



جمهورية العراق
رئاسة ديوان الوقف السني



Republic of Iraq
Al-Sunni Endowment

مَجَلَّةُ كَلِيَّةِ

الإمام الأئمة ع

الجزء
٢

مجلة علمية فصلية محكمة
اقرأ في هذا العدد:

الشاهد الشعري عند الجاحظ (دراسة في ضوء النقد الثقافي)
أ.د. مريم عبد النبي عبد المجيد

معالجة آفة المخدرات في الميزان الشرعي «دراسة تحليلية في ضوء مقاصد الفكر الإسلامي»
أ.د. حسن حميد عبيد - أ.د. سلام مجيد فاخر

لفظ «العفو» في قوله تعالى: {خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ}..
أ. سوسن خيري الراوي

دور قيم الإعلام الإسلامي في تهذيب سلوكيات الجمهور: (دراسة ميدانية)
أ.م.د. عمر ياسين علي

سياسة التسعير في الشريعة والاقتصاد والعوامل المؤثرة فيه
أ.م.د. قصي مساهر محمد

علل ترتيب ذكر الأنبياء (عليهم السلام) في سورة مريم وعلاقته بالوحدة الموضوعية للسورة
أ.م.د. صالح محمد حميد الحربي

نسق الحياة الاجتماعية في شعر توبة بن الحمير
م.د. بلال عبد الرزاق حميد

رمضان ١٤٤٧ هـ - آذار ٢٠٢٦ م

Al- Imam Al-Adham
University College

A.D 2026

A.H 1447



الجزء الثاني - العدد الخامس والخمسون
رمضان ١٤٤٧ هـ - آذار ٢٠٢٦ م

ISSN: 1817-6674
رقم الإيداع في دار الكتب والوثائق ببغداد هو 818 في 2005/3/17 م
coll.magazine@imamaladham.edu.iq



ISSN: 1817-6674

رقم الإيداع في دار الكتب والوثائق ببغداد هو 818 في 2005/3/17 م
coll.magazine@imamaladham.edu.iq

مَجَلَّةُ كَلْبِيَّةٌ
الإمام الأعظم الجامع

العدد الخامس والخمسون

«الجزء الثاني»

رمضان ١٤٤٧ هـ

آذار ٢٠٢٦ م

هيئة تحرير المجلة لسنة ٢٠٢٦م

- أ.د. صلاح الدين فليح حسن - عميد كلية الإمام الأعظم الجامعة المشرف العام
- أ.د. فهيمي أحمد عبد الرحمن رئيس التحرير
- أ.م.د. علي داود خلف مدير التحرير
- أ.د. إسماعيل عبد عباس عضو
- أ.د. محمود عبد العزيز محمد عضو
- أ.د. حقي إسماعيل محمود عضو لغوي
- أ.د. حسام مشكور عواد عضو
- أ.د. محمد عبد القادر عجاج عضو مترجم إنكليزي
- أ.د. وسام محمد خليفة عضو
- أ.د. أحمد ياسين معتوق عضو
- أ.د. خالد مصطفى عبيد عضو
- أ.د. نور سعد محسن عضو
- أ.د. وصفي عاشور أبو زيد / تركيا عضو
- أ.د. محسن المطيري / الكويت عضو
- أ.د. لبنى خميس مهدي / وزارة التعليم العالي عضو
- أ.م.د. عبد الوهاب أحمد حسن الطه عضو
- أ.م.د. محمد صالح حسن / دائرة البحوث عضو

شروط النشر في مجلة
كلية الإمام الأعظم الجامعة / العراق



الرقم الدولي ISSN:1817-6674

رقم الإيداع في دار الكتب والوثائق ببغداد هو ٨١٨ في ٢٠٠٥/٣/١٧ م

مجلة كلية الإمام الأعظم الجامعة، مجلة إنسانية من المجلات العلمية الأكاديمية الرصينة، وقد صدرت موافقة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي لاعتمادها بالرقم: بت/٨٦٤ في ٢٤/٥/٢٠٠٥.

شروط النشر العامة:

تسعى هيئة التحرير في مجلة كلية الإمام الأعظم الجامعة إلى الارتقاء بمعامل التأثير (Impact Factor)، تمهيداً لدخول المستوعبات العلمية العالمية، وعليه تنشر مجلة الكلية البحوث التي تتسم بالرصانة العلمية والقيمة المعرفية، وبسلامة اللغة، ودقة التوثيق وفق الشروط الآتية:

١. ألا يكون البحث منشوراً سابقاً في مجلة أخرى، وألا يكون جزءاً من بحث سابق منشور، أو من رسالة جامعية، وعلى الباحث أن يوقع نموذج تعهدٍ بالألا يكون البحث منشوراً، أو سبق تقديمه للنشر في مجلة أخرى، وألا يقدمه للنشر في مجلة أخرى بعد نشره في مجلة كليتنا، وأن يوافق على نقل حقوق نشر البحث إلى المجلة في حال قبول نشره.

٢. ألا يذكر اسم الباحث أو أي إشارة تدلُّ عليه في متن البحث؛ لضمان سرية وحيادية عملية التحكم.

٣. ألا يزيد عدد الكلمات في البحث على (٨٠٠٠) كلمة، مع المصادر والملاحق، أو ألا يزيد على خمس وعشرين صحيفة.

٤. أن تحتوي الصحيفة الأولى من البحث ما يأتي:
 - أ. عنوان البحث باللغة العربية والإنجليزية.
 - ب. اسم الباحث ودرجته العلمية وتخصصه باللغة العربية والإنجليزية.
 - ج. مكان عمل الباحث باللغة العربية والإنجليزية.
 - د. رقم هاتف الباحث وبريده الإلكتروني الجامعي.
 ٥. يقدم الباحث ملخصًا (باللغة العربية والإنجليزية) لا يقل على (١٥٠) كلمة.
 ٦. يوضع بعد الملخص (Abstract) مباشرة الكلمات المفتاحية لموضوع البحث (Keyword)، باللغة العربية والإنجليزية.
 ٧. على الباحث اتباع قواعد الاقتباس وتوثيق المصادر، وأخلاقيات البحث العلمي بما يتوافق مع سياسة المجلة.
 ٨. تكتب الهوامش داخل المتن وبين قوسين (APA) النظام الأمريكي وكما يأتي:
 - مع تطور الحياة (الزمخشري، ١٩٩٩: ٣٥).
 - قائمة المصادر باللغة العربية (APA).
 - قائمة المصادر باللغة الإنكليزية (APA).
 ٩. الاستشهاد بعددين من أعداد المجلة المنشورة سابقًا والمرفوعة في الموقع الإلكتروني الخاص بكليتنا في الرابط الإلكتروني: <https://www.iasj.net/iasj/journal/224/issues>.
 ١٠. تطبق المجلة نظام فحص الاستلال الإلكتروني باستخدام برنامج (Turnitin) ويرفض نشر الأبحاث التي تتجاوز فيها نسبة الاستلال ٢٠٪.
 ١١. يخضع البحث لفحص أولي تقوم به هيئة التحرير في المجلة، وذلك لتقرير أهلية البحث للتحكيم، ويحق لها أن تعتذر عن قبول البحث دون تقديم الأسباب.
 ١٢. تتبع المجلة التقويم المزدوج السري لبيان صلاحية البحث للنشر، إذ يعرض البحث المقدم للنشر على محكمين اثنين من ذوي الاختصاص، ويتم اختيارهما بسرية مطلقة، بالإضافة إلى عرض البحث على خبير لغوي لتقويم سلامته اللغوية.
 ١٣. الأبحاث التي يقترح المحكمون إجراء تعديلات عليها لتكون صالحة للنشر، تعاد إلى أصحابها لإجراء التعديلات المطلوبة عليها، وخلاف ذلك لا يتم استلام البحث، وستتم مراجعة البحث من قبل هيئة التحرير للتأكد من التزام الباحث بالأخذ بجميع الملاحظات المثبتة من قبل المقيمين.

١٤. تُعبّر الأبحاث المنشورة في المجلة عن آراء أصحابها، لا عن رأي المجلة.
١٥. تنشر المجلة أعداداً خاصة بالمؤتمرات العلمية المتوافقة مع تخصص المجلة.
١٦. أجور نشر البحث: يدفع الباحث (٥٠) ألف دينار لتغطية أجور التحكيم، ويكمل دفع بقية الأجور عند قبول البحث للنشر.
١٧. تخريج النصوص القرآنية والحديث النبوي الشريف على ضوء المنهج العلمي الدقيق الكامل.
١٨. يزود الباحث بنسختين مستلة، بعد النشر.
٢٠. يتم إرسال الأبحاث على منصة المجلة <https://journal.imamaladham.edu.iq/index.php/al-Imam-AI-Adham/user/register> أو من خلال مسح رمز QR في أعلى الصفحة.

شروط النشر (الفنيّة):

- ١- يُقدّم البحث بملف واحد، يبدأ بالعنوان وينتهي بالمصادر، وألاً يزيد على خمس وعشرين صحيفة.
- ٢- تكتب الهوامش داخل المتن وبين قوسين (APA) النظام الأمريكي وكما يأتي:
- مع تطور الحياة (الزمخشري، ١٩٩٩: ٣٥).
 - قائمة المصادر باللغة العربية (APA).
 - قائمة المصادر باللغة الانكليزية.
- ٣- حجم الخط ل (١٦).
- ٤- نوع الخط باللغة العربية ((Simplified Arabic واللغة الإنجليزية Times New Roman)).
- ملاحظة: في حال عدم الأخذ بشروط النشر نعتذر عن استلام البحث ونشره.
- يمكن زيارة موقع المجلة في مبنى الكلية في سبع إبنكار أو التواصل عبر البريد الإلكتروني magazine@imamaladham.edu.iq.

أو الاتصال بمدير التحرير عبر الهاتف (٠٠٩٦٤٠٧٧٣٢٤٣٥٦٩٣)، ويمكن الاطلاع على أعداد المجلة عن طريق موقع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي <https://www.iasj.net/iasj/journal/224/issues>.

مميزات المجلة:

- ١- سياسة الوصول المفتوح: جميع الأبحاث متاحة مجاناً فور نشرها.
- ٢- تُنشر أربعة أعداد سنوياً منذ عام ٢٠٠٥.
- ٣- تستخدم برامج متقدمة للكشف عن الانتحال لضمان الأمانة العلمية.
- ٤- تُعنى بنشر الأبحاث التي تواكب التطورات وتسهم في معالجة قضايا المجتمع والحد من الظواهر السلبية.
- ٥- تنشر أعمال المؤتمرات والندوات المتخصصة.

كلمة العدد الخامس والخمسين

شهرٌ تتجلى فيه الأنوار الربانيّة، فهو ميدانُ الأسرار، ومنحةُ الرحمن لعباده ، ليستنقذوا قلوبهم من أدران الغفلة، ويستعيدوا صفاء الفطرة ونقاء السريرة. فيه تنزلُ الرحمات، وتضاعف الحسنات، وتُقال العشرات ، وتُفتح أبواب الجنان، وتُغلق أبواب النيران، وتصفّد مردة الشياطين. هو شهرُ القرآن الذي أشرق فيه نور الهداية على الوجود، فاستنارت به العقول، واطمأنت به القلوب، واستقامت به السبل. في رمضان نستلهم أبرز معاني العبودية في أبهى صورها ، صيامٌ يزكّي الإرادة ويهذب الشهوة، وقيامٌ يرقّي الروح في مدارج القرب، وصدقةٌ تُطهّر المال وتغرس في المجتمع روح التكافل والتراحم. هو مدرسةٌ ربانيةٌ تُعلّم الصبر، وتغرس التقوى، وتُحيي الضمائر، حتى يغدو الإنسان أصفى قلبًا، وأسمى خلقًا، وأقرب إلى ربّه.

هيئة التحرير

المحتويات

١. لفظ «العفو» في قوله تعالى: { خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ } [الأعراف: ١٩٩] (دراسة تفسيرية مقارنة) ١١
- أ. سوسن خيرى الراوي ١١
- أ.د. محمد عبد اللطيف عبد العاطي ١١
٢. معالجة آفة المخدرات في الميزان الشرعي «دراسة تحليلية في ضوء مقاصد الفكر الإسلامي» ٤١
- أ.د. حسن حميد عبيد ٤١
- أ.د. سلام مجيد فاخر ٤١
٣. الشاهد الشعري عند الجاحظ (دراسة في ضوء النقد الثقافي) ٦٩
- أ.د. مريم عبد النبي عبد المجيد ٦٩
٤. علل ترتيب ذكر الأنبياء (عليهم السلام) في سورة مريم وعلاقته بالوحدة الموضوعية للسورة ٩١
- أ.م.د. صالح محمد حميد الحربي ٩١
٥. دور قيم الإعلام الإسلامي في تهذيب سلوكيات الجمهور: (دراسة ميدانية) ١٢٣
- أ.م.د. عمر ياسين علي ١٢٣
٦. سياسة التسعير في الشريعة والاقتصاد والعوامل المؤثرة فيه ١٥١
- أ.م.د. قصي مساهر محمد ١٥١
٧. نسق الحياة الاجتماعية في شعر توبة بن الحمير ١٩٣
- م.د. بلال عبد الرزاق حميد ١٩٣
٨. علوم القرآن عند الإمام الرضا (عليه السلام) (دراسة تحليلية في المنهج والمفاهيم) ... ٢١٣
- م.د. رائد عكلة حلبوت الزيدي ٢١٣
٩. رسولنا الكريم ... رحمة للعالمين رؤية في الأحاديث النبوية الشريفة ٢٢٩
- م.د. رقية برهان مصطفى ٢٢٩

١٠. جدلية العقل والنقل بين المدارس الإسلامية والتيارات الفلسفية المعاصرة..... ٢٥٣
م.د. عبد الكريم جاسم حسين
١١. عيسى عليه السلام في القرآن وتلقي الغرب النصراني قراءة في أفق الحوار التفسيري ٢٧٩
م.د. عدنان مهدي حمد
١٢. إذا الفجائية في سياقات القرآن الكريم ٣١٧
م.د. مصطفى أديب عبد الرحمن الزهاوي
١٣. تعارض أقوال البزار في الراوي الواحد من خلال تهذيب التهذيب ٣٤١
م.د. مها سعد فياض
١٤. المقاصد الشرعية بين التنظير والتنزيل ٣٦٥
م.د. نذير رزوقي مصطفى
١٥. حق الحياة والأمن الشخصي في السنة النبوية وأثرها في تحقيق العدالة التشريعية ... ٤٠٧
م.د. هدى عبد الواحد جاسم
١٦. الصرف القرآني بين القياس والسماع مراجعة نقدية لمواضع الخلاف ٤٣٣
م.م. حفصة شهاب أحمد
١٧. التنوع في إستراتيجيات تدريس اللغة العربية وعلاقته بدافعية التعلم لدى طلبة المرحلة
المتوسطة ٤٦٩
م.م. رحيق عيسى محمد عباس الشبخلي
١٨. رسالة مد الباع في إعراب: «الإذراع» للشيخ العالم العلامة العمدة البحر الفهامة يحيى بن
محمد بن محمد بن عبد الله الشاوي المغربي الجزائري المالكي (دراسة وتحقيق) ٤٩١
م.م. صالح حميد سفاح مشوح
١٩. ظَاهِرَةُ الْإِبْهَامِ فِي الضَّمَائِرِ سُورَةِ الْقَدْرِ أُنْمُوذَجًا ٥١٩
م.م. غفران قاسم علوان
٢٠. دور الفكر الإسلامي في بناء الإنسان وإستدامة عمارة الأرض ٥٤١
م.م. هشام صبحي حاتم

دور قيم الإعلام الإسلامي في تهذيب
سلوكيات الجمهور: (دراسة ميدانية)

The Role of Islamic Media Values in Refining Audience
Behavior: A Field Study

إعداد الباحث

أ.م.د. عمري ياسين علي

قسم الدعوة والخطابة / كلية الإمام الأعظم الجامعة

Omer.yaseen@imamaladham.edu.iq

Researcher:

Dr. Omar Yaseen Ali

Al Imam Al Aadum University College

Department Of Al Da'wah And Rhetoric

الملخص

يُعني هذا البحث بدراسة القيم الأخلاقية والمجتمعية في الإعلام الإسلامي، ومعرفة مدى فاعليتها في تقديم رسائل إعلامية منضبطة تتماشى مع قيم وأعراف ودين غالبية المجتمع العراقي، وقد استطلع الباحث آراء (٤٠٠) أربعمئة شخصٍ من الجمهور يمثلون الرجال والنساء بالتساوي، و(٢٠٠) مئتين من أولياء أمور الأطفال الذين يتعرضون لرسائل وسائل إعلام إسلامية، وقد اعتمد الباحث في إعداد بحثه على المنهجين الوصفي والمقارن، وتكمن أهمية البحث بمعرفة وضوح القيم التي تروجها هذه الوسائل، وأهمية دعمها والترويج لها أو عدمه، وهل لهذه الوسائل دور ملموس في تغيير سلوكيات الجمهور الذي يتابع وسائل الإعلام الإسلامي بمختلف أشكالها، وتوصل البحث إلى أن نسبة كبيرة من الفئات المستبين آراؤهم قد يثقون بالدور الذي تؤديه هذه الوسائل في المحافظة على القيم ومحاربة الانحدار الأخلاقي الذي يضرب المجتمعات، وأوصى الباحث الحكومات العربية والإسلامية والمؤسسات الشرعية المؤثرة في العالم بضرورة دعم الإعلام الإسلامي بشتى أشكال الدعم.

الكلمات المفتاحية: (القيم، الإعلام الإسلامي، التهذيب، السلوكيات، الجمهور).

Abstract:

This research examines ethical and societal values in Islamic media and explores the extent of their effectiveness in delivering disciplined media messages that align with the values, customs, and religious beliefs of the majority of Iraqi society. Forty individuals involved in preparing or presenting media messages, as well as a sample of (400) audience members representing males and females equally, in addition to (200) parents of children who are exposed to Islamic media messages. The research identifying the importance of the spread of Islamic media outlets, necessity of supporting them in preserving values. Also, large percentage of respondents trust the role played by Islamic media in safeguarding values and combating moral decline affecting societies. Consequently, the Arab and Islamic governments, as well as recognized religious institutions worldwide, provide various forms of support to Islamic media.

Keywords: (Values, Islamic Media, Refinement, Behaviors).

المقدمة

يوماً بعد يوم تزداد الاتهامات الموجهة إلى وسائل الإعلام بمختلف أشكالها، سواء كانت مرئية أو مسموعة أو مقروءة أو وسائل تواصل اجتماعي، والانتقادات التي يوجهها علماء الدين والتربويون والمفكرون وأولياء الأمور والمصلحون بشكل عام لوسائل الإعلام تزداد حدة وغضباً بشكل مستمر، بل إن الحكومة العراقية قد تفهمت هذه الانتقادات التي تتهم بعض وسائل الإعلام بأنها ساهمت باطراد ملموس في تغيير قيم المجتمع العراقي وتشويه صورته، وساهمت في تسطيح عقول كثير من أفراد المجتمع ولاسيما الشباب والمراهقين منهم، فأعلنت في عام ٢٠٢٣م عن حملة مكافحة المحتوى الهابط في وسائل الإعلام.

ومع بدء تنفيذ هذه الحملة تباينت آراء الشعب العراقي تجاهها، منهم من أيدها وبعضهم عارضها؛ كونها تتعارض مع مبادئ الإعلام الليبرالي الحديث، المبني على الحرية شبه المطلقة في تقديم الرسالة الإعلامية وتلبية جميع الرغبات عند الجمهور، وفلسفة هذه النظرية بنيت على أن المتلقي وحده من يملك حرية وحق متابعة هذا المحتوى أو مقاطعته. وفي هذا البحث ليس الهدف أن نميل إلى أحد الرأيين ونرجحه وندافع عنه، بقدر اهتمامنا بمعرفة المحددات الواضحة التي يبنى عليها قبول الرسالة الإعلامية أو رفضها في مجتمعنا العراقي، وما هو البديل عن حرية الإعلام الواسعة التي ضمنها الدستور العراقي الحالي، وحمتها القوانين العراقية، إذ جاء في المادة (٣٦) من الدستور ما نصه: (تكفل الدولة، بما لا يخل بالنظام العام والآداب، حرية التعبير عن الرأي بكل الوسائل. وحرية الصحافة والطباعة والإعلان والإعلام والنشر).

وهل هناك منظومة فكرية لصناعة إعلام منضبط بالقيم التي يتبناها أغلب الشعب العراقي ذي الغالبية المسلمة والمرتبط بقيم المنطقة العربية؟ وهل يمكن أن يكون الإعلام الإسلامي بديلاً نافعاً وفعالاً في هذا المجال؟

المبحث الأول: منهجية البحث:

أولاً: مشكلة البحث: المشكلة الأساسية التي يهدف البحث لدراستها هي: هل أن القيم والضوابط والأخلاق والسلوكيات التي يُقدمها القائمون على الإعلام الإسلامي، والمنبثقة من

تعاليم الإسلام (القرآن الكريم والسنة المطهرة)، تكفي لتقديم محتوى هادف يساهم في بناء المجتمع ويؤثر في سلوكياته إيجابياً ويحارب التفاهة، ويمكن أن يؤسس لإعلام بديل عن الإعلام غير الإسلامي؟

ثانياً: تساؤلات البحث: وبناء على ما تقدم في مشكلة الدراسة ستكون هناك عدة تساؤلات، وهي:

١ - هل يوجد فرق ملموس في القيم التي يحددها الإعلام غير الإسلامي (التقليدي) والقيم التي يقدمها الإعلام الإسلامي من وجهة نظر الجمهور؟

٢ - هل الجمهور (المتلقي) المستقبل للرسالة الإعلامية يستطيع أن يشعر بتغير في سلوكياته عند تعرضه لمحتوى وسائل الإعلام الإسلامي، مقارنة بسلوكياته عند تعرضه لوسائل وسائل الإعلام غير الإسلامي (التقليدي)؟

٣ - هل أولياء الأمور يرون بأن أبناءهم يميزون بين القيم التي ينشرها الإعلام الإسلامي، وبين القيم التي ينشرها الإعلام الآخر؟

٤ - هل أولياء الأمور يشعرون بفروقات في سلوكيات أبنائهم عند تعرضهم لوسائل الإعلام التقليدية ومتابعتهم لوسائل الإعلام الإسلامية؟

ثالثاً: أهمية البحث: في خضم صراع الحضارات المحتم، والذي يزداد شراسة يوماً بعد آخر، ولاسيما الجهود المكثفة التي يبذلها الغرب لإثبات أفضلية قيم حضارتهم على قيم الحضارة الإسلامية، لا بد من بحث أكاديمي في تخصص الإعلام الذي يعد أحد ساحات الصراع بين الحضارتين، يحدد لنا أفضلية مبادئ وقيم ومحددات وسلوكيات الإعلام التقليدي الليبرالي المنبثق من قيم الحضارة الغربية والمتأثرين بها، أو قيم ومحددات وثوابت الإعلام الإسلامي المنبثق من أسس الدين الإسلامي والبعد الحضاري للأمة الإسلامية، وتقديم البديل المنضبط للمجتمع وتخليصهم من فوضى بعض وسائل الإعلام العاملة في الساحة، التي أزعجت كثيراً من أولياء الأمور في العوائل العراقية، وانتقدتها كثير من المصلحين والتربويين.

كما يعد هذا البحث إضافة علمية إلى المكتبة العربية في مجال الإعلام والثقافة والتربية والدين.

رابعاً: أهداف البحث: يهدف البحث إلى تقديم معلومات واضحة وقطعية إلى المؤسسات الإعلامية والتربوية والجهات الرقابية الحكومية ولكل مهتم في مجال تثبيت القيم الحميدة في المجتمع العربي والمسلم، بخصوص إمكانية تقديم بديل عن الحرية العنيفة في مبادئ

الإعلام الغربي التي دخلت إلى بلادنا (العراق) بعد سنة ٢٠٠٣م، عبر تطبيق مبدأ الإعلام الإسلامي المنبثق من تعاليم دين غالبية المجتمع العراقي، كما يمكن تعميم هذه التجربة على دول عربية وإسلامية أخرى.

خامساً: حدود البحث الزمانية والمكانية: سينفذ البحث في المدة الزمنية المحصورة بين ١٢/١٥ / ٢٠٢٥م و ١/١٥ / ٢٠٢٦م، في مدينة بغداد عاصمة جمهورية العراق.

سادساً: مجتمع البحث: سينفذ البحث عبر إجراء استبيانين، الأول: يشمل عينة من الأشخاص البالغين بعدد (٤٠٠) أربعمئة شخصٍ من الذكور والإناث ومن مختلف فئات المجتمع، وهم يمثلون الجمهور المتلقي لرسائل وسائل إعلام إسلامية وغير إسلامية، والاستبيان الثاني لأولياء أمور (٢٠٠) مئتين من الأطفال الذين يتابعون وسائل الإعلام الإسلامية وغير الإسلامية، وكذلك سيستطلع البحث رأي لجنة من المختصين في تأثير الإعلام، مشكلة من أساتذة جامعيين في تخصص الإعلام، وعاملين في وسائل الإعلام، وعلماء دين متخصصين في مجال الدعوة.

سابعاً: منهج البحث ومنهجيته: اعتمد الباحث في إعداد بحثه على المنهجين الوصفي والمقارن، وسينفذ البحث عبر تقديم المادة النظرية التي توضح حدود القيم في الإعلام التقليدي (غير الإسلامي) والقيم في الإعلام الإسلامي، ثم يُجري استبيان لعينة من الجمهور؛ بهدف معرفة تقييمهم للقيم في وسائل الإعلام الإسلامية وغير الإسلامية، ومدى تأثيرهم برسائل الإعلام الإسلامي.

ثامناً: مصطلحات البحث: القيم: والقيم بمفهومها العام هي: «مجموعة من القوانين والأهداف والمثل العليا التي توجه الإنسان سواءً في علاقته بالعالم المادي أم الاجتماعي أم السماوي». (مهدي، ١٩٦٩م، ص ٢٨٦).

وهي كذلك: «صفة في الشيء تجعله موضع تقدير وهي خاصية تجعل الأشياء مرغوباً فيها». (الخياط، ١٩٦٠م، ج ٤ ص ٥٦٢).

والقيم في الإسلام هي: مجموعة من المبادئ والمعايير التي يستمدّها الإنسان من الكتاب والسنة وغيرهما من المصادر التي توجه سلوكه ومواقفه. . . والقيم لها أشكال عدة منها: القيم الإيمانية، والقيم الأخلاقية (الصبر، والصدق، والأمانة، والرحمة، والتواضع)، والقيم الاجتماعية (البر، والإحسان، وإكرام الناس، والإصلاح) وكذلك القيم السياسية. (أحمد، ٢٠١٩، ص ٩ - ١٦).

المبحث الثاني: القيم الإعلامية في الإعلام التقليدي والإعلام الإسلامي. المطلب الأول: القيم في الإعلام التقليدي.

أولاً: مفهوم الإعلام: «العملية التي تنقل من مصدر معين إلى مستقبل واحد أو أكثر بهدف تغيير السلوك وبث رسائل واقعية كالمعلومات والأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام عن الأحداث المختلفة، أو بث رسائل خيالية» (المشابقة، ٢٠١٥م، ص ١١٥).

ومن أشكال الإعلام: «تمثل وسائل الاتصال والإعلام المنوعة التقليدية منها والمعاصرة على السواء، من صحف ومحطات وإذاعة وقنوات تلفزيونية أرضية وفضائية، بالإضافة إلى السينما والمسرح والمواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي. . . أحد أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية». (عبد التواب، ٢٠٢٠م، ص ١).

ثانياً: قيم الإعلام التقليدي: افتقاد الضوابط الأخلاقية التي تنظم العمل وتلزم العاملين فيه بالقواعد المهنية والأخلاقية، إذ إن الحرية غير المقيدة التي تعمل في ظلها وعدم خضوعها للرقابة قد أفضى إلى العديد من التحديات والسلبيات التي يمكن أن تلحق بالمجتمع، كما تقوض الثقة بين الجمهور والوسائل الإعلامية. (الفلاحي، ٢٠١٤م، ص ٢٦٩).

إن افتقاد القيم الأخلاقية في الإعلام غير الإسلامي ليست تهمة توجه له بل إن مؤسسيه يعدونها مفخرة تحققت بعد رفع قيود السلطة عن الصحافة، لذلك يقولون: النشر بأي وسيلة ومن قبل أي شخص ومهما كان اتجاهه الفكري هو حق من الحقوق الطبيعية للبشر، ولا نستطيع أن تقلل من حرته بأي شكل وتحت أي عذر. والحرية عندهم: الحق في فعل أي شيء تسمع به القوانين. (عبد الله، ٢٠١٤م، ص ٣١ - ٣٢).

وحرية وسائل الإعلام في بلدنا تتبنى -بغالبها- نظرية الحرية الإعلامية شبه المطلقة التي وضعها الغرب، على عكس الإعلام الإسلامي الذي يتبنى مبدأ الحرية المقيدة بنصوص الشريعة، ويراعي مصلحة وحقوق المجتمع والأفراد. (الزحيلي، ٢٠١٠م، ص ٧٨).

وبما أن مواقع التواصل الاجتماعي تُعد من أشكال وسائل الإعلام الحديثة، فلا بد من التطرق لطبيعة القيم فيها، فقد حذر بعض الخبراء في المجال الإعلامي من الوثوق الكامل بمواقع التواصل الاجتماعي، لما لها من تأثير خطير على مستوى تغيير بعض الأفكار لدى الشعوب، فعلى الرغم من الحرية المطلقة التي تتيحها هذه المواقع فإنها تسير بهم بلا ضوابط ومحددات واضحة، ومن دون تخطيط للعقبات التي يمكن أن تحدث على مستوى السلوك والأمن الاجتماعي. (بكر، ٢٠٢٠م، ص ٢١٠).

ومن سلبيات إعلام منصات التواصل الاجتماعي، فهي بيئة خطيرة لنشر الأكاذيب والشائعات، فالحرية الكاملة التي تتبناها هذه المنصات تأتي في كثير من الأحيان على حساب القيم والأخلاق، وتخريب عناصر الهوية وعدم تقييد كثير من المستخدمين بالآداب العامة والقيم الإنسانية، لدرجة أقرب إلى القبح والتشهير وزرع الكراهية والعنف والغش، ولا يوجد قانون ينظم عمل هذه المنصات في كثير من الدول العربية والإسلامية. (إسماعيل، ٢٠١٤م، ص ١٨٤).

ويتلشى دور القيم في الإعلام غير الإسلامي؛ لأنه يرتبط فكراً ومهنيّاً بنظريات الحرية الإعلامية في الغرب التي تقول: الشخص يجب أن يكون حراً في نشر ما يريد، وأن يكون له مطلق الحرية في الرأي وأن يفعل ما يشاء عبر قنوات الاتصال المتاحة، والحقيقة وراء هذه الحرية المطلقة في النشر الإعلامي، هي الوصول إلى الحقيقة التي تخدم المصلحة العامة. (بن سعود، ٢٠١٤م، ص ٢٠). فالسائرون على درب الفكر الغربي يرون الحرية المطلقة خدمة للشعوب، من غير أن يراعوا القيم الدينية في مجتمعنا.

وعلاقة القيم في وسائل الإعلام مع الأطفال -الذين هم محور أساس من محاور البحث - تكمن في: تعرض الأطفال لوسائل الإعلام يجعلهم يتعلمون منها أشياء كثيرة، من بينها العنف، وان الأطفال يصطنعون من الشخصيات التي يروج لها الإعلام نماذجاً يقتدون بها. (بن عبد الرحمن، ١٩٩٨م، ص ٦٨).

ومجمل هذه السلبيات القيمة تنحصر في انتشار الكذب والإشاعات، وانتشار ظاهرة التشهير في الناس، والترويج للمحرمات والممنوعات كالخمر والسحر، وعرض أفكار مخالفة للتوجه العام للمجتمع كالترجيع للجنس والإلحاد، فضلاً عن إثارة النعرات الطائفية وتفكيك المجتمعات، وإتاحة بيئة تشجع على الاحتيال والسرقة والغش وقذف النساء من غير دليل. (علي، ٢٠٢٣م، العدد ١٠ المجلد ٣ ص ٤١٩).

وبالمجمل فإن علاقة وسائل الإعلام بقيم الجمهور تبنى على مبدأ: إن كل ما نسمعه أو نراه أو نقرأه لا يخلو من هدف، وهو مشحون بالقيم، فالرسائل الإعلامية تسعى إلى إزالة قيمة من القيم وتثبيت أخرى محلها أو ترسيخ شيء قائم والتصدي لآخر قادم، وهذه هي التنشئة الاجتماعية. (بن عبد الرحمن، ١٩٩٨م، ص ٣٤).

المطلب الثاني: القيم في الإعلام الإسلامي:

أولاً: مفهوم الإعلام الإسلامي: "استخدام منهج إسلامي، بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون عالمون بدينهم، متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة، وجماهيره المتباينة، مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة، والقيم الأخلاقية والمواد والمبادئ والمثل، للمسلمين وغير المسلمين في كل زمان ومكان، وفي إطار الموضوعية التامة، بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد وإحداث التأثير المطلوب والتعريف على مدى التأثير أولاً بأول". (عبد الحلیم، ١٩٨٣م، ص ٣٦).

ثانياً: هل الإعلام الديني نفسه الإعلام الإسلامي؟: يتوهم كثير من الناس بأن الإعلام الإسلامي هو نفسه الإعلام الديني، الذي لا يعرف إلا موضوعات الصوم والصلاة وقراءة القرآن الكريم والأدعية، والحقيقة أن هذه البرامج هي جزء يسير من الرسائل الإعلامية التي يقدمها الإعلام الإسلامي.

والحقيقة أن الإعلام الديني هو إعلام تخصصي كون موضوعاته تعنى بالشؤون الدينية التعبدية فقط، وهو شبيه بالإعلام الرياضي والنسائي والاقتصادي، أما الإعلام الإسلامي فهو إعلام عام منضبط بقواعد منبثقة من الشريعة الإسلامية، سواء في مواضيعه وأنشطته، أو في توجيه القائمين بالاتصال عن طريقه لإحداث التأثير المطلوب في المجتمع. (سهيل، ٢٠١٢م، ص ٨).

فالإعلام الإسلامي يقدم: الأخبار، وبرامج تحديد الهوية، والترفيه، والمعرفة والعلوم، والتربية، ووظائف اجتماعية وتنموية، وكذلك يقدم الخدمات العامة، وخدمات الإعلان والتسويق، فهو إعلام متكامل. (الزبيدي، ٢٠٢٤، ص ٤٧ - ٤٩).

وبناءً على هذه الفوارق بين مصطلح الإعلام الإسلامي والإعلام الديني نستنتج: من الخطأ أن نسمي أغلب القنوات الدينية الموجودة حالياً بأنها إسلامية؛ لأنها لا تعالج ما أمر به الإسلام بجوانبه المتنوعة (سياسية واقتصادية واجتماعية) وإنما اقتصرنا على الجوانب التعبدية فقط، فهي قنوات دينية بمفهومها الضيق وليست قنوات إسلامية بمفهومها الواسع. (علي، ٢٠٢٣م، ص ٥٠).

الإعلام الديني جزء من الإعلام الإسلامي، والإعلام الإسلامي الذي نقصده هو أن تكون المؤسسة الإعلامية إسلامية المضمون من الافتتاح وإلى الاختتام، وتضم الفنون الإعلامية كافة. (حارث، أحمد، ٢٠٠٧م، ص ٢٣).

الإعلام الإسلامي هو الذي يعكس الروح والمبادئ والقيم الإسلامية، ويمارس في مجتمع مسلم، ويتناول كافة المعلومات والحقائق والأخبار المتعلقة بكافة نواحي الحياة السياسية والاقتصادية والقانونية والدينية والأخلاقية ولا يقتصر على العبادات فقط. (حجاب، ٢٠٠٢م، ص ٢٤).

أما الإعلام الديني فهو الذي يركز في برامج ورسائله على البرامج الدينية، سواء كانت دروساً أو مواظب أو فتاوى أو أناشيد أو حوارات أو نصائح أو نقلاً للطقوس الدينية أو بثاً لتلاوة القرآن الكريم. (جرموني، ١٤٤٠هـ، ص ٣٢).

ومن هذا يتبين بأن الإعلام الإسلامي هو أعم وأشمل من الإعلام الديني، فالأول متنوع برامجه ووسائله ورسائله تشمل جميع جوانب الحياة ولكن بمحددات إسلامية، أما الثاني فهو منحصراً في الجوانب التعبديّة الصرفة والدينيّة المباشرة، كالطهارة والصوم والصلاة والفتوى. . . مع ضرورة الإشارة إلى وجود آراء أخرى عند من كتب في هذا الموضوع، يرون فيها بأن الإعلام الديني أعم وأوسع من الإعلام الإسلامي؛ لأن الأول يشمل جميع الأديان، بينما الثاني يقتصر على تقديم الرسالة الإعلامية التي تخص دين الإسلام حصراً (الزبيدي، ٢٠٢٤م، ص ١٧). وفي هذا البحث لم يعتمد الباحث هذا الرأي؛ لأنه لا يصمد أمام قوة الرأي الذي اعتمد في البحث، وهو رأي غالب من كتب في هذه المسألة، وقد أشير له للدلالة على الاطلاع على الآراء الأخرى ولكن عدم اعتمادها في البحث.

ثالثاً: قيم الإعلام الإسلامي: فالإعلام ليس مجرد أداة لبث الرسائل الإعلامية لمصالح دنيوية ضيقة، وإنما هو مشروع متكامل لبناء الأمة وتعزيز مكانتها تحت مظلة الدين الإسلامي. من أهم وظائف الإعلام الإسلامي تنوير العقول وتهذيب النفوس، ولا يجوز استغلاله في إثارة الشهوات، بل يجب أن ترقى اهتمامات الناس، وأن يسمو الإعلام بعقولهم وعواطفهم، ولعل الهدف الأسمى للإعلام الإسلامي هو توحيد الأمة فكراً وسلوكاً وولاء، وإيجاد التعارف والتآلف بين أبنائها والإصرار على معاني الأخوة والتراحم والتواد بين أفرادها. (إمام، ١٩٨٤م، ص ٢٦٧).

في الإعلام الإسلامي تخضع عملية الانتقاء والاختيار والتفضيل بين المضامين لتصفية القائم بالاتصال، فهو كونه يعلم بمراقبة الله له وخشيته منه، فما استراح له قلبه واطمأن له ضميره قدمه للجمهور، فالإعلام الإسلامي نجح في تحويل القيم والأنماط الإسلامية إلى وازع داخلي عند القائم بالاتصال وكذلك الجمهور، وخلق هاتفاً للخير ومروضاً للغرائز ومحدداً

للنزوات، حتى يغالب جانب الشر الذي لا يمكننا أن نبرئ أية نفس بشرية منه. (حجاب، ٢٠٠٢م، ص ٤٢).

ومن أشكال القيم التي تفرض على الإعلامي الذي يعمل في وسيلة إعلام إسلامية: الالتزام بقيم العدل والإنصاف مع الموافق والمخالف، واجتناب كل ما قد يؤدي إلى تضليل القارئ أو خداعه، والتمسك بالثبوت من الأخبار وصدقها قبل نشرها، والحفاظ على سرية مصادر المعلومات، والتمسك بالصدق الخلفي والموضوعي، وأن يكون دوماً على صلة بالأحداث العامة، وأن يعرض وجهات النظر المختلفة بلا تحيز. (عدد من الباحثين، ٢٠٢٣م، ص ٣٥).

ويركز الإعلام الإسلامي على الصدق والأمانة في جميع تعاملاته، وهي ميزة بارزة فيه وأصل من أصول منهجه، وهو متميز في عرضه للحقائق بأنه لا يثبتها عن طريق الحدس والتخمين، ولا يعرضها بأسلوب التدليس والمغالطة وإنما يعتمد على اليقين. (الوشي، ١٩٩٤م، ص ٣٥).

حتى تحقق وسائل الإعلام الإسلامي تأثيراً إيجابياً وقيامها بدور رائد وفعال في مجال تنمية القيم الإسلامية عليها أن تستخدم الحكمة في مخاطبة الناس وانتقاء الكلمة الطيبة التي تفتح العقول والقلوب، وأن تتصدى للقيم والاتجاهات الهابطة التي تشكك بالإسلام عبر استخدام الحجج والبراهين والصراحة والوضوح مع الالتزام بالأدب في القول، وأن تعمل على تقديم القدوة الحسنة، ويجب أن توجه جهودها نحو الخير وتجنب الكلمة النابية والعبارة الخارجة عن حدود الشريعة. (الزيدي، ٢٠١٥م، ص ٨٥).

وضعت النظرية الإعلامية الإسلامية مبدأ المنطلق الأخلاقي، وهدفها أن تنمي في الفرد المسلم كل فضيلة ترفع من قدره وتحفظ كرامته، وتصون شرفه، وتسمو به عن كل صفة تبخس قيمته وتمس شرفه، وقد حددت لذلك كل الفضائل التي يجب أن يتحلى بها، كما أنها لم تدع رذيلة إلا وحذرت منها ووضعت العراقيل في سبيلها، وبذلك يصبح الفرد المسلم جياش العواطف، كبير القلب، ينبسط للخير ويفرح به ويحرص عليه. (حجاب، ٢٠٠٢م، ص ٦٨).

ومن صفات الإعلام الإسلامي القيمية: الصدق، والأمانة، والتبليغ، والعفة، والاهتمام، والدقة، والكلمة الطيبة واحترام الآخرين. (عبد الله، ٢٠١٨م، ص ٥١ - ٥٤).

المبحث الثالث: تأثير قيم الإعلام الإسلامي في الجمهور (البالغين، والأطفال).
 أولاً: تأثير قيم الإعلام الإسلامي في فئة البالغين من الجمهور.
 وجهت عدد من الأسئلة إلى (٤٠٠) أربعمائة من الجمهور البالغين الذين يتعرضون لرسائل وسائل الإعلام الإسلامي وغير الإسلامي؛ لمعرفة مدى معرفتهم بتنوع القيم بين كلا الإعلاميين، وهل تؤثر رسائل هذه الوسائل في سلوكياتهم، وكانت إجاباتهم كالتالي:

جدول رقم (١) يبين المعلومات الديموغرافية للمبحوثين من فئة البالغين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	المعلومات الديموغرافية	
الأولى	٥٠٪	٢٠٠	ذكور	النوع الاجتماعي
الثانية	٥٠٪	٢٠٠	إناث	
-	١٠٠٪	٤٠٠	المجموع	
الأولى	٥٠٪	٢٠٠	مركز بغداد	السكن
الثانية	٥٠٪	٢٠٠	اطراف بغداد	
-	١٠٠٪	٤٠٠	المجموع	
الأولى	٥٠٪	٢٠٠	الرصافة	القطاع
الثانية	٥٠٪	٢٠٠	الكرخ	
-	١٠٠٪	٤٠٠	المجموع	
الأولى	٤٧,٢٥٪	١٨٩	الإعدادية	التحصيل الدراسي
الثانية	٢٢,٧٥٪	٩١	بكالوريوس	
الثالثة	١٧,٥٪	٧٠	دون الإعدادية	
الرابعة	٧٪	٢٨	عليا	
الخامسة	٥,٥٪	٢٢	أمي	
-	١٠٠٪	٤٠٠	المجموع	

العمر	٥٧ - ٤٨	١١١	%٢٧,٧٥	الأولى
	٤٧ - ٣٨	١٠٣	%٧٥ .٢٥	الثانية
	٣٧ - ٢٨	٨٣	%٢٠,٧٥	الثالثة
	٢٧ - ١٨	٥٥	%١٣,٧٥	الرابعة
	٥٧ فما فوق	٤٨	%١٢	الخامسة
المجموع		٤٠٠	%١٠٠	-
الحالة الاجتماعية	متزوج	٢٨٠	%٧٠	الأولى
	أعزب	٨٦	%٢١,٥	الثانية
	مطلق	١٩	%٤,٧٥	الثالثة
	أرمل	١٥	%٣,٧٥	الرابعة
المجموع		٤٠٠	%١٠٠	-

جدول رقم (٢) الخاص بالأسئلة الموجهة إلى الجمهور (المستقبل) من فئة البالغين.

ت	الفقرات	الجواب		
		موافق	محايد	لا أوافق
١	وجود ضوابط وقيم واضحة وملموسة في وسائل الإعلام الإسلامي تختلف عن الضوابط والمعايير المعتمدة في وسائل الإعلام غير الإسلامي؟	٤٠٠	- -	- -
٢	الضوابط والقيم في وسائل الإعلام الإسلامي هي معايير شكلية يمكن الالتفاف عليها أم أنها حقيقة ومطبقة؟	٣٩١	٩	- -

٣	تعتقد أن قيم الإعلام الإسلامي تساهم في تهذيب سلوكيات المجتمع؟	٣٨٤	١١	٥
٤	تؤثر قيم الإعلام الإسلامي التي تتعرض لها عبر وسائل الإعلام الإسلامي في سلوكياتك في بيتك وخارجه؟	٣٩٦	٤	- -
٥	لمست تفاعلاً ايجابياً من أفراد عائلتك ومعارفك مع الرسائل التي تأثرت بها عبر وسائل الإعلام الإسلامي؟	٣٠٥	٨٨	٧
٦	تشعر بالرضا عن نفسك والقرب من الله عز وجل عند متابعة وسائل إعلام إسلامية؟	٤٠٠	- -	- -
٧	تعتقد أن متابعتك لرسائل وسائل الإعلام الإسلامي تساعدك في تثبيت القيم التربوية والاجتماعية التي نشأت عليها؟	٤٠٠	- -	- -
٨	تعد وسائل الإعلام الإسلامي مصدراً موثوقاً للتعلم وبناء المعرفة والثقافة والقيم؟	٣٨٨	١٢	- -
٩	تجد في رسائل وسائل الإعلام الإسلامي محتوى يحث على السرقة وشرب الخمر والغش والكذب...؟	- -	- -	٤٠٠
١٠	الإعلام الإسلامي لبي جميع وظائف الإعلام (إخبار، ترفيه، إعلان، معرفة...).	١٥٥	٥٨	١٨٧

نتائج الجدول رقم (٢) كانت:

عند سؤال الجمهور (المستقبل) من فئة البالغين عن رأيهم بخصوص: وجود ضوابط وقيم واضحة في وسائل الإعلام الإسلامي تختلف عن الضوابط والمعايير المعتمدة في وسائل الإعلام غير الإسلامي، فقد أجاب الجمهور بنسبة ١٠٠٪ على وجود هذه الفوارق القيمة.

وعند سؤالهم (الجمهور) عن رأيهم بخصوص قيم الإعلام الإسلامي هل هي جوهرية أم شكلية؟ فقد أجاب ٩٧.٧٥٪ على أن هذه القيم جوهرية وليست شكلية، و ٢,٢٥٪ اتخذ موقفاً الحياد.

وكان رأي ٩٦٪ من الجمهور المستبين يرون بأن قيم الإعلام الإسلامي تساهم في تهذيب سلوكيات المجتمع، ورأى ١,٢٥٪ ان قيم الإعلام الإسلامي ليس لها تأثير إيجابي في تغيير سلوكيات الجمهور، و ٧٥.٢٪ اتخذوا موقف الحياد.

وأقر الجمهور المستبين بنسبة ٩٩٪ بأن قيم الإعلام الإسلامي تؤثر في سلوكياته كفرد من المجتمع بشكل إيجابي في البيت وخارجه، و ١٪ اتخذ موقف الحياد في هذا الأمر الشخصي.

ويرى ٧٦,٢٥ من الجمهور المستبين، بأن المجتمع يرحب بالسلوكيات الإيجابية التي اكتسبها من قيم الإعلام الإسلامي، ورأى ٢٢٪ منهم أن يتخذ موقف الحياد، و ١,٧٥٪ يرون بأن الجمهور لا يرحب بالسلوكيات التي اكتسبها من قيم الإعلام الإسلامي.

وقد أجمعت عينة البحث بنسبة ١٠٠٪ على ان الجمهور يشعر بالرضا والقرب من الله عز وجل عند متابعة الإعلام الإسلامي كونه يحمل قيم حسنة.

كما أجمعت عينة البحث من فئة الجمهور المستبين بنسبة ١٠٠٪ على ان القيم التي يتلقاها الجمهور من وسائل الإعلام الإسلامي تساعد في تثبيت القيم التربوية والاجتماعية الحميدة التي نشأ عليها الجمهور.

وبخصوص رأي الجمهور، حول موافقته على الاقرار بأن وسائل الإعلام الإسلامي تعد مصدراً للتعلم وزرع الثقافة والقيم، فقد أقر الجمهور بنسبة ٩٧٪ هذا الأمر، واتخذ ٣٪ موقف الحياد، ولم يرفضها أحد من الجمهور.

كما أجمعت عينة البحث بنسبة ١٠٠٪ على عدم وجود رسائل تحث على السلوكيات السلبية (سرقة، غش، كذب) في وسائل الإعلام الإسلامي

وعلى عكس اجماع عينة البحث في كثير من فقرات الاستبيان، فقد رأى ٣٨,٧٥٪ فقط بأن الإعلام الإسلامي لبي جميع وظائف الإعلام، ونسبة ١٤,٥٪ اتخذوا موقف الحياد، ونسبة ٤٦,٧٥٪ رأت بأن الإعلام الإسلامي لم يلبي كل وظائف الإعلام.

ثانياً: تأثير قيم الإعلام في الجمهور (المستقبل) من فئة الأطفال.
من غير الممكن أن نجد اتفاقاً بين أهل التخصص في تحديد عمر معين لمعرفة المدة

الزمنية التي تفصل بين مرحلة الطفولة ومرحلة النضوج، إذ إن القانون العراقي - وغيره - يحدد عمر (١٨) سنة حداً فاصلاً بين الطفولة والبلوغ، ولكن علماء الشريعة يرون بأن الطفولة تنتهي بمجرد بلوغ الطفل القدرة على الاحتلام، وللخروج من هذه التفصيلات التي لا تدخل في صلب الدراسة ولا تؤثر فيها، اعتمد الباحث على الفئة العمرية المحصورة بين (٥) سنوات و(١٥) سنة في هذا الاستبيان.

وقد جُهِت عدد من الأسئلة إلى أولياء أمور الجمهور (المستقبل) من فئة الأطفال وعددهم (٢٠٠) مئتين؛ لمعرفة تقييمهم لتجربة تعرض أبنائهم لرسائل الإعلام الإسلامي، وكانت إجاباتهم كالآتي:

جدول رقم (٣) يبين المعلومات الديموغرافية للمبحوثين من فئة الأطفال.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	المعلومات الديموغرافية	
الأولى	٥٠٪	١٠٠	ذكور	النوع الاجتماعي
الثانية	٥٠٪	١٠٠	إناث	
-	١٠٠٪	٢٠٠	المجموع	
الأولى	٥٠٪	١٠٠	مركز بغداد	السكن
الثانية	٥٠٪	١٠٠	اطراف بغداد	
-	١٠٠٪	٢٠٠	المجموع	
الأولى	٥٠٪	١٠٠	الرصافة	القطاع
الثانية	٥٠٪	١٠٠	الكرخ	
-	١٠٠٪	٢٠٠	المجموع	
الأولى	٦٦,٥٪	١٣٣	ابتدائية	التحصيل الدراسي
الثانية	١٧,٥٪	٣٥	متوسطة	
الثالثة	١٦٪	٣٢	دون الابتدائية	
-	١٠٠٪	٢٠٠	لمجموع	

العمر	١٥ - ١٠	١٥٣	٧٦,٥ %	الأولى
	٩ - ٥	٤٧	٢٣,٥ %	الثانية

جدول رقم (٤) الخاص بالأسئلة الموجة إلى أولياء أمور الجمهور (المستقبل) من فئة الأطفال.

ت	السؤال	الجواب		
		موافق	محايد	لا أوافق
١	أطفالك يفضلون متابعة وسائل الإعلام الإسلامي على غيره؟	١٥٠	٢٥	٢٥
٢	تتأثر سلوكيات أبنائك ايجابياً عند تعرضهم لرسائل وسائل الإعلام الإسلامي؟	١٨٦	١٤	- -
٣	تأثر أبنائك بالقيم التي تنشرها وسائل الإعلام الإسلامي تدوم لمدة زمنية طويلة؟	١٣٥	٣٢	٣٣
٤	يسعى أطفالك لترويج ما يكتسبه من معلومات وقيم من وسائل الإعلام الإسلامية إلى أقرانهم من الأطفال أو حتى الكبار؟	١٣٠	٣٢	٣٨
٥	المعلومات التي يكتسبها الطفل من وسائل الإعلام الإسلامي مهمة وأساسية؟	١٦٤	٣٦	- -
٦	انشغال الأطفال بمتابعة محتوى وسائل الإعلام الإسلامي يجنبه اكتساب قيم وسلوكيات لا ترغب بها، مثل: (الكذب، الصراخ، عقوق الوالدين، عدم الاهتمام بالنظافة..).؟	٢٠٠	- -	- -

٧	المحتوى (الرسائل) الذي يتابعها الأطفال في وسائل الإعلام الإسلامي تكسيهم مهارات نافعة، مثل: (النشاط البدني، وحب العلم، أداء العبادات)؟	١٨٥	١٥	- -
٨	الرسائل التي يتابعها الأطفال في وسائل الإعلام الإسلامي تساعدهم في حفظ بعض مناهجهم الدراسية في المواد الشرعية والتاريخ والعلوم؟	١٤٤	١١	٤٥
٩	الأطفال الذين يتابعون وسائل الإعلام الإسلامية يحبون دينهم ويعتزون به؟	١٨١	١٩	- -
١٠	بعض المعلومات والقيم التي يتعلمها الطفل من وسائل الإعلام الإسلامي كنت تجهلها، وتعلمتها منه بسبب أسئلته حولها أو تكرار ما يتعلمه؟	١٣٨	٢٢	٤٠

وكانت نتائج الجدول رقم (٤) كالآتي:

عند سؤال عينة البحث الذين يمثلون أولياء أمور الأطفال الذين يتابعون وسائل إعلام إسلامية، حول رغبة الأطفال بتفضيل متابعة وسائل الإعلام الإسلامي على غيرها، كانت إجاباتهم، نسبة ٧٥٪ منهم قالوا بأن أبناءهم ينجذبون لوسائل الإعلام الإسلامي أكثر من وسائل الإعلام غير الإسلامي، ونسبة ٢٥٪ كانت مناصفة بين من رفض هذا الطرح وبين من امتنع عن إبداء رأيه.

وحول مدى تأثير سلوكيات الأبناء ايجابياً عند تعرضهم لرسائل وسائل الإعلام الإسلامي، أيد ٩٣٪ من العينة هذا الأمر، وامتنع ٧٪ عن قبول الفكرة أو رفضها.

واستكمالاً للمعلومة التي جاءت في السؤال السابق، سُئلت عينة الدراسة عن تأثير الأبناء بالقيم التي تنشرها وسائل الإعلام الإسلامي هل تدوم لمدة زمنية طويلة أم أنها تتلاشى بعد انتهاء الرسالة الإعلامية، فأجابت نسبة ٦٧,٥٪ بأن الأبناء يتأثرون بمحتوى وسائل الإعلام الإسلامي لمدة ليست بقصيرة، أما نسبة ١٦٪ فلم تبدِ رأياً حول هذه

المسألة، ورفضت من ١٦,٥٪.

وفي نفس الاطار سُئلت عينة البحث بخصوص سعي الأطفال الذين يتابعون وسائل الإعلام الإسلامي لترويج ما يكتسبوه من معلومات وقيم إلى أقرانهم من الأطفال أو حتى الكبار، فكان رأي ٦٥٪ بالموافقة على هذا الطرح، و١٦٪ من العينة امتنعت عن إبداء الرأي، ورفضت ١٩٪ هذا الأمر.

وحول أهمية المعلومات التي يكتسبها الطفل من وسائل الإعلام الإسلامي، أيدت نسبة ٨٢٪ من عينة البحث هذا الأمر، ولم تبدِ نسبة ١٨٪ رأيها فيه، ولم يرفض هذا السؤال أحد من المستبشرين.

وقد أجمعت عينة البحث بنسب ١٠٠٪ البحث على أن انشغال الأطفال بمتابعة محتوى وسائل الإعلام الإسلامي يجنبهم اكتساب قيم وسلوكيات غير مرغوب بها. وحول هل المحتوى الذي يتابعه الأطفال في وسائل الإعلام الإسلامي يكسبهم مهارات نافعة، أجاب المستطلعة آراؤهم بنسبة ٩٢، ٥٪ على الموافقة على هذا الطرح، وامتنعت نسبة ٧، ٥٪ من التعليق.

وعن مدى مساعدة الرسائل التي يتابعها الأطفال في وسائل الإعلام الإسلامي على تعلم بعض مناهجهم الدراسية في المواد الشرعية والتاريخ والعلوم، أقرت نسبة ٧٢٪ من عينة البحث هذا الطرح، وامتنعت ٥,٥٪ من المستطلعين عن إبداء رأيهم، وعارضته نسبة ٢٢، ٥٪ من المبحوثين.

وحول سؤال هل الأطفال الذين يتابعون وسائل الإعلام الإسلامية يحبون دينهم ويعتزون به، أيدت نسبة ٩٠,٥٪ من عينة البحث هذا السؤال، مقابل امتناع نسبة ٩,٥٪ عن تأييده. ولما سُئل أولياء الأمور من عينة البحث، عن إمكانية أن تكون بعض المعلومات والقيم التي يتعلمها الطفل من وسائل الإعلام الإسلامي يجهلها الوالدان، ويتعلمانها منهم، فكانت إجاباتهم بنسبة ٦٩٪ أيدت حدوث هذا الأمر، ورفضته نسبة ٢٠٪ وامتنعت عن إبداء الرأي نسبة ١١٪ من عينة البحث.

ثالثاً: رئي لجنة الخبراء في تأثير الإعلام الإسلامي في الجمهور. وقد تكونك اللجنة من (١٠) عشرة خبراء في مجال تأثير وسائل الإعلام في الجمهور، منهم (٥) خمسة من أساتذة الجامعات في تخصص الإعلام، و(٥) خمسة من العاملين في وسائل الإعلام ومهتمين بمراقبة تأثير الرسائل الإعلامية في الجمهور، و(٥) خمسة من علماء

الدين المختصين في الدعوة، وكانت آراؤهم كالاتي:
جدول رقم (٥) الخاص بالأسئلة الموجهة إلى لجنة الخبراء، وأجوبتهم.

ت	الفقرات	الجواب		
		موافق	محايد	لا أوافق
١	الضوابط والقيم في وسائل الإعلام الإسلامي خاضعة لمعايير حقيقة ومطبقة؟	١٥	- -	- -
٢	قيم الإعلام الإسلامي تساهم في تهذيب سلوكيات الأفراد؟	١٥	- -	- -
٣	متابعة رسائل وسائل الإعلام الإسلامي تساعد في تثبيت القيم التربوية والاجتماعية.	١٥	- -	- -
٤	تأثير وسائل الإعلام الإسلامي في الجمهور تدوم طويلاً	١٠	١	٤
٥	تأثير الإعلام الإسلامي يشمل كل فئات المجتمع (أطفال، نساء، رجال، أغنياء، فقراء، متعلمين، غير متعلمين . . .)	١٥	- -	- -

بقراءة سريعة في أجوبة لجنة الخبراء، نستنتج أنهم مجمعون على وجود تأثير ملموس لرسائل الإعلام الإسلامي في الجمهور الذي يتابعه.

الخاتمة، النتائج:

- ١ - ضرورة التمييز بين الإعلام الديني والإعلام الإسلامي، فالأول يُعنى بالمسائل الدينية التعبدية المباشرة، مثل الطهارة والصلاة والصوم والحج. . . أما الإعلام الإسلامي فهو أعم وأشمل، إذ يتناول جميع الموضوعات التي تهتم الناس، سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو تربوية. . . برؤية إسلامية، فضلاً عن الجانب الديني الصرف.
- ٢ - نسبة كبيرة من الجمهور يرى أن القيم والضوابط والأخلاق والسلوكيات التي يحددها القائمون على الإعلام الإسلامي المنبثقة من تعاليم الإسلام (القرآن الكريم والسنة المطهرة) تكفي لتقديم محتوى هادف يساهم في بناء المجتمع ويحارب التفاهة، ويمكن أن يؤسس لإعلام بديل عن الإعلام غير الإسلامي.
- ٣ - نسبة كبيرة من الجمهور تعتقد بوجود فرق ملموس في القيم التي يحددها الإعلام غير الإسلامي (التقليدي) والقيم التي يقدمها الإعلام الإسلامي.
- ٤ - نسبة كبيرة من الجمهور البالغين، يرون بأن سلوكياتهم تتحسن عند متابعة وسائل إعلام إسلامية.
- ٥ - نسبة كبيرة من أولياء الأمور يرون أن سلوكيات أطفالهم الذين يتابعون وسائل إعلام إسلامي تتحسن بشكل إيجابي.
- ٦ - الجمهور بغالبه يثق بدور الإعلام الإسلامي في الحفاظ على قيم وسلوكيات أبنائهم.
- ٧ - العلماء وأهل الاختصاص يرون وجود تأثير إيجابي حقيقي في الجمهور عند متابعته وسائل الإعلام الإسلامي.

التوصيات:

- ١ - يوصي الباحث الدول العربية والإسلامية والمؤسسات الدينية الإسلامية بضرورة دعم وسائل الإعلام الإسلامي بمختلف أشكالها (مقروءة، مسموعة، مرئية، إعلام إلكتروني)؛ لأنها السبيل الأساس في المحافظة على قيم المجتمع ومحاربة السلوكيات المخلة بالآداب العامة والمخالفة لتعاليم الإسلام.
- ٢ - يوصي الباحث القائمين على إدارة وسائل الإعلام الإسلامي بضرورة تنويع أشكال تقديم رسالتهم الإعلامية، عبر المسلسلات والتقارير والأخبار والبرامج الحوارية والأناشيد. . . وعدم الاختصار على أسلوب الوعظ والخطب.

المقترحات:

يحث الباحث طلبة الدراسات العليا في تخصصات الإعلام والعلوم الشرعية، على دراسة تأثير الإعلام الإسلامي في المجتمع بكل فئاته، وفي جميع البلدان، ودراسة رضا الجمهور عنه أو عدم رضاهم، ومعرفة أسباب الاخفاقات التي مر بها، وتقديم المعالجات لها، وكذلك معرفة ملاحظات المختصين والجمهور حول عمل وسائل الإعلام، ومعرفة أكثر أشكال الإعلام الإسلامي متابعة.

المصادر والمراجع

- ١ - إسماعيل، إبراهيم، (١٩٩٧م)، الإعلام المعاصر، الدوحة: وزارة الثقافة والفنون والتراث.
- ٢ - إمام، إبراهيم، (١٩٨٤م)، دور الإعلام في التضامن الإسلامي، المدينة المنورة: الجامعة الإسلامية.
- ٣ - المشابقة، بسام عبد الرحمن، (٢٠١٥م) نظريات الإعلام، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- ٤ - الفلاح، حسين، (٢٠٢٤م) الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، عمان: دار غيدان للنشر والتوزيع.
- ٥ - جرموني، رشيد، (١٤٤٠هـ)، الدين والإعلام في سوسيولوجيا التحولات الدينية، الرياض: مجلة الفيصل.
- ٦ - الزيدي، طه أحمد، (٢٠٢٤م) الإعلام الإسلامي مفهومه نظريته مؤسساته، بغداد: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- ٧ - الوشي، عبد الله قاسم، (١٩٩٤م)، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، طنطا: دار البشير للثقافة والعلوم الإسلامية.
- ٨ - عبد الله، عبد النبي، (٢٠١٤م) فلسفة ونظريات الإعلام، القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- ٩ - الزيدي، عبد الهادي محمود، (٢٠١٥م) المسؤولية الإعلامية، الأردن: دار النفائس.
- ١٠ - عدد من الباحثين، (٢٠١٣م)، التربية الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية للإعلام الإسلامي، عمان: دار النفائس.
- ١١ - عبد الله، عمر طاهر، (٢٠١٨م) الإعلام الإسلامي ودوره في الحفاظ على الهوية، بغداد: رسالة ماجستير في قسم الدعوة والخطابة في كلية الإمام الأعظم الجامعة.
- ١٢ - علي، عمر ياسين، (٢٠٢٣م) سليات مواقع التواصل الاجتماعي من منظور إسلامي، بغداد: مجلة بحوث دراسات وبحوث إعلامية (مسار).
- ١٣ - علي، عمر ياسين، (٢٠٢٣م)، نهضة المسلمين أسس ومنطلقات، بغداد: دار شمس الأندلس.

- ١٤ - عبد التواب، غادة، (٢٠٢٠م)، الإعلام التقليدي والإعلام المعاصر، مصر: مؤسسة حورس الدولية.
- ١٥ - حارث، مثنى، أحمد، طه، (٢٠٠٧م) الإعلام الإسلامي، عمان: دار النفائس.
- ١٦ - أحمد، محمد، (٢٠٢٩م)، القيم الحضارية المستنبطة من غزوة بدر، العراق - بغداد، رسالة ماجستير في قسم الدعوة والخطابة في كلية الإمام الأعظم الجامعة.
- ١٧ - بن سعود، محمد، (٢٠١٤م)، نظريات التأثير الإعلامي، الرياض: العبيكان للنشر.
- ١٨ - بن عبد الرحمن، محمد، (١٩٩٨م)، كيف تؤثر وسائل الإعلام، الرياض: مكتبة العبيكان.
- ١٩ - حجاب، محمد منير، (٢٠٠٢م)، الإعلام الإسلامي - المبادئ - النظرية - التطبيق، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- ٢٠ - مهدي، محمد، (١٩٦٩م)، أصول التربية، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية.
- ٢١ - عبد الحلیم، محي الدين، (١٩٨٣م)، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، القاهرة: مكتبة الخانجي.
- ٢٢ - سهيل، ميسر، (٢٠١٢م)، الإعلام الإسلامي وقواعد تقويمه، دمشق: دار القلم.
- ٢٣ - الزحيلي، وهبة، (٢٠١٠م) حق الحرية في العالم، دمشق: دار الفكر المعاصر.
- ٢٤ - بكر، ياسر، (٢٠٢٠م)، الإعلام البديل، القاهرة: دار النهضة العلمية.
- ٢٥ - الخياط، يوسف، (٢٠٢٠م)، معجم المصطلحات العلمية والفنية، بيروت: دراسات لسان العرب.

References:

1. Ismail, Ibrahim, (2024), Contemporary Media, Doha: Ministry of Culture, Arts, and Heritage.
2. Imam , Ibrahim, (1984), The Role of Media in Islamic Solidarity, Madinah: Islamic University.
3. Al - Mashaqbeh , Bassam Abdul Rahman, (2015), Media Theories, Amman: Osama House for Publishing and Distribution.
4. Al - Falahi , Hussein Ali, (2014), Traditional Media and New Media, Amman: Ghaidan House for Publishing and Distribution.
5. Jarmouni ,Rashid, (1440 AH), Religion and Media in the Sociology of Religious Transformations, Riyadh: Al - Faisal Magazine.
6. Al - Zaidi, Taha Ahmed, (2024), Islamic Media: Concept, Theory, and Institutions, Baghdad: Al - Fajr House for Publishing and Distribution.
7. Al - Washi , Abdullah Qasim, (1994), Islamic Media in Confronting Contemporary Media and Its Modern Means, (Tanta: Al - Basheer House for Islamic Culture and Sciences.
8. Abdullah , Abdul Nabi,(2014), Philosophy and Media Theories, Cairo: International House for Publishing and Distribution.
9. Al - Zaidi , Abdul Hadi Mahmoud, (2025), Media Responsibility, (Jordan: Al - Nafaes House.
10. A Group of Researchers, (2013),Media Education and Social Responsibility of Islamic Media, (Amman: Al - Nafaes House.
11. Abdullah , Omar Taher, (2018), Islamic Media and Its Role in Preserving Identity, (Baghdad: Master's Thesis, Department of Da'wah and Oratory, College of Imam Al - A'zam University.
12. Ali, Omar Yassin, (2023), The Negatives of Social Media Sites from an Islamic Perspective, Baghdad: Journal of Media Studies and Research (Masar).

13. Ali, Omar Yassin, (2023), The Renaissance of Muslims: Foundations and Starting Points, Baghdad: Dar Shams Al - Andalus.
14. Abdel - Tawab, Ghada, (2020), Traditional Media and Contemporary Media, Egypt: Horus International Foundation.
15. Harith , Muthanna, Ahmed ,Taha, (2007), Islamic Media, Amman: Al - Nafaes House.
16. Ahmed , Mohammed,(2019), Civilizational Values Derived from the Battle of Badr, (Baghdad, Iraq: Master's Thesis, Department of Da'wah and Oratory, College of Imam Al - A'zam University.
17. bin Saud , Mohammed,(2014), Theories of Media Influence, Riyadh: Al - Obeikan Publishing.
18. bin Abdul Rahman , Mohammed, (1998), How Media Influences, Riyadh: Al - Obeikan Library.
19. Hijab , Mohammed Munir,(2002), Islamic Media: Principles, Theory, and Application, Cairo: Al - Fajr House for Publishing and Distribution.
20. Mahdi , Mohammed,(1996), Principles of Education, Cairo: Anglo - Egyptian Library.
21. Abdul Halim ,Mohiuddin, (1983), Media Responsibility in Islam, Cairo: Al - Khanji Library.
22. Suhail ,Maysar, (2012) , Islamic Media and the Rules of Its Evaluation, (Damascus: Dar Al - Qalam.
23. Al - Zuhaili ,Wahbah,(2010), The Right to Freedom, Damascus: Dar Al - Fikr Al - Mo'aser.
24. Bakr ,Yasser,(2020) , Alternative Media, Cairo: Dar Al - Nahda Al - Ilmiyya.
25. Al - Khayat ,Youssef, (1950), Dictionary of Scientific and Technical Terminology, (Beirut: Lisan Al - Arab Studies.

