نسب إلى عماد الأصفهاني أنّه قال :

" إنّي رأيت أنّه لا يكتب إنسان كتابا في يومه إلاّ قال في غده، لو غيّر هذا لكان أحسن، لو زيد هذا لكان يستحسن، ولو قدّم هذا لكان أفضل، ولو ترك لكان أجمل، وهذا من أعظم العبر، وهو دليل على استيلاء النّقص على جملة البشر.

شكر وعرفان:

نشكر الأستاذ المشرف "جهاد الغرام " على دعمه لنا وصبره معنا.

نرجو من الله أن يرزقك جنة الفردوس الأعلى.

-ودمت في خدمة العلم والمتعلمين-

إهداء I:

إلى من كانا سببا في وجودي.

إلى أمّي "مريم" و أبي "محمّد".

{ربِّ اجْعلني قرَّة عَينٍ لَهُمَا}.

إلى جميع إخوتي وأخواتي، ولأختي التي لن ينساها قلبي التي توفّيت.

زملاء الدّراسة ،إلى من أهدى إلي ولو بسمة طيلة دراستي.

إلى الأهل والأقارب وكلّ معارفي.

أهديكم عملي هذا، وأرجو من الله أن يتقبّله، ويكون وديعة لنا يوم نلقاه.

حميد قراطبي.

إهداء 2:

إلى ابي الذي ارجو من الله ان يكون في الفردوس الأعلى.

إلى أمّي التي ملأت علي حياتي فهي كلّ عائلتي.

إلى زوجتي التي تسهر من اجل سعادتي.

إلى إخوتي وأخواتي، وزملائي وكلّ الأقارب ومن يعرفه وليد من قريب أو بعيد

إلى كل عائلة بوشنافة

أهدي عملي هذا وأرجو أن يكون في ميزان الحسنات.

محمّد وليد بوشنافة

خطّة الدّراسة:

- **مقدّمة:**

✓ الإطار المنهجي:

- **الإشكاليّة**
- **الفرضيات**
- **أسباب اختيار الموضوع**
- **أهمية الموضوع**
- **تحديد المفاهيم**
- **مجتمع الدّراسة**
- **عيّنة الدّراسة**
- **منهج الدّراسة**
- **أداة جمع البيانات**

✓ الإطار النّظري:

- **الفصل الأوّل: الإعلام الإسلامي**(الواقع والتّحديات).
- **المبحث الأوّل:** واقع الإعلام الإسلامي.
- **المطلب الأول:** مفهوم وخصائص الإعلام الإسلاميّ.
- **المطلب الثاني:** عناصر العملية الإعلامية والأهداف.
- **المبحث الثاني:** تحديّات الإعلام الإسلامي.
- **المطلب الأوّل:** الإعلام الإسلاميّ والإعلام الغربي.
- **المطلب الثاني:** الإعلام الإسلاميّ والإعلام الجديد.
- **الـفصـل الثاني: القيم الاجتماعية**(الوظائف والأهداف).
- **المبحث الأوّل:**مدخل إلى القيم الاجتماعية.
- **المطلب الأوّل** : مفهوم القيم الاجتماعية و خصائصها.

- **المطلب الثاني:**مصادر القيم.
- **المبحث الثاني:** مكوّنات القيم الاجتماعية ووظائفها.
- **المطلب الأوّل:** مكوّنات القيم الاجتماعية.
- **المطلب الثاني:** وظائف القيم.

✓ الإطار التطبيقي:

- **الفصل الثالث:** الجانب التطبيقي

(دراسة مسحية لجمهور إذاعة القرآن الكريم من طلبة جامعة المديّة)

- **المبحث الأوّل:** التّعريف بإذاعة القرآن الكريم.
- **المطلب الأوّل:** نبذة تاريخية عن إذاعة القرآن الكريم.
- **المطلب الثاني:** برامج إذاعة القرآن الكريم.
- **المبحث الثاني:** تحليل الإستمارة واختبار الفرضيات.
- **المطلب الأوّل:** إعداد وتحليل الإستمارة
- **المطلب الثاني:** اختبار الفرضيات ونتائج الدّراسة
- **خاتمة.**

الإطار المنهجي

1- مقدّمـــــة:

أدّى التّطور التكنولوجي إلى تسارع دول العالم في امتلاك كلّ الوسائل التي من شأنها أن ترجّح الكفة لصالحها مهما كان نوع هذه الوسائل وطريقة عملها، فكان لوسائل الإعلام دورا بارزا في هذا التّسلح بل إنّ كثيراً من الدّول برزت وأصبح لها مكانة في المجتمعات نتيجة امتلاكها ترسانة من وسائل الإعلام، بأنواعها الثلاثة؛ المرئية والمسموعة والمكتوبة، وفي كلّ مرة نرى اتّجاه الجماهير لوسيلة إعلاميّة بدل الأخرى نقول أنّها ستلغيها لكن في الحقيقة لم يحدث ذلك بل إنّ للتلفزيون مشاهدوه وللإذاعة مستمعيها وللصحيفة مطالعيها، ومع تطور البثّ واتّساع رقعته أصبحت هذه الوسائل تصاحب الإنسان في كلّ مكان، فلم تعد مقتصرة على المدينة وفقط، أو خاصّة بالأغنياء، أو متعلّقة برقعة جغرافية محليّة، بل انتشرت في الأرياف، فراعي الغنم يطالع الأخبار كلّ صباح من هاتفه المجهّز بتلفاز و إذاعة ويمكّنه من مطالعة الصّحف عن طريق الاتّصال بالأنترنيت، والإنسان المغترب يستطيع أن يرى كلّ صغيرة وكبيرة بضغطه على زر صغير ملوّن، فهذا التّطور ألغى كثيرا من الاعتبارات التي كانت المجتمعات تراها بعيدة المدى أو لا يمكن للعلم أن يصل إليها، فامتزجت الثقافات واختلطت العادات وأصبح الفرد التّكنولوجي غير مدرك لثقافته مع بقية الثقافات، فمشاركة الأفراد من خلال صوّر الطّعام ، أنواع الألبسة ، التّباهي بالسّيارات والممتلكات و الأثاث، حتّى مشاركة أبسط الأشياء كقصّة الشعر، وطريقة الضّحك وأسلوب المشي، وفي مقابل ذلك هناك من يتّخذ من الإعلام مكانا لنشر الأخلاق والفضائل منبراً للأمر بالمعروف، والنّهي عن المنكر.

فالذي يستمع إلى الإذاعة العامّة اليوم يدرك أنّها أصبحت نسخة مسموعة لغيرها من الإذاعات الأجنبية – اللّهم إلاّ– في التسميات، فالإذاعة التي يحتاجها المجتمع هي إذاعة تربيّة وتثقيف، لا إذاعة أغانٍ وترفيه، ونفس الملاحظة يمكن إسقاطها على الجرائد التي و إن كانت تكتب من طرف مسلمين إلاّ أنّها لا تخدم إلاّ مصالح شخصيّة و و راءها إيديولوجيّة تحاول فرض الأنا، دون الاستجابة لمطالب الجماهير الكبيرة، كما أنّ التلفزيون طغت عليه المناسباتيّة بما يتماشى مع المصالح الاقتصاديّة لملاك هذه المؤسّسات، وعليه أصبح هذا الوضع مثار قلق، وانشغال من تداعيات التّأثيرات السلبيّة للإعلام فيما يتعلّق بالهويّة، الثقافيّة والقيم والسّلوك، التي يفترض أن تكون فوق أيّ اعتبار، فحقيقة البحث الذي بين أيدينا هو لفت الانتباه إلى ضرورة عرض هذه التّكنولوجيا على الجانب الشرعي من أجل الحصول على النّفع أكثر فيما يخص الإعلام، نظرا لأهميّته في المجتمع، وكونه أداة من أدوات التنشئة الاجتماعيّة، ولأنّ الدّراسات جدّ

قليلة في مجال الإعلام الإسلامي للفهم القاصر الحاصل في مجتمعاتنا لهذه الوسائل، وللتّفريط في الأهميّة التي قد تلحق المجتمعات إذا ما عرض الإعلام على الجانب الشّرعي وتكوين إعلاميين أكفاء يجعلون من العمل الإعلاميّ الإسلاميّ سبيلا للدّعوة لدين الله، دون أن ننسى أهميّة تشكل القيم في المجتمع من خلال وسائل الإعلام، فالمجتمعات الإسلاميّة كالمجتمع الجزائريّ اليوم له خصوصيّة تميّزه عن بقيّة شعوب المنطقة، وله عادات يحاول المحافظة عليها من جيل إلى جيل، لكن الإعلام بصبغته العامّة، طغت عليه الماديّة الغربيّة والتي تجرّ معها اللّهو المصاحب للفساد الفرديّ والاجتماعيّ، وهنا يظهر دور تكييف الإعلام وفق متطلّبات هذه المجتمعات، ومواكبة التطورات، وقد لخّصنا دراستنا في فصلين نظريين و فصل تطبيقي، حيث تناولنا في الفصل الأوّل: الإعلام الإسلامي، والفصل الثاني: القيم الاجتماعيّة، وفصل الجانب التطبيقي كان عبارة عن دراسة مسحيّة لطلبة جامعة المديّة.

2- إشكاليّة الدّراسة :

إنّ التطور الكبير في تكنولوجيا الاتصال أدّى إلى تزايد تأثير هذه الوسائل على المجتمعات من خلال الكتابة والصّوت والصّورة وسرعة البثّ ونوعيته، فكان للإعلام دورا في انتشار الثقافات وإلغاء الحدود وهيمنة الأفراد على الجماعات في كثير من البلدان، ولأنّ الإعلام له إيجابياته وسلبياته خاصّة وأنّ كل الدول تسعى جاهدة لامتلاك هذه الوسائل التي تمثل سلطة تضاف إلى بقية السلطات الأخرى لأيّ مجتمع من المجتمعات.

لكن امتلاك هذه الوسائل لا يمرّ دون ضريبة قد يدفعها المجتمع ككل في عاداته وتقاليده وموروثاته المكتسبة وحتى بنيته، نتيجة تداخل الثقافات وامتزاجها، فاختارت بذلك بعض المجتمعات على غرار المجتمعات الإسلامية رؤية أخرى للإعلام بعيدا عن الصّورة العامّة له، حتّى تعاصر بقية المجتمعات وتبقى محافظة على أصالتها، فحاولت إيجاد صيغة له من خلال تسميّته بالإعلام الإسلاميّ الذي يستمد أسسه ومبادئه وغاياته انطلاقا من الدّين الإسلاميّ دون إلغاء صبغة الإعلام عنه.

مع تطور الإعلام واقتناع العامّ والخاصّ بتأثيره على المجتمع، من خلال العلاقات التي تنشأ وتنتهي به، والكثير من العادات والتقاليد التي تنسى وتحلّ محلّها عادات وتقاليد جديدة في المجتمع، ولأنّ القيّم وجه بارز لأيّ مجتمع، إذ أنها تتأثر بالخصائص والبنيّة والتركيب، ظهر الإعلام كأداة لها تأثراتها في الجتمع فأردنا بذلك البحث في العلاقة الموجودة بين الإعلام والقيم الاجتماعية ، والمجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات الإسلاميّة التي تسعى جاهدة للمحافظة على مبادئها و أفكارها وعاداتها وتقاليدها وبالأكثر المحافظة على دينها كمصدر أساسي من مصادر القيم الاجتماعية، ولهذا قمنا بدراسة حول وسيلة من وسائل الإعلام المتخصّص وما يمكن أن تحدثه في القيم الاجتماعيّة لأفراد المجتمع الجزائري لتكون إشكاليّة الدّراسة كالآتي:

هل يساهم الإعلام الإسلامي في نشر القيم الاجتماعية؟.

3- فرضيات الدّراسة:

الفرضيّة الرئيسيّة: هناك علاقة طرديّة بين الإعلام الإسلامي و نشر القيم الاجتماعيّة.

الفرضية الفرعيّة الأولى: لا توجد علاقة إحصائية طردية بين وسائل الإعلام الإسلاميّ و نشر القيم الاجتماعية.

الفرضية الفرعيّة الثانية: توجد علاقة إحصائيّة طردية بين صحفييّ الإعلام الإسلاميّ و نشر القيم الاجتماعية.

الفرضية الفرعيّة الثالثة: توجد علاقة إحصائية طردية بين برامج الإعلام الإسلاميّ ونشر القيم الاجتماعية.

4- أسباب اختيار الموضوع:

ا- أسباب موضوعيّة:

- نتيجة الحملات التي يشنّها أعداء الإسلام على الإسلام من نشر ثقافات غريبة عن مجتمعاتنا الإسلامية، وواجب كل مسلم المساهمة في تبيين الحقّ وإيضاحه ليزداد أهل الإيمان إيمانا ، وينتهي أهل الغيّ عن غيّهم..

- نتيجة للتّغيرات التي طرأت على مجتمعاتنا الإسلامية من ناحية الثقافة والسّلوك والقيم ، ومّما عايشه أجدادنا و آباؤنا من الفروق الحاصلة بين الحاضر والماضي في العلاقات الأسرية والاجتماعية ، وهو مالا يدع مجالا للشكّ أنّ للإعلام دوراً في هذا، فأردنا ببحثنا هذا التقرب أكثر من الإعلام الإسلامي بالبحث والدّراسة وعلاقته بالقيّم الاجتماعية.
- الصبغة العامة في الدّراسات الإعلامية دون الرؤية المتخصّصة له في جامعاتنا وفصولنا الدّراسية ، فنظرتنا للإعلام من خلال هذه الدراسة هي نظرة متخصّصة مرتبطة بالمجتمع الإسلامي وما يميّزه عن غيره.
- الدّراسات الفتية في مجال الإعلام الإسلامي، إذ لا يزال حبيس المؤتمرات والنقاشات و أنّ الفكرة فيه لم تتّضح، ليشمل تطبيقها والعمل بها وتعميمها على كافّة ربوع العالم الإسلامي، من أجل النّهوض بمقوّمات الأمّة.
- أصبح الإعلام الإسلامي أمضى الأسلحة في الصّراع الحضاري الذي تدور رحاه في العالم اليوم، وأنّ الأمّة التي لا تملك إعلاما قويا وفعّالاً ينبع من شخصيتها الحضارية ويلبّي احتياجاتها ويسهم في ترجيح كفّتها في المعركة، هي أمّة ستعاني في زمن لا مكان فيه إلاّ للأقوياء.

- الدّعوة إلى الاهتمام أكثر بالإعلام الإسلاميّ من ناحية البرامج والوسائل والصحفيين.

ب- أسباب ذاتيّة:

- كوننا مسلمين نحب أن يتم ربط الإعلام بالإسلام.
- عدم اقتناعنا بما تقدّمه بعض وسائل الإعلام التي تحسب على الإسلام والمسلمين.
- حبّنا للإعلام وشغفنا للعمل فيه من أجل خدمة الإسلام والمسلمين.
- منذ صغرنا ونحن نرفع شعار الإسلام دينا أما آن لأهل الإسلام وأبنائه أن يكون لهم يد في عزّه وتبيين سماحته وشموليته، وغالبا ما نطرح سؤالا مفاده: ماذا قدّمنا للإسلام؟، فنرجو أن يكون هذا العمل في خدمة الإسلام والمسلمين.

5- أهميّة الموضوع :

- أنّ الإعلام الإسلامي حاجة وضرورة للمجتمعات الإسلاميّة حتى يكون لهذه المجتمعات قاعدة إعلاميّة تقوم بنشر أفكارهم ومبادئ دينهم.
- دفع العاملين في مجال الإعلام الإسلامي إلى الاهتمام بالثقافة الإسلامية والأخلاق والعادات والتقاليد حتى تظهر في أقوالهم وأفعالهم ليكونوا قدوة لأبناء الإسلام.
- تبليغ رسالة رسول الله صلى الله عليه وسلّم بطرق حديثة تواكب التطور الحاصل في العالم.
- تزويد الجماهير والرّأيّ العام بحقائق الدّين الإسلاميّ، وانّ الإسلام امرنا بالاهتمام بكل مامن شأنه أن يعزّ الإسلام ويحفظ المسلمين في فكرهم ومعتقداتهم.
- الإسلام منهج حياة وكلّ أداة أو وسيلة لها تأثير ودخل في حياة الأفراد، ينبغي أن يكون إطارها الإسلام في المجتمع الإسلامي، حتى تقوم قيم الخير والصّلاح في هذه المجتمعات؛
- تبيين الصّورة الحقيقية للإسلام وأنّه دين كامل، دين التسامح والأخوّة، والعمل الصالح.

6- منهج الدّراسة:

تدخل هذه الدّراسة ضمن الدّراسات الوصفية التي تكشف عن ماهية الظاهرة، " والمنهج الوصفي يقوم على وصف ظاهرة معيّنة مماثلة في الموقف الرّاهن، فيقوم بتحليل خصائص تلك الظاهرة والعوامل المؤثّرة فيها".[1]

وبما أنّ الدّراسات الوصفية تتنوع من حيث مستوى تعمّقها من جمع المعلومات والإحصاء، أو الوصف البسيط للظاهرة، لذلك سوف يكون المنهج المتّبع هو المنهج المسحي التحليلي المناسب لمعرفة آراء

[1]- أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون ، الجزائر، 2003، ص287.

جمهور قناة القرآن الكريم الجزائرية، عن طريق توزيع استمارة بحثية، ويعتبر أسلوب المسح :" الطّريقة العلمية التي تمكّن الباحث من التّعرّف على الظاهرة المدروسة،من حيث العوامل المكوّنة لها والعلاقات السّائدة داخلها، كما هي في الحيّز الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحقّقة لذلك".[1]

7- أدوات البحث:

تمّ استعمال الاستمارة كأداة لجمع المعلومات، حيث تمّ توزيع 60 استمارة على طلبة كليّة الإعلام والاتّصال، بها ثلاث صفحات ن الصّفحة الأولى تحوي على معلومات حول البحث وصاحب البحث وعنوان البحث والأستاذ المؤطّر، صفحة ثانية تحوي المحور الأوّل من الإشكالية والذي هو الإعلام الإسلامي، أين تم تمّ تقسيمه إلى ثلاث أبعاد رئيسية وهي الوسيلة، الإعلاميّ و الرّسالة، و يحوي هذا المحور على 15 مؤشّر للدّراسة يطبّق عليه مقياس ليكارت الخماسي،(لا أوافق بشدّة ، لا أوافق، محايد، أوافق، أوافق بشدّة).

المحور الثاني ويتمثّل في القيم الاجتماعية والذي فكّكناه إلى ثلاث محاور أساسية والتي هي :(التضامن، الوحدة و التفاعل).

لتكون مؤشّرات الإستمارة ككل هي: 30 مؤشّرا ،

ومحور أخير يحوي على البيانات الشخصيّة للمبحوث، تم من خلال هذا كلّه إنجاز العمل التطبيقي.

8- مجتمع البحث:

بما أنّ دراستنا تهدف إلى معرفة العلاقة الموجودة بين الإعلام الإسلامي والقيم فإنّنا لجأنا إلى دراسة ذلك من خلال معرفة آراء وأفكار الجمهور والاعتقادات السائدة حول الإعلام الإسلامي والقيّم، فكانت الدّراسة الميدانية على طلبة جامعة المدية ، الذين يستمعون إلى إذاعة القرآن الكريم ، ونظرا لاتساع مجتمع البحث وهم طلبة الجامعة فإنّنا حدّدنا هذا المجتمع بطلبة كليّة الإعلام والاتصال ، وبالضّبط كليّة علوم الإعلام والاتّصال (ليسانس، ماستر، وطلبة الدكتوراه الذين يحضرون الدّكتوراه بجامعات أخرى، ويقومون بتدريس ساعات إضافية بالجامعة)، ويرجع سبب اختيارنا لهذه المجتمع إلى :

المدّة التي قضوها في الدّراسة جعلت عندهم تصورا حول الإعلام وأهدافه وتأثيراته.

الاهتمام الذي نجده عند هؤلاء حول الإعلام وميزاته وخصائصه، أساليب الإعلاميين وقوّة تأثيرها، كل هذا من أجل الحصول على إجابات تفيد بحثنا وتدعم دراستنا

[1]- أحمد بن مرسلي، مرجع سابق، ص 286.

9- العيّنة:

ونظرا إلى أنّ هذا البحث يتمثل في إجراء دراسة ميدانية حول مشاهدي قناة إعلامية إسلامية متخصّصة فإنّ العيّنة المختارة تتمثل في العيّنة القصدية أو العمدية، والتي تعرّف على أنّها " عيّنة تتكون من مفردات تمثّل المجتمع الأصليّ تمثيلا سليما، فالباحث في هذه الحالة قد يختار مناطق، أو أشخاص محدّدين، أو مواد إعلامية متميّزة ، يمتازون بخصائص تمثيلية لمجتمع البحث، وهذه النّتائج أقرب ما تكون إلى النّتائج التي يمكن أن يصل إليها الباحث بمسح المجتمع كلّه"[1]، لذلك كانت العيّنة 60 طالبا، ويرجع سبب اختيار هذا العدد في العيّنة لانّ الدّراسات الارتباطية، أين تكون فيها دراسة العلاقة بين متغيّرين، العيّنة التي تكون فيه قيمة علمية وعيّنة تمثيليّة لا بد أن تتجاوز ال30فردا.

10- تحديد المفاهيم:

- المفهوم الاوّل الإعلام الإسلاميّ وينقسم إلى:

***أولا* - الإعلام:**

لغة: والإعلام في اللُّغة مشتق من" أَعْلَمَ، يقال: أَعْلَمَهُ إِعْلامَاً، بمعنى أخبره إخباراً"[2]

اصطلاحا: "هو نقل المعلومات أو الأفكار إلى الآخرين سواء تمثّلت تقنية النّقل في التلفاز أو المذياع أو شبكات المعلومات أو ما ينشر في الصّحف والكتب وغيرها من المطبوعات ، وسواء تمّ نقل المعلومات مقروءة أم مسموعة أم مرئية أم رقمية"[3].

***ثانيا* - الإسلام:**

لغة: " هو الخضوع لله عزّ وجلّ والانقياد التّام لأوامره و الاستسلام لله عزّ و جلّ برغبة اختياريّة وليس قصراً"[4]

اصطلاحا: "دين المرسلين والنّبيين جميعا من لدن آدم حتى الرّسالة المحمّدية التي بها ختم الله الرّسالات و أكّد الله هذا المعنى في القرآن تأكيدا تاما فذكر على لسان نوح عليه السّلام قوله " فَإِن تَوَلَّيْتُمْ فَمَا سَأَلْتُكُم مِّنْ أَجْرٍ ۖ إِنْ أَجْرِيَ إِلَّا عَلَى اللَّهِ ۖ وَأُمِرْتُ أَنْ أَكُونَ مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴿٧٢﴾ [5]".

---

[1]- طلعت همام، سين وجيم عن مناهج البحث العلمي، دار عمّان، الأردن، د ط،1989م، ص59

[2]- ابن منظور ، لسان العرب، الجزء الأوّل، مادة علم، دار لسان العرب ، بيروت، د ط، د س ن ، ص122

[3]- ماجد راغب الحلو ، حرية الإعلام والقانون،منشاة المعارف ، الإسكندرية، د ط، 2006م، ص07

[4]- وسام طلال، تعريف الإسلام لغة وشرعا،.www.mawdoo3.com،آخر تحديث 1/أوت /2016م، ت و،2017/06/10،19:35سا.

[5]- سورة يونس، آية رقم 72.

وعلى لسان إبراهيم وإسماعيل عليهما السّلام: "رَبَّنَا وَٱجۡعَلۡنَا مُسۡلِمَيۡنِ لَكَ وَمِن ذُرِّيَّتِنَآ أُمَّةٗ مُّسۡلِمَةٗ لَّكَ وَأَرِنَا مَنَاسِكَنَا وَتُبۡ عَلَيۡنَآۖ إِنَّكَ أَنتَ ٱلتَّوَّابُ ٱلرَّحِيمُ ﴿١٢٨﴾ [1] وفي وصيّة يعقوب -عليه السّلام- لأولاده : وَوَصَّىٰ بِهَآ إِبۡرَٰهِـۧمُ بَنِيهِ وَيَعۡقُوبُ يَٰبَنِيَّ إِنَّ ٱللَّهَ ٱصۡطَفَىٰ لَكُمُ ٱلدِّينَ فَلَا تَمُوتُنَّ إِلَّا وَأَنتُم مُّسۡلِمُونَ ﴿١٣٢﴾ "[2]. وعن موسى – عليه السّلام- : " وَقَالَ مُوسَىٰ يَٰقَوۡمِ إِن كُنتُمۡ ءَامَنتُم بِٱللَّهِ فَعَلَيۡهِ تَوَكَّلُوٓاْ إِن كُنتُم مُّسۡلِمِينَ ﴿٨٤﴾ [3] ، وفي معرض الحديث عن التوراة : " إِنَّآ أَنزَلۡنَا ٱلتَّوۡرَىٰةَ فِيهَا هُدٗى وَنُورٞۚ يَحۡكُمُ بِهَا ٱلنَّبِيُّونَ ٱلَّذِينَ أَسۡلَمُواْ لِلَّذِينَ هَادُواْ وَٱلرَّبَّٰنِيُّونَ وَٱلۡأَحۡبَارُ بِمَا ٱسۡتُحۡفِظُواْ مِن كِتَٰبِ ٱللَّهِ وَكَانُواْ عَلَيۡهِ شُهَدَآءَۚ فَلَا تَخۡشَوُاْ ٱلنَّاسَ وَٱخۡشَوۡنِ وَلَا تَشۡتَرُواْ بِـَٔايَٰتِي ثَمَنٗا قَلِيلٗاۚ وَمَن لَّمۡ يَحۡكُم بِمَآ أَنزَلَ ٱللَّهُ فَأُوْلَٰٓئِكَ هُمُ ٱلۡكَٰفِرُونَ ﴿٤٤﴾ [4] ، و عن سحرة فرعون وقد آمنوا بموسى – عليه السّلام-: " وَمَا تَنقِمُ مِنَّآ إِلَّآ أَنۡ ءَامَنَّا بِـَٔايَٰتِ رَبِّنَا لَمَّا جَآءَتۡنَاۚ رَبَّنَآ أَفۡرِغۡ عَلَيۡنَا صَبۡرٗا وَتَوَفَّنَا مُسۡلِمِينَ ﴿١٢٦﴾ [5] ...قال تعالى :" ۞ شَرَعَ لَكُم مِّنَ ٱلدِّينِ مَا وَصَّىٰ بِهِۦ نُوحٗا وَٱلَّذِيٓ أَوۡحَيۡنَآ إِلَيۡكَ وَمَا وَصَّيۡنَا بِهِۦٓ إِبۡرَٰهِيمَ وَمُوسَىٰ وَعِيسَىٰٓۖ أَنۡ أَقِيمُواْ ٱلدِّينَ وَلَا تَتَفَرَّقُواْ فِيهِۚ كَبُرَ عَلَى ٱلۡمُشۡرِكِينَ مَا تَدۡعُوهُمۡ إِلَيۡهِۚ ٱللَّهُ يَجۡتَبِيٓ إِلَيۡهِ مَن يَشَآءُ وَيَهۡدِيٓ إِلَيۡهِ مَن يُنِيبُ [6])[7]

الإعلام الإسلامي:" تزويد الجماهير بحقائق الدّين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنّة رسوله بصورة مباشرة ،أو من خلال وسيلة إعلامية عامة بوساطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة متعمقة في موضوع

[1]- سورة البقرة، آية رقم 128.
[2]- سورة البقرة، آية رقم 132.
[3]- سورة يونس، آية رقم 84.
[4]- سورة المائدة، آية رقم 44.
[5]- سورة الأعراف، آية رقم 126.
[6]- سورة الشورى، آية رقم 13.
[7]- سعيد حوى، الإسلام، دار السّلام، القاهرة، ط7، 2011م، ص05.

الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأى عام صائب يعنى بالحقائق الدينية وترجمتها في سلوكه ومعاملاته"[1].

المفهوم الإجرائي للإعلام الإسلامي: هو الإعلام لذي يعمل على نقل المعلومات والخبرات والتجارب والنّصائح والتذكير بالقيم ونشرها في المجتمع انطلاقا من كتاب الله وسنّة رسول الله صلى الله عليه وسلم ، لكافّة شرائح المجتمع وان يمسّ كل فئات المجتمع، ويستخدم في ذلك الوسيلة الكفيلة بتوصيل الرّسالة واختيار قائمين بالاتصال كفيلين بترجمة تلك الرّسائل انطلاق من أنفسهم كقدوة لغيرهم لهم اطّلاع واسع بالثّقافة الإسلامية وطبائع المجتمع.

– المفهوم الثاني : القيم الاجتماعية:

أوّلا– القيم:

و لأنّ القيم من المفاهيم الواسعة التي توسّع فيها الدّارسون من المنظور الفلسفي إلى المنظور الدّيني مرورا بعلماء الاجتماع فقد تعدّدت التعاريف الخاصة بها ولذا سوف نجملها في الآتي:

– **لغة:** القيام بمعنى العزم ومنه قوله تعالى:"وَأَنَّهُۥ لَمَّا قَامَ عَبۡدُ ٱللَّهِ يَدۡعُوهُ كَادُواْ يَكُونُونَ عَلَيۡهِ لِبَدٗا [2] ﴿١٩﴾ أي لمّا عزم كما جاء القيام بمعنى المحافظة والإصلاح، قال تعالى : :"ٱلرِّجَالُ قَوَّٰمُونَ عَلَى ٱلنِّسَآءِ "[3] وأمّا القوام فهو العدل وحسن القول، "وتأتي القيمة بمعنى الثمن الذي يقوم يقاوم المتاع الذي يقوم مقامه، وجمعها قيم ويقال ماله قيمة"[4].

– **اصطلاحا:** "هي مقياس أو مستوى له ثبات واستمرار لفترة زمنية يؤثّر في سلوك الفرد تأثيراً يتفاعل مع تعالى مؤثّرات أخرى لتحديد السّلوك في مجال معيّن".[5]

أوهي :" حكم يصدره الإنسان على شيء ما مهتديا بمجموعة من المبادئ، والمعايير التي ارتضاها الشّرع محدّدا المرغوب فيه والمرغوب عنه من السّلوك".[6]

---

[1]- محي الدّين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي، الأصول والقواعد والأهداف، مؤسسة اقرأ الخيرية، د ط، 1992م، ص 54.

[2]- سورة الجنّ، الآية 19.

[3]- سورة النّساء، الآية 34.

[4]- البستاني معلم بطرس، محيط المحيط، مكتبة لبنان، بيروت، د ط، 1977م، ص764.

[5]- محمود كاظم، دور التربيّة في مواجهة الصّراع القيمي دراسة لطلبة الجامعة الأردنية، مذكّرة لنيل شهادة الدكتوراة، الجامعة الأردنيّة، الأردن، د ط، د س ن، ص 29.

[6]- السيّد الشّحات أحمد حسن، الصّراع القيمي لدى الشّباب ومواجهته من منظور التّربية الإسلامية، دار الفكر العربي،القاهرة، د ط، د س ن، ص53

– **القيم الاجتماعية:**" هي معايير وأسس متعارف عليها ضمن المجتمع الواحد، و تشير إلى طرق تعامل الأفراد معاً، والموافقة على السّلوك المقبول ورفض غير المقبول "[1].

– **المفهوم الإجرائي للقيم الاجتماعية:** " هي مجموعة من المبادئ والأفكار التي ينشأ عليها الفرد في مجتمعه يميّز بها بين ما هو نافع وضار، لتقوم وسائل الإعلام كأداة من أدوات التنشئة الاجتماعية على نشر هذه القيم ، كقيم الوحدة و التّضامن والتفاعل.

[1]- مجد خضر، القيم الاجتماعيّة،http//.www.mawdoo3.com، آحر تحديث: 26 جانفي 2016، ت و، 2017/03/27م، 14:22سا

الإطار النظري

الفصل الأوّل: الإعلام الإسلامي(الواقع والتّحديات).

- ✓ **المبحث الأوّل:** واقع الإعلام الإسلامي.
- ✓ **المطلب الأول:** مفهوم وخصائص الإعلام الإسلاميّ.
- ✓ **المطلب الثاني:** عناصر العملية الإعلامية والأهداف.
- ✓ **المبحث الثاني:** تحديّات الإعلام الإسلامي.
- ✓ **المطلب الأوّل:** الإعلام الإسلاميّ والإعلام الغربي.
- ✓ **المطلب الثاني:** الإعلام الإسلاميّ والإعلام الجديد.

المبحث الأوّل : واقع الإعلام الإسلامي.

المطلب الأول: مفهوم وخصائص الإعلام الإسلاميّ.

1- مفهوم الإعلام الإسلامي:

تنوعت التعاريف التي قدّمت للإعلام الإسلامي بين الرؤية العامّة للإعلام وربطها بالدّين الإسلامي الحنيف ومبادئه، وهو ما جعلها تصبّ في قالب واحد ألا وهو نشر تعاليم الدّين، والعمل على نقل المعلومة وفق ما جاء في كتاب الله وسنّة رسول الله صلى الله عليه وسلّم ومنها:

- "هو تزويد الجماهير بحقائق الدّين الإسلاميّ ونقل الأخبار والوقائع والمعلومات، بصورة صحيحة ومنضبطة داخل الأمّة الإسلامية وخارجها"[1].

إذ أنّ أساس العلاقات القائمة في الإسلام مبنيّة على الصّدق في القول ونقل الأخبار والمعلومات بدون تحريف أو تأويل ،وهو ما يبرّر الدّعوة إلى النّصيحة وإلى تبليغ رسالة الإسلام ونبذ كلّ ما من شأنه أن يغذي الفُرقة بين المسلمين ويُنشِئ العدَاوة، قال تعالى :" يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِن جَآءَكُمۡ فَاسِقُۢ بِنَبَإٖ فَتَبَيَّنُوٓاْ أَن تُصِيبُواْ قَوۡمَۢا بِجَهَـٰلَةٖ فَتُصۡبِحُواْ عَلَىٰ مَا فَعَلۡتُمۡ نَـٰدِمِينَ ۝٦[2]. وهذه الرؤية التي تبناها الإسلام كمنطلق في العلاقات الاجتماعية وهي؛ عدم إجراء الأحكام على الأشخاص والجماعات لمجرد خبر عابر، أو كلمة قيلت، لم يتم تمحيص الصّدق فيها من الكذب، والإعلام بدوره ناقل للأخبار والمعلومات وكل ما من شأنه أن يعود بالسّلب إن أُسِيء اسْتِخدامه، وبالإيجاب إن ضُبط ووضع في إطاره الإسلامي وقواعده السّمحة التي تجعل من الرّسالة مرآة يوفّرها المرسل ليرى من خلالها نفسه وسط العالم الفسيح.

- ويرى الدّكتور محمّد منير حجاب أنّ الإعلام الإسلاميّ:" جهد فنيّ وعلميٌ مدروس ومخطّط ومستمر وصادق من قبل قائم بالاتّصال، هيأةً كانت أم جماعة أم فردا، لديه خلفيّة واسعة ومتعمّقة في موضوع الرّسالة التي يتناولها، ويستهدف الاتّصال بالجمهور العام، وهيآته النّوعية، وأفراده،بكافّة إمكانيّات وسائل الإعلام والإقناع، وذلك بغرض تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدّينية ويدركها ويتأثّر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته"[3].

---

[1]- منى حارث الضاري، الإعلام الإسلامي الواقع والطّموح، إصدارات مركز البصيرة للبحث والتطوير الإعلاميّ،دار النّفائس للنشر والتوزيع، الأردن، ط1،2007م، ص21

[2]- سورة الحجرات، الآية 06.

[3]- محمّد منير حجاب،، الإعلام الإسلاميّ المبادئ- النّظريّة –التطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2002م، ص25

فزيادة على نقل المعلومات والأخبار والحقائق فالإعلام الإسلاميّ إذا أراد أن يكون له الأثر المرغوب في الجماهير عليه أن ينحو منحى الدّراسة والتّخطيط المستمر، تتبعه عمليّات تكوين نوعية للقائم بالاتّصال في الإعلام الإسلامي يفهم من خلالها رسالته جيّدا، مضمونها، نوعها، وهدفها، والأساس الذي تُنشر من أجله،كما أنّ هناك الأثر البليغ لاختيار القائم بالاتّصال لأنّ كل إنسان قد استودع الله فيه من الطّاقات ما استودع ، وهذه الحقيقة تتجلّى كثيرا في قصّة الآذان في الإسلام ، فالصّحابي الذي جاء إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم يخبره عن رؤياه في الآذان، فلمّا أكمل حديثه قال له صلّى الله عليه وسلّم "علّمه بلال فإنّه أندى منك صَوْتا"، واختيار الوسيلة المناسبة التي تتلاءم والرّسالة وطبيعة المجتمع الذي تبث فيه، ومن خلال هذه العمليات المتكاملة يمكن القول بأنّنا نستطيع تكوين رأيّ عام يؤمن برسالة الإسلام وأنّه دين شامل ومتكامل.

– ويعرّفه الدكتور كرم شلبي:" التزام وسائل الإعلام في كلّ ما تقدّمه من مواد، التزاما دقيقا بالشّريعة الإسلامية و ما حدّدته من ضوابط في تقديم الأخبار وتفسيرها، وفي التّوجيه والتّعليم والإرشاد والأمر بالمعروف والنّهي عن المنكر"[1]

وهذا التّعريف في مجمله يميل إلى المفاهيم التي قدّمها العلماء للإعلام من نقل الأخبار والمعلومات لكن مع مراعاة وضعها في إطارها الإسلامي الذي من خلاله يتم نشر الأفكار والآراء والاتجاهات دون الخروج عن الإطار لعام للإسلام.

– كما يُعرَّف الإعلام الإسلامي بأنَّه: "استخدام منهج إسلامي بأسلوب فنّي إعلامي يقوم به مسلمون عالمون، عاملون بدينهم متفقّهون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضّرة والأخبار الحديثة والقيم والمبادئ والمُثُل للمسلمين ولغير المسلمين في كل زمان ومكان في إطار الموضوعيّة التّامة بهدف التّوجيه والتّوعية والإرشاد لإحداث التّأثير المطلوب"[2].

[1]- الدكتور كرم شلبي، نقلا عن " طه أحمد الزيدي ،المرجعيّة الإعلاميّة في الإسلام، إصدارات مركز البصيرة للبحث والتطوير الإعلامي، دار النّفائس للنشر والتوزيع،ط1،2009م،ص44

[2]- عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، عالم الكتب، بيروت، ط1، 1985م، ص29

2- خصائص الإعلام الإسلاميّ:

1- إعلام واقعيٌ وتنموي:

من بين أهم الخصائص التي يمتاز بها الإعلام الإسلاميّ، أنّ مادته الأساسية هي المجتمع ومايحدث فيه من مظاهر، فيشجّع الصّالح منها ويدعو إليه، ويحذّر من سيّئها ويقدّم الحلول العاجلة للمشكلات عند ظهورها، ويبيّن خطرها ويعمل ذلك بأسلوب سهل وواضح فهو بذلك يتبنى المشاريع التنموية للارتقاء بأمّة الإسلام وفق سياسة علميّة تخطيطية، "وهذا بأسلمة نشاطات المؤسّسات الاجتماعية، بيت، مسجد، مدرسة..."،وعدم التناقض فيما تقدّمه في المهمات والسعي والأهداف للتعاون فكرا وروحا وهي تؤدّي رسالة واحدة".[1]

وليس المقصود هنا جعل هذه المؤسّسات التربوية والإعلامية، عبارة عن أماكن للوعظ والإرشاد، وإنّما مراكز فكر وتنميّة، وإبداع للوصول إلى أرقى النّتائج وكلّ هذا نابع من عقيدة الأمّة وحضارتها وأمجادها،

2- الرّسالة الإعلامية في الإعلام الإسلاميّ:

تتّسم بالوضوح والدقة وترتبط بالأهداف، إذ مضمونها يستمد مبادئه من مبادئ الدّين والإسلام دين شامل، دين عدل ووسطية، ويأخذ الإعلام الإسلاميّ في الاعتبار خصائص المستقبلين.

3- القائم بالاتصال في الإعلام الإسلاميّ:

يعمل وفق إطار واضح ومحدّد سلفا فهو لا يمارس العمل الإعلاميّ إرضاء لفرد أو جماعة أو هيأة أو سلطة وإنّما إرضاء لذاته الرّاغبة في نشر الأخبار والمعلومات والأفكار التي تخدم المجتمع، وهو بذلك يعطي عن طواعية ورغبة أقصى ما يستطيع، "فلا يجوز لرجل الإعلام الإسلامي أن يترك ساحة الأدب لدعاة الشرّ والفتنة في الدّين ولناشري الرذيلة، يبثون عن طريق الفنون المختلفة وعلى الأخص فن النشر والانحلال وسائر المذاهب الفكرية والاجتماعية المنحرفة الهدامة، وينشرون الرذيلة ويشيعون الفاحشة بعرضها بأدق تفاصيلها عرضاً أدبياً معرفاً بالإثم والإباحة مستفيدين من تسخير وسائل الإعلام المختلفة لشرورهم وآثامهم ومفاسدهم"[2].

[1]- مثنى الحارث الضاري ، مرجع سابق، ص 332

[2]- إسماعيل أحمد حمادي نجم الحياني، الضّوابط الشرعيّة للقائم بالاتّصال في الإعلام الإسلاميّ، مذكّرة لنيل شهادة الماجستير ، كلية الدّعوة ،جامعة بغداد، د ط، 2008م، ص126.

4- إستخدام أفضل الأساليب الإعلامية في دعوة الآخرين:[1]

من خلال القول الحسن، لانّ للكلمة صداها ووقعها على السّامع ، ولانّ الإنسان أول ما يجذبه الكلام الجميل فالكلمة استمالة للشخص من أجل دعم الأفكار أو تبني معتقدا، وقديما كانت الكلمة ترفع أقواما وتضع آخرين، والله سبحانه وتعالى يبيّن هذا في خطابه لبني إسرائيل بالقول الحسن قال تعالى: " وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَٰقَ بَنِيٓ إِسْرَٰٓءِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا ٱللَّهَ وَبِٱلْوَٰلِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِى ٱلْقُرْبَىٰ وَٱلْيَتَٰمَىٰ وَٱلْمَسَٰكِينِ وَقُولُوا۟ لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا۟ ٱلصَّلَوٰةَ وَءَاتُوا۟ ٱلزَّكَوٰةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنكُمْ وَأَنتُم مُّعْرِضُونَ ﴿٨٣﴾ [2]

اللّين في القول والخطاب " فَقُولَا لَهُۥ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُۥ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ ﴿٤٤﴾ [3]

البصيرة في الأداء والتّوصيل:المسلم ليس شك فيما يقول أو يفعل لأنّ الدّين الذي يدعو إليه هو دين الله الذي ارتضاه للنّاس جميعا، فكذلك الإعلام الإعلام الإسلاميّ يستمد هذه المبادئ من الإسلام ويطّبقها فلا يبقى لديه شك في نقل المعلومة ولا العمل بها ولا نشرها، لأنّ الأساس الذي بنيت عليه أساس قويم، ألا وهو الإسلام، قال تعالى: "قُلْ هَٰذِهِۦ سَبِيلِىٓ أَدْعُوٓا۟ إِلَى ٱللَّهِ ۚ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا۠ وَمَنِ ٱتَّبَعَنِى ۖ وَسُبْحَٰنَ ٱللَّهِ وَمَآ أَنَا۠ مِنَ ٱلْمُشْرِكِينَ ﴿١٠٨﴾ "[4]

لفت الانتباه: وهذا من خلال مشاركة النّاس أفكارهم وحياتهم ويستمد هذا من أسلوب النّبيّ صلّى الله عليه وسلّم في قوله: " أيّ يوم هذا ، أيّ عام هذا ، وهم يردّون الله ورسوله أعلم، ويمكن القول أنّ هذه الرّسالة بمضمونها وأسلوبها شارك فيها جميع النّاس من حيث الصّياغة والمضمون، لتكون للناس جميعا من بعدهم.

5- إعلام شمولي وعالمي واتّصالي:

لأنّه يعالج جوانب الحياة الإنسانيّة فلا يفصل بين المجتمع والسياسة والاقتصاد وإنّما هو كل متكامل ، ترمي إليه الحاجة ، فيعرض ما هو جديد ويقدّم الحلول لكل مشكلة من المشاكل التي يقع فيها المجتمع فهو لا يؤمن بأنصاف الحلول أو الحلول المبتورة بل يعطي لكل ظرف مستلزماته انطلاقا من

[1]- مثّنى حارث الضاري، مرجع سابق، ص 333.
[2]- سورة البقرة، آية رقم83.
[3]- سورة طه، آية رقم 44.
[4]- سورة يوسف، آية رقم 108.

دين الإسلام الذي يقلّل من الحدود و التعزير عند وجود ظروف غير طبيعة تستدعي الحاجة فيها العفو عن أفراد المجتمع، كالحروب والكوارث والأوبئة والكوارث، لذلك هو إعلام عالمي غير انعزالي، يمدّ جسور التعاون والترابط بين أفراد المجتمع للوصول إلى علاقات اجتماعية مبنيّة على الودّ والإخاء.

6- إعلام إيجابي وبنّاء:

يهدف إلى إصلاح المتلقي، وترشيد تدفّق المعلومات التي تحاول اختراق المجتمع في العقيدة والفكر، وتشويه شخصيّة المسلم ومسخها، ونشر تقاليد الغرب التي يتبناها نظام العولمة.

ويحاول الإعلام الإسلاميّ جاهدا نشر الأفكار الإيجابية، الأفكار التي تدفع المجتمع إلى العمل والتعاون وزرع المحبّة وروح التّسامح، فليس الإسلام مجرّد مرآة للواقع تعكس ما فيه إنّما هو قيادة وترفيه وسمو وتجديد وبناء".

المطلب الثاني: عناصر العملية الإعلامية والأهداف.

1- عناصر العملية الإعلامية:

تتمثّل عناصر العمليّة الإعلاميّة من خمس عناصر أساسية وهي:

- الرّسالة الإعلامية:

وهي المادة المرسلة من قبل الإعلام لجمهور المتلقين،" لذلك فالرسالة الإعلامية في الإعلام الإسلامي تنبع من منطلقات الأمّة الحضارية ويجب أن تراعي عقيدتها وقيمها وخصائصها وشخصيتها وتخدم قضاياها وتدافع عنها وتنشر أهدافها وتتابع أخبارها"[1].

"فمن الواجب ألاّ نغفل أهميّة التأثير السحريّ للكلمات على بعض العقول ذات التكوين الدّيكارتي، وخاصّة في عصرنا، ..."[2]

والرّسالة الإعلامية وهي ما يعبّر عنها بالفكرة وتتكون وفق ثلاث محاور أساسية وهي:[3]

ا- إنشاء هذه الفكرة لدى الفرد أو الجماعة أو الرأي العام:

بالرّغم من أنّ جميع هذه العناصر متوافرة في الإعلام الإسلامي، إذ أنّ منشأ الفكرة هو الإسلام ولا يمكن للعاملين في حقل الإعلام الإسلامي أن يبنوا أفكارا بعيدة عن الدّين أو تناقضه، بل إنّ أيّ فكرة تولد إنما رحمها هو الإسلام وهدفها خدمة الإسلام وبناء المجتمع الإسلامي.

[1]- د مثنى الحارث الضاري، مرجع سابق ص29

[2]- مالك بن نبي،الظاهرة القرآنيّة، دار الفكر، دمشق ،ط1، 1981م، ص173.

[3]- عبد الله قاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، در عمّار، اليمن، د ط، 1994م، ص30

ب- **تحوير هذه الفكرة وتهيئتها لتعتنقها الجماهير:**

فتحوير الفكرة وتهيّئتها فيتماشى مع الدّين والعادات السّائدة الموافقة لكل مجتمع وهذا غن كان هذا المجتمع مجتمعًا إسلاميا، إذ لا غرابة إن في رسالته نوع من الإلزام عن طريق تبيين الوعيد الشّديد المذكور في كتاب الله وسنّة رسول الله صلى الله عليه وسلّم، أمّا غن كان هذا المجتمع مجتمعا أخر غير مسلم فعلينا أن نلين الجانب ونكثر من الحجج ، فتغليب لغة العقل على لغة القلب.

جـ- **نوع الفكرة المرادة :**

وهي كلٌ لا يتجزّأ ولا ينفك بعضها عن بعض، تتناول جميع مظاهر الحياة وكلّ ما يحتاجه الإنسان في العقيدة والعبادة والاجتماع،والاقتصاد والسّياسة و القضاء وغير ذلك.

- **المرسل:**

وهو الإعلاميّ الذي يكون جزءًا من الإعلام الإسلامي، و لأنّ الإسلام يملك ثروة فكريّة وعلميّة، " و هذه الثروة تحتاج إلى ذكاء و إخلاص لتنظيم مكتسباتها وترتيبها، كما تحتاج إلى لباقة واسعة لتسمع الآذان بها، أو تفتح الأعين عليها"[1] ويمتاز المرسل بمجموعة من الخصائص من بينها:

ا- **شخصية ربّانيّة:**

أن يكون تفكيره وسلوكه وهدفه ربانياً كما بين الله عزّ وجلّ في كتابه العزيز"مَا كَانَ لِبَشَرٍ أَن يُؤۡتِيَهُ ٱللَّهُ ٱلۡكِتَٰبَ وَٱلۡحُكۡمَ وَٱلنُّبُوَّةَ ثُمَّ يَقُولَ لِلنَّاسِ كُونُواْ عِبَادٗا لِّي مِن دُونِ ٱللَّهِ وَلَٰكِن كُونُواْ رَبَّٰنِيِّـۧنَ بِمَا كُنتُمۡ تُعَلِّمُونَ ٱلۡكِتَٰبَ وَبِمَا كُنتُمۡ تَدۡرُسُونَ ٧٩ [2]

وإذا نمت الرّبانية في شخصيّة الإعلامي تجلّى ذلك في أعماله كلّها فيري من حيث:

- **الإخلاص:**

وهو أن لا يقصد الإعلاميّ من خلال عمله إلاّ وجه الله سبحانه وتعالى، يقول الله سبحانه وتعالى في القرآن" وَمَآ أُمِرُوٓاْ إِلَّا لِيَعۡبُدُواْ ٱللَّهَ مُخۡلِصِينَ لَهُ ٱلدِّينَ حُنَفَآءَ وَيُقِيمُواْ ٱلصَّلَوٰةَ وَيُؤۡتُواْ ٱلزَّكَوٰةَۚ وَذَٰلِكَ دِينُ ٱلۡقَيِّمَةِ ٥ [3]

[1]- محمّد الغزالي، الدّعوة الإسلاميّة تستقبل عامها الخامس عشر،ذات السلاسل، بيروت، د ط، 1980م، ص181

[2]- سورة آل عمران، الآية79.

[3]- سورة البيّنة، الآية05.

ومن خلال هذا تتأكّد أهمية الإخلاص الإعلاميّ لمّا يتعرض إليه من فتن ومزالق كالرّياء والشّهرة والانحرافات والإغراءات، "فإذا عدنا إلى سيرة رسول الله، وسيرة تلك النماذج الإسلامية من الصحابة والتابعين نجد فيها المورد الخصب الذي يمكن أنْ تعرضه وسائل الإعلام في حدود المشروع بعيداً عن طريق الترخُّص، والتبذُّل، والإسفاف، والمخالفة الشرعية"[1].

- الورع:

وهو أن يكون الإعلاميّ مراقباً لربّه في سرّه وعلنه، يقول الله سبحانه وتعالى في القرآن"**هُوَ ٱلَّذِى خَلَقَ ٱلسَّمَـٰوَٰتِ وَٱلْأَرْضَ فِى سِتَّةِ أَيَّامٍ ثُمَّ ٱسْتَوَىٰ عَلَى ٱلْعَرْشِ ۚ يَعْلَمُ مَا يَلِجُ فِى ٱلْأَرْضِ وَمَا يَخْرُجُ مِنْهَا وَمَا يَنزِلُ مِنَ ٱلسَّمَآءِ وَمَا يَعْرُجُ فِيهَا ۖ وَهُوَ مَعَكُمْ أَيْنَ مَا كُنتُمْ ۚ وَٱللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿٤﴾**[2]

ثمّ إنّ هذا الورع هو الذي ينزل الإعلاميّ المنزلة اللاّئقة به، منزلة عزٍ وحب واحترام وتكريم.

- الإلتزام الدّينيّ:

"هو التزام بالفرائض والواجبات محافظا على المندوبات بحسب الاستطاعة مجتنبا للمحرّمات، مبتعدا عن المكروهات بقدر الاستطاعة ؛ حضور صلاة الجماعة، إفشاء السّلام، ذكر الله سبحانه وتعالى، والأمر بالمعروف والنّهيّ عن المنكر، وغيرها من شعائر الإسلام"[3].

- التّجرد:

وهو أن ينزّه نفسه ومكانته الإعلاميّة من جعلها سلّما يتوصّل به إلى أغراض دنيوية كالمال ، أو الجاه،أو السّمعة، بل يكون رسول الله صلى الله عليه وسلّم قدوته يوم أن ساومته قريش بين الجاه والمكانة والمال على أن يترك الدّعوة قال لعمّه:" والله لو وضعوا الشمس بيميني والقمر بيساري على أن اترك هذا الأمر – حتى يظهره الله أو أهلك فيه ما تركته، ثمّ استعبر وبكى".[4]

---

[1]- محمّد موسى البرّ، الإعلام الإسلاميّ" دراسة في المفاهيم والأصول والمبادئ"، مجلة جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية،العدد 10، د ط، د س ن، ص 293

[2]- سورة الحديد، الآية04.

[3]- طه أحمد الزيدي، المسؤليّة الاخلاقيّة في الإعلام الإسلاميّ، مركز البصيرة للبحث والتّطوير، دار النّفائس،الأردن، د ط،، 2013م ،ص100.

[4]- صفي الرحمن المباركفور، الرّحيق المختوم،دار الفكر، بيروت لبنان، ط1، 2003م، ص69.

ب- شخصيّة خلقية:

بالأخلاق يسمو الإنسان ويعلو بين أقرانه،وحسن خلق الإعلامي يترك أثرا في نفوس الجماهير ،مما يدفعهم إلى متابعته والتجاوب معه ، ومن مقومات الشخصية الخلقية ما يلي:

- الصّدق القولي والعملي:

"وممّا ينبغي للمسلم وهو يستعمل حقّه في إبداء رأيه أن يتوخّى في ذلك الأمانة والصّدق فيقول ما يراه حقا، وإن كان هذا الحقّ أمرا صعبا عليه، لأنّ الغرض من حريّة الرأيّ إظهار الحقّ والصّواب وإفادة السّامع به"[1]، على الإعلاميّ أن يكون صادقا في ما يذيع من أخبار وع من يتعامل معهم،وكما هو معلوم أن نجاح الإعلامي صدقه، يقول النّبي صلى الله عليه وسلم:"عليكم بالصّدق فإن الصّدق يهدي إلى البرّ والبرّ يهدي إلى الجنّة وما يزال الرّجل يصدق و يتحرّى الصّدق حتى يكتب عند الله صدّيقا"[2]. متفق عليه

- الصّبر:وهو زاد الإعلاميّ في أدائه لمهمّته، يقول الله تعالى في القرآن:"وَمَا لَنَآ أَلَّا نَتَوَكَّلَ عَلَى ٱللَّهِ وَقَدۡ هَدَىٰنَا سُبُلَنَاۚ وَلَنَصۡبِرَنَّ عَلَىٰ مَآ ءَاذَيۡتُمُونَاۚ وَعَلَى ٱللَّهِ فَلۡيَتَوَكَّلِ ٱلۡمُتَوَكِّلُونَ ﴿١٢﴾[3]

- التّواضع:

وهو لين الجانب وخفض الجناح وعدم الاغترار بالنّفس ، فعلى الإعلاميّ أن يتنبه إلى حديثه وتصرفاته في أثناء في ممارسته لوظيفته الإعلاميّة من أنّ يدخلهما الكبر وحبّ العظمة والغرور والعجب بالنّفس.

جـ- الشّخصية العلميّة: فهو أحد الدّعاة لدين الله عزّ وجلّ ومن مقوّمات الدّاعية هو العلم يقول الله عزّ وجلّ"قُلۡ هَٰذِهِۦ سَبِيلِيٓ أَدۡعُوٓاْ إِلَى ٱللَّهِۚ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا۠ وَمَنِ ٱتَّبَعَنِيۖ وَسُبۡحَٰنَ ٱللَّهِ وَمَآ أَنَا۠ مِنَ ٱلۡمُشۡرِكِينَ ﴿١٠٨﴾[4]

[1]- راغب السّرجاني، الأخلاق والقيم في الحضارة الإسلامية، تصميم و إخراج موقع نصرة رسول الله صلى الله عليه وسلّم، ب د ن، ب ط، ،ص34

[2]- يحي بن شرف النووي، مرجع سابق، ص 438.

[3]- سورة إبراهيم ،الآية رقم12

[4]- سورة يوسف، الآية 108.

فإذا أراد الإعلاميّ أن يكون ذا تأثير في مجتمعه فإنّه يحتاج إلى قدرٍ مقبول من العلم والفقه في الدّين وما يتعلّق به من المعارف العامّة وذلك بـ :

"ورجل الإعلام الإسلامي يحمل إلى الناس دعوة الله تعالى، لذلك فهو يكون مأجوراً ومثاباً من الله عز وجل على الجهد الذي يبذله للوصول إلى الغاية المرجوة"[1].

– الإحاطة بالعلوم الشّرعية من قرآن وسنّة وفقه وعقيدة وسيرة وتاريخ.

– التّثقف بالعلوم الأدبيّة من شعر ونثر وحكم، خاصّة الإسلاميّة فإذا كانت العلوم الشرعية تلزم الإعلاميّ، تلزمه لزوم مقاصد وغايات فإنّ العلوم الأدبية تلزمه لزوم وسائلَ وأدوات.

– التّثقف بالعلوم الإنسانية كعلم الاجتماع وعلم النّفس والتربيّة، فيتعرّف على الأساليب والوسائل التي تعين الإعلاميّ على توصيل المادة على الجمهور.

– التّثقف بالأبحاث العلمية المتعلّقة بالكون والطّبيعة خاصّة و أنّ العالم يعيش ثورة علميّة .

– التّثقف بدراسة الواقع من خلال متابعة أحوال العالم الإسلاميّ، ومتابعة دور القوى العالمية المعاديّة للإسلام.

" فالدّين يدعو إلى العلم النّافع،والأخذ بكلّ جديد في المعارف المفيدة، لأنّه يقوم على العلم والعقل قبل كلّ شيء وبعده،فلا يمكن أن يتبع اتّباعا صحيحا إلاّ بالعلم والعقل، فإذا كان رجل الإعلام لا يعرف روح هذا الدّين ولا يفهم مبادئه و لا يتأمّل في توجيهاته فمن المستحيل أن يسلك طريق الاستقامة و أن يدعو النّاس إليه"[2].

د– شخصيّة مهنيّة:

وأمّا من حيث الصّفات المهنيّة فالإعلامي الإسلاميّ (مؤمن برسالته، متفهّم لطبيعة عمله، قادر على التكيّف مع جماهيره، متحمّس لمشاكلهم، مدرك لأبعاد حياتهم، شغوف بعمله محب له، يتوافر له الذّكاء والموهبة، والاتزان من اللّباقة و القدرة على التّصرّف السّليم، "وفي الحقيقة إنّ عدم توافر مهارات الاتصال بالنّسبة للمرسل يؤدّي إلى انعدام فاعلية الاتّصال كمهارة التحدّث والكتابة والمهارة في استخدام الوسائل الحديثة التي تنوّعت وتعدّدت"[3].

[1]- سليم عبد الله حجازي، منهج الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية، ، دار المنارة، جدة، د ط، 1983م، ص269.

[2]- تيسير محجوب الفتياني، مقوّمات رجل الإعلام الإسلامي، دار عمّار، عمّان، د ط، 1987م، ص202.

[3]- محي الدّين عبد الحليم، الدّعوة الإسلاميّة والإعلام الدّولي، دار الفكر العربي، القاهرة، د ط، د س ن، ص 177.

3- المستقبل:

وهو الهدف من العمليّة الإعلامية والتي تسعى إلى تشكيل شخصيّة المستقبل أو تعديل قناعاته وحمله على تبني مفاهيم وقيّم معيّنة، إبتداءً بالفرد مرورًا بالأسرة والجماعة ثم النّاس جميعاً،

- الوسيلة:

وهي الأداة التي تؤدّى بها الرّسالة الإعلامية وهي تتطوّر مع التّقدّم التقني والتكنولوجي، والإسلام لا يعارض ذلك بل يتبناه ويستثمره وهذه الوسائل تتنوع بحسب مستويات المستقبلين والمادة الإعلامية والإمكانيات المتاحة فالإعلام الإسلاميّ يستخدم:

* الخطاب المباشر والمحاضرات والندوات.

* المؤتمرات والمعارض.

* الصّحافة وكالات الأنباء ،الإذاعة، التلفزيون ، الانترنيت(الحاسوب)، الشريط و الأقراص المدمجة، القنوات الفضائية.

- لاستجابة للرّسالة الإعلاميّة:

إنّ قوّة الرّسالة الإعلاميّة، تتعلّق بمقدار ما تحمل من أطروحات وأفكار تتوافق مع فكر الجمهور ومشاعره، ووجدانه بحيث يتقبّلها ، ويبني قناعاته ، كما يرسم أهدافه على ضوئها، " والإعلام الإسلاميّ يحاول استمالة المستقبل بالعقل والقلب، لأنّ طبيعة الفكرة في الإعلام الإسلاميّ مؤثّرة ودافعة إلى الاستجابة إذا صادفت قلبا وعقلا مهيّئا و أراد الله لها ذلك"[1].

- أهداف الإعلام الإسلاميّ:

* يهدف الإعلام الإسلاميّ إلى أن تكون رسالته وخطابه للنّاس جميعا، لأنّ رسالة الإسلام عالمية، "ولأنّ أمّة الإسلام أمّة واحدة،... فالإعلام الإسلاميّ مطالب بالدّفاع عن قضايا المسلمين والاهتمام بأمورهم في مشارق الأرض ومغاربها"[2]

* إيجاد الحلول للمشاكل الحالية لأنّ لكل فترة مشاكلها ، ولكل فترة حلولها فزمان اليوم قد يكون لعديد من المشاكل التي تضرب المجتمع الإعلام كحل لعديد من الحلول التي جربت ولم تأت أكلها، أي في اختيار وسيلة مناسبة أو رسالة جديرة بالاستماع ، أو ملق له أسلوب يصل به القلوب ويخاطب به العقول.

[1]- عبد الله القاسم الوشلي، مرجع سابق، ص32

[2]- هشام سليمان الدّالاتي، الإعلام الإسلامي المرتجى، مذكّرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الإمام الأوزاعي للدراسات الإسلاميّة، بيروت، د ط ،2005م، ص 26.

* الاستعانة بالتكنولوجيا الحديثة، وتوعية الجماهير، وخلق مجتمع ناقد يميّز بين النّفع والضرر وليس مجتمعا مستهلكا وفقط.

* ردّ النّاس إلى العلم والعلماء من خلال جلسات الحوار مع العلماء الرّبانيين العاملين بما علموا، والمعلّمين النّاس الخير.

* الدّعوة إلى الأخلاق التي تكفل العلاقات السّليمة المبنيّة على الصّدق والأمانة، والسّمعة الطّيبة والسّلوك القويم،

* الموضوعية في طرح الأفكار والنّقاش دون التّعصب لجهة معيّنة، أو لفكرة من الأفكار مهما كان قائلها ، وردّها غلى كتاب الله وسنّة رسول الله صلّى الله عليه وسلم والإجماع حتى نتخلّص من اتّباع الهوى و مساقاته.

* التّكوين المستمر للقائمين بالاتّصال في مجال أساليب الإقناع والتّحدّث والخطاب وغيرها دون أن ننسى تعلّم حسن الاستماع.

* رفع الهمم للجماهير في كلّ المجالات وأنّ العمل عبادة وعلى الإنسان أن يقدّم كل في منصبه من أجل النّهوض بالأمّة في جميع القطاعات والميادين" اقتصاديّة، اجتماعية، ثقافية وسياسية..

المبحث الثاني: تحديّات الإعلام الإسلامي

المطلب الأوّل: الإعلام الإسلاميّ والإعلام الغربي.

يستخدم الإعلام الغربي شتّى الوسائل والأساليب لطمس الهوية، ولإبعاد المسلمين عن قيمهم السّمحة التي جاء بها الإسلام، ونشأت نتيجة المراكز التي أسّسها على قواعد تخدم الفرد والمجتمع ولئن رفعوا هذا الشّعار قديما قال تعالى:" وَلَا يَزَالُونَ يُقَـٰتِلُونَكُمۡ حَتَّىٰ يَرُدُّوكُمۡ عَن دِينِكُمۡ إِنِ ٱسۡتَطَـٰعُواْۚ وَمَن يَرۡتَدِدۡ مِنكُمۡ عَن دِينِهِۦ فَيَمُتۡ وَهُوَ كَافِرٞ فَأُوْلَـٰٓئِكَ حَبِطَتۡ أَعۡمَـٰلُهُمۡ فِي ٱلدُّنۡيَا وَٱلۡأٓخِرَةِۖ وَأُوْلَـٰٓئِكَ أَصۡحَـٰبُ ٱلنَّارِۖ هُمۡ فِيهَا خَـٰلِدُونَ ﴿٢١٧﴾[1]، "وإذا نظرنا لأجهزة الإعلام الإسلامي فسنجد أنّها في الأساس تعتمد على الفكر الأجنبي وتربط نفسها بفكر ومفاهيم غريبة عن الإسلام ، أي أنّ وسائل الإعلام الإسلامي لا تضطلع بالمسؤوليات المنوطة بها على الوجه الكامل، للارتقاء بالمسلمين، وإذا كان المسلمون مكلّفون ببسط وجهة النّظر الإسلاميّة في كلّ شيء مقرونة بالأدلّة المقنعة التي توضّح موقف الإسلام وتحدّد ماهية المسلمين، لذلك فأجهزة الإعلام الإسلامي، يجب أن تنطلق بحكم ما لديها من ثروة طائلة تحوي الحقائق والمعلومات الدّينية والاجتماعيّة والسياسيّة" [2]

فمن الأساليب التي يلجأ إليها الإعلام الغربيّ ما يلي:

1- نقل المعلومات عن الإسلام والمسلمين على غير حقيقتها وبشكل يُلحق الأذى بالمسلمين، و إن كان هذا الأمر عرف قديما من أعداء الإسلام والمسلمين، قال تعالى "وَقَالَ ٱلَّذِينَ كَفَرُواْ لَا تَسۡمَعُواْ لِهَـٰذَا ٱلۡقُرۡءَانِ وَٱلۡغَوۡاْ فِيهِ لَعَلَّكُمۡ تَغۡلِبُونَ [3] ﴿٢٦﴾

واللّغو في القرآن تشويه آياته وتحريف معانيها عن القصد على الرّغم من أنّ الإسلام يحترم المعلومة ويُجلّها لأنّ المعلومة هي المادة التي تقوم عليها أيّ مؤسّسة إعلامية ، فالمعلومة عبر العصور لها تأثيراتها السّلبية والإيجابية،كان الاهتمام من الإسلام بالمعلومة عن طريق:

[1]- سورة البقرة، الآية217.
[2]- محمّد الغزالي،مرجع سابق،ص181
[3]- سورة فصّلت، الآية26.

*** دقّة النّقل وضرورة التثبّت:**

إنّ من الأسس المتينة التي تقوم عليها العلاقات في الإسلام هي التّحري في نقل المعلومة، وعدم الأخذ بها دون تمحيصها والتّحقّق منها قبل نشرها وتوسّعها، "فإذا ماتمّ التثبّت من الخبر والتّأكّد من صدقه يجب أن تتم صياغته بالدّرجة نفسها من الصّدق بدون تحريف أو تشويه أو نقل أجزاء .."[1]

قال تعالى:"يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِن جَآءَكُمۡ فَاسِقُۢ بِنَبَإٖ فَتَبَيَّنُوٓاْ أَن تُصِيبُواْ قَوۡمَۢا بِجَهَـٰلَةٖ فَتُصۡبِحُواْ عَلَىٰ مَا فَعَلۡتُمۡ نَـٰدِمِينَ ﴿٦﴾[2]

وإن كانت المعلومة اليوم أكثر ما تنتشر بالكلمة فلقد ضرب الله سبحانه وتعالى أروع الأمثلة في ذلك قال تعالى:" أَلَمۡ تَرَ كَيۡفَ ضَرَبَ ٱللَّهُ مَثَلٗا كَلِمَةٗ طَيِّبَةٗ كَشَجَرَةٖ طَيِّبَةٍ أَصۡلُهَا ثَابِتٞ وَفَرۡعُهَا فِي ٱلسَّمَآءِ ﴿٢٤﴾ تُؤۡتِيٓ أُكُلَهَا كُلَّ حِينِۭ بِإِذۡنِ رَبِّهَاۗ وَيَضۡرِبُ ٱللَّهُ ٱلۡأَمۡثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمۡ يَتَذَكَّرُونَ وَمَثَلُ﴿٢٥﴾ كَلِمَةٍ خَبِيثَةٖ كَشَجَرَةٍ خَبِيثَةٍ ٱجۡتُثَّتۡ مِن فَوۡقِ ٱلۡأَرۡضِ مَا لَهَا مِن قَرَارٖ ﴿٢٦﴾[3]

فعن أبي هريرة رضي الله عنهأنّ النّبيّ صلى الله عليه وسلّم قال:" كفى بالمرء كذبا أن يحدّث بكلّ ماسمع"[4].

واحترام الكلمة يكون مع القريب والبعيد، فلا يمكن لإنسان ما أن يجني على أخيه مهما كان الدّافع فلا تمنع القرابة من قول الحقيقة، قال تعالى:" ۖ وَإِذَا قُلۡتُمۡ فَٱعۡدِلُواْ وَلَوۡ كَانَ ذَا قُرۡبَىٰۖ وَبِعَهۡدِ ٱللَّهِ أَوۡفُواْۚ ذَٰلِكُمۡ وَصَّىٰكُم بِهِۦ لَعَلَّكُمۡ تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾ [5].

[1]- سمير بن جميل راضي، الإعلام الإسلامي رسالة وهدف ،الرّياض، د ط، 1417ه، ص65
[2]- سورة الحجرات، الآية 06.
[3]- سورة إبراهيم، الآية 24.
[4]- شرف بن يحي النووي، رياض الصّالحين، دار الحديث، القاهرة، د ط، 2003م ، ص 442
[5]- سورة الأنعام، الآية 152.

*** اجتناب قول الزّور:**

إنّ الإعلام الذي يريد أن يوصل المجتمع إلى مجموعة من القيم السّمحة، لابد له من مصداقية في خطابه، حتى يقوم بوضع جسور من الثّقة مع جمهوره، والإسلام بهذا يحظ على الصّدق ويعدّ الكذب والزّور من الخصال القبيحة التي يجب على المسلم أن يتجنّبها قال تعالى:" وَٱجۡتَنِبُواْ قَوۡلَ ٱلزُّورِ ﴿٣٠﴾ [1]

وعن أبي بُكرة رضيّ الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلّم:" ألا أُنبّئكم بأكبر الكبائر ، قلنا بلى يا رسول الله، فقال : الإشراك بالله وعقوق الوالدين،وكان متّكئا فجلس وقال" ألا وقول الزّور، فما زال يكرّرها حتّى قلنا ليته سكت".[2]

*** احترام مصدر المعلومة:**

ويؤكّد الإسلام هذه الضّرورة قال تعالى:" وَلَا تَبۡخَسُواْ ٱلنَّاسَ أَشۡيَآءَهُمۡ ﴿٨٥﴾[3]، فلا يصرف الإنسان عمل غيره لنفسه مهما كانت حال هذا الإنسان ومركزه الاجتماعيّ، وإنّما عليه أن يحترم جهد الآخرين وذلك باستئذانهم أو نسب المعلومة لهم، ورحم الله احد العلماء إذ قال:" ولا ينبل الرّجل حتّى يرويَّ عمَّن هوَ دونه"[4].

و الإعلام الإسلاميّ يستمد كلّ تعاليمه و أساليبه من الإسلام، فهو يقرّ ما أقرّه الإسلام وينبذ ما حرّمه الإسلام.

و هذا الأمر يقود الإعلام الإسلامي جاهدا إلى بذل الجهد أكثر من أجل التعريف بقضيّة الإسلام والمسلمين من خلال استخدام التكنولوجيا والاستعانة بالوسائل اللاّزمة ومن ثمّ العقيدة والفكر والأخلاق والقيم الّتي انتهجها الإسلام كحياة للفرد والمجتمع.

"وإنّ من بين الأساليب التي يعتمدها الإعلام الإسلاميّ لمواجهة هذه الأفكار الهابطة، هو أسلوب "الواقعية في الحوار" إذ أنّ الأمر متى ما اقتصر على الكذب فعلى المرء أن يجابهه بالحقيقة والأدلّة الدّامغة التي تكشف الحقائق وتوضّحها للنّاس على شتّى أصنافهم، وهذا الأمر واضح في أسلوب القرآن الذي نزل

[1]- سورة الحج، رقم الآية 30.
[2]- شرف بن يحي النووي،مرجع سابق ، ص443.
[3]- سورة الأعراف، رقم الآية 85.
[4]- مثنى حارث الضاري، مرجع سابق، ص 37.

منجما إذ كان يعالج القضايا ويجيب على الأسئلة، ولم يكن يستبق الأمور، وهذا ما يفسّر سقوط الافتراءات والكذب الحاصل على العهد النّبويّ، فاستباق الأمور والقفز من فوق الأحداث لا يتفقان مع منهج المعاصرة والمحاورة والإعلام والمناقشة التي جاء بها القرآن"[1].

2- أسلوب السّخرية والتّهكم بكل ماله علاقة بالإسلام و المسلمين، وقد ظهر هذا الأمر جليًا في الرّسوم الكاريكاتورية المسيئة لرسول الله صلّى الله عليه وسلّم، وتظهر كثيرا كذلك في المسلسلات والأفلام التي تظهر العربيّ المسلم بصورة تبعث على السّخرية، والإعلام الإسلامي ينتهج في تعامله مع النّاس انطلاقا بما بينه دين الله – الإسلام – الذي ارتضاه للنّاس كافّة، إذ وقف الإسلام موقف حزم من قضية السبّ والشتم والقذف والسّخرية، وجاء النّهيّ في المصدر الأوّل من مصادر التّشريع ألا وهو القرآن قال تعالى :" وَلَا تَسُبُّواْ ٱلَّذِينَ يَدۡعُونَ مِن دُونِ ٱللَّهِ فَيَسُبُّواْ ٱللَّهَ عَدۡوَۢا بِغَيۡرِ عِلۡمٖۗ كَذَٰلِكَ زَيَّنَّا لِكُلِّ أُمَّةٍ عَمَلَهُمۡ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّهِم مَّرۡجِعُهُمۡ فَيُنَبِّئُهُم بِمَا كَانُواْ يَعۡمَلُونَ ﴿١٠٨﴾[2]، وحذّر من القذف وتوعّد أصحابه، قال تعالى:" إِنَّ ٱلَّذِينَ يَرۡمُونَ ٱلۡمُحۡصَنَٰتِ ٱلۡغَٰفِلَٰتِ ٱلۡمُؤۡمِنَٰتِ لُعِنُواْ فِي ٱلدُّنۡيَا وَٱلۡأٓخِرَةِ وَلَهُمۡ عَذَابٌ عَظِيمٞ [3]﴿٢٣﴾ ، وقد نهى النّبيّ صلى الله عليه وسلّم عن تقليد حركات الآخرين والسّخرية منهم، إذ يقول صلى الله عليه وسلّم: " ليس المؤمن بالطّعان ولا اللّعان ولا الفاحش ولاَ البذيء".[4]

فإذا طبّقنا هذه الأشياء في إعلامنا يمكننا القول حينها أنّنا في مجتمع مثالي صالح ، يزخر بالقيم واحترام الغير وحب الخير للآخرين ونقل كل ما يفيد الفرد والمجتمع وترك كلّ ما من شأنه أن يضرّ بالمجتمع، فإذا نشرنا هذه القيم فيما بيننا وتوسّعت استطعنا ان نبيّنها للعالم أجمع على أنها قيم يزخر بها المجتمع و يتبناها وليست مجرد أقوال أو عبارات في الكتب نعود لها إذا أردنا الحديث عن الأخلاق، والأسلوب الذي يعتمده الإعلام الإسلامي لمواجهة هذا الأمر هو " فعالية السّلوك" ، فنجاح الدّعوة المحمديّة راجع بشكل كبير إلى جانب السّلوك قال تعالى: "فَبِمَا رَحۡمَةٖ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمۡۖ وَلَوۡ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ

[1]- عبد الله القاسم الوشلي، سابق، ص100
[2]- سورة الأنعام، آية رقم 108.
[3]- سورة النّور، آية رقم 23.
[4]- أبو زكريا يحي بن شرف النووي، مرجع سابق، ص444.

ٱلۡقَلۡبِ لَٱنفَضُّواْ مِنۡ حَوۡلِكَۖ فَٱعۡفُ عَنۡهُمۡ وَٱسۡتَغۡفِرۡ لَهُمۡ وَشَاوِرۡهُمۡ فِي ٱلۡأَمۡرِۖ فَإِذَا عَزَمۡتَ فَتَوَكَّلۡ عَلَى ٱللَّهِۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلۡمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾[1].

– المطلب الثاني: الإعلام الإسلاميّ والإعلام الجديد

فبالرّغم للمكانة التي تكتسيها الصّحيفة و الإذاعة والتلفزيون، إلاّ أنّ التطور الهائل للتكنولوجيا ساهم في استحداث وسائل أخرى قد تكون أكثر فاعليّة من الوسائل السابقة، أو ما يعرف بالإعلام القديم والإعلام الجديد.

" الإعلامُ الجديد بكل تقنيَّاته وأدواتِه إعلامٌ حيٌّ، يشترِكُ فيه المُرسِلُ والمُستقبِل في الحديثِ والرأي والحِوار. ولهُ آثارُه كبيرة، وتأثيراتُه البالِغة على سُلُوك الناسِ وعاداتهم، وإحداثِ أنواعٍ من التغيير الاجتماعيِّ إيجابًا وسلبًا، ونفعًا وضرًّا.

إعلامٌ خطيرٌ، تجاوَزَ الحدودَ الجُغرافيَّة، وتواصَلَ الناسُ فيه من جميعِ أصقاعِ الدنيا أقطارًا وقارَّات، هبَطَ بين أجزاء العالَم وغيَّر معالِمَه، تقارَبَت معه المسافاتُ الزمانيَّة والمكانيَّة.

لقد أصبحَ دورُه مُتعاظِمًا في حياة الأفراد والأُسَر، والمُجتمَعات والشعوب، مُحدِثًا طفرَاتٍ واسِعة في عالَم الاتصال والتواصُل. يتواصَلُون مع أقرانِهم وغير أقرانِهم، ومعارِفِهم وغير معارِفِهم، داخِليًّا وخارجيًّا، يتبادَلُون الأسرار والمعلومات والثقافات، ومُمارَسَةَ ما لا ينحصِرُ من النشاطات والفعاليَّات مع من يعرِفُون ومن لا يعرِفون"[2].

وهنا تكمن حاجة المجتمعات الإسلاميّة للإعلام الإسلاميّ من خلال تبيين الحقائق للناس، وتقدي النّصائح لهم من خلال الإشارة على الفوائد التي قد تأتي عن طريق الإعلام الجديد وكذا سلبياته، خاصّة وان المشاركة التي تحدث بين المرسل والمستقبل للرّسالة فاقت كل حدود الوسائل الأخرى ، وهما يكمن الإشكال إذ أصبح معد الرّسالة هو متلقيها، لكن المرسل الحقيقي للرّسالة في حقيقة الأمر قد تكون جمعيات أو منظمات لها دوافع خفيّة.

أما سلبيَّاتُ هذه الأدوات، فهي مع الأسف كثيرةٌ وكثيرةٌ؛ من الأفكار الهدَّامة، والجُرأةِ المُهلِكة على الأصول والثوابِت، وضعفِ الرَّقابَة، والخُلُوِّ من الضوابِط والمعايِير في الكلامِ والكتابةِ والصورة، مع ما

[1]- سورة آل عمران، الآية 159.

[2]- د م، سلبيات الإعلام الجديد، http://www.assakina.com ، ت و، 2017/06/6م، 05:13سا.

تحتوِيه من مواد محرّمة فاضحة، تستهدف جميع الطبقات والفئات، مما يورث الانحلال الأخلاقي ، وفسادَ الفطر، ونزعَ الحياء، وقتلَ الغيرة، ناهيكم بضياع الأوقات، و استنزاف الجُهود، والانعِزال عن الأُسرة والمُجتمع.

كما قد يسبّب جفاء في التعامل ، وجفاء في التواصُل، قطعا للترابط الأسري، والعلاقات الاجتماعيّة.

ثم بما قد يُبتلَى به المُتصفّح من الوقوع في الفتن والمعاصِي، والانزِلاقِ مع خطواتِ الشيطان، (وَمَنْ يَتَّبِعْ خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ فَإِنَّهُ يَأْمُرُ بِالْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ)[1].

[1]- سورة النّور، آية رقم 21.

الــفصـل الثانـي: القيم الاجتماعية(الوظائف والأهداف).

- ✓ **المبحث الأوّل:**مدخل إلى القيم الاجتماعية.
- ✓ **المطلب الأوّل** : مفهوم القيم الاجتماعية و خصائصها.
- ✓ **االمطلب الثاني:**مصادر القيم.
- ✓ **المبحث الثاني:** مكوّنات القيم الاجتماعية ووظائفها.
- ✓ **المطلب الأوّل:** مكوّنات القيم الاجتماعية.
- ✓ **المطلب الثاني:** وظائف القيم.

المبحث الأوّل:مدخل إلى القيم الاجتماعية.

المطلب الأوّل : مفهوم القيم الاجتماعية و خصائصها.

1- مفهوم القيم الاجتماعية:

"هيّ الخصائص أو الصّفات المرغوب فيها من الجماعة وتوجّه سُلوكهم، وهي الّتي تخبرهم الفرق بين الحلال والحرام أو الصّحيح والخطأ والجيّد و السّيّء، والّتي تحدّدها الثّقافةُ القائمة مثل: التّسامح والحقّ والعدل و الأمانة والجُرأة والتّعاون والإيثار والقوّة، وهي أداة اجتماعيّة للحفاظ على النّظام الاجتماعي والاستقرار بالمجتمع"[1].

أو "هي مجموعة القوانين والمقاييس التي تنبثق من جماعة ما وتكون بمثابة موجّهات للحكم على الأعمال والممارسات الماديّة والمعنوية ويكون لها من القوّة والتأثير على الجماعة بما لها من صفة الضرورة والإلزام والعمومية وأيّ خروج عنها أو انحراف عنها يصبح بمثابة خروج عن أهداف الجماعة ومثلها العليا"[2].

" وهي تلك القيم التي تساعد للإنسان على وعي وإدراك وضبط وجوده الاجتماعي، بحيث يكون أكثر فاعليّة، وهي تضبط حاجة الإنسان للارتباط بغيره من الأفراد، ويستطيع أداء دوره الاجتماعي بحيوية وفاعليّة"

ومن ضمن هذه القيم:[3]

التحيّة والسّلام، أدب الضيافة، آداب الاستئذان،عدم النّظر في بيت غيره،تجنّب التحاسد والتباغض والتدابر، تجنّب الظنّ والتجسس والتناجش، تجنّب ظلم أخيه المسلم، وخذله واحتقاره، تحريم دم المسلم وعرضه وماله، الإنتهاء عن الشحناء والتهاجر، عيادة المريض، نصرة أخيه ظالما او مظلوما، تراحم المؤمنين وتوادّهم وتعاطفهم وتعاضدهم، الانتهاء عن اللّعان والسّباب، الحثّ على العفو والتّواضع، حرمة الغيبة، الحثّ على ستر عيوب الآخرين، مداراة من يتّقي فحشه، الرّفق بالآخرين، ذمّ ذي الوجهين، تجنّب الكذب والنّميمة، الحثّ على ملك النّفس عند الغضب، تجنّب ضرب الوجه، عدم حمل السّلاح في الأماكن العامّة، تجنّب الإشارة بالسّلاح إلى المسلم، إزالة الأذى عن الطّريق، تجنب الكبر، طلاقة الوجه والتبسم عند اللقاء، مجالسة الصّالحين، تجنّب قرناء السّوء، التزام آداب المجالس، الوصية بالجار والصّاحب والمملوك، رعاية ابن السّبيل، التعاون، الإخاء، الإصلاح بين النّاس، الأمر بالمعروف، المودّة،

[1]- د م، القيم الاجتماعيّة،https://ar.wikipedia.org/wiki/، يوم: 2017/04/21م، التوقيت: 20:10سا.
[2]- لطفي بركات احمد، القيم والتربيّة، دار المريخ للنشر ،ط1، 1983م ،ص 04
[3]- قاسم محمد محمود خزعلي، القيم التربوية في ضوء الرؤية القرآنيّة والحديث النّبوي الشريف، مجلة جامعة القدس، العدد 25، د ط، 2011م

العفو والصفح، اتّباع الجنائز، إجابة الدّاعي، الحثّ على الحياء، النّصيحة للمسلمين، مشاركة المسلمين في أفراحهم.

2- **خصائص القيم:**

يمكن أن نجمل خصائص القيم في العناصر التالية:

ا- **فرديّة:** وهب الله سبحانه وتعالى للإنسان العقل والحريّة والإرادة والاختيار، وبالتالي قيمة حريّة الاختيار ، فعبارات الاستحسان أو الاستهجان أو الجهد المبذول لتحقيق غايات معيّنة للإنسان تمثّل بالتالي قيما بالنسبة له، وما عبارات الانتقاد والاختيار إلاّ إظهارا وتمثّلا للقيم، والقيم مسألة شخصيّة تنبع من الشخص ومن رغباته، لا من الأشياء الخارجة، "وأنّها ليست شيئا مجرّدا مستقلا في ذاته عن سلوك الأشخاص بل هي متغلغلة فيه"[1].

ب- **اجتماعية:** فلا تعارض بين إنسانية القيم كونها اجتماعية، أي أنّها لا تظهر معانيها ومدلولاتها الحقيقيّة غلاّ من الوجود الاجتماعي للفرد.

جـ - **الاكتساب:** وذلك بناء على ما يتلقاه الفرد من خبرات وما يعايشه من مواقف أثناء تنشئته الاجتماعية التي تمارسها العديد من مؤسّسات التربيّة، بما فيها وسائل الاتّصال والمدرسة والأسرة.

د- **مناخيّة:** فالمناخ الاجتماعي ودرجة ثقافة الوالدين تلعب دورا كبيرا في تكوين القيم لدى الفرد تأكيدا على نسبية القيم واختلاف درجة شدّتها وترتيبها في الهرم القيمي من مستوى لآخر.

هـ- **الوجوبية و اللّزوميّة:** تكتسب في ضوء معايير المجتمع والإطار الحضاري الذي ينتمي إليه الفرد، وهي في قوّتها ملزمة للأفراد، ويعدّها المجتمع ضابطا لسلوكه.

و- **الديناميّة:** تتغير القيم بطبيعة المرحلة التي يمرّ بها المجتمع ، ومن هنا تظهر العلاقة بين المستوى الاجتماعي والقيم، اي أنّ القيم تتغير من زمن لآخر وفقا للتّفضيلات والاهتمامات و الإنسانيّة .

ز- **النسبيّة والإطلاق:** لابد أن نأخذ بعين الاعتبار التغيّر النّسبي والاستمرار النّسبي، بحسب استمرار متغيّرات الحياة والطّبيعة الإنسانيّة، فلو كانت القيم دائما مطلقة لأصبح التغيّر على المستويين الشخصي والاجتماعي مستحيلاً، وبالمثل لا يمكن أن تكون القيم دائمة التّغيير والتّبديل و إلاّ تعذّر استمرار الشخصيّة الإنسانيّة والأنماط الثقافيّة والبناءات الاجتماعية.

[1]- مراد زعيمي، النظرية العلم الاجتماعيّة، رؤية إسلامية، رسالة مقدّمة لنيل شهادة الدّكتوراه، جامعة قسنطينة،1997م، ص 255

وهناك نوعين من المحدّدات التي تغيّر القيم، محدّدات داخليّة ومحدّدات خارجيّة[1]:

– **المحدّدات الدّاخليّة:** وهي من داخل الفرد، وهو ما يبعث إليه سعي الإنسان نحو اكتساب عد من المفاهيم تختّص بما يجب ان يكون عليه شكل سلوكه، وتوجهاته إزاء تعامله مع المحيط الاجتماعيّ.

– **المحدّدات الخارجيّة:** الشكل الاجتماعي العام الذي يوجد فيه الفرد، وهو الذي يدفع الفرد نحو إعادة النّظر في توجّهاته الخاصّة وخلق توجّهات جديدة يمكنها التعامل مع الموقف الاجتماعي الجديد.

حـ– تتضمّن وعيا بمظاهر الإدراكية والوجدانيّة و النّزوعيّة :

– **العنصر الإدراكي:** يقتضي إدراك موضوع القيمة وتمييزه عن طريق العقل والتّفكير

– **الوجداني:** الانتقال بموضوع القيمة من الميل إلى النّفور منه وما يصحب ذلك من سرور أو ألم يعبّر عنه من حب أو استحسان.

– النّزوع السّلوكي الحركي الظاهري للتّعبير عن القيمة عن طريق الوصول إلى معيار سلوكي معيّن.

ط– تساند بعضها بعضاً: فهي ليست وحدات منفصلة وغالبا ما تتفاعل و تتداخل مع بعضها على نحوٍ يزيدها قوّةً.

ي– تكتسب أهميّتها من اعتبارات نفسية واجتماعية وأخلاقيّة وجمالية أو ذات طابع جمالي في نشأتها وفي استخداماتها.

س– إمكانية قياسها ودراستها وذلك من خلال أساليب عامّة للقياس التي تستخدم في قياس الميول والاتجاهات (الملاحظة الميدانيّة و الاستبيانات المقنّنة).

[1]- زكريا عبد العزيز محمّد، التّلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين، مركز الإسكندريّة للكتاب، مصر، د ط، 2002م، ص 37.

المطلب الثاني:مصادر القيم.

ا- **المصادر العامة:**

لقد اختلف العلماء والفلاسفة في توجهاتهم حول مصادر القيم على أربع اتّجاهات وهي:

1- رأي الاتجاه الفردي:

وهو رأي يربط الإنسان بذاته، وينسب أصلها إلى الطّبيعة البشريّة وبالذّات إلى تكوين الفرد، و ما فيه من الغرائز والدّوافع والميول، ومن أنصار هذا الرأي "البراغماتيون"[1] و"الوجوديون"[2] وأصحاب مدرسة "التّحليل النّفسيّ"[3].

وهي تعتمد على أنّ اختيار القيم يتم بحريّة ورغبة ذاتية، ويغلب عليه وجدان اللّذة والألم.

2- رأي الاتجاه الجماعي: ويقول بأنّ مصدر القيم وهو المجتمع، فالمجتمع في رأيهم هو أصل القيم ، ومصدر الإلزام، فالقيم عندهم عملية اجتماعية خارجة عن ذوات الأفراد، ومن أنصار هذا الرأي "دوركايم"[4] و"ماركس"[5].

3- مصدرها الأشياء والأفعال في ذاتها: فهي تستغني عن التقويم الإنساني لأنّها ترى الوجود بدونه، فاصل القيم عند هؤلاء يعود إلى طبيعة الأشياء والأفعال ذاتها و الإنسان يكتشف هذه القيم ويهتدي إليها بعقله، نظرا لجاذبيتها وقدرتها على التأثير في رغباته ومن أنصار هذا الرأي، "أرسطو"[6].

4- ويرى أصحاب هذا الرأي أنّ للقيم قوة خارجة عن الإنسان والمجتمع ، فالقيم تعلو فوق الإنسان وقدراته، وأنّ الأشياء لا تقوم بذاتها ولا تخلق نفسها بل الله خالقها ومقوّمها فهو الذي يعطي قيمة الأشياء والأفعال فهي عامّة وثابتة ومطلقة وكليّة وتنطبق على جميع النّاس دون استثناء ولا تخضع لإرادتهم و أهوائهم الفرديّة والجماعيّة على السّواء، وهذا لا يمكن إلا إذا سلمنا بوجود الله الخالق سبحانه وتعالى.

وهذا التّسليم يقودنا إلى أنّ الله هو مصدر القيم، فالقيم بهذا تمتاز ب:

---

[1]- هم أصحاب مذهب فلسفي سياسي يعتبر نجاح العمل المعيار الوحيد للحقيقة؛ رابطا بين التطبيق والنظرية، حيث أن النظرية يتم استخراجها عبر التطبيق، نشأت هذه المدرسة في الولايات المتحدة الأمريكية في أواخر سنة م1878. والبراغماتية اسم مشتق من اللفظ اليوناني - براغما - ومعناه العمل.

[2]- هو تيار فلسفي يميل إلى الحرية التامة في التفكير بدون قيود ويؤكد على تفرد الإنسان، وأنه صاحب تفكير وحرية وإرادة واختيار ولا يحتاج إلى موجه. وهي جملة من الاتجاهات والأفكار المتباينة، وليست نظريّة فلسفية واضحة المعالم، ونظراً لهذا الاضطراب والتذبذب لم تستطع إلى الآن أن تأخذ مكانها بين العقائد والأفكار. وتكرس الوجودية في التركيز على مفهوم أن الإنسان كفرد يقوم بتكوين جوهر ومعنى لحياته. ولقد ظهرت كحركة أدبيّة وفلسفية في القرن العشرين.

[3]- هي مدرسة من مدارس علم النفس وكان رائد هذه المدرسة الدكتور النمساوي فرويد، الذي تحدث عن اللاشعور والديناميات اللاشعوريه . يرى فرويد أن المحرك الأساسي لسلوك الإنسان الغرائز الفطرية اللاشعورية التي تكون مخزّنة على شكل أفكار ومخاوف ورغبات مكبوتة لا يعيها الإنسان ولكنها تعد المحركات الأقوى لسلوكه.

[4]- دوركايم: (1858-1917م) عالم اجتماع فرنسي، أحد مؤسسي علم الاجتماع الحديث.

[5]- 1818م - 1883م). لعبت أفكاره دورًا هامًّا في تأسيس علم الاجتماع وفي تطوير الحركات الاشتراكية. واعتبر ماركس أحد أعظم الاقتصاديين في التاريخ.

[6]- أرسطو(384ق.م- 322ق.م)فيلسوف يوناني، تلميذ أفلاطون، وهو واحد من أهم مؤسّسي الفلسفة الغربية.

– القداسة والهيبة ممّا يجعل احترامها نابعا من ذات الإنسان عن طاعة اختياريّة لله سبحانه وتعالى ونيّة صادقة لكسب رضاه.

– أن يصبح للالتزام الأخلاقيّ والمسؤوليّة معنى.

– أن يتوفر للقيم سند حقيقي.

– الإبقاء على إرادة الإنسان وحرّيته في اختيار القيم التي يرتضيها .

– توفر شروط الاستقرار والثّبات في المجتمع.

– بقاء ذلك الحافز المتجدّد على العمل والاستقامة في ذات الوقت.

– توفّر الميزان الثّابت والعادل للحكم على الأشياء و الأفعال.

ب– مصادر اجتماعية:

1– الدّين:

ويتمثل في المبادئ والتنظيمات التي تحقّق سعادة الإنسان والمجتمع في كلّ المجالات، فقواعده العامّة الضابطة لهداية النّاس وتنظيم حياتهم في كلّ زمان ومكان.

فالقيم الدّينية هي في الغالب الأساس الذي يستند عليه النّاس في تقييمهم لسلوكهم من ناحيّة القبول أو الرّفض.

فهو يعتبر أحد أهم مصادر القيم وهو أساس التقييم من ناحية السّلوك المقبول والمرفوض.

والأديان عموما هي مجموعة من القيم تحدّد سلوك الأفراد وتوجّههم بمجموعة من الأوامر والنّواهي.

"فالأصل في القيمة المعتقد، "ذلك الدّين القيم"[1]،" فيها كتب قيّمة"[2]، فالإنسان ليس مصدر القيمة، وإنّما اداة لتجسيد تلك القيمة."[3]

ومصادر القيم في الدّين الإسلاميّ تتمثل فيما يلي:

– **القرآن الكريم:** يعتبر القرآن الكريم المصدر الأوّل من مصادر التشريع في الدّين الإسلاميّ ، وفيه كلّ ما يحتاجه الإنسان من أجل أن يعيش الحياة التي تكفل له السّعادة،"وهو آخر الكتب السّماويّة وهو المتضمن لخلاصة التعاليم الإلهية، التي تضمّنتها التوراة والإنجيل وكلّ ما أنزل الله من وصايا"[4]، إذ به

[1]- سورة الرّوم ، الآية 30.

[2]- سورة البيّنة، الآية 3.

[3]- عبد الرحمن عزّي، منهجيّة الحتميّة القيمية في الإعلام، الدّار المتوسّطية للنشر، تونس، ط1، 2011م،ص 82.

[4]- إيهاب عبد المعطي سعيد الآغا، القيم المتضمّنة في منهاج المطالعة والنّصوص للصّفّ التاسع في محافظات غزّة، مذكّرة مقدّمة لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الإسلامية، غزّة، 2010م ، ص 31

أحكام تتعلّق بحياة الإنسان وكلّ المجالات المختلفة من عبادات ومعاملات، وهي قيم استطاع بها المسلم أن يبني حضارة ويسمو بها على جميع الأصعدة.

- **السّنة النّبوية:** جاءت السنّة النّبوية مفسّرة لما أشكل على المسلمين في عديد القضايا التي تهمهم، ومفصّلة لقضايا عامّة في القرآن، وقد أمرنا الله سبحانه وتعالى بطاعة رسوله صلوات ربي وسلامه عليه. فهي المصدر الثاني من مصادر التّشريع الإسلاميّ، وتعدّ من أكبر مصادر القيم الاجتماعية لما فيها من الحثّ على إصلاح النّفس وحب الخير للآخرين والمعاملة الحسنة، والتّخلق بالأخلاق الكريمة.

- **الإجماع:** ويقصد به؛ "اتّفاق المجتهدين من أمّة محمّد صلى الله عليه وسلّم في عصر على حكم شرعي"[1]

- **المصالح المرسلة:** هي المصالح الملائمة لمقاصد الشريعة،ومن شروطها مايلي:

- أن تكون المصلحة عامّة وليست شخصيّة.

- عدم وجود الدّليل الشرعي الدّال على إلغائها.

- أن يرفع الحرج عند الأخذ بها، قال تعالى: "وما جعل عليكم في الدّين من حرج"[2]

2- طبيعة المجتمع الثقافيّة:

تعدّ طبيعة المجتمع الثقافيّة والتي تختلف من مجتمع إلى آخر المصدر الأساسي للقيم، ويتأثّر النسق القيمي بالأحداث التي يمرّ بها المجتمع، وما يرافقها من تحوّلات اقتصاديّة واجتماعيّة وثقافيّة.

3- الأسرة والمدرسة:

الأسرة هي اللّبنة الأولى التي يأخذ منها الفرد قيمه، ومنها يتم تكوين شخصيته ومنها يتعلّم ما ينفعه وما يضرّه.

كما أنّ المدرسة تعتبر من المؤسّسات الرّسمية التي تقوم بعمليّة التنشئة، فتقوم بإكساب الفرد مجموعة من القيم من خلال البرامج المقرّرة بها، ويعتبر دورها مكمّلا للأسرة إذ يتم بها أخذ المعارف والخبرات والمهارات، والمواقف السّلوكيّة.

4- العرف:

" وقد عرّفه الغزالي بقوله: " العادة والعرف ما استقرّ في النّفوس من جهة العقول، وتلقّته الطّبوع السّليمة، بالقبول"[3]، "وهناك شروط للعمل بالعرف وهي:

[1]- محمّد العمور، ورقات في أصول الفقه الإسلامي، مكتبة القادسيّة، غزّة، د ط، 2007م، ص 33

[2]- سورة الحج، الآية 78.

[3]- محمّد العمور مرجع سابق، ص35

– أن كون متّفقا مع الشّريعة.

– أن لا يكون مخالفا للنّص، سواء في القرآن أو السّنة ولا في مقابلة الإجماع، و أن يكون شائعا بين النّاس معروفا عندهم، معمولا به من قبلهم، و أن يكون العاملون به أكثرية، و ألا يوجد قول أو عمل يفيد عكس مضمونه، ولا يعتبر العرف مصدرا من مصادر التشريع إلاّ إذا استند إلى نص أو إجماع أو قياس أو استحسان، ومن ثمّ يعتبر قانونا يجب على المسلم الالتزام به"[1].

فإذا تحقّقت هذه الشروط فالقيم حينها تعتبر إلزاميّة للمسلمين وواجب التمسك بها والعمل على تنفيذها.

5– القوانين الوضعية:

وهي القوانين التي يضعها البشر لتنظيم حياتهم بالمحافظة على حقوق النّاس وتحديد واجباتهم لنشر العدالة والمساواة بينهم ويسهر على ذلك سلطة خارجية و أخرى داخليّة تتوقف على درجة نضج ووعي الأفراد أو الفاعلين الاجتماعيين.

[1]- باسم فايز العرجا، القيم الدّينية المتضمّنة في كتاب القراءة والأدب للصّف الثاني عشر بمحافظة غزّة،مذكّرة مقدّمة لنيل شهادة الماجستير،الجامعة الإسلاميّة، غزّة، 2007م، ص35

المبحث الثاني: مكوّنات القيم الاجتماعية ووظائفها.

المطلب الأوّل: مكوّنات القيم الاجتماعية.

تتكوّن القيم من ثلاثة عناصر أساسيّةٍ، تتداخل فيما بينها لا يمكن فصل بعضها عن بعض، وهذه العناصر هي:

1- المكوّن العاطفي (الوجداني):

"ومعيار هذا المكوّن هو التقدير، فيعكس التعلّق بالقيمة، والاعتزاز بها والشّعور والرّغبة في إعلانها وإظهارها، ويتضمّن الانفعال بموضوع القيمة او الميل إليها أو النّفور منها، وما يصحب ذلك من سرور وألم، وما يعبّر عنه من حب وكره أو استحسان أو استهجان، وكلّ ما يثير المشاعر الوجدانية والانفعالات التي توجد لدى الشخص".[1]

2- **المكوّن السّلوكي:**

"وهو الجانب الممثل لنوع القيمة"[2]، "ويتمثّل معيار هذا المكوّن في الممارسة، ويتمثّل في الممارسة الفعلية للقيمة و أن تتكرّر الممارسة بصورة مستمرّة في أوضاع مختلفة كلّما سنحت الفرصة لذلك وهو يشير غلى استعداد الشخص وميله للاستجابة، ويعمل هذا العنصر بمثابة مرشد وموجّه للسّلوك، حيث أنّ السّلوك أو النّشاط الذي يصدر عن الفرد يتحدّد في ضوء ما تبنّاه من قيم"[3].

3- المكوّن المعرفي(العقلي):

" ويتمثّل في الجانب التقييمي"[4]، "ويقصد به ما لدى الفرد من خبرات ومعلومات يكون قد كوّنها حول موضوع معيّن ويشمل المدركات،والمفاهيم والحقائق والمعارف ويتمثّل هذا المكوّن في معرفة صاحب القيمة للطّريقة الصّحيحة للسلوك أو التّصرّف المطلوب، وكذلك النّواتج التي عليه أن يكافح للوصول إليها"[5]،"ومعياره الانتقاء الشعوري أي أنّ الفرد يختار القيمة من بدائل مختلفة بحريّة كاملة، كما ينظر الفرد في عواقب انتقاء كلّ بديل ويتحمّل مسؤوليّة انتقائه بكاملها، وهذا يعني أنّ الاختيار اللاشعوري لا يمثل اختيارا يرتبط بالقيم، حيث يعتبر الاختيار المستوى الأوّل لسلّم الدّرجات المؤديّة غلى القيم، ويتكوّن من ثلاث خطوات متتاليّة وهي: استكشاف البدائل الممكنة، النّظر في عواقب كلّ بديل ثمّ

[1]- عبد الله عقله مجلّي الخزاعله، الصّراع بين القيم الاجتماعيّة والقيم التّنظيمية في الإدارة التربوية، دار حامد، الأردن، د ط، 2009م، ص37،38.

[2]- الطاهربوغازي، القيم التربوية: مقاربة نفسية، منشورات الحبر، الجزائر، د ط، 2010م، ص33.

[3]- عبد الله عقله مجلي الخزاعله، مرجع سابق، ص38.

[4]- الطّاهر بوغازي، مرجع سابق، ص33.

[5]- عبد الله عقله مجلّي الخزاعلة، مرجع سابق ص37.

الاختيار الحرّ"[1]، "وتؤكّد المدرسة الاجتماعيّة المعاصرة أنّ هذه العناصر الثلاثة، متداخلة ومتفاعلة فيما بينها، بتأثير المجتمع والتفاعل الاجتماعي، وتعكس ثقافتهن وتعبّر عن طبيعة العلاقات الاجتماعيّة السّائدة"[2].

المطلب الثاني: وظائف القيم.

للقيم علاقة بتوجيه سلوك الأفراد والجماعات، فهي التي من خلالها يستطيع الفرد أن يحكم على ممارساته العملية، وهي الأساس من اجل بناء مجتمع متكامل قوامه فرد سوي، أهدافه من ضمن أهداف المجتمع ، ومن ضمن هذه الوظائف نذكر ما يلي[3]:

– تزويد الفرد بمعرفة الأشياء التي يودّ القيام بها، وتساعد في توجيهه للوصول لذلك الغرض.

– تُوجِد لدى الفرد القدرة بالإحساس بين ما هو صواب وخطأ.

– تدفع الفرد إلى اتّخاذ مواقف من المسائل الاجتماعيّة الرئيسية.

– تساعد الفرد على تحمّل المسؤولية، والتّمعن في قضايا الحياة، وتؤدّي به إلى الإحساس بالرّضى.

– "الموّجهات التي تحرّك تصرّفاتنا لكي تبدو أمام الآخرين بالصّورة التي تفضّلها".

– تعمل على التكامل الاجتماعي من خلال اشتراك القيم بين أفراد جماعة معيّنة، .

– "يظهر دور القيم على المستوى الفردي إذا تمكّنت من تكوينه داخليا، وبعثت فيه سامة الذوق، والإحساس، وزوّدته بالطاقة الرّوحيّة ليقوم بوظائفه بطريقة فعّالة"[4].

[1]- الطاهر بوغازي، مرجع سابق، ص37.

[2]- إبراهيم السيّد أحمد السيّد، البناء القيمي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعيّة، والدّافعيّة للانجاز،رسالة مقدّمة لنيل شهادة الدّكتوراه، ، 2005م، ص14

[3]- الحسين عزّي، الأسرة ودورها في تنميّة القيم الاجتماعيّة لدى الطّفل، مذكّرة لنيل شهادة الماجستيرفي علم النّفس، الجزائر،2013-2014م، ص104

[4]- إبراهيم طهراوي، الأخلاق والاخلاقيات المهنيّة، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر،1996، ص 69 ،70

الإطار التّطبيقي

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

(دراسة مسحيّة لجمهور إذاعة القرآن الكريم من طلبة جامعة المديّة)

- ✓ **المبحث الأوّل:** التّعريف بإذاعة القرآن الكريم.
- ✓ **المطلب الأوّل:** نبذة تاريخية عن إذاعة القرآن الكريم.
- ✓ **المطلب الثاني:** برامج إذاعة القرآن الكريم.
- ✓ **المبحث الثاني:** تحليل الإستمارة واختبار الفرضيات.
- ✓ **المطلب الأوّل:** إعداد وتحليل الإستمارة
- ✓ **المطلب الثاني:** اختبار الفرضيات ونتائج الدّراسة
- ✓ **خاتمة.**

تمهيد:

بعد تطرّقنا في الفصلين السابقين إلى الإطار النّظري لموضوع الإعلام الإسلاميّ وعلاقته بالقيم الاجتماعية وبهدف تقديم صورة أوضح حول هذه العلاقة ومدى الترابط الموجود بين الإعلام الإسلاميّ والقيم الاجتماعيّة سنتطرق في هذا الفصل إلى الجانب التطبيقي والدّراسة المسحية التي قمنا بها على جمهور إذاعة القرآن الكريم وهي إذاعة إعلاميّة متخصّصة، فاعتمدنا في دراستنا على الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات.

المبحث الأوّل: التّعريف بإذاعة القرآن الكريم.

المطلب الأوّل: نبذة تاريخية عن إذاعة القرآن الكريم[1]

بدأت الإذاعة بثّها في أوّل جمعة محرّم من العام 1412هـ الموافق ل 12جويلية 1991م ، عبر أثير الإذاعة الجزائرية بقرار من مديرها آنذاك **الطّاهر وطّار– رحمه الله–** كانت **بداية** البث بتلاوات قرآنيّة على مدار 6 ساعات يوميا، وقد عرفت إذاعة القرآن الكريم منذ نشأتها حتى اليوم سلسلة من التعديلات مسّت مواقيت البث وكذا المواد المعروضة.

التعديل الأوّل: 23 أكتوبر 1992، أصبح البث مقسّما على ثلاث فترات منفصلة بمعدّل ساعتين لكلّ فترة.

* الفترة الأولى: من السّاعة 04:00 صباحا إلى 06:00 صباحا.
* الفترة الثانيّة: من السّاعة 09:00 صباحا إلى 11:00 صباحا.
* الفترة الثالثة: من السّاعة 14:00 زوالا إلى 16:00 عصرا.

التعديل الثاني: في 23 فيفري 1993، تمّ فيه إلغاء الفترة الاولى من البث وتغيير موعد الفترة الثانيّة ليصبح:

* الفترة الأولى: من السّاعة 10:00 صباحا إلى 12:00 منتصف النّهار.
* الفترة الثانيّة: من السّاعة 14:00 زوالا إلى 16:00 عصرا.

التعديل الثالث: في 6 مارس 1993 حيث استرجعت الساعتان، ليعود البثّ 6 ساعات يوميا ، غير أنّ توزيعها تغيّر ليصبح على فترتين منفصلتين بمعدّل3 ساعات لكلّ فترة.

* الفترة الأولى: من السّاعة 3:00 صباحا إلى 06:00 صباحا.
* الفترة الثانيّة: من السّاعة 10:00 صباحا إلى 13:00 زوالا.

[1]- د م، نشأة إذاعة القرآن الكريم، http://www.radioalgerie.dz/coran/grille، 2017/05/19 مـ ، 15:05سا.

التعديل الرّابع: في 11 أفريل 1992م، وفي هذه المرّة لم يمسّ التعديل توقيت البثّ ولا مدّته بل بقي على حاله.

* الفترة الأولى: من السّاعة 3:00 صباحاغلى 6:00 مساءً.

* الفترة الثانيّة: من السّاعة 10:00 صباحا إلى 13:00 زوالا.

التعديل الخامس: في 05 ديسمبر 1993م، وهو عبارة عن العودة للتّغيير في زمن البثّ وتوقيته، ليتقلّص ويصبح 4 ساعات مرّة أخرى.

* من السّاعة 5:00 صباحا إلى 9:00 صباحا.

لكن لأوّل مرّة يكون على فترة واحدة.

التعديل السّادس: في 1 ديسمبر 1994م حيث لم يتغيّر الحجم السّاعي للبث، ولكن شهدت عودت الفترات المنفصلة.

* الفترة الأولى: من السّاعة 5:00 صباحا إلى 6:00 صباحا.

* الفترة الثانيّة: من السّاعة 10:00 صباحا إلى 13:00 زوالا.

التعديل السّابع: في 01 جويلية 2000م بعد انتعاش الحالة الأمنيّة للبلاد وعودة الاستقرار أصبحت إذاعة القرآن الكريم تبث على فترة واحدة لكن دون إضافة عدد الساعات.* من 5:00 صباحا إلى 9:00 صباحا ، وهنا أصبح الطّاقم بإمكانهم الحضور والبثّ مباشرة من استوديو الإذاعة.

التعديل الثامن: في 15 أكتوبر 2004م، العودة ل 6 ساعات من البث منذ التعديل الخامس في ديسمبر 1992م، اي بعدما قارب ال12 سنة من البث السّاعي قدره 4 ساعات، عادت الإذاعة لتكون لها فترة أوسع من ذي قبل، والجديد هو بثّ ل 6 ساعات متواصلة وعلى فترة واحدة.

* من السّاعة 5:00 صباحا إلى 11:00 صباحا.

التعديل التّاسع: في 10 فيفري 2008من و لأوّل مرّة تعرف الإذاعة زيادة في حجم البث بعدما كان أعلاه 6 ساعات ، فبموجب هذا التّعديل أضيفت ساعتان للفترة ليصبح البثّ على مدار 8 ساعات لكن على فترتين منفصلتين.

* الفترة الأولى: من 5:00 صباحا إلى 11 صباحا.

الفترة الثانيّة: من 00:00 ليلا إلى 2:00 صباحا.

التعديل العاشر : في 05 جويلية 2008، تستفيد الإذاعة مرّة اخرى من توسيع الحجم السّاعيّ للبث بإضافة ساعتين للفترة النّهارية ليصبح عمر البثّ المباشر 10 ساعات.

* الفترة النّهارية: من السّاعة 5:00 صباحا إلى 13:00 زوالا.

* الفترة الليلية: من السّاعة 00:00 ليلا إلى 02:00 صباحا.

التعديل الحادي عشر: في 15 سبتمبر 2014م،تستفيد الإذاعة مرّة اخرى من تويع حجم البث بإضافة 3 ساعات لتصل إلى 13 ساعة من البث الحيّ.

* من الساعة 00:00 ليلا إلى 13:00 زوالا.

التعديل الثاني عشر: 16 سبتمبر 2016م، توسع الحجم الساعيّ للبثّ، بإضافة ساعتان للفترة النّهارية ليصير عمر البثّ المباشر 15 ساعة.

* من 00:00 ليلا إلى 15:00 زوالا

المطلب الثاني: برامج إذاعة القرآن الكريم.

يكون البث اليومي لإذاعة القرآن الكريم من السّاعة 00:00 ليلا إلى غاية 15:00 مساءً. وهي تحرص على تقديم الجديد ضمن برامجها المتنوعة(دينية ثقافية، اجتماعيّة، تاريخية،...) تفاعليّة كانت أو مسجّلة ، أنظر **ملحق رقم(01)**.

- المبحث الثاني: تحليل الاستمار واختبار الفرضيات.

- المطلب الاوّل: إعداد الاستمارة، وتحليلها.

1- إعداد الإستمارة ملحق رقم(2).

من أجل معرفة اتّجاهات المبحوثين نحو الإعلام الإسلاميّ وبالضّبط نحو الإذاعة المتخصّصة – إذاعة القرآن الكريم– صمّمت الاستمارة بحيث كانت مقسّمة على محورين رئيسين ، محور المتغيّر المستقل من خلال الفرضيات الثلاث الموضوعة ، ومحور المتغير التّابع، بغية معرفة آراء الطّلاب ومن ثم الاعتماد على برنامج ال.spss. وعرض النتائج.

- جدول رقم 01:يوضّح توزيع الاستبيان.

التوزيع	التكرار	النسبة%
الاستبـانات الموزّعة	**60**	**%100**
الاستبانات المسترجعة	**51**	**%85**
الاستبانات المستبعدة	**0**	**%0**
الاستبانات للتحليل	**51**	**%85**

- تحديد أهداف الاستبيان:

الهدف الرئيسي من الاستبيان هو الوصول إلى العلاقة الموجودة بين المتغيّر المستقل والمتغيّر التّابع أي بين الإعلام الإسلاميّ والقيم الاجتماعيّة والتي من شأنها أن تجيبنا على السؤال المحوري" **هل يساهم الإعلام الإسلاميّ في نشر القيم الاجتماعيّة**"، أمّا الأهداف الثانوية فمن بينها معرفة آراء طلبة الإعلام والاتّصال حول إذاعة القرآن الكريم، معرفة أهم الأشياء التي تستهوي الطّالب في الإذاعة هل هو الإعلاميّ، الوسيلة، أو الرسالة، وتقديمها كاستنتاجات في البحث.

- تحديد فرضيات الدّراسة:

الفرضيّة الرئيسية: هناك علاقة طرديّة بين الإعلام الإسلامي و نشر القيم الاجتماعيّة.

الفرضية الفرعيّة الأولى: لا توجد علاقة طرديّة بين وسيلة الإعلام الإسلامي ونشر القيم الاجتماعيّة.

الفرضية الفرعيّة الثانية: توجد علاقة ارتباطيّة بين إعلاميي الإعلام الإسلامي ونشر القيم الاجتماعيّة

الفرضية الفرعيّة الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائيّة ارتباطيّة بين برامج الإعلام الإسلاميّ ونشر القيم الاجتماعية.

- تحديد المؤشّرات:

تمّ الاعتماد في إعداد الاستبيان على الجداول والسّبب يرجع لاستعمال سلّم ليكرت الذي يعتبر من بين أكثر الأساليب استخداما في قياس اتّجاهات الجماهير.

لذلك كان صياغة الاستمارة ابتداءً من المتغيّرات المستقلّة في الفرضيات والتي هي (الرّسالة، الوسيلة، الإعلامي) وهو المحور الأوّل في الاستمارة وكان أبعاد هذه المتغيّرات هي كالآتي الرّسالة(تقني، اتّصالي)، وأبعاد الرّسالة(دينية، اجتماعية)، وأبعاد الإعلامي(ثقافي، اجتماعي)، والمحور الثاني كان حول القيم الاجتماعيّة و أبعادها هي(الوحدة، التفاعل، التّضامن)، وكان اختيار المؤشّرات مع ما يتوافق والوصول إلى العلاقة بين المتغير المستقل والذي هو الإعلام الإسلاميّ والمتغيّر التّابع والذي هو القيم الاجتماعيّة.أي أنّ كل مؤشّر من المؤشّرات في المحور الأوّل توجد بينه وبين أحد المؤشّرات من المحور الثاني علاقة يمكن إثباتها فيما بعد عن طريق معامل الارتباط، لذلك قمنا بتحليل العلاقة الموجودة بين المؤشّرات إنطلاقا من الأبعاد، بحيث أوجدنا المتوسّط الحسابي لكل المؤشّرات من أجل إيجاد المتوسّط الحسابي للأبعاد ومقارنتها فيما بعد عن طريق معامل الارتباط سبيرمان، ومن ثم إيجاد المتوسط الحسابي للمتغيّر المستقل الأول مع المتوسّط الحسابي للمتغير التّابع حتى يمكن التّعبير عن هذه العلاقة بمعامل الارتباط.

- صدق أداة القياس وثبات الاستبانة:

ا- صدق المحكمّين:

تم عرض هذه الاستمارة على مجموعة من الأساتذة والذين كان لهم دور فيما وصلنا إليه من نتائج الملحق رقم(3)

ب- معامل الثبات ألفا كرونباخ:

استخدم الباحث طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة،)، وتكون قيمة ألفا كرونباخ مقبولة إذا تعدت قيمتها 0.60 وأوضحت النتائج أن قيمة الثبات كانت مرتفعة أنظر الملحق رقم (4)، وذلك حسب ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (02): معامل الثبات ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة:

المعامل	معامل ألفا	الثبات*
الأسئلة	**0.83**	**0.91**

2- تحليل الإستمارة.

ا-: وصف عيّنة الدّراسة.

من خلال هذا المطلب، سنتطرّق إلى عرض نتاج المعلومات الشخصية للمبحوثين والتي تظهر كما يلي:

بعد جمع البيانات اللاّزمة من المبحوثين من عيّنة قدرها "51" شخص تمّ ترميزها وحجزها ومعالجتها في جهاز الكومبيوتر بالاعتماد على كل من برنامج .spss22 و excel.

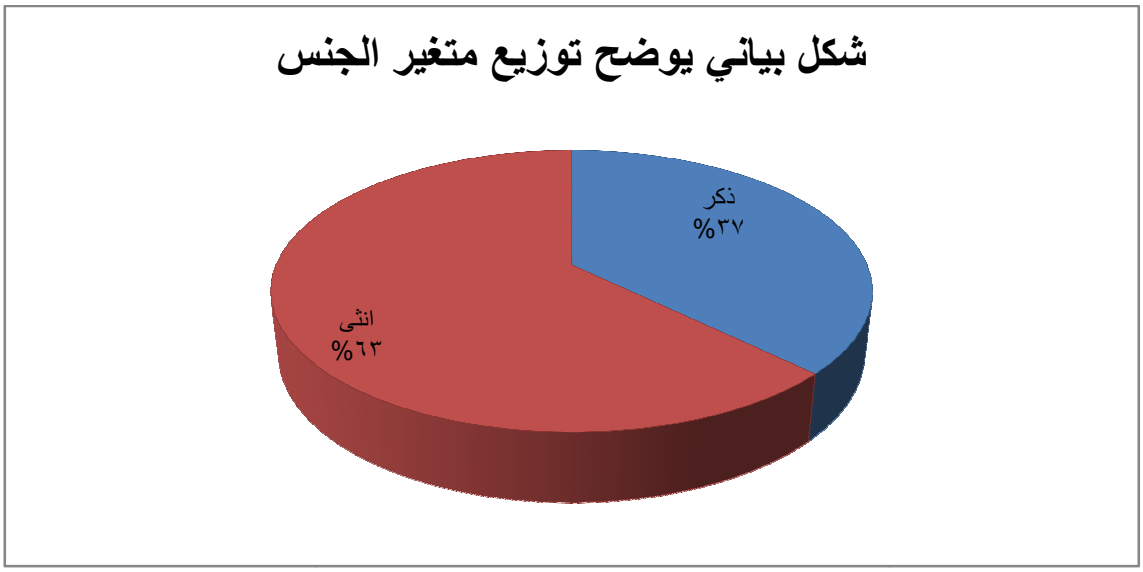
قبل التطرق إلى نتائج مضمون البحث نقوم في البداية بالتّحليل الوصفي للأسئلة المتعلّقة بالمستقصي والتي أدرجت في الصفحة الأخيرة من الاستمارة.ملحق رقم 05

- **جنس المستجوبين:** تتكون الدّراسة من 51 فرد وجدنا مايلي:

جدول 03:

الجنس	التّكرار	النّسبة%
ذكر	19	%37.3
أنثى	32	%62.7
المجموع	51	%100

*-**الثبات**: الجذر التربيعي الموجب لمعامل ألفا كرونباخ.



من خلال الجدول يتبين لنا أنّ عدد المبحوثين من الإناث هو 32 ما نسبتهم 62.7%

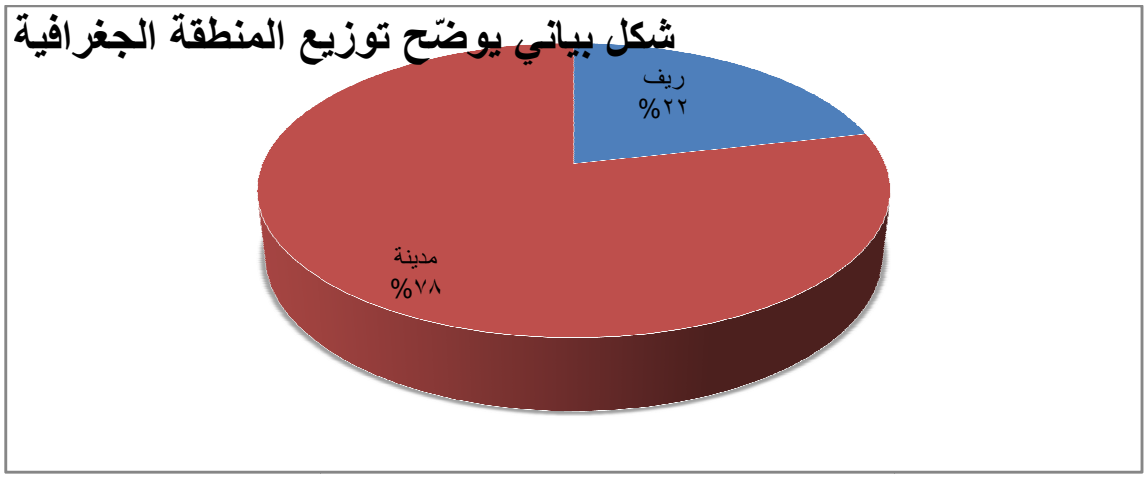
أمّا الذكور فكان عددهم 19 وتمثل نسبتهم 37.3%

يرجع سبب هذا الاختلاف في النّسب إلى العدد الإجمالي للإناث في الجامعة مقارنة بالذكور، وكذا طبيعة العيّنة التي كانت قصديّة حيث وزّعنا الاستمارة على المستمعين لإذاعة القرآن الكريم، فكان الإناث هم أكثر المستمعين.

- **المنطقة الجغرافيّة للمستجوب:** ويتمثّل في الرّيف والمدينة كالآتي.

***جدول04:**

المنطقة الجغرافية	التكرار	النّسبة%
ريف	11	%21.6
مدينة	40	%78.4
المجموع	51	%100



التحليل: من خلال الجدول 2 نلاحظ أنّ: كان عدد الذين يسكنون في المدينة هو 40 مبحوثا وكانت نسبتهم هي 78.4% وهي أعلى نسبة، أمّا الذين يسكنون الرّيف فكان عددهم 11 أي ما نسبتهم 21.6% وهي أقل نسبة.

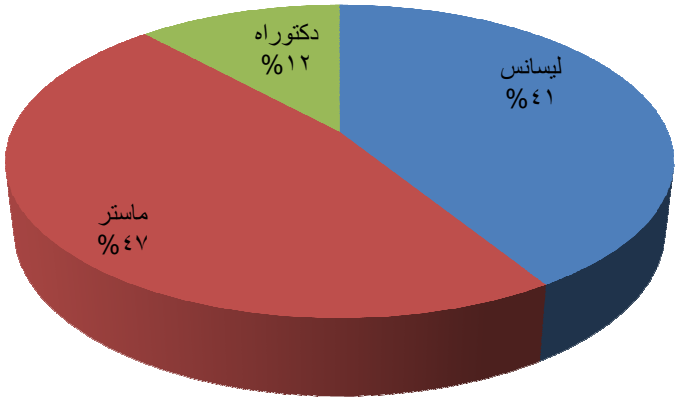
ويرجع سبب هذا الاختلاف بين النّسب إلى طبيعة الفترة التي أجري فيها البحث إذ أغلب سكان الأرياف يغادرون الجامعة أيام الثلاثاء والأربعاء والخميس، واقترنت الفترة كذلك بالامتحانات، فلم يتبق بالجامعة إلا القريبون منها وهو ما يبيّن هذا الاختلاف في النّسب الحاصل بين المنطقتين.

- **المستوى التّعليمي للمستجوب:** يتوزع على ثلاث فئات (ليسانس، ماستر، دكتوراه)

***جدول 5:**

المستوى التعليمي	التكرار	النّسبة%
ليسانس	21	%41.2
ماستر	24	%47.1
دكتوراه	6	%11.8
المجموع	51	%100

شكل بياني يوضّح توزيع متغيّر المستوى التعليمي



من خلال الجدول 3 يتبيّن لنا أنّ: عدد المبحوثين من الماستر كان الأكبر 24 طالب وهو ما يقارب عدد طلبة الليسانس والمقدر عددهم ب 21 وكانت النّسب على الترتيب 47.1% ، 41.2%، أمّا طلبة الدكتوراه فكان عددهم هو 6 طلبة، وكانت نسبتهم 11.8%.

ومن خلال هذه النّتائج نجد أنّ التقارب بين نسبتي الماستر والليسانس يرجع إلى أنّ عدد طلبة الماستر كان اكبر لتواجدهم في فترة تحضير المذكّرة وتواجدهم بالجامعة والعيّنة كانت من طلبة علوم الإعلام والاتصال. أمّا طلبة الليسانس فكان لعددهم الكبير مقارنة بطوري الماستر والدّكتوراه.

أمّا اقل نسبة والتي كانت لطلبة الدّكتوراه فيرجع ذلك لعددهم القليل، وأيضا لمشاغلهم فبمجرد ما تطلب منه ملا الاستمارة يتحجّج بعد وجود الوقت الكافي وإعطائها الأهمية البالغة في الملأ.

ب- **تفريغ المحور الأوّل الإعلام الإسلامي في جداول.**

- **تحليل المؤشّر الأوّل:** تردّدات إذاعة القرآن الكريم متاحة في كلّ المناطق.

***جدول رقم 6:**

الدّليل	التّوزيع	التّكرار	النّسبة%
لا أوافق بشدّة		1	%2
لا أوافق		18	%35.3
محايد		2	%3.9
أوافق		28	%54.9
أوافق بشدّة		2	%3.9
المجموع		51	%100

* **جدول رقم 7:**

المؤشّر 1	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تردّدات إذاعة القرآن الكريم متاحة	3.24	1.05	مرتفعة

التحليل:

الكمي: من خلال الجدول 6: أعلى نسبة من المبحوثين الذين أجابوا عن تردّدات إذاعة القرآن كانت موافقة بنسبة 54.9% ، ثمّ تليها الإجابة بـ لا أوافق بنسبة 35.3%، وكانت الإجابة بـ أوافق بشدّة، لا أوافق نفسها بنسبة 3.9%، وكانت لا أوافق بشدّة مقاربة لهما، بنسبة 2%. وهي أقلّ النّسب.

الكيفي: يرجع هذا الاختلاف في النّسب إلى أن أعلى نسبة كانت موافقة إلى أنّ تردّدات إذاعة القرآن الكريم متاحة في كلّ المناطق، وهذا يرجع إلى أنّ غالبية المبحوثين كانوا من الذين يسكنون المدينة، والنّسبة التي تليها كانت لا أوافق على أنّ تردّدات الإذاعة متاحة في كلّ المناطق ترجع إلى أنّ هناك نسبة معتبرة من الطلبة يقطنون بالأرياف قد لا تتوفر لهم تردّداتها نتيجة التّضاريس الوعرة، أو نتيجة الأجهزة التي يستخدمونها فالتقاطها للإشارة يكون ضعيف وهو ما يجعل من فرصة الاستماع للإذاعة ضعيف، أمّا النّسب المتبقية في محايد، أوافق بشدّة ضئيلة لا تتعدى 4%. وهي نسبة لا تؤثّر، أمّا لا أوافق بشدة فكانت أقل نسبة لا تتعدّى 2%، و ليس لها تأثير على الدّراسة.

ومن خلال جدول07 نلاحظ أنّ: المتوسط الحسابي يساوي 3.24 وهو أعلى من المتوسّط الحسابي السّلمي(3)، والانحراف المعياري في الدّرجة 1.05، مايبيّن وجود تباين في إجابات أفراد العيّنة، ومن خلال ذلك يتبيّن لنا أنّ إجابات الطّلبة كانت بالموافقة على أنّ تردّدات إذاعة القرآن الكريم متاحة في كلّ المناطق.

- **تحليل المؤشّر 2 من المحور الأوّل:** لا تتداخل إذاعة القرآن الكريم مع الإذاعات الأخرى.

***جدول08:** تداخل إذاعة القرآن الكريم مع الإذاعات الأخرى.

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		2	%3.9
لا أوافق		13	%25.5
محايد		12	%23.5
أوافق		23	%45.1
أوافق بشدّة		1	%2
المجموع		51	%100

***جدول 9:**

المؤشّر2	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
لا تتداخل إذاعة القرآن	3.16	0.96	مرتفعة

التحليل:

- **الكمي: من الجدول رقم 08:** نلاحظ أنّ الإجابة عن تداخل إذاعة القرآن الكريم مع بقيّة التردّدات فكانت أعلى النّسب عند أوافق بـ 45.1%، تليها النّسبتين المتقاربتين جدا في كل من لا أوافق ومحايد بـ 25.5% و 23.5% على التّوالي، ثم تقارب النّسبتين لا أوافق بشدّة و أوافق بشدّة بـ 3.9%، و 2% على التّوالي.

- **الكيفي:** ويرجع هذا إلى الاختلاف في النّسب إلى أنّ أغلب مستمعي الإذاعة يستمعون إليها في الليل وهي فترة يقلّ فيها ضغط التردّدات.

من خلال الجدول 09 نلا حظ أنّ المتوسط الحسابي يساوي 3.16 وهي أعلى من المتوسط الحسابي المجدول(3) ، والانحراف المعياري يساوي 0.96 ومنه كانت درجة الموافقة مرتفعة.

تحليل المؤشّر 3 من المحور الأوّل: تعتبر حلقة ربط بين أفراد المجتمع

*** جدول رقم 10:**

مؤشّر	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		1	%2
لا أوافق		3	%5.9
محايد		4	%7.8
أوافق		31	%60.8
أوافق بشدّة		12	%23.5
المجموع		51	%100

*** جدول رقم 11:**

المؤشّر 1	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
إذاعة القرآن الكريم حلقة ربط...	3.98	0.86	مرتفعة

التحليل:

الكمي: من خلال الجدول رقم 10 يتبين لنا أنّ: 60% من المبحوثين أجابوا بـ أوافق إذ يعتبرون أنّ الإذاعة حلقة ربط بين أفراد المجتمع تليها 23.5% أجابو بـ أوافق بشدّة

– **الكيفي:** وهذا دليل على أنّ الإذاعة تعتبر حلقة ربط فعلية إذ تمثّل إعلاما إسلاميا من خلال البرامج الهادفة التي تقوم بها والتي تمسّ كافّة أطياف المجتمع، كما أنّ الإذاعة تزخر بكوبة من الدكاترة والمختصّين الاجتماعيين وهذا ما جعلها تكسب ودّ الجماهير.

ومن خلال جدول رقم 11: نجد انّ المتوسّط الحسابي للمؤشّر 3 من المحور الأوّل أكبر من المتوسط الحسابي السّلمّي، والانحراف المعياري مقداره(0.86) وهذا يدل على أنّ تقييم اتّجاه الأفراد نحو اعتبارها حلقة ربط بين أفراد المجتمع كانت أغلبها تميل لدرجة مرتفعة من الموافقة.

- **تحليل المؤشّر 4 من المحور الأوّل:** تساهم الإذاعة في فتح قنوات التواصل بين المواطن و المسؤولين.

*** جدول رقم12:**

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		1	%2
لا أوافق		12	%23.5
محايد		07	%13.7
أوافق		25	%49
أوافق بشدّة		6	%11.8
المجموع		51	%100

*** جدول رقم 13:**

المؤشّر4	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تساهم إذاعة القرآن الكريم في..	3.45	1.04	مرتفعة

التّحليل:

- **الكمي:**

من خلال الجدول12نلاحظ أنّ؛ 49% من المبحوثين وافقوا على أنّ إذاعة القرآن الكريم تساهم في فتح قنوات التواصل بين المواطن و المسؤولين، و23.5% منهم لم يوافقوا و 13.7% كانوا من المحايدين، و 11.8 % من المبحوثين وافقوا بشدّة أمّا أقل نسبة فكانت بـ 2% لم يوافقوا بشدّة.

- **الكيفي:**

فترجع نسبة 49% الذين أجابوا بأوافق، إلى نوعيّة الأخبار والبرامج التي تقدّمها الإذاعة، خاصّة وأنّ الإذاعة تعتبر من الإعلام الرّسمي للسّلطة، وكونه يهتم بالقضايا الآنية ويناقشها وفق ما يتطلّبه الواقع، وتفتح باب الحوار مع الشباب.

من خلال الجدول 13 نلاحظ أنّ: المتوسط الحسابي لمؤشّر – تساهم إذاعة القرآن الكريم في فتح قنوات التواصل بين المواطن و المسؤولين– هو (3.45) وهو أعلى من المتوسّط الحسابي السّلمي (3)، وكانت

قيمة الانحراف المعياري (1.04)، وهو ما يبيّن أنّ هناك تباين كبير في أجوبة المستقصين منهم، لذلك كانت درجة الموافقة مرتفعة.

- تحليل المؤشّر 5 من المحور الأوّل: لغة الإعلاميين سهلة وبسيطة.

*** جدول رقم 14:**

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		2	%3.9
لا أوافق		13	%25.5
محايد		7	%13.7
أوافق		25	%49
أوافق بشدّة		4	%7.8
المجموع		51	%100

*** جدول رقم 15:**

المؤشّر5	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
لغة الإعلاميين بسيطة وسهلة...	3.31	1.06	مرتفعة

التحليل:

- الكمي:

من خلال الجدول14 يتبين لنا أنّ أغلب المبحوثين أجابوا بأوافق بـ 49%، تليها 25.5% لا أوافق، ثمّ 13.7% محايدين، وأوافق بشدّة 7.8%، و أقلّ نسبة كانت 3.9% لا أوافق بشدّة.

- الكيفي:

ويرجع الاختلاف في النّسبة إلى أنّ أغلب المبحوثين أجابوا بأوافق ويرجع ذلك إلى أنّ أغلب المستمعين هم من كبار السّن في مجتمعنا ، خاصّة في الأرياف حيث لا يزال كبار السّن يقتنون مذياع خاص أو عن طريق استعمال راديو الهاتف من اجل الاستماع للإذاعة ، وهو ما يجعل معدّي البرامج يقدّمون لغة بسيطة ممزوجة بين الدّارجة والفصحى السهلة من أجل فهم المستمعين للنقاش وإمكانية المشاركة فيها.

من خلال الجدول رقم15: نجد أنّ المتوسط الحسابي يساوي (3.31) وهو اكبر من المتوسّط الحسابي السّلمي(3)، والانحراف المعياري يساوي (1.06) ما يبين أنّ هناك تباين، وكانت درجة الموافقة مرتفعة .

تحليل المؤشّر 06: أسلوب الإعلاميين جيّد ويشدّ المستمعين.

*** جدول رقم 16:**

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		1	%2
لا أوافق		7	%13.7
محايد		7	%13.7
أوافق		32	%62.7
أوافق بشدّة		4	%7.8
المجموع		51	%100

جدول رقم 17 :

المؤشّر6	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
أسلوب الإعلاميين جيّد ويشد المست..	3.86	1	مرتفعة

التحليل:

– **الكمي:** من خلال الجدول 16نلاحظ أنّ: المبحوثين الذين أجابوا بـ لا أوافق كانت نسبتهم 2%، والذين أجابوا بـ لا أوافق كانت نسبتهم 13.7%، والمحايدين كانت نسبتهم 13.7%، والذين أجابوا بأوافق كانت نسبتهم 62.7% وهي أعلى نسبة، وكان الذين أجابوا اوافق بشدّة كانت نسبتهم7.8%.

– **الكيفي:**

تعود نسبة الموافقة كأكبر نسبة إلى أنّ أغلب الإعلاميين الذين يعملون بالإذاعة هم خريجوا الجامعة، كما أنّ الاهتمام المتزايد من طرف الجماهير العريضة بالإذاعة يجعلهم يسعون لتقديم الإضافة دائما، من خلا البرامج و المدعويين وخاصّة المواضيع التي يثيرونها.

أمّا أقلّ نسبة فعادت إلى لا أوافق بشدّة ويرجع ذلك الأثر الذي تركته الإذاعة في الجماهير ووصول صداها إلى الجماهير العريضة، وهذا ما يجعل كلّ شيء متعلق بها إيجابي.

من خلال الجدول 17 نلا حظ أنّ: المتوسط الحسابي كان (3.86) وهو قيمة اكبر من المتوسط الحسابي السّلمي، وكانت قيمة الانحراف المعياري (1)، وهو ما يظهر انّ درجة الموافقة مرتفعة.

- **تحليل المؤشّر 07:** ثقافة الإعلاميين الدّينية تمنحهم مكانة في المجتمع.

*** جدول رقم 18:.**

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		0	%0
لا أوافق		7	%13.7
محايد		8	%15.7
أوافق		21	%41.2
أوافق بشدّة		15	%29.4
المجموع		51	%100

*** جدول رقم 19:**

المؤشّر7	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
ثقافة الإعلاميين الدّينية تمنحهم مكانة في المجتمع...	3.55	1.06	مرتفعة

التّحليل:

- **الكمي: من خلال الجدول18 يتبين لنا أنّ** 13.7% من المبحوثين أجابوا ب لا أوافق، 15.7%منهم كانوا محايدين، و 41.2 %كانوا موافقين على أنّ ثقافة الإعلاميين الدّينية تمنحهم مكانة في المجتمع ثمّ تليها 29.4% بـ أوافق بشدّة.

- **الكيفي:**

فالذين وافقوا على أنّ ثقافة الإعلاميين الدّينية تمنحهم مكانة في المجتمع، نظرا للطّابع الديني المحافظ الذي يمتاز به المجتمع الجزائري، كما أنّ الاعتبارات الدّينية عندهم مقدّمة في كثير من الأحيان عن بقية الاعتبارات الأخرى، كما أنّ الإذاعة متخصّصة في الإعلام الإسلامي ، لذلك يرى جمهور القناة الثّقافة الدّينية للعامل بها من أولويات العمل الصّحفي الإسلامي.

من خلال الجدول رقم 19 يظهر لنا: المتوسّط الحسابي هو (3.55) وهو أعلى من المتوسّط الحسابي السّلمي، وقيمة الانحراف (1.06) أي أنّ هناك تباين في إجابات المستقصين ، فدرجة الموافقة كانت مرتفعة.

- تحليل المؤشّر08: المكانة الاجتماعيّة للإعلاميّ تزيد من شهرته الإعلاميّة

*** جدول رقم20:**

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		1	%2
لا أوافق		10	%19.6
محايد		9	%17.6
أوافق		22	%43.1
أوافق بشدّة		9	%17.6
المجموع		51	%100

جدول رقم 21:

المؤشّر8	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
المكانة الاجتماعيّة للإعلاميّ تزيد من شهرته لدى المستمعين...	3.47	0.94	مرتفعة

التّحليل:

الكمي:

من خلال الجدول20 نلاحظ أنّ: أعلى نسبة كانت 43.1% بـ أوافق، و 19.6% من المبحوثين لا أوافق، أمّا محايد و أوافق بشدّة فكانت نفس النّسبة بـ 17.6%وأقلّ نسبة كانت 2 % لا أوافق بشدّة.

الكيفي:

ويرجع سبب اختيار المبحوثين إلى أنّ المكانة الاجتماعية للإعلاميّ تزيد من شهرته لدى المستمعين، إلى أنّ الرّجل ذا المال يكون محبوباً خاصّة إن كان ذا ثقافة دينية وخلقيّة، فالمال أو النّسب كذلك يجعل من الإنسان محترما في مجتمعه، وهذه طبيعة المجتمعات العربية الذين يرون أنّ هؤلاء لهم مكانة ولا بدّ من استشارتهم في كلّ صغيرة وكبيرة.

أمّا أقلّ نسبة و الذين يرون أنّ المكانة الاجتماعية ليس لها دور في زيادة شهرة الإعلاميّ لدى المستمعين، وهذا لإيمانهم بأنّ المعدّ الجيّد، والبرنامج الجيّد والأسلوب الجيّد للإعلاميّ هو الذي يجعله مشهورا لدى المستمعين.

من خلال الجدول 21 نلاحظ أنّ: قيمة المتوسط الحسابي كانت(3.47) وهي أعلى من قيمة المتوسّط الحسابي السّلمي(3)، وقيمة الانحراف المعياري تساوي(0.94) ما يدلّ على أنّ هناك تباين في الإجابات، ومنه درجة الموافقة مرتفعة.

– **تحليل المؤشّر رقم 09:** يمتلك إعلاميو إذاعة القرآن الكريم شبكة علاقات قويّة.

*** جدول رقم22:**

الدّليل	التّوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		1	%2
لا أوافق		7	%13.7
محايد		16	%31.4
أوافق		21	%41.2
أوافق بشدّة		6	%11.8
المجموع		51	%100

جدول رقم 23:

المؤشّر9	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
يمتلك إعلاميو إذاعة القرآن...	4.41	0.60	مرتفعة جدا

التحليل:

الكمي:

من خلال الجدول22 نلاحظ أنّ: أعلى نسبة كانت 41.2% بـ أوافق تليها 31.4% كانوا محايدين، و لا أوافق كانت بـ13.7% وأوافق بشدّة 11.8% وأقلّ نسبة كانت لا أوافق بشدّة بـ 2%.

الكيفي: ويرجع سبب ارتفاع النسبة لدى موافق، للمكانة التي تعطيها الجماهير للعامل في الإذاعة أو الإعلامي بصفة عامّة، خاصة وأنّ إذاعة القرآن الكريم هي من الإعلام الرّسمي، التّابع للدّولة لذلك يعتبر المستمع كل عامل بهذا القطاع يمتلك شبكة علاقات قويّة.

أمّا أقل نسبة فكانت لا أوافق بشدّة و هي تمثّل مبحوثا واحد من بين 51 مبحوثان وقد يرجع السّبب في ذلك إلى أنّ العلاقات قد يمتلكها العامل البسيط وقد يفقدها ذو المكانة في العمل، كما أنّ العلاقات اليوم حسب ما يمكنك تقديمه.

من الجدول 23 نلاحظ أنّ:المتوسط الحسابي قيمته (4.41) وهي أعلى ما المتوسط الحسابي السّلمي، ودرجة الانحراف المعياري هي (0.60) ما يُبيّن وجود تباين نوعا ما ، فكانت درجة الموافقة مرتفعة جدا.

تحليل المؤشّر رقم 10: تحثّ إذاعة القرآن الكريم على فعل الخيرات.

الجدول 24:

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		0	%0
لا أوافق		1	%2
محايد		0	%0
أوافق		27	%52.9
أوافق بشدّة		23	%45.1
المجموع		51	%100

الجدول 25:

المؤشّر10	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تحثّ إذاعة القرآن الكريم على فعل ...	4.35	0.65	مرتفعة جداً

التحليل:

-الكمي: **من خلال الجدول24 نلاحظ أنّ** أعلى نسبة كانت بـ 52.9% وهي موافقة المبحوثين على أنّ إذاعة القرآن الكريم تحثّ على فعل الخيرات، تليها نسبة 45.1% ب أوافق بشدّة، و 2 % لا أوافق.

-الكيفي:

وترجع أعلى نسبة إلى أنّ شعار الإذاعة منارة الإعلام الهادف، من خلال الأفكار التي تعمل على نشرها في المجتمع كبرنامج خدمات خيرية.

أمّا أقل نسبة فتؤكّد على أنّ واحد من المبحوثين الذين يعتبرون أنّ إذاعة القرآن الكريم

لا لا تحثّ على فعل الخيرات وهذا يعود إلى أنّ المستمع للإذاعة لا يمكن له أن يكون على اطّلاع واسع بكلّ البرامج والخدمات خاصّة وأنّ العيّنة من الطّلبة.

ومن خلال الجدول25 نجد أنّ: المتوسّط الحسابي يتبيّن لنا أنّ درجة الموافقة كانت مرتفعة وهذا ما يظهر من خلال المتوسط الحسابي(4.35) الذي كان مرتفعا عن المتوسط الحسابي السّلمي(3)، ودرجة الانحراف المعياري كانت (0.65) ما يظهر وجود تباين نوعا ما.

تحليل المؤشّر 11: برامج إذاعة القران الكريم تهتم بالنّصح والإرشاد.

الجدول 26:

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		0	%00
لا أوافق		01	%2
محايد		02	%3.9
أوافق		26	%51
أوافق بشدّة		22	%43.1
المجموع		51	%100

جدول رقم 27:

المؤشّر11	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
.برامج إذاعة القرآن الكريم تهتم بالنّصح ..	4.35	0.65	مرتفعة جدا

التحليل :

- الكمي:

من خلال الجدول 26 يظهر لنا أنّ 51% كانوا موافقين، والمحايدين كانت نسبتهم هي 3.9% وأقلّ نسبة كانت بـ 2 %لا أوافق.

- الكيفي:

ويعود هذا الاختلاف في النّسب إلى أنّ الموافقين يعتبرون أنّ كل برامج الإذاعة أو معظمها هي نصح و إرشاد منها ما يتعلّق بالشباب ومنها ما يتعلّق بالقضايا الاجتماعية وطرق حلّها، منها ما يتعلّق بآفات اللّسان والتحذير منها، أو كبرنامج لنغيّر ما بأنفسنا.

ومن خلال الجدول27 نجد أنّ : المتوسّط الحسابي يساوي 4.35 وهو أعلى من المتوسط الحسابي السّلمي، والانحراف المعياري كان في الدّرجة (0.65)، لتظهر الموافق مرتفعة جدا.

- تحليل المؤشّر 12: تهتم بالشّباب وتبحث عن حلول لمشاكلهم.

جدول رقم 28:

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		**2**	**%3.9**
لا أوافق		**6**	**%11.8**
محايد		**12**	**%23.5**
أوافق		**26**	**%51**
أوافق بشدّة		**5**	**%9.8**
المجموع		**51**	**%100**

***جدول رقم 29:**

المؤشّر12	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تهتم بالشّباب وتبحث ن حلول لمشاكلهم...	**3.51**	**0.96**	**مرتفعة**

التحليل:

- الكمي:

من خلال الجدول 28 نلاحظ أنّ 51% أجابوا بـ أوافق، تليها 23.5% محايدين، وكذا 11.8% ب لا أوافق، و 9.8% أجابوا أوافق بشدّة، و أقلّ نسبة 3.9% لا أوافق بشدّة.

- الكيفي:

ويرجع سبب هذا الاختلاف في أعلى نسبة إلى الاهتمام الفعلي بالشّباب من خلال برنامج صوت الشّباب، الذي يذاع كلّ خميس، لكم الميكروفون، وهو ما يجسّد أنّ الإذاعة تسعى دائما لتقديم الأفضل.

ومن خلال الجدول29 للمتوسط الحسابي نلاحظ أنّ: المتوسط الحسابي للمؤشّر رقم 12 أ كبر من المتوسط الحسابي السّلمي، والانحراف المعياري يساوي(0.96) لتكون بذلك درجة الموافقة مرتفعة .

استنتاجات المؤشّر 13: تهتم بنقل رسائل المحتاجين.

***جدول رقم 30:**

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		**0**	**%0**
لا أوافق		**4**	**%7.8**
محايد		**06**	**%11.8**
أوافق		**36**	**%70.6**
أوافق بشدّة		**5**	**%9.8**
المجموع		**51**	**%100**

***جدول رقم 31:**

المؤشّر13	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تهتم إذاعة القرآن الكريم بنقل رسائل الحتاجين.	**3.82**	**0.71**	**مرتفعة**

التّحليل:

– **الكمي : من خلال الجدول 30 نلاحظ أنّ** 70.6%، من المبحوثين أجابوا بـ أوافق وتمثّل أعلى نسبة، تليها 11.8% محايدين، ثمّ 9.8% أوافق بشدّة، 7.8% لا أوافق.

– **الكيفي:** ويعود السّبب في ارتفاع نسبة المبحوثين الذين أجابوا بـ أوافق، إلى أنّ الطابع الإسلامي الذي تمتاز به المؤسّسة يحتم عليها مساعدة المحتاجين ونقل رسائلهم فالإذاعة تعتبر حلقة ربط بين المحتاج والغني.

بالنّظر إلى الجدول رقم 31: يبيّن لنا أنّ المتوسط الحسابي للمؤشّر13 هو 3.82 و هو أعلى من المتوسط الحسابي السّلمي، كما أنّ الانحراف المعياري هو 0.71 فنقول بأنّ هناك تباين بين الأفراد المستقصى منهم، وهو ما جعل درجة الموافقة مرتفعة.

– **تحليل المؤشّر 14:** تدعو إذاعة القرآن الكريم أفراد المجتمع إلى التّكاتف والتآزر فيما بينهم.

***جدول رقم 32:**

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		**0**	**%0**
لا أوافق		**1**	**%2**
محايد		**4**	**%7.8**
أوافق		**32**	**%62.7**
أوافق بشدّة		**14**	**%27.5**
المجموع		**51**	**%100**

***جدول رقم 33:**

المؤشّر14	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تدعو إذاعة القرآن الكريم إلى التكاتف.	4.16	0.64	مرتفعة

التّحليل :

– **الكمي: من خلال الجدول32 نلاحظ أنّ**62.7 % من المبحوثين أشاروا بـ أوافق، تليها 27.5% من المبحوثين أشاروا بـ أوافق بشدّة، ثمّ المحايدين ما نسبتهم 7.8% لتأتي آخر النّسب لا أوافق بـ 2%.

– **الكيفي:** من هذا يتبيّن لنا أنّ أهداف الإعلام الإسلامي عملية أكثر منها قولية من خلال النتائج المبيّنة في الجدول، ومن خصائص الإعلام الإسلاميّ أنّه إعلام هادف وبنّاء، فالدّعوة إلى التكاتف والتآزر بين أبناء المجتمع هو بناء للمجتمع ونشر الرّحمة والمودّة بينهم.

أمّا أقلّ نسبة فتعود لعدم اقتناع بعض الأفراد بهذه الأعمال خاصّة عندما يدعو إليها الإعلام، وهو لا يمثّل إلا فردا واحدا من عيّنة الدّراسة ، من جانب صدق المعلومات ومن جانب آخر لابد لوجود معارض حتى في طرق الخير.

أمّا بالنّظر إلى المتوسط الحسابي للعبارة المبينة أعلاه في الجدول رقم (33) نجد قيمته 4.16 وهي قيمة أكبر من المتوسّط الحسابي السّلمي (3)، كما أنه هناك نوعًا ما تباين في الإجابات، وهو ما جعل درجة الموافقة مرتفعة.

* **تحليل المؤشّر 15:** تسعى للقضاء على الفوارق الاجتماعيّة.

***جدول رقم 34:**

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		2	%3.9
لا أوافق		2	%3.9
محايد		18	%35.3
أوافق		20	%39.2
أوافق بشدّة		9	%17.6
المجموع		51	%100

***جدول رقم 35:**

المؤشّر15	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تسعى للقضاء على الفوارق الاجتماعية	3.63	0.95	مرتفعة

التّحليل :

– **الكمي: من خلال الجدول34 نلاحظ أنّ** معظم المبحوثين أجابوا بـ أوافق،بنسبة 39% تليها 35.3% كانوا من المحايدين، و أوافق بشدّة كانت نسبتهم 17.6%، وفي الأخير يأتي كل من لا أوافق، و لا أوافق بشدّة ب3.9%

– **الكيفي:** تعود أعلى نسبة من المبحوثين إلى أنّ إذاعة القرآن الكريم تسعى للقضاء على الفوارق الاجتماعيّة، لأنّ الإسلام أوّل ما جاء ساوى بين الفقير والغني ، إذاعة القرآن الكريم إعلام له علاقة بالدّين الإسلاميّ، والإسلام ينبذ كل أشكال التّفرقة وأنواعها.

من خلال الجدول رقم 35:

نلاحظ أنّ المتوسّط الحسابي للمؤشّر رقم 15كان في الدّرجة(3.63) وهي أعلى من المتوسّط الحسابي السّلمي، والانحراف المعياري يساوي (0.95) ما يبيّن وجود تباين في الإجابات، وكانت درجة الموافقة مرتفعة.

جـ– **تفريغ المحور الثاني القيم الاجتماعية في جداول مع التحليل.**

* **جدول رقم (36):** تعمل إذاعة القرآن الكريم على محاربة الجهوية.

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		**0**	**%0**
لا أوافق		**6**	**%11.8**
محايد		**16**	**%31.4**
أوافق		**24**	**%47.1**
أوافق بشدّة		**05**	**%9.8**
المجموع		**51**	**%100**

***جدول رقم (37):**

المؤشّر16	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تعمل إذاعة القرآن الكريم على محاربة الجهوية	**3.55**	**0.83**	**مرتفعة**

التّحليل:

- الكمي: من خلال الجدول(36) نلاحظ أنّ:

47% من المبحوثين أجابوا بـ أوافق، تليها 31.4% محايدين، ثمّ 11.8% كانوا من فئة لا أوافق وأقلّ نسبة كانت أوافق بشدّة بـ 9.8% .

- **الكيفي:** ويعود الاختلاف في النّسب إلى أنّ إذاعة القرآن الكريم تسعى جاهدة للوصول إلى أكبر الشرائح في المجتمع وتكون رفيق المستمع في كل مكان وفي كلّ الأوقات، وهو أوّل هدف تسعى إليه الإذاعة في قضائها على الجهوية.

أمّا جدول رقم (37) فيظهر أنّ: المتوسط الحسابي للعبارة تعمل إذاعة القرآن الكريم على محاربة الجهوية هو (3.55)، وهو أعلى من المتوسّط الحسابي السّلمي(3)، وتظهر قيمة الانحراف أن هناك تباين كبير بين أجوبة المستقصى منهم بقيمة (0.83)، وهو ما جعل درجة الموافقة مرتفعة.

- **استنتاجات المؤشّر رقم (17):** تهتم بكامل الفئات وتحثّ على الاندماج في المجتمع.

***جدول رقم (38):**

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النّسبة%
لا أوافق بشدّة		**0**	**%0**
لا أوافق		**9**	**%17.6**
محايد		**14**	**%27.5**
أوافق		**23**	**%45.1**
أوافق بشدّة		**05**	**%9.8**
المجموع		**51**	**%100**

. جدول رقم (39):

المؤشّر 1	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تهتم بكامل الفئات وتحثّ على الاندماج في المجتمع	3.47	0.90	مرتفعة

التّحليل:

- الكمي: من خلال الجدول (38) نلاحظ أنّ:

45.1% من المبحوثين أجابوا بأوافق على أنّ إذاعة القرآن الكريم تهتم بكلّ فئات المجتمع تليها 27.5% من المبحوثين كانوا من المحايدين، و 17.6% منهم أجابوا بـ لا أوافق، بينما 9.8 % منهم كانوا موافقين بشدّة.

- **الكيفي:** ويرجع الاختلاف في النّسب بين الموافقين والموافقين بشدّة، إلى طبيعة الإذاعة التي تأخذ مبادئها من مبادئ الدّين الإسلامي، كون الرّسالة المحمّدية رسالة شمولية أي للنّاس كافّة، كما أنّ الإذاعة منبر لنشر الثقافة الإسلاميّة.

من خلال جدول رقم(39) نلاحظ أنّ: المتوسط الحسابي3.47 كان أعلى من المتوسط الحسابي السلمي(3)، وكانت درجة الانحراف المعياري تساوي(0.90)،ومنه درجة الموافقة مرتفعة.

* **استنتاجات المؤشّر (18):** تعالج المواضيع ذات الاهتمام المشترك.

جدول رقم 40:

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		**0**	**%0**
لا أوافق		**4**	**%7.8**
محايد		**7**	**%13.7**
أوافق		**36**	**%70.6**
أوافق بشدّة		**4**	**%7.8**
المجموع		**51**	**%100**

جدول رقم 41:

المؤشّر18	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تعالج إذاعة القرآن الكريم المواضيع..	3.78	0.70	مرتفعة

التّحليل:

- الكمي:

من خلال الجدول رقم 40 نلا حظ أنّ 70.6% من المستقصى منهم أجابوا بأوافق، تليها 13.7% من المحايدين،ثم كلّ من لا أوافق ، وأوافق بشدة نفس النّسبة ب 7.8%.

- الكيفي:

من خلال هذه النتائج تظهر لنا إذاعة القرآن الكريم تعمل جاهدة على جمع الأسرة والأفراد حول المواضيع التي تهمّ الكل، وبالنّظر إلى الإجابات فهو شيء منطقي إذا ما قورنت الإذاعة مع بقية الإذاعات الأخرى خاصّة وأنّ التوقيت التي تبث فيه القناة برامجها هو من الليل أو فترة العمل، لكن بالرّغم من ذلك استطاعت ان تكوّن جمهورا لا بأس به.

من خلال جدول رقم (41) نلاحظ أنّ: المتوسط الحسابي كان(3.78) أعلى من المتوسط الحسابي السلمي(3)، وكانت درجة الانحراف المعياري تساوي(0.70)،ومنه درجة الموافقة مرتفعة.

* **استنتاجات المؤشّر 19:** تنبذ كلّ أشكال الصّراعات وتحارب الانقسامات في المجتمع.

جدول رقم(42):

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		**1**	**%2**
لا أوافق		**5**	**%9.8**
محايد		**9**	**%17.6**
أوافق		**30**	**%58.8**
أوافق بشدّة		**6**	**%11.8**
المجموع		**51**	**%100**

جدول رقم (43):

المؤشّر 1	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تنبذ كل أشكال الصّراعات وتحارب الانقسامات...	**3.69**	**0.88**	**مرتفعة**

التّحليل:

- الكمي:

من خلال الجدول (42) نلاحظ أنّ:

الإجابة حول المؤشّر 19 كانت كالآتي 58.8%من المستقصى منهم كانوا من الموافقين على أنّ إذاعة القرآن الكريم تنبذ كلّ الصّراعات وتحارب الانقسامات، و17.6% منهم كانوا من المحايدين، و 11.8% منهم كانوا موافقين بشدّة، والذين لم يوافقوا على ذلك كانت نسبتهم 9.8 لتكون أقلّ نسبة في لا أوافق بشدّة ب 2%

- الكيفي:

و يعود سبب اختلاف النّسب وارتفاعها في أوافق على أنّ الإذاعة تنبذ كل أشكال الصّراعات وتحارب الانقسامات، إلى طبيعة الفترة التي ابتدأت القناة فيها العمل ، وبالضبط في التسعينات، حيث كانت الجزائر تعاني ن مشكل الإرهاب وسعى الدّولة لمحاربة التّطرف، وهو ما جعلها تنظر بمنظار المجتمع الواحد الذي إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسّهر والحمّى.

من خلال جدول رقم (43) نلاحظ أنّ:

المتوسط الحسابي كان (3.69) وهو أعلى من المتوسط الحسابي السلمي (3)، وكانت درجة الانحراف المعياري تساوي (0.88)،ومنه درجة الموافقة مرتفعة.

* **تحليل المؤشّر 20** : تدعو إلى التكتّل ضد أخطار المجتمع.

جدول رقم (44):

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		**0**	**%00**
لا أوافق		**3**	**%5.9**
محايد		**6**	**%11.8**
أوافق		**37**	**%72.5**
أوافق بشدّة		**5**	**%9.8**
المجموع		**51**	**%100**

جدول رقم (45):

المؤشّر20	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تدعو إلى التكتل ضد الأخطار التي تهدّد المجتمع.	**3.86**	**0.66**	**مرتفعة**

التّحليل:

- الكمي:

من خلال الجدول رقم (44):

72.5% من أفراد العيّنة، أجابوا بأوافق على أنّ الإذاعة تدعو إلى التّكتل ضدّ الأخطار التي تهدّد المجتمع، و 11.8% من أفراد العيّنة كانوا محايدين، و9.8% منهم كانوا موافقين بشدّة، و 5.9% لم يوافقوا على ذلك.

- الكيفي:

كانت أعلى النّسب من أفراد العيّنة تشير إلى أنّ الإذاعة تدعو إلى التكتّل ضد الأخطار التي تهدّد المجتمع، وهذا ما نسمعه من الإذاعة عند أي خطر يحدق بالجزائر بأخذ الحيطة وعدم السّماح للآخر بالتّعبير عن رأيك الشخصيّ كما حدث في الانتخابات الأخيرة حيث الإذاعة تدعو إلى المشاركة بقوة وعدم إعطاء الفرصة لكل من يتربّص بالجزائر.

من خلال الجدول (45) نلاحظ أنّ:

المتوسط الحسابي يساوي (3.86)، وهو أعلى من المتوسّط الحسابي السّلمي(3)، والانحراف المعياري يساوي (0.66) ما يدلّ على وجود تباين، ومنه درجة الموافقة مرتفعة.

* تحليل **مؤشّر رقم 21:** تشجّع إذاعة القرآن الكريم على الحوارات البناءة والنّقاشات الهادفة.

جدول رقم (46):

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		**00**	**%00**
لا أوافق		**01**	**%2**
محايد		**06**	**%11.8**
أوافق		**34**	**%66.7**
أوافق بشدّة		**10**	**%19.6**
المجموع		**51**	**%100**

جدول رقم (47):

المؤشّر 21	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تشجّع إذاعة القرآن الكريم على الحوارات ..	**4.04**	**0.63**	**مرتفعة**

التحليل:

- الكمي:

من خلال الجدول رقم (46) نلاحظ أنّ:

66.7% من المستقصى منهم وافقوا على أنّ الإذاعة تشجّع الحوارات البناءة والنّقاشات الهادفة، و19.6% منهم كانوا موافقين بشدّة،ثم المحايدين كانت نسبتهم 11.8%و أقل النّسب كانت لا أوافق بـ 2%

- الكيفي:

من خلال هذه النتائج يتبيّن لنا أنّ البرامج التي تضعها إذاعة القرآن الكريم هي برامج هادفة،كونها تعطي للمستمع الحرية وطرح الانشغال مباشرة مع المختص او الدّاعية خاصّة في البرامج الدّينية التي يكون فيها طرح للأسئلة، والاستماع للإجابة، وهو ما يؤدّي إلى الاعتماد على العلماء والمختصّين في كافة المجالات.

من خلال الجدول رقم (47) نلاحظ أنّ:

المتوسط الحسابي يساوي 4.04 وهو أعلى من المتوسّط الحسابي السّلمي، كما انّ الانحراف المعياري يساوي 0.63ما يظهر وجود تباين ، وكانت درجة الموافقة مرتفعة.

– **تحليل المؤشّر22:** تفتح إذاعة القران الكريم قنوات لإيصال المساعدات للمحتاجين.

***جدول (48):**

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		**0**	**%00**
لا أوافق		**1**	**%2**
محايد		**4**	**%7.8**
أوافق		**35**	**%68.6**
أوافق بشدّة		**11**	**%21.6**
المجموع		**51**	**%100**

***جدول (49):**

المؤشّر22	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تفتح إذاعة القرآن قنوات لإيصال المساعدات ...	**4.10**	**0.60**	**مرتفعة**

التحليل:

– **الكمي:**

من خلال الجدول 48 نلاحظ أنّ: 68.6%من أفراد العيّنة أجابوا بأوافق على أنّ الإذاعة تفتح قنوات لإيصال المساعدات للمحتاجين، تليها 21.6 منهم يوافقون بشدّة، ثمّ 7.8 منهم كانوا محايدين، و2 منهم لم يوافقوا.

– **الكيفي:**

وهذا ما نلمسه في برنامج صارحني حث يتم التطرق إلى أي مشكلة من المشاكل أو حادثة من الممكن أن تعالج من أجل الخروج بأفضل النتائج ، كما أنّ البرامج الدّينية الفقهية من الممكن أن تكون كأداة تواصل بين المستمع والمحتاج حيث يكون الدّاعية هو الواسطة بين المحتاج والمتصدّق.

من خلال الجدول (49) نلاحظ أنّ: المتوسط الحسابي يساوي 4.10 وهو أعلى من المتوسّط الحسابي السّلمي، كما انّ الانحراف المعياري يساوي 0.60ما يظهر وجود تباين ، وكانت درجة الموافقة مرتفعة.

– **تحليل المؤشّر 23:** تدعو إذاعة القرآن الكريم إلى احترام الطرف الآخر وعدم إقصائه.

***جدول رقم 50:**

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		**0**	**%0**
لا أوافق		**2**	**%3.9**
محايد		**5**	**%9.8**
أوافق		**37**	**%72.5**
أوافق بشدّة		**7**	**%13.7**
المجموع		**40**	**%100**

***جدول رقم 51:**

المؤشّر23	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تدعو إذاعة القرآن الكريم إلى احترام الطّرف الآخر.	**3.96**	**0.63**	**مرتفعة**

التحليل:

– **الكمي: من خلال الجدول 50 نلاحظ أنّ** 72.5%من أفراد العيّنة وافقوا على أنّ الإذاعة تدعو إلى احترام الطّرف الآخر وعدم إقصائه، تليها 13.7% وافقوا بشدّة، و 9.8% كانوا من المحايدين، و 3.9% لم يوافقوا.

– **الكيفي:** وهذا ما نلحظه بالذّات في برنامج صوت الشّباب بحيث يتم التطرق لمشاكل الشّباب والاستماع لهم وفي كثير من الأحيان يدافع هؤلاء الشباب عن أفكارهم حتى و إن كان كلّ عاقل يرى بأنها غير صائبة، لكن في المقابل يكون توجيههم بطريقة تشعرهم بأنّ هناك من يستمع لهم، ويشاركهم أفكارهم.

من خلال الجدول 51 نلاحظ أنّ: المتوسط الحسابي يساوي 3.96 وهو أعلى من المتوسّط الحسابي السّلمي، كما أنّ الانحراف المعياري يساوي 0.63ما يظهر وجود تباين ، وكانت درجة الموافقة مرتفعة.

- **تحليل المؤشّر 24:** تحفّز إذاعة القرآن المستمعين إلى مدّ يد العون.

- **جدول رقم (52):**

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		**1**	**%00**
لا أوافق		**2**	**%3.9**
محايد		**2**	**%3.9**
أوافق		**33**	**%64.7**
أوافق بشدّة		**13**	**%25.5**
المجموع		**51**	**%100**

جدول رقم (53):

المؤشّر24	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تحفّز إذاعة القرآن الكريم المستمعين ..	**4.08**	**0.79**	**مرتفعة**

التّحليل:

- **الكمي:**

من خلال الجدول 52 نلاحظ أنّ: 64.7%من أفراد العيّنة وافقوا على أنّ الإذاعة تحفّز المستمعين من أجل مدّ يد العون، وهي أعلى النّسب تليها، أوافق بشدّة بـ 25.5% ، ثمّ كل من محايد ولا أوافق بنفس النّسبة والتي هي 3.9%

- **الكيفي:** ويرجع سبب الموافقة على أنّ الإذاعة تحفّز المستمعين، وهذا لأنّ الرّكن الثالث من أركان الإسلام هو الزّكاة، أي إعطاء حقّ الفقير، وتدخل فيها الصّدقة بكلّ أنواعها، وكنّا قد أشرنا في بحثنا على أنّ الإعلام الإسلاميّ هو إعلام متخصّص يأخذ مبادئه من الدّين الإسلاميّ.

من خلال الجدول 55 نلاحظ أنّ: المتوسط الحسابي يساوي4.08 وهو أعلى من المتوسّط الحسابي السّلمي(3)، كما انّ الانحراف المعياري يساوي 0.79 ما يظهر وجود تباين ، وكانت درجة الموافقة مرتفعة.

- **تحليل المؤشّر** 25: تبادل ونقل الأفكار والمعلومات.

*جدول رقم (54):

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		**1**	**%2**
لا أوافق		**2**	**%3.9**
محايد		**6**	**%11.8**
أوافق		**33**	**%64.7**
أوافق بشدّة		**9**	**%17.6**
المجموع		**51**	**%100**

جدول رقم (55):

المؤشّر25	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تبادل ونقل الأفكار والمعلومات.	**3.92**	**0.79**	**مرتفعة**

التّحليل:

- الكمي:

من خلال الجدول (54) نلاحظ أنّ:

64.7% من افراد العيّنة وافقوا على تبادل ونقل المعلومات، و17.6 منهم وافقوا بشدّة، و 11.8 كانوا محايدين، في حين 3.9 لم يوافقوا، و2 منهم لم يوافقوا بشدّة،

- الكيفي:

ويعود هذا الاختلاف في النّسب وبروز موافق كأعلى نسبة لأنّ الإعلام الحقيقي هو الإعلام الذي يعمل على نقل المعلومات والأفكار وتبادلها، كما أنّ الإعلام هو أداة لتنوير المتلقي، والإعلام الإسلاميّ هو

إعلام يقوم على نقل المعلومة فلا يكون ضرر أو ضرار على المتلقي أو المصدر أو المجتمع ككل، وإذاعة القرآن الكريم هي جزء من الإعلام الإسلاميّ.

من خلال الجدول (55) نلاحظ أنّ:

المتوسط الحسابي للمؤشّر 25 هو 3.92، وهو أعلى من المتوسّط الحسابي السّلمي(3)، كما أن الانحراف المعياري هو في الدّرجة (0.79)، ما يظهر وجود تبان في الإجابات، وعليه كانت درجة الموافقة مرتفعة.

– **تحليل المؤشّر26:** تشجّع إذاعة القرآن الكريم على العمل التطوعي والخدمة العموميّة.

***جدول رقم 56:**

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		**1**	**%2**
لا أوافق		**02**	**%3.9**
محايد		**02**	**%3.9**
أوافق		**32**	**%62.7**
أوافق بشدّة		**14**	**%27.5**
المجموع		**51**	**%100**

جدول رقم 57:

المؤشّر26	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تشجّع إذاعة القرآن الكريم على العمل	**4.10**	**0.80**	**مرتفعة**

التحليل:

– الكمي:

من خلال الجدول 56 نجد أنّ:

62.7% من المستقصى منهم أجابوا بأوافق على المؤشّر 26، و 27.5% منهم كانوا موافقين بشدّة، ثمّ لا أوافق ومحايد كانت بنفس النّسبة وهي 3.9%.

- الكيفي:

يرجع سبب الموافقة كأعلى نسبة لخصوصية المجتمع الجزائري الذي يرى بأن العمل التطوعي من صفاته، وإذاعة القران الكريم في المناسبات الوطنية والدّينية تثمّن الأعمال التطوعية وتقوم بتغطية إعلاميّة لها، مثل ما يقوم به بعض المتطوعين في رمضان من أجل إفطار الصائمين.

من خلال الجدول (57):نجد أنّ المتوسّط الحسابي يساوي (4.10)، وهو أعلى من المتوسّط الحسابي السّلمي(3)، كما أنّ الانحراف المعياري يساوي (0.80) ما يدلّ على وجود تباين في الإجابات، وكانت درجة الموافقة مرتفعة.

- **تحليل المؤشّر**27: تدعو إذاعة القرآن الكريم إلى نصرة المظلوم والدّفاع عن حقوق الضّعفاء.

جدول رقم (58):

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		**0**	**%00**
لا أوافق		**4**	**%7.8**
محايد		**12**	**%23.5**
أوافق		**27**	**%52.9**
أوافق بشدّة		**8**	**%15.7**
المجموع		**51**	**%100**

جدول رقم(59):

المؤشّر27	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تدعو إذاعة القرآن الكريم إلى نصرة المظلوم	**3.76**	**0.81**	**مرتفعة**

التحليل:

- الكمي:

من خلال الجدول (58) يتبين لنا:الإجابة حول دعوة إذاعة القرآن الكريم إلى نصرة المظلوم والدّفاع عن حقوق الضّعفاء، كان 52.9% من أفراد العيّنة وافقوا على ذلك وهي أعلى نسبة، تليها 15.7% كانوا موافقين بشدّة،و 23.5% منهم محايدين، والبقية بـ 7.8% لا يوافقون على ذلك.

- الكيفي:

فإذاعة القرآن الكريم تسعى جاهدة لترتقي بالأخلاق الإسلامية، وليكون المجتمع يدا واحدة، فإذا كانت الإذاعة تدعو إلى دين الله بالموعظة الحسنة والرّفق فمن باب أولى أن تدافع عن الضعفاء وتكون سندا لهم في الحياة ورسول الله صلى الله عليه وسلّم يقول:" من كان في حاجة أخيه كان الله في حاجته"

من خلال الجدول رقم (59) نجد أنّ : المتوسّط الحسابي يساوي (3.76)، وهو أعلى من المتوسّط الحسابي السّلمي(3)، ودرجة الانحراف هي (0.81) ما يثبت وجود تباين، لذلك كانت درجة الموافقة مرتفعة.

- تحليل المؤشّر 28: تغرس روح التكافل بين أفراد المجتمع.

***الجدول رقم(60):**

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		**00**	**%00**
لا أوافق		**00**	**%00**
محايد		**01**	**%2**
أوافق		**42**	**%82.4**
أوافق بشدّة		**8**	**%15.7**
المجموع		**51**	**%100**

جدول رقم 61:

المؤشّر28	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تغرس الإذاعة روح التكافل بين افراد المجتمع	**4.14**	**0.40**	**مرتفعة**

التحليل:

- الكمي:

من خلال الجدول رقم (60) نجد أنّ:

82.4% من المستقصى منهم وافقوا على أنّ الإذاعة تغرس روح التكافل بين أفراد المجتمع، تليها نسبة 15.7% كانوا موافقين بشدّة، و المحايدين كانوا 2%.

- الكيفي:

وهذا من خلال الحملات التي تقوم بها الإذاعة وتدعو النّاس للمشاركة فيها كحملات التّبرع بالدّم لصالح المرضى، أو شراء كسوة العيد للفقراء والمحتاجين وغيرها، وكلّ هذا الأشياء جعلت المسامع يرى بأنّ القناة تدعو للتكافل في المجتمع.

من خلال الجدول رقم (61):

المتوسط الحسابي للمؤشّر 28 يساوي (4.14)، و الانحراف المعياري(0.40)، ما يدل على أنّ درجة الاختلاف في الإجابات كانت قليلة، وكانت درجة الموافقة مرتفعة.

* **تحليل المؤشّر** 29: تدعو إلى الانخراط والمشاركة في الجمعيات الخيرية.

جدول رقم (62):

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		**00**	**%00**
لا أوافق		**5**	**%9.8**
محايد		**12**	**%23.5**
أوافق		**25**	**%49.0**
أوافق بشدّة		**9**	**%17.6**
المجموع		**51**	**%100**

جدول رقم(63):

المؤشّر29	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تدعو إلى الانخراط والمشاركة في الجمعيات الخيرية.	**3.75**	**0.86**	**مرتفعة**

التّحليل:

- الكمي:

من خلا الجدول (62)نلاحظ أنّ 49%من أفراد العيّنة وافقوا على أنّ الإذاعة تدعو غلى الانخراط والمشاركة في الجمعيات الخيرية، تليها نسبة 23.5% منهم كانوا محايدين، و 17.6% وافقوا بشدّة و 9.8% لم يوافقوا.

- الكيفي:

من خلال إجابات المبحوثين نجد أنّ إذاعة القرآن تهتم بالعمل الخيري، وهذا من خلال المشاركة الفعالة للجمعيات واستضافت القائمين على خاصّة الجمعيات التي تنشط في المجال الصّحي لمساعدة المرضى على غرار جمعيات مرضى السّكري ، كما تهتم بالجمعيات النّاشطة في مجال البيئة، أو الجمعيات التي تهتم بالنّساء كالطرز والخياطة وغيرها من أجل إيجاد عمل للمرأة الماكثة في البيت.

من خلال الجدول رقم(63) نلاحظ أنّ:المتوسّط الحسابي للمؤشّر، تدعو إذاعة القرآن الكريم إلى المشاركة والانخراط في الجمعيات الخيري (3.75)، و الانحراف المعياري(0.86) ما يدل على وجود تباين في إجابات أفراد العيّنة، وكانت درجة الموافقة مرتفعة.

* **استنتاجات المؤشّر** 30: تهتم بالقضايا العامّة للأمّة الإسلاميّة.

***جدول رقم(64):**

الدّليل	التوزيع	التّكرار	النسبة%
لا أوافق بشدّة		**0**	**%0**
لا أوافق		**3**	**%5.9**
محايد		**13**	**%25.5**
أوافق		**25**	**%49**
أوافق بشدّة		**10**	**%19.6**
المجموع		**51**	**%100**

***جدول رقم(65):**

المؤشّر30	المتوسط الحسابي	الانحراف م	درجة الموافقة
تهتم بالقضايا العامّة للأمّة الإسلاميّة.	3.82	0.81	مرتفعة

التّحليل:

- الكمي:

من خلال الجدول رقم (64) نلاحظ أنّ: 49 من أفراد العيّنة وافقوا على أنّ إذاعة القرآن الكريم تهتم بالقضايا العامّة للأمّة الإسلاميّة، و 25.5 منهم كانوا من المحايدين،و 19.6 وافقوا بشدّة، في حين أنّ 5.9 من أفراد العيّنة لم يوافقوا.

- الكيفي:

وهذا راجع إلى الدعوة المحمدية التي ترى بأنّ أخوة الدّين مقدّمة على أخوّة القرابة فدين الإسلام يسمي المسلم باخ المسلم ولا بد للأخ من أن يتفقّد أخاه ويعلم ما به، وهو عمل إذاعة القرآن الكريم التي تسعى جاهدة لتطبيق تعاليم الدّين الإسلاميّ من خلال برامجها وإطلالاتها وشعارها هو " منارة الإعلام الهادف".

من خلال الجدول رقم (65) نلاحظ أنّ:

المتوسّط الحسابي لمؤشّر اهتمام الإذاعة بالقضايا العامّة للأمّة الإسلاميّة والذي يساوي (3.82)وهو أعلى من المتوسّط الحسابي السّلمي(3)، و درجة الانحراف المعياري تساوي (0.81) ما يدلّ على وجود تباين ، وكانت درجة الموافقة مرتفعة.

- االمطلب الثاني: اختبار فرضيات الدّراسة،والنتائج:

1- اختبار فرضيات الدّراسة:

بما أنّ الفرضية الرئيسية تحمل متغيري الدّراسة واللذان هما (الإعلام الإسلاميّ، القيم الاجتماعيّة)، فإنّنا سوف نلجأ إلى اختبار الفرضيات الفرعيّة التي تمثّل أبعاد المتغيرين السابقين ، بعدما نظرنا في المتوسط الحسابي لكلّ مؤشّر من المؤشّرات.

ا- **اختبار الفرضية الفرعية الأولى:** تنص الفرضية الأولى على:

H_0 . **لا** توجد علاقة طردية بين وسائل الإعلام الإسلامي و نشر القيم الاجتماعيّة.

H_1: توجد علاقة ارتباطيّة بين وسائل الإعلام الإسلاميّ و نشر القيم الاجتماعية.

نتائج اختبار معامل الإرتباط سبيرمان لهذه الفرضية تظهر في الجدول التالي:

الجدول رقم (66):

العبارة	معامل الارتباط سبيرمان	مستوى المعنوية Sig	الدلالة
العلاقة بين الوسيلة الإعلامية والقيم الاجتماعية	**0.655****	0.000	**دال**

التحليل : من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن قيمة معامل الإرتباط 0.655 وهي أكبر من 0.5، كما نجد قيمة sig(0.00) وهي أقل من (0.05) هذا يدل على وجود علاقة جيدة بين الوسيلة الإعلامية والقيم الإجتماعية ، بناءاً على هذا نخلص إلى رفض الفرضية **H_0** وقبول الفرضية التي نصها (توجد علاقة ارتباطيّة بين وسائل الإعلام الإسلاميّ و نشر القيم الاجتماعية).

ب- اختبار الفرضيّة الفرعيّة الثانية: تنص الفرضية الثانية على:

ـ توجد علاقة ارتباطيّة بين إعلاميي الإعلام الإسلامي و نشر ودعم القيم الاجتماعية.

- نتائج اختبار معامل الإرتباط سبيرمان ملحق (4) لهذه الفرضية تظهر في الجدول التالي:

الجدول رقم (67):

العبارة	معامل الارتباط سبيرمان	مستوى المعنوية Sig	الدلالة
العلاقة بين الإعلاميون والقيم الاجتماعية	**0.816****	0.000	**دال**

- التحليل:

من خلال الجدول (64) يتبين لنا أن قيمة معامل الإرتباط **0.816** وهي أكبر من 0.5، كما نجد قيمة sig(0.00) وهي أقل من (0.05) هذا يدل على وجود علاقة قوية بين الوسيلة الإعلامية والقيم

الإجتماعية ، بناءاً على هذا نخلص إلى قبول الفرضية التي نصها (توجد علاقة ارتباطيّة بين إعلاميي الإعلام الإسلامي و نشر القيم الاجتماعية).

جـ – اختبار الفرضية الفرعيّة الثالثة: تنص الفرضية الأولى على:

– توجد علاقة ارتباطية بين رسالة الإعلام الإسلامي ونشر ودعم القيم الاجتماعية.

– نتائج اختبار معامل الإرتباط سبيرمان ملحق(4) لهذه الفرضية تظهر في الجدول التالي:

الجدول رقم (68):

العبارة	معامل الارتباط سبيرمان	مستوى المعنويةsig	الدلالة
العلاقة بين الرسالة والقيم الاجتماعية	**0.785****	0.000	**دال**

– التحليل:

من خلال الجدول (65) يتبين لنا أن قيمة معامل الإرتباط **0.785** وهي أكبر من 0.5، كما نجد قيمة sig(0.00) وهي أقل من (0.05) هذا يدل على وجود علاقة جيدة بين الوسيلة الإعلامية والقيم الإجتماعية ، بناءاً على هذا نخلص إلى وقبول الفرضية و التي نصها (توجد علاقة ذات دلالة إحصائيّة ارتباطية طردية بين الرّسالة و نشر ودعم القيم الاجتماعية.).

د– اختبار الفرضية الرئيسة: تنص الفرضية الرئيسية على أنّه:

– توجد علاقة إحصائيّة طردية بين الإعلام الإسلامي ونشر ودعم القيم الاجتماعيّة.

– نتائج اختبار معامل الإرتباط سبيرمان ملحق (4) لهذه الفرضية تظهر في الجدول التالي:

الجدول رقم (69):

العبارة	معامل الارتباط سبيرمان	مستوى المعنوية Sig	الدلالة
العلاقة بين الإعلام الإسلامي والقيم الاجتماعية	**0.785****	0.000	**دال**

– التحليل:

من خلال الجدول(66) يتبين لنا أن قيمة معامل الإرتباط 0.785 وهي أكبر من 0.5، كما نجد قيمة sig(0.00) وهي أقل من (0.05) هذا يدل على وجود علاقة طردية قويّة بين الإعلام الإسلامي

والقيم الإجتماعية، وبناءً على الفرضيّات الفرعية السّابقة خلصنا إلى قبول الفرضية الرئيسية التي نصها (توجد علاقة إحصائيّة طردية بين الإعلام الإسلامي و نشر ودعم القيم الاجتماعية).

2- نتائج الدّراسة

من خلال هذه الدّراسة خلصنا إلى مايلي:

* إذاعة القرآن الكريم متاحة في كلّ المناطق رغم الظروف الصّعبة، والتضاريس التي تتوفر عليها البيئة الجزائريّة، كما أنّ توقيت البث الذي يتزامن جزء كبير منه في الفترة اللّيلية.

* إذاعة القرآن الكريم حلقة ربط بين أفرد المجتمع، نتيجة الطّابع الإسلامي الذي يغلب عيها إذ تعتبر قناة إعلاميّة إسلاميّة متخصّصة، فمن مبادئ ديننا الحنيف الدّعوة إلى الترابط ونبذ الفرقة والتشتت.

* شبكة الإعلاميين العاملين في إذاعة القرآن الكريم يمتلكون شبكة علاقات قويّة، وهذا نتيجة العمل الاتّصالي الذي يقومون به مع كافّة أطياف المجتمع، لأنّ أهم البرامج التي تبثّها القناة هي من وحي المجتمع.

* تهتم إذاعة القرآن الكريم بالشباب، وتسعى لإيجاد حلول لمشاكل الشباب من خلال التقرب والمشاركة في إبداء الآراء وفتح أبواب النّقاش.

* تعمل إذاعة القرآن الكريم على محاربة الجهوية من خلال نقل رسائل الجماهير، والعمل على توسيع دائرة تردّدات الإذاعة.

* تعمل إذاعة القرآن الكريم على نشر قيم الوحدة من خلال محاربة الجهوية، والاهتمام بفئات المجتمع والحثّ على الاندماج في المجتمع.

* تساهم إذاعة القرآن الكريم في نشر قيم التفاعل الإيجابي في المجتمع، كمدّ يد العون للمحتاجين، احترام الطّرف الآخر وعدم إقصائه.

* إذاعة القرآن الكريم تنشر قيمة التضامن، من خلال العمل التطوعي والخدمة العموميّة، الاهتمام بالقضايا العامّة للأمّة الإسلاميّة ونصرتها.

* هناك علاقة بين وسيلة الإعلام الإسلامي والتي كانت الإذاعة في هذه الدّراسة، والقيم الاجتماعيّة، بحيث كان معامل الارتباط 0.6 وهو أقلهم مقارنة مع بقيّة معاملات الارتباط لكل من البرامج والإعلاميين.

* هناك علاقة طردية قويّة بين الإعلاميين العاملين في الإعلام الإسلامي والقيم الاجتماعيّة، وكان أعلى المعاملات بحيث بلغ 0.8 وهذا نظرا لدور الإعلامي باعتباره قدوة في المجتمع

* هناك علاقة قوية بين برامج الإعلام الإسلامي، والقيم الاجتماعيّة، بحيث بلغ معامل الارتباط 0.7 وهي ما يثبت المستوى الكبير للبرامج التي تقدّمها إذاعة القرآن الكريم.

* بلغ معامل الارتباط بين الإعلام الإسلامي والقيم الاجتماعيّة 0.7 وهو ما يدلّ على وجود علاقة طردية قوية بين المتغيّر المستقل والمتغيّر التابع.

خاتمة:

جـــاء هـــذا البحـــث كمحاولـــة لدراســـة العلاقـــة بـــين الإعـــلام والقـــيم الاجتماعيـــة، نتيجـــة الاســـتخدام الواســـع لهـــذه الوســـائل، وخصّصـــنا هـــذا بـــالإعلام الإســـلامي، مـــن أجـــل تقريـــب الإعـــلام أكثـــر وفهمـــه وإعطائـــه حقـــا مـــن الدّراســـة و التّحليـــل خاصّـــة وأنّ الغـــرب قـــد قطعـــوا أشـــواطا كبيـــرة فيـــه، إذ يعتبـــر وســـيلة تعليميّـــة وتثقيفية، والأكثر من ذلك حربيّة.

فأثبتـــت الدّراســـة المســـحيّة التـــي قمنـــا بهـــا عـــن فهـــم الطّلبـــة لواقـــع الإعـــلام، وأنّ وســـائل الإعـــلام كغيرهـــا مـــن مراكـــز التنشـــئة التـــي تنشـــر القـــيم الاجتماعيّـــة إن أُحســـن اســـتعمالها، وتنشـــر الرّذائـــل إن أســـيء اســـتعمالها، وأنّ وســـائل الإعـــلام أصـــبحت ركيـــزة أساســـية لأيّ مجتمـــع مـــن المجتمعـــات، ولهـــذا كـــان البحـــث عـــن مكانـــة هـــذه الوســـائل فـــي المجتمعـــات الإســـلاميّة، إذا مـــا ألبســـناها لبـــاس الشـــريعة وعرضـــناها علـــى كتـــاب الله وســـنّة رســـول الله صـــلى الله عليـــه وســـلّم ، فالوســـيلة الإعلاميّـــة فـــي الإعـــلام الإســـلامي لهـــا دور كبيـــر فـــي نشـــر القـــيم فـــي المجتمـــع، فكّلّمـــا صـــاحب الوســـيلة تطـــور فـــي الجانـــب التقنـــي والاتّصـــالي، كلّمـــا كـــان لهـــا دور فـــي نشـــر ودعـــم القـــيم الاجتماعيـــة، كمـــا أنّ القـــائم بالاتّصـــال فـــي الإعـــلام الإســـلامي يمثـــل القـــدوة، فاختيـــار القـــائم بالاتّصـــال الكفـــأ هـــو بمثابـــة نجـــاح للمؤسّســـة وللإعـــلام الإســـلامي وللمجتمـــع ككـــل، كمـــا أنّ للكلمـــة حقّهـــا فـــالبرامج التـــي تشـــدّ المســـتمع وتعمـــل علـــى ربطـــه بمجتمعـــه ، هـــي بـــرامج تقـــود الفـــرد ليكـــون فـــردا فعـــالا فـــي مجتمعـــه، ومـــن خـــلال فرضـــيات الدّراســـة التـــي كانـــت إيجابيـــة تبـــيّن لنـــا أنّ الإعـــلام الإســـلاميّ مـــن خـــلال تطـــوير كـــلّ مـــن الوســـيلة وتكـــوين الإعلاميـــين واختيـــار البـــرامج المناســـبة يـــؤدّي إلـــى نشـــر القـــيم الاجتماعيـــة فـــي المجتمـــع الإســـلامي بـــين الأفـــراد ويـــدعمها، وهـــو مـــا يبـــيّن أنّ

الإعـــلام الإســـلامي حلقـــة تضـــاف مـــن أجـــل دعـــم وترســـيخ القـــيم، وأنّ العلاقـــة الناشـــئة بـــين الإعـــلام الإســـلامي هـــي علاقـــة طرديّـــة، فمتـــى مـــا وجـــد الإعـــلام الإسلاميّ وجدت القيم الاجتماعية.

- قائمة المراجع:

- القرآن الكريم برواية حفص عن عاصم.

– أبو زكريا يحي بن شرف النووي، رياض الصّالحين، دار الحديث، القاهرة، 2003م.

– ابن منظور ، لسان العرب، دار لسان العرب ، بيروت، الجوء الأول،د ط، د س ن.

– أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون ، الجزائر، 2003م.

- البستاني معلم بطرس، محيط المحيط، مكتبة لبنان، بيروت، 1977م .

– السيّد الشّحات أحمد حسن، الصّراع القيمي لدى الشّباب ومواجهته من منظور التّربية الإسلامية، دار الفكر العربي،القاهرة،د س ن.

– أحمد لطفي بركات ، القيم والتربيّة، دار المريخ للنشر، ط1، 1983م.

– الطاهر بوغازي، القيم التربوية: مقاربة نفسية، منشورات الحبر، الجزائر، 2010م.

– ماجد راغب الحلو ، حرية الإعلام والقانون،منشاة المعارف ، الإسكندرية، 2006م.

– محي الدّين عبد الحليم، الدّعوة الإسلاميّة والإعلام الدّولي، دار الفكر العربي، القاهرة.د ط،د س ن.

– محي الدّين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي، الأصول والقواعد والأهداف، مؤسسة اقرأ الخيرية، 1992م.

– منى حارث الضاري، الإعلام الإسلامي الواقع والطّموح، إصدارات مركز البصيرة للبحث والتطوير الإعلاميّ،دار النّفائس للنشر والتوزيع– الأردن،ط2007،1م.

- محمّد منير حجاب، الإعلام الإسلاميّ المبادئ- النّظريّة –التطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2002م.

- كرم شلبي، نقلا عن " طه أحمد الزيدي ،المرجعيّة الإعلاميّة في الإسلام، إصدارات مركز البصيرة للبحث والتطوير الإعلامي، دار النّفائس للنشر والتوزيع،ط1، 2009م.

- مالك بن نبي، الظاهرة القرآنيّة، دار الفكر، دمشق ،ط1، 1981م.
- محمّد الغزالي، الدّعوة الإسلاميّة تستقبل عامها الخامس عشر، ذات السلاسل، بيروت، 1980م

- محمّد العمور، ورقات في أصول الفقه الإسلامي، مكتبة القادسيّة، غزّة، 2007م،

- طه أحمد الزيدي، المسؤليّة الأخلاقيّة في الإعلام الإسلاميّ، مركز البصيرة للبحث والتّطوير، دار النّفائس،الأردن، ط1، 2013م.
- سعيد حوى، الإسلام، دار السّلام، القاهرة، ط7، 2011م.

- سليم عبد الله حجازي، منهج الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية، دار المنارة، جدة، 1983م.

- سمير بن جميل راضي، الإعلام الإسلامي رسالة وهدف،الرّياض، 1417م.

- عبد الرحمن عزّي، منهجيّة الحتميّة القيمية في الإعلام، الدّار المتوسّطية للنشر، تونس، ط1، 2011م.
عبد الله قاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، در عمّار، اليمن،ط2، 1994م.

- عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، عالم الكتب، بيروت، ط1، 1985م.

- عبد الله عقله مجلّي الخزاعله، الصّراع بين القيم الاجتماعيّة والقيم التّنظيمية في الإدارة التربوية، دار حامد، الأردن،د ط،2009م.
- صفي الرحمن المباركفوري، الرّحيق المختوم، دار الفكر، بيروت لبنان، ط1،2003م.

- راغب السّرجاني، الأخلاق والقيم في الحضارة الإسلامية، تصميم و إخراج موقع نصرة رسول الله صلى الله عليه وسلّم،د ط، د س ن،.

- تيسير محجوب الفتياني، مقوّمات رجل الإعلام الإسلامي، دار عمّار، عمّان، د ط، 1987م.

*** المجلات العلميّة:**

- محمّد موسى البرّ، الإعلام الإسلاميّ" دراسة في المفاهيم والأصول والمبادئ"، مجلة جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية،العدد 10.د س ن.

- قاسم محمد محمود خزعلي، القيم التربوية في ضوء الرؤية القرآنيّة والحديث النّبوي الشريف، مجلة جامعة القدس، العدد 25، 2011م.

*** أطروحات جامعيّة:**

- السيّد أحمد السيّد، البناء القيمي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعيّة والدّافعيّة للانجاز ،رسالة مقدّمة لنيل شهادة الدّكتوراه ،د ط، 2005م

- هشام سليمان الدّالاتي، الإعلام الإسلامي المرتجى، مذكّرة مقدّمة لنيل شهادة الماجستير ،كلية الإمام الأوزاعي للدراسات الإسلاميّة، بيروت،2005م،

- إيهاب عبد المعطي سعيد الآغا، القيم المتضمّنة في منهاج المطالعة والنّصوص للصّفّ التاسع في محافظات غزّة، مذكّرة مقدّمة لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الإسلامية، غزّة ، دط ، 2010م

- الحسين عزّي، الأسرة ودورها في تنميّة القيم الاجتماعيّة لدى الطّفل، مذكّرة لنيل شهادة الماجستير في علم النّفس، الجزائر، د ط،2013م.

*مواقع إلكترونيّة:

37- www.mawdoo3.com.

38- http://www.assakina.com

39- https://ar.wikipedia.org/wiki/،

العنـــاوين. الصّفحة.

- الشكر.
- الإهداء.
- خطّة الدّراسة.
- مقدّمة.....1
- الإشكالية..... 4
- الفرضيات.....5
– أسباب اختيار الموضوع.....5
– أهمية الموضوع.....6
– منهج البحث.....6
– أدوات الدّراسة.....7
– مجتمع البحث.....7
– العيّنة.....8
– تحديد المفاهيم.....8
– الفصل الأوّل: الإعلام الإسلامي(الواقع والتّحديات)
– المبحث الأوّل: واقع الإعلام الإسلامي
– المطلب الأول: مفهوم وخصائص الإعلام الإسلاميّ.....14
– المطلب الثاني: عناصر العملية الإعلامية والأهداف.....18
– المبحث الثاني: تحديّات الإعلام الإسلامي.....
– المطلب الأوّل: الإعلام الإسلاميّ والإعلام الغربي.....25
– المطلب الثاني: الإعلام الإسلاميّ والإعلام الجديد.....29
– الـفصل الثاني: القيم الاجتماعية(الوظائف والأهداف).
– المبحث الأوّل:مدخل إلى القيم الاجتماعية.
– المطلب الأوّل : مفهوم القيم الاجتماعية و خصائصها.....32
– المطلب الثاني:مصادر القيم.....36

- المبحث الثاني: مكوّنات القيم الاجتماعية ووظائفها
- المطلب الأوّل: مكوّنات القيم الاجتماعية.....39
- المطلب الثاني: وظائف القيم.....40
- الإطار التطبيقي:
- الفصل الثالث: الجانب التطبيقي(دراسة مسحية لجمهور إذاعة القرآن الكريم من طلبة جامعة المدية)
- المبحث الأوّل: التّعريف بإذاعة القرآن الكريم.
- المطلب الأوّل: نبذة تاريخية عن إذاعة القرآن الكريم.....43
- المطلب الثاني: برامج إذاعة القرآن الكريم.....45
- المبحث الثاني: تحليل الاستمارة واختبار الفرضيات.
- المطلب الأوّل: إعداد الاستمارة و تحليلها 46
- المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدّراسة والنتائج.....83
- خاتمة.....89
- المراجع.....91
- فهرس المواضيع.....95
- فهرس الجداول.....97
- فهرس الأشكال.....99
- الملاحق
- ملحق رقم 01 برامج إذاعة القرآن الكريم.....101
- ملحق رقم 2 الإستمارة.....105
- ملحق رقم 3 الأساتذة المحكّمون.....109
- ملحق رقم04 الجداول البسيطة بالspss.....110
- ملحق05 جداول معامل الارتباط سبيرمان بال spss.....123

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	توزيع الإستبيان	46
02	معامل الثبات ألفا كرونباخ.	48
03	جنس المستجوبين	48
04	المنطقة الجغرافية للمستجوب	49
05	المستوى التعليمي للمستجوب	50
06	جدول بسيط المؤشّر 01: تردّدات إذاعة القرآن الكريم متاحة في كلّ المناطق	52
07	المتوسط الحسابي للمؤشّر 1	52
08	ج ب المؤشّر02: لا تتداخل إذاعة القرآن الكريم مع الإذاعات الأخرى	53
09	المتوسّط الحسابي للمؤشّر 02	53
10	ج ب المؤشّر03: تعتبر حلقة ربط بين افراد المجتمع.	54
11	المتوسّط الحسابي للمؤشّر 03	54
12	ج ب المؤشر 04: تساهم إذاعة في فتح قنوات بين المواطن والمسؤولين	55
13	المتوسّط الحسابي للمؤشّر 04	55
14	ج ب المؤشّر05: لغة الإعلاميين سهلة وبسيط	56
15	المتوسّط الحسابي للمؤشر 05	56
16	ج ب المؤشّر 06: أسلوب الإعلاميين جيّد ويشدّ المستمعين.	57
17	المتوسط الحسابي للمؤشّر 06	57
18	ج ب المؤشّر 07: ثقافة الإعلاميين الدّينية تمنحهم مكانة في المجتمع	58
19	المتوسط الحسابي للمؤشّر07	58
20	ج ب المؤشّر 08 المكانة الاجتماعية للإعلامي تزيد من شهرته	59
21	المتوسّط الحسابي للمؤشّر 08	59
22	ج ب المؤشر09يملك إعلاميو إذاعة القرآن الكريم شبكة علاقات قويّة	60
23	المتوسط الحسابي للمؤشّر09	61
24	ج ب المؤشر10 تحثّ إذاعة القرآن الكريم على فعل الخيرات	61
25	المتوسط الحسابي للمؤشّر10	62
26	ج ب المؤشر11برامج إذاعة القرآن الكريم تهتم بالنّصح والإرشاد	62
27	المتوسط الحسابي للمؤشّر11	63
28	ج ب المؤشر12تهتم بالشباب وتبحث عن حلول لمشاكلهم	63
29	المتوسط الحسابي للمؤشّر12	64
30	ج ب المؤشر13 تهتم بنقل رسائل المحتاجين	64
31	المتوسط الحسابي للمؤشّر13	65
32	ج ب المؤشر14 تدعو إذاعة القرآن الكريم أفراد المجتمع إلى التكاتف والتآزر فيما بينهم.	65
33	المتوسط الحسابي للمؤشّر14	65
34	ج ب المؤشر15 تسعى للقضاء على الفوارق الاجتماعيّة	66
35	المتوسط الحسابي للمؤشّر15	67
36	ج ب المؤشر16 تعمل إذاعة القرآن الكريم على محاربة الجهوية	67

37	المتوسط الحسابي للمؤشّر16	68
38	ج ب المؤشر17 تهتم بفئات المجتمع وتحثّ على الاندماج في المجتمع	68
39	المتوسط الحسابي للمؤشّر17	69
40	ج ب المؤشر18 تعالج الموضيع ذات الاهتمام المشترك	69
41	المتوسط الحسابي للمؤشّر18	70
42	ج ب المؤشر19تنبذ كل أشكال الصّراعات	70
43	المتوسط الحسابي للمؤشّر19	71
44	ج ب المؤشر20 تدعو على التكتل ضد الأخطار التي تهدّد المجتمع	72
45	المتوسط الحسابي للمؤشّر20	72
46	ج ب المؤشر21تشجع على الحوارات البناءة والنّقاشات الهادفة	73
47	المتوسط الحسابي للمؤشّر21	73
48	ج ب المؤشر22 تفتح قنوات لغيصال المساعدات للمحتاجين	74
49	المتوسط الحسابي للمؤشّر22	74
50	ج ب المؤشر23 تدعو إلى احترام الآخر وعدم إقصائه	75
51	المتوسط الحسابي للمؤشّر23	75
52	ج ب المؤشر24 تحفّز إذاعة القرآن الكريم المستمعين على مدّ يد العون.	76
53	المتوسط الحسابي للمؤشّر24	76
54	ج ب المؤشر25 تبادل ونقل الأفكار والمعلومات الصّحيحة.	77
55	المتوسط الحسابي للمؤشّر25	77
56	ج ب المؤشر26 تشجع إذاعة القرآن الكريم على العمل التطوعي والخدمة العمومية.	78
57	المتوسط الحسابي للمؤشّر26	78
58	ج ب المؤشر27 تدعو إذاعة القرآن الكريم إلى نصرة المظلوم والدفاع عن حقوق الضعفاء.	79
59	المتوسط الحسابي للمؤشّر27	79
60	ج ب المؤشر28 تغرس روح التكافل بين أفراد المجتمع.	80
61	المتوسط الحسابي للمؤشّر28	80
62	ج ب المؤشر29 تدعو إلى الانخراط والمشاركة في الجمعيات الخيرية.	81
63	المتوسط الحسابي للمؤشّر29	81
64	ج ب المؤشر30 تهتم بالقضيا العامّة للأمّة الإسلاميّة ونصرتها.	82
65	المتوسط الحسابي للمؤشّر30	83
66	دراسة العلاقة الارتباطيّة بين الوسيلة والقيم الاجتماعيّة	84

67	دراسة العلاقة الارتباطيّة بين الإعلاميين والقيم الاجتماعيّة	84
68	دراسة العلاقة الارتباطية بين الرّسالة والقيم الاجتماعيّة	85
69	دراسة العلاقة الارتباطيّة بين الإعلام الإسلامي والقيم الاجتماعيّة	85

فهرس الأشكال

رقم الشكل	العنوان	الصفحة
01	شكل يوضّح توزيع متغيّر الجنس	49
02	شكل يوضّح توزيع متغيّر المنطقة الجغرافيّة	50
03	كل يوضّح توزيع متغيّر المستوى التعليمي	51

ملحق رقم:01

- برامج إذعة القرآن الكريم:

الأحد:	الأثنين:	الثلاثاء:
00:08تلاوة القرآن الكريم	00بداية الإرسال	00بداية الإرسال
00:30 لنغير ما بأنفسنا	00:08تلاوة القرآن الكريم	00:08تلاوة القرآن الكريم
01:30دروس في العقيدة/إعادة	00:30لنغير ما بأنفسنا	00:30لنغير ما بأنفسنا
02:00ساعة من الذكر الحكيم	01:30فقه العبادات /إعادة	01:30فقه العبادات /إعادة
03:00صفاء القلوب/إعادة	02:00ساعة من الذكر الحكيم	02:00ساعة من الذكر الحكيم
04:00الختمة المرتبة	03:00أحكام التلاوة /إعادة	03:00أحكام التلاوة /إعادة
04:30 تفسير القرآن الكريم	04:00الختمة المرتبة	04:00الختمة المرتبة
04:40المسلسل الديني	04:40المسلسل الديني	04:40المسلسل الديني
05:00أخبار الساحل بالعربية	05:00أخبار الساحل بالعربية	05:00أخبار الساحل بالعربية
05:15تلاوة للقرآن الكريم	05:15تلاوة القرآن الكريم	05:15تلاوة القرآن الكريم
05:35ربنا لا تؤاخذنا	05:35شرح النصيحة	05:35شرح النصيحة
05:45حديث بالفرنسية	05:45حديث بالترقية	05:45حديث بالترقية
06:00أخبار الساحل بالفرنسية	06:00أخبار الساحل بالفرنسية	06:00أخبار الساحل بالفرنسية
06:10الختمة المرتبة	06:10الختمة المرتبة	06:10الختمة المرتبة
06:30منازل السائرين	06:30هدية الألباب	06:30هدية الألباب
06:45من قصص القرآن الكريم	06:45من قصص القرآن الكريم	06:45من قصص القرآن الكريم
07:05تلاوة القرآن الكريم	07:00نسمات الصباح	07:00نسمات الصباح
07:23برنامج إنها الجنة	07:23تدقيق	07:23تدقيق
07:30موجز الأخبار	07:30الموجز	07:30الموجز
07:40ضيف الصباح	07:40ضيف الصباح	07:40ضيف الصباح
07:52لكم الميكروفون	07:52لكم الميكروفون	07:52لكم الميكروفون
08:00 العرض الإخباري	08:00العرض الإخباري	08:00العرض الإخباري
08:07حديث اليوم بالأمازيغية	08:07حديث اليوم بالعربية	08:07حديث اليوم بالعربية
08:23ربورتاج	08:23اسم بمعنى	08:23اسم بمعنى
08:30تلاوة القرآن الكريم	08:30تلاوة القرآن الكريم	08:30تلاوة القرآن الكريم
08:53قول على قول	08:53عبارات في الصميم	08:53عبارات في الصميم
09:00الموجز	09:00الموجز	09:00الموجز
09:05خدمات خيرية	09:05أمهات	09:05أمهات
10:00العرض الإخباري	10:00العرض الإخباري	10:00العرض الإخباري
10:07الختمة المرتبة	10:07الختمة المرتبة	10:07الختمة المرتبة
10:30فقه العبادات	10:30المخرج من الهم والحزن	10:30المخرج من الهم والحزن
11:00الموجز	11:00الموجز	11:00الموجز
11:05برنامج صارحني	11:05برنامج أطفالنا مستقبلنا	11:05برنامج أطفالنا مستقبلنا
12:00عناوين النشرة	12:00عناوين النشرة	12:00عناوين النشرة
12:03تلاوة القرآن الكريم	12:03تلاوة القرآن الكريم	12:03تلاوة القرآن الكريم
12:30نشرة الأخبار الرئيسية	12:30نشرة الأخبار الرئيسية	12:30نشرة الأخبار الرئيسية
13:00الموجز	13:00 الموجز	13:00 الموجز
13:05الختمة المرتبة	13:05الختمة المرتبة	13:05الختمة المرتبة
13:30في ظلال السنة	13:30دروس العقيدة	13:30دروس العقيدة
14:00العرض الإخباري	14:00العرض الإخباري	14:00العرض الإخباري
14:07الحياة والناس	14:05تفاعل	14:05تفاعل
14:35تلاوة القرآن الكريم	14:35تلاوة القرآن الكريم	14:35تلاوة القرآن الكريم
15:00نهاية الإرسال	15:00نهاية الإرسال	15:00نهاية الإرسال

الأربعاء:	الخميس	الجمعة:
00:08تلاوة للقرآن الكريم	00:08 تلاوة القرآن الكريم	بداية الإرسال
00:30لنغير ما بأنفسنا	00:30لنغير ما بأنفسنا	00:08تلاوة القرآن الكريم
01:30المخرج من الهم والحزن/إعادة	01:30المحاضرة	00:30منارات الهدى
02:00ساعة من الذكر الحكيم	02:00ساعة من الذكر الحكيم	les évocations de la révélation du coran 01:00
03:00برنامج فقه وفتاوى/إعادة	03:00أطفالنا مستقبلنا /إعادة	02:00ساعة من الذكر الحكيم
04:00الختمة المرتبة	04:00الختمة المرتبة	03:00أمهات/إعادة
04:30تفسير القرآن الكريم	04:30تفسير القرآن الكريم	04:00الختمة المرتبة
04:40المسلسل الديني	04:40المسلسل الديني	04:30تفسير القرآن الكريم
05:00أخبار الساحل بالعربية	05:00أخبار الساحل بالعربية	04:40المسلسل الديني
05:15تلاوة القرآن الكريم	05:15تلاوة القرآن الكريم	05:00أخبار الساحل بالعربية
05:35منازل السائرين /إعادة	05:35الأرجوزة الميئية في سيرة خير البرية	05:15تلاوة القرآن الكريم
05:45حديث بالترقية	06:00أخبار الساحل بالفرنسية	05:35مصابيح نيرة
06:00أخبار الساحل بالفرنسية	06:10الختمة المرتبة	05:45حديث بالعربية
06:10الختمة المرتبة	06:30أعيان المذهب المالكي	06:00نشرة الساحل بالفرنسية
06:30القصص الحق	06:45من قصص القرآن الكريم	06:10الختمة المرتبة
06:45من قصص القرآن الكريم	07:00نسمات الصباح	06:30خلق القرآن
07:00 نسمات الصباح	07:05تلاوة القرآن الكريم	06:45من قصص القرآن الكريم
07:05تلاوة القرآن الكريم	07:23دروب العظماء	07:00نسمات الصباح
07:23درر ربانية /إعادة	07:30الموجز	07:05تلاوة القرآن الكريم
07:30الموجز	07:40ضيف الصباح	07:23ربنا لا تؤاخذنا/إعادة
07:40ضيف الصباح	07:52لكم الميكروفون	07:30الموجز
07:52لكم الميكروفون	08:00العرض الإخباري	07:40نظرات في سيرة الرسول
08:00العرض الإخباري	08:08حديث اليوم بالأمازيغية	07:52لكم الميكروفون
08:07حديث اليوم بالعربية	08:23ربورتاج	08:00العرض الإخباري
08:23لنتذكر	08:30تلاوة القرآن الكريم	08:07حديث الجمعة
08:30تلاوة القرآن الكريم	08:53زووم	08:23ومضات من السنة
08:53عبارات في الصميم	09:00الموجز	08:30تلاوة القرآن الكريم
09:00الموجز	09:05فقه وفتاوى	09:00الموجز
09:05بك نستقيم	10:00العرض الإخباري	09:05أحكام التلاوة
10:00العرض الإخباري	10:07الختمة المرتبة	10:00العرض الإخباري
10:07الختمة المرتبة	10:30كلمات خالدة	10:07الختمة المرتبة
10:30جميل الأثر	11:00الموجز	10:30سيرة المصطفى
11:00الموجز	11:05صدى الأحداث	11:00الموجز
11:05صفاء القلوب	12:00عناوين النشرة	11:05تلاوة القرآن الكريم
12:00عناوين النشرة	12:03تلاوة القرآن الكريم	11:30دروس التفسير
12:05تلاوة القرآن الكريم	12:30نشرة الأخبار الرئيسية	12:00عناوين النشرة
12:30نشرة الأخبار الرئيسية	13:00الموجز	12:03تلاوة للقرآن الكريم
13:00الموجز	13:05الختمة المرتبة	12:30نشرة الأخبار الرئيسية
13:05الختمة المرتبة	13:30فترة حرة	13:00الموجز
13:30دروس التفسير	14:00العرض الإخباري	13:05صلاة الجمعة
14:00العرض الإخباري	14:07صوت الشباب	14:00العرض الإخباري
14:07تفاعل	14:35تلاوة للقرآن الكريم	14:07معالم حضارية
14:35تلاوة القرآن الكريم	15:00نهاية الإرسال	14:35تلاوة القرآن الكريم
15:00نهاية الإرسال		15:00نهاية الإرسال

السبت:
00 بداية الإرسال
00:08تلاوة للقرآن الكريم
00:30سيرة المصطفى/إعادة
01:00الميزان/إعادة
02:00ساعة من الذكر الحكيم
03:00بك نستقيم /إعادة
04:00الختمة المرتبة
04:30تفسير القرآن الكريم
04:40المسلسل الديني
05:00أخبار الساحل بالعربية
05:15تلاوة للقرآن الكريم
05:35إنها الجنة /إعادة
05:45حديث بالترقية
06:00أخبار الساحل بالفرنسية
06:10الختمة المرتبة
06:30معاني إنسانية
06:45من قصص القرآن الكريم
07:00نسمات الصباح
07:05تلاوة القرآن الكريم
07:23فحدثوني ماهو
07:30الموجز
07:40السائرون إلى الجنة
07:52لكم الميكروفون
08:00العرض الإخباري
08:07حديث اليوم بالفرنسية
08:23معارف
08:30تلاوة القرآن الكريم
08:23قيم وأشعار
09:00الموجز
09:05فقه وفتاوى
10:00العرض الإخباري
10:07أسماء الله الحسنى
11:00الموجز
11:05كنوز وسبل
12:00عناوين النشرة
12:03تلاوة القرآن الكريم
12:30نشرة الأخبار الرئيسية
13:00الموجز
13:05الختمة المرتبة
13:30القواعد بالقصص
14:00العرض الإخباري
14:07تفاعل
14:35تلاوة القرآن الكريم
15:00نهاية الإرسال

ملحق رقم 2:

1- المحور الأوّل : الإعلام الإسلامي.

المتغيّر المستقل	البعد	المؤشّر	1- لا أوافق بشدة	2- لا أوافق	3- محايد	4- أوافق	5- أوافق بشدة
الوســـــيلة	تقني	1- تردّدات إذاعة القرآن الكريم متاحة في كل المناطق.					
		2- لا تتداخل تردّدات إذاعة القران الكريم مع الإذاعات الأخرى.					
	اتصالي	3- تعتبر الإذاعة حلقة ربط بين أفراد المجتمع.					
		4- تساهم الإذاعة في فتح قنوات التّواصل بين المواطن والمسؤولين.					
الإعلامـيون	ثقافي	5- لغة الإعلاميّين سليمة وسهلة.					
		6- أسلوب الإعلاميّين جيّد و يشدّ المستمعين.					
		7- ثقافة الإعلاميين الدّينية تمنحهم مكانة في المجتمع.					
	اجتماعي	8- المكانة الاجتماعية للإعلاميّ تزيد من شهرته عند المستمعين.					
		9- يمتلك إعلاميو الإذاعة شبكة علاقات قويّة.					
الرّسالة	دينية	10- تحث إذاعة القرآن الكريم على فعل الخيرات.					
		11- برامج إذاعة القرآن الكريم تهتم بالنّصح والإرشاد.					
	اجتماعية	12- تهتم بالشباب وتبحث عن حلول لمشاكلهم.					
		13- تهتم بنقل رسائل المحتاجين.					
		14- تدعو إذاعة القرآن الكريم أفراد المجتمع على التكاتف والتآزر فيما بينهم.					
		15- تسعى للقضاء على الفوارق الاجتماعيّة.					

ملحق رقم :2

2- المحور الثاني: القيم الاجتماعية

المتغير التابع	البعد	المؤشّرات	1- لا أوافق بشدّة	2- لا اوافق	3- محايد	4- أوافق	5- أوافق بشدة
القيم لاجتماعية	الوحدة	16- تعمل إذاعة القرآن الكريم علي محاربة الجهوية.					
		17- تهتم بالأقليات وتحث على الاندماج في المجتمع.					
		18- تعالج المواضيع ذات الاهتمام المشترك.					
		19- تنبذ كل أشكال الصّراعات وتحارب الانقسامات في المجتمع.					
		20- تدعو إلى التكتل ضد الأخطار التي تهدّد المجتمع.					
	التفاعل	21- تشجع إذاعة القرآن الكريم على الحوارات البناءة والنّقاشات الهادفة.					
		22- تفتح إذاعة القرآن الكريم قنوات لإيصال المساعدات للمحتاجين.					
		23- تدعو إذاعة القرآن الكريم إلى احترام الطّرف الآخر وعدم إقصائه					
		24- تحفّز إذاعة القرآن الكريم المستمعين على مدّ يد العون.					
		25- تبادل ونقل الأفكار والمعلومات الصّحيحة.					
	التّضامن	26- تشجع إذاعة القرآن الكريم على العمل التطوعي والخدمة العمومية.					
		27- تدعو إذاعة القرآن الكريم إلى نصرة المظلوم والدفاع عن حقوق الضعفاء.					
		28- تغرس روح التكافل بين أفراد المجتمع.					
		29- تدعو إلى الانخراط والمشاركة في الجمعيات الخيرية.					
		30- تهتم بالقضيا العامّة للأمّة الإسلاميّة ونصرتها.					

ملحق رقم 02:

3- البيانات الشخصيّة:

31- الجنس:

1- ذكر ☐ 2- أنثى ☐

32- المنطقة الجغرافيّة:

1- الرّيف ☐ 2- المدينة ☐

33- المستوى العلمي:

1-ليسانس ☐ 2- ماستر ☐ 3- دكتوراه ☐

الملحق رقم (04)

المحور الأوّل : الإعلام الإسلامي.

ترددات إذاعة القرآن الكريم متاحة في كلّ المناطق					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق بشدّة	1	2.0	2.0	2.0
	لا أوافق	18	35.3	35.3	37.3
	محايد	2	3.9	3.9	41.2
	أوافق	28	54.9	54.9	96.1
	أوافق بشدّة	2	3.9	3.9	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

لا تتداخل الاذاعة مع الاذاعات الأخرى					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق بشدّة	2	3.9	3.9	3.9
	لا أوافق	13	25.5	25.5	29.4
	محايد	12	23.5	23.5	52.9
	أوافق	23	45.1	45.1	98.0
	أوافق بشدّة	1	2.0	2.0	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تعتبر الاذاعة حلقة ربط بين أفراد المجتمع					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق بشدّة	1	2.0	2.0	2.0
	لا أوافق	3	5.9	5.9	7.8
	محايد	4	7.8	7.8	15.7
	أوافق	31	60.8	60.8	76.5
	أوافق بشدّة	12	23.5	23.5	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تساهم الإذاعة في فتح قنوات التواصل بين المواطن والمسؤولين					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق بشدّة	1	2.0	2.0	2.0
	لا أوافق	12	23.5	23.5	25.5
	محايد	7	13.7	13.7	39.2
	أوافق	25	49.0	49.0	88.2
	أوافق بشدّة	6	11.8	11.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

لغة الإعلاميين سليمة وسهلة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق بشدّة	2	3.9	3.9	3.9
	لا أوافق	13	25.5	25.5	29.4
	محايد	7	13.7	13.7	43.1
	أوافق	25	49.0	49.0	92.2
	أوافق بشدّة	4	7.8	7.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

أسلوب الإعلاميين جيّد ويشدّ المستمعين					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق بشدّة	1	2.0	2.0	2.0
	لا أوافق	7	13.7	13.7	15.7
	محايد	7	13.7	13.7	29.4
	أوافق	32	62.7	62.7	92.2
	أوافق بشدّة	4	7.8	7.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

ثقافة الإعلاميين الدّينية تمنحهم مكانة في المجتمع					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق	7	13.7	13.7	13.7
	محايد	8	15.7	15.7	29.4
	أوافق	21	41.2	41.2	70.6
	أوافق بشدّة	15	29.4	29.4	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

المكانة الاجتماعيّة للإعلامي تزيد من شهرته لدى المستمعين					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق بشدّة	1	2.0	2.0	2.0
	لا أوافق	10	19.6	19.6	21.6
	محايد	9	17.6	17.6	39.2
	أوافق	22	43.1	43.1	82.4
	أوافق بشدّة	9	17.6	17.6	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

يمتلك إعلاميو الإذاعة شبكة علاقات قويّة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق بشدّة	1	2.0	2.0	2.0
	لا أوافق	7	13.7	13.7	15.7
	محايد	16	31.4	31.4	47.1
	أوافق	21	41.2	41.2	88.2
	أوافق بشدّة	6	11.8	11.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تحثّ إذاعة القرآن الكريم على فعل الخيرات					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق	1	2.0	2.0	2.0
	أوافق	27	52.9	52.9	54.9
	أوافق بشدّة	23	45.1	45.1	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

برامج إذاعة القرآن الكريم تهتم بالنّصح والإرشاد					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق	1	2.0	2.0	2.0
	محايد	2	3.9	3.9	5.9
	أوافق	26	51.0	51.0	56.9
	أوافق بشدّة	22	43.1	43.1	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تهتم بالشّباب وتبحث عن حلول لمشاكلهم					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق بشدّة	2	3.9	3.9	3.9
	لا أوافق	6	11.8	11.8	15.7
	محايد	12	23.5	23.5	39.2
	أوافق	26	51.0	51.0	90.2
	أوافق بشدّة	5	9.8	9.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تهتم بنقل رسائل المحتاجين					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق	4	7.8	7.8	7.8
	محايد	6	11.8	11.8	19.6
	أوافق	36	70.6	70.6	90.2
	أوافق بشدّة	5	9.8	9.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تدعو إذاعة القرآن الكريم أفراد المجتمع على التكاتف والتازر فيما بينهم					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق	1	2.0	2.0	2.0
	محايد	4	7.8	7.8	9.8
	أوافق	32	62.7	62.7	72.5
	أوافق بشدّة	14	27.5	27.5	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تسعى للقضاء على الفوارق الاجتماعيّة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق بشدّة	2	3.9	3.9	3.9
	لا أوافق	2	3.9	3.9	7.8
	محايد	18	35.3	35.3	43.1
	أوافق	20	39.2	39.2	82.4
	أوافق بشدّة	9	17.6	17.6	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

المحور الثاني: القيم الاجتماعيّة.

تعمل إذاعة القرآن الكريم على محاربة الجهوية.					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق	6	11.8	11.8	11.8
	محايد	16	31.4	31.4	43.1
	أوافق	24	47.1	47.1	90.2
	أوافق بشدّة	5	9.8	9.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تهتم بفئات المجتمع وتحث كل الافراد على الاندماج في المجتمع					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق	9	17.6	17.6	17.6
	محايد	14	27.5	27.5	45.1
	أوافق	23	45.1	45.1	90.2
	أوافق بشدّة	5	9.8	9.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تعالج المواضيع ذات الاهتمام المشترك					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق	4	7.8	7.8	7.8
	محايد	7	13.7	13.7	21.6
	أوافق	36	70.6	70.6	92.2
	أوافق بشدّة	4	7.8	7.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تنبذ كلّ اشكال الصّراعات وتحارب الانقسامات في المجتمع					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق بشدّة	1	2.0	2.0	2.0
	لا أوافق	5	9.8	9.8	11.8
	محايد	9	17.6	17.6	29.4
	أوافق	30	58.8	58.8	88.2
	أوافق بشدّة	6	11.8	11.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تدعو إلى التكتل ضد الأخطار التي تهدّد المجتمع					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق	3	5.9	5.9	5.9
	محايد	6	11.8	11.8	17.6
	أوافق	37	72.5	72.5	90.2
	أوافق بشدّة	5	9.8	9.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تشجّع إذاعة القرآن الكريم على الحوارات البناءة والنّقاشات الهادفة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق	1	2.0	2.0	2.0
	محايد	6	11.8	11.8	13.7
	أوافق	34	66.7	66.7	80.4
	أوافق بشدّة	10	19.6	19.6	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تفتح إذاعة القرن الكريم قنوات لإيصال المساعدات للمحتاجين					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق	1	2.0	2.0	2.0
	محايد	4	7.8	7.8	9.8
	أوافق	35	68.6	68.6	78.4
	أوافق بشدّة	11	21.6	21.6	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تدعو إذاعة القرآن الكريمإلى احترام الطّرف الآخر وعدم إقصائه					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق	2	3.9	3.9	3.9
	محايد	5	9.8	9.8	13.7
	أوافق	37	72.5	72.5	86.3
	أوافق بشدّة	7	13.7	13.7	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تحفّز إذاعة القرآن الكريم المستمعين علىمدّيد العون.					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق بشدّة	1	2.0	2.0	2.0
	لا أوافق	2	3.9	3.9	5.9
	محايد	2	3.9	3.9	9.8
	أوافق	33	64.7	64.7	74.5
	أوافق بشدّة	13	25.5	25.5	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تبادل ونقل المعلومات الصّحيحة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق بشدّة	1	2.0	2.0	2.0
	لا أوافق	2	3.9	3.9	5.9
	محايد	6	11.8	11.8	17.6
	أوافق	33	64.7	64.7	82.4
	أوافق بشدّة	9	17.6	17.6	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تشجّع إذاعة القرآن الكريم على العمل التطوّعي					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق بشدّة	1	2.0	2.0	2.0
	لا أوافق	2	3.9	3.9	5.9
	محايد	2	3.9	3.9	9.8
	أوافق	32	62.7	62.7	72.5
	أوافق بشدّة	14	27.5	27.5	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تدعو إذاعة القرآن الكريم إلى نصرة المظلوم والدّفاع عن حقوق الضّعفاء					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق	4	7.8	7.8	7.8
	محايد	12	23.5	23.5	31.4
	أوافق	27	52.9	52.9	84.3
	أوافق بشدّة	8	15.7	15.7	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تغرس روح التكافل بين أفراد المجتمع					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	1	2.0	2.0	2.0
	أوافق	42	82.4	82.4	84.3
	أوافق بشدّة	8	15.7	15.7	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تدعو إلى الانخراط والمشاركة في الجمعيات الخيرية					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق	5	9.8	9.8	9.8
	محايد	12	23.5	23.5	33.3
	أوافق	25	49.0	49.0	82.4
	أوافق بشدّة	9	17.6	17.6	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

تهتم بالقضايا العامّة للأمّة الإسلاميّة ونصرتها.					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا أوافق	3	5.9	5.9	5.9
	محايد	13	25.5	25.5	31.4
	أوافق	25	49.0	49.0	80.4
	أوافق بشدّة	10	19.6	19.6	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

الجداول الخاصة بالمتوسط الحسابي :

Statistiques					
		ترددات إذاعة القرآن الكريم متاحة في كلّ المناطق	لا تتداخل الاذاعة مع الاذاعات الأخرى	تعتبر الاذاعة حلقة ربط بين أفراد المجتمع	تساهم الإذاعة في فتح قنوات التواصل بين المواطن والمسؤولين
N	Valide	51	51	51	51
	Manquant	0	0	0	0
Moyenne		3.24	3.16	3.98	3.45
Ecart type		1.050	.967	.860	1.045
Variance		1.104	.935	.740	1.093
Somme		165	161	203	176

Statistiques					
		لغة الإعلاميين سليمة وسهلة	أسلوب الإعلاميين جيّد ويشدّ المستمعين	ثقافة الإعلاميين الدّينية تمنحهم مكانة في المجتمع	المكانة الاجتماعيّة للإعلامي تزيد من شهرته لدى المستمعين
N	Valide	51	51	51	51
	Manquant	0	0	0	0
Moyenne		3.31	3.61	3.86	3.55
Ecart type		1.068	.896	1.000	1.064
Variance		1.140	.803	1.001	1.133
Somme		169	184	197	181

Statistiques					
		يمتلك إعلاميو الإذاعة شبكة علاقات قويّة	تحثّ إذاعة القرآن الكريم على فعل الخيرات	برامج إذاعة القرآن الكريم تهتم بالنّصح والإرشاد	تهتم بالشّباب وتبحث عن حلول لمشاكلهم
N	Valide	51	51	51	51
	Manquant	0	0	0	0
Moyenne		3.47	4.41	4.35	3.51
Ecart type		.946	.606	.658	.967
Variance		.894	.367	.433	.935
Somme		177	225	222	179

Statistiques					
		تهتم بنقل رسائل المحتاجين	تدعو إذاعة القرآن الكريم أفراد المجتمع على التكاتف والتازر فيما بينهم	تسعى للقضاء على الفوارق الاجتماعيّة	تعمل إذاعة القران الكريم على محاربة الجهوية.
N	Valide	51	51	51	51
	Manquant	0	0	0	0
Moyenne		3.82	4.16	3.63	3.55
Ecart type		.713	.644	.958	.832
Variance		.508	.415	.918	.693
Somme		195	212	185	181

Statistiques					
		تهتم بفئات المجتمع وتحث كل الافراد على الاندماج في المجتمع	تعالج المواضيع ذات الاهتمام المشترك	تنبذ كلّ اشكال الصّراعات وتحارب الانقسامات في المجتمع	تدعو إلى التكتل ضد الأخطار التي تهدّد المجتمع
N	Valide	51	51	51	51
	Manquant	0	0	0	0
Moyenne		3.47	3.78	3.69	3.86
Ecart type		.902	.702	.883	.664
Variance		.814	.493	.780	.441
Somme		177	193	188	197

Statistiques					
		تشجّع إذاعة القرآن الكريم على الحوارات البناءة والنّقاشات الهادفة	تفتح إذاعة القرآن الكريم قنوات لإيصال المساعدات للمحتاجين	تدعو إذاعة القرآن الكريم إلى احترام الطّرف الآخر وعدم إقصائه	تحفّز إذاعة القرآن الكريم المستمعين علىمدّيد العون.
N	Valide	51	51	51	51
	Manquant	0	0	0	0
Moyenne		4.04	4.10	3.96	4.08
Ecart type		.631	.608	.631	.796
Variance		.398	.370	.398	.634
Somme		206	209	202	208

Statistiques					
		تبادل ونقل المعلومات الصّحيحة	تشجّع إذاعة القرآن الكريم على العمل التطوّعي	تدعو إذاعة القرآن الكريم إلى نصرة المظلوم والدّفاع عن حقوق الضّعفاء	تغرس روح التكافل بين أفراد المجتمع
N	Valide	51	51	51	51
	Manquant	0	0	0	0
Moyenne		3.92	4.10	3.76	4.14
Ecart type		.796	.806	.815	.401
Variance		.634	.650	.664	.161
Somme		200	209	192	211

Statistiques			
		تدعو إلى الانخراط والمشاركة في الجمعيات الخيرية	تهتم بالقضايا العامّة للأمّة الإسلاميّة ونصرتها.
N	Valide	51	51
	Manquant	0	0
Moyenne		3.75	3.82
Ecart type		.868	.817
Variance		.754	.668
Somme		191	195

الملحق رقم (05)

Corrélations				
			القيم الاجتماعية	الوسيلة الأعلاميّة
Rho de Spearman	القيم الاجتماعيّة	Coefficient de corrélation	1.000	.655**
		Sig. (bilatéral)	.	.000
		N	51	51
	الوسيلة الإعلاميّة	Coefficient de corrélation	.655**	1.000
		Sig. (bilatéral)	.000	.
		N	51	51

**. La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations				
			القيم الاجتماعية	الإعلاميون
Rho de Spearman	القيم الاجتماعية	Coefficient de corrélation	1.000	.816**
		Sig. (bilatéral)	.	.000
		N	51	51
	الإعلاميون	Coefficient de corrélation	.816**	1.000
		Sig. (bilatéral)	.000	.
		N	51	51

**. La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations				
			القيم الاجتماعية	الرسالة
Rho de Spearman	القيم الاجتماعية	Coefficient de corrélation	1.000	.785**
		Sig. (bilatéral)	.	.000
		N	51	51
	الرسالة	Coefficient de corrélation	.785**	1.000
		Sig. (bilatéral)	.000	.
		N	51	51

**. La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations				
			القيم الاجتماعية	الإعلام الإسلامي
Rho de Spearman	القيم الاجتماعية	Coefficient de corrélation	1.000	.785**
		Sig. (bilatéral)	.	.000
		N	51	51
	الإعلام الإسلامي	Coefficient de corrélation	.785**	1.000
		Sig. (bilatéral)	.000	.
		N	51	51