



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -
كلية العلوم الاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية



تخصص وسائل الإعلام والمجتمع

شعبة علوم الإعلام والاتصال

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر (LMD) في علوم الإعلام والاتصال تخصص
وسائل الإعلام والمجتمع الموسومة ب :

الإعلام الديني ودوره في التنشئة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي
- دراسة ميدانية على عينة من متبعي قناة الرسالة

تحت إشراف الأستاذة:

د. صفاح أمال

فايلة

من إعداد الطالبتين:

تمنوش فتيحة

زيان أم كلثوم

لجنة المناقشة

مشرفا ومقررا	جامعة مستغانم	د. صفاح أمال
رئيسا	جامعة مستغانم	د. بعلي محمد
مناقشا	جامعة مستغانم	د. محراز سعاد

السنة الجامعية: 2018/2017

اهداء

أهدي ثمرة جهدي هذا:

إلى فيض الحنان الذي دوما يغمرني أمي الغالية.

إلى القلب الكبير الذي أعطاني بلا حدود أبي الغالي. والدي الكريمين

حفظهما الله.

إلى الصخرة التي تتحطم عليها كل متاعبي إلى جنتي على الأرض وفي السماء.

جدي...جدتي...

إلى النور الذي يضيء ويملأ كل حياتي أخواتي " فاطمة وزهرة وعالية

وسعدية ومليكة وآمنة وحليمة وخيرة "

إلى عوني وسندي في حياتي.....صديقاتي " صليحة، آمنة، محجوبة، زهية،

صبرينة، هنية، رقية"

وإلى من تقاسمت معي أعباء العمل " فتيحة"

أم كلثوم

إهداء

قال الله تعالى: "(وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا)"

أهدي كلماتي وثمره دراستي المتواضعة

إلى ما في الوجود إلى سراج يضيئ دربي بغير حدود ونبع يقيني بغير سدود

إلى بتراس حياتي "أبي العزيز" الذي لم يتوانى لحظة في دعمي ماديا ومعنويا

فالوالد قيل فيه: "الوالد أوسط أبواب الجنة فإن شئت فأصنع بابا" (احفظه)

إلى من هجأت حروفها من ذهب:

ألف...أميرة قلبي، وميم...ملاك روحي، وياء...ينبوع الحنان

إلى التي شفاء وكلماتها دعاء وتربيتها ضياء إلى التي لا تساوم بأغلى الأثمان،

ولا تقاس اسمه افي الميزان، أمي العزيزة.

إلى أختي "خيرة، فاطمة"

وإلى أناس صادقهم صادقهم وأحببتهم وستعيش فباكرهم كل باسمه رفقاء

الدرب والدراسة" نوال، زهية، نجاه"

وإلى كل من سقط عن قلبي سهوا وإلى كل من تذكره قلبي ونسيه قلبي

فتيحة

شكر وتقدير:

الحمد والشكر لله تعالى أولاً وآخراً .

أتقدم بالشكر الجزيل لكل من ساهم في إعداد وإخراج هذا البحث إلى النور

سواء من قريب أو من بعيد .

وأخص بالذكر المشرف: الأستاذ الدكتور: صالح صالحي صالح على قبوله الإشراف

على هذا البحث، وعلى كل توجيهاته العلمية والمنهجية ونصائحه القيمة دون

كلل أو ملل لإثراء رسالتي وتثمينها .

كما أتوجه بشكري الجزيل إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة على تكريمهم

لقراءة ومناقشة هذه الرسالة العلمية .

والشكر موصول كذلك..... لكل من تصفح مذكرتي من بعدي.....

فهرس المحتويات

كلمة شكر

الإهداء

مقدمة

الجانب المنهجي

- تحديد الإشكالية.....
- تساؤلات الدراسة.....
- أهمية الدراسة.....
- أهداف الدراسة.....
- أسباب إختيار الموضوع.....
- تحديد منهج الدراسة.....
- تحديد أدوات الدراسة.....
- تحديد مجتمع البحث.....
- عينة الدراسة.....
- الدراسات السابقة.....
- حدود الدراسة.....

• تحديد المفاهيم

• الخلفية النظرية.....

الجانب النظري

1. الفصل الأول: التناول الإعلامي للمواضيع الدينية

تمهيد الفصل

1-المبحث الأول: الإعلام الديني

1-1 مفهوم الإعلام الديني وخصائصه.....

1-2 وظائف الإعلام الديني ودوره.....

1-3 تطور الإعلام الديني.....

1-4 أهداف الإعلام الديني.....

2-المبحث الثاني: قناة الرسالة

2-1 المحة تاريخية.....

2-2 نبذة عن مدير القناة.....

2-3 رسالة القناة.....

2-4 مجموعة من برامج القناة.....

خلاصة عامة للفصل

II. الفصل الثاني: علاقة وسائل الإعلام بالتنشئة الاجتماعية التلفاز نموذجاً

تمهيد الفصل

1-المبحث الأول: التنشئة الاجتماعية

1-1 مفهوم التنشئة الاجتماعية وخصائصها.....

1-2 أهداف التنشئة الاجتماعية.....

1-3 مؤسسات التنشئة الاجتماعية.....

1-4 أهمية التنشئة الاجتماعية.....

2-المبحث الثاني: وسائل الإعلام والتنشئة الاجتماعية

2-1 تطور وسائل الإعلام وتأثيرها.....

2-2 دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية.....

2-3 الإعلام كمؤسسة تنشئية مدعمة ومنافسة لدور الأسرة في التنشئة الاجتماعية التلفاز

نموذجاً:

2-4 إيجابيات وسلبيات التلفزيون.....

خلاصة عامة للفصل

.....خاتمة البحث

.....قائمة المصادر والمراجع

فهرس الجداول البسيطة:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
ص82	يمثل متغير الجنس	01
ص83	يمثل متغير السن	02
ص84	يمثل متغير التخصص	03
ص85	يمثل متغير المستوى الجامعي	04
ص86	يمثل متغير درجة متابعة قناة الرسالة	05
ص87	يمثل متغير سنوات متابعة القناة	06
ص87-88	يمثل متغير فترة مشاهدة القناة	07
ص89	يمثل متغير الفترة التي تقضيها لمشاهدة القناة	08
ص90-91	يمثل متغير تحديد البرامج الأكثر متابعة	09
ص92	يمثل متغير المواضيع التي تثير الاهتمام في القناة	10
ص93	يمثل متغير البرامج الهادفة التي تقدمها القناة	11
ص94	يمثل متغير اعتقاد مساهمة القناة في زيادة الوعي لدى الشباب	12
ص95	يمثل متغير الخطاب اللغوي للقناة يهتم بكافة شرائح المجتمع	13
ص96	يمثل متغير قناة الرسالة تهدف إلى تهذيب السلوك الأخلاقي لدى الشباب	14
ص96-97	يمثل متغير قناة الرسالة لها دور فعال في التنشئة الاجتماعية	15
ص97	يمثل متغير تعزيز قناة الرسالة العقيدة الإسلامية في نفوس الشباب	16
ص98-99	يمثل متغير مساهمة القناة في غرس القيم السامية لدى الشباب	17

فهرس الجداول

ص 99-100	يمثل متغير السبب أو الدافع لمشاهدة قناة الرسالة	18
ص 101-102	يمثل متغير الأثر القيمي لقناة الرسالة	19
ص 102	يمثل متغير التغير الذي طرأ على القيم والسلوك	20
ص 103	يمثل متغير متابعة استئارة القناة عواطفك في قضية ما	21
ص 104	يمثل متغير محتوى القناة ينمي ويشجع مواهب وإبداعات الشباب	22
ص 105-106	يمثل متغير الإلتزام بهذه القيم	23

فهرس الجداول المركبة:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
ص 107-108	يمثل متغير تغير السلوك	01
ص 109-110	يمثل متغير الأثر القيمي الذي تتركه قناة الرسالة	02
ص 111-112	يمثل متغير تحديد البرامج الأكثر مشاهدة	03
ص 113-114	يمثل متغير درجة المتابعة	04
ص 114-115	يمثل متغير دور قناة الرسالة في التنشئة الإجتماعية	05

ملخص:

إن الدراسة المؤطرة بعنوان "الإعلام الديني ودوره في التنشئة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي دراسة ميدانية للمنتبعي قناة الرسالة"، تهدف هذه الدراسة الكشف عن دور قناة الرسالة الفضائية في التنشئة الاجتماعية، وتم الإعتماد على المنهج المسحي الوصفي وبالضبط المسح بالعينة، وذلك باستخدام العينة القصدية النمطية تمثلت في طلبة الجامعة عبد الحميد بن باديس بولاية مستغانم على مختلف المستويات والشعب، بإتخاذ استمارة الاستبيان كأداة مناسبة مضبوطة على أربعة محاور: المحور الأول: تخصص لعادات وأنماط مشاهدة، المحور الثاني: وقد ضبطت العينة ب70 مفردة كحدّ نهائي للدراسة، كما تطرقنا إلى الإطار النظري المسطر بفصلين: الفصل الأول عنونة تناول الإعلامي للمواضيع الدينية، أما الفصل الثاني أنطوى على علاقة وسائل الإعلام بالتنشئة الاجتماعية "تلفزيون أنموذجاً". كما توصلت الدراسة إلى نتائج متعدّدة :

- أن أغلب المبحوثين يفضلون مشاهدة القناة في الفترة المسائية، بمعدل أقل من الساعة.
- أن أغلب المواضيع التي تثير اهتمام المبحوثين في قناة الرسالة أغلبها مواضيع دينية.
- أن أغلب المبحوثين صرحوا بأن الأثر القيمي الذي تتركه القناة تمثل في القيم الأخلاقية.

الكلمات الدالة: الإعلام الديني، الدور، التنشئة الاجتماعية، الشباب.

مقدمة

تعتبر التكنولوجيات بأشكالها وأنواعها مطلبا أساسيا من مطالب هذا العصر وذلك لأنه إتسم بها وبدأ يسخرها كقوة فاعلة في عمليات الإنتاج والتطوير فقد غدت التكنولوجيا واقعا زاد من فاعليتها وتأثيرها في تحقيق الأهداف العامة والخاصة في المجتمع فلهذا ولدت وسائل اتصال حديثة بالصوت والصورة فلعبت الوسائل الإعلامية والاتصالية دورا هاما في مجال الحضارة للإنسان، بما تقدمه من مضامين ورسائل مختلفة للجمهور والمستقبلين فتأثر فيهم. وأحدثت ثورة المعلومات والاتصال تغييرا جذريا في الفضاء الإعلامي العربي.

أصبحت الفضائيات تنمو كالفطر وبالتالي نجد المشاهد العربي يبحث عن البديل والذي يتمثل في القنوات العربية مما يعرض المشاهد إلى فقدان وطمس الهوية العربية الإسلامية.

إن ظاهرة انتشار القنوات المتخصصة جديدة بالاهتمام كونها تهتم بالمشاهدة، له خصوصيات معينة كالاهتمام بالأخبار أو الدين ومن هذه القنوات المتخصصة ظهور القنوات الدينية يجد فيها البعض على أنها ظاهرة صحية جاءت لتعميق الفهم الصحيح للدين الإسلامي وكدرع في وجه التغريب الإعلامي الغربي.

فإن الفضائيات العربية اليوم أصبحت تسير كل ما يعرض على الفضائيات الغربية لذا نجدها تهتم بشريحة الشباب وقد إختارنا في مجال القنوات الدينية "قناة الرسالة" الفضائية ولذا أردنا من خلال هذه القناة معرفة دور هذا النوع من الإعلام الفضائي في الوقوف في وجه

تعدد الثقافة ومنع التهديد الذي يتعرض له مجتمعنا، وكما أن القناة تحاول مخاطبة جميع أفراد الأسرة وفي بحثنا هذا اخترنا شريحة الشباب المتكونة من فئة الطلبة لما لها من سعة إطلاع حول مختلف المواضيع مما يجعل منهم أرضية لمعالجة بحثنا وقد جاءت خطة الدراسة تحاول قدر الإمكان الجمع بين العمل النظري والميداني وجعلهما كتلة واحدة يخدم بعضها البعض وقد تم تقسيم الدراسة الى فصلين ، تناولنا في الفصل الأول تناول الإعلامي للمواضيع الدينية بحيث احتوى على مبحثين أما الفصل الثاني فتضمن علاقة وسائل الإعلام بالتنشئة الاجتماعية "التلفزيون نموذجاً" وفما يخص الفصل الثالث خصصناه للجانب الميداني للطلبة المنتبحين لقناة الرسالة.

الإشكالية:

يعد البث التلفزيوني الفضائي المباشر من المجالات الهامة والمؤثرة التي تحتاج دوماً إلى مزيد من الفهم والدراسة، فمع تطور تكنولوجيا الإتصال خلال النصف الثاني من القرن العشرين وانتشار وسائل الإعلام الإلكترونية، وابتداء مرحلة البث التلفزيوني الفضائي المباشر، بحيث دخلت وسائل الإعلام اليوم كل بيت وأخذت تلعب دوراً هاماً في وعي المتلقي و التأثير في مفاهيمه وقيمه، وعاداته وتقاليده، وطغت على كل مكونات الوعي الأخرى، كالأُسرة و المدرسة والمجتمع و غدت في أيامنا هذه الوسيلة الأهم في تكوين الفرد وأصبحت تنافس في تقديم الأحسن و الأجود والذي يعتمد على عنصر الإبهار الإعلامي، ومنه بات الإعلام الديني من أهم المفاهيم المعاصرة وأصبح المفكرين يعطونه اهتمامات كبيرة في دراساتهم لما له من أهمية في التأثير و تغذية العقول وذلك لما يمتلكه هذا الإعلام من قوة تأثير في التنشئة الاجتماعية، من خلال ترسيخ قيم داخل المجتمع، والتي تساهم في تحقيق الانسجام بين أفرادهِ .

فالإعلام الديني في الواقع الجزائري انطلق بوتيرة معتبرة مقارنة بقنوات المشرق العربي وذلك من خلال بث القنوات الموضوعاتية ومن بين القنوات الرائدة في مجال الإعلام الديني قناة الرسالة العربية، فهل هذه البرامج تساهم في التنشئة الاجتماعية، وكيف يتفاعل الشباب مع المحتويات التي تقدمها، فإن تسليط الضوء على معالجة أمر مهم جداً، مما يتبلور بداخلنا الرغبة في معرفة أسسه،

وقواعده وللوصول إلى ذلك لا بد من طرح الإشكال التالي: هل البرامج التي تقدمها قناة الرسالة لها دور في التنشئة الإجتماعية لدى الشباب؟ وكيف يتفاعل الشباب مع المحتويات التي تقدمها؟

تساؤلات الدراسة:

- ما الدور الذي تلعبه قناة الرسالة في التنشئة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي؟
- هل ما تقدمه قناة الرسالة من برامج كفيلة لتلبية إحتياجات الشباب من قيم إجتماعية وسلوكية وثقافية؟
- هل توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دور التنشئة الاجتماعية لقناة الرسالة وبعد درجة المشاهدة؟

أهمية الموضوع:

يستمد هذا البحث أهميته في كونه يمس شريحة حساسة في المجتمع وهم الشباب بحيث تتجلى أهمية هذه الدراسة في كونها تعالج 'أحدى المواضيع الراهنة في هذا العصر بحيث تناولت موضوع الإعلام الديني لما له من قوة تأثير ودور فعّال في التنشئة الاجتماعية لدى فئة الشباب وخاصة الحملة الشرسة التي أعلنها الإعلام الغربي قصد تشويه الإنسان العربي المسلم ووصفه بالإرهاب تارة وبالشدوذ تارة أخرى، وبالجهل والتخلف، بقصد التطاول على حضارته وإسهاماته في خدمة البشرية، والفرد العربي المسلم من النهوض بها أو ما يسمى بالإسلام فوبيا.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التنبية للدور الإعلامي الذي تلعبه القنوات الدينية وذلك من خلال المزج بين مضمون الرسالة وشكلها التي تصل إلى شرائح مختلفة من المجتمع.

- أهمية التنشئة الاجتماعية لدى القناة ضد الغزو الثقافي الغربي من خلال كافة البرامج التي تبثها طيلة اليوم وتنبئها على الدوام بتمسك بالثقافة العربية الإسلامية.

أسباب إختيار الموضوع:

الأسباب الموضوعية:

- كثرة القنوات الدينية على الأقمار الصناعية المختلفة والتي وصلت لأكثر من 80 قناة فبات من الضروري دراسة الدور الذي تلعبه في التنشئة الاجتماعية وخاصة لدى فئة الشباب في ظل تواجد تهديد ثقافي وحضري على الهوية الحضارية الإسلامية
- ظهور الإعلام الديني كمفهوم جديد في مجال الإعلام والاتصال ومدى أهميته ودوره في التنشئة الاجتماعية خاصة "قناة الرسالة".
- محاولة القنوات الدينية وعلى رأسها قناة الرسالة موضوع الدراسة مخاطبة كل أفراد الأسرة، مما يضفي طابع الإلتزام لديهم أثناء الخطاب والرسالة الموجهة لهم قصد المحافظة على الهوية العربية الإسلامية داخلهم والدفاع على الأخلاق والقيم والمثل العليا، وجب على شبابنا اليوم التمسك بالثقافة المحلية فيظل العولمة الثقافية.
- عرض الفضائيات العربية لكثير من البرامج على مدار الوقت تتعارض والثقافة المحلية الأمر الذي يهدد الهوية ويطمسها مما يجعل من شبابنا عرضة للتقليد الأعمى ولكل ما هو غربي يتقبله حتى صارت المفاهيم الغربية مقبولة وبينما القيم الرجعية يرفضها ولا يتقبلها.

الأسباب الذاتية:

- تكمن في كوننا جزء من مجتمع البحث.
- الاهتمام الشخصي والميول لمثل هذه الدراسات.
- تذكير الشباب بالقيم والمبادئ الاصيلة التي نشأ عليها والتي تكاد تختفي.
- التعرف على الدور الذي يحدثه الإعلام الديني في التنشئة الاجتماعية.

تحديد منهج الدراسة:

يعتبر المنهج ضروريا في أي بحث علمي، بأنه الطريق الذي يستعين به الباحث ويتبعه في كل مراحل دراسته بغية الوصول إلى نتائج علمية موضوعية.

ويعرف المنهج على أنه مجموعة الإجراءات والخطوات المتبناة من أجل الوصول الحقيقة¹.

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي الذي يقوم على وصف ما هو كائن وجمع البيانات وتفسيرها وتحديد العلاقة بين الوقائع².

¹. موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، د ط، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2004، ص09

². أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص286

كما يهتم بتحديد الممارسات الشائعة أو الدراسات والتعرف على المعتقدات عند الأفراد والمجتمعات وطرق نموها وتطورها.

فاذا كان المنهج هو الأسلوب الذي يتبعه البحث من أجل بلوغ أهدافه. فالشكل الذي اتخذناه لبحثنا هو المسح النظري والتطبيقي معا.

تحديد أداة الدراسة:

يعتبر الاستبيان من الأدوات البحثية الأساسية، شائعة الإستعمال في العلوم الإنسانية، وخاصة في علوم الإعلام والإتصال، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة.

اعتمدنا في دراستنا على أداة الاستمارة أو ما تسمى بالاستبيان الذي يعد بمثابة قائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة¹.

وتناولت الاستمارة أربع محاور أساسية حيث تناول كل محور خمسة أسئلة رئيسية.

¹. أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 220.

تحديد مجتمع البحث:

نقصد بمجتمع البحث أو ما يعرف بمجتمع الدراسة في لغة العلوم الإنسانية مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظة، فبتالي فهو يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة كمثل على ذلك سكان الجزائر أي مجموع الأشخاص أو الأفراد المقيمين بالجزائر¹.

عينة الدراسة:

تعرف العينة على أنها عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا ويسجل من خلالها هذا التعامل مع البيانات الأولية المطلوبة ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع².

اما عينة بحثنا فكانت عينة قصدية نمطية تتمثل في منتبعي قناة الرسالة.

¹. موريس أنجريس، نفس المرجع، ص298

². موريس أنجريس، نفس المرجع، ص311

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

- دراسة لبغداد بن ديدة تحت "عنوان الدور التربوي للقنوات الدينية لدى الشباب قناة اقرأ نموذجاً" وهي دراسة تحليلية ميدانية لنيل شهادة ماجستير 2012,2013 حيث انطلقت هذه الدراسة من إشكالية محاولة معرفة الدور التربوي للقنوات الدينية لدى الشباب ،وتهدف الدراسة إلى قياس الدور التربوي للقناة الدينية لدى الشباب ،حيث استخدم في هذه الدراسة أداة الاستمارة على عينة من طلاب جامعة مولاي طاهر بسعيدة ،وهي عينة عشوائية بسيطة حيث كان العدد الكلي للعينة 197. أما فيما يخص المنهج فقد اعتمد على المنهج الوصفي . وطبقت الاستمارة خلال شهر

ديسمبر 2011 وانتهت في بداية شهر أبريل 2013

-أما فيما يخص النتائج المتحصل عليها فنوجزها فيمايلي:

- يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الدور التربوي لقناة اقرأ وبعد التماسك الأسري.

- يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الدور التربوي لقناة اقرأ وبعد التحصين

الاجتماعي.

- يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الدور التربوي لقناة اقرأ وبعد الإعلام الديني.

الدراسة الثانية:

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان "الإعلام الديني وأثره في الرأي العام" وتمحورت إشكالية هذه الدراسة حول تأثير الإعلام الديني في الرأي العام من خلال دراسة ميدانية لعينة من الريف المصري كان قوامها 600 مبحوث ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

إرتفاع معدل التعرض لوسائل الإتصال الجماهيرية الثلاث: الراديو، والتلفزيون، والصحف وتأتي الإذاعة على رأس هذه الوسائل إذ بلغت نسبة الذين يستمعون إلى الراديو بين مجموعة الدراسة 90,2 وجاء التلفزيون بعد ذلك بنسبة 67.

ومن خلال اطلاعنا على الدراسات سالفة الذكر تضح لنا أن هذه الدراسات ساعدتنا في ضبط الخطة وكذلك معرفة المراجع والمصادر التي نعتد عليها.

حدود الدراسة:

- مجالات الدراسة : تصب هذه الدراسة في معرفة دور قناة الرسالة في التنشئة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي.

- المجال المكاني : أجريت هذه الدراسة بولاية مستغانم وبالتحديد بجامعة عبد الحميد بن باديس - كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.

- **المجال الزمني** : تم الشروع في هذه الدراسة مع بداية ديسمبر 2017 وانقسمت هذه الفترة حسب:

- **الجانب النظري** : استمر البحث فيه خلال الفترة الممتدة من ديسمبر 2017 إلى مارس 2018.

- **الجانب الميداني**: ابتداء من شهر مارس إلى شهر أبريل.

تحديد المفاهيم:

الشباب:

لغة: ورد في قاموس اللغة الفرنسية أن الشباب يعني:

- فترة من حياة الإنسان تتوسط مرحلة الطفولة والكهولة

- مرحلة يتطور فيها الإنسان في سلوكه وحالته يكتشف فيها الأشياء الجديدة حوله مادية كانت أم

معنوية.¹

إصطلاحاً:

- مرحلة الشباب هي المرحلة العمرية التي يكتمل فيها النضج العضوي والعقلي للفرد.²

¹ .Sans écrivain,Le petit La Rousse Ullistree,P562

² . محمد ياسر الخواجة، تجديد الخطاب الديني بين الفكر الفلسفي والاجتماعي، ط1، دار الكتب للنشر والتوزيع، مصر، 2011،

- الأفراد الذين هم مرحلة المراهقة أي الأفراد بين مرحلة النضج والبلوغ الجنسي بتميزهم في الاستقلال على المستوى التفكري وتكوين آراء خاصة بكل موضوع، ويعد الشباب من أهم الشرائح الاجتماعية تفاعلا مع تغيير الحادث في المجتمع،¹

- مرحلة الشباب تحدد من سن البلوغ إلى الثلاثين تقريبا بحيث يطلق علماء الغرب مصطلح Adolescence على فترة من بداية الحلم حتى أواخر العشرينات.²

التعريف الإجرائي: مرحلة الشباب تتمثل في فترة تحول في حياة الإنسان من حالة الطفولة واعتماده على غيره إلى حال تتم فيه الاعتماد على نفسه واكتمال نموه الجسمي والعقلي.

التنشئة الاجتماعية:

لغة: هي العملية التي يتم بمقتضاها تقبل الأدوار والقيم، المهارات، المعرفة والقواعد الخاصة بثقافة معينة.³

- تعرف التنشئة الاجتماعية على أنها عملية حصول الأفراد على العادات المرغوب فيها إجتماعيا مما يمكنهم من العيش بوصفهم أفراد في جماعة.⁴

¹ سامية الساعاتي، الشباب العربي والتغيير الاجتماعي، د ط، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص 27

² يحي مرسى عيد بدر، علم اجتماع مقدمة في سيولوجيا المجتمع، ط1، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007، ص 149

³ محمد جمال الفار، محجم اعلامي، د ط، دار أسامة للمشرق الثقافي، عمان، 2007، ص 185

⁴ رانية عدنان ورشا بسام، التنشئة الاجتماعية، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن، 2006، ص 11

- وتعرف على أنها العملية الاجتماعية الأساسية التي يصبح الفرد عن طريقها مندمجا في جماعة اجتماعية من خلال تعلم ثقافات ومعرفة دوره فيها.¹

إصطلاحا:

- التنشئة الاجتماعية هي تنشئة الإنسان منذ ولادته لأن يكون كائنا اجتماعيا وعضوا في مجتمع معين وكما تشير كذلك إلى العمليات النفسية والاجتماعية التي تكتنف عملية التنشئة الاجتماعية.²

التعريف الإجرائي: هي عملية تثبيت التي تستمر طوال حياة الفرد، حيث يتعلم الفرد ثقافة مجتمعه والقيم والمعايير الاجتماعية التي يشارك فيها والتعبير عنها من خلال الأدوار والسلوكيات التي يؤديها داخل المجتمع.

الإعلام الديني:

الإعلام: هو تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والإرتقاء بمستوى الرأي ويقوم الإعلام على تنوير الرأي والتثقيف، مستخدما أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي.

¹ . فاروق مداس، مصطلحات علم اجتماع، د ط، دار مدني للنشر والتوزيع، 2003، ص167

² . رعد حافظ السالم، التنشئة الاجتماعية وأثرها على السلوك السياسي، د ط، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص16

الدين: فهو جملة المبادئ التي تدين بها الأمة من الأمم اعتقاداً أو عملاً، والدين في الاصطلاح الشرعي الإسلامي هو الاستسلام والتسليم لله بوحدانيتها وإفراده بالعبادة قولاً، وفعلاً، واعتقاداً حسب ما جاء في شريعة محمد صلى الله عليه وسلم في العقائد والأحكام، والآداب والتشريعات، والأوامر والنواهي، وكل أمور الحياة.¹

إصطلاحاً: الإعلام الديني هو إعلام مستمد من القرآن والسنة ومختص ببيان عقيدة الإسلام والدعوة إليها وتوضيح شريعته ومسار تلك الشريعة خلال سيرة النبي صلى الله عليه وسلم وصحابته رضوان الله عليهم وجهود هؤلاء الفقهاء في إتيان الأحكام وبيانها للناس بجميع الوسائل الإعلامية الشخصية والجماهرية على أساس من الموعظة الحسنة ومن خلال جميع فنون الإتصال.²

التعريف الإجرائي: هو تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسول الله صلى الله عليه وسلم بإحدى وسائل الإعلام المختلفة.

الدور لغة:

¹ محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2014، ص ص27،28.

² مرووي عصام صلاح، الاعلام الإسلامي المعاصر، ط1، دار الاعصار للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2015، ص124.

الوظيفة أو الأداء الذي تقوم به وسيلة من وسائل الإعلام بالنسبة للجمهور في مجال معين،
التعليم، التوجيه، الإرشاد، الأخبار.¹

إِصْطِلاحاً:

نموذج للسلوك الاجتماعي السوي المرتبط بالوضع أو المركز الاجتماعي للفرد وهو أيضا مجموع السلوكيات المتوقعة والمتفق عليها إجتماعيا لأداء عمل أو وظيفة معينة، ويتطلب الدور القيام بأفعال وسلوكيات محددة متفق عليها إجتماعيا فالأخصائي الاجتماعي مثلا مطالب من قبل زملائه بالعمل والتصرف وفق مقتضيات مهنة الموضة.²

التعريف الإجرائي:

الدور هو الجهد والعمل المتوقع قصد الحفاظ على الخصوصية في الهوية لدى الأجيال الناشئة.

الخلفية النظرية للبحث:

¹. شارلوت سيمور، موسوعة علم الاسان المفاهيم والمصطلحات الأنتروبولوجية، ترجمة مجموعة من أساتذة علم الاجتماع بإشراف محمد الجوهري، ط2، الجزيرة، القاهرة، 2009، ص200

². عبد العزيز عبد الله الدخيل، معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص189

نظرية الغرس الثقافي:

تعتبر نظرية الغرس الثقافي إحدى أكبر النظريات التي تتعامل مع أثر وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع مع زاوية واسعة جداً لأنها تأخذ في حساباتها (القيم الثقافية) أثناء تحليلها للأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام والمحتويات الإعلامية.¹

يعود ظهور نظرية الغرس الثقافي إلى نهاية الستينات وبداية السبعينات كمنظور جديد لدراسة تأثير وسائل الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية حيث شكل الرئيس **جونسون** لجنة لمعرفة أسباب العنف وكيفية اتخاذ تدابير وقائية ضده وبذلك تم توجيه الباحث على القيام بدراسات حول كمية العنف وشكله في وسائل الإعلام والتلفزيون خاصة.²

ظهرت نظرية الغرس في الولايات المتحدة الأمريكية كأسلوب جديد لدراسة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور ونتيجة لقيام **جورج جربنر GERBNER** خلال مشروعه الذي تناول المؤشرات الثقافية Indicator culture والهدف منه إيجاد الدليل الامبريقي على تأثير وسائل الإعلام على البيئة الثقافي، ولقد قام الباحثون بأبحاث عديدة ركزت معظمها على تأثير مضمون التلفزيون التي

¹. فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، د ط، دار الفكر، دمشق، 2002، ص265

². محمد بن مسعود البشر، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية المحلية العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، العدد83،

تقدم وقت الذروة في العطلة آخر الأسبوع على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي وكان العنف هو الموضوع الأساسي محل البحث.¹

اهتمت بحوث المؤشرات الثقافية بثلاث قضايا متداخلة وهي:

1-دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر على إنتاج الوسائل الإعلامية.

2- دراسة الوسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.

3- دراسة الإسهام المستقل للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للوقائع الاجتماعية.²

تعرف عملية الغرس على أنها غرس وتنمية مكونات معرفية ونفسية تقوم بها مصادر المعلومات والخبرة لدى من يتعرض لوسائل الإعلام وكما يعرف أيضا الغرس الثقافي بأنه ما تفعله الثقافة المنبثقة من الوسيلة.³

وينظر «جرينر إلى الثقافة باعتبارها مجموع الفنون والعلوم والديانات والموسيقى والمهارات والقوانين والصور الذهنية ويقوم الأفراد بتكوين بناء رمزي Symbole structure والثقافة عبارة عن رسائل وصور ذهنية التي تنظم العلاقات الاجتماعية.⁴

¹ .اماني عمر الحسيني، الاعلام والمجتمع، أطفال في ظروف صعبة ووسائل الاعلام المؤثرة، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2005، ص94

² . محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص306

³ . حسن عماد المكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998، ص221

⁴ .اماني عمر الحسين، مرجع سابق، ص96

تقوم هذه النظرية على خمسة فروض أساسية هي:

1- التلفزيون هو أقوى وسائل الإتصال الجماهيري نتيجة لدخوله المنازل وسهولة

استخدامه مع الوسائل الأخرى، فطبقا لهذه النظرية، فإنه أفضل وسائل الإتصال ترويجا للصور الذهنية، وتقديم معلومات، من خلال تنمية الوعي والأفكار والآراء.

2- تفترض هذه النظرية أنّ رسائل التلفزيون تشكل نظاما ثقافيا متماسكا، وتفترض نظرية

الغرس الثقافي أنّ التعرض الكلي هو الذي يحقق أهداف عملية الانتماء بدلا من المشاهدة الانتقائية لأنواع معينة من البرامج هذا ما يؤدي إلى تكوين صورة ذهنية على مستوى البرامج.

3- تفترض النظرية أنّ التلفزيون يقدم للمشاهدين عالما رمزيا، ويقوم الدارسون للتدليل

على نظرية الغرس الثقافي على الناس بتحليل محتوى برامج التلفزيون لكي يثبتوا كيفية قيام الوسيلة بتقديم جوانب مختلفة من المجتمع.

4- تركز هذه النظرية على مساهمة التلفزيون في نقل الصور الذهنية على المدى

البعيد، وتفترض هذه النظرية أنّ عملية الغرس تتم ببطء، وتهتم نظرية الغرس الثقافي بنتائج التعرض ونوعية التعرض لعدد من الرسائل الذي يقدمها التلفزيون، لذلك فإنّ نظرية الغرس تهتم بالتأثير التدريجي والتراكمي على المدى البعيد وليس التأثير الفجائي والعاجل.

5- تعتبر النظرية أنّ التلفزيون يخلق اتجاهات ثقافية سائدة معنى ذلك أنّ التلفزيون

يحقق التجانس من خلال ما إذا قارنا بين كثيفي المشاهدة وقليلي المشاهدة من نفس الجماعات، وتفترض هذه النظرية أيضا أنّ التلفزيون يساهم في استقرار المجتمع وبناءه بما يقدمه من عالم رمزي ويساعد في تدعيم وثبات المفاهيم الخاصة بالمجتمع.¹

ومن أهم الانتقادات الموجهة إلى نظرية الغرس الثقافي نجد:

لم تأخذ النظرية في اعتبارها المتغيرات الأخرى غير كثافة المشاهدة التي تدخل في عملية التأثير التلفزيوني مثل العوامل الديمقراطية.

- يرى كل من هاركنز وبنجى أنّ العلاقة بين مشاهدة التلفزة والغرس الثقافي وعند مشاهديه يمكن أنّ ترجع إلى محتوى وبرامج التلفزة وتطبق على مشاهدة محتوى التلفزيون ولكنها قد تحدث مشاهدة برامج مهددة.

- إنّ المادة المقدمة من خلال التلفزة من الممكن أنّ تتعرض إلى القلب والتزيين من قبل المشاهدين كما أنّ استجابات المشاهدة قد تكون متغيرة وبالتالي تصبح الأسس التي تبنى عليها مفاهيم أبعاد العلاقة بين المشاهدة طبقا لمنظور الغرس الثقافي مفاهيم غير دقيقة.²

¹. امانى عمر الحسيني، الاعلام والمجتمع، أطفال في ظروف صعبة ووسائل اعلام مؤثرة، مرجع سبق ذكره، ص ص96،99

². محمد محمد يونس، وظائف الاعلام الإسلامي، القاهرة، 1998، ص20

تمهيد:

لا يخفى دور وأهمية الإعلام بكل وسائله في صياغة العقول والقناعات ولازال الإعلام يفرض نفسه في كل زمان ومكان وفي المقابل يحاول الإعلام الديني أداء دوره ورسالته في المجتمع، هنا برزت الحاجة الماسة للإعلام الديني كي يعمل على صد مختلف المحاولات من خلال قوته الذاتية، واستخدام وسائل جديدة كتعبير عن قوة الفكر الذي يحمله الإعلامي المسلم ومن هنا يأتي الدور الذي يجب أن يقوم به الإعلام الديني في الدفاع عن ثقافتنا وحضارتنا الإسلامية وتوضيح وتقديم الصورة الصحيحة للإسلام وكذا تكوين رأي عام إسلامي متشبث بهويته ومبادئه وبحضارته، كون أن الإعلام الديني يتميز عن غيره بأنه صاحب رسالة ورؤية هادفة تخدم جميع شرائح المجتمع لاسيما فئة الشباب ،لكن أفلا يحق لنا أن نتساءل عن هل أوجد الإعلام الديني مكانا مستقلا في ظل تواجد العديد من الفضائيات العربية والعالمية؟ وهذا من خلال احتواء الظاهرة الإعلامية الفضائية على عدة قنوات عامة ومتخصصة وهذا التعدد إنما يدل على أن العالم أصبح قرية كونية أو قبيلة صغيرة، وفي الآونة الأخيرة أصبحنا نشهد ظاهرة أشد بروزا وهي لافتة لكثير من شرائح المجتمع ألا وهي ظاهرة القنوات الدينية التي تقدم مادة دينية محضة لها من دور في التنشئة الاجتماعية من خلال مواجهة الأساليب الخاطئة الآتية من الغرب والفكر التقريبي وسوف تقتصر على قناة الرسالة وحسب.

المبحث الأول : ماهية الإعلام الديني

1-1 مفهوم الإعلام الديني وخصائصه :

مرت الصحة العربية الإسلامية في العالم العربي بمراحل متعددة وجرت الحركات الإسلامية أساليب متنوعة للتأثير في المجتمع.

كانت التربية الفردية صورة راسخة لدى مدارس دعوية متعددة وكانت الخدمات الاجتماعية وسيلة لدى فئات إسلامية للوصول للمستهدف وإقناعه بالفكرة الإسلامية، بالطبع اعتمدت بعض التيارات أسلوب القوة والعنف للتغيير أو لحماية مجتمع الدعوة.

فحتى يستفيد الدين من الإعلام والصحة الإسلامية في إيصال الفكر وأحداث التأثير بدلا من عملية تدريبية ونظرية تأصيلية وهذا ما كان يفقده الإعلام الديني في الفترات السابقة التي كانت تفتقر للكوادر البشرية والمادية وروح الرغبة¹.

الإعلام الديني هو عملية تشمل جميع الإعلام في المجتمع الإسلامي فهو ليس مجرد بعض الدروس والمواعظ التي تلقى من خلال أجهزة الإعلام ولا تلك المسلسلات عن التاريخ تعرض ضمن الإذاعات أو التلفزيونات وإنما هو مواد رسائل وحقائق وندوات وبرامج موجهة اقتصادية واجتماعيا وسياسيا².

¹. سيد محمد ساداتي الشنقيطي، مكانة وسائل الاعلام الجماهيرية في تحقيق وحدة الامة، ط1، دار عالم الكتب، الرياض، 1997، ص22

². منتصر حاتم حسين، أيديولوجيات الاعلام الإسلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2011، ص45

- الإعلام الديني هو الإعلام الذي يقدم مادة دينية لعقيدة ما إسلامية أو غير إسلامية.¹
- الإعلام الديني هو فن إيصال الحق للناس بقصد اعتناقه والنزاهة وفن كشف الباطل ودحضه بقصد اجتنابه فهو بناء وتحصين.²
- ويعرف الإعلام الديني أيضا بأنه تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة الرسول صلى الله عليه وسلم بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خلال وسيلة إعلامية عامة بواسطة القائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويترجمها إلى واقع في سلوكه ومعاملته.³
- الإعلام الديني هو أداة الدعوة لبلوغ هدفها، فهو يختلف عن الإعلام غير الديني بأنه إعلام ذو مبادئ أخلاقية وأحكام سلوكية وقواعد وضوابط، مستمدة من دين الإسلام وهو إعلام واضح صريح عفيف الأسلوب نظيف الوسيلة شريف القصد وشعاره الصراحة وغايته الحق لا يضل وليضل بل يهدي إلى الحق ولا يتبع الأساليب الملتوية ولا سبل التعزيز والخداع.⁴

¹. حسن علي محمد، دراسات في الاعلام الديني، د ط، دار البيان للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص28

². سيد محمد ساداتي الشنقيطي، مرجع سابق، ص23

³. محي الدين عبد الحليم، الاعلام الإسلامي: الأصول والقواعد والاهداف، د ط، مؤسسة اقرأ الخيرية، 1992، ص54

⁴. منتصر حاتم حسين، ايدولوجيات الاعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص42

- فالإعلام الديني يعتمد على الإعلاميين الخبراء الأخصائيين والكتّاب والمؤلفين والقصصيين الملتزمين بالإسلام إيماناً وعملاً ويعشون على هذا النظام بعقولهم وأفكارهم فهو يستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة والعامة في المجتمع الإسلامي في أنحاء العالم فهو يستعين بوكالات الأنباء الإسلامية العالمية المختلفة ويستخدم الأقمار الصناعية العربية وغير العربية وينشر في الإذاعات الوطنية والتلفزيونية العالمية.

واجه الإعلام الديني عقبات لا علاقة لها بتحديد الجانب التطبيقي للمصطلح ونطاق عمله والمشكلة هي عدم وجود آلية بتطبيق ووضع موضع التنفيذ بسبب تعقد النشاط الإعلامي ومن الذي يمثل الإعلام الديني هل يجب أن يكون شيخاً أو شخصاً محسوب على المسؤولية الدينية بالضرورة.

- تحول النشاط الإعلامي إلى صناعة معقدة متجاوز المفهوم البدائي للإعلام، وأدرك خبراء الإعلام والداعون إلى الإسلام أنه لا يمكن توفر شيخ في كل برنامج وإذا كان ذلك فيصعب تحقيقه في الدراما¹.

وهنا يتم التركيز على مضمون الرسالة الإعلامية الدينية من جانب حتمية ومراعاة العنصر البشري، المؤهل والمؤدي والناقل، وبذلك يصبح الجمهور المتأثر في المرتبة الأولى والمؤدي أو الناقل للرسالة يأتي بالدرجة الثانية، كون أنّ الرسالة هي الأهم وهنا يطرح السؤال - ماهي الرسالة الإعلامية التي يمكن أن يعبر عنها بأنها إعلام ديني من خلال النصوص القرآنية

¹. منتصر حاتم حسين، مرجع سبق ذكره، ص46

الكرامة ونفاسيرها أو تمثيل السلوكيات المرتبطة بهما، بحيث تمثل مصادر وأصول الأعلام الديني.

أولاً: القرآن الكريم

يعتبر المصدر الأول وذلك لما يتضمنه من أحكام وتعاليم، وآداب، وأخلاق، فيلتزم الإعلام بكل ذلك وكذلك كل شخص وكل مؤسسة إعلامية، وهذا المصدر يجعل الرسالة تتسم بالثبات، حيث أنّ مصدرها الإله، ولا يكون الإلتزام فقط وإنما العمل.

يعتبر هذا المصدر المثل الأعلى بما يدعو الناس إلى الإلتزام بالتشريع من خلال وسائل الإعلام¹.

ثانياً: السيرة والسنة النبوية:

معروف أنّ القرآن الكريم جاء مجملاً في قضايا، ولكن التفصيل والبيان تولته، وهناك آيات كثيرة حيث يأمرنا الله بطاعة الرسول صلى الله عليه وسلم، كما يعتبر القرآن مصدر للإعلام كذلك يقال عن السنة من الإلتزام بالأحكام، وبت ذلك من خلال مختلف الوسائل الإعلامية ورفع الناس إلى المثل العليا والإفادة من القصص والأمثال الواردة بالسنة التي تساهم في تنشئتهم وبعث سلوكيات إجتماعية خالصة في ترقية القيم.

¹. احمد محمد العسال، النظام الاقتصادي في الإسلام، د ط، مكتبة وهبة، 1977، ص144

ثالثاً: التجارب والقصص والإنتاج البشري

وهي تجارب من سبقونا بالإيمان، وهي تعرض مثلاً وقدوة وعبرة، وتلتزم فيها القواعد الشرعية، وهناك الإنتاج البشري الذي يحتاج إلى الضبط بالقواعد الشرعية والخلقية.¹

1.1 خصائص الإعلام الديني:

للإعلام الديني خصائص متعددة تجعله يختلف عن غيره من أنواع الإعلام وسنذكر خصائص أوردتها الدكتورة محمد هتر سعد الدين في كتابه: الإعلام قراءة في الإعلام المعاصر والإعلام الإسلامي من خلال:

1- الإعلام قاعدته الحرية وقمته المسؤولية:

في النظام الإسلامي تعد الحرية أساس النظام السياسي وهي قاعدة لنظامه الإعلامي، وقطرة لا يصادرها الإسلام، لذلك فالإعلام الديني قاعدته الحرية وقمته المسؤولية، فلا حرية بدون ضوابط، ففلسفته لا يمكن أن تتم إلا ضمن أطر سلوكية وأخلاقية معينة، ومحددة من خلال إحياء الضمير والوازع الديني في الإنسان.

2- للإعلام الديني حرمان وحقوق:

والحرمان هي حرمة الدين، حرمة العرض، وحرمة النفس، وحرمة العقل، وحرمة المال وقد تم المحافظة على هذه الضروريات وأبعدت عنها الموانع ودرأت عنها المفسد.

¹. احمد محمد العسال، المرجع السابق، ص145

والإسلام يقدر المسؤولية ويحافظ على حقوق الفرد في مواجهة الآخرين، كونه يخدم المبدأ ولا يخدم النظام ويكون الإعلام في خدمة الدين، فالإعلام الديني يعمل على نشر الفضيلة، ويعلم الناس القيم، فبتالي فهو يقف مع المظلومين ويحاسب المسؤولين.

3- إعلام ملتزم بالإسلام وأخلاقه:

الإعلام الديني بارتباطه التام بالإسلام عقيدة وشريعة وأخلاق هذا ما يجعله إعلام صدق وأمانة وثقة ودقة وشمولية وموضوعية.¹

4- إعلام مستقل رافض للتبعية:

الإعلام الديني يتميز باستقلاليته ورفضه للهيمنة وهو ذاتي الانطلاق ويرفض أشكال التبعية وهو عالمي التوجيه وهو يرفض كل ما يتعارض مع المصادر الأساسية للإسلام .

5- إعلام القدوة الحسنة والمثل الصالح:

لقد ركز الإسلام على القدوة الحسنة والافتداء بالنبي صلى الله عليه وسلم، فهو مثلنا الأعلى مما أثبتت أهمية الصفوة المختارة المتميزة بالحكمة، والعلم والبصيرة والصلاح، والاستقامة التي تشكل القدوة الحسنة.

¹. منتصر حاتم حسين، ايدولوجيات الإعلام الإسلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2011، ص

6- إعلام قائم على الإقناع لا الإكراه:

اعتمد الإعلام الديني في مخاطبة جماهير الناس على الإقناع دون الإكراه من خلال مضامين رسائله.

أما الدكتور مالك الأحمد فقد حدد خصائصه في:

- **التدرج:** يعتبر الإعلام الجماهيري غزير التأثير فلا بد من التدرج والتأني وهذا يعني

عدم حمل على كل قضايا الدين جملة واحدة¹.

- **الحكمة:** تقديم للناس ما يحتاجه بطريقة مشوقة مناسبة، وتقديم ما تتحمله عقولهم ولا

نفترض في الناس الفهم العميق والثقافة العالمية بل نأخذ حال أكثر الناس وأغلبهم.

- **الإقناع:** قدر الإسلام العقل وجعله مناط التكليف وخاطب القرآن العقول وميّز بين

أصحاب العقل الصحيح وأصحاب العقل الفارغ، وإن كان الإقناع أصلاً بالمحتوى لكنه قد يعمق بالأسلوب والقالب الفني الذي يقوم من خلاله.

- **الإثارة:** الإثارة ليست مقصودة لذاتها بل لحشد الناس تجاه قضية معينة وتوجيه

انتباههم لها والغرض التعاطف والدعم والمؤازرة والمشاركة .

¹ . منتصر حاتم حسين، المرجع السابق، ص ص61،60

• استخدام اللغة الدارجة:

الأصل في الخطاب الإعلامي أنّ يكون مفهوما لكل الناس، بحيث يمكن أحيانا استخدام العامية المفهومة أو العربية البسيطة التي يفهمها جمهور غفير من الناس، تساعدهم على التفاعل مع الخطاب والتجاوب معه.¹

كما يتميز أيضا الإعلام الديني عما سواه بخصائص وميزات أبرزها أنه:

• إعلام اتصالي:

الإعلام الديني بمبدئه وخصوصيته لا ينغزل عن الآخرين بل يمد جسور التعاون والاستفادة مع مؤسسات الإعلام الأخرى.

• اعلام شمولي وعام:

فهو يعالج جوانب الحياة الإنسانية مثلما يخاطب أبناء الأمة كافة، فهو يعنى بالمسائل في جميع المجالات ويهتم بالعلوم والآداب والفكر المتجدد.

• اعلام واقعي وتنموي:

فهو يستمد مادته من الواقع فيتابع الظواهر الاجتماعية، فيشجع الصالح منها ويذم السيء منها ويقدم الحلول لمعالجتها.²

¹. منتصر حاتم حسين، المرجع السابق، ص 64

². مثنى حارث الضاري، طه احمد الزبيدي، الاعلام الإسلامي الواقع والطموح، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، بغداد، 2007، ص ص28-24

• اعلام إيجابي وبناء:

يهدف إلى إصلاح المتلقي كما يساهم الإعلام الديني بتزويد الناس بالأخبار والمعلومات المفيدة التي تساعدهم على إعمار الأرض وتجميع الطاقات وترقية الحياة، فهو ليس مجرد مرآة للواقع وإنما هو قيادة وترفيه وسمو وتجديد وبناء.

• اعلام علمي متطور:

فهو يعتمد البحوث والدراسات التي تتبناها مراكز المعلومات، كما أنه يوظف ما تتوصل إليه الثورة التكنولوجية من ابتكارات واختراعات من خلال تبنيه للقنوات الفضائية والشبكة المعلوماتية¹.

1-2 وظائف الإعلام الديني :

كون أنّ الإعلام الديني له نشاطه وعمله الإعلامي المتميز فإنه يملك عدة وظائف تساهم في إتمام العملية الإعلامية الدينية وتقديم خدمته للجمهور على أكمل وجه وتشمل هذه الوظائف ما يلي:

- **وظيفة دعوية:** وهي جزء من الأمانة التي تحمّلتها أمة محمد عليه الصلاة والسلام وسعي الإعلام الإسلامي إلى نشر عقيدة التوحيد، كما تتبنى الدعوة إلى العبودية الخالصة لله وحده دون سواه فكل إعلام دعوة.

¹ مثنى حارث الضاري، طه احمد الزيدي، مرجع سابق، ص28

- وظيفة إخبارية:

ينقل الإعلام الديني الأخبار والمعلومات والأحداث والوقائع ويتبنى قضايا المسلمين وبيئتها ويحللها ويقدم الحلول المناسبة لها وفق المنظور الإسلامي¹.

- وظيفة علمية تربوية:

ترمي إلى الارتقاء باهتمامات الناس والسمو بعقولهم ووجدانهم وسلوكهم وتزويدهم بعلوم الشريعة وغيرها من العلوم النافعة، وغرس المعاني الأخلاقية لبناء جيل إيماني قادر على النهوض برسالة الإسلام. بحيث يمكن للإعلام الديني أن يساهم في العملية التعليمية ويدعمها فيما يخص للمناطق النائية التي تفتقر للمدارس.

- وظيفة تثقيفية:

الثقافة مفهوم واسع معارف وعلوم متنوعة في الشأن السياسي والاجتماعي والاقتصادي والعسكري ويتضمن أخبار وتقارير ومعلومات التي تؤدي دورا تكميليا .

- وظيفة اجتماعية:

تعمل على بناء الشخصية الإسلامية المتوازنة والقوية وبناء المجتمع المتماسك مع روح الآخرين وبت الألفة والمودة والتعارف وتحقيق الانسجام داخل المجتمع، وتقوية الروابط الاجتماعية.

¹. منتصر حاتم حسين، ايدولوجيات العلام الإسلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2011،

- وظيفة توعوية:

التوعية بواقع الأمة الإسلامية وما يحاك تجاهها، وعلاقتها بالأمم الأخرى ذات التأثير بقضايا المسلمين سواء من الجانب السياسي أو الاقتصادي.

- وظيفة تنموية:

المساهمة الفعالة في تنمية المجتمع اقتصاديا واجتماعيا وعلى أسس سليمة راسخة تعتمد على الأرقام والمعلومات وتؤدي دورا متوازيا ومتكاملا لجهود الدولة¹.

- وظيفة تقويمية:

يقوم الإعلام الديني على عملية التقويم لأداء الناس وأنشطتهم وأعمالهم وأقوالهم وهذا بطبع لا يتأتى إلا إذا اعتلى منابر الإعلام والعلم والإيمان والصلاح.

- وظيفة ترفيهية:

الترفيه الهادف يروح عن النفس ويعدها لما بعدها من جهد وبعث النشاط فيها وإسعادها².

1-2 دور الإعلام الديني:

- العمل على إبراز حقائق الدين بالحكمة والموعظة الحسنة والتأكيد على روحانية العقيدة الدينية وخلو المبادئ التي تدعو إليها الأديان وعدم المساس بالأديان السماوية على اعتبارها أنها مصدر واحد .

¹ . منتصر حاتم حسين، المرجع نفسه، ص104

² . منتصر حاتم حسين، ايدولوجيات الاعلام الإسلامي، نفس المرجع، ص105

- نشر وتوضيح القيم والفضائل التي يسعى الدين إلى ترسيخها في النفوس بالدعوة إلى التحلي بالسلوك القويم والاتصاف بمكارم الأخلاق والتمسك بقيم الخير والعدالة.
- تمتين العلاقة بين مسلمي العالم عن طريق الإعلام الديني الموجه لغير العرب المسلمين والعمل على تصحيح صورة المسلمين والإسلام والرد على الافتراءات التي تنسب إليهم.
- الرد على استفسارات الناس حول القضايا الدينية وتوضيح أحكام الدين فيها بما يبصر الناس بأمور دينهم وذلك باستخدام المفاهيم والمسلمات الدينية في الإقناع والشواهد.
- الاهتمام بذكر مآثر الشخصيات الإسلامية من علماء وأئمة وإبراز دورهم في النهضة العلمية وفي صنع أمجاد التاريخ الإسلامي¹.
- محاربة البدع والخرافات ومختلف صور الجهل والعادات والتقاليد التي تتنافى مع جوهر العقيدة الإسلامية.
- زيادة الوعي الديني لمواجهة الفراغ الديني كقضية خطيرة تهدد كيان المجتمع محاولتا استقطاب الناس وخاصة فئة الشباب.
- الرد على افتراءات الصهيونية التي تسب الدين الإسلامي وكشفها والتعرف على أغراضها الدنيئة وكذا محاولات التفسير الخاطيء لآيات القرآن الكريم وأحداث السيرة النبوية الشريفة².

¹. السيد احمد مصطفى عمر، الاعلام المتخصص دراسة وتطبيق، ط1، دار الكتب الوطنية، بن غاري، 1997، ص 115،117

². السيد احمد مصطفى عمر، مرجع سابق، ص117

1-3 تطور الإعلام الديني:

من خلال التدرج التاريخي لانتشار الدعوة الإسلامية وامتدادها شخّص المختصون بعلم الإعلام والاتصال أهم الوسائل الإعلامية في الدعوة الإسلامية بما يأتي:

- القرآن الكريم، الأحاديث النبوية الشريفة، القدوة الصالحة للمصطفى صلى الله عليه وسلم والصحابة رضي الله عنهم.

- ارسال المبعوثين إلى القبائل والأقطار الأخرى، اللقاءات ومحاضرات المسجد والخطبة واستقبال الوفود وكذا الحج ورحلات تجار المسلمين إلى أماكن لم تصلها بإضافة إلى الفتوحات الإسلامية.

ومع تطور استخدام الإتصال ومع مرور الزمن ومع استمرار الإنسان في اكتشاف آليات الإتصال بأنواعه اتسعت الوسائل المستخدمة في الإعلام الديني واختلفت عن وسائل الدعوة في إيصال الفكرة الإسلامية وهذا يتضح أنّ الإعلام الديني هدفه الرئيسي تقديم الصورة الصحيحة للسلوك الإسلامي وشرح أبعاده بطرق موضوعية¹.

1-4 أهداف الإعلام الديني:

يذكر رجال الإعلام المعاصرة أنّ للإعلام الديني أهدافا وغايات نهائية الواجب الوصول إليها من خلال العمليات الإعلامية، وتحدد هذه الأهداف فيما يلي:

¹. احمد محمد العسال، مرجع سابق، ص146

- توفير المعلومات عن الظروف المحيطة بالناس.
- نقل التراث الثقافي من جيل إلى آخر والمساعدة على تنشئة الجيل الجديد وهذا ما يطلق عليه: التنقيف والتعليم والتربية.
- الترفيه عن الجماهير وتخفيف أعباء الحياة عنهم.
- مساعدة النظام الاجتماعي وذلك بتحقيق الاجتماع والإتفاق بين أفراد الشعب أو الأمة الواحدة وضمان قيامهم بأدوار المطلوبة.
- وهذه الأهداف ترمي إلى الخير العام للإنسانية وتحقيق العدالة الاجتماعية¹.
- ان الإعلام الديني لا يقتصر دوره على قضايا معينة يحققها الإنسان ولكن يتدخل في كل قضية من قضاياها فله:
- أهدافه الاجتماعية: الرامية إلى تماسك المجتمع وترابطه وترسيخ معاني الأخوة والمحبة وغرس روح التعاون على البر والتقوى وتبدأ أهدافه الإصلاحية بالفرد ثم الأسرة ثم المجتمع ثم الحكم في آن واحد.
- أهدافه العقائدية: للبلاغ بها ولترسيخها في نفوس المدعوين.

¹ محمد محمد يونس، مرجع سابق، ص20

- أهدافه الثقافية: لتعميم الوعي والفهم للتفقه والمعرفة والتربوية من أجل إيجاد الفرد الصالح السوي.

وله أهدافه الاقتصادية: الرامية إلى تحسين أوضاع الأمة في الكسب والإنفاق والحماية من الغش والاحتكار وعرض أفضل الطرق للتجارة وإدارة الأموال.

- أهدافه السياسية : للتوجيه والإرشاد والنصح والمشورة والإصلاح وتوثيق العلاقة بين الحاكم والأمة على أساس من العدل والطاعة والالتزام، ورعاية مصالح الأمة والمحافظة على أمنها وتنظيم العلاقات الدولية.¹

المبحث الثاني : قناة الرسالة:

2-1 لمحة تاريخية:

تشكل قناة الرسالة إحدى القنوات الدينية الأكثر حداثة وقد أسسها الأمير السعودي الوليد بن طلال الذي يملك أيضا قنوات "روتانا" إلى جانب حصص مهمة في كل من الشركتين "تايم وارنر" و"نيوكوديو رايشن" وقد صرح بن طلال من خلال إطلاق القناة في شهر آذار مارس قائلا: تقدم إلى العالم العربي قناة عربية إسلامية تهدف إلى عكس الصورة الحقيقية للإسلام ويتضمن الموقع الإلكتروني الخاص بقناة الرسالة لائحة من الفتاوى.

¹. مثى الحارث الضاري، مرجع سابق، ص ص145، 146

وتقبل هذه القناة إعلانات رعاية البرنامج وتهتم بقضايا الأمة الإسلامية وتتبي القناة طرح فكرة شمولية الإسلام بكافة تفاصيله فليت برامج القناة دينية بحث بل تهتم أيضا بالبرامج الاجتماعية أكثر من الدينية، بحيث تعمل على دعم الانتماء الإسلامي والعربي وتعتمد على التنوع في طرح برامجها ومن سياستها الابتعاد عن السياسة .

وتحمل الهوية الإسلامية، وبرامجها متعددة في مجالات الثقافة والفكر والتربية والترفيه ومهارات وعلاقات أسرية، مقرها دولة الكويت وتعمل على تدعيم الإسلامية والإنسانية بتقديم بوتقة من البرامج المتنوعة بأسلوب هادئ متزن لا يعمل على التحريض ويلتزم بالمبادئ المهنية في إطار العمل الإعلامي المؤسسي، فشعارها "إبداع وأصالة «بهدف الوصول إلى الشخصية الإسلامية المتميزة القادرة على صناعة نهضة الأمة»¹.

2-2 نبذة عن مدير القناة:

طارق السويدان هو المدير ا لعام السابق لقناة الرسالة منذ2005إلى غاية 2013الذي قدم برامج وصفت من قبل الإعلاميين بالمتميّزة منها "المبدعون والوسطية" وبرنامج الأخير "علمتي الحياة" الذي لاقى نجاحا كبيرا إذ يتحدث فيه عن خبراته والمواقف والعبر التي مر بها لكي يستفيد منها الشباب وأذاع الموسم الثاني من البرنامج هو " علمتي الحياة2"بناء على رغبة المشاهدين التي وصلت إلى92 وقدم فيه برنامج فكري بعنوان " رياح التغيير" الذي يعرض فيه

¹. حسن علي محمد، دراسات في الاعلام الديني، د ط، دار البيان للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص197

مشروع التغيير الحضاري والمكون من جزئيين، حيث عرض الجزء الأول في رمضان 2011 وبعد ثلاث شهور بث الجزء الثاني وقدم برنامج الرسول القائد على قناة الرسالة.

2- 3 رسالة القناة: يقول مؤسسو القناة إنّ رسالة قناتهم هي "المساهمة في التأثير الإيجابي في فكر الأمة الإسلامية العربية والمحافظة على وسطية شبابها بعيدا عن التطرف أو التفریط والمساهمة في تحسين سلوكهم وتحفيزهم وتدعيمهم لحمل مشعل النهضة والتطور".¹

¹ . <http://www.alresalah.net/2018/03/12>، 12:45

2-4 برامج القناة:

تقوم قناة الرسالة بتقديم عدد كبير من البرامج الدينية الهامة أبرزها:

- برنامج الحبيب علي بن زين العابدين ويتناول من خلاله الأخلاق الإسلامية بطريقة روحانية ممتعة توضح للمسلم كيفية العمل من خلالها طوال اليوم وأثرها عليه وعلى المجتمع ككل.
- برنامج الشيخ سالم الشيخ واحة إيمانية والذي يقدم العديد من الخواطر الإيمانية التي تخفف عن النفس وتمنحها السكينة متناولة تحقيق معاني الإحسان في الطاعة
- برنامج أحمد الشقيري خواطر عادة رمضان للشباب ويستعرض من خلاله فكر جديد كل يوم ونقد لبعض السلوكيات الموجودة بالمجتمع حالياً.
- برنامج الدكتور عبد الله المصلح والذي يقدم الكثير من الفتاوى ويرد على تساؤلات المسلمين في أمور الدين المختلفة.
- برنامج سبل الوصول مع الدكتور محمد راتب النابلسي
- في حجر الحبيب ويقدمه الدكتور علي بقبس
- الرسالة اليوم ويقدمه كل من نبيل الزبير علي الحربي، معاذ الصالح طارق القرني.¹

¹ . <http://www.alresalah.net/>، 12/03/2018 12:45

خلاصة الفصل:

لأهمية الإعلام الديني بمختلف نشاطاته واتجاهاته واجه عدة إشكاليات من حيث المفهوم والتطبيق والممارسة وتعددت الآراء والتوجهات في طرح هذا المفهوم كنشاط ثابت ولكن يبقى هذا المصطلح ذات أهمية وذلك من خلال وظائفه وأهميته وأهدافه التي يرسخها من أجل ترسيخ القيم الدينية سلامته داخل المجتمع والتي تساهم في مواجهة معوقات سواء الداخلة أو الأجنبية العربية، وعليه فالإعلام الديني أصبح يملك قوة النشاط والتأثير من خلال قواعده ومعالمه التي يبني عليها الأساس في صحة الرسالة القيمية.

تمهيد:

يقيم المجتمع من أجل تحقيق أهداف المؤسسات الاجتماعية لتلبية احتياجاته الأساسية المتصلة بإعداد الفرد لمتطلبات المواطنة الصالحة، والمؤسسة الاجتماعية هي كل التنظيمات الاجتماعية المختلفة التي يقيمها المجتمع لتنظيم علاقات الأفراد لتحقيق حياة أفضل لهم.

وتختلف أشكال المؤسسات الاجتماعية وتركيبها باختلاف مجموعة الوظائف التي تقوم بها المؤسسة والتي تتشابك وتتداخل فيما بينها وفي بعض الأوقات ودرجات متفاوتة والمؤسسة في شكلها ومضمونها تتمثل في كل وظيفي، يستمد مقوماته من النظام الثقافي الشامل للمجتمع.

ويختلف المحتوى الأساسي لعملية التنشئة الاجتماعية بشكل جوهري في المراحل المختلفة لدورة حياة الإنسان وباختلاف المؤسسات الاجتماعية الرئيسية، فيتعلم الناس أشياء مختلفة في أوقات وأماكن مختلفة في حياتهم وعلى أي حال فإن الحاجات للتنشئة الاجتماعية وتأثيرات التعلم وبالخصائص البيولوجية تقرر طبيعة عملية التنشئة الاجتماعية وفي ظل التطورات الهائلة للوسائل التكنولوجية زادت أهمية وسائل الإعلام في المجتمع، وتعاظم تأثيرها، خاصة التلفزيون نظراً لتمييز هذه الوسيلة من الجانب التقني، والذي يعد من عوامل التنشئة الاجتماعية.

المبحث الأول : ماهية التنشئة الاجتماعية

1-1 مفهوم التنشئة الاجتماعية:

لغة: إن التنشئة الاجتماعية **socialisation** في اللغة الفرنسية و **socialisation**

في اللغة الإنجليزية كما أمكن العلماء من تحديد مصطلح عربي مقابل لها، والمتمثل في مصطلح "الجمعة" ولكنه قليل الإستعمال والتداول.

فكلمة "تنشئة" تعني "أقام" ونشأ الطفل معناها شب وقرب من الإدراك ويقال نشأ في بني فلان أي ربي فيهم وشب.

وبارتباطها بلفظ "اجتماعية" يصبح مدلولها مقرباً بنمو الفرد في حالته الاجتماعية وبهذا يمكن إستخلاص أن لفظ التنشئة الاجتماعية من الألفاظ المستخدمة في ميدان العلوم الاجتماعية وقلما تستخدم في ميدان اللغة العربية.¹

اصطلاحاً: التنشئة الاجتماعية هي عملية يتلقى الانسان بواسطتها العناصر الثقافية والاجتماعية بيئته ويستوعبها في كيانه النفسي والفكري والعاطفي ويتمثلها ويدمجها في شخصيته وهو بذلك يتكيف مع متطلبات الاجتماعي.²

لقد إتخذ مفهوم التنشئة الاجتماعية مصطلحات وأبعاد متعددة ومتنوعة بسبب تنوع وإختلاف العلوم كل حسب تخصصه وكل وفق منظورة كعلم الاجتماع وعلم النفس

¹. علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والتنشئة الاجتماعية، الطبعة العربية، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان: 2015، ص43

². امتثال زين الدين، النظريات الحديثة في التنشئة الاجتماعية، (د.ط)، دار المنهل اللبناني، بيروت، 2006، ص11

والأنثروبولوجيا وعلم التربية، وأطلقت عليها تسميات مختلفة كالتعلم الاجتماعي والإندماج الاجتماعي والتطبيع الاجتماعي ولا تخرج هذه التسميات في نظر علماء الاجتماع عن كونها "عمليات" والتي يتم من خلالها إعداد الفرد ليأخذ مكانة في الجماعة التي ولد فيها.

التنشئة الاجتماعية هي عملية تفاعل يتم عن طريقها تعديل سلوك الشخص بحيث

يتطابق مع توقعات أعضاء الجماعة التي ينتمي إليها، وهي العملية القائمة على التفاعل

الاجتماعي التي يكتسب فيها الطفل أساليب ومعايير السلوك والقيم المعارف عليها في جماعته بحيث يستطيع أن يعيش فيها ويتعامل مع أعضائها بقدر مناسب من التنافس والنجاح.

وعرفها فليب ماير Filip Mayer عملية يقصد بها طبع المهارات والإتجاهات

الضرورية التي تساعد على أداء الأدوار الاجتماعية في المواقف المختلفة.

يعرف تشيلد التنشئة الاجتماعية بأنها: العملية الكلية التي توجه بواسطتها الفرد إلى

تنمية سلوكه الفعلي في مدن أكثر تحدي .

التنشئة الاجتماعية هي عملية إكتساب الفرد لثقافة مجتمعة ولغته والمعاني والرموز

والقيم التي تحكم سلوكه وتوقعات وسلوك الغير والتنبؤ باستجابات الآخرين وإيجابية التفاعل

معهم¹.

¹. علي عبد الفتاح كنعان، المرجع نفسه، ص44

كما عرف التنشئة الاجتماعية بأنها (المرسي محمد) بأنها: عملية التفاعل الاجتماعي التي يكتسب فيها الفرد شخصيته الاجتماعية التي تعكس ثقافة مجتمعه.

كما عرف التنشئة الاجتماعية (المرسي محمد) بأنها عملية التفاعل الاجتماعي التي يكتسب فيها الفرد شخصيته الاجتماعية التي تعكس ثقافة مجتمعه ليأخذ مكانته في الجماعة التي ولد فيها.

1-2 خصائص التنشئة الاجتماعية:

تختلف عملية التنشئة الاجتماعية من مجمع الآخر، لكن هناك مبادئ وسمات وخصائص ومعالم محددة يمكن حصرها في الآتي:

- 1- أن سلوك الفرد يرتبط بصورة تدريجية بالمعاني التي تتكون عنده نتيجة تفاعله في المواقف المختلفة التي يمر بها خلال حياته مع الآخرين .
- 2- وتتخذ هذه المعاني بالخبرات السابقة التي مر بها الفرد وعلاقة تلك الخبرات بالمواقف الراهنة التي تقابل الفرد.¹
- 3- أن الطفل يولد بين جماعة جدت فعلا معظم المواقف العامة التي تقابله وكونت

¹ .حسن عبد الحميد أحمد رشوان، التنشئة الاجتماعية "دراسة في علم الاجتماع النفسي"، ط1، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2012، ص87

لنفسها قواعد مناسبة للسلوك فيها، ويتأثر الطفل بهذه المعاني منذ ولادته والتي تصبح جزءاً من كيانه.

4- تتضمن التنشئة الاجتماعية طورين أساسيين هما:

أ- **الطور الأول:** التكيف الاجتماعي-أي تكيف الفرد مع الظروف الاجتماعية والإقتصادية وفقاً لدوره الاجتماعي والمعايير الاجتماعية السائدة، وتحتوي هذه العملية خصائص تميز عملية التكيف وهي المرونة والإستمرارية، والتغير فهي عملية فردية واجتماعية.

ب- **الطور الثاني:** التعبئة الداخلية-وهي إدخال المعايير والظروف الاجتماعية إلى العالم الداخلي الإنساني، ولا يتصور أن الفرد يذوب في البيئة الاجتماعية، بل هو يتفاعل معها كوحدة كلية مستقلة.

5- لا بد أن يتصف سلوك الأفراد الإجتماعيين بالإلتزام والخضوع للمعايير وقوانين

المجتمع المتعارف عليها مكتوبة كانت أو غير مكتوبة، فالمعايير هي التي تحدد السلوك في المواقف التي يتعامل فيها الفرد والتي يمر بها خلال حياته وهي التي كيف تعمل في مواقف معينة وهي القواعد التي تحكم السلوك ويتفاعل الناس وفق هذه القوانين والقواعد تسيير علاقاتهم وتفاعلاتهم مع الآخرين في سهولة ويسر بل يصبح التنبؤ بسلوكهم سهلاً¹.

¹. حسن عبد الحميد رشوان، نفس المرجع، ص88

6- التنشئة الاجتماعية عملية مستمرة ومتواصلة فهي لا تتوقف ولا تنتهي عن سن

معينة ولا تنتهي بانتهاء مرحلة الطفولة والمراهقة ومرحلة البلوغ ولكنها تستمر طوال مرحلة

المراهقة والبلوغ والرشد والشيخوخة.

7- التنشئة الاجتماعية عملية دينامية تتضمن التفاعل والتغيير ولا ينفع فيها مجرد

التلقين أو تقبل طرف من الأطراف لما يلقي ويؤمر به دون فهم ورضا وقناعة، فهي عملية

نفاعل. فالمتربي لا يتفاعل مع مربية وإنما يتفاعل مع بيئته الاقتصادية والاجتماعية

والطبيعية، ويأخذ ويعطي فيما يخص المعايير والأدوار الاجتماعية والإتجاهات النفسية

والشخصية الناتجة في النهاية هي نتيجة للتفاعل الاجتماعي.

8- تضم التنشئة الاجتماعية جانبيين كفي وتشجيعي فهي تقوم على الضبط وكف الطفل

عن أفعال كثيرة يشتهي القيام بها وفي نفس الوقت فهي تشجعه على أن يتعلم كيف يحقق

مما يريد وعلى هذا النمو فهي تقيم في نفس الطفل بذور سلطة داخلية هي الضمير الذي

يأخذ في النمو ويقوى بالتدرج على نمو الطفل ونضوجه خلال مراحل النمو المتعاقبة.

9- تتضمن التنشئة الاجتماعية دائماً تأخير المتعة أو قبول العرف والمعايير والاهتمام

برفاهية الآخرين أكثر من الذات¹.

¹. حسن عبد الحميد رشوان، نفس المرجع السابق، ص89

1-2 أهداف التنشئة الاجتماعية:

بغض النظر عن المجتمع بدوياً كان أم حضارياً، فإن الفرد فيه لا يستطيع أن يأخذ مكانته ما لم يتم تعليمه عناصر ثقافة مجتمعه ويكتسب خبرة إجتماعية لكي يعيش بشكل سوي من خلال تعلمه كيف يتفاعل مع الأفراد الذين يعيشون معه، وبذلك يبيلور ذاته من خلالهم ولأجل تحقيق هذه المسألة الاجتماعية وضعت التنشئة الاجتماعية أهدافاً لها في كافة مراحلها العمرية، المجتمعية، المهنية، الأولية، الثانوية والراجعة لكي تحققها وتنتج في مسعاها عندئذ تثبت وجودها في النسق الأسري والبناء الاجتماعي.

بهذه المقدمة الموجزة نستطيع حصرها بالنقاط التالية:

1- تحويل الكائن البيولوجي إلى إنسان أو شخص أي تطبيع المولود الجديد بطبائع مجتمعه وثقافته لكي يكتسب الصفات الإنسانية والشخصانية المتمثلة في عضويته الاجتماعية.

2- نقل التراث الاجتماعي والثقافي من جيل إلى آخر.

3- الضبط الاجتماعي لتوجيه سلوك الأفراد وتصرفهم وفقاً لوسائل الضبط العرفية

والقانونية لتعزيز التنظيمات الاجتماعية السائدة في المجتمع مثل: الدين، الأسرة والمدرسة

لتحقيق الأمن الاجتماعي وتيسير انخراطه في الأنماط النسقية للبناء الاجتماعي¹.

¹. معن خليل العمر، التنشئة الاجتماعية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص60

4- التماسك الاجتماعي عندما يتشرب الفرد قواعد ومعايير وقيم مجتمعه بواسطة التنشئة الأسرية عندئذ يندفع للاشتراك بقاسم مشترك أكبر مع أبناء مجتمعه المتشربين بقواعد وقيم مجتمعه، ومنه تتبلور مشاركة وجدانية تعاونية فيما بينهم وعندما يتحقق التماسك الاجتماعي.

5- التوافق الاجتماعي الذي يتم من خلال تعبير سلوك المنشأة ليكون منسقا مع العادات والتقاليد والالتزامات الاجتماعية، هذا التعبير لا يقتصر فقط في مرحلة الطفولة فحسب بل مرحلة الصبا والشباب والنضج ليوافق (المنشأة) الحاجات الاجتماعية المتطورة ومستجدات العلاقات الاجتماعية ومتطلبات الأدوار والمواقع المكانية وفقا لتوقعات المجتمع.

6- إكتساب المعرفة والقيم والإتجاهات والرموز وكافة أنماط السلوك أي أنها تشمل

أساليب التعامل الخاصة بجماعة معينة أو مجتمع معين سيعيش فيه الإنسان.

ومن أبرز الوظائف والأهداف التي تسعى التنشئة الاجتماعية في الوصول إليها كذلك:

- إكتساب المعايير والقيم والمثل السائدة في مجتمعه والتي تنبثق في أهداف مجتمعه

ونظامه الثقافي.¹

¹. معن خليل العمر، نفس المرجع، ص61

- ضبط السلوك وأساليب إشباع الحاجات وفقاً لما يفرضه ويحدده المجتمع مثل

إكتساب اللغة من الأسرة والعادات والتقاليد وإشباع رغباته وحاجاته الفطرية والاجتماعية والنفسية.

- إكتساب العناصر الثقافية للجماعة التي تصبح جزءاً من تكوينه الشخصي ومن يظهر

التباين في أنماط الشخصية والفروق الفردية والاجتماعية.

يتضح من ذلك ان التنشئة الاجتماعية تعمل على بناء شخصية الفرد المتماثلة مع قيم واتجاهات وعادات مجتمعه بمعنى أن الفرد يتشرب ثقافة مجتمعه بوساطة عملية التنشئة الاجتماعية.¹

1-3 مؤسسات التنشئة الاجتماعية:

تتم عملية التنشئة الاجتماعية عن طريق مؤسسات إجتماعية متعددة تعمل وكالات للتنشئة نيابة عن المجتمع أهمها الأسرة والمدرسة ورياض الأطفال ووسائل الاعلام وجماعة الأقران والمؤسسات الدينية ودور كل مؤسسة كما يلي:

¹. رانيا عدنان ورشا بسام، التنشئة الاجتماعية، ط1، دار الجداية ناشرون وموزعون، عمان، الأردن، 2006م-1426هـ،

أولاً: الأسرة

تعتبر الأسرة المؤسسة الاجتماعية الأولى المسؤولة عن التنشئة الاجتماعية والضبط الاجتماعي، فالأسرة اتحاد تلقائي يتم نتيجة الاستعدادات والقدرات الكامنة في الطبيعة البشرية التي تنزع إلى الاجتماع وهي ضرورة حتمية لبقاء الجنس البشري واستمرار الوجود الاجتماعي، وتلعب الأسرة دوراً أساسياً في سلوك الأفراد بطريقة سوية وغير سوية من خلال النماذج السلوكية التي تقدمها لصغارها، فأنماط السلوك والتفاعلات التي تدور داخل الأسرة هي النماذج التي تؤثر سلباً أو إيجاباً في تربية الناشئين ومع تعدد مؤسسات التنشئة الاجتماعية إلا أن الأسرة كانت ولا زالت أقوى مؤسسة اجتماعية تؤثر في كل مكتسبات الإنسان المادية والمعنوية، فالأسرة هي المؤسسة الأولى في حياة الإنسان وهي المؤسسة المستمرة معه استمرار حياته بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى أن يشكل أسرة جديدة خاصة به.¹

ويعرف بيرجس ولوك **beargess & lock** الأسرة بأنها مجموعة من أشخاص يتحدثون بروابط الزواج أو الدم أو التبني فيكونون مسكناً مستقبلاً، ويتفاعلون في التواصل مع بعضهم البعض بأدوارهم الاجتماعية المختصة كزوج وزوجة وأم وأب وغيرها، الأمر الذي ينشئ لهم ثقافة مشتركة، ويشير مفهوم الأسرة كذلك إلى جماعة اجتماعية لا يمكن تجزئتها

¹. رانيا عدنان ورشا بسام، نفس المرجع، ص ص 229-230

وتقسيمها إلى جماعات أخرى وتستند الأسرة في وجودها على عدد من العناصر الأساسية كالعنصر البيولوجي والنفسي هذا ويمكن القول بأن نتائج كثيرة من الدراسات تدل على المكانة الهامة التي تحتلها الأسرة من حيث تأثيرها على شخصية الطفل وعلى ضرورة الإنتباه إلى أن أساليب التكيف التي يعتادها الطفل في جو الأسرة، تنتقل معه إلى المجتمع الخارجي وإلى أسرته التي يبنها في المستقبل والتي تعود إلى أنماط التنشئة الأسرية في معظمها.

وهكذا نلاحظ أن الأسرة من أهم المؤسسات التي تقوم بعملية التنشئة الاجتماعية وهي أول جماعة يعيش فيها الطفل ويشعر بالانتماء إليها وهي الوعاء التربوي التي تتشكل داخله شخصية الاطفال تشكلا فرديا إجتماعيا، وهي بذلك تمارس عمليات تربوية هادفة لتحقيق نمو الفرد والمجتمع والأسرة قاعدة المؤسسات الاجتماعية الأخرى والتي تعني بالتنشئة الاجتماعية الأخرى والعلاقة وثيقة متبادلة من ناحيتين فالأسرة حساسة لما يصيب المجتمع في نظمه وقيمه من تغيير وتحويل والمجتمع بدوره يتأثر بما يقع في الأنماط الأسرية من تغيير.¹

¹. رانيا عدنان ورشا بسام، نفس المرجع السابق، ص 231

ثانياً: المدرسة

حين يبلغ الطفل السادسة من عمره، يرسل الى مؤسسة إجتماعية أخرى هي المدرسة ليربى تربية مقصودة تعتمد على الاستقلالية والعقلانية وتقلص النموذج الذاتي، لأن الطفل ينتقل من التعامل مع أفراد من جامعته المرجعية الى جماعة أخرى مختلفة كل الاختلاف والى مؤسسة أخرى وتتجاهل كثير ما هو داخل المدرسة، وهنا تتدخل مجموعة من العوامل المختلفة منها ما هو داخل الحي ومنها ما يعود الى التنشئة الاجتماعية لتقرر نموذج السلوك الذي يسلكه ومدى انسجامه مع القوانين والأنظمة السائدة في المدرسة.

إن الفكرة التي تقوم عليها المدرسة هي التنشئة الاجتماعية والتنمية بمختلف جوانبها ويقول جون ديوي في ذلك أن بإمكان المدرسة أن تغير نظام المجتمع على حد معين وهو عمل

تعجز عنه سائر المؤسسات الاجتماعية.¹

ومن أبرز وظائف المدرسة هي كالاتي:

- نقل تراث الأجيال السابقة إلى الأجيال السابقة فالأجيال السابقة تقوم بتجميع تراثها ومخلفاتها، الفكرية والحضارية المتعددة في سجلات مكتوبة وعلى كل مجتمع بشري يريد أن يحتفظ بصلته بما بماضيه وتاريخه، أن ينقل تراث الماضي الى الأجيال الناشئة.

- الاحتفاظ بالتراث الثقافي إذ تقوم المدرسة بالاحتفاظ بالتراث الثقافي للأجيال السابقة

¹. رانيا عدنان ورشا بسام، التنشئة الاجتماعية، المرجع السابق، ص236

وتضيف إليه كل جديد فالمدرسة باعتبارها عاملاً رئيساً من عوامل التربية، يحتفظ بالتراث الثقافي وفي الوقت نفسه ترصد وتدون كل ما تبتكره الأجيال الحاضرة من معارف وعلوم وتضيفه إلى تراث الأمة.

- عرض المشكلات العامة إذ تقوم المدرسة بعرض المشكلات وإتاحة الفرصة أمام التلاميذ من خلال المناهج الدراسية كي يعيشوا هذه المشكلات وأن يشعروا في إمكانيات حلها فتساهم المدرسة بتغيير المجتمع وتطوره.

ويقول جون ديوي في ذلك بإمكان المدرسة أن تغير نظام المجتمع إلى حد معين وهو عمل تعجز عنه سائر المؤسسات الاجتماعية.

ثالثاً: رياض الأطفال

يؤكد فرويل أن الروضة تساعد الأطفال على التوافق مع البيئة، تهيئ فرص للأطفال للقيام بنشاطات تتوافق مع مرحلة نموهم والتي ستعمل على نمو أجسامهم وحواسهم وقدراتهم العقلية وستجعل بينهم وبين المجتمع ألفة.¹

وهذا وتصبح للروضة قيمتها إذ عملت على تلبية الحاجات الخاصة للطفل مع الأخذ بعين الاعتبار أن التعاون مع البيت أمر جوهري لفهم كل طفل بغض النظر عن استعداداته وقدراته. وباختصار فإن الهدف الأول والأهم للروضة هو العمل على إسعاد الطفل من

¹. علي عبد الفتاح كنعان، مرجع نفسه، ص70

خلال الاهتمام بالنواحي الصحية واكتسابه العادات المقبولة وتوفير الأمن والاطمئنان له وتوفير الألعاب الجماعية التي تجعل منه عضواً مقبولاً في جماعته وهذا يتفق مع أهداف التربية الحديثة لمختلف الأعمار وأن تحقيقها في مرحلة ما قبل المدرسة أيسر وأسهل نظر لما يتوقع أن يتمتع به برنامج الروضة من مرونة كافية ونظراً لقلّة عدد الطلاب في الصف الواحد في مراحل الدراسة الأولى.

رابعاً: جماعة الرفاق

لجماعة الرفاق دور أساسي وهام في عملية التنشئة الاجتماعية حيث أنهم يؤثرون في إكتساب أقرانهم العادات والتقاليد والاتجاهات والقيم عن طريق ما يحدث من اندماج وتفاعل معهم أثناء اللعب والمنافسة والحوار والمراهق بحطم طبيعته يجد جماعة الرفاق التي تقاربه في العمل والميول والاتجاهات ما يشبع كثيراً من حاجاته ورغبته وميوله بما يسهم في إمكانية القيام بأدوار التي تمكن كل من الأسرة والمدرسة القيام بها.¹

إن جماعة الأقران متعددة وفي كل الأحوال لها تأثير في تنشئة المراهق اجتماعياً ومن المهم جداً الإنتباه إلى أن انتماء المراهق إلى جماعات الأقران واللعب معها أمر ضروري للتنشئة الاجتماعية لأن اللعب يحقق مجموعة من الوظائف منها الترويض أي ترويض الجسم واسبابه اللياقة البدنية والقوة التي تساعد في توازن الشخصية والتخلص من الضغوط وغيرها.

¹. بنية إبراهيم إسماعيل، الإنسان والسلوك الاجتماعي، د ط، [د، دار، ن]، مركز الإسكندرية للكتاب، ص 56

خامساً: وسائل الإعلام

إن كافة وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمطبوعة تلعب دوراً بارزاً في تكوين شخصية الفرد وتطبيعها الاجتماعي على أنماط سلوكية معينة، وتأثير عملية التنشئة الاجتماعية في النواحي التالية:

- تنشر معلومات متنوعة في كافة المجالات وتناسب كافة الأعمار.
- تيسر التأثير بالسلوك الاجتماعي في الثقافات الأخرى.
- إشباع الحاجة إلى المعلومة والأخبار والتسلية والترفيه .

تعد وسائل الإعلام أهم مؤشر على سلوك المراهقين وانحرافهم بحيث أصبحنا نرى المراهقين والمراهقات يتقمصون النماذج السلوكية التي يرونها في وسائل الإعلام الأجنبية بحذافيرها طبعاً في غياب الأسرة.¹

سادساً: المؤسسات الدينية

تقوم دور العبادة بدور مهم ووظيفة حيوية في عملية التنشئة الاجتماعية لما تتميز به من خصائص فريدة أهمها إحاطتها بهالة من التقديس وثبات وإيجابية المعايير السلوكية التي تعلمها للأفراد والاجتماع على تدعيمها.

وتلعب المؤسسات الدينية دوراً هاماً في التنشئة الاجتماعية للفرد من حيث:

¹. صالح محمد علي، أبو جاد، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، د ط، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2007، ص240

• تعليم الفرد والجماعة التعاليم الدينية والمعايير السماوية التي تحكم السلوك بما

يضمن سعادة أفراد المجتمع والبشرية جمعاء.

• إمداد الفرد بإطار سلوكي نابع من تعاليم دينه.

• التوحيد السلوك الاجتماعي والتقريب بين مختلف الطبقات الاجتماعية.

وتتبع دور العبادة الأساليب النفسية والاجتماعية في غرس قيمها الدينية التي لها أثر

في التنشئة الاجتماعية مثل :

أ- الترغيب والترهيب والدعوة إلى السلوك السوي طمعا في الثواب ورضا النفس والابتعاد عن

السلوك المنحرف تجنباً للعقاب وعدم الرضا عن النفس

ب- التكرار والإقناع والدعوة إلى المشاركة الجماعية.

• الإرشاد العلمي وعرض النماذج السلوكية المثالية¹.

¹. المرجع السابق. ص 242

1-4 أهمية التنشئة الاجتماعية:

ترجع أهمية التنشئة الاجتماعية إلى البناء الاجتماعي الذي يهدف إلى تحقيق التوازن بين التأثيرات الاجتماعية وأساليب الضغط الاجتماعي لدى أفراد (أعضاء البناء) وإلى إيجاد التوافق بين حاجاته الشخصية ومطالب البناء الاجتماعي ونوع من السلوك يحقق رغبات الأفراد ويرضي عنه الآخرين، فينيّب البناء الاجتماعي عنه الوالدين منذ الميلاد لتنشئة الصغار تنشئة إجتماعية ولتكوين بيئة إجتماعية تحول الطفل من كائن عضوي إلى كائن إجتماعي، ولا تقتصر وظيفة الوالدين على أداء وظائف فيزيولوجية، فدورها الأهم إعداد الإنسان الإجتماعي، وتطويع إمكانيات الطفل، وتحقيق توافقه وتكامله وأعضاء نسق الأسرة، وأعضاء النسق الأخرى.

ونظراً للأهمية البالغة لعملية التنشئة الاجتماعية فإن كل مجتمع ينظمها أي يجعلها تنشط وتسير لها فعالية في إطارها المحدد باعتبارها نظام إجتماعي.

وإذا كانت عملية التنشئة الاجتماعية لها أهمية كبرى في تحديد معالم الشخصية، فإننا يجب ألا ننسى العوامل الأخرى غير الاجتماعية والتي تؤثر في نمو الشخصية ومن هذه الوراثة والبيئة والغذاء والنضج والتعلم، وكذلك عدد من العوامل الأخرى مثل أعمار الوالدين والمرض والحوادث وغير ذلك¹.

¹. حسن عبد الجميد رشوان، التنشئة الاجتماعية " دراسة في علم الاجتماع النفسي " ، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، ص ص 97-98

وعليه فإن عملية التنشئة الاجتماعية عملية بالغة الأهمية حيث يمتص الفرد من خلالها القيم والمثل والمعايير والعادات ويكتسب الصفات الإنسانية ويصبح بموجبها مواطناً صالحاً مؤمناً بربه وبوطنه وقادراً على دفع عجلة الإنتاج قدماً إلى الأمام ومساهماً في تحقيق إستقرار المجتمع.¹

¹. المرجع السابق. ص99

المبحث الثاني : وسائل الإعلام والتنشئة الاجتماعية

2-1 تطور وسائل الإعلام وتأثيرها:

يقصد بوسائل الإعلام هنا المؤسسات الأهلية الحكومية الرسمية وغير رسمية التي تنشر الثقافة وتعرف الأفراد بالتراث قديمة وحديثة وتعنى بالنواحي التربوية كهدف لتكيف الفرد مع الجماعة المحلية إذ تعتبر عنصرا أساسيا من عناصر التنشئة الاجتماعية ومن هذه المؤسسات الإذاعة والتلفزيون والصحف ودور السينما والمسارح .

لقد شهد الإعلام تطورا هائلا وحقق طفرة واضحة تشاهد اليوم مظاهرها وترقب آثارها وتتابع نتائجها باهتمام بالخاصة في الأساليب التقنية فقد ألغت أجهزة الإعلام المتطورة المسافات تماما حتى أضحى في مقدور من في شرق الكرة الأرضية أن يتابع خبرا وأحداثا في نفس الوقت مع زميله القاطن في غربها فتلاشى عامل الزمن وتقلصت المسافة وتخطت وسائل الإعلام الحديثة المكان والزمان مما زاد من خطورتها وضاعف من المسؤوليات الملقاة عليها.

ويرجع الفضل في بداية تطور وسائل الإعلام الحديثة وأساليبه التقنية إلى علماء ثلاثة هم:

جوتنبورغ الذي كان أول من فكر في اختراع الطباعة بالحروف المعدنية.¹

¹. علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص ص58-59

وماركوني الذي استطاع أن يبني جهازاً للإستقبال وآخر للإرسال تفصلهما مسافة كيلو مترين وديرزتيوسالذي اكتشف عنصراً جديداً أطلق عليه إسم "سلفيوم" كان القاعدة الأساسية التي انطلقت منه تقنية الاختراع التلفزيوني.

فأصبحت المطبعة ذات تأثير مباشر على اتجاهات الرأي العام بما تصدره من كتب ونشرات وصحف ومجلات كما اخترقت الإذاعة الحدود والحواجر وانتقل الناس من باريس إلى طوكيو مروراً بواشنطن وموسكو ولندن عبر مفاتيح الراديو .

أما التلفزيون فإن استخدامه للصوت والصورة واللون مما جعله من أخطر الوسائل الإعلامية تأثيراً على العقول.

إذ تعتبر وسائل الإعلام كالإذاعة والتلفاز والكتب والمجلات والصحافة من أهم المؤسسات الاجتماعية الثقافية وأخطارها في التنشئة الاجتماعية للأطفال والناشئة بما تحمله من مثيرات جذابة ومؤثرات فاعلة وبما تتضمنه من معلومات وخبرات وسلوكيات تقدمها عبر أحداثها وشخصياتها بطريقة مغرية تستميل إنتباه القراء والمستمعين والمشاهدين لموضوعات وسلوكيات ومواقف مرغوب فيها إضافة إلى توفير فرص الترفيه والترويح والاستمتاع بقضاء أوقات الفراغ بأمور مفيدة¹ .

¹. المرجع السابق.ص63

2-2 دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية:

إن الفرد ككائن عضوي يتشكل ويصبح كائناً عضوياً إجتماعياً عن طريق المجتمع وثقافته فالفرد يولد وينمو في المجتمع وفق نظام ثقافي معين تتشربه الأفراد والجماعات وهكذا ينمو من خلال تعامله مع أفراد المجتمع ويأخذ هذا التعامل أشكالاً متنوعة منها التقليد ولمشاركة والأخذ والعطاء مع الآخرين قصد تعلم القيم ونماذج السلوك والإتجاهات واكتسابه الأدوار المتوقعة منه كل هذا كنشاط هادف لتحقيق مطالب الفرد من المجتمع ومطالب المجتمع من الفرد وعلى الرغم من أن الفرد يولد وهو مزود بأنماط سلوكية وراثية وبيولوجية مع الاستعداد لتقبل التكيف مع بيئته الاجتماعية إلا الفرد محتاج أشد الاحتياج إلى من يأخذ بيده ويوجهه الوجهة السليمة اللازمة ليستطيع العيش و التفاعل مع أفراد جماعته ولا يتأتى كل هذا من فراغ أو محض الصدفة بل إنما ينشأ من خلال أخطر وأكثر العمليات أهمية في الحياة ألا وهي التنشئة الاجتماعية.

والتنشئة الاجتماعية ليست محصورة في المدارس النظامية أو الأسرة فحسب وإنما هي أوسع من ذلك بحيث يشمل نظاماً وعلاقات ومؤثرات كثيرة ومتنوعة ضمن الاجتماعية /التربوية غير النظامية.¹ ولذلك يميز روشي بين التنشئة الاجتماعية التي تقوم بها مؤسسات محددة كالأسرة والمدرسة، والتنشئة الاجتماعية التي تتحقق بصورة أوسع وتمس المجتمع

¹. علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 61

بكامله كما هو الحال بواسطة الراديو والتلفزيون وكذلك تعتبر وسائل الإعلام كالإذاعة والتلفزيون والمجلات والصحافة من أهم المؤسسات الاجتماعية، الثقافية أخطارها في عملية التنشئة الاجتماعية للأطفال والناشئة بما تحمله من مثيرات جذابة ومؤثرات فاعلة وبما تضمنه من معلومات وخبرات وسلوكيات تقدمها عبر أحداثها وشخصياتها بطريقة مغرية تستميل إنتباه القراء والمستمعين والمشاهدين لموضوعات وسلوكيات ومواقف مرغوب فيها إضافة الى توفير فرص الترفيه والترويج والاستمتاع بقضاء أوقات الفراغ بأمر مفيدة.

2-3 الإعلام كمؤسسة تنشئية مدعمة ومنافسة لدور الأسرة في التنشئة الاجتماعية التلفاز نموذجا:

تعد وسائل الإعلام من بين المؤسسات الاجتماعية التي كشفت عن جداتها في التأثير على حياة الأفراد من خلال عملية التنشئة إذ لم يعد للشك بمكان في التأثيرات العميقة التي باتت تتركها في حياة أفراد المجتمع لاسيما على الأطفال منهم الذين يكونون محط استقبال لكل ما تقدمه هذه الوسائل الإعلامية وخاصة عندما زادت من فعاليتها وحدة أثرها بشكل كبير نتيجة للتطورات التكنولوجية الحديثة وتختلف تأثيرات هذه الوسائل على الأفراد والجماعات بحسب مقدور أشكالها ووسائلها المتنوعة من حيث قدرتها على نقل الخبرة في حينه واشتراك المتلقي مع المضمون الإعلامي واستقطاب عدد كبير من الجماهير¹.

¹. علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص ص 90-91

وللإعلام عموماً أهمية كبيرة لا يمكننا أن ننكرها وهي ما جعلته يصنف من بين المؤسسات الفاعلة ومدعمة لدور الأسرة في التنشئة ويتضح من خلال الوظائف والأدوار المتعددة التي يقدمها لأفراد الجماعات التي نذكر منها: إفهام أفراد المجتمع لمهامهم وإحتياجاتهم في التربية على الإعداد النفسي للعمل والحركة ومساهمته في تكوين الاتجاه والترويج على النفس وتنمية الخبرات والمعارف والمهارات ونشر القضايا المهمة والقيم السائدة في المجتمع والضبط الاجتماعي وصياغة الواقع وغيرها.

ولعل ما يشير إليه أحد أقطاب السيسولوجيا المعاصرة أنتوني جينز في نفس الصدد أن "لوسائل الإعلام أهمية تعادل ما للمدارس والجامعات في إقامة مجتمع للمعرفة" يؤكد على مدى الأهمية في تدعيم دور الأسرة من خلال نشر الوعي والمعرفة والتنقيف لكن، وفي المقابل قد تعمل وسائل الإعلام في بعض الحالات على تعميق ميل فئات من الأفراد والشباب إلى الانحراف وتغيير الاتجاه بفعل التأثير السلبي الذي يمكن أن تبثه في غياب مراقبة الأسرة بمعنى أن الإعلام بقدر ماله من إيجابيات فله سلبيات.¹ وما يوضح ذلك التلفزيون كأحد وسائله حينما نجده يتخلى عن وظائفه المتوقعة التي هي تدعيم ومساندة دور الأسرة والمدرسة في التنشئة بات يستهدف الأفراد ويثري لهم الاهتمام مبالغ فيه لكرة القدم والأفلام الدبلجة التي تحمل في طياتها ثقافة وقيماً هجينة وغير رصينة وهو ما يتضح من خلال إتفاق عدد من المهتمين بقضايا التنشئة الاجتماعية من علماء السيكولوجيا وعلم

¹. علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والتنشئة الاجتماعية، المرجع السابق، ص94

النفس الاجتماعي وغيرهم في كثير من الأبحاث والدراسات والمناقشات التي تناولت بالدرس والتحليل قضايا التنشئة الاجتماعية .

أخيراً إلى أن المجتمع ككل بجميع بنيانه وأنظمته ومؤسساته مسؤول وبدون استثناء على هذه العملية المهمة (التنشئة) التي عن طريقها تنتج أفراد سليمين مندمجين ومتكيفين سويًا داخل المجتمع أو منحرفين ومعلنين عن عصيانهم وعدم رضاهم عن هذا المجتمع وهام يستدعي دعم وجود الأسرة للحد من الانفلات الإعلامي الذي أصبح تأثيره قويا وخطر داهما يهدد استقرار الأسر والمجتمع ككل حينما أصبحنا نجده يساهم في العضلات العويصة بدرجة واضحة¹.

¹. المرجع السابق. ص 95

2-4 نشأة وتطور التلفزيون:

1- الولايات المتحدة الأمريكية:

بدأت الأبحاث فيها بواسطة جهود العالم " تشارل جنكينز " إذ طور مبدأه في عام 1908 ولكنه لم يتمكن من ترجمة أبحاثه حتى عام 1925 حيث قدم الإثباتات الميكانيكية ويعد عام 1927 موعد ظهور التلفزيون في المخابر وتاريخ أول بث تلفزيوني على المباشر في عام 1931 اخترع " زواكين " أنبوب الصورة المستقبل في سنة 1937 اخترع صمام تصوير الكرتوني في سنة 1941 ظهرت ستة محطات تلفزيونية تجارية في الولايات المتحدة الأمريكية في سنة 1948 تم مليون جهاز تلفزيوني.

2- أوروبا:

بريطانيا: ارتبط باسم أحد علمائها "جون بيرد «ستطاع سنة 1924 نقل صورة الصليب وفي سنة 1926 استطاع تصميم إرسال بث تلفزيوني ميكانيكي في 30 سبتمبر 1939 قدمت هيئة الإذاعة البريطانية أول إذاعة تلفزيونية.

ألمانيا: أهم الأبحاث والدراسات هي أبحاث العالم "بول نيكو" الذي اخترع سنة 1884 أسطوانة مثقوبة وفي سنة 1939 بدأ البث التلفزيوني في بريطانيا وألمانيا.¹

فرنسا: بدأ كل من العالمين "نورنيه" و"رونيو" يجريان البحوث والدراسات فكان

¹. سليم عبد النبي، الاعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص ص 25-2

أول إرسال تلفزيوني سنة 1931.

الاتحاد السوفياتي:

في سنة 1984 أصبح لديه عدد كبير من القنوات بلغت 116 محطة بث تتطوق 45 لغة-3.

3- الوطن العربي:

- عرفت المملكة المغربية البث التلفزيوني سنة 1954.

- الجزائر والعراق سنة 1956.

- لبنان عام 1959 وسوريا ومصر عام 1960.

- الكويت عام 1961 والسودان عام 1963.

- اليمن عام 1964 والسعودية عام 1965.

- قطر عام 1970 والبحرين عام 1973.

- عمان وفلسطين عام 1974¹.

¹. سليم عبد النبي، مرجع سابق، ص 27

2-4 خصائص التلفزيون:

يعتمد على حاستي السمع والبصر بما تقدمه من صور وصورة مما يؤثر على الناس ويجذب اهتمام به لأن الصورة والصوت يثيران مشاعرهم وخاصة أن الحاستين اللتين يعتمد عليهما هما من أهم الحواس التي يمتلكها الإنسان.

- يعتبر التلفزيون وسيلة من السهل الوصول إليها حيث تصل الصورة والصوت من خلاله إلى المشاهدين دون جهد وعناء من حيث المتابعة في النظر والتحليل للمشهد الصامت الغير متحرك فالصوت والصورة تتحان للمشاهد الراحة التامة في الاستماع والرؤية دون إجهاد سمعي وبصري.

- يعتمد على عنصر الحركة المرافقة لعرض الصورة والم رافقة أيضاً للصورة وهذه خاصية جذب إعلامي تمكنه من تقديم البرامج والأفلام والأغاني وما يرافق ذلك من عناصر الترفيه والتسلية.

- يمتاز جهاز التلفزيون بسهولة الوصول إلى أي مكان مما يجعله متوفر في كل بيت¹. وهذه الخاصية الإعلامية تسهل على الناس جهد الانتقال والذهاب إلى مكان آخر مما ييسر عليهم الوقت والجهد والتنقل، إن التلفزيون وسيلة مناسبة لعرض الإعلانات، مما يكسبه خاصية إعلامية تساعد على نجاحه وإقبال الناس على مشاهدته.

¹. عبد الفتاح أبو معال، أثر وسائل الاعلام على تعليم الأطفال وتنقيفهم، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان،

- يعتبر وسيلة جذب إعلامي للكبار والصغار، فهو يمتلك القدرات الفنية التي تعينه على الخيال إلى الواقع واقع مرئي وهو أيضا يحول القصص والروايات إلى صورة متحركة يملأها النشاط والحيوية.
- يستطيع أن ينقل الكبار والصغار إلى أماكن لا يمكنهم الوصول إليها مثل أعماق البحار والفضاء وذلك بما يملكه من إمكانيات فنية دقيقة .
- عدساته تكبر صورة الأشياء التي لا تراها العين .
- قدرة التلفزيون على الانتشار.¹

¹. عبد الفتاح أبو معال، مرجع سبق ذكره، ص ص78-79

2-4 وظائف التلفزيون:

إن لتلفزيون وظائف متعددة وهي تتمثل فيمايلي:

الوظيفة المعرفية التثقيفية - الوظيفة الاجتماعية التوجيهية - الوظيفة السياسية - الوظيفة الدعائية والإعلانية - الوظيفة الترويجية.

إن مسؤولية التلفزيون لكبيرة في رفع مستوى المشاهدة صغيراً أو كبيراً ويسهم في بناء الأسس الفكرية فالشاشة الصغيرة تتحرك بسرعة إلى مختلف قطاعات المجتمع وفئاته فهي تتجه إلى العامل في حقله والمزارع في مزرعته و التاجر في متجره والطبيب في عيادته وتذهب إلى الجامعات والمدارس قطاعات المجتمع وفئاته فهي تتجه إلى العامل في حقله والمزارع في مزرعته و التاجر في متجره والطبيب في عيادته وتذهب إلى الجامعات والمدارس إضافة إلى المنازل ومع تنوعات المادة التلفزيونية المعروضة فالمشاهد يطلب الفائدة في الثقافة والمعرفة لإمكانية رفع مستواه الفكري.

وهنا يبرز دور التلفزيوني التعليمي الهام في محو الأمية وتكثيف المعلومة لدى المتعلم وتطور المعرفة وتنوع البرامج الثقافية العامة المعاصرة إلى الأجناب تقديم الترفيه والتسلية.¹

¹. محمد صاحب سلطان، وسائل الاعلام والاتصال " دراسة في النشأة والتطور "، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012، ص33

2-4-1 مزايا وعيوب التلفزيون:

- مزايا التلفزيون:

وتكمن مزاياه فيما يلي:

- أن له تأثير أكبر في الجمهور حيث يقدم الصوت والصورة المتحركة في نفس الوقت.
- يغطي مساحات واسعة من حيث حجم الجماهير التي تشاهد التلفزيون وخصوصاً الفضائيات
- له القدرة على لفت إنتباه المشاهدين حيث أصبح التلفزيون والفضائيات ترسل بثها على مدة 24 ساعة
- ينظر الناس إلى التلفزيون بمصداقية وثقة لأنه ينقل صورة حية من الواقع
- يخاطب التلفزيون كافة شرائح المجتمع من ناحية العمل والجنس والثقافة والتعليم وغيره¹.

¹. محمد أبو سمرة، إدارة الاعلام التجاري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص147

عيوب التلفزيون:

مثلاً له مزايا له عيوب وهي تتمثل فيما يلي:

إن التلفزيون المحلي لا يغطي مساحات كبيرة كالمساحات التي تغطيها الإذاعة حيث تصل إلى أنحاء العالم كما أن التلفزيون لا يخترق كافة الفئات في المجتمع حيث هناك طبقات فقيرة لا يستطيع استعمال هذه الوسيلة وخاصة الفضائيات والاشتراكات .

إن توالي إعداد هائل من الإعلانات التجارية يؤدي إلى ضعف أو عدم اهتمام

المشاهدة وخاصة إذا كانت الإعلانات المتتابعة الهائلة في عددها لمنظمات في تقديم سلعة أو خدمة المنتج من نفس النوع.

إن إنتاج البرامج التلفزيونية يتطلب وقتاً طويلاً وتكاليف أكبر من إنتاج البرامج

الإذاعية لذا تعتبر تكلفة استخدام التلفزيون كوسيلة اتصال إعلاني وإعلامي أكبر تكلفة مقارنة بالإذاعة كوسيلة هامة في الإرسال والبث الإعلامي.¹

¹ . محمد أبو سمرة، مرجع سابق، ص 148

خلاصة عامة

وفي الأخير يمكننا القول بأن عملية التنشئة هي مسؤولية جماعية مسؤول عليها المجتمع بكليته بجميع ما فيه من أنظمة ومؤسسات وهياكل، إلا وأن الأسرة على اعتبارها المؤسسة الأكثر قرباً للأفراد يجب عليها التقوية من مراقبتها المستمرة حتى لا يكون هناك انفلاتاً من طرف المؤسسات الأخرى، حيث ينبغي بالضرورة أن تكون هي الإطار المرجعي الذي يرشد ويوجه سلوكيات وأفعال الأفراد.

وهكذا فإن التنشئة الاجتماعية ترتبط بنسب متفاوتة وفق ظروف كل مجتمع بدرجة وطبيعة التغيير الاجتماعي الذي يكتنف المجتمع في مرحلة من المراحل وعلى ذلك يمكن القول إن التنشئة الاجتماعية لا تعتمد أسلوباً أو طريقة واحدة، وإنما تستند إلى طرق وأساليب تتفاوت تبعاً للظروف الاجتماعية والإقتصادية والسياسية التي يمر بها المجتمع.

تمهيد:

يشمل هذا الفصل والمتمثل في الاقتراحات الميدانية مجموعة من الاجراءات التطبيقية، قصد الإجابة عن التساؤلات البحث، وكذا احتوى على تلخيص المعطيات في صورة جداول بالاعتماد على الأساليب الإحصائية وحساب تكرارات والنسب المئوية، وذلك لتسهيل عملية التحليل والتفسير لتتوصل في الأخير إلى النتائج العامة للبحث.

المحور الأول:

الجدول البسيطة :

البيانات الشخصية:

الجدول رقم(1): يمثل متغير الجنس:

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكور	24	%34,28
إناث	46	%71,65
المجموع	70	100%

من خلال قراءتنا للجدول اتضح أن 65،71% من أفراد العينة أي ما يعادل 46 مفردة من أصل 70 مفردة هم من الإناث أما النسبة المتبقية 34،28% ما يعادل 24 مفردة هم من الذكور.

الجدول رقم (2): يمثل متغير السن:

السن	التكرار	النسبة %
22-18	17	28،24%
27-23	35	50%
28 فأكثر	18	25،71%
المجموع	70	100%

هذا الجدول يمثل لنا سن العينة بعد النظر إلى جنسهم فنلاحظ أن 35 شخص أي 50% تتراوح أعمارهم ما بين 27-23 سنة و 18 شخص ما يعادل 25،71% تتراوح أعمارهم ما بين 28 سنة فأكثر في حين نلاحظ أن 17 شخص أي 24،28% تتراوح أعمارهم ما بين 22-18 سنة.

الجدول رقم (3): يمثل متغير التخصص

النسبة %	التكرار	التخصص
20%	14	وسائل الإعلام والمجتمع
20%	14	علم المكتبات
14,28%	10	التدقيق المالي والمحاسبي
42,14%	08	أدب عربي
42,11%	08	علوم إنسانية
05,71%	04	اتصال سياحي
04,28%	03	علوم إجتماعية
02,85%	02	سمعي بصري
02,85%	02	علاقات عامة
02,85%	02	علم النفس
01,42%	01	علوم إعلام واتصال
01,42%	01	علوم اقتصادية
100%	70	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (3) أن 20% ما يعادل 14 من أفراد العينة هم من طلبة وسائل الإعلام والمجتمع و14،28% أي 10 من أفراد العينة هم من طلبة التدقيق المحاسبي والمالي أما 20% هم من طلاب علم المكتبات ب ينما 42،11% هم من طلاب أدب عربي بينما نجد 5،71% هم من طلبة اتصال سياحي و11،42% هم من طلاب علوم إنسانية أما 4،28% هم من طلبة علوم الاجتماعية و2،85% هم من طلاب علاقات عامة بينما نجد 2،85% هم من طلاب السمع البصري وبنفس النسبة 2،85% هم من طلاب علم النفس أما 1،42% هم من طلبة إعلام واتصال.

جدول رقم(4): يمثل متغير المستوى الجامعي

النسبة%	التكرار	المستوى الجامعي
37،14%	26	ليسانس
51،42%	36	ماستر
11،42%	08	دكتوراه
100%	70	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن 51،42% أي ما يعادل 36 مفردة من أصل 70 مفردة يحصلون على مستوى ماستر 26 مفردة أي ما يعادل 37،14% هم من مستوى ليسانس أما 11،42% أي ما يعادل 08 مفردة من أصل 70 مفردة يحصلون على مستوى الدكتوراه.

المحور الثاني: عادات وأنماط المشاهدة

الجدول رقم (5): يمثل متغير درجة متابعة قناة الرسالة

النسبة %	التكرار	درجة متابعة قناة الرسالة
30%	21	قليلة
57،14%	40	متوسطة
12،85%	09	كثيرة
100%	70	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول ان 57،14% من عينة الدراسة تشاهد قناة الرسالة بنسبة متوسطة بينما ان 30% من عينة الدراسة تشاهد قناة الرسالة بنسبة قليلة اما 12،85% من عينة الدراسة تشاهد قناة الرسالة بنسبة كثيرة.

جدول رقم(6): يمثل متغير سنوات متابعة القناة

النسبة %	التكرار	منذ متى وأنت تتابع القناة
35,71%	25	من سنة
64,28%	45	أكثر من سنة
100%	70	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول ان 64,28% أي ما يعادل 45 مفردة من أصل 70 مفردة يتابعون قناة الرسالة منذ أكثر من سنة بينما 35,71% من عينة الدراسة يتابعون قناة الرسالة منذ سنة.

جدول رقم(7): يمثل متغير فترة مشاهدة القناة

النسبة %	التكرار	فترة مشاهدة القناة
18,57%	13	الفترة الصباحية
81,42%	57	الفترة المسائية
100%	70	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول 57 مفردة أي ما يعادل 81،42% من أفراد العينة يرغبون في مشاهدة القناة في الفترة المسائية أما 18،57% أي ما يعادل 13 مفردة يرغبون في مشاهدة القناة في الفترة الصباحية.

التفسير:

من خلال تحليلنا للجدول اتضح لنا ان الذين يشاهدون القناة في الفترة المسائية ترجع الى عدة اعتبارات أهمها أنه في المساء يكون الجميع تقريبا في بيوتهم وبالتالي يمكنهم مشاهدة القناة في التلفزيون بكل راحة، أما الذين يشاهدون القناة في الفترة الصباحية فان ذلك راجع إلى الذهاب

للعمل.¹

¹. بن عودة فاطمة، شناف صورية، الإعلام الديني في القناة الفضائية الخاصة "دراسة ميدانية على عينة لمتتبعي حصة انصحوني على قناة النهار تي في" مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر أكاديمي، جامعة مستغانم، 2016، 2017.

جدول رقم (8): يمثل متغير ساعات المشاهدة

النسبة %	التكرار	المدة الزمنية المقضاة لمشاهدة قناة الرسالة
42,85%	30	أقل من ساعة
40%	28	من ساعة إلى ساعتين
17,14%	12	أكثر من ساعة
100%	70	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن 42,85% من عينة الدراسة يشاهدون القناة أقل من ساعة بينما

40% يشاهدون القناة من ساعة إلى ساعتين أما 17,14% يشاهدون القناة أكثر من ساعة.

التفسير:

نلاحظ أنّ تأثير التلفزيون ووسائل الإعلام الأخرى على الجمهور تفترض أنما كلما يقضي الناس وقتاً أطول في التعرض لوسائل الإعلام فإنه إدراكه للواقع الاجتماعي يتفق مع ما تعرضه وسائل الإعلام، حيث تربط نظرية العرس الثقافي بين كثافة التعرض ومشاهدة التلفزيون¹.

جدول رقم (9): يمثل متغير تحديد البرامج الأكثر مشاهدة:

النسبة %	التكرار	البرنامج الأكثر مشاهدة
38,57%	27	سواعد الإخاء
25,71%	18	يستفتونك
21,42%	15	سبل الوصول
05,71%	04	على هامش السيرة
02,85%	02	في حجر الحبيب
02,85%	02	همسات
02,85%	02	خواطر
100%	70	المجموع

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 2، عالم الكتب، مصر، 2000، ص 263.

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة مشاهدة برنامج سواعد الإخاء قدرت ب 38,57% ويليهما برنامج يستفتونك بنسبة 25,71% وبرنامج سبل الوصول بنسبة 21,42% أما برنامج على هامش السيرة بنسبة 5,71% بينما برنامج في حجر الحبيب 2,85% وبرنامج همسات بنسبة 2,85% في حين أن برنامج خواطر قدر بنسبة 2,85%

التفسير:

من خلال تحليلنا لبيانات الجدول اتضح لنا أنّ الناس تعرض نفسها لوسائل الإعلام بشكل انتقائي.¹ فتختار ما يتفق مع اتجاهاتها السابقة وتجنب التعرض للرسائل التي لا تتفق مع وجهات نظرها.²

¹. فتح الباب حلیم السيد، إبراهيم ميخائيل حفظ الله، الناس والتلفزيون، د ط، مكتبة الانجلو مصرية، القاهرة، 1963، ص154
². حسن عماد المكاوي، ليلي حن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998، ص221

جدول رقم(10): يمثل متغير المواضيع التي تثير الاهتمام في القناة

النسبة %	التكرار	المواضيع التي تثير الاهتمام المبرمجة في قناة الرسالة
60%	42	مواضيع دينية
24,28%	17	اجتماعية
8,57%	06	ثقافية
7,14%	05	دينية واجتماعية
100%	70	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن 60% أي ما يعادل 42 مفردة من أصل 70 مفردة، المواضيع التي تثير إهتمامك هي مواضيع دينية في حين 24,28% أي ما يعادل 17 مفردة تثير إهتمامك المواضيع الاجتماعية بينما المواضيع الثقافية التي تثير اهتمام قدرت بنسبة 8,57% اما المواضيع التي شملت الدينية الاجتماعية قدرت بنسبة 7,14%

جدول رقم(11): يمثل متغير البرامج الهادفة التي تقدمها القناة

النسبة %	التكرار	تقدم قناة الرسالة برامج هادفة
44،28%	31	برامج توعوية
21،42%	15	برامج تربوية
24،28%	17	برامج تثقيفية
10%	07	برامج تربوية وتوعوية وتثقيفية
100%	70	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن قناة الرسالة تقدم برامج هادفة بنسبة 44،28% كبرامج توعوية أما

البرامج التربوية قدرت ب 21،42% بينما البرامج التثقيفية بنسبة 17% في حين أن نسبة 10%

تمثلت في كل من البرامج التوعوية والتربوية والتثقيفية.

المحور الثالث: إسهامات قناة الرسالة في التنشئة الاجتماعية

جدول رقم (12): يمثل متغير اعتقاد مساهمة قناة الرسالة في زيادة الوعي لدى الشباب

النسبة %	التكرار	تساهم قناة الرسالة في زيادة الوعي لدى الشباب
67,14%	47	دائما
22,85%	16	أحيانا
10%	07	أبدا
100%	70	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول تبين لنا ان غالبية أفراد العينة يرون القناة تساهم دائما في زيادة الوعي حيث تقدر نسبتهم ب 1,67 % في حين نجد ان البعض الآخر أدلى بأحيانا بنسبة 22,85% أما الذين ينفون ذلك فقدرت نسبتهم ب 10% ب أبدا.

جدول رقم (13): يمثل متغير الخطاب اللغوي للقناة

النسبة %	التكرار	الخطاب اللغوي يهتم بكافة شرائح المجتمع
74,28%	52	نعم
25,71%	18	لا
100%	70	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول تبين لنا أن أغلبية أفراد العينة يرون أن الخطاب اللغوي للقناة يهتم بكافة

شرائح المجتمع حيث قدرت نسبتهم ب 74,28% في حين نجد أن 25,71% يصرحون ب لا.

جدول رقم (14): يمثل متغير قناة الرسالة تهدف إلى تهذيب السلوك الأخلاقي لدى الشباب

النسبة %	التكرار	قناة الرسالة تهدف إلى تهذيب السلوك الأخلاقي لدى الشباب
100%	70	نعم
0%	00	لا
100%	70	المجموع

تبين من خلال الجدول ان كل أفراد العينة أي 70 مفردة تعتقد أن قناة الرسالة تهدف إلى تهذيب

السلوك الأخلاقي لدى الشباب وقدرت بنسبة 100% في ان الذين صرحوا ب لا 0%

جدول رقم (15): يمثل متغير دور قناة الرسالة في التنشئة الاجتماعية

النسبة %	التكرار	قناة الرسالة لها دور فعال في التنشئة الاجتماعية
98,57%	69	نعم
1,42%	01	لا
100%	70	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول ان الذين يرون قناة الرسالة لها دور فعال في التنشئة الاجتماعية لدى

الشباب بنسبة 98،57% بينما أدلى مفردة واحدة ب لا بنسبة 1،42%

جدول رقم (16): يمثل متغير تعزيز قناة الرسالة العقيدة الإسلامية في نفوس الشباب

النسبة	التكرار	البيانات / العينة
100%	70	نعم
00%	00	لا
100%	70	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن الذين يرون أن قناة الرسالة تعزز العقيدة الإسلامية في نفوس الشباب

بلغت نسبتهم 100% في حين بلغت نسبة الذين أدلو عكس ذلك 00%.

جدول رقم (17): يمثل متغير مساهمة القناة في غرس القيم السامية لدى الشباب

النسبة %	التكرار	تساهم القناة في غرس القيم السامية لدى الشباب
100%	70	نعم
00%	00	لا
100%	70	المجموع

من خلال بيانات الجدول يتضح لنا ان 100% أي ما يعادل 70 مفردة صرحوا بنعم في حين أن 0% صرحوا ب لا.

التفسير:

من خلال تحليل هذه البيانات اتضح لنا أنه كلما كان الانسجام بين وسائل الإعلام ومؤسسات التنشئة زادت المؤسسة الإعلامية في غرس الاتجاهات.¹

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، عولمة التلفزيون، ط 1، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 75.

الفصل التطبيقي

الغرس هو ذلك الاسهام المستقل الذي تسهم به وسائل الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية والتثقيف.¹

جدول رقم (18): يمثل متغير السبب أو الدافع لمشاهدة قناة الرسالة

دوافع المشاهدة	التكرار	النسبة%
تثريك بالثقافة الإسلامية	23	32,85%
معرفة الواقع الديني في المجتمع	16	22,85%
تساعد على فهم المعاملات الدينية في المجتمع	15	21,42%
تثريك بالثقافة الإسلامية ومعرفة الواقع الديني في المجتمع	3	4,28%
تساعد على فهم المعاملات الدينية في المجتمع ومعرفة الواقع الديني في المجتمع	06	8,57%
تساعد على فهم المعاملات وتثريك بالثقافة الإسلامية	05	7,14%
تساعد على فهم المعاملات الدينية والإثراء بالثقافة الإسلامية ومعرفة الواقع الديني في المجتمع	02	2,85%
المجموع	70	100%

¹ . مرفت الطرابشي، مرجع سابق، ص 309.

نلاحظ من خلال الجدول ان 32،85% من عينة الدراسة تشاهد قناة الرسالة بدافع الإثراء بالثقافة الإسلامية بينما أن 21،42% منهم يشاهدون القناة بدافع فهم المعاملات الدينية في المجتمع، في حين نجد أن 22،85% يشاهدون بدافع معرفة الواقع الديني في المجتمع، كما نجد أن 8،57% منهم يشاهدون بدافع فهم المعاملات الدينية ومعرفة الواقع الديني في المجتمع بينما قدرت نسبة 7،14% للمشاهدين بدافع فهم المعاملات والإثراء بثقافة الإسلامية، وبنفس النسبة 7،14% يشاهدون بدافع فهم المعاملات والإثراء بالثقافة الإسلامية ومعرفة الواقع الديني في المجتمع.

المحور الرابع: الإشباع المحققة من وراء مشاهدة قناة الرسالة.

جدول رقم(19): يمثل متغير الأثر القيمي لقناة الرسالة

النسبة %	التكرار	الأثر القيمي الذي تتركه قناة الرسالة لدى الشباب
68,57%	48	أخلاقية
14,28%	10	سلوكية
8,57%	06	إجتماعية
4,28%	03	أخلاقية وسلوكية
4,28%	03	أخلاقية، سلوكية، إجتماعية
100%	70	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن الأثر القيمي الذي تتركه قناة الرسالة تتمثل في

الفصل التطبيقي

القيم الأخلاقية بنسبة 68,57% اما 10% تمثلت في القيم السلوكية، في حين القيم الاجتماعية قدرت بنسبة 8,57% كما نجد القيم الأخلاقية والسلوكية بنسبة 04,28% اما القيم الأخلاقية والسلوكية والاجتماعية قدرت بنسبة 04,28%.

جدول رقم (20): يمثل متغير التغيير الذي طرأ على السلوك والقيم

النسبة%	التكرار	تغير القيم السلوكية إثر متابعة قناة الرسالة
94,28%	66	نعم
5,71%	04	لا
100%	70	المجموع

هذا الجدول يبين لنا ان 94,28% من أفراد العينة ويمثلون الأغلبية طرأ التغيير على سلوكهم وقيمهم إثر مشاهدتهم للقناة في حين 05,71% يصرحون ب لا لم يتغير سلوكهم وقيمهم.

جدول رقم (21): يمثل متغير استثارة القناة عواطفك في قضية ما

النسبة %	التكرار	التمسك الأصيلة	بالقيم الدينية
55,71%	39	التمسك الأصيلة	بالقيم الدينية
40%	28	العمل بالدين وشرائعه	
4,28%	03	التمسك الأصيلة وشرائعه	بالقيم الدينية العمل بالدين
100%	70	المجموع	

من خلال قراءتنا للجدول اتضح لنا ان 55,71% استثارت قناة الرسالة عواطفهم في التمسك بالقيم الأصيلة أما 40% العمل بدين وشرائعه في حين أن 04,28% استثارت عواطفهم في التمسك بالقيم الأصيلة وكذا العمل بدين وشرائعه.

جدول رقم (22): يمثل متغير ان محتوى القناة ينمي ويشجع مواهب وإبداعات الشباب

النسبة %	التكرار	محتوى القناة ينمي ويشجع مواهب وإبداعات الشباب
95,71%	67	نعم
4,28%	03	لا
100%	70	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن 95,71% ويمثلون غالبية أفراد العينة يصرحون بأن محتوى القناة

يشجع وينمي إبداعات ومواهب الشباب في حين أن 4,28% أدلى ب لا.

جدول رقم (23): يمثل متغير الإلتزام بهذه القيم

النسبة %	التكرار	القناة تساعد على الإلتزام بهذه القيم
32,85%	23	التقوى والإلتزام الديني
18,57%	13	الطموح والمسؤولية
12,85%	09	تعلم أحكام العبادة
2,85%	02	ممارسة العبادات
8,57%	09	تعلم أحكام العبادة وممارسة العبادات
5,71%	06	التقوى والإلتزام الديني والطموح والمسؤولية
11,42%	11	التقوى والإلتزام الديني وتعلم أحكام العبادة
100%	70	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول ان 32،85% يرون ان القناة تساعدهم على التقوى والإلتزام الديني أما 18،57% تساعدهم على الطموح والمسؤولية. بينما 12،85% تساعدهم على تعلم أحكام العبادة وبنفس النسبة 12،85% تساعدهم على تعلم أحكام العبادة وممارسة العبادات كما نجد ان 11،42% تساعدهم على التقوى والإلتزام الديني وتعلم أحكام العبادة بينما نجد 5،71% تساعدهم على التقوى والإلتزام الديني والطموح والمسؤولية في حين نجد ان 2،85% تساعدهم على ممارسة العبادات.

الجدول المركبة: جدول رقم(01): يمثل متغير تغير السلوك:

المجموع		اناث						ذكور						متغير الجنس ودرجة متابعة القناة	
		كثيرة		متوسطة		قليلة		كثيرة		متوسطة		قليلة			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	نعم	
92.85	65	5.71	4	38.57	27	15.71	11	5.71	04	14.28	10	85.12	09		لا
07.14	05	00	00	4.28	03	1.42	01	1.42	01	00	00	00	00		
100	70	5.71	04	42.85	30	17.14	12	7.14	05	14.28	10	12.85	09		المجموع

جدول رقم(01): يمثل متغير تغير السلوك:

لاحظنا من خلال قراءتنا للجدول ان نسبة الذكور التي كانت درجة متابعتهم قليلة صرحوا بنعم قدرت نسبتهم ب 12،85% ومتوسطة 14،28% وكثيرة 5،71% أما الذين كانت درجة متابعتهم كثيرة وصرحوا ب لا قدرت نسبتهم 1،42% أما فيما يخص نسبة الاناث التي كانت درجة متابعتهم قليلة صرحوا بنعم قدرت نسبتهم 15،71% ومتوسطة 38،57% وكثيرة 5،7% اما الذين كانت درجة متابعتهم قليلة وصرحوا ب لا فقد قدرت نسبتهم 1،42% ومتوسطة 4،28%.

التفسير:

من خلال هذه البيانات اتضح لنا أن وسائل الإعلام تساهم بقدر كبير في التكوين المعرفي للإنسان فبالتالي تؤثر في سلوكه ونمط حياته ، كما يساعد التلفزيون المشاهدين في تعليم واكتساب معارف.¹

¹. دولان كمايور، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية، د، ط، ترجمة موسى محمد، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1984، ص 680.

جدول رقم(02): يمثل متغير الأثر القيمي الذي تتركه قناة الرسالة :

المجموع		إناث						ذكور						الجنس ودرجة المتابعة الأثر القيمي التي تتركه قناة الرسالة لدى الشباب
		كثيرة		متوسطة		قليلة		كثيرة		متوسطة		قليلة		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
28,14	10	71,5	04	28,4	03	00	00	85,2	02	00	00	42,1	01	قيم إجتماعية
85,62	44	00	00	30	21	85,12	09	85,2	02	57,8	06	57,8	06	قيم أخلاقية
71,15	11	00	00	14,7	05	42,1	01	00	00	28,4	03	85,2	02	قيم سلوكية
85,2	02	00	00	42,1	01	00	00	42,1	01	00	00	00	00	قيم أخلاقية وسلوكية
28,4	03	00	00	00	00	85,2	02	42,1	01	00	00	00	00	قيم أخلاقية وسلوكية واجتماعية
100	70	71,5	04	85,42	30	14,17	12	57,8	06	85,12	09	85,12	09	المجموع

لاحظنا من خلال قراءتنا للجدول ان نسبة الذكور الذين قالوا بان الأثر القيمي الذي تتركه قناة

الرسالة قليلة وصرحوا بقيم إجتماعية قدرت نسبتهم 1,42% وكثيرة 2,85%، قيم أخلاقية قدرت

نسبتهم 8،57% قليلة و 8،57% متوسطة و 2،85% كثيرة، قيم سلوكية قدرت نسبتهم 2،85% قليلة و 4،28% متوسطة ، قيم أخلاقية وسلوكية قدرت نسبتهم 1،42% كثيرة، قيم أخلاقية وسلوكية واجتماعية قدرت نسبتهم 1،42% كثيرة. أما نسبة الإناث التي صرحوا بقيم إجتماعية قدرت نسبتهم 4،28% متوسطة، 5،71% كثيرة، قيم أخلاقية قدرت نسبتهم 12،85% قليلة، 30% متوسطة، قيم سلوكية 1،42% قليلة، 7،14% متوسطة، قيم أخلاقية وسلوكية 1،42% متوسطة، قيم أخلاقية واجتماعية وسلوكية 2،85%.

جدول رقم (03): يمثل متغير تحديد البرنامج الأكثر مشاهدة:

الفصل التطبيقي

المجموع		الإناث						الذكور						متغير الجنس
		دكتوراه		ماستر		ليسانس		دكتوراه		ماستر		ليسانس		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	مستوى تعليمي البرامج البرنامج الاكثر متابعة
40	28	00	00	57.18	13	10	07	28.4	03	42.1	01	71.5	04	
28.24	17	42.1	01	42.11	08	85.2	02	00	00	28.4	03	28.4	03	يستفتونك
42.21	15	85.2	02	71.5	04	71.5	04	00	00	28.4	03	85.2	02	سبل الوصول
71.5	04	00	00	42.1	01	00	00	85.2	02	42.1	01	00	00	على هامش السيرة
85.2	02	00	00	00	00	85.2	02	00	00	00	00	00	00	في حجر الحبيب
85.2	02	00	00	42.1	01	00	00	00	00	42.1	01	00	00	همسات
85.2	02	00	00	00	00	42.1	01	00	00	00	00	42.1	01	خواطر
100	70	28.4	03	57.38	27	85.22	16	14.7	05	85.12	10	28.14	10	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول لاحظنا ان نسبة الذكور الذي كان البرنامج الأكثر مشاهدة مستوى ليسانس صرحوا بسواعد الإخاء قدرت نسبتهم 5,71% ، ماستر 1,42% و الدكتوراه 4,28% ، يستفتونك قدرت نسبتهم 4,28% ليسانس، 4,28% ماستر، سبل الوصول 2,85% ليسانس، 4,28% ماستر، على هامش السيرة قدرت نسبتهم 1,42% ماستر، 2,85% دكتوراه، همسات 1,42% ماستر، خواطر قدرت نسبتهم 1,42% ليسانس. اما فيما يخص نسبة الإناث الذي كان البرنامج الأكثر مشاهدة مستوى ليسانس صرحوا بسواعد الإخاء قدرت نسبتهم 10% ، ماستر 18,57% ، يستفتونك قدرت نسبتهم 2,85% ليسانس، 11,42% ماستر، 1,42% دكتوراه، سبل الوصول قدرت نسبتهم 5,71% ليسانس، 5,71% ماستر، 2,85% دكتوراه، على هامش السيرة 1,42% ماستر، في حجر الحبيب 2,85% ماستر، همسات 1,42% ماستر، خواطر 1,42% .

جدول رقم (04): يمثل متغير درجة المتابعة:

المجموع		الإناث						الذكور						متغير الجنس والمستوى التعليمي
		دكتوراه		ماستر		ليسانس		دكتوراه		ماستر		ليسانس		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	درجة المتابعة
30	21	85.2	02	12.85	09	42.1	01	42.1	01	42.1	01	10	07	قليلة
14.57	40	42.1	01	22.85	16	18.57	13	85.2	02	10	07	1.42	01	متوسطة
85.12	09	00	00	85.2	02	85.2	02	85.2	02	42.1	01	85.2	02	كثيرة
100	70	28.4	03	38.57	27	22.85	16	14.7	05	12.85	09	14.28	10	المجموع

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول ان نسبة الذكور التي كانت درجة متابعتهم لدى مستوى ليسانس الذين صرحوا بقليلة قدرت نسبتهم 10% و ماستر 1.42% و دكتوراه 1.42% ، متوسطة قدرت نسبتهم 1.42% ليسانس، 10% ماستر، 2.85% دكتوراه، كثيرة قدرت نسبتهم 2.85% ليسانس، 1.42% ماستر، 2.85% دكتوراه، أما نسبة الإناث مستوى ليسانس الذين صرحوا بقليلة قدرت

الفصل التطبيقي

نسبتهم 1،42% ، ماستر 12،85% ،دكتوراه 2،85% ، متوسطة 18،57% ليسانس،
22،85% ماستر، 1،42% ، أما كثيرة 2،85% ليسانس، 2،85% ماستر.

التفسير:

ان قلبي المشاهدة يتأثرون بالبرامج التلفزيونية مثل كثيفي المشاهدة لأنهم يعيشون في نفس البيئة الثقافية، وان لم يحصلوا على شيء مباشر من البرامج فانه من الممكن أن يحصلوا عليه من كثيفي المشاهدة وبذلك فانه يوجد فروق بسيطة بينهما.¹

جدول رقم (05): يمثل متغير دور قناة الرسالة في التنشئة الاجتماعية:

المجموع	اناث		ذكور		متغير الجنس ودرجة متابعة القناة									
	كثيرة	متوسطة	قليلة	كثيرة	متوسطة	قليلة								
	ت	%	ت	%	ت	%	دور القناة في التنشئة الاجتماعية							
98،57	69	5،71	04	42،85	30	17،14	12	7،17	05	14،28	10	11،42	08	نعم
1،42	01	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	1،42	01	لا
100	70	5،71	04	42،85	30	17،14	12	7،14	05	14،28	10	12،85	09	المجموع

¹ . الإعلام والمجتمع أطفال في ظروف صعبة ووسائل الإعلام مؤثرة، مرجع سابق ص 100،

تبين نتائج الجدول أعلاه أن 11،42% من متبعي القناة بدرجة قليلة أجابوا بنعم ولا بنسبة 1،42% أما الإناث بنسبة 17،14% وهي نسبة الإجابة بنعم.

وقدرت متابعة القناة بدرجة متوسطة بنسبة 10% للإجابة بـ نعم في حين الإناث بنسبة 30% وهي نسبة الإجابة بـ نعم

أما فيما يخص متابعة القناة بدرجة كثيرة بنسبة 7،14% للإجابة بـ نعم أما الإناث بنسبة 05،71% وهي نسبة الإجابة بـ نعم.

النتائج العامة للدراسة:

- 1 - أن غالبية أفراد العينة يتابعون قناة الرسالة منذ أكثر من سنة وبلغت نسبتهم 64،28% في حين 35،71% يتابعونها منذ سنة.
- 2 - أن غالبية أفراد العينة يرغبون في مشاهدة القناة في الفترة المسائية بنسبة 81% وفي المقابل نسبة 18،57% يرغبون في مشاهدة القناة في الفترة الصباحية وهذا نظرا لظروفهم الاجتماعية.
- 3 - تبلغ نسبة متابعة قناة الرسالة بمعدل أقل من ساعة في اليوم بـ 42،85% وفي المقابل نسبة 40% يشاهدونها من ساعة إلى ساعتين و17،14% يشاهدونها بأكثر من ساعة.
- 4 - أن المواضيع التي تثير الاهتمام المبرمجة في قناة الرسالة في أغلبها مواضيع دينية بنسبة 60% أما الاجتماعية 24،28% في حين الثقافية قدرت بنسبة 8،57%.
- 5 - تقدم قناة الرسالة برامج هادفة في مقدمتها البرامج التوعوية بنسبة 44،28% وهي أعلى نسبة وتليها البرامج التثقيفية بنسبة 24،28% أما البرامج التربوية فبلغت نسبة 21،24%.
- 6 - إن مساهمة قناة الرسالة في زيادة الوعي لدى الشباب تمثل بنسبة 67،14% للذين أجابوا بـ دائما ثم تليها الإجابة بأحيانا بنسبة 22،85% و10% ممن أجريت عليهم الدراسة أجابوا بـ أبدا.

7 - ان الخطاب اللغوي للقناة يهتم بكافة شرائح المجتمع تمثل نسبة 74,28% للذين أجابوا ب نعم في حين نسبة 25,71% أجابوا ب لا.

8 - ان جميع أفراد العينة صرحوا أنّ قناة الرسالة تهدف إلى تهذيب السلوك الأخلاقي لدى الشباب بنسبة 100%.

9 - ان قناة الرسالة تعزز العقيدة في نفوس الشباب تمثل بنسبة 100% للذين أجابوا ب نعم.

10 - ان جميع أفراد العينة بنسبة 100% يصرحون ان قناة الرسالة تساهم في غرس القيم السامية لدى الشباب.

11 - ان غالبية أفراد العينة ممن يشاهدون القناة بدافع أنها تثري بالثقافة الإسلامية بلغت نسبتهم 32,85%.

12 - من خلال نظرة فاحصة تبين ان أكثر الإجابات كانت تؤكد على متابعة القناة بدرجة متوسطة وتمثل 57,14% وفي المقابل نسبة 30% يتابعونها بدرجة قليلة ويبيدي 12,85% مشاهدتهم بدرجة كثيرة.

13 - ان برنامج سواعد الإخاء يستقطب نسبة كبيرة من المشاهدين حيث بلغت نسبتهم 40% وهي أعلى نسبة ثم يليها برنامج يستفتونك 24,28% وغيرها من البرامج التي أجريت عليها الدراسة.

- 14 - من خلال نظرة معمقة استنتجنا أن أكثر الإجابات كانت تؤكد التغيير الذي طرأ على السلوك والقيم وكانت أعلى نسبة 92،85% للذين صرحوا بـ نعم أما 7،14% صرحوا بـ لا.
- 15 - عدد كبير من أفراد العينة صرحوا بان الأثر القيمي الذي تتركه القناة يتمثل في نسبة 62،85% هي قيم أخلاقية أما 15،71% قيم سلوكية في حين 14،28% قيم إجتماعية.
- 16 - إن غالبية المبحوثين صرحوا بان لقناة الرسالة دور في التنشئة الاجتماعية بنسبة 98،57% في حين نسبة 1،42% صرحوا بـ لا.

الإجابة عن التساؤلات:

من خلال تحليلنا استمارة استبيان لاحظنا أنّ غالبية المبحوثين صرحوا بأنّ قناة الرسالة لها دور في التنشئة الاجتماعية، في حين نسبة قليلة صرحوا بـ "لا"، وعليه فالتساؤل المطروح: ما الدور الذي تلعبه قناة الرسالة في التنشئة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي تحقق.

أما بالنسبة للتساؤل الثاني نستنتج أنّ جميع أفراد العينة صرحوا أنّ قناة الرسالة تساهم في غرس القيم السامية لديهم وعليه فالتساؤل المطروح: هل ما تقدمه قناة الرسالة من برامج كفيلة لتلبية إحتياجات الشباب من قيم إجتماعية وسلوكية وثقافية تحقق.

أما بالنسبة للتساؤل الثالث نستنتج أنّ غالبية المبحوثين صرحوا بأنّ لقناة الرسالة دور في التنشئة الاجتماعية في حين نسبة قليلة صرحوا بـ "لا" ومن خلال نظرة فاحصة تبين أنّ أكثر الإجابات كانت تؤكد على متابعة القناة بدرجة متوسطة، وتليها نسبة قليلة، ثمّ كثيراً وعليه فالتساؤل المطروح: هل توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دور التنشئة الاجتماعية لقناة الرسالة وبعد درجة المشاهدة تحقق.

خاتمة:

الإعلام الديني بمختلف اتجاهاته يهدف إلى تكريس المبادئ والقيم وبناء المجتمع المثقف الحضاري ولينجح في ذلك لابد من استراتيجيات واضحة لتحقيق طريق التطور وبناء مستقبل هذا الإعلام وتلبية احتياجاته بالمؤهلات والإمكانات بمختلف المؤسسات التلفزيونية والإذاعية ومؤسسات الإنتاج المتطورة .

إن الإعلام الديني هو رسالة موجهة للمجتمع بمختلف فئاته وشرائحه وهدفه هو توجيه هذا الجمهور إلى الطريق السليم، إنه رسالة لها وزن ثقيل ومكانتها التاريخية لأنه إعلام متعلق بالعقيدة والثقافة ولا يمكن لأي فرد من المجتمع سواء كان متعلم أم أمي أن يستغني عن هذه الرسالة لأنها من عمق الكتاب والسنة لذلك تعتبر مهمة الإعلام الديني كبيرة وذات مسؤولية ثقيلة جدا فلا بد أن يقوده إطارات متخصصين في الدين والإعلام معا ولا يمكن أن ننسى أنه إعلام متميز عن باقي المجالات وهو شامل يستدعي الدراسة والسهر على نجاحه ولا يتحقق ذلك إلا في وجود مضامين إعلامية دينية فعالة ومركزة إلى حد ما فهو يستعي الإهتمام الكبير.

الكتب:

1. احمد محمد العسال، النظام الاقتصادي في الإسلام، د ط، مكتبة وهبة، 1977
2. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
3. امانى عمر الحسيني، الاعلام والمجتمع، أطفال في ظروف صعبة ووسائل الاعلام المؤثرة، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2005
4. السيد احمد مصطفى عمر، الاعلام المتخصص دراسة وتطبيق، ط1، دار الكتب الوطنية، بن غاري، 1997
5. امتثال زين الدين، النظريات الحديثة في التنشئة الاجتماعية، (د.ط)، دار المنهل اللبناني، بيروت، 2006
6. بنية إبراهيم إسماعيل، الانسان والسلوك الاجتماعي، د ط، [د، دار، ن]، مركز الإسكندرية للكتاب
7. حسن عبد الحميد أحمد رشوان، التنشئة الاجتماعية "دراسة في علم الاجتماع النفسي"، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2012
8. حسن علي محمد، دراسات في الاعلام الديني، د ط، دار البيان للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008
9. حسن عماد المكاوي، ليلى حن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998

10. حسن علي محمد، دراسات في الاعلام الديني، د ط، دار البيان للنشر والتوزيع، القاهرة،
2008
11. علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والتنشئة الاجتماعية، الطبعة العربية، دار الأيام للنشر
والتوزيع، عمان: 2015،
12. عبد الفتاح أبو معال، أثر وسائل الاعلام على تعليم الأطفال وتنقيفهم، ط1، دار الشروق
للنشر والتوزيع، عمان، 2006
13. عبد الرزاق محمد الدليمي، عولمة التلفزيون، ط 1، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان،
2005.
14. فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، د ط، دار الفكر، دمشق، 2002،
15. فتح الباب حليم السيد، إبراهيم ميخائيل حفظ الله، الناس والتلفزيون، د ط، مكتبة الانجلو
مصرية، القاهرة، 1963
16. محي الدين عبد الحليم، الاعلام الإسلامي: الأصول والقواعد والاهداف، د ط، مؤسسة اقرأ
الخيرية، 1992
17. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، د ط، ترجمة بوزيد صحراوي
وآخرون، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2004
18. منتصر حاتم حسين، ايدولوجيات العلام الإسلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع،
الأردن، عمان، 2011

19. معن خليل العمر، التنشئة الاجتماعية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،

2010

20. مروى عصام صلاح، الاعلام الإسلامي المعاصر، ط1، دار الاعصار للنشر والتوزيع،

الأردن، عمان، 2015

21. محمد محمد يونس، وظائف الاعلام الإسلامي، القاهرة، 1998

22. محمد صاحب سلطان، وسائل الاعلام والاتصال " دراسة في النشأة والتطور "، ط1، دار

المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012

23. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 2، عالم الكتب، مصر،

2000.

24. محمد أبو سمرة، إدارة الاعلام التجاري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009

25. محمد ياسر الخواجه، تجديد الخطاب الديني بين الفكر الفلسفي والاجتماعي، ط1، دار

الكتب للنشر والتوزيع، مصر، 2011

26. محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010

27. محمد بن مسعود البشر، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية المحلية العربية للعلوم

الإنسانية، جامعة الكويت، العدد83، 2003

28. مثنى حارث الضاري، طه احمد الزبيدي، الاعلام الإسلامي الواقع والطموح، ط1، دار

النفائس للنشر والتوزيع، بغداد، 2007.

29. دولان كمايور، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية، د ط ، ترجمة موسى محمد، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 198 .

30. سليم عبد النبي، الاعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010

31. سامية الساعاتي، الشباب العربي والتغيير الاجتماعي، د ط، الدار المصرية اللبنانية،

القاهرة، 2003،

32. سيد محمد ساداتي الشنقيطي، مكانة وسائل الاعلام الجماهيرية في تحقيق وحدة الامة،

ط1، دار عالم الكتب، الرياض، 1997

33. صالح محمد علي، أبو جاد، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، د ط، دار الميسرة للنشر

والتوزيع والطباعة، 2007

34. رعد حافظ السالم، التنشئة الاجتماعية وأثرها على السلوك السياسي، د ط، دار وائل للنشر

والتوزيع، عمان، 2000،

35. يحي مرسى عيد بدر، علم اجتماع مقدمة في سيكولوجيا المجتمع، ط1، دار الوفاء

لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007

المعاجم والموسوعات:

1. عبد العزيز عبد الله الدخيل، معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية، دار المناهج للنشر

والتوزيع، عمان، 2013

2. رانية عدنان ورشا بسام، التنشئة الاجتماعية، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن،

2006،

3. محمد جمال الفار، محجم اعلامي، د ط، دار أسامة للمشرق الثقافي، عمان، 2007
4. محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2014
5. فاروق مداس، مصطلحات علم اجتماع، د ط، دار مدني للنشر والتوزيع، 2003
6. شارلوت سيمور، موسوعة علم الاسان المفاهيم والمصطلحات الأنتروبولوجية، ترجمة مجموعة من أساتذة علم الاجتماع بإشراف محمد الجوهري، ط2، الجزيرة، القاهرة، 2009

المواقع:

¹. <http://www.alresalah.net/>، 12:4 2018/03/12

المذكرات:

1. بن عودة فاطمة، شناف سورية، الإعلام الديني في القناة الفضائية الخاصة "دراسة ميدانية على عينة لمنتبعي حصة انصحوني على قناة النهار تي في" مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر أكاديمي، جامعة مستغانم، 2016، 2017.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استبيان في إطار إنجاز مذكرة ماستر

الإعلام الديني ودوره في التنشئة الاجتماعية لدى الشباب
الجامعي - دراسة ميدانية لمتتبعي قناة الرسالة -

نحن الطالبتين من تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، بصدد إنجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، والموسومة بعنوان الإعلام الديني ودوره في التنشئة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي.

لذا نرجو منكم التعاون معنا في الإجابة على هذا الاستبيان بوضع علامة (X) أمام الجواب المناسب ونرجو منكم الإجابة على كل الأسئلة.

شكرا لكم على حسن تعاونكم معنا ونقدر هذا الجهد.

من إشراف الأستاذة:

من إعداد:

صفاح أمال

-تمنوش فتيحة

- زيان كلثوم

الموسم الجامعي: 2017-2018

المحور الأول: البيانات الشخصية

- الجنس: ذكر أنثى
- السن: أقل من 18-22 23-27 28 فأكثر
- المستوى الجامعي: ليسانس ماجستير دكتوراه

المحور الثاني: عادات و أنماط المشاهدة

1- ماهي درجة متابعتك لقناة الرسالة؟

- قليلة متوسطة كثيرة

2- منذ متى وأنت تتابع قناة الرسالة؟

- من سنة أكثر من سنة

3- في أي فترة ترغب في مشاهدة القناة؟

- الفترة الصباحية الفترة المسائية

4- ماهي المدة الزمنية التي تقضيها لمشاهدة قناة الرسالة؟

- أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين أكثر من ساعة

ما هو البرنامج الأكثر متابعة؟.....

5- ماهي المواضيع التي تثير اهتمامك المبرمجة في قناة الرسالة؟

- مواضيع دينية اجتماعية ثقافية

أخرى أذكرها:.....

6- ماذا تقدم لك قناة الرسالة كبرامج هادفة؟

برامج توعوية برامج تربوية برامج تثقيفية

المحور الثالث: الإسهامات الأساسية لقناة الرسالة في التنشئة الاجتماعية

هل تساهم قناة الرسالة في زيادة الوعي لدى الشباب؟

دائماً أحياناً أبداً

هل ترى أن الخطاب اللغوي للقناة يهتم بكافة شرائح المجتمع؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة لا لماذا؟.....

هل تعتقد أن قناة الرسالة تهدف إلى تهذيب السلوك الأخلاقي لدى الشباب؟

نعم لا

هل تعتبر أن قناة الرسالة لها دور فعال في التنشئة الاجتماعية حسب رأيك؟

نعم لا

هل أن قناة الرسالة تعزز العقيدة الإسلامية في نفوس الشباب؟

نعم لا

هل ساهمت القناة الدينية في غرس القيم السامية لدى الشباب؟

نعم لا

7- ما هو السبب أو الدافع لمشاهدة قناة الرسالة؟

-تساعد على فهم المعاملات الدينية في المجتمع.

- تثريك بالثقافة الإسلامية.

-معرفة الواقع الديني في المجتمع.

التعرف على أحكام أخرى أذكرها.....

المحور الرابع: الإشباع المحققة من وراء مشاهدة قناة الرسالة

1- ما هو الأثر القيمي الذي تتركه قناة الرسالة لدى الشباب؟

قيمة أخلاقية قيمة سلوكية قيمة اجتماعية

2- هل تغير سلوكك وقيمك إثر مشاهدتك للقناة؟

نعم لا

كيف ذلك.....

3- من خلال متابعتك للقناة هل سبق وأن استثارت عواطفك في قضية ما؟

التمسك بالقيم الدينية الأصيلة العمل بالدين وشرائعه

4- هل تعتقد أن محتوى القناة يشبع وينمي إبداعات ومواهب الشباب؟

نعم لا

5- هل ترى أن القناة ساعدتك في الالتزام بهذه القيم؟

التقوى والالتزام الديني الطموح والمسؤولية

تعلم أحكام العبادة ممارسة العبادات