

الخطاب الإسلامي عبر الفضائيات العربية ودوره في تدعيم المنظومة القيمية الإسلامية.

الأستاذة: قانة حسينة
جامعة الجزائر 3

ملخص الدراسة باللغة العربية:

هدفت الدراسة إلى رصد دور الفضائيات العربية ، في تدعيم المنظومة القيمية الإسلامية، وذلك من خلال الرصد العام لما تبثه هذه القنوات بإنتاجها المتنوع عبر برامجها الدينية وانعكاسات ذلك على سلوك الجمهور العام وعلى السلوك القيمي في حدود المدة الزمنية الراهنة.

كما هدفت الدراسة إلى تعميق النظرة إلى دور وظائف الإعلام الفضائي وتأكيد دوره في التنمية البشرية وأثاره في التأثير ولاسيما ما يتعلق بقيم المجتمع عامة وقيم الأسرة خاصة، بما من شأنه تطوير الدراسات الإعلامية الكمية بالنظر إلى الظاهرة الإعلامية والاتصالية بوصفها ظاهرة اجتماعية لا تعمل بمعزل عن قنواتها مجتمعة أو بمعزل عن المضامين التي تقدمها، أو بمعزل عن آليات تعاطي الجمهور و تفاعله معها .

كما تأتي أهمية الدراسة من ضرورة متابعة المستجد من وسائل نقل الثقافة والقيم والمادة الإعلامية بجوانبها الاجتماعية والترفيهية، بين فئات المجتمعات العربية خاصة من هم في عمر التشكل.

و تنبع أهمية الدراسة من ضرورة رصد وتحليل محتوى وخطاب الرسالة الإعلامية المبتوثة عبر القنوات الفضائية العربية فيما يخص تناولها الجوانب القيمية والفكرية والوجدانية، وفي ضوء تركيز الكثير من هذه القنوات على الترويج للمنتجات على نطاق واسع باستخدام أساليب غير معتادة في النسق القيمي السائد في مجتمعاتنا، وبالنظر إلى أن بعض هذه القنوات أصبحت في حد ذاتها أو معظم برامجها مرتبطة بصفة مباشرة بعمليات الاستخدام للوسائل الاتصالية ليس كنمط

من أنماط التفاعل بين المشاهد والقنوات، وإنما لأغراض تجارية بحثية، في طياتها مضامين قيمية ومفاهيمية مستحدثة.

وأيضاً تأتي أهمية الدراسة كون أن الثورة الفضائية وازدحام الخريطة الإعلامية بكم هائل من الفضائيات جاءت في ظل تراجع التعليم في المنطقة العربية خاصة على صعيد تدريس المفاهيم والقيم الدينية الإسلامية، سواء بالنظر إلى حالة التراجع في قيمة التعليم بصفة عامة، أو إلى تدني مستوى الخدمة التعليمية ذاتها. وتنتهي الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية، واستخدمت المنهج الوصفي ومنهج تحليل الخطاب وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة استمارة تحليل الخطاب الإعلامي.

وقد زاوجت بين مدخلين بحثيين أولهما المدخل الوظيفي الذي يعنى بدراسة وظائف وسائل الإعلام والاتصال، وهذا المدخل لا يعني تحديد الباحث بدراسة وجود وظائف الإعلام أو غيابها، ولكنه يعطي الباحث دليلاً على علاقة هذه الوظائف ببعضها، أو دراسة هذه الوظائف بمقدماتها أو الآثار المترتبة عليها. وهذه الوظائف والحاجات الأساسية هي التي يحتاجها متلقي رسائل وسائل الإعلام والاتصال على مستوى الفرد والمجتمع.

وثانيهما المدخل الاجتماعي الذي ينظر إلى المؤسسة الإعلامية بأنها تنظيم يقوم بوظيفة اجتماعية، وهي بناءات لنشر الأفكار العامة، وامتداد للحاجات الإنسانية، وهي عمل جماعي للأفراد في المجتمع، وهذا المدخل يشير إلى العلاقات بين الأهداف والحاجات الاجتماعية، والتنظيم، والتوافق الذي يجب أن يسود، حتى تقوم هذه المؤسسات بتحقيق أغراضها، في إطار الفكرة العامة أو العقيدة أو الفلسفة من وراء قيامها في المجتمع.

2- Le résumé en langue française :

L'étude visait à savoir le rôle des chaînes satellitaires arabes au renforcement du système de valeurs islamiques, et l'observation générale des divers programmes religieux produites et diffusés par ces chaînes et son impact pour le comportement du grand public et le comportement moral dans les limites de la période actuelle.

L'étude visait également à approfondir la perception du rôle et des fonctions de l'espace des médias et confirmer son rôle dans le développement humain et ses effets sur l'impact, en particulier en

ce qui concerne les valeurs de la société en général et les valeurs de la famille en particulier , qui développerait des études médiatiques; en sachant que les medias sont aussi un phénomène social qui ne fonctionne pas dans l'isolement de ses canaux combinés ou indépendamment du contenu qu'ils fournissent, ou indépendamment de l'usage du public

L'importance de l'étude est imposée par la nécessité de suivre la transmission des cultures et des valeurs islamiques par les médias dans les aspects sociaux et récréatifs entre les catégories de sociétés arabes et islamiques.

Et l'importance de cette étude viens par la nécessité d'observer et d'analyser le contenu du discours du message médiatique diffusé sur les chaînes satellitaires arabes en ce qui concerne l'importance des valeurs islamiques et leur aspects intellectuels et affectifs ; en sachant qu'un grand nombre de ces canaux se concentrent sur la promotion des produits à grande échelle en utilisant des méthodes inhabituelles au système de valeurs dans nos sociétés, et compte tenu que certains de ces canaux sont devenus en eux-mêmes ou la plupart de leur programmes directement liés à des fins purement commerciales.

L'étude fait partie des recherches analytiques descriptives, et a utiliser l'approche descriptive et l'approche d'analyse du discours.

مقدمة:

معلوم أن الإسلام يعتبر ديناً وثقافة يحمل منظومة متكاملة من القيم ذات أبعاد إنسانية وكونية تنطلق من رؤية فلسفية للكون والحياة والمصير، وتصاغ في الواقع نظريات وأفكاراً ممتزجة بخبرات الناس وأساليبهم في تنزيلها إلى أرض الواقع ، وتصاغ في شكل سلوكيات أخلاقية تحكم تربية الأجيال من أجل استمرارها وتفاعلها وتطورها واتساع تمثل الناس لها ، ويتم التركيز في كل ذلك على الشباب وتكوينهم وتنمية كفاءاتهم وقدراتهم باعتبارهم حملة التغيير والتطوير ، والمدخل إلى كل ذلك بناء برامج ومناهج التعليم ، كما لا يمكن إغفال الاهتمام بالمادة الإعلامية باعتبارها إحدى روافد التطور.

وتعتبر القيم أنها أعظم رصيد تراكم لدى المجتمعات وتنتقل من جيل إلى جيل، وهي تختزل رصيد الحكمة الإنسانية ورصيد الخبرة البشرية الإنسانية، سواء عبر هداية الوحي أو عبر الحكمة الفلسفية والتجربة الإنسانية التاريخية.

بينما تعتبر القيم الإسلامية قيما كاملة مكتملة، ولا تحتاج المنظومة القيمية الإسلامية إلى إثراء، فالإسلام لم يترك شيئا هادفا وإيجابيا في الحياة إلا واتى به، فهو منهاج حياة متكامل، والقول بوجود روافد أخرى لبناء القيم داخل المجتمع المسلم لا يقوم على حجة مقنعة، وإذا كان الإعلام يبني قيما ما، وعلى حسب الدراسات المستفيضة عن تأثير الرسائل الإعلامية لدى المتلقين، فهو حتما يبني فقط القيم المستهجنة وذلك من خلال عملية التكرار المستبد للمضامين السلبية. وإذا ما كان له من دور فهو بإمكانه أن يساهم في تدعيم البنية القيمية الإسلامية، ليس باثراءها وإنما بطرق إيصالها وتثبيتها لدى الإنسان المسلم الذي يفترض انه تلقى سلفا هذه القيم عبر روافد أخرى كالأسرة والمدرسة والمجتمع، وإنما أحيانا تزيغ عنها القلوب والبصائر.

يعيش عالم اليوم تغيرات تكاد تكون انقلابية على مفاهيم وأسلوب حياة السنوات السابقة، ويقود هذه التغييرات وسائل الإعلام والاتصال لتشكيل عقل جديد مختلف معرفياً ووجدانياً وسلوكياً عن الأجيال السابقة، من هنا تنبع مشكلة الدراسة في الدور السلبي الذي تؤديه المنظومة الإعلامية عبر برامج الفضائيات العربية، في سياق أدائها لأدوارها وتفاعلها مع المجتمع، حيث تتعزز من خلاله مجموعة القيم الاجتماعية غير المتماشية، والمتناقضة في اتجاهاتها بسبب تنوع مصادرها وتباين الأسس الفكرية والثقافية المبنية عليها، الأمر الذي يجد آثاره الواضحة في انجذاب المتلقين نحوها، وتعمل على تلبية حاجات نفسية واجتماعية لا تستقيم والخصوصيات الثقافية والحضارية التي استقر عليها المجتمع منذ مئات السنين، ويعد الإعلام شريكاً أساسياً في عملية التغير لما ينطوي عليه من قدرة عالية تحقق عملية التواصل بسرعة كبيرة بين مكونات المجتمع الواحد من جهة، وبين المجتمعات المتعددة من جهة أخرى، ذلك أن عملية التغير التي تنجم عنها مظاهر التحضر أو مظاهر التخلف وقف على درجة التفاعل مع الآخر، وعلى مستوى عملية الاتصال والتواصل، وعلى طبيعة هذه العملية والأشكال والأدوات المستخدمة فيها، والغايات التي تكمن وراءها.

إشكالية الدراسة

تتبلور المشكلة البحثية في رصد دور الفضائيات العربية، بالنسبة إلى الأسرة العربية، عبر برامجها الدينية، في إعادة تشكيل القيم الإسلامية وذلك بإعادة

صياغتها واستحداثها، وإلغاء قيم مستقرة هجينة ، لا تتوافق والخصوصيات الثقافية والحضارية التي استقر عليها المجتمع العربي حيناً من الدهر. لهذا ينطلق البحث من معطيات قائمة حول الأدوار المحتملة للفضائيات العربية اجتماعياً، في بناء شخصية الشباب المسلم المعرفية والانفعالية والأخلاقية على أسس البنية القيمية الإسلامية.

ويفضي بنا كل هذا إلى التساؤل الجوهرى التالي :

هل تنتج القنوات الفضائية العربية ، عبر برامجها الدينية، خطاباً إعلامياً يمكن أن يكون أداة لتدعيم البنية القيمية الإسلامية؟

تساؤلات الدراسة: تسعى الدراسة إلى الإجابة عن مجموعة تساؤلات من أبرزها:

- هل يتسنى للبرامج الدينية أن تلعب الدور المنتظر منها في تقديم مضامين تخدم البنية القيمية الإسلامية مع هذا الكم الهائل من البرامج المتنوعة التي تطل يومياً على المشاهد العربى المسلم؟

- ما هو حجم الدور الذي تؤديه هذه البرامج عبر مضامينها ، على مستوى الأفكار والقدرات الإبداعية والإستراتيجية لمنتجها؟

- بأي صيغة تقدم هذه البرامج ملامح وسمات الرؤية الإسلامية الحضارية في مجال القيم؟

- ما هي الخصائص والسمات التي يركز عليها منتجو هذه المضامين الدينية للتأثير على شخصية المسلم بغرض الإقناع ومن ثم تبني القيم؟

- ما هي المرجعيات التي استندت عليها الخطابات المتضمنة داخل هذه البرامج في تقديم أطروحتها بشأن قضايا القيم؟ وكيف تم توظيف هذه المرجعيات؟

نوع الدراسة:

تنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وهي الدراسات التي تسعى للوصول إلى فهم أدق وأعمق للظاهرة موضوع الدراسة، وتعني مجموعة الطرق التي يمكن من خلالها للباحثين وصف الظاهرة العلمية والظروف المحيطة بها، وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثرة والمتأثرة بها.

منهج الدراسة:

لا توجد مناهج محددة لتحليل الخطاب، إنما يجب أن يحلل الخطاب الإعلامي البعد الدلالي ويربطه بالبعد الاجتماعي، وفي الوقت نفسه يجب إدراك أن الخطاب

الإعلامي قوة اجتماعية مؤثرة بدورها على القراء، ويسعى التحليل إلى البحث عما وراء الخطاب باستخدام المناهج الآتية:

1- المنهج الوصفي: وبالنظر إلى طبيعة الدراسة والأهداف التي تتوخى تحقيقها والمتمثلة في معرفة واقع الدور الذي تضطلع به الفضائيات العربية في تدعيم المنظومة القيمية الإسلامية ؛ فإن المنهج الأكثر ملائمة في دراسة هذا النوع من الظواهر هو المنهج الوصفي- إذا ما تعلق الأمر بالجانب النظري، أو الميداني من خلال جمع البيانات، وكذا تحليل هذه البيانات وتفسيرها والتعليق عليها والمقارنة بينها، لاستخلاص دلالاتها وأبعادها السوسولوجية والتوصل إلى النتائج التي تدعّمها. وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن المنهج الوصفي يتجاوز مجرد تجميع الحقائق والبيانات والتقارير الصماء "إلى التحليل العلمي لاستخلاص الدلالات ومحاولة ربط بعض المتغيرات بعضها ببعض الآخر ومناقشة النتائج مناقشة علمية وتفسيرها في عبارات واضحة⁽¹⁾.

2- منهج تحليل الخطاب : يعد تحليل الخطاب أحد المناهج الخاصة بالدراسات الكيفية والتفسيرية، ويحتوي هذا المنهج على نظرة تفسيرية للواقع الاجتماعي، وكان هذا المنهج في البداية يهدف إلى التعرف على الأيديولوجية والجوانب الفكرية التي تشكل الخطاب عبر سياق زمني أو سياقات متنوعة غير أنه تطور فيما بعد ليشمل الجوانب الظاهرة والكامنة في الخطاب، وما توحى من دلالات ومعان، ورصد الحجج والبراهين، وتحليل القوى الفاعلة، وغير ذلك من الأساليب التي تمكن من بلورة صورة عميقة وشاملة للخطاب.

أدوات الدراسة :

- أدوات تحليل الخطاب الإعلامي: تأسيساً على توظيف منهج التحليل الكيفي للخطاب، فقد تم الاعتماد على أربع أدوات للتحليل للتعرف على محتوى الخطاب الإعلامي، وذلك من خلال التركيز على تحليل الخطاب ووحداته في ضوء علاقته بالواقع الذي ينطلق منه ويعبر عنه، وحتى يتم فهم الأطروحات والأفكار التي يحملها الخطاب فالمطلوب دراستها في تفاعلها عندما تكون في حالة جدل مع بعضها البعض

1. الرياضية، القاهرة، 1982، ص118 - خطاب عطيات محمد، أوقات الفراغ والترويح، كلية التربية¹

وليس دراستها منعزلة، ومن ثم دراسة عملية تفاعل منتجي الخطاب، وهم يمارسون أدوارهم عبر ما يطرحونه، وهذه الأدوات هي :

1- أداة تحليل الأطروحات : الأطروحة هي فكرة أو معنى معين يريد منتج الخطاب توصيله للمتلقي بحيث يتم فهم الخطاب على النحو الذي يريده منتج الخطاب، وهي مدخل مهم لتحليل الخطاب؛ لأن الأطروحة تعد بنية موحدة يقدمها منتج الخطاب بهدف أو أهداف معينة، ويستخدم تحليل الأطروحات في بعض الأحيان بمعنى تحليل بنية الموضوع الفكرية⁽¹⁾

2- أداة تحليل مسار البرهنة : يقصد بتحليل مسار البرهنة رصد وتفسير الحجج والبراهين التي يستخدمها الكاتب أو المتحدث في إثبات أو نفي أو التشكيك في مقولات أو أفكار أو آراء أو معلومات أو وقائع، حيث إنه من المفترض أن تكون لغة الحوار لغة توجيه وإقناع، وتحتوي على أدوات مؤثرة من بينها استخدام الأدلة والبراهين لإقناع المتلقي بما يناسب خصائصه وظروفه، وتسمح هذه الأداة باستخراج وتصنيف أطروحات الخطاب في إطار فئات التحليل الخاصة بالظاهرة المدروسة مع رصد عملية منطقة هذه الأطروحات عبر المبررات المرافقة لها.⁽²⁾

3- أداة تحليل الأطر المرجعية : تعني الحقل المرجعي للمفهوم المدروس، وهو يتكون من كل المراجع الموجودة في النص، مثل أسماء أشخاص، مؤسسات، مدن، وثائق، معاهدات، حقب وفترات زمنية، ومن خلال تحليل الأطر المرجعية يمكن رصد الإحالات المرجعية التي استند إليها الخطاب في عرضه للمفاهيم المحورية ويقصد بأداة تحليل الأطر المرجعية في هذه الدراسة الأطر التي استند إليها الخطاب الإعلامي للبرامج الدينية محل الدراسة من حيث الإسنادات المرجعية التي تستند إليها الأطروحات المتضمنة في الخطاب الإعلامي من مصادر وتصورات حول قضية تدعيم البيئة القيمية الإسلامية.

4- أداة تحليل القوى الفاعلة : يقصد بالقوى الفاعلة الأشخاص والمؤسسات والحكومات والدول والمنظمات التي تقوم بأعمال أو تتبنى سياسات وتوجهات معينة،

الدار - محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية، بدون طبعة .
124.ص م، 2007:اللبنانية، القاهرة، المصرية

الحديث، القاهرة، الكتاب دار: الأولى، الطبعة، الإعلامي البحث - ، بركات عبد العزيز، مناهج²

ويتم تحليل القوى الفاعلة من خلال رصد القوى الواردة في الخطاب، وتصنيفها إلى مجموعات معينة حسب المعايير المناسبة للدراسة، وقد يكون التصنيف إلى قوى مؤيدة وقوى معارضة، أو إلى قوى رسمية وقوى شعبية. مع إمكانية إحداث تصنيفات فرعية للقوى الفاعلة داخل كل تقسيم أساسي، ثم رصد موقف كل قوة، وأساليبها، وأدواتها، وردود أفعالها، والأدوار التي تقوم بها⁽¹⁾.

عينة الدراسة:

بما أننا سوف نتناول الخطاب الإعلامي الإسلامي بالدراسة فسوف نتوجه اعتباراً إلى الإعلام الديني وبالتالي البرامج الدينية المقدمة من طرف القنوات الفضائية العربية. واعتمدنا في ذلك على العينة متعددة المراحل، أما طريقة اختيار العينة فقد تم الاعتماد على نوع واحد من طرق اختيار العينة وهي طريقة العينة القصدية (العمدية)، فقمنا أولاً باختيار الفضائيات على أسس ما يتوافق مع الدراسة فوقع الاختيار على الفضائيات ذات البرامج المتنوعة والتي يطلق عليها اسم القنوات الجامعة، وهي التي تتوجه إلى شرائح متعددة من المجتمع وتستهدف أكبر قدر من الجمهور المتلقي واستبعدنا ذات اللون المهيمن وهي القنوات التي يغلب على برامجها لون معين كالأخبار أو الثقافة أو المنوعات أو السينما أو الدراما... وكمرحلة ثانية قمنا باختيار القنوات الأكثر شهرة والأكثر متابعة بكل الوطن العربي، وكمرحلة أخيرة قمنا بجرد البرامج الدينية التي تبث عبر هذه الفضائيات قيد الدراسة خلال الفترة الزمنية المختارة وهي الشبكة البرمجية لشهر رمضان من العام 2014، ثم تسجيلها و متابعتها، بالاستعانة بالمعلومات التي توفرها الصفحات الإلكترونية لهذه القنوات وبالأرشيف الإلكتروني عبر مواقع الانترنت المختصة بذلك مع مراعاة عدم محلية مضامين هذه البرامج وتوجيهها إلى كل المجتمعات الإسلامية حتى خارج رقعة الوطن العربي.

إذًا، تمَّ اختيار القنوات الفضائية العربية الجامعة كمجتمع للدراسة؛ التي يُقَدَّر عددها في حدود 323 قناة فضائية متنوّعة الاتجاه والتخصُّص والتبعية، بين

العربي للنشر والتوزيع، - هشام عبد المقصود، دراسة لخطاب المدونات العربية، الطبعة الأولى،¹ 28 ص م، 2010 القاهرة.

القطاعين الخاص والعام وهذا حسب التقرير السنوي لاتحاد الإذاعات والدول العربية لسنة 2014، وتم الاعتماد على 16 قناة فضائية كعينة عمدية؛ وهي التي تبث برامج دينية لها متابعات معتبرة خلال شهر رمضان. حدود البحث يمكن تحديدها زمنياً، وهي دراسة البرامج الدينية في هذه القنوات الفضائية العربية خلال الدورة البرنامجية الرمضانية من عام 2014 . ومكانياً هي بعض العينات من القنوات الفضائية العربية الجامعة التي تم اختيارها من مناطق جغرافية مختلفة بحيث أنها تشمل معظم الفضاء العربي.

المفاهيم النظرية للدراسة:

1- المفاهيم الأساسية للقيم : مفهوم القيمة من المفاهيم التي اهتم بها الكثير من الباحثين في مجالات مختلفة، كالفسفة، والتربية، والاقتصاد، وعلم الاجتماع، وعلم النفس، وغير ذلك من المجالات. وقد ترتب على ذلك نوع من الخلط والغموض في استخدام المفهوم من تخصّصٍ لآخر، بل ويستخدم استخدامات متعددة داخل التّخصّص الواحد، فلا يوجد تعريف واحد لمفهوم القيم يعترف به جميع المشتغلين في مجال علم النفس الاجتماعي-كموضوع يقع في دائرة اهتمامه⁽¹⁾. وقد ترتب على ذلك استخدام أدوات ومقاييس مختلفة، تتحدد معانيها في ضوء الإطار النظري الذي يحكم كل باحث من الباحثين في الميدان. فتناول العلماء على مختلف تخصصاتهم معنى القيم، لمحاولة إيجاد تعريف جامع لها، لكن الأمر أفرز تعريفات كثيرة، مما زاد في تعقدها أكثر من توضيحها، وذلك بسبب كثرة الفلسفات، والعلوم التي تطرقت لذلك، إضافة لخلفية الباحث العقديّة أو الفكرية التي انطلق منها. فعلماء النفس اعتبروها محددات سلوكية، وعلماء الاجتماع اعتبروها محكات ومقاييس للحكم على الأمور من حيث الحسن والقبح. وعلماء التربية تناولوها من زوايا عديدة فاختلّفوا فيئها بيئهم، فمهم من اعتبرها اتجاهات أو معتقدات ترتبط بالفرد، ومنهم من اعتبرها حاجات، ومنهم من اعتبرها دوافع.⁽²⁾

خليفة، ارتقاء القيم، دراسة نفسية، سلسلة كتب عالم المعرفة، المجلس محمد - عبد اللطيف¹ الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1992.ص

الخليج دول في والثانوية المرحتين المتوسطة طلبة لدى السلوكية القيم حسن عقل، عطا - محمود² 60.ص التربية، الرياض، العربي، ط 1، مكتبة

ويقصد بالقيم بشكل عام مجموعة من الأخلاق والتمثلات السلوكية والمبادئ الثابتة أو المتغيرة التي ترتبط بشخصية الإنسان إيجاباً أو سلباً. وبالتالي، تحدد كينونته وطبيعته وهويته انطلاقاً من مجموع تصرفاته الأدائية والوجدانية والعملية.

- مفهوم القيم الإسلامية: من الناحية الإسلامية فكلمة القيمة لم تكن معروفة بهذه التسمية عند السلف، فاستعمال هذا المصطلح قد درج على ألسنة المفكرين في العصر الحديث، بعد أن ترجموه من اللغة الانكليزية.

فقد أهتم علماء المسلمين بموضوع القيم وبحثها على أنها أحكام شرعية تحت مصطلح الفضائل والأخلاق والآداب، وقد خصص بعضهم لذلك أبواباً خاصة كما فعل الإمام البخاري في صحيحه إذ جعل للقيم باباً خاصاً تحت عنوان كتاب (الآداب).⁽¹⁾

في حين لا يوجد إجماع أو اتفاق على تعريف محدد للقيم من الوجهة الإسلامية أيضاً، ومع الاختلاف في تحديد المفهوم إلا أن هناك قضايا رئيسية متفق عليها بين الباحثين، أبرزها:

1- أن القيمة محكات وأحكام معيارية، تُم بموجها الحكم على السلوك الإنساني حسناً أو قبحاً، فهي تشكل مرجعيةً لتحديد ما هو مرغوب به أو مرغوب عنه، وذلك بحسب الفلسفة في التربيّات الأخرى، أو بحسب الحكم الشرعي من الناحية الإسلامية.⁽²⁾

2- إن مفهوم القيم ينضوي على خاصية الانتقائية، من خلال حرية الاختيار، وتفضيل سلوك على آخر.

3- إن أهمية القيم تختلف من فرد لأخر، ومن أمة لأخرى، بحسب الثقافة أو مصدرية تلك القيم ونسقتها وترتيبها.⁽³⁾

- انور الجندي، القيم الأساسية للفكر الإسلامي والثقافة العربية، مطبعة الرسالة، دون تاريخ، ص281.

375. ص، 2006، القلم دبي دار ط 1، الإسلامية، التربية عرسان الكيلاني، أصول - ماجد²

ص الكتب، الرياض، السعودية، 1992، دار عالم 1، ط الإسلامية، الأخلاق، علم مقداد - يلجن³

4- إن القيمة عمليات سلوكية قولاً أو فعلاً، إيجاباً أو سلباً، فالصدق مثلاً قيمة قولية إيجابية، وإكرام الضيف قيمة عملية إيجابية. في حين أن الكذب قيمة قولية سلبية، والغش في الامتحان أو التجارة قيمة عملية سلبية.

5- إن القيم يترتب عليها نتائج وأثار إيجابية أو سلبية تنعكس على الفرد والمجتمع ويترتب على فاعلها الثواب أو العقاب، فالقيم السالبة هي في حقيقتها مخالفات شرعية واجتماعية⁽¹⁾.

6- إن المنظومة القيمة سواءً من رؤية إسلامية أو غير إسلامية، فهي منظومات تتفق في قضايا كثيرة جداً، فلا توجد منظومة قيمية تقبح الصدق والوفاء أو طلب العلم، كما لا توجد منظومة تحبذ الظلم أو سفك الدماء. لكن الذي يميز المنظومة الإسلامية هوربانية مصدرها، فالمسلم يتعبد خالقه بفعل قيم الخير وصبره على ترك قيم الشر.⁽²⁾

- مفهوم الخطاب الإسلامي: يعرف الخطاب الإسلامي بالاستناد إلى عدة مظاهر يحملها أو يستند عليها ذلك الخطاب مثل الانتساب أو التحدث باسم الإسلام مهما كان المتحدث شخصاً أو مؤسسة ومهما كانت طبيعة علاقته بالإسلام، وعلى ذلك يعرف الخطاب الإسلامي بأنه البيان الذي يوجه باسم الإسلام إلى الناس مسلمين أو غير مسلمين، لدعوتهم إلى الإسلام، أو تعليمهم لهم وتربيتهم عليه عقيدة أو شريعة، عبادة أو معاملة، فكراً أو سلوكاً، موقف قضايا، الحياة والإنسان والعالم فردية أو اجتماعية، روحية أو مادية، نظرية أو عملية. ويتخذ هذا الخطاب أساليب شتى قديمة وحديثة: من الخطبة والمحاضرة والدرس والحديث والمقالة والرسالة والكتاب والندوة والبحث الميداني، والتحقيق الصحفي، والبرنامج الإذاعي والتلفزيوني والعمل الدرامي، ويمكن أن يستخدم فيه الشعر والنثر والزجل والقصة والمسرحية.⁽³⁾

ويعرف الخطاب الإسلامي بالاستناد إلى مرجعيته التي يستمد منها خصوصيته حيث يعرف على هذا الأساس على النحو الآتي: الخطاب الذي يستند لمرجعية إسلامية من أصول القرآن والسنة، وأي من سائر الفروع الإسلامية الأخرى، سواء أكان منتج

32. ص، عمان، الأردن، 2005، دار المسيرة وتعليمها، ط 1 القيم تعلم زكي الجلال، - ماجد¹

رسالة المعاصرة، وتطبيقاتها الإسلامي الحسبة نظام في التربية القيم محمود المطارنه، - هاني²

32. منشورة، جامعة اليرموك، 2008، ص غير دكتوراه

15-16. ص 2003 القاهرة، الشروق، دار العولمة، عصر في الإسلامي خطابنا - يوسف القرضاوي،³

الخطاب جماعة إسلامية أم مؤسسة دعوية رسمية أو أهلية أم أفراداً متفرقين جمعهم الاستناد للدين وأصوله مرجعيةً لرؤاهم وأطروحاتهم، ولإدارة الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي يحيونها، أو للتفاعل مع دوائر الهويات القطرية أو الأممية أو دوائر الحركة الوظيفية التي يرتبطون بها ويتعاطون معها.⁽¹⁾

- الإعلام الفضائي العربي: هو عبارة عن القنوات الفضائية التي تبث من الوطن العربي وخارجه والتي أصبحت تمارس تأثيرها على نواحي الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية كافة ومعها غادر السكان عصر حتمية المشاهدة بالإجبار إلى عصر حرية المشاهدة بالاختيار من خلال الوصول إلى المشاهدين في منازلهم من دون حواجز رقابية .

الدراسة التطبيقية:

فيما يلي عرض لأهم إجراءات تحليل خطاب البرامج الدينية عبر الفضائيات محل الدراسة:

1- أداة تحليل الأطروحات:

- الأطروحة: يعتمد أي خطاب على مجموعة من الأطروحات والبراهين التي ترتبط وتسعى إلى تحقيق هدف أو أهداف معلنة أو مضمرة، وعادة ما تدور الأطروحة أو تجسد فكرة ما ترتبط بسياق وأهداف الخطاب أو تخرج عنه، أي أن شرط اعتبارها أطروحة أن يكون لها دور في بناء المنطق الداخلي للنص، أو أن تكون متنامية باتجاه تحقيق أهدافه بغض النظر عن أن ترد في جملة أو فقرة، أو يصاحبها برهان أو براهين، إذ قد تنهض أطروحة بذاتها بدون براهين.

وقد تم اختيار الفئات بالنظر إلى بمختلف جوانب شخصية الإنسان حسب الأهمية والتي هي: الجانب الروحي، الجانب الخلقى، الجانب العقلي، الجانب النفسي وقد تمثلت أهم فئات التحليل الرئيسية فيما يلي:

- 1- فئة سمات التركيز على الجانب الروحي العقائدي لدى متلقي الرسالة الإعلامية.
- 2- فئة سمات التركيز على الجانب النفسي الوجداني لدى متلقي الرسالة الإعلامية .
- 3- فئة سمات التركيز على الجانب الخلقى العقلي لدى متلقي الرسالة الإعلامية.

¹ www.islamonline.net، المعاصر، الإسلامي الخطاب البشير، سمات - عصام

- 4- فئة سمات التركيز على الجانب الاجتماعي التربوي لدى متلقي الرسالة الإعلامية.
2- أداة مسار البرهنة: وتم الاعتماد في هذه الأداة على فئتين هما:

1- فئة الأدلة المستخدمة في الدفاع عن الأطروحات: وهي:

- الاستشهاد بأدلة ووقائع وشواهد.
 - عرض وجهات النظر المختلفة.
 - اقتباسات دينية
 - تعبيرات شعبية
 - أقوال مأثورة وحكم وأبيات شعرية
- 2- فئة الآليات الحجاجية:

- الآليات اللغوية والبلاغية
 - الآليات المنطقية
 - الآليات الألسنية
- 3 - أداة تحليل الأطر المرجعية:

- المرجعية الدينية
- المرجعية التاريخية
- المرجعية الإنسانية
- المرجعية الاجتماعية
- المرجعية الاقتصادية

- 4- أداة تحليل القوى الفاعلة: وهم الفاعلون ذوو الأهمية الذين يعزى إليهم نقل القيم الإسلامية وتثبيتها، وذلك برصد الأدوار المنسوبة إليهم في الخطابات الإعلامية للبرامج الدينية، وتقييمها سلبا أو إيجابا من ناحية الخطاب وهم:
الأُسرة – المدرسة – المجتمع - الإعلام
طريقة التحليل:

التعرض لمحتوى البرامج التي تدخل في عينة التحليل، ثم استخراج الأطروحات الواردة فيه.. وتسجل كل أطروحة على حدة . تظهر بعض الأطروحات أكثر من مرة في سياق التعابير ، وفي هذه الحالة تحصل كل أطروحة على عدد التكرارات التي حصلت عليها كل أطروحة تتجلى أهميتها في سياق نص الملقي .

التحليل:

أسفر التعرض لمحتوى البرامج محل الدراسة عن مجموعة محددات موضوعية رئيسية وهي عبارة عن فئات رئيسية تضمنت كل منها مسارات تحليل فرعية (الأطروحات)

ويجدر التأكيد أن هناك خصوصية لهذه الفئات في سياق أدوات التحليل الكيفي للخطاب إذ أنها ليست ثابتة ولا نهائية اعتماداً على نتائج الدراسة الاستطلاعية لمحتويات البرامج، حيث يجري ضبطها طوال مرحلة جمع المعلومات واستخراج الأطروحات اتساقاً مع ما تفرزه الظاهرة البحثية من تعبيرات كيفية، كلما تقدمنا في مراحل التحليل، واتساقاً مع التعامل مع مادة البحث الأصلية.

البرهان: يتركز دور أو مكان البرهان أو البراهين في التدليل على أو منطقة الأطروحة (أي جعلها منطقية) وإثبات صلاحيتها، ولا يشترط دائماً أن تصاحب كل أطروحة براهين أو برهان ما. ويكون ذلك بالاعتماد على أدوات تحليل الخطاب الخاصة بذلك كأداة مسار البرهنة والآليات الحجاجية.

مقترحات الدراسة :

بناء على معطيات هذه الدراسة وفي ضوء النتائج التي توصلت لها يمكن التقدم بالمقترحات الآتية :

- 1 - ضرورة وضع إستراتيجية لإنتاج البرامج الدينية لا يتناقض فيها الخطاب الديني الموجه للجماهير داخلياً وخارجياً.
- 2 - أن يقوم بإعداد البرامج الدينية وتقديمها وإخراجها متخصصون في العلوم الدينية وعلى درجة كبيرة جداً من التدريب.
- 3 - ضرورة أن تتحرر البرامج الدينية من أية قيود سواء على مستوى الأفكار و النصوص والمضامين أو على مستوى جهات الإنتاج أو الملكية للوسيلة الإعلامية التي تبث من خلالها هذه البرامج .
- 4 - توفير ميزانية كافية للبرامج الدينية لتوفير الإمكانيات الفنية اللازمة لهذه البرامج مع جعلها حاضرة بقوة وبكل الشبكات البرمجية خلال السنة وليس فقط بشهر رمضان.
- 5 - ضرورة استضافة البرامج الدينية لدعاة لهم قبول وشعبية لدى الجماهير وعلى درجة كبيرة من الثقافة العامة وإجادة بعض اللغات الأجنبية.

6- إنتاج خطاب ديني يستوعب المستجدات العلمية وقادر على إحداث تغيير في المشاهد والمجتمع .

خاتمة:

إن الرصد المعرفي والعلمي الذي بيّنا من خلاله شمولية القيم الحضارية من منظور إسلامي لكل مجالات الحياة، يحتاج إلى منهجية إعلامية للتدعيم من أجل تربية الأجيال المتعاقبة على إدراك أهمية القيم في الحياة العامة من جهة، وأهمية استناد هذه القيم الحضارية إلى المرجعية الإسلامية القائمة على مبادئ الاستخلاف والتسخير والمسؤولية من جهة أخرى، كما أن قنواتنا الفضائية العربية في حاجة إلى تلمس هذه المنهجية في كتاب الله وفي السنة والسيرة النبوية أكثر من أي وقت مضى، حتى تستخدمها في إبلاغ العالمين بأهمية المنظور الإسلامي في ترسيخ القيم، وحل الإشكالات والأزمات التي يعيشها الإنسان في عصرنا الحاضر كلما وجد نفسه بعيدا عن الله.

قائمة المراجع:

- 1-انور الجندي، القيم الأساسية للفكر الإسلامي والثقافة العربية، مطبعة الرسالة، دون تاريخ.
- 2-بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي، الطبعة الأولى، دار الكتاب الحديث، القاهرة ، 2012م.
- 3-خطاب عطيات محمد، أوقات الفراغ والترويح، كلية التربية الرياضية، القاهرة، 1982 م.
- 4-عبد اللطيف محمد خليفة، ارتقاء القيم، دراسة نفسية، سلسلة كتب عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1992.
- 5-عصام البشير، سمات الخطاب الإسلامي المعاصر، www.islamonline.net
- 6-ماجد زكي الجلاد، تعلم القيم وتعليمها، ط 1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2005.
- 7-ماجد عرسان الكيلاني، أصول التربية الإسلامية، ط 1، دار القلم دبي، 2006.
- 8-محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية، بدون طبعة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2007م.
- 9-محمود عطا حسن عقل، القيم السلوكية لدى طلبة المرحلتين المتوسطة والثانوية في دول الخليج العربي، ط 1، مكتبة التربية، الرياض، دون تاريخ.
- 10-هاني محمود المطارنه، القيم التربوية في نظام الحسبة الإسلامي وتطبيقاتها المعاصرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة اليرموك، 2008 م.
- 11-هشام عبد المقصود، دراسة لخطاب المدونات العربية، الطبعة الأولى، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010م.
- 12-يُجن مقداد، علم الأخلاق الإسلامية، ط 1، دار عالم الكتب، الرياض، السعودية، 1992م.
- 13-يوسف القرضاوي، خطابنا الإسلامي في عصر العولمة، دار الشروق، القاهرة، 2003م.