اتجاهات الشباب نحو دور القنوات الفضائية الدينية في تنمية الثقافة الإسلامية

دراسة على طلبة قسم الإعلام، كلية الآداب، الجامعة الأسمرية الإسلامية وطلبة كلية الإعلام، جامعة الزيتونة

د. نادية حارث
قسم الإعلام، كلية الآداب
الجامعة الأسمرية الإسلامية.

أ. كمال الفرجاني
قسم الإذاعة والتلفزيون
كلية الإعلام، جامعة الزيتونة.

الملخص:

مع انتشار القنوات الفضائية وكثرة ما يعرض فيها من برامج ثقافية وفنية ودينية تحتم على البرامج الدينية القيام بدورها في توعية الجمهور بدينهم، وتنمية الثقافة الدينية لديهم، وتهدف للتعريف بالدين الإسلامي الصحيح والدعوة إلى أتباع تعاليمه والالتزام بأوامره والانتهاء عن نواهيه.

توصلت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الشباب نحو دور القنوات الفضائية الدينية في تنمية الثقافة الإسلامية، وقام الباحثان بتصميم أداة الاستبيان قوامها 20 مفردة، تم توزيعها على طلبة قسم الإعلام بكلية الآداب زليتن، الجامعة الأسمرية الإسلامية، وطلبة كلية الإعلام بجامعة الزيتونة. وقام الباحثان بدراسة ميدانية تسعى إلى وصف ظاهرة معينه تتمثل هذه الظاهرة في اتجاهات الشباب نحو دور القنوات الفضائية الدينية ودورها في تنمية الثقافة الإسلامية، ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤلات التالية:

ما هي دوافع متابعة القنوات الفضائية الدينية لدى فئة الشباب؟ وما هو أثرها في تنمية الثقافة الإسلامية؟ وما هي ايجابياتها؟

توصلت الدراسة إلى أن:

- أهم دوافع أفراد العينة لمتابعة القنوات الفضائية الدينية تمثلت في دافع ترسيخ العقيدة والاعتزاز بالإسلام حيث بلغت النسبة 100%.
- معظم فئات العينة ترى أن القيام بالواجبات الدينية هو الدافع لمتابعة القنوات الفضائية الدينية وبلغت النسبة 75%.

- معظم فئات العينة ترى أن الدافع لمتابعة القنوات الفضائية الدينية هو تجنب المعاصي ونمو الوازع الديني لديهم وبلغت النسبة 98%.
- وأن أثر القنوات الفضائية الدينية على تقويم السلوك والإيمان من أهم دوافع متابعة القنوات الفضائية الدينية لدى معظم أفراد العينة وبنسبة 97%.

وتوصلت الدراسة إلى أن من أهم إيجابيات القنوات الفضائية الدينية في تنمية الثقافة الإسلامية تمثلت في الدعوة إلى الدين الإسلامي، رفع مستوى الثقافة الدينية، ترسيخ العقيدة في نفوس البشر، مكارم الأخلاق وتنظيم أسلوب الحياة.

الكلمات الافتتاحية: (الاتجاهات – الشباب– القنوات الدينية – الثقافة الإسلامية)

Abstract:

With the spread of satellite channels and the large number of cultural, artistic and religious programs shown in them, it is imperative for religious programs to play their role in educating the public about their religion and developing their religious culture.

This study found: The Youth attitudes towards religious satellite channels and their role in the development of Islamic culture. The study aims to identify the Youth towards religious satellite channels and their role in the development of Islamic culture. The researchers designed a questionnaire tool of 60 individuals that was distributed to the students of media department, faculty of arts Zliten - Alasmarya Islamic University, and students of Media Faculty - Azzaytouna University. It seeks to describe a specific phenomenon. This phenomenon is represented in the student's attitudes towards religious satellite channels and their role in the development of Islamic culture. The study problem can be formulated in the study in the following question: What are the motives for watching religious satellite channels among young people? What is its impact on the development of Islamic culture? And what are its advantages?

The study found:

- The most important motives of the respondents for following religious satellite channels were the motive of consolidating faith and pride in Islam, as the percentage reached 100%.

- Most of the sample groups believe that performing religious duties is the motive for following religious satellite channels, and the percentage reached 75%.

- Most of the sample groups believe that the motive for watching religious satellite channels is to avoid sins and the growth of their religious faith, and the percentage reached 98%.

- The effect of religious satellite channels on correcting behavior and faith was one of the motives for following religious satellite channels among most of the sample, with a rate of 97%.

The study concluded that one of the most important advantages of religious satellite channels in the development of Islamic culture was the call to the Islamic religion, raising the level of religious culture, consolidating faith in people's hearts, honoring morals and regulating the way of life.

Keywords: (attitudes - youth - religious channels - Islamic culture)

مقدمة:

تعتبر القنوات الفضائية في عصرنا الحاضر أهم وسائل توعية الجماهير وذلك متى أُحسن استخدامها، ولا شك أن أهم ما يجب توعية الناس به، ما يتعلق بأمور دينهم وصلتهم بالله عز وجل وتعريفهم به، لكن كثيرا من وسائل الإعلام قد قصّرت في هذا الجانب تقصيراً بالغاً.

وقد أصبحت وسائل الإعلام عامة والقنوات الفضائية خاصة, منذ ظهورها محط اهتمام الباحثين في مجال الإعلام والاتصال, لما لها من تأثير واضح على عقول الشعوب وسلوكياتهم في وقت أصبحت فيه التقنيات الحديثة رهاناً لا بد من كسبه عند العديد من الدول، وانتشرت فيه المحطات المرئية سواء المحلية أو الوطنية أو العالمية، مع اختلاف نوعية البرامج وكثرتها حيث لا يختلف اثنان فيما تتميز به القنوات الفضائية الحديثة من قدرة كبيرة وغير مسبوقة على نقل المعلومات بسرعة فائقة وعلى أوسع نطاق، وأنها من الظواهر البالغة الأهمية التي تؤثر سلباً أو إيجاباً على الثقافات الإنسانية, والهويات الحضارية المميزة لمختلف المجتمعات البشرية في جميع أنحاء العالم.

وتأتي البرامج الدينية في مقدمة هذه البرامج التوعوية، لما تدعو إليه من ارتباط الإنسان بربه وتقويم سلوكه وكيفية تعامله مع الآخرين، ولتعريف المسلم بدينه الحنيف والدعوة إلى أتباع تعاليمه والالتزام بأوامره، والانتهاء عن نواهيه.

مشكلة وتساؤلات الدراسة:

مع كثرة القنوات الفضائية وكثرة ما يعرض فيها من برامج دينية فإن دورها في توعية الجماهير بدينهم توعية صحيحة لا يزال غير مكتمل، أي أنها لا تزال غير قائمة بدورها في توعية الجماهير بأمور دينهم كما يجب.

لذا فان المسألة تحتاج إلى وضعها تحت الدراسة لإدراك الواقع، والسعي إلى الأفضل ومعرفة أوجه القصور والعمل على علاجها، إذ أن تشخيص الداء أول خطوة في معرفة الدواء.

وقد تناول الباحثان في دراستهما موضوع القنوات الفضائية الدينية ودورها في تنمية الثقافة الإسلامية من وجهة نظر طلبة الإعلام.

ويمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤلات التالية:

1- ما هي دوافع متابعة القنوات الفضائية الدينية لدى أفراد العينة؟

2- ما هو أثر القنوات الفضائية الدينية في تنمية الثقافة الإسلامية لدى أفراد العينة؟

3- ما هي إيجابيات القنوات الفضائية الدينية في تنمية الثقافة الإسلامية لدى أفراد العينة؟

أهمية الدراسة:

إن أهمية الدراسة ترجع إلى أهمية الموضوع حيث لوحظ ندرة البحوث والدراسات العربية التي تناولت تأثير القنوات الفضائية الدينية على تنمية الثقافة الاسلامية للجمهور، ولم تحظ باهتمام الكثير من الباحثين إذا ما قورنت بعدد الدراسات التي أجريت في مجال القيم بصفة عامة.

كذلك تعتبر اهمية هذه الدراسة من القضايا ذات الأبعاد الاجتماعية والثقافية التي من شأنها ترسيخ القيم وتعديل السلوك مع إبراز دور الإعلام الإسلامي الفاعل في ترسيخ القيم ونشر مبادئ الإسلام وإظهار العقيدة الصحيحة والثقافة الإسلامية بصورة علمية مبسطة وواضحة، وشرح الشريعة الإسلامية بمختلف جوانبها، وتبيان عظمة هذه الشريعة في معالجة مشكلات الحياة والمجتمع المختلفة، حيث أن الأخلاق الإسلامية هي الأسلوب الحضاري الواقعي الصحيح للتعامل بين الناس، وهذا يستوجب اهتمام القائمين على هذه القنوات بوضع استراتيجيات وخطط عمل مدروسة ومنهجية بهدف تقديم صورة عن الثقافة الإسلامية والإسلام والمسلمين والحضارة الإسلامية بأسلوب علمي ومنهجي وترد على أعداء الإسلام وعلى التشويه والتضليل والصور

النمطية التي تُدبر وتٌحاك من قبل المتلاعبين بالعقول وصناع الرأي العام من خلال الصناعات الثقافية والإعلامية العالمية العملاقة.

أهداف الدراسة:

1- التعرف على دوافع متابعة القنوات الفضائية الدينية لدى أفراد العينة.

2- التعرف على أثر القنوات الفضائية الدينية في تنمية الثقافة الإسلامية لدى أفراد العينة.

3- التعرف على إيجابيات القنوات الفضائية الدينية في تنمية الثقافة الإسلامية لدى أفراد العينة.

تحديد مصطلحات الدراسة:

الاتجاه: تعرفه موسوعة علم النفس والتحليل النفسي هو دافع مكتسب يتضح في استعداد وجداني له دراجة ما من الثبات يحدد شعور الفرد، ويلون سلوكه بالنسبة لموضوعات معينة من حيث تفضيلها أو عدم تفضيلها فإذا بالفرد يحبها ويميل إليها (إن كان اتجاه نحوها إيجابياً) أو يكرهها وينفر منها (إن كان اتجاهه نحوها سلبياً)، أما موضوع الاتجاه فقد يكون شخصاً معيناً أو جماعة ما أو شعباً ما أو مادة علمية أو مذهبا ايديولوجياً ما أو فكرة ما أو مشروعاً ما، وهكذا تعدد موضوعات الاتجاه وتتنوع. (فرج عبد القادر طه واخرون، 1993)

الشباب: عرفت الأمم المتحدة "الشباب" على انهم الأشخاص ممن تتراوح أعمارهم بين 15 و24 عاما. ونشأ هذا التعريف في سياق الأعمال التحضيرية للسنة الدولية للشباب (1985)، وأقرته الجمعية العامة في قرارها (28/36) لعام 1981. وتستند جميع إحصاءات الأمم المتحدة بشأن الشباب إلى هذا التعريف.

القنوات الفضائية الدينية: هي قنوات تلفزيونية تعمل على نشر تعاليم الدين الإسلامي وأحكامه، وبها برامج متنوعة المحتوى، مستندة في ذلك إلى مرجعية إسلامية ملتزمة بالأخلاقيات المهنية وبالضوابط الشرعية. (إيمان بوكرش، إيمان بن عيسى, 2017: 19).

الثقافة الإسلامية: لا يوجد حتى الآن تعريف محدد ومتفق عليه لمصطلح الثقافة الإسلامية، وإنما هي اجتهادات من بعض العلماء والمفكرين، فمنهم من عرفها بأنها: (معرفة مقومات الأمة الإسلامية العامة بتفاعلاتها في الماضي والحاضر من دين ولغة وتاريخ وحضارة وقيم وأهداف مشتركة (رجب سعيد شهوان،2005). ومنهم من عرفها بأنها: (معرفة التحديات المعاصرة المتعلقة بمقومات الأمة الإسلامية ومقومات الدين الإسلامي). ومنهم من عرفها بأنها: (رجب

سعيد شهوان،2005) (العلم بمناهج الإسلام الشمولي في القيم والنظم والفكر ونقد التراث الإنساني فيها).

حدود الدراسة:

حدود بشرية: تم إجراء الدراسة على طلبة قسم الإعلام بكلية الآداب الجامعة الأسمرية الإسلامية، وطلبة كلية الإعلام بجامعة الزيتونة.

حدود زمنية: تم إجراء الدراسة خلال العام الدراسي 2021 / 2022م.

الدراسات السابقة:

– دراسة (سلام محمد2015) بعنوان: اتجاهات طلبة الإعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة ودورها في تنمية القدرات المعرفية لديهم.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الإعلام للقنوات الفضائية المتخصصة ودورها في تنمية القدرة المعرفية لديهم، متمثلة بعادات مشاهدة طلبة الإعلام للقنوات الفضائية المتخصصة. وصولاً إلى معرفة اتجاهات طلبة الإعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة ودورها في إشباع رغباتهم وتنمية قدراتهم المعرفية حسب فئات النوع الاجتماعي والمراحل الدراسية.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة اهتمامات طلبة الإعلام للقنوات الفضائية المتخصصة ذات مستوى متوسط، إذ ظهرت في نتائج البحث أن 58% أحيانا يهتمون بمشاهدة القنوات المتخصصة، وذلك بسبب كثرة مشاغلهم الدراسية والعمل في وسائل الإعلام المختلفة لدى أغلبية عينة الدراسة.

وان مجال التخصص الإخباري، ذو أهمية عالية في المشاهدة مقارنة بالمجالات الأخرى لدى عينة البحث، ويرجع ذلك إلى تنوع الأخبار والمعلومات المقدمة، أوضحت الدراسة أن:

– مستوى اتجاهات طلبة الإعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة ودورها في تنمية القدرات المعرفية عالي وذا دلالة إحصائية.

– لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات طلبة الإعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة ودورها في تنمية القدرات المعرفية لديهم حسب الجنس.

– دراسة (ايمان بوكرش، إيمان بن عيسى2017) بعنوان: دور قناة القرآن الكريم الجزائرية في تنمية الثقافة الإسلامية لدى الشباب الجامعي *دراسة ميدانية على طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

هدفت الدراسة التعرف على دور قناة القرآن الكريم الجزائرية في تنمية الثقافة الإسلامية لدى الشباب الجامعي، استخدمت الدراسة المنهج المسحي وطبقت على عينه عشوائية من الشباب الجامعي توصلت الدراسة الى:

أن أفراد العينة يشاهدون القنوات الإسلامية ونذكر منها برامج الفتاوى من أجل زيادة المعلومات والمعارف ومعرفة أصول الدين وفهم القران جيدا، بسبب تقديمها لمواضيع متنوعة عن الواقع كما نجد أن الطلبة يعتقدون بأن القناة تركز على جوانب معينة، كما أنهم يشاهدون هذه القناة من أجل تنمية معارفهم الإسلامية والاستفادة من النصائح والإرشادات التي تقدمها قناة القرآن، كما أنهم يشاهدون القناة مع العائلة وذلك لنوعية البرامج المقدمة باعتبارها برامج عائلية دينية لا يوجد بها حرج. وفي الأخير نستطيع القول إن قناة القران الجزائرية هي وجهة الشباب الجامعي في التعرف على التعاليم الدينية والثقافية والإسلامية.

– دراسة (محمد بكير 2018) بعنوان: دور القنوات الفضائية الدينية في تشكيل معارف المراهقين السعوديين ومدركاتهم حول القضايا الدينية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على القنوات الدينية الفضائية التي يقبل المراهقين السعوديين على مشاهدتها ،وكثافة تعرضهم لها, والكشف عن مدى اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية في الحصول على المعلومات, والتعرف على الأهداف التي تتحقق للمراهقين السعوديين من الاعتماد على القنوات الفضائية الدينية, وأهم التأثيرات الناتجة من هذا الاعتماد, وكذلك رصد العلاقة بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية ،والمستوى المعرفي لديهم. والتأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية المكتسبة لديهم وتوصيف العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية (النوع، المستوى الاجتماعي والاقتصادي).

وتكونت عينة الدراسة من 480 مفردة من المراهقين السعوديين من طلاب المرحلة الثانوية موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث، وأثبتت الدراسة أن المراهقين السعوديين يقبلون على متابعة القنوات الفضائية الدينية وذلك بنسبة 97%.وجاءت أسباب تفضيل المراهقين السعوديين لمشاهدة البرامج الدينية في المقام الأول أنها تقدم المعلومات الدينية بشكل مبسط

يليها تقديم الموضوعات الدينية المعاصرة، ثم يعتمدون عليها في حصولهم على المعلومات الدينية وأخيرا أنها تشبع احتياجاتهم الدينية.

- توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المراهقين السعوديين (الذكور والإناث) في مستوى معرفتهم بمجال القرآن الكريم، الأحاديث النبوية، الفقه والشريعة، ولم تثبت في مجال العبادات وسيرة الأنبياء.

منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي باعتباره انسب المناهج ملائمة لمثل هذه الدراسات، وهو المنهج الذي يتناول دراسة أحداث وظواهر وممارسات قائمة موجودة متاحة للدراسة والقياس كما هي، دون تدخل الباحث في مجرياتها ويستطيع أن يتفاعل معها فيصفها ويحللها. (عماد شبير،2011).

أدوات جمع البيانات:

لقد قام الباحثان بتصميم استبانة لقياس اتجاهات الطلبة نحو القنوات الدينية وقد شملت على (20) تساؤل، تم التحقق من صدق وثبات الفقرات. ومن تم وزعت على أفراد العينة.

مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة من طلبة قسم الإعلام في كلية الآداب الجامعة الأسمرية الإسلامية، وطلبة كلية الإعلام بجامعة الزيتونة، وتكونت العينة من (60) طالب وطالبة.

النظريات المفسرة:

نظرية الاستخدامات والاشباعات:

تُعدّ نظرية الاستخدامات والإشباعات من نظريات التأثير الإعلامي غير المباشر المهمة جدًا والأكثر استخدامًا، ويُعد إلياهو كاتز أول من وضع اللبنة الأولى في مدخل الاستخدامات والإشباعات، في مقال له بكتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" لكاتز وبلوملر عام 1974م، حيث تأخذ هذه النظرية أن المتلقي هو نقطة البدء بدلًا من الرسالة، فتقوم بشرح سلوك المتلقي الاتصالي من خلال تجربته المباشرة مع وسائل الإعلام، فالأفراد يوظفون الرسائل الإعلامية بدلًا من التصرف سلبًا نحوها. وبصورة عامّة فإن الاستخدامات والإشباعات تحاول على إجابة من يتساءل عن أسباب اختيار الجمهور لمضمون إعلامي دون الأخر، وتعدّ نظرية

الاستخدامات والإشباعات أن الجمهور يستخدم المحتوى الإعلامي لإشباع رغبات معينة لديه، مثل: الترفيه أو الحصول على معلومة أو التفاعل الاجتماعي وغيرها. (نوال عمر،2016).

مضمون هذه الدراسة يتطابق مع نظرية الاستخدامات والإشباعات والتي تشير إلى أن " تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة محددة استجابة لدوافع الحاجات الفردية"، حيث تتلاقى أهداف وتساؤلات الدراسة مع فروض النظرية كما يلي):محمد منير حجاب، 2010)

1. إن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط يتصف بالإيجابية والفاعلية، واستخدامه لهذه الوسائل موجه لتحقيق أهداف معينة.

2. جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه وحاجاته، ودوافع تعرضه لهذه الوسائل، وبالتالي فهو قادر على تحديد اختيار المضمون الذي يلبي حاجاته.

3. الجمهور يمتلك المبادرة في تحديد العلاقة بين اشباع الحاجات واختيار الوسيلة التي يرى انها تشبع حاجاته.

4. يرى كاتز أن لدى كل فرد عدداً من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد من خلال خبرته حيث يبدأ في رسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات... فيترتب على ذلك اتخاذ قراره بالاختيار بين وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى، ونتيجة للتعرض يتم اشباع الحاجات. (حسن عماد مكاوي، ليلى السيد، 2006).

دوافع التعرض لوسائل الإعلام :

صنفت دراسات وسائل الإعلام الدوافع إلى فئتين أساسيتين هما:

1- الدوافع النفعية: وهي التي تهدف إلى التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات، من جميع أشكال الأخبار التعليمية والثقافية.

2- الدوافع الطقوسية: وهي التي تهدف إلى تمضية الوقت والتنفيس والاسترخاء والصداقة والهروب من المشكلات وقضاء وقت الفراغ. (حسن عماد مكاوي، ليلى السيد،2006(

نظرية ترتيب الأولويات أو الأجندة:

نظرية ترتيب الأولويات أو "الأجندة"، يمكن تعريفها على أنّها العملية التي من خلالها تحدد وسائل الإعلام بماذا نفكر وحول ماذا نقلق، حيث أن أول من لاحظ هذه الوظيفة هو "والتر

ليبمان" في العشرينيات من القرن الماضي، فيُعد أن وسائل الإعلام هي التي تعمل على خلق الصور في أذهاننا، ورد فعل الجمهور يكون تجاه تلك الصور الذهنية وليس تجاه الأحداث الفعلية، لذلك فإن الأجندة هدفها إعادة صياغة الأحداث التي تقع في البيئة المحيطة بالجمهور إلى نموذج بسيط قبل أن يتعامل معها، ويعود أصل النظرية لبحوث ليبمان من خلال كتابه بعنوان الرأي العام 1922م. حيث يرى: "أن وسائل الإعلام تقوم في بناء الصور الذهنية عند الجمهور، وغالبًا تقدم هذه الوسائل معلومات كاذبة في عقول الجماهير، لتعمل من خلالها على تكوين الرأي العام في القضايا التي تهم المجتمع"، وتعتمد هذه النظرية على اختلاف نظريات التأثير الإعلامي غير المباشر من خلال وضع أجندة لترتيب أولويات الجمهور للتأثير عليه. (عادل فهمي البيومي،(2011

دور الإعلام الإسلامي في تنمية الثقافة الإسلامية:

مفهوم الإعلام الإسلامي:

الأصل في الإعلام الإسلامي انَّه إعلام عام غير متخصص لمجتمع مسلم أو دولة إسلامية أو حكومة إسلامية، لكن الواقع لمجتمعاتنا الإسلامية يحتم علينا القول بأنَّ الإعلام الإسلامي في ظروفنا المعاصرة هو صورة من صور الإعلام المتخصص، وهو الإعلام الديني. (محي الدين عبد الحليم، 1983)

يهدف الإعلام الإسلامي إلى تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله بصورة مباشرة أو من خلال وسيلة إعلامية عامة بوساطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة متعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعنى بالحقائق الدينية وترجمتها في سلوكه ومعاملاته. (محي الدين عبد الحليم، 2003(

خصائص وأساليب الإعلام الإسلامي:

للإعلام الإسلامي خصائص تجعله يختلف عن غيره من أنواع الإعلام، والتي أوردها الدكتور محمد منير سعد الدين في كتابه: "الإعلام قراءة في الإعلام المعاصر والإعلام الإسلامي".

حيث أن الإعلام الإسلامي يتميز باستقلاليته ورفضه للهيمنة، وهو ذاتي الانطلاق ويرفض أشكال التبعية، وهو عالمي التوجيه ودعوته عالمية، وهو بهذا يرفض كل ما يتعارض مع المصادر الأساسية للإسلام من قرآن كريم وسُنَّة نبوية.

اعتمد الإعلام الإسلامي في مخاطبة جماهير الناس على الإقناع دون الإكراه، وهو مبدأ إسلامي مهم عرضته الآيات والأحاديث وطبَّقه رسول الله ودأب عليه الإسلام إلى يومنا هذا.

ومن أساليب الإعلام الإسلامي ما يلي:

1. البيان المعجز: لقد جاء القرآن الكريم كتابًا عربيًا مبينًا يتحدث إلى الناس بلغة العرب، ولكنه جاء بأسلوب معجز تحدى به المعاندين والمتكبرين أن يأتوا بما يماثله في نصاعة التعبير وقوة البيان ولا يزال هذا التحدي المعجز قائمًا حتى اليوم، وسيبقى قائمًا إلى يوم يبعثون.

2. التنوع في الأداء القرآني: فالقرآن في حقيقته تركيب عجيب في بناء آياته وفي الموضوعات والقضايا التي يتناولها من خلال وعظه وتعليمه ومحاوراته التي يرد بها على المعترضين أو يعقب بها مؤيدًا أو منددًا أو مبشرًا أو منذرًا.

3. الواقعية في الحوار: والمقصود بالواقعية هو أن وحي السماء قد علمنا مواجهة الأحداث والوقائع حين حدوثها ذلك أن الفكرة النابعة من المواجهة تتصف بالحرارة والحيوية وتتميز بقدرة فائقة على التأثير في النفوس وهذا هو السر في القرآن الكريم، وبتعبير آخر كانت السور أو الآيات تنزل استجابة لحادث معين أو جوابًا عن سؤال معين أو شرحًا لموقف من المواقف.

4. التزام الصدق: هذه الصفة بالغة الأهمية في الإعلام الناجح وفي الدعوة إلى الله فإن تحرى الحقائق والوقائع والالتزام بروايتها، كما وقعت هي الضمانة الأساسية للفوز بثقة الناس الذين هم غرض المادة الإعلامية أو هدف الدعوة إلى الله، لقد أثبتت مجريات التاريخ الإسلامي أن الأكاذيب والأساطير التي وجهت بها الدعوة الإسلامية قد سقطت كلها أمام الاستقامة والطهارة في مناقب أصحاب الدعوة إلى الله. (عادل فهمي البيومي،(2011

5. المواجهة الصريحة وتسمية الأشياء بأسمائها: فكل تسمية تتم على حساب العقيدة والشريعة في سبيل الحصول على مكاسب وقتية هي في الحقيقة جناية على العقيدة والشريعة في وقت معًا، ولنا فيما ذكر عن رسول الله صلى الله عليه وسلم من المواقف ما يؤكد هذا الرأي، ولاسيما يوم أن رفض التسوية التي عرضت عليه من قبل قريش بواسطة عمه أبي طالب فقال قولته الخالدة: (والله يا عم لو وضعوا الشمس في يميني والقمر في يساري على أن أترك هذا الأمر ما تركته أو أهلك دونه. (نوال عمر،(2016

6. فعالية السلوك: لوحظ أن القرآن الكريم قد ركز تركيزًا شديدًا على الجانب الخلقي عند الرسول صلى الله عليه وسلم، واعتبر أن نجاح الدعوة إلى الله موصول في جانب كبير من

سلوكه عليه الصلاة والسلام، فقد ورد فيه قوله عز وجل: {وَلَوْ كُنْتَ فَظّاً غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ}[آل عمران:159]، ويقول في مكان آخر: {وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ}[القلم:4]، وفي مكان ثالث يصف القرآن أخلاق عباد الرحمن فيقول عز من قائل: {وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الأَرْضِ هَوْناً وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلاماً * وَالَّذِينَ يَبِيتُونَ لِرَبِّهِمْ سُجَّداً وَقِيَاماً}[الفرقان:63، 64] إلى آخر سورة الفرقان.

7. الأخذ بأسلوب الاستيعاب الإعلامي: والمقصود بالاستيعاب هنا هو أن القرآن الكريم قد أخذ بطريقتين أساسيتين في الأداء لما لهما من أثر بالغ في تحقيق هذا الاستيعاب:

الأولى: طريقة التنويع في التعبير بحيث يتم التناغم بين المبنى والمعنى، فإذا كان المعنى شديدًا قاسيًا كان المبنى شديدًا قاسيًا أيضًا والعكس بالعكس.

الثانية: طريقة التكرار في الأداء، والمقصود بالتكرار هو القيام بعملية الإيحاء المستمر وهي العملية التي يتكرر بها المعنى نفسه بعبارات مختلفة تجنبًا للإملال وقصدًا إلى تعميق التوعية بالمعنى المقصود منه.

دور إعلام في دعم القيم والثقافة الإسلامية:

القيم الإسلامية:

تعرّف القيم الإسلامية على أنّها: مجموعةٌ من الصفات الإنسانية الإيجابية والراقية التي يجب أن يلتزم فيها الإنسان المسلم، والتي تكون من وحي الدين الإسلامي، حيث يتمّ غرسها في نفس المسلم من خلال حثه على ضرورة أداء السلوكيات الإيجابية في مختلف المواقف الحياتية منذ الصغر؛ بهدف مساعدته على التمييز بين الصواب والخطأ، والخير والشر، والتي تتضح من خلال التفاعل مع الأهل، والأقارب، والأصدقاء والكون ككل. (محمد عبد الحميد،2013(

يُعد موضوع القيم من المواضيع التي أثارت اهتمام الباحثين من مختلف التخصصات، المعرفية وهذا لدورها في عملية البناء والتغيير الاجتماعي، وعليه تعتبر القيم مرآة عاكسة لشخصية المجتمعات نظراً لمرونتها ونسبيتها واختلافها من مجتمع إلى آخر، وتستمد القيم الإسلامية استمراريتها من صلاحية مصادرها لكل زمان ومكان، قال تعالى: {وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلاَّ رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ} (الأنبياء: 107).

ومن مظاهر الاستمرار في القيم الإسلامية تكرر حدوثها في سلوكيات الناس حتى تستقر، قال صلى الله عليه وسلم: «لا يزال الرجل يصدق ويتحرى الصدق حتى يكتب عند الله صدّيقاً» رواه الإمام أحمد في مسنده.

فالصدّيق لا يطلب منه أن يصدق مرة ويكذب مرات، وإنما المطلوب أن يستمر هذا السلوك في تصرفاته طول حياته حتى يستحق هذا اللقب.

يقول الدكتور أحمد مهدي عبد الحليم: ومن الخصائص الأساسية في القيمة تكرار حدوثها بصفة مستمرة، فمن يصدق مرة أو مرات لا يوصف بأنه فاضل في سلوكه، وإنما تتأكد القيمة وتبرز الفضيلة الخلقية في سلوك الإنسان إذا تكرر حدوثها بصورة تجعلها عادة مستحكمة أو جزء من النسيج العقلي والسلوكي لصاحبها وعنوانا لهويته.

مفهوم الثقافة الإسلامية:

أولاً: تعريف كلمة " الثقافة" في اللغة العربية: ترد كلمة الثقافة ومشتقاتها في اللغة العربية لعدة معان، منها الحذق والفطنة وسرعة أخذ العلم وفهمه، والتهذيب وتقويم المعوج من الأشياء، ثقف الرجل ثقفا وثقافة، أي صار حذقا فطنا.

ثانياً: تعريف كلمة الثقافة في الاصطلاح، لم نجد عند علماء العرب والإسلام في الزمن الماضي مفهوما اصطلاحيا للثقافة، وقد يرجع السبب في ذلك إلى أن هذه الكلمة لم تكن شائعة الاستعمال في زمانهم.

وحين دخلت الثقافة الإسلامية كعلم في حياة المسلمين المعاصرة انتشر التعبير بهذه الكلمة فأصبحنا نصف فلانا بأنه مثقف أو واسع الثقافة، وأصبحت لدينا مؤتمرات ثقافية وندوات ثقافية وكتب موسوعات ثقافية.

وعلى هذا جاء تعريف الثقافة بالمعنى الاصطلاحي تعريفا حديثا علي يد المجمع اللغوي الذي عرفها بأنها: (جملة العلوم والمعارف والفنون التي يطلب الحذق بها) وهي مجموع ما يحصل عليه الفرد من مجتمعه، من المعتقدات والتقاليد تكونت على مدى التاريخ (منصور، عصام.2011)

وعلى ذلك تكون الثقافة الإسلامية هي نمط معرفي تحتمه العقيدة الإسلامية، وتبعث على بحثه ووجوده، يتعلق بالإنسان في تكوين عقليته وميوله، وفي بناء علاقاته ونظمه، وتحديد أنماط سلوكه وطراز عيشه على صعيد فردي ومجتمعي ودولة وأمة. (سمارة، إحسان2014)

دور الإعلام في الثقافة الإسلامية:

إن أهم دور في عملية تأثير الإعلام في الثقافة هو طبيعة الثقافة نفسها، ومدى وعي الإنسان على ثقافته، فإن كانت الثقافة عقلية منطقية فهي تحتاج لإعلام يأخذ بعينه الأدلة والبراهين المنطقية ليستطيع التأثير على هذه الثقافة.

يتأثر الرأي العام بالإعلام ووسائله (كالقنوات الفضائية) ودروه المحوري في كيفية التغيير في الثقافة العامة للمجتمعات لاسيما الثقافة الإسلامية، من خلال إضافة المعلومة الجديدة إلى إطاره المعرفي وربما تحويلها لمعيار، أو إضافة المعلومة بعد معالجتها بمعايير مسبقة، لما لها من أثر بالغ في ثقافات الشعوب وإعادة صياغتها، والتأثير في التصورات والقيم والقناعات والميول والنظم، وتخضع الأداة الإعلامية لأهداف القائمين عليها ومخططاتهم، ولابد من استغلالها في الخير ونشر الدعوة وتنمية الثقافة الإسلامية.

فقد توصلت العديد من الدراسات والبحوث الميدانية إلى أن هناك آثاراً كبيرة للقنوات التلفزيون الفضائية التي أصبحت تشارك في التنشئة الاجتماعية للشباب والأطفال جنباً إلى جنب مع الأسرة والمدرسة والمسجد وتكاد تجزم بعض الدراسات بأن البث الفضائي المباشر قد أخذ طريقه ليشغل أدوار مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

النتائج المتعلقة بدوافع متابعة القنوات الفضائية الدينية لدى أفراد العينة

الدافع	التكرار	النسبة
تقديم المعلومات الدينية بشكل مبسط.	**59**	**98%**
تقديم الموضوعات الدينية المعاصرة.	**45**	**90%**
الحصول على المعلومات الدينية.	**45**	**75%**
رفع المستوى الثقافي.	**43**	**72%**
ترسيخ العقيدة.	**60**	**100%**
نمو واعز الضمير.	**59**	**98%**
تساعد على الاعتزاز بالإسلام.	**60**	**100%**
نبذ العنف والإرهاب.	**53**	**88%**
القيام بواجباتي الدينية بشكل صحيح.	**57**	**95%**
تشبع احتياجاتي الدينية.	**39**	**65%**
حل بعض المشاكل الاجتماعية.	**36**	**60%**
المجموع	**60**	

من خلال بيانات الجدول السابق يلاحظ أن: أهم دوافع أفراد العينة لمتابعة القنوات الفضائية الدينية تمثلت في دافع ترسيخ العقيدة، ودافع الاعتزاز بالإسلام حيث تحصلا على أعلى نسبة وهي100%. يليهما دافعي نمو واعز الضمير وتقديم المعلومات الدينية بشكل مبسط بنسبة 98%. وجاءت هذه النتيجة متفقة مع نتيجة دراسة (محمد بكير 2018).

وقد تحصل دافع القيام بواجباتي الدينية بشكل صحيح، ودافع الحصول على المعلومات الدينية على نسبة 75%، وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (ايمان بوكرش، إيمان بن عيسى 2017).

النتائج المتعلقة بأثر القنوات الفضائية الدينية في تنمية الثقافة الإسلامية لدى أفراد العينة

الأثر	التكرار	النسبة
الاعتزاز بالإسلام.	**60**	**100%**
تقويم السلوك.	**58**	**97%**
تقوية الإيمان.	**58**	**97%**
تجنب المعاصي.	**59**	**98%**
ترسيخ العقيدة.	**60**	**100%**
نمو الوازع الديني.	**59**	**98%**
الدعوة إلى الإسلام.	**60**	**100%**
نبذ العنف والإرهاب.	**56**	**93%**
المجموع	**60**	

من خلال بيانات الجدول السابق نلاحظ أن أثر القنوات الفضائية الدينية في تنمية الثقافة الإسلامية لدى أفراد العينة تمثل في الاعتزاز بالإسلام، وترسيخ العقيدة، والدعوة إلى الإسلام وهذا ما دل عليه نسبة 100% من إجابات أفراد العينة. وتحصلت عباراتي تجنب المعاصي ونمو الوازع الديني على نسبة 98%. في حين كان أثر تقويم السلوك والإيمان بنسبة 97%.

النتائج المتعلقة بإيجابيات القنوات الفضائية الدينية في تنمية الثقافة الإسلامية لدى أفراد العينة

الايجابيات	التكرار	النسبة
رفع المستوى الثقافي.	**50**	**65%**
ترسيخ العقيدة في نفوس البشر.	**45**	**90%**
مكارم الأخلاق.	**45**	**75%**
تنظيم أسلوب الحياة.	**43**	**72%**
الدعوة إلى الدين الإسلامي.	**60**	**100%**
المجموع	**60**	

من خلال بيانات الجدول السابق نلاحظ أن أهم إيجابيات القنوات الفضائية الدينية في تنمية الثقافة الإسلامية لدى أفراد العينة تمثلت في الدعوة إلى الدين الإسلامي، ورفع المستوى الثقافي، وكذلك ترسيخ العقيدة في نفوس البشر. وآخرها مكارم الأخلاق، وتنظيم أسلوب الحياة.

نتائج الدراسة:

من خلال تحليل البيانات ومناقشتها، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج وهي:

1- أن أهم دوافع أفراد العينة لمتابعة القنوات الفضائية الدينية تمثلت في دافع ترسيخ العقيدة ودافع الاعتزاز بالإسلام، ودافع نمو واعز الضمير، ودافع تقديم المعلومات الدينية بشكل مبسط، ودافع القيام بواجباتي الدينية بشكل صحيح ودافع الحصول على المعلومات الدينية.

2- للقنوات الفضائية الدينية عدة آثار في تنمية الثقافة الإسلامية تمثلت في الاعتزاز بالإسلام، وترسيخ العقيدة، والدعوة إلى الإسلام، وتجنب المعاصي ونمو الوازع الديني، وتقويم السلوك والإيمان.

3- أن أهم إيجابيات القنوات الفضائية الدينية في تنمية الثقافة الإسلامية تتمثل في الدعوة إلى الدين الإسلامي، ورفع المستوى الثقافي، وكذلك ترسيخ العقيدة في نفوس البشر، ومكارم الأخلاق، وتنظيم أسلوب الحياة.

التوصيات:

من خلال ما توصلت إليه الدراسة من نتائج يمكن أن نذكر بعضاً من الارشادات والتوصيات التي نرى أن من شانها دفع القائمين على القنوات الفضائية الدينية لتحقيق تنمية فاعلة في الثقافة الإسلامية لدى الجمهور المتلقي. ومن هذه التوصيات ما يلي:

- على القنوات الفضائية تقديم البرامج التي لها أثر فعال في فهم القيم الإسلامية التي يجب أن يتحلى بها الفرد والجماعات المسلمة وإبراز المنهج الوسطي للإسلام ومواقفه المعتدلة في كافة نواحي الحياة.
- يجب أن تهتم القنوات الفضائية بالجانب الاجتماعي باعتباره جزءًا لا يمكن فصله عن الجانب الديني.
- تنظيم ندوات ومحاضرات تعتني بالجوانب الإعلامية حيت تتم الحوار بين المتخصصين في مجالات الشريعة مع متخصصين في مجالات الإعلام، يتلقى فيها القائمون على العمل الإعلامي الإسلامي محاضرات في العلوم الإنسانية والإسلامية يلقيها كبار المفكرين والدعاة.

- إجراء بحوث ودراسات أخرى في مجال القنوات الدينية ودورها في تنمية الثقافة الإسلامية للتأكيد على الدور الفعال للقنوات الدينية في ترسيخ الثقافة الإسلامية.

المراجع:

1. **ايمان بوكرش وإيمان بن عيسى (2017)، دور قناة القرآن الكريم الجزائرية في تنمية الثقافة الإسلامية لدى الشباب الجامعي، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر.**
2. **حسن عماد مكاوي، ليلى السيد (2006)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية**
3. **سلام نصر الدين محمد (2015)، اتجاهات طلبة الإعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة ودورها في تنمية القدرات المعرفية لديهم، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 27 المجلد7.**
4. **سمارة، إحسان، (2014)، الثقافة الإسلامية آفاقها ومرتكزاتها، ط 8، عمان، الجوهرة للنشر والتوزيع**
5. **عادل فهمي البيومي (2011)، البرامج الدينية في التلفزيون المصري ودورها في التثقيف الديني للشباب، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.**
6. **عماد رمضان محمد شبير (2011)، أثر استراتيجية حل المشكلات في علاج صعوبات تعلم الرياضيات لدى طلاب الصف الثامن الأساسي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر غزة.**
7. **فرج عبد القادر طه واخرون (1993)، معجم علم النفس والتحليل النفسي، القاهرة، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع.**
8. **محمد محمد عبده بكير (2018)، دور القنوات الفضائية الدينية في تشكيل معارف المراهقين السعوديين ومدركاتهم حول القضايا الدينية، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، العدد 20، مارس.**
9. **محمد منير حجاب (2010)، نظريات الاتصال، القاهرة، دار الفجر للمنشر والتوزيع**
10. **محمد عبد الحميد (2013)، نظريَّات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، دار عالم الكتاب.**
11. **منصور، عصام (2011)، مدخل إلى علم الاجتماع، ط 8، عمان، دار الخليج.**
12. **محي الدين عبد الحليم (1983)، المسئولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي، القاهرة، ط/1.**
13. **محي الدين عبد الحليم (2003)، الإعلام الإسلامي: الأصول والقواعد والأهداف، مؤسسة اقرأ الخيرية.**
14. **رجب سعيد شهوان (2005)، دراسات في الثقافة الإسلامية، الكويت مكتبة الفلاح ط 9.**
15. **نوال عمر (2016)، دور الإعلام الديني في تغيُّر بعض القيم في الأسرة الريفية والحضرية، رسالة دكتوراه منشورة، كلية الآداب، جامعة الزقازيق.**