



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

Impact factor isi

**العدد الخامس والعشرون\_ حزيران\_ 2024**

القيم في الرسالة الإعلامية للبرامج الدينية

دراسة وصفية تحليلية لعينة من البرامج الدينية في قنوات

(الرسالة، دعوة، الرحمة، قناة النعيم)

(بحث مستل من اطروحة دكتوراه)

Values in the media message of religious programs

An analytical descriptive study of religious programs on channels

(Al -Risala, Call, Mercy, Al -Naeem Channel)

(Research received from the PhD thesis)

الباحث: مصطفى عبدالرحمن عبدالستار

جامعة الجنان، طرابلس - لبنان، كلية الآداب والعلوم الإنسانية

Email: qqww2j22@gmail.com

009647702942257

Researcher: Mustafa Abdul Rahman Abdul Sattar

Al-Jinan University, Tripoli- Lebanon, College of Arts and Humanities

#### المستخلص:

تمحورت مشكلة البحث حول التعرف على أبرز القيم في الرسالة الإعلامية للبرامج الدينية، حيث ينتمي هذا البحث الى البحوث الوصفية المستندة الى المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي. وتكوّن مجتمع البحث من البرامج الآتية: (برنامج دعوة، بناء الإيمان، إنا عاملون، برنامج مداد الله). واختار الباحث عينة مكونة من (65) حلقة، وباستخدام أسلوب الحصر الشامل

للمدة من 2021/4/1 الى 202/10/31

وخلّص البحث الى استنتاجات أهمها:

- 1- ظهرت القيم المرتبطة بالعبادات كأبرز القيم في البرامج الدينية محل البحث.
- 2- برزت قيمة العبادات القولية كأهم القيم المرتبطة بالعبادات، وهذا يشير الى تأكيد البرامج محل البحث على أن العبادات ليست مجرد أفعال شكلية وروتينية، إنما تأتي لغرض تعزيز صلة العبد بالله سبحانه وتعالى.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

3- أكدت النتائج على أهمية القيم التي يجب أن يتحلى بها الداعية المسلم، وأهم هذه القيم قيمة (الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر)، وقيمة البصيرة، والإيجابية. كون أن هذه القيم تكوّن القاعدة الأخلاقية والسلوكية للداعية، مما يعكس أثرها الايجابي في المجتمع.

4- لم تظهر أي فروق ذات دلالة إحصائية بين القيم على أساس البرامج، وهذا يدل على توازن اهتمام البرامج في تقديم وعرض القيم في رسالتها الاعلامية، ويعكس التوجه والرغبة الموحدة لتعزيز القيم والمبادئ الدينية والاجتماعية والأخلاقية.

**الكلمات المفتاحية:** القيم، الرسالة الإعلامية، البرامج الدينية.

**Abstract:**

The research problem revolved around identifying the most prominent values in the media message of religious programs, as this research belongs to descriptive research based on the survey method, both descriptive and analytical. The study population consisted of the following programs: (Dawah Programme, Building Faith, We Are Working, Ink of God Programme). The researcher chose a sample of (65) episodes, using the comprehensive inventory method, for the period from 4/1/2021 to 10/31/2021.

The research reached conclusions, the most important of which are:

- 1- The values associated with worship emerged as the most prominent values in the religious programs under study.
- 2- The value of verbal acts of worship emerged as the most important values associated with worship, and this indicates the emphasis of the programs under research that worship is not merely formal and routine actions. Rather, it comes for the purpose of strengthening the connection with God Almighty.
- 3- The results emphasized the importance of the values that the preacher must have, which are represented by the value of enjoining good and forbidding evil, the value of insight, and positivity. Because these values constitute the moral and behavioral base for the Muslim preacher, which reflects a positive impact on society.
- 4- No statistically significant differences appeared between the values on the basis of the programs, and this.

**Keywords:** values, media message, religious programs.



## المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية Arab Journal for Humanities and Social Sciences

### المقدمة:

تعد البرامج الدينية من المكونات الهامة في المجال الإعلامي في الوقت الحالي، إذ أنها تؤدي أدواراً أساسية من حيث تشكيل وإرساء القيم بين الجمهور، وتتمثل أهمية البحث الحالي من الحاجة الضرورية لمعرفة طابع القيمي للرسالة الإعلامية المقدمة في البرامج الدينية، وتأثيرها البارز على سلوك الفرد والمجتمع. إذ يشكل الإعلام الديني أداة هامة و أساسية في إقامة الصلة مع أفراد المجتمع، وتعزيز المبادئ والقيم التي تسهم في تعميق وتأكيد ترابطه. إن البحث في موضوع القيم في الرسالة الإعلامية للبرامج الدينية يتيح التعرف على الجوانب المتعددة لهذه الرسائل، سواء من حيث المضمون أو الآليات المتبعة. كما يسهم في معرفة مستوى تناغم القيم الواردة في البرامج مع النسق الديني والاجتماعي للمجتمع. إذ تؤدي القيم دوراً مفصلياً وأساسياً من خلال توجيه سلوك الأفراد والمجمعات، كونها جوهر العلاقات الإنسانية بكافة صورها، وتحدد أهميتها وفق المستويين الفردي والاجتماعي. (أبو العينين، 1988، الصفحات 35-36).

كما أن لوسائل الإعلام دوراً جوهرياً في بلورة القيم التي تتوافق مع الثقافة السائدة في المجتمع، فالفرد لا يعيش بمعزل عن محيطه، فشخصيته هي حصيلة المجتمع الذي ينشأ فيه، كما أن أي مجتمع لا يعيش من غير اتصال، والاتصال لا يمكن أن يحدث إلا بداخل فرد عبر نسق اجتماعي معين (حجاب، 2004، صفحة 102).

وأجرى (Kadafi, 2020) دراسة لغرض تحديد مدى تأكيد القيم الدينية في برنامج التوجيه والإرشاد، حيث اكدت الدراسة وبناءً على نتائجها بوجوب دعم عملية التوجيه والإرشاد والاستشارة، وتتجلى هذه الخدمة في برنامج التوجيه والإرشاد. ولهذا السبب لابد من دراسة معمقة لضرورة استيعاب القيم الدينية في إعداد برامج التوجيه والإرشاد.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

**مشكلة البحث:**

نتيجة لأهمية ودور القيم في الوسائل الاعلامية ولصلتها الوثيقة مع الجمهور ، ونظراً لما يتطلب من دراسة معمقة لضرورة استيعابها في إعداد البرامج الدينية والتوجيهية والإرشادية. إذ تحتوي الرسائل الإعلامية للبرامج الدينية على قيم ومبادئ ذات صلة كبيرة مع الناس وترتبط بتشكيل مفاهيمهم الدينية والاجتماعية.

لذا وبناءً على ذلك تتحدد مشكلة البحث الحالي في الحاجة الى تحليل ومعرفة القيم في الرسالة الإعلامية للبرامج الدينية في القنوات الفضائية الإسلامية: (الرسالة- دعوة- الرحمة- النعيم) في المدة الزمنية للبحث.

**أهمية البحث:**

**أ- الأهمية العملية:**

- 1- يمكن أن تمثل هكذا بحوث قاعدة معرفية تساعد الباحثين على تحديد كيفية صياغة الرسائل الإعلامية الدينية وتقديمها.
- 2- يساهم البحث في تعزيز الفهم الثقافي والديني للبرامج التلفزيونية، مما يساعد على دراسة كيفية انعكاس القيم الدينية والاجتماعية والأخلاقية في هذه البرامج على الجمهور.
- 3- يمكن أن يساهم هذا الفهم في تكوين صورة شاملة لدور وسائل الإعلام الدينية في تشكيل الوعي الاجتماعي.
- 4- يمكن أن تساعد بيانات البحث الحالي في تطوير الدراسات العلمية المتعلقة بوسائل الإعلام الدينية وتطوير منهجيات جديدة لتحليل برامجها.

**ب- الأهمية العلمية:**

- 1- يمكن للبحث الحالي أن يساعد القائمين على البرامج التلفزيونية الدينية بتحسين جودة محتواها. والتركيز على توفير رسائل إعلامية أكثر تأثيراً وإقناعاً، مما يساهم في تحقيق أهداف البرنامج بشكل أكثر فعالية.
- 2- يمكن لهذا بحوث أن تساهم في تقوية العلاقة بين الإعلام والمجتمع، مما يعزز في بناء قنوات اتصال فعالة بين مقدمي البرامج والمشاهدين لتحقيق الأهداف المشتركة.
- 3- يمكن أن يكون هذا البحث مرجعاً في تطوير الآليات التي تدعم البرامج الدينية التي تساهم في نشر القيم الإيجابية.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

أهداف البحث:

من خلال المشكلة البحثية يمكن تحديد عدد من الأهداف لهذا البحث وكما يأتي:

- 1- معرفة دور القيم في تكوين الرسالة الإعلامية للبرامج الدينية.
- 2- تحديد أبرز القيم المتضمنة في الرسالة الإعلامية للبرامج الدينية الخاضعة للتحليل.
- 3- تحديد الفروق ذات الدلالة الاحصائية بين القيم على اساس البرامج الخاضعة للتحليل.

تساؤلات البحث:

يسعى البحث للإجابة على التساؤل الرئيس المتمثل بـ (ماهي أبرز القيم الاساسية في الرسالة الإعلامية للبرامج الدينية؟) من خلال برامج قنوات (الرسالة- دعوة- الرحمة- النعيم) في المدّة الزمنية للبحث. ويتفرع من هذا التساؤل الرئيس مجموعة من الأسئلة الفرعية الآتية:

- 1- ما دور القيم في تكوين الرسالة الإعلامية للبرامج الدينية؟
- 2- ما أبرز القيم المتضمنة في الرسالة الإعلامية للبرامج الدينية الخاضعة للتحليل؟
- 3- ما الفروق ذات الدلالة الاحصائية بين القيم على اساس البرامج الخاضعة للتحليل؟

الدراسات السابقة:

1- دراسة (Abdulraheem, 2023) بعنوان:

**.Glocalisation, Arab Values, and Traditions in Jeem TV Content**

هدفت الدراسة الى استكشاف آلية تضمين المحتوى الثقافي والقيمي في برامج تلفزيون ج، والتعرّف على تأثيرات العوامل المجتمعية وسوق الإعلام الخارجي. إذ استخدمت الباحثة أسلوب تحليل المضمون، حيث تم تحليل (56) ساعة من برامج تلفزيون ج التي تم بثها عبر ثلاثة مواسم مختلفة كمياً ونوعياً. وأظهرت النتائج أن تلفزيون ج قدّم نسخة من البرامج شملت كلاً من القيم التقليدية والتكيفات، وبشكل أكثر تحديداً، وتضمنت برامج القناة لغات مختلفة مثل:

العربية، والإنجليزية، والثقافات غير العربية كذلك. في حين أن ثقافة المشاهدين كمؤثر خارجي كان لها تأثيراً على أجندة تلفزيون ج ، بالإضافة الى ذلك وجد أن هنالك ارتباطاً بين سوق الإعلام الخارجي وتلفزيون ج في سياق الأبعاد الاقتصادية والسياسية. كما أظهرت الأطروحة تفاعلاً معقداً للعمليات على تلفزيون ج بما في ذلك الثقافة والدين، وعملية إضفاء الطابع المحلي والعولمة وسياسة تلفزيون ج والثقافات غير العربية والسياسة الإقليمية. علاوة على ذلك تبين أن طبيعة العلاقة المتبادلة بين هذه العوامل هي علاقة ديناميكية.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

2- دراسة (Kadafi, 2020) بعنوان:

**A Urgency Strengthening Religious Values in Guidance and Programs in the New Normal Era.Counseling .**

هدفت الدراسة الى تحديد مدى تأكيد القيم الدينية في برنامج التوجيه والإرشاد ، واستخدم الباحث المنهج النوعي بالاضافة الى التحليل الوصفي.

وأظهرت النتائج أن الأفراد الذين لديهم ميول دينية عالية مستعدون للاستجابة للأوامر التي فرضها الله سبحانه وتعالى على عباده، فهم مستعدون وراغبون للقيام بالأوامر وفقاً للأحكام لما فيه خير أنفسهم والآخرين. وأكدت الدراسة على وجوب دعم عملية التوجيه والإرشاد والاستشارة. وتتجلى هذه الخدمة في برنامج التوجيه والإرشاد. ولهذا السبب لابد من دراسة معمقة لضرورة استيعاب القيم الدينية في إعداد برامج التوجيه والإرشاد.

3- دراسة (موسى، 2018) بعنوان: الخطاب الاعلامي ودوره في تعزيز القيم الاسلامية، دراسة تحليلية وصفية على عينة من برامج قنواتي طيبة والرسالة.

تمثل الهدف العام لهذه الدراسة بالتعرّف على مدى اسهام الخطاب الاعلامي للقنوات المتخصصة في تعزيز القيم الاسلامية، وكيف يتم هذا التعزيز؟ وما هي وسائله؟ وقام الباحث باختيار مجموعة من البرامج المتقاربة في القنوات؛ لتكون عينة دراسته التطبيقية، وقد وقع الاختيار على برنامج الرسالة اليوم، وبرنامج يستفتونك في قناة (الرسالة الفضائية) وبرنامج أنفاس الصباح، وبرنامج ديوان الافتاء في قناة (طيبة الفضائية). واستخدم الباحث أداة تحليل المضمون وأداة المقارنة. وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، وقد اعتمد الباحث فيها على استخدام المنهج المسحي.

وخلصت الدراسة الى أن الخطاب الاعلامي يعد من أهم خطابات التشكيل القيمي والثقافي في المجتمع، وأن جميع مصادر التشكيل الثقافي على تنوعها أضحت بحوزة الإعلام؛ حيث أصبح يغطي كل جوانب الانسانية، فهو تعليم دائم ومستمر ابتداءً من عالم الطفولة، وانتهاءً بحالات الشيخوخة، وأن العلاقة بين المنظومة الاعلامية ومنظومة القيم علاقة فاعلة ومتداخلة، فوسائل الاعلام في أي مجتمع هي الوسائل الناقلة للمعرفة والقيم والأفهام، وتوصلت الدراسة الى أن معظم البرامج في القنوات تركز على الحديث المباشر، وتهدف الى التعليم والتثقيف، وتستخدم وسائل الأمر والنهي والموعظة.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

4- دراسة (Huda, 2017) بعنوان:

The Role of social Media in promoting Ethics, Morla and Values

هدفت الدراسة الى التعرف على كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الأخلاق والأخلاقيات والقيم من قبل الدعاة؛ لغرض تحسين قابلية توسّع الدعوة نحو المجتمعات المعاصرة، واستخدم الباحث في الدراسة أداة تحليل المضمون، إذ قام بتحليل عدد من وسائل التواصل الاجتماعي، حيث ناقشت هذه الدراسة خمس وسائل اجتماعية محددة وشائعة في المجتمعات الإسلامية، وشملت عينة الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي المتمثلة: فيسبوك، ويوتيوب، وتويتر، والمدونات، وسكايب على اعتبار أن هذه الوسائل توفر فرصاً للاستخدام في الأغراض الدينية.

وأظهرت النتائج أن دور وسائل التواصل الاجتماعي عبر الويب هو دور كبير في النظام الاجتماعي، فعلى سبيل المثال يعد الفيسبوك أكبر منصة عامة في العالم، وتزداد أهميتها يوماً بعد يوم، وأشارت الدراسة الى استخدام النبي محمد ﷺ أيضاً لجميع أنظمة التواصل الاجتماعي الممكنة في حينها لنشر التعاليم الإسلامية. وأثبت عدد من علماء الدين كفاءة نظام التواصل الاجتماعي من خلال أنشطتهم القيمة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

5- دراسة (سعدية، 2016) بعنوان: القيم الدينية الإسلامية في البرامج التلفزيونية لقنوات

الاطفال العربية- برنامج نون قناة ( تلفزيون ج ) نموذجاً.

تمثل الهدف العام للدراسة بمعرفة أهم القيم المتضمنة في (برنامج نون) بالإضافة الى معرفة المواضيع التي تطرق إليها البرنامج. واعتمد الباحث على اختيار المنهج المسحي، وعمد الى اختيار منهج تحليل المحتوى؛ كون أن الدراسة تهتم بكشف المعاني الكامنة في المحتوى.

واستعمل الباحث استمارة التحليل كأداة رئيسة في دراسته؛ لتفريغ البيانات والمعلومات المراد تحليلها. وتمثلت عينة الدراسة (ببرنامج نون) في قناة (ج) الفضائية، وأظهرت النتائج أن (برنامج نون) يركّز في محتواه على موضوع الطبخ، والمواضيع الفنية بالدرجة الاولى، وكذلك صحة الاطفال، واحتلت المواضيع الفنية الصدارة في الاهتمام على عكس المواضيع الدينية، والدليل على هذا الحيز الزمني الكبير المخصص لها بمقدار (178) دقيقة من اجمالي (8) حلقات.

ولوحظ أن البرنامج لم يعط أهمية للقيم التالية: حقوق الاقارب، وصلة الرحم، حقوق المعلم، آداب الاستئذان، آداب الطعام. وتم اختيار المواضيع الفنية في البرنامج تبعاً للحملات



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

الاعلامية التي روجت لها القناة خلال مدة الدراسة؛ حيث جاءت كفقرات اساسية تمثلت بموضوع الخط العربي وصناعة الدمى وغير ذلك.

6- دراسة (نعيمة، 2016) بعنوان: دور الاعلام الديني في ترقية القيم لدى الجمهور الجزائري - الإذاعة الوطنية للقرآن الكريم نموذجاً.

هدفت الدراسة الى تحديد مفهوم الاعلام الديني مع التأكيد على الدور الذي يؤديه هذا الاعلام في ترقية القيم بالإضافة الى التعرف على اسس ومكونات الخطاب الديني، والتطرق الى المعالم الدينية للعمل الاعلامي.

وتمثلت عينة الدراسة ببرنامجي (لنغير أنفسنا) و(لكم الميكروفون).

حيث استخدم الباحث أداة تحليل المضمون كأداة اساسية في الدراسة بالإضافة الى استمارة الاستبيان.

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية؛ كونها تهدف الى تدعيم الدراسة بالمعلومات، والتحقق من الفرضيات المطروحة، كما اعتمد الباحث المنهج المسحي فيها.

وأظهرت نتائج الدراسة أن الإذاعة الوطنية الجزائرية للقرآن الكريم تؤدي دوراً مهماً في ترسيخ القيم لدى الجمهور الجزائري، وذلك من خلال برامجها المقدمة عبر الأثير، بالإضافة الى مساهمة الإذاعة في تغيير سلوكيات سلبية عديدة وفقاً لإجابات المبحوثين، وذلك لتفاعل الجمهور مع البرامج والمضامين الدينية في الإذاعة.

7- دراسة (Krijnen & Marc , 2016) بعنوان:

TV genres' moral value: The moral reflection of segmented TV audiences.

هدفت الدراسة الى التعرف على فهم أعمق لتعرض جمهور التلفزيون للمحتوى الأخلاقي والقيمي، واستقبال هذا المحتوى من خلال تصميم منهجي مبتكر. وتم جمع بيانات تحليل

المحتوى حول المحتويات الأخلاقية والقيمية للقوالب التلفزيونية، بالإضافة الى بيانات المسح حول التفكير الأخلاقي في العناصر الأخلاقية التي تقدمها هذه القوالب، وذلك من خلال عينة

تمثيلية من جمهور التلفزيون الهولندي. كما تم تقسيم مشاهدي التلفزيون من خلال التحليل الى ثلاث مجموعات: الباحثون عن المعلومات، ومشاهدو الخيال والترفيه، الباحثون عن الفقر.

واظهرت النتائج أن مجموعات الجمهور المتميزة تختلف بشكل كبير في التعرض الأخلاقي والتفكير الأخلاقي. حيث تم شرح الطريقة التي يفكر بها الجمهور في القضايا الأخلاقية وأشكال



## المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية Arab Journal for Humanities and Social Sciences

التفكير الأخلاقي في الشخصية الإنسانية من خلال آليات مختلفة. كما تضيف الاختلافات بين الباحثين عن المعلومات وقراء الخيال والترفيه بشكل خاص الى فهمنا لعمليات اتخاذ القرار الأخلاقي فيما يتعلق بمشاهدة التلفزيون.

### التعقيب على الدراسات السابقة:

تم تناول الدراسات السابقة في سياق البحث الحالي، حيث كشف تحليل الدراسات عن تركيزها على عدد من المحاور الأساسية، مثل تحليل المحتوى الديني، وتقييم تأثيرات البرامج الدينية على الجمهور، ووظيفة البرامج في تعزيز القيم. وفيما يرتبط بتحليل المحتوى، تؤكد الأبحاث السابقة على أهمية الرسائل التي تقدمها البرامج التلفزيونية الدينية، والطريقة التي تصوّر بها القيم، وكيفية تأثيرها على الوعي. كما تشير تلك الدراسات الى أن البرامج كان لها تأثير كبير على المشاهدين، بل أن بعضها يشير الى امكانية البرامج في تطوير المعرفة ورفع الوعي تجاه العديد من القضايا. وقد أكدت دراسات أخرى على تفاعل الجمهور مع مضمون رسالة البرامج. باختصار تساعد الدراسات السابقة في تكوين قاعدة معرفية للأدوار التي تؤديها البرامج التلفزيونية في مجال القيم، كما أنها تفسح المجال للباحث لغرض إجراء بحوث تخصصية وتحليلات معمقة في هذا الإطار.

### الإفادة من الدراسات السابقة:

لقد أفاد الباحث من الدراسات السابقة فائدة كبيرة وتحديدًا في تحديد أطر المشكلة البحثية، وصياغة الاهداف والتساؤلات الخاصة بالبحث، إضافة الى تحديد فئات تحليل المضمون واستمارة التحليل.

### الاطار النظري للبحث:

استند الباحث الى استخدام نظرية الغرس الثقافي التي تبحث في آلية ودور وسائل الاعلام في تشكيل السلوكيات والقيم لدى الجمهور. ويأتي ذلك لغرض التعرف على أبرز القيم المتضمنة في الرسالة الإعلامية للبرامج الدينية. وتقوم فرضيات هذه النظرية على أساس أن التلفزيون كوسيلة إعلامية اكتسب مكانة بارزة في حياتنا اليومية؛ مما جعله يسيطر على ما يسمى بالبيئة الرمزية للمشاهدين، ويجعله يحل



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

محل صورة الواقع من خلال خبرتنا الخاصة المكتسبة على العالم الذي نحيا به ... وترى نظرية الغرس الثقافي أن العالم الرمزي لوسائل الاعلام يشكل مفاهيم الجماهير عن العالم الواقعي ويؤكد مدركاتهم عن الواقع" (الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، 2016، الصفحات 158-159).

إن عملية الغرس الثقافي ليست عبارة عن تدفق موجة من التأثيرات من التلفزيون الى جمهور المتلقين، ولكنها جزء من عملية مستمرة وديناميكية للتفاعل بين الرسائل والسياقات المتعددة (عبدالحمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، 2004، صفحة 332).

ومن أبرز المرتكزات الأساسية لنظرية الغرس الثقافي (مكاوي و السيد، 1998، الصفحات 304-307):

**1- يعد التلفزيون وسيلة إعلامية للغرس:**

يشكل التلفزيون وسيلة هامة لتحويل المفاهيم النظرية الى تجارب ملموسة فيؤدي الى فهم الرسالة المقدمة، ويعزز الصور الذهنية والثقافة الشعبية. كما يعرض التلفزيون الجوانب المتنوعة للحياة والمجتمع، مما يساهم في بناء المعرفة الاجتماعية وتشكيل الآراء والاتجاهات.

**2- الرسالة التلفزيونية تمثل الاتجاه والمعايير السائدة في ثقافة المجتمع:**

يمكن للتلفزيون تغيير الصور الذهنية والثقافية للمجتمع، وتوجيه الفروق بين الجماعات المختلفة نحو التقليل أو حتى الاختفاء.

بالإضافة الى ذلك يتم استخدام تحليل محتوى البرامج التلفزيونية لتوضيح تأثير نظرية الغرس الثقافي، وقدرة الوسائط الإعلامية على تشكيل وجهات نظر الجمهور بطريقة متسقة مع رؤية القائم بالاتصال.

لذا وبناءً على ما سبق يمكن استنتاج أن نظرية الغرس توفر هيكلًا معرفيًا لفهم كيفية تفاعل وسائل الإعلام مع قيم المجتمع. وتسلب الضوء على دور وسائل الإعلام إزاء الجمهور، مما يشير الى أن وسائل الإعلام تساعد أيضًا في تشكيل المواقف والقناعات والقيم التي تضبط سلوكيات المجتمع وأفراده.

**تحديد مصطلحات البحث:**

1- القيم: هي مجموعة الضوابط والمعايير التي توجه وتضبط سلوكيات الأفراد والمجتمعات حيث يتم الاستناد إليها في تحديد الخطأ والصواب.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

2- الرسالة الإعلامية: هي المحتوى الذي يروم من خلاله القائم بالاتصال في البرامج الدينية الوصول الى المتلقي والتأثير به، وتشمل المعاني والمعتقدات والقيم والمناهج، والتوجيهات والارشادات وجميع ما يراد تبليغه الى الجمهور.

3- البرامج الدينية: هي البرامج التي تُبث في القنوات الفضائية الاسلامية، وتعد من الموارد المهمة التي ينهل منها أفراد المجتمع؛ لصلتها الوثيقة بالجوانب الدينية والدنيوية، وتمتثلت البرامج الدينية محل التحليل في البحث الحالي بما يأتي: (برنامج دعوة، إنا عاملون، بناء الايمان، مداد الله).

منهج البحث: يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تعتمد على المنهج المسحي، كونه يسعى لتحليل القيم في الرسالة الإعلامية للبرامج الدينية، وتحديد أبرز أنواعها، إذ استخدم الباحث المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي باعتباره المنهج المناسب للبحث.

أداة البحث: استخدم الباحث تحليل المضمون باعتباره الأداة المنهجية الرئيسة في البحث؛ لغرض تحليل مضمون الرسالة الإعلامية للبرامج الدينية في القنوات الفضائية الاسلامية وتحليل القيم التي تنطوي عليها.

وحدات وفئات التحليل:

أ- وحدات التحليل:

1- وحدة الموضوع: وتم استخدامها لغرض تحليل مضمون حلقات البرامج الدينية في القنوات الفضائية الأتية: (دعوة، النعيم، الرسالة، الرحمة).

2- الوحدة الطبيعية للمادة الاعلامية: يعبر عنها من خلال البرنامج أو الفيلم أو المسلسل أو نشرة الأخبار.

3- وحدة الفكرة: حساب التكرارات الخاصة بالفئات المحددة بالاعتماد على مدلول الأفكار.

4- وحدة الشخصية: تطبق وحدة الشخصية في القياس الكمي للمحتوى الذي يتناول تحليل الشخصية؛ للتعرف عليها وضبط درجة تكرارها وأسلوب اظهارها. ينظر: (حمد و سطوح، 2019).

(2019).



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

واستخدم الباحث وحدة المادة الطبيعية ووحدة الموضوع والفكرة؛ لمعرفة أهم موضوعات القيم في البرامج الخاضعة للبحث.

ب- **فئات التحليل:** تم تصنيف المضمون الى أقسام تحمل خصائص مشتركة بناءً على مقتضيات البحث، حيث تمثلت الفئات بفئتين أساسيتين هما فئة (كيف قيل؟) (وماذا قيل؟)، ولغرض التعرف على أبرز القيم في الرسالة الاعلامية للبرامج الدينية الخاضعة صنف الباحث فئات (كيف قيل؟) الى ما يأتي:

1- **القيم المرتبطة بالعقيدة الإسلامية:** وتدل هذه الفئة على القيم المرتبطة بالعقيدة الاسلامية والتي يعتقد بها الانسان المسلم اعتقاداً جازماً.

2- **القيم المرتبطة بالعبادات:** وتشير الى القيم المرتبطة بالعبادات في الشريعة الاسلامية وتشمل:

أ- **العبادات القولية:** معاهدة القرآن الكريم، الذكر، الدعاء، الاستغفار، وفضل السنة النبوية.

ب- **القيم المرتبطة بالعبادات البدنية:** كل ما يتعلق بالحث على فريضة الصلاة، الصيام، قيام الليل، والحج.

ت- **القيم المرتبطة بالعبادات القلبية:** التوبة، الشكر، التقرّر في نعم الله، اليقظة، الاخلاص، والتوكل.

ث- **القيم المرتبطة بالعبادات المالية:** الحث على الزكاة، الصدقة، والانفاق.

3- **القيم المرتبطة بالدعوة الاسلامية:** هي القيم والعناصر المرتبطة بأركان الدعوة الاسلامية والتي تتمثل بموضوع الدعوة الاسلامية، والداعية، والمدعو.

4- **فئات القيم الاخرى:** تدل على القيم الاخرى التي تناولتها البرامج المعنية، والتي تتمثل بالقيم الآتية: الاخلاقية، الحضارية، الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية.

**مجتمع البحث والعينة:**

تكوّن مجتمع البحث من البرامج الدينية في القنوات الآتية: ( الرسالة - دعوة - الرحمة - النعيم).

واختار الباحث عينة زمنية متمثلة بدورتين برامجيتين للمدة من 2021/4/1 الى 2021/10/31 من خلال اللجوء الى اسلوب الحصر الشامل لبرنامج واحد محدد في كل قناة من القنوات المعنية وخلال مدة البحث.

وحدد الباحث عينة البحث وفق مشكلة البحث وأهدافها، حيث تم اللجوء الى (العينة العمدية المنتظمة) عبر استخدام اسلوب الحصر الشامل بواقع (65) حلقة.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

وتمثلت عينة البحث بحلقات البرامج: (إنا عاملون، بناء الايمان، مداد الله، برنامج دعوة).

جدول رقم (1) يوضح عدد الحلقات والمدة الزمنية للبرامج الدينية

في القنوات الفضائية الإسلامية خلال مدة البحث من 2021/4/1 الى غاية 2021/10/31

ت	اسم البرنامج	القناة	عدد الحلقات	الزمن الكلي بالدقائق	متوسط الحلقة بالدقيقة	قالب البرنامج	دورية البث
1-	برنامج دعوة	الرسالة	12	558.23	46.51	حواري - حوار المعلومات	اسبوعياً
2-	إنا عاملون	الرحمة	12	421.34	35.11	حواري - حوار المعلومات	اسبوعياً
3-	بناء الايمان	دعوة	30	404.40	13.48	الحديث المباشر	يوميّاً
4-	مداد الله	النعيم	11	313.3	28.48	المجلة التلفزيونية	السبت- الثلاثاء
	المجموع		65	1697.27			

#### مجالات البحث:

- 1- المجال المكاني: شمل القنوات الفضائية الاسلامية الآتية: (الرسالة، دعوة، الرحمة، النعيم) وهي من القنوات الدينية المتنوعة في الانتماءات والتوجهات والمدارس الفكرية.
- 2- المجال الزمني: انحصر المجال الزمني للدراسة بالمدة من 2021/4/1 الى 2021/10/31.
- 3- المجال الموضوعي: تمثل هذا المجال بالبرامج الدينية في القنوات الفضائية الاسلامية وهي: (برنامج دعوة، برنامج بناء الايمان، برنامج إنا عاملون، برنامج مداد الله).

#### الصدق والثبات:

- 1- الصدق: حدد الباحث وحدات وفئات التحليل الرئيسية والفرعية، وعرف كل فئة تعريفاً دقيقاً، تلى ذلك عرض استمارة التحليل على الخبراء\* لتصويبها وتوجيهها، فكانت نسبة الاتفاق (95.79%).
- 2- الثبات: استخدم الباحث طريقة الاتساق بين الباحثين عبر الاستعانة بباحث آخر\* إذ تم تزويد الباحث الثاني بالتعريفات الإجرائية لفئات التحليل، وقام الباحث بإعادة تحليل عينة

\* ينظر الملحق رقم (1).

\* الباحث الذي تمت الاستعانة به هو:



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

ممثلة عن حلقات البرامج، وبنسبة (25%) من مجموع الحلقات الخاضعة للتحليل،  
وذلك بالاعتماد على معادلة هولستي\* .

**الجانب التحليلي:**

يهدف الجانب التحليلي في هذا البحث الى التعرف على أبرز القيم في الرسالة الاعلامية للبرامج  
الدينية محل التحليل، وذلك وفق ما يأتي:

**النتائج الخاصة بالجانب التحليلي:**

لمعرفة أبرز القيم في الرسالة الاعلامية التي وظفها القائم بالاتصال في البرامج محل للتحليل حيث قام  
الباحث بتحليل البرامج الآتية: (إنا عاملون، برنامج دعوة، نداء الإيمان، مداد الله) بناءً على الفئات  
التي تم تحديدها، وهي كما يأتي:  
**1- القيم المرتبطة بالعتيدة الإسلامية:**

جدول رقم (2) بين القيم المرتبطة بالعتيدة الإسلامية في البرامج عينة البحث			
ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
-1	الإيمان بالله تعالى	59	51.30%
-2	التوحيد	31	26.95%
-3	الإيمان باليوم الآخر	16	13.91%
-4	الإيمان بالرسول والانباء	3	2.60%
-5	الإيمان بالملائكة	2	1.73%
-6	الإيمان بالكتب السماوية	2	1.73%
-7	الإيمان بالقدر خيره وشره	2	1.73%
	<b>المجموع</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

الجدول رقم (2) أعلاه يوضح القيم المرتبطة بالعتيدة الإسلامية التي تكونت من الفئات الفرعية:

**قيمة (الإيمان بالله تعالى) أولاً بواقع (59) تكراراً وبنسبة (51.30%).**

إن البرامج عينة البحث تسعى الى تعزيز قيمة الايمان كونه أجل قيمة يحتم ترسيخها في القلوب،  
وذلك من خلال التأكيد والحث على الاعتقاد الجازم بوجود الله ووحدانيته وعظمته، وبقدرته على  
خلق الكون وتوجيه البشرية، والاستعانة به في جميع الاحوال.

**قيمة (التوحيد) ثانياً بواقع (31) تكراراً وبنسبة (26.95%).**

(علي جاسم محمد)، الحاصل على شهادة الماجستير في الإعلام- قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية- جامعة بغداد،  
وطالب دكتوراه في تخصص اللغة العربية في جامعة الجزيرة - السودان.  
\* ينظر الملحق رقم (2).



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

سعت البرامج الى التأكيد على قيمة التوحيد من خلال الحث على: معرفة الله واسمائه وصفاته، ودوام الصلة به سبحانه، وطاعة رسوله ﷺ في أقواله وأفعاله. وأكد (الدكتور ماهر خوجة): بأن التوحيد هو إفراد الله بالعبادة والاعتقاد بأنه لا مستحق للعبادة إلا الله، فهو الخالق والرازق وهو الذي يحيي ويميت وأنه بيده ملكوت كل شيء وأن له الاسماء الحسنى والصفات العلى<sup>(1)</sup>.

**جاءت فئة (الإيمان باليوم الآخر) ثالثاً بواقع (16) تكراراً وبنسبة(13.91%)**

سلطت البرامج المعنية الضوء على قيمة الإيمان باليوم الآخر من خلال الحث على الاستعداد لليوم الآخر، وعلى الاعتقاد بالجزاء والعقاب، وبالحشر والنشور، وبالحساب العادل.

**فئة (الإيمان بالرسول والانبياء) رابعاً بواقع (3) تكراراً وبنسبة (2.60%).**

تمثلت هذه القيمة بالإيمان بالرسول، والافتداء والتأسي بهم ﷺ. إذ أن التطرق الى الإيمان بالرسول والانبياء يعد من الأمور الجوهرية في الرسالة الإسلامية، كما أنه يكون مبعثاً لتقارب الصلات بين أصحاب الشرائع الإلهية، فلا يعد مؤمناً عند المسلمين من أنكر نبوة موسى وعيسى ﷺ:

﴿لَا نُفَرِّقُ بَيْنَ أَحَدٍ مِّن رُّسُلِهِ﴾ [البقرة: ١٣٦].

**فئة (الإيمان بالملائكة) خامساً بواقع (2) تكراراً وبنسبة (1.73%).**

وردت هذه القيمة في البرامج من منطلق أن الإيمان بالملائكة هو جزء أساسي من العقيدة الإسلامية، والإيمان بأن الله هو خالقهم، والإيمان بأنهم يشاركون في عبادة الله سبحانه وتعالى.

**فئة (بالكتب السماوية) سابعاً بواقع (2) تكراراً وبنسبة (1.73%).**

باننت هذه القيمة عبر الإشارة الى أن الإيمان بالكتب السماوية هو جزء من العقيدة الإسلامية، وهو أحد أركان الإيمان في الإسلام.

**فئة (الإيمان بالقدر خيره وشره) ثامناً بواقع (2) تكراراً وبنسبة(1.73%).**

شملت هذه الفئة الحث على الإيمان بالقدر خيره وشره، وضرورة أن يعي المسلم بأن الله قد قدر كل شيء، وأن كل ما يحدث هو بمشيئته وإرادته الكاملة جل وعلا.

**2- القيم المرتبطة بالعبادات:**

(1)- حلقة (التوحيد روح العبادة) برنامج دعوة- قناة الرسالة الفضائية.



## المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية

جدول رقم (3) يبين فئات القيم المرتبطة بالعبادات			
ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
1-	القيم المرتبطة بالعبادات القولية	176	39.37%
2-	القيم المرتبطة بالعبادات البدنية	113	25.27%
3-	القيم المرتبطة بالعبادات القلبية	110	24.60%
4-	القيم المرتبطة بالعبادات المالية	48	10.73%
	المجموع	447	100%

الجدول رقم (3) أعلاه يوضح (القيم المرتبطة بالعبادات) وقد تكونت من الفئات الفرعية الآتية:  
أولاً فئة (القيم المرتبطة بالعبادات القولية) بواقع (176) تكراراً وبنسبة (39.37%).  
ثانياً فئة (القيم المرتبطة بالعبادات البدنية) بواقع (113) تكراراً وبنسبة (25.27%).  
ثالثاً فئة (القيم المرتبطة بالعبادات القلبية) بواقع (110) تكراراً وبنسبة (24.60%).  
رابعاً فئة (القيم المرتبطة بالعبادات المالية) بواقع (48) تكراراً وبنسبة (10.73%).  
3- القيم المرتبطة بالدعوة الإسلامية:  
أ- القيم المرتبطة بموضوع الدعوة الإسلامية

جدول رقم (4) يبين فئات القيم المرتبطة بموضوع الدعوة الإسلامية			
ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
1-	الاعتزاز بالهوية والرموز الإسلامية	30	28.03%
2-	سماحة الإسلام	24	22.42%
3-	المفاهيم الدعوية والإسلامية	22	20.56%
4-	خيرية الأمة	17	15.88%
5-	الوسطية والاعتدال	9	8.41%
6-	الرد على الشبهات	5	4.67%
	المجموع	107	100%

الجدول رقم (4) يوضح (فئات القيم المرتبطة بموضوع الدعوة) وتكونت من فئات فرعية هي:  
فئة (الاعتزاز بالهوية والرموز الإسلامية) أولاً بواقع (30) تكراراً وبنسبة (28.03%).  
تضمنت هذه الفئة الاعتزاز بتعاليم الدين الإسلامي، والالتزام بالعبادات والشعائر الدينية،  
والتمسك بالقيم الأخلاقية التي حث عليها الإسلام، وكذلك الاعتزاز بالشخصيات الإسلامية البارزة،  
والاهتمام بالتراث والحضارة الإسلامية.

جاءت فئة (سماحة الإسلام) ثانياً بواقع (24) تكراراً وبنسبة (22.42%).



## المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية Arab Journal for Humanities and Social Sciences

تمثلت هذه القيمة بذكر السماحة في التعاملات، والسماحة في الدين، وتجنب الكراهية والتحريض، والتحذير من الفتن. إذ ذكر (الشيخ حمد العتيق)<sup>(1)</sup> حديث النبي ﷺ فيما رواه الامام أحمد وعلقه الامام البخاري رحمهما الله: «أَحَبُّ الدِّينِ إِلَى اللَّهِ الْخَنِيفِيُّ السَّمْحَةُ»<sup>(2)</sup>. إن إبزار هذه القيمة يسهم في تعزيز السلام والتسامح بين الناس، وتعزيز المساواة في المجتمع، والتشجيع على الخير والإحسان.

### فئة (المفاهيم الدعوية والاسلامية) ثالثاً بواقع (22) وبنسبة (20.56%).

تضمنت هذه الفئة استخدام عدد من المفاهيم التي شملت التوحيد، والإيمان، والعبادة، والأخلاق، ومن أهم المفاهيم والمصطلحات التي وردت في البرامج (الربا) فقد ذكر (الداعية محمد حسان)<sup>(3)</sup> في حديثه حين عن الربا فقال: الربا: في لغة العرب معناه الزيادة، ربي، يربو، رباً، فهو ما زاد ونمى.

### فئة (خيرية الأمة) رابعاً بواقع (17) تكراراً وبنسبة (15.88%).

تجسدت هذه القيمة بالركائز الخاصة بخيرية الأمة الإسلامية وهي: الاستقامة، العمل الصالح، التزام أوامر الله، واجتناب المحرمات، والتأثير الإيجابي في الآخرين. فتأكيد القائم بالاتصال في البرامج على هذه القيمة يعني أن الأمة الإسلامية كانت وما زالت أمة مباركة ومنفردة بما تحمله من قيم ومبادئ.

### فئة (الوسطية والاعتدال) خامساً بواقع (9) تكرارات وبنسبة (8.41%).

سعت البرامج الى تسليط الضوء على (قيمة الوسطية والاعتدال) من خلال التأكيد على التوازن في الأخلاقيات والسلوكيات، والبعد عن الغلو والافكار الهدامة، وتجنب التفریط. إن التأكيد على هذه القيمة يدل على أن الإسلام يدعو إلى تجنب التطرف والغلو، والسعي لتطبيق الشريعة الإسلامية، مع مراعاة الظروف والمصالح الشخصية والجماعية.

(1)- حلقة (سماحة الإسلام) برنامج دعوة- قناة الرسالة الفضائية.  
(2)- أخرجه البخاري في صحيحه مُعلّقاً، كتاب الإيمان، باب: الدِّينُ يُسْرٌ، (17/1)، وَوَصَلَهُ فِي الْأَدَبِ الْمَفْرَدِ، بَابُ حُسْنِ الْخُلُقِ إِذَا فَهَّوْا، (ص: 108)، برقم: (287)، وأخرجه الإمام أحمد بنحوه في مسنده، بلفظ: «... وَإِنَّ ذَلِكَ الدِّينَ الْقَيِّمَ عِنْدَ اللَّهِ الْخَنِيفِيُّ...»، مسند الأنصار، حَدِيثُ زَرِّ بْنِ حُنَيْشٍ، عَنْ أَبِي بِنِ كَعْبٍ، (129/35-130)، برقم: (21202)، والترمذي في جامعه، بلفظ: «... إِنَّ دَاتِ الدِّينِ عِنْدَ اللَّهِ الْخَنِيفِيُّ الْمُسْلِمَةُ لَا الْيَهُودِيَّةَ، وَلَا النَّصْرَانِيَّةَ...»، أبواب المناقب عن رسول الله (صلى الله عليه وسلم)، بَابُ مَنَاقِبِ مُعَاذِ بْنِ جَبَلٍ وَرَبِّدِ بْنِ ثَابِتٍ وَأَبِي وَأَبِي عُبَيْدَةَ بْنِ الْجَرَّاحِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ، (129/6)، برقم: (3793)، وقال عنه: "هَذَا حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ"، والحاكم في مستدركه، بنحو لفظ الترمذي، كتاب التفسير، (244/2)، برقم: (2889)، وقال عنه: "هَذَا حَدِيثٌ صَحِيحٌ الْإِسْنَادِ، وَلَمْ يَخْرُجْاهُ".  
(3)- حلقة (خطورة الربا) برنامج إنا عاملون- قناة الرحمة الفضائية.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

فئة (الرد على الشبهات) سادساً بواقع (5) تكراراً وبنسبة (4.67%).

شملت هذه الفئة الرد على الشبهات من خلال: المعرفة والفهم الدقيق، والحكمة واللين، وفهم الحقائق والحجج بدقة، والتصدي للشبهات بطريقة لائقة.

إن مساهمة الوسائل الاعلامية في الرد على الشبهات هو واجب شرعي يستدعي حفظ الدين وتوضيح الحقائق للآخرين.

ب- فئات القيم المرتبطة بالداعية:

جدول رقم (5) يبين فئات القيم المرتبطة بالداعية			
ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
1-	الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر	19	26.02%
2-	البصيرة	14	19.17%
3-	الايجابية والمسارعة بالخيرات	10	13.69%
4-	احترام طالب العلم وتقديره	9	12.32%
5-	كظم الغيظ وسلامة الصدر	8	10.95%
6-	الوعي والمسؤولية	5	6.84%
7-	مراعاة الحقوق	3	4.10%
8-	الامانة العلمية	3	4.10%
9-	التخطيط والتنظيم	2	2.73%
	المجموع	73	100%

يتضح من الجدول رقم (5) (فئات القيم المرتبطة بالداعية) وتكونت من الفئات الفرعية الآتية:

فئة (الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر) أولاً بواقع (19) تكراراً وبنسبة (26.02%).

تعد هذه القيمة من أبرز القيم التي أكدت عليها البرامج المعنية فيما يتعلق بقيم الداعية حيث استشهد (الدكتور ماهر خوجة)<sup>(1)</sup> بقول الله سبحانه وتعالى: ﴿كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ﴾ آلِ عِمْرَانَ: □□□□.

فئة (البصيرة) ثانياً بواقع (14) تكراراً وبنسبة (19.17%).

هي من أهم القيم المرتبطة بالداعية والتي أكدت عليها البرامج عينة البحث وما يرتبط بها. وقد حذر (الداعية محمد عبدالحفيظ)<sup>(2)</sup> من انتكاس البصيرة حيث قال:

إن الانتكاس يتجسد بفقدان القدرة على فهم حقيقة الدين، والتي قد تكون نتيجة لضعف الايمان والبعد عن الطاعات والوقوع في الشبهات.

فئة (الايجابية والمسارعة بالخيرات) ثالثاً بواقع (10) تكراراً وبنسبة (13.69%).

(1)- حلقة (الأمر بالمعروف) برنامج دعوة- قناة الرسالة الفضائية.

(2)- الحلقة (2) برنامج بناء الايمان- قناة دعوة الفضائية.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

من خلال الحث على تعزيز التفكير الايجابي والتعامل الواعي مع الحياة، حيث قال (الشيخ عبدالعزيز العسكر)<sup>(1)</sup>: إن الإسلام يحث على النظر الى الحياة بتفاؤل، ويعلم المسلمين أن الصبر والتوكل على الله يُعدان من أهم السبل للتغلب على الصعوبات وتحقيق النجاح في الحياة.

أما قيمة (احترام طالب العلم وتقديره) رابعاً بواقع (9) تكراراً وبنسبة (12.32%).

أكدت البرامج على أهمية هذه القيمة من قبل الداعية، وضرورة اعطاء طالب العلم حقوقه والثناء على جهوده، حيث ذكر (الشيخ هاشم بو خمسين)<sup>(2)</sup> مستشهداً بقصة سيدنا موسى والخضر عليهما السلام في القرآن الكريم. فالدروس المستفادة من هذه القصة هي غرس قيمة تقدير واحترام طالب العلم من خلال: معرفة شخصيته، والصبر عليه، ومراعاة الفوارق الفردية للمدعوين، وأن يكون الداعية صادقاً ناصحاً وأميناً في قوله وعمله.

فئة (كظم الغيظ وسلامة الصدر) خامساً بواقع (8) تكراراً وبنسبة (10.95%).

تمثلت هذه القيمة من خلال الحث على السيطرة على الغضب، والحكمة، والبعد عن الحسد، وسلامة الصدر، وأهمية التحكم بالغضب عند المسلم وتحديد الداعية.

فئة (الوعي والمسؤولية) سادساً بواقع (5) تكراراً وبنسبة (6.84%).

إن للوعي والمسؤولية دور حيوي في مهمة الداعية، إذ يتعين عليه أن يكون على دراية ومعرفة بالدين وطبيعة المجتمع، وأن يفهم تماماً المسؤولية التي تقع على عاتقه في توجيه الناس وتبليغ الرسالة الإسلامية بطريقة صحيحة ومفهومة.

فئة (مراعاة الحقوق) سابعاً بواقع (3) تكراراً وبنسبة (4.10%).

إن معالجة هذه القيمة من خلال البرامج له دور هام في الحث على تقديم المساعدة بالاضافة الى دعم من هم بحاجة ماسة الى المعونة، وضرورة احترام الخصوصيات والحقوق.

فئة (الامانة العلمية) ثامناً بواقع (3) تكراراً وبنسبة (4.10%).

إن سعي البرامج المعنية الى تنمية قيمة الأمانة العلمية- وتحديداً لدى الداعية- تمثل في الحث على الأمانة في النقل، والتأصل، والسعي الى كسب ثقة المدعوين.

أما فئة (التخطيط والتنظيم) تاسعاً بواقع (2) تكراراً وبنسبة (2.73%).

ت- فئات القيم المرتبطة بالمدعو:

جدول رقم (6) يبين فئات القيم المرتبطة بالمدعو

- (1)- حلقة (آداب المجالس) برنامج دعوة- قناة الرسالة الفضائية.
- (2)- الحلقة (6) برنامج مداد الله- قناة النعيم الفضائية.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
1-	الصلة بالله	57	50.89%
2-	الالتزام بالأداب الإسلامية	15	13.39%
3-	الثبات والصبر	14	12.5%
4-	التربية الصالحة	9	8.03%
5-	السعي في طلب العلم	7	6.25%
6-	توقير العلماء	5	4.46%
7-	الوقوف عند حدود الله	5	4.46%
	<b>المجموع</b>	112	100%

يوضح الجدول رقم (6) أن البرامج المعنية ركزت على إظهار القيم المرتبطة بالمدعو والتأكيد عليها؛ باعتبار أن المدعو هو أحد أهم أركان الدعوة، وهو من توجه له رسالة الدعوة. ومن أهم هذه القيم هي: فئة (الصلة بالله) أولاً بواقع (57) تكراراً وبنسبة (50.89%).

وتمثلت بالدعوة الى القرب من الله، والتقوى، والتأكيد على العبادات، والتفكر في خلق الله ونعمه. وذكر (الشيخ حمزة الطيار)<sup>(1)</sup>: "إن حقيقة التقوى كما قال العلماء: " أن تجعل بينك وبين عذاب الله وقاية بفعل الأوامر واجتناب النواهي.

فئة (الالتزام بالأداب الإسلامية) ثانياً بواقع (15) تكراراً وبنسبة (13.39%).

تمثلت هذه القيمة بالدعوة الى السلوكيات الحميدة، والتعاطف مع الآخرين، ومعرفة حقوق الناس. يقول النبي ﷺ: «أكمل المؤمنين إيماناً أحسنهم خلقاً»<sup>(2)</sup> وفي هذا إشارة إلى أن الالتزام بالخلق الحسن، وهو ما يوحي الى ضرورة الالتزام بالأخلاق الحميدة في التعامل مع الآخرين.

فئة (الثبات والصبر) ثالثاً بواقع (14) تكراراً وبنسبة (12.05%).

تجسدت هذه القيمة بحث المدعو على الصبر على الطاعات، والثبات عند المصائب، والصبر على المعصية. وهذا ما أكده (الدكتور ماهر خوجة)<sup>(3)</sup> حين قال: "إن الصبر من الفضائل العظيمة في الإسلام، فهو يعزز الثبات على الحق، والمصابرة أمام المعاصي". يقول سبحانه:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ﴾ [البقرة: 177].

فئة (التربية الصالحة) رابعاً بواقع (9) تكراراً وبنسبة (8.03%).

(1)- حلقة (رحلة الى الجنة) برنامج دعوة- قناة الرسالة الفضائية.

(2)- أخرجه أبو داود، كتاب الأدب، باب في حسن الخلق، برقم (4798).

(3)- حلقة (الأمر بالمعروف) برنامج دعوة- قناة الرسالة الفضائية.



## المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية Arab Journal for Humanities and Social Sciences

تمثلت هذه الفئة بالتربية الدينية، والأخلاقية، والعلمية والعقلية، والصحية التي يجب على المدعو أن يتربى عليها ويُرَبِّي عليها، فتكامل هذه الأنواع من التربية الصالحة يسهم في بناء شخصية متوازنة قادرة على تحقيق النجاح والتأثير الإيجابي في المجتمع.

**فئة (السعي في طلب العلم) خامساً بواقع (7) تكراراً وبنسبة (6.25%)**

عبّرت هذه القيمة عن السعي والمثابرة في طلب العلم، والاستزادة من المعرفة، وأكد على ذلك (الدكتور **ماهر خوجة**)<sup>(1)</sup> في حديثه حين قال: "إن الإسلام يشجع على اكتساب المعرفة، سواء في العلم الشرعي أو العلوم الأخرى، كما أن القرآن الكريم والسنة النبوية يحثان على البحث عن المعرفة وتوسيع آفاق الإدراك والفهم".

**فئة (توقير العلماء) سادساً بواقع (5) تكراراً وبنسبة (46%)**

إن الإشارة إلى احترام العلماء والاعتراف بفضلهم تدل على أهمية توقير العلماء، والتشجيع على الاستفادة من علمهم بالإضافة إلى إظهار الشكر والتقدير لهم على مساهماتهم في نقل الرسالة الإسلامية المباركة.

**فئة (الوقوف عند حدود الله) سابعاً بواقع (5) تكراراً وبنسبة (46%)**

تمثلت هذه القيمة بالالتزام بتعاليم الإسلام، والامتناع عن المحرمات، والتزام العبادات، وهذا يشمل أيضاً السعي لتحقيق الأخلاق الإسلامية.

**ث- القيم الأخرى:**

جدول رقم (7) يبين فئات القيم الأخرى في البرامج عينة البحث			
ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
1-	القيم الأخلاقية	105	50.97%
2-	القيم الحضارية	50	24.27%
3-	القيم الاجتماعية	23	11.16%
4-	القيم الاقتصادية	18	8.73%
5-	القيم السياسية	10	4.85%
	<b>المجموع</b>	<b>206</b>	<b>100%</b>

الجدول رقم (7) يتضمن مجموعة الفئات الخاصة بالقيم الأخرى، وتكونت من خمس فئات هي:  
فئة (القيم الأخلاقية) جاءت أولاً بواقع (105) تكراراً وبنسبة (50.97%).  
ثانياً حلت فئة (قيم حضارية) بواقع (50) تكراراً وبنسبة (24.27%).  
وحلت فئة (قيم اجتماعية) ثالثاً بواقع (23) تكراراً وبنسبة (11.16%).  
أما فئة (قيم اقتصادية) رابعاً بواقع (18) تكراراً وبنسبة (8.73%).  
أما فئة (قيم سياسية) خامساً بواقع (10) تكراراً وبنسبة (4.85%).

(1)- حلقة (مكانة العلم في شريعتنا) برنامج دعوة- قناة الرسالة الفضائية.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

**مناقشة النتائج :**

1- أشارت نتائج البحث الى أن البرامج المعنية سعت الى تعزيز قيم العقيدة الاسلامية وتحديداً قيمة الايمان حيث أولت أهمية بارزة لها بنسبة (51.30%) من بين (القيم المرتبطة بالعقيدة الاسلامية).

2- أثبتت النتائج ومن خلال بيانات (القيم المرتبطة بالعبادات) أن فئة (القيم المرتبطة بالعبادات القولية) حلت أولاً بواقع (176) تكراراً وبنسبة (39.37%)، وجاءت فئة (القيم المرتبطة بالعبادات البدنية) ثانياً بواقع (113) تكراراً وبنسبة (25.27%). أما فئة (القيم المرتبطة بالعبادات القلبية) ثالثاً بواقع (110) تكراراً وبنسبة (24.60%). وفئة (القيم المرتبطة بالعبادات المالية) رابعاً بواقع (48) تكراراً وبنسبة (10.73%). ويشير ذلك الى أن العبادات في الإسلام ليست افعالاً مجردة وأعمالاً تؤدي شكلاً لا مضموناً، إنما تعد وسيلة فعالة يعبر من خلالها المسلم عن القيم الإسلامية ويعززها ويمثلها في حياته وداخل مجتمعه.

3- أظهرت النتائج بأن البرامج قد اهتمت بـ (القيم المرتبطة بموضوع الدعوة) إذ حلت قيمة (الاعتزاز بالهوية والرموز الإسلامية) أولاً وبنسبة (28.03%)، تلتها قيمة (سماحة الإسلام) بنسبة (22.42%) إضافة إلى قيم المفاهيم الدعوية، وخيرية الأمة، والوسطية والاعتدال، والرد على الشبهات. وهذا يدل على أن الاعتزاز بالهوية الإسلامية يعد أمراً ذا أهمية كبيرة بالنسبة للبرامج عينة البحث، حيث تسهم هذه القيمة في تنمية وتعميق معرفة المسلم بدينه وتساعد على التمسك بقيمه ومبادئه.

4- أوضحت النتائج أن أبرز القيم المرتبطة بالداعية هي قيمة (الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر) حيث جاءت أولاً وبنسبة (26.23%) تلتها (قيمة البصيرة) ثم قيمة (الإيجابية والمسارعة بالخيرات) ثم قيمة (احترام طالب العلم) و(كظم الغيظ) و(الوعي والمسؤولية) و(مراعاة الحقوق) و(الأمانة العلمية) و(التخطيط والتفكير).

نستنتج من ذلك أن الحث على هذه القيم يأتي في إطار التأكيد على أنها تشكل أساس السلوك الداعية، فالداعية هو النموذج الحي والممثل عن الإسلام الذي بإمكانه أن يؤثر بشكل إيجابي في حياة الآخرين.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

5- أظهرت النتائج أن أهم القيم المرتبطة بالمدعو في البرامج محل التحليل هي (قيمة الصلة بالله) بنسبة (50.89%) وقيمة (الالتزام بالأداب الإسلامية) (13.3%) وقيمة (الثبات والصبر) (12.5%) و(التربية الصالحة) (8.03%).

وهذه إشارة ضرورة قرب العبد من ربه، فهذا القرب يؤسس الإيمان الراسخ في قلبه؛ مما يهيؤه الى استقبال رسالة الدعوة الى دين الله سبحانه وتعالى برضا وسكينة.

6- كشفت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين القيم على أساس البرامج حيث أظهرت أن قيمة مستوى الدلالة لاختبار Pearson Chi-Square بلغت (0.960) وهي اكبر من مستوى الدلالة المعتمد البالغ (0.05). وبهذا يتبين عدم وجود فروق تذكر بين القيم على أساس البرامج المعنية وذلك وفق ما يأتي:

الفئات	برنامج دعوة	برنامج إنا عاملون	برنامج بناء الإيمان	برنامج مداد الله	Total
القيم المرتبطة بالعقيدة الإسلامية	44	30	25	16	115
القيم المرتبطة بالعبادات	156	116	102	73	447
القيم المرتبطة بالدعوة الإسلامية	108	78	61	45	292
القيم الأخرى	81	63	37	25	206
<b>Total</b>	<b>389</b>	<b>287</b>	<b>225</b>	<b>159</b>	<b>1060</b>

جدول رقم (7) يبين مستوى الدلالة لاختبار Pearson Chi-Square

#### Chi-Square Tests

	Value	Df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Pearson Chi-Square</b>	<b>6.838<sup>a</sup></b>	<b>15</b>	<b>.962</b>
Likelihood Ratio	6.915	15	.960
Linear-by-Linear Association	2.492	1	.114
McNemar-Bowker Test	.	.	<sup>b</sup>
N of Valid Cases	1060		

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10.95.

b. Computed only for a P x P table, where P must be greater than 1.

#### الاستنتاجات :

- 1- ركزت البرامج محل البحث بشكل كبير على أهمية قيمة الإيمان الذي يعد حجر الزاوية في العقيدة الإسلامية. حيث أن علاقة العبد وربّه تتمحور حول هذه القيمة.
- 2- برزت قيمة العبادات القولية كأهم القيم المرتبطة بالعبادات، وهذا يشير الى أن العبادات ليست مجرد أفعال شكلية وروتينية إنما تأتي لغرض تعزيز الصلة بالله سبحانه وتعالى.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

- 3- سلطت البرامج الضوء على قيمة الاعتزاز بالهوية والرموز الإسلامية، وهذا يعكس أهمية تعزيز وتكريس الهوية الإسلامية. مما يساعد على تمسك الفرد المسلم بقيم ومبادئ دينه.
- 4- أكدت النتائج على أهمية القيم التي يجب أن يتحلى بها الداعية، والتي تمثلت بقيمة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وقيمة البصيرة، والإيجابية. كون أن هذه القيم تكوّن القاعدة الأخلاقية والسلوكية للداعية المسلم، مما يعكس أثراً إيجابياً في المجتمع.
- 5- سلطت البرامج الدينية الضوء على تعزيز قيمة الصلة بالله باعتبارها أولوية في تعزيز القيم الإسلامية، وهذا ما يؤكد بأن قرب العبد من الله يمثل أساس الإيمان وجوهره.
- 6- لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية بين القيم على أساس البرامج، وهذا يدل على توازن اهتمام البرامج في تقديم وعرض القيم في رسالتها الاعلامية، ويعكس التوجه الرغبة الموحدة لتعزيز القيم والمبادئ الدينية والاجتماعية والأخلاقية.

**التوصيات :**

- 1- ضرورة تضافر الجهود لغرض تكريس قيم الاعتزاز بالهوية الإسلامية، وتبصير الجمهور وتوعيته للتمسك بالمبادئ والقيم الإسلامية.
- 2- المحافظة والموازنة في نشر القيم الإسلامية في مختلف البرامج الدينية، والتأكيد على مسارات موحدة تعزز الوعي الإسلامي.
- 3- عمل تقييم دوري للبرامج الدينية للوقوف على استمراريتها في ترسيخ وتعزيز القيم الإسلامية، واستثمار مخرجات هذا التقييم لتعزيز وتنمية مضامين ورسائل هذه البرامج.
- 4- تطوير الصلة بين وسائل الإعلام والمؤسسات والهيئات الدينية للتأكيد على المضامين والرسائل التي تعكس القيم الإسلامية والاجتماعية بصورة سليمة وتكون ذات تأثير في الجمهور المتلقي.
- 5- التأكيد على دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر القيم وتحقيق التواصل الفعال مع شرائح أوسع في المجتمع وبأساليب مميزة ومؤثرة.

**الملاحق:**

الملحق رقم (1):

اسماء المحكمين:



## المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية Arab Journal for Humanities and Social Sciences

- 1- أ.د. بشرى السنجري - كلية الإعلام - جامعة بغداد.
- 2- أ.د. عبدالقادر الحديثي - كلية المأمون - قسم الإعلام الرقمي.
- 3- أ.د. هاني احمد يونس - أستاذ في علم الاجتماع - الجامعة العراقية.
- 4- أ.د. صلاح الدين محمد النعيمي - قسم أصول الفقه - كلية العلوم الإسلامية - الجامعة العراقية.
- 5- أ.م.د. محمد علي أبو طربوش - كلية الإعلام - جامعة الجنان.
- 6- د. هليل العميري - قسم الإعلام - جامعة أم القرى - المملكة العربية السعودية.
- 7- د. فيصل الشميري - عضو هيئة تدريس سابق - كلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى.
- 8- د. اياد عبيد - كلية الإعلام - الجامعة اللبنانية.
- 9- الاستاذ - بروفيسور. راضي رشيد الجبوري - كلية الإعلام - الجامعة العراقية.

### الملحق رقم (2):

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2 \times \text{ت}}{2\text{ن} + 1}$$

- إذ تمثل (2×ت) عدد الفئات المتفق عليها من جانب الباحثين.

- فيما تمثل (2ن+1) مجموع الفئات المرمرزة لدى الباحثين.

$$\text{معامل الثبات} = \frac{74 \times 2}{82 + 82} = \frac{148}{164} = 90.24\%$$

ولهذه النسبة دلالة على اتساح المقياس بين كل من المحللين وصلاحيته لكي يطبق وينفذ.

### المراجع والمصادر

- القرآن الكريم

- السنة النبوية

### المصادر العربية:

1. عبدالرزاق الدليمي. (2016). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. عمان: دار اليازوري.
2. علي خليل مصطفى أبو العينين. (1988). القيم الإسلامية والتربية المدنية. المدينة المنورة: مكتبة ابراهيم الحلبي.
3. عماد حسن مكاي، و ليلي حسين السيد. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
4. قارة نعيمة. (2016). دور الاعلام الديني في ترقية القيم لدى الجمهور الجزائري- الإذاعة الوطنية للقرآن الكريم نموذجاً. مستغانم - الجزائر: رسالة ماجستير جامعة عبدالحميد بن باديس، .
5. محمد الفاتح حمد، و سميرة سطوطاح. (2019). مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1.
6. محمد عبدالحميد. (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب، ط3.
7. ملكية بن سعدية. (2016). القيم الدينية الإسلامية في البرامج التلفزيونية لقنوات الاطفال العربية- برنامج نون قناة (تلفزيون ج) نموذجاً. مستغانم- الجزائر: أطروحة دكتوراه - جامعة عبدالحميد بن باديس .



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

المصادر والمراجع الاجنبية:

- Abdulraheem, A. W. (2023). *Glocalisation, Arab Values, and Traditions in Jeem TV Content*. Chester: Doctor of Philosophy, University of Chester. .8
- Huda, M. N. (2017). , *The Role of social Media in promoting Ethics, Morla and Values*. Dhaka: Bangladesh journal of Islamic Thought 13 (20). .9
- Kadafi, A. (2020). *A Urgency Strengthening Religious Values in Guidance and Counseling Programs in the New Normal Era*. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 508 1st International Conference On Information Technology And Education. .10
- Krijnen, T., & M. V. (2016). *TV genres' moral value: The moral reflection of segmented TV audiences*. Rotterdam,,: The Social Science Journa, Erasmus University Rotterdam, Department of Media and Communication,. .11