإجابة بمتوسط وقدرت النسبة ب77.77%، وهذه الإجابة متقاربة مع إجابة المستوى الدراسي ابتدائي والتي قدرت ب92. 76% ، وهذه النسب المتقاربة في الإجابة من المستويات الثلاث ، ترجع إلى أنها تلاحظ أن الأسر الجزائرية لا تهتم بالحصة ولا تهتم بالإعلام الديني الجزائري ، كما نجد أن فئة المستوى الدراسي الجامعي كانت إجابتها عكس المستويات الأخرى ، إذ

تلاحظ أن الأسر تهتم بحصة مفاتيح وقدرت نسبة إجابتها ب59.09%، وهذا يعود إلى أن هذه الفئة ترى في الإعلام الديني الجزائري الشيء الجيد ، وهذا لان هذه الفئة تتابع وتهتم بكل وسائل الإعلام سواء الدولية أو الجزائرية .

11- جدول رقم (41) مدى فاعلية حصة مفاتيح في تنمية الجانب الإيماني لدى المجتمع الجزائري

س11: الجنس.

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	5	%25	0	%0	5	%10
نعم	15	%75	30	%100	45	%90
المجموع	20	%100	30	%100	50	%100

جدول رقم(41)

التحليل الكمي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن غالبية المبحوثين يرون أن للحصة دورا في تنمية الجانب الإيماني بنسبة 90% بينما 10% ترى أن الحصة ليس لها دورا في تنمية الجانب الإيماني ، إذ نلاحظ أن هناك فارق في الإجابة بنعم بين الإناث والذكور، حيث قدرت النسبة من قبل الإناث ب100%، هذا يعني أن فئة الإناث جلها ترى أن الحصة لها دور في تنمية الجانب الإيماني ، بينما قدرت نسبة الإجابة بنعم من قبل الذكور ب75%، والباقي أجاب بلا بنسبة 25%.

التحليل الكيفي

وهذا يدل على أن الذكور ليس لهم ميول كبير لهذه الحصة، بسبب وجود وسائل أخرى كالفسبوك،ولا يشاهدونها بشكل دائم ، كما أن لهم ميول لمجالات أخرى، كمشاهدة القنوات الرياضية بكثرة والقنوات العربية وما تبثه من برامج دينية .

س11 : السن.

الإجابة	السن								المجموع	
	22-16		26-23		45-27		45 فما فوق			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	0	%0	0	%0	3	%27.27	2	%16.66	5	%10
نعم	13	%100	14	%100	8	%72.72	10	%83.33	45	%45
المجموع	13	%100	14	%100	11	%100	12	%100	50	%100

جدول رقم(42)

التحليل الكمي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الفئة العمرية 23- 26 و16-22 يرون أن الحصة لها دور في تنمية الجانب الإيماني ، حيث نلاحظ تساوي في الإجابة بنعم ، فلقد قدرت نسبة الإجابة بنعم من قبل كلتا الفئتين ب 100%، الفئة العمرية 45 فما فوق فقدرت نسبتها ب 83.33%، و27-45 فقدرت الإجابة بنعم ب 72.72%، أما الإجابة بلا من قبل الفئة العمرية 23-26و16-22 فنسبتها منعدمة .

التحليل الكيفي

وهذا يدل على أن الفئتين العمريتين 23-26 و16-22 لها ميول كبير لهذه الحصة ، في حين نرى أن الفئة العمرية مابين 45فما فوق و27-45، كانت الإجابة بنعم متقاربة بينهما ، حيث سجلنا نسبة الإجابة بنعم من قبل الفئة العمرية 45فمافوق ب 83.3 %، أما الإجابة بلا من قبل هذه الفئة فقدرت ب16.6 %، أما الفئة العمرية مابين 27-45 فقدرت نسبة إجابتها بنعم ب72.72 %، ونسبة الإجابة بلا من قبلها ف

قدرت ب27.27 %، نستنتج في الأخير أن كل الفئات العمرية ترى أن للحصة دور في تنمية الجانب الإيماني .

س11: الحالة الاجتماعية.

الإجابة	الحالة الاجتماعية						المجموع	
	أعزب(ة)		متزوج(ة)		مطلق(ة)			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	1	%4.34	4	%18.18	0	%0	5	%10
نعم	22	%95.65	18	%81.81	5	%100	45	%90
المجموع	23	%100	22	%100	5	%100	50	%100

جدول رقم(43)

التحليل الكمي

من خلال الجدول رقم (43) نلاحظ أن فئة العزاب هي الفئة التي أجابت بنعم بنسبة كبيرة قدرت ب95.65% ، ثم تلتها فئة المتزوجين بنسبة قدرت ب81.81%، والنسبة الأكبر عادت لفئة المطلقين بنسبة 100%، أما بالنسبة للإجابة بلا فعادت اكبر نسبة لفئة المتزوجين ب18.18%، ثم فئة العزاب ب4.34%، وبعدها نسبة معدومة بالنسبة لفئة المطلقين .

التحليل الكيفي

في جميع الحالات الاجتماعية . مطلق ، متزوج ،أعزب .يرون للحصة دور في تنمية الجانب الإيماني للمجتمع الجزائري، من خلال مشاهدة البرنامج وتبقى 10% لنقص المتابعة للحصة .ونلاحظ أن هناك اختلاف في الإجابات من الحالات الاجتماعية الثلاث ، إذ نجد أن فئة المطلقون جلهم أجابوا بعم حيث قدرت النسبة ب 100%، وهذا يدل على أن هذه الفئة تهتم لهذه الحصة وتأثر فيها ، أما فئة المتزوجين فنسبة الإجابة بنعم لها دور في تنمية الجانب الإيماني هي الأكبر حيث قدرت ب 81. 81 %والباقي أجابوا بلا بنسبة 18.18% وهذه النسبة توضح أن هذه الفئة تتابع الحصة وتأثر فيها بنسبة كبيرة ، أما الباقي فيتابعها فقط من اجل قتل الوقت فقط .

س11: المستوى الدراسي.

الإجابة	المستوى الدراسي								المجموع	
	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	1	%7.69	2	%33.33	2	%22.22	0	%0	5	%10
نعم	12	%92.30	4	%66.66	7	%77.77	22	%100	45	%90
المجموع	13	%100	6	%100	9	%100	22	%100	50	%100

جدول رقم (44)

التحليل الكمي

نلاحظ من خلال الجدول (44) أن النسبة الأكبر للإجابة بنعم عادت لفئة الجامعيين ب100%، ثم الابتدائيين بنسبة 92.30%، ثم تأتي فئة الثانويين بنسبة 77.77%، تليها نسبة المستوى الدراسي متوسط ب66.66%، أما بالنسبة للإجابة بلا فعدت الإجابة الأكبر للمستوى الدراسي متوسط ب33.33%، وبعدها فئة الثانويين ب22.22%

التحليل الكيفي

جميع المستويات الدراسية (جامعي، ثانوي ، متوسط ، ابتدائي) يرون أن للحصة دور في تنمية الوعي الاجتماعي الجزائري بنسبة 90% وتبقى 10% يرجع إلى نقص الاهتمام بالإعلام الديني الجزائري ، ونلاحظ من حلال الجدول اختلاف في الإجابات من قبل المستويات الثلاث ، إذ نلاحظ أن نسبة الإجابة بنعم كانت لفئة الجامعيين حيث قدرت ب100%في حين قدرت نسبة الإجابة بلا من قبلها ب0 %وهذا يرجع إلى أن هذه الفئة تتابع الحصة وتتأثر بها ، وذلك لأنها فئة واعية ولها ثقافة عالية عل غرار الأقلية ، وتليها فئة المستوى الدراسي الابتدائي التي أجابت بنعم تنمي الجانب الإيماني بنسبة 92. 30 %، ويعود هذا إلى أن الفئة هذه تتأثر بشكل كبير بما يقدمه الإعلام الجزائري ، أما النسبة الثالثة التي ترى أنها تنمي الجانب الإيماني فهي فئة المستوى الدراسي الثانوي حيت قدرت نسبتها ب 77.77 %،وهذا يعود إلى أن هذه الفئة لها اهتمام بهذه الحصة ، أما الباقي الإفراد من هذه الفئة فيرون العكس حيث أجابوا بلا بنسبة22. 22 %، ويرجع سبب الإجابة بلا إلى انعدام الثقة بالإعلام الجزائري .

خاتمة :

تنشا العلاقات الاجتماعية إلا في جو ثقافي وحضاري يؤمن بقيمة الإنسان، له كرامته وله حقوقه على الآخرين، وعليه واجبات نحوهم ولقد توفرت هذه المعاني في المجتمع الإسلامي الأول، حيث جاء بها القران الكريم وتولى رعايتها الرسول صلى الله عليه وسلم والخلفاء من بعده لقوله تعالى : ﴿ ۞ وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِيٓ ءَادَمَ وَحَمَلْنَٰهُمْ فِي ٱلْبَرِّ وَٱلْبَحْرِ وَرَزَقْنَٰهُم مِّنَ ٱلطَّيِّبَٰتِ وَفَضَّلْنَٰهُمْ عَلَىٰ كَثِيرٍ مِّمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا ﴿٧٠﴾ ﴾ الإسراء: ٧٠

كما نظم القرآن الكريم العلاقة بين المسلمين نظاما يدعو إلى التبادل الاحترام بينهم والابتعاد عن تحقير بعضهم البعض، ولقد حاولنا في دراستنا هذه تسليط الضوء على سنة اجتماعية إلهية، ينبغي العمل بها وفهمها من اجل تحقيق وبناء مجتمع إسلامي حضاري وفق مراد الخالق عز وجل، وهذه السنة تكمن في الإعلام الديني الإسلامي الذي يعد مصدر أساسي في تنظيم العلاقات الاجتماعية داخل المجتمعات، فالإعلام الإسلامي إعلام واقعي يسدد ويقارب، ويقوم على كليات الشريعة الكبرى في تحقيق المصالح وتكثيرها، ودفع المفاسد وتقليلها، من غير انحراف عن منهج الأنبياء، ولا تفريط في الاستقامة الربانية، وشعاره النطق بالكلمة الطيبة، والإعراض عن كل خبيث، قال تعالى : ﴿ وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّن دَعَآ إِلَى ٱللَّهِ وَعَمِلَ صَٰلِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ ٱلْمُسْلِمِينَ ﴿٣٣﴾ ﴾ فصلت: ٣٣

نتائج الدراسة :

- ✓ - إن الجمهور الجزائرية غالبيته لا يتابع قناة القرآن الكريم الجزائرية، والسبب يعود إلى أن الجمهور المدايني له ميول كبير للقنوات الفضائية الدينية العربية .
- ✓ - الإعلام الديني الجزائري لا يحظى بالاهتمام الكبير من قبل الجمهور الجزائري، ويرجع ذلك إلى غياب أساليب التأثير الجاذبة للجمهور .
- ✓ - الجمهور الجزائري لا يقتنع بما يقدمه الإعلام الديني الجزائري ، لأن الجمهور يرى بان الإعلام الديني الجزائري فيه خلل في طريقة إيصال المعلومات .
- ✓ - اغلب الجماهير الجزائرية حسب ما توصلنا إليه من خلال دراستنا الميدانية يهتم بالبرامج الدينية العربية وتستهويها أكثر من البرامج الدينية الجزائرية ، ويعود السبب حسب رأي الجمهور إلى أن الإعلام الديني الجزائري لا يملك مؤهلات كافية تجعله قادر على جذب الجماهير .
- ✓ - يرى الجمهور الجزائري أن حصة "مفاتيح " تملك مؤهلات لكن فعاليتها ناقصة ويرجع السبب حسبهم إلى غياب عنصر التأثير لذى هم يلجؤون إلى متابعة القنوات الدينية الأخرى .
- ✓ - إن اغلب المتتبعي للبرنامج يشاهدونه من اجل تنمية الجانب الإيماني، ويعود السبب إلى أن المجتمع الجزائري يعاني من نقص في الوازع الديني .
- ✓ - الجمهور الجزائري يرى أن حصة" مفاتيح "تعمل بطريقة متوسطة لإيصال الأفكار والنصائح والإرشادات،
- ✓ - استخلصنا من خلال الاستبيان أن معظم الأسر الجزائرية لها اهتمام متوسط بحصة "مفاتيح"، ويعود السبب إلى أن الأسر الجزائرية لها اهتمامات أخرى فهي في غنى عن مشاهدة التلفاز.

- ✓ -يحظى المجتمع القائم على علاقات اجتماعية أساسها الدين الصحيح والمنهج السليم، بالرقي والتقدم، والازدهار في كل مجالات الحياة ، فالعلاقات الاجتماعية الناجحة لها دور كبير في تحقيق أهداف المجتمع .
- ✓ - الهدف الأساس من إطلاق قناة تلفزيونية دينية جزائرية ، هو التصدي للفتاوى المستوردة عبر الفضائيات وشبكة الانترنت ، وكذا الاستجابة لحاجة وطنية أمام ملاحظة إقبال الجزائريين على ما تبثه القنوات الفضائية الدينية من فتاوى تصلح للبيئات الأخرى .

قائمة المراجع والمصادر:

✓ - قائمة المصادر

- **القرآن الكريم برواية حفص عن عاصم**

- سورة آل عمران، الآية : 19
- سورة آل عمران، الآية :104
- آ ل عمران، الآية : 110
- سورة النحل، الآية : 78
- سورة البقرة، الآية : 143
- سورة الأحزاب، الآية: 38
- سورة البقرة، الآية : 33
- سورة النساء، الآية: 124-165
- سورة فاطر، الآية: 24
- سورة إبراهيم، الآية:4
- سورة النحل ، الآية :125
- سورة آل عمران، الآية : 64
- سور الأعراف، الآية :58
- سورة سبا، الآية : 28
- سورة الأنبياء، الآية :107
- سورة المائدة، الآية : 15-16
- سورة البقرة، الآية : 268
- سورة البينة ، الآية : 5
- سورة الحشر، الآية: 3
- سورة الأنفال، الآية: 24
- سورة النساء، الآية: 115
- سورة النساء، الآية: 59-58
- سورة آل عمران، الآية: 85
- سورة الروم، الآية : 30
- سورة المزمل، الآية : 20

✓ - قائمة المراجع

1- الهمشري عمر ، **الإدارة الحديثة للمكتبات ومراكز المعلومات** ، عمان ، مؤسسة الرؤى ،ط1

2- القصير عبد القادر ، **الأسرة المتغيرة في مجتمع المدينة العربية**، دار النهضة، 1999

3- الخولي سناء ، **الأسرة و الحياة العائلية**، دار النهضة العربية،القاهرة ، 1988 ،

4- :العادلي فاروق، **علم الاجتماع العام** ، دار زهران، الطبعة الثانية

5- بن مرسلي أحمد ، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،

6- تحقيق محي الدين ،**سيرة النبي لابن هشام** ، ج 4 ، مطبعة حجازي بالقاهرة ، 1938

7- جابر عوض سيد ، **التكنولوجيا والعلاقات الاجتماعية** ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ،1996

8- جودت عزت عطوي، **أساليب البحث العلمي مفاهيمه – أدواته – طرقه الإحصائية**، ط1،دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 1428-2007

9- حسين منتصر حاتم ، **اديولوجيات الإعلام الإسلامي** ، ط1،عمان، 2010

10- حسان محمد الحسن، **الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي** ، دار الطليعة ، بيروت ، 1982

11- حسن عادل ، **العلاقات العامة** ، ط1، دار نهضة عربية ، بيروت ، 1995

12- حجاب محمد منير ، المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، ط1،القاهرة ، 1992

13- خير الدين علي عويسي ، عصام الهلايلي ، **الاجتماع الرياضي** ،القاهرة ،دار الفكر العربي 1997 ،

14-رشدي شحاتة أبو زيد ،**مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد**، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2011

15- ربحي مصطفى عليان ، **الاتصال والعلاقات العامة** ، ط1 ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، 1425-2005

16- رأفت عبد الجواد ، **مبادئ علم الاجتماع** ، مكتبة نهضة الشرق ، جامعة القاهرة ، 1983،

17- رانيا محمد على قاسم ، **تأثير الكمبيوتر على العلاقات الاجتماعية للطفل** ، مركز الإسكندرية للكتاب ، 2006،

18 - صفى الرحمن المبارکفوري ، **الرحيق المختوم**، مطبعة الأنوار المحمدية

19- صلاح عبد اللطيف ، **الصحافة المتخصصة** ، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع ، مصر ،2001

20- طه أحمد الزيدي، **المرجعية الإعلامية في الإسلام تأصيل وتشكيل**، ط1، دار النفاس للنشر والتوزيع ، الأردن، 1430- 2010

21- عمار بوحوش، محمد محمود الدنيبات ، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث** ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2001

22- عمر هاشم أحمد ، **الدور الديني والإعلام في مناهضة الظواهر السلبية** ، الرياض ، 2002

23- عثمان سيد احمد محمد خليل ،**الشباب وأوقات الفراق** ، **دور التربية ووسائل الإعلام من المنظورين الإسلامي والوضعي** ،ط 1، الرياض ، 1422- 2001

24- عبد القادر طاش، **(ما هو الإعلام الإسلامي)** **بمجلة الداعي الشهرية**، دار العلوم ديوبند، العدد 11، نوفمبر 2009

25- عبد الله قاسم الوشلى، **الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر** ، ط1 ، دار عمار للنشر والتوزيع ، 1414- 1994

26- غيث محمد عاطف، **قاموس علم الاجتماع**، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ،1992

27- غريب محمد سيد أحمد ،**علم الاجتماع ودراسة المجتمع** ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، 2003

28- فهد عبد العزيز حمد الدغيج، **الأمن والإعلام في الدولة الاسلامية**، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، 1406- 1986

29- فؤاد البهي السيد ، **علم النفس الاجتماعي**،**الأسس النفسية للنمو**، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1975

30- محمد سيد محمد ، **المسؤولية الإعلامية في الإسلام " من البعثة إلى القرن الحادي والعشرون** ، دار الفكر العربي ، 1468-2008

31- محمد الحسن ، **علم الاجتماع الرياضي**،ط1 ، دار وائل للنشر،عمان، الأردن،2005

32- محمد كمال الدين إمام، **الإعلام الإسلامي**، دار الجامعية الجديدة ، مصر، 2004

33- محمد عبد الله الخرعان ، **ملكية وسائل الإعلام وعلاقتها بالوظائف الإعلامية في ضوء الإسلام** ، ط1، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع ، الرياض ، 1996

34- محمد بغداد ، **الإعلام الديني في الجزائر "الخطاب والهوية "، دار الحكمة للنشر ، الجزائر ، 2010**

35- متنى حارت الضاري وآخرون، **بحوث وأوراق عمل لعدة مؤلفين، الإعلام الإسلامي الواقع والطموح**

36- مروى عصام صلاح ، **الإعلام الإسلامي المعاصر**، ط1 ، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع ، الأردن، 2015

37- محمد مصطفى زيدان ، علم النفس الاجتماعي ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر.

38- مذكور إبراهيم ، **معجم العلوم الاجتماعية**، 1975

39- مد بدر، **مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلان الدولي** ، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، 1998

✓ المذكرات

40 - زركوك سعاد، **مقاربة سوسيولوجية الإعلام الديني ، دراسة تحليلية لحصة فتاوى على الهواء**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم-، 2012 - 2013

41 - بديعة عبد النبي ، **القيم الخلقية من خلال "قناة الرسالة " دراسة وصفية تحليلية لبرنامج "قيمنا "** ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الإعلام و الاتصال ، جامعة المدية ، 2014- 2015

42 - احمد إدريس ، **الحرية والقيم الأخلاقية في الإعلام الفضائي الديني الإسلامي** ،أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2011- 2012

43 - سمير الو يفي ، **دور المؤسسة الدينية الرسمية في التغيير الاجتماعي ، دراسة حالة مسجد أول نوفمبر – باتنة -** ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في تخصص علم الاجتماع الديني، جامعة باتنة ، 2009 -2010 /1430-1431

44 - بلمولاي بدر الدين ، **استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في العلاقات الاجتماعية** ، دراسة ميدانية حول استخدام الانترنت والهاتف النقال في اختيار الزوج ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2011-2012،

✓ مواقع الانترنت

http://www.startimes.com

https://ar.wikipedia.org/wiki/

جامعة يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

السنة : الثانية ماستر

التخصص : اتصال وعلاقات عامة

استمارة

الإعلام الديني وأثره في ضبط العلاقات العامة الاجتماعية داخل المجتمع

دراسة مسحية حول برنامج "مفاتيح "من قناة القرآن الكريم الجزائرية

في إطار إعداد مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة حول الإعلام الديني وأثره في ضبط العلاقات العامة الاجتماعية. نرجو من سيادتكم التفضل بالإجابة على أسئلة الاستمارة، علما أن الإجابات التي ستدلون بها لا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي ،وشكرا

من إعداد الطالبتين :

تحت إشراف الأستاذة :

خوني نصيرة نبيح أمينة

مسعودة عريب

السنة الجامعية 201/2016

المحور الأول :البيانات الشخصية :

1- الجنس:ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن :من 16-22سنة ☐ من23-26سنة ☐

من27-إلى 45سنة ☐ من 45سنة إلى ☐ فوق

3-الحالة الاجتماعية :

عازب (ة): ☐ متزوج (ة): ☐

مطلق(ة): ☐ أرمل (ة): ☐

4-المستوى الدراسي :

ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

المحور الثاني : مدى اهتمام الجمهور ببرنامج مفاتيح

5-هل تتابع برنامج مفاتيح في القناة القران الكريم الجزائرية ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

6- ما الذي يجذبك إلى البرنامج :

-الرغبة في الحصول على معلومات قيمة عن ديننا الإسلامي ☐

- من اجل إكساب ثقافة دينية في جميع النواحي ☐

-ظهور أشهر الدكاترة في المجال الديني ☐

☐

7-هل ترى أن توقيت البرنامج مناسب :

نعم ☐ لا ☐

8-هل تصنف البرنامج ضمن :

ممتاز ☐ متوسط ☐ عادي ☐

ضعيف

☐ **المحور الثالث : دور حصة مفاتيح في ضبط العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع**

9-هل تعتقد أن حصة مفاتيح تملك من المؤهلات ما يجعلها قادرة على تنظيم العلاقات الاجتماعية في المجتمع ؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت الإجابة بلا في رأيك

لماذا؟.....

.....

..

10-كيف تصنف أداء حصة "مفاتيح " في عملية التأثير على العلاقات الاجتماعية ؟

أداء جيد ☐ م☐ط ☐ ضعيف

في حالة الإجابة بضعيف في رأيك إلى ماذا يعود السبب

؟.....

.....

11-هل تتأثر لمحتويات برنامج "مفاتيح"؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت الإجابة بلا

لماذا؟.....

.....

12-كيف ترى الطريقة التي تعمل بها الحصة لإيصال الأفكار والنصائح والإرشادات ؟

ممتازة ☐ متوسطة ☐ عادية ☐

في حالة الإجابة بعادية لماذا

؟.....

.....

13-من بين الأركان المبرمجة في الحصة ما هو الركن الذي تهتم به؟

الركن النفسي ☐ رسائل تربوية ☐

لماذا؟.....

.....

المحور الرابع : دور حصة مفاتيح في التأثير الديني على الأسر الجزائرية

14- هل ترى بان الأسرة في برنامج مفاتيح تلقى :

-اهتمام كبير ☐

-اهتمام متوسط ☐

-اهتمام ضعيف ☐

15-هل تعتقد أن لحصة مفاتيح دورا في تنمية الجانب الإيماني لدى المجتمع الجزائري؟

نعم ☐ ☐ لا ☐

في حالة الإجابة بلا في رأيك : لماذا.....

.....

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1	يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس	53
2	يبين توزيع أفراد العينة حسب السن	54
3	يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	54
4	يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي	55
5	يوضح درجة اهتمام الجمهور المدايني ببرنامج "مفاتيح"	56
6	يوضح سبب انجذاب الجماهير لبرنامج "مفاتيح"	57
7	يوضح توقيت البرنامج بالنسبة للجمهور المدايني	57
8	يوضح تصنيف الجمهور لبرنامج "مفاتيح"	58
9	يوضح مؤهلات برنامج "مفاتيح " من اجل تنظيم العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع	59
10	يوضح أداء حصة "مفاتيح " في عملية التأثير على العلاقات الاجتماعية	59
11	يوضح مدى تأثر الجمهور لمحتويات برنامج "مفاتيح"	60
12	يوضح تقييم الجمهور للطريقة التي تعمل بها حصة "مفاتيح "	60
13	يوضح الركن المفضل لدى الجمهور المدايني "الركن النفسي أو ركن رسائل تربوية " المبرمجين في حصة "مفاتيح"	61
14	يوضح مدى اهتمام الأسر المداينية بحصة "مفاتيح"	61
15	يوضح مدى فاعلية حصة مفاتيح في تنمية الجانب الإيماني لدى المجتمع المدايني	62
16	يبين درجة اهتمام الجمهور المدايني ببرنامج "مفاتيح" حسب الجنس	63
17	يبين درجة اهتمام الجمهور بالبرنامج حسب السن	64
18	يبين اهتمام الجمهور بالبرنامج حسب الخالة الاجتماعية	65
19	يبين اهتمام الجمهور بالبرنامج حسب المستوى الدراسي	66

فهرس الجداول

20	يبين سبب انجذاب الجمهور لبرنامج "مفاتيح" حسب الجنس	67
21	يبين سبب الانجذاب للبرنامج حسب السن	68
22	يبين سبب الانجذاب للبرنامج حسب الحالة الاجتماعية	69
23	يبين سبب الانجذاب لبرنامج "مفاتيح " حسب المستوى الدراسي	70
24	يبين توقيت البرنامج بالنسبة للجمهور المدايني حسب الجنس	72
25	يبين توقيت البرنامج بالنسبة للجمهور المدايني حسب السن	73
26	يبين توقيت البرنامج بالنسبة للجمهور المدايني حسب الحالة الاجتماعية	74
27	يبين توقيت البرنامج بالنسبة للجمهور المدايني حسب المستوى الدراسي	75
28	يبين تصنيف الجمهور المدايني لبرنامج "مفاتيح " حسب الجنس	76
29	يبين تصنيف الجمهور للبرنامج حسب السن	77
30	يبين تصنيف الجمهور للبرنامج حسب الحالة الاجتماعية	78
31	يبين تصنيف الجمهور للبرنامج حسب المستوى الدراسي	79
32	يبين مؤهلات حصة "مفاتيح" من اجل تنظيم العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع حسب الجنس	80
33	يبين مؤهلات حصة "مفاتيح" من اجل تنظيم العلاقات الاجتماعية حسب السن	81
34	يبين مؤهلات حصة "مفاتيح " من اجل تنظيم العلاقات الاجتماعية حسب الحالة الاجتماعية	82
35	يبين مؤهلات حصة "مفاتيح" من اجل تنظيم العلاقات الاجتماعية حسب المستوى الدراسي	83
36	يبين أداء حصة "مفاتيح" في عملية التأثير على العلاقات الاجتماعية حسب الجنس	84

فهرس الجداول

37	يبين أداء حصة "مفاتيح " في عملية التأثير على العلاقات الاجتماعية حسب السن	85
38	يبين أداء حصة "مفاتيح " في عملية التأثير على العلاقات الاجتماعية حسب الحالة الاجتماعية	86
39	يبين أداء حصة "مفاتيح " في عملية التأثير على العلاقات الاجتماعية حسب المستوى الدراسي	87
40	يبين مدى تأثر الجمهور المدايني لمحتويات برنامج مفاتيح حسب الجنس	88
41	يبين مدى تأثر الجمهور المدايني لمحتويات برنامج مفاتيح حسب السن	89
42	يبين مدى تأثر الجمهور المدايني لمحتويات برنامج مفاتيح حسب الحالة الاجتماعية	90
43	يبين مدى تأثر الجمهور المدايني لمحتويات برنامج مفاتيح حسب المستوى الدراسي	91
44	يبين تقييم الجمهور للطريقة التي تعمل بها حصة مفاتيح حسب الجنس	92
45	يبين تقييم الجمهور للطريق التي تعمل بها حصة مفاتيح حسب السن	93
46	يبين تقييم الجمهور للطريقة التي تعمل بها حصة مفاتيح حسب الحالة الاجتماعية	94
47	يبين تقييم الجمهور للطريقة التي تعمل بها حصة مفاتيح حسب المستوى الدراسي	95
48	يبين الركن المفضل لدى الجمهور المدايني " الركن النفسي أو ركن رسائل تربوية " المبرمجين في الحصة حسب الجنس	96
49	يبين الركن المفضل لدى الجمهور المدايني حسب السن	97
50	يبين الركن المفضل لدى الجمهور المدايني حسب الحالة الاجتماعية	98
51	يبين الركن المفضل لدى الجمهور المدايني حسب المستوى الدراسي	99
52	يبين مدى اهتمام الأسر المداينية بحصة مفاتيح حسب الجنس	100
53	يبين مدى اهتمام الأسر المداينية بحصة مفاتيح حسب السن	101

فهرس الجداول

54	يبين مدى اهتمام الأسر المداينية بحصة مفاتيح حسب الحالة الاجتماعية	102
55	يبين مدى اهتمام الأسر الميدانية بحصة مفاتيح حسب المستوى الدراسي	103
56	يبين مدى فاعلية حصة مفاتيح في تنمية الجانب الإيماني لدى المجتمع المدايني حسب الجنس	104
57	يبين مدى فاعلية حصة مفاتيح في تنمية الجانب الإيماني لدى المجتمع المدايني حسب السن	105
58	يبين مدى فاعلية حصة مفاتيح في تنمية الجانب الإيماني لدى المجتمع المدايني حسب الحالة الاجتماعية	106
59	يبين مدى فاعلية حصة مفاتيح في تنمية الجانب الإيماني لدى المجتمع المديني حسب المستوى الدراسي	107

فهرس المحتويات

مقدمة .....ص(أ،ب،ج)

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

الإشكالية ص3

تساؤلات دراسة ص4

أسباب ودوافع اختيار الموضوع ص4

أهداف الدراسة .....ص 5

أهمية الدراسة .....ص 5

مصطلحات الدراسة .....ص 5

حدود الدراسة ص8

الإجراءات المنهجية للدراسة ص8

مجتمع البحث وعينة الدراسة ص9

أدوات جمع البيانات.....ص11

الدراسات السابقة .....ص 12

صعوبات الدراسة .....ص 15

الفصل الثاني : الإعلام الديني الإسلامي

تعريف الإعلام الديني .....ص 18

خصائص الإعلام الديني .....ص 19

نشأة الإعلام الديني الإسلامي .....ص 22

وظائف الإعلام الديني الإسلامي.....ص 30

واقع الإعلام الديني الإسلامي.....ص 32

مشاكل الإعلام الديني الإسلامي .....ص 34

أهداف الإعلام الديني الإسلامي .....ص 35

مصادر وأصول الإعلام الديني الإسلامي.....ص 38

أهمية الإعلام الإسلامي.....ص40

الفصل الثالث : العلاقات الاجتماعية

مفهوم العلاقات الاجتماعية .....ص 43

أنواع العلاقات الاجتماعية .....ص 44

أهمية العلاقات الاجتماعية ..... ص 46

تعريف التفاعل الاجتماعي ..... ص 47

مستويات التفاعل الاجتماعي ..... ص 47

شروط التفاعل الاجتماعي ..... ص 48

احتياجات الإعلام الديني الإسلامي.....ص 48

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

بطاقة فنية عن قناة القرآن الكريم الجزائرية ..... ص 52

عرض وتحليل وتفسير البيانات ..... ص 53

النتائج العامة للدراسة

الخاتمة

قائمة المراجع والمصادر

الملاحق