

جامعة محمد الصديق بن يحيى جيغل

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: الإعلام والاتصال



دور الإعلام الإسلامي في تنمية الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين

-دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى-جيغل

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

إعداد الطالبتين: إشراف:

* بن عراب وافية

* فرطاس سمية

د/بوسعدية مسعود

لجنة المناقشة:

مشرفا ومقررا	جامعة جيغل	أ/ بوسعدية مسعود
--------------	------------	------------------

السنة الجامعية: 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي جَعَلَ مِنَ
النَّارِ سَمُوكًا
وَالَّذِي جَعَلَ
لِلنَّجْمِ كُوْنًا
قَدِيرًا
الْحَمْدُ لِلَّهِ
الَّذِي جَعَلَ
لِلْقَمَرِ نُجُومًا
وَالَّذِي جَعَلَ
لِلنَّجْمِ كُوْنًا
قَدِيرًا
الْحَمْدُ لِلَّهِ
الَّذِي جَعَلَ
لِلْقَمَرِ نُجُومًا
وَالَّذِي جَعَلَ
لِلنَّجْمِ كُوْنًا
قَدِيرًا



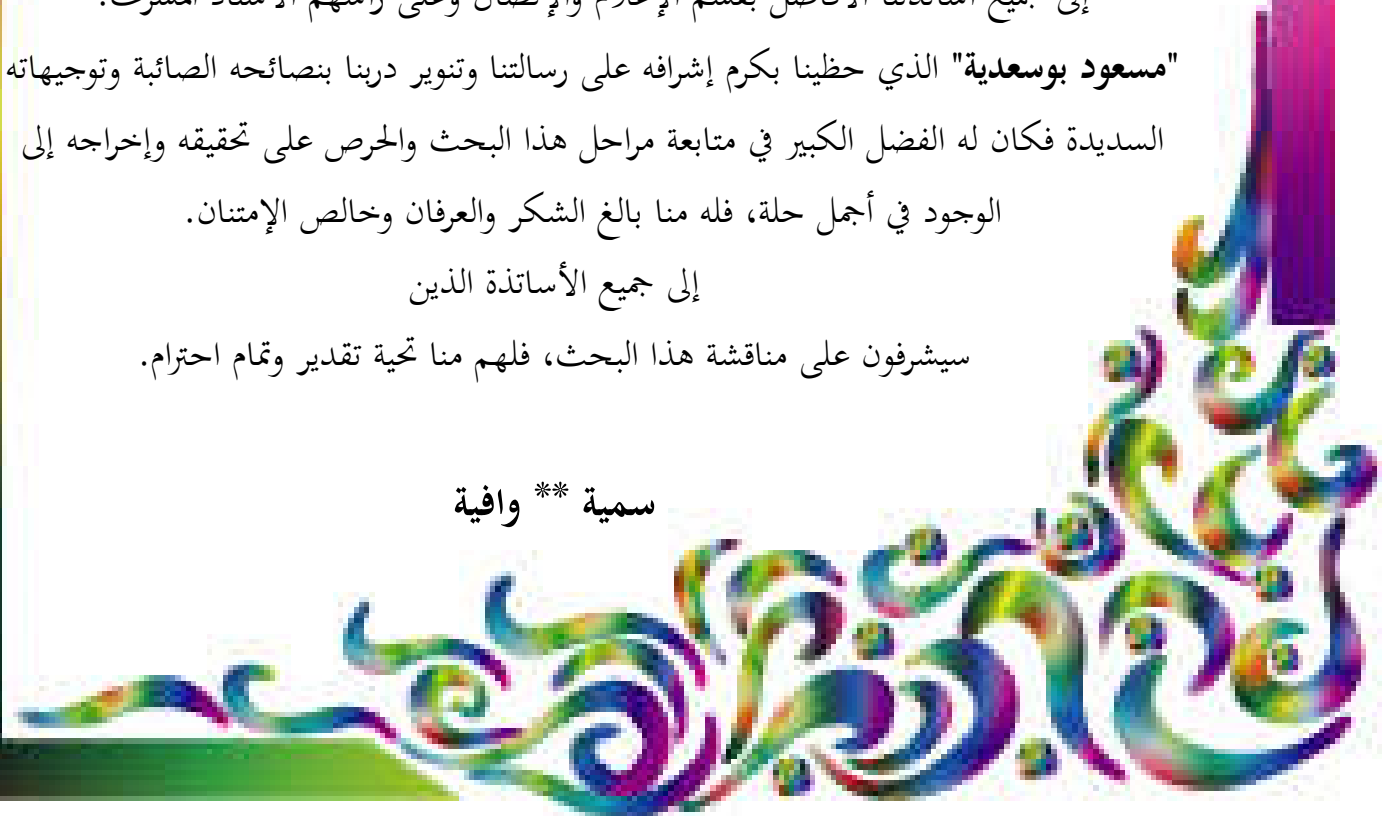
شكر و عرفان

قال الله تعالى

﴿وَإِذ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ﴾

وقال الرسول الأكرم صلى الله عليه وسلم: "من لم يشكر الله لم يشكر الناس"
نتقدم بالشكر الجزيل إلى من قدم لنا يد العون والمساعدة
قليلا أو كثيرا من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا البحث وأولهم بعد المولى عز وجل
العائلتين الكريمتين إذ لم يخلوا علينا بالدعاء والثبات، وحسن التحصيل والتوفيق وتتمام التسهيل
إلى جميع أساتذتنا الأفاضل بقسم الإعلام والاتصال وعلى رأسهم الأستاذ المشرف:
"مسعود بوسعدية" الذي حظينا بكرم إشرافه على رسالتنا وتنوير درنا بنصائحه الصائبة وتوجيهاته
السديدة فكان له الفضل الكبير في متابعة مراحل هذا البحث والحرص على تحقيقه وإخراجه إلى
الوجود في أجمل حلة، فله منا بالغ الشكر والعرفان وخالص الإمتنان.
إلى جميع الأساتذة الذين
سيشرفون على مناقشة هذا البحث، فلهم منا تحية تقدير وتام احترام.

سمية ** وافية



إهداء

اهدي ثمرة هذا العمل المتواضع
إلى كل أفراد عائلتي صغيرها وكبيرها
إلى من علموني مبادئ العلم
والبحت أساتذتي الأفاضل جزاهم الله خيرا
إلى من شاركت البحت معها* وافية* وسمية*
إلى كل الأصدقاء
إلى كل من أكن لهم فائق الحب والتقدير

* وافية* وسمية*

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	شكر وتقدير
	إهداء
	فهرس المحتويات
	الملخص
	قائمة الجداول
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
05	أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
07	ثانياً: أسباب الدراسة وأهميتها وأهدافها
09	ثالثاً: حدود الدراسة ومجالها
10	رابعاً: تحديد المفاهيم
19	خامساً: أنواع الدراسة ومنهجها
20	سادساً: عينة الدراسة
21	سابعاً: أدوات جمع البيانات
22	ثامناً: الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الإعلام الإسلامي والوعي الديني	
41	تمهيد
أولاً: ماهية الإعلام الإسلامي	
41	01/نشأة الإعلام الإسلامي
46	02/دواعي ظهور الإعلام الإسلامي
48	03/أهمية الإعلام الإسلامي وحكمه الشرعي
51	04/خصائص الإعلام الإسلامي،قواعده ومصادره
59	05/أهداف ووظائف الإعلام الإسلامي
64	06/وسائل الإعلام الإسلامي

72	خلاصة
ثانيا: ماهية الوعي الديني	
76	01/ نشأة الوعي الديني
81	02/ أبعاد الوعي الديني وجوانبه
86	03/ خصائص وشروط الوعي الديني
88	04/ أهداف الوعي الديني
89	05/ أهمية الوعي الديني
90	06/ وظائف الوعي الديني
91	07/ فوائد الوعي الديني
92	08/ عوامل تشكيل الوعي الديني
89	09/ مصادر الوعي الديني
101	خلاصة
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي	
103	تمهيد
103	01/ عرض البيانات وتحليلها وتفسيرها
125	02/ نتائج الدراسة الميدانية
125	التوصيات
133	الخاتمة
135	قائمة المراجع
	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين إقبال الطلبة على الإعلام الإسلامي حسب متغير الجنس	104
02	يبين الفئة العمرية للطلاب الذين يقبلون على الإعلام الإسلامي	104
03	يمثل المستوى الدراسي للطلاب المطلعين على الإعلام الإسلامي	105
04	يمثل الحالة الاجتماعية للطلاب	105
05	يمثل المكان المفضل للطلاب لمتابعة المضامين الدينية	106
06	يمثل إحصائيات الإجابة على السؤال الأول: هل تتابع المواضيع الدينية التي يقدمها الإعلام الإسلامي	107
07	يمثل نسبة الطلبة الذين كانت إجابتهم بدائما	107
08	يمثل المكان المفضل للطلبة الجامعيين للاطلاع على الإعلام الإسلامي	108
09	المدة التي تقضيها الطلاب الجامعيين في تصفح الإعلام الإسلامي	109
10	اللغة التي يفضلها الطلاب الجامعيين للاطلاع على المضامين الدينية	110
11	اختيار طلاب الجامعيين للإعلام الإسلامي بناء على:	110
12	تلبية الإعلام الإسلامي لحاجيات الطالب الجامعي:	110
13	فيما تتمثل حاجات الطالب الجامعي الذين كانت إجابتهم بنعم	111
14	تصنيف اهتمامات الطالب الجامعي لمضامين الإعلام الإسلامي	112
15	المواضيع التي يتناولها الإعلام الإسلامي	112
16	أهمية الإعلام الإسلامي في حياة طلاب الجامعيين اليومية	113
17	الهدف من الإطلاع على الإعلام الإسلامي	114
18	المعلومات الثقافية الدينية العميقة في الدين الإسلامي لدى الطلاب الجامعيين منذ بداية تصفحهم الإعلام الإسلامي	114
19	تغير سلوكيات الطلاب الجامعيين نحو الأحسن من خلال الإعلام الإسلامي	115

116	في حالة إجابتك بنعم ما هي هذه السلوكيات	20
116	تغيير الإعلام الإسلامي بعض الاتجاهات الدينية الطالب الجامعي	21
117	إفادة الإعلام الإسلامي على الطلاب الجامعيين بمعلومات في حياتهم الدينية من حيث العبادات	22
118	إفادة الإعلام الإسلامي على الطلاب الجامعيين بمعلومات في حياتهم الدينية من حيث التعامل مع الآخرين	23
118	أصبح للطلاب الجامعيين رصيد معرفي ديني بعد استخدامهم للإعلام الإسلامي	24
119	مساهمة الإعلام الإسلامي لتعزيز وعي الطلاب بصفة عامة والوعي الديني بصفة خاصة	25
119	تحقيق الإعلام الإسلامي الراحة النفسية للطلاب الجامعيين	26
120	ترسيخ الإعلام الإسلامي الاعتزاز بالهوية الإسلامية لدى طلاب الجامعيين	27
120	تأثير المعلومات المكتسبة لدى الطلاب من خلال الإعلام الإسلامي	28
121	إيجابيات الإعلام الإسلامي	29
122	سلبات القائمون على الإعلام الإسلامي	30
123	تأثر الطلاب الجامعيين بالمضامين الدينية التي تقدمها مختلف وسائل الإعلام الإسلامي.	31
123	إذا كانت إجابتك ب "نعم" ما حجم تأثرك بها؟	32
124	مساهمة الإعلام الإسلامي في توعية وإرشاد الطلاب الجامعيين	33
124	إذا كانت إجابتك ب "نعم" كيف تجدها هاته المساهمة؟	34
125	هل تنصح غيرك بالاطلاع على الإعلام الإسلامي	35

ملخص الدراسة:

هدفت دراستنا هذه وبشكل أساسي إلى التعرف على دور الإعلام الإسلامي في تنمية الوعي الدين لدى الطلبة الجامعيين بقسم الإعلام والاتصال بولاية جيجل، وعلى هذا الأساس تناولنا في دراستنا الإشكالية التالية:

- ما دور الإعلام الإسلامي في تنمية الوعي الديني لدى الطالب الجامعي بقسم الإعلام والاتصال؟

ولقد حاولنا من خلال هذه الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية:

_هل يلعب الإعلام الإسلامي دورا مهما في تنمية الوعي الديني لدى الطالب الجامعي؟.

-هل توجد آثار إيجابية للإعلام الإسلامي في حياة الطالب الجامعي؟

_هل ساهم الإعلام الإسلامي في زيادة الوعي الديني لدى الطالب الجامعي كلما ازداد إقباله عليه؟

- هل عامل الجنس يؤثر في تلقي المضامين الإعلامية الإسلامية؟

_هل يرسم الإعلام الإسلامي صورة حسنة حول الدين لدى الطالب الجامعي؟

وللإجابة على تساؤلات اعتمدنا على المنهج المسحي باعتباره أكثر المناهج الملائمة والمناسبة لهذه الدراسة، أما فيما يخص أدوات الدراسة وقد استخدمنا الاستبيان لجمع المعلومات وتحليل البيانات وتوصلنا إلى النتائج التالية:

- أن الإعلام الإسلامي يلي حاجات المبحوثين من خلال الإطلاع حول الأمور الدينية، كما أن الإعلام الإسلامي غير بعض الاتجاهات الدينية للمبحوثين.

- كما أن للإعلام الإسلامي مساهمة جيدة من تغيير بعض السلوكيات إلى الأحسن وفي تنمية وعي الطلبة دينيا ويتأثر قوى وعال عند غالبيتهم باعتبار الدين هو المقوم الأساسي، كما أن المبحوثين يتأثرون بالمضامين التي يقدمها الإعلام الإسلامي، وأن الإعلام الإسلامي إيجابيات وسلبيات يقع فيها القائمون على هذا الإعلام كما يرون أن الإعلام الإسلامي هو الأنسب لتلبية حاجاتهم الدينية، والدينية.

Résumé :

Notre étude visait principalement à identifier le rôle des médias islamiques dans le développement de la conscience religieuse chez les étudiants universitaires dans la wilaya de Jijel. Sur cette base, nous avons traité dans notre étude la problématique suivante:

- Quel est le rôle des médias islamiques dans le développement de la conscience religieuse de l'étudiant universitaire?

Nous avons tenté à travers cette étude de répondre aux questions suivantes:

- Les médias islamiques jouent-ils un rôle important dans le développement de la conscience religieuse des étudiants universitaires?
- Les médias islamiques ont-ils contribué à accroître la conscience religieuse de l'étudiant universitaire à mesure que la demande augmentait?
- Le facteur de genre affecte-t-il la réception du contenu médiatique?
- Les médias islamiques donnent-ils une bonne image de la religion à l'étudiant universitaire?

Pour répondre à ces questions, nous nous sommes appuyés sur la méthode d'enquête comme approche la plus appropriée pour cette étude. Quant aux outils d'étude, nous avons utilisé le questionnaire pour collecter des informations et analyser les données, et nous avons atteint les résultats suivants:

- Les médias islamiques répondent aux besoins des sujets de l'étude en leur permettant de se renseigner sur les questions religieuses, et ils ont même changé certaines tendances religieuses chez des sujets de l'étude.
- Les médias islamiques contribuent fortement au changement de certains comportements pour le mieux et développe la conscience religieuse chez les étudiants. Le contenu des médias islamiques les influence profondément étant donné que la religion est la base principale chez la majorité entre eux.
- Les médias islamiques ont des effets positifs mais aussi des effets négatifs causés par les responsables de ce genre médiatique.
- Les médias islamiques répondant le mieux à leurs besoins religieux et mondains.

مقدمة

يعتبر الاتصال الإنساني فطرة فطر الله عليها البشرية منذ نشأتها الأولى، فقد كان التكليف الأول الذي أمر الله به آدم عليه السلام بعد خلقه هو مهمة البلاغ والتوضيح والإفهام وذلك في أول اتصال لملائكة الله حيث يقول الله سبحانه وتعالى ﴿قَالَ يَتَّعَدُمُ أَنْبِعُهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ﴾ البقرة 33 ومضت سيرة الحياة الإنسانية ضمن سلسلة علاقات متعددة تقوم على اتصال الإنسان بالإنسان أفراد وجماعات وأمم، حتى أمكن تنظير هذه الفطرة ضمن سلسلة من العلوم والمعارف كان منها الإعلام.

فالإعلام أصبح مدرسة تتلقى فيها شريحة كبيرة من الناس كيفية بناء العلاقة بالآخر علي أساس الاحترام المتبادل، فالإعلام يعمل علي تزويد الشخص بالمعلومات وتشريه إياها، حتى تشكل مكونا من مكونات ثقافته، فتؤثر في موافقة بتعديلها وتغييرها، ويسلك بعد ذلك وفق هذا ويأتي سلوكه تبعا لذلك مطابقا لما تزود به من معلومات، ومن خلال الفرد يتم التأثير في المجتمع برمته، وهي تسهم في صياغة وبناء الواقع الجديد، فالتغير المعرفي أحد مجالات عمل الإعلام و التأثير هو التغير الذي يحدث في سلوك الإنسان نتيجة المعلومات التي يستقبلها وتؤثر في مخزونه المعرفي وتدفعه إلي القيام بتصرف مغاير للعمل الذي اعتاد عليه، وهذا التغير يقع إما في التفكير أو في المشاعر أو في السلوك بسبب تلقي الرسالة الاتصالية، والإعلام اليوم بات في أجدد صورته، إذ أضحى يقدم ثقافات مختلفة في الدول وتعزيزها والتشهير بها تحت مسمى الإعلام الجديد وذلك باختلاف الوسائل والرسائل، أو في ظل تطور التكنولوجيا وكذا التفكير والإدراك، إذ أن شباب اليوم عرف الصورة المتحركة وتعلم منها قبل أن يعرف عالم الكتاب بخلاف الأجيال السابقة.

وشباب المجتمعات المسلمة كغيره من المجتمعات الذي يتلقي الرسائل الإعلامية ويتأثر بها، ومن الملحوظ أن الإعلام الغربي يسعى بشكل مباشر إلى طمس هوية هذا المجتمع والترويج إلى الثقافات الغربية وفي المقابل تشويه الدين والتراث الخاص بهذه المجتمعات فبخصوص المكون العقيدي للهوية فإنه يتضرر كثيرا بفعل ما يثبته هذا الإعلام من تشويه صريح وواضح ومقصود للدين الإسلامي

وعباداته ومعتقداته وثقافته، مما يؤدي إلى زعزعت عقيدة الشاب المسلم والتشكيك في صحتها والتنقيص من قيمتها، الأمر الذي يؤدي إلى إزدراء الذات وتخفيها، وانسلاخ الشباب عن مقومات هويتهم والارتباط بجماعات أخرى بديلة تحمل ثقافات مضادة وإتخاذها جماعات مرجعية في الثقافات والسلوك مما يعطيه أو يكسبه هوية أخرى بديلة لا تجد أي سند في وسطه الاجتماعي، فهذا الإعلام يسعى إلى هدم المرجعية الدينية ومن ثم سهولة اختراق عقول المسلمين وتوجيههم إلى أفكار بعيدة عن الأديان كالإلحاد و العلمانية والشمولية.

هذا ما أدى إلى ظهور إعلام إسلامي هادف اعتبارا من كون الدين الإسلامي دين إعلامي بطبيعته لأنه يقوم على الإفصاح والبيان، فالإعلام الإسلامي جاء كرد رادع علي الحملات التي شنت على الدين الإسلامي من أجل تصحيح مفاهيم الإسلام والدعوة إلى مبادئه السمحة وقيمه الأصلية النافعة بطريقة علمية وفنية لتكون هذه القيم مناهج حياة كل مسلم في بيته وعمله ومع إخوانه وأقاربه، وفي معاملاته وعاداته وتقاليده وعباداته، لذا ليست قاصرة على أجهزة إعلام دينية متخصصة، بل هي خطة عمل كل أجهزة الإعلام في الدول الإسلامية وهي ومضامين ومحتويات رسائلها الإعلامية مهما اختلفت أشكالها وقولبها وتنوعت أساليبها ووسائلها، فهي مضامين صالحة لكل زمان ومكان، تؤدي إلى النتائج المرجوة منها والتي هي هدف الإعلام في أقرب وقت ممكن، فدور الإعلام الإسلامي ورجاله إنما هو دراسة الإسلام كمنهج، والإيمان به والغيرة عليه وعلى مبادئه القويمة والتحمس لنشرها وبذلك تمنلئ بها البرامج والمقالات والأخبار والمسلسلات والتمثيلات وكل ما يصدر عن أجهزة إعلام الدول الإسلامية وبما أن الإعلام ينشر أفكار هدامة ومعادية للإسلام والتشكيك في الدين والقيم الدينية، لا بد من المحافظة كأول شيء على الوعي الديني علي مستوي الأفراد وتنميته ، فكثير ما قرأنا في الدراسات إعلامية حث أصحابها على تفعيل الإعلام الديني، لإعتبار الوعي الديني من الوسائل الناجحة في مقاومة هذه الآثار السلبية، ولتنمية هذا الوعي لا بد أن تكون هناك طرق تساعد الفرد في ذلك وتساهم في نشر وتشكيل الوعي الديني الذي يعد في صياغة الواقع الاجتماعي وضبطه علي أسس وقيم محددة لدي فئة المجتمع عموما والشباب خصوصا كونها

فئة مهمة في المجتمع خاصة المثقفين والأكاديميين منهم بالتحديد الشباب الجامعي لأنهم جوهر المجتمع وأساسه، ومنه كان من الأهمية البالغة تخصيص دراسة لمعالجة هذا الموضوع حيث اتبعنا خطة تتكون من:

- مقدمة، ثم الإطار المنهجي و الذي تناولنا فيه طرح الإشكالية، تساؤلات، فرضيات تحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة، المنهج المستخدم وأداة جمع البيانات، الدراسات السابقة ثم الانتقال إلى الإطار النظري الذي تناولنا فيه جزئين: أولاً ماهية الإعلام الإسلامي الذي تضمن: نشأة الإعلام الإسلامي ودواعي ظهوره، أهمية الإعلام الإسلامي وحكمه الشرعي، خصائص الإعلام الإسلامي قواعده ومصادره، أهداف ووظائف الإعلام الإسلامي، وسائل الإعلام الإسلامي.

أما ثانياً فتناولنا ماهية الوعي الديني إذ تضمن: نشأة الوعي الديني، أبعاد الوعي الديني وجوانبه، خصائص وشروط الوعي الديني، أهداف الوعي الديني، أهمية الوعي الديني، أهمية الوعي الديني، وظائف الوعي الديني، فوائد الوعي الديني، عوامل تشكيل الوعي الديني، ومصادر الوعي الديني.

أما الفصل الثالث فتناولنا فيه الجانب التطبيقي لدراستنا هذه وقد تضمن: عرض البيانات وتحليلها وتفسيرها، نتائج الدراسة، خاتمة، التوصيات وقائمة المصادر والمراجع.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

ثانياً: أسباب الدراسة وأهميتها وأهدافها

ثالثاً: حدود الدراسة ومجالها

رابعاً: تحديد المفاهيم

خامساً: أنواع الدراسة ومنهجها

سادساً: عينة الدراسة

سابعاً: أدوات جمع البيانات

ثامناً: الدراسات السابقة

تاسعاً: المقاربة النظرية

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

يشهد العالم اليوم ثورة كبيرة في مجال التكنولوجيا، وقد نتجت عنها ثورة في تدفق المعلومات، بحيث أن انتشار المعلومة أصبح يتم بسرعة كبيرة وبأقل جهد وتكلفة وتصل إلى المتلقي بسهولة ويسر، كما أن التطورات التكنولوجية الحديثة ساهمت إلى حد كبير في إزالة الفوارق بين الحدود وأداة للاتصال التي بقيت مجزأة حتى نهاية سبعينات القرن الماضي، كونها تمثل ثورة كبيرة ولها دور مهم في مجال الإعلام. حيث يعد الإعلام السمة المميزة للعصر إذ أضحى تأثيره في حياتنا طاعياً لا يستطيع أي فرد في أي ركن من أركان الدنيا أن يتجنبه فهو لم يعد مجرد ضرورة أو حاجة يتم إشباعها من الوسائل المحدودة المتاحة، ولكنه أصبح في مضمونه مجموعة من العلوم يجمع بينها الاتصال باعتباره العلم الأكبر الذي تنبثق عنه مجموعة من المعارف الحديثة، فالإعلام يصنع العقول ويحركها، يغير اتجاهات الأفراد ويوجههم إلى حيث يشاء، ويخطو بالشعوب والدول، ويتقدم بها إلى الأمام، إذ أنه بات يرسم ما يمكن أن تطلق عليها الخريطة الوجدانية للشعوب، وأصبح صناعة ضخمة للدول المتقدمة واحتل موقع القيادة والريادة في العالم من خلال سيطرتها على وكالات الأنباء الدولية والصحف العالمية الواسعة الانتشار، كما يحتل أغلب المواقع على شبكة المعلومات، وهذا ما جعل الإعلاميون المعاصرون يعبرون عنه بأنه تزويد الجماهير بالمعلومات الدقيقة والأخبار الصحيحة والحقائق الثابتة والسليمة المساعدة على تكوين الرأي الصائب، ومواكبة للتطورات السريعة والملاحظة في هذا المجال، والتي أدت إلى ظهور صراعات حضارية عرفية ودينية بين الشعوب للحفاظ على هويتها وذاتيتها وخاصة العالم الإسلامي الذي يسعى لمقاومة الحضارة الغربية من خلال الإعلام الإسلامي.

فالإعلام الإسلامي يشمل كافة الناس على اختلاف أديانهم ومذاهبهم وتنوع ثقافتهم وحضارتهم، وينطلق في ذلك من عالمية الإسلام ودعوته كونه الإعلام المنسب للإسلام بنسبة صحيحة، وهو الوحيد الذي يعمل في المجال المحلي أو الدولي وفق سياسة واحدة لا تتغير بتغير الزمان والمكان وشعار الوضوح والصراحة، ودثارة العدل والأمانة، كونه يقوم على كليات الشريعة الكبرى في

تحقيق المصالح، ويدفع المفاسد من غير انحراف عن منهج الأنباء، وعموما فالإعلام الإسلامي ذلك النوع من الإعلام الذي يتخذ من الفكر الإسلامي ومصادره الأساسية منهاجاً للعمل باستخدام وسيلة البث السمعي أو المرئي لخدمة الإسلام وقضاياه، أسلوباً للتخاطب مع الأفراد.

وعليه يمكن القول أن الإعلام الإسلامي أصبح الخطوة المناسبة والمهمة في تنمية الوعي الديني وتعزيز قيمه لدى المجتمعات المسلمة وتحسين الصورة الذهنية للإسلام في كل مكان.

فالتنمية في حقيقتها حضارية، وليس التغيير الاجتماعي إلا بعض عناصر هذه العملية التي تكتمل بالوعي الديني إلى جانب أشكال الوعي الأخرى، الأمر الذي جعل الإعلام الإسلامي الأكثر تداولاً وطلباً لدى الأفراد عامة والطلبة الجامعيين خاصة، كونهم الفئة القائمة على صلاح المجتمع أو فساده، إذ يمكن الطالب من أن يصبح متوافقاً مع مجتمعه وذا شخصية سوية تنبع قيماً من قيم الدين الإسلامي الحنيف ومن تعاليمه التي تحث على غرس القيم الصالحة في الشعوب، والتي من شأنها توعيته لما هو خير له ولما فيه صلاحه، وهناك بعض المظاهر التي تعبر عن نمو الوعي الديني في نفوس الطلبة، منها تعزيز مفهوم الوحدة والأخوة الإسلامية، وتنمية الفكر الديني عن طريق الإعلام الإسلامي الذي بات في حياتنا لما يقدم من مضامين إعلامية هادفة، تخدم العقيدة الإسلامية وعليه نطرح التساؤل التالي:

ما دور الإعلام الإسلامي في تنمية الوعي الديني لدى الطالب الجامعي بقسم الإعلام و
الإتصال جامعة جيجل؟

وتحت هذا التساؤل الرئيسي تندرج مجموعة من الأسئلة الفرعية المتمثلة فيما يلي:

- ما هي عادات وأنماط الطلبة الجامعيين لاستخدامهم للإعلام الإسلامي؟

- ماهي الرغبات التي يشبعها الإعلام الإسلامي لدى الطالب الجامعي؟

- ما مدى تأثير الإعلام في تنمية الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين؟

- ما هو تقييم الطالب الجامعي لهذا النوع من الإعلام؟
- ما هي الصعوبات و التي تواجه الإعلام الإسلامي؟
- وانطلاقا من الإشكالية التي طرحناها سابقا خالصنا مجموعة من الفرضيات وهي كالاتي:
- يلعب الإعلام الإسلامي دورا كبيرا في تنمية الوعي الديني لدى الطالب الجامعي.
- توجد آثار ايجابية للإعلام الإسلامي.
- كلما أقبل الطالب الجامعي على الإعلام الإسلامي كلما زاد وعيه الديني.
- يختلف الطلبة الجامعيون من الجنسين في تلقي مختلف المضامين الإعلامية الإسلامية.
- يضع الإعلام الإسلامي صورة ذهنية سليمة حول الدين.

ثانيا: أسباب الدراسة وأهميتها وأهدافها

1- أسباب الدراسة:

إن اختيارنا لموضوع الدراسة الراهنة لم يكن على سبيل الصدفة وإنما جاء نتيجة لمجموعة من الأسباب الذاتية وأخرى موضوعية.

1-1 أسباب ذاتية:

- الاهتمام بالدور الذي تلعبه عملية التنمية عامة والإعلام الإسلامي خاصة.
- التجربة الشخصية في الإقبال على هذا النوع الإعلامي والذي زاد ميولي الشخصي.
- الميل إلى العمل الميداني.
- الاهتمام الشخصي لدراسة دور الإعلام الإسلامي في تنمية الوعي الطلابي.

- محاولة معرفة أثر الإعلام في تنمية وعي الطلبة الجامعيين.

1-2- أسباب موضوعية:

- إن الموضوع جديد نسبياً.

- قلة البحوث والدراسات والكتابات التي تناولت دور الإعلام الإسلامي في تنمية الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين.

- إدراكنا للدور الذي يمكن أن يؤديه الإعلام الإسلامي وكذلك أثره في تنمية الوعي الديني.

- الموضوع له علاقة بالتخصص الذي ندرس فيه.

- اختيار الطالب الجامعي للدراسة باعتباره النموذج الأنسب لدراسة البحث.

- الموضوع يمثل ظاهرة اجتماعية تستحق الدراسة.

2- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة كونها تتناول مظهراً من مظاهر العصر الحالي وهو الإعلام الإسلامي من جهة والدور الفعال الذي تلعبه في تنمية الوعي الديني من جهة أخرى وسنحاول من خلال هذه الدراسة إبراز علاقة الثقافة الدينية وتعديل قيم الطلبة للابتعاد عن الرذائل والانحراف وذلك عن طريق الإعلام الإسلامي الذي يزود الطلبة بمعلومات ويكون لهم رأيهم الخاص في المواضيع الدينية، بما يقدمه من نماذج قيمة ومفيدة في هذا المجال ومدى تأثيره على الطلبة كقوة من الفئات المهمة الذين يتميزون بمستوى علمي عالي.

3- أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف المرسومة منذ بداية التفكير في الموضوع والمتمثلة في النقاط التالية:

- التعرف على الدور الأساسي للإعلام الإسلامي في تنمية الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين.
- معرفة مدى المساهمة التي يقوم بها الإعلام الإسلامي في تنمية الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين.
- معرفة مدى تأثير الطلاب بهذا النوع الإعلامي.
- معرفة الإعلام الإسلامي ومعرفة مكانته لدى الطالب.
- معرفة مدى تمكن هذا الإعلام في نشر الثقافة الإسلامية وإسهامه في تنمية الوعي الديني.
- معرفة سبب اهتمام من عدم اهتمام الطلبة بهذا الإعلام إلا قلة منهم.

ثالثا: حدود الدراسة ومجالها

من البديهي أن لكل دراسة مجالاتها وتحدد مجالات دراستنا في:

1- المجال البشري: أو عينة الدراسة وهو الطلبة الذين مثلوا المجتمع المبحوث وهم طلبة قسم الإعلام والاتصال بيجل

2- المجال الزمني: من ديسمبر 2019 إلى سبتمبر 2020

وقد مر بثلاث مراحل:

2- 1- تم من خلالها تصميم وتحرير الإطار النظري للبحث، بعد جمع المادة النظرية وتصنيفها التي تم الحصول عليها وتمتد هذه الفترة من ديسمبر 2019 إلى 15 جوان 2020.

2- 2- وهي فترة الدراسة الميدانية مرورا بإعداد استمارات البحث وصورتها الأولية ثم التجريبية بإعدادها بعد ذلك بصفة نهائية وعرضها على المحكمين، ثم توزيعها على المبحوثين واسترجاعها بعد ذلك وقد استغرق ذلك شهرا تقريبا أي من 23 جويلية إلى 28 أوت 2020.

2-3- وهذه المرحلة قمنا بتفريغ البيانات ومعالجتها تنظيمها ثم استخلاص النتائج وإمتدت من 06 سبتمبر إلى 18 سبتمبر 2020.

3- المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة في قسم الإعلام والاتصال كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، القطب الجامعي تاسوست- جيجل،.

رابعاً: تحديد المفاهيم

1- تعريف الدور:

1-1 لغة: يقال دار يدور واستدار، إذا طاف حول الشيء أي إذا عاد إلى الموضوع الذي ابتداءً به¹.

1-2 اصطلاحاً:

- يعرف بأنه أنماط سلوكية تكون وحدة ذات معنى تبدو ملائمة لشخص يشغل مكانة معينة في المجتمع، و يشغل مركز محدد في علاقات شخصية متبادلة².

- الدور في علوم الإعلام والاتصال هو الأداء الذي تقوم به وسيلة من وسائل الإعلام بالنسبة للجمهور في مجال معين.

- يطلق على الجانب الديناميكي للمركز القائم بالدور الذي يشير إلى المكانة ويشير أيضاً لسلوك الفرد أو الجماعة على ضوء توقعاته وتوقعات الآخرين منه، وهي توقعات تتأثر بفهم الفرد والآخرين للحقوق والواجبات المرتبطة بالمركز الاجتماعي الذي يتميز بمجموعة من الصفات الشخصية والأنشطة التي تصقل وتهدب نتيجة للممارسة الدائمة والإطلاع المستمر³.

¹ أبو جلال إسماعيل سلمان، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012، ص94.

² المنجد في اللغة والإعلام، ط41، دار المشرق، بيروت: لبنان، ص288.

³ إسماعيل سلامات أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص9-95.

1-3- التعريف الإجرائي للدور:

إن مفهوم الدور في هذه الدراسة هو ما يحدثه الإعلام الإسلامي أو مهمة هذا الأخير في التأثير على الطالب الجامعي¹.

2- تعريف الإعلام:

1-2- لغة: الإعلام مشتق من أعلم يقال أعلم إعلاما بمعنى أخبر إخباراً².

- والإعلام: مصدر للفعل أعلم وتعني النشر بواسطة الإذاعة والتلفزيون والصحافة وهو يشير إلى حصول حقيقة العلم، أي معرفته للمتعلم وهو المتلقي³.

- الإعلام: من مادة علم والعلم نقيض الجهل، وعلم علما وعالم هو في نفسه تعليما، أدين بالشيء، إدنا وأذانا وأدانه علم به⁴.

2-2- اصطلاحا:

تعريف العلامة الألمانية أتوجروت: الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها، وميوها واتجاهاتها النفسية في نفس الوقت⁵.

- تعريف قاموس أكسفورد وكاسل: الإعلام هو الإخبار والتبليغ أو الإنباء، وكلها كلمات مترابطة تعني انتقال المعلومة بين الأفراد بحيث تصبح لهم لغة للتفاهم واصطلاحا للتعلم ووسيلة للمشاركة⁶.

¹ مزيش مصطفى، مصادر المعلومات ودورها في تكوين الطالب الجامعي وتنمية ميوله القرائية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه: علوم في علم المكتبات والمعلومات، قسنطينة، 2008-2009، ص23.

² محمد غياث مكتبي، الإعلام الإسلامي: ماهيته، خصائصه، أدواته، واقعه، وإشكاليته الراهنة، ورقة بحثية.

³ عادل السيد محمد علي، الإعلام الإسلامي: مفهومه، مشروعيته وضوابطه، المعهد العالي للعلوم الإدارية، بنجلاكس البحيرة، ص05.

⁴ المرجع نفسه، ص 5.

⁵ المرجع نفسه، ص5.

⁶ السيد محمد علي، الإعلام الإسلامي: مفهومه، مشروعيته وضوابطه، مرجع سابق، ص06

- الإعلام: تقابله كلمة information بالفرنسية وحسب روبرت إيسكايت فإن الإعلام هو ما ينقل ويستقبل ويزيد في المعلومة وتبادل إطلاع الجمهور بإيصال المعلومات إليهم عن طريق وسائل متخصصة تنقل كل ما يتصل بهم من أخبار ومعلومات تهتم وذلك بهدف توعية الناس وتعريفهم وخدمتهم بأمور الحياة¹.

- الإعلام لغة: التبليغ والإبلاغ أي الإيصال يقال بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب والبلاغ ما بلغك أي وصلك، وفي الحديث: "بلغو عني ولو آية" أي أوصلوها غيركم، ويقال أمر الله بلغ أي بالغ وذلك في قوله تعالى: ﴿وَاللَّهُ غَالِبٌ عَلَىٰ أَمْرِهِ﴾ أي نافذ، يبلغ

أين أريده².

كما يعرفه عبد اللطيف حمزة: بأنه تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة والحقائق الواضحة³.

- كما يعني مصطلح الإعلام تقديم الأخبار والمعلومات الدقيقة الصادقة للناس والحقائق التي تساعد على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور⁴.

2-3- التعريف الإجرائي للإعلام: في دراستنا هو نقل الأخبار والآراء للطلبة الجامعيين سواء كان النقل موضوعيا يعتمد الواقعية في منطلق عمله، أم كان نقلا مبالغا فيه يفتقر المصدقية والواقع من خلال مختلف الوسائل والأجهزة.

¹ قنشوبة عبد الرحمان زيان عاشور، معالجة الصحافة الجزائرية اليومية لقضايا البيئة، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 25، ديسمبر 2016.

² عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان: الأردن، 2014 ص13.

³ رحيمة عيساني، مدخل إلى الاتصال والإعلام: المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، عالم الكتب الحديث جدار الكتاب العالمي للنشر والتوزيع، الجزائر.

⁴ محمود حامد الحضر، الإعلام والانترنت، ط1، دار البداية للنشر والتوزيع 2012، ص18

3- تعريف الإسلام:

3-1- لغة: جاء في لسان العرب لابن منظور: "أن الإسلام من سلم وسلام: المسالمة وترك الحرب والسلام: الاستسلام وحكي السلم والسلم والاستسلام، ضد الحرب، وفي التنزيل: ﴿وَرَجُلًا سَلَمًا لِّرَجُلٍ هَلَّ يَسْتَوِيَانِ مَثَلًا﴾ الزمر الآية 29. ورجل سلما لرجل قلبسليم أي قلب سليم.

- **الإسلام والاستسلام:** الانقياد والإسلام من الشريعة، إظهار الخضوع وإظهار الشريعة والالتزام بما أتى به النبي، وبذلك يحقن الدم ويستدفع المكروه¹.
وقال ثعلب في التهذيب: "الإسلام باللسان والإيمان بالقلب".

ويقال فلان مسلم فيه قولان أحدهما هو المستسلم لأمر الله والثاني هو المخلص لله في العبادة، من قولهم سلم الشيء لفلان أي خلصه وسلم له الشيء أي خلص له والسلم الإسلام والسلم الانقياد والاستسلام² وقوله تعالى: ﴿وَلَا تَقُولُوا لِمَنْ أَلْفَىٰ إِلَيْكُمْ أَلَسَلَّمَ لَسْتُ مُؤْمِنًا﴾ النساء 94.

3-2- اصطلاحا:

يعرفه الشيخ الأزهر الإمام الأكبر: "محمد شلتوت" أنه دين الله الذي أوصى بتعاليمه في أصوله وشرائعه إلى النبي صلى الله عليه وسلم وكلفه تبليغه للناس كافة ودعوتهم إليه. وقد تلقى فيه محمد صلى الله عليه وسلم عن ربه القرآن الكريم، فبلغه عما تلقاه، وبين أوامر الله وإرشاده مجمله، وطبق بالعمل نصوصه ثم تلقاه عنه الناس جيلا بعد جيل كما تلقاه هو من ربه حتى وصل إلينا كما نزل متواترا، كما يضيف الشيخ "محمد شلتوت" إن الإسلام له شعبتان: شريعة وعقيدة، ويعرف العقيدة على أنها الجانب النظري الذي يطلب الإيمان به أولا وقبل كل شيء إيمانا لا يرقى إليه شك ولا تؤثر فيه شبهة، أما الشريعة فهي النظم التي شرعها الله أو شرع أصولها ليأخذ

¹ الناصر المكّي، الإسلام والدستور: دراسة قانونية وفقهية مقارنة لعلاقة الدين بالدولة في مختلف الأنظمة الدستورية، منشورات جمع الأطرش للكتاب المختص للنشر والتوزيع، تونس، 2014، ص10.

² نفس المرجع، ص11.

الإنسان بها نفسه في علاقته بأخيه المسلم وبالكون وبالحياء، ليصل إلى أن الإسلام لم يكن عقيدة فقط، ولم تكن مهمته تنظيم العلاقة بين الإنسان وربه فقط بل كانت شريعته وعقيدة توجه الإنسان إلى جميع نواحي الخير في الحياة¹.

3-3- التعريف الإجرائي للإسلام:

الإسلام هو خضوع وانقياد الطالب للشرعية والالتزام التام بما أتى به النبي صلى الله عليه وسلم دون الخروج عنه.

4- تعريف الإعلام الإسلامي:

تعريف الدكتور عمارة نجيب: هو بيان الحق أو الرشد للناس بكل الطرق والأساليب العلمية المشروعة يقصد جلب العقول والرشد وإشراك الناس في نوال الخير للإسلام وهديه في كل مجالات الحياة وأبعادها عن الباطل وإقامة الحجة عليهم، هذا ما يعنيه قوله تعالى: ﴿وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْمُونَ﴾ البقرة 142.

كما يقول د. عمارة: الإعلام الإسلامي يهتم بالأخبار بشرط الواقعية والصدق والفائدة العائدة على الناس من وراء نشر هذه الأخبار².

تعريف الدكتور محي الدين عبد الحليم: هو تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة نبيه بصورة مباشرة من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة، في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعني الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته³.

3- تعريف عبد الوهاب كيجل: هو الإعلام الذي يستخدم منهجا إسلاميا بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون عاملون بدينهم، يستخدمون الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والقيم

¹الناصر المكّي، مرجع سابق، ص11-12.

²صلاح مروى عصام، الإعلام الإسلامي المعاصر، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان: الأردن، 2014، ص123.

³المرجع نفسه، ص124.

الأخلاقية، والمبادئ والمثل الإسلامية في كل زمان ومكان في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجه والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب¹.

4-4- التعريف الإجرائي: للإعلام الإسلامي

هو ذلك الإعلام الذي يعني بنشر الأخبار الصادقة والواقعية، ونشر كل ما يعود بالفائدة على الأفراد، بالاعتماد على حقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسننه.

5- تعريف التنمية:

5-1- لغة: استخلاصا بالإطلاع على قواميس اللغة العربية فإن تنمية الشيء تعني ارتفاعه من موضعه إلى موضع آخر فقاموس المنجد يضمن: نَمَى الشيء، ينمي، نمياء، ونماء، وينميه المال وغيره: زاد وكثر، ونمى تنمية الشيء وجعله نامياً².

5-2- اصطلاحاً: يعد مفهوم التنمية من أهم المفاهيم العالمية في القرن 20 وهي النمو والزيادة، ونجد مساراً معقداً متعدد الأبعاد، يؤثر بالتالي على المجتمع بكافة مقوماته بما فيها الدين حيث أنها تسعى إلى زيادة مهارات الفرد وقابلية وزيادة حريته على الإبداع وزيادة شعوره بالمسؤولية، والتنمية تقصي التخلف وهي عملية تاريخية متراكمة، مستمرة ومتصاعدة، تلتقي على صعيدها خيارات الأجيال الماضية وخبرة الجيل الحاضر³.

- يمكن القول أن التنمية تتمثل في تلك التغيرات العميقة في الهياكل الاقتصادية والسياسية والاجتماعية للدولة والمفهوم العكسي للتنمية هو التخلف⁴.

¹ صلاح مروى عصام، المرجع السابق، ص125.

² عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد، الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، ط5، دار الفكر العربي، 2008.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام والتنمية، ط1، دار السميرة للنشر والتوزيع، عمان: الأردن، 2012- ص126.

⁴ إبراهيم العيسوي، التنمية في عالم متغير: دراسة في مفهوم التنمية ومؤشراتها، ط2، دار الشرق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص18.

II-3- التعريف الإجرائي للتنمية:

هي العملية المقصودة للتحويل نحو نظام سواء كان اجتماعي، سياسي، ديني أو سلوكي، وكل ما يخص ويتعلق بنظم حياة الطالب بهدف التقدم نحو حال أفضل من السابق، وهي التقدم والتطور والزيادة ليكتسب الطالب قيم سلوكية وروحية التي تحدث تغيرات على مختلف الأصعدة.

6- تعريف الوعي:

6-1- لغة: مصدر وعي وهو الحفظ والتقدير، الفهم وسلامة الإدراك، وعيت العلم أعيه وعيا، ووعى الشيء والحديث يعييه وعيا، وأوعاه: حفظه وفهمه وقبله فهو واع، وفلان أوعى من فلان أي أحفظ وأفهم، وفي الحديث لرسول الله صلى الله عليه وسلم قال: «نضر الله عبدا سمع مقالتي فوعاها، فبلغها من لم يسمعها، فربّ حامل فقه إلى من هو أفقه منه، ورب حامل فقه لا فقه له».

والوعي الحافظ الكتب الفقيه، وعليه لا وعي دون علم فكلما ازداد المرء علما وفهما ازداد وعيا¹.

- كلمة تدل على ضم شيء، وفي قواميس اللغة العربية وعيت العلم أعيه وعيا ووعى الشيء، والحديث يعييه وعيا وأوعاه، حفظه، وفهمه وقبله، فهو واع، وفلان أوعى من فلان، أي أحفظ منه وأفهم، والعي كلمة تعبر عن حالة عقلية يكون فيها العقل بحالة إدراك وعلى تواصل مباشر مع محيطه الخارجي عن طريق منافذ الوعي التي تمثل عادة بحواس الإنسان الخمس².

6-2- اصطلاحا: عبارة عن مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته، ويقوم بتحليلها والحكم عليها، وتحديد موقفه منها والتي تدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها، وفهم البيئة التي تحيط به.

¹ محمد بن حسن مشهور حمدي، الوعي وأثره في الحد من انتشار الظواهر السلبية لدى الشباب، التدخين والتخفيف نموذجاً، سلسلة أبحاث قضايا الشباب وتنميتهم جامعة تبوك، 2006، ص2.

² رواجي محمد، الهرمنيوطيقا والوعي النفي في الخطاب الفلسفي العربي المعاصر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، وهران، 2013/2012، ص13.

- هو حالة ذهنية تتمثل في إدراك الإنسان للعالم على نحو عقلي أو وجداني وتأسيسا على هذا يتجلى الوعي الإنساني في صور شتى بتباين المجال المدرك أو موضوع الوعي، حيث يعرف الإنسان أشكالاً متنوعة من الوعي، كالوعي الديني، العلمي، السياسي والأخلاقي¹.
- يعرفه الموسوي: مجموعة الاتجاهات والمشاعر والأفكار والمفاهيم، والتصورات التي تحدد إدراكه للواقع المحيط به، وفهمه له وتصوراته الراهنة والمستقبلية به².

6-3- التعريف الإجرائي للوعي:

يمكننا القول أن الوعي هو الاتجاهات والمشاعر والأفكار والمفاهيم التي تستهدف الطلبة الجامعيين لتوعيتهم دينياً.

7- تعريف الدين:

7-1- لغة:

بالكسر يعني العادة والشأن، ودانه يدينه دينا بالكسر أذله واستبعده والدين هو أيضا الجزاء والمكافئة، والمثل يقول: "كما تدين تدان" يعني كما تجازي تجازى بفعلك وتجنب ما فعلت³.

- هو اسم جامع لجميع ما يعبد به الله الملة، الإسلام، الاعتقاد بالجنان والإقرار باللسان، عمل الجوارح بالأركان⁴.

¹ محمد بن حسن منصور حمدي، المرجع السابق، ص2.

² المرجع نفسه، ص3.

³ صلاح الدين شروخ، علم الاجتماع الديني، دار العلوم للنشر والتوزيع، عناية، 2012، ص30

⁴ معجم الوسيط، ج1، 9992م، ص307.

7-2- اصطلاحا:

يعرفه الجرجاني، أنه وضع إلهي يدعوا أصحاب العقول إلى قبول ما هو عند الرسول صلى الله عليه وسلم والدين والملة متحدان بالذات، ومختلفان بالاعتبار والشريعة من حيث أنها تطاع تسمى ديننا ومن حيث أنها تجمع تسمى ملة، ومن حيث أنها يرجع إليها تسمى مذهبا، ولكن الفرق بين الدين والملة والمذهب هي أن الدين منسوب إلى الله تعالى والملة لرسوله والمذهب منسوب إلى المجتهد.

7-3- التعريف الإجرائي للدين:

هو الاعتقاد الراسخ والملة الصحيحة السوية لدى الطالب والتي تتجسد في مفهوم العبادة التي خلق من أجلها الإنسان المنعكسة في أفعاله النابعة من جوارحه.

8-1- تعريف الوعي الديني:

يقصد بالوعي الديني بدين الإسلام وتعاليمه الذي تتبناه الدولة الإسلامية أو تحاول نشره ترسيخه بين أفراد المجتمع الذي يكون الوحدة الإسلامية¹.

8-2- تعريف الوعي الديني إجرائيا: هو عملية تنبيه الفكر وإيقاظ المشاعر وتحسين سلوك شخصية الطالب الجامعي بشتى جوانبه الإدراكية والعاطفية والحركية من خلال تبني القيم والمبادئ الإسلامية وصياغة حياته وضبط واقعه مما يؤدي إلى تحسين علاقته بالله وبذاته وبغيره. ويمكن القول أنه إدراك الطالب الجامعي واستيعابه للحقائق الإسلامية ومبادئ الشريعة والعمل بها في حياته.

9- تعريف الطالب الجامعي:

9-1- تعريف الطالب الجامعي لغة: الجمع طلبة وطلاب، والمؤنث طالبة، وجمعها طالبات والطالب هو الذي يطلب العلم، يطلق على التلميذ في مرحلتي الثانوية والجامعة²

¹ محمد موسى محمد أحمد البر، وسائل الاتصال في الدولة الإسلامية ودورها في نشر الوعي الديني، المنهل، د.س، د.ص.

² معجم المعاني، موقع المعاني، متوفر على الرابط التالي: <https://almaany.comK>، تم الاطلاع عليه يوم 2020/02/11، على الساعة 12:14 ظهرا.

9-2- اصطلاحا: هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو التكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة، تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية الفاعلة في العملية التعليمية طيلة التكوين الجامعي، إذ أنه يمثل عدديا النسبة الغالبة في المؤسسة الجامعية¹.

9-3- التعريف الإجرائي للطالب:

هو فئة من فئات المجتمع الذين سمحت لهم كفاءتهم الانتقال من المرحلة الثانوية للجامعة ليتابعوا دراسة تخصص ما.

خامسا: أنواع الدراسة ومنهجها

إن طبيعة الموضوع هي التي تعرض نوع المنهج المتبع لإجراء هذه الدراسة، فالمنهج يعرف على أنه عبارة عن مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بعينه لتحقيق هدف بحثه، وبالتالي فالمنهج ضروري للبحث إذ هو يساعد الباحث في ضبط أبعاد مساعي أسئلة وفرضيات البحث².

كما يعرف بأنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتائج معلومة³.

على العموم فإن المنهج هو الطريقة التي يقبلها الباحث في دراسة المشكلة لاكتشاف الحقيقة من خلال جمع المعلومات ولبانات من جميع أعضاء مجتمع الدراسة⁴.

¹ فضيل دليو وآخرون، الجامعة تنظيمها وهيكلتها، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد1، قسنطينة، 1995، ص226.

² رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي للعلوم الاجتماعية، ط3، 2008، ص176.

³ كمال جاه الله الحضر، مدخل لمنهج البحث البعد اللغوي، مركز يوسف الخليفة لكتابة اللغات بالحرف العربي، جامعة إفريقيا العربية، 2011 ص3.

⁴ نادية سعيد عيسوز ومجموعة من الباحثين، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر، قسنطينة، الجزائر 2017، ص222.

أما فيما يخص دراستنا هذه فتندرج ضمن الدراسات الوصفية في مجال بحوث الإعلام، وتبرز أهمية هذه الدراسات في كونها الأسلوب الأكثر قابلية الاستخدام في دراسة الظواهر المتصلة بالإنسان ومواقعه وأرائه وعلاقته بالإعلام ووسائله وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج المسحي، إذا يمكننا أن نعرفه بأنه المنهج الأكثر استخداما في البحوث العلمية الكمية في مختلف المعارف والموضوعات وهو عبارة عن منهج وصفي يعتمد عليه الباحثون في الحصول على بيانات ومعلومات وافية و دقيقة تصور الواقع الاجتماعي والحياتي والديني في كافة الأنشطة الإدارية والاقتصادية والتربوية والثقافية والسياسية والعلمية وهم مثل تلك البيانات والمعلومات في تحليل الظواهر¹.

وقد قمنا باختيار منهج المسح بالعينة لكونه الأنسب في تحليل وتقديم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين، كما يقوم بتناول مختلف الظواهر الأخرى لتحديد درجة ارتباطها بالظاهرة محل الدراسة، وباعتمادنا عليه استطعنا الوصول إلى كشف المعلومات والبيانات الخاصة بالطلبة الجامعيين ومعرفة مدى إقبالهم على الإعلام الإسلامي.

سادسا: عينة الدراسة

عادة ما يتم اللجوء إلى استخدام العينة في مجال البحوث العلمية والاجتماعية منها، فيعتمد الباحثون في إجراء بحوثهم الميدانية وغيرها من الأبحاث الأخرى على طريقة لعينة المأخوذة من مجتمع البحث للوصول إلى المعلومات والحقائق التي تفي بالغرض النهائي للدراسة، وتسري هذه النتائج المتوصل إليها على كل مجتمع البحث.

فالعينة هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع البحث أو الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي².

¹ منال هلال مزاهرة، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط1، كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2011، ص102-103.

² زياد أحمد الطوسي، مجتمع الدراسة والعينات، مديرية التربية لواء الشراء، 2000-2001، ص6.

وقد اعتمدنا في دراستنا على أسلوب العينة القصدية وهي عينة غير احتمالية يكون فيها الاختيار كفي من قبل الباحث للمبحوثين استنادا إلى أهداف بحثه¹، وقد اعتمدنا على هذه العينة لأننا قصدنا فيها طلبة قسم الإعلام والاتصال الذين يقبلون على الإعلام الإسلامي والذي يعد مجتمع البحث الذي نُجري عليه هذه الدراسة الميدانية.

وعلى هذا الأساس قمنا باختيار 10% من مجتمع البحث (100%) والذي يمثل 882 مفردة (طلاب قسم علوم الإعلام والاتصال) وفق:

$$100\% \rightarrow 882 \text{ مفردة } \chi = \frac{10 \times 882}{100} = 88$$

$$10\% \rightarrow \chi \quad n = 88$$

ويمكننا القول أن العينة القصدية هي العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص لأولئك الأفراد دون غيرهم، ولكونها من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة، كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توافق البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة للمجتمع الأصلي².

¹ معن خليل العمر، مناهج البحث في علم الاجتماع، ط1، دار الشروق للنشر، الأردن، 2004، ص208.

² محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للنشر والطباعة، الأردن، 1999، ص96.

سابعاً: أدوات جمع البيانات

يعتمد نجاح البحث العلمي وتحقيق أهدافه العلمية على حسن اختيار الأدوات الملائمة للحصول على المعلومات والبيانات المطلوبة عن الظاهرة أو المشكلة، وفي دراستنا هذه قد اعتمدنا على استبيان الاستمارة كونه الأداة الأكثر استخداماً في مثل هذا النوع من البحوث وكذا الأكثر ملائمة.

- والاستبيان بمعنى ظهر واتضح، والشيء استوضحه وعرفه، وقد ظهر في القرآن الكثير منها وقال تعالى: ﴿وَكَذَلِكَ نَفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ﴾. الأنعام 155.

- ويعرف اصطلاحاً بأنه: مجموعة من الأسئلة التي يتم الإجابة عنها من قبل المفحوص بدون مساعدة الباحث الشخصية أو من يقوم مقامه².

- ويعرف الاستبيان على أنه مجموعة من الأسئلة المرتبطة ببعضها البعض تهدف إلى تحقيق غاية واحدة والمبرزة في إشكالية البحث والتي يسعى لها الباحث، حيث يقدم الاستبيان إلى مجموعة من الأفراد الذين تم اختيارهم من خلال العينة للإجابة على الأسئلة المدونة، كما أن عدد الأسئلة غير محدود هنا يعود إلى طبيعة الموضوع والعناصر المطروحة في الإشكالية، ولكن يجب أن تكون هذه الأسئلة هادفة وواضحة تهدف لمعالجة كل الجوانب المطروحة من قبل الباحث³.

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على استمارة استبائية واحدة وزعت على كافة مفردات العينة وحاولنا فيها قدر الإمكان أن تكون الأسئلة ملهمة وواضحة متبعين في ذلك الخطوات المنهجية المتعارف عليها في تصميم الاستمارة، كما احتوت هذه الاستمارة على أسئلة مفتوحة وأخرى مغلقة،

¹ زياد علي الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، مطبعة أبناء الجراح، غزة، فلسطين، 2010، ص15.

² المرجع نفسه، ص17.

³ نجوس الصديق، منهجية البحث العلمي، ط2، دار قرطبة للنشر والتوزيع، 2012، ص63.

وبعد الانتهاء منها قمنا بعرضها على أساتذة محكمين، وعلى ضوء ملاحظاتهم واقتراحاتهم قمنا بما يلزم من تعديل لتتخذ الاستمارة شكلها النهائي.

ثامنا: الدراسات السابقة

من خلال مراجعاتنا السابقة التي تناولت موضوع دور الإعلام الإسلامي في تنمية الوعي الديني لاحظنا قلة وندرة الدراسات والبحوث حوله، لكن حاولنا الوصول إلى الدراسات التي تشابه موضوع بحثنا والتي سنذكرها فيما يلي:

- **الدراسة الأولى:** الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي في حاضر اليوم، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير، من إعداد الطالبة سميرة إبراهيم المكاوي (1437هـ/2016م).

1- تساؤلات الدراسة:

- هل الإعلام الإسلامي اليوم موجود أم لا؟
- تأثير الواقع على الشباب المسلم من الإعلام الإسلامي أم الغربي؟
- كيف يكون السعي إلى تحقيق الإعلام الإسلامي؟

2- أهداف الدراسة:

- أما فيما يخص الأهداف وقد كانت كالتالي:
- توعية الشباب ووضع البديل لهم من أجل إعلام إسلامي.
- معرفة حقائق الإعلام الغربي وما يظهر لنا من أعماله الظاهرة وما يبطن من أعماله الفاضحة لهدم القيم الإنسانية.

3- منهج الدراسة:

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتبر المنهج الملائم في كتابة مثل هذه الأبحاث، حيث أنها قامت بوصف كامل للإعلام الإسلامي والإعلام الغربي.

4- نتائج الدراسة:

وفيما يخص نتائج الدراسة فقد كانت كالتالي:

- للإعلام الإسلامي دور في تنمية المجتمع.
- الإعلام الغربي يؤثر على قيمنا الإسلامية.
- الإعلام يؤثر في التربية بصورة مباشرة.
- الإعلام يشارك في تقوية الروح الدينية.
- الإعلام الغربي لا يحتوي الدقة والصدق إلا قليلا بالبرامج الإخبارية والتحليلية في القنوات الغربية.

5- التعقيب على الدراسة:

تنحصر هذه الدراسة في الدور الذي يلعبه الإعلام الإسلامي في ظل الإعلام الغربي، وهي تتشابه مع دراستنا كونها تبحث عن الدور الذي يلعبه الإعلام الإسلامي، كما أنها تتشابه أيضا في أداة جمع البيانات المتمثلة في استمارة الاستبيان، وكذلك مجتمع الدراسة المتمثل في المجتمع الإسلامي لكنها تختلف من حيث العينة إذ أننا قمنا في دراستنا باختبار فئة معينة وهي فئة الطلاب، لكن في هذه الدراسة تم تعميم المجتمع ككل، كما تختلف أيضا من حيث المنهج المستخدم كون دراستنا تعتمد على منهج المسح بالعينة، أما هذه الدراسة اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، وقد ساعدتنا هذه الدراسة في صياغة مشكلة بحثنا وتحدد أداة جمع البيانات المناسبة بما يحقق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها.

الدراسة الثانية:

الوعي الديني عن طلاب المرحلة الابتدائية وعلاقته ببعض المتغيرات التنشئة الاجتماعية بمنطقة الباحه، جامعة أم القرى، كلية التربية، قسم التربية الإسلامية المقارنة بحث مكمل لنيل درجة الدكتوراه، تخصص الأصول الإسلامية للتربية الإسلامية، من إعداد الطالب عبد الله عائد سعد الغامدي (1437هـ/2016م).

1- تساؤلات الدراسة:

- ما مستوى الوعي الديني لدى طلاب المرحلة الابتدائية؟
- ما العلاقة بين درجة الوعي الديني لمتغيرات التنشئة الاجتماعية المتبعة في المجتمع؟
- هل يختلف الطلاب منخفضو ومرتفعو درجة الوعي الديني في التأثر بمتغيرات التنشئة الاجتماعية؟
- ما مستوى تأثير متغيرات التنشئة الاجتماعية على طلاب المرحلة الابتدائية بالباحه؟

2/ منهج الدراسة

وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي الارتباطي الذي يعتبر المنهج المناسب لكتابة مثل هذه الأبحاث.

3/ أهداف الدراسة:

التعرف على مستوى الوعي الديني لدى طلاب المرحلة الابتدائية في ظل متغيرات التنشئة الاجتماعية بالمجتمع، ومعرفة طبيعة العلاقة بينهما، وأي من متغيرات التنشئة الاجتماعية قد يكون لها الأثر الأكبر في شكل الوعي الديني لدى الطلاب المرحلة الابتدائية في ظل التغيرات المجتمعية بمنطقة الباحه.

-تحديد مستوى الوعي الديني لدى الطلاب المرحلة الابتدائية بمنطقة الباحه.

- بيان أهمية دراسة الوعي الديني في المرحلة الابتدائية.

- تحديد أهم المتغيرات التي تسهم في تشكيل هذا الوعي الديني لدى هؤلاء الطلاب.

4- نتائج الدراسة:

- وجود درجة أو مستوى جيد من الوعي الديني لدى طلاب المرحلة الابتدائية .

- وجود تأثير واضح لمتغيرات التنشئة الاجتماعية على طلاب المرحلة الابتدائية.

- وجود علاقة ارتباطية ايجابية ذات دلالة إحصائية بين درجة الوعي الديني لدى طلاب المرحلة الابتدائية.

5- التعقيب على الدراسة

تنحصر هذه الدراسة على التعرف على المستوى الوعي الديني لدى طلاب المرحلة الابتدائية في ظل متغيرات التنشئة الاجتماعية بالمجتمع ومعرفة متغيرات التنشئة الاجتماعية وأن لها الأثر الأكبر في تشكيل الوعي الديني لدى طلاب المرحلة الابتدائية وهنا تشابه مع دراستنا، حيث أنها تبحث عن شكل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين، هذه الدراسة لا تختلف عن دراستنا في كونها تبحث في مجتمع مسلم وهو مجتمع الباحة بالسعودية، لكنها تختلف من حيث المنهج وهو المنهج الوصفي الارتباطي بينما دراستنا هي دراسة وصفية اعتمدت على المنهج المسحي (المسح بالمعينة)، أما فيما يخص العينة هنا فقد تم اختيارها عشوائية من مدارس التعليم الابتدائي بمنطقة الباحة على غرار دراستنا التي اعتمدنا فيها على العينة القصدية لكون المجتمع معروف وهو طلاب الإعلام والاتصال، وكذلك تختلف من حيث أداة الدراسة حين أننا اعتمدنا في دراستنا على استمارة الاستبيان وهنا اعتمد الباحث على مقياس الوعي الديني ومقياس التنشئة الاجتماعية وكلاهما من إعداد الباحث نفسه. وقد ساعدتنا هذه الدراسة في صياغة المشكلة واختيار نوع أداة الدراسة المناسبة لبحثنا وبما يحقق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

الدراسة الثالثة:

الإعلام الإسلامي في مواجهة العولمة، جامعة الجزائر يوسف بن خدة كلية العلوم السياسية والإعلام والاتصال، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال في تخص اقتصاديات وتكنولوجيا وسائل الإعلام من إعداد الطالبة فافة حسيبة سنة (2008م.2009م).

1- تساؤلات الدراسة:

وقد توزعت تساؤلات هذه الدراسة كالآتي:

- ما هي القيم المستهجنة والغريبة عن المجتمع الإسلامي التي تحاول العولمة تكريسها.
- هل يمكن مقاومة العولمة عن طريق الثقافة الإسلامية؟.
- ما هو المضمون القيمي التي تروج له الفضائيات الإسلامية؟.
- وما مدى تطابق دلالات نصوص البرامج مع الوقائع والأحداث والسلوك؟.

2- أهداف الدراسة :

وتتمثل أهداف هذه الدراسة فيما يلي:

- تشخيص أبرز التحديات العالمية المعاصرة (العولمة) التي تواجه الإعلام الإسلامي من خلال مقوماتها وآلياتها وفعاليتها في التأثير على الجانب الأخلاقي في تكوين المسلمين.
- إلقاء الضوء على القيم الدخيلة والتي تروج لها العولمة باعتبار ذلك بعد أساسيا من أبعاد الأمن في المجتمع المسلم.
- دراسة بعض الأبعاد الفاعلة التي يساهم من خلالها الإعلام الإسلامي الفضائي في البيئة الأخلاقية المجتمعية.

3- منهج الدراسة:

هذه الدراسة تقع ضمن نطاق الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة معينة، بهدف الحصول على المعلومات كافية ودقيقة عنها.

4 نتائج الدراسة:

وقد كشفت هذه الدراسة على النتائج التالية:

- لم تلجأ تقريبا جل المضامين إلى التأويلات الفقهية الكثيرة والخوض في أخلاقيات ومذاهبها المتنوعة، لأنه كانت أحد العوائق التي حالت بين المسلمين وبين واقعهم، لم يكن هناك اجتهادا في قضايا فقهية مختلفة عليها، لان الاجتهاد الفقهي في مثل هذه القضايا ينبغي أن يحكمه ضوابط مسبقة لعل أولها رد هذه القضايا إلى علماء الأمة من الفقهاء الذين صفوا الأحكام المناسبة لها.
- قدرة الرعاة المقيمين لهذه البرامج على الاستعانة بالمنهجية المقارنة وعلى الأساليب الأكاديمية في توكيد مختلف الآراء في حقيقة الإسلام وقيمة وآثار الالتزام به، وآثار الانفكاك من أحكامه.
- يظهر من خلال التحليل النوعي للبرامج، أن هناك اتجاهها عقلانيا رشيدا يحاول تفهم قوانين العولمة دون التسليم بحتمية القيم التي تجلبها ويعرف كيفية المواجهة للمحافظة على الهوية الإسلامية، الثوابت العقدية والثقافية، مع معايشة العصر بفكر منفتح ورأي وسلوك رشيد.

5- التعقيب على الدراسة:

تنحصر هذه الدراسة على الإعلام الإسلامي في مواجهة العولمة حيث حاول فيها الباحث بإيصال وفهم قوانين العولمة من جهة لكن دون التخلي عن القيم والمحافظة على الهوية الإسلامية، وزيادة الوعي بالسلوكات الرشيدة في ظل العولمة، وتتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في جانبها النظري، فقد ساعدتنا كثيرا في بناءه، لكنها تختلف من حيث العينة والأداة كون دراستهم دراسة تحليلية استخدمت أداة استمارة تحليل المضمون، على غرار دراستنا التي اعتمدت على استمارة الاستبيان كذلك اختلفت في المنهج فقد اعتمدت على منهج البحث الوصفي، أما دراستنا فقد استندنا على

منهج المسح بالعينة، لكن بالرغم من هذا الاختلاف إلا أنها كانت مفيدة لنا وساعدتنا في بناء إشكالية البحث، وكذلك الجانب النظري وخاصة ماذا يعني الإعلام الإسلامي.

المقاربة النظرية:

1- تعريف النظرية

حسب لسان العرب لابن منظور، هي ترتيب أهم معلومة على وجه يؤدي إلى استعمال ما ليس بمعلوم وقيل النظر طلب علم عن العلم¹. هناك قول يقول أن النظرية العلمية نسق تصوري تمت صياغته في ضوء الخبرة بالمعرفة العلمية المتاحة، وفي ضوء الخبرة بالواقع التاريخي والمعاصر للظواهر وحركتها، يصف هذا النسق ويفسر خصائص الظواهر ومكوناتها وحركاتها وعلاقات هذه الظواهر ببعضها أو مستقبل هذه العلاقات ولهذا يتألف هذا النسق من مفاهيم وقضايا ومقولات نظرية وقوانين، ويستند النسق بجانب مصادر صياغته المذكورة على فلسفة واضحة أو كامنة لها رؤيتها للإنسان أو المجتمع أو الكون أو لها جميعاً².

- رينولدز: يرى أن مصطلح النظرية واستخدامه سوف يشير إلى الأحكام مجردة تعتبر جزءاً من المعرفة العلمية سواء كانت مجموعة من القوانين أو البديهيات أو صيغ عمليات عليه³.

- ويرى ويلر أن النظرية هي مجموعة متكاملة من العلاقات على مستوى معين من الصدق.

تعريف إجرائي للنظرية: هي مجموعة من القضايا المجردة والمنطقية تحاول أن تفسر العلاقات بين الظواهر.

¹ بسام عبد الرحمان المشافية، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع عمان، الأردن، 2014، ص 79

² أحمد سليمان أبو زيد، نظرية علم الاجتماع، رؤية نقدية راديكالية، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، 2006، ص 22.

³ جبراهم كينلوش، تمهيد في النظرية الاجتماعية: تطورها ونماذجها الكبرى، تر: الدكتور محمد سعيد فرح، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية: مصر، 1989، ص 21.

2- النظرية البنائية الوظيفية وظهورها:

شجت الوظيفة فكرة فهم المجتمع في ضوء تاريخه، كما شجت فكرة مراحل التطور، وفي المقابل ذلك حاولت أن تفهم المجتمع في ضوء ظروفه المعاصرة، وفي ضوء العلاقات المتبادلة بين مكوناته، وتعتمد النظرية البنائية الوظيفية في تحليلاتها على مفهومين رئيسيين وهما مفهوم البناء structure، ومفهوم الوظيفة¹ function.

مفهوم البناء يشير إلى العلاقات المستمرة الثابتة بين الوحدات الاجتماعية بينما يشير مفهوم الوظيفة إلى النتائج أو الآثار المترتبة على النشاط الاجتماعي، فالبناء يكشف عن الجوانب الهيكلية الثابتة بينما تشير الوظيفة إلى الجوانب الدينامية داخل البناء الاجتماعي، ولقد استخدم الوظيفيون مفهومها ثالثاً هو مفهوم النسق الاجتماعي sociolsystem، والذي من خلاله أمكن تحليل الجوانب الهيكلية البنائية والجوانب الدينامية الوظيفية، فالمجتمع نسق يتكون من مجموعة من الأنساق الفرعية يؤدي كل منها وظيفة محددة ولقد ظهرت عبر تراث طويل امتد من القرن التاسع عشر حتى وقتنا الحاضر ويساهم فيها عدد كبير من العلماء، ومن ثم فقد تعددت صورها وتباين فيها الإسهامات النظرية، وفي ضوء ذلك فإن تحليلاً للتغير الاجتماعي، ومن وجهة نظر الوظيفية يتطلب التوقف عند بعض صور الوظيفة التي بدأت في الظهور منذ القرن التاسع عشر حتى الآن²

هذه النظرية عكست أعمال أربع منظرين كبار هم تالكوت بارسونز، وولتر بكلي، وأتريوين، وإدوارد ترياكيان، الذين حاولوا تطبيق المنال العضوي على حاجات النسق في المجتمع المعاصر، إذ أن المجتمع يتكون من أنساق الحاجات المتساندة والتي تترابط وتفاعل وتتطور تلقائياً موجهة إلى تحقيق التوازن فيما بينها.

¹ جراهم كينلوش، تمهيد في النظرية الاجتماعية : تطورها ونماذجها الكبرن المرجع السابق، ص 22.
² أحمد زايد، علم الاجتماع ودراسة المجتمع: مداخل النظرية، ط1، مصر، 2005، 2006، ص 207

كما تكمل وظائف كل نسق وظائف الأنساق الأخرى، وعلى هذا النحو يمثل النسق الاجتماعي أو البناء أو وظيفة ما أو يعبر عن حاجات أساسية خاصة للنسق.

فرضيات النظرية:

المجتمع موجود ويتصف بحقيقة مستقلة أو وجود مستقل في صورة نسق اجتماعي يحمل خصائص مماثلة لأنساق الأخرى في الكون.

وتبعاً لذلك فالموضوع الأساسي هو دراسة أو اكتشاف السمات والخصائص الأساسية لهذا النسق الاجتماعية وأسلوب وطريقة تطوره لبلوغ أقصى حد من التغيير الاجتماعي المنظم فالبنائية تهتم بالنسق الكلي والتطور وتؤمن بالخصائص الطبيعية¹.

كما كان يرى واد كليف براون بأن النظم تعبر عن التكامل الاجتماعي من خلال الحاجة الملحة للبقاء الاجتماعي، وهذا الافتراض تناوله كثيراً دوركايم في دراسة عن تقييم العمل الاجتماعي. معينة من التكامل، وإن حدث من ذلك فكيف يمكن اعتبارها أنها تشكل أنظمة؟ فالأنظمة الاجتماعية هي التي توفر التكامل، ومن أجل ذلك يرى ميرتون أن درجة التكامل لا بد من البحث عنها أو اكتشافها والتحقق منها امبريقياً ولذلك يبقى افتراض وجود درجة عالية من الوحدة الوظيفية في أي نظام اجتماعي يدعونا إلى التساؤل حول مستويات التكامل الموجود في مختلف النظم، والتساؤل كذلك حول أنواع التكامل المختلفة التي يمكن تبيينها، وهل تتوفر للتكامل درجات متباينة لمختلف أجزاء النظام².

- يعتقد ميرتون أن التزام التحليل الوظيفي بفرضية هذه الوحدة الوظيفية أو ما يسمى بتكامل الكل الاجتماعي يؤدي بنا إلى الانحراف أو الابتعاد عن معرفة النتائج المختلفة للعناصر الاجتماعية والثقافية المتاحة لمؤسسات والأعراف والمعتقدات فيما يخص الجماعات الاجتماعية المختلفة، وهذا ما أدى

¹ تمهيد في النظرية الاجتماعية، تطورها ونماذجها الكبرى، مرجع سابق، ص 222.

² رابح كعباش، الاتجاهات الأساسية في علم الاجتماع، مخبر علم الاجتماع، قسنطينة، 2007، ص 117.

ميرتون أن يتساءل عن القيمة التوضيحية أو الإرشادية لغرض يمكن أن يحول الاهتمام أو ينحرف بعيدا عن التساؤلات النظرية أو الإمبريقية الهامة¹.

وعليه ينبغي أن يتوجه الاهتمام من فرضية الوحدة الوظيفية إلى دراسة أنماط ونماذج ومجالات ومستويات التكامل الاجتماعي وما ينجم عنها وجود عناصر لقطاعات معينة من الأنظمة الاجتماعية، وفقا بذلك وجه ميرتون التحليل الوظيفي بعيدا عن الاهتمام بالأنظمة الكلية، واتجها بها نحوى التأكد على كيف أن مختلف أنماط التنظيم الاجتماعي داخل الأنظمة الاجتماعية الأكثر شمولا لا تنشأ وتدعم وتتغير ليس فقط ودائما بمتطلبات النظام الكلي وإنما أيضا بالتفاعل المتبادل للعناصر الاجتماعية الثقافية داخل الكليات النظامية² systemcwhotes.

رواد النظرية البنائية الوظيفية:

ترتبط النظرية البنائية الوظيفية المعاصرة بمجموعة فريدة من العلماء المميزين في علم الاجتماع عامة وتحليلاتهم في النظرية السوسيولوجية خاصة وما بينهم.

- روبرت ميرتون: فقد تميزت إسهاماته بمجموعة من الخصائص الهامة وأدت إلى تطور البنائية الوظيفية بصورة ملحوظة، فقد ظهرت تحليلاته منذ بداية الأربعينيات من القرن العشرين متلازمة مع غيرها من تحليلات رواد هذه النظرية ولا سيما تحليلات بارسونز الوظيفية وقد ارتبطت تحليلاته بدراسته الامبريقية وهذا ما لم تتوافر في تحليلات بارسونز كما جاءت اهتمامات ميرتون سواء من خلال عمله في جامعة temple univ أو جامعة هارفارد harvaduniv ليتأثر بكتابات عدد من علماء البنائية الوظيفية من أمثال لازرسفيلد lazardsfeld وسروكين p.sorokin بالإضافة إلى بارسونز parsons، كما قد شغل ميرتون منصب رئيس مكتب البحث الاجتماعي التطبيقي، في جامعة كولومبيا colmbia.univ لعدة سنوات ورئيس للجمعية السوسيولوجية الأمريكية.

¹ رابح كعباش، المرجع السابق، ص 119.

² المرجع نفسه، ص 119.

- وقد أعطى ميرتون للوظيفة تفسير معايير باعتماده على التفاعل الاجتماعي وتصوره لمتطلبات النسق والربط بين الوظيفة والدافع على الرغم من اختلافها¹

- أدوارد تيركان:

تعددت اهتمامات أدوارد تيركان e.tiryatian في مجال البنائية الوظيفية المعاصرة ويعتبر من أبرز علماء مدرسة جامعة هارفارد حيث التحق بالعمل في الكثير من أقسام الاجتماع في جامعة برونستون وديوك وغيرها من الجامعات الأمريكية، ويعتبر من زملاء ميرتون وبارستور وموركين وإن كان قد تأثر كثيرا بتحليلات الأخير، وتركزت أعماله السوسيولوجية في محاولته لتطبيق منهج الإثنوميثودولوجي والمنهج الفيثومولوجي في دراسات متعددة وخاصة دراسة البنائية الوظيفية والعلاقة بين علم الاجتماع والعلوم الاجتماعية الأخرى والمذهب الفلسفي الوجودي وعملية تغير الأنساق والنظم الاجتماعية وله عدة مؤلفات أهمها النزعة السوسيولوجية والقيم والتغير.

- تالكوت بارسونز 1902:

كان الهدف الأساسي من اهتمام بارسونز بالتنظير صياغة نظرية عامة عن المجتمع، أي وضع نظرية تطبق على المجتمعات باعتبارها جزءا من كل أنساق الحياة، وتستند مثل هذه النظرية في التنظيم الاجتماعي على رؤيته للكائن الإنساني باعتباره فاعلا يصنع القرار، ويخضع لضغوط معيارية وعوامل الموقف التي تحدد وتعرف حاجات النسق أو وظائفه لفهم السلوك الاجتماعي وعلاوة على ذلك وحسب هذه الرؤية فالمجتمعات تتصف بخصائص عامة ومن ثم فبالإمكان أن نضع نظريات تطبق على كل المجتمعات، وتفسر نموذجا ولقد افترض بارسونز أن النسق الاجتماعي يوجد وجودا قائما بذاته أي أنه افترض أن المجتمع يمتلك حقيقة مستقلة عن وجود الأفراد كنسق للتفاعل كما افترض أن البناء الاجتماعي والأنساق الجزئية في المجتمع يعبر عن عدد من الوظائف الرئيسة

¹ عبد الله محمد بن عبد الرحمن وآخرون، النظرية في علم الاجتماع: النظرية السوسيولوجية، الجزء الثاني، دار المعرفة الجامعية، بيروت، 2005.

الأساسية أو عن عدد من مشكلات النسق الأساسية، وتتكون هذه الوظائف من التكامل، والمحافظة على النمط، وإدراك الهدف والتوافق.

فالنسق الاجتماعي بدوره يتكون من أربعة أنساق فرعية.

أ- الجماعة الاجتماعية (معايير التكامل).

ب- نسق المحافظة على النمط (قيم التكامل)

ج- النسق السياسي (إدراك الهدف)

د- النسق الاقتصادي (التكيف)¹.

الانتقادات الموجهة للنظرية:

إن الوظيفة تعاني من نواحٍ سلبية في أفكارها من هنا وجهت إليها العديد من الانتقادات التي يمكن إيجازها بما يلي:

1- عدم الاتفاق بين الوظيفيين على وحدات الدراسة فمالينوفكسي مثلاً اختار جماعة الاجتماعية التي أطلق عليها نظاماً، أما روبرت كين وهيلين ليند فقد اهتم بدراسة الحاجات الإنسانية التي يشبهها المجتمع، أما ميرتون وليفي فقد صمما إطاراً شاملاً للملاحظة السوسولوجية، بينما كانت دراستهما مهمة في المحل الأول بتناول البناءات الاجتماعية².

2- ليس هناك اتفاق بين الوظيفية حول تعريف معين ومحدد لعلم الاجتماع فبعضهم لاسيما غير علماء الاجتماع منهم يحاولون ربط علم الاجتماع بالانثروبولوجيا الحضارية.

3- تعاني المناهج المستخدمة في الاتجاه الوظيفي من ضعف ظاهر، لأنها تعتمد في أغلب الأحيان على حدس الباحث أو قدرته على ملاحظة الوظائف المختلفة التي تؤديها البناءات الفرعية أو وحدات النسق.

¹ اتجاهات الأساسية في علم الاجتماع، مرجع سابق، ص 225.

² عين ناصر القریش: المداخل النظرية لعلم الاجتماع، الطبعة 1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011-1432، ص 170.

4- جاءت معظم تحليلات الوظيفيين لتؤكد على مسلمات أساسية تؤكد على التوازن
equilpurn والتكامل integration وإدارة التوتر tension mamuget والتجانس
homogenous قللت من أهمية وجود الصراع conflict

5- يرى معظم نقاد الاتجاه الوظيفي من أمثال يتماشيف وجون ركس ورايت ميلز وغيرهم إن
معظم كتابات أصحاب هذا الاتجاه التقليدية والمعاصرة وضعت بأسلوب بالغ التعقيد ومن الصعوبة
فهم الأفكار العامة التي يقوم عليها هذا الاتجاه لاسيما من قبل المبتدئين من الباحثين في النظرية
السوسيولوجية أو المهتمين بقضايا هذا الاتجاه بصورة خاصة.

6- يكاد يتفق بعض المنشغلين في علم الاجتماع منهم على سبيل المثال دافيز وكوهين على أن
الوظيفية لم تهتم بالتغير الاجتماعي لأنها ركزت اهتمامها الشديد على تكامل البناء الاجتماعي
وعندما حاولت بعض الاتجاهات الفرعية أن تتلاقى الانتقادات الموجهة الوظيفية بشأن التعبير
الاجتماعي، اعترفت بتغير هادئ تدريجي يرتبط بالتغيرات الخارجية وليس التغيرات الداخلية¹.

7- يوصف الاتجاه الوظيفي أنه اتجاه متحيز ايدولوجيا بتركيزه على دراسة المجتمع الرأسمالي أو
الرأسمالية سواء من حيث النشأة التاريخية والتطورية، حيث وجد الوظيفيون التقليديون والمعاصرون إن
النظام الاجتماعي الرأسمالي عند النشأة التاريخية والتطورية، حيث وجد الوظيفيون التقليديون
والمعاصرون أن النظام الرأسمالي عند النشأة الأولى في أوروبا الغربية أو ازدهاره في الولايات المتحدة يمثل
تجسيدا حيا وواقعا لتفسير آرائهم البنائية الوظيفية، تأكيدهم باستمرار على ضرورة التوجه
الأيدولوجي لنسق الأفكار والمعتقدات والقيم بمفهومها العام لمناصرة النظام الرأسمالي الفرعي لاسيما
أن المجتمع الرأسمالي الغربي يدعم المساواة والحرية والديمقراطية ويفرض العنف والقوة والصراع ويدعوا إلى
الأمثال من جانب جميع الطبقات الاجتماعية التي يجب أن توجه أنساقها القيمة نحو المحافظة على
هذا النمط من المجتمعات يلخص نيل سملسر الانتقادات السابقة بتأكيد على أن الوظيفية ليس إلا

¹ عين ناصر حين القريش، المدخل النظرية لعلم الاجتماع، الطبعة 1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011-1432، ص 170.

تنوعا وتميما للنزعة العضوية وإنها أغفلت كثيرا من الأبعاد البنائية مثل الصراع والتغيير والتدرج الاجتماعي، وإنها لا تحتوي نسقا فكريا حول الطبيعة الإنسانية وأخيرا فإن الباحث الذي يلتزم بها يتمسك في الوقت ذاته بالإيديولوجيات المحافظة¹.

إسقاط النظرية:

اعتمدنا في هذه الدراسة على نظرية البنائية الوظيفية التي ترى أن المجتمع عبارة عن نسق اجتماعي له سمات وخصائص فالنظم الاجتماعية مترابطة ومتكاملة تؤدي وظيفة موحدة، لدى سنتناول في بحثنا هذا عن دور الإعلام الإسلامي في تنمية الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين لأن الإعلام الإسلامي يمثل أحد أهم الأنظمة الاجتماعية والذي بدوره يؤدي وظيفة من أجل تحقيق التكامل لأجزاء ذلك النظام والذي يتمثل في الوعي الديني لدى أهم انساق هذا المجتمع وهم الطلبة الجامعيين من أجل تلبية حاجاته ومتطلباته الدينية من خلال الإعلام.

نظرية الاستخدامات والإشباع:

تهتم نظرية الاستخدامات و الإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة خلال عقد الأربعينات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام².

ويشير ويرنزوتاكرد إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ منذ وقت مبكر في الثلاثينات، حيث أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور على قراءة الكتب، ومسلسلات الراديو، والصحف اليومية، والموسيقى الشعبية، وأفلام السينما ، وذلك للتعرف على

¹ عين ناصر حين القریش، المرجع السابق ، ص 172.

² حسن عماد مكاوى، ليلي حسين السيد، اتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة، دار المصرية، اللبنانية، 1998، ص 239.

أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام والنتائج التي تترتب على ذلك للرأي العام، وخلال سنوات الحرب العالمية الثانية أصبح هناك كم وفير من المعلومات حول استخدامات وسائل الإعلام والإشباع التي تحققها، واستمر الاهتمام بهذه الدراسات في الأربعينات في أعمال لازارسفيلد ووستاثون و(بيرلسون) وفي الخمسينات في أعمال ويلز (وفريد سون) وماك كومي في الستينات، وفي أعمال (سترام) و (ليل) و(باركر)¹.

فروض النظرية:

يركز مدخل الاستخدامات والإشباع على كيفية تأثير توجه واهتمام الجمهور المسبق على طريقة تعامله مع وسائل الاتصال، فنظرا لأن دوافع الجمهور توجد أصلا في حاجاته الاجتماعية والنفسية، فإن التأثير سوف يكون من الجمهور على وسائل الاتصال لأنه هو الذي يستخدمها لتحديد طرق وأنماط استخدام وسائل الاتصال المختلفة.

ويركز هذا المدخل على مجموعة من الافتراضات المترابطة وغير النائية والتي أشار إليها ليندبرجوهيولتون 1968 بأنها تشكل مدخل الاستخدامات والإشباع.

1 - إن الجمهور نشيط، ولذلك فإن استخدام وسائل الإعلام يمكن اعتباره هدفا موجهها يقصد به تلبية احتياجات هذا الجمهور وتوقعاته منها.

- يقوم الجمهور بعملية ربط بين الاحتياجات التي يسعى لتلبيها من وسائل الإعلام وبين اختبار هذه الوسائل.

- تنافس وسائل الإعلام مع مصادر الاتصال الأخرى الموجودة في محيط الفرد كالعائلة والأصدقاء وأنشطة أوقات الفراغ وذلك لتلبية وإشباع حاجياته.

¹ حسن عماد مكاوي، المرجع السابق، ص 240.

- تستمد أهداف التعرض لوسائل الإعلام من أفراد الجمهور أنفسهم فالأفراد يستطيعون دائما تحديد احتياجاتهم ودوافعهم لو سئلوا عنها.
- الحكم على الثقافة الجماهيرية التي تنشرها وسائل الإعلام، يجب أن توجد من آراء وتوجهات الأفراد أنفسهم الذين يتعرضون لوسائل الإعلام وليس من هذه الوسائل¹.

أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع:

سعى نظرية الاستخدامات إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية:

- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وبذلك بالنظر إلى الجمهور النشط وبالتالي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعلي الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري².

نقد نظرية الاستخدامات والإشباع:

أكثر الانتقادات ديوعا تلك التي أورها (ماك كرابل) والتي يمكن إجمالها في النقاط التالية:

- تعتبر مقارنة نفسية حديثة، ومبالغ فيها فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى.
- تعتمد بإفراط دفاتر ذاتية للحالات النفسية للمستعملين.
- تتراوح باستمرار بين حرية الدوافع، والحاجات الأساسية للمستعمل وبين تطوعيته.

¹ منال قدواح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم والاتصال المخصص اتصال علاقات عامة، جامعة منشوري، قسنطينة، 2008، 2007، ص71.

² حديجة جيطاني، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام، جامعة لخضر باسة، 2005، 2010، ص37.

التفاعلية مع الوسائل وهما حدان متناقضان

- تفترض بأن السلوك اتجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي والعقلاني، إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الاستعمال هي الموجهة له.

- توجه فلسفة الاستخدامات والإشباعات باستمرار مسألة قوة تأثير مضمون وسائل الاتصال¹.

إسقاط النظرية:

اعتمدنا في هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباعات التي تركز على كيفية التأثير والتوجيه واهتمام الجمهور المسبق على طريقة التعامل مع وسائل الإعلام نظرا لدوافع الجمهور التي تكمن أصلا في حاجاته الاجتماعية وال نفسية، حيث يكون التأثير من الجمهور على وسائل الإعلام لأنه من يستخدمها، ونرى هذا في دراستنا: دور الإعلام الإسلامي في تنمية الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين، حيث أن طرق وأنماط استخدام الوسائل المختلفة تعتمد على الاختيار الواعي والعقلاني للطلاب، كون حاجاته هي التي تدفعه للاطلاع على الإعلام الإسلامي من أجل تلبيتها.

¹ كيجل فتيحة: الإعلام الجديد وتسرع الوعي البيئي، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي موقع الفايستوك نموذجاً، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال فرع وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011، 2012، ص 29، 30.

الفصل الثاني: الإعلام الإسلامي والوعي الديني

تمهيد

أولاً: ماهية الإعلام الإسلامي

01/ أصل الإعلام الإسلامي

02/ دواعي ظهور الإعلام الإسلامي

03/ أهمية الإعلام الإسلامي وحكمه الشرعي

04/ خصائص الإعلام الإسلامي، قواعده ومصادره

05/ أهداف ووظائف الإعلام الإسلامي

06/ وسائل الإعلام الإسلامي

خلاصة

ثانياً: ماهية الوعي الديني

01/ نشأة الوعي الديني

02/ أبعاد الوعي الديني وجوانبه

03/ خصائص وشروط الوعي الديني

04/ أهداف الوعي الديني

05/ أهمية الوعي الديني

06/ وظائف الوعي الديني

07/ فوائد الوعي الديني

08/ عوامل تشكيل الوعي الديني

09/ مصادر الوعي الديني

خلاصة

أولاً: الإعلام الإسلامي

تمهيد:

يعتبر مفهوم الإعلام الإسلامي من أهم المفاهيم المعاصرة وأصبح المفكرون يولونه اهتمامات كبيرة في دراساتهم وذلك لما يملكه من قوة تأثير في ترسيخ قيم هادفة داخل المجتمع والتي تساهم في تحقيق انسجام بين أفرادها، ولهذا حاولنا في هذا الفصل التعرف على إشكالية هذا المصطلح وأصوله مع التطرق لوظائفه وما يقوم به من دور للوصول إلى رسالته الهادفة.

01- أصل الإعلام الإسلامي:

الإعلام الإسلامي موجود منذ أن فتح الإنسان عينة على حقائق الحياة، وهو موجود منذ بدأ الناس يتعرفون على بعضهم البعض قال تعالى: ﴿يَتَأْتِيهَا إِنَّا النَّاسُ خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ﴾ الحجرات 13.

الإعلام الإسلامي عقائدي، فهو يقوم على العقيدة والإيمان، مرتبط بأحكام الإسلام وتعاليمه، وهدية وأخلاقه، والإعلام بدأ مع رسول الله صلى الله عليه وسلم ونعني به الإعلام الإسلامي، قال تعالى:

﴿هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُبِينٍ﴾ الجمعة الآية 2 ، والإعلام النبوي بدأ منذ اليوم الأول الذي جاء فيه جبريل إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم بالبيان الإعلامي وأمره بالقراءة في غار حراء يقول تعالى "اقرأ" كانت هذه فاتحة الوحي، وهي وسيلة من وسائل الإعلام، ذلك أن

جبريل لما قال له "اقرأ" قال " ما أنا بقارئ" فكان جواب جبريل في قوله تعالى: ﴿أَقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنَ عَلَقٍ﴾ العلق الآية: [1.2]، فعلم رسول الله تعالى

مهمته السامية بإعلام من الملك، لأن الإسلام دين الإنسانية كافة، فقد كان منذ أمر الله رسوله أن يجهر بالدعوة دعوة تلمس سبيلها إلى القلوب الموعظة الحسنة، والكلمة الطيبة، والتدبير المخلص¹.

لقد كان رسول الله صلى الله عليه وسلم أمياً، ولكنه درس وبحث، فقد بدأ يعلم الناس هذا الدين فهو أعلم له وأول من أعلم زوجته السيدة خديجة ثم على بن أبي طالب.

في مشهد إعلامي أصيل صعد على سطح سلع [جبل بمكة]، وهتف رسول الله بأعلى صوته " يا معشر قريش... إني رسول الله إليكم فأمنوا بالله ورسوله" على هذه الصورة البسيطة الواضحة أعلم رسول الله عليه أهله وقومه بهذه الرسالة.

الدعوة السرية للإسلام في مكة كانت قصيرة المدة، ومن ثم بدأت مسيرة الإسلام الإعلامية والعلنية، فهو منهج الوحي وأسلوبه في خطاب الناس ونشر الحقائق، فالوحي هو النبأ العظيم في قوله تعالى: ﴿عَمَّ يَتَسَاءَلُونَ عَنِ النَّبِإِ الْعَظِيمِ الَّذِي هُمْ فِيهِ مُخْتَلِفُونَ﴾ والأنباء هو الإعلام بكلام الله

وهو وظيفة الرسل كما في قوله تعالى: ﴿قَالَ يَتْلُوا آيَاتِهِمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ الْغَيْبِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا وَمَاتُتُّدُونَ كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ﴾ البقرة

33، وقوله تعالى: " وأتل عليهم نبأ إبراهيم " الشعراء 69. ويتفق خبراء الإعلام أن الإعلام الإسلامي إنما هو رسالة بما يطوي عليه هذا التعبير من شعب مترابطة².

¹ حنان علي أحمد، الإعلام الإسلامي: مفهومه وخصائصه، مرجع سابق، ص 63.

² حنان علي، المرجع السابق، ص 937.

والإسلام بطبيعته رسالة إعلامية بالمعنى العلمي للتعبير فالله هو المرسل قال تعالى: ﴿إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ بِالْحَقِّ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَا تُسْأَلُ عَنْ أَصْحَابِ الْجَحِيمِ﴾ البقرة 119 و الناس هم حصته التلقي والإرسال قال تعالى: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾ سبأ 28، والحق هو مضمون الرسالة لقوله: ﴿وَبِالْحَقِّ أَنْزَلْنَاهُ وَبِالْحَقِّ نَزَّلْ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا مُبَشِّرًا وَنَذِيرًا﴾ الإسراء 105، وحامل الرسالة هو الرسول

في قوله تعالى: ﴿يَأْتِيهَا الرُّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِن رَّبِّكَ﴾ المائدة 67، والقرآن هو الرسالة الإعلامية المقدسة وهو المرجع الرئيس للنشاط الإعلامي، ينظم للدعاة خططهم، وتحقيق أهدافهم، ويستطيع القائم بالاتصال أن ينهل منه ليدعم الحقيقة ويستعين في معالجة قضايا المجتمع المعاصرة، والحقيقة أن الجهود الإعلامية التي أنجزها رسول اله لتكون أصولاً للإعلام الإسلامي تؤكد الدور الكبير الذي اضطلع به الإعلام في هذا الصدد¹.

وهكذا بدأت الفترة الإعلامية أو الدعوة إلى دين الله مع رسوله الكريم ثم توالى الفترات واحدة تلوى الأخرى، فجاء الإعلام في عهد الصحابة رضي الله عنهم، إذ حملوا أمانة الإعلام بالدعوة وحفظها من كيد أعدائها، وقاموا بنشرها في مختلف البقاع تنفيذاً لأمر الله تعالى وأمر رسوله صلى الله عليه وسلم، ولم يتغير نهج الإعلام بالدعوة في العهد الأموي كثيراً من الأمور الأساسية، فالقرآن والسنة هما على رأس مقومات الدعوة، وكذا الوسائل لم يطرأ عليها جديد إلا أنه حدثت حوادث وفتن تحول بعدها الحكم الإسلامي من البيعة والانتخاب إلى الحكم الوراثي، أدى لتكوين

¹ حنان علي، المرجع السابق، ص 939.

فرق وطوائف نشأت بينها حروب، أضعفت قوة المسلمين وهدفهم عن الانشغال بالدعوة إلى الله تعالى كما ينبغي¹.

ولقد حدثت الحروب والفتن في الدولة الأموية، ونشأت فرق وطوائف كثيرة وأثرت كثيرا في ميدان الدعوة إلى الله تعالى، حيث كان لكل فرقة منهجها وأسلوبها في الدعوة ونشر منهجها ورأيها ولكن ظهرت هذه الأمور بوضوح أكثر في الدولة العباسية، وأتى بعده الإعلام في العهدين العباسي والفاطمي، حيث نشطت الحركة العلمية وازدهر الفقه والحديث، واستمر ذلك للقرون الثلاثة الأولى ليأتي بعدها عصرا أو زمن الضعف والوهن، وحدث التفكك السياسي، وأما ما يتعلق بالعهد الفاطمي فتعتبر الدولة الفاطمية صاحبة نظام إعلامي فريد لم يتبعها إليه دولة من الدول، إذ يعتمد الإعلام على الدعاية، وأعدت لمدارس المختصة مثل دار الحكمة إعداد علميا خاصا، فالإمام يختار داعي الدعاة ليشرّف على الدعوة فيترأس مجالس الحكمة ويرسم منهج الدعوة.

أما الإعلام في العصور الوسطى فإن تاريخ الصحافة بدأ حقيقة في الغرب عند ظهور الأنباء في ق 13، والأنباء وكانت صفحات مخطوطة تحمل أخبار²، وقد انتشرت خاصة في إيطاليا وألمانيا، وكانت لمصلحة الكبار وأغنياء والتجار ورجال المصارف، ثم كان لاكتشاف المطبعة، دور حاسم في تقرير الإعلام في أوروبا الغربية والتي تم اكتشافها على يد جوتنبرج في 1436. وتقدمت خلال القرن 15، وفي بداية القرن 17 ولدت فكرت جمع الأخبار، وقام أصحاب المطابع بطبع النشرات الإخبارية وظهرت أول صحيفة مطبوعة في أنغرس، وظهرت في ستراسبورغ سنة 1606 إحدى أوائل الصحف في فرنسا ثم صحيفة الأزاعيت سنة 1631، وفي القرن 18 بدأ الإعلام يتخذ شكلا عصريا أو شبه عصري، إذ فاض هذا القرن بأمثلة كثيرة عن الإعلام وأثره في نطاق الحرب الدبلوماسية، وفي القرن 19 تماشى الإعلام مع التطور الفني، فظهرت وكالات الأنباء المعروفة، فتطور الفن الصحفي

¹ سمية إبراهيم المعاوي، الإعلام الأسس والإعلام الغربي في حاضر اليوم مذكرة لنيل درجة ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، 2016-1437، ص 55.

² سمية إبراهيم المكاوي، مرجع سابق، ص 57.

بذاته فظهرت القنوات العريضة وكثر عدد الأعمدة الصحفية وشاعت الرسوم¹. والصور ونحو ذلك ثم في منتصف القرن 19 ظهرت الصورة الفوتوغرافية، التي أحدثت في عالم الأخبار تقدما هائلا، كما هو معروف في تاريخ الصحافة، وفي القرن الحالي وسائل إعلامية جديدة مثل السينما والراديو والتلفزيون يرن نفي 1895 فتحت أول دار السينما بباريس وبين عامي 1920-1921 سمعت الإذاعات الأولى إنجلترا والولايات المتحدة ثم في فرنسا وفي سنة 1949. ظهر أول شريط تلفزيوني للأخبار وهكذا تقدم الإعلام تقدما كبيرا حتى أن الخبر الذي يحدث على مسافة بعيدة جدا يصل إلينا بعد دقائق معدودات.

ولقد أصبح الإعلام في العصر الحديث جزءا هاما في حياة الناس في جميع أنحاء العالم وذلك بعد أن أدركت الحكومات أنه يجب علينا تزويد الناس بالأنباء والمعلومات والحقائق لتي تساعدهم على الاشتراك في شؤون الحكم ولعل القول بأن العلاقة بين الحكام والمحكومين تزداد قوة وتوثق كلما أطلع المحكمين على مجريات الأمور.

في كل عصر يختلف من الآخر لأن في البداية الرسول صلى الله عليه وسلم هو الذي كان يخطط ويقول ويفعل معتمدا على القرآن الكريم والسنة النبوية إلا بعد ظهور بعض العصور الأخرى دخلت بعض المفردات والتجارب التي ظهرت في العالم فغيرت من وضع تاريخ الإعلام الإسلامي².

02- دواعي ظهور الإعلام الإسلامي:

تمتع وسائل الإعلام في عصرنا الحاضر بمكانة عظيمة في توجيه أفكار الجماهير وتشكيل سلوكياتها في الحياة، في عالم تحول إلى قرية كونية، قصرت وسائل الاتصال الإلكترونية المسافات بين أجزائه، وربطت بشبكة معقدة من الاتصالات بين دوله وشعوبه بصورة لم يبق لها مثل في تاريخ الإنسانية كله، أصبحت وسائل الإعلام الموجه المركزي الأول للأفراد والمجتمعات، ولا يخفي على أحد

¹سمية إبراهيم المكاوي، المرجع السابق، ص 58.

²المرجع نفسه، ص 59.

السيطرة الكبيرة للدول الغربية على الإعلام وسياساته وتوجهاته، ولا يخفي على مخلص الأضرار التي نزلت بالأمة جراء هذا الإعلام الخبيث الموجه، ومن هنا نكتب المطالبة بإيجاد البديل الإسلامي في ميدان الإعلام- بجانبه النظري والتطبيقي-، أهمية بالغة فإن صياغة منهج للإعلام الإسلامي يعمل على سد الفراغ الهائل في منظومات المنهج الإسلامي يعتبر ضرورة ملحة، حتى يمكن بلورة نموذج جديد للإصلاح الإسلامي يقوم على الشمول والتكامل والواقعية ويمكن لنا أن تعدد الدواعي التي دعت المسلمين للنزول لهذا الميدان الخطير في النقاط الآتية¹:

- إدراك أهمية الإعلام في حياة المجتمعات، وخطورة ما يقوم به من التأثير على الأفراد والجماعات سلبيا كان هذا التأثير أو إيجابيا.
- شمولية إحكام الإسلام لجميع نواحي الحياة ووجوب العمل على صيغ جميع الأنشطة بالصيغة الإسلامية ومن أهمها المنظومة الإعلامية.
- مواجهة الغزو الفكري والثقافي والحضاري الرهيب الذي يتعرض له المسلمون طعنا وتشكيكا في دينهم وأخلاقهم وتاريخهم.
- توجيه الإعلام في الدول الإسلامية نحو الأصالة والذاتية النابعة من قيم الإسلام ومبادئه، وتوفير الجو الملائم والدعم المناسب لصنع البدائل الإسلامية التي تواجه ما يقدمه الغرب.
- تنقية الإعلام- إلى جانب التعليم، من المؤثرات العلمانية والإلحادية، وتنفيذ ما تقدمه وسائل الإعلام الغربية من مفاسد وانحرافات وبيان عوارها وثقافتها بنطق مقنع وبوسائل مكافئة.
- حاجة البشرية اليوم للخلاص من الشرائح المحرفة والمذاهب الفاسدة، وهي تعيش ضياعا وقلقا واضطرابا بسبب كابوس الإلحاد والعلمانية، والفساد الخلقي، والظلم والاستبداد السياسي والاستغلال

¹ بوريش صارة، نظريات الإعلام والاتصال، الطبعة 1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص34-35.

الاقتصادي، والتفكك الاجتماعي، وتعالى الصيحات بحثاً عن مصدر للأمان والعدالة والحياة الكريمة، فأين سيجدون ذلك إلا في الإسلام؟¹.

- مخاطبة الآخرين بلغتهم ووسائلهم في سبيل الدعوة إلى الإسلام، وتوضيح صورته الناصعة، وإبراز محاسنه وثمراته للناس في كل مكان، وتبليغ رسالة الإسلام العالمية وإيصال دعوته إلى البشرية كلها، وهذا من أعظم المبررات للدعوة إلى صياغة إسلامية حتى يمكن أن يؤدي هذا الإعلام دوره في الحياة الإنسانية.

لقد تأخر المسلمون في سبيلهم للحاق بركب الإعلام والاستفادة من وسائله ولكنهم بدأوا جهادهم الإعلامي [جهاد العصر] ولن تخدم أمتنا المخلصين من أبنائها الذين يدافعون عنها ويذودون عن حياض حرمتها ومقدساتها، ويرفعون عقيدتها وتشريعيتها عالية للناظرين، واضحة للباحثين عن الحق والهدى.

03- الإعلام الإسلامي أهميته وحكمه الشرعي

3-1- أهمية الإعلام الإسلامي

تكمن أهميته في تصحيح مفاهيم الإسلام والدعوة إلى مبادئه السمحة وقيمه الأصلية النافعة بطريقة علمية لتكون هذه القيم منهاج حياة كل مسلم في بيته وعمله، ويرى المؤلف أن الإعلام له دوره المؤثر على هذا الصعيد في حال أصبح التوجه وفق ما نحن في حاجة إليه في مجتمعاتنا الإسلامية، وكان العمل على ترسيخ ذلك لا يعتمد على أجهزة الإعلام الدينية المتخصصة فقط بل هو مسؤولية كل أجهزة الإعلام في الدول الإسلامية، ولذا فإن مهمة الإعلام الإسلامي تتجاوز التثقيف والتوعية وفتح القنوات التثقيفية أمام أجيال المسلمين إلى التحفز ف وضع الخطط المناسبة للتصدي للغزو الفكري والأخلاقي الذي تتعرض له الأمة الإسلامية وسط شيوع وسائل الإعلام العابرة للقارات والتي

¹ بوريش صارة، نظريات الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص 34-35.

تؤثر في المجتمعات وتنقل أفكار وفلسفات أخلاقيات شعوب العالم في كل مكان، وهو الإعلام الذي يعيد صياغة ثقافة قيم وأخلاقيات مجتمعات بأسرها تسعى جهات ودول لتخريبها¹.

3-2- حكم الإعلام الإسلامي:

يستمد حكم الإعلام الإسلامي من حكم الدعوة إلى الله، وهناك قولان في هذا:

- فرض عين

- فرض كفاية

أما الفريق الذي رأى أنه فرض عين استدل على ذلك بما يلي:

قال تعالى: ﴿يَتَأْتِيهَا الرُّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ

وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ﴾ المائدة 67، وتكليف النبي

صلى الله عليه وسلم هو تكليف للأمة.

قال تعالى: ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ

وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا﴾ الأحزاب 21.

وقال تعالى: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبِّحَنَ اللَّهُ وَمَا

أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾ يوسف 108².

وقوله أيضا: ﴿وَفِي هَذَا لِيَكُونَ الرَّسُولُ شَهِيدًا عَلَيْكُمْ وَتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ﴾ الحج

78.

¹ عبد الرزاق الدليمي: الإعلام الإسلامي، ط1، 2013، ص 164.

² مروى عصام صلاح، الإعلام الإسلامي المعاصر، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، 1436، ص 129.

وقال تعالى: ﴿كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ عَنِ

سَوْتُوا مُنُونٌ بِاللَّهِ﴾ آل عمران 110.

أما رسولنا الكريم فقال: «بلغوا عني ولو آية، وحدثوا عني بني إسرائيل ولا حرج ومن كذب عليه متعمدا فليتبوء مقعده من النار».

أما الفريق الثاني والذي رأى بأنه فرض كفاية استبدل على ذلك بما يلي:

قوله تعالى: ﴿وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُوا كَآفَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ

لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ﴾ التوبة 122.

وقوله تعالى: ﴿وَلَتَكُن مِّنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾ آل عمران 104.

والراجح أنه لا مانع من الحكمين معا فالمسلم مطالب بالدعوة على قدر الطاقة والمعرفة التي لا

تقل عن معرفة مبادئ الإسلام جمة.

إن التقصير في الإعلام عن الإسلام والدعوة إليه معصية يعاقب عليها الله سبحانه وتعالى لأنه

من باب كتمان العلم المنهي عنه قال تعالى: ﴿وَلَا تَحْسَبَنَّ الَّذِينَ يَبْخُلُونَ بِمَا ءَاتَاهُمُ اللَّهُ مِنْ

فَضْلِهِ هُوَ خَيْرًا لَهُمْ بَلْ هُوَ شَرٌّ لَهُمْ سَيُطَوَّقُونَ مَا بَخُلُوا بِهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ﴾ آل عمران 180.

وقال تعالى: ﴿وَإِذْ أَخَذَ اللَّهُ مِيثَاقَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ لَتُبَيِّنُنَّهُ لِلنَّاسِ وَلَا تَكْتُمُونَهُ فَنَبَذُوهُ

وَرَاءَ ظُهُورِهِمْ وَأَشْرَوْا بِهِ تَمَنَّا قَلِيلًا فَبُئْسَ مَا يَشْتَرُونَ﴾ آل عمران 187¹.

¹ مروى عصام صلاح، المرجع السابق، ص 130.

04- خصائص الإعلام الإسلامي، قواعده ومصادره:

4-1- خصائص الإعلام الإسلامي:

إن الإعلام الإسلامي متميز يستمد صفاته وخصائصه من تعاليم الإسلام ومن منهج الدعوة في الإسلام وهنا سنتناول هذه الخصائص كآتي:

- **الصدق:** والصدق هو لسان الحق، وكما نعلم فإن المسلم مأمور بتحري الصدق في النية والقول والعمل وهنا نظهر أول حقيقة الإعلام الإسلامي هي الصدق في الأخبار أي بتبليغ الدعوة عن طريق نشر حيز صادق¹.

والصدق في القول هو قوام الاتصال والتعامل والتعارف والتناصح في المجتمع المسلم وقد نهى الإسلام عن الكذب بكل صوره وأشكاله، قال تعالى: ﴿إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِبَيِّنَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ﴾ النحل 105².

وقال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾ التوبة 119.

ولما كان الإعلام في كل صورة، يقوم على الكلمة فلا بد أن تكون الكلمة الإعلامية في المجتمع المسلم هي الصدق، أي لا بد أن تكون صادقة نابعة عن رؤية إسلامية صحيحة، تهدف لتحقيق الخير والنفع للمسلمين وحين نأتي إلى مجال التطبيق الإعلامي فان صفة الصدق في الإعلام الإسلامي تستلزم ما يلي:

***صدق الخبر:** وهو ما يعني الالتزام بالحقيقة المجردة بغير زيادة ولا نقصان فالخبر في الإعلام الإسلامي ينبغي أن يكون مرآة هادفة للواقع المجرد وقد أمرنا القرآن الكريم أن نتيقن وتبين صدق

¹ رشدي شحاتة أبو زيد، مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد، الطبعة 1، مكتبة الوفاء القانونية للنشر، الإسكندرية، مصر، 2011، ص 43.

² محمد كمال الدين إمام، الإعلام الإسلامي، دار الجامعة الجديدة، الأزريطة، 2004، ص 136-137.

الخبر حتى لا يصبح المجتمع نبها للشكوك والشائعات وهي أساس كل فتنة قال تعالى ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾ الحجرات 06.

* **صدق الصياغة:** من المؤلف إعلاميا أن نجد الخبر الواحد وقد صيغ في عدة صياغات تتسم بإيحاءات تختلف حسب وجهة نظر المصدر الإعلامي¹.

وموقفه من الحدث الذي يعبر عن الخبر والإعلام الإسلامي في صياغته للخبر ملتزم بأمانة الكلمة في الإسلام فلا يعتمد لما تعمد إليه غيره من التهويل واستخدام أسلوب الإثارة أو الإيحاء يغير الحقيقة المجردة، أي أن الخبر يصاغ في صيغة تعين المواطن المسلم على اتخاذ الموقف الإسلامي الصحيح من الحدث الذي يعبر عنه الخبر².

* **صدق المقصد:** يتميز الإعلام بأنه الإعلام الهادف إلى تحقيق الخير للمجتمع الإنساني عامة والإسلامي خاصة، وبالتالي لا بد أن يكون المادة الإعلامية الإسلامية هادفة إلى تحقيق غاية إنسانية صالحة لا أن تكون مجرد عرض لفكر قد يستعمل في طياته أضرار، وقد أرسى القرآن الكريم مبدأ أمانة الكلمة في قوله تعالى ﴿وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا هَلْ نَدُلُّكُمْ عَلَىٰ رَجُلٍ يُنْبئُكُمْ إِذَا مُزِقْتُمْ كُلَّ مُمْزِقٍ إِنَّكُمْ لَفِي خَلْقٍ جَدِيدٍ أَفْتَرَىٰ عَلَىٰ اللَّهِ كَذِبًا أَمْ بِهِ جِنَّةٌ بَلِ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِالْآخِرَةِ فِي الْعَذَابِ وَالضَّلَالِ الْبَعِيدِ﴾ الأحزاب 80-81. والقول السديد هو ذلك القول الذي يتوفر له جانبا الصدق والخير معا وهكذا نجد أن الصدق المقصد يمثل ركيزة من ركائز نقاء الإعلام الإسلامي وتساميه وترفعه عن اللغو والعبث كما أنه يمثل سياج حماية للمادة الإعلامية من كل ما يضر بفكر المجتمع المسلم.

¹ عبد الحماد الواحد، تاريخ الإعلام في المجتمع الإسلامي، د ط، د ب، د س، ص 80.

² محمد كمال الدين إمام، مرجع سابق، ص 138.

* **صدق الحكم:** من أهداف الإعلام الكبرى تزويد الناس بالمعلومات والأخبار التي تعنيهم على تكوين رأي صائب ومنهج سوي في كل مجالات حياتهم ولما كان المجتمع الإسلامي يقوم على دعائم الحق في كل أركان بناءه فإن الإعلام في المجتمع الإسلامي ينبغي أن يكون إعلاماً متحرراً من الأهواء وشبهات التضليل، يعني أن يكون إعلاماً نزيهاً في حكمه على الأمور وتقديره لها وباعتبار الإعلام في كل مجتمع يخضع لمنظومة نظامه الخاص سواء السياسي أو الاقتصادي فإن الإعلام في المجتمع المسلم يطالب دائماً بصدق الحكم على الأمور بميزات الرؤية الإسلامية النزيهة الصحيحة بغير ميل، أو تحيز إلى نظام أو مذهب معين¹.

- **الواقعية:** وواقعية الإعلام الإسلامي لا نعني بها مدلول الواقعية الشائع من الخضوع للواقع ومسايرته، فواقعية الإعلام الإسلامي لا يعني أنه يخضع لواقع المجتمع فيسايره أو يخضع لواقع العصر فيصطنع بصيغته وإنما نعني بواقعيته المستمدة عن موافقة المنهج الإسلامي لفطرة وللحياة البشرية على العموم وتتمثل واقعية الإعلام الإسلامي في نسقين: أ- واقعية منهجية، ب- واقعية تطبيقية، فالواقعية المنهجية وهي تعني موافقة وملائمة المنهج الإسلامي الإعلامي والذهنية البشرية واتساق هذا المنهج مع المنهج الإسلامي العام في بناء الحياة البشرية الصالحة في كل جوانبها ويتضح ذلك من خلال الأسس الثلاث التي يقوم عليها الإعلام الإسلامي وهي الدعوة إلى الخير الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وكما نرى فإن هذه الأسس تؤكد اتصال المنهج الإسلامي للإعلام بمنهج الدعوة العام فلا انفصال بينهما ثم إن الإسلام قد كفل للكلمة الإعلامية المسلمة عامل التأثير وعنصر الاستجابة من خلال التزامها بالمنهج الحكمة والموعظة الحسنة وهو أساس المنهج التطبيقي العام للدعوة الإسلامية في كل جوانبها وينبغي أن تتوقف هنا لتقرر أن الواقعية تطبيقية للإعلام الإسلامي تقوم على عنصرين الكلمة الطيبة ومنهج الحكمة والموعظة الحسنة، ذلك أن الفطرة البشرية بطبيعتها ومهما بلغ بها الإغراق لا تستطيع أن تنكر الكلمة الطيبة حتى وإن لم يستجب لها.

¹ عبد الحماد واجد، مرجع سابق، ص 81، 83.

- الشمولية: يكتسب الإعلام صفة الشمولية من كونه إعلاما إسلاميا فلما كان الإسلام هو دين الله عز وجل الذي رضيته للناس كافة فإن الإعلام الإسلامي يجب أن يرقى إلى هذه الدرجة من الشمولية، بمعنى أن يكون إعلاما قادرا على مخاطبة الناس كافة وعلى التأثير فيهم كما أن شمولية الإعلام الإسلامي تتأكد من خلال التزامه بالمنهج الإسلامي العام، والذي تتكامل فيه شتى الجوانب التي تلي حاجات الحياة الإنسانية الصالحة للبشرية جمعاء ثم تأتي شمولية الأداء، وهي صفة ينفرد بها الإعلام الإسلامي دون غيره، ذلك أن الفرد في المجتمع المسلم يستطيع القيام بدوره الإعلامي مفيد سواء داخل مجتمعه أو خارج نطاق المجتمع، ولا يفوتنا أن نذكر أن المجتمع الإسلامي بطبيعته تكونه هو مجتمع إعلامي وذلك بما يحتمه الإسلام من التواء والتراحم والتناصح بين المسلمين¹.

- الثبات والمرونة:

وتعني صفة الثبات هنا: ثبات الأسس والمبادئ التي يقوم عليها الإعلام الإسلامي وكذلك ثبات غاياته وأهدافه في كل زمان ومكان، أما المرونة فتعني قدرة الفكر الإعلامي الإسلامي على مواكبة وتقويم كل تطور أو تغيير يحدث في محيط الحياة البشرية وكذلك توجيه كل نشاط بشري إلى الوجهة الصالحة الصحيحة، وينبغي في هذا المقام أن نذكر أن الفكر الإسلامي منبع فياض لكل فكر إنساني يهدف إلى بناء وتطور الحياة الإنسانية وهو ما يحقق عامل المرونة في مصادر الإعلام الإسلامي ولا يبقى بعد ذلك سوى تحقيق المرونة في استخدام الوسائل والفتوى الإعلامية المتطورة لكي يبلغ تأثير الإعلام الإسلامي غايته المرجوة سواء داخل المجتمعات الإسلامية أو خارجها².

4-2- قواعد الإعلام الإسلامي:

هناك ثلاث قواعد أساسية يجب أن يقوم عليها الإعلام الإسلامي هذه القواعد الثلاث هي:

* قاعدة الحرية وقمته المسؤولية.

¹ عبد الحماد واحد، مرجع سابق، ص 84-85.

² المرجع نفسه، ص 86.

* قاعدة الحرمات والحقوق.

* التزام الأخلاق والإسلام.

- قاعدة الحرية وقيمتها المسؤولية: فالحرية هي قاعدة الإعلام الإسلامي لأن الإسلام دين الفطرة والحرية ولكن حرية الإعلام الإسلامي بالرغم من كونها أصل في الإسلام إلا أن المسؤولية التي يجب أن يتحلى بها الإعلام الإسلامي تحول دون إطلاق الحرية بغير ضوابط وحدود ومن الضوابط التي تمنع أن يساء استخدام هذا الأصل " الحرية: العقيدة، الأخلاق وعدم المساس بالآخرين.

- الخدمات والحقوق:

جاء الإسلام ليصون حقوق الأفراد في المجتمع ووضع نظرية لذلك لم تستطيع كل إعلانات حقوق الإنسان العالمية أن تضاهي وهذه النظرية هي الضوابط لحرية الإعلام في الإسلام فالإعلام الإسلامي إذا تجاوز حقوق الأفراد فإنه يطبق عليه مجموعة من الضوابط وهي¹:

ضوابط إعلامية: "خلقية" وهي التي تقوم في نفس المرسل.

ضوابط قضائية: وهي استخدام التقرير للنهي عن الفاحشة وحماية الفضيلة وحماية مصالح الأمة ويمكن تطبيق الحدود وأيضاً على من يتجاوز في بعض القضايا: ويقع على رأس الحرمات التي يجب أن يتوقف عندها الإسلام على ما يلي:

أ- حرمة الدين

ب- حرمة العرض

ج- حرمة النفس

د- حرمة العقل

¹ مروى عصام صلاح، الإعلام الإسلامي المعاصر، مرجع سابق، ص132.

هـ- حرمة المال.

- التزام الأخلاق: وهذا يعني ضرورة أن يشبع في كل ما يتناوله الإعلام الأخلاق التالية:

* الصدق، العفة، الأمانة والحياء.

وسائر أخلاق الإسلام وتنشر هذه الأخلاق بثا وتعاملا وقدوة.

ويأتي الإعلام في المرتبة الأولى في إشاعة هذه الأخلاق ويليه التعليم، والتزام الإسلام يعني أن تكون نظرة الإعلام للأشياء والحوادث نظرة شمولية كما الإسلام شامل¹.

4-3- مصادر الإعلام الإسلامي:

- القرآن الكريم: يعد القرآن الكريم المصدر الأول للإعلام الإسلامي، ذلك لما يتضمنه من أحكام وتعاليم، وآداب وأخلاق، فليلتزم الإعلام بكل ذلك، وكذلك كل شخص وكل مؤسسة إعلامية².

أما المصدر وهو الرسالة الإعلامية المقدسة وهو الدستور الشامل الجامع المنظم لشؤون المسلمين في الأصول كلها، من ثم هو المرجع الرئيسي للنشاط الإعلامي، فإنه يجعل الرسالة الإعلامية في الإسلام تتسم بالثبات، حيث أن مصدرها الله، بخلاف رسالة الإعلاميين الأخرى، ولذلك فإن دور القائمين بالاتصال هو مجرد نقل وتبليغ الرسالة من دون أية إضافة أو تحريف، ولذلك يجب أن يكونوا على أعلى درجات الصدق والحذر واليقظة التامة.

وأما الإعلام الإسلامي، فلا يكون الإلتزام فقط بالقول، وإنما بالعمل أحيانا، ومن الضروري بيان وجوب هذا الإلتزام وحكمته، وآثاره الطيبة من خلال وسائل الإعلام على اختلافها وتنوعها، وهذا هو المجال الأول بالبحث للإعلام.

¹ مروى عصام صلاح، مرجع سابق، ص 133.

² حنان علي، أحمد، الإعلام الإسلامي، مفهومه وخصائصه، hananaliahmed, route educational and social science journal, volume 5 (1), january, 2018, p 940.

أما المجال الثاني، فهو ندب الناس إلى المثل الأعلى بعد التزامهم بالحد الأدنى أو ندب الناس إلى الفضل بعد آدائهم الحق أو التزامهم به أو ندب الناس إلى التوجيه بعد آدائهم التشريع والتزامهم به، ومن خلال مختلف الوسائل هو أمر لا يقدر عليه الإعلام.

أما المجال الثالث، فالقرآن الكريم يحتوي على العديد من القصص والأحداث المتنوعة التي ذكرها الله سبحانه وتعالى عن أحوال الأنبياء مع قومهم وعلى نحو ما يقول العلماء فإن الطابع العام في القرآن الكريم جاء على الشكل القصصي، وذلك لملائمة الطبيعة البشرية التي تميل إلى ذلك الأسلوب، ولاشك أن إخبار الله تعالى لهذه القصص هو من باب الإعلام والإخبار، فهو عرض القصص القرآني والمثل القرآني في حدود ما يسمح به الشرح، وذلك من خلال الوسائل والأساليب الملائمة، وهذا المجال إن أحسن استخدامه بغير خروج على القواعد فإنه يشغل الناس بالحق بدلا من أن يشغلهم بالباطل، ويؤدي القصص القرآني دورا مهما في التربية وفي التوجيه والتشريع¹.

- السنة والسيرة النبوية:

المعروف أن القرآن الكريم جاء محملا بقضاياها، ولكن التفصيل والبيان تولته السنة، التي عرفها علماء الأصول بأنها: " ما نقل عن رسول الله من قول أو فعل أو تقرير وهي مؤكدة ومبنية للقرآن الكريم ونشير هنا إلى آيات كثيرة إذ يأمرنا الله بأن نطيع رسوله لأن طاعته من طاعة الله، قال تعالى: ﴿وَمَنْ يُطِعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ﴾ النور 52.

وقال تعالى ﴿وَمَا آتَاكُمْ الرَّسُولَ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا﴾ الحشر 07، وما قيل عن الكتاب كمصدر وأصل للإعلام يقال عن السيرة النبوية كذلك وما يقال عن السنة من التزام وأحكام، وبث الالتزام عبر وسائل الإعلام ورفع الناس إلى المثل الأعلى والإفادة من القصص والأمثال الواردة بالسنة .

¹ علي جريشة، نحو إعلام إسلامي، مكتبة وهبة، القاهرة، 1989، ص 89.

إن الجهود الإعلامية التي أنجزها رسول الله لتكون أصولاً لإعلام الإسلام تؤكد الدور الكبير الذي اضطلع به الإعلام في هذا الصدد وهي جهود أثارت انتباه الخبراء والباحثين وقد حدد الله تعالى ركائز هذا المنهج في كلمات دقيقة واضحة لا تحمل لبساً ولا غموضاً¹، فإذا عدنا إلى سيرة رسول الله وسيرة تلك النماذج من الصحابة والتابعين نجد فيها المورد الخصب الذي يمكن أن تعرضه وسائل الإعلام في حدود المشروع بعيداً عن طريق الترخيص والتبديل والإسفاف، والمخالفة الشرعية.

- التجارب والقصص والإنتاج البشري:

وهي تجارب من سبقونا بالإيمان، وهي تعرض مثلاً وقدوة وعبرة، تلتزم فيها القواعد الشرعية، فالقصص اعتمد عليها القرآن كوسيلة في سبيل الدعوة والاتصال الجماهيري وبعد انقطاع الوحي ووفاء الرسول صلى الله عليه وسلم مضى المسلمون في طريقة القصص فقصص القرآن كله صدق ولكن قصص غيره ربما كان فيها بعض الكذب وهذا يحتاج إلى تمحيص واجتهاد في شرعيته وإمكانية عرضه والطريقة التي يمكن أن يعرض بها وهناك الإنتاج البشري الذي يحتاج إلى الضبط بالقواعد الشرعية والخلقية بحيث لا يعرض ما ينافي الشرع أو يחדش الأخلاق².

05- أهداف ووظائف الإعلام الإسلامي

1-5- أهداف الإعلام الإسلامي:

الإعلام الإسلامي له مهمة كبيرة فلا بد من أن تكون أهدافه كبيرة ومتنوعة وتنوع مجالات الحياة التي يعالجها الإسلام ومن هذه الأهداف.

- الدفاع عن حقوق المسلمين وحقوق الناس عامة والحرية والكرامة.
- بناء الشخصية الإسلامية المتوازنة المبنية على عقيدة الإسلام ومبادئه وقيمه.
- تقوية روح الجهاد بين المسلمين والعمل على تماسك روح الأمة.

¹ منتصر حاتم حسين، إيديولوجيات الإعلام، الإسلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 54.

² سمية إبراهيم مكاي، مرجع سابق، ص 90.

- نشر عقيدة التوحيد والدعوة للعبودية الخالصة لله سبحانه وتعالى.
- تبني قضايا المسلمين في العالم وتقديم أنجح الحلول لها.
- تنقية الفكر الإسلامي والعقيدة الإسلامية من البدع والشبهات.
- فصح العقائد الزائفة لبعض الفرق مثل القاديانية والبهائية وغيرها.
- بيان زيف الحضارات المعادية للإسلام من حيث المفاهيم والمبادئ والمناهج.
- يث روح الألفة والمودة والتعارف بين المسلمين أنفسهم وبين غيرهم.
- التقريب بين المذاهب الإسلامية المختلفة.
- تكوين رأي عام محلي وإقليمي، من خلال تنمية الوعي الفكري بقضايا الإسلام وتهيئة الأذهان لتقبل مبادئه¹.
- الدفاع عن الإسلام من خلال رد الشبهات التي تثيرها أعداء هذا الدين في الداخل والخارج ومحاولات التحريف العقيدي، ومحاربة التصرفات المسيئة لبعض المنتميين للإسلام.
- حماية المجتمع من الرذيلة والفاحشة من خلال تنقية برامج من كل ما يدعو إلى رذيلة أو يجتنبها².

وهناك من يلخص أهداف الدين الإسلامي فيما يلي:

*تدعيم الإسلام و تعميم الإسلام

- تدعيم الإسلام: وهو يتطلب خطة عمل واسعة النطاق ولا تفصل المذهبية الإسلامية عن هيكلها التنظيمي ولا تعزل الأهداف الإستراتيجية عن الأهداف التكتيكية وهذه الخطة تستوعب مجالات عدة من بينها:

¹ صلاح، مروى عصام: الإعلام الإسلامي المعاصر، الطبعة 1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2014، عمان، الأردن، ص 142-143.

² سمير بن جميل راضي، الإعلام الإسلامي رسالة وهدف، دعوة الحق، 1417، العدد 182، ص 11

- نشر حقيقة الإسلام بين المسلمين
- التخفيف من حدة الصراعات المذهبية.
- تأكيد العلاقة الوثيقة بين الإسلام والتربية والتعليم والإعلام فتحت لواء المشروعية العليا تبذل الجهود في هذه الميادين حتى تكون جهودا متناصرة لا متنافرة، متكاملة لا قاصرة متوافقة لا متعارضة.
- مواكبة الواقع بكل المتغيرات التي تجري فيه وتقديم البدائل الإسلامية حتى لا يلجأ المسلم إلى استيراد الحلول وتجريب التطبيقات المستوردة والأفكار المستحلبة.
- **تعميم الإسلام:** وهذا هو الهدف الاستراتيجي الثاني وهو أيضا يتطلب خطة عمل واسعة النطاق منها:
- إقامة جهاز قوي ماديا وبشريا للدعوة الإسلامية يقوم بالإشراف على المراكز الأساسية في الخارج وتزويدها بكل ما تحتاج إليه من دعاة وكتب وأجهزة للدعوة الإسلامية على أحدث وأعلى مستوى.
- العناية بكليات الدعوة الإسلامية في العالم الإسلامي ووضع منهج متكامل وبرامج واضحة للإعلام الإسلامي بها حتى يمكنها تخريج أجيال متعددة من الإعلاميين والدعاة ويمكن القول عنهم أنها كوادر معدة نفسيا وعلميا للقيام بأمانة تبليغ الرسالة.
- العمل على حماية الجاليات الإسلامية في الدول الأجنبية حتى لا يبتعدوا عن الإسلام نتيجة الجهل به أو تحت ضغوط عديدة يتعرضون لها في دول لا تدين بالإسلام.
- الدعوة إلى توحيد العالم الإسلامي في جبهة مترابطة تصد هجمات التبشير وتقود العالم إلى عصر التنوير حتى يسود الدنيا الحق.

- إقامة جهاز قوي تابع لكل جهاز رئاسي في العالم الإسلامي للرد على ما يقال عن الإسلام وليبدل الجهد من أجل تصحيح صورة الإسلام في الذهنية الغربية¹.

- تقوية روح الجهاد بين المسلمين والعمل على تماسك روح الأمة.

- نشر عقيدة التوحيد والدعوة للعبودية الخالصة لله سبحانه وتعالى².

- الدعوة إلى الله والدعوة هنا بمعناها العام أي دعوة المسلمين وغير المسلمين ويقول الله تعالى: ﴿وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ

الْمُفْلِحُونَ﴾ ﴿١٤﴾ آل عمران 104. والإعلام الإسلامي من هذه الفرقة التي تفرغت لهذا

العمل يقول تعالى: ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا﴾ ويجب أن يكون

الدعوة إلى الله وليس لشيء غيره، دعوة خالصة النية لا

يخالطها غرض من أغراض الدنيا، والدعوة إلى الله أي إلى دين الله وعبادة الله وليس لأي عقيدة أخرى أو مبادئ غير دين الله الخالص³.

5-2- وظائف الإعلام الإسلامي

- بيان الحق:

- الحق الذي جاء به محمد صلى الله عليه وسلم.

- الحق فيما يجد من قضايا داخلية وخارجية.

¹ محمد كمال الدين إمام، الإعلام الإسلامي، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الأزاريطة، 2004، ص 184-185.

² طه أحمد الزيدي، دليل الإعلام الإسلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2009، ص 31.

³ سمير بن جميل راضي، الإعلام الإسلامي، رسالة، وهدف، العدد، 182، دعوة الحق 1417هـ.

- دفع الباطل والفساد: وهو الوجه الآخر لبيان الحق، فبيان الحق يعني دفع الباطل، ودفع الباطل يعني بيان الحق.

- تبليغ الدعوة: الناس بالنسبة للدعوة إما أمة إجابة مسلمة " وأمة دعوة فالأولى يكون فيها تبليغ الدعوة لها تأثير كبيراً وتفصيلاً، والثانية يكون بلاغاً مبنيًا.

- التربية "التزكية": والتربية من خلال الإعلام أمرها يسير وخيرها كثير، بيد أن تقديم التزكية يحتاج إلى فن ودراية وتدريب حتى لا ينفرد الناس ولا يملون¹.

-تحقيق التعارف والتعاون والتآلف:

وهذه الوظيفة تكون بين المسلمين داخل القطر الواحد وداخل الأقطار المتعددة لتحقيق قوله تعالى: ﴿إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاعْبُدُون﴾ الأنبياء 92، وقال تعالى: ﴿وَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ لَوْ أَنفَقْتَ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مَّا أَلَّفْتَ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ أَلَّفَ بَيْنَهُمْ إِنَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ﴾ الأنفال 63، ويحتاج لكل منهج وبرامج وخطط واختبار الوسيلة والأسلوب المناسب.

- رفع الناس إلى المثل العليا: وذلك عن طريق إعطائهم القدوة الحسنة وتزيين المثل العليا لهم وبيان ثواب الله عليه بالطرق المختلفة.

- الحفاظ على الأوقات: ويكون ذلك بالا تهدير وسائل الإعلام الوقت فيما لا يستفاد منه.

- الترويج: وهو مشروع من عند رسول الله صلى الله عليه وسلم قولاً وفعلاً والترويج يجب أنت يتقيد بضوابط الإسلام، وأن يختار له وقت مناسباً، وألا يطغى على البرامج الأخرى، ويمكن أن يكون من أساليبه الفن بكل أنواعه المشروعة، وغيره من الأساليب الأخرى المشروعة.

¹ مروى عصام صلاح، مرجع سابق، ص143.

- البناء والتنمية: من خلال البناء الفكري السليم لعقول المسلمون وذلك من خلال إشاعة العلم الشرعي والفقهاء الديني.

- بلورة تصورات فكرية صحيحة في مختلف المجالات مستندة إلى روح الدين والشرع¹.

- تأصيل المفاهيم والمصطلحات المستخدمة في الإعلام الإسلامي توحيداً حتى تجتمع عليها الأمة.

- تصحيح التطورات والمفاهيم الخاطئة التي راجت بين المسلمين مثل التزمّت، التفكير... الخ وإعادتها إلى وسطية الإسلام.

- وظيفة التوعية: وهي التي تهدف إلى التثقيف العام والتوعية بقضايا الأمة عن طريق ما يلي:

- التعرف على الواقع الإسلامي والدولي المعاصر كما هو ونقله للجماهير دون مبالغة أو تعميم.

- الثبوت من نقل الأخبار والتحميص في مصادر المعلومات.

- إتباع منهج التوازن والتكامل في الاهتمام بالقضايا والمشكلات وفي عرضها ومعالجتها.

-وظيفة الحوار:

- ضرورة توفير قنوات ومنابر حقيقية لتبادل الآراء والأفكار بعيداً عن التجريح الفكري.

- الحوار يكون بين أبناء المجتمعات المسلمة لتقريب وجهات النظر وتوحيد الأفكار ما أمكن.

- الحوار يكون بين المسلمين وغيرهم من أجل دعوتهم للرشد والهدى قال تعالى: ﴿وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي

هِيَ أَحْسَنُ﴾ النحل 125².

¹ مروى عصام صلاح، مرجع سابق، ص 143-144.

² المرجع نفسه، ص 145.

- وظيفة تعبيرية إقناعية: فالإعلام الإسلامي له مقدرة في عملية التغيير الفكري والثقافي والاجتماعي والسياسي بل والحضاري وذلك يث المعلومات والتعليق عليها مع تفسيرها وإقناع الجماهير بالتعبير نحو الأفضل واستمالتها¹.

- وظيفة ترفيهية: بالترويح عن نفوس أفراد المجتمع وتسليتهم فيجد المتلقي الراحة والمتعة والتسلية وتتضمن هذه كل ما يرتبط بثقافات الترفيه في الإعلام الجماهيري، بدءاً من برامج التسلية والترفيه والامتناع والألعاب المختلفة مروراً بالمنوعات والبرامج الرياضية انتهاءً بالدراما والمسلسلات والسهرات الإذاعية والتلفزيونية².

5- وسائل الإعلام الإسلامي: أهدافها وأهميتها

5-1- وسائل الإعلام الإسلامي:

يتمتع الإعلام الإسلامي دون غيره بوسيلتين ربايتين القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة وإلى جانب هاتين الوصيلتين نالت الوسائل الإعلام الأخرى من الإسلام اهتماماً كبيراً من حيث التطوير والتحسين على مختلف العصور أكثر من غيره من الملل والنحل والدعوات، ولقد استخدم المسلمون الأوائل الوسائل العروضية وقاموا بتطوير بعضها تحسيناً وتجريداً وأضافوا إليها وسائل جديدة ومن هنا تميز الإعلام الإسلامي بتنوع وسائله مع الاستفادة الكاملة مما يستحدث من الوسائل الجديدة ومن هنا تميز الإعلام الإسلامي بتنوع وسائله مع الاستفادة الكاملة مما سيحدث من الوسائل والتقنيات الإعلامية وهذه وقفة مع أهم وسائل الإعلام الإسلامي قديماً وحديثاً³.

- القرآن الكريم: أصبح القرآن الكريم دستور وحيد لأمة العرب والإسلام انتشار آثاره وتعلمه بين المؤمنين في كافة الأصعدة والمجالات وصبح كل ما يخالفه من مبادئه وقيم وأخلاق، والقرآن كوسيلة

¹ عادل السيد محمد علي، المعهد الإعلام الإسلامي، مفهومه، مشروعيته، ضوابطه، العالي للعلوم الإدارية، جناكليس-البحيرة.

² طه أحمد الزبيدي، المرجعية الإعلامية في الإسلام: تأصيل وتشكيل، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، دار الفجر للنشر والتوزيع، بغداد، العراق، 2010.

³ مروى عصام صلاح، مرجع سابق، ص162-163.

إعلامية لا يمكن أن تضاهيه أي وسيلة في التحريض على الجهاد وتجييش الحشود وذلك بما يخبر عنه من أجر عظيم غيبي في انتظار المجاهدين المخلصين قال تعالى: ﴿مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ﴾ التوبة 111.

- السنة النبوية: كانت وما تزال الأحاديث الشريفة قولاً، أو فعلاً، صفة أو تعزيزاً منبعاً ومصدر للعلم والثقافة الإسلامية في عالم الإسلام وتتمثل الرسالة الإعلامية المثلى التي تفي بحاجات الإعلام الإسلامي في جميع المجالات وتوفر النموذج الكامل للاتصال بالناس.

- القدوة الحسنة: وهذه الوسيلة العظيمة مبنية على غريزة التقليد والمحاكاة عند البشر، وذلك بجمالها من تأثير فعال في ميدان الإعلام والتربية والتعليم، ورب رجل يقتدي به في عمله تكون أنجع وأنجح من كثير من الجهود الإعلامية لنشر فكر أو عقيدة أو سياسية وقد اهتم القرآن لهذه الوسيلة فلفت أنظار المسلمين إلى أحسن القدرة وحيز الأسرة سيدنا محمد عليه السلام لتتهدي بسنته وتقتدي بأقواله وأفعاله فقال سبحانه وتعالى: ﴿وَاتَّبِعْ مَا يُوحَىٰ إِلَيْكَ مِن رَّبِّكَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا﴾ الأحزاب 2. فرأينا في رسول الله صلى الله عليه وسلم والصحابة الكرام

تطبيقاً عملياً واهتماماً شديداً بهذه الوسيلة فكانوا مضرب المثل في نشر القيم التي دعا إليها الدين، وترجموا بأفعالهم وتعاليم دينهم من المساواة والعدالة والرحمة والتكافل والشجاعة والإيثار فكانوا سبباً لدخول الشعوب والأمم في دين الله¹.

إذن فالقدوة الحسنة لها أهمية كبرى وبالغة في تربية الفرد وتنشئة على أسس سليمة ولذلك لا بد أن يتخلى بها رجل الإسلام والمسلم قال تعالى: ﴿وَالَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِمَا أُنزِلَ إِلَيْكَ وَمَا أُنزِلَ مِن قَبْلِكَ بِالْأَخْرَةِ وَهُمْ يُوقِنُونَ﴾ البقرة 4²، وفي هذا الإطار يدخل انسجام القول مع العمل في

¹ صارة بوريش، مرجع سابق، ص 38.

² مروى عصام صلاح، مرجع سابق، ص 173.

قوله تعالى: ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ﴾ الصف 3¹.

- الإعلام الكلمة الطيبة: وهذا الإعلام وضعه مؤلف الكتاب "كتاب الإعلام الإسلامي المعاصر" إذ يقول بعد التأمل في بعض وسائل الإعلام الإسلامي وجدتها تعتمد بالأساس على توظيف الكلمة إعلامياً، ورغم أن للكلمة مكانة عظيمة كوسيلة إعلامية من قبل الإعلام الإسلامي، أن إسلامنا تعامل مع الكلمة باهتمام كبير ونية على خطورتها في كتاب الله في قوله: ﴿يَلْفِظُ مَا مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ﴾ ق 18، وبين أثر الكلمة طيبة كانت أو خبيثة في قوله تعالى: ﴿أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ تُؤْتِي أَكْلَهَا كُلَّ حِينٍ بِإِذْنِ رَبِّهَا وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ وَمِثْلُ كَلِمَةٍ خَبِيثَةٍ كَشَجَرَةٍ خَبِيثَةٍ اجْتُثَّتْ مِنْ فَوْقِ الْأَرْضِ مَا لَهَا مِنْ قَرَارٍ﴾ إبراهيم (24-25-26).

وفي السنة النبوية أيضاً جاء التأكيد على مكانة الكلمة فقال النبي: « إن العبد ليتكلم بالكلمة من رضوان الله لا يلقى لها بالاً، يرفع الله بها درجات، وإن العبد ليتكلم بالكلمة من سخط الله لا يلقى لها بالاً يهوى في جهنم» "صحيح البخاري" وهذا الوعد والوعيد على الكلمة يؤكد بجلاء على اعتبار الشرع لها واهتمامه لها إدراكاً لا يرثها وتقديراً لخطورتها، ويدخل تحت مسمى إعلام الكلمة الطيبة:

أ- الخطبة: هي من الفنون الإعلامية القديمة، وقد ظهر على أثرها في نسبة الجزيرة العربية قبل الإسلام واستخدمها الخطباء بهدف الإقناع والاستمالة للآخرين بالتأثير فيهم عاطفياً وعقلياً، وقد تعامل الإسلام مع الخطبة تعاملًا مميزاً على جعل منها فريضة يستمع إليها أيام الجمع والأعياد، والخطب عند المسلمين مكانة خطيرة في القديم والحديث، لم تستطع وسائل الإعلام الحديثة

¹ منتصر حاتم حسين، مرجع سابق، ص 120.

زحزحتها عنها، ولا يزال لليوم من الفتون الإعلامية المؤثرة التي لو أحسن الخطباء استغلالها لفاق تأثيرها كل وسيلة فعن جابر بن عبد الله رضي الله عنهما قال: « كان رسول الله إذا خطب احمرت عيناه، وعلا صوته، واشتد غضبه، حتى كأنه منذر جيش يقول: صباحكم ومساكم...، ويقول أما بعد، فإن خير الحديث كتاب الله، وخير الهدي هدي محمد وشر الأمور محدثاتها، وكل بدعة ضلالة...» رواه مسلم، والثاني، وابن ماجه.

من هنا كان النكير الشديد على من بلغوا أثناء الخطبة، لأن المطلوب هنا تحقيق عمل اتصال كامل. وعن ابن عباس رضي الله تعالى عنهما قال: قال رسول الله: « من تكلم يوم الجمعة والإمام بخطب فهو مثل الحمار يحمل أسفار والذي يقول له أنصت ليس له جمعة» رواه أحمد والبيهقي¹.

ب- الأذان: هو شعيرة جلييلة من شعائر الإسلام يراد بها إعلام المسلمين بدخول وقت الصلاة، على رؤوس الإشهداد 5 مرات في اليوم واللييلة، وفي كلماته شهادة لله سبحانه بالوحدانية ولرسول بالرسالة وتكبير الله عز وجل. والدعوة للصالح والفلاح، وهذا من أعظم الوسائل الإعلامية التي يتربى المسلمون في ظلها.

ج- الندوة: من أخصب وسائل الإعلام فيتعدد المتحدثون فيها بوجود عريف لها يقوم على تنظيمها وترتيب المتحدثون وتوجيه النقاش ويتعرف فيها على الآراء المختلفة وتبحث المشكلات من زوايا عدة من خلال تبادل الرأي والمناقشة، ومن ثم التقويم وصياغة النتائج.

د- المحاضرة: وهي فن من فنون القول أيضا يختلف عن الخطبة في اعتماد المحاضر على الحقائق المجردة والإحصاءات الدقيقة والحجج المتطلبة بدون اعتماد على الناحية العاطفية وتستخدم المحاضرات في شتى مجالات المعارف العلمية والإنسانية.

¹ محمد غياث مكتبي، الإعلام الإسلامي، ماهيته، خصائصه، أدواته، واقعه، وإشكالياته الراهنة، رسالة بحثية، ص 55-56.

هـ- المناظرة: وتعد من أكثر الوسائل إثارة وجذباً لانتباه المتلقى وهي من أهم وسائل الإعلام، خاصة في زمن اختلط فيه المفاهيم وصراع الأفكار والمذاهب المختلفة، وتكون بين اثنين من تيارين مختلفين، يبرهن كل مناظر على صحة آراءه ومعتقداته، مع بيان الشبهات ورد حجج المخالفين.

و- القصيدة الشعرية: احتل الشعر المنزلة الأولى بين وسائل الإعلام والدعاية في العصر الجاهلي حتى كان العرب يكتبون أجود القصائد بماء الذهب لتعليقها على الكعبة أو بيوت الملوك ثم جاء الإسلام فتراجعت مكانة الشعر عما كانت عليه في الجاهلية وعلى الرغم من ذلك بقي الشعر وسيلة من وسائل الدعوة والدفاع عن الإسلام كقصائد حسان بن ثابت وعبد الله بن رواحة وغيرهم من الأصحاب رضي الله عنهم واستمر هذا الدور الإعلامي متميزاً في تسجيل الحوادث، وذكر البطولات وتفنيد الشهادات وجمع العلوم وتقييدها، وغير ذلك من فنون البيان الشعري البليغ.

فالشعر هو ديوان العرب ومن خلاله يتم تسجيل الأحداث وتناقلها بين الناس وقد روى أبو داوود أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: «جاهدوا المشركين بأموالكم وألستكم» وقد مدح الشعراء النبي صلى الله عليه وسلم إذ قال حسان في هذا:

أعز عليه النبوة خاتم من الله مشهود يلوح ويشهد.

وضم الإله اسم النبي اسمه إذ قال في الخمس المؤذن أشهد

وثق له من اسمه ليحمله فدوا العرش محمود وهذا محمد¹

ز- الحج إلى بيت الله الحرام: هو المؤتمر الأعظم لاجتماع المسلمين سنوياً في هذه الرحاب الطاهرة، يجتمع المسلمون من مشارق الأرض ومغاربها مستجيبين لنداء ربهم لقوله تعالى: ﴿وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَىٰ كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ﴾ الحج 27.

¹ صارة بوريش، مرجع سابق، ص 39.

والحج من أعظم وسائل الإعلام الإسلامية، تظهر فيه وحدة الأمة وسمو مبادئها كما يتجلى الإسلام بالسلام والعدالة والمساواة والرحمة من خلال مناسكه الجليلة في سياق إعلامي جدير ليس له نظير.

ج- الجهاد: إن الجهاد في سبيل الله ليس الهدف منه سفك الدماء وترويع الأمنيين وإنما غايته الدعوة إلى الله وإخراج الناس من الظلمات إلى النور وإزالة الحواجز، والقوى التي يحول دون وصول دعوة الحق للعالمين قال سبحانه وتعالى: ﴿وَقَاتِلُوهُمْ لَأَحْتَىٰ تَكُونَ فِتْنَةً وَيَكُونََ الَّذِينَ لِلَّهِ فَإِنِ

أَنتهَوْا فَلَا عُدْوَانَ إِلَّا عَلَى الظَّالِمِينَ﴾ البقرة 193. فالجهاد ودفع الظالمين من أعظم الوسائل التي تمهد الطريق للدعاة إلى الله وتفتح لهم السبيل لحسن الإعلام بمحاسن دين الإسلام وصلاحيته لكل زمان ومكان.

ط- المطبوعات وتشمل الصحف والمجلات الإسلامية المتخصصة وتتضمن أيضا الكتب والكتيبات الإسلامية تزخر بكم هائل وقيم من المصنفات التي تمثل مرجعا للجميع من كتاب وباحثين ومتفهمين ومسترشدين، وكل هذه الوسائل المطبوعة تسهم بشكل كبير وفعال في مجال الإعلام الإسلامي خاصة حيث تتعرض الموضوعات والمشكلات التي تمس واقع المجتمع الإسلامي وقضاياها المختلفة وتعمل على معالجتها معالجة إسلامية واعية¹.

ي- التلفاز: يتميز التلفاز بين الوسائل الإعلامية بجمعه بين العناصر الثلاث المؤثرة وهي الصوت والصورة، والحركة، فيمتلك من الفعالية والتأثير مالا يتوفر لغيره من الوسائل، ولذلك نجده حائز على اهتمام الصغير والكبير والعديد من القطاعات في المجتمع ويمثل التلفاز أداة تربوية وتقنية وترفيهية فعالة ونافعة إذا أحسن استخدامه وتوجيهه ونظرا للأهمية القصوى لهاتين الوسيلة تلفاز، إذاعة، فقد اتفقت دول منظمة المؤتمر الإسلامي على إنشاء منظمة إذاعات الدول الإسلامي عام 1975 تكون

¹ صارة بوريش، مرجع سابق، ص 40.

أهدافها نشر الدعوة الإسلامية، إبراز أهمية التراث، العمل على نشر اللغة العربية لغير الناطقين بها، إبراز الصورة الصادقة المشرفة والحقيقية للأمة الإسلامية.

- إنتاج وتبادل البرامج الإذاعية والتلفازية مع الدول الأعضاء.

- مواجهة الحملات المعرضة التي تشنها بعض الأجهزة الإعلامية الغربية على الإسلام والمسلمين.

- تصحيح الصورة الخاطئة التي يحملها الغرب عن الإسلام.

ك: الشبكة العنكبوتية (الانترنت): من فضول القول لأننا نعيش في عالم متسارع من التقدم والتقنيات الحديثة المتلاحقة، التي غطت أرجاء المعمورة، وفرضت نفسها، بأخطر وأعظم الوسائل الإعلامية في عصرنا الحديث لما تتمتع به من مزايا فائقة جامعة لكل خصائص وسائل الإعلام الأخرى ففيها المشافهة وجها لوجه، وفيها الاستماع وفيها الصوت والصورة والحركة جميعا وفيها الوسائل المطبوعة المقروءة، إنما حتى الوسيلة الجامعة لكل محاسن الإعلام وأيضا الجامعة لكل مساوئه بل أكثر فهو ساحة عرض لكل الأفكار وبجميع الملل والنحل وكما أن للمؤمنين جهود كبيرة لغيرهم للأسف جهود أكبر وأوسع انتشارا لا ببارك الله فيهم تجذب المستخدمين للشبكة من جميع الأعمار ورغم كل الجهود المخلصة في هذا المجال الفسيح فإنها تبقى قليلة وقاصرة تحتاج الدعم والزيادة والتنوع والمثابرة والتنظيم وترتيب الأولويات، ولعل أن هذه الوسائل التي يمكن الاعتماد عليها للوصول إلى الأهداف المنشودة من منظومة الإعلام الإسلامي¹.

¹ صارة بوريش، مرجع سابق، ص41.

خلاصة:

لأهمية الإعلام الإسلامي بمختلف اتجاهاته ونشاطاته قد واجه عدة إشكاليات من حيث المفهوم والتطبيق والممارسة، وتعددت الآراء والتوجهات في طرح هذا المفهوم كنشاط ثابت ولكن يبقى هذا المصطلح ذو أهمية، وذلك من خلال وظائفه وأهدافه التي يسخرها من أجل ترسيخ القيم الدينية الإسلامية داخل المجتمع، والتي تساهم في بناء ومواجهة معوقاته سواء الداخلية أو الخارجية، وعليه فإن الإعلام الإسلامي أصبح يملك قوة التأثير من خلال قواعده ومعاله التي عليها الأساس في صحة الرسالة القيمة.

ثانياً: ماهية الوعي الديني

تمهيد:

الوعي كمفهوم نشأ ليعبر ويدل على الإدراك والمعرفة، أما اليوم فقد أصبح مقياساً للتنمية الاجتماعية على مختلف الأصعدة، وهو مفهوم ومعنى شمولي لكنه قابل للتجزأة في إطار التخصصات ويعرف بالصفة التي يلحق به، وبذلك بات موضوع الوعي موضوعاً جذاباً للعديد من الاختصاصات العلمية مثل علم النفس والعلوم الاجتماعية والإنسانية وغيرها، وللوعي أنواع تتداخل فيما بينها وتكمل بعضها منها الوعي الاجتماعي، السياسي، الصحي... إلخ، وما يهمنا في دراستنا هذه هو الوعي الديني، فالوعي الديني يعتبر ضرورة مجتمعية فكما أن للدين وظائف عديدة في المجتمع، فالدين ناقل للثقافة وهذه وظيفة جوهرية للمجتمع الإنساني.

وفي هذا الفصل نتعرض لموضوع الوعي الديني فيما يخص أهميته، أبعاده، أهداف وعوامل شكله، فوائده ومصادره الإسلامية، بالإضافة إلى أهم الوسائل المستخدمة لدعمه، ولكن قبل هذا لا بد أن نتطرق بمفهوم الوعي، أبعاده، أنواعه حتى نتمكن من فهم موضوع الوعي الديني، وهذا من خلال:

أ- أبعاد الوعي:

ينقسم الوعي الديني إلى ثلاث أبعاد رئيسي وهي كالاتي:

- الوعي الفردي: هو وعي الفرد لذاته على أنها علاقة شخصية، سلوك، أفعال، عواطف ورغبات ومصالح وهو يشكل أثناء حياته ونشاطاته العملية¹.

- الوعي الجماعي الطبقي: يشمل عدة عناصر من المعتقدات والقيم والمعايير الناشئة بفضل هوية الجماعة²، فيقال وعي طبقي عندما توجد فئة معينة من أبناء المجتمع يتسم أعضاؤها بسمات

¹ طه نجم، علم الاجتماع المعرفة، دراسة في مقولة الوعي الإيديولوجي، (د.ط)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 165.

² حسن محمد الحسن، علم الاجتماع الديني، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، (د س)، ص 23.

اقتصادية تتوافق فيهم درجات متقاربة في اختبار قدرتهم على إدراك ما بينهم من تشابه في السمات والحاجات والأهداف¹.

- **الوعي المجتمعي (الجماهيري):** هو المحاولات التي تعبر عن المصالح المشتركة للناس في مجتمع طبقي أي تلك المصالح المشتركة لطبقة ما ، أو أي جماعة اجتماعية أخرى².

نلاحظ مما سبق أن للوعي ثلاثة أبعاد، الفردي، وهو إدراك الفرد لذاته ومصالحه الشخصية من خلال الأعمال التي يؤديها في حياته، أما الوعي الجماعي (الطبقي) فهو ذلك التوافق بين أعضاء فئة معينة من المجتمع في صفاتهم وأهدافهم، والوعي المجتمعي (الجماهيري) هو المصالح المشتركة للناس داخل مجتمع معين.

ب- أنواع الوعي:

وفي هذا الصدد سنحاول تسليط الضوء على أهم الأنواع التي تلعب دورا هاما في حياتنا المعاصرة ونذكر منها³:

- **الوعي السياسي:** ويعرفه شيبتولين Chiptolin: بأنه مجموعة من الآراء تجسد نظريا السياسة التي تنتهجها طبقة معينة أو جماعة اجتماعية، والسياسة نمط خاص من العلاقات بين الطبقات والأمم والأحزاب: وهي تحدد أيضا مضمون الحكومات وتشابكها مع الطبقات الاجتماعية.

- **الوعي الاجتماعي:** هو مجموعة المفاهيم والتصورات والآراء والمعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينة والتي تظهر في البداية بصورة واضحة لدى مجموعة منها يتبناها الآخرون⁴.

¹ طه نجم، المرجع السابق، ص 144.

² المرجع نفسه، ص 170.

³ المرجع نفسه، ص 158-160.

⁴ شكري صابر، موسى حلس: الوعي الاجتماعي العربي -تحليل سوسولوجي، مكتبة دار المنارة، غزة، 2002، ص 223.

- **الوعي العلمي:** الذي صورته قوية لإنتاج توظيفه لخدمة مصالح إنتاجية وإيدولوجية وهو أيضا إنتاج لتراكم الماضي والإتصال العلمي مع المجتمعات الأخرى إما استعارة أو تبعية أو تطويعا¹. الوعي الصحي: هو إدراك الفرد لذاته وإدراكه للظروف الصحية المحيطة، وتكون إتجاه عقلي نحو الصحة العامة للمجتمع، وكذا الصحة العامة الذي يتعامل مع المشاركة المنظمة للأفراد في حل مشاكلهم الصحية².

-**الوعي الإقتصادي:** حسب أوليدوف فإنه يعكس فعالية النشر في عملية الإنتاج والتوزيع والتبادل والاستهلاك، ويعمل الوعي على إزاحة علاقات السيطرة الاقتصادية والخضوع.

و **الوعي الديني:** هو ما يخص دراستنا وستحدث عنه في هذا الفصل ونبدأ بنشأته :

01-نشأة الوعي الديني لدى الإنسان:

يمثل الوعي الديني جوهر التجربة الإنسانية في أقدم مضامينها وأقدم صورها، لهذا فقد اهتم الباحثون خاصة في علم الأديان بدراسة نشأة الوعي الديني عند الإنسان منذ وقت مبكر، حيث قام الباحثون بوضع مناهج وصياغة مسلمات أولية استخدموها في دراسة بدايات الوعي الديني وبالرغم من إتفاق الباحثين على أن أصل الوعي أو الشعور الديني عند الإنسان يرجع إلى قانون السببية، نجدهم ينقسمون حول بدايته إلى فريقين متناقضين:

الفريق الأول: ويمثله مؤيدو النموذج التطوري (evolutionary model) وهؤلاء يرون أن الوعي الديني مر بمراحل عديدة في التطور حتى وصل إلى عقيدة التوحيد، وهذه المراحل يحملها البعض في: دور التعدد (polytheism) دور التميز أو المفاضلة والترجيح (henotheism) دور الوجدانية (monotheism) ومن أشهر ممثلوا هذا المنظور كل من سبنسر spenes وتاييلور tylor وفريزر frazer ودوركاهم durkheim.

¹ عبد الباسط عبد المعفي، الوعي التنموي العربي - ممارسة بختيار دار الموقف العربي للصحافة والنشر، 1983، ص ص 25-26.

² محمد الجوهري وآخرون، علم الاجتماع ودراسة الإعلام والإتصال، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1992، ص 290.

أما الفريق الثاني: فيتمثل في مؤيدي نموذج الوعي القائم على فطرية عقيدة التوحيد وهؤلاء يرون أن التوحيد فطري وجوهري في النفس، ويؤكدون أن عقيدة الإله الأكبر هي أقدم ديانة ظهرت في حياة الإنسان، وأن أي أمة من الأمم لم تخل من هذه العقيدة.

وأما الوثنيات التي سادت في الأمم القديمة والحديثة ما هي إلا أعراض وانحرافات طارئة ودخيلة على هذه العقيدة الخالدة ومن أشهر أنصار هذا الاتجاه، لانج lang، شريدر sharoeder، بروكلمان brohlman، لرواه laroy، كاترفا جوشميدت.

ويؤخذ على هذين الاتجاهين الاعتماد ابتداءً على فرضية أن الشعوب القديمة تعتبر بداية تاريخ البشرية [العصر الحجري وما بعده]، وهذا فرض باطل لأن الإنسان وجد قبل هذا العصر كما على مؤيدي الاتجاه التطوري إهمالهم لشعوب بدائيه عرفت التوحيد منذ القدم لذلك يؤخذ عليهم معيارهم الفاسد الذي قاسوا به التقدم والتطور في الماديات، على أن الوعي الديني قد تطور من عقيدة الوثنية إلى التوحيد، بينما الوعي الديني شعور فطري أودعه الله في الجنس البشري قال تعالى: ﴿فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ عَ ۗ ذَٰلِكُ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾ الروم 30.

والفريق الثاني فينتفق مع ما يقرره الإسلام عن أصل الوعي الديني، ولكن يؤخذ عليهم المنهج الذي اتبعوه للوصول لهذه الحقيقة، حيث ساروا على نفس المنهج الذي سار عليه مؤيدو اتجاه التطور، من حيث محاولة الوصول إلى الصورة الأولى للعقيدة الدينية التي تمثل طفولة الطفولة وهذه لا مجال فيها للبحث التجريبي وفيما يلي نعرض بإيجاز لأهم نظريات المطروحة في الفكر الاجتماعي بصدد تفسير نشأة الوعي الديني عند الإنسان.

– نظريات المدرسة الطبيعية: تذهب النظرية إلى أن مشاهدة الظواهر الطبيعية هو سبب نشأة وانبثاق الوعي الديني لدى الإنسان وينقسم أنصار هذه المدرسة لفتين هما:

- مؤيدو مظاهر الطبيعة العادية: وأبرز ممثلي هذه الفئة العالم الألماني ماكس ميلز في كتابة علم الأساطير المقارن وقد اعتمد على عدد من المتغيرات لتفسير النشأة منها:

عامل منطقي يتمثل في مبدأ التجريب الحسي، وعامل نفسي وهو ما يحدث عند رؤية الإنسان وتأمله الظواهر الطبيعية المختلفة من حوله، وعامل لغوي وقد توصل إلى أن أسماء الآلهة هي غالبا أسماء لقوى طبيعية كالنار وغيرها.

- مؤيدو مظاهر الطبيعة العنيفة: من أشهر علماء هذا القسم الإنجليزي جينونز jevous الذي يذهب في كتابة المدخل إلى تاريخ الدين إلى أن الحوادث الطبيعية بالليل والنهار... غير كافية لا يقاض الوعي الديني، كونها متكررة ومألوفة للنفس على خلاف المظاهر الطبيعية المفاجئة والعنيفة كالرعد، الصواعق، الزلازل والبراكين وغيرها فهي تهدد أمن الإنسان وتثير خوفه مما يدفعه للتفكير كيف يجلب نفعها ويدفع شرها من خلال التقرب للقوة المطلقة التي تتحكم فيها لينتهي إلى عبادتها.

- نظريات المدرسة الروحية الإحيائية: يرى أنصارها وعلى رأسهم تايلور tylor في كتابة الحضارة البدائية وكذلك هربرت سبنسر spencer في كتابة مبادئ علم الاجتماع أن الإنسان البدائي عبد الأرواح لمختلف صورها (إنسان، ملائكة، جن...) لاعتقاده بقدرتها على التأثير إيجابا أو سلبا سواء في ذاته أو فيما حوله كما يرى أنصارها أن العقيدة هذه مرت بمرحلتين الأولى الاعتقاد في بقاء أرواح الموتى والثانية اعتقاد بوجود أرواح للأفلاك والعناصر الطبيعية.

- مدرسة ألمانيا: mana: ويرى كل من مارتي وكنج king أن الوعي الديني يرجع إلى الاعتقاد بما قبل المادة الحية وهو اعتقاد سابق لعبادة الأسلاف، مؤداه أن هناك قوة واحدة منتشرة في جميع أجزاء الكون والأرواح واحدة من مظاهرها، ويمكن الاتصال بها والاستفادة من قدراتها الخارقة خلال بعض الطقوس والتعاويد الخاصة.

- **النظريات النفسية:** ويرى أصحابها أن الإنسان لا يحتاج ليعمل فكرة في مظاهر الطبيعية أو يفكر في عالم الأرواح لأنه مفطور على التوجه للإله وبالتالي فهذه الأخيرة بالإضافة إلى تجاربه النفسية كفيلة لدفعه إلى أن يدرك أن هناك قوة عليا مسيطرة، يجب التوجه لها بالعبادة ومن أشهر أنصارها: هنري برغسون، ورينيه ديكارت.

- **النظرية الأخلاقية:** يرى العالم الألماني إيمانويل كانط أن الاعتقاد بوجود الذات الإلهية هو إيمان عقلي وليس مجال علم ومعرفة يمكن التوصل إليه بالبرهان والتجربة أي أنه مقدمة مسلم بها، لا بد للعقل أن يقرها لتصبح معقولة القانون الأخلاقي.

- **النظرية الاجتماعية المتطرفة:** ترفض كل التفسيرات النفسية والبيولوجية والغيبية والجغرافية المفسرة لجميع الظواهر بما فيها الدينية، لكنها تقر تفسيراً وحيداً وهو الحياة الاجتماعية داخل المجتمعات، وأشهر علمائها: دوركايم الذي قدم في كتابه الأشكال الأولية للحياة الدينية تفسيراً اجتماعياً خالصاً لنشأة الوعي الديني، على أنه ظاهرة اجتماعية حين خلص من تحليلاته التي بناها على مقدماته الوهمية، وعلى دراسات ميدانية قام بها غيره إلى أن الدين والعبادة والتأليه كلها ترجع إلى طبيعة الواقع الاجتماعي بعاداته و تقاليده ونظمه وأحكامه، أي أن الدين ظاهرة من صنع المجتمع، وقد تعرضت نظريته هذه إلى الكثير من الانتقادات.

- **نظرية التوحيد البدائي:** يتزعمها لانبو شميدت وتذهب إلى أن أول ديانة ظهرت بين البشر هي التوحيد الإله الأسمى، لأن الإنسان البدائي عرف الإله الواحد منذ القدم، وتعدد الآلهة انحرافات طرأت على حياة الإنسان، والتوحيد البدائي ناقص لأنه لم يدرك فكرة الخلق وكذا صورة الله لديهم ناقصة لأن بعض القبائل تصور الإله على أنه إنسان وأحياناً على شكل غير حسن.

- **مدرسة الوحي:** هذه النظرية على عكس سابقاتها فهي ترى أن الدين جاء للإنسان ولم يبحث الإنسان عنه وأنه نزل للإنسان من ربه، فالله تعالى خلق أبا البشر آدم وكرمه وعلمه حقائق الأشياء،

ثم أمره أن يورثها لذريته فكانت هذه العقيدة ميراث الإنسانية (عن أبيهم الأول، وهذه النظرية تعكس وجهة نظر كبار رجال الدين المسيحي بأوروبا).

- فطرية الوعي الديني (المنظور الإسلامي): وهنا بعض المسلمات الإسلامية حول فطرية النزعة الدينية.

- إن الإسلام دين الفطرة: قال تعالى: ﴿فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾ الروم 30.

- وضوحا لاستدلال على ألوهية الله في كل المخلوقات (شمس، قمر، نبات، حيوان) وقد ذكر القرآن ذلك.

- تفاوت الناس في قدرتهم على الاستدلال على الله بالتدبير لبعض الآيات أو الغفلة عن البعض الآخر.

- إن آدم هو أصل البشرية ومنه نسلوا مع عدم اعتباره لأي رأي يخالف ذلك كما قال تعالى:

﴿يَبْنِيءَ آدَمَ لَا يَفْتِنَنَّكُمْ الشَّيْطَانُ كَمَا أَخْرَجَ أَبَوَيْكُمْ مِنَ الْجَنَّةِ﴾. الأعراف 27.

- بيوت الأصل الإلهي للإيمان والفكر والمعرفة الإنسانية والعلم بشكل عام قال تعالى: ﴿وَعَلَّمَ آدَمَ

الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَٰؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ

قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ﴾ البقرة 31-32، وقوله

تعالى: ﴿عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَم﴾ العلق 05.

02- أبعاد الوعي الديني وجوانبه:

1/02- أبعاد الوعي الديني

تنقسم هذه الأبعاد إلى وجدانية، معرفية، وسلوكية وذلك لأن الوعي الديني ذو فعالية في نفس الفرد والمجتمع.

- البعد الوجداني:

يتمثل هذا البعد من شخصية الفرد في المشاعر والعواطف والانفعالات¹. كوعي المسلم بانفعالاته وتوجيهها ويقصد بها إدراك المسلم لانفعالاته وتوظيف مبادئ الشريعة في حراكها الذاتية والاجتماعية²، فالفاعلية أمر مطلوب من أجل النهوض بأعباء الحياة والقيام بالواجبات وهي كذلك قيمة هامة يجب مراعاتها من أجل الخروج من حالة التخلف، فالمجتمعات حيث تدخل مرحلة التخلف تحمد حركتها الدافعة و يصبح الفرد فاقدا للفاعلية لأنه لا يمتلك في نفسه التي تمنحه حركتها الفعالية والتي يؤثر بها في محيطه، فأحكامه وسلوكيته هي الترجمة الواقعية لما انطبع في نفسه من انفعالات ومشاكل وأفكار³، ومن شواهد القرآنية الدالة على اعتناء القرآن الكريم بالجانب الوجداني لأهميته قوله تعالى: ﴿قَدْ نَعْلَمُ إِنَّهُ لَيَحْزَنُكَ الَّذِي يَقُولُونَ فَإِنَّهُمْ لَا يُكَذِّبُونَكَ وَلَكِنَّ الظَّالِمِينَ بَغَائِتٍ إِلَى اللَّهِ يَتَّخِذُونَ وَلَقَدْ كُذِّبَتْ رُسُلٌ مِّن قَبْلِكَ فَصَبَرُوا مَا عَلَى كُذِّبُوا وَأُوذُوا حَتَّى أَتَاهُمْ نَصْرُنَا وَلَا مُبَدِّلَ لِكَلِمَاتِ اللَّهِ وَلَقَدْ جَاءَكَ مِن نَّبَايِ الْمُرْسَلِينَ﴾ الأنعام 33-34، إذ تتمحور معاني الآيات حول الحالة الوجدانية التي اتسم بها النبي صلى الله عليه وسلم حين كذبه قومه، فجاءت الآيات تخبره حقيقة هذا التكذيب وبأن الكفار لا يتهمون بالكذب بل هم مؤمنون بصدقة لكنهم يعاندون الحق، وإن هذا الذي حدث مع الأنبياء قبله فصبروا إلى أن جاءهم النصر،

¹ حسن شحاته، زينب النجار، معجم المصطلحات التربوية والتفسير، (د.ط)، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص 286.

² سعاد جبر السعيد، سيكولوجية التفكير والوعي بالذات، دط، دار الكتاب العلمي، عمان، الأردن، 2008، ص 169.

³ الطاهر سعود، التخلف والتنمية في فكر مالك بن نبي، مركز دراسات فلسفة الدين، دط، دار الهادي، بيروت، 2006، ص 214-215.

وتشمل دلالات التربية للنص على أهمية تجاوز الحزن وعدم الركون إلى الانفعالات السلبية، بل السعي للخروج منها من خلال تحفيز الذات لأداء أهدافها السامية في الحياة¹.

يساهم الوعي الديني في بعده الوجداني في تحقيق التوازن والاطمئنان النفسي في الشخصية الإسلامية وفي توطيد الشعور بالانتماء عن طريق بث المشاعر الدينية الإسلامية وتنميتها في أذهان الأفراد وتنمية الشعور بالانتماء إلى الأمة الواحدة والعقيدة الواحدة²، فالوعي الديني يلعب دوراً فعالاً في معالجة الاضطرابات النفسية التي يعيشها الإنسان بالإحساس بالخوف، لوم الذات والشعور بالذنب وغيرها من خلال التفريغ الانفعالي الذي يعني تصريف الشحنات الانفعالية المحبوسة داخل الفرد وهو نوع من التطهير الانفعالي المؤدي إلى شعور الإنسان بالاطمئنان والاستقرار³.

ومما سبق يتضح أن الجانب الوجداني في الوعي الديني مرتبط بشخصية الإنسان والصلة التي تربطه بالله عز وجل؛ ويتجلى هذا بوضوح من خلال وعي المسلم بانفعالاته وتوجيهها أي إدراكه لانفعالاته وحسن التحكم فيها وتوجيهها حتى لا يصبطدم بالانفعالات السلبية التي تحد من فعاليته وتدفعه إلى الجهل والتخلف، ولهذا يتوجب عليه التحلي بالصبر والأخذ بمبادئ الشريعة، أما بالنسبة للاضطرابات النفسية يلعب الجور الديني دوراً هاماً من خلال المضامين التي عرجت مكانة الإنسان في الوجود عند الله عز وجل ومن هنا فالجانب الوجداني يختص بالبعد الروحي في شخصية الإنسان لكي يكون إشباعها عن طريق توثيق الصلة بالله سبحانه وتعالى.

- البعد المعرفي:

والمقصود به الأفكار والمعلومات والمعارف التي يحملها الفرد المسلم في تصوره الكلي حول الخالق والوجود بما فيه الإنسان والحيوان والجماد مما له علاقة بالمبادئ الإسلامية التي يعتنقها وتشكل العقيدة الإسلامية الشخصية المسلمة، وهي بمثابة الروح من الجسد وتتعلق بالإيمان بالله تعالى وصفاته

¹ سعاد جبر السعيد، مرجع سابق، ص 170.

² لؤي صافي، العقيدة السياسية، معالم نظرية عاملة للدولة الإسلامية، دار الفكر، دمشق، 2001، ص 81.

³ عبد الرحمن آل العسوي، جنوح الشباب المعاصر، منشورات الحلبي الحقوقية (د.ب)، (د.ط)، (د.س)، ص 32.

وأسمائه وعالم الغيبيات، ثم المعارف والمعلومات التي ينبغي على الفرد المسلم الإمام بها بما يجعله قادراً على التفريق بين ما هو صواب وما هو خطأ ليكون عمله موافقاً لروح المبادئ الدين الذي يتبناه، وفي التصور الإسلامي فإن الغاية من خلق الإنسان هي العبادة، قال تعالى: " وما خلقت الجن والإنس إلا ليعبدون" الداريات 568، وأن الإنسان خليفة الله في الأرض ﴿ وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَأِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ﴾ البقرة 30. مما يقتضي على الإنسان أن يقوم بواجب عبوديته لله تعالى.

فالجانب المعرفي الذي يهتم الوعي الديني بتنميته يتمثل في العقيدة (الإيمان، وأركانه) وأحكام العبادات والمعاملات، على غرار العلاقات الاجتماعية (صلة الرحم، التكافل أحكام الأسرة...) والعلاقات المالية (بيع والشراء، الهبة...) والدين الإسلامي يتمثل في شخصيته الفرد المسلم هي:¹

- الاعتقاد الجازم بأن الله واحد في ذاته وأسمائه وصفاته.

- التوجه إليه وحده بالشعائر التعددية التي افترضها على عباده.

- الالتزام بأحكام الحلال والحرام والحسن والتسبيح والإباحة والمنع.

والملاحظ في هذا استعمال مصطلح التوجه بشأن العبادات والالتزام بشأن المعاملات ومن المعلوم أن الالتزام بالأمر فرع من العلم به وأثر من آثاره، وعليه فإن معرفة أحكام العبادات والمعاملات يدخل في الجانب المعرفي والتزامها واقعياً يدخل ضمن الجانب السلوكي، كما أن العلم بالجانب العقائدي يدخل ضمن الجانب المعرفي والإحساس بها والتوجه إلى الله تعالى بمشاعر الإخلاص والمحبة والخوف والرجاء يدخل ضمن الجانب الوجداني، كما نلاحظ فإن هذه الجانب شديدة الصلة بعضها البعض والذي يميزها عن البعد النظر في طبيعتها والأثر المترتب عنها فالعبادة سلوك واقعي مبني على المشاعر (الجانب الوجداني) ومنبثق عن الاعتقاد (الجانب المعرفي) ويقصد بالجانب المعرفي هو اكتساب الفرد لمعارف صحيحة حول الإسلام بالمنظومة العقائدية {المعارف التي لها علاقة بالعقيدة} الإسلامية ثم المنظومة الفقهية (الأحكام الفقهية) وكذلك المنظومة الأخلاقية

¹ محمد قطب، واقعنا المعاصر، ط2، مكتبة رحاب، الجزائر العاصمة، (دس)، ص 34.

والقيمة (كالصبر والصدق،...) إضافة إلى الثقافة الإسلامية من خلال معرفة الإنسان بالتاريخ الإسلامي والشخصيات الإسلامية.

- البعد السلوكي:

ويقصد بالسلوك (behavior) الاستجابات الحركية التي تصدر عن الكائن الحي، وهناك جهود علمية لوصف السلوك إذ يقسم إلى سلوك فطري وسلوك مكتسب متعلم، وهناك سلوك سوي وسلوك مرضي... ويعرف بعض علماء النفس السلوك على أنه (السلوك الخارجي الذي يمكن ملاحظته ومشاهدته)¹.

ويعد السلوك بهذا المفهوم أثر من آثار الجانب الوجداني والجانب المعرفي، إذ أنه من مكونات الشخصية المسلمة التي تميزها عن غيرها وهو منبثق عن النظرة الكلية إلى الوجود (العقيدة الإسلامية). كما أنه يقتضي معرفة أحكام التشريع الإسلامي ومبادئه وروحه العامة ليكون متسقا معا غير متناقض، فالمسلم المحكوم بوعي ديني لا يسلك سلوك عشوائي غير موزون، بل يمنع كل قول أو فعل أو موقف أمام أحكام الشريعة الإسلامية قبل الإقدام عليه².

ويعد تحقيق معاني العبودية لله تعالى وتهذيب النفس بالأخلاق الفاضلة تحسین أوامر العلاقات الاجتماعية بين الناس، كل ذلك من الأهداف التي يطمح إلى تحقيقها الوعي الديني وهي الأهداف المستمدة من روح الدين الإسلامي، فالدين يدعو إلى مكارم الأخلاق ويمجدها وكذلك يرسي قواعدها ويضبط مقاييسها ويحذر من الانحراف³، وفي المجال الاجتماعي اهتم الدين الإسلامي بتنظيم علاقات الإنسان بعضهم ببعض، بدءًا بالعلاقات الإسلامية، من حيث الأسس الصحيحة التي يقوم عليها اختيار الزوجين وكفالة وحقوق الأبناء وبيان عظم حقوق الآباء ثم أحكام الأسرة الكبيرة التي

¹ عبد الرحمن آل العسيوي، مرجع سابق، ص 13.

² سعاد جبر السعيد، مرجع سابق، ص 182.

³ يوسف القرضاوي، الصحوة الإسلامية: الجهود والتطرف، ط1، كتاب الأمة، قطر، 1402هـ، ص 108.

تضمها في سياق من المعاملات التي تحميها، ثم علاقة الناس مع بعض الأقرب فالأقرب، قال تعالى:

﴿جَزَاءً مِّن رَّبِّكَ عَطَاءً حِسَابًا﴾ النبأ 36.

إضافة إلى المعاملات المالية التي شرعت من أجل العمل على تداول الأموال وعدم تكديسها أو جعلها حكراً على طبقة الأغنياء، فلما قد منحه الله تعالى وديعة في أيدي بعض الناس اختبار لهم وامتحاناً على الدعوة إلى إنفاقه وبذله لقوله تعالى: ﴿وَأَنْفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلَفِينَ فِيهِ﴾ الحديد 7، فما عند الفرد ينفذ وما عند الله باق¹. ومن خلال هذا البعد يتبنى الفرد مجموعة من السلوكيات والأعمال كالعبادات والأعمال الحسنة وتنمية هذا العمل وتحسينه كما أن هذا الجانب هو أثر للجانبين السابقين (الوجداني والمعرفي) فهو من مكونات الشخصية المسلمة ومنبثق من العقيدة الإسلامية ومدى معرفة أحكامها ومبادئها.

والملاحظ على هذه الأبعاد الثلاثة للوعي الديني أنها متداخلة ومتصلة ببعضها البعض، ولا يمكن التطرق لجانب دون ذكر الجانب الذي سبقه أو يليه.

2/2- جوانب الوعي الديني

الوعي يوجد ما يوجد لدى الأفراد والجماعات أو المجتمعات من مظاهر وتجليات واقعية نسبية إدراكية (معارف ومفاهيم) وعقائدية من تطورات وأفكار وقناعات وميول عاطفية، انفعالية من قيم واتجاهات واهتمامات وتفضيلات وسلوكيات فعلية وقولية تتصل بكل من المجالات، أو المكونات الدينية من معتقدات وتصورات ومقدسات رمزية شخصية و زمانية ومكانية وشعائر ومبادئ وفضائل في المعاملات والأخلاق، وفي مقدمتها مقتضيات أركان الإسلام والإيمان والإحسان والتقوى في اجتناب الحدود والمحرمات والنواهي والواجبات وكل ما يحدد علاقة الإنسان بخالقه وبذاته وبغيره كما

¹ يوسف القرضاوي، المرجع السابق، ص 227.

يتمثل في المفهوم الشامل للعبادة الواجبة، وما تحدده من مصادر الإسلام الشرعية (القرآن والسنة) ويشرحه علماء وفقهاء الإسلام.

فالوعي الديني لتكامله وشموله لجوانب عدة منها الشخصية المسلمة من الجانب الإدراكي فالعقائدي والعاطفي والحركي يفترض ضمنا دورا إيجابيا وتعبيرا مستمرا لمن يحمل هذا الوعي، فالجانب العقائدي يسعى لصياغة الواقع الاجتماعي وضبطه على أسس وقيم محدودة ومحسومة في التكوين الإيماني للأشخاص¹.

03/ خصائص وشروط الوعي الديني

3-1 خصائص الوعي الديني:

من خصائص الوعي ما يلي:

-**التوعية الدينية:** توعية شاملة متوازنة تهتم بالعبادات والمعاملات اهتماما كبير لأن الدين يشمل الدنيا والآخرة على حد سواء وفي هذا يقول حذيفة قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: «من لم يهتم بأمر المسلمين فليس منهم، ولم يصبح ويمسي ناصحا لله ورسوله ولكتابه ولإمامه ولعامة المسلمين فليس منهم» صححه ابن باز، والتوعية الدينية تقوم على النصوص الشرعية في مشروعيتها وأساليب تنفيذها وقد تكون سرا وتكون جهرا، وقد تكون بالكلمة الطيبة وقد تكون بالمجادلة العلمية، وقد تكون للحاكم وقد تكون للمحكوم قال تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾ سورة النحل 125. وقال أيضا:

¹ نسائم عن لا في الهمزاني: تقويم الوعي الديني للمسلمين مقياس اتجاه مستوى الوعي الديني بالتطبيق على مستوى ألباني، المملكة العربية السعودية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعي، كلية العلوم الاجتماعية 1995، ص 7.

﴿قَالَ رَبُّنِي دَعَوْتُ قَوْمِي لَيْلًا وَنَهَارًا فَلَمْ يَزِدْهُمْ دُعَائِي إِلَّا فِرَارًا وَإِنِّي كُلَّمَا دَعَوْتُهُمْ لِتَغْفِرَ لَهُمْ جَعَلُوا أَصْبَعَهُمْ فِي آذَانِهِمْ وَأَسْتَعْشَوْا ثِيَابَهُمْ وَأَصْرُوا وَأَسْتَكْبَرُوا أَسْتَكْبَرًا ثُمَّ إِنِّي دَعَوْتُهُمْ جَهَارًا ثُمَّ إِنِّي أَعْلَنْتُ لَهُمْ وَأَسْرَرْتُ لَهُمْ إِسْرَارًا﴾ نوح 5-9.

وقال رسول صلى الله عليه وسلم: «الدين والنصيحة، قلنا لمن يا رسول الله؟ قال: لله وكتابه ورسوله، ولأمة المسلمين وعامتهم» صحيح مسلم.

التوعية الدينية تقوم على الوسطية، فلا إفراط فيها ولا تفريط" لأنها إذا كثرت لا تأثر في القلوب، فيسقط في الإكثار فائدة الوعظ"¹.

3-2- شروط الوعي الديني:

- الاستيعاب الواقعي لحقائق دينه ومقاصده وقيمه، وفهمنا فهما صحيحا بلا إفراط ولا تفريط، وبلا غلو ولا انحلال.

- استيعاب الواقع الذي تعيشه وإدراك مدى تأثير العوامل الخارجية للظروف المحيطة بنا في نفوس الناس مثل: البرامج الموجهة ضد تعاليم ديننا والخط من قيمنا، وتشويه عقول أبنائنا بمختلف الوسائل التي تنشر انحلاعه والفوضى والتطرف والإرهاب.

- تنظيم التوعية بوضع برامج توعوية متكاملة وفق إستراتيجية واضحة وتخطيط محكم تراعي فيها الأحوال الأفراد وظروف المجتمع وتغيرات الواقع الإنساني.

- شمولية مضامين التوعية الدينية ليشمل ما ينفع العباد في دينهم ودنياهم، وهذا هو الزاد الذي جاء في قوله تعالى: ﴿الْحَبُّ مُشْبَعٌ مَّا بَيْنَ يَدَيْهِمْ فَكَيْفَ يُعْلَمُونَ أَنَّهُمْ مُبْعَدُونَ مِمَّا قَدَّمْتُمْ لَهُمْ إِلَّا لِمَن يَشَاءُ اللَّهُ فَلَا ضَلِيلَ لَهُ﴾

¹ عمر صالح بن عمر، مفهوم الوعي والتوعية وأهميتها، د ط، د ت، ص 54-55.

جِدَالٍ فِي الْحَجِّ وَمَا تَفَعَّلُوا مِنْ حَيْرٍ يَعْلَمَهُ اللَّهُ وَتَزَوَّدُوا فَإِنَّ خَيْرَ الزَّادِ التَّقْوَى وَاتَّقُوا اللَّهَ يَأْتِيَنَّكُمْ أَلْبَابُ الرِّزْقِ الَّتِي كُنْتُمْ تُخْفُونَ. والزيد زاد الدنيا والآخرة والتقوى فإنها تشمل الحذر من عقاب الله بإتباع أوامره واجتناب نواهيه وتشمل كذلك الحذر من المكروهات المضرة. .

- تنوع مداخل التوعية الدينية بحيث يستفاد من كل المؤسسات والطاقت الرسمية والشعبية التي تساهم في تحقيق هذه التوعية كالجامعات والمدارس... الخ وعندئذ ينتشر الوعي الديني، مما يساعد على تحقيق العادة الدنيوية والأخروية.

04 - أهداف الوعي الديني

تتبين أهداف الوعي الديني في عدة جوانب نذكر منها ما يلي:¹

- بيان العقيدة الإسلامية الصحيحة للمسلم، وتحريره من انحرافات والتقليد وترسيخ هذه العقيدة في نفسه، بحيث يكون قادرا على مواجهة الأفكار العصرية بالتحدي والثبات، ويتخذ مكانه الصحيح على خريطة العالم والحياة.

- وقوف المسلم على ثروة الإسلام الفكرية والخلقية، من خلال القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة ومن خلال ما خلفه العلماء المسلمون من ممرات الفكر والعلم والسلوك، كي يدرك أن الإسلام نظام متكامل شامل لجميع نواحي الحياة قادرا على البقاء والعطاء والاستمرار على خلاف العصور والبيئات، فقواعده الثابتة وفروعه المتحركة بالشورى والانتهاز.

- ترجمة الأفكار والتعاليم الإسلامية إلى واقع عالمي وقانون سلوكي فقد جاء الإسلام ليكون نظاما تطبيقيا في الحياة ولم يضعف المسلمون إلا بعد أن خضعوا لتطبيق النظام الإسلامي وأحكامه إلى المزاج والرغبات.

¹ محمد عبد السلام: دراسات في الثقافة الإسلامية، ط5، مكتبة الفلاح، (د.ب)، 1987، ص 25-25.

- تكوين المسلم الواعي الذي يملك القدرة على التوفيق بين حقائق العلم وحقائق الدين والعمل على وحدتهما لترشيد العلوم الإنسانية نحو عمارة الأرض بالخير والسعادة البشرية في الحياة الدنيا والآخرة. لعل أن هذه أهم أهداف الوعي الديني وأبرزها والتي كلها تنبثق من هدف أسمى وهو التوعية بالدين الإسلامي ومعالمة.

05- أهمية الوعي الديني

تزيد أهمية هذا الدين للفرد طبيعته وظروف العصر لكونه يعيش في عالم بلغت فيه سبل الاتصال ووسائل الإعلام من الكثرة والتنوع والسرعة، فيجد الفرد نفسه كل يوم وكل ساعة يواجه بخصم من الآراء والأفكار والنظريات لا يستطيع أن يواجه حياته بكفاءة إلا بأن يحدد لنفسه موقفا ما مما يتلقاه ، وهذا لن يتحقق إلا للفرد الذي يمتلك وعيا دينيا يساعده على مواجهة التحديات العصرية.

ونرجع أهميته للمجتمع فكلما ارتفع الوعي الديني لدى الأفراد كانت تعاملاتهم وفقا لتصورات المجتمع التي هي تصور ديني، وبالتالي فإن درجة وعي أفراد المجتمع ازداد تماسك¹.

- كما أن الوعي الديني يمكن الأفراد من التمتع بنظرة علمية صحيحة تساعده في تفسير الظواهر، وتجعله قادرا على البحث عن أسباب الظواهر والأحداث وتمكنه من تعليلها.

- كما يعد الوعي الديني رصيد معرفي يستفيد الإنسان منه خلال توظيفه له وقت الحاجة في اتخاذ القرارات الصحيحة والصائبة، وذلك إزاء ما يتعرض له من مشكلات.

- كما يعمل الوعي الديني على خلق روح الاعتزاز والتقدير والثقة بالعلم كوسيلة من وسائل الخير المتخصصين بدراسة الوعي.

¹ أحمد مختار مكي، دراسة تأثير منفرد التربية الدينية في الوعي الديني لدى طلاب كلية الشريعة، سعيه التعليم الابتدائي، جامعة أسبوط، 2000، زمن

زيارة الموقع 2000/03/16. <http://makkyednction;arebb logs.com/reshtml>.

- يولد لدى الأفراد الرغبة في الاستطلاع ويغرس فيه حب اكتشاف المزيد والبحث عن المعرفة التي تتسم بالتطور والمشارع.

ولقد ذكر (جوهري العمودي) أن أهمية الوعي الديني تبرز من خلال الدور الذي يلعبه في تمكين الأفراد من حل المشكلات التي تواجههم والإمام بالتغيرات الأساسية المختلفة لبناء أحكام موضوعية عن كافة ما يواجهون من قضايا ومشاكل وتيسير وصولهم إلى ما يحتاجونه في حياتهم وأعمالهم، وأن الاستثمار الأمثل في المستقبل يبدأ بغرس مهارات الوعي والتعلم مدى الحياة.

- كما تأتي أهمية الوعي الديني أيضا في أنه يساعد على استقرار المجتمع واستمرار حياة الناس وعدم تعثر شؤونهم وأمورهم، حيث يتجلى وتتضح الرؤيا لدى الأفراد وبالتالي تنعدم المفاصد والمظالم بينهم، مما يؤدي إلى تفادي الضعف والانهيار الذي قد ينتج عند انعدام الوعي وقلته، مما سيساعد على الارتقاء بالمجتمعات وجعل الأمة ظاهرة بين الأمم، أمرة بالمعروف ناهية عن المنكر، كما تبرز أهميته في أنه يعد المدخل الأساسي لمعرفة العصر، إذ لا بد من معرفة الواقع الذي يعيشه ورصد الأحداث وتحليلها ولا بد من معرفة تقاليد العصر وثقافته وعلومه¹.

06- وظائف الوعي الديني

- يحتل الدين مكانه بارزة وأهمية قصوى في تفكير ووجدان البشر أفراد كانوا أم جماعات فلا يوجد هناك عاطفة إنسانية أقوى تأثيرا في نفوس الأفراد من العاطفة الدينية وذلك لما يتمتع به الدين من وظائف تساهم في دفع المجتمع إلى درجة من الوعي وهذه الوظائف متمثلة في كون أن الدين يعمل على تماسك وترابط الأفراد حول إيديولوجية خاصة، كما يساعد على توحيد القيم والأهداف البعيدة ويساعد على توفير الراحة النفسية لأفراد المجتمع، وتلعب دورا أساسيا في الضبط الاجتماعي فهو يحدد نواحي الخير والشر والثواب والعقاب، ويسهم في تكوين الضمي عند الأفراد وبالتالي من خلال

¹ محمد بن حسين منهور حمدي، الوعي وأثره في الحد من انتشار الظواهر السلبية لدى الشباب التدخين والتخطيط نموذجاً، سلسلة أبحاث قضايا الشباب وتنهيمهم، جامعة تبوك، 2006، ص 3-4.

ما ذكر فالوعي الديني يساعد في تماسك البناء الاجتماعي وتنظيم العلاقة بين المجتمع وأفراده من خلال ما يتضمنه من معارف وأحكام وقيم دينية تسهم في تفعيل دور الضمير لدى الأفراد تجاه مختلف القضايا الاجتماعية وتحمل مسؤوليتهم تجاهها¹.

07- فوائد الوعي الديني

وبصورة عامة فإن الوعي الديني يترك أروع الآثار الإيجابية في حياة الإنسان منها²:

- **عدم الغرور بالدين:** إن الإنسان متمتع بالوعي الديني لا تلهيه الحياة ولا يغتر بها لأنه ينظر إليها على حقيقتها، فيدرك أنها فانية، ولهذا لا يخضع لمتعتها حتى لا تلهيه عن ذكر الله لأنه يعي بأن الله عز وجل هو من خلقه، أي أن الفرد الواعي بدينه يعلم بأن الحياة فانية والبقاء الله عز وجل.

- **عدم الانخداع بالأفكار الباطلة:** إن الوعي الديني يحصن صاحبه من الانخداع بالأفكار الباطلة والآراء المزيفة والحقائق المشبوهة التي يلقيها المنحرفون، ولا سيما منهم الشخصيات الضالة التي تمتلك القدرة الفائقة في كسب الآخرين والتأثير فيهم وإقناعهم بمختلف الأفكار، لأن الإنسان الواعي يمتلك نوعية الميزان الذي يقيم به الأفكار، فلهذا يكون في غنى عن التقليد الأعمى والسير وراء الهتافات الباطلة.

- **سلامة الباطن والبنية:** إن الإنسان بارتقاء مستوى وعيه الديني يدرك أن الملاك في تقييم الأعمال التي يقوم بها، وهو مقدرًا مساعدتها له في تطهير قلبه وتنقية سريره وتهذيب نفسه وتأهيله للتقرب إلى الله تعالى، ومن هنا فإن حسن النية هي من مستويات الوعي الديني التي يدركها الإنسان.

¹ محمد سليم مسعد الحارثي، الوعي الاجتماعي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدينة الرياض، رسالة مقدمة لاستكمال درجة الماجستير في العلوم الاجتماعية تخصص التأهيل والرعاية الاجتماعية، الرياض جامعة نادي الغرير للعلوم الأمنية كلية الدراسات العليا 1434-1435، ص 23.

² علاء الحسون، تنمية الوعي، ط1، دار الغدير للنشر والتوزيع، إيران، 1424هـ، 2003، ص 155-158.

- **الإيمان والحياة الطيبة:** إن الإيمان يكون في القلوب الظاهرة لأن الوعي الديني لا يسمو ولا يرتقي إلا بمقدار طهارة القلب وخلوه من الجهل والشوائب والشهوات والهوى، ولهذا يكون قلب الإنسان بمقدار سمو وعيه الديني أكثر استعداد لقبول الحق وأكثر إيمان وأكثر انفتاحاً على الله تعالى، ومن منطلق الإيمان يدل الإنسان في رحاب الحياة الطيبة التي قال عنها تعالى: ﴿مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً﴾ النحل 97.

ويفسر الإيمان للفرد علاقته بما حوله من الناس والأحداث، ويوضح له غايته واتجاهه وطريقته، ومن هنا تملأ روح الإنسان الواعي على قدر إيمانه بالأمان والسكنية والرضا والسعادة، والاستقرار وهي سمات الحياة الطيبة التي يتحصل عليها الإنسان نتيجة ارتقاء الوعي الديني لديه، يتضح مما سبق أن الإنسان المؤمن هو الذي يتمتع بالحياة الطيبة والاستقرار والاطمئنان وهذا يكون من خلال ارتقاء مستوى وعيه الديني.

08- عوامل تشكيل الوعي الديني

هناك العديد من العوامل المؤثرة بشكل مباشر أو غير مباشر في تشكيل وتنمية الوعي الديني وقد يختلف بعض هذه العوامل أو طبيعة دورها من مجتمع مع لآخر ومن زمان لزمان آخر وفي ضوء الاعتبارات النظرية والميدانية لهذه الدراسة، فإنه يمكن وضع أهم هذه العوامل في ثلاثة أقسام هي:

8-1- العوامل الشخصية:

وتتمثل في متغيرات الجنس، مرحلة العمر، مستوى التعليم ونوعه، والوضع المهني الحالة الزوجية

أ- **عامل الجنس:** تشير بعض الدراسات إلى وجود بعض الفروق الجوهرية بين كل من الذكور والإناث في الوعي الديني أو بعض مظاهره ومجالاته، ومن تلك الدراسات التي أشارت إلى مثل هذه النتيجة نجد دراسة كل من أليون وفست (ellut f vosta1970) حول مستوى الوعي الموجة

للمشاركة في المواقف الاجتماعية، وروبرت (1984robert) عن العلاقة بين السلوك الديني والشخصية ومن الدراسات التي أشارت إلى تفوق الذكور هناك كل من دراسة آشا (asha1984) عن العلاقة بين التدين وبعض متغيرات الشخصية، بينما أشارت دراسات أخرى إلى تفوق الإناث عن الذكور في الوعي الديني ومنها دراسة كل من عبد الرحمن عيسوى (1966م) عن العلاقة بين الاتجاه الديني وبعض جوانب الشخصية (34).

أما الإسلام فله موقعه الواضح والمحدد من قضية التمايز النوعي والجنسي بين بني آدم فهو يميز بين الجنسين في بعض الجوانب ويساوي بينهما في جوانب أخرى، وذلك ابتداءً من خلق أبينا آدم عليه السلام، وأمر الله تعالى الملائكة بالسجود له وتعليمه الأسماء ومسألة المعصية والاستغفار. والتوبة، كما أن الرسل جميعاً من ذكور ومع ما يوجد بين الجنسين من التمايز ما جاء في العديد من الآيات، إلا أنه لا تمايز يدفعها في مسألة الوعي الديني وقضايا العقيدة الدينية والعبادة والتقوى، والجزاء الأخروي ومن الآيات الدالة على ذلك قوله تعالى: ﴿ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا لِلَّذِينَ كَفَرُوا امْرَأَاتِ نُوحٍ وَأَمْرَاتِ لُوطٍ كَانَتَا تَحْتَ عَبْدَيْنِ مِنْ عِبَادِنَا صَالِحِينَ فَخَاتَتَاهُمَا فَلَمْ يُغْنِيَا عَنْهُمَا مِنَ اللَّهِ شَيْئًا وَقِيلَ ادْخُلَا النَّارَ مَعَ الدَّٰخِلِينَ﴾، وقال تعالى: ﴿وَضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا لِلَّذِينَ ءَامَنُوا امْرَأَاتِ فِرْعَوْنَ إِذْ قَالَتْ رَبِّ ابْنِ لِي عِنْدَكَ بَيْتًا فِي الْجَنَّةِ وَنَجِّنِي مِنَ فِرْعَوْنَ وَعَمَلِهِ وَنَجِّنِي مِنَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ﴾ التحريم 10-11¹.

ب- المرحلة العمرية:

تشير مرحلة العمر إلى ما يرافقها من قدرات جسمية وعقلية وخبرات معرفية وواقعية متكاملة تعكس مرحلة من التغيير في الوعي بشكل عام.

¹ نسائم بن لافي عائم الهمزاني، علاقة الواقع الاجتماعي بالوعي الديني لدى مسلم، ألبانيا مذكرة لنيل درجة الدكتوراه، جامعة محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 1418، 1998، ص 34-35.

وحول علاقة المرحلة العمرية وأهميتها في تشكيل ونمو الوعي الديني نجد دراسة كل من روبرت (robert1924) عن العلاقة بين الدين والشخصية، التي أظهرت بعض الفروق في سلوك الدين بالنسبة للعمر.

وتشير دراسات أخرى إلى وجود تناسب عكسي بين الوعي الديني والعمر الزمني كدراسة فرنسيس مع آخرين (etal,fransis1985) عن الوعي الديني وعلاقته ببعض المتغيرات الشخصية حيث أن الوعي الديني قد ارتبط بشكل سالب ودال مع العمر والذكاء، ومن الدراسات التي كشفت نتائجها عن وجود فروقات جوهرية في الوعي الديني بحسب فئات العمر نجد ما توصل إليه لوكمان (luckman1971) حيث وجد أن كبار السن وصغار السن هم الأكثر تدينا من متوسطي العمر.

حول أهمية العمر في تشكيل وتنمية الوعي الديني نجد أن ديننا الحنيف يهتم بمرحلة عمر الإنسان من جوانب متعددة منها التدرج المتعلق من مضامين التربية ومن الآيات الدالة على ذلك قول تعالى: هُوَ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ تُرَابٍ ثُمَّ مِنْ نُطْفَةٍ ثُمَّ مِنْ عَلَقَةٍ ثُمَّ يُخْرِجُكُمْ طِفْلاً ثُمَّ لِتَبْلُغُوا أَشَدَّكُمْ ثُمَّ لِتَكُونُوا شُيُوخًا وَمِنْكُمْ مَنْ يُتَوَفَّى مِنْ قَبْلٍ وَلِتَبْلُغُوا أَجَلًا مُّسَمًّى وَلِعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ ﴿غافر 167﴾.

ج- الوضع التعليمي:

تقوم مؤسسات التعليم والتدريب كالمدارس والمعاهد والجامعات باعتبارها أوساط في التنشئة الاجتماعية بوظائف عدة، تتلخص في نقل التراث الثقافي، وتثقيفه، وتخفيف التماسك الثقافي والاجتماعي وتنمية أنماط سلوكية وإبداعات جديدة.

ومن الدراسات التي بينت أهمية المستوى الدراسي ما يصاحبه من الانعكاسات المباشرة للعملية التعليمية في تشكيل ونمو الوعي الديني بمجالاته المختلفة نجد دراسة كل من سلمى غرابة

¹ نسائم بن لافي عاتم الهمزاني، المرجع السابق، ص 35

1993 التي أظهرت تفوق المعلمات ذوات المؤهلات العليا في مستوى وعيهن الديني على زملائهن من ذوات المؤهلات المتوسطة.

د- الوضع المهني:

تعد الأوضاع المهنية من المؤشرات الأساسية في تحديد التفاوت بين الفئات أو الطبقات المختلفة بما يتصل بها من أوضاع ومكانات اجتماعية ومصالح متباينة، لهذا ينظر إلى الموقع من قوى العمل والمستويات الوظيفية المختلفة على أنها من المداخل الهامة في تحديد العلاقة بين الوعي الديني والواقع الاجتماعي للجماعات الإنسانية ومن الدراسات التي أبرزت أهمية هذه العلاقة ما توصل إليه لو كمان (lu ckman 1971) ومن وجود علاقات موحية ودالة إحصائية بين مستوى الالتزام الديني وبين المستويات الوظيفية والإنتاجية المختلفة¹.

-الحالة الزوجية: ومن الدراسات التي أظهرت أهمية هذا العامل في تحديد الوعي الديني نجد مثلاً الدراسة التي قام بها جورير (gorer 1955) عن علاقة الحالة الزوجية بممارسة الأنشطة الدينية، وذكر أن غير المتزوجين والأرامل أكثر التزاماً وإيماناً من المتزوجين والمطلقين والمنفصلين وقد فسر ذلك على أساس موقف الكنيسة من الطلاق، وهذا لا ينسجم بطبيعة الحال مع واقع الحياة الزوجية ودورها الإيجابي بالنسبة للمسلمين، فالإسلام كما هو معلوم موقعه المتميز في معالجة قضايا الزواج في مراحلها وأحواله المختلفة كأساس بناء الأسرة المسلمة على أنه من مكملات الدين ولهذا فإننا نجد عكس ذلك.

8-2- العوامل الأسرية:

وهي العوامل الخاصة بأسرة الشخص، مثل حجم الأسرة مستواها الاقتصادي والمهن للوالدين والأسرة هي المكان الأول والطبيعي الذي نشأ فيه المولود البشري وتكون في الغالب من الأب والأم

¹ نسائم بن لافي عاتم الهمزاني، مرجع سابق، ص 36-37.

والإخوة والأخوات، ويرى العلماء الاجتماع والتربية وعلم النفس أن الأسرة هي أصلح بيئة لتربية الطفل، فهي تشبع في الطفل كثيرا من حاجاته النفسية مثل الحاجة إلى المحبة والأمن والانتماء والتقدير، ومن خلالها ينمو النضج الانفعالي للطفل، إذ يتعلم أول درس في الحب والكراهية، وهي تقوم بدور فاعل في تنمية وتشكيل ذاته، وتزويده بالعادات السلوكية والاتجاهات والقيم الاجتماعية، كما تقوم الأسرة بدور مهم في نموه العقلي واللغوي، بالإضافة إلى الارتقاء بأخلاقه وتنمية شخصية في الاتجاه الذي يجعلها تجاري بنجاح القيم العامة للمجتمع وتفهم الآخرين وتعامل معهم وتشير دراسة شعيب (1987م) أن حجم الأسرة كان من أهم مجموعة العوامل المتفاعلة في تحديد الاتجاه الديني في المعاملات الإسلامية لدى طلاب وطالبات الجامعة.

ونجد دراسة الحامدي (1415) التي توصلت إلى وجود علاقة سياسية بين المستوى الاقتصادي للأسرة والسلوك الديني.

وقد جاء الأمر بتكوين الأسرة في الكتاب والسنة دالا على عناية الإسلام بالأسرة والطفولة من باب اهتمامه سلامة تكوين الأمة كلها قال الله تعالى: ﴿وَأَنْكِحُوا-الْأَيَّمَى مِنْكُمْ وَالصَّالِحِينَ مِنْ عِبَادِكُمْ وَإِمَائِكُمْ﴾¹ النور 32 .

وهكذا كلما كانت الأسرة على درجة من الوعي الديني، كان ذلك أدعى إلى غرس القيم الدينية في نفوس الأنبياء وكان ذلك من عوامل احتواء الشخصية على المعاني والأفكار والمبادئ القريبة من روح الدين الإسلامي وقواعده العامة، ويساهم سائر المؤسسات الاجتماعية كالمسجد والروضة والجمعيات والنوادي في صقل الشخصية وتعبئتها بقيم وأفكار ومبادئ مع ما اكتسبه الشخص سابقا، وأساسا في التعامل مع الغير والتكيف مع المواقف الاجتماعية المتباينة التي يتعرض لها الفرد².

¹ نسائم بن لافي عائم الهمزاني، مرجع سابق، ص 37-38.

² مراد زعيبي، مؤسسات التنشئة الاجتماعية، منشورات جامعة باجي خنار، عنابة، ص 11.

8-3- العوامل المجتمعية:

وهي العوامل الخاصة بالمجتمع المحلي الذي يمثل الموطن الأصلي، أو موطن الإقامة بالنسبة للشخص وتشمل جميع الأواسط الاجتماعية والثقافية التي يتفاعل معها الشخص في إطار المجتمع وتؤثر في نموه وتشكيل شخصيته، وأهمي هذه العوامل هو النظام السائد والعقيدة، أو الأيديولوجيا التي يستند إليها، وأمكنه العبادة والجماعات المرجعية سواء دينية أو سياسية... الخ، ووسائل الاتصال الثقافي والإعلامي، مؤسسات أو جماعات الأنشطة الموجهة.

تشير الدراسات التي تناولت موضوع الوعي بشكل عام والوعي الديني بشكل خاص إلى أهمية العلاقة التبادلية بين البعد المجتمعي لمتغيراته ومعطياته المختلفة وبين قضايا الوعي بكل تجلياته القيمة أو المعيارية، وذلك في مختلف مواقف التفاعل الاجتماعي، وهكذا فإن المجتمع الخارجي بوسائطه المختلفة هو الذي يزود أعضائه بالقيم المعيارية أو الأحكام التي تحدد وتدفع وتوجه وتقوم تفاعلاتهم في المواقف المختلفة، وعلى ذلك فإن مقومات الوعي الديني أو المعيارية بشكل عام ما هي إلا تجليات تعبر عن الإطار التي تستند إليه في الواقع الاجتماعي والمتمثل في الرأي العام، والقانون والعقيدة والإيجار الاجتماعي والتربية، والعادات والتقاليد والقيم السائد في المجتمع ومن هذه الدراسات ما قام به جمنزاربازاربايف (1973) في آسيا الوسطى، إحدى الأقاليم الإسلامية الواقعة ضمن الإتحاد السوفيتي سابقا، فقد أبرزت نتائجها عدد من المظاهر حول تأثير الأيديولوجية الشيوعية السائدة في تدني مستوى الوعي الديني لدى مسلمين تلك الأقاليم وتشويبه.

وفي الإسلام نجد تأكيدا وتركيزا واضحا حيال هذه العلاقة التكاملية بين الجزء والكل حيث نجده يعمل على ضبطها وتوجيهها بما يحفظ التوازن بين الحاجات الشخصية والحاجات المجتمعية، وفيما يحقق الأثر الصالح لكل منهما على الآخر، وذلك لوقاية الأمة من الآثار المدمرة ومن الشواهد الكثيرة الدالة على عناية الإسلام واهتمامه الفريد في هذا الجانب قوله تعالى: ﴿وَأَلْفَ بَيْنَ﴾

قُلُوبِهِمْ لَوْ أَنْفَقْتَ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مَّا أَلْفَتْ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ أَلْفَ بَيْنَهُمْ إِنَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ﴿ الأنفال 63.

09- مصادر الوعي الديني

- الوعي الديني: إن الإسلام باعتباره ديناً عالمياً، وخاتم الشرائع السماوية لم يترك باباً من أبواب الخير واليسر والمصلحة دعا إليه، ولم يترك باباً من أبواب الشر والضرر والمفسدة إلا نهي عنها سواء للفرد أو الجماعة وذلك تحقيقاً لمصلحة البشرية جميعاً في كل زمان ومكان¹.

- القرآن: هو كتاب الله وقد أنزله الله تعالى رسوله محمد " وهو بشرى وموعظة ودعوة إلى خيري الدنيا والآخرة، فجاء ليرسم للناس عظام حياتهم وليقيم العلاقات بينهم على أسس الحق والواجب والإخاء والعطاء وكذلك الحديث يعتبر الأصل الثابت للتشريع الإسلامي بعد القرآن، جاء توضيحاً لما أحمله القرآن، وبيانا لأهدافه، وتناولا لشؤون الدين والدنيا. وبالتالي فإن القرآن هو المصدر الأساسي للتشريع الإسلامي وسيد المصادر لنشر الوعي الديني وقد بلغ عدد صوره 114 سورة ومجموع آياته 6253 آية، والقرآن الكريم هو أهم وأكبر وسيلة من وسائل الإعلام منذ ظهور الإسلام إلى يومنا هذا².

ومن أساليب نشر الوعي الديني التي كانت تؤثر في قلوب ونفوس العرب هو أسلوب القصص لأن القرآن فيه الكثير من قصص الأشياء والرسائل على سبيل المثال (إبراهيم، آدم، يوسف، سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم)³.

والقرآن الكريم يختص بمجموعة خصائص كالربانية، الكمال، الوضوح، الإعجاز التوازن والحفظ ومن خلال هذا لا عجب أن القرآن الكريم كتاب الله فهو مصدر كل حيز وملجأ لأي عالم أو داعية وهو جيل الله المبين، الذي خص في كثير من الآيات عن أخلاق يجب أن يتحلى بها

¹ يوسف القرضاوي، كتاب الحلال والحرام، ط11، المكتبة هبة للنشر، القاهرة، 1988، ص 295.

² عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام، (د.ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، (د.س)، ص 44.

³ المرجع نفسه، ص 47.

الشخص الذي يتولى مهمة نشر الوعي الديني وهي الصدق والصبر، حسن الخلق والأمانة، حسن السلوك ليكون القدوة الحسنة¹.

ومنه فقد نستنتج أن القرآن الكريم هو المصدر الإسلامي الأول لنشر الوعي الديني وإتباع سنة رسولنا الحبيب عليه السلام، ومن خلال هذا كله العبادة لا تصح إلا إذا جمعت أمرين هما الإخلاص لله تعالى والمتابعة لرسول الله عليه الصلاة والسلام فمن المصادر الإسلامية لنشر الوعي الديني هي القرآن الكريم وسنة رسوله.

– السنة النبوية:

وهي المصدر الثاني من المصادر الإسلامية وتعرف على أنها صدرت عن رسول الله من قوله وفعله، وهي قد وردت في القرآن في قوله تعالى: ﴿وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا﴾ الحشر الآية 27.

فكل رسول مكلف بنشر رسالة الله عز وجل إلى البشر والنبوة هي سفرة بين الله عز وجل وبين البشرية من خلقه، وذلك لهدايتهم وتقوم سلوكهم وتوجيههم إلى ما فيه مصلحة ومضرة لهم، فالرسول عليه السلام كان ينشر رسالة من خلال الاتصال الشخصي، لأن هدفه هو التأثير في قلب، وعقل المستقبل، فقد ذكر في شخصية تبيين أنه، كان لين الكلام، حسن الصوت، يخاطب كل الناس على قدرة عقله ليس فظا ولا غليظا، يقابل السيئة بالحسنة كما أنه صبور واسع الأفق، فمن خلال كل هذه الصفات التي يتجلى بها الرسول عليه الصلاة والسلام يجب أن تكون في الأشخاص الذين يقومون بنشر الوعي الديني³، وعليه فإن السنة هي المصدر الثاني لنشر الوعي الديني، وذلك أن يتجلى الداعية أو أي شخص آخر يقوم بنشر رسالة إلى المجتمع أن يكون صبورا خلافا له أسلوب

¹ محمد كمال الدين إمام، الإعلام الإسلامي، (د.ط)، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، 2005، ص 126.

² العيد كرم زيدان، المدخل بدراسة الشريعة الإسلامية، متاح على الرابط التالي: www.alislam.com (19.23).16/03/2020.

³ عبد العظيم عبد السلام الفرحاني، تقنيات الاتصال التعليمية في القرآن الكريم و السنة، (د.ط)، دار الغريب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص

الحوار والقدرة على مناقشة الناس حسب عقلياتهم، فديننا دين يسر لا دين عسر لهذا وجب علينا أن نتبع مصادر التشريع الإسلامي من أجل النجاح في الحياة الآخرة.

- الصحابة:

الصحابة كانوا قدوة وأهل مسورة ولهم سلوك طيبة أثرت في قوة انتشار الوعي الديني الإسلامي فهم أهل التربية والأخلاق الحسنة فهم أصل مجد وشرف متخلفين بالأخلاق الإسلامية كانوا أصحاب ذكاء وشجاعة وعلم فهم هداة ومرشدون يهدون إلى تعاليم الإسلام.

- القيم الإسلامية:

القيم الإسلامية بمجملها هي مجموعة الأخلاق التي تضع نسيج الشخصية الإسلامية وتجعلها متكاملة قادرة، على تفاعل الحي مع المجتمع وعلى توافق مع أعضائه وعلى العمل من أجل النفس والأسرة، كذلك الإجماع والقياس وسير الأعلام النبلاء والصالحين والعرف وهو ما تعرفه الناس وساروا عليه من قول، فعل وترك¹.

خلاصة:

نستخلص مما سبق أن الوعي الديني يجعل حياة معنى يعود على المسلم المتديني وعلى سلوكه فمن خلال الوعي الديني يتحقق الاستقرار النفسي والاجتماعي، فهو مهم في حياة الفرد والمجتمع كما تطرقنا سابقا ان الفرد هو جزء من الأسرة وأن الأسرة هي النواة الأولى من المجتمع، فإذا صلحت الأسرة صلح الفرد وإذا صلح الفرد صلح المجتمع، ولكي يكون وعي صحيح لا بد أن يكون مصدره القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، فالفرد يكتسب تعاليم دينه من الأسرة فهو يأخذ خصائصه الأولى منها وينطبع بطبعها، وكذا المجتمع والمسجد والمدرسة فهو كذلك من الوسائل

¹ جابر قمبيحة، مدخل إلى القيم الإسلامية، ط1، دار الكتاب المصرية، القاهرة، 1984، ص 41.

المستخدمة في تشكيل ونشر الوعي الديني، وفي ظل هذه التطورات وظهور ما يعرف بالتكنولوجيا الحديثة مثل الإعلام الإسلامي لا بد من الإطلاع عليه لتنمية الوعي الديني لدى المجتمعات.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

أولاً: عرض البيانات وتحليلها وتفسيرها

ثانياً: نتائج الدراسة ميدانياً

ثالثاً: التوصيات

خاتمة

تمهيد:

يعتبر الجانب الميداني للدراسة أهم جوانب البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية ، كأنه يقوم بربط الجانب النظري مع الواقع الفعلي للدراسة فبعد انتهائنا من عملية الجمع نجد أنفسنا أمام معطيات عامة وهذه المعطيات عبارة عن ملاحظات وتسجيلات ومقابلات واستمارات مملوءة....

وهذه الخطوة ضرورية تساعد في الكشف عن دور الإعلام الإسلامي في تنمية الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين وتأثير مضامين الإعلام الإسلام على عينة الطلبة الجامعيين في جامعة جيجل

حيث أن عرض بيانات الاستبيان ومعالجتها وتحليلها سيمكننا من حصر مجموعة من النتائج التي بدورها تساعد في توضيح وشرح موضوع الدراسة بصورة شاملة ودقيقة فغرض الإجابة عن تساؤل الرئيسي للإشكالية وتقديم إجابة لما طرحناه من تساؤلات الجزء المنهجي انطلاقا مما وجدناه في الجانب الميداني.

01/ عرض البيانات وتحليلها وتفسيرها

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول الأول: يبين إقبال الطلبة على الإعلام الإسلامي حسب متغير الجنس

النسب المئوية %	التكرارات	
73.9	65	الإناث
26.1	23	الذكور
100	88	المجموع

يتضح من خلال الجدول إن أغلبية الإناث يقبلون على تصفح مضامين الإعلام الإسلامي بنسبة 73.9% ويقابلهم الذكور بنسبة 26.1%.

ويفسر النتائج المتوصل إليها من خلال الجدول أن الإناث لديهم وقت كاف للإطلاع على هذا النوع الإعلامي وبالتالي يحاولون في هذه الأوقات تنمية رصيدهم والمعرفي الديني على عكس الذكور الذين لديهم انشغالات عديدة خارج البيت ومسؤوليات أكثر من الإناث.

الجدول الثاني: يبين الفئة العمرية للطلاب الذين يقبلون على الإعلام الإسلامي

النسب المئوية %	التكرارات	
11.4	10	أقل من 23 سنة
46.6	41	من 23 إلى 25 سنة
42.0	37	أكثر من 25 سنة
100	88	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن الفئة العمرية المتراوحة بين 23 و 25 هي الأكثر إطلاعا على الإعلام الإسلامي إذ تمثل بنسبة 46.6% بتكرار 41 مفردة ، لتليها مباشرة الفئة العمرية الأكثر من

25 سنة بنسبة 42% بتكرار 37 مفردة، لتأتي أخيرا الفئة الأقل من 23 سنة بنسبة 11.4% بتكرار 10 مفردات، ويفسر النتائج المتوصل إليها أن أغلبية الطلبة أو العمر الطبيعي للطلبة في هذه المرحلة يكون محصور بين 23 و 25 سنة وكذلك هذه المرحلة التي يكون فيها الطالب متفتحا على الإطلاع على الإعلام الإسلامي كنوع إعلامي وهذه الفئة بالذات على غرار الأصغر والأكبر منها.

الجدول 3: يمثل المستوى الدراسي للطلاب المطلعين على الإعلام الإسلامي

النسب المئوية %	التكرارات	
39.8	35	ليسانس
60.2	53	ماستر
100	88	المجموع

ومن خلال الجدول يتضح أن الفئة الغالبة أو الأكثر هي فئة الماستر التي تمثل 60.2% بتكرار 53 مفردة، أما فئة الليسانس فتتمثل 39.8% فقط بتكرار 35 مفردة.

وهذه الإحصائيات نتيجة لكون طلاب الماستر أكثر تخصصا في دراستهم على غرار طلاب الليسانس إذ أن طلاب الماستر مقبلون على أبواب التخرج فيسعون إلى تقوية وتدعيم رصيدهم المعرفي العلمي وبالتالي الإطلاع على جميع الأنواع الإعلامية لتعزيز دراستهم والإفادة منها بالمستقبل بينما طلاب الليسانس يكون انشغالهم مركز على دراستهم الطبيعية فقط دون الحاجة لغيرها.

لكن بسبب تردي الأوضاع الصحية فقد كانت عينة بحثنا تلك العينة المتاحة إذ لم تسنح لنا الفرصة بالإتصال أو بإتخاذ أفراد العينة من مستوى الدكتوراه فقد اتخذنا الطلبة الذين استطعنا الإتصال بهم في قسم الإعلام والإتصال بجامعة جيجل فقط.

الجدول 4: يمثل الحالة الاجتماعية للطلبة الجامعيين

النسب المئوية %	التكرارات	
88.6	78	أعزب
11.4	10	متزوج
100	88	المجموع

ويتضح من خلال الجدول أن أغلبية الطلاب عزاب يمثلون بنسبة 88.6% بتكرار 78 مفردة من الإجمالي العدد بينما يمثل نسبة 11.4% بتكرار 10 مفردات فقط للطلاب المتزوجين.

ولعل أن ما يفسر النتائج المتوصل إليها من خلال الجدول أن غالبية الطلاب في العمر الطبيعي لهم في الطور الجامعي وهذا يبرر نسبة العزوبية بالإضافة إلى أن الطلاب العزاب يكون لديهم وقت كثير ليطلعوا على الإعلام الإسلامي بطرق متباعدة ومختلفة بينما الطلاب في حالة الزواج يكون لهم مسؤوليات عديدة لا يجدون أوقات فراغ ليطلعوا على هذا النوع الإعلامي هذا ما فسر قلة النسبة المئوية لهذه الفئة الطلابية.

لجدول 05: يمثل مكان إقامة الطلاب الجامعيين المتبعين للإعلام الإسلامي.

النسب المئوية %	التكرارات	
86.4	76	بيت
11.4	10	إقامة جامعية
2.3	2	أماكن أخرى
100	88	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نرى أن أغلبية الطلاب يتابعون المضامين الدينية من البيت وتمثل بنسبة 86.4% بتكرار 76 مفردة لتأتي بعدها نسبة 11.4% بتكرار 10 مفردات لطلاب الإقامة الجامعية أما من اختاروا أماكن أخرى فقد مثلت بنسبة 2.3% بتكرار مفردتين فقط وما يفسر هذه

النتائج في هذا الجدول واضح جدا إذ أن أغلبية الطلاب الجامعيين خارجين وكذلك يعد البيت أفضل وأريح مكان للمتابعة على عكس الإقامة الجامعية التي تكون غير مريحة فالطالب المقيم ليس لديه الوقت الكافي والأريحية التامة ليفعل ما يحلو له وكذلك بالنسبة للطلاب الذين اختاروا أماكن أخرى.

المحور 2: أنماط استخدام الإعلام الإسلامي.

الجدول 1: يمثل إحصائيات الإجابة على السؤال الأول: هل تتابع المواضيع الدينية التي يقدمها الإعلام الإسلامي

النسب المئوية %	التكرارات	
20.5	18	دائما
77.3	68	أحيانا
2.3	2	أبدا
100	88	المجموع

ومن خلال هذا الجدول فإن الإجابات التي كانت بأحيانا مثلت أعلى نسبة قدرت بـ 77.3% بتكرار 68 مفردة، لتليها نسبة 20.5% بتكرار 18 مفردة التي مثلت الإجابة بدائما أما أدنى نسبة كانت الإجابة بأبدا ومثلت 2.3% بتكرار مفردتين .

وهذه النتائج نفسرها كون الطالب من مجتمع مسلم يدفعه لتقوية وعيه الديني والرجوع إليه أحيانا لترسيخه وثباته في نفس الطالب وهذا ما يعلل لنا النسبة الضئيلة للطلاب الذين لا يطلعون على هاته المواضيع.

في حين أن 15.9% من المبحوثين الذين أجابوا بدائما يتبعون المواضيع منذ أكثر من ثلاث سنوات بتكرار 14 مفردة في حين أن 4.5% يتابعونها أقل من سنة بتكرار أربعة مفردات.

الجدول 2: يمثل نسبة الإجابات بدائما

النسب المئوية %	التكرارات	
4.5	4	أقل من سنة
15.9	14	أكثر من 3 سنوات
20.5	18	المجموع

يمثل الجدول إجابات الطلاب التي كانت إجاباتهم بدائما حيث مجموعهم كان 18 مفردة اذ 4 مفردات كانت متابعتهم للإعلام الإسلامي أقل من سنة أي بنسبة 4.5 % أما النسبة المتبقية 15.9% بتكرار 14 مفردة كانت متابعتهم أكثر من 3 سنوات.

الجدول: يمثل المكان المفضل للطلبة الجامعيين للاطلاع الإعلام الإسلامي

النسب المئوية %	التكرارات	
76.1	67	البيت
4.5	4	الجامعة
8.0	7	مقهى انترنت
11.4	10	أماكن أخرى
100	88	المجموع

يوضح الجدول أن المكان المفضل لغالبية الطلاب هو البيت إذ يمثل بنسبة 76.1% بتكرار 67 مفردة بينما نسبة 11.4% فكانت لطلاب الذين يفضلون أماكن أخرى بتكرار 10 مفردات لتأتي ثالثا مقهى انترنت بنسبة 8% بتكرار 7 مفردات وأخيرا الجامعة كمكان فتمثله نسبة 4.5% بتكرار 4 مفردات من الطلاب فقط.

وهذه النتائج على العموم ترجع إلى كون الطلاب وأريحيته وكذا إلى وقت فراغه الذي لا يكون إلا في البيت بصفة عامة، لكن هناك طلبة فضلوا الإجابة بأماكن أخرى وهذا طبعا عائد إلى نفسية

الطالب، أما قلة قليلة من الطلاب فضلوا مقهى انترنت ولعل أنهم فئة الذكور الذين يقضون فراغهم في خارج البيت أما الجامعة فيمثلها نسبة الطلاب المقيمين نظرا لعدم وجود خيار آخر.

الجدول 4: المدة التي تقضيها الطلاب الجامعيين في تصفح الإعلام الإسلامي

النسب المئوية %	التكرارات	
53.4	47	أقل من ساعة
37.5	33	من ساعة إلى ساعتين
9.1	8	أكثر من ساعتين
100	88	المجموع

من خلال الجدول يتضح أن غالبية الطلاب يتابعون الإعلام الإسلامي أقل من ساعة في أعلى نسبة قدرت بـ 53.4% بتكرار 47 مفردة تليها نسبة 37.5 للطلاب الذين يقضون من ساعة إلى ساعتين بتكرار 33 مفردة، أما الأكثر من ساعتين جاءت أخيرا بنسبة قدرت بـ 9.1%. بتكرار 8 مفردات.، ويعود تفسير ذلك لكون الطالب الجامعي لديه انشغالاته الدراسية كطالب أولا ونذرة الوقت ثانية وبالتالي تقييم وتنظيم وقته لكافة انشغالاته وتخصيص فترة من الوقت للإطلاع على الإعلام الإسلامي.

الجدول 05: اللغة التي يفضلها الطلاب الجامعيين للإطلاع على المضامين الدينية

النسب المئوية %	التكرارات	
98.9	87	اللغة العربية
1.1	1	اللغة الانجليزية
100	88	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن الطلاب وبنسبة غالبية يفضلون اللغة العربية والتي يمثل بنسبة 98.9% بتكرار 87 مفردة أما اللغات الأخرى بالانجليزية فمثلت بنسبة 1.1% بتكرار مفردة

واحدة، ويعود تفسير ذلك لكون الإعلام الإسلامي إعلام يعكس بمضامينه تعاليم الدين القيم، ويمثل المجتمعات العربية المسلمة والذي يسعى بدوره إلى النهوض والارتقاء باللغة العربية.

الجدول 06: اختيار طلاب الجامعيين للإعلام الإسلامي بناء على:

النسب المئوية %	التكرارات	
96.6	85	رغبتك الشخصية
3.4	3	الأهل
100	88	المجموع

يبين الجدول أن أفراد العينة الذين اختاروا الإعلام الإسلامي بناء على الرغبة الشخصية كان بنسبة غالبية ومثلت بـ 96.6% بتكرار 85 مفردة بينما النسبة المتبقية فتمثلت بـ 3.4% بتكرار 3 مفردات والتي تعود إلى الأهل.

ويعود تفسير ذلك إلى أن الطلاب بصفة عامة لديهم ميول شخصي ورغبة شخصية تدفعهم وتحفزهم على الاطلاع على الإعلام الإسلامي فالطالب يسعى إلى تلبية رغبته في تنمية رصيده الديني وبالتالي يلجأ إلى هذا النوع الإعلامي.

الجدول 07: تلبية الإعلام الإسلامي لحاجيات الطالب الجامعي:

النسب المئوية %	التكرارات	
94.3	83	نعم
5.7	05	لا
100	88	المجموع

يبين الجدول أن أغلبية الطلاب يمثلون نسبة 94.3% بتكرار 83 مفردة من إجمالي الطلاب الفئة التي حققت الإعلام الإسلامي حاجياته، أما الفئة التي أجابت بلا فكانت ضئيلة جدا مثلت 5.7% من العدد الإجمالي بتكرار 5 مفردات .

وما يفسر هذا هو أن الطالب الجامعي اتجه واندفع شخصيا للإطلاع على هذا النوع الإعلامي لأسباب شخصية لكل شخص من أفراد العينة وبالتالي كانت النتيجة بالإيجاب وتلبية هذه الحاجة التي أرادها الطالب.

الجدول 08: فيما تتمثل حاجات الطالب الجامعي الذين كانت إجابتهم بنعم

النسب المئوية %	التكرارات	
22.7	20	تعلم أفكار ومعارف جديدة
31.8	28	تصحيح مفاهيم وأفكار خاطئة
39.8	35	سعة الإطلاع حول الأمور الدينية
94.3	83	المجموع

يوضح الجدول سبب تلبية الإعلام الإسلامي حاجات الطالب الجامعي وفق معايير فكانت سعة الإطلاع على الأمور الدينية أكبر نسبة والتي يقدر بـ 39.5% بتكرار 35 مفردة لتليها مباشرة لتصحيح مفاهيم وأفكار خاطئة بنسبة 31.8% بتكرار 28 مفردة لتأتي أخيرا معرفة أفكار ومعارف جديدة بنسبة 22.7% بتكرار 20 مفردة، إذ أن تفسير هذه النتائج أمر واضح يعود إلى كون الطالب يسعى للإطلاع على أمور متعددة في المجال الديني وأفكاره الدينية الخاطئة بينما يسعى فئة طلابية لعلم أفكار ومعارف جديدة، طبعا كل فئة ورغباته وهذا أهم عامل هنا.

الجدول 09: تصنيف اهتمامات الطالب الجامعي لمضامين الإعلام الإسلامي

النسبة المئوية %	التكرارات	
23.9	21	كبير
72.7	64	متوسط
3.4	03	ضعيف
100	88	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن اهتمام الطلاب هذه المضامين يكون للفئة الغالبة وهي الاهتمام المتوسط الذي يمثل نسبة 72.4% بتكرار 64 مفردة ليأتي اهتمام الكبير بنسبة 23.9% بتكرار 21 مفردة وأخيرا ذوي الاهتمام الضعيف بنسبة 3.4% بتكرار 3 مفردات.

وما يفسر هذه النتائج أن الطالب الجامعي لديه اهتمامات متعددة وبالتالي أغلبهم كان اهتمامهم بنسب متوسطة.

الجدول 10: المواضيع التي يتناولها الإعلام الإسلامي

النسبة المئوية %	التكرارات	
44.3	39	دروس وخطب
21.6	19	فتاوى
34.1	30	قصص إسلامية
100	88	المجموع

يوضح لنا الجدول أعلاه اختلاف المواضيع التي يتبعها الطلاب إذ أن غالبية الطلاب يتابعون الدروس والخطب والتي مثلت أعلى نسبة قدرت بـ 44.3% بتكرار 39 مفردة لتليها القصص الإسلامية مباشرة بنسبة 34.1% بتكرار 30 مفردة وأخيرا الفتاوى بنسبة 21.6% بتكرار 19 مفردة.

ولعل أن ما يفسر هذه النتائج أن ما يبحث عنه الطالب لأجل تعزيز وتقوية وعيه الديني هو دروس وخطب وهذا ما جعلها أول خيار بينما هناك طلاب الذين يفضلون قراءة القصص من أجل الإطلاع أو المعرفة العميقة للدين الإسلامي أكثر مما هم عليه بينما الفئة القليلة فاخترت الفتاوى إذ أن هناك طلاب وطالبات بحاجة أكثر إلى تأكيد معارفهم الدينية من خلال فتاوى الأئمة

المحور 3: علاقة الإعلام الإسلامي بتنمية الوعي الديني

الجدول 11: أهمية الإعلام الإسلامي في حياة طلاب الجامعيين اليومية

النسبة المئوية %	التكرارات	
90.9	80	نعم
9.1	8	نوعا ما
100	88	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن العينة المدروسة ترى أن الإعلام الإسلامي ذا أهمية كبيرة في حياتنا وذلك بحصولها على أعلى نسبة بلغت 90.9% بتكرار 80 مفردة ، وهذا يعود حسب رأي الطلبة إلى أن مجتمعنا بطبعه بحاجة إلى هذا النوع الإعلامي بالأخص ، خاصة في الوقت الحالي على غرار سنوات من قبل نتيجة للتطورات الحاصلة وفي مجال الإعلام هذا من أجل النهوض بالمجتمع الإسلامي إعلاميا كغيره من المجتمعات أما النسبة القليلة المتبقية والتي أجابت بنوع ما فمثلت بـ 9.1% بتكرار 8 مفردات من الطلاب والتي ترى أن الإعلام الإسلامي ليس مهم نوعا ما فقط في حياتهم اليومية على غرار المجموعة الأولى.

الجدول 12: الهدف من الإطلاع على الإعلام الإسلامي

النسبة المئوية %	التكرارات	
3.4	3	بحوث علمية
12.5	11	ملئ وقت الفراغ
84.1	74	لأغراض دينية معرفية
100	88	المجموع

يوضح لنا الجدول (11) أن العينة المدروسة تستخدم أو تهدف لاستخدام الإعلام الإسلامي لأجل أغراض دينية معرفية بأعلى نسبة يمثل 84.1% بتكرار 74 مفردة وهذا طبعاً عائد إلى الرغبة الشخصية للطلاب الجامعي في تنمية رصيده الديني لتليه الفئة التي تستخدمه لملاً وقت الفراغ بنسبة 12.5% بتكرار 11 مفردة وهذه الفئة أقل اهتمام بهذا النوع الإعلامي أولها انشغالات ومسؤوليات أخرى فبالتالي تشغل وقت فراغها بالاطلاع على المضامين الدينية، أما الفئة الموالية من أفراد العينة فتأتي ثالثاً بنسبة 3.4% فقط بتكرار 3% وهم الطلاب الذين يستخدمونه لهدف الدراسة وإجراء بحوث علمية فقط.

الجدول 12: المعلومات الثقافية الدينية العميقة في الدين الإسلامي لدى الطلاب الجامعيين

منذ بداية تصفحهم الإعلام الإسلامي

النسبة المئوية %	التكرارات	
33	29	نعم
2.3	02	لا
64.8	57	نوعاً ما
100	88	المجموع

من خلال الجدول يتضح لنا أن أغلبية الطلاب كانت إجابتهم بنوعا ما إذ مثلت نسبة 64.8% بتكرار 57 مفردة وذلك ربما عائدا إلى كون أفراد العينة لسوا على إطلاع دائم ومستمر عليه وبالتالي يستفاد ومنه كل ما أتاحت لهم الفرصة فقط لتليها مباشرة بنسبة 33% بتكرار 29 مفردة لأفراد العينة التي كانت إجابتهم بنعم وهذه الفئة دائمة الإطلاع والميول الشخصي لمواضيع الإعلام الإسلامي مما جعلها تملك رصيد ثقافي ديني، أما القلة القليلة والتي تمثل بـ 2.3% بتكرار مفردتين كانت إجابتها بلا وهذا يعود للفئة التي لا تطلع عليه نهائيا .

الجدول 13: تغير سلوكيات الطلاب الجامعيين نحو الأحسن من خلال الإعلام الإسلامي

النسبة المئوية %	التكرارات	
17	15	نعم
1.1	01	لا
81.8	72	إلى حد ما
100	88	المجموع

يوضح لنا الجدول أفراد عينة الطلاب التي تغير فيها سلوكيات نحو الأحسن الإعلام الإسلامي لتأتي أولا وبنسبة 81.8% بتكرار 72 مفردة للطلاب الذين أجابوا بنوعا ما ولعل ذلك يعود إلى كون الطالب الجامعي في مرحلة متقدمة من الوعي وبالتالي يستطيع معرفة من هو أحسن له وما هو لا مما يجعله يتخذ كل سلوك حسن بعين الاعتبار مما يغير فيه بالطبع نحو الأحسن، لتليه الفئة التي أجابت بنعم بنسبة 17% بتكرار 15 مفردة وهذه الفئة أيضا تغيرت نحو الأحسن نظرا لوعي الطالب الجامعي أما الفئة القلة القليلة بكثير التي مثلت نسبة 1.1% بتكرار مفردة واحدة من إجمالي أفراد العينة أجابت ب(لا) ويعود للطلاب الذين ليس لديهم رغبة شخصية لمتابعة الإعلام الإسلامي.

الجدول 14: في حالة إجابتك بنعم ما هي هذه السلوكيات:

النسبة المئوية %	التكرارات	
5.29	06	تحسن الأخلاق و الطباع زيادة المعارف
4.41	05	تصحيح بعض أفكار حول الثقافة الدينية وتصحيح سلوكيات خاطئة كنت قد ارتكبتها من قبل
3.52	04	حسن إستغلال الوقت
17	15	المجموع

يوضح لنا الجدول نسبة الطلبة الذين كانت إجابتهم بنعم، والذين يرون أن الإعلام الإسلامي غير فيهم سلوكيات، حيث ترى أكبر نسبة أنه ساهم في تحسين الأخلاق والطباع وزيادة المعارف إذ مثلت بنسبة 5.29% بتكرار 06 مفردات، أما الطلبة الذي يرون أن الإعلام الإسلامي يصحح بعض الأفكار حول الثقافة الدينية وتصحيح السلوكيات الخاطئة فمثلوا نسبة 4.7% بتكرار 05 مفردات، لتأتي أخيرا نسبة 3.52% الذي يرون أن الإعلام الإسلامي يساعد على حسن استغلال الوقت بتكرار 04 مفردات.

الجدول 15: هل غير الإعلام الإسلامي بعض اتجاهاتك الدينية

النسبة المئوية %	التكرارات	
34.1	30	نعم
33	29	لا
33	29	نوعا ما
100	88	المجموع

يوضح لنا الجدول أن العينة المدروسة من الطلاب قد غير الإعلام الإسلامي بعض من اتجاهاتهم الدينية وقد مثل ذلك بنسبة 34.1% بتكرار 30 مفردة من إجاباتهم بنعم ليلها نسب

متساوية أفراد العينة الذين أجابوا بنوعا ما والذين أجابوا بلا، ومثلت هذه النسبة 33% بتكرار 29 مفردة ولعل ما يفسر هذا هو أن أغلب الطلاب الجامعيين يسعون إلى الإطلاع على المضامين التي يقدمها الإعلام الإسلامي من أجل تقوية وتعزيز وعيهم على غرار النصف الثاني الذي يستخدمها لأغراض بحثية فقط.

المحور: 4 تأثير استخدام الإعلام الإسلامي

الجدول 16: إفادة الإعلام الإسلامي على الطلاب الجامعيين بمعلومات في حياتهم الدينية

أ/ من حيث العبادات

النسبة المئوية %	التكرارات	
86.4	76	نعم
1.1	01	لا
12.5	11	نوعا ما
100	88	المجموع

وقد بين الجدول على أنه غالبية الطلاب أفراد العينة أفادهم الإعلام الإسلامي في معلومات في حياتهم الدينية وقد مثلت نسبة 86.4% بتكرار 76 مفردة عدد الطلاب الذين كانت إجاباتهم بنعم وكذلك بنسبة 12.5% للذين فكانت إجاباتهم بنوعا ما بتكرار 11 مفردة بينما الذين أجابوا بلا فكانت النسبة منعدمة تقريبا إذ مثلت 1.1% فقط بتكرار مفردة واحدة ، مما يوضح لنا أن لغالبية من أفراد العينة على إطلاع على الإعلام الإسلامي وهذه المداومة رسخت المعلومات بصفة مكررة في الجانب الديني لدى الطلاب خاصة العبادات كونه في مجتمع مسلم وهذا أيضا ما يفسر قلة أو ضئالة من لم يفدهم هذا الإعلام.

ب- من حيث التعامل مع الآخرين:

النسبة المئوية %	التكرارات	
76.1	67	نعم
23.9	21	نوعا ما
100	88	المجموع

ويبين لنا الجدول أن الغالبية من أفراد العينة هنا أيضا أفادهم وبشكل كبير وهذا من خلال نسبة الطلاب الذين كانت إجاباتهم بنعم والتي مثلت 76.1% بتكرار 67 مفردة لتليها الفئة المجيبة بنوعا ما بنسبة 23.9% بتكرار 21 مفردة، وهذا النسبة غير بعيدة عن الأولى فهي الأخرى استفادة من الإعلام الإسلامي فيما يخص التعامل مع الآخرين والتفاوت ليس كبير فكلاهما استفادوا من خلال الدروس والخطب التي يقدمها الإعلام الإسلامي من أجل تصحيح المعاملات لكون ديننا الإسلامي تحت عمل حسن المتعاملة لقوله صلى الله وسلم "الدين المعاملة".

الجدول 17: أصبح للطلاب الجامعين رصيد معرفي ديني بعد استخدامهم للإعلام الإسلامي

النسبة المئوية %	التكرارات	
52.3	46	نعم
1.1	01	لا
46.6	41	نوعا ما
100	88	المجموع

من خلال الجدول يتضح لنا الطلاب أفراد العينة الذين أصبح لديهم رصيد معرفي ديني بعد استخدامهم للإعلام الإسلامي يمثلوا النسبة الغالبة إذا أجابوا بنعم فمثلوا النسبة 52.3% بتكرار 46 مفردة لتليها مباشرة الذين أجابوا بنوعا ما بنسبة 46.6% بتكرار 41 مفردة، وهنا ليس بينهم فارق كبير وهذا طبعا لأن الطلاب أفراد العينة تلقائيا بعد استخدامهم للإعلام الإسلامي تزداد

ثقافتهم ووعيتهم الديني لأن هذا هو هدفهم الرئيسي من متابعتهم له، فما يقدمه من حصص وبرامج أو ما يعرضه في المواقع كله تحت متناول الطلاب وكذلك هذا ما يفسر عدم وجود من لم تزداد معرفته الدينية والتي مثلت بنسبة 1.1% بتكرار مفردة واحدة من إجمالي أفراد العينة.

الجدول 18: مساهمة الإعلام الإسلامي لتعزيز وعي الطلاب بصفة عامة والوعي الديني بصفة خاصة

النسبة المئوية %	التكرارات	
51.1	45	نعم
48.9	43	نوعا ما
100	88	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن نسبة الطلاب المحصورة بالإيجابيتين نعم ونوعا ما متقاربة نوعا ما فالفئة الأولى مثلت 51.5% بتكرار 45 مفردة من العدد الإجمالي أم الفئة الثانية مثلت نسبة 48.9% بتكرار 43 مفردة وطبعا كلتا الفئتين ساهم الإعلام الإسلامي في تعزيز وعيتهم، فهدف هذا الإعلام بالأساس تقوية وتدعيم الذين الإسلاميين لكل الفئات ، وفئة الطلاب هي الفئة الأكثر عرضة له كون الطالب الجامعي في مرحلة تدفعه لنيل معارف ومعلومات أكثر خاصة فيما يخص دينهم ومجتمعهم في ظل ما يشهده الإعلام من تطورات وتجديدات.

الجدول 19: تحقيق الإعلام الإسلامي الراحة النفسية للطلاب الجامعيين

النسبة المئوية %	التكرارات	
75	66	نعم
25	22	نوعا ما
100	88	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن غالبية الطلاب كانت إجاباتهم بنعم ونسبتهم 75% بتكرار 66 مفردة ثم مباشرة الطلاب الذين كانت إجاباتهم بنوعا ما والتي مثلت بنسبة 25% بتكرار 22 مفردة فالملاحظة هنا أن أغلب الطلاب يرتاحون نفسيا عند متابعتهم المواضيع الدينية التي تطمئنهم وتبعث الراحة النفسية بداخلهم.

الجدول 20: ترسيخ الإعلام الإسلامي الاعتراز بالهوية الإسلامية لدى طلاب الجامعيين

النسبة المئوية %	التكرارات	
89.8	79	نعم
10.2	09	نوعا ما
100	88	المجموع

بين الجدول مدى قوة الإعلام الإسلامي في ترسيخ الاعتراز بالهوية الإسلامية إذ مثلت النسبة الغالبة والتي كانت إجابتها بنعم 89.8% بتكرار 79 مفردة لتأتي نسبة 10.2% للذين كانت إجاباتهم بنوعا ما بتكرار 9 مفردات ولعل ما يفسر هذا هو طبيعة المجتمع الذي فيه أولا والاعتراز بمقوماته ثانيا والدين الإسلامي أولى مقومات المجتمع الذي أخذنا منه أفراد العينة وبالتالي كل ما قدمه الإعلام الإسلامي ساهم في تعزيز هوية الإسلام والمسلمين بين كافة المجتمعات.

المحور 5: تقييم الإعلام الإسلامي

الجدول 21: تأثير المعلومات المكتسبة لدي الطلاب من خلال الإعلام الإسلامي

النسبة المئوية %	التكرارات	
63.6	56	نعم
4.5	04	لا
31.8	28	نوعا ما
100	88	المجموع

يوضح لنا الجدول أن نسبة 63.6% بتكرار 56 مفردة من الطلاب كانت إجاباتهم بنعم ثم بنسبة 31.8% للذين أجابوا بنوعا ما بتكرار 20 مفردة لتأتي أخيرا بنسبة 4.5% بتكرار 4 مفردات الذين أجابوا بلا ولعل ما يوضح هذه النسب كون الطالب يستوعب ما يمليه الإعلام الإسلامي بشكل واضح فهو يحتاج إلى هذه المضامين من حين لآخر ومن خلال تلقيها تأثر عليه طبعاً وهذا ما يفسر تقارب النسب الأولى والثانية بينما القلة القليلة التي لا تأثر فيها فهي التي تستخدمه فقط للبحوث العلمية.

الجدول: 22 الإيجابيات التي يراها الطالب الجامعي في الإعلام الإسلامي

النسبة المئوية %	التكرارات	
50	44	ترسيخ أفكار دينية
50	44	زرق قيم سلوكية
100	88	المجموع

يبين الجدول أفراد العينة متساوية بنسبة 50% لكل من إيجابيات الإعلام الإسلامي فقد المفردات التي ترى أن إيجابيات الإعلام الإسلامي تكمن في ترسيخ أفكار دينية هي 44 مفردة أي بنسبة 50% فيما يقابلها نفس العدد لمفردات العينة التي ترى أنه يزرع قيم سلوكية، وهذا يعود لكون الإعلام الإسلامي هادف أو يهدف أصلاً لهذا أي يسعى إلى ترسيخ الأفكار الدينية بالإضافة إلى زرع قيم سلوكية في نفوس الأفراد والطلبة هم جزء من أفراد المجتمع ككل.

الجدول: 23 السلبات التي يقع فيها القائمون على الإعلام الإسلامي

النسبة المئوية %	التكرارات	
19.3	17	نقص مصداقية المحتوى
63.6	56	تحليل وتحريم أمور من خلال فتاوى لأئمة وعلماء مزعومين
14.8	13	الترويج الغلط والكذب تحت مسمى الإسلام
1.1	01	تشويه الدين الإسلامي عبر الفضائيات
1.1	01	التحدث عن أمور بعيدة عن المجتمع فالإعلام الإسلامي عليه أن يعالج قضايا المجتمع
100	88	المجموع

يبين الجدول لنا سلبيات التي يقع فيها القائمون على الإعلام الإسلامي إذ أن غالبية الطلاب أفراد العينة تعود إلى تحليل وتحريم أمور من خلال فتاوى الأئمة وعلماء مزعومين وذلك بنسبة 63.5% وبتكرار 56 مفردة لتأتي ثانيا بنسبة 19.3% لنقص مصداقية المحتوى بتكرار 17 مفردة لتليها الترويج الغلط والكذب تحت مسمى الإسلام بنسبة 14.8% بتكرار 13 مفردة، لتأتي أخيرا بنفس النسب تشويه صورة الدين الإسلامي والتحدث عن أمور بعيدة عن المجتمع بنسبة 1.1% أي بتكرار مفردة واحدة لكل منهما، وهذا طبعا يعود إلى كون المجتمع بحاجة إلى فتاوى مما أدى إلى ظهور أشخاص في شكل أئمة كثيرة تقوم على التحليل وتحريم وفق منظورها الخاص دون المنظور الديني. وهذا ما يؤدي إلى نقص مصداقية المحتوى وما يؤدي مباشرة إلى الترويج الكذب تحت مسمى الإسلام فكلها مترابطة مع بعض.

الجدول 24 : تأثير الطلاب الجامعيين بالمضامين الدينية التي تقدمها مختلف وسائل الإعلام الإسلامي.

النسبة المئوية %	التكرارات	
43.2	38	نعم
6.8	06	لا
50	44	نوعا ما
100	88	المجموع

يبين الجدول مدى تأثير الطلاب أفراد العينة بمضامين الدينية التي تقدمها مختلف وسائل الإعلام الإسلامي، إذ أن الغالبية العالمة تعود للطلاب الذين كانت إجاباتهم بنوعا ما والتي مثلت بنسبة 50% بتكرار 44 مفردة لتليها مباشرة الفئة التي كانت إجاباتهم بنعم والتي مثلت بنسبة 43.2% بتكرار 38 مفردة وهي متقاربة فطبعاً المضامين الدينية تؤثر على الطلاب فهم برغبة شخصية يسعى إلى الإطلاع عليه وبقناعة تامة هذا ما يبين أن التأثير يكون طبعاً، أما أخيراً أو نسبة الطلبة أفراد العينة الذين كانت إجاباتهم بلا فكانت قليلة جداً مثلت بنسبة 6.8% وبتكرار 6 مفردات فقط وذلك لعدم إتباع الطلبة لهذه المضامين لتلبية رغباته بل لتمضية أوقات الفراغ فقط.

-الجدول 25 إذا كانت إجابتك ب "نعم" ما حجم تأثرك بها؟

النسبة المئوية %	التكرارات	
5.7	05	كبير
35.2	31	متوسط
2.3	02	ضعيف
43.2	38	المجموع

وقد بين الجدول أن أغلب أفراد الدراسة كان حجم تأثيرها بمتوسط وقد مثلت ذلك بنسبة 35.2% بتكرار 31 مفردة، لتليها مباشرة نسبة التأثير الكبير بنسبة 5.7% بتكرار 5 مفردات، وأخيرا أفراد العينة التي كان تأثيرهم ضعيفا بنسبة 2.3% وبتكرار 2 مفردات فقط.

الجدول: 26 مساهمة الإعلام الإسلامي في توعية وإرشاد الطلاب الجامعيين

النسبة المئوية %	التكرارات	
28.2	60	نعم
1.1	01	لا
30.7	27	نوعا ما
100	88	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن اغلب الطلاب أفراد العينة كانت إجاباتهم بنهم حيث مثلت نسبة 68.2% وبتكرار 60 مفردة وليس بالبعيد عنها. إجابات الطلاب "نوعا ما" حيث مثلت بـ 30.7% وبتكرار 27 مفردة وفي الأخير نسبة منعدمة تقريبا 1.1% للذين كانت إجاباتهم بلا بتكرار مفردة واحدة، هذا يبين لنا الإعلام الإسلامي يساهم في توعيته وإرشاد الطلاب كونهم بحاجة إلى هذا النوع الإعلامي، لطبيعة المجتمع ككل أي المجتمع الإسلامي، فالطلاب يحتاجون لتقوية أو للتزويد بمعلومات دينية كثيرة فمتابعتهم له طبعاً يؤدي تلقائياً إلى التوعية والإرشاد.

الجدول 27 إذا كانت إجابتك ب "نعم" كيف تجد هاته المساهمة؟

النسبة المئوية %	التكرارات	
21.6	19	جيدة
34.1	30	حسنة
12.5	11	مقبولة
68.2	60	المجموع

وقد بين لنا الجدول أن أغلب أفراد العينة تجد هذه المساهمة حسنة وتمثل بأعلى نسبة 34.1% وثانيا نسبة 21.6% الأفراد الذين يرو أن المساهمة جيدة بتكرار 19 مفردة. وأخيرا بسبة 12.5 لأفراد العينة الذين يرون أن المساهمة كانت مقولة بتكرار 11 مفردة

الجدول 28: هل تنصح غيرك بالاطلاع على الإعلام الإسلامي

النسبة المئوية %	التكرارات	
100	88	نعم
00	00	لا
100	88	المجموع

يبين لنا الجدول أن كل أفراد العينة كانت إجابتهم بنعم إذ مثلت بنسبة 100% بتكرار 88 مفردة طبعاً هذا ما يفسره كون الإعلام الإسلامي يلي رغبات الأفراد التي يسعى لها ويوم بتزويدهم وتوعيتهم وبالتالي يرى أفراد العينة أن إعلام ناجح ذا أهداف واضحة يجب نصح الغير بالاطلاع عليه.

02/النتائج العامة للدراسة:

- يلي الإعلام الإسلامي حاجات المبحوثين من خلال الإطلاع حول الأمور الدينية.
- الإعلام الإسلامي غير بعض الاتجاهات الدينية للمبحوثين.
- ساهم الإعلام الإسلامي مساهمة جيدة في تغيير بعض السلوكيات إلى الأحسن وفي تنمية وعي الطلبة دينياً إسلامياً.
- للإعلام الإسلامي إيجابيات تعود بالنفع على الثقافة الدينية للطلاب الجامعي.
- يسعى الإعلام الإسلامي لتحسين صورة الإسلام في المنظر العام.

– الإعلام الإسلامي يسعى إلى تغطية التشويه الذي يلحق بالمجتمعات المسلمة وتعزيز ثقافتهم في ظل التطورات الحاصلة .

– يؤثر متغير الجنس على أفراد العينة في معرفة دور الإعلام الإسلامي في تنمية الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين.

ومن خلال النتائج نستنتج أن الإعلام الإسلامي يلعب دورا في تنمية الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين بقسم الإعلام والاتصال بيجل.

03- نتائج الدراسة في ظل الأسئلة الفرعية:

نستخلص نتائج الدراسة الميدانية فيما يلي:

حسب نتائج الدراسة فإن المبحوثين من فئة الذكور والإناث غير متساوية، حيث كانت النسبة 26.1% بالنسبة للذكور و 73.9% بالنسبة للإناث.

وحسب النتائج المتوصل إليها فإن أغلبية المبحوثين كانت أعمارهم تتراوح ما بين 23 و 25 نسبة 46.6% في حين المبحوثين الذين أعمارهم أكثر من 25 سنة جاءت بنسبة 42% لتأتي في الأخير المبحوثين التي تقل أعمارهم في 23 سنة نسبة 11.4%

نلاحظ من خلال النتائج أن أغلبية الطلبة أفراد عينة الدراسة يدرسون في طور الماستر بنسبة 60.2% في حين نجد أن طلبة طور ليسانس نسبتهم 39.8%.

كما أظهرت الدراسة أن الحالة الاجتماعية للمبحوثين أغلبهم عزاب نسبة 88.6% في حين نجد أن طلبة متزوجين نسبتهم 11.4%

تثبت النتائج الكلية أن أغلبية الطلبة الجامعيين يقيمون في البيت نسبة 86.4% في حين نجد الذين المقيمون في الإقامة الجامعية نسبتهم 11.4% لتأتي في الأخير المبحوثين المقيمون في أماكن أخرى نسبة 2.3%.

من خلال ما بينته نتائج الدراسة نرى أن 77.3% من المبحوثين أجابوا بأنهم أحيانا ما يتابعون المواضيع الدينية التي يقدمها الإعلام الإسلامي، في حين أن 20.5% أجابوا بالإيجاب أي بنعم على أنهم يتابعون المواضيع الدينية التي يقدمها الإعلام الإسلامي، وتشير الدراسة أن 5.901 من المبحوثين الذين أجابوا بدائما يتابعون المواضيع منذ أكثر من ثلاث سنوات، في حين أن 4.5% يتابعونها أقل من سنة.

- كشفت الدراسة أن المبحوثين يفضلون تصفح المواقع الإسلامية في البيت نسبة 76.1% في حين نجد أن هناك من يتصفحها في أماكن أخرى يشبه 11.4% إذ نجد من يتصفحها في مقهى الانترنت نسبة 8% لتأتي في الأخير من يفضل التصفح في الجامعة نسبة 4.5%.

- أثبتت النتائج أن أغلبية المبحوثين يقضون أقل من ساعة في تصفح الإعلام الإسلامي بنسبة 53.4% في حين نجد هناك من يقضي من ساعة إلى ساعتين بنسبة 37.5% لتأتي في الأخير 9.1% للذين يقضون أكثر من ساعتين في تصفح الإعلام الإسلامي.

- حسب النتائج المتوصل إليها أن المبحوثين يفضلون اللغة العربية للإطلاع على المضامين الدينية بنسبة 98.9% في حين أن هناك من يفضل اللغة الإنجليزية بنسبة 1.1%.

- تسيير النتائج أن أغلبية المبحوثين اختاروا الإعلام الإسلام بناء على الرغبة الشخصية قدرت نسبة 96.9% في حين نجد من يختارها بناء على الأهل نسبة 3.4%.

- توصلت نتائج الدراسة إلى أن المبحوثين الذين أجابوا بنعم أي بالإيجاب على أن الإعلام الإسلامي يلي حاجاتهم بنسبة 94.3% وتمثل الحاجات التي يليها الإعلام الإسلامي للمبحوثين

في سعة الإطلاع حول الأمور الدينية كأعلى نسبة بنسبة 39.8%، ثم تليها تصحيح مفاهيم وأفكار خاطئة نسبة 31.8% وأخير تعلم أفكار ومعارف جديدة نسبة 22.7%، في حين نجد أن هناك من أجابوا ب لا تقدر نسبتهم 5.7%.

- كشفت الدراسة أن أغلبية الطلبة أفراد العينة صنفوا اهتمامهم بمضامين الإعلام الإسلامي بشكل متوسط نسبة 72.7% في حين نجد من يصنفها تشكيل كبري نسبة 23.9% وبشكل ضعيف نسبة 3.4%

- نلاحظ من خلال نتائج الدراسة أن من مواضيع الإعلام الإسلامي الذي يتناولها المبحوثين دروس وخطب كأكثر نسبة 44.3% في حين نجد قصص إسلامية بنسبة 30% وتأتي في الأخير موضوع فتاوى نسبة 21.6%.

- من خلال ما بينته الدراسة نرى أن 90.9% المبحوثين أجابوا بنعم أي الإيجاب دليل على أن للإعلام الإسلامي أهمية في حياتهم اليومية، في حين نجد أن 9.1% أجابوا ب نوعا ما.

- بينت نتائج الدراسة أن الهدف من الاطلاع على الإعلام الإسلامي من طرف المبحوثين، أن النسبة الأكثر كانت تقدر ب 84.1% لأغراض دينية معرفية في حين نجد 12.5% كانت لغرض ملء الفراغ وتأتي أخيرا لبحوث معرفية نسبة 3.4%.

- تشير نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين غير متأكدين من أن الإعلام الإسلامي ساهم في اكتسابهم لمعلومات دينية عميقة في الدين الإسلامي وأجابوا نوعا ما بنسبة 64.8%، أما من أجابوا نعم أي أن الإعلام الإسلامي ساهم في تعميق ثقافتهم الدينية عن الدين الإسلامي بنسبة 33% في حين الذين أجابوا ب لا فكانت نسبتهم 2.3%.

- نلاحظ من خلال النتائج التي بينها الدراسة أن 81.9% من المبحوثين أجابوا أن الإعلام الإسلامي ساهم إلى حد ما من تعبير بعض السلوكات إلى الأحسن في حين أن 17% من أفراد

العينة أجابوا بنعم أي بالإيجاب، حيث أن الطلبة الذين كانت إجاباتهم بنعم، والذين يرون أن الإعلام الإسلامي غير فيهم سلوكات، ترى أكبر نسبة أنه ساهم في تحسين الأخلاق والطباع وزيادة المعارف إذ مثلت بنسبة 5.29%، أما الطلبة الذي يرون أن الإعلام الإسلامي يصحح بعض الأفكار حول الثقافة الدينية وتصحيح السلوكات الخاطئة فمثلوا نسبة 4.7%، لتأتي أخيرا نسبة 3.52% الذي يرون أن الإعلام الإسلامي يساعد على حسن استغلال الوقت، في حين أن 1% أجابوا بلا.

- كشفت الدراسة أن الإعلام الإسلامي غير بعض الاتجاهات الدينية للمبحوثين حيث قدرت نسبة 34.1% من الذين أجابوا بنعم في حين نجد 33% نوعا ما و 33% بلا.

- أثبتت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين أفادهم هذا الإعلام الإسلامي بمعلومات في حياتهم الدينية من حيث العبادات قدرت نسبة 86.4% الذين أجابوا بنعم في حين 11.5% أجابوا بنوعا ما، وتأتي أخيرا 1.1% لا، أما من حيث التعامل مع الآخرين فقدرت نسبة 6.1% الذين أجابوا بنعم في حين 23.9% للذين أجابوا بنوعا ما.

- كشفت نتائج الدراسة أن أغلبية الطلبة أفراد العينة أصبح لديهم رصيد معرفي ديني بعد استخدامهم للإعلام الإسلامي حيث قدرت نسبة 52.3% الذين أجابوا بنعم في حين أن هناك من أجابوا بنوعا ما بنسبة 46.6%. و الذي أجابوا بلا نسبتهم 1.1%

- أوضحت الدراسة أن الإعلام الإسلامي ساهم في تعزيز وعي المبحوثين بصفة عامة ووعيهم الديني بصفة خاصة، حيث قدرت نسبة 51.1% الذين أجابوا بنعم في حين أن هناك من أجابوا بنوعا ما نسبته 48.9%.

- أثبتت الدراسة أن الإعلام الإسلامي حقق الراحة النفسية للمبحوثين حيث قدرت 75.0% الذين أجابوا بنعم في حين أن هناك بنوعا ما نسبة 25%.

- حسب النتائج المتوصل إليها أن الإعلام الإسلامي رسخ في المبحوثين الاعتزاز بهويتهم الإسلامية، حيث قدرت نسبة 89.9% من الذين أجابوا بـ نعم في حين 10.2% الذين أجابوا بـ، نوعا ما.

- تثبت النتائج الكلية للدراسة أن أغلبية المبحوثين أثرت فيهم المعلومات التي اكتسبوها من خلال الإعلام الإسلامي حيث قدرت 63.0% الذين أجابوا بـ نعم في حين 31.0% الذين أجابوا بـ نوعا ما و 4.0% الذين أجابوا بـ لا.

- سجلت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين لديهم إيجابيات من خلال إطلاعهم على الإعلام الإسلامي حيث قدرت نسبة كل من ترسيخ أفكار دينية نسبة 50% ثم تليها زرع قيم دينية نسبة 50% أيضا.

- أظهرت نتائج الدراسة أن المبحوثين لديهم سلبيات يقع فيها القائمون على الإعلام الإسلامي حين قدرت نسبته 63.6% في تحليل وتحريم أمور من خلال فتاوى ملائمة وعلماء مزعومين، في حين 19.3% تمثلت في نقص مصداقية المحتوى و 14.8% للترويج الكذب والغلط تحت مسمى الإسلام.

وتأتي أخيرا لتشويه صورة الدين الإسلامي عبر الفضائيات نسبة 1.1%.

- توصلت نتائج الدراسة أن المبحوثين يتأثرون بالمضامين الدينية التي تقدمها مختلف وسائل الإعلام الإسلامي نوعا ما بنسبة 50.0% في حين نجد 43.2% من الذين أجابوا بنعم حيث كان تأثيرهم بهذه المضامين متوسط نسبة 35.2% وكبير نسبة 5.7% في حين أن هناك تأثير ضعيف قدر نسبة 2.3% وتأتي أخير 6.8% الذين أجابوا بـ لا.

- نلاحظ من خلال النتائج أن الإعلام الإسلامي ساهم في توعية وإرشاد المبحوثين حيث قدرت نسبة 68.2% من الذين أجابوا بنعم حيث وجد هذه المساهمة حسنة بنسبة 34.1% وجيدة

بنسبة 21.6% مقبولة يشبهه 12.1% في حين نجد الدين أجابوا نوعا ما نسبة 30.7% وتأتي أخيرا الذين أجابوا بـ لا 1.1%.

من خلال نتائج الدراسة نلاحظ أن أغلبية المبحوثين ينصحون غيرهم بالاطلاع على هذا النوع الإعلامي وقدرت نسبة 100% الذين أجابوا بنعم.

نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات:

الفرضية الأولى:

-يلعب الإعلام الإسلامي دورا كبيرا في تنمية الوعي الديني لدى الطالب الجامعي وقد أثبتت صحة هذه الفرضية نتائج الدراسة الميدانية لأفراد العينة التي اخترناها، فالطلاب نظرا إلى الإطلاع الدائم و إقبالهم على المضامين الدينية التي يقدمها الإعلام الإسلامي، وكذلك رغبتهم الشخصية من خلال دراستنا هي التي أثبتت أن الإعلام الإسلامي يساهم في تنمية وعيهم الديني، من خلال تزويدهم بمعارف ومعلومات دينية، وإشباع رغبتهم المعرفية من خلال اختلاف المضامين المقدمة وكذا اختلاف الوسائل.

الفرضية الثانية:

-توجد آثار ايجابية للإعلام الإسلامي، طبعاً كذلك أثبتت صحة هذه الفرضية من خلال الدراسة التي قمنا بها على عينة من الطلبة فهناك آثار ايجابية كثيرة فمن الواضح أن المجتمع المدرس مجتمع مسلم وهو بحاجة إلى ما يعزز مقوماته،

فبالتالي استخدام اللغة العربية في الإعلام الإسلامي شيء مهم أساسا لكونها من المقومات الأساسية بالإضافة لكون هذا الإعلام إعلام ديني هادف ومن إيجابياته البارزة الترويج الجيد لسلوكيات الحسنة والمعاملة الجيدة انطلاقاً من تعاليم ديننا ، بالإضافة إلى تعزيز العلاقات بين أفراد المجتمع الواحد وخلق التآزر بينهم، وتحسين نظرة الإعلام المشوه في نظر الآخرين.

– الفرضية الثالثة:

– كلما أقبل الطالب الجامعي على الإعلام الإسلامي كلما زاد وعيه الديني وهذه الفرضية أثبتت صحتها طبعاً من خلال النتائج التي توصلنا إليها مسبقاً في دراستنا الميدانية من خلال عدة أسئلة وهذا من خلال كون الطالب يقبل على الإعلام الإسلامي في أغلب الأحيان للبحوث الدراسية ولملاً الفراغ أو حتى لحاجة شخصية، فهذا الإقبال تلقائياً يزيد من معارف وثقافة الطالب الدينية إذن كلما أقبل الطالب على مواضيع الإعلام الإسلامي يزداد معرفة وثقافة وهذه المعارف تنمي وعيه بصفة عامة وخاصة وعيه الديني.

– الفرضية الرابعة:

يختلف الطلبة الجامعيون من الجنسين في تلقي مختلف المضامين الإعلامية الإسلامية، كذلك أثبتت صحة هذه الفرضية ولاحظنا هذا من خلال النسب المتفاوتة بين الجنسين في دراستنا الميدانية حيث أن نسبة البنات حصلت على أعلى نسبة أكثر من الذكور، ولوحظ أن هذا التفاوت يعد إلى كون الإناث يملكون أوقات أكثر ومسؤوليات أقل بينما الذكور في حالة تحرك دائمة.

الفرضية الخامسة:

يضع الإعلام الإسلامي صورة ذهنية سليمة حول الدين، نعم فالإعلام الإسلامي يسعى إلى النهوض بالأمة الإسلامية وتطوير المجتمعات المسلمة من خلال الإعلام خوفاً من أن يطغى الأعلام الغربي على هذه المجتمعات، وكذلك يسعى إلى تعزيز وتقوية الدين الإسلامي في ظل الصراعات والتقدمات الهائلة في شتى المجالات والحفاظ على تعاليم الدين الإسلامي وهذا طبعاً من خلال إعلام إسلامي هادف بشتى وسائله في ظل الإعلام العصري الحديث ولاحظنا هذا من خلال استخدامه للغة العربية ومعالجته المواضيع اليومية للأشخاص من المنظور الديني وغيرها.

التوصيات:

– ضرورة إجراء دراسات مشابهة لهذه الدراسة على مختلف شرائح المجتمع، وبيان الآثار السلبية والإيجابية لمتابعة المضامين الدينية التي يقدمها الإعلام الإسلامي بمختلف وسائله.

— ضرورة مواكبة التطور التكنولوجي للمرجعية الدينية عبر وسائل الإعلام الإسلامي بين مختلف شرائح المجتمع المسلم .

— تعيين خبراء وكوادر بشرية مختصة في الإعلام الديني تقوم بالمراقبة الدقيقة لكل ما يتعلق بالدين من خلال المواضيع التي يقدمها الإعلام الإسلامي .

الخاتمة

يعتبر الدين جزء لا غنى عنه في تركيبة المجتمع، كونه المكون الأساسي لبناء شخصية الفرد ومحور الحياة وإطار منهجيا شاملا لكل جوانبها حيث تزداد أهميته في المجتمع بارتقاء درجة الوعي لدى الأفراد فكلما زاد الوعي الديني لأفراد المجتمع زاد تماسكه، والوعي الديني يجعل من حياة الأفراد مع جميلا يعود على نفسه وسلوك الأفراد فهو دعامة للتنمية الحياتية، محققا الاستقرار النفسي والاجتماعي، سعي لضبط الشخصية وصياغة الواقع وضبطه على أسس وقيم ومبادئ، وبناء على المعطيات ومن خلال دراستنا الميدانية حاولنا فيها معرفة الدور الذي يلعبه الإعلام الإسلامي في تنمية الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين، وتوصلنا إلى أن الإعلام الإسلامي له دور مهم في تنمية لدى الطلبة الجامعيين، ويبقى هذا نسبيا وشكل متوسط وتبقى هذه الدراسة في الختام حلقة من حلقات البحث المتواصلة لاستكشاف العلاقة بين الإعلام الإسلامي والوعي الديني ولا ندعي بأن بلغنا نتائج عبرت عن كل ما يتعلق بالإعلام الإسلامي كما لا يمكننا القول بأننا كشفنا عن كل دور الإعلام الإسلامي في تنمية الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين، لكن حاولنا بدور من خلال هذه الدراسة فقط استجلاء بعض جوانبه مهيدين السبيل لباحثين آخرين لاستكشاف مقاربات أخرى لم تتعرض لها هذه الدراسة.

قائمة المصادر والمراجع

I- المصادر

1- القرآن الكريم

2- كتب السنة النبوية

II- المراجع

أولاً: المعاجم

1- حسن شحاته، زينب النجار، معجم المصطلحات التربوية والتفسير، (د.ط)، الدار المصرية اللبنانية القاهرة، 2003.

2- معجم المعاني، موقع المعاني، متوفر على الرابط التالي: <https://almany.com>

3- معجم الوسيط، ج 1، 1992م.

ثانياً: الكتب

4- إبراهيم العيوي، التنمية في عالم متغير: دراسة في مفهوم التنمية ومؤشراتها، ط2، دار الشرق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.

5- أبو جلال إسماعيل سلمان، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1 2012.

6- أحمد العابد وآخرون، المعجم العربي الأساسي، دط، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، د.س.

7- أحمد زايد، علم الاجتماع ودراسة المجتمع: مداخل النظرية، ط1، مصر، 2005، 2006.

8- أحمد سليمان أبو زيد، نظرية علم الاجتماع، رؤية نقدية راديكالية، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، 2006.

9- إسماعيل سلامات أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.

10- الإعلام الإسلامي: ماهيته، خصائصه، أدواته وإشكاليته الراهنة، محمد عينات مكتبي (د.ط). (د.ب)، (د.س).

11- بسام عبد الرحمان المشافية، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع عمان، الأردن، 2014.

- 12- بوريش صارة، نظريات الإعلام والاتصال، الطبعة 1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
- 13- بوريش صارة، نظريات الإعلام والاتصال، الطبعة 1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
- 14- جابر قميحة، مدخل إلى القيم الإسلامية، ط1، دار الكتاب المصرية، القاهرة، 1984.
- 15- جمراه كينلوش، تمهيد في النظرية الاجتماعية : تطورها ونماذجها الكبرى تر: الدكتور محمد سعيد فرح، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية: مصر، 1989.
- 16- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، اتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة، دار المصرية، اللبنانية، 1998.
- 17- حسن محمد الحسن، علم الاجتماع الديني، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، (د س).
- 18- رابح كعباش، الاتجاهات الأساسية في علم الاجتماع، مخبر علم الاجتماع، قسنطينة، 2007.
- 19- رحيمة عيساني، مدخل إلى الاتصال والإعلام: المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، عالم الكتب الحديث جدار الكتاب العالمي للنشر والتوزيع، الجزائر.
- 20- رشدي شحاتة أبو زيد، مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد، الطبعة 1، مكتبة الوفاء القانونية للنشر، الإسكندرية، مصر، 2011.
- 21- رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية الحث العلمي للعلوم الاجتماعية، ط3، 2008.
- 22- زياد أحمد الطوسي، مجتمع الدراسة والعينات، مديرية التربية لواء الشراء، 2000-2001.
- 23- زياد علي الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، مطبعة أبناء الجراح، غزة، فلسطين، 2010.
- 24- سعاد جبر السعيد، سيكولوجية التفكير والوعي بالذات، د ط، دار الكتاب العلمي، عمان، الأردن، 2008.
- 25- شكري صابر، موسى حلس: الوعي الاجتماعي العربي -تحليل سوسيولوجي، مكتبة دار المنارة، غزة، 2002.
- 26- صلاح الدين شروخ، علم الاجتماع الديني، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2012

- 27- صلاح مروى عصام، الإعلام الإسلامي المعاصر، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- 28- الطاهر سعود، التخلف والتنمية في فكر مالك بن نبي، مركز دراسات فلسفة الدين، د ط، دار الهادي، بيروت، 2006.
- 29- طه أحمد الزبيدي، المرجعية الإعلامية في الإسلام: تأصيل وتشكيل، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، دار الفجر للنشر والتوزيع، بغداد، العراق، 2010.
- 30- طه أحمد الزبيدي، دليل الإعلام الإسلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2009.
- 31- طه نجم، علم الاجتماع المعرفة، دراسة في مقولة الوعي الإيديولوجي، (د.ط)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.
- 32- عادل السيد محمد علي، الإعلام الإسلامي: مفهومه، مشروعيته وضوابطه، المعهد العالي للعلوم الإدارية، بنجلاكس البحيرة.
- 33- عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد، الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، ط5، دار الفكر العربي، 2008.
- 34- عبد الحامد الواجد، تاريخ الإعلام في المجتمع الإسلامي، د ط، د ب، د س.
- 35- عبد الباسط عبد المعفي، الوعي التنموي العربي - ممارسة بحثية، دار الموقف العربي للصحافة والنشر، 1983.
- 36- عبد الرحمان آل العسيوي، جنوح الشباب المعاصر، منشورات الحلبي الحقوقية (د.ب)، (د.ط)، (د.س).
- 37- عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان: الأردن، 2014 .
- 38- عبد الرزاق الدليمي: الإعلام الإسلامي، ط1، 2013.
- 39- عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام والتنمية، ط1، دار السميرة للنشر والتوزيع، عمان: الأردن، 2012.
- 40- عبد العظيم عبد السلام الفرحاني، تقنيات الاتصال التعليمية في القرآن الكريم و السنة، (د.ط)، دار الغريب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص 15.

- 41- عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام، (د.ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، (د.س).
- 42- عبد الله محمد بن عبد الرحمن وآخرون، النظرية في علم الاجتماع: النظرية السوسولوجية، الجزء الثاني، دار المعرفة الجامعية، بيروت، 2005.
- 43- علاء الحسون، تنمية الوعي، ط1، دار الغدير للنشر والتوزيع، إيران، 1424هـ، 2003.
- 44- علي جريشة، نحو إعلام إسلامي، مكتبة وهبة، القاهرة، 1989.
- 45- عمر صالح بن عمر، مفهوم الوعي والتوعية وأهميتها، د ط، د ت.
- 46- كمال جاه الله الحضر، مدخل لمناهج البحث البعد اللغوي، مركز يوسف الخليفة لكتابة اللغات بالحرف العربي، جامعة إفريقيا العربية، 2011.
- 47- لؤي صافي، العقيدة السياسية، معالم نظرية عاملة للدولة الإسلامية، دار الفكر، دمشق، 2001.
- 48- محمد سيد محمد: الإعلام الإسلامي، الأمة، ط، 58 قطر، 1405هـ.
- 49- محمد الجوهري وآخرون، علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1992.
- 50- محمد خير رمضان يوسف، من خصائص الإعلام الإسلامي، العدد 97، رابطة العالم الإسلامي، للنشر والتوزيع، مكة، 1990.
- 51- محمد عبد السلام: دراسات في الثقافة الإسلامية، ط5، مكتبة الفلاح، (د.ب)، 1987.
- 52- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للنشر والطباعة، الأردن، 1999.
- 53- محمد قطب، واقعنا المعاصر، ط2، مكتبة رحاب، الجزائر العاصمة، (د.س).
- 54- محمد كمال الدين إمام، الإعلام الإسلامي، (د.ط)، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، 2005.
- 55- محمد كمال الدين إمام، الإعلام الإسلامي، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الأزاريطة، 2004.
- 56- محمد منير حجاب: الإعلام الإسلامي المبادئ النظرية، التطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة 1، القاهرة، 2002.

- 57- محمد موسى محمد أحمد البر، وسائل الاتصال في الدولة الإسلامية ودورها في نشر الوعي الديني، المنهل، د.س، د.ص.
- 58- محمود حامد الخضر، الإعلام والانترنت، ط1، دار البداية للنشر والتوزيع 2012.
- 59- المدخل النظرية لعلم الاجتماع: عين ناصر القريش، الطبعة 1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011-1432.
- 60- المدخل النظرية لعلم الاجتماع، عين ناصر حين القريش، الطبعة 1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011-1432.
- 61- مراد زعيبي، مؤسسات التنشئة الاجتماعية، منشورات جامعة باجي ختار، عنابة، 2006.
- 62- مروى عصام صلاح، الإعلام الإسلامي المعاصر، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، 1436.
- 63- مروى عصام صلاح، الإعلام الإسلامي المعاصر، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر، عمان، الأردن، 2015.
- 64- معن خليل العمر، مناهج البحث في علم الاجتماع، ط1، دار الشروق للنشر، الأردن، 2004
- 65- منال هلال مزاهرة، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط1، كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2011
- 66- منتصر حاتم حسين، إيديولوجيات الإعلام الإسلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، د ط، د ت.
- 67- منتصر حاتم حسين، إيديولوجيات الإعلام، الإسلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 68- المنجد في اللغة والإعلام، ط41، دار المشرق، بيروت: لبنان، ص288.
- 69- نادية سعيد عيسوز ومجموعة من الباحثين، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر، قسنطينة، الجزائر، 2017
- 70- الناصر المكني، الإسلام والدستور: دراسة قانونية وفقهية مقارنة لعلاقة الدين بالدولة في مختلف الأنظمة الدستورية، منشورات مجمع الأطرش للكتاب المختص للنشر والتوزيع، تونس، 2014.

- 71- نجوس الصديق، منهجية البحث العلمي، ط2، دار قرطبة للنشر والتوزيع، 2012
- 72- هند عزوز، الإعلام الديني في الجزائر قراءات في الصحافة المكتوبة، أوراق ثقافية للنشر والتوزيع، ط1، 2013.
- 73- يوسف القرضاوي، الصحة الإسلامية: الجهود والتطرف، ط1، كتاب الأمة، قطر، 1402هـ.
- 74- يوسف القرضاوي، كتاب الحلال والحرام، ط11، المكتبة هبة للنشر، القاهرة، 1988.
- ثالثا: الرسائل والأطروحات الجامعية
- 75- خديجة جيطاني، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام، جامعة لخضر باسة، 2005، 2010.
- 76- رواجي محمد، الهرمنيوطيقا والوعي النفي في الخطاب الفلسفي العربي المعاصر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، وهران، 2012/2013.
- 77- سمية إبراهيم المعاوي، الإعلام الأسس والإعلام الغربي في حاضر اليوم مذكرة لنيل درجة ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، 2016-1437.
- 78- كichel فتيحة: الإعلام الجديد وتسرع الوعي البيئي، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي موقع الفايسبوك نموذجا، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال فرع وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011، 2012.
- 79- لامية صابر الحملات الإعلانية في باقة bbc ودورها في التوعية الدينية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، 2009، 2010.
- 80- محمد سليم مسعد الحارثي، الوعي الاجتماعي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدينة الرياض، رسالة مقدمة لاستكمال درجة الماجستير في العلوم الاجتماعية تخصص التأهيل والرعاية الاجتماعية، الرياض جامعة ناديف العربية للعلوم الأمنية كلية الدراسات العليا 1434-1435.
- 81- محمد غياث مكتبي، الإعلام الإسلامي، ماهيته، خصائصه، أدواته، واقعه، وإشكالياته الراهنة، رسالة بحثية.

- 82- مزيش مصطفى، مصادر المعلومات ودورها في تكوين الطالب الجامعي وتنمية ميوله القرائية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه: علوم في علم المكتبات والمعلومات، قسنطينة، 2008-2009.
- 83- منال قدواح، اتجاهات الصحفيون الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم والاتصال المخصص اتصال علاقات عامة، جامعة منشوري، قسنطينة، 2008، 2007.
- 84- نسائم بن لا في عائم الهمزاني، علاقة الواقع الاجتماعي بالوعي الديني لدى مسلم، ألبانيا مذكرة لنيل درجة الدكتوراه، جامعة محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 1418، 1998.
- 85- نسائم بن لا في الهمزاني، تقويم الوعي الديني للمسلمين مقياس اتجاه مستوى الوعي الديني بالتطبيق على مستوى ألباني، المملكة العربية السعودية، جامعة الإمام محمد بن سحور الإسلامية، قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعي، كلية العلوم الاجتماعية 1995.
- الجرائد والمجلات العلمية
- 86- حنان علي، أحمد، الإعلام الإسلامي، مفهومه وخصائصه، hananaliahmed, route educational and social science journal, volume 5 (1) january, 2018.
- 87- سمير بن جميل راضي، الإعلام الإسلامي رسالة وهدف، دعوة الحق، 1417، العدد 182.
- 88- سمير بن جميل راضي، الإعلام الإسلامي، رسالة، وهدف، العدد، 182، دعوة الحق 1417هـ.
- 89- فضيل دليو وآخرون، الجامعة تنظيمها وهيكلتها، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد 1، قسنطينة، 1995.
- 90- قنشوبة عبد الرحمان زيان عاشور، معالجة الصحافة الجزائرية اليومية لقضايا البيئة، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 25، ديسمبر 2016.
- 91- محمد بن حسين منهور حمدي، الوعي وأثره في الحد من انتشار الظواهر السلبية لدى الشباب التدخين والتخطيط نموذجاً، سلسلة أبحاث قضايا الشباب وتنهيمهم، جامعة تبوك، 2006.

المواقع الإلكترونية

92- أحمد مختار مكّي، دراسة تأثير منفرد التربية الدينية في الوعي الديني لدى طلاب كلية الشريعة،
سعيه التعليم الابتدائي، جامعة أسبوط، 2000، زمن زيارة الموقع 2000/03/16. <http://makkyednction;arebb logs.com/reshtml>.

93- العيد كريم زيدان، المدخل بدراسة الشريعة الإسلامية، متاح على الرابط التالي:

www.alislam.com

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيغل -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: الإعلام والاتصال

استمارة استبيان حول:

دور الإعلام الإسلامي في تنمية الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين

-دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى- جيغل-

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية.

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته:

أخي الكريم، أختي الكريمة....

نرجو من سيادتكم إبداء رأيكم من خلال التكرم والإجابة على الأسئلة المطروحة وتزويدنا

بآرائكم القيمة، مع العلم أنها لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

ملاحظة: يرجى وضع علامة (x) في المكان المناسب للإجابة عن الأسئلة.

شكرا على حسن تعاونكم معنا، وتقبلوا منا فائق التقدير والاحترام.

إشراف الأستاذ:

د/ مسعود بوسعدية

إعداد الطالبتين:

- بن عراب وافية

- فرطاس سمية

السنة الجامعية: 2020/2019

المحور الأول: البيانات الشخصية

- الجنس: - ذكر - أنثى
- الفئة العمرية: - أقل من 23 سنة - من 23 إلى 25 سنة - أكثر من 25 سنة
- المستوى الدراسي: - ليسانس - ماجستير
- الحالة الاجتماعية: - أعزب - متزوج
- مكان الإقامة: - بيت - إقامة جامعية - أماكن أخرى

المحور الثاني: أنماط استخدام الإعلام الإسلامي

- 1- هل تتابع المواضيع الدينية التي يقدمها الإعلام الإسلامي؟
- دائما - أحيانا - أبدا
- إذا كانت إجابتك بـ "دائما" منذ متى وأنت تتابع مواضيع الإعلام الإسلامي؟
- أقل من سنة - من سنة إلى ثلاث سنوات - أكثر من ثلاث سنوات
- 3- أين تفضل تصفح الإعلام الإسلامي؟
- البيت - الجامعة - مقهى إنترنت - أماكن أخرى
- 4- ما هي المدة التي تقضيها في تصفح الإعلام الإسلامي؟
- أقل من ساعة - من ساعة إلى ساعتين - أكثر من ساعتين
- 5- ما هي اللغة التي تفضلها للاطلاع على المضامين الدينية؟
- اللغة العربية - اللغة الإنجليزية

6- هل اختيارك للإعلام الإسلامي بناء على؟

- رغبتك الشخصية - الأهل

7- هل يلبي الإعلام الإسلامي حاجاتك؟ - نعم - لا

- إذا كانت إجابتك بـ"نعم"، فيما يتمثل ذلك؟

- لعلم أفكار ومعارف جديدة - تصحيح مفاهيم وأفكار خاطئة

- سعة الإطلاع حول الأمور الدينية

8- كيف تصنف اهتمامك بمضامين الإعلام الإسلامي؟

- كبيرا - متوسطا - ضعيفا

9- ما هي المواضيع التي يتناولها الإعلام الإسلامي؟

- دروس وخطب - فتاوى - قصص إسلامية

المحور الثالث: علاقة الإعلام الإسلامي بتنمية الوعي الديني

10- هل ترى أن الإعلام الإسلامي له أهمية في حياتنا اليومية؟

- نعم - لا - نوعا ما

11- ما هدفك من اطلعك على الإعلام الإسلامي؟

- بحوث علمية - ملء وقت الفراغ - لأغراض دينية معرفية

12- هل ترى أنه أصبح لديك معلومات ثقافة دينية عميقة في الدين الإسلامي منذ بدأت تصفح

الإعلام الإسلامي؟

- نعم - لا - نوعا ما

13- هل ترى أن هذا الإعلام الإسلامي قد غير فيك بعض السلوكيات نحو الأحسن؟

- نعم - لا - إلى حد ما

- إذا كانت إجابتك بـ "نعم" ما هي؟

-تحسين الأخلاق و الطباع وزيادة المعارف -تصحيح بعض أفكار حول الثقافة الدينية

وتصحيح سلوكيات خاطئة كنت قد ارتكبتها من قبل - حسن إستغلال الوقت

14- هل غير هذا الإعلام الإسلامي بعض اتجاهاتك الدينية؟

- نعم - لا - نوعا ما

المحور الرابع: تأثير استخدام الإعلام الإسلامي على الوعي الديني

15- هل أفادك هذا الإعلام الإسلامي بمعلومات في حياتك الدينية؟

- من حيث العبادات:

- نعم - لا - نوعا ما

- من حيث التعامل مع الآخرين:

- نعم - لا - نوعا ما

16- هل ترى أنه أصبح لديك رصيد معرفي ديني بعد استخدامك للإعلام الإسلامي؟

- نعم - لا - نوعا ما

17- هل ساهم الإعلام الإسلامي في تعزيز وعيك بصفة عامة والوعي الديني بصفة خاصة؟

- نعم - لا - نوعا ما

18- هل حقق لك الإعلام الإسلامي الراحة النفسية؟

- نعم - لا - نوعا ما

19- هل رسخ فيك الإعلام الإسلامي الاعتزاز بهويتك الإسلامية؟

- نعم - لا - نوعا ما

المحور الخامس: تقييم الإعلام الإسلامي

20- هل أثرت فيك المعلومات التي اكتسبتها من خلال الإعلام الإسلامي؟

- نعم - لا - نوعا ما

21- ما هي الإيجابيات التي تراها في الإعلام الإسلامي؟

- ترسيخ أفكار دينية - زرع قيم سلوكية

22- ما هي السلبيات التي يقع فيها القائمون على الإعلام الإسلامي؟

- نقص مصداقية المحتوى - تحليل وتحريم أمور من خلال فتاوى لأئمة وعلماء مزعومين

- الترويج الغلط والكذب تحت مسمى الإسلام

24- هل تتأثر بالمضامين الدينية التي تقدمها مختلف وسائل الإعلام الإسلامي؟

- نعم - لا - نوعا ما

- إذا كانت إجابتك بـ "نعم" ما حجم تأثرك بها؟

- كبير - متوسط - ضعيف

25- هل يساهم الإعلام الإسلامي في توعيتك وإرشادك؟

- نعم - لا - نوعا ما

- إذا كانت إجابتك بـ "نعم" كيف تجدها هاته المساهمة؟

- كبيرة - متوسطة - ضعيفة

26- هل تنصح غيرك بالإطلاع على هذا النوع الإعلامي؟

- نعم - لا

شكرا لكم على تعاونكم