

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية أصول الدين
قسم الدعوة والإعلام والاتصال

جامعة الأمير عبد القادر
للعلوم الإسلامية

تخصص: الإعلام الثقافي

قسنطينة

المرأة القسنطينية والإعلام الديني الإسلامي

دراسة في الاستخدامات والإشاعات

بحث مكمل لنيل درجة الدكتوراه في الإعلام الثقافي

إشراف الأستاذ:

أ.د بوبكر عواطي

إعداد الطالبة:

شفيقة خنيفر

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الصفة	الجامعة الأصلية
أ.د/نور الدين سكحال	رئيسا	الأمير عبد القادر. قسنطينة
أ.د/بوبكر عواطي	مُشرفا ومُقررا	الأمير عبد القادر. قسنطينة
د/ زكية منزل غرابة	عضوا	الأمير عبد القادر. قسنطينة
أ.د/ وحيدة سعدي	عضوا	جامعة باجي مختار عنابة
أ.د/ السعيد دراحي	عضوا	جامعة قسنطينة 3
د/ هند عزوز	عضوا	جامعة جيجل

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

جامعة الأمیر
علاء القادر للعلوم الإسلامية

تعمى القلوب بناظريك وتُبصر

والأرض تُنبئ ما غرست بتربها

يا منبرا إن ضل عم ضلاله

اللفظ أمضى من سيفوفه صقلت

فالزم ختام القول حين تبشبه

بأيها الإعلام كُفَّ عن الهذي

لانكر الدور العظيم وضده

إن الأمانة في الحديث وغيره

واعلم بأنك إن قلبت حقيقة

وتعود موصوما بكل خيانة

الناس تسلك للحقائق مسلكا

والصدق أولى إذ تقول وتنشر

والحق يفضح من يراه يزور

أو صغ كان من الضياء الأنور

ومن القنا بين الضلوع ينشر

إن الحديث مسجل ومسطر

تروي ودون حقيقة قد تذكر

والضد مذموم وربك أكبر

عند السؤال لدى الحكيم الأجر

ستخرب الأوطان بل ستدمر

ولكل قول في الحقيقة مصدر

قد لاتعيه ولست فيه تفكر

إهداء

إلى روح والدي الكريمين...

إلى سندي ورفيق دربي "زوجي الغالي"

إلى قرية عيني "ريم"

إلى كل عائلة خنيفر وبن سويسي وسحالي كبيرا وصغيرا

إلى دفعة "الإعلام الثقافي" 2007.

إلى أسرة جامعة محمد الشريف مساعدية - سوق أهراس -

إلى صديقاتي الرائعات

شكر وعرفان

أحمد في البداية الله العليّ القدير أن وفقني لإنجاز هذا العمل وأمدني
بكمال الصحة والعافية لإتمامه

بعدها أتقدم بخالص الشكر والتقدير لأستاذي المشرف الدكتور بوبكر
عواطي الذي كان لي نعم الأستاذ والموجه والناصح ولم يبخل بجهده أو وقته
من أجل إخراج هذا العمل إلى النور
إلى كل أساتذتي الكرام.

مفاتيح

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

مقدمة

عرف الإنسان الإعلام منذ تواجدده الأول والبدائي على سطح الأرض، فكان بديهيا أن يسعى كل فرد إلى معرفة أخبار غيره ممن حوله، فانطلق الإعلام بدائيا وتطور مع تطور الحياة وظهور وسائل الكتابة والطباعة فوسائل الإعلام الثقيلة (إذاعة، تلفزيون) حتى وصلنا إلى مايعرف الآن بثورة المعلومات أو ظهور تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة.

وفي كل مرحلة من مراحل هذا التطور ونظرا لتعدد الحياة البشرية وتوسع مجالاتها فقد انعكس ذلك جليا على الإعلام من حيث أنه شمل مختلف مناحي الحياة، فكان الإعلام الديني والثقافي والرياضي... والذي يهمننا في هذا المقام هو الإعلام الديني الإسلامي والذي يعد من بين أقدم أنواع الإعلام. ومن خلال هذه الدراسة سنعرض إلى استخدامات وإشباعات المرأة القسنطينية للإعلام الديني الإسلامي.

ومما لاشك فيه أن الإعلام الديني الإسلامي قد أخذ قسطا من الإهتمام وهذا يتجلى من خلال إفراده بجملة من الدراسات والمؤلفات العلمية التي تتناول مفهومه، نشأته وتطوره، واقعه، إضافة إلى الأبحاث التي تتناول علاقة الجمهور به... وقد جاءت هذه الدراسة كإضافة في هذا المجال والتي تتناول المرأة باعتبارها من بين الفئات التي يحظى الإعلام الديني الإسلامي باهتمامها.

ويندرج هذا العمل ضمن الدراسات الوصفية والتي استعنا فيها بمنهج المسح بالعينة من خلال أداتي الاستبيان والمقابلة، وذلك بغرض التعرف على عادات وأنماط تعرض المرأة القسنطينية للإعلام الديني الإسلامي والإشباعات المحققة من ذلك، وتناولنا هذا الموضوع وفق خطة تتكون من مقدمة، وخمسة فصول، الفصل الأول والذي يمثل إطار الدراسة ومنهجيتها يشتمل على العناصر الآتية: الإشكالية والتساؤلات، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، تحديد المفاهيم، الدراسات السابقة، منهج الدراسة وأداتها ومجالها، مجتمع وعينة الدراسة، أدوات التحليل الإحصائي.

الفصل الثاني والذي يتناول المدخل النظري للدراسة خصصته الباحثة للحديث عن نظرية الاستخدامات والإشباعات من خلال التطرق إلى: مفهومها، نشأتها وتطورها، فروضها وعناصرها و أهدافها، أهم الانتقادات الموجهة لها مع الرد عليها.

الفصل الثالث والذي تناولنا فيه المرأة العربية والإعلام من خلال ثلاثة مباحث: الأول حول صورة المرأة في الإعلام العربي وأثره عليها، والمبحث الثاني حول المرأة الإعلامية في الفضائيات الدينية الإسلامية، والثالث حول المرأة في الخطاب الإسلامي المعاصر

أما الفصل الرابع فعرضنا فيه للإعلام الديني الإسلامي في الوطن العربي نشأة وتطورا وواقعا من خلال الحديث عن كل من الإعلام الديني الإسلامي المكتوب والمسموع والمرئي. وخصصنا الفصل الخامس للدراسة الميدانية من خلال التطرق إلى عادات وأنماط تعرض المرأة القسنطينية للإعلام الديني الإسلامي وذلك بالحديث عن خصائص عينة الدراسة (السن، مكان الإقامة، الوضعية الاجتماعية، الوضعية التعليمية) بالإضافة إلى عادات التعرض والتي تتنوع بين درجة المتابعة وأهم التفضيلات فيما يخص الأيام وعددها والفترة الزمنية... ثم أنماط المتابعة والتي شملت الوسائل الإعلامية المفضلة والبرامج والدعاة والأئمة المفضلون وأسباب التفضيل.. وأخيرا الاشباع المحققة من ذلك التعرض -على التوالي-.

لنخلص في آخر الدراسة إلى جملة من الاستنتاجات، ثم خاتمة الدراسة.

د. عبد القادر للعلوم الإسلامية

الفصل الأول: إطار الدراسة ومنهجيتها

1. الإشكالية والتساؤلات
2. أسباب اختيار الموضوع
3. أهداف الدراسة
4. أهمية الدراسة
5. تحديد المفاهيم
6. الدراسات السابقة
7. منهج الدراسة وأداتها ومجالها
8. عينة الدراسة
9. أدوات التحليل الإحصائي

1 - إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

إن الإعلام ضرورة رافقت الإنسان عبر الزمن فهو موجود منذ القدم وملازم للحياة الاجتماعية كما أن هناك استخدامات كثيرة للفظ الإعلام حيث أنه لا يوجد مصطلح خاص به.

وحديثنا في هذه الدراسة يتناول نوعا محددًا وهو الإعلام الديني الإسلامي، هذا النوع الذي اتخذ وسائل متعددة منذ نشأته، وكانت بداياته الأولى من خلال الاتصال الشخصي والجمعي في المساجد ثم تطور بظهور المطبعة وانتشار الكتب والمجلات الإسلامية، وازداد تطورًا بظهور الإذاعة والتلفزيون، ومع مرور الوقت وبتطور وسائل الإعلام والاتصال وظهرت التكنولوجيات الحديثة اتسعت رقعة الإعلام الديني الإسلامي ضمن المنظومة الإعلامية العربية، حتى أنه أفردت له مجلات وقنوات تلفزيونية وإذاعية ومواقع إلكترونية.

إضافة إلى أن هذا النوع من الإعلام له جمهوره الخاص والمتطلع فيه إلى كل جديد.

وقد جاءت هذه الدراسة للتعرف على مكانة الإعلام الإسلامي في حياة المرأة القسطنطينية، وذلك من خلال محاولة الكشف عن مدى إقبال المرأة على هذا النوع من البرامج، وما الذي تسعى للحصول عليه، ودوافعها في اختيار قنوات دون أخرى، وبرامج معينة، مظاهر الاستفادة والإشباع المحققة من متابعة هذا النوع من المضامين، وهذا ما يجعلنا نطرح التساؤل الرئيسي الآتي:

- ماهي استخدامات المرأة القسطنطينية للإعلام الديني الإسلامي وماهي الإشباع المحققة من ذلك؟ وتدرج تحته مجموعة من التساؤلات الفرعية والتي قسمتها الباحثة كآآتي:

تساؤلات خاصة بالدوافع:

- هل تهتم المرأة القسطنطينية بالإعلام الديني الإسلامي؟
- ماهي الدوافع الأساسية وراء إقبال المرأة القسطنطينية على الإعلام الديني الإسلامي؟

تساؤلات خاصة بالاستخدامات:

- ماهي أهم الوسائل الإعلامية التي تتابع فيها المرأة القسطنطينية الإعلام الديني الإسلامي؟
- ماهي أهم الموضوعات والبرامج الدينية التي تحظى باهتمامها؟
- من هم الدعاة والأئمة المفضلون لدى المرأة القسطنطينية ضمن هذه البرامج؟
- ماهي أهم الأيام والفترات الزمنية المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية؟
- ماهو الحجم الساعي المخصص لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية؟

تساؤلات خاصة بالإشباع:

- هل تستفيد المرأة القسنطينية مما تتابعه من البرامج الدينية؟
- ماهي مظاهر التجديد والتغير التي حققتها متابعة الإعلام الإسلامي لدى المرأة القسنطينية؟
- هل توجد علاقة ايجابية بين المتغيرات الاجتماعية والثقافية (الوضعية التعليمية) وبين استخدامات المرأة القسنطينية للإعلام الديني الإسلامي والإشباع المحققة منه؟

2 - أسباب اختيار الموضوع:

إن سبب اختيار الموضوع في الدراسة هو الدافع لإنجازه ويعد المحرك الأساسي للباحث للقيام ببحثه وتعود إليه درجة الاهتمام والعطاء الذي يبذله في سبيله، ولهذا فقد كانت أسباب اختيارنا لهذا الموضوع متمثلة في:

أ - الأسباب الذاتية:

الرغبة الذاتية في التعرف على مكانة الإعلام الديني الإسلامي في حياة المرأة القسنطينية.

ب - الأسباب الموضوعية:

- ✓ الاهتمام الملاحظ للمرأة ببرامج الإعلام الديني الإسلامي على اختلافها.
- ✓ الأهمية القصوى التي يحتلها الإعلام الديني الإسلامي باعتباره محالا يتناول جانبا مهما من مجالات الحياة.
- ✓ قلة أو ندرة الدراسات التي تتناول المرأة والإعلام الديني الإسلامي خاصة الجزائرية منها.

3 - أهداف الدراسة

إن أهداف الدراسة هي مايريد الباحث التوصل إليه من خلال دراسته موضوعا معيناً، وقد كانت أهداف هذه الدراسة متمثلة في:

- التعرف على استخدامات المرأة القسنطينية للإعلام الديني الإسلامي والإشباع المحققة من ذلك.
- معرفة مدى ارتباط المرأة القسنطينية بالإعلام الديني الإسلامي.
- التحكم أكثر في الدراسات المسحية وكيفية التعامل مع الجمهور.

4 - أهمية الدراسة:

1 الأهمية العلمية:

إن أهمية أية دراسة تعود بالأساس إلى متغيراتها الأساسية، وبالنسبة لهذه الدراسة فإن أهميتها من أهمية متغيرها الأساسيين: الإعلام الديني الإسلامي والمرأة، فأهمية الإعلام الديني الإسلامي كفرع هام من فروع الإعلام متجلية للعيان باعتباره يتناول الدين الذي هو محور الحياة، وخاصة إذا ارتبط بفئة المرأة والتي وكما يقال أنها نصف المجتمع وتربي النصف الآخر وبالتالي يمكن القول أنها المجتمع بأكمله، إضافة إلى أهمية مثل هذه الدراسات في التعرف على آراء الجمهور ومواقفه واهتمامه من عدمه والاعتماد على نتائجها في النهوض أو تدعيم المجال المدروس.

2 الأهمية العملية:

تعتبر هذه الدراسة إضافة جديدة للأبحاث والدراسات التي تتناول في مضمونها الإعلام الديني الإسلامي على اختلاف أنواعها.

5 - تحديد المفاهيم:

إن مفاهيم الدراسة هي مفاتيح الدخول إليها، وقد تناولنا في هذه الدراسة أهم المفاهيم التي تخدم المتغيرات الأساسية للموضوع وهي:

1/ الاستخدامات والإشباع:

أ - لغة:

- الاستخدامات: استخدمه واختدمه فخدمه: استوهبه خادما فوهبه له، ويقال استخدمت فلانا واختدمته: سألته أن يخدمني، وزعم القطب الراوندي في شرح نهج البلاغة أنه يقال: استخدمته لنفسني ولغيري واختدمته لنفسني خاصة.¹
- الإشباع: أشبعه أي وفره، وكل ما وفرته فقد أشبعته، حتى الكلام يشبع فتوفر حروفه.²

وجاء في المعجم العربي الأساسي لاروس: أشبع يشبع اشباعا، أشبع الشيء بالغ فيه، أشبع الطفل ضربا بالغ في ضربه، أشبع نهمه العلمي: أكثر من البحث والقراءة، أشبع الشيء وفاه.³

¹ محب الدين أبي فيض السيد الحسيني، تاج العروس من جواهر القاموس، مج 16، دارالفكر للطباعة والنشر والتوزيع 1994، ص 28.

² المرجع نفسه، مج 11، ص: 136.

³ تأليف جماعة من كبار اللغويين العرب بتكليف من المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، المعجم العربي الأساسي، ص 667.

ب - اصطلاحا:

وترى النظرية أن الجمهور يستخدم الوسائل الإعلامية لإشباع رغبات معينة، قد تكون الحصول على معلومات الترفيه أو التفاعل الاجتماعي، أو حتى تحديد الهوية...ومن الواضح أن هذه النظرية تنطلق من مفهوم (التعرض الاختياري) في علم الاتصال، وتفسر هذا المبدأ أن الإنسان يتعرض اختيارا لمصدر المعلومات (وهو هنا وسيلة الإعلام) الذي يلي رغباته ويتفق وطريقته في التفكير، ولأن هذه النظرية نشأت في الغرب وفي أمريكا بالذات فهي متأثرة بالجو الليبرالي أو مناخ الحرية السائد (السوق الحرة للأفكار) الذي يقوم على الكسب المادي دون أي ضابط أخلاقي، أي أن مفهوم التعرض الاختياري الذي تقوم عليه النظرية يُصبح منطقيا في مجتمع يسمح بعرض كل شيء من العنف والجريمة إلى الإباحية والشذوذ باسم الحرية الفكرية وحرية التعبير.¹

التعريف الإجرائي:

نقصد بالاستخدامات والإشباع من خلال هذه الدراسة التوصل إلى معرفة دوافع ودرجة اهتمام المرأة القسنطينية بمتابعة الإعلام الديني الإسلامي وأهم عادات المتابعة (مثلة في درجة المتابعة، الأيام والفترة الزمنية والحجم الساعي والفترة الزمنية المخصصة لذلك...) وكذا أنماط المتابعة (أهم القنوات المفضلة، البرامج والدعاة والأئمة المفضلون وأسباب التفضيل...) إضافة إلى أهم الإشباعات والتي تنحصر في: التعرف على وجه الاستفادة من متابعة هذا النوع من البرامج، درجة الزيادة في الوعي من عدمها، مالذي أضافته متابعة البرامج الدينية الإسلامية للمرأة القسنطينية؟

2/ الإعلام الديني الإسلامي:

أ -تعريف الإعلام الديني الإسلامي:

جاء في معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي التعريف الآتي:

"الإعلام الإسلامي هو التزام وسائل الإعلام في كل ماتقدمه من مواد التزاما دقيقا بالشريعة الإسلامية وماحدده من ضوابط، في تقديم الأخبار وتفسيرها وفي التوجيه. أو هو تبليغ الجماهير بحقائق الدين

¹ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 209-210...

الإسلامي ونقل الأخبار والوقائع والمعلومات بصورة صحيحة ومنضبطة عبر وسائل مخصوصة داخل الأمة الإسلامية وخارجها بغرض الإقناع والتأثير.¹

وعرفه محمد قطب بأنه: "عرض جميع المواد الإعلامية من وجهة النظر الإسلامية" وعرفه الدكتور محي الدين عبد الحلیم بأنه: "تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم، بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خلال قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي تناولها، وذلك بغية تكوين رأي صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته"²

وقد قصرت التعريفات السابقة مفهوم الإعلام الديني الإسلامي على التزود بحقائق الدين الإسلامي وتأييد العقيدة الإسلامية في حين أنه إضافة إلى ذلك لابد أن يشمل كافة الأنشطة الإعلامية في المجتمع الإسلامي.³

ويبدو لنا أن التعريف الأشمل للإعلام الديني الإسلامي هو ماقدمه منتصر حاتم حسين بقوله:

"عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي وتؤدي جميع وظائفه المثلى، الإخبارية والإرشادية والترويحية على المستوى الوطني والدولي والعالمي، وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها وفيما يصدر عنها من رسائل ومواد إعلامية وثقافية وترويحية، وتعتمد على الإعلاميين الملتزمين بالإسلام قولاً وعملاً، وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة والعامّة".⁴

التعريف الإجرائي:

نقصد بالإعلام الديني الإسلامي في هذه الدراسة البرامج والمضامين الإسلامية عبر وسائل الإعلام المختلفة المكتوبة منها والمسموعة والمرئية. وقد اقتصرنا على الوسائل التقليدية لعدة أسباب أهمها:

– محاولة التعرف على مكانة الإعلام التقليدي ومدى صموده في وجه الإعلام الجديد بتقنياته المتطورة.

¹ طه أحمد الزيدي: معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي (عربي- إنجليزي) ط1 دار النفائس للنشر والتوزيع: الأردن 2010، ص: 41.

² طه أحمد الزيدي: كتاب المرجعية الإعلامية في الإسلام- تأصيل وتشكيل-، ط1 دار النفائس الأردن، دار الفجر العراق 2010 ص44.

³ منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع: الأردن 2010، ص: 43

⁴ المرجع نفسه، ص: 44.

6 - الدراسات السابقة:

نعني بالدراسات السابقة البحوث التي نفذها ونشرها باحثون في نفس الموضوع أو في موضوعات مشابهة وأهم النتائج التي توصلوا إليها.¹

ومن خلال الإطلاع تحصلنا على دراسة مشابهة واحدة وهي الدراسة الأولى أما بالنسبة للبقية فكل ماتحصلنا عليه هي دراسات تتقاطع مع هاته الدراسة فقط في بعض جوانبها وهي:

1 عباس سعيدة: "اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية".²

انطلقت الباحثة من جملة من التساؤلات هي:

- مامدى مشاهدة المرأة الجزائرية للفضائيات الدينية؟
- ماهي القنوات الدينية التي تحظى باهتمام ومتابعة المرأة الجزائرية لها؟
- مادوافع مشاهدة المرأة الجزائرية لهذه القنوات؟
- ماهي البرامج الأكثر مشاهدة من طرف المرأة الجزائرية في الفضائيات الدينية؟
- ما تقييم المرأة الجزائرية للفضائيات الدينية ولبرامجها؟

كما وضعت الباحثة مجموعة من الفروض نوجزها في الآتي:

- تقبل المرأة الجزائرية على مشاهدة الفضائيات الدينية بكثافة نظرا لتنوع برامجها وفائدتها في حياتها اليومية.
- تشاهد المرأة الجزائرية الفضائيات الدينية الأسبق في الظهور أكثر من غيرها.
- تعد برامج تعليم القرآن والفتوى من أهم البرامج المشاهدة من طرف المرأة الجزائرية.

وهذه الدراسة تندرج³ ضمن البحوث الوصفية، وقد استخدمت فيها الباحثة منهج المسح الوصفي، من خلال المسح بالعينة، كما استعانت بنوعين من العينات وهما: العينة العشوائية والعينة الحصصية.

وخلصت الباحثة إلى جملة من النتائج أهمها:

¹ عامر قنديلجي، إيمان السامرائي: البحث العلمي الكمي والنوعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009 ص 118.

² عباس سعيدة: "اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية"، دراسة في العادات والأتماط والاتجاهات، رسالة ماجستير قسم الدعوة والإعلام، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010/2009.

- أغلب عينة الدراسة تقبل على مشاهدة الفضائيات الدينية بنسبة 98.66%.
 - حصلت الفضائيات العربية على أعلى نسبة مشاهدة من طرف أفراد عينة الدراسة بنسبة 56.94%، ثم الجزائرية بنسبة 23.22%، وأخيراً الأجنبية بنسبة 19.44%.
 - تفضل عينة الدراسة مشاهدة الفضائيات الدينية (دائماً) بنسبة 41.22%، ثم (غالباً) بنسبة 29.05%، و(نادراً) بنسبة 4.4%، وأخيراً (أبداً) بنسبة 0.68%.
 - تقبل عينة الدراسة على مشاهدة قناتي "إقرأ" و"الرسالة" بشكل كبير، وذلك راجع للبرامج المتميزة التي يتم عرضها في هاتين القناتين، وكذا كوكبة الدعاة المبدعين والحاملين لواء التغيير والإيجابية
- 2 - فوزية عبد الله العلي: "استخدام المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية"، دراسة ميدانية، قسم الإذاعة، كلية الاتصال، جامعة الشارقة.¹

انطلقت الباحثة من مجموعة من التساؤلات أهمها:

- ما مدى تعرض المرأة للقنوات الفضائية بشكل عام والقنوات الوطنية بشكل خاص؟
 - ما نوعية المضمون الذي تتعرض له المرأة من تلك القنوات الفضائية؟
 - ما أهداف تعرض المرأة لتلك القنوات؟
 - ما آثار تعرض المرأة لتلك القنوات الفضائية نفسياً واجتماعياً وسلوكياً؟
- والدراسة استطلاعية استخدمت فيها الباحثة منهج المسح. وتوصلت إلى جملة من النتائج أهمها:
- معظم أفراد العينة تشاهد القنوات الفضائية بشكل دائم.
 - تبين أن أهم آثار تعرض المرأة للقنوات الفضائية تركزت حول اكتساب مهارات.
 - أهم الاحتياجات التي تعتمد عليها المرأة من القنوات الفضائية هي القضايا والمشكلات الاجتماعية وغيرها.

3 -وردة بوجلal: "الجمهور القسطنطيني وبرامج قناة اقرأ الفضائية".

وقد انطلقت الباحثة من جملة من التساؤلات أهمها:

- ماهي العوامل والمتغيرات الاجتماعية والثقافية المحددة لسلوك واتجاهات الجمهور القسطنطيني نحو برامج قناة اقرأ الفضائية؟
- هل توجد علاقة احصائية بين المتغيرات الاجتماعية (النوع، المستوى التعليمي، الإقامة، السن) تؤثر على عادات وأنماط واتجاهات الجمهور القسطنطيني نحو برامج قناة اقرأ؟

¹ مأخوذة من: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص ص 200-539.

وقد اعتمدت الباحثة على منهج المسح مستخدمة أداة الاستمارة، كما استخدمت في دراستها العينة الطبقية.

توصلت الباحثة من خلال دراستها للموضوع إلى جملة من النتائج أهمها:

أن مشاهدة القناة في تزايد مستمر وخاصة عند برامج معينة وفي رمضان، وأن الذكور يشاهدونها في المساء أكثر من الإناث، وأن مثل هذه القنوات تؤدي إلى عودة المشاهدة الجماعية والجلسات العائلية الحميمة، وذلك أن معية المشاهدة قد أخذت أعلى نسبة لها لصالح "مع العائلة" ودلت النتائج على الرقي في أذواق المشاهدين واهتمامهم الكثيف ببرامج القرآن والفتاوى، وأن هذه القناة فتحت أبواب التواصل الفكري والوجداني، وفتحت للمرأة أبواب الموضة الإسلامية عن طريق اللباس الشرعي الإسلامي من خلال "مجلة المرأة الإسلامية" كما بينت أن الاهتمام بمثل هذه القنوات هو بسبب التعلق بالدين الإسلامي الحنيف والميل الشخصي إلى زيادة المعرفة الدينية، وحيث أن القناة تحاول تجسيد الإعلام الإسلامي الذي يكون نافذة للحوار وتعبيراً موضوعياً عن الأمة وأحوالها، فقد فتحت أبواب المناقشة على عدة مستويات: مستوى الأسرة، مكان الإقامة، مكان الدراسة، مكان العمل.¹

4 - بلعربي نادية: "آراء الأساتذة والطلبة في البرامج الدعوية لقناة إقرأ الفضائية دراسة استطلاعية بجامعة الأمير عبدالقادر"

انطلقت الباحثة في دراستها من جملة من التساؤلات:

- هل استطاعت قناة إقرأ أن تستقطب اهتمامات أساتذة وطلبة جامعة الأمير عبد القادر؟
- مامدى تمكنها - قناة إقرأ - من خلق جمهور واع ومؤمن باستراتيجيتها الإسلامية المتميزة.
- هل تمكنت من تقديم الصورة الحقيقية للإسلام كمنهج وأسلوب حياة.
- ماهي انطباعات أساتذة وطلبة جامعة الأمير عبد القادر عن واقع الدعوة من خلال برامج القناة.

وقد استعانت الباحثة بمنهج المسح الوصفي وبالاستبيان كأداة للدراسة وتوصلت إلى جملة من النتائج

أهمها:

¹ وردة بوجلال: "الجمهور القسنطيني وبرامج قناة إقرأ الفضائية دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات" مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، 2002-2003 ص

- هناك متابعة للقناة التي تعتبر بديلا مطلوبيا في ظل ما شهده سماء الإعلام من زخم الفضائيات.
- فتحت القناة أبواب التواصل المعرفي وغيرت مفاهيم خاطئة عن الإسلام .
- أبرزت القناة صورة الإسلام الشمولية و استطاعت أن ترفع من سقف المستوى الثقافي والمعرفي.
- طبيعة برامج القناة دعوية بالدرجة الأولى تسعى إلى توثيق صلة الانتماء بالإسلام.
- استطاعت بإستراتيجيتها البراجمية أن تكون دعوية وأن تنشئ جمهورا واعيا ملتزما بدينه.¹

5- زرزايجي زوير: "مشاهدة طلبة جامعة جيجل الفضائيات العربية الدينية الإسلامية"

تدور إشكالية الدراسة حول : ماهي عادات وأتماط وآثار مشاهدة طلبة جامعة جيجل لبرامج الفضائيات العربية الدينية؟

وللإجابة على هذه الإشكالية المطروحة استعان الباحث في دراسته بمنهج المسح مستخدما أداتي الاستبيان والمقابلة الشخصية، وكانت عينة الدراسة عمدية حصصية، وأهم ماتوصل إليه الباحث ما يأتي:

- أصبحت مشاهدة الفضائيات العربية الدينية ظاهرة اتصالية شائعة بين الطلبة والطالبات، ودراسة هاته العادات من خلال معرفة عدد أيام المشاهدة التي تراوحت بين يومين ويوم واحد والأيام المفضلة (منها أيام العطل بالدرجة الأولى) وأسباب التفضيل، فضلا عن متوسط حجم المشاهدة للبرامج في اليوم (ما بين ساعة وساعتين) وتحديد ظروف المشاهدة (جماعية كانت أم فردية)، وتعكس هذه البيانات في مجملها إقبال الطلبة على برامج هذه الفضائيات.

- اتضح للباحث من خلال تحليل بيانات أتماط المشاهدة وتفسيرها أن أفراد العينة يميلون إلى متابعة فقرات القرآن الكريم والدروس الوعظية، وذلك لما توفره من معلومات إضافية وزيادة في درجة الوعي الديني في أوساط المبحوثين، وذلك لأهمية المواضيع التي تتناولها فضلا عن اعتمادها على دعاة وإعلاميين أكفاء.²

6- شفيقة خنيفر: "قراءة الطلبة الصحف الدينية الجزائرية" دراسة ميدانية بجامعة الأمير عبد القادر ومنتوري بقسنطينة.³

¹ بلعربي نادية: "آراء الأساتذة والطلبة في البرامج الدعوية لقناة اقرأ الفضائية" - دراسة استطلاعية بجامعة الأمير عبد القادر - رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال ص 227.

² زرزايجي زوير: "مشاهدة طلبة جامعة جيجل الفضائيات العربية الدينية الإسلامية" - دراسة ميدانية - رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال 2008-2009.

³ شفيقة خنيفر: "قراءة الطلبة الصحف الدينية الجزائرية" - دراسة ميدانية بجامعة الأمير عبد القادر ومنتوري بقسنطينة - رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال 2010-2011.

انطلقت الباحثة في دراستها من التساؤل الرئيسي الآتي: ماهي عادات وأتماط قراءة الطالب الجامعي الصحف الدينية الجزائرية؟

وقد كانت الدراسة وصفية اعتمدت فيها الباحثة على منهج المسح باستخدام استمارة الاستبيان، وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج أهمها:

- مجموع أفراد العينة الذين أجابوا بأنهم يقرؤون الصحف الدينية بلغ 130 مفردة من أصل 200 مفردة.

- الإناث أكثر إقبالا على القراءة من الذكور.

- أهم دافع للإقبال على القراءة والذي اختاره الطلبة في المقام الأول هو أن الصحف الدينية تجيب على تساؤلاتهم.

7 - نوال محمد عمر: "دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية"

من خلال هذه الدراسة سعت الباحثة للتعرف على دور الإعلام الديني في تغيير بعض القيم في الأسرة الريفية، وبذلك تتعرف الباحثة على بعض من أنواع القيم في الأسرة في مجال المجتمع الريفي وكذلك المجتمع الحضري، و تهدف إلى التعرف على أنماط القيم السائدة، سواء القيم الإيجابية أو السلبية والتي يمكن تغييرها عن طريق الإعلام الديني بوسائله المختلفة، وذلك من خلال دراسة تطبيقية يمكن للباحث عن طريقها التعرف على بعض تلك القيم السائدة في مجتمع الريف والحضر.

وهذه الدراسة من الدراسات الوصفية استخدمت فيها الباحثة المنهج المقارن لتوضيح المقارنة بين مدى التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام الديني على الأسرة الريفية والحضرية. كما استخدمت الباحثة المنهج الإحصائي والملاحظة واستمارة المقابلة لقياس مدى تأثير وسائل الإعلام الديني على قيم الأسرة الريفية والحضرية.

أهم النتائج: توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- إن أكثر مشاهدي التلفزيون من أهل القرية موضوع البحث بنسبة 95%.
- إن الداعية إذا استطاع أن يخاطب قلوب المشاهدين وينزل إلى مستواهم بأسلوب مبسط ولغة مفهومة وعصرية، استطاع أن يسيطر على انتباههم ويستحوذ على إعجابهم.
- إن البرامج التلفزيونية استطاعت أن تغير بعض قيم مجتمع البحث سواء في المدينة أو القرية

● الإعلام الديني التلفزيوني استطاع أن يغير بعض القيم في الأحياء الشعبية، ولم يفلح في تغييرها في الأحياء الراقية.

● كلما كانت الأسرة متمسكة بالقيم الدينية كلما شتّ الأولاد أيضا متمسكين بها.¹

علاقة الدراسات السابقة بهذه الدراسة:

تتقاطع الدراسات السابقة مع دراستنا هذه في أنها دراسات جمهور موضوعاتها حول استخدامات الإعلام الديني الإسلامي.

أما نقاط الاختلاف فتتمثل في أن الدراسات السابقة ماعدا الأخيرة منها قد اكتفت بدراسة نوع واحد من وسائل الإعلام الديني الإسلامي سواء المرئي أو المكتوب بينما تشمل هذه الدراسة مختلف الوسائل التي تتضمن الإعلام الديني الإسلامي المكتوبة منها والمسموعة والمرئية، إضافة إلى تركيزها على نوع آخر من الجمهور لم تناوله الدراسات المذكورة ماعدا الأولى وهو المرأة.

7 منهج الدراسة وأداتها ومجالها:

✓ منهج الدراسة:

المنهج: "الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة"²

وتندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، "وهي التي تهتم بجمع وتحليل البيانات بهدف الوصف الدقيق لمتغير أو أكثر وصياغة النتائج في أطر مستقلة ترتبط بهذه المتغيرات فقط"³ كما تستهدف البحوث الوصفية تصوير وتحليل وتقييم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين تغلب عليه صفة التحديد"⁴

"والمنهج المناسب لهذه الدراسة هو المسح الوصفي، والذي يعتبر من أنسب المناهج لملاءمة

للدراسات الوصفية بصفة عامة، وتلك التي تستهدف وصف وبناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط

¹ نوال محمد عمر : دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية، د.ط، مكتبة نضمة الشرق، جامعة القاهرة، 1984، ص ص: 513.

² أحمد بدر: أصول البحث العلمي ومناهجه، ط5، دار المعارف، القاهرة، 1989، ص26.

³ محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة 1993، ص 140.

⁴ سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، ط2، عالم الكتب، القاهرة، ص:131.

سلوكه بصفة خاصة، ذلك أن هذا الأسلوب يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها، من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها، ويناسب أسلوب المسح دراسات الجمهور في بحوث الإعلام لأنه يستخدم عندما تكون مفردات المجتمع -الجمهور- التي نرغب الحصول على معلومات عنها من...؟ وكيف...؟ كبيرة جدا ومشتتة، ويصعب بالتالي الاتصال بهم جميعا لتطبيق أساليب أخرى، وترتبط بحوث المسح بنظام العينات، حتى أن الكثير من الباحثين يطلق عليه المسح بالعينة"¹

ومن خلال هذه الدراسة استخدمنا منهج المسح من أجل التعرف على جمهور الإعلام الديني الإسلامي ممثلا هنا في المرأة القسنطينية من خلال جمع المعلومات والبيانات الكافية حول استخدامات الإعلام الديني الإسلامي لديها والتي تشمل كلا من العادات والأنماط والإشباع المحققة من ذلك. ولا يقتصر منهج المسح على استخدام أداة واحدة في عملية جمع البيانات، وإنما يلجأ إلى استخدام مختلف الأدوات كالاستقصاءات والاستبيانات والملاحظة، وغيرها من طرق جمع البيانات والمعلومات".²

✓ أداة الدراسة:

تستعين الباحثة في هذه الدراسة بالاستبيان والمقابلة كأداتين للبحث.

والاستبيان هو أداة جمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات، ويعتبر من أكثر وسائل جمع البيانات شيوعا واستخداما في أسلوب المسح وأكثر ملاءمة لدراسة جمهور المتلقين".³

¹محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص140.

²المرجع نفسه ص147.

³المرجع السابق ص183.

كما يعتبر الاستبيان أو الاستقصاء أداة ملائمة للحصول على معلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين ويقدم بشكل عدد من الأسئلة يطلب الإجابة عنها من قبل عدد من الأفراد المعنيين بموضوع الاستبيان.¹

ويعتمد الاستبيان على استمارة في جمع البيانات والمعلومات، وهي عبارة عن شكل مطبوع يحتوي على مجموعة من الأسئلة موجهة إلى عينة من الأفراد حول موضوع أو موضوعات معينة ترتبط بأهداف الدراسة.²

أما **المقابلة** فهي عبارة عن محادثة موجهة بين الباحث وشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين يسعى الباحث للتعرف عليه من أجل تحقيق أهداف الدراسة. ومن الأهداف الأساسية للمقابلة الحصول على البيانات التي يريدها الباحث بالإضافة إلى التعرف على ملامح ومشاعر أو تصرفات المبحوثين في مواقف معينة. ويمكن استخدام المقابلة بشكل فعال في المجتمعات الامية وفي الدراسات التي تتعلق بالأطفال.

وهناك عدة أنواع للمقابلة وهي: المقابلة الشخصية، المقابلة التلفزيونية، المقابلة الحرة أو غير المقننة.³

الأمر الواجب مراعاتها أثناء إجراء المقابلة:

هناك العديد من الأمور الهامة التي يتوجب على الباحث مراعاتها عند التحضير للمقابلة وفي أثناء إجراء المقابلة نفسها، وقد يؤدي إغفال تلك الأمور أو البعض منها إلى الحصول على معلومات غير موثوقة وبالتالي إلى فشل البحث، وعليه فإنه يتوجب على الباحث مراعاة الأمور التالية:

- تدريب الأشخاص المكلفين بإجراء المقابلة والتأكد من كفاءتهم للقيام بذلك.

- الترتيب المسبق للمقابلة.

- تحديد المكان المناسب لإجراء المقابلة.

¹ ذوقان عبيدات وآخرون: البحث العلمي - مفهومه، أساليبه أدواته - دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان الأردن، د.ت، ص 117.

² محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام - مرجع سابق - ص 183.

³ بوبكر عواطي: البحث العلمي مناهجه وتقنياته، منشورات مكتبة اقرأ - قسنطينة - الجزائر، 2009، ص 70-71.

- يجب أن يتناسب مظهر الباحث مع المستجوبين.
- العمل على خلق جو ودي بين الباحث والمبحوث.
- مراعاة قواعد وأسس طرح الأسئلة.
- أن لا يترك للمبحوث عملية إدارة المقابلة والسيطرة على مجرياتها.
- اختيار الطريقة المناسبة لتسجيل إجابات المبحوث.¹

• المراحل المتبعة في تصميم الاستمارة:

1 - تحديد البيانات:

وكان ذلك بالعودة إلى إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأهدافها، والتي تتمركز حول التعرف على استخدامات المرأة القسنطينية للإعلام الديني الإسلامي وما يندرج تحتها من دوافع وعادات وأنماط، إضافة إلى الإشباع التي تتحقق من ذلك.

2 - إعداد الأولي للاستمارة:

بعد أن اطلعت الباحثة على الدراسات السابقة والمشابهة لهاته الدراسة من الناحية المنهجية، بالإضافة إلى بعض المصادر الخاصة بمنهجية البحث العلمي، قمنا بتحديد المحاور الرئيسية للاستمارة مع ما يندرج تحتها من أسئلة، والتي كانت في حدود 20 سؤالاً في البداية، حاولتُ قدر الإمكان عند صياغتها مراعاة بساطة اللغة ووضوح الأسلوب دون تعقيد ولا ركاقة.

3 - تحكيمها وإعادة صياغتها:

بعد عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف والذي أشار إلى مجموعة من الملاحظات والإضافات، والتي أخذتها الباحثة بعين الاعتبار، وأعدت على إثرها صياغة الأسئلة، قامت بعدها بعرضها على مجموعة من الأساتذة، وهم على التوالي: الأستاذ الدكتور فضيل دليو، الأستاذ الدكتور أحمد عبدلي، والأستاذ الدكتور بشير بن طبة، والذين لم ييخلوا بملاحظاتهم وتوجيهاتهم.

4 - الاختبار القبلي للاستمارة:

قامت الباحثة باختبار ملاءمة الاستمارة للبحث الميداني ومدى استيعابها من قبل المبحوثات، وقامت بتسجيل بعض الملاحظات التي استفادت منها في تعديل بعض الأمور غير الواضحة.

¹ المرجع نفسه، ص: 72.

5 الإعداد النهائي للاستمارة:

بعد أن أثنى الأساتذة المحكمون الاستمارة بمجموعة من الملاحظات القيمة، والتي استفادت منها الباحثة في صياغتها الصياغة النهائية، وذلك بمجموع 28 سؤالاً موزعة وفق الآتي:

- البيانات العامة: 5 أسئلة.
- الاستخدامات: وتتضمن دوافع القراءة بسؤال واحد، عادات القراءة بمجموع 9 أسئلة، أنماط القراءة بمجموع 10 أسئلة.
- الإشباعات: بثلاث أسئلة.
- ✓ مجال الدراسة

المجال المكاني: والذي يعني نطاق الدراسة الميدانية، والمتمثل هنا في ولاية قسنطينة، واختارت الباحثة مجموعة من الدوائر والتي بدورها اختارت منها مجموعة من البلديات ثم مجموعة من الأحياء والتي سيتم تحديدها في الحديث عن عينة الدراسة.

المجال البشري: استهدفت هذه الدراسة جمهوراً خاصاً وهو المرأة.

8 مجتمع الدراسة وعينتها:

أ - مجتمع الدراسة:

من أهم الخصائص المميزة للدراسات الإعلامية أنها تتعامل مع قاعدة معرفية عريضة أساسها الجمهور كبير الحجم أو المحتوى المنشور أو المذاع خلال ساعات أو أيام أو فترات زمنية طويلة، وهذا مايجول دون التعامل مع هذه القاعدة المعرفية بأسلوب الحصر أو الرصد الشامل لكل مفرداتها ويصبح التعامل بنظام العينات هو الأساس في الدراسات الإعلامية فيلجأ الباحث إلى اختيار عدد محدود من المفردات يكون ممثلاً في خصائصه وسماته للمجموع من أفراد الجمهور أو الوثائق المطبوعة أو المسجلة بما يتوافق مع أهداف الدراسة في حدود الوقت والإمكانات المتاحة.¹

¹ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 129.

ويطلق كذلك على هذا الاختيار المحدود عملية المعاينة، والمقصود بها اختيار جزء من مجموعة من المادة بحيث يمثل هذا الجزء المجموعة كلها.¹

والمقصود بمجتمع الدراسة كل العناصر المراد دراستها، إن سحب جزء من مجتمع الدراسة يطلق عليه اسم العينة، والعملية التي تتم بهذا الشكل يطلق عليها المعاينة.²

كما أن نظام العينات يسمح للباحث استنتاج خصائص عدد كبير من المفردات من خلال الاتصال المباشر مع عدد صغير مختار منها يسمى العينة والتي يجب أن تختار بعناية شديدة بحيث تكون ممثلة في خصائصها لمجموع المفردات إلى مدى بعيد.³

ب - عينة الدراسة:

اختارت الباحثة في هذه الدراسة العينة العنقودية، وفيها يلجأ الباحث إلى تحديد العينة أو اختيارها ضمن مراحل عدة، ففي المرحلة الأولى يتم تقسيم المجتمع الأصلي إلى شرائح أو فئات بحسب معيار معين ومن ثم يتم اختيار شريحة أو أكثر بطريقة عشوائية، وبالنسبة للشرائح التي لم تكن ضمن الاختيار في هذه المرحلة فإنه يتم استبعادها من العينة نهائياً. في المرحلة الثانية يتم تقسيم الشرائح التي وقع عليها الاختيار في المرحلة السابقة إلى شرائح وفئات جزئية أخرى، ثم يتم اختيار شريحة أو أكثر منها بطريقة عشوائية أيضاً، وهكذا يستمر الباحث حتى يتم الوصول إلى الشريحة النهائية التي يتم الاختيار منها وبشكل عشوائي عدد مفردات العينة المطلوبة.⁴

وتتمثل عينة هذه الدراسة في المرأة القسنطينية على وجه التحديد، حيث قسمت الباحثة ولاية قسنطينة بدوائرها الست وهي بمثابة عناقيد، واختارت بطريقة عشوائية من بينها أربع دوائر وهي قسنطينة، حامة بوزيان، الخروب، عين اعبيد ومن هذه الدوائر اختارت عشوائياً 6 بلديات من بين 12 بلدية في الولاية مراعاة لتمثيلها المرأة في الريف وفي المدينة وهي: قسنطينة، حامة بوزيان، ديدوش مراد، الخروب، عين عبيد، الهريّة، واختارت منها مجموعة من الأحياء بطريقة عشوائية، ومن هذه الأخيرة اختارت مجموعة من البيوت. وتمثل العينة المرأة القسنطينية من ناحيتين: المرأة العاملة، والملاكمة بالبيت، على أن يتراوح سن المبحوثات من 20 سنة فما فوق، وأن تشمل عينة الدراسة المرأة المتعلمة "التي تتقن القراءة والكتابة" وغير المتعلمة.

¹ محمد زيان عمر: البحث العلمي مناهجه وتقنياته، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص282.

² منذر الضامن: أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان 2007، ص160.

³ محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص131.

⁴ بوبكر عواطي: مرجع سابق، ص: 102.

9 أدوات التحليل الإحصائي:

الإحصاء علم يسمح للباحث في علم النفس وبعض العلوم الأخرى بتنظيم المعطيات ووصفها وصفا دقيقا، وهو يستخدم في ذلك تقنيات إحصائية مختلفة حسب مستويات القياس ومستويات التحليل المراد الوصول إليها.

ويعرف الإحصاء بأنه: "العلم الذي يهتم بجمع وتنظيم وتحليل القياسات المميزة للظواهر المختلفة قصد إبراز خصائصها ودراسة العلاقة بينها"¹.

واعتمدت الباحثة من خلال هذا العمل على الأسلوب التالي: اختبار كاي مربع (كا²):

لحساب مربع كاي تتبع الخطوات التالية:

1 - حساب التكرار النظري أو المتوقع لكل خلية في الجدول المزدوج (العلاقة بين متغيرين) وذلك بضرب

مجموع الصف × مجموع العمود الخاص بالخلية وقسمة الناتج على المجموع الكلي، أي أن:

التكرار المتوقع (النظري) ك = $\frac{\text{مجموع الصف} \times \text{مجموع العمود}}{n}$

n

2 - حساب الفروق بين التكرار النظري - في الخطوة السابقة - وبين التكرار التجريبي أو المشاهد (في

الجدول الحقيقي المراد قياس دلالة الارتباط بين متغيريه) أي: ك - ك_ك

3 - تربيع الفروق الناتجة عن العملية السابقة، أي (ك - ك_ك)²

4 - قسمة مربعات الفروق على التكرارات النظرية لكل خلية، أي: $\frac{(ك - ك_{ك})^2}{ك_{ك}}$

ك_ك

5 - مجموع العملية السابقة هو قيمة كا²

6 - حساب درجات الحرية للجدول عن طريق المعادلة التالية: درجات الحرية = (عدد الأعمدة - 1) ×

(عدد الصفوف - 1)

7 - الكشف عن قيمة كا² في الجدول الخاص بها عند مستوى 0.05 أو 0.01، فإذا زادت قيمة

كا² الجدولية عن المحسوبة نقبل الفرضية الصفرية، والعكس إذا زادت المحسوبة عن الجدولية لا نقبل الفرضية الصفرية.¹

¹ عبد الكريم بوحفص: الإحصاء المطبق في العلوم الاجتماعية والانسانية، د.ط ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص10.

الفصل الثاني: نظرية الاستخدامات والإشباع

المبحث الأول: مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع

المبحث الثاني: نشأة النظرية وتطورها

المبحث الثالث: فروض نظرية الاستخدامات والإشباع وعناصرها

المبحث الرابع: الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع

¹ - غريب سيد أحمد: الإحصاء والقياس في البحث الاجتماعي، د.ط، دار المعرفة الجامعية، 1995، ص ص 306، 30

- دومينيك سالفاتور: الإحصاء والاقتصاد القياسي، ترجمة سعدية حافظ منتصر، مطابع الأهرام التجارية، جمهورية مصر العربية، 1983.

المبحث الأول: مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع

في إطار الدراسات الخاصة باستخدام وسائل الإعلام والتعرض إليها من مختلف الفئات، ركزت هذه الدراسات على الأسباب الخاصة بهذا التعرض في محاولة للربط بين هذه الأسباب والاستخدام، مع تصنيف الاستخدام في فئات تشير إلى شدته أو كفاءته، وتم صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات كان أهمها إطار الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في وقت معين، ومن هنا كانت صياغة هذه البحوث في إطار مدخل عام أطلق عليه مدخل الاستخدامات والإشباع (USES&GRATIFICATIONS)¹

وترى النظرية أن الجمهور يستخدم الوسائل الإعلامية لإشباع رغبات معينة، قد تكون الحصول على معلومات الترفيه أو التفاعل الاجتماعي، أو حتى تحديد الهوية...ومن الواضح أن هذه النظرية تنطلق من مفهوم (التعرض الاختياري) في علم الاتصال، وتفسر هذا المبدأ أن الإنسان يتعرض اختياراً لمصدر المعلومات (وهو هنا وسيلة الإعلام) الذي يلبي رغباته ويتفق وطريقته في التفكير، ولأن هذه النظرية نشأت في الغرب وفي أمريكا بالذات فهي متأثرة بالجو الليبرالي أو مناخ الحرية السائد (السوق الحرة للأفكار) الذي يقوم على الكسب المادي دون أي ضابط أخلاقي، أي أن مفهوم التعرض الاختياري الذي تقوم عليه النظرية يُصبح منطقياً في مجتمع يسمح بعرض كل شيء من العنف والجريمة إلى الإباحية والشذوذ باسم الحرية الفكرية وحرية التعبير.²

وتهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، إذ كان لإدراك الباحثين والمتخصصين في حقل الاتصال الجماهيري للفروق الفردية والسمات والمتغيرات الاجتماعية بين الناس، وماتبعه من دراسة لأنماط السلوك المختلفة، والخاصة بوسائل الإعلام، الفضل في بداية ظهور مفهوم جديد يُحدد العلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك بمنزلة تحول في الرؤية السائدة للجماهير، على أنها سلبية وغير فاعلة إلى رؤيتها على أنها فاعلة وإيجابية في انتقائها لكثير من الرسائل والمضامين

¹ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 209-210..

² محمد هاشم الهاشمي: الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، ط1، عمان، الأردن 2006، ص 22-23.

المفضلة لديها التي تبثها وسائل الإعلام. فنظرية الاستخدامات والإشباعات تمثل محاولة لتفسير الطريقة التي يتم بموجبها استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، بوصفها مصدر مهما وحيويا لإشباع حاجاتهم ومتطلباتهم، ووفقا لهذه النظرية فإن الجمهور نشط وليس سلبيا، وهو ال ذي يستخدم وسائل الإعلام في سبيل إشباع رغباته واحتياجاته وليس العكس، وبذلك فالأفراد يتحكمون في حجم تعرضهم لوسائل الإعلام.¹

ومع ازدهار صناعة الإعلام، اعتمد بعض العاملين في مجال الإعلام على هذه النظرية لتبرير السياسات الإعلامية التي ينتهجونها انتاجا وممارسة، تقوم النظرية على تفسير سلوك الجمهور اتجاه وسائل الإعلام، على أساس من استخدام الأفراد للوسائل، وما يحققه استخدامهم لها من إشباع نفسي وفكري.²

المبحث الثاني: نشأة النظرية وتطورها

إن البحث حول "استعمال" وسائل الاتصال، تحت عنوان "الاستعمالات والرضا" (أو الاستخدامات والإشباعات، USES&GRATIFICATIONS) جلب اهتمام الكثير من الباحثين الذين أرادوا التعرف على "ماذا يفعل الجمهور بالوسائل؟" بدلا من "ماذا تفعل الوسائل بالجمهور؟"، وقد ارتبطت البدايات الأولى لهذه البحوث بالدراسات الإمبريقية لتأثير الوسائل، ومن روادها "أرنهائم" (Arnheim ; 1949) الذي حاول الكشف عن الوظائف النفسية التي تؤديها المسلسلات لربات البيوت، و"بيرلسون" (Berlson; 1949) الذي استغل إضراب الصحافة للتأكد من الدوافع التي تجعل القراء يفتقدون يوميتهم المعتادة.³

يعد "إياهو كاتز" katz أول من وضع اللبنة الأولى في بناء مدخل الاستخدامات والإشباعات، عندما كتب مقالا عن هذا المدخل عام 1959، ويمثل المدخل تحولا للرؤية في مجال الدراسات الإعلامية، حيث تحول الانتباه من الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة، وبذلك انتفى مفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية الذي كانت تنادي به النظريات المبكرة مثل نظرية الرصاصة السحرية، والتي تقوم على فكرة أن سلوك الأفراد يتحدد وفقا للآلية البيولوجية الموروثة، ونتيجة لأن الطبيعة الأساسية للكائن الحي متشابهة

¹ ناصر بن عبد الرحمان الهزاني: الفتوى في القنوات الفضائية العربية، دراسة في التعرض والمشاهدة، ط1، دار ابن حزم، بيروت، لبنان، 2011، ص41.

² منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص: 175.

³ فضيل دليو: الاتصال مفاهيمه - نظرياته - وسائله، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2003، ص 30.

تقريباً بين كائن وآخر تكون استجاباتهم للمثيرات المختلفة متشابهة، خاصة مع الاعتقاد بأن متابعة أفراد الجمهور لوسائل الإعلام تتم وفقاً للتعود وليس لأسباب منطقية، ولكن مدخل الاستخدامات والإشباع له رؤية مختلفة تكمن في إدراك أهمية الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، وتعدّ عملية استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإعلام عملية معقدة، وترجع إلى عدة عوامل مُتشابهة منها: خلفيات أفراد الجمهور الثقافية، الذوق الشخصي، سياسات الوسيلة وتوجهاتها، العوامل الشخصية ومنها: أسلوب الحياة، السن، الدخل، مستوى التعليم، النوع، نوع الإشباع الذي يريد الشخص الحصول عليه من التعرض للوسيلة الإعلامية والمستوى الاقتصادي والاجتماعي للفرد، إذ أن لكل هذه المتغيرات أو بعضها تأثير على اختياراته للمضامين الإعلامية التي يريد متابعتها. ولذلك ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي حول دراسة علاقة الجمهور بوسائل الإعلام من الإجابة على سؤال (ماذا) إلى الإجابة على السؤال (لماذا) للتعرف على أسباب تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، وهو ما يُعرف بدوافع المشاهدة، كما أنها تُحاول التعرف على الإشباع التي يحققها التعرض لوسائل الإعلام بالنسبة للجمهور، وبذلك تم تحويل اهتمام الباحثين الإعلاميين من الاهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور إلى مايفعله الجمهور في الرسالة.¹

وقد ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" تأليف كاتز وبلوملر 1974.²

وقد حدد كاتز الوظائف الأربع الرئيسية التي يمكن أن تخدم فيها الاتجاهات شخصية كل فرد. وبالتالي تؤثر في سلوكه:

1 - وظيفة المنفعة أو التكيف:

ذلك أن الفرد يتمسك بالاتجاهات التي تحقق له العائد الأقصى، وتقلل العقاب المتوقع من البيئة الخارجية. وبالتالي فإن اتجاه الفرد نحو ما يتحدد في إطار منفعته من هذا الشيء. والتي تتمثل في معاني

¹ عاطف عدلي العبد، نهي عاطف العبد: نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008، ص: 297-298.

² طه أحمد الزيدي: معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، عربي- إنجليزي، مرجع سابق، ص: 257..

كلمات: اكتساب.../زيادة.../الارتفاع.../إلى آخره، في مقابل تقليل الجهد المبذول. وهذا ما أشار إليه شرام في معادلته الخاصة بمعامل الاختيار، والتي توضح أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام والتعرض لمحتواها، يرتبط بداية بما يحققه الفرد من عائد من هذا التعرض، في مقابل الجهد الذي يبذله في سبيل الحصول على هذا العائد.

2 - وظيفة الدفاع عن الذات:

وهذه الوظيفة تعكس اتجاه الفرد للدفاع عن الصور التي تم تشكيلها عن نفسه ورفض ماعداها، وتظهر هذه الوظيفة واضحة في سلوك الأقليات والتعصب، وبالتالي فإننا نتوقع أن يستخدم الفرد وسائل الإعلام ومحتواها، عندما ينجح في تقديم صورة مُرضية عنه، إلا أنه سيعزف عنها متى قدمت عكس ذلك.

3 - وظيفة التعبير عن القيم:

ذلك أن الفرد غالباً ما يشعر بالرضا عندما تعكس الاتجاهات القيم السائدة التي تمسك بها. وهذا ما يفسر قدرة وسائل الإعلام على دعم القيم السائدة في مواجهة ضعف قدرتها على تغيير الاتجاهات السائدة.

4 - الوظيفة المعرفية:

يحتاج الفرد إلى المعرفة التي تساعد على بناء إدراكه وتشكيل المعاني، حتى يتمكن من الفهم والتفسير وتحديد موقفه واتجاهه من المثيرات التي يتعرض لها في بيئته. وهذه الوظائف اتخذت دليلاً في عدد من البحوث خاصة أن كاتز ركز في مقالته على أن تناول هذه الوظائف في إطار خدمة شخصية الفرد يكون له دور كبير في التأثير على اتجاهات الفرد، متى استخدمت في الوقت المناسب. وبالتالي التأثير على سلوكه، وأن وسائل الإعلام متى جاءت وظائفها متسقة مع هذه الوظائف فإن استخدام الأفراد لها بالتالي سيتأثر في الاتجاه الذي يكون أكثر اتساقاً واتفاقاً.¹

¹ منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، ط1 دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص: 176-177.

وشرح كاتز، أحد الوجوه البارزة في هذا التيار السوسولوجي كيف تم تطوير هذا المذهب ليصبح إشكالية، لقد ابتعد عن "نظريات التأثير المباشرة" وحاول تجاوز نظريات التأثير غير المباشر أو التأثير المحدود، إن وسائل الإعلام في هذه الدراسات لا تقول لنا كيف نفكر، بل تقول لنا ما يجب أن نفكر، وبالتالي فإن تأثير وسائل الإعلام محدود (انتقائية المتلقين تشكل عائقا له)، لا يمكن أن يكون مباشرا (هناك وسائط)، ولا يمكن أن يكون آنيا (لأن مسار التأثير يتطلب وقتا)¹

وقد كثف الباحثون من جهوداتهم حول دراسة رضا الجمهور، محاولين وضع معاملات الارتباط الجبري بين طلبات ودوافع الجمهور (الاستعلام، تأكيد الهوية، الاندماج، التسلية،...)، وتجاربه ومحيطه الاجتماعي، وبين استعمالاته لوسائل الاتصال. أما في أيامنا هذه فالباحثون يهتمون بالمشاركة الإيجابية للجمهور في بناء معاني خاصة بالوسائل التي يستقبلها، وذلك في إطار مقارنة (نفسية- اجتماعية) أو (تفاعلية) مع الديناميكية الثقافية للمحيط الذي ينتمي إليه هذا الجمهور.²

وقد مرت النظرية خلال تطورها بثلاث مراحل:

1 - المرحلة الأولى: (الطفولة)

كانت في الأربعينيات والخمسينيات من القرن المنصرم، حيث كانت هذه الفكرة تمثل المرحلة الكلاسيكية، وظهرت فيها عدة دراسات ركزت على مضمون التسلية من الراديو.

2 - المرحلة الثانية: (المراهقة)

يمكن تحديدها في أواخر الستينيات حيث تحول التأكيد فيها على اختيار المتغيرات الاجتماعية والسيكولوجية التي تم التوصل إليها، وذلك لتوضيح النماذج المختلفة لاستخدام الجمهور لوسائل الاتصال،

¹ أرمان وميشال ماتالار: تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة: نصر الدين العياضي، الصادق رابح، ط1، المنظمة العربية للترجمة، بيروت 2005، ص: 167-166.

² فضيل دليو: الاتصال مفاهيمه- نظرياته- وسائله، مرجع سابق، ص 30.

وذلك بالتطبيق العملي الميداني لهذه المتغيرات، وتميزت هذه المرحلة ببداية الاهتمام بوضع نماذج لبحوث إشباعات وسائل الاتصال الجماهيرية، مثل: استخدامات الأطفال للتلفزيون 1961، وأسباب مشاهدة التلفزيون بين المراهقين من البيض والسود من طبقات اجتماعية مختلفة، واستخدام المراهقين للراديو عام 1971.

3 - المرحلة الثالثة: (النضج)

وصلت بحوث الاستخدامات والإشباعات إلى حالة من النضج خلال هذه المرحلة، فقد تبلورت خلالها العديد من الافتراضات الأساسية له في دراسة الاتصال الجماهيري، ومما لا شك فيه أن ما قدمه كاتز عام 1974 قد ساهم بشكل أساسي في نضج هذا المدخل وبلورة افتراضاته الأساسية، حيث قدم كاتز وبلومر وصفا شاملا لهذا المدخل في كتابهما عن استخدامات الاتصال الجماهيري. من دراسات هذه المرحلة: دراسة Rossengreen و Windhall عام 1972، ودراسات Macwill و Blumer و Brown عام 1972، ودراسة Greonberg عام 1974 حول استخدامات الجمهور للتلفزيون، ودراسة Potter عام 1988 حول الواقع الذي يتم إدراكه من خلال مشاهدة التلفزيون.¹

✓ المساهمات الرائدة لنظرية الاستخدامات والإشباعات

نظرية الاستخدامات والإشباعات تقوم أساسا على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر، ولهذا فكل البحوث والدراسات التي تمت في هذا المجال كانت تقوم على اختبار العلاقة بين الوظائف التي تتم صياغتها في إطار الدوافع والحاجات، وبين تعرض الفرد وكثافة هذا التعرض، بناء على إطار نظري أساسه التحليل الوظيفي من جانب ونظريات الدوافع من جانب آخر، وفي معظم البحوث كانت دراسة الأسباب أحد الجوانب البحثية في الكشف عن هذه العلاقة ومنها:

دراسة هيرتا هيرزوغ Herta Herzog عام 1944، التي استهدفت الكشف عن إشباع مستمع "المسلسلات اليومية" من خلال اختبار متعمق، وتوصلت إلى تصنيف هذه الإشباعات إلى إشباعات

¹ رفیق الزنكاوي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام في المجال الرياضي، د.ط، دار الكتاب الحديث: القاهرة، الكويت، الجزائر، 2010، ص: 72-

عاطفية، تهتم بتحريض العواطف والأحاسيس، بالإضافة إلى أنها أحد أشكال المتعة، بجانب تقديمها النصيحة للقارئ، ووجدت أن الرضا عند السيدات يختلف باختلاف الظروف الفردية ومشاكلها.

دراسة بيرلسون **Berlson** عام 1945، عندما توقفت ثماني صحف عن الصدور لمدة تزيد عن أسبوعين، بسبب إضراب عمال التوزيع في نيويورك، كان سؤاله عما افتقده القراء في هذه الفترة، وما يعنيه اختفاء الصحف بالنسبة للقراء، ووجد أن الصحف تقوم بعدة أدوار تعتبر السبب في ارتباط الأفراد بها، من هذه الأدوار أنها تقدم المعلومات العامة أو التفسيرات حول الشؤون العامة، وأنها ضرورية في نظام الحياة اليومية لكونها مصدرا إعلانيا، وتقدم المعلومات الأخرى المالية والطقس، تساعد على الهروب من عالمهم اليومي، تساعد على الظهور بالمركز الاجتماعي الذي تجسده المعرفة بالأمور، بالإضافة إلى أنها أداة للتواصل الاجتماعي.¹

دراسة ويرنر وهنري **werner and henry** عام 1948، تمحورت حول الإشاعات التي يتحصل عليها المستمعون من خلال الاستماع إلى المسلسلات الإذاعية، فوجد أن هذه الأخيرة تساعدهم على تجاوز النقائص الاجتماعية، بمعنى أن المستمعين من خلال متابعتهم للمسلسلات اليومية يتعرفون على بعض القيم والمعايير والسلوكيات التي يتقبلونها وقد يطبقونها في تفاعلاتهم، وتحديدًا أظهرت دراسة هذين الباحثين أن المسلسلات الإذاعية تهيب بالزوجة والأم وتكافئها، وتقلص من شعورها بعدم جدواها وتزيد من إحساسها بالأمان وقبول وضعها في المجتمع.

دراسة ولف وفسك **wolf and fisk** عام 1949، حيث قاما بدراسة حول سلسلة الرسوم الهزلية الخاصة بالأطفال، فلاحظا أنها تؤدي ثلاث وظائف: تقديم البطل الذي لا يقهر، فرصة للتماهي بالبطل، وتوفير المعلومات حول العالم الحقيقي، وكل وظيفة تتطابق مع مراحل متتالية من النمو ومرتبطة بحاجات النمو المحددة عند الأطفال، وأن الاستعمال المفرط لسلسلة الرسوم الهزلية مرتبط بنزعات عصبية وإعاقات فيزيقية.²

¹ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص: 210، 211.

² سعيد بومعزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006، ص: 58.

وافترض كاتز **katz** في عام 1959 أن قيم الأفراد واهتماماتهم ومشاكلهم ودورهم الاجتماعي تسيطر على عملية التعرض، وتوجه الناس إلى ما يرونه أو يشاهدونه.

ووجد ماكويل **mcquail** في استعداده للعديد من هذه الدراسات أن هناك قدرا من الاتفاق بين مختلف الباحثين فيما يتعلق بطبيعة ومستويات التعرض والإشباع في استخدام وسائل الإعلام، يظهر عند الأفراد فيما تحققه هذه الوسائل من حاجات مرتبطة بالظروف النفسية والاجتماعية للأفراد، مثل اكتساب الأخبار والمعلومات عن البيئة المحيطة بالفرد، الاستعداد المسبق للهروب إلى عالم الخيال والاندماج مع الأبطال والبطولة في أحوال القلق والعزلة والاضطرابات والمشاكل الشخصية، وكذلك دعم السلوك والاتجاهات، زيادة تقدير الذات، ثم قيام وسائل الإعلام بالمساعدة على التفاعل الاجتماعي ودعم الألفة مع البيئة، ويضيف ماكويل أن هذه الدراسات قادت إلى تفسير سلوك وسائل الإعلام لتلبية الحاجات القائمة والمتوقعة. بالإضافة إلى العديد من البحوث التي كانت تحاول البحث في أسباب التعرض، أو أهمية وسائل الإعلام ومحتواها بالنسبة للفرد بتأثير مدخل التحليل الوظيفي من جانب أو نظريات الدوافع من جانب آخر.¹

المبحث الثالث: فروض نظرية الاستخدامات والإشباع وعناصرها وأهدافها

المطلب الأول: فروض النظرية

تقوم على خمسة فروض أساسية وهي:

- 1 - أن أعضاء الجمهور مُشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة.
- 2 - يُعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويحكم ذلك الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- 3 - التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يُشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست هي التي تستخدمهم.

¹محمد عبد الحميد:، مرجع سابق، ص: 211

4 - يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

5 - الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.¹

المطلب الثاني: أهداف النظرية

تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع من خلال الفروض السابقة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1 - الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- 2 - الكشف عن دوافع الاستخدام لوسيلة معينة، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- 3 - الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها.
- 4 - الكشف عن الإشباع المطلوبة التي يسعى الفرد إلى تلبيتها من خلال استخدامه لوسائل الاتصال و "الإشباع المختلفة" من وراء هذا الاستخدام.
- 5 - الكشف عن العلاقات المتبادلة بين "دوافع الاستخدام" و "أنماط التعرض" لوسائل الاتصال والإشباع الناتجة عن ذلك.
- 6 - معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها.²

¹ رفيف الزنكاوي، مرجع سابق، ص: 75.

² منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص: 186-187.

المطلب الثالث: عناصر النظرية

يتكون مدخل الاستخدامات والإشباعات من عدة عناصر على النحو التالي:¹

1 - افتراض الجمهور النشط : كانت النظريات القديمة كنظرية الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد تعتبر أن الجمهور مجرد متلقي سلبي، لكن مع ظهور مدخل الاستخدامات والإشباعات ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي يبحث عن المضمون الإعلامي المناسب بالنسبة له، ويتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم ذلك المحتوى، ويعرف ذلك "بالانتقاء النسي" أو "توقع المكافأة" وهو الموازنة بين قدر الإشباع الذي سيحصل عليه الفرد في مقابل الجهد المبذول للحصول على هذا الإشباع، ومن الجدير بالذكر أن المضمون الإعلامي الواحد يحقق إشباعات متفاوتة لدى فئات من الجمهور، فمثلا برنامج يحوي مشاهد عنف قد يكون مادة ترفيهية بالنسبة للبعض ومادة تعليمية بالنسبة للبعض الآخر.

ويتحدد مفهوم الجمهور النشط بمايلي:

✓ **الاختيار المتعمد:** يعتمد أفراد الجمهور اختيار وسيلة إعلامية معينة لإشباع حاجة ما، ومصدرها هو خصائص فردية واجتماعية وثقافية لجمهور الوسيلة الإعلامية.

✓ **الاستغراق:** يحدث على المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي، حيث أن استغراق الجمهور مع المضامين الإعلامية وخاصة التلفزيون (يعتمد على مدى توحيد الجمهور مع الشخصيات التلفزيونية).

✓ **محدودية التأثير:** هناك محدودية في تأثير وسائل الاتصال على تفكير الجمهور وسلوكه (فالجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أي شيء أو أحد) وقد طُوّر مفهوم الجمهور إلى ثلاث مراحل هي:

✓ **المرحلة الأولى:** تتم قبل التعرض، وتتمثل في التخطيط المسبق قبل التعرض للوسيلة الاتصالية.

✓ **المرحلة الثانية:** تتم أثناء التعرض، وتتمثل في الاستغراق في المضمون الذي يتم التعرض إليه.

¹عاطف عدلي العبد، نُحى عاطف العبد: نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، مرجع سابق، ص: 302-310

✓ **المرحلة الثالثة:** تتم بعد التعرض وتمثل في الاستفادة من المضمون الذي تم التعرض إليه من خلال استخدامه في الاتصال الشخصي.¹

2 - **الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال:** يرجع الفضل في اكتشاف العلاقة بين الأصول الاجتماعية والنفسية ودوافع التعرض إلى الباحثة ماتيلدا رايلي Matilda Raily عام 1951، فبالنسبة للأصول الاجتماعية ترى الباحثة أن أفراد الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الإعلام باعتبارهم أفراد معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة، وبذلك فالعوامل الديموغرافية والاجتماعية لها تأثيرها في استخدام أفراد الجمهور لوسائل الاتصال، أما بالنسبة للأصول النفسية لاستخدامات وسائل الاتصال فحسب الباحثة -دائما- فإن العوامل النفسية تؤدي -في بعض الأحيان- إلى وجود حوافز أو دوافع معينة بحاجة إلى الإشباع، وبالتالي تحدد العديد من الاستخدامات لوسائل الإعلام، حيث يقوم مدخل الاستخدامات والإشباع على افتراض أن الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضامين إعلامية مختلفة وفقا للفروق النفسية بينهم، حيث تُعد الظروف النفسية لأفراد الجمهور بمثابة مشكلات تواجههم، وتُحقق مشاهدة التلفزيون -على سبيل المثال- العلاج لمثل هذه المشكلات.

3 - **دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال:** وتقسم معظم دراسات الاتصال دوافع التعرض إلى فئتين، دوافع **منفعية** والتي تستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات... ودوافع **طوقسية** تُشبع رغبات الفرد في تمضية الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في المسلسلات والأفلام وبرامج المنوعات...

4 - **التوقعات من وسائل الاتصال:** تنتج التوقعات عن دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الاتصال حسب حالة الفرد الداخلية وميوله النفسية بخلق توقعات لإشباع حاجاته، والتي تليها وسائل

¹ منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص: 192.

الاتصال، وتُعدّ التوقعات خطوة هامة في عملية التعرض، وهو مفهوم جوهري يتلاءم مع مفهوم الجمهور النشط، حيث أنه إذا كان على أفراد الجمهور الاختيار فلا بد أن يكونوا على درجة من الوعي بالبدائل التي تكون أكثر إشباعاً لاحتياجاتهم، والسلوك الاتصالي لأفراد الجمهور ينشأ من هذه التوقعات والمعتقدات بشأن احتمال أن يكون لهذا السلوك إسهامه في إشباع احتياجاتهم المختلفة.

5 - **التعرض لوسائل الاتصال** : توجد علاقة ارتباط بين بحث الجمهور عن إشباع معين لحاجاته المختلفة وتعرضه لوسائل الاتصال، وتُعتبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الاتصال عن نشاطه وقدرته على اختيار المضامين التي تلي احتياجاته.

6 - **إشباع وسائل الاتصال** : يتم وفقاً لمدخل الاستخدامات والإشباعات وصف جمهور يختار من بين وسائل الاتصال ومن المضامين التي تقدمها ما يشبع حاجاته ويلبي رغباته بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشباعات، ويرى سوانسون **Swanson 1987** إمكانية ربط محتوى الرسالة بالإشباعات المحققة، فبرامج الدراما والترفيه والمنوعات يمكن أن تحقق إشباع التنفيس والتخلص من الملل...¹

المبحث الرابع: الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات

وُجّهت انتقادات كثيرة من قبل العديد من الباحثين إلى مدخل الاستخدامات والإشباعات، وتركز أغلبها في أن دراسات وبحوث هذا المدخل تتم بتقنية استعادة الماضي من قبل الجمهور الذين لا يعرفون -في الغالب- لماذا يختارون ما يشاهدونه، والأسباب التي يمكن قولها هي عبارة عن ترديد لما يسمعه أفراد الجمهور من الآخرين، وعملية المشاهدة تتم بحكم العادة وباعتبارها طقس يومي يتم دون اختيار من جانبهم لما يشاهدونه، كما أن هذا المدخل يقوم على أساس الاختيار الحر الواعي من قبل الجمهور لما يشاهدونه وهو أساس ليس دقيقاً تماماً، ويُنظر إليه باعتباره عملية تحليل للمتلقي وهو يعني التركيز على الجوانب الفردية والنفسية وتجاهل الجوانب الثقافية والاجتماعية العليا للمجتمع، كما أنه يتركز على ما يحدث الآن يغفل مبدأ التراكم في البحوث الاجتماعية، ويمكن حصر الانتقادات في ثلاث نقاط:

¹ المرجع السابق، ص: 310

- أنه شديد الفردية، فهو يأخذ في الحسبان فقط الإشباع النفسية للأفراد ليبنى عليها استخدامات وسائل الإعلام، ويتجاهل المضمون الاجتماعي لاستخدامات وسائل الإعلام، وهذا ما يجعل البحث عبارة عن مطاردة لما يحقق الإشباع للجمهور.

- عدم الاهتمام بمضمون وسائل الإعلام: والباحثون الذين يستخدمون مدخل الاستخدامات والإشباع يتوجهون لبحث ما يستخدمه الناس في وسائل الإعلام ويُغفلون المعنى الحقيقي وراء استخداماتهم

- مدخل الاستخدامات والإشباع يبدأ من رؤية مفادها أن وسائل الإعلام تؤدي وظائف دائما للجمهور وهذا يُعطي ضمنا تبريرا للطرق التي تمارس بها وسائل الإعلام عملها، وهو ما يحدّ من إمكانية التطوير في النهاية.¹

ويحصر محمد عبد الحميد الأمر في مجموعة من الإشكاليات حيث يقول في هذا الشأن: تطورت البحوث الخاصة بالاستخدامات والإشباع خلال السبعينيات وما بعدها، وبعد أن قدمت النظرية استراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدامات الجمهور وإشباعاته، ازداد إدراك الباحثين بعد ذلك لأهمية الاستخدام النشط لجمهور المتلقين باعتباره عاملا وسيطا في إحداث الأثر سواء كان كبيرا أو محدودا، وعلى الرغم من تطور أساليب البحث والاستقصاء المنهجية الموضوعية في هذا المجال إلا أن صورا من النقد وُجّهت إلى هذه النظرية وتطبيقاتها، ومن أمثلتها مايلي:

- أولا: يرى عدد من الباحثين أنها لا تزيد عن كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الاستقصاءات، وفي هذا تسطيح للأمر، خاصة وأن هناك خلافا حول تحديد المصطلحات والمفاهيم مثل مفهوم الحاجات، بالإضافة إلى أن الأمر لا يتوقف فقط على الحالة العقلية ولكن هناك أمور عديدة تعتبر متغيرات في علاقتها باستخدام وسائل الاتصال مثل المركز الاجتماعي للفرد والحالة الاقتصادية والتعليم، وربما يفيد هذا أكثر في تطوير نموذج للسلوك والإشباع مع وسائل الإعلام. ولذلك فالأمر يحتاج إلى وضع الفئات الاجتماعية بجانب الدوافع والحاجات في الاعتبار.

¹ أمين سعيد عبد الغني: وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، ط1، إيتراك للنشر والتوزيع: القاهرة، 2010، ص: 256-257.

- **ثانيا:** الإشكالية الثانية التي يركز عليها **دينيس ماكويل** أن نتائج هذه البحوث ربما تُتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط، خصوصا عندما يرى البعض أنه يلبي حاجات أعضاء المتلقين في مجالات التسلية والترفيه والهروب...

- **ثالثا:** الإشكالية الثالثة في تطبيق هذه النظرية التي يراها **بلومر Blumer** هي عدم التحديد الواضح لمفهوم النشاط الذي تصف به جمهور المتلقين في علاقته بالاستخدام والإشباع، فهناك عديد من المعاني التي تُشرح هذا المفهوم منها المنفعة، فوسائل الإعلام لها استخدامات محددة للجمهور، والأفراد يضعون هذه الوسائل في إطار هذه الاستخدامات، وهذا يعني أن وسائل الإعلام هي التي تحدد وظائفها ثم يحدد الفرد استخدامه لأي من هذه الوظائف.

- **رابعا:** ومن جانب آخر فإن تطبيق هذه النظرية يطرح تساؤلا حول قياس الاستخدام، فهل يكفي الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض إلى وسائل الإعلام أو محتواها في قياس كثافة التعرض أو الاستخدام، وهل يُشير ذلك وحده إلى الاستغراق في المحتوى والإحساس بالرضا طوال فترة التعرض، وهل تشير كثافة التعرض أو الاستخدام إلى قوة الدافع وضغط الحاجات على الفرد المتلقي، مما يتطلب عزلا كاملا لكافة العوامل المؤثرة على كثافة العرض عند بحث العلاقة بين التعرض وتلبية الحاجات، والفصل تماما بين تأثيرات الحاجات باعتبارها قوة دافعة والتعرض لأسباب أخرى غير تأثير الحاجات، ومن هذه الأسباب ما هو مرتبط بتأثير العادة أو وجود فراغ كبير، أو التأثيرات البيئية، مثل تأثير نظام التعليم على توفير الوقت للتعرض من عدمه، أو تأثير وسائل الإعلام ذاتها... وغيرها من العوامل التي تؤثر على كثافة العرض سلبا أو إيجابا، بجانب تأثير الدوافع وضغط الحاجة الفردية.

وأخيرا فإن تطور هذه النظرية وتطبيقاتها يحتاج بداية إلى الاتفاق على المصطلحات والمفاهيم وتوظيفها، والربط بين النماذج المختلفة للإشباع في علاقتها بالمعاني المستقاة من المحتوى الذي يتعرض له الفرد، بجانب الانتقال من الاهتمام والتركيز على الفرد إلى علاقته في الاستخدام بالنظم الاجتماعية الأكبر.¹

¹ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 226-228..

-الرد على أهم الانتقادات الموجهة إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات

على الرغم من الانتقادات التي يتعرض لها مدخل الاستخدامات والإشباعات إلا أنه يمثل مرحلة بحثية متطورة لفهم العلاقة بين المرسل والجمهور في إطار اجتماعي، بالإضافة إلى اسهامات المدخل في تحديد العوامل التي تؤثر في اختلاف السلوك الاتصالي للجمهور، وتحديد الباحثين لقائمة كبيرة من دوافع مشاهدة الجمهور للمادة الإعلامية تختلف وفقا لخصوصية كل مجتمع وظروفه المختلفة. كما أن مدخل الاستخدامات والإشباعات له أهمية واضحة في دراسة جمهور الفضائيات والانترنت، حيث تتيح هذه الأنظمة فرص مشاهدة أوسع وبالتالي تحفز على ايجابية الانتقاء للمضامين الإعلامية المختلفة. ويعتبر هذا المدخل جزءا من السعي المستمر لتطوير بحوث الإعلام بعيدا عن نماذج الاتصال البسيطة ذات التأثير المباشر، نحو محاولات أكثر تقدما لفهم العلاقة بين القارئ بالاتصال والجمهور ووصفها في إطار اجتماعي أوسع.

- إن مدخل الاستخدامات والإشباعات ليس مدخلا وظيفيا تطبيقيا، وإن مصادر التعبير قائمة سواء في سلوك الجمهور نحو الوسيلة أو في المضامين التي تقدمها الوسيلة ذاتها، فالتناقض بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور والإشباعات التي تتحقق بالفعل من التعرض لوسيلة ما، يمكن أن يؤدي إلى تغيير في اختيارات الجمهور لوسائله المفضلة. لم يلتزم الباحثون ممن استعانوا بمدخل الاستخدامات والإشباعات بمنهج فردي، حيث أن العبارات الخاصة بوظائف الوسائل مع المستوى الفردي يمكن أن توجد عبارات موازية على المستوى الجمعي أو المجتمع ككل.

والخلاصة أن مدخل الاستخدامات والإشباعات يهتم بتفسير الاستهلاك الإعلامي انطلاقا من احتياجات الحياة اليومية التي يسعى الاستخدام الفردي لوسائل الإعلام لإشباعها، كما يضع المدخل المتلقي في موقع المسؤولية عن المضامين التي يختارها.¹

¹ عاطف عدلي العبد، ندى عاطف العبد: نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، مرجع سابق، ص: 316-318

الفصل الثالث: المرأة العربية والإعلام

المبحث الأول: صورة المرأة في الإعلام العربي

المبحث الثاني: المرأة الإعلامية في الفضاءات الدينية الإسلامية

المبحث الثالث: المرأة في الخطاب الإسلامي المعاصر

الفصل الثالث: المرأة العربية والإعلام

سنحاول من خلال هذا الفصل الحديث عن المرأة العربية والإعلام من خلال التطرق لمجموعة من الأمور أهمها: الحديث عن صورة المرأة في الإعلام العربي وأثره عليها، ثم التطرق للمرأة الإعلامية في الفضائيات الإسلامية، وأخيرا المرأة في الخطاب الإسلامي المعاصر.

ويمكن القول أن المرأة سَطَّرت في العصور القديمة والحديثة وخاصة في المجتمعات الإسلامية أسطرا من نور في جميع المجالات، حيث كانت ملكة وقاضية وشاعرة وفنانة وأديبة وفقية، ومحاربة وراوية للأحاديث النبوية الشريفة. وإلى الآن مازالت المرأة تكذب وتكدر وتساهم بكل طاقاتها في رعاية بيتها وأفراد أسرتها، فهي الأم التي تقع على عاتقها مسؤولية تربية الأجيال، وهي الزوجة التي تدير البيت وتوجه اقتصادياته، وهي بنت أو أخت أو زوجة، وهذا ما يجعل الدور الذي تقوم به المرأة في بناء المجتمع دورا لا يمكن إغفاله أو التقليل من خطورته، ولكن قدرة المرأة على القيام بهذا الدور تتوقف على نوعية نظرة المجتمع إليها والاعتراف بقيمتها ودورها.¹

ويرتكز الإعلام في أدائه لرسائله تجاه المرأة على ركيزة أساسية قوامها أن المرأة تمثل قطاعا بشريا له دوره المؤثر في المجتمع وفي عملية التنمية، فهي محور الأسرة وصانعة الأجيال، وعنصر مؤثر في قطاعين بشريين رئيسيين هما: الأطفال والشباب، وبالتالي فإن الاهتمام بالمرأة هو اهتمام بالمجتمع بأسره، وهو اهتمام بالعناصر الفاعلة في عملية التنمية في الحاضر والمستقبل.²

ويساهم الإعلام بأشكاله المتعددة المقروء والمسموع والمرئي بأدوار كبيرة في تشكيل الوعي داخل المجتمعات، فالإعلام يرسخ العادات والتقاليد والقيم في المجتمعات، كما أنه إن أحسن توظيفه له القدرة على إحداث عمليات التغيير الاجتماعي، ومن ثم الدفع بالمجتمع نحو الأفضل، من خلال خلق رؤى جديدة، فالخطاب

¹ زينب منصور حبيب: الإعلام وقضايا المرأة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص: 34-35.

² منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي: الإعلام والمجتمع، ط2، الدار المصرية اللبنانية، 2006، ص: 226.

الإعلامي وبما أننا في عصر الصورة له من القدرات ما يسمح له بإعادة تشكيل المجتمع، أي له قدرة المساهمة بإيجابية في تشكيل الرأي العام تجاه قضايا المرأة العربية.¹

إن أغلب السياسات المعنية في البلدان العربية عن المرأة هي سياسات مساندة لقضاياها، وتشير في محتواها بأنها ضد التمييز والعنف الموجه ضد المرأة، وكلها تنادي بالمساواة السياسية والاقتصادية والاجتماعية بين الرجل والمرأة، لكن واقع الحال هو غير ذلك.²

المبحث الأول: صورة المرأة في الإعلام العربي وأثره عليها

إذا كان الإعلام يلعب دوراً هاماً في تشكيل وعي أفراد المجتمع بصفة عامة، فهو يسعى أيضاً لتبني صور بعينها عن الرجل والمرأة في أذهان أعضاء المجتمع... ولا جدال في أن مسيرة الإعلام في النصف الثاني من القرن العشرين قد أحدثت صورة مشوهة للمرأة العربية، هذه الصورة إما امرأة تقليدية تابعة للرجل عاجزة عن اتخاذ القرار، أو امرأة عصرية متحررة أخلاقياً، أو امرأة أنثى لا هم لها سوى الاهتمام بمظهرها الخارجي وأناقتها وجمالها. وأصبحت المرأة في كافة وسائل الإعلام مادة دسمة لشدة انتباه الجمهور، وحصر أدوارها في البرامج الفنية والترفيهية السطحية وإبعادها عن المشاركة في قضاياها الجوهرية وقضايا المجتمع التنموية.

ويمكن القول أن المرأة العربية قد ساهمت بشكل كبير في هذه الصورة المشوهة، إما بسليبتها واستسلامها لكل ماتقدمه وسائل الإعلام عنها، وإما باستعدادها هذه الصورة واعتبارها أمراً واقعاً لا يمكن تغييره، ولقد أسهم الرجل أيضاً في هذه الصورة لتكريس تبعية المرأة هذا من ناحية، واستغلالها كأنثى أو كجسد لتحقيق مكاسب محددة.³

وذكر تقرير صادر عن مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث (كوثر) أن وسائل الإعلام في الوطن العربي لا تلي سوى 33 بالمئة من حاجيات المرأة، وتفتقر في معظمها إلى استراتيجية واضحة في التعامل مع قضايا المرأة. وجاء في التقرير الذي أعد بالتعاون مع صندوق الأمم المتحدة الإنمائي للمرأة تحت عنوان: "المرأة

¹ بلقاسم بن روان: المرأة العربية والفضاء الاتصالي: أي حضور وأية صورة، مجلة المعيار، العدد 16، 2008، ص: 228.

² المصدر السابق، ص: 228.

³ محمد علي البدوي: دراسات سوسيو إعلامية، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006، ص: 115، 116.

العربية والإعلام...دراسة تحليلية للبحوث الصادرة بين 1995-2005" أن نحو 80 بالمئة مما يقدم للمرأة في وسائل الإعلام العربية هو صورة سلبية تقليدية.¹

إن معظم الصور التي تقدمها الفضائيات العربية للمرأة تفتقر إلى معالجة الواقع الحقيقي للمرأة في المجتمع، الواقع الحي الذي تواجهه يوميا، فمعظم هذه الصور تقدم المرأة بلا طموحات ولا وجهة نظر في القضايا العامة، وأكثر من ذلك تقدمها بلا طموحات شخصية تتجاوز جدران المنزل، والمفارقة التي نجدها في هذا الإطار هي حتى النساء العاملات يلمن فقط في المنزل، ولا نجد لهن طموحا خارج المنازل أو في إطار العمل، وتصور المرأة العاملة التي تملك طموحات مشروعة خارج المنزل بأنها مجردة من مشاعر الأمومة، ومعتدية على العادات والتقاليد، وهي تخوض الصراع مع المجتمع الذي لا بد أن ينتهي بإقرارها بالخطأ الذي ارتكبته وبالتالي عودتها إلى المنزل من جديد.²

وهناك ثلاثة أصناف للمعالجة الإعلامية لقضايا المرأة:

- صنف متجاهل لقضايا المرأة ولا يتعرض لخصوصياتها وقضاياها ومشاكلها إلا في المناسبات (الثامن مارس من كل سنة)
- صنف يتعامل معها كسلعة (متأثر بالنموذج الغربي ومقلد له) فيركز على أناقتها ولباسها وأسلوبها في الحياة.
- صنف أكثر جرأة يتعرض لقضايا المرأة وللمشاكل التي تواجهها في حياتها الأسرية والاجتماعية والمهنية، ولكن يبقى طرحه محكوما بنفس التصورات المجتمعية عن المرأة، ومعالجته لا تعتمد التحليل والتفسير، مركزا على الجوانب الخبرية دون الغوص في الأسباب.³

¹ الإعلام النسوي وقضايا المرأة [laha on line.com](http://laha.on line.com) ت.ن: 2007/01/20، ت. الاطلاع 2017/09/07.

² زينب منصور حبيب: المرجع السابق، ص: 139.

³ بلقاسم بن روان مرجع سابق، ص: 229.

1. المرأة ووسائل الإعلام الجزائرية

بين تقرير حول صورة المرأة في وسائل الإعلام المرئية بالجزائر، أن هناك إقصاء لها مقارنة مع الرجل، إذ لا تظهر كثيرا كمصدر معلومات، والمواضيع التي تخصصها ليست بالكثيرة، كما أن عدد النساء الصحفيات أقل من عدد الصحفيين الرجال. وأشار هذا التقرير الذي أنجزته منظمة "مينا ميديا مينوتورينغ" بشراكة مع الرابطة الجزائرية لحقوق الإنسان، والذي ركز على محتوى عدد من القنوات العمومية والخاصة بالجزائر، أن نسبة النساء في الإعلام الجزائري لا تتجاوز 29 في المئة، كما أنه بين كل خمسة أشخاص لا تتم محادثة إلا امرأة واحدة، وهو معدل يقل أكثر عند محطات الراديو. وتحدث التقرير أن النساء غالبا ما يتم حصرهن في مواضيع تقليدية من قبيل الصحة والتربية والأسرة والطبخ، كما أنه نادرا ما يُعهد لهن بتنشيط البرامج الحوارية الإخبارية، بينما يُعهد لهن بتنشيط البرامج الترفيهية.¹

ويمكن أن نحصر أهم ملامح وسمات صورة المرأة في وسائل الإعلام في الآتي:

- ✓ تدور أغلب المضامين الموجهة للمرأة المقدمة في الإعلام العربي حول الاهتمامات التقليدية للمرأة العربية كزوجة وأم وربة بيت، أي لا تتجاوز أمور الطهي والمطبخ والأزياء، والتجميل والموضة، ثم رعاية الأطفال والزوج. وتشير البحوث إلى أن 80 بالمئة من موضوعات برامج المرأة في التلفزيون تناول الطهي والحياكة والموضة وتربية الأطفال وفن الديكور.
- ✓ تتفق وسائل الإعلام العربية في التركيز على تلك الأدوار التقليدية للمرأة، دون تناول الأدوار الأخرى لها في مواقع العمل والإنتاج، والمشاركة الاجتماعية والثقافية والسياسية والأعمال الإبداعية إلا اهتماما هامشيا.
- ✓ تولى وسائل الإعلام العربية اهتماما مبالغا فيه ببعض المهن النسائية على حساب المهن الأخرى، مثل اهتمامها بالفنانات والرياضيات وسيدات الأعمال، ونساء السلك الدبلوماسي على حساب المعلمات والطبيبات والعالمات...

¹ حضور محتشم للمرأة في وسائل الإعلام الجزائرية: <http://jawahir.echoroukonline.com> ت.ن 01/09/2015، ت.الإطلاع 07/09/2017.

✓ تشير الدراسات إلى أن الإعلام العربي يقدم المرأة على أنها مخلوق ناقص يفتقد القدرة على التفكير العقلاني، في مقابل التأكيد على أنها مخلوق عاطفي حساس هش، وأنها تتوقع دائما العون والمساندة والقيادة من جانب الرجل، بالإضافة إلى تصويرها على أنها أداة للجذب والامتاع الجنسي، وخصوصا في الإعلانات التي تبالغ في استخدام المرأة كرمز للجنس حتى وإن لم يكن لها علاقة بالسلع المعلن عنها.¹

وعند تقييم أسلوب المعالجة الصحفية والمعالجة الإعلامية في البرامج الإذاعية والتلفزيونية التي تناولت قضايا المرأة، نجد أن هذه المعالجة لا تتطرق لمشكلات الحياة اليومية التي تنعكس على المرأة والأسرة، مثل ارتفاع الأسعار وغلاء المعيشة، أزمة السكن وضيقه، ارتفاع مصاريف التمدرس للأطفال... مشكلات العلاج والتأمين الصحي والرعاية الصحية للأم والطفل، ارتفاع أسعار الدواء، تأخر سن الزواج الذي يصيب المرأة بالإحباط.²

2. العوامل التي تؤثر في تشكيل هذه الصورة:

نحاول من خلال هذا العنصر الحديث عن أهم الأسباب التي أدت إلى انتشار هذه الصورة السلبية للمرأة في وسائل الإعلام العربية وهي:

✓ لا توجد سياسة إعلامية واضحة، فالسياسة الإعلامية العربية لاتنبع في معظم الأحيان من أولويات الواقع المحلي، بل تفرضها أولويات الأجندة الدولية في تأثيرها على الداخل الرسمي. ويرتبط بهذا السبب ما طرحه البعض وهو أن عدم وضوح السياسة الإعلامية ينبع من عدم وضوح الهدف الذي تسعى هذه السياسة الإعلامية إلى تحقيقه من خلال الرسالة الإعلامية، فلا توجد رؤية عامة تتعلق بشكل المجتمع المستهدف تحقيقه، وبالتالي لا توجد رؤية فيما يتعلق بموقع المرأة داخل هذا المجتمع.

¹ عبد الله بوجلال: صورة المرأة في الإعلام العربي ع: 19، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، ص: 318-320.

² بلقاسم بن روان مرجع سابق، ص: 234-235.

✓ العولمة وتحدياتها في جانبها السلبي وفشل سياساتنا الإعلامية في التصدي لهذه التحديات، مما أدى بأجهزة الإعلام العربية إلى أن تصبح مروجاً رئيسياً لأيديولوجية السوق الاستهلاكية والتي يعتبر أحد أهم مظاهرها استغلال المرأة كأداة للجذب الجنسي في الإعلانات والكليبات من أجل الترويج للسلع الاستهلاكية.

✓ الخضوع لسياسات التسويق في محيطنا العربي والتي تفرض موضوعات معينة على الدراما تكون في معظم الأحيان غير خادمة لقضايا المرأة وحقوقها.

✓ الموروث الثقافي والاجتماعي الذي يجعل ثقافة التمييز ضد المرأة واقعا مجتمعيا ينعكس بالضرورة في الرسالة الإعلامية حيث الإعلام هو المرأة التي تعكس صورة المجتمع.

✓ الإعلام جاهل بالمتلقي ويفترض مسبقاً ودون سند موضوعي أن الجمهور يرغب في أن يرى المرأة في هذه الصورة السلبية المشوهة التي يعرضها الإعلام.

✓ تعرض أجهزة الإعلام نماذج من خطاب ديني غاية في المحافظة جنباً إلى جنب مع بعض البرامج أو الدراما التي تنقل رسالة معتدلة بخصوص المرأة، وفي ذات الوقت تفتح الباب أمام إعلانات وكليبات تصور المرأة كسلعة.

✓ غياب الاتفاق بين الإعلاميين أنفسهم حول الصورة الذهنية الإيجابية للمرأة التي يجب على الإعلام خلقها لدى أبناء المجتمع رجالاً ونساء.¹

وعلى الرغم من التحسن الطفيف جدا الذي جرى على تغطية قضايا المرأة في الفضائيات العربية، إلا أن الصورة النمطية للمرأة في الثقافة العربية فرضت نموذجها على التغطيات الفضائية وعلى البرامج التي تقدم، فباستثناء عدد محدود جدا من البرامج التي تتعرض للمرأة من مواقع مناقشة قضاياها السياسية والاجتماعية والثقافية، فإن صورة المرأة لم يجر عليها تغيير يذكر في وسائل الإعلام العربية، صورة تُحاكي الثقافة الشعبية عن المرأة كما يريد الرجل أن تكون، كائنا خارج الفعل والتأثير في القضايا الحاسمة.²

¹ المرأة والإعلام: أعمال ورشة العمل التي عقدت بالقاهرة ط1، منظمة المرأة العربية 2006، ص: 56، 57.

² زينب منصور: المرجع السابق، ص، 138.

وقد خلصت البحوث العربية في معظمها إلى أن صورة المرأة في وسائل الإعلام هي صورة نمطية قائمة، في حين خلص عدد قليل منها إلى أنها صورة إيجابية أو صورة في منزلة بين المنزلتين في معنى أنها ترد فيها أحيانا سلبية وأحيانا إيجابية. كما يمكن الجزم أن البحوث العربية لم تدرس صورة المرأة في وسائل الإعلام، بل في جزء منها، لذلك تكون الصورة التي خلصت إليها صورة مجزوءة، ولم تحدد البحوث إن كان المقصود بالصورة هو ما تحمله المضامين أم ما يراه الباحث أم ما يراه المتلقي.¹

3. الآثار السلبية للإعلام على المرأة العربية

عندما أخفق الغرب عبر حملاته العسكرية في سلب المسلمين هويتهم، بادر زعماءه بالاتجاه نحو محاولة تذيب الشخصية الإسلامية في نظيرتها الغربية، واقتفاء آثارها طواعية، وهو ما يعرف بالتغريب، وكانت المرأة بما لها من دور محوري في صناعة النهضة، كان لابد أن يتوجه إليها أرباب التغريب لتذويب هويتها، وجعلها تدخل جحر الضب وراء المرأة الغربية، إذ أن تفرغ حياة المرأة المسلمة من محتواها الديني والقيمي والثقافي هو جزء أساسي من مخطط التغريب الشامل في تلك الحملة الشرسة. وقد نجحوا إلى حد بعيد في تغريب المرأة المسلمة، وبرز ذلك في السعي المحموم لاقتفاء آثار المرأة الغربية واستيراد نمط حياتها، وهو ما تمثل في التبرج والسفور، واتباع الموضة الغربية في اللباس والزينة، واستيراد العادات الاجتماعية. فالإعلام ليس مجرد وسيلة تنقل للناس الأخبار، وليس محض وسيلة ترفيهية، إنما هو آلة ضخمة تشكل الذهنية، وتصيب الشخصية، وتوجه الثقافة، وتروج للأفكار والمناهج، وتسهم بصورة أساس في خلق الرأي العام، مما كان له أكبر الأثر في تغريب المرأة المسلمة.²

لقد غربت بعض القنوات كثيراً من النساء، فصار من المناظر المألوفة: مشاهدة الفتاة وقد أصبحت غريبة من قمة رأسها إلى أخمص قدميها، والمنهج الغربي يطغى على جميع تصرفاتها، وأسلوب حياتها، وتعاملها مع الآخرين.

لقد مارست هذه القنوات العربية اللسان، الغربية الهوى - ولا زالت تمارس - هوائتها في تمرير المشروع التغريبي على الأمة، فهي تزين للمرأة المسلمة النمط الغربي فكراً وسلوكاً فالسفور حرية شخصية،

³ مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث -كوثر- ط1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع 2008، ص: 153.

² الإعلام وتغريب المرأة المسلمة، www.laha.online.com

و التبرج والعري جمال وأناقة، واللقاءات المحرمة علاقات شريفة، والخلوات الشيطانية حب بريء، وطريق للزواج الناجح، ورفض قوامة الزوج، وولاية الولي مطالبة بالحقوق المسلوبة، والخلاعة تطور وتحضر، وقرار المرأة في البيت تخلف ورجعية.¹

لهذا وغيره يمكن أن تجد المرأة المخرج والبديل في البرامج والتقنوات الهادفة والتي تنقذها من أنياب الحضارة الزائفة التي تجرّها نحو الانحدار في مستنقع الرداءة والتقليد الأعمى بداعي التقدم والتطور.

ومن أجل إبراز المرأة العربية بالصورة اللائقة في وسائل الإعلام، لابد من الآتي:

1. تحديد الأهداف الواجب العمل عليها بما يدعم قضية المرأة العربية.
2. تحديد طبيعة الصورة التي يجب أن تعكسها وسائل الإعلام العربية عن المرأة العربية.
3. تحديد الأجندة التي ينبغي العمل عليها من قبل وسائل الإعلام العربية لدعم تطلعات المرأة العربية.
4. رسم تفصيلي للآليات الواجب اعتمادها من وسائل الإعلام العربية لدعم قضايا المرأة.
5. أن تتم وقفات فنية تقييمية للإنجازات والإخفاقات فيما يتعلق بدعم قضايا المرأة العربية.²

إن الصورة السلبية التي قدمت وتقدم بها المرأة العربية في وسائل الإعلام الجماهيري في المنطقة العربية والمبادرات

الواجب إطلاقها للتخفيف من حدة السلبية في تلك الصورة وتقدم المرأة العربية بالشكل الذي يليق بها في وسائل الإعلام لن يتحقق بين عشية وضحاها، مثلما أنه لن يتحقق نتيجة لجهد فردي تقوم به جهة بعينها، بل هو عملية تثقيفية وتوعوية وتربوية متكاملة تشارك بها جميع قطاعات المجتمع، وتعمل على تعزيز الوعي السليم بدور المرأة ومركزيتها في البناء والتطور كمرحلة أولى تمهد لتحول هذا الوعي الجمعي إلى مضامين إعلامية هادفة، تنصف النساء في الوطن العربي وتمنحهن المكانة المرموقة التي يستحقونها.³

²فهد بن عبد العزيز الشويخ: أثر القنوات الفضائية في تغريب المرأة، midad.com، ت.ن: 2007/11/08، ت.الاطلاع: 2017/08/23.

² المرأة والإعلام، مرجع سابق، ص: 36.

³ زينب منصور: المرجع السابق، ص، 212.

المبحث الثاني: المرأة الإعلامية في الفضاءات الدينية الإسلامية.

نحاول من خلال هذا المبحث استعراض بعض الصور والمواقف حول حضور المرأة كإعلامية في القنوات الدينية الإسلامية:

1- إن بعض الفضائيات الدينية اتخذت موقفا مغايرا لظهور المرأة على شاشاتها، ولعل قناة اقرأ وقناة الرسالة تعدان القناتين الإسلاميتين الأكثر إظهارا للنساء في برامجهما. وحول تجربة قناة اقرأ في إظهار المرأة إعلاميا يقول د. نبيل حماد رئيس قناة اقرأ سابقا: " في قناة اقرأ بادرننا بمبادرات كثيرة لإظهار المرأة في القناة خالفنا فيها الكثير من الاتجاهات الإعلامية في العالم العربي، وكنا بين اتجاهين اثنين في هذه القضية: الأول الإسلاميين الذين يمنعون المرأة من الظهور، والثاني الترفيهيين الذين يتدلون المرأة ويجعلونها سلعة رخيصة. ويضيف الحماد في تجربة إظهار المرأة في الشاشة إعلاميا: "أقمنا أول برنامج للمرأة وهو (مجلة المرأة) منذ 7 سنوات في أكثر مكاتبنا في القاهرة وجدة ومكة وغيرها، وتقدمه المذيعات (دعاء عامر)، وهو برنامج يحترم فكر المرأة ويتناول اهتمامات المرأة، كما كانت لنا تجربة فريدة في اقرأ وهي برنامج (فتاوى المرأة) وتقدمه امرأة، وقدمنا مذيوعات سعوديات لأول مرة". وعند سؤاله عن الأخطاء التي صاحبت ظهور المرأة على قناة اقرأ قال نبيل الحماد: "لا ننكر أننا وقعنا في محاذير وتناقشنا في ذلك من حيث التركيز على وجه المرأة من بعض الفنيين بتقريب الكاميرات من وجه المذيعات. إلا أننا بسبب الإضاءة القوية في الإستديو والتي تظهر عيوب الوجه نطلب من المذيعات وضع قليل من المساحيق على الوجه وكذلك المذيعين من الرجال من أجل إخفاء تلك العيوب.¹

فالأستاذ نبيل الحماد يقر بأن قناة اقرأ تتبع مبدأ أن الغاية تبرر الوسيلة، والتي هي هنا لا تتوافق مع الحكم الفقهي الذي ينص على عدم جواز التبرج.²

علي محمد العمري: واقع الفضائيات الإسلامية في العالم *international journal of westAsianStudies* 2011 ص: 109-111.

¹العربي

² المرجع السابق ص 110.

أما فيما يتعلق بقناة الرسالة ودورها في الترويج لظهور المرأة في القنوات الإسلامية يؤصل الدكتور طارق السويدان مدير عام قناة الرسالة للمسألة فيقول: "لا بد أن نقر أمرين مهمين: الأول: إنه لا يمكن لقناة تلفزيونية أن تستغني عن المرأة تماما، إلا إذا استغنت عن نصف المجتمع. فالمرأة جزء من الحياة البشرية، والأمر الثاني: أننا إذا أردنا أن ندخل معترك الإعلام وأن نقيم لنا إعلاما ملتزما ينافس إعلام الآخرين، بل يتفوق عليهم، فلا بد أن نتبنى في فقها الإسلامي أصلا أساسيا أراه ضروريا وهو التيسير، لا بد أن نتبنى التيسير لا التعسير، والتبشير لا التنفير، وبعض الأخوة ينكرون هذا ويقولون: نحن مع الدليل، سواء جاء باليسر أو بالعسر،

وأرى أن الإعلام خاصة أحوج ما يكون إلى فقه التيسير، فإذا كان هناك من ي شدد ويقول: الوجه عورة، فعلى الفقه الإعلامي أن يأخذ بقول من يقول: الوجه ليس بعورة. وإذا كان هناك من يحرم التصوير، فلا بد لنا من ترجيح القول بجواز التصوير الفوتوغرافي والتلفزيوني وغيرها. وإذا كان هناك من يحرم الغناء بآلة أو بغير آلة، وهناك من يجيزه بشروط فلا بد لنا أن نرجح جوازه بشروط وهكذا. الأصل الثاني: هو (التدرج) والتدرج سنة كونية، وسنة شرعية، ولا يمكن أن نجد إعلاما إسلاميا يحقق الأهداف ويشبع طموحات المؤمنين، بغير أن تعد له القوة وتهب له الأسباب، ومنها الطاقات أو الكوادر البشرية الفنية المتخصصة والمدربين، وهذا يحتاج إلى زمن طويل، وإلى أعداد كبيرة من البشر، وإلى أموال غزيرة تجند لتهيئتهم للقيام برسالتهم المتنوعة والمتعددة. بناء على تقرير هذين الأصلين، التيسير والتدرج لا أرى مانعا من استخدام المرأة غير المحجبة في غير تقديم البرامج؛ لأن مقدمة البرامج موظفة أساسية في القناة أما الأمور الأخرى فلا مانع منها، إذا لم تكن متبرجة ولا مبتذلة، ولكنها تلتزم بالحشمة المعقولة".¹

فالدكتور طارق السويدان يرى أن مشاركة المرأة في القنوات الدينية تعد ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها، ولكنه يفصل بعد ذلك في نوعية المشاركة، فالمرأة المحجبة تشارك في تقديم البرامج، أما غير المحجبة فتكون مشاركتها في الجوانب الفنية فقط بحيث لا تظهر في شاشة المشاهدين. والحاصل أن مشاركة المرأة في القنوات الدينية إذا كانت مدروسة فلا شك أنها ستحدث أثرا إيجابيا فلن يتمكن المقدم الرجل. مهما بلغت مهنيته الإعلامية. من أن يحل محل المقدمة المرأة في البرامج النسائية، فهي الأقدر في الوصول إلى بنات جنسها.

¹ المرجع نفسه، ص 111.

ولكن لا ينبغي أن تكون مشاركة المرأة فقط من أجل إظهارها على الشاشة، فإن هذا ابتذال وامتهان لها. هذا إلى وجوب التزامها بالضوابط الشرعية التي ذكرناها سابقاً.¹

2- نشرت جريدة " عكاظ" مقالا تحت عنوان: المرأة الداعية في الفضائيات الإسلامية.. بين الحاجة والتف، استعرض فيه صاحبه جملة من الآراء حول الأمر نورد هنا بعضها كالاتي:

- يرى الدكتور علي الجهني المشرف السابق على قناة الخليجية الفضائية أن مساهمة المرأة الإعلامية في القنوات الهادفة مطلوبة، فلا بد أن تكون جنبا إلى جنب في المساهمة بطريقة فاعلة مع الرجل ولكن بضوابطها الشرعية، ويتابع: "من النساء من تساهم مساهمة فعالة عبر القنوات الإسلامية فيما يهم المجتمع والأسرة" ويضيف "نحن نحتاج إلى امرأة متفتحة ذات مواهب، ولكن منهن من تتسم بالحياء في عرض نتاجها الأدبي والعلمي، فأنا من المؤيدين لظهور المرأة بضوابط الشرع، ففي قناة الخليجية برامج تهم المرأة وتقدمها نساء لا يظهرن بل يقدمن البرنامج صوتيا، فمن المعلوم أن صوت المرأة ليس بعورة، وهناك تفاعل ملموس من النساء في هذا البرنامج، وقد وصلنا إلى إرضاء الجميع بحيث استطعنا أن ندخل المرأة في الفضائيات".²

- أما الأكاديمية لنا حمصي مقدمة برنامج همسات على قناة الرسالة، أشارت إلى أن الفكرة النمطية السائدة بكون المرأة لاتصلح للإعلام سببها أنه لايجوز للرجل النظر إليها، ونحن نقع في كثير من العوائق التي تواجهنا من مثل كون بعض المصورين يصورون لقطات الأفضل أن لاتصور. وعن الضوابط الشرعية في ظهورها تؤكد لنا: على المرأة الداعية أن لا تخرج إلى الإعلام إلا بكامل لباسها المتدين المنضبط والمحتشم، بحيث لا يكون هنالك زينة، وعدم التميع في الكلام والانضباط الكامل أثناء الحديث والالتزام، وأضافت الحمصي: أنا أعتقد أن للمرأة الداعية مهمة كبيرة عندما تدخل الإعلام، أنا لا أنادي ولا أطلب من كل الداعيات أن يدخلن مجال الإعلام، فالدعوة في المسجد لها أهميتها والدعوة في الإعلام لها أهميتها، وهناك من تصلح للدعوة في المسجد ولا تصلح للدعوة في الإعلام. وردت على القائلين إنه لا ضرورة لظهور المرأة لأن في الرجال من يسد تلك الثغرة بالقول:

¹ المرجع السابق ص 111.

² المرجع نفسه ص 111.

"الضرورة أن تكون المرأة الداعية قدوة، اليوم قدوة بناتنا هن الممثلات والمغنيات.. لم لا نرى بناتنا على القنوات الفضائية نموذجاً للمرأة المتدينة الملتزمة العاملة المثقفة التي تدافع عن دينها، وتبرز المرأة في الإسلام مكرمة، وأن لها دورها المجتمعي وليس فقط دورها الأسري"¹

من خلال هذا العرض يبدو لنا أن الأغلبية من الباحثين والممارسين لا يعارضون دخول المرأة ميدان العمل الإعلامي الإسلامي، والأمر الأساسي الذي اتفقت جميع الآراء حوله هو ضرورة الالتزام والانضباط أي العمل وفق ضوابط معينة لا تتنافى والدين الإسلامي.

¹ المرأة الداعية في الفضائيات الإسلامية.. بين الحاجة والترف، جريدة عكاظ، 2008/12/31، ت.الاطلاع: 2017/08/23.

المبحث الثالث: المرأة في الخطاب الإسلامي المعاصر

1. المرأة المضمون:

حاولنا من خلال هذا المبحث إدراج مجموعة من الآراء لأساتذة وباحثين ودارسين في نظرتهم لطبيعة حضور المرأة في الخطاب الإسلامي المعاصر كمضمون أو كجمهور مهتم بهذا الخطاب، وذلك من خلال استعراض أهم النقاط.

✓ - تميز الباحثة أم كلثوم بن يحيى بين نوعين من الخطاب الإسلامي حول المرأة، خطاب داخلي موجه للمسلمين في البلاد العربية والإسلامية، وخطاب خارجي موجه للغرب¹.

أ- الخطاب الداخلي:

يتميز بالآتي:

1 - الأسلوب النمطي

ويقصد به طريقة تناول موضوع المرأة في الخطاب الإسلامي والتي في كثير من الأحيان لا تخرج عن الأبيديت الأدبية التي سار عليها الدعاة من بداية القرن العشرين، والتي يستهل فيها الكاتب خطابه بالحديث عن واقع المرأة في قبل الإسلام في الحضارات القديمة وعند عرب الجاهلية، ثم يفصل في مسألة تحرير المرأة في الإسلام، ثم يتوقف بإسهاب عند واقع المرأة في أوروبا ما قبل عصر النهضة، ثم المرأة في أوروبا المعاصرة وما جنته عليها المواثيق الدولية من انحلال وضياع، ليختم بتحذير شديد اللهجة للمرأة المسلمة من أن تنجرف نحو التيار العلماني التغريبي، وليخلص إلى أهم التوصيات في خطابه بضرورة وعي المرأة بمسئوليتها تجاه المجتمع.

إننا عندما وصفناه بالنمطي لا نقصد التقليل من شأنه ولا من أهدافه ولا من صحة ما ذهب إليه، لكنه خطاب يراوح مكانه لا جديد فيه، خطاب يتحدث عن الواجب أكثر من تحدته عن الحق، خطاب لا

¹ أم كلثوم بن يحيى: المرأة في الخطاب الإسلامي المعاصر، نقد الأسلوب الدفاعي، مركز الوفاق الإنمائي للدراسات والبحوث والتدريب،

يستشرف المستقبل ولا يصنعه، ولا يلامس جوهر المرأة المعاصرة ولا يسهم في صقله وتشكيله الشكل الإسلامي المعاصر الذي يمنحها قوة الشخصية والقدرة على الاستمرارية معتزة بهويتها المحمدية وسط العولمة الفكرية التي يروج لها المنتصر سياسة وقوة وفكرا.

-أسلوب الممانعة

وهو أسلوب يعتمد على الشحن العاطفي أكثر من اعتماده على التنظير الفقهي الذي يوظف فقه الواقع، ويساعده في ذلك البيئة المجتمعية الميَّالة إلى الجمود الديني والثقافي، والمخاطة بالقهر حيال المجتمع الخارجي حينما والتخلف والبطالة حينما، المقيدة بالعرف أحيانا كثيرة.

كما أنه أسلوب يصنف المرأة كعامل رئيس في تخلف المسلمين والانحطاط الأخلاقي ويحتزل عودة المسلمين لدينهم في عودة المرأة إلى حجابها، وإلى قرارها في بيتها، ويشدد عليها في عملها، وهذا وإن كان حقيقة فهو ليس كل الحقيقة؛ لأن المجتمع متخلف ليس لأن المرأة انحرفت عن مسارها بل لأن المجتمع بعنصره الرجل والمرأة

وبفئاته المجتمعية كلها انحرف عن المسار الرباني.

-استحواذ المسائل الأخلاقية على الخطاب الموجه للمرأة على حساب مسائل التنمية والتعليم :

كثير ممن كتبوا عن المرأة ركزوا على المسائل الأخلاقية، وبخاصة السفور والاختلاط والتشبه بالكفار، وغيرها من الظواهر المرضية التي تستدعي معالجة فورية من الدعاة، لكنهم في المقابل أهملوا عدة جوانب لا تقل أهمية عن الجانب الأخلاقي كالأمية المتفشية بين النساء المسلمات، والعنف ضد المرأة، وتنمية المرأة المسلمة علميا ومهنيا لتأخذ مكانها الصحيح والمؤثر في بناء الحضارة الإسلامية كما وقفت قبلها الصحابيات جنبا إلى جنب مع الصحابة في بناء المشروع الإسلامي الذي أنتج إمبراطورية إسلامية مترامية الأطراف¹.

¹المرجع السابق.

- حالة الانفصال بين التنظير الفكري لقضايا المرأة والواقع المعاش لها:

كثير من الدراسات الإسلامية التي تناولت موضوع المرأة هي دراسات لا تقدم حلول فعلية لوضع المرأة المتدهور في المجتمعات الإسلامية، فكثير من المسائل العالقة ما زالت تحتاج إلى تنظير فقهي دقيق يزيل اللبس حولها كمسؤولية الإنفاق على الأسرة ومرتب الزوجة، مفهوم القوامة، العنف الأسري، مشاركة الزوج في الأعمال المنزلية، وغيرها من القضايا النابعة من الواقع المعاش يوميا في مجتمعاتنا والتي يجب أن نعالجها المعالجة السليمة

ة. - ضعف التأثير الملموس والقدرة على التغيير في بعض الخطابات الموجهة للمرأة وكذلك يلاحظ غياب دراسات ميدانية عميقة حول أوضاع المرأة المسلمة الراهنة، ونسبة الأمية والنشاط الاجتماعي للمرأة خارج الأسرة، وكذلك نسبة الإبداع العلمي والفكري بين النساء، حيث أن أغلب الدراسات هي دراسات غربية، أو عربية ذات توجهات معارضة للتوجه الإسلامي، وبناء على ذلك يتم التشكيك فيها، غير أنه من غير الإنصاف أن نطلب من الناس عدم تصديق الرواية الغربية بدعوى زيفها، ونحن لا نملك الرواية الصادق¹

ب- الخطاب الخارجي:

يتميز هذا النوع من الخطاب في كثير من الأحيان بانتهاجه الأسلوب الدفاعي، وتسخر فيه كل القدرات العلمية والملكات الفكرية للدعاة لتفنيد مزاعم الغرب حول المرأة في الإسلام، وهو بذلك مقيد بالنظرة الغربية ما يجعله يغفل أساس هذا الخطاب وهو المرأة فيعتمد التنظير الفكري لنفي الشبهات عن الإسلام أكثر من اهتمامه بالمرأة

موضوع الخطاب وحالتها المجتمعية. صحيح لهذا النوع من الخطاب دور هام في التعريف بالإسلام الصحيح وبمكانة المرأة في الإسلام، لكن الغربي الذي يوجه له الخطاب يرى تناقضا صارخا بين دفاع الدعاة عن المرأة في الإسلام وبين واقعها المعاش في المجتمعات الإسلامية بخاصة التي تعرف اضطرابات سياسية وطائفية.

¹ المرجع السابق.

وللمرأة الغربية نظرة سطحية عن المرأة المسلمة تشكلت من وسائل الإعلام التي صورت المجتمعات الإسلامية تصويراً مغلوفاً ينافي الحقيقة الكاملة، معتمدة في ذلك مبدأ التعميم، ثم التخويف والتحذير، فالمرأة المسلمة في

عيون المرأة الغربية هي امرأة مظلومة مقهورة لعدة أسباب منها:

- أنه لا مساواة في الإسلام بين الرجل والمرأة إطلاقاً.
- أن مكانة المرأة في الإسلام نصف مكانة الرجل في الميراث وفي الشهادة.
- لا حق للمرأة المسلمة في طلب العلم، ولا في العمل.
- لحرية للمرأة المسلمة في اختيار شريك حياتها (زوجها).¹
- أن المرأة المسلمة تباع للرجل مقابل المهر الذي يدفعه مقابل الاستمتاع بها، وبغيرها من النساء عن طريق التعدد.
- أن الإسلام يجبس المرأة ويفرض عليها الحجاب، وغيرها.

ويضاف إلى ما ذكر سابقاً أن المرأة المسلمة مازالت في بعض الأقطار تناضل من أجل قضايا تعتبر من المسلمات لدى المرأة الغربية كالانتخاب والتعليم وسياقه السيارة والسفر والاستقلال المادي، وقوانين الجنسية...²

6. المرأة الجمهور

تقول الباحثة الجامعية التونسية سنية المنصوري في تصريحات لموقع "إسلام أون لاين" بأن وجود قنوات فضائية إسلامية مثل (اقرأ والمجد) وغيرهما من الفضائيات، يمثل مصدراً بديلاً للمعرفة الإسلامية وللفتوى الدينية، خصوصاً لدى الفتيات والنساء، في ظل غياب الدعاة والوعاظ الدينيين عن المساجد والبرامج

¹ نفس المرجع.

² المرجع السابق نفسه.

الإذاعية والتلفزيونية المحلية، كما أنّ الدعاة من أمثال عمرو خالد تحولوا إلى (شخصيات مؤثرة) في أوساط اجتماعية كبيرة في بلادها¹.

ويقول الأستاذ ابراهيم غرايبة في هذا الأمر: " والواقع أن التأثير الديني للفضائيات على الجمهور يبدو واضحا لدى المراقب والمتابع لشأن الناس والحياة اليومية، والانطباع الأولي لدي أن هذه البرامج والفضائيات تتمتع بجمهور كبير، وتلقى قبولا واهتماما لدى الناس، وبالطبع فإنه جمهور متفاوت ومتعدد تعدد البرامج والفضائيات نفسها، وهو واقع ينسجم مع الظاهرة الدينية المتنامية والمنتشرة في المجتمعات والدول، ويتوقع أن تواكب الفضائيات وبخاصة بعد استقلالها (نسيبيا) عن الحكومات اتجاهات الناس، ويقال دائما إن المسوقين أسبق من الحكومات في معرفة اتجاهات الناس واحتياجاتهم، وربما تعاني الظاهرة الإعلامية الإسلامية من الارتباك والتداخل وتفاوت المستوى، وإن كان يغلب عليها الخطابة والوعظ، أو التوجه للعواطف والوجدان، وتحوز النساء الحصة الأكبر في هذه البرامج، لأن النساء أكثر تدينا وأكثر متابعة للفضائيات².

من خلال ماتقدم نخلص إلى أن المضامين التي تناولت المرأة في الخطاب الإسلامي لازالت —في غالبيتها— حبيسة التكرار والمواضيع المستهلكة، ويركز أكثرية الباحثين على ضرورة ربط الإعلام بالواقع المعيش وبالتالي محاولة التطرق لأهم القضايا المستحدثة، والتي تهم المرأة المعاصرة باعتبارها —وكما رأينا— من أهم الفئات التي تتابع المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام المختلفة وتحظى باهتمام الغالبية منها.

¹ مالك الأحمد: الفضائيات الإسلامية نظرة أولية www.almoslim.net ت.الإطلاع 2017/08/24.

² ابراهيم غرايبة: البرامج الدينية التلفزيونية (الإسلام التلفزيوني) www.alghad.com ت.ن أكتوبر 2005، ت. الاطلاع 2017/08/24.

الفصل الرابع: نشأة وواقع الإعلام الديني الإسلامي

المبحث الأول: ماهية الإعلام الديني الإسلامي

المطلب الأول: تعريفه

المطلب الثاني: مبررات الإعلام الإسلامي

المطلب الثالث: أهمية الإعلام الإسلامي

المطلب الرابع: خصائص الإعلام الإسلامي

المطلب الخامس: الأماكن التي يتركز فيها الإعلام الإسلامي

المبحث الثاني: نشأة الإعلام الديني الإسلامي في الوطن العربي

المطلب الأول: الإعلام الديني الإسلامي المكتوب في الوطن العربي

المطلب الثاني: الإعلام الديني الإسلامي المسموع في الوطن العربي

المطلب الثالث: الإعلام الديني الإسلامي الفضائي في الوطن العربي

المبحث الثالث: واقع الإعلام الديني الإسلامي في الوطن العربي

المطلب الأول: واقع الإعلام الديني الإسلامي المكتوب

المطلب الثاني: واقع الإعلام الديني الإسلامي المسموع

المطلب الثالث: واقع الإعلام الديني الإسلامي المرئي

المبحث الأول: ماهية الإعلام الديني الإسلامي

المطلب الأول: تعريفه

يعرّف عبد اللطيف حمزة الإعلام الإسلامي بقوله:

"إعلام ذو مبادئ أخلاقية وأحكام سلوكية مستمدة من الإسلام، وهو إعلام واضح صريح عفيف الأسلوب، نظيف الوسيلة، شريف القصد... غايته الحق، لا يضل ولا يضلل، ولا يتبع الأساليب الملتوية، ولا أسلوب التعزير والخداع، وهو كل ما يصدر عن وسائل وأجهزة الإعلام في المجتمع الإسلامي من مواد ورسائل وأخبار وحقائق وندوات وبرامج موجهة، اقتصادية واجتماعية وسياسية وثقافية وترويجية وغيرها"¹ وفي تعريف آخر للإعلام الإسلامي بأنه: "بيان الحق وتزيينه للناس بكل الطرق والأساليب والوسائل العلمية المشروعة، مع كشف وجوه الباطل وتقييحه بالطرق المشروعة، بقصد جلب العقول إلى الحق، وإشراك الناس في نوال خير الإسلام وهديه، وإبعادهم عن الباطل أو إقامة الحجة عليهم"²

فالإعلام الإسلامي كما يقول الشيخ محمد الغزالي: "وثيق الإيمان بالرسالة، عظيم المغالاة بها، وأن الصبغة الدينية والعبادية لا يمكن أن تنفك عن أعماله ووسائله المختلفة، وأجهزة الإعلام عندما تؤدي دورها والحال هذه هي ميادين جهاد ومساجد صلاة ومدارج تقوى ورضوان"³

ويعرف محي الدين عبد الحلیم الإعلام الإسلامي من خلال تناول النموذج الاتصالي الذي أعدّه هارولد لازويل، كما عمل على دراسة أبعاد العملية الإعلامية الإسلامية، وتقديم تعريف للإعلام الإسلامي من خلال هذا النموذج الشهير من نماذج الاتصال حيث يقول: "إذا تمعنا في أبعاد العملية الإعلامية الإسلامية من خلال العناصر الخمسة لهذا النموذج (لازويل) وهي المرسل والرسالة والمستقبل والوسيلة والأثر سوف تتضح لنا الحقائق التالية:

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الإسلامي، ص: 96

² مصطفى بن أحمد كناكر: مدخل إلى الإعلام الإسلامي الفضائي، ط1، دار النوادر، سوريا، لبنان، الكويت، 2012، ص: 104-105

³ رشدي شحاته أبو زيد: مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2011، ص: 375

العنصر الأول: المرسل

قد يكون المرسل في الإعلام الإسلامي هو أحد المتخصصين في حقل الدعوة الإسلامية، وقد يكون غير متخصص في هذا المجال، وفي كلتا الحالتين فإن مرسل الرسالة الإعلامية الإسلامية يجب أن يتوافر لديه خلفية واسعة في الموضوع الذي يعالجه، سواء كان تفسيراً لآية، أم شرحاً لحديث نبوي أم فتوى يُصدرها، أم رأياً يُدلي به.

العنصر الثاني: الرسالة الإعلامية

الرسالة الإعلامية الإسلامية قد تكون رسالة دينية بحتة واضحة المقصد بصورة مباشرة، كالحث على أداء العبادات الإسلامية، وتفسير آيات القرآن الكريم والأحاديث النبوية، وقد تكون رسالة عامة تفسّر آخر الأنباء السياسية والإقتصادية وتُعالج أحدث القضايا المعاصرة، ولكنها تتناول هذه الأمور من منظور ديني، إلا أنّ الرسالة الإعلامية الدينية حين تُعالج الشؤون العامة للمسلمين فإنّها تتناول هذه الشؤون من وجهة نظر إسلامية، وتُفسّرها التفسير الديني، وتُلبسها ثوب الإسلام ولا تحكم عليها إلا بمقاييس دينية.

العنصر الثالث: وسيلة الإعلام

والوسيلة التي تحمل الرسالة الإعلامية هنا، قد تكون وسيلة إعلامية دينية متخصصة، لا تحمل سوى قضايا وموضوعات دينية فقط مثل: خطبة الجمعة، ودروس الوعظ والإرشاد، وكذا المجالات الدينية المتخصصة أو محطة القرآن الكريم في الإذاعة.

وقد تكون الوسيلة الإعلامية هنا وسيلة عامة، والوسائل العامة لا يقتصر مجال عملها على الإعلام الديني، ولكنها تُعالج مختلف الموضوعات والقضايا بما فيها الدينية منها، مثل محطات الإذاعة العامة، وكُبريات الصحف القومية، ومحطات التلفزيون... الخ¹

¹ محي الدين عبد الحليم: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، ط2، مكتبة الخانجي: القاهرة، دار الرفاعي: الرياض، 1984، ص: 144-146.

العنصر الرابع: مستقبل الرسالة الإعلامية الدينية الإسلامية

قد يكون مستقبل الرسالة الإعلامية الدينية قاصدا ومتعمداً أن يُعرض نفسه لها، وقد لا يكون كذلك، والنوع الأول يتمثل في جماهير خطبة الجمعة والصحف الدينية المتخصصة، ومُستمع إذاعة القرآن الكريم، أو الذي يحرص على متابعة البرامج والموضوعات وال فقرات الدينية في أوقاتها المحددة لها، أو أنه يشتري صحيفة عامة بهدف قراءة الصفحة الدينية بشكل أساسي، أما المستقبل الآخر فهو الذي لا يقصد التعرض لرسالة إعلامية دينية، ولا يفتح الراديو لسماع برنامج أو فقرة دينية، ولا يشتري الصحيفة بهدف قراءة الصفحة الدينية، ولكنه يتعرض للرسالة الإعلامية الدينية بصورة عرضية.

العنصر الخامس: التأثير

التأثير هنا يستهدف التأثير الديني البحت، كتغيير السلوك نحو العبادات، مثل الإعلام بمناسك الحج وأصول صيام رمضان وموقف الإسلام من غير المسلمين، وجزاء غير المزكين، وثواب المجاهدين... الخ، وقد يكون تأثيراً دُنيوياً كتغيير السلوك العام نحو مختلف القضايا والشؤون الدنيوية التي تخدم أهداف الدعوة الإسلامية مثل: الصدق والوفاء والأمانة واحترام الكبير... الخ¹

وهناك تعريف آخر للإعلام الإسلامي أورده عبد القادر طاش: "الإعلام الإسلامي روح تسري في النشاط الإعلامي كله، تصوغه وتحركه وتوجهه منذ أن يكون فكرة إلى أن يغدو عملاً منتجاً متكاملًا، مقروءًا كان أو مسموعًا أو مرئيًا، وبذلك يصبح الإعلام الإسلامي منهجًا قويمًا تسير وفقه جميع النشاطات الإعلامية في كافة الوسائل والقنوات، دون أن يجيد نشاط واحد منها عن الطريق، أو يتناقض مع النشاطات الأخرى سواء في الوسيلة الواحدة أو الوسائل المتعددة. وبذلك أيضا يصبح الإعلام الإسلامي حكما موضوعيا تتحاكم إليه جميع هذه النشاطات الإعلامية."²

من خلال عرض مختلف هاته التعريفات نلاحظ أن جلها قدم مفهوما مثاليا للإعلام الإسلامي على اعتبار ماينبغي أن يكون وليس ماهو واقع .

¹ المرجع السابق ص 145.

² عبد القادر طاش: ماهو الإعلام الإسلامي، مجلة الداعي الشهرية، العدد 11، السنة 33- دار العلوم ديوبند 2009.

ولذا ارتأينا تقديم هذا التعريف الشامل والذي يبدو أقرب لمفهوم الإعلام الإسلامي الفعلي وليس المنشود:

" عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي وتؤدي جميع وظائفه المثلى، الإخبارية والإرشادية والترويجية على المستوى الوطني والدولي والعالمي، وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها وفيما يصدر عنها من رسائل ومواد إعلامية وثقافية وترويجية، وتعتمد على الإعلاميين الملتزمين بالإسلام قولاً وعملاً، وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة والعامّة.¹

بمعنى آخر لا يشترط فيما يُعرض إعلامياً أن يكون دينياً أو دعويًا أو ثقافياً، بل قد يكون إعلام تسليّة، ويدخل ضمن المباحات وبالتالي يكون ضمن مسمى الإعلام الإسلامي، بشرط أن لا تُصادم قواعد الإسلام ومبادئه، فلا شك أن الإعلام الإسلامي الأصيل يلتزم دائماً بقيم الإسلام ومعاييره ومبادئه، كما أنه يُعبّر عنها في كل ما يقدمه للناس من معلومات واقعية أو عناصر خيالية.²

المطلب الثاني: مبررات الإعلام الإسلامي

في هذا العنصر نحاول التطرق لأهم المبررات التي تبين ضرورة المطالبة بوجود إعلام إسلامي، وقد قسّمها عبد القادر طاش إلى ثلاث مبررات هي:

✓ **المبرر المنطقي:** لقد جاء الإسلام ليكون منهجاً شاملاً للحياة كلها بجميع جوانبها ومجالاتها، وقد رسم للإنسان معالم لنظمه الاجتماعية المختلفة لتتوافق هذه النظم مع الغاية الرئيسية لوجوده وهي استخلاف الله له في الأرض لعمارة الكون وفق منهج الله وتحقيق عبادته وحده.³

وارتباط المسلم بإسلامه ليس ارتباطاً عاطفياً روحياً فحسب، بل هو إلى جانب ذلك ارتباط واقعيّ علميّ، من خلال تطبيق شرائع الإسلام وهديه وتعاليمه السامية وتوجيهاته الربانية، في مجموعة من النظم الإسلامية التي حكمت حياة المسلمين في شؤونهم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والمدنية والعسكرية. وعندما ضعف التزام المسلمين بمبادئ دينهم وتكالت عليهم القوى الإستعمارية التي

¹ منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص: 44

² إبراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامي، ط1، دار الفكر العربي: القاهرة، 1985، ص: 14-15

³ عبد القادر طاش: ماهو الإعلام الإسلامي، مرجع سابق.

استهدفت خلخلة السور الشمولي للإسلام وتطبيقه في حياتهم، تحول ارتباط معظم المسلمين بالإسلام في العصر الحاضر إلى مجرد ارتباط عاطفي محدود، يكفي فيه المسلم بإقامة شعائره التعبدية...، وقد نتج عن هذا المفهوم المغلوط لحقيقة الالتزام الإسلامي أن حفلت حياة المسلمين بصور الإزدواجية والتناقض بين الارتباط العاطفي بالإسلام في ميدان العبادة والأخلاق الفردية، وبين الارتباط الواقعي العملي بالمذاهب المناقضة للإسلام في ميدان النظم والتشريعات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية. إن حياة المسلمين المعاصرة لن تتحقق لها الصبغة الإسلامية إلا عندما ينسجم ارتباطها العملي والواقعي بالإسلام في الجانب التشريعي والتنظيمي، ومن هنا تكتسب الدعوة إلى صياغة المعارف والنظم في حياة المسلمين صياغةً إسلاميةً أهميّة بالغة. بل إن تحقيق هذا الهدف يعتبر التحدي الحقيقي الذي ينبغي على الأمة الإسلامية أن تواجهه في وقتنا الراهن. ويعتبر الإعلام فرعاً مهماً من فروع المعرفة العلمية والتطبيقية التي تحتاج إلى العناية بتأصيل مفاهيمها ومناهجها، وتهذيب أساليب وطرق ممارستها الواقعية وفقاً لهدي الإسلام وتوجيهاته، وتتعاظم أهمية صياغة النظام الإعلامي فلسفةً وغايةً ومنهجاً وممارسةً صياغةً إسلامية، في ضوء إدراكنا لأهمية الإعلام في حياة المجتمعات، وخطورة مايقوم به في التأثير على الأفراد والجماعات سلبياً هذا التأثير كان أم إيجابياً. إن المبرر المنطقي للمطالبة بصياغة الإعلام صياغةً إسلامية، يؤكد على أن هذه الصياغة نتيجة منطقية لشمول المنهج الإسلامي وتكامله.¹

✓ **المبرر الواقعي:** يواجه المسلمون اليوم في مختلف أقطارهم ومواطنهم غزواً فكرياً وثقافياً وحضارياً رهيباً، ولم يعد هذا الغزو الحضاري الشامل مقصوراً على الوسائل التقليدية من كتب استشراقية أو مذاهب هدامة، أو مؤامرات استعمارية مكشوفة، لقد انتهى عصر الغزو الاستعماري الاستشراقي المباشر، إن الأمة الإسلامية تواجه وسائل وأساليب جديدة للغزو، فالرسالة الغازية تعبر إلى الأجيال الصاعدة، بل إلى العقول المثقفة عن طريق الخبر الذي تبثه وكالة الأنباء والتحليل السياسي أو الاقتصادي الذي تكتبه الصحيفة والصورة التي ترسلها الوكالات المصورة أو عن طريق الفيلم

¹ المرجع السابق.

المدهش والبرنامج الإذاعي المشوق وفيلم الكرتون المتقن...وتعبر عبر النظريات المدسوسة في مناهج التعليم معللة بدواعي العلم والتقدم والاكتشافات الحديثة.¹

إن هذا الغزو الحضاري الرهيب يعمل على زعزعة مبادئ الإسلام وقيمه وهدم أخلاقه ومثله في نفوس أبناء المسلمين لينشؤوا في غربة عن دينهم وحضارتهم وتراثهم، ويصبحوا فريسة سائغة للأفكار الغربية وتمط الحياة الغربية بكل مافيهها من انحرافات ومفاسد، ولقد وصل هذا الغزو إلى منازلنا ولم يعد أماننا مفرًا من مواجهته المواجهة الصحيحة التي لاكتنفي بالتنديد والصراخ والدعاء بالويل والثبور، بل بتطوير استراتيجية محكمة تعتمد على هدفين:

الأول: توجيه الإعلام في الدول الإسلامية نحو الأصالة والذاتية النابعة من قيم الإسلام ومبادئه، وتوفير الجو الملائم والدعم المناسب لصنع البدائل الإسلامية التي تقف في مواجهة مايقدمه الغرب.

الثاني: تنقية الإعلام - إلى جانب التعليم- من المؤثرات الغربية العلمانية والإلحادية، وتفنيدها ما تقدمه وسائل الإعلام الغربية من مفاسد وانحرافات.

وهذه المواجهة الواقعية للغزو الفكري والثقافي في صورتها الشاملة المتكاملة المتكافئة لن تتحقق إلا عندما تتبلور في أذهان المسلمين الصورة الحقيقية للإعلام الإسلامي، وتتوالى مُعطياته الواقعية وثمراته العملية في واقعهم المعاصر، إذ لا يمكن أن يهزم الباطل الزائف إلا الحق الأصيل.²

✓ **المبرر الإنساني:** وسائل الإعلام لسان هذا العصر، وقد أدرك أصحاب الديانات والمذاهب والأفكار الوضعية أهمية استغلال هذه الوسائل في سبيل إيصال أفكارهم وعقائدهم ومبادئهم إلى الناس، وكان النصارى الصليبيون أكثر المدركين لهذه الأهمية، وأسبقهم إلى استخدامها في مجال التنصير. وفي الوقت الذي ينشط فيه أصحاب الديانات المحرفة والمذاهب الفاسدة لاستغلال وسائل الإعلام لخدمة أغراضهم نجد المسلمين غائبين عن الساحة الإعلامية إلا بعض الجهود المحدودة لا أثر لها. إن البشرية اليوم بحاجة إلى الإسلام أكثر من أي وقت مضى، والمسلمون مطالبون - وفقا للتوجيه سلامي بمخاطبة الناس بلغتهم ووسائلهم- بأن يستخدموا وسائل الاتصال والإعلام في الدعوة إلى الإسلام وتوضيح صورته الناصعة، إن تبليغ رسالة الإسلام العالمية وإيصال دعوته إلى

¹ المرجع نفسه.

² المرجع نفسه.

البشرية كلها مبرر إنساني عظيم للدعوة إلى صياغة الإعلام صياغة إسلامية حتى يؤدي دوره في الحياة.¹

المطلب الثالث: أهمية الإعلام الديني الإسلامي

تكمن أهمية الإعلام الإسلامي في تصحيح مفاهيم الإسلام والدعوة إلى مبادئه السمحة وقيمه الأصلية النافعة بطريقة علمية وعملية فنية، لتكون هذه القيم منهاج حياة كل مسلم، وهي مضامين ومحتويات رسائلها الإعلامية مهما اختلفت أشكالها وقولها وتنوعت أساليبها ووسائلها، فهي مضامين صالحة لكل زمان ومكان تؤدي إلى النتائج المرجوة منها.

- الذود عن الإسلام والدفاع عنه ورد المعتدين الذين خلت لهم الساحة، وسنحت لهم الفرصة بغيبة الإعلام الإسلامي عن ميدان الإعلام.
- تثبيت العقيدة والشريعة معاً في عالم يموج بالمذاهب والأفكار.
- التأثير في سلوك الناس لمجابهة الواقع القائم بأسلحة فعالة.²

المطلب الرابع: خصائص الإعلام الديني الإسلامي

يتميز الإعلام الإسلامي بمجموعة من الخصائص هي:³

- أن الإطار العام للإعلام الإسلامي ليس لأحد من البشر الفضل في وضعه، لأنه من الله سبحانه وتعالى أوحى به إلى نبيه -صلى الله عليه وسلم- في كثير من الآيات التي حددت معالم الدعوة وطرق الإقناع والتأثير.
- الارتباط الحي بين المبادئ العامة للإعلام الإسلامي وبين الممارسة الفعلية لها، وذلك من خلال تقييم الأساليب الإعلامية المختلفة للأنبياء والمرسلين، وذلك في الآيات القرآنية العديدة التي بينت ذلك، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى فقد استوعب المصطفى -صلى الله عليه وسلم- هذه المبادئ في كل أقواله وتصرفاته، وقدم لنا المعالجة الحقيقية لمشاكل التطبيق الإعلامي. وفي ميدان

¹ المرجع نفسه.

² منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص: 47.

³ محمد منير حجاب: الإعلام الإسلامي المبادئ- النظرية- التطبيق، ط1 دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص: 25-27

- هذا التطبيق الحي استوعب الصحابة رضوان الله عليهم هذا المنهج الإعلامي والتزموا بحدوده ومبادئه، ثم توارث الدعاة والمسلمون هذا الفهم والاستيعاب جيلا وراء جيل.
- يستمد القائم بالاتصال الإسلامي إرادته من ذاته، فهو لا يمارس العمل الإعلامي إرضاء لفرد أو جماعة أو هيئة أو سلطة، وإنما إرضاءً لذاته الراغبة في شيوع الخير وانتشاره، وهو لهذا يُعطي عن طواعية ورغبة ووعي أقصى ما يستطيع من قدراته.
 - يعمل القائم بالاتصال الإسلامي في إطار أهداف واضحة تماما ومُحدّدة سلفا.
 - يتسم مضمون الرسالة الإعلامية للقائم بالاتصال الإسلامي بالدقة ويرتبط بالأهداف الموضوعية ويأخذ في الاعتبار خصائص المستقبلين.
 - الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية الإسلامية معروف مسبقا ومحدد سلفا، بكافة خصائصه النفسية، وقد تعرضت أول سورة البقرة إلى بيان أنواع هذا الجمهور وقسمته إلى ثلاثة أنواع: جمهور المؤمنين بالدعوة، جمهور المنافقين: وهم الذين يُظهرون الولاء للدعوة وقبولها، ويُضمرون عكس ذلك، وجمهور الكافرين بالدعوة.
 - الأثر الإعلامي للإعلام الإسلامي محدد سلفا في غرض الإبلاغ فقط، أما محاولة إملاء الإرادة والإقناع بالقوة فغير وارد تماما لقوله تعالى: "لا إكراه في الدين" (البقرة: 256).
 - القوة الذاتية للإعلام الإسلامي في سرعة انتشاره وعلمية العمل الإعلامي وسلامة التخطيط ودقة التنفيذ، وقياس الأثر لا تقاس بأي إعلام آخر، وقد تضمنت ذلك الآية الكريمة: " **قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي** " (يوسف: 108).
 - اعتمد الإعلام الإسلامي الأسلوب الموضوعي القائم على التحليل والوضوح والتأمل، واتخاذ كافة الوسائل التي تُنمّي ملكة الفكر لدى الإنسان وذلك إيمانا منه بأهمية العقل واحترام الإنسان الذي يجب أن تتوجه إليه بالإقناع، لا أن نجزه جراً بواسطة الغرائز والعواطف والانفعالات.¹

- الإعلام الإسلامي إعلام إيجابي وليس سلبيًا، ذلك أنه يُنقّي نفسه دائما من مختلف مسببات الضعف والدمار، ويُركّز على أن يكون التغيير والتطوير دائما نحو الأفضل والأعلى في كل مايعمل الإعلامي من أجله، وذلك في إطار مبادئ الإسلام وقيمه.¹
- يتسم الإعلام الإسلامي بأنه إعلام مطرد النمو وقوته في حركته إلى الأمام مستمدة من قوة دفع الأثر التراكمي للدعوة عبر جهود ملايين الدعاة لمئات السنين.
- الإعلام الإسلامي إعلام وظيفي، فهو يستهدف تلافي كافة الأضرار الجانبية أو غير المتوقعة الناتجة عن توجيه الرسالة الإعلامية، وذلك من خلال اليقظة الكاملة والمتابعة المستمرة لكافة جوانب الظرف الاتصالي من قبل القائم بالاتصال.
- الإعلام الإسلامي لايفتعل الأحداث، ولكنه يرتبط بها ارتباطا وثيقا، وبصفة خاصة الأحداث التي يمكن استثمارها إعلاميا، أو يحاول من خلالها أن يشد انتباه الناس إلى مواطن التأمل والعبرة، ولعل هذا هو السبب في نزول القرآن متواترا على مدى ثلاث وعشرين سنة، ولم ينزل دفعة واحدة، ولذلك فإن القائم بالاتصال الإسلامي ليس مجرد ناقل للأخبار بل إضافة إلى ذلك فهو داعية يقدم منهاجا يخدم الدعوة ويبني المجتمع ويحقق العدالة والاستقرار.²

المطلب الخامس: الأماكن التي يتركز فيها الإعلام الإسلامي:

- 1 - المساجد
- 2 - الصفحات الدينية في بعض الصحف اليومية والمجلات، وكذا الأبواب الثابتة فيها.
- 3 - المجلات والجرائد الإسلامية المتخصصة.
- 4 - الكتب والكتيبات والمنشورات والملصقات.
- 5 - البرامج الإذاعية والتلفزيونية.
- 6 - الإذاعات الإسلامية المتخصصة وإذاعة القرآن الكريم.
- 7 - المواد الإعلامية التي تعكس صورة الثقافة الإسلامية مثل المسلسلات وبعض البرامج الثقافية.

¹ المرجع السابق ص: 25.

² المرجع السابق ص: 25-27.

8 - البرامج الإذاعية المباشرة للمناسبات الدينية.

9 - الأفلام الروائية والسينمائية والمواد الإعلامية للمناسبات (شهر رمضان، الأعياد والمواسم الدينية)

10 - المواقع الإسلامية على شبكة الانترنت.¹

فعلى الرغم من تعدد منابر التوعية الدينية، وتعدد مناسباتها إلا أن الإعلام الديني المتمثل في الصحف والمجلات والمطبوعات والبرامج الإذاعية الدينية المتخصصة في هذا المجال، يعتبر من المصادر الرئيسية للثقافة الدينية التي تهدف إلى تعريف الناس بأحكام دينهم. ولهذا فقد اهتمت معظم دول العالم ومؤسساتها الدينية بمختلف أشكال الإعلام الديني، فأصدرت الكتب والصحف والمجلات، وأنتجت البرامج والأفلام لتوعية الناس بأسس التعامل مع موضوعات الحياة اليومية من وجهة النظر الدينية.²

¹ حاتم بدوي عبيد: البرامج الدينية الإسلامية في إذاعة الفراتين (دراسة وصفية تحليلية)، مجلة جامعة بابل، المجلد 21، العدد3، جامعة بابل، مركز

بابل للدراسات الحضارية والتاريخية، 2013ص.971

² السيد أحمد مصطفى عمر: الإعلام المتخصص -دراسة وتطبيق- ط2، مكتبة الجامعة، الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، 2002، ص 110.

المبحث الثاني: نشأة الإعلام الديني الإسلامي في الوطن العربي

المطلب الأول: الإعلام الديني الإسلامي المكتوب في الوطن العربي

بدأت الصحافة الإسلامية مع ظهور الصحف لأول مرة في العالم العربي والإسلامي، وقامت بدور مهم في معالجة قضايا الأمة بدءاً من التحديات الكبيرة التي واجهت المجتمعات العربية والإسلامية على المستويين الداخلي والخارجي، فكانت النبراس لعرض قيم الإسلام الحضارية، والتي تدعو إلى البناء والتقدم والحوار ورعاية حقوق الإنسان وكرامته.

يقول الدكتور عبد الحلیم عويس : مصطلح الصحافة الإسلامية مصطلحٌ حديث الاستعمال بالنسبة لنشأة الصحافة في العالم الإسلامي والعربي، ويرى أن السبب في ذلك هو أن نشأة الصحافة في العالم العربي وتطورها قد ارتبطت بأمرين:

أولهما: الظروف السياسية التي يتحكم في مسيرتها الاستعمار الصليبي...، وقد أبعده الإسلام عن مجالات التوجيه وعلى رأسها الصحافة.

ثانيهما: أن النشأة الصحافية قد قامت على أيدي أناس ليسوا من المسلمين في جملتهم، ولم يشدُّ عن هؤلاء إلا قليلون ضاعت أصواتهم وسط أصوات الكثرة التي تُساندها القوى الاستعمارية.

ويقول عبد الحلیم عويس مُعرِّفاً الصحافة الإسلامية بالمفهوم الاصطلاحي: "إن الصحافة الإسلامية ليس شرطاً أن تضع "لافتة" تُبيِّن خطَّها الفكري الواضح، وليس شرطاً كذلك أن تُقيِّد نفسها "بأسلوبٍ تقريرِيٍّ" قد يكون مُنقراً، أو إعلامياً، وليس شرطاً أن تلتزم في عملها بشكلٍ معيَّن أو قضايا معيَّنة، وإنما يجب ألاّ تحمل لافتة تتناقض مع أساسية في التصور الإسلامي، أو أساسية في الفكر الإسلامي العام، وأن تكون مُلتزمة بتدعيم القيم الإسلامية، مُتعاطفة مع قضايا المسلمين، غير مُنتمية لأعدائهم تصوُّراً وأهدافاً، ومُلتزمة أيضاً بالشروط الإسلامية في الأعمال الفنية، فلا تُعلي من الشكل على حساب المضمون، ولا تُبيح بالتالي الصور العارية ولا "الكذب الصحافي" ولا "الإثارة" دون فائدة، ولا تعطيل الناس واستغلال أموالهم وأوقاتهم بلا مُقابل".¹

¹ فؤاد توفيق العاني: الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة، ط1، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 1993، ص ص61-63.

إضافة إلى ذلك هناك عدة خصائص يجب أن تتوفر في الصحافة الإسلامية يذكرها **مصطفى الدميري** في قوله:

"ولا تكون الصحافة إسلامية، إلا إذا كانت المادة المنشورة بها إسلامية في المبادئ والأصول والأساليب والأهداف والاتجاه، فلا بُدَّ من اتباع شريعة الإسلام، والبعد عن الأهواء الإنسانية عند تحرير الصحيفة الإسلامية، قال تعالى: " **ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ**" (الباقية: 18)، فالصحافة الإسلامية مطبوعات دورية تصدر في ثوب جميل، بفنون التحرير الصحفي المختلفة في ضوء الإسلام"¹

بعد هذا المدخل البسيط الذي حاولت من خلاله الباحثة تقديم بعض التعريفات للصحافة الإسلامية والتركيز على خصائصها الأساسية، نلج الآن غمار بعض التجارب العربية في هذا المجال.

✓ النصف الأول من القرن العشرين

ففي "مصر" صدرت في أواخر القرن 19 صحف تدخل في إطار الصحف الدينية الإسلامية، مثل "العروة الوثقى" عام 1882 التي كانت منبرا لدعوة إسلامية عصرية قادها الإمام محمد عبده وأستاذه جمال الدين الأفغاني، و "المنار" عام 1898 التي نشرت وحققت تفسيراً للقرآن الكريم، طُبع بعد ذلك في مجلد عُرف ب: "تفسير المنار"، كما أن بعض الصحف السياسية الوطنية التي ظهرت في أواخر القرن 19 وأوائل القرن 20 كانت دعواتها دينية تخدم المسلمين، وتذكّرهم بتاريخهم المجيد ونضالهم من أجل رفع راية الإسلام، وذلك كأسلوب من أساليب مقاومة الاحتلال، كما حدث في فترة الكفاح الجزائري على يد عبد الحميد بن باديس الذي قاوم الاحتلال الفرنسي من منطلق إسلامي². كما سنرى فيما يأتي من هذا العمل.

"وكذلك عرفت مصر - مطلع القرن العشرين - جرائد ومجلات إسلامية عديدة، منها على سبيل المثال لا الحصر: "مكارم الأخلاق" الإسلامية سنة 1900 والتي كانت تقوم بالدعوة إلى الله ونشر الفضائل ومحاربة البدع والذرائل، كما أصدر طنطاوي جوهرى جريدة "الإخوان المسلمين" وكانت أسبوعية وذلك عام

¹ مصطفى الدميري: الصحافة في ضوء الإسلام، د.ط، مكتبة الطالب الجامعي، مكة المكرمة، 1988، ص33.

² زاهر محمد البيك: الصحافة الدينية، الجامعة الإسلامية، غزة، www.ingaza.edu، ت.الاطلاع 2009/12/19.

1933، ثم انتقل امتيازها إلى الشيخ حسن البنا، وتحولت إلى صحيفة يومية تهتم اهتماما كبيرا بالشؤون الإسلامية، صحيفة "النذير" وهي إحدى صحف الإخوان المسلمين، صدرت عام 1937 وغيرها...¹

"أما في العراق فنذكر مجلة "العلم" وهي مجلة شهرية دينية، فلسفية، سياسية وعلمية، ظهرت في عالم الصحافة عام 1910 لصاحبها هبة الدين الشهرستاني، من علماء الدين المعروفين في العراق، مجلة "تنوير الأفكار" وهي دينية سياسية خادمة للدين والعروبة، صدر عددها الأول في بغداد عام 1910، ثم مجلة "الرصافة" عام 1913 وكانت دينية، تاريخية، أدبية وعلمية...

كما عرفت "السعودية" الصحف الإسلامية ومنها جريدة "القبلة" وكانت دينية، سياسية، اجتماعية تصدر لخدمة الإسلام والمسلمين، ظهرت بمكة المكرمة عام 1916، ثم جريدة "الإصلاح" ومجلة "الحج" وغيرها من الصحف والمجلات.

وفي سوريا صدرت مجلة "التمدن الإسلامي" عام 1934 وهي مجلة علمية أدبية شهرية، إضافة إلى مجلة "الاعتصام" عام 1929...

وفي لبنان صدرت مجلة "الإقبال" عام 1902 وهي جريدة إسلامية، ناهجة خطة الصدق في أخبارها والاعتدال في مشربها...²

وظهرت في الجزائر صحف ومجلات إسلامية في هذه الفترة سيأتي الحديث عنها لاحقا.

"وعرفت "تونس" أيضا الصحافة الإسلامية مبكرا، فقد ظهرت مجلة "المنصف" عام 1907، ثم مجلة "شمس الإسلام" عام 1936.

وفي "المغرب" صدرت مجلة "الإرشاد الديني" عام 1939...

وصدرت في "الأردن" مجلة "الحكمة" عام 1932...

¹ فؤاد توفيق العاني: الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة، مرجع سابق ص 34، 35.

² نفس المرجع، ص 37، 40.

كما عرفت "فلسطين" الصحافة الإسلامية بصدور جريدة "الجامعة الإسلامية" يومية تبحث في المواضيع الدينية والسياسية والعلمية والأدبية عام 1933...¹

كانت هذه لمحة قصيرة عن بعض الإصدارات الصحفية الإسلامية في بعض الدول العربية قبل منتصف القرن العشرين، وكما يلاحظ على أغلبية هذه الصحف والمجلات أنها لم تحصر مواضيعها في الناحية الدينية فقط، بل تنوّعت مضامينها بين الدين والأدب والسياسة والتاريخ والعلم، فكانت على العموم شاملة، مع طُغيان الطابع الديني عليها، وهذا فرضته -طبعاً- الظروف التي كان يعيشها العالم العربي في تلك الفترة.²

✓ النصف الثاني من القرن العشرين:

استمرت الصحافة الإسلامية في التطور خلال النصف الثاني من القرن العشرين، وسيكون الحديث هنا على بعض العناوين، موزّعة على بعض الدول العربية على سبيل المثال فقط.

في "مصر" صدرت صحيفة "الدعوة" عام 1915 عن الإخوان المسلمين، والتي كانت تحمل آراءهم وأفكارهم واستمرت حتى أوقفها السادات عام 1981، ثم عاودت الصدور مرة أخرى، ثم صدرت مجلة "المسلمون" وهي مجلة إسلامية جامعة عام 1952، كما صدرت عن المؤتمر العام للإخوان المسلمين بالقاهرة مجلة "الإخوان المسلمون" نصف شهرية عام 1952 كذلك.

وفي "العراق" صدرت عام 1952 مجلة "الأخوة الإسلامية" دينية أسبوعية، وفي سنة 1963 ظهرت مجلة "الإيمان" دينية وكانت شهرية...

أما في "المملكة العربية السعودية" فصدرت مجلة "راية الإسلام" دينية، علمية جامعة، عن علماء مسلمين، ثم صدرت مجلة "رابطة العالم الإسلامي" عام 1963، وجريدة "أخبار العالم الإسلامي" عام 1966.

وفي "سوريا" صدرت مجلة "حضارة الإسلام" عام 1962.

كما ظهرت في "السودان" مجلة "البيان" عام 1974.

¹ المرجع السابق نفسه، ص: 41.

² انظر: شفيقة خنيفر: قراءة الطلبة الصحف الدينية الجزائرية -دراسة ميدانية بجامعة الأمير عبد القادر ومنثوري بقسنطينة- مرجع سابق،

أما في " لبنان " فنذكر مجلة " العالم الإسلامي " عام 1963، ثم " الشهاب " عام 1966، وفي عام 1979 صدرت مجلة " الأمان ".

وفي " تونس " مجلة " جوهر الإسلام " عام 1969، ثم مجلة " الهداية " عام 1973.

وفي " المغرب " ظهرت مجلة " دعوة الحق " عام 1957، ومجلة " الإرشاد " عام 1968...

وعرف " الأردن " كذلك مجلات إسلامية منها: " هدى الإسلام " عام 1956، ثم مجلة " الإسراء " عام 1978...

وفي " ليبيا " صدرت مجلة " الهدي الإسلامي " عام 1961...

وفي " الكويت " مجلة " الوعي الإسلامي " عام 1965، ومجلة " المجتمع " عام 1970.

كما عرفت " الإمارات العربية المتحدة " مجلة " الإصلاح " عام 1978.

وفي " قطر " صدرت مجلة " الأمة " وهي مجلة إسلامية شهرية جامعة عام 1980 عن رئاسة المحاكم الشرعية والشؤون الدينية في دولة قطر.

وأخيرا في " اليمن " صدرت مجلة " الإرشاد " إسلامية شهرية جامعة عام 1978 عن مكتب التوجيه والإرشاد

العام بوزارة الأوقاف، وهدفها كما يُذكر في كل عدد منها- هو جمع كلمة الأمة الإسلامية وتوجيهها إلى منهج الإسلام الصحيح البعيد عن الخلافات المذهبية والسياسية¹.

وكما نلاحظ من خلال هذا العرض الموجز لأهم المطبوعات الإسلامية في الدول العربية، فإن المجلة أخذت حصة الأسد من الإصدارات مقارنة بالجريدة أو الصحيفة، فأغلبية العناوين في هذه الفترة عبارة عن مجلات أكثر تخصصاً في الدين من الفترة السابقة (النصف الأول من القرن 20)، إضافة إلى أن مصادرها -في الغالب- هي مؤسسات أو جمعيات رسمية، وهذا ربما يعود إلى طبيعة هذه المرحلة التي حصلت فيها معظم الدول العربية على استقلالها وبالتالي خروجها من جو الاستعمار والظروف السياسية وأجواء المقاومة التي كانت تفرض نفسها على مواضيع الصحافة الإسلامية².

❖ أما نشأة الإعلام الديني الإسلامي المكتوب في الجزائر فقسمناه إلى المراحل الآتية:

✓ مرحلة الاحتلال

¹ المرجع السابق نفسه، ص 188-194.

² انظر: شفيقة حنيفر، قراءة الطلبة الصحف الدينية الجزائرية-مرجع سابق- ص: 29.

تُعتبر هذه المرحلة من أهم وأغنى المراحل التاريخية التي عرفت فيها الصحافة الدينية الإسلامية في الجزائر تطوّراً ملحوظاً، نظراً للوضع الذي كان يعيشه الشعب الجزائري آنذاك، والمتمثل في الاستعمار الغاشم الذي وضع نصب عينيه وجعل أولوية أولوياته القضاء على الشخصية الوطنية، من خلال التربص ببعديها الأساسيين: الدين واللغة.

ومن خلال الاطلاع على بعض الدراسات والأبحاث التي تناولت هذا الجانب، يتضح للدارس الاختلاف أو تضارب الآراء حول البدايات الأولى للصحافة الإسلامية في الجزائر، ولتفادي الوقوع في هذا الجدل والارتباك، ارتأت الباحثة التركيز في هذا العمل على صحافة لا خلاف حول نشأتها ولا مضامينها، وهي صحافة ابن باديس - رائد الإصلاح في الجزائر - سواء منها الخاصة أو المنضوية تحت جناح جمعية العلماء المسلمين الجزائريين، بالإضافة إلى صحافة أخرى سارت جنباً إلى جنب معها، وهي صحافة أبي اليقظان، ويمكن اعتبار هاتين الصحافتين أهم تجربة صحفية في الجزائر في تلك الفترة.¹

"ولاشك في توجُّه الجزائريين إلى الميدان الصحفي، إذ كانت الصحف الإستعمارية تندفق تدفقاً عجبياً، وهذا مالفت أنظار المسلمين الجزائريين إلى هذه الحركة الواسعة التي غطت القطر كله شرقه وغربه، وأثارت تعجُّبهم اللهجة الحارّة التي كانت تستعملها بعض صحف المعمرين في مخاطبة السلطة الحاكمة، فعلمهم ذلك أن يستفيدوا من هذه التجربة".²

فكان للإستعمار وأذنابه دور من حيث لم يعلموا في فتح أعين الجزائريين على أهمية الصحافة في نقل انشغالاتهم ومشاكلهم والمطالبة بحقوقهم. "وبهذا رأى بعض علماء الجزائر المصلحين أهمية الصحافة في إيقاظ الشعوب وحماية النهضة، وفي ردّ المعتدين وقمع الظالمين، وفي فضح المستعمرين حتى يراهم العالم، فسارعوا إلى إنشاء الصحف الوطنية العربية الإصلاحية".³

وأهم تجربة صحفية يمكن التطرق إليها في هذا المجال هي تجربة رائد الإصلاح في الجزائر - عبد الحميد بن باديس - "حيث دخل عالم الصحافة قائلاً: "باسم الله ثم باسم الحق والوطن، ندخل عالم الصحافة

¹ المرجع نفسه، ص: 32

² محمد ناصر: الصحف العربية الجزائرية من 1847 إلى 1954، ط3، دار الغرب الإسلامي، 2007، ص ص29، 30

³ محمد علي دبوز: نهضة الجزائر الحديثة وثورتها المباركة، صدر عن وزارة الثقافة بمناسبة الجزائر عاصمة الثقافة العربية 2007، سحب الطباعة

الشعبية للبحش، الجزائر، 2007، ج2، ص7

العظيم شاعرين بعظم المسؤولية التي نتحملها فيه، مُستسهلين كلَّ صعبٍ في سبيل الغاية التي نحن إليها ساعون، والمبدأ الذي نحن عليه عاملون"¹

وبهذا أنشأ عام 1925 جريدة "المنتقد" التي كانت متحررة وداعية للنهضة بأسلوب واضح وحماس، وكانت جريدة أسبوعية تلقاها الشباب وأصحاب الفكر العربيّ التّيّر بحماس أيضا.²

ويعتقد نصير بوعلي بالنظر إلى بعض الدراسات أن نشأة الصحافة الإصلاحية في الجزائر بدأت مع ظهور هذه الجريدة (المنتقد) والتي تبنّت منهج الإصلاح، وكان الهدف منها هو الخروج بالدعوة الإصلاحية من النطاق الجهويّ (قسنطينة) إلى المستوى الوطني.³

لكن الجريدة لم تصمد طويلا، مع المواجهة الصريحة التي كانت تُبديها عبر صفحاتها للنوايا والجرائم الاستعمارية، يقول أحمد توفيق المدني في هذا الشأن: "إلا أن أيام المنتقد لم تطل فَعُطِّلت بأمر حكومي"⁴ بعد أن دامت أربعة أشهر من جويلية 1925 إلى أكتوبر 1925 أصدرت خلالها ثمانية عشر عددا.⁵

وبعد قرار تعطيل "المنتقد" أصدر ابن باديس أيضا جريدة "الشهاب" ثم حوّلها إلى مجلة، واستمرت في الصدور إلى عشية الحرب العالمية الثانية حين توقفت من تلقاء نفسها حتّى تنجلي الحرب، وحتى لا تضطرّ إلى نشر مالا ترضى عنه تحت قوانين الحرب.⁶

وقد تنوعت أبوابها بين التفسير ورسالات ومقالات متنوعة في مختلف المواضيع⁷

¹ عبد الرشيد زروقة: جهاد بن باديس ضد الاستعمار الفرنسي (1913-1940)، ط1، دار الشهاب، بيروت، 1999، ص 178.

² أبو القاسم سعد الله: تاريخ الجزائر الثقافي، ط1، دار الغرب الإسلامي، ج5، 1830، 1954، بيروت، 1998، ص254.

³ نصير بوعلي: "تجربة الصحافة الإسلامية في العالم العربي"، مجلة المعيار، تصدر عن كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبدالقادر للعلوم الإسلامية، العدد 13، قسنطينة، الجزائر، 2006، ص 254.

⁴ أحمد توفيق المدني: كتاب الجزائر، ط2، دار الكتاب، البليدة، الجزائر 1963، ص346.

⁵ محمد ناصر: الصحف العربية الجزائرية - مرجع سابق - محمد ناصر: الصحف العربية الجزائرية - مرجع سابق - ص 97.

⁶ أبو القاسم سعد الله: تاريخ الجزائر الثقافي - مرجع سابق - ج5، ص253.

⁷ محمد ناصر: مرجع سابق ص 103.

وُعدّ مجلة "الشهاب" من أهم المراجع التي تؤرخ للنهضة الفكرية الحديثة في الجزائر، ما بين الحربين، ولها الفضل في بعث الثقافة العربية الأصيلة في الجزائر، وحماية المقومات الذاتية بها. وقد صدرت بانتظام دون تخلف أو توقف من سنة 1925 حتى أوت 1939 وهو آخر عدد صدر منها.¹

وما تجدر الإشارة إليه والتأكيد عليه أن المنتقد والشهاب صدرتا بجهد شخصي من الإمام بن باديس، وذلك بخلاف الصحف التي قامت جمعية العلماء بإصدارها.

— صحافة جمعية العلماء المسلمين الجزائريين

منذ سنة 1933، وبعد تأسيس الجمعية بسنتين أصدرت صُحفها الخاصة، وهي بالطبع صحف إصلاحية تُعبّر عن اتجاه الجمعية في التعليم العربي والنهضة الإسلامية، ومحاربة البدع والطرقية المرتبطة بالإدارة الفرنسية.²

وكانت أول جريدة باسمها هي جريدة السنة النبوية التي صدرت سنة 1933³، الشريعة المحمدية تحت إشراف نفس الهيئة التي كانت تقوم على جريدة السنة.⁴

ثم "الصراط السوي" الأسبوعية بتاريخ 11 سبتمبر 1933، ولكنها غُطّلت هي أيضا في بداية كانون الثاني 1934.⁵

وبهذا أوقفت الإدارة الاستعمارية هذه الصحف الثلاث تباعا، وبعد أشهر قال مدير الشؤون الأهلية "جان ميرانت" ردًا على سؤال طرحته عليه الدائرة العربية للمندوبيات المالية حول التدابير المتخذة والتي تنوي الإدارة اتّخاذها ضد الصحافة الإسلامية: "من حق فرنسا أن تقسو على أولئك الذين يسعون إلى إضعافها والتّهجّم عليها"⁶

¹ المرجع نفسه: ص 106.

² أبو القاسم سعد الله: مرجع سابق، ج5، ص 253.

³ تركي رايح: الشيخ عبد الحميد بن باديس -رائد الإصلاح والتربية في الجزائر- ط3، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر 1981، ص 117.

⁴ بو الصمصاف عبد الكريم: الفكر العربي الحديث والمعاصر، محمد عبده وعبد الحميد بن باديس نموذجاً. ط، دار الهدى: عين مليلة، الجزائر ج1، ص 226.

⁵ عبد الرشيد زروقة: مرجع سابق، ص 183.

⁶ علي مزاد: الحركة الإصلاحية الإسلامية في الجزائر، بحث في التاريخ الديني والاجتماعي من 1925 إلى 1940، ترجمة محمد يعقوب، ط3، دار الحكمة، الجزائر، 2007، ص 179.

ثم أصدرت الجمعية صحيفة " البصائر " السلسلة الأولى والتي برز العدد الأول منها في 27 ديسمبر 1935، ومن خلال محتوياتها يتجلى الطابع النضالي في جميع الجبهات، ومع قيام الحرب العالمية الثانية رأت الجمعية أنه من الأحسن أن تتوقف من تلقاء نفسها حتى لا تضطرّ إلى التظاهر بمظهر لا يليق بسمعة الجمعية، فالتعطيل خير من نشر الأباطيل على حد تعبير الإبراهيمي، وفي رأي محمد ناصر فقد صدر منها 180 عددا منذ نُشئها إلى 1939/08/25.¹

ثم السلسلة الثانية، والتي صدرت عام 1947 بعد أن أُغلقت قبل الحرب.²، واستمرت في الصدور حتى أبريل 1956.³

- صحافة أبي اليقظان:

بدأ أبو اليقظان بجريدة " وادي ميزاب " التي صدرت في العاصمة في أكتوبر 1926، وبعد أربعة أشهر عطّلتها الإدارة الفرنسية⁴، ثم أصدر جريدة " ميزاب " سنة 1930، فحجزت الإدارة عددها الأول وعطّلته، وعطّلته، وأصدر من بعد " لمغرب " سنة 1930، فعاش مدة وجيزة ثم خنقت الإدارة أنفاسه، ولم يُعمر سوى عشرة أشهر.⁵

وغيرها من الصحف آنذاك...⁶

ومن خلال استعراضنا لنشأة الصحافة الدينية الجزائرية في فترة الاحتلال، لاحظنا أنه رغم كل التحديات التي واجهتها من قبل الاستعمار الفرنسي، إلا أنها تعتبر في رأينا- من أغنى الفترات التي عرفت ازدهار هذا النوع من الإصدارات.

¹ محمد ناصر: الصحف العربية الجزائرية - مرجع سابق - ص 279-289.

² Mohamed Kirat : the communicators, a portrait of algerian journalists and their works : office des publications univresitaires; université d alger; 1993; p34

³ أبو القاسم سعد الله: تاريخ الجزائر الثقافي، ط1، دار الغرب الإسلامي، ج10، 1954، 1962، بيروت، 2007، ص198.

⁴ أبو القاسم سعد الله: تاريخ الجزائر الثقافي، ج5، ص264.

⁵ أحمد توفيق المدني: مرجع سابق، ص347.

⁶ معلومات أكثر ممكن الإطلاع على: شفيقة خنيفر: قراءة الطلبة الصحف الدينية الجزائرية - مرجع سابق -

✓ مرحلة الإستقلال:

يقول تيسير أبو عرجة : عرفت الجزائر المستقلة عددا من الصحف والمجلات الخاصة بقضايا الفكر الإسلامي، وقد توقف عدد منها عن الصدور، بينما واصل بعضها الآخر رحلته الإعلامية، ومنها: الأصالة: وهي مجلة ثقافية تصدر كل شهرين عن وزارة الشؤون الدينية، وكانت حين تأسيسها تصدر بصفة شهرية، وقد صدر العدد الأول منها في مارس عام 1971.

الرسالة: وهي مجلة تربوية إسلامية جامعة، صدر العدد الأول منها في مارس عام 1980.

العصر: وهي صحيفة أسبوعية تصدر عن المجلس الإسلامي الأعلى، وقد صدر العدد الأول منها في 16 أبريل 1981..¹

✓ مرحلة التعددية:

نذكر منها: صحيفة الأمة (لسان حال حركة الأمة)، التي لم تدم أزيد من ستة أشهر، جريدة الأصالة (تابعة لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين برئاسة الشيخ عبد الرحمان شيبان) وهي شهرية لم تدم أكثر من سنة، جريدة النهضة (تابعة لحركة النهضة).²، وهي أسبوعية شاملة تأسست في الفاتح نوفمبر 1990³، وقد توقفت بعد سنة من صدورها، المنقذ تأسست في 5 أكتوبر 1989 (لسان حال الجبهة الإسلامية للإنقاذ)، بدأت بالصدور نصف شهرية، ثم تحولت إلى أسبوعية تصدر كل يوم أربعاء، توقفت عن الصدور بعد أحداث جوان 1991، ثم عادت ثانية لتتوقف نهائيا في 4 مارس 1992...⁴

من خلال هذا العرض حاولنا التطرق لبعض العناوين الصحفية الإسلامية التي تمثل في مجملها نشأة الإعلام الديني الإسلامي المكتوب في الوطن العربي والجزائر.

ومن خلال هذا العرض نلاحظ أن الصحافة الإسلامية في الجزائر أثناء الاستقلال وفي مرحلة التعددية، لاتعدو أن تكون مجرد إصدارات مؤقتة وغير دائمة، إضافة إلى محدوديتها إذا ما قورنت بالفترة السابقة (الاحتلال).

¹ تيسير أبو عرجة: دراسات في الصحافة والإعلام، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص 265.

² نصير بوعلي: تجربة الصحافة الإسلامية في الوطن العربي، مرجع سابق، ص 257.

³ محمد لعقاب: الإعلام الإسلامي المعاصر في الجزائر - نماذج من الصحافة المكتوبة - "العقيدة"، "المنقذ"، "النهضة"، مذكرة ماجستير غير منشورة، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، إشراف عزة عجنان، 1994-1995، ص 110-112.

⁴ نفس المرجع، ص 108.

المطلب الثاني: الإعلام الديني الإسلامي المسموع في الوطن العربي

كانت درجات الصوت في الإذاعة في العصور الماضية تتفاوت بين الخفيض والمتوسط والجهوري، وهي درجات محكومة بقوة الصوت المحدودة، أما اليوم فقد تغير الحال، حيث تضاعف مدى الصوت بلايين المرات، وامتد حتى اخترق القارات ونفذ إلى سكانها.¹

وتمثل الإذاعة في الآونة الحاضرة مركز الصدارة في أجهزة الإرشاد بعد أن أصبح الراديو جزءا لا يتجزأ من الأدوات التشخيصية العادية التي في متناول المواطنين، ومن الثابت أن الإذاعة تؤثر تأثيرا بالغا ويزداد عمقها وخطورتها كلما كانت البيئة قليلة الحظ من الثقافة والتعليم، ولا يستطيع أحد أن يُنكر ما للكلمة المسموعة من أثر قوي فعال من حيث الإيحاء، كما أنها تتميز بالسرعة.²

أهم مكونات البرنامج العام للإذاعة العربية:

- 1 - النشيد الوطني و/أو القرآن الكريم
- 2 - برنامج صباحي يشتمل بعض القراءات والأغاني
- 3 - الأغاني
- 4 - الأخبار
- 5 - التمثيليات
- 6 - البرامج الثقافية
- 7 - البرامج الشعبية
- 8 - البرامج الدينية
- 9 - البرامج السياسية (تعليقات وبرامج خاصة بالمناسبات)
- 10 - بعض البرامج الخاصة (المرأة، العمال، الفلاحين، الشباب، الطب...)³

¹ نور الدين بوكريدي: وسائل الإعلام ودورها في نشر الخطاب الإسلامي، مجلة الإحياء، تصدرها كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، العدد 11، باتنة، الجزائر، 2007، ص 122.

² نوال محمد عمر: دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية، مرجع سابق، ص 98.

³ فضيل دليو: الاتصال مفاهيمه - نظرياته - وسائله، مرجع سابق، ص 144.

-البرامج الدينية في الإذاعة:

إن من أكثر الأشكال الإذاعية شيوعا في تقديم المادة الدينية هي الأحاديث الدينية وخطبة الجمعة والبرامج الدينية:

1 - الأحاديث الدينية: تقديم الحديث الديني في الإذاعة له دور مباشر في متابعة قضايا الإنسان المعاصر من وجهة نظر إسلامية، والدخول من أول كلمة إلى صلب الموضوعات التي تهمه في أمر دينه، وهو أمر يترك أثرا سريعا في جمهور المستقبلين الذين هم أحد أهم العناصر في نظرية الاتصال، وهذا الأثر يمتد إلى مجالات ثلاث هي أهم الميادين الإعلامية:

أولا: العمل على نشر الإسلام الصحيح كمنهاج للحياة ليؤكد دوره في حياة الإنسان على امتداد العالم كله.

ثانيا: نشر مزيد من التوعية الدينية وتعميق الثقافة الإسلامية وتدعيم الشخصية المسلمة.

ثالثا: ربط الإسلام بقضايا المسلم المعاصر ومشكلاته اليومية، وعرض وجهة النظر الدينية حتى لا يحدث الانفصال بين الدين والحياة.

والحديث الديني إذن بحاجة إلى توعية خاصة سواء في ضيوفه أو في المسؤول عنه، فهو لا يمس قطاعا وحيدا في المجتمع ولكنه يتجه إلى المجموع، وهذا بغرض استخدام لغة سهلة على المستمع تقترب من عقله وقلبه. فالحديث الإذاعي أصعب من التلفزيوني لأن الصوت وحده هو الذي يصلك بالجمهور، ولذلك ينبغي أن يكون الصوت معبرا، وأن يقوم بجميع وسائل الإيضاح.

2 - خطبة الجمعة في الإذاعة:

الخطيب الإذاعي له صفات تختلف عن أي خطيب آخر، حيث أن المذيع يدخل كل بيت سواء كان أهل هذا البيت مثقفين أو جهلاء أو نصف مثقفين، امرأة أو رجلا أو شابا، إنه يدخل لجميع الفئات، ولذلك لا بد من اختيار موضوع يتفق مع احتياجات المستمعين.

3 - البرامج الدينية في الإذاعة:

وبالتالي فكل محطة إذاعية لها عدة برامج دينية، منها البرنامج الديني الثقافي، والقرآن الكريم،

والتواشيح الدينية، وتفسير القرآن والتمثيلات والمسلسلات الدينية، والغناء الديني وغيرها من

البرامج.¹

وسنحاول فيما يلي التطرق لنشأة الإعلام الديني الإسلامي المسموع في العالم العربي، وذلك من خلال استعراض بعض الأمثلة:

عرف العالم العربي الإذاعة في فترات مختلفة وفي ظروف متباينة، وذلك بدءاً من المبادرات الفردية لبعض المهندسين العرب، ومروراً بالقوى الاستدمارية المحتلة التي أوجدتها أساساً لخدمة تواجدها، وانتهاء بالظهور العادي في فترة الاستقلال. وتعتبر **الجزائر ومصر** أولى الأقطار العربية التي عرفت الإذاعة في منتصف العشرينيات عن طريق المبادرات الفردية لبعض المستوطنين الفرنسيين (باللغة الفرنسية) وبعض المصريين على التوالي. ثم توالى ظهورها تدريجياً في باقي الأقطار العربية حتى عمتهها سنة 1970، وكانت الإذاعة في الوطن العربي منذ نشأتها ولمدة طويلة (إلى حد ذبوع التلفزة والبارابول) أهم أدوات مخاطبة الجماهير ونافذها الأساسية على الأحداث المحلية والدولية، وذلك بسبب انتشار الأمية التي ساهمت في جعل مجتمعاتنا يغلب عليها طابع الثقافة السمعية.²

وقد اتخذ الخطاب الديني مكانة متواضعة جداً في البداية مع ظهور الإذاعة والتلفزيون في القرن العشرين، وكان ذلك في شكل برامج دينية كانت تتمثل غالباً في أحاديث وقراءات دينية، إلى جانب تلاوة بعض آيات القرآن الكريم، ثم تنوعت محتوياته وأساليبه لتأخذ صبغاً مختلفة مثل الندوة الإذاعية، الدراما الدينية، المسلسل الديني، أذان الصلاة، خطبتي الجمعة وغيرها. ثم اتجه الرأي إلى إنشاء إذاعات دينية متخصصة، تكون بمثابة ركيزة للإعلام الديني.³ نذكر منها:

مصر: في 25 مارس 1964 بدأ إرسال إذاعة القرآن الكريم من القاهرة لمدة 14 ساعة يومياً على فترتين صباحية ومساءلية، بإذاعة المصحف المرتل، وبذلك تُعدّ أول إذاعة صوتية في العالم الإسلامي تُذيع القرآن

¹ المرجع السابق: ص 99-102

² فضيل دليو - مرجع سابق - ص: 143

³ نصير بوعلی: الخطاب الديني ووسائل الإعلام، مجلة المعيار، فصلية محكمة تصدر عن جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، ديسمبر 2007، ص 5.

الكريم، وكانت تبث القرآن الكريم المرتل فقط، ثم تطورت سنة بعد سنة، لتبث العديد من البرامج المتنوعة، حيث تجد فيها الترتيل، التفسير، الفتاوى، برامج الأطفال والمرأة...¹

المملكة العربية السعودية: حدد المرسوم الملكي عام 1368هـ، جميع النواحي المتعلقة بإنشاء الإذاعة، وأهمها التدقيق في كل ما يُذاع من فقرات وبرامج حتى لا يكون هناك خروج عن ما جاء في كتاب الله وسنة رسوله الكريم، وفي أكتوبر عام 1949 انطلق أول إرسال للإذاعة السعودية في المجتمع السعودي باللغة العربية، حيث انطلق أول صوت للمملكة العربية السعودية قائلًا: (هنا مكة المكرمة).
في 11 من شهر ماي 1962 تقرر إنشاء إذاعة "صوت الإسلام" من مكة المكرمة ليكون اهتمامها منصبا على نشر العقيدة الإسلامية وخدمة الدين، والرد على الافتراءات الموجهة ضدّها من أعداء الإسلام والمسلمين...

ظهور "إذاعة القرآن الكريم" من مكة المكرمة يوم 16 مارس 1972 بداية البث الفعلي، وكانت تبث 6 ساعات يوميا منها ساعتان في الصباح وأربع ساعات في المساء، وقد ارتبطت في بداياتها بإذاعة "نداء الإسلام" وتم فك هذا الارتباط يوم 26 مارس 1978 لتصبح إذاعة القرآن الكريم إذاعة مستقلة.²
الأردن: كانت البداية عام 1948 من القدس الشريف، وفي عام 1959 تم انشاء محطة ثانية افتتحها الملك الحسين بن طلال بعمان تبث ساعة واحدة في الصباح وساعتين في المساء حيث أكد على عروبة هذا الصوت الداعي إلى الوحدة والمدافع عن قضايا الأمة.

السودان: تم افتتاح محطة القرآن الكريم عام 1970 لمدة ساعتين يوميا.³
الجزائر: أنشئت "إذاعة القرآن الكريم" في 12 جويلية 1991، بمجموع 6 ساعات يوميا مسجلة، تتمثل في تلاوات قرآنية، حديث، تفسير، فقه، شخصيات وأعلام... الخ، واستمرت على هذا النحو إلى غاية يوم 06 مارس 1992، حيث بدأ بث بعض الحصص.

¹ رباب يوسف: إذاعة القرآن الكريم نصف قرن من العطاء.. www.egynews.net، ت.ن. 2014/08/06، ت.الاطلاع: 2017/05/07..

² نايف كيري وآخرون: الإذاعة.. الموجة لاتشير باتجاه الحضور! عن صحيفة المدينة السعودية- ملحق الأربعاء، www.startimes.com، ت.ن. 2006/08/16، ت.الاطلاع 2017/05/07.

³ محمد صاحب سلطان: وسائل الإعلام والاتصال، دراسة في النشأة والتطور، ط1، دار المسيرة للنشر، عمان، الأردن، صص 107- 216.

عرفت إذاعة القرآن الكريم تذبذبا كبيرا في عدد ساعات وتوقيت البث من حيث تقطع الفترات وزيادة ونقصان عدد الساعات، إلى غاية يوم 05 جويلية 2008، أين استقر البث في حدود 10 ساعات بث مباشر يوميا. وتبث الإذاعة برامجها باللغة العربية المبسطة والمهذبة، كما تبث برامج أخرى باللغة الأمازيغية، تلبية لجزء هام من المستمعين، وتعتمد على المادة الدينية التي يُراعى فيها البساطة والاعتدال والوسطية في الطرح.¹

ومن خلال هذا العرض لنشأة الإعلام الديني المسموع في الوطن العربي، نلاحظ أن أهم الإنجازات في هذا المجال هي إنشاء إذاعات القرآن الكريم في بعض الدول العربية، إضافة إلى البرامج الدينية أو الفقرات الدينية في الإذاعات العامة -على قلتها-

المطلب الثالث: الإعلام الديني الإسلامي الفضائي في الوطن العربي

1 - تعريف الفضائيات الدينية:

التلفزيون الفضائي الديني محطة فضائية تتبنى رسالة إعلامية ذات طابع ديني محافظ، وتتخذ من الخطاب الديني الإسلامي كأساس في البرامج والرسائل الإعلامية التي تبثها.²

وفي تعريف آخر: "هي الفضائيات التي أنشئت لتحقيق أهداف إسلامية وتنطلق من مرجعيات إسلامية، وإن اختلفت تخصصاتها"³

إن القناة التي يطغى على معظم برامجها المحتوى الديني من الإرشاد والدعوة، إلى التفسير وشرح العقيدة، إلى الدفاع عن المذهب... هي قناة دينية حتى لو لجأت في الوقت نفسه إلى برامج ترفيهية أو إعلانات تجارية، إذ غالبا ما تكون هذه البرامج أو الإعلانات مضبوطة بالقيم الدينية عموما.⁴

وتأتي البرامج الدينية وبرامج الإفتاء في قائمة أولويات كثير من القنوات الفضائية العربية لاجتذاب المشاهد العربي، فكثير من القنوات الفضائية العربية -أيا كانت اهتماماتها وأهدافها- تحرص على تقديم برامج دينية تجيب عن أسئلة المشاهدين واستفساراتهم، وتوضح لهم أمور دينهم ودنياهم، كما تناقش في الوقت نفسه

¹ محمد شلوش: الإذاعة الجزائرية، النشأة والمسار، عن الإذاعة الوطنية، ص: 18-19.

² فاطمة حسين عواد: الإعلام الفضائي، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2010، ص 215.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الإسلامي، ط1، دار المسيرة للنشر، عمان، الأردن، 2013، ص 270.

⁴ طلال عتريسي: الفضائيات الدينية بين حق الدعوة ومخاطر الفتنة، مجلة الإذاعات العربية، العدد: 3، 2012، ص 46.

هموم الناس وقضاياهم في إطار الشريعة الإسلامية، مُستضيفة في ذلك مجموعة من العلماء والمفكرين وطلبة العلم في العالم الإسلامي.¹

ويتفاوت حجم هذا الخطاب من قناة لأخرى إلى أن يغطي كامل مساحة البث في القنوات المتخصصة، ويأتي الخطاب الديني في التلفزيون بشكل مباشر من خلال أحاديث سردية ولقاءات حوارية، كما نلمسه في الأعمال الدرامية التاريخية، وفي جملة من الأعمال الفنية في شكل مدائح وأذكار وابتهالات، وبث مواكب للعبادات كصلاة الجمعة وصلاة العيدين وصلاة التراويح والتهجد، والوقوف بعرفة في موسم الحج.² أما من الناحية الفكرية والثقافية فإن هذه القنوات تقتحم موضوعات لم تكن المحطات التلفزيونية العربية تجرؤ سابقاً على الخوض فيها، من ذلك المسائل الدينية وما يتصل بالدين من الحديث عن الأصولية، والعنف، والإرهاب، وقضايا الخرافات والشعوذة التي يتم إلصاقها بالدين، ويتم في بعض البرامج تناول هذه النواحي من جانب بعض العلماء المستنيرين أو أولئك الذين يتحدثون بطريقة غير علمية وفي غير صالح القضية الدينية. وذلك بالطبع يتوقف على أهداف تلك القنوات والصورة التي تريد أن يظهر بها الإسلام أمام المشاهدين.³

2 - نشأة وظهور الفضائيات الدينية الإسلامية

منذ بداية ظهورها في القرن العشرين، كانت القنوات الإعلامية تقدم مواد متنوعة رياضية وثقافية ودينية وترفيهية، ومع الوقت ظهرت قنوات فضائية متخصصة في المجال الديني، والرياضي والفني والثقافي. وكانت القنوات الفضائية الدينية في بداية ظهورها تقوم بعرض برامج للوعظ والإرشاد والتوجيه الديني، وكان يطغى عليها الطابع التقليدي.⁴

جل القنوات الإسلامية المنتشرة الآن عبر الأقمار الصناعية هي وليدة سنوات قليلة فقط، وأول قناة فضائية إسلامية كانت قناة "إقرأ" التي تتبع لشركة (ART) حيث كانت تضم هذه الشبكة مجموعة من القنوات الغنائية والدرامية والرياضية، فكانت قناة "إقرأ" النبتة الأولى في مجال الفضائيات الإسلامية في أكتوبر عام

¹ ناصر بن عبد الرحمان الهزاني: الفتوى في القنوات الفضائية العربية، مرجع سابق، ص15.

² محمد عبد الكافي: تأملات في الخطاب الديني بالفضائيات العربية، مجلة الإذاعات العربية، السنة:3، العدد: 1، 2003، ص84.

³ تيسير أبو عرجة: الإعلام العربي - تحديات الحاضر والمستقبل - ط2 دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص: 207.

⁴ سعيد بحير: الشروط النفسية والتربوية للإعلام الديني في العالم العربي الإسلامي، العدد: 13، مجلة ذوات، مؤسسة مؤمنون بلا حدود، 2015،

1998، ثم تبعها بسنوات قنوات "المجد" الفضائية التي أصبحت بعد ذلك شبكة من القنوات الإسلامية المتخصصة في شتى المجالات الشرعية والدينية، وثم تبعها بعد ذلك ظهور الفضائيات الإسلامية الكثيرة التي زاد عددها حتى الآن عن أكثر من 60 قناة فضائية.¹

3 - عوامل وأسباب ظهور الفضائيات الإسلامية:

- 1 - تعرض الإسلام في السنوات الأخيرة خصوصا بعد انهيار المعسكر الإشتراكي ونهاية الحرب الباردة وتعرض الدول الإسلامية لتشويه كثير، وأكاذيب حول حقيقته وانتقادات لاذعة من أعدائه تحتاج للرد عليها بالقوة نفسها.
 - 2 - طغيان الماديات خلال القرن العشرين وماتلاه، وكثافة التبشير بالعلمانية في مختلف الدول التي استشرى فيها الإعلام، يقتضي تجلية العنصر الروحي للإنسان حتى لدى المسلمين أنفسهم، ويجعل من الضروري توضيح حقيقتها ومراميها وخطورة الذين يريدون توظيفها ضد خصومهم من المسلمين.
 - 3 - ليس الإسلام دين عبادة فقط، وإنما هو دين حث على العمل بشكليه الديني والأخروي وجعل الثواب عليهما أمرا مرغوبا ومنصوصا عليه.
 - 4 - نشر الإسلام أمر مفروض على الأمة بالنصوص القطعية ومأجور عليه، ولم يرد على سبيل التخيير أو المزاج الفردي.²
- ويمكن رصد هدفين جوهريين للفضائيات الدينية:
- الأول:** الرسالة الإعلامية التوعوية والتصحيحية للمفاهيم الإسلامية وهي في مجملها رسالة موجهة للمسلمين.
- الثاني:** الرسالة الإعلامية التبشيرية المكلفة بنقل رسالة إسلامية لخلق حالة إقناع عند غير المسلمين لاعتناق الإسلام.³

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الإسلامي - مرجع سابق - ص: 270.

² المصدر نفسه، ص: 272.

³ فاطمة حسين عواد: مرجع سابق، ص: 218.

4 - أهمية الإعلام الديني الإسلامي في الفضاءات العربية

للإعلام الديني الإسلامي في القنوات الفضائية مهام كثيرة نلخصها في الآتي:

- **الحفاظ على الذاتية الثقافية :** لاسيلا إلى إنكار أهمية القنوات الدينية في سعيها إلى ترسيخ مقومات الهوية العربية الإسلامية في عموم الجمهور المتلقي، وخاصة الشباب الذين يجنون غالباً إلى "التمرد" على ثقافتهم التقليدية وعاداتهم المجتمعية، في انبهار بالعبادات الغربية من خلال وسائل الإعلام والاتصال.
- **توفير الجو الروحي وتيسير التثقيف الديني:** من خلال تقديم المعلومة الدينية الصحيحة، من طرف متخصصين متمرسين، ويجد المشاهدون راحة في السؤال عن جزئيات في العقيدة والفقہ والمعاملات، كما تكتسب القنوات الدينية قيمتها الإعلامية من خلال دورها الروحي، خاصة في أوقات ومواسم معلومة، فهي تبث القرآن الكريم والأحاديث النبوية وأذان الصلاة وخطبة الجمعة وصلاة التراويح، وتواكب موسم الحج... فيشعر المشاهدون بالسكينة والطمأنينة.¹

5 - أنواع الفضائيات الإسلامية حسب المضمون

من خلال الإطلاع على بعض الدراسات التي تناولت الموضوع وجدت الباحثة بعض الاختلاف بين الباحثين في تقسيم أنواعها وذلك كالآتي:

✓ **التقسيم الأول:** يتضمن أربعة أنواع:

النوع الأول: دعوية فقط، مثل قناة الناس، وميزتها أنها تهتم بتثقيف الأمة ونشر العلم الديني والديني وتبتعد عن السياسة وصراعاتها.

النوع الثاني: دعوية اجتماعية، مثل قناة إقرأ، فهي تقدم بالإضافة إلى البرامج الدينية والثقافية مسلسلات تاريخية وبرامج ناطقة باللغة الإنجليزية، وبين الحين والآخر تقدم أغنيات دينية وأناشيد.

¹ فنحي بوعجيلة: البرامج الدينية في التلفزيونات والإذاعات العربية - مقارنة في المضامين - مجلة الإذاعات العربية، العدد3، 2012، ص: 37،

النوع الثالث: دعوية شاملة، مثل قناة **الرسالة**، حيث تعمل على تدعيم القيم الإسلامية والإنسانية بأسلوب هادئ، وطرح متزن لا يعمل على التحريض ويلتزم المبادئ المهنية في إطار عمل إعلامي مؤسسي متكامل.

النوع الرابع: دعوية سياسية، مثل قناة **المنار**.¹

✓ **التقسيم الثاني:** يضم نوعين:

قنوات دعوية خالصة: وتقدم مادتها الإعلامية من خلال المحاضرات والخطب والبرامج الحوارية، وقد تختص بجانب واحد فقط مثل قناة **الفجر** للقرآن الكريم وقناة **المجد** 3 للقرآن الكريم، وقناة **المجد** للحديث النبوي وقناة **الحكمة** والناس والرحمة والرسالة.

قنوات دعوية متنوعة: وتضم إضافة إلى المادة الدعوية الخالصة برامج إخبارية أو درامية مثل قناة **اقرأ** و**المجد** والمنار والأقصى.²

✓ **التقسيم الثالث:** والذي يعرض لمضامين بعض القنوات الدينية، وفي هذا يقول **فارس**

عطوان:

فعلى سبيل المثال هناك محطة أهلية خاصة باسم "**العفاسي**" تبث من الكويت مقتصرة على الأناشيد والأغاني الدينية فقط، بالإضافة إلى الأدعية مع صور للأماكن الإسلامية المقدسة. محطة دينية أخرى تدعى "**الرسالة**" تختلف هذه المحطة عن سابقتها بكونها متخصصة في الدين الإسلامي، لكنها تقوم بإعداد برامج حوارات تخدم المسائل الإسلامية واهتمامات المسلمين. محطة دينية أخرى مرموقة اسمها "**اقرأ**" استطاعت أن تشق طريقها إلى العالم وأن تُكوّن جمهوراً عريضاً من المسلمين وغيرهم، لما تقدمه من برامج توعية وبرامج هادفة لكافة شرائح المجتمع من شباب ونساء وأسر وتعالج قضايا اجتماعية وإنسانية عبر حوارات ودروس دينية، كما أنها تقوم بتفسير القرآن، وتبث بلغات غير العربية أهمها الإنجليزية.³

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الإسلامي، ص: 273.

² طه أحمد الزبيدي وآخرون: دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفتاته، ط1، دار النفائس، الأردن، 2013، ص: 25.

³ فارس عطوان: الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، د.ط، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص: 134-135.

ورغم ما يبدو من اختلاف في التقسيمات لكن بالإطلاع على مضامينها نجد أنها تصب في إطار واحد مع تغير في وجهات النظر.

المبحث الثالث: واقع الإعلام الديني الإسلامي في الوطن العربي

المطلب الأول: واقع الإعلام الديني الإسلامي المكتوب

يلاحظ بصفة عامة أن الصحف والمجلات الدينية ضعيفة التوزيع والانتشار إذا ما قيست بالصحف الأخرى، وليس هناك صحيفة دينية يومية، ولكن الصحف والمجلات الدينية منها الأسبوعي مثل: "المسلمون" و " الدعوة" وهما سعوديتان، ومنها الشهري مثل: " لواء الإسلام" و " الوعي الإسلامي" الكويتية و"الرسالة" اللبنانية.¹

ومنها: مجلة "الفرقان" أسبوعية إسلامية ثقافية كويتية (www.al-forqan.net)

وقد أكد الدكتور صالح بن عبد العزيز الربيعان الأستاذ المساعد للصحافة والعلاقات العامة بجامعة الإمام أنه "ليس هناك إحصائية تبين عدد الصحف الإسلامية، ولا مدى انتشارها وحجم توزيعها، لكن الملاحظة الشخصية تظهر ندرة الصحف التي تصنف نفسها على أنها إسلامية، بل يمكن الجزم بأنه لا توجد صحف يومية من هذا النوع، وهناك عدد محدود من الصحف الأسبوعية، ورغم انعدام الحقائق الإحصائية فإن المتابعة الشخصية توحي بأن المجلات الإسلامية تلقى رواجاً وتحقق نجاحاً لا بأس به، يدل على ذلك كثرة عددها وتواتر صدورها وتنوع اهتماماتها وحجم الإعلان الذي تستقطبه"²

- أبرز التحديات التي تواجه الإعلام الديني الإسلامي المكتوب

أولاً: تحديات فنية:

- ضعف قطاع كبير من الموارد البشرية العاملة في مجال الصحافة الإسلامية، نتيجة قلة الصحف الإسلامية وتباعد دورية صدور كثير منها، وهو ما يحرم كثيراً من الكوادر البشرية من التدريب والممارسة العملية التي تدفع إلى الارتقاء بمستوى الأداء المهني.

- قلة الموارد البشرية العاملة في مجال الصحافة الإسلامية مقارنة بما لدى تيارات فكرية أخرى من مهنيين وممارسين أتاحت لكثير منهم فرص التدريب والعمل في مؤسسات صحفية كثيرة.

¹ جابر قميحة: المجلات والصحف الدينية www.alukah.net ت.ن: 2015/05/27، ت.ت: 2017/05/10

² عبد العزيز الزويد: واقع الصحافة الإسلامية في ميزان خبراء الإعلام www.startimes.com ت.ن: 2009/04/14، ت.ت: 2017/05/10.

- قلة التخصصات النوعية في عدد من المجالات المهنية وتركزها في محاور دون غيرها.
- ضعف فرص التدريب النظري والعملية وضعف الاهتمام به داخل المؤسسات الصحفية الإسلامية.
- عدم اكتراث كثير من المؤسسات الصحفية الإسلامية أو انتباهها إلى أهمية بناء أجيال جديدة من العاملين في المهنة.
- تباعد دورية الإصدار لدى الصحف الإسلامية وقلة وربما ندرة الإصدارات المتقاربة زمنياً.

ثانياً: تحديات تمويلية

- قلة الوعي لدى كثير من المستثمرين المتتمين للمشروع الإسلامي بأهمية الإعلام والصحافة وتأثيرهما على انتشار فكرهم ورؤيتهم وثقافتهم بصورة عامة، وتراجع قناعاتهم بأهمية تأسيس أو المساهمة في تأسيس كيانات إعلامية وصحفية تتبنى المشروع الإسلامي بصفة خاصة، وينتج عن تراجع الوعي لدى المستثمرين ورجال الأعمال تراجع التمويل.
- صعوبة الموازنة الاقتصادية للمشاريع الصحفية الإسلامية نتيجة تراجع معدلات الإعلانات التجارية، ونتيجة وجود عدد من الضوابط الأخلاقية التي تصرف كثيراً من الإعلانات المتداولة في الأسواق الإعلامية عن المطبوعات والصحف الإسلامية.
- ضعف عمليات التسويق للمنتج الصحفي الإسلامي، نتيجة عدم الاهتمام في كثير من المشاريع الإسلامية بأهمية التسويق والتوزيع.

ثالثاً: تحديات خارجية

- وجود حملات إعلامية منظمّة في كثير من الدول على المشروع الصحفي الإسلامي من التيارات التي تعوق تمدده.
- تظافر وتعاون كثير من المؤسسات الإعلامية الورقية والفضائية في مواجهة المشروع الإسلامي.
- وجود ظهير دولي عالمي مُساند للحملات التي تقودها بعض التيارات الفكرية من داخل المجتمع العربي، مما وفر لها الدعم الفكري الصريح في جميع الحالات والدعم المالي المرتب في عدد غير قليل من الحالات.¹

¹ عادل الأنصاري: الصحافة الإسلامية تحديات واستراتيجيات، مجلة الوعي الإسلامي، عدد خاص بمناسبة مؤتمر الصحافة الإسلامية الأول،

رابعاً: تحديات مشتركة

- ضعف الإقبال على الصحافة الورقية بصفة عامة بمختلف الاتجاهات الفكرية.
- تزايد الإصدارات وانتشار المؤسسات الإعلامية مما يولّد صعوبة لدى أي مؤسسة إعلامية جديدة.
- تغطية معظم الإصدارات الموجودة في الساحة للاحتياجات المطلوبة والحقيقية للجمهور من الإعلام، مما أدى إلى لإحداث نوع من الشبع الإعلامي لدى الجمهور.¹

المطلب الثاني: واقع الإعلام الديني الإسلامي المسموع

تُساهم الإذاعات العربية في تأمين مادة دينية تسعى إلى تلبية الجانب الروحي لدى المستمعين، وبما يحقق نسبة استماع عالية أو محترمة على الأقل في أوساط الشغوفين بالأحاديث ذات الصبغة الدينية، وتتفاوت هذه الإذاعات في الحيز الزمني للمادة الدينية. ولا يزال المستمعون والباحثون المهتمون في الأقطار العربية مختلفين في الموقف من نسبة البرامج الدينية في الإذاعات العامة بين الرضى والتذمر مما يُسمّونه تهميش هذه النوعية من البرامج لحساب المنوعات الغنائية والرياضة وغير ذلك مما يرونه أقل أهمية أو لا يزيد أهمية. كما يُلاحظ أن البرمجة الدينية في هذا الصنف من الإذاعات (الإذاعات العامة) تشهد توسعاً لافتاً خلال شهر رمضان.

أما بالنسبة للإذاعات المتخصصة والتي تتمثل تحديداً في إذاعات القرآن الكريم، فلا يخلو بلد عربي - تقريباً - من هذا الصنف الذي تُشرف عليه هيئات حكومية، كما نجد في القطاع الخاص، ولكن بنسبة أقل.²

وفيما يخص المضامين بالنسبة لهذا النوع (الإذاعي) فهي تحتاج إلى تحديد على مستوى الشكل والأسلوب، لأن القوالب الكلاسيكية القديمة لم تعد تُلبّي احتياجات الجمهور وتحتذب شرائحه المتعددة إلى ما تطرحه الإذاعات الإسلامية، بل إن العديد من البرامج التي اعتادت أن تبثها سواء العامة منها أو المتخصصة على حد سواء أخذت تُعدّ من مولدات الملل والروتين وصارت بعض البرامج المقدمة بهذه الطريقة الرتيبة تُنقَرُ

¹ عادل الأنصاري: المرجع السابق ص: 50.

² فتحي بوعجيلة: البرامج الدينية في التلفزيونات والإذاعات العربية - مقارنة في المضامين - مرجع سابق، ص: 31، 30.

الجمهور من الإذاعة وهذا هو الفشل المركب الذي قد يصيب الخطاب الديني ويشل حركته ويفقده مزية التأثير والفاعلية.¹

- الأمور الواجب على الإذاعات الدينية مراعاتها

- 1 - أن ينطلق الإعلام الديني من القرآن الكريم والسنة النبوية ومن سائر مصادر التشريع الإسلامي.
- 2 - أن يفهم نفسية المتلقين لرسائله الإعلامية باتباع الأسلوب العلمي في البحث الاجتماعي والدراسات الميدانية.
- 3 - العناية بالنواحي الفنية، وهي في الإذاعة أقل صعوبة مما هي في الإعلام المرئي أو المقروء، فإذا كانت المؤثرات الصوتية والبصرية مطلوبة في التلفزيون، فإن المؤثرات السمعية حتمية في الإذاعة.
- 4 - أن تتواصل ثقة المتلقين بالإعلام الديني الذي يُتابعونه، ولقد أثبتت الواقعات المشاهدة أن الإذاعات التي لجأت إلى التسطيح الفكري وإلى تزييف الدين ودفع الناس في مهاوي التعصب والغلو، سرعان ما فقدت بريقها وتألقتها، لأنها خسرت ثقة مُستمعيها. ويُخطئ من يتصور أن الصخب والشعارات البراقة والإثارة مهما كان نوعها ومنشؤها، هي التي تمنح الإعلام الديني تواملاً مع مُتلقيه.
- 5 - الالتزام التام بالقيم الاجتماعية الراسخة مادامت مفيدة، والابتعاد عن كل مامن شأنه الإساءة إلى تلك القيم أو خدشها، ومنع الأذى عن الناس كافة.²

¹ حيدر السلامي: الخطاب الديني عبر الأثير WWW.M.AHEWAR.ORG ت. 2007/07/11، ت. الإطلاع 2017/05/11.

² هادي حسن حمودي: الإذاعات الدينية في العالم العربي - رؤية تنويرية- مجلة الإذاعات العربية، العدد 2، 2011، ص: 85.

المطلب الثالث: واقع الإعلام الديني الإسلامي المرئي

أصبحت الفضائيات الدينية أو الفضائيات ذات النزعة الدينية قوة إعلامية لها من السلطة والتأثير في عقول المشاهدين القسط الكبير، وهي قنوات تقدم نفسها على أنها وسائل لنشر الدعوة الإسلامية، كما تصف رسالتها على أنها ذود عن القيم السامية في المجتمع المسلم.

وقد سجل المشهد الإعلامي في الآونة الأخيرة تطوراً عددياً ملحوظاً بلغ سنة 2012 حوالي 104 قنوات دينية. منها 8 قنوات حكومية وهي: السنة النبوية، السعودية قرآن، الفرقان، التواصل، السادسة، الإيمان، قناة الكويت للقرآن، الهداية، و96 قناة خاصة.

وحسب آخر الإحصائيات التي تحصلت عليها الباحثة لسنة 2015، فإن القنوات الدينية تحتل المرتبة الرابعة من حيث ترتيب القنوات العربية حسب الاختصاص، وذلك بمجموع 55 قناة، منها 50 قناة تابعة للقطاع الخاص و5 قنوات تابعة للقطاع العام.¹

¹ البث الفضائي العربي: التقرير السنوي، إصدارات اتحاد إذاعات الدول العربية 2015، ص:14.

ومن خلال الجدول التالي نستعرض أهم هذه القنوات الموجودة في الساحة الإعلامية العربية:¹

البلد	القطاع	القناة
الجزائر	العام	قناة الجزائرية 5: القرآن الكريم
السعودية		قناة السنة النبوية قناة القرآن الكريم
البحرين		BahrainQuran
المغرب		السادسة
السعودية	الخاص	Almajd Hadith Almajd Holy quran Almajd Islamic Science البرهان الرسالة
السعودية		ابن عثيمين
الجزائر		الأنيس
مصر		الناس الندى السلام عليك الفتح للقرآن الكريم
موريتانيا		المحظرة
الأردن		الإرث النبوي
تونس		الزيتونة هداية
العراق	الفرات	
الكويت	المعالي	

¹المرجع السابق، ص:14.

1 - توزيع القنوات الدينية حسب التخصصات:

هناك العديد من الأنواع نقتصر في هذا العرض على ذكر بعض منها:

- أ - **قنوات القرآن الكريم**: تهيمن عليها تلاوة القرآن الكريم والابتهالات والأذكار، كما أن جزءاً صغيراً من البرمجة تُخصّص لبعض المنابر الحوارية القصيرة، ونذكر منها: الفجر، العفاسي قرآن، المجد للقرآن الكريم، ...
- ب - **قنوات الحديث والعلوم الدينية**، مثل: المجد للحديث النبوي، المجد للعلوم الدينية، وهما قناتان تنتميان إلى شبكة "المجد" التي تضم عديد التخصصات الدينية.
- ت - **قنوات طبية ذات نزعة دينية**، مثل: الحقيقة، الصحة والجمال، الطب النبوي...، وتقتصر هذه القنوات على بث برامج حول المداواة بالأعشاب الطبية وبالرقية الشرعية، إضافة إلى بعض المساحات الإشهارية التجارية لنوعية من المستحضرات الطبيعية.
- ث - **قنوات إنشاد وأغاني ذات نزعة دينية**، مثل: الروح، راما،... تبث هذه الفضائيات أغاني دينية تقليدية وابتهالات وأدعية وأذكار.
- ج - **قنوات الأطفال ذات توجه ديني**، منها: طه، الهدهد، سمس، طيور الجنة،... من خلال ماسبق من معطيات يمكن التأكيد على التطور العددي للقنوات الدينية، فضلاً عن السمة الظاهرة للمشهد الإعلامي الديني، وهي التوجه نحو التخصص. وهو مؤشر إيجابي لما يفرضه التخصص من اتجاه نحو التعمق في المواضيع والإلمام بها من كل جوانبها، دون إغفال الدقة والوضوح.¹

2 - أبرز التحديات التي تواجه الإعلام الديني الإسلامي الفضائي

- رغم التطور والتنوع الذي عرفته القنوات الفضائية الدينية في الوطن العربي، إلا أنها تواجه مجموعة من التحديات التي تتنوع بين الداخلية والخارجية نحاول من خلال هذا العرض التطرق إلى أهمها.
- غياب الكوادر الإعلامية المدربة والقادرة على مخاطبة جمهور البرامج الدينية بشكل مهني عالي المستوى، وإدارة الحوارات بشكل مشوق وجذاب، تظهر إلمام المحاور التام بالموضوع وهو ما يجنب ظهوره بمظهر الجاهل بما يؤدي إلى فقد مصداقيته لدى الجمهور.

¹ثريا السنوسي: ملامح الفضاء الاتصالي الديني العربي، مجلة الإذاعات العربية، العدد3، 2012، ص: 9-17

- الموضوعات التي يتم تناولها معظمها ينحصر في الأمور المتعلقة بالعبادات، ويمتد بعضها لمناقشة العلاقات الأسرية، مما يؤدي إلى نوع من التكرار.¹
 - تحتهد المحطات الدينية في بث جانب مهم من الرسائل الإعلامية ولكنها تبقى حبيسة قدراتها ومهاراتها الإعلامية المتواضعة، بالإضافة إلى محدودية الشركات والمؤسسات السينمائية والتلفزيونية التي تتبنى إنتاج برامج ذات طابع ديني.
 - انحسار تأثير المحطة الفضائية الدينية عن بلوغ الحد الذي يؤمن الضمان في مواجهة الفضائيات الباثة للثقافة الوافدة، يتضح جليا من خلال آراء جملة من أهل الفكر والرأي والاختصاص، ففي معرض تقييمه لدور المحطات الدينية بين الكاتب المعروف **فهيم هويدي**: "أرى أنها بمثابة ديكور يزين القنوات التي يضمها القمر الصناعي... وربما المشهد أقرب إلى جريدة صفراء تنشر المفاصد وبداخلها صفحة دينية من باب مخاطبة كل الأذواق، وهذا أسلوب تسويقي لا يتناسب مع مكانة ودور الدعوة الإسلامية في حياتنا وما يجب أن نوليه لها من احترام" ويستطرد قائلا: "لقد عجزنا بالرغم من كل ما يتوفر لنا من إمكانيات إعلامية عن نشر روح الإسلام في الداخل فضلا عن الخارج، ولازال القصور يلازمنا في إطلاق قناة إسلامية تعبر عنا وتستند إلى أسلوب محترف واستثمار عالي حتى تثبت أركان الدين الصحيح في هذه الأمة التي بدأ الفساد يستشري حتى وصل إلى الأعناق"²
 - من أهم التحديات هي مواجهة التبرص من قبل أعداء الله للإسلام والمسلمين، سواء أكان فكريا أم اجتماعيا أم سياسيا أم اقتصاديا أم أي مجال آخر.³
 - **مخاطر الانفلات العقائدي وغياب القيم:**
- **قنوات الفتنة والتطرف:** توجد اليوم في المشهد الفضائي العربي مئات القنوات التي تبث رسائل إعلامية خطيرة على أمن الأمة العربية ووحدها، وحتى على هويتها، وهي مُصنفة اعتباريا في عداد القنوات "الدينية".

¹ عزة عبد العظيم محمد: رؤية نقدية للحوارات الدينية في الفضائيات العربية، مجلة الإذاعات العربية، العدد3، 2006، ص 62، 63.

² فاطمة حسين عواد: الإعلام الفضائي، مرجع سابق، ص: 216.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص: 180.

- قنوات شعوذة وتدين متمزمت ومغشوش: تتخذ مسمى "قناة دينية"، لكنها في الواقع تبث معتقدات وهمية أو محرفة، تنشر الجهل والتخلف وتسيء إلى الدين عبر أفكار الشعوذة والتطبب والغيبيات المهلوسة. والخطير أن هذه القنوات تتوسع وتكثف انتشارها وعدد متابعيها، خصوصا بين الشرائح الهشة في المجتمع.

- قنوات مذهبية وطائفية: تبث التفرقة بين المذاهب والطوائف داخل الفضاء العربي الإسلامي، وتُشيع بذور الفتنة والحقد والكراهية بين مختلف مكونات المجتمعات العربية.¹

3 - الفضائيات الدينية بين مؤيد ومعارض:

أثار انتشار الفضائيات الدينية العديد من الأسئلة حول طبيعة الإعلام الديني وأهدافه وفائدته بالنسبة للمجتمع، وتأثيره الإيجابي والسلبي على سلوك الناس وأفكارهم واتجاهاتهم، وتباينت وجهات النظر في طرح هذه الأسئلة والإجابة عنها بين مؤيد لضرورة وجود الإعلام الديني وبين معارض لهذا النوع من الإعلام، وبين من يرى ضرورة تطوير هذا الإعلام وإدخال إصلاحات على تقديم البرامج وموادها. المدافعون على ضرورة حضور الإعلام الديني في المشهد الإعلامي، يرون بأن هناك تحولا كبيرا عرفته وسائل الإعلام الغربية الحديثة، التي تركز على الترفيه والمتعة المادية، وتغيب فيها القيم الأخلاقية، والفن الراقي الذي يهدف إلى تربية الذوق السليم. إن كثيرا من القنوات الفضائية تركز اغتراب الإنسان العربي المسلم عن قيمه الدينية والثقافية، وتشويه صورة الإسلام والمسلمين، وتعمل على تضليل الرأي العام بمجموعة من المغالطات والأكاذيب عن الدين الإسلامي وحياة المسلمين. وهكذا وجب ظهور هذه القنوات لكي توضح هذه الحقائق، وتعبر عن وجهة النظر الأخرى التي هي غائبة عن المجتمعات الغربية، وتساهم في توعية المسلمين.

أما المعارضون لوجود الإعلام الديني، فيعتقدون أن الإعلام الديني في الوقت الحاضر أصبح في كثير من القنوات الفضائية يعتمد على ترويج أفكار أيديولوجية سياسية وعقائدية ومذهبية. ومادام الفكر الديني مرتبطا أكثر بالجانب الوجداني للإنسان، يحاول بعض الفاعلين في الإعلام الديني توظيف هذه الأفكار لكسب قاعدة عريضة من المستمعين أو المشاهدين، وخلق الرغبة أو الطلب على هذه المنتجات الإعلامية،

¹البث الفضائي العربي: التقرير السنوي، مرجع سابق، ص: 43-44.

والإقبال على رموز هذا النوع من الإعلام، وهكذا تحول الإعلام الديني إلى خدمة أغراض سياسية ومذهبية بعيدة عن الدين والعقيدة.

ويرى الرأي الثالث أن الحاجة تقتضي تنوعا واختلافا في المادة الإعلامية، لاختلاف التوجهات والاهتمامات وتنوع الأفكار والمعتقدات. ولهذا فكما أن هناك إعلاما رياضيا وترفيها وثقافيا وسينمائيا وفضائيا، فلا بد أن يكون هناك إعلام ديني لا يقدم برامج تشجع المشاهد أو المستمع على التشدد والغلو أو الكراهية للآخر. وحسب هذا الرأي الأخير لا بد من مراجعة كل البرامج التي تُحيد عن الرسالة الإعلامية النبيلة، التي تهدف إلى التثقيف والتوعية والتربية، والعمل على تطوير الخطاب الإعلامي الديني، وخلق برامج جديدة بمناهج وتقنيات جديدة، وجلب منشطين شباب لبحث مواضيع الدين بطرائق عصرية حديثة، وربط قضايا الدين بالواقع اليومي.¹

من أجل إعلام ديني فاعل:

بالنظر إلى حجم النقائص والتحديات التي يواجهها الإعلام الإسلامي لا بد من خطة متكاملة للنهوض بهذا المجال ومن أهمها:

- تكثيف اللقاءات التشاورية العملية قصد إرساء خطة عمل مشتركة تُصاغ فيها الآليات والطرق الكفيلة بالارتقاء بمستوى البرامج الدينية وتحسين آدائها وتدارك النقائص الملحوظة، ولا يتحقق ذلك فعليا إلا بتدارس المشروعات الفنية والفكرية المتعمقة في الغرض، وتكثيف دورات التدريب والتكوين لفائدة منتجي هذا الصنف من المواد الإعلامية، وذلك لضمان جودة أوفر تصون الخطاب الديني عن الإنزلاقات الفكرية وعن ضعف المضامين، وتجنبه العزلة عن الواقع، مع تأمين خطاب مستنير متزن كفيل بحماية الشباب خاصة من حملات التعصب وأخطار الذوبان، وتعويده على النقد والحوار البناء وقبول الرأي الآخر، إضافة إلى الاجتهاد والتطوير لدحض بعض الأفكار الغربية المغلوطة عن الإسلام بتقديم صورته المشرفة.²
- إن التخطيط الإعلامي الإسلامي لا بد أن يكون سمة لهذا الإعلام وطريقة تفكير للعاملين فيه، وإن التخطيط الإعلامي الإسلامي ينبغي أن يكون على عدة مستويات، مستوى الوسيلة، المستوى

¹ سعيد بحير: الشروط النفسية والتربوية للإعلام الديني في العالم العربي الإسلامي، مرجع سابق، ص 41، 42.

² فتحي بوعجيلة: البرامج الدينية في الفضائيات العربية، مقارنة في المضامين، مجلة الإذاعات العربية، العدد 3: 2012، ص: 42، 43.

الجغرافي، ثم التخطيط على المستوى البشري في إعداد الإعلاميين وتدريبهم... ثم التخطيط للقضايا،
ثم التخطيط على المدى القصير وعلى المدى البعيد.¹

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

¹ محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ط3، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008، ص: 70.

الفصل الخامس: استخدامات المرأة القسنطينية للإعلام الديني الإسلامي

والإشاعات المحققة

المبحث الأول: استخدامات المرأة القسنطينية للإعلام الديني الإسلامي

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة

المطلب الثاني: عادات المتابعة

المطلب الثالث: أنماط المتابعة

المبحث الثاني: الإشاعات المحققة من متابعة المرأة القسنطينية للإعلام الديني الإسلامي

المبحث الأول: استخدامات المرأة القسنطينية للإعلام الديني الإسلامي

يتناول هذا المبحث استخدامات المرأة القسنطينية للإعلام الديني الإسلامي، وركزنا فيه حول خصائص عينة الدراسة ودوافع الاستخدام إضافة إلى العادات والأنماط.

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة

جدول رقم "01": توزيع عينة الدراسة حسب السن.

النسب	التكرارات	السن
%64.33	193	40-20
%30.33	91	60-41
%5.33	16	61 فما فوق
%100	300	المجموع

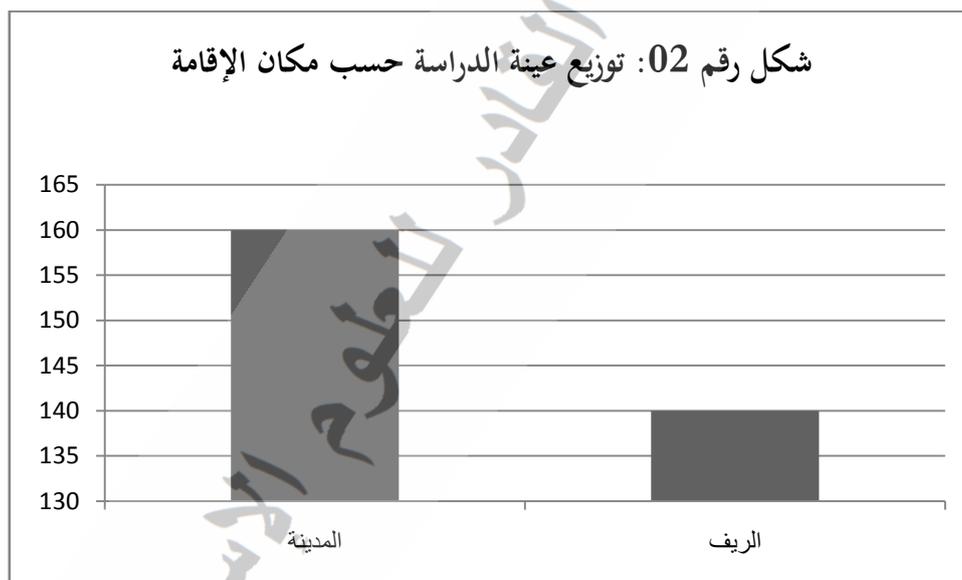


يمثل الجدول والشكل رقم 01 توزيع عينة الدراسة حسب السن، ومن خلال المعطيات يتضح لنا أن عينة هذه الدراسة تتكون من 300 مفردة، موزعة بين 193 مفردة فيمن يتراوح سنهن بين 20 و 40 سنة، وذلك بنسبة %64.33، و 91 مفردة بين 41 و 60 سنة بنسبة %30.33، و 16 مفردة من 61 سنة فما فوق بنسبة %5.33.

وكما يلاحظ فإن العدد فيما يخص السن من 20-40 جاء في الصدارة من حيث مجموع التكرارات، وهذا يعود بالدرجة الأولى إلى طبيعة المرحلة العمرية والتي تكون فيها نسبة التجاوب أكثر، مقارنة بمراحل عمرية أخرى - وخاصة 61 فما فوق - والتي وجدت الباحثة بعض العزوف من قبلها.

جدول رقم "02": توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة

النسب	التكرارات	مكان الإقامة
53.33%	160	المدينة
46.66%	140	الريف
100%	300	المجموع



يمثل الجدول والشكل رقم 02 توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة، وكما نلاحظ فقد كان عدد التكرارات بالنسبة للمدينة يقدر ب: 160 مفردة، بنسبة تقدر ب: 53.33%، مقابل 140 مفردة بالنسبة للريف، بنسبة 46.66%، ويعود هذا التفاوت إلى أن ولاية قسنطينة بدواؤها الست وبلدياتها الاثني عشر، وحسب المعلومات والإحصائيات التي تحصلنا عليها من مكتب الإحصاء بالولاية، فإن بلدية قسنطينة جاءت في الصدارة من حيث عدد السكان، مقارنة بباقي البلديات، كما أنها تصنف ضمن المناطق الحضرية، مقارنة بالبقية والتي تعتبر مناطق شبه حضرية وريفية.

جدول رقم "03": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية

النسب	التكرارات	الوضعية الاجتماعية
%44.33	133	عاملة
%55.66	167	ماكنة بالبيت
%100	300	المجموع



يوضح الجدول والشكل رقم "03" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية، وقد تكونت عينة هذه الدراسة من 133 مفردة فيما يخص المرأة العاملة بنسبة %44.33، مقابل 167 مفردة للمرأة الماكنة بالبيت وذلك بنسبة تقدر ب%55.66.

جدول رقم "04": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية.

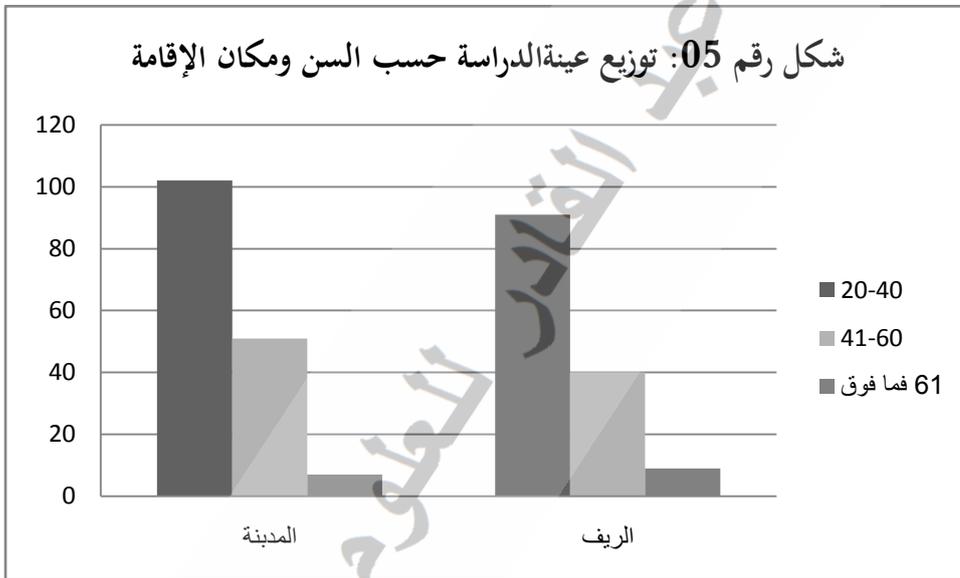
الوضعية التعليمية	التكرارات	النسب
متعلمة	284	%94.66
غير متعلمة	16	%5.33
المجموع	300	%100



يمثل الجدول والشكل رقم "04" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية، ومن خلال معطياته نلاحظ ارتفاع نسبة المرأة المتعلمة وذلك بمجموع 284 مفردة، ونسبة %94.66، بالمقارنة مع المرأة غير المتعلمة، والتي اقتصر عدد مفرداتها على 16 مفردة فقط بنسبة %5.33، ويعود هذا التفاوت الواضح إلى امتناع النساء من الفئة الثانية عن التفاعل مع الباحثة وذلك لأنهن غير متعلمات، وبالتالي لا يمكنهن الإجابة حسب قولهن-، وللإشارة هنا-وكما ذكرنا سابقا في بداية هذا العمل- فنقصد بالمرأة المتعلمة كل من تتقن القراءة والكتابة بغض النظر عن المستوى العلمي.

جدول رقم "05": توزيع عينة الدراسة حسب السن ومكان الإقامة

المجموع	السن						مكان الإقامة
	61 فما فوق		60-41		40-20		
160	%43.75	7	%56.04	51	%52.84	102	المدينة
140	%56.25	9	%43.95	40	%47.15	91	الريف
300	%100	16	%100	91	%100	193	المجموع



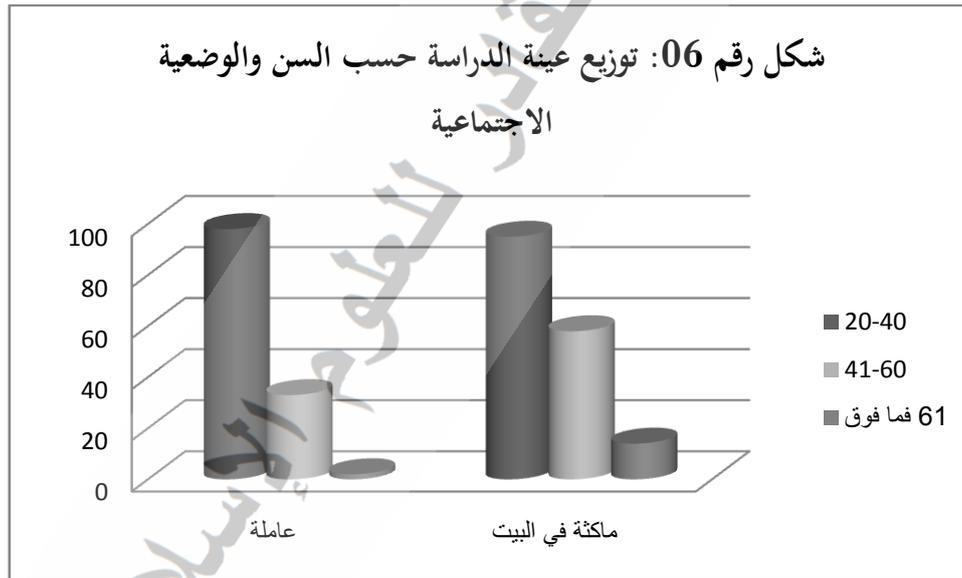
يمثل الجدول والشكل رقم "05" توزيع عينة الدراسة حسب السن ومكان الإقامة، ويتضح من خلاله ارتفاع عدد التكرارات فيما يخص الفئة العمرية من 40-20 سنة في المدينة ب: 102 مفردة ونسبة %52.84، مقارنة بنظيرتها في الريف بما مجموعه 91 مفردة بنسبة %47.15.

أما فيما يخص الفئة العمرية من 60-41 سنة فقد بلغ مجموع التكرارات 51 مفردة بنسبة %56.04 في المدينة، و40 مفردة بنسبة %43.95 في الريف.

وفيما يتعلق بالفئة العمرية من 61 سنة فما فوق، تحصلنا على 7 مفردات في المدينة بنسبة 43.75%، مقابل 9 مفردات في الريف بنسبة 56.25%.

جدول رقم "06": توزيع عينة الدراسة حسب السن والوضعية الاجتماعية

المجموع	61 فما فوق		60-41		40-20		السن / الوضعية الاجتماعية
	133	2	12.5%	33	36.26%	98	50.77%
167	14	87.5%	58	63.73%	95	49.22%	ماكثة في البيت
300	16	100%	91	100%	193	100%	المجموع



يمثل الجدول والشكل رقم "06" توزيع عينة الدراسة حسب السن والوضعية الاجتماعية، ومن خلال ملاحظة معطياته نجد:

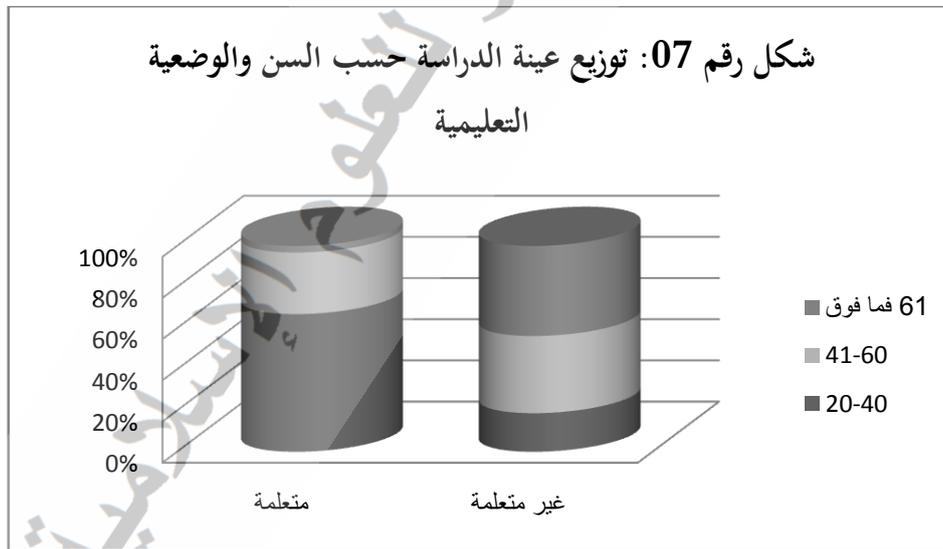
- فيما يخص الفئة العمرية من 40-20 سنة، لدينا 98 عاملة بنسبة: 50.77%، مقابل 95 ماكثة في البيت بنسبة: 49.22%.

- فيما يخص الفئة العمرية من 41-60 سنة، لدينا 33 عاملة بنسبة 36.26%، مقابل 58 مائكة في البيت بنسبة 63.73%.

- وفيما يخص الفئة العمرية من 61 سنة فما فوق، لدينا 2 مفردات بالنسبة للمرأة العاملة بنسبة 12.5%، و14 مائكة في البيت بنسبة 87.5%.

جدول رقم "07" توزيع عينة الدراسة حسب السن والوضعية التعليمية.

المجموع	السن						الوضعية التعليمية
	61 فما فوق		60-41		40-20		
284	%56.25	9	%36.26	85	%98.44	190	متعلمة
16	%43.75	7	%63.73	6	%1.55	3	غير متعلمة
300	%100	16	%100	91	%100	193	المجموع



يمثل الجدول والشكل رقم "07" توزيع عينة الدراسة حسب السن والوضعية التعليمية، ومن خلال الأرقام يتضح لنا الآتي:

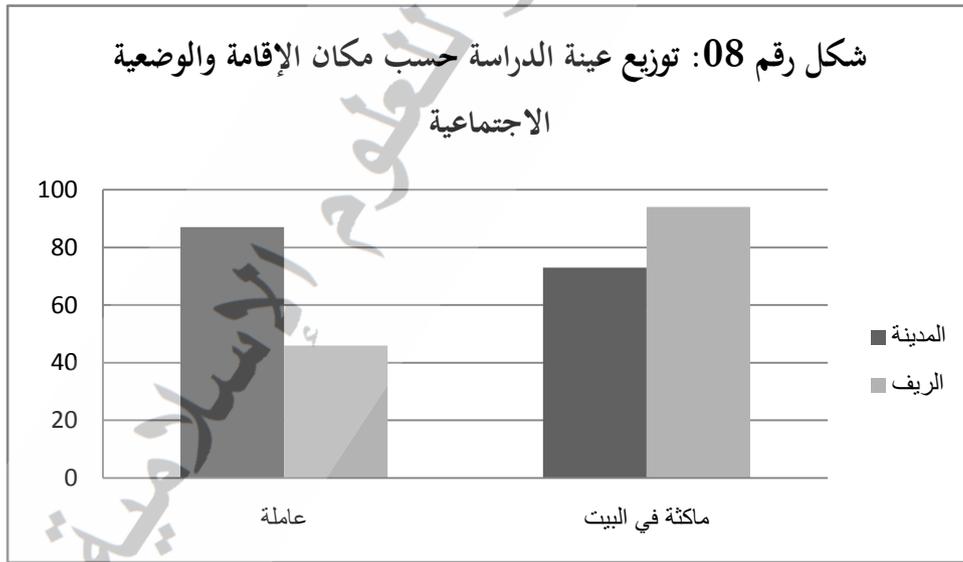
- بالنسبة للفئة العمرية من 20-40 سنة لدينا 190 متعلمة بنسبة 98.44%، مقابل 3 غير متعلمات بنسبة 1.55%.

- أما بالنسبة للفئة العمرية من 41-60 سنة لدينا 85 مفردة بنسبة 36.26% متعلمة، و 6 مفردات بنسبة 63.73% غير متعلمة.

- وفيما يتعلق بالفئة العمرية من 61 سنة فما فوق، لدينا 9 متعلمات بنسبة: 56.26%، و 7 غير متعلمات بنسبة 43.75%.

جدول رقم "08": توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والوضعية الاجتماعية.

المجموع	مكان الإقامة				الوضعية الاجتماعية
	الريف	المدينة	الريف	المدينة	
133	46	87	32.85%	54.37%	عاملة
167	94	73	67.14%	45.62%	ماكثة في البيت
300	140	160	100%	100%	المجموع

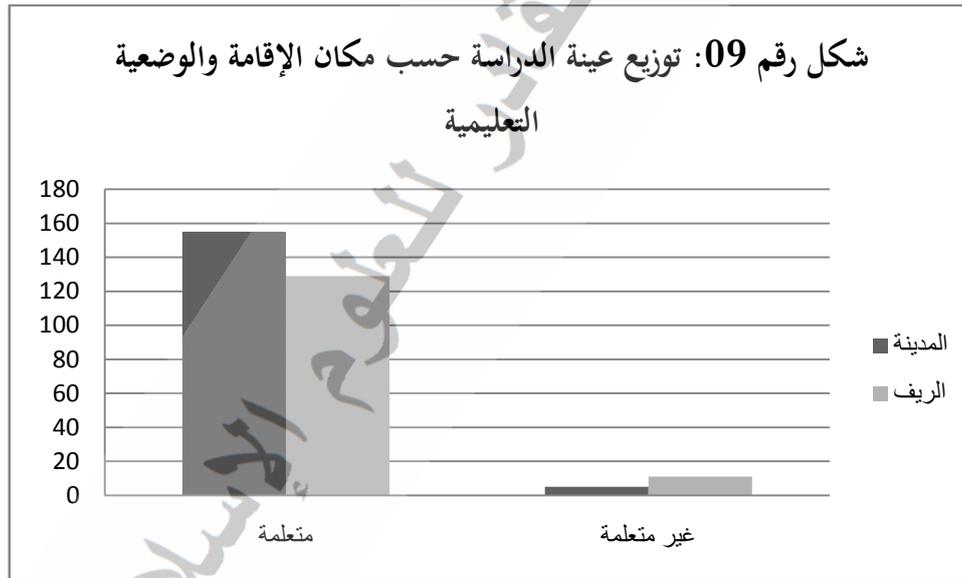


يمثل الجدول والشكل رقم "08" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والوضعية الاجتماعية، وقد بلغ عدد النساء العاملات المقيمات في المدينة 87 مفردة بنسبة 54.37%، مقابل 46 مفردة بنسبة 32.85% بالنسبة للعاملات في الريف.

أما فيما يخص الماكثات في البيت، فقد بلغ العدد بالنسبة للمدينة 73 مفردة بنسبة 45.62%، مقابل 94 مفردة بنسبة 67.14% في الريف.

جدول رقم "09": توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والوضعية التعليمية.

المجموع	مكان الإقامة		الوضعية التعليمية	
	الريف	المدينة	الريف	المدينة
284	129	155	92.14%	96.87%
16	11	5	7.85%	3.12%
300	140	160	100%	100%

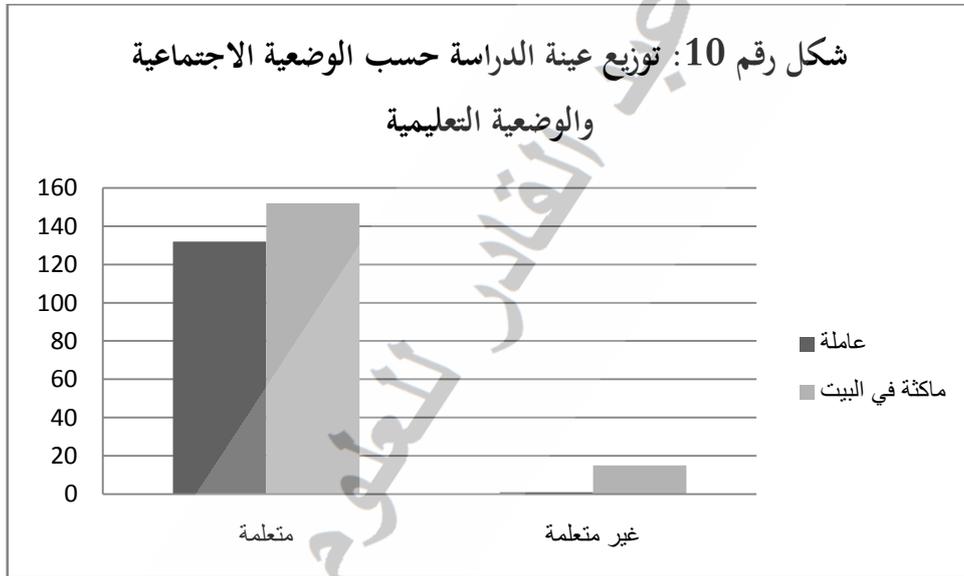


يمثل الجدول والشكل رقم "09" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والوضعية التعليمية، وقد بلغ عدد النساء المتعلقات المقيمت في المدينة 155 مفردة بنسبة 96.87%، مقابل 129 مفردة بنسبة 92.14% بالنسبة للمتعلقات في الريف.

أما فيما يخص غير المتعلقات، فقد بلغ العدد بالنسبة للمدينة 5 مفردات بنسبة 3.12%، مقابل 11 مفردة بنسبة 7.85% بالنسبة للريف.

جدول رقم "10": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والوضعية التعليمية.

المجموع	الوضعية الاجتماعية		الوضعية التعليمية	
	عاملة	ماكنة في البيت	متعلمة	غير متعلمة
284	132	152	%99.24	%91.01
16	1	15	%0.75	%8.98
300	133	167	%100	%100



يمثل الجدول والشكل رقم "10" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والوضعية التعليمية، وقد بلغ عدد النساء العاملات المتعلمات 132 مفردة بنسبة %99.24، مقابل 152 مفردة بنسبة %91.01 بالنسبة للمتعلقات الماكثات في البيت.

أما فيما يخص العاملات غير المتعلمات، فقد بلغ العدد مفردة واحدة بنسبة %0.75، مقابل 15 مفردة بنسبة %8.98 بالنسبة لغير المتعلقات الماكثات في البيت.

المطلب الثاني: عادات المتابعة

والتي تتمثل أساسا في درجة المتابعة والأيام والفترة الزمنية المفضلة إضافة إلى الحجم الساعي.

جدول رقم "11": توزيع عينة الدراسة حسب متابعة المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام

النسب	التكرارات	متابعة المضامين الدينية
%97.66	293	نعم
%2.33	07	لا
%100	300	المجموع



يمثل الجدول والشكل رقم "11" توزيع عينة الدراسة حسب متابعة المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام، وقد أجابت 293 من المبحوثات ب: نعم وذلك بنسبة تقدر بـ 97.66%، فيما أجابت 7 مبحوثات ب لا بنسبة 2.33%.

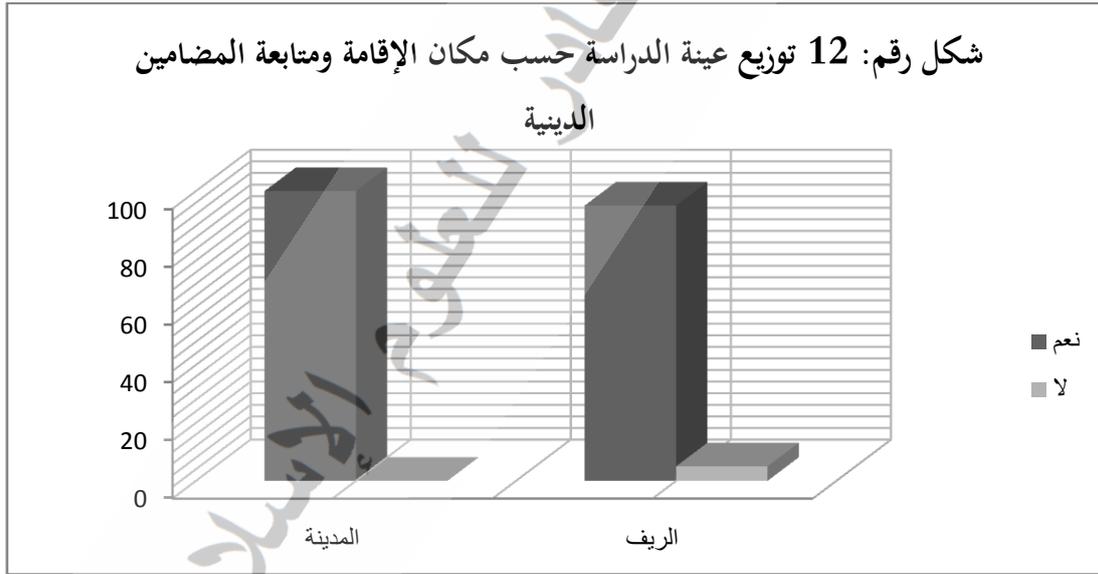
وبالعودة لدراسة الباحثة عباس سعيدة نلاحظ أن النسبة كذلك كانت مرتفعة فيما يتعلق بالنساء اللائي يقبلن على مشاهدة الفضائيات الدينية ب: 98.99%، وهذا يدل على أن متابعة الإعلام الديني الإسلامي تحظى بأهمية كبيرة لدى المرأة الجزائرية.¹

¹عباس سعيدة: اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية -مرجع سابق-

جدول رقم "12": توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة ومتابعة المضامين الدينية

المجموع	الريف		المدينة		مكان الإقامة
	الريف	المدينة	الريف	المدينة	متابعة المضامين الدينية
293	%95	133	%100	160	نعم
7	%5	7	/	/	لا
300	%100	140	%100	160	المجموع

كأ² = 58.4
 كأ² الجدولية تساوي 3.84 تحت درجة حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم " 12" توزيع عينة الدراسة حسب متابعة المضامين الدينية ومكان الإقامة، ويتجلى من خلال معطياته أن 160 مفردة أي مايعادل نسبة 100% من مفردات العينة في المدينة، تتابعن المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام، في حين نجد 133 مفردة بنسبة 95% من المجيبات بنعم في الريف.

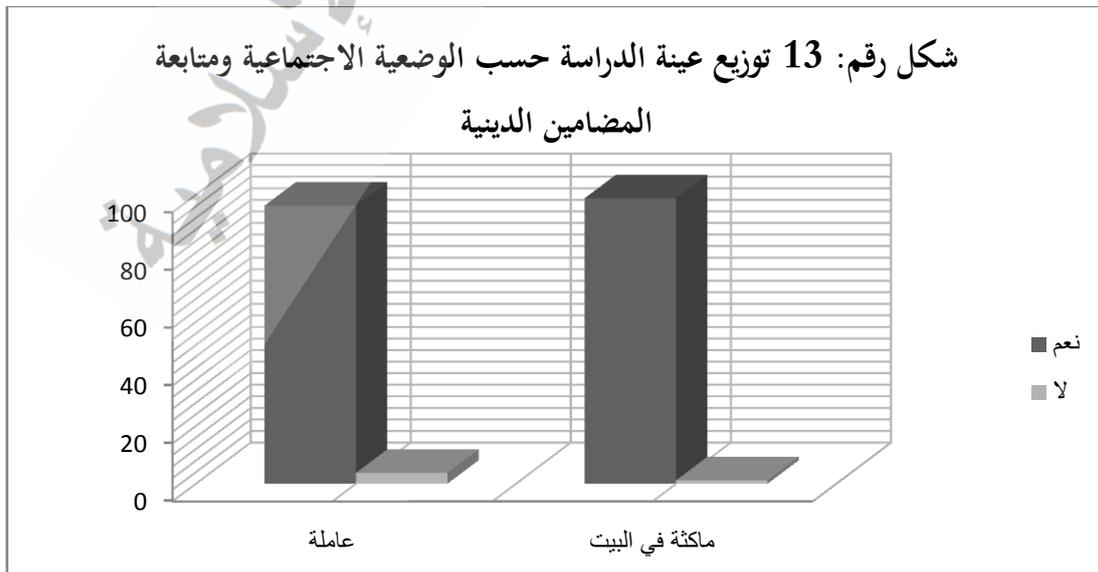
أما بالنسبة للمجيبات ب لا وهن اللواتي لا يتابعن المضامين الدينية، فقد قدر عددهن ب 0 مفردة في المدينة، مقابل 7 مفردات في الريف بنسبة 5%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص متابعة المضامين الدينية ومكان الإقامة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 58.4، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 3.84 تحت درجة حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "13": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية ومتابعة المضامين الدينية

المجموع	ماكثة في البيت		عاملة		الوضعية الاجتماعية
	ماكثة في البيت	عاملة	عاملة	ماكثة في البيت	متابعة المضامين الدينية
293	165	128	96.24%	98.8%	نعم
7	2	5	3.75%	1.19%	لا
300	167	133	100%	100%	المجموع

كا² = 2.11
 كا² الجدولية تساوي 3.84 تحت درجة حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "13" توزيع عينة الدراسة حسب متابعة المضامين الدينية والوضعية الاجتماعية، ويتجلى من خلال معطياته أن 128 مفردة أي ما يعادل نسبة 96.24% من العاملات من مفردات العينة، تتابعن المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام، في حين نجد 165 مفردة بنسبة 98.8% من المجيبات بنعم من الماكثات في البيت.

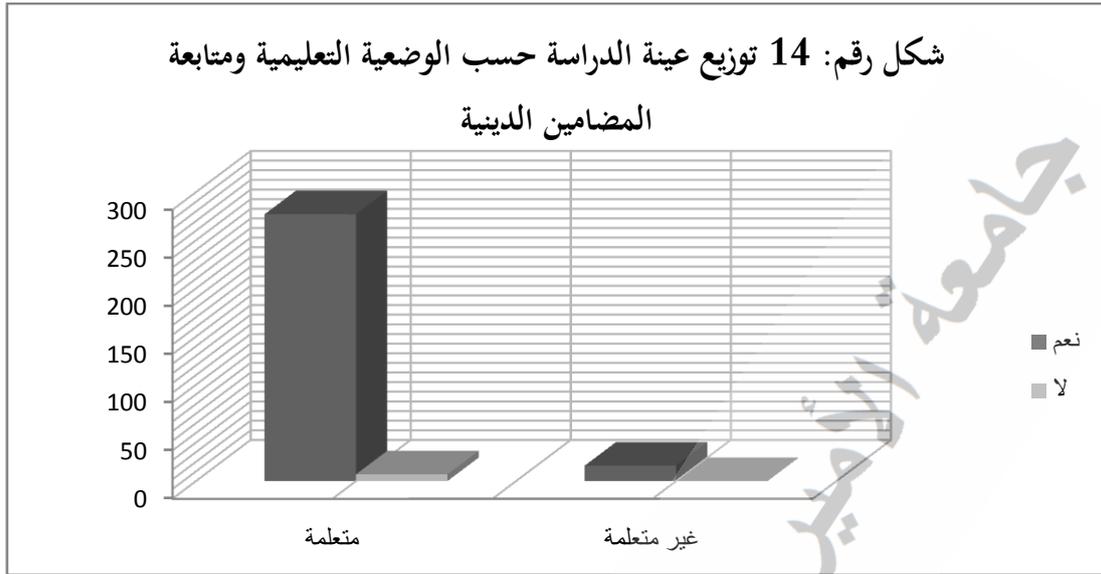
أما بالنسبة للمجيبات ب لا وهن اللواتي لا يتابعن المضامين الدينية، فقد قدر عددهن ب 5 مفردات بالنسبة للعاملات بنسبة 3.75%، مقابل مفردتين من الماكثات في البيت بنسبة 1.19%.

وبعد تطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص متابعة المضامين الدينية والوضعية الاجتماعية، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة 2.11، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 3.84 تحت درجة حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "14": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية ومتابعة المضامين الدينية

المجموع	الوضعية التعليمية		متابعة المضامين الدينية	
	غير متعلمة	متعلمة	نعم	لا
293	16	277	97.53%	2.46%
7	/	7	100%	/
300	16	284	100%	/

كاي² = 0.39
كاي² الجدولية تساوي 3.84 تحت درجة حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.



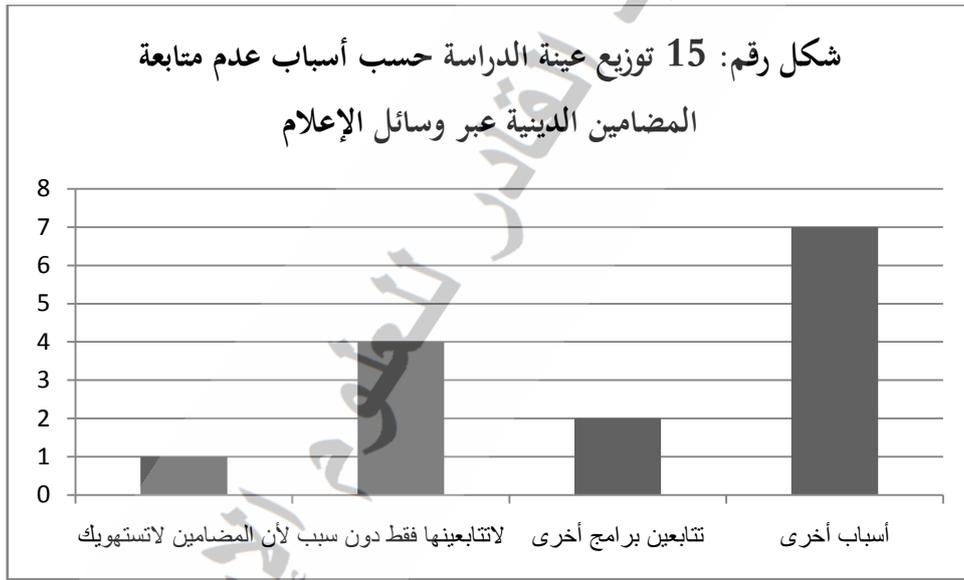
يمثل الجدول والشكل رقم " 14 " توزيع عينة الدراسة حسب متابعة المضامين الدينية والوضعية التعليمية، ويتجلى من خلال معطياته أن 277 مفردة أي ما يعادل نسبة 97.53% من المتعلمات من مفردات العينة، تتابعن المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام، في حين نجد 16 مفردة بنسبة 100% من المجيبات بنعم من غير المتعلمات.

أما بالنسبة للمجيبات ب لا وهن اللواتي لا يتابعن المضامين الدينية، فقد قدر عددهن ب 7 مفردات بالنسبة للمتعلقات بنسبة 2.46%، مقابل 0 مفردة بالنسبة لغير المتعلمات.

وبعد تطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص متابعة المضامين الدينية والوضعية التعليمية، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة 0.39، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 3.84 تحت درجة حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم " 15": توزيع عينة الدراسة حسب أسباب عدم متابعة المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام.

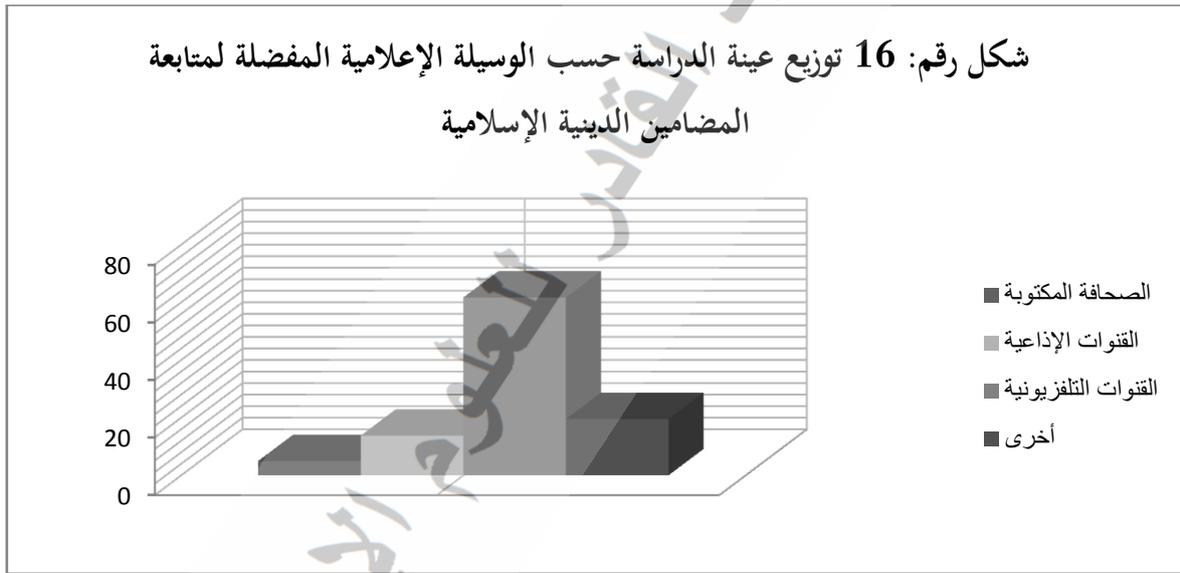
النسب	التكرارات	أسباب عدم المتابعة
%14.28	1	لأن المضامين لاتستهويك
%57.14	4	لاتتابعينها فقط دون سبب
%28.57	2	تتابعين برامج أخرى
/	/	أسباب أخرى
%100	7	المجموع



يمثل الجدول والشكل رقم " 15" توزيع عينة الدراسة حسب أسباب عدم متابعة المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام، وقد اختارت مفردة واحدة من المبحوثات إجابة "لأن المضامين لاتستهويك" وذلك بنسبة %14.28، فيما اختارت الجواب الثاني وهو "لاتتابعينها فقط دون سبب" 4 مفردات بنسبة %57.14، وبالنسبة للخيار الثالث وهو "تتابعين برامج أخرى" فلدينا مفردتين بنسبة %28.57، فيما لم يحظ الاختيار الأخير "أسباب أخرى" بأي مفردة.

جدول رقم "16": توزيع عينة الدراسة حسب الوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

النسب	التكرارات	الوسيلة
5.76%	25	الصحافة المكتوبة
16.35%	71	القنوات الإذاعية
60.59%	263	القنوات التلفزيونية
17.28%	75	أخرى
100%	434	المجموع



يمثل الجدول والشكل رقم "16" توزيع عينة الدراسة حسب الوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، ومن خلال المعطيات المبينة أعلاه، نلاحظ أن "القنوات التلفزيونية" جاءت في صدارة التفضيلات بما مجموعه 263 مفردة ونسبة تقدر بـ 60.59%، فيما جاءت في المرتبة الثانية "أخرى" تذكر "بمجموع 75 مفردة، ونسبة 17.28%.

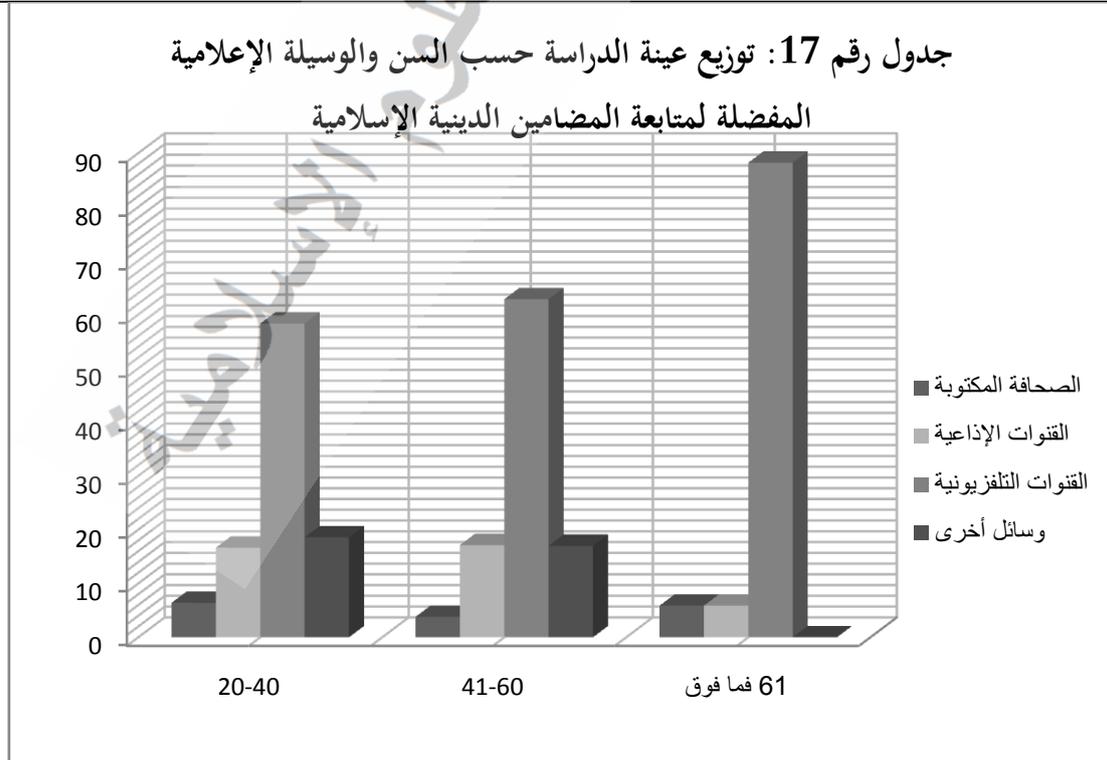
أما في المرتبة الثالثة فنجد "القنوات الإذاعية"، والتي بلغ عدد مفرداتها 71 مفردة بنسبة 16.35%، وفي المرتبة الرابعة لدينا "الصحافة المكتوبة" بـ: 25 مفردة ونسبة تقدر بـ 5.76%.

وبالنسبة للوسائل الأخرى التي ذكرتها المبحوثات فقد تنوعت بين الانترنت بمختلف مواقعها، والتي جاءت في صدارة التفضيلات، إضافة إلى الكتب المطويات والندوات وغيرها.

جدول رقم "17": توزيع عينة الدراسة حسب السن والوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	السن						الوسيلة الإعلامية
	61 فما فوق		41-60		20-40		
25	1	5.88%	4	3.8%	20	6.41%	الصحافة المكتوبة
71	1	5.88%	18	17.14%	52	16.66%	القنوات الإذاعية
263	15	88.23%	66	62.85%	182	58.33%	القنوات التلفزيونية
75	/	/	17	16.19%	58	18.58%	أخرى
434	100%	100%	105	100%	312	100%	المجموع

ك² = 7.89
ك² الجدولية تساوي 12.59 تحت 6 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "17" توزيع عينة الدراسة حسب السن والوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، وقد لاحظنا أن الفئة العمرية بين 20-40 سنة تفضل في المقام الأول القنوات التلفزيونية بمجموع 182 مفردة ونسبة 58.33%، بينما تفضل في المقام الثاني "وسائل أخرى" ب 58 مفردة ونسبة 18.58%، أما في المقام الثالث فنجد "القنوات الإذاعية" ب 52 مفردة ونسبة 16.66%، أما في الأخير فنجد الصحافة المكتوبة ب 20 مفردة ونسبة 6.41%.

أما بالنسبة للفئة العمرية بين 41-60 سنة فتفضل في الاختيار الأول "القنوات التلفزيونية" بمجموع 66 مفردة ونسبة 62.85%، وفي الاختيار الثاني "وسائل أخرى" ب 17 مفردة ونسبة 16.19%، وفي الاختيار الثالث "القنوات الإذاعية" ب 18 مفردة ونسبة 17.14%، وفي الأخير "الصحافة المكتوبة" ب 4 مفردات ونسبة 3.8%.

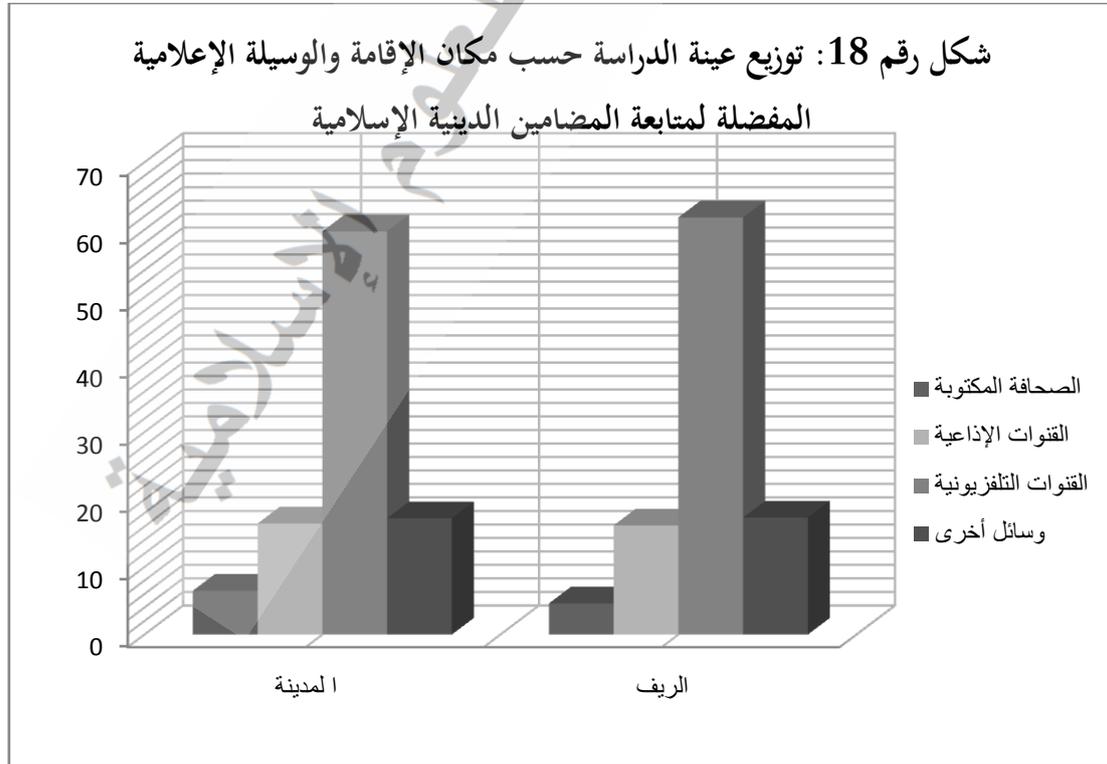
أما بالنسبة للفئة العمرية من 61 سنة فما فوق، فنجد في المقام الأول "القنوات التلفزيونية" ب 15 مفردة ونسبة 88.23%، ثم "القنوات الإذاعية والصحافة المكتوبة بمفردة واحدة ونسبة 5.88% لكل منهما، فيما لا نجد أية تفضيلات أخرى لدى هاته الفئة.

وبعد تطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص السن والوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة 7.89، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 12.59 تحت 6 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "18": توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	الريف		المدينة		مكان الإقامة الوسيلة الإعلامية
	25	%4.62	8	%6.51	17
71	%16.18	28	%16.47	43	القنوات الإذاعية
263	%61.84	107	%59.77	156	القنوات التلفزيونية
75	%17.34	30	%17.24	45	أخرى
434	%100	173	%100	261	المجموع

كا² = 0.69.
كا² الجدولية تساوي 7.81 تحت 3 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "18" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، وقد لاحظنا أن المرأة القسنطينية والتي تسكن في المدينة تفضل في المقام الأول القنوات التلفزيونية بمجموع 156 مفردة ونسبة 59.77%، بينما تفضل في المقام الثاني "وسائل أخرى" ب 45 مفردة ونسبة 17.24%، أما في المقام الثالث فنجد "القنوات الإذاعية" ب 43 مفردة ونسبة 16.47%، أما في الأخير فنجد الصحافة المكتوبة ب 17 مفردة ونسبة 6.51%.

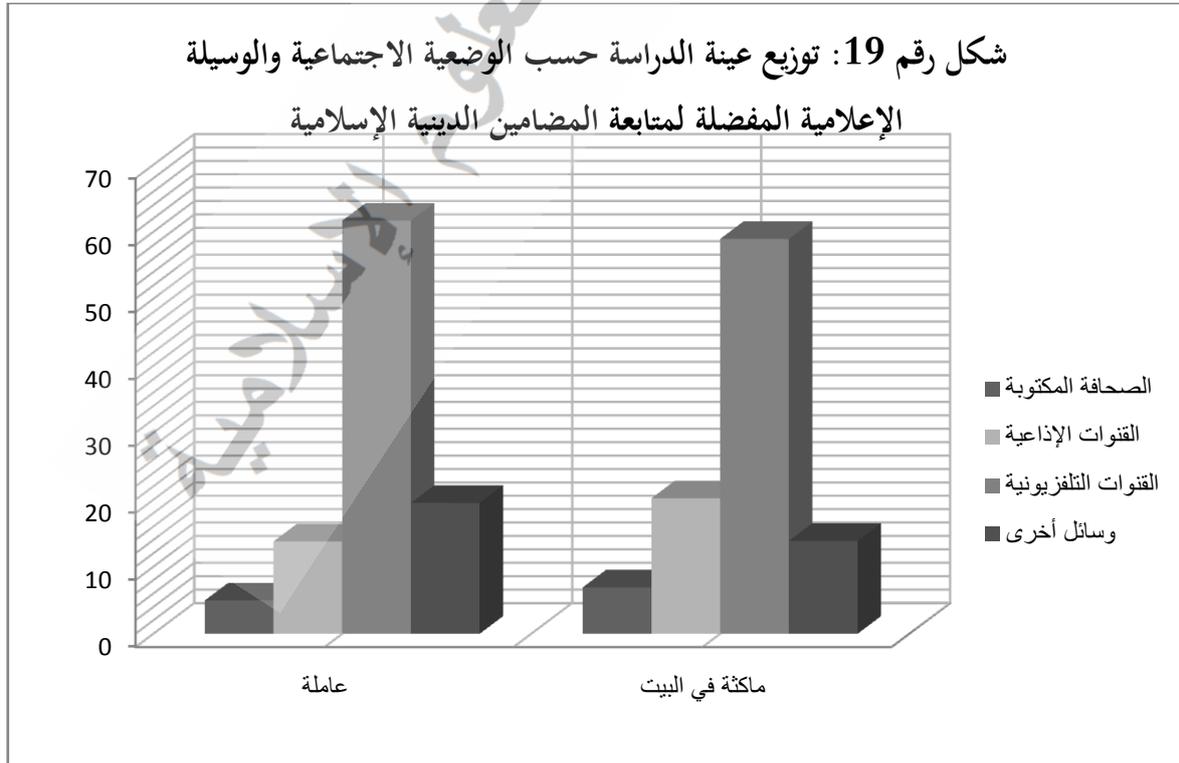
أما بالنسبة لتفضيلات المرأة القسنطينية من الريف فنجد في الاختيار الأول "القنوات التلفزيونية" بمجموع 107 مفردة ونسبة 61.84%، وفي الاختيار الثاني "وسائل أخرى" ب 30 مفردة ونسبة 17.34%، وفي الاختيار الثالث "القنوات الإذاعية" ب 28 مفردة ونسبة 16.18%، وفي الأخير "الصحافة المكتوبة" ب 8 مفردات ونسبة 4.62%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص مكان الإقامة والوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 0.69، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 7.81 تحت 3 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "19": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والوسيلة الإعلامية المفضلة
لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	ماكثة في البيت		عاملة		الوضعية الاجتماعية الوسيلة الإعلامية
	ماكثة في البيت	عاملة	ماكثة في البيت	عاملة	
25	12	13	4.98%	6.93%	الصحافة المكتوبة
71	35	36	13.79%	20.23%	القنوات الإذاعية
263	102	161	61.68%	58.95%	القنوات التلفزيونية
75	24	51	19.54%	13.87%	أخرى
434	173	261	100%	100%	المجموع

ك² = 5.35
ك² الجدولية تساوي 7.81 تحت 3 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "19" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، وقد لاحظنا أن المرأة العاملة تفضل في المقام الأول القنوات التلفزيونية بمجموع 161 مفردة ونسبة 61.68%، بينما تفضل في المقام الثاني "وسائل أخرى" ب 51 مفردة ونسبة 19.54%، أما في المقام الثالث فنجد "القنوات الإذاعية" ب 36 مفردة ونسبة 13.79%، أما في الأخير فنجد الصحافة المكتوبة ب 13 مفردة ونسبة 4.98%.

أما بالنسبة لتفضيلات المرأة القسنطينية الماكثة في البيت فنجد في الاختيار الأول "القنوات التلفزيونية" بمجموع 102 مفردة ونسبة 58.95%، وفي الاختيار الثاني "الإذاعة" ب 35 مفردة ونسبة 20.23%، وفي الاختيار الثالث "وسائل أخرى" ب 24 مفردة ونسبة 13.87%، وفي الأخير "الصحافة المكتوبة" ب 12 مفردة ونسبة 6.93%.

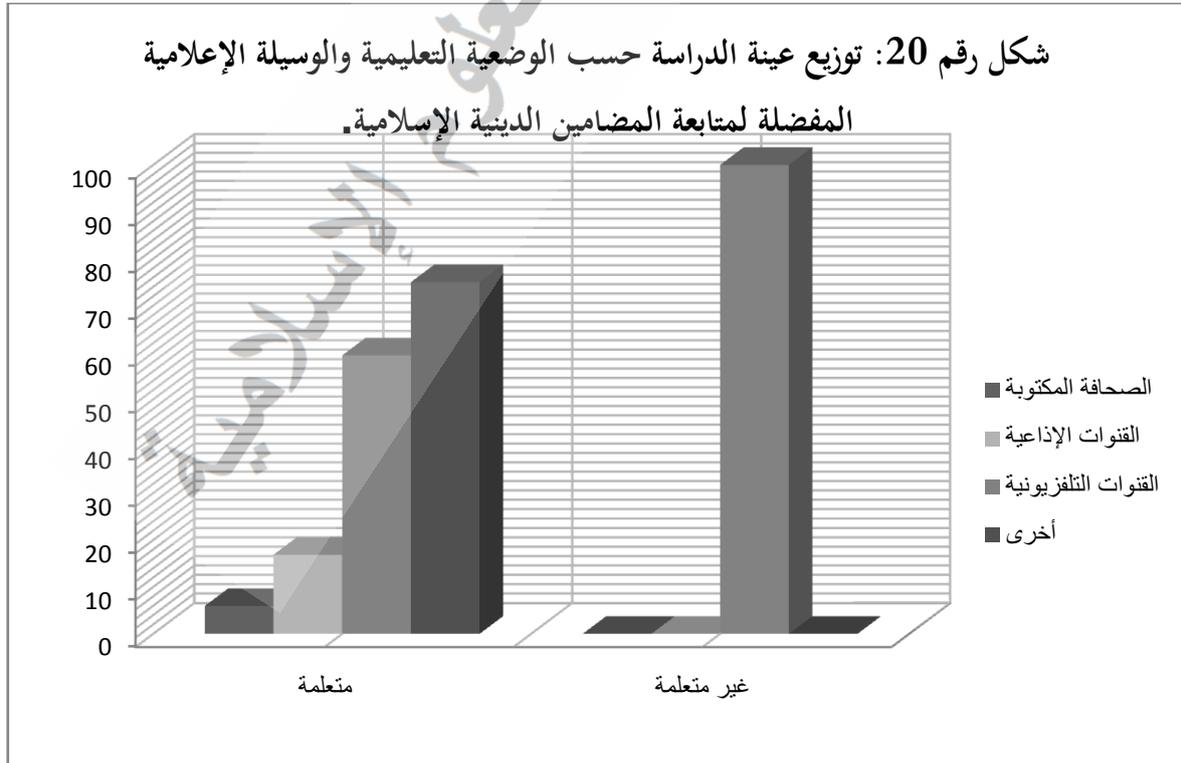
وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية الاجتماعية والوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 5.35، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 7.81 تحت 3 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

العلوم الإسلامية

جدول رقم "20": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	غير متعلمة		متعلمة		الوضعية التعليمية الوسيلة الإعلامية
25	/	/	%5.93	25	الصحافة المكتوبة
71	/	/	%16.86	71	القنوات الإذاعية
263	%100	13	%59.38	250	القنوات التلفزيونية
75	/	/	%17.81	75	أخرى
434	%100	13	%100	421	المجموع

ك² = 8.62.
ك² الجدولية تساوي 7.81 تحت 3 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "20" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، وقد لاحظنا أن المرأة المتعلمة تفضل في المقام الأول القنوات التلفزيونية بمجموع 250 مفردة ونسبة 59.38%، بينما تفضل في المقام الثاني "وسائل أخرى" ب 75 مفردة ونسبة 17.81%، أما في المقام الثالث فنجد "القنوات الإذاعية" ب 71 مفردة ونسبة 16.86%، و في الأخير نجد الصحافة المكتوبة ب 25 مفردة ونسبة 5.93%.

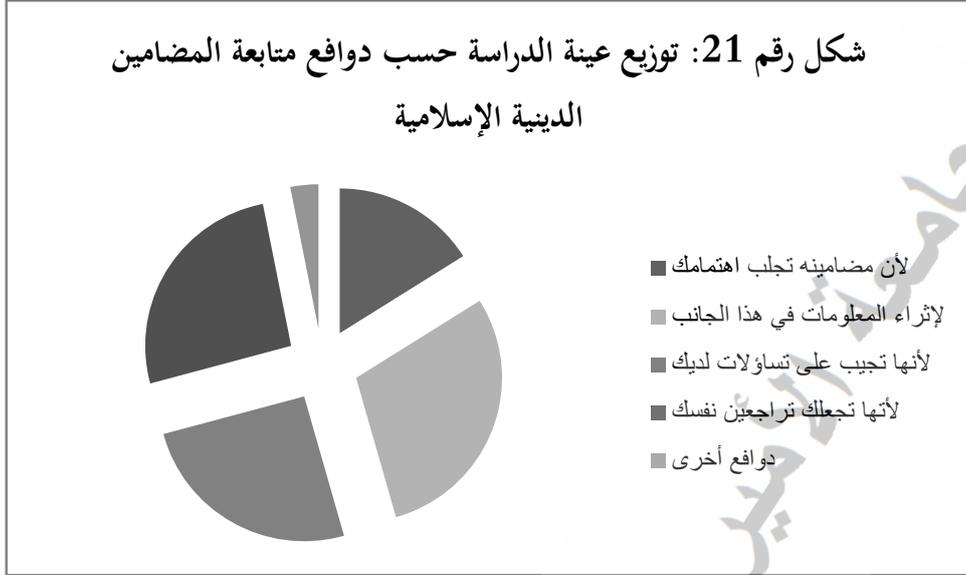
أما بالنسبة لتفضيلات المرأة القسنطينية غير المتعلمة فنجد اختيار "القنوات التلفزيونية" يحظى بمجموع التكرارات ب 13 مفردة ونسبة 100%، بينما لم تحصل بقية الاختيارات على أية مفردة أو نسبة.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية التعليمية والوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 8.62، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 7.81 تحت 3 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "21": توزيع عينة الدراسة حسب دوافع متابعة المضامين الدينية الإسلامية

النسب	التكرارات	دوافع المتابعة
16.06%	93	لأن مضامينه تجلب اهتمامك
29.53%	171	لإثراء المعلومات في هذا الجانب
25.21%	146	لأنها تجيب على تساؤلاتك
26.07%	151	لأنها تجعلك تراجعين نفسك
3.10%	18	دوافع أخرى
100%	579	المجموع

شكل رقم 21: توزيع عينة الدراسة حسب دوافع متابعة المضامين الدينية الإسلامية



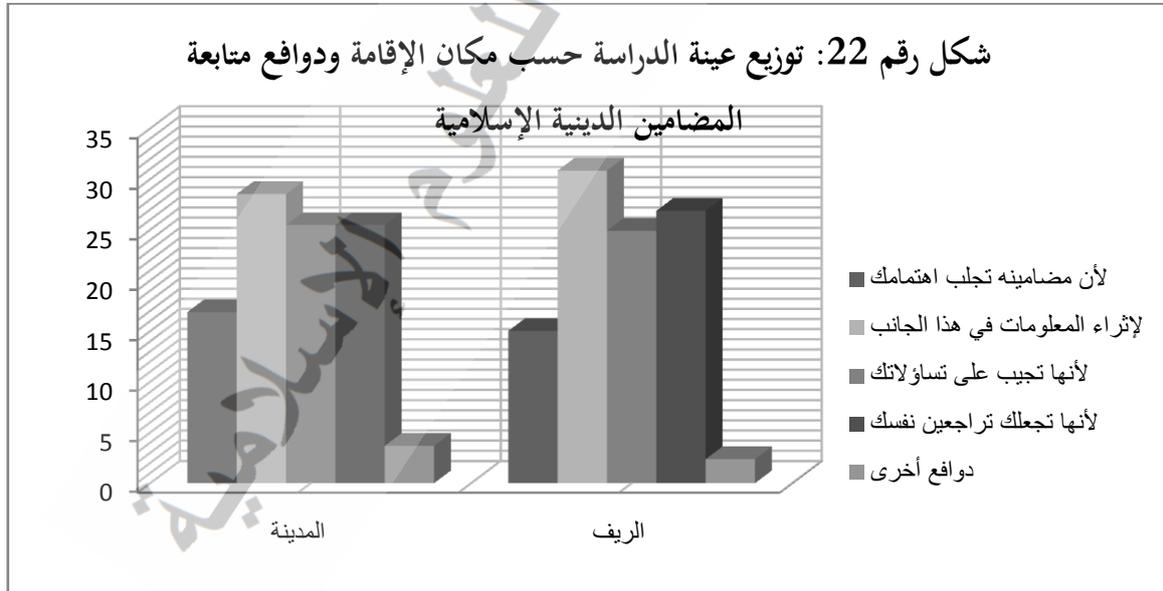
يوضح الجدول والشكل رقم " 21" توزيع عينة الدراسة حسب دوافع متابعة المضامين الدينية الإسلامية، وقد جاء في صدارة التفضيلات دافع "لإثراء المعلومات في هذا الجانب" بمجموع 171 مفردة ونسبة 26.07%، يليه دافع "لأنها تجعلك تراجع نفسك" بمجموع 151 مفردة ونسبة 25.21%، بينما جاء في الترتيب الثالث دافع "لأنها تجيب على تساؤلاتك" بـ 146 مفردة ونسبة 29.53%، ثم دافع "لأن مضامينه تجلب اهتمامك" بـ 93 مفردة ونسبة 16.06%، وفي الأخير نجد اختيار "دوافع أخرى" بمجموع 18 مفردة ونسبة 3.10%.

وقد تراوحت الدوافع الأخرى التي أضافتها المبحوثات بين تعميق الغذاء الروحي، والثقافة العامة وتذكير النفس والتقرب إلى الخالق عز وجل، والتي كانت في مجملها متداخلة مع الاختيارات المقترحة من طرف الباحثة.

جدول رقم " 22": توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة ودوافع متابعة المضامين الدينية الإسلامية

المجموع	الريف		المدينة		مكان الإقامة
					دوافع المتابعة
93	%15.01	38	%16.87	55	لأن مضامينه تجلب اهتمامك
171	%30.83	78	%28.52	93	لإثراء المعلومات في هذا الجانب
146	%24.90	63	%25.46	83	لأنها تجيب على تساؤلاتك
151	%26.87	68	%25.46	83	لأنها تجعلك تراجعين نفسك
18	%2.37	6	%3.68	12	دوافع أخرى
579	%100	253	%100	326	المجموع

كا² = 1.43
 كا² الجدولية تساوي 9.49 تحت 4 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم " 22" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة ودوافع متابعة المضامين الدينية الإسلامية، وحسب بيانات الجدول فإن اختيار "لإثراء المعلومات في هذا الجانب" احتل الصدارة من حيث تفضيلات المرأة القسنطينية في المدينة بمجموع 93 مفردة ونسبة تقدر ب 28.52%، يليه اختيارا "لأنها

تجيب على تساؤلاتك" و"لأنها تجعلك تراجعين نفسك" بمجموع 83 مفردة لكل منهما ونسبة 25.46%، ثم اختيار "لأن مضامينه تجلب اهتمامك" بمجموع 55 مفردة ونسبة 16.87%، وفي الأخير "دوافع أخرى" ب 12 مفردة ونسبة 3.68%.

وبالنسبة للمرأة القسنطينية في الريف فقد كانت الخيارات كالتالي: "لإثراء المعلومات في هذا الجانب" بمجموع 78 مفردة ونسبة 30.83%، يليه اختيار "لأنها تجعلك تراجعين نفسك" ب 68 مفردة ونسبة 26.87%، ثم "لأنها تجيب على تساؤلاتك" بمجموع 63 مفردة ونسبة 24.90%، وبعدها "لأن مضامينه تجلب اهتمامك" ب 38 مفردة ونسبة 15.01%، وأخيرا "دوافع أخرى" ب 6 مفردات و2.37%.

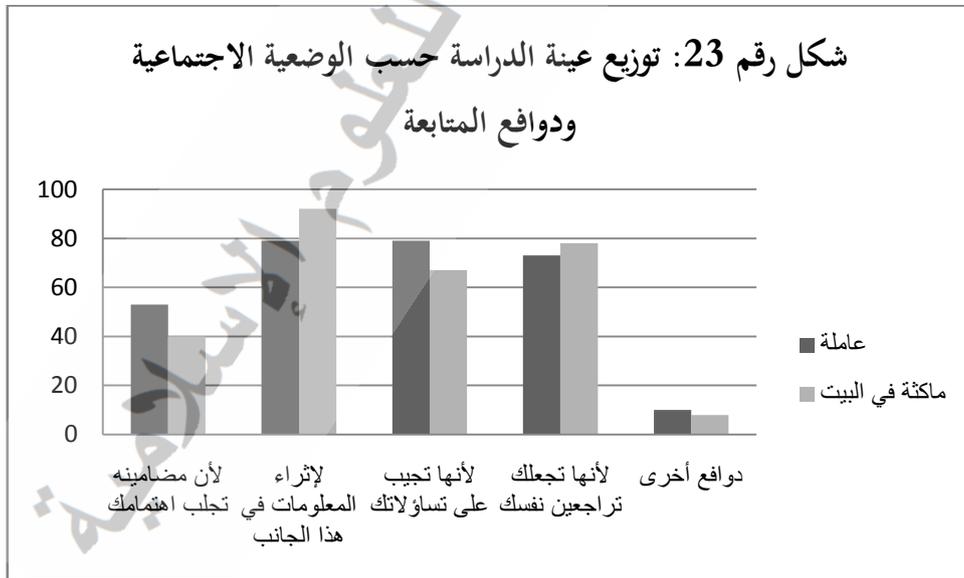
وكما يلاحظ فإن أهم دافع اختارته المبحوثات المتابعة المضامين الدينية والذي جاء في الصدارة سواء في المدينة أو الريف فقد كان "لإثراء المعلومات في هذا الجانب" ومن خلال اتصال الباحثة بأفراد العينة ظهر هذا الدافع جليا من حيث أنهن يرغبن أكثر في زيادة ثقافتهن ومعلوماتهن من الناحية الدينية.

وبعد تطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص مكان الإقامة ودوافع متابعة المضامين الدينية، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة 1.43، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 9.49 تحت 4 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "23": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية ودوافع متابعة المضامين الدينية الإسلامية

المجموع	ماكنة في البيت		عاملة		الوضعية الاجتماعية
					دوافع المتابعة
93	14.03%	40	18.02%	53	لأن مضامينه تجلب اهتمامك
171	32.28%	92	26.87%	79	لإثراء المعلومات في هذا الجانب
146	23.5%	67	26.87%	79	لأنها تجيب على تساؤلاتك
151	27.36%	78	24.82%	73	لأنها تجعلك تراجعين نفسك
18	2.8%	8	3.40%	10	دوافع أخرى
579	100%	285	100%	294	المجموع

كا² = 3.98
كا² الجدولية تساوي 9.49 تحت 4 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "23" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية ودوافع متابعة المضامين الدينية الإسلامية، وحسب بيانات الجدول فإن اختيار "لإثراء المعلومات في هذا الجانب" و "لأنها تجيب على تساؤلاتك" احتلا الصدارة من حيث تفضيلات المرأة القسنطينية العاملة بمجموع 79 مفردة ونسبة

تقدر ب 26.87%، يليه اختيار "لأنها تجعلك تراجعين نفسك" بمجموع 73 مفردة ونسبة 24.82%، ثم اختيار "لأن مضامينه تجلب اهتمامك" بمجموع 53 مفردة ونسبة 18.02%، وفي الأخير "دوافع أخرى" ب 10 مفردات ونسبة 3.4%.

وبالنسبة للمرأة القسنطينية الماكثة في البيت فقد كانت الخيارات كالاتي: "لإثراء المعلومات في هذا الجانب" بمجموع 92 مفردة ونسبة 32.28%، يليه اختيار "لأنها تجعلك تراجعين نفسك" ب 68 مفردة ونسبة 26.87%، ثم "لأنها تجيب على تساؤلاتك" بمجموع 78 مفردة ونسبة 27.36%، وبعدها "لأن مضامينه تجلب اهتمامك" ب 40 مفردة ونسبة 14.03%، وأخيرا "دوافع أخرى" ب 8 مفردات و2.8%.

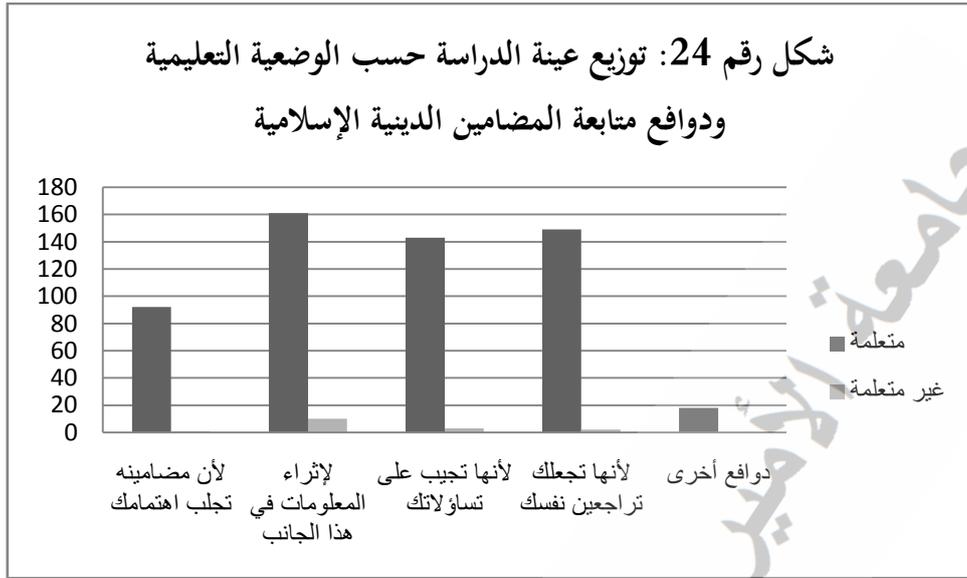
وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية الاجتماعية ودوافع متابعة المضامين الدينية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 3.98، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 9.49 تحت 4 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "24": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية ودوافع متابعة المضامين الدينية الإسلامية

المجموع	غير متعلمة		متعلمة		الوضعية التعليمية
					دوافع المتابعة
93	1	14.03%	92	16.34%	لأن مضامينه تجلب اهتمامك
171	10	32.28%	161	28.59%	لإثراء المعلومات في هذا الجانب
146	3	23.5%	143	25.39%	لأنها تجيب على تساؤلاتك
151	2	27.36%	149	26.46%	لأنها تجعلك تراجعين نفسك
18	/	/	18	3.19%	دوافع أخرى
579	16	100%	563	100%	المجموع

كا² = 8.65.

كا² الجدولية تساوي 9.49 تحت 4 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "24" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية ودوافع متابعة المضامين الدينية الإسلامية، وحسب بيانات الجدول فإن اختيار "لإثراء المعلومات في هذا الجانب" جاء في الصدارة من حيث تفضيلات المرأة القسنطينية المتعلمة بمجموع 161 مفردة ونسبة تقدر بـ 28.59%، يليه اختيار "لأنها تجعلك تراجعين نفسك" بمجموع 149 مفردة ونسبة 26.46%، ثم اختيار "لأنها تجيب على تساؤلاتك" بمجموع 143 مفردة ونسبة 25.39%، ثم "لأن مضامينه تجلب اهتمامك" بـ 92 مفردة ونسبة 16.34%، وفي الأخير "دوافع أخرى" بـ 18 مفردات ونسبة 3.19%.

وبالنسبة للمرأة القسنطينية غير المتعلمة فقد كانت الخيارات كالآتي: "لإثراء المعلومات في هذا الجانب" بمجموع 10 مفردات ونسبة 62.25%، يليه اختيار "لأنها تجيب على تساؤلاتك" بـ 3 مفردات ونسبة 18.75%، ثم "لأنها تجعلك تراجعين نفسك" بمفردتين ونسبة 12.5%، وبعدها "لأن مضامينه تجلب اهتمامك" بمفردة واحدة ونسبة 6.25%، فيما لم يحظ خيار "دوافع أخرى" بأية مفردات.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية التعليمية ودوافع متابعة المضامين الدينية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 8.65، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 9.49 تحت 4 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "25": توزيع عينة الدراسة حسب درجة متابعة المضامين الدينية الإسلامية

النسب	التكرارات	درجة المتابعة
%17.40	51	دائما
%67.23	197	غالبا
%15.35	45	نادرا
%100	293	المجموع



يمثل الجدول والشكل رقم "25" توزيع عينة الدراسة حسب درجة متابعة المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام، وقد جاء اختيار "غالبا" في المرتبة الأولى بـ 197 تكرارا ونسبة 67.23%، يليه في المرتبة الثانية "دائما" بـ 51 تكرارا ونسبة 17.40%، وفي الأخير "نادرا" بـ 45 تكرارا ونسبة 15.35%.

وجاء خيار "غالبا" في الصدارة نظرا للالتزامات والأعباء التي تميز يوميات المرأة، والتي تأخذ الكثير من وقتها وبالتالي عدم التفرغ للمتابعة الدائمة، وهو الأمر الذي أكدته المبحوثات.

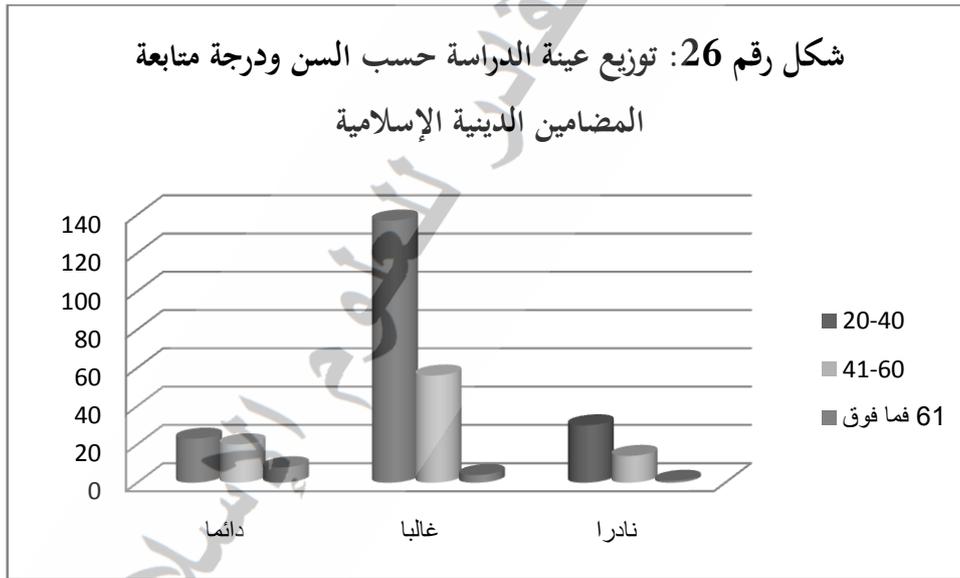
ومن خلال النتائج التي تحصلت عليها الباحثة عباس سعيدة، جاء اختيار "دائما" في المرتبة الأولى بـ 41.22%، ثم "غالبا" بـ 29.05% وبعده جاءت بقية الخيارات.¹

¹عباس سعيدة: مرجع سابق.

جدول رقم "26": توزيع عينة الدراسة حسب السن ودرجة متابعة المضامين الدينية الإسلامية

المجموع	61 فما فوق		60-41		40-20		السن
							درجة المتابعة
51	%61.53	8	%22.22	20	%12.10	23	دائما
197	%30.76	4	%62.22	56	%72.10	137	غالبا
45	%7.69	1	%15.55	14	%15.78	30	نادرا
293	%100	13	%100	90	%100	190	المجموع

ك² = 22.91
 ك² الجدولية تساوي 9.49 تحت 4 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "26" توزيع عينة الدراسة حسب السن ودرجة متابعة المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام، وقد جاء توزيع بيانات الجدول على الشكل الآتي:

بالنسبة للفئة العمرية من 40-20 سنة فقد اختارت "غالبا" في المرتبة الأولى ب 137 تكرارا ونسبة 72.10%، يليه في المرتبة الثانية "نادرا" ب 30 تكرارا ونسبة 15.78%، وفي الأخير "دائما" ب 23 تكرارا ونسبة 12.10%.

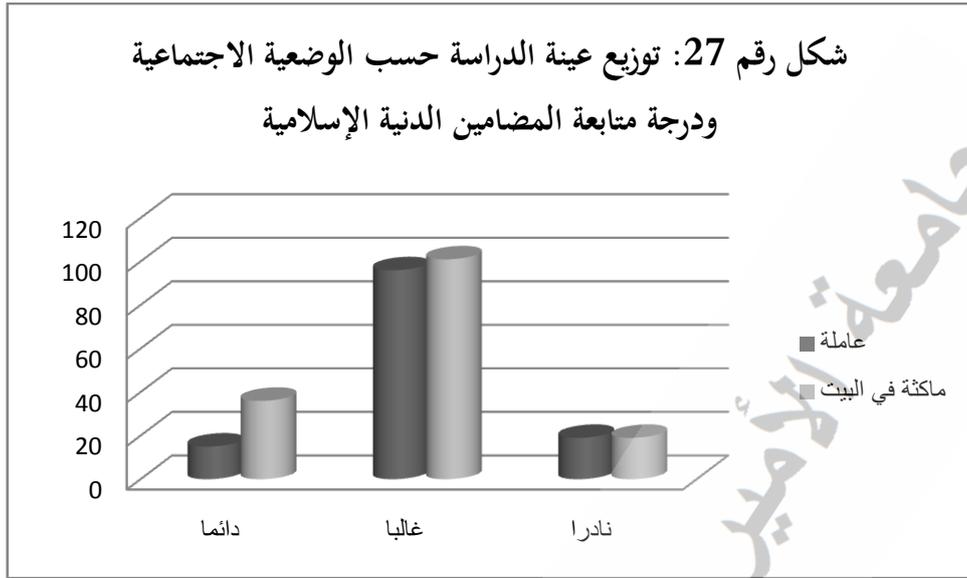
أما بالنسبة للفئة العمرية من 41-60 سنة فقد اختارت "غالبا" في المرتبة الأولى ب 56 تكرارا ونسبة 62.22%، يليه في المرتبة الثانية "دائما" ب 200 تكرار ونسبة 22.22%، وفي الأخير "نادرا" ب 14 تكرارا ونسبة 15.15%.

وبالنسبة للفئة العمرية من 61 سنة فما فوق فقد اختارت "دائما" في المرتبة الأولى ب 8 تكرارات ونسبة 61.53%، يليه في المرتبة الثانية "غالبا" ب 4 تكرارات ونسبة 30.76%، وفي الأخير "نادرا" ب تكرار واحد ونسبة 7.69%.

وبعد تطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص السن ودرجة متابعة المضامين الدينية، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة 22.91، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 9.49 تحت 4 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "27": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية ودرجة متابعة المضامين الدينية الإسلامية

المجموع	الوضعية الاجتماعية		درجة المتابعة	
	عائلة	مأكنة في البيت	عائلة	مأكنة في البيت
51	15	36	11.71%	21.81%
197	96	101	75%	61.21%
45	19	26	14.84%	15.75%
293	128	165	100%	100%
كاي ² = 6.62.				
كاي ² الجدولية تساوي 5.99 تحت درجتي حرية ومستوى ثقة 95%.				



يمثل الجدول والشكل رقم " 27 " توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية ودرجة متابعة المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام، وقد جاء توزيع بيانات الجدول على الشكل الآتي:

بالنسبة للمرأة العاملة من أفراد العينة فقد اختارت "غالبا" في المرتبة الأولى ب 96 تكرارا ونسبة 75%، يليه في المرتبة الثانية "نادرا" ب 19 تكرارا ونسبة 14.84%، وفي الأخير "دائما" ب 15 تكرارا ونسبة 11.71%.

أما بالنسبة للمرأة المأكثة بالبيت فقد اختارت كذلك "غالبا" في المرتبة الأولى ب 101 تكرارا ونسبة 61.21%، يليه في المرتبة الثانية "دائما" ب 36 تكرارا ونسبة 21.81%، وفي الأخير "نادرا" ب 26 تكرارا ونسبة 15.75%.

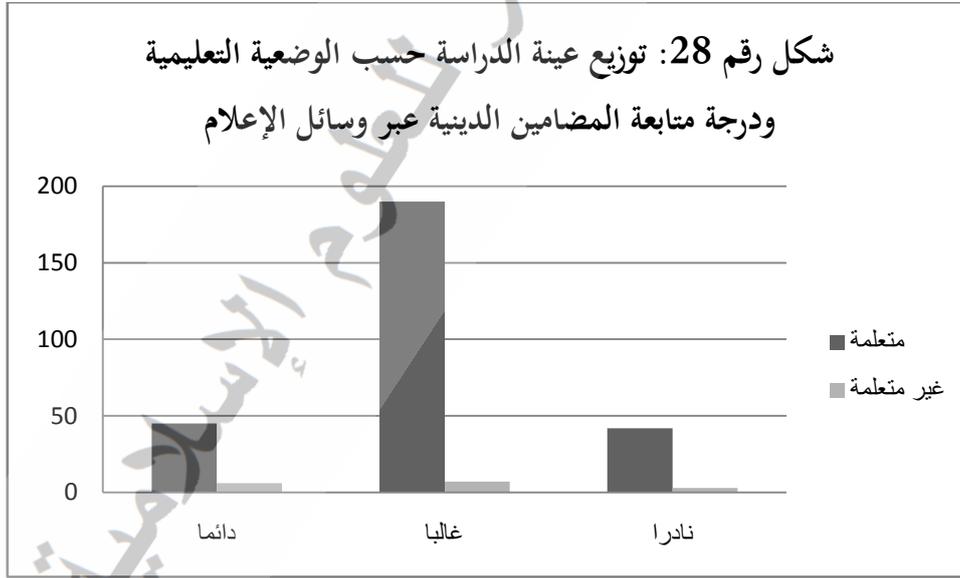
وهذا التفاوت في ترتيب درجات القراءة بين المرأة العاملة والمرأة المأكثة في البيت أمر منطقي بالنظر إلى الانشغالات الإضافية التي تميز المرأة العاملة إضافة إلى وظيفتها الأساسية في المنزل.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية الاجتماعية ودرجة متابعة المضامين الدينية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 6.62، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 5.99 تحت درجتي حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم " 28": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية ودرجة متابعة المضامين الدينية الإسلامية

المجموع	الوضعية التعليمية		درجة المتابعة	
	غير متعلمة	متعلمة	غير متعلمة	متعلمة
51	6	45	37.5%	16.24%
197	7	190	43.75%	68.59%
45	3	42	18.75%	15.16%
293	165	277	100%	100%

ك² = 5.42
ك² الجدولية تساوي 5.99 تحت درجتي حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم " 28" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية ودرجة متابعة المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام، وقد جاء توزيع بيانات الجدول على الشكل الآتي:

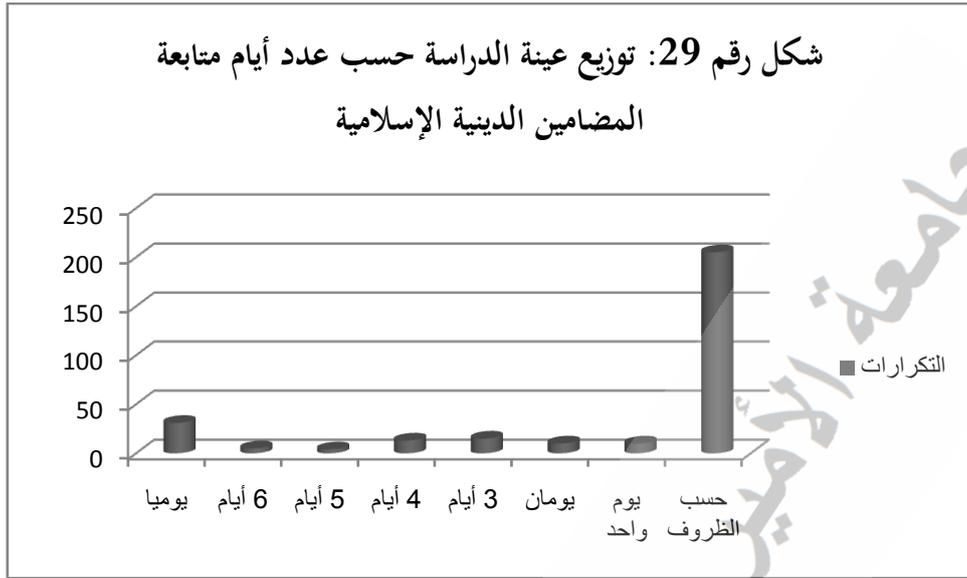
بالنسبة للمرأة المتعلمة من أفراد العينة فقد اختارت "غالبا" في المرتبة الأولى ب 190 تكرارا ونسبة 68.59%، يليه في المرتبة الثانية "دائما" ب 45 تكرارا ونسبة 16.24%، وفي الأخير "نادرا" ب 45 تكرارا ونسبة 16.24%.

أما بالنسبة للمرأة غير المتعلمة فقد اختارت كذلك "غالبا" في المرتبة الأولى ب 7 تكرارات ونسبة 43.75%، يليه في المرتبة الثانية "دائما" ب 6 تكرارات ونسبة 37.5%، وفي الأخير "نادرا" ب 3 تكرارات ونسبة 18.75%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية التعليمية ودرجة متابعة المضامين الدينية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 5.42، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 5.99 تحت درجتي حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "29": توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام متابعة المضامين الدينية الإسلامية.

النسب	التكرارات	عدد أيام المتابعة
10.58%	31	يومية
2.04%	5	6 أيام
1.36%	4	5 أيام
4.43%	13	4 أيام
5.11%	15	3 أيام
3.41%	10	يومان
3.41%	10	يوم واحد
69.96%	205	حسب الظروف
100%	293	المجموع



يمثل الجدول والشكل رقم "29" توزيع عينة الدراسة حسب عدد الأيام التي تتابع فيها المرأة القسنطينية المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وتشير بياناته إلى النتائج الآتية:

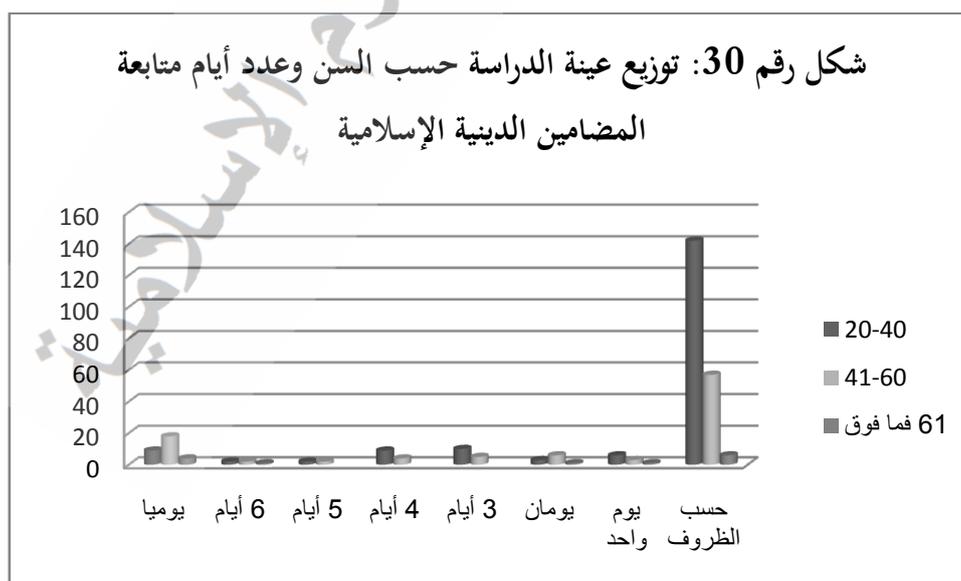
جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات بمجموع 205 مفردة ونسبة 69.96%، وهي النسبة الأكبر والتي سجلت ارتفاعا مقارنة بالاختيار الذي جاء في المرتبة الثانية وهو "يوميا" بمجموع 31 مفردة ونسبة 10.58%، وبعدها اختيار "3 أيام" ب 15 مفردة ونسبة 5.11%، يليه "4 أيام" ب 13 مفردة ونسبة 4.43%، ثم "يومان" و "يوم واحد" ب 10 تكرارات ونسبة 3.41% لكل منهما، ثم "6 أيام" ب 5 تكرارات ونسبة 2.04%، وأخيرا اختيار "5 أيام" ب 4 تكرارات ونسبة 1.36%.

جدول رقم "30": توزيع عينة الدراسة حسب السن وعدد أيام متابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	61 فما فوق		60-41		40-20		السن
	عدد أيام المتابعة	النسبة المئوية	عدد أيام المتابعة	النسبة المئوية	عدد أيام المتابعة	النسبة المئوية	عدد أيام المتابعة
31	4	%30.76	18	%18.55	9	%4.91	يومية
5	1	%7.69	2	%2.06	2	%1.09	6 أيام
4	/	/	2	%2.06	2	%1.09	5 أيام
13	/	/	4	%4.12	9	%4.91	4 أيام
15	/	/	5	%5.15	10	%5.46	3 أيام
10	1	%7.69	6	%6.18	3	%1.63	يومان
10	1	%7.69	3	%3.09	6	%3.27	يوم واحد
205	6	%7.69	57	%58.76	142	%77.59	حسب الظروف
293	13	100	97	%100	183	%100	المجموع

كا² = 31.23.

كا² الجدولية تساوي 23.68 تحت 14 درجة حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "30" توزيع عينة الدراسة حسب السن وعدد الأيام التي تتابع فيها المرأة القسنطينية المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وتشير بياناته إلى النتائج الآتية:

بالنسبة للفئة العمرية من 20-40 سنة جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات بمجموع 142 مفردة ونسبة 77.59%، وهي النسبة الأكبر والتي سجلت ارتفاعا مقارنة بالاختيار الذي جاء في المرتبة الثانية وهو "3 أيام" بمجموع 10 مفردات ونسبة 5.46%، وبعدها اختيار "يوميا" و"4 أيام" ب 9 مفردات ونسبة 4.91%، يليه "يوم واحد" ب 6 مفردات ونسبة 3.27%، ثم "يومان" ب 3 تكرارات ونسبة 1.63%، وأخيرا "6 أيام" و "5 أيام" ب تكرارين ونسبة 1.09%.

أما بالنسبة للفئة العمرية من 41-60 سنة جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات كذلك بمجموع 57 مفردة ونسبة 58.76%، وهي النسبة الأكبر والتي سجلت ارتفاعا مقارنة بالاختيار الذي جاء في المرتبة الثانية وهو "يوميا" بمجموع 18 مفردة ونسبة 18.55%، وبعدها اختيار "يومان" ب 6 مفردات ونسبة 6.18%، يليه "3 أيام" ب 5 مفردات ونسبة 5.15%، ثم "4 أيام" ب 4 تكرارات ونسبة 4.12%، وأخيرا "6 أيام" و "5 أيام" ب تكرارين ونسبة 2.06%.

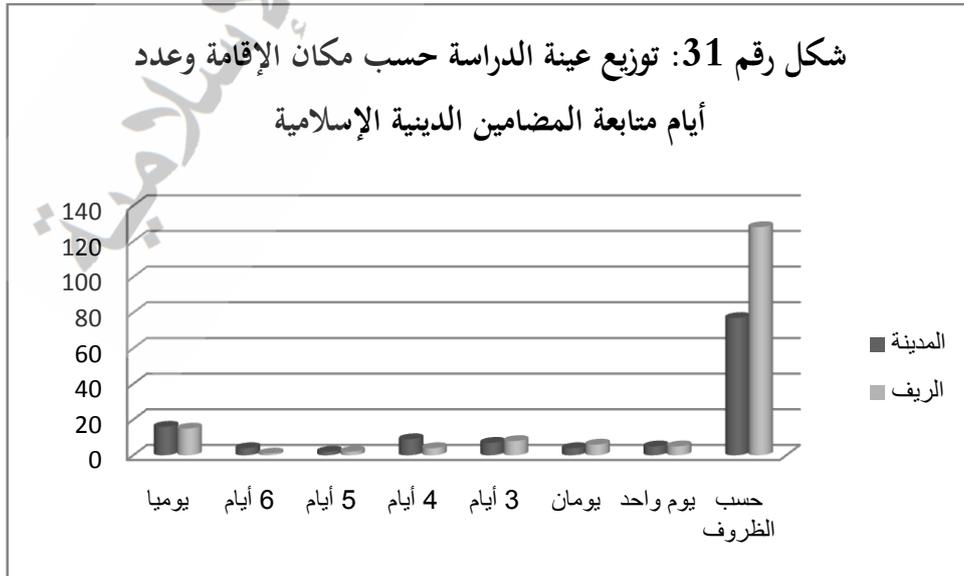
أما بالنسبة للفئة العمرية من 60 سنة فما فوق جاء اختيار "حسب الظروف" في المرتبة الأولى كذلك بمجموع 6 مفردات ونسبة 46.15%، أما في المرتبة الثانية لدينا "يوميا" بمجموع 4 مفردات ونسبة 30.76%، وبعدها كل من خيارات "6 أيام" و "يومان" و "يوم واحد" ب مفردة واحدة ونسبة 7.69%، فيما لم نسجل في بقية الخيارات أية مفردات.

وبعد تطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص السن وعدد أيام المتابعة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة 31.23، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 23.68 تحت 14 درجة حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "31": توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وعدد أيام متابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	مكان الإقامة		عدد أيام المتابعة
	الريف	المدينة	
31	%8.87	15	%12.90
5	%0.59	1	%3.22
4	%1.18	2	%1.61
13	%2.36	4	%7.25
15	%4.73	8	%5.64
10	%3.55	6	%3.22
10	%2.95	5	%4.03
205	%75.73	128	%62.09
293	%100	97	%100

ك² = 10.17 .
ك² الجدولية تساوي 14.07 تحت 7 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "31" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وعدد الأيام التي تتابع فيها المرأة القسنطينية المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وتشير بياناته إلى النتائج الآتية:

بالنسبة للمرأة في المدينة: جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات بمجموع 77 مفردة ونسبة 62.09%، وهي النسبة الأكبر والتي سجلت ارتفاعا مقارنة بالاختيار الذي جاء في المرتبة الثانية وهو "يوميا" بمجموع 16 مفردة ونسبة 12.9%، وبعدها اختيار "4 أيام" ب 9 مفردات ونسبة 7.25%، يليه "3 أيام" ب 7 مفردات ونسبة 5.64%، ثم "يوم واحد" ب 5 تكرارات ونسبة 4.03%، وبعدها "6 أيام" و "يومان" ب 4 تكرارات ونسبة 3.22%، وأخيرا "5 أيام" بتكرارين ونسبة 1.61%.

أما بالنسبة للمرأة في الريف فقد جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات كذلك بمجموع 128 مفردة ونسبة 75.73%، وهي النسبة الأكبر والتي سجلت ارتفاعا مقارنة بالاختيار الذي جاء في المرتبة الثانية وهو "يوميا" بمجموع 15 مفردة ونسبة 8.87%، وبعدها اختيار "3 أيام" ب 8 مفردات ونسبة 4.73%، يليه "يومان" ب 6 مفردات ونسبة 3.55%، ثم "يوم واحد" ب 5 تكرارات ونسبة 2.95%، وبعدها "4 أيام" ب 4 تكرارات ونسبة 2.36%، ثم "5 أيام" ب تكرارين ونسبة 1.18%، وأخيرا "6 أيام" بتكرار واحد ونسبة 0.59%.

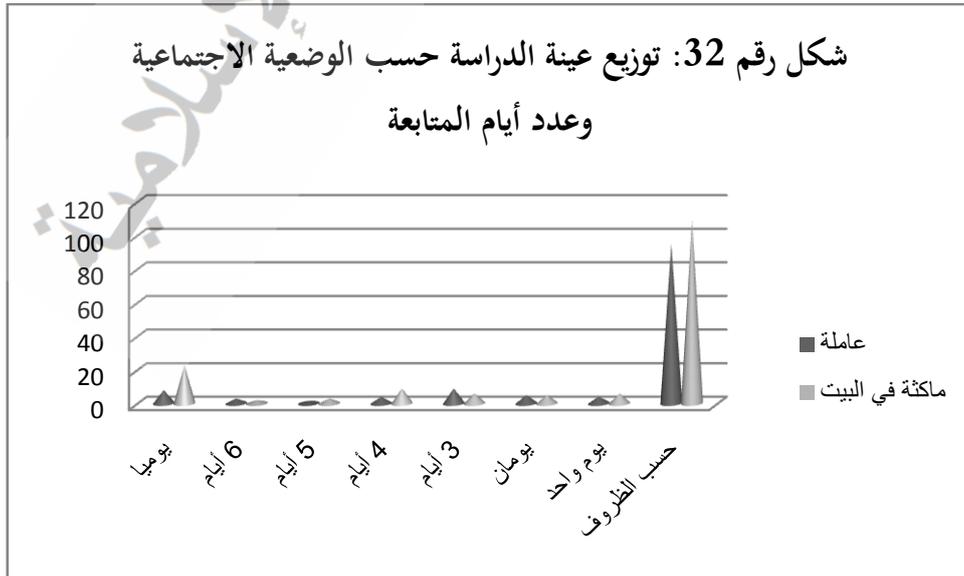
وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص مكان الإقامة وعدد أيام المتابعة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 10.17، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 14.07 تحت 7 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "32": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وعدد أيام متابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	ماكنة في البيت		عاملة		الوضعية الاجتماعية
					عدد أيام المتابعة
31	%13.93	23	%6.25	8	يومية
5	%1.21	2	%2.34	3	6 أيام
4	%1.81	3	%0.78	1	5 أيام
13	%5.45	9	%3.12	4	4 أيام
15	%3.63	6	%7.03	9	3 أيام
10	%3.03	5	%3.9	5	يومان
10	%3.63	6	%3.12	4	يوم واحد
205	%66.66	110	%74.21	95	حسب الظروف
293	%100	165	%100	128	المجموع

$$K^2 = 8.37$$

كأ² الجدولية تساوي 14.07 تحت 7 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "32" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وعدد الأيام التي تتابع فيها المرأة القسنطينية المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وتشير بياناته إلى النتائج الآتية:

بالنسبة للمرأة العاملة: جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات بمجموع 95 مفردة ونسبة 74.21%، وهي النسبة الأكبر والتي سجلت ارتفاعاً مقارنة بالاختيار الذي جاء في المرتبة الثانية وهو "3 أيام" بمجموع 9 مفردات ونسبة 7.03%، وبعدها اختيار "يومياً" بـ 8 مفردات ونسبة 6.25%، يليه "يومان" بـ 5 مفردات ونسبة 3.9%، ثم "4 أيام" و"يوم واحد" بـ 4 تكرارات ونسبة 3.12%، وبعدها "6 أيام" بـ 3 تكرارات ونسبة 2.34%، وأخيراً "5 أيام" بتكرار واحد ونسبة 0.78%.

أما بالنسبة للمرأة الماكثة في البيت فقد جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات كذلك بمجموع 110 مفردة ونسبة 66.66%، وهي النسبة الأكبر والتي سجلت ارتفاعاً مقارنة بالاختيار الذي جاء في المرتبة الثانية وهو "يومياً" بمجموع 23 مفردة ونسبة 13.93%، وبعدها اختيار "4 أيام" بـ 9 مفردات ونسبة 5.45%، يليه "3 أيام" و"يوم واحد" بـ 6 مفردات ونسبة 3.63%، ثم "يومان" بـ 5 تكرارات ونسبة 3.03%، وبعدها "5 أيام" بـ 3 تكرارات ونسبة 1.81%، ثم "6 أيام" بـ 2 تكرارين ونسبة 1.21%.

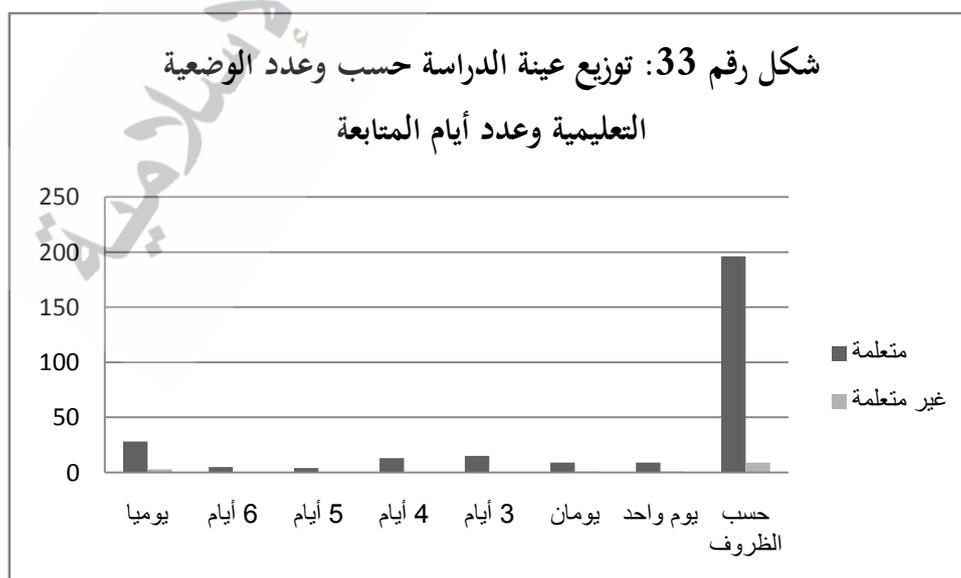
وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية الاجتماعية وعدد أيام المتابعة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 8.37، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 14.07 تحت 7 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "33": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وعدد أيام متابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	الوضعية التعليمية		عدد أيام المتابعة	
	غير متعلمة	متعلمة	غير متعلمة	متعلمة
31	%21.42	3	%10.03	28
5	/	/	%1.79	5
4	/	/	%1.43	4
13	/	/	%4.65	13
15	/	/	%5.37	15
10	%7.14	1	%3.22	9
10	%7.14	1	%3.22	9
205	%64.28	9	%70.25	196
293	%100	14	%100	279

كا² = 4.74.

كا² الجدولية تساوي 14.07 تحت 7 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "33" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وعدد الأيام التي تتابع فيها المرأة القسنطينية المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وتشير بياناته إلى النتائج الآتية:

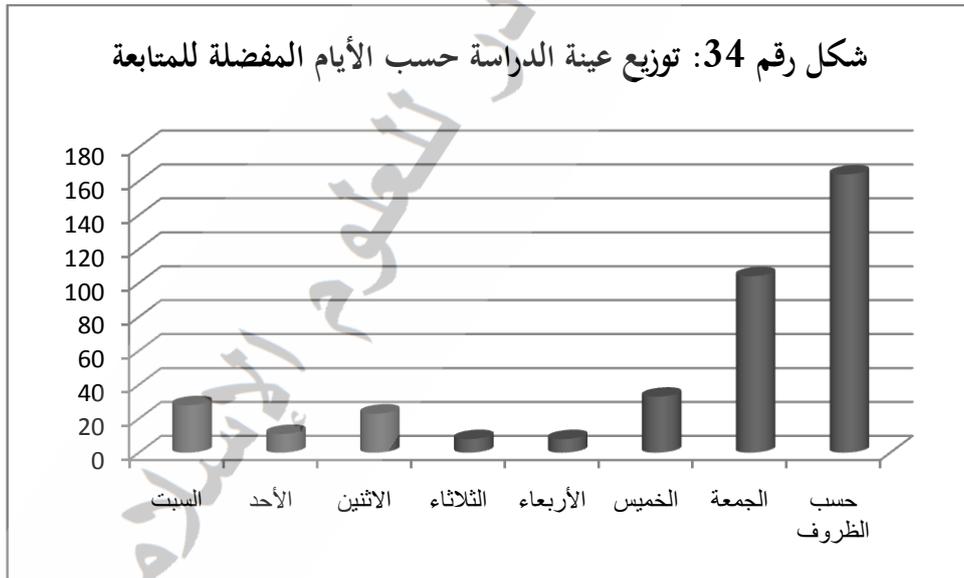
بالنسبة للمرأة المتعلمة: جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات بمجموع 196 مفردة ونسبة 70.25%، وهي النسبة الأكبر والتي سجلت ارتفاعا مقارنة بالاختيار الذي جاء في المرتبة الثانية وهو "يومية" بمجموع 28 مفردة ونسبة 10.03%، وبعدها اختيار "3 أيام" ب 15 مفردة ونسبة 5.37%، يليه "4 أيام" ب 13 مفردة ونسبة 4.65%، ثم "يومان" و"يوم واحد" ب 9 تكرارات ونسبة 3.22%، وبعدها "6 أيام" ب 5 تكرارات ونسبة 1.79%، وأخيرا "5 أيام" ب 4 تكرارات ونسبة 1.43%.

أما بالنسبة للمرأة غير المتعلمة فقد جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات كذلك بمجموع 9 مفردات ونسبة 64.28%، وجاء في المرتبة الثانية اختيار "3 أيام" بمجموع 3 مفردات ونسبة 21.42%، وبعدها اختيار "يومان" و"يوم واحد" ب مفردة ونسبة 7.14%، فيما لم تحظ بقية الخيارات بأية تفضيلات.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية التعليمية وعدد أيام المتابعة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 4.74، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 14.07 تحت 7 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "34": توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة للمتابعة

النسب	التكرارات	الأيام المفضلة
7.38%	28	السبت
2.9%	11	الأحد
6.06%	23	الاثنين
2.11%	8	الثلاثاء
2.11%	8	الأربعاء
8.7%	33	الخميس
27.44%	104	الجمعة
34.27%	164	حسب الظروف
100%	379	المجموع



يمثل الجدول والشكل رقم " 34" توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وقد جاء اختيار "حسب الظروف" في المرتبة الأولى بمجموع 164 تكرارا ونسبة 43.27%، يليه يوم "الجمعة" ب 104 تكرارا ونسبة 27.44%، ثم يوم "الخميس" ب 33 تكرارا ونسبة 8.7%، يليه يوم "السبت" ب 28 تكرارا ونسبة 7.38%، ثم "الاثنين" ب 23 تكرارا ونسبة

6.06%، وبعده يوم "الأحد" ب 11 تكرارا ونسبة 2.9%، وأخيرا يومي "الثلاثاء" و"الأربعاء" بمجموع 8 تكرارات ونسبة 2.11%.

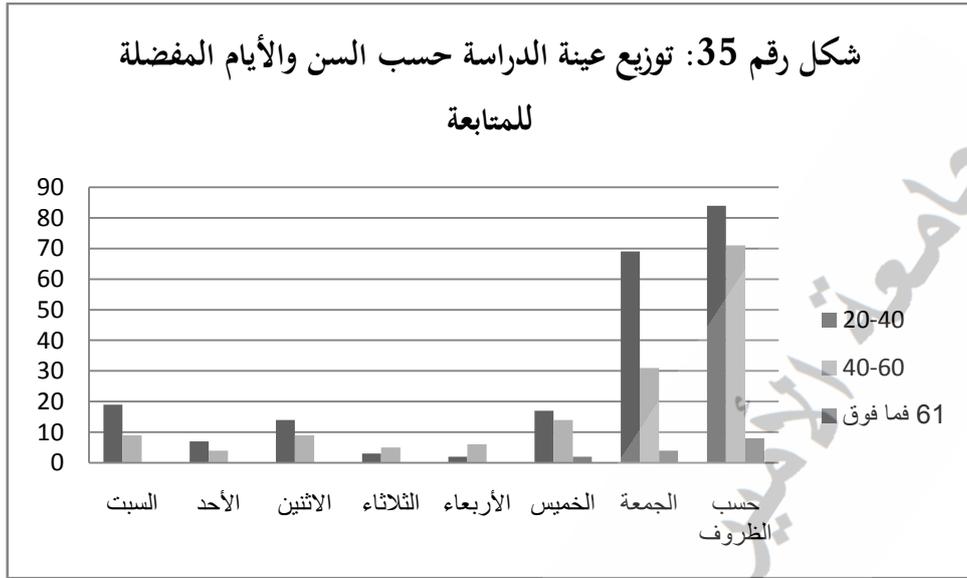
وجاء اختيار حسب الظروف في صدارة التفضيلات نظرا للانشغالات التي تميز يوميات المرأة مما يجعل مواعيدها غير مضبوطة، أما بالنسبة ليوم الجمعة، فكانت مبررات اختياره هو أنه يوم راحة للعديد من النساء خاصة منهن العاملات، فضلا عن كونه من بين أكثر الأيام التي تتعدد فيها البرامج الدينية وخاصة في الإذاعة والتلفزيون.

جدول رقم " 35": توزيع عينة الدراسة حسب السن والأيام المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	61 فما فوق		40-60		20-40		السن
							الأيام المفضلة
28	/	/	6.04%	9	8.83%	19	السبت
11	/	/	2.68%	4	3.25%	7	الأحد
23	/	/	6.04%	9	6.51%	14	الاثنين
8	/	/	3.35%	5	1.39%	3	الثلاثاء
8	/	/	4.02%	6	0.93%	2	الأربعاء
33	14.28%	2	9.39%	14	7.9%	17	الخميس
104	28.57%	4	20.8%	31	32.09%	69	الجمعة
164	57.14%	8	47.65%	71	39.06%	84	حسب الظروف
379	100%	14	100%	149	100%	215	المجموع

ك² = 16.58.

ك² الجدولية تساوي 23.68 تحت 14 درجة حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "35" توزيع عينة الدراسة حسب السن والأيام المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، وقد توصلنا من خلاله إلى البيانات الآتية:

بالنسبة للفئة العمرية من 20-40 سنة جاء اختيار "حسب الظروف" في المرتبة الأولى بمجموع 84 مفردة ونسبة 39.06%، يليه في الترتيب يوم "الجمعة" ب 69 تكرارا ونسبة 32.09%، ثم "السبت" ب 19 تكرارا ونسبة 8.83%، ثم "الخميس" ب 17 تكرارا ونسبة 7.9%، وبعده "الاثنين" ب 14 تكرارا ونسبة 6.51%، ثم "الأحد" ب 7 تكرارات ونسبة 3.25%، يليه "الثلاثاء" ب 3 تكرارات ونسبة 1.39%، وأخيرا "الأربعاء" بتكرارين ونسبة 0.93%.

أما بالنسبة للفئة العمرية من 41-60 سنة جاء اختيار "حسب الظروف" في المرتبة الأولى كذلك بمجموع 71 مفردة ونسبة 47.65%، يليه في الترتيب يوم "الجمعة" ب 31 تكرارا ونسبة 20.8%، ثم "الخميس" ب 14 تكرارا ونسبة 9.39%، ثم "السبت" و "الاثنين" ب 9 تكرارات ونسبة 6.04%، وبعده "الأربعاء" ب 6 تكرارات ونسبة 4.02%، ثم "الثلاثاء" ب 5 تكرارات ونسبة 3.35%، يليه "الأحد" ب 4 تكرارات ونسبة 2.68%.

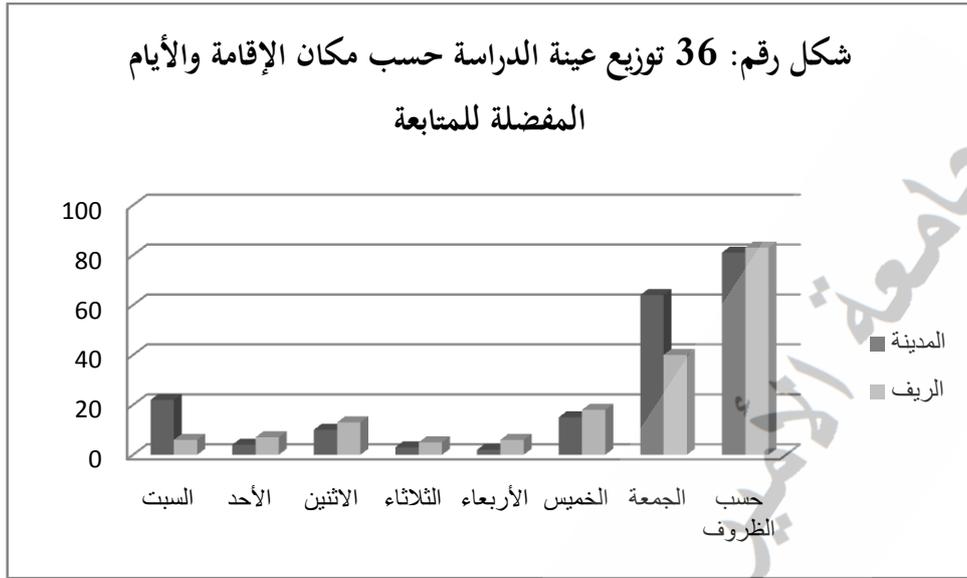
وبالنسبة للفئة العمرية من 61 سنة فما فوق جاء اختيار "حسب الظروف" الأول من حيث التفضيلات ب 8 تكرارات ونسبة 57.14%، يليه "الجمعة" ب 4 تكرارات ونسبة 28.57%، وأخيرا "الخميس" بتكرارين ونسبة 14.28%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص
الوضعية التعليمية وعدد أيام المتابعة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 16.58، وهي أقل من الجدولية،
والتي بلغت 23.68 تحت 14 درجة حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "36": توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والأيام المفضلة لمتابعة المضامين
الدينية الإسلامية.

المجموع	الريف		المدينة		مكان الإقامة الأيام المفضلة
	28	6	3.37%	22	10.94%
11	7	3.93%	4	1.99%	الأحد
23	13	7.30%	10	4.97%	الاثنين
8	5	2.8%	3	1.49%	الثلاثاء
8	6	3.37%	2	0.99%	الأربعاء
33	18	10.11%	15	7.46%	الخميس
104	40	22.74%	64	31.84%	الجمعة
164	83	46.62%	81	40.29%	حسب الظروف
379	178	100%	201	100%	المجموع

كا² = 17.59
كا² الجدولية تساوي 14.07 تحت 7 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "36" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والأيام التي تتابع فيها المرأة القسنطينية المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وتشير بياناته إلى النتائج الآتية:

بالنسبة للمرأة في المدينة جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات بمجموع 81 مفردة ونسبة 40.29%، وجاء في المرتبة الثانية اختيار "الجمعة" بمجموع 64 مفردة ونسبة 31.84%، وبعدها اختيار "السبت" ب 22 مفردة ونسبة 10.94%، يليه "الخميس" ب 15 مفردة ونسبة 7.46%، ثم "الاثنين" ب 10 تكرارات ونسبة 4.97%، وبعدها "الأحد" ب 4 تكرارات ونسبة 1.99%، ثم "الثلاثاء" ب 3 تكرارات ونسبة 1.49%، وأخيرا "الأربعاء" بتكرارين ونسبة 0.99%.

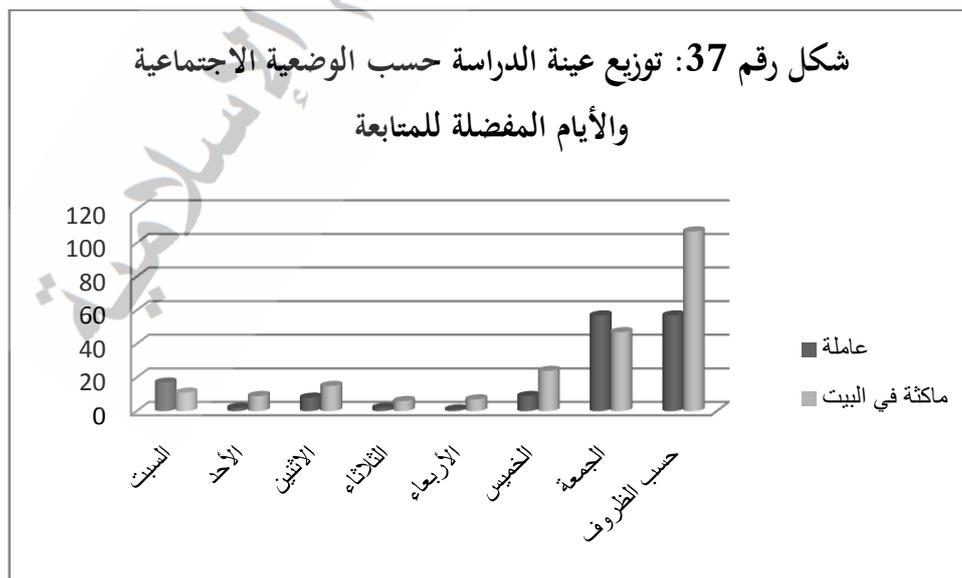
أما بالنسبة للمرأة في الريف جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات كذلك بمجموع 83 مفردة ونسبة 64.62%، وجاء في المرتبة الثانية "الجمعة" بمجموع 40 مفردة ونسبة 22.47%، وبعدها اختيار "الخميس" ب 18 مفردة ونسبة 10.11%، يليه "الاثنين" ب 13 مفردة ونسبة 7.3%، ثم "الأحد" ب 7 تكرارات ونسبة 3.93%، ثم "السبت" و "الأربعاء" ب 6 تكرارات ونسبة 3.37%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص مكان الإقامة والأيام المفضلة للمتابعة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 17.59، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 14.07 تحت 7 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "37": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والأيام المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	ماكنة في البيت		عاملة		الوضعية الاجتماعية الأيام المفضلة
	28	%4.86	11	%11.11	17
11	%3.98	9	%1.30	2	الأحد
23	%6.63	15	%5.22	8	الاثنين
8	%2.65	6	%1.30	2	الثلاثاء
8	%3.09	7	%0.65	1	الأربعاء
33	%10.61	24	%5.88	9	الخميس
104	%20.79	47	%37.25	57	الجمعة
164	%47.34	107	%37.25	57	حسب الظروف
379	%100	226	%100	153	المجموع

كا² = 24.57
كا² الجدولية تساوي 14.07 تحت 7 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "37" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والأيام التي تتابع فيها المرأة القسنطينية المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وتشير بياناته إلى النتائج الآتية:

بالنسبة للمرأة العاملة جاء اختياراً "حسب الظروف" و "الجمعة" في صدارة التفضيلات بمجموع 57 مفردة ونسبة 37.25%، وجاء في المرتبة الثانية اختيار "السبت" بمجموع 17 مفردة ونسبة 11.11%، وبعدها اختيار "الخميس" ب 9 مفردات ونسبة 5.88%، يليه "الإثنين" ب 8 مفردات ونسبة 5.22%، ثم "الأحد" و "الثلاثاء" ب مفردتين ونسبة 1.30%، وأخيراً "الأربعاء" بتكرار واحد ونسبة 0.65%.

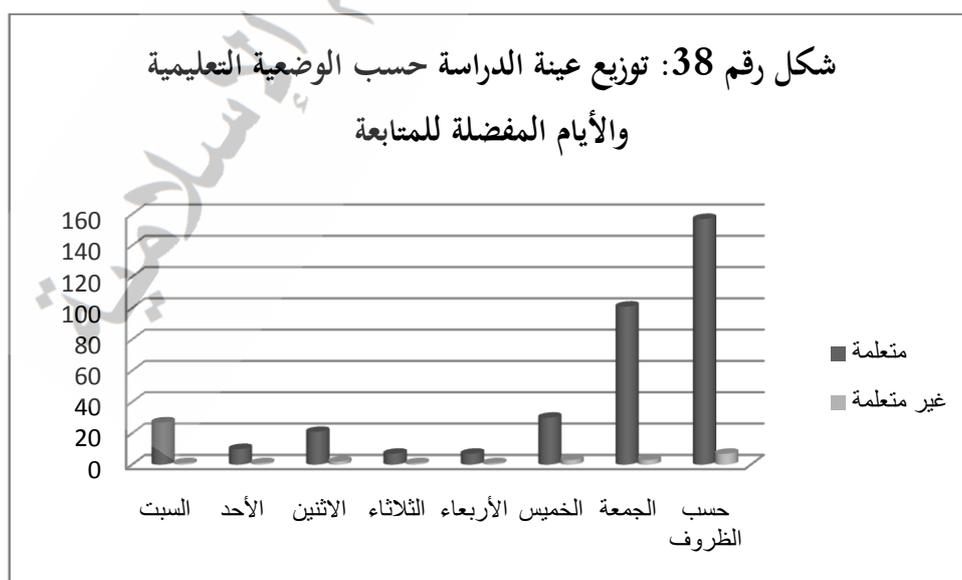
أما بالنسبة للمرأة الماكثة في البيت جاء اختياراً "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات بمجموع 107 مفردة ونسبة 47.34%، وجاء في المرتبة الثانية "الجمعة" بمجموع 47 مفردة ونسبة 20.79%، وبعدها اختيار "الخميس" ب 24 مفردة ونسبة 10.61%، يليه "الإثنين" ب 15 مفردة ونسبة 6.63%، ثم "السبت" ب 11 تكراراً ونسبة 4.86%، ثم "الأحد" ب 9 تكرارات ونسبة 3.98%، ثم "الأربعاء" ب 7 تكرارات ونسبة 3.09%، ثم "الثلاثاء" ب 6 مفردات ونسبة 2.65%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية الاجتماعية والأيام المفضلة للمتابعة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 24.57، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 14.07 تحت 7 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "38": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والأيام المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	الوضعية التعليمية		الأيام المفضلة	
	غير متعلمة	متعلمة	غير متعلمة	متعلمة
28	1	27	%5.26	%7.5
11	1	10	%5.26	%2.77
23	2	21	%10.52	%5.83
8	1	7	%5.26	%1.94
8	1	7	%5.26	%1.94
33	3	30	%15.78	%8.33
104	3	101	%15.78	%28.05
164	7	157	%36.84	%43.61
379	19	360	%100	%100

كا² = 24.57
 كا² الجدولية تساوي 14.07 تحت 7 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "38" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والأيام التي تتابع فيها المرأة القسنطينية المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وتشير بياناته إلى النتائج الآتية:

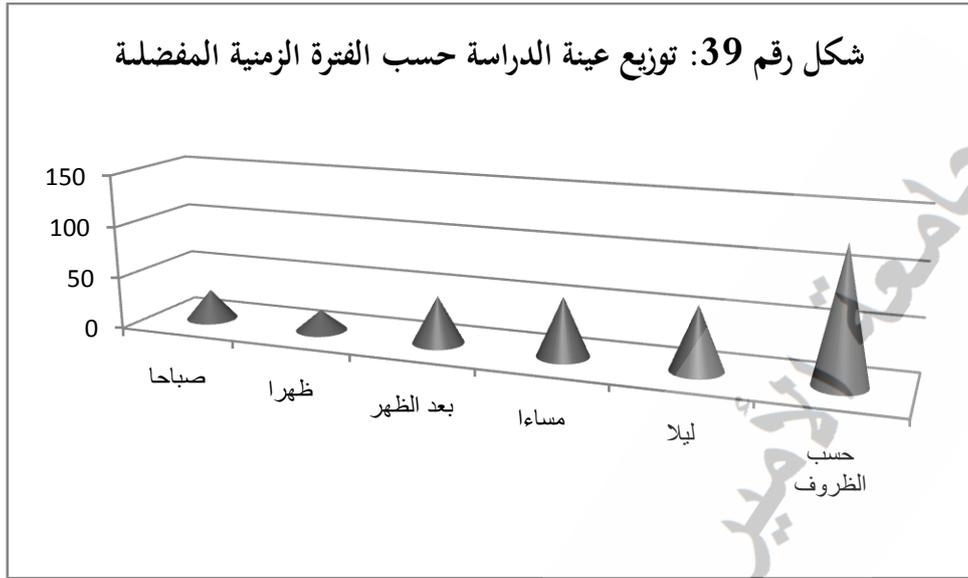
بالنسبة للمرأة المتعلمة جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات بمجموع 157 مفردة ونسبة 43.61% مفردة، وجاء في المرتبة الثانية اختيار "الجمعة" بمجموع 101 مفردة ونسبة 28.05%، وبعدها اختيار "الخميس" ب 30 مفردة ونسبة 8.33%، يليه "السبت" ب 27 مفردة ونسبة 7.5%، ثم "الاثنين" ب 21 ونسبة 5.83%، وأخيرا "الثلاثاء" و"الأربعاء" ب 7 مفردات ونسبة 1.94%.

أما بالنسبة للمرأة غير المتعلمة جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات بمجموع 7 مفردات ونسبة 36.84%، وجاء في المرتبة الثانية "الجمعة" و "الخميس" ب 3 مفردات ونسبة 15.78%، وبعدها اختيار "الاثنين" ب مفردتين ونسبة 10.52%، يليه "السبت" و"الأحد" و"الثلاثاء" و"الأربعاء" ب مفردة واحدة ونسبة 5.26%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية التعليمية والأيام المفضلة للمتابعة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 5.38، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 14.07 تحت 7 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "39": توزيع عينة الدراسة حسب الفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

النسب	التكرارات	الفترة الزمنية
8.65%	29	صباحا
5.97%	20	ظهرا
13.43%	45	بعد الظهر
16.71%	56	مساء
17.91%	60	ليلا
37.31%	125	حسب الظروف
100%	335	المجموع



يمثل الجدول والشكل رقم "39" توزيع عينة الدراسة حسب الفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، وجاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات بمجموع 125 مفردة ونسبة 37.31%، ثم "ليلا" بمجموع 60 مفردة ونسبة 17.91%، ثم "مساء" ب 56 مفردة ونسبة 16.71%، ثم "بعد الظهر" ب 45 مفردة ونسبة 13.43%، ثم "صباحا" ب 29 مفردة ونسبة 8.65%، وأخيرا "ظهرا" ب 20 مفردة ونسبة 5.97%.

وحول سؤال طرحته الباحثة حول أسباب تفضيل فترة زمنية معينة دون غيرها تراوحت إجابات المبحوثات بين من تمثل لها وقت فراغ أو راحة، وبين من يكون توقيت البرنامج المفضل في تلك الفترة.

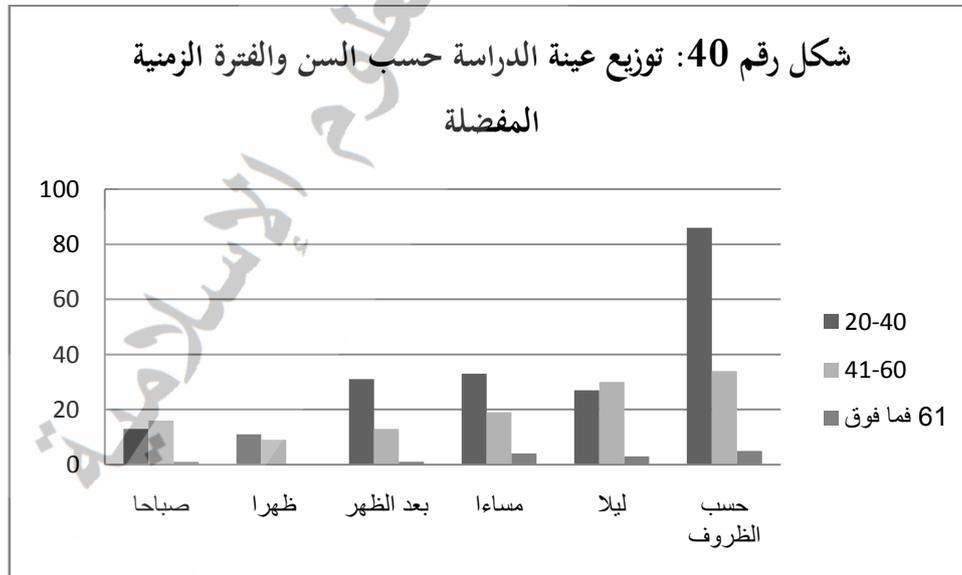
وتتشابه هذه النتائج إلى حد بعيد مع النتائج التي توصلت إليها الباحثة عباس سعيدة، حيث وجدت أن أغلب عينة الدراسة تفضل مشاهدة الفضائيات أثناء الفترة الليلية، ثم الفترة المسائية.¹

¹ أنظر: عباس سعيدة: مرجع سابق.

جدول رقم " 40": توزيع عينة الدراسة حسب السن والفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	61 فما فوق		60-41		40-20		السن / الفترة الزمنية
	29	%7.41	1	%13.33	16	%6.46	13
20	/	/	%7.5	9	%5.47	11	ظهرا
45	%7.41	1	%10.83	13	%15.42	31	بعد الظهر
56	%28.57	4	%15.83	19	%16.41	33	مساء
60	%21.42	3	%25	30	%13.43	27	ليلا
125	%35.71	5	%28.33	34	%42.78	86	حسب الظروف
335	%100	14	%100	120	100	201	المجموع

كا²=18.3
كا² الجدولية تساوي 18.31 تحت 10 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم " 40" توزيع عينة الدراسة حسب السن والفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، وجاءت النتائج على الشكل الآتي:

بالنسبة للفئة العمرية من 20-40 جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات بمجموع 86 مفردة ونسبة 42.87%، ثم "مساء" بمجموع 33 مفردة ونسبة 16.41%، ثم "بعد الظهر" ب 31 مفردة ونسبة 15.42%، ثم "ليلا" ب 27 مفردة ونسبة 13.43%، ثم "صباحا" ب 13 مفردة ونسبة 6.46%، وأخيرا "ظهرا" ب 11 مفردة ونسبة 5.47%.

أما بالنسبة للفئة العمرية من 41-60 جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات بمجموع 34 مفردة ونسبة 28.33%، ثم "ليلا" بمجموع 30 مفردة ونسبة 25%، ثم "مساء" ب 19 مفردة ونسبة 15.83%، ثم "صباحا" ب 16 مفردة ونسبة 13.33%، ثم "بعد الظهر" ب 13 مفردة ونسبة 10.83%، وأخيرا "ظهرا" ب 9 مفردات ونسبة 7.5%.

وبالنسبة للفئة العمرية من 61 سنة فما فوق جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات بمجموع 5 مفردات ونسبة 35.71%، ثم "مساء" ب 4 مفردات ونسبة 28.57%، ثم "ليلا" ب 3 مفردات ونسبة 21.42%، ثم "صباحا" و"بعد الظهر" ب مفردة واحدة ونسبة 7.14%.

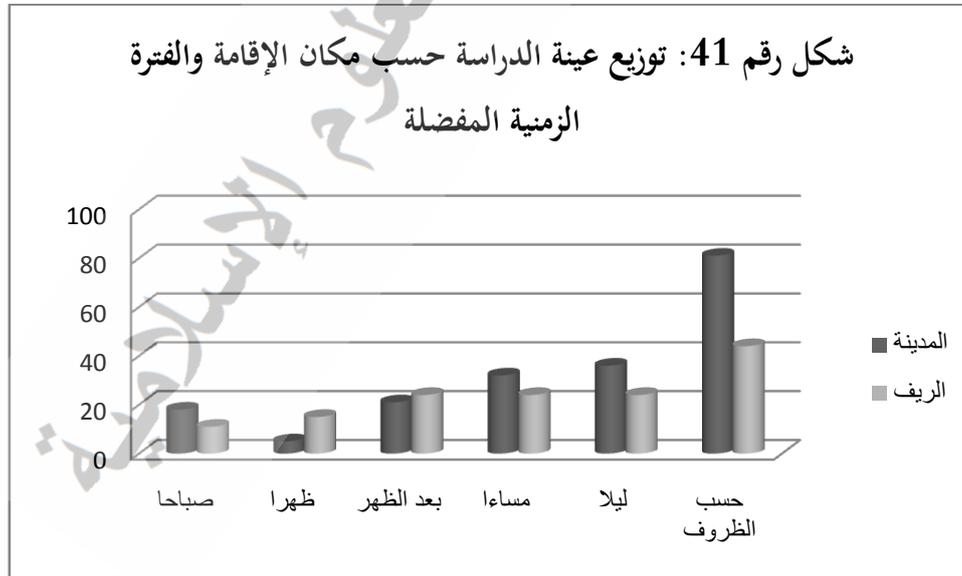
وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص السن والفترة الزمنية المفضلة للمتابعة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 18.30، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 18.31 تحت 10 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم " 41": توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	مكان الإقامة		الفترة الزمنية	
	الريف	المدينة	الريف	المدينة
29	%7.74	11	%9.32	18
20	%10.56	15	%2.59	5
45	%16.90	24	%10.88	21
56	%16.90	24	%16.58	32
60	%16.90	24	%18.65	36
125	%30.98	44	%41.96	81
335	%100	142	%100	193

$\chi^2 = 13.93$

كأ² الجدولية تساوي 11.07 تحت 5 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم " 41" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، وكانت النتائج كالتالي:

بالنسبة للمرأة في المدينة جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات بمجموع 81 مفردة ونسبة 41.96%، ثم "ليلا" بمجموع 36 مفردة ونسبة 18.65%، ثم "مساء" ب 32 مفردة ونسبة 16.58%، ثم "بعد الظهر" ب 21 مفردة ونسبة 10.88%، ثم "صباحا" ب 18 مفردة ونسبة 9.32%، وأخيرا "ظهرا" ب 5 مفردات ونسبة 2.59%.

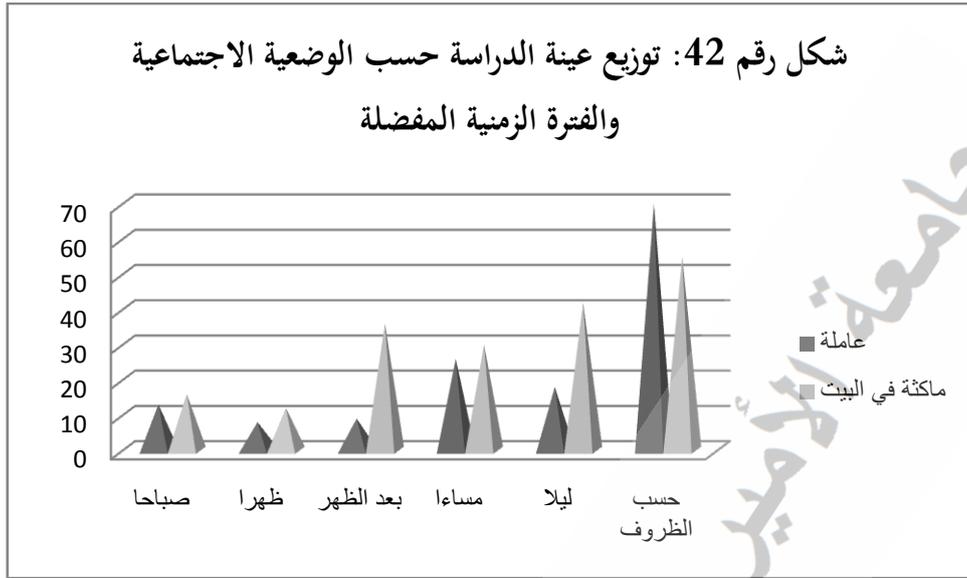
أما بالنسبة للمرأة في الريف جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات كذلك بمجموع 44 مفردة ونسبة 30.98%، ثم "ليلا" و "مساء" و "بعد الظهر" بمجموع 24 مفردة ونسبة 16.90%، ثم "صباحا" ب 11 مفردة ونسبة 7.74%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص مكان الإقامة والفترة الزمنية المفضلة للمتابعة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 13.93، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 11.07 تحت 5 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "42": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	الوضعية الاجتماعية		الفترة الزمنية	
	عاملة	ماكنة في البيت	عاملة	ماكنة في البيت
29	13	16	9.02%	8.37%
20	8	12	5.55%	6.28%
45	9	36	6.25%	18.84%
56	26	30	18.05%	15.70%
60	18	42	12.5%	21.98%
125	70	55	48.61%	28.79%
335	144	191	100%	100%

كا²=33.73
 كا²الجدولية تساوي 11.07 تحت 5 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم " 42 " توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، وكانت النتائج كالآتي:

بالنسبة للمرأة العاملة جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات بمجموع 70 مفردة ونسبة 48.61%، ثم "مساء" بمجموع 26 مفردة ونسبة 18.05%، ثم "ليلا" ب 18 مفردة ونسبة 12.5%، ثم "صباحا" ب 13 مفردة ونسبة 9.02%، ثم "بعد الظهر" ب 9 مفردات ونسبة 6.25%، وأخيرا "ظهرا" ب 8 مفردات ونسبة 5.55%.

وتوزيع التفضيلات هنا منطقي على اعتبار وقت العمل والذي عادة ماينتهي مساءً، وبالتالي تجد المرأة العاملة متسعا من الوقت في تلك الفترة وفي الفترة الليلية، أما فيما يتعلق بالفترة الصباحية، فحسب المبحوثات هي عبارة عن متابعة للمضامين الدينية عبر القنوات الإذاعية والتي من الممكن أن تكون حتى أثناء العمل.

أما بالنسبة للمرأة المأكثة في البيت جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات كذلك بمجموع 55 مفردة ونسبة 28.79%، ثم "ليلا" بمجموع 42 مفردة ونسبة 21.98%، ثم "بعد الظهر" ب 36 مفردة ونسبة 18.84%، وبعدها "مساء" بمجموع 30 مفردة ونسبة 15.70%، ثم "صباحا" ب 16 مفردة ونسبة 8.37%، وأخيرا "ظهرا" ب 12 مفردة ونسبة 6.28%..

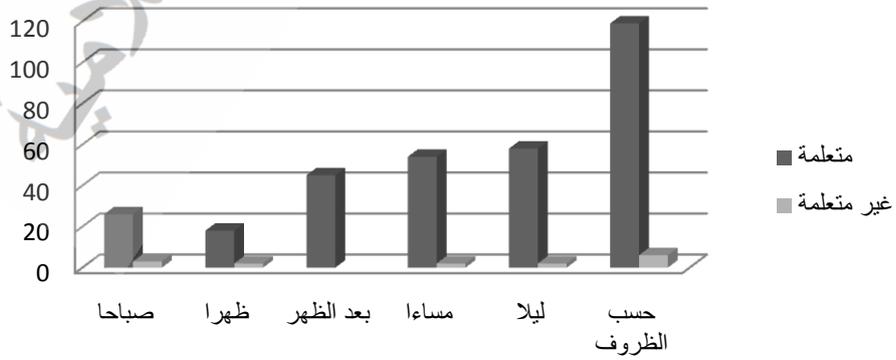
وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية الاجتماعية والفترة الزمنية المفضلة للمتابعة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 33.73، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 11.07 تحت 5 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "43": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	الوضعية التعليمية		الفترة الزمنية	
	غير متعلمة	متعلمة	غير متعلمة	متعلمة
29	3	26	8.12%	26
20	2	18	5.62%	18
45	/	/	14.06%	45
56	2	54	16.8%	54
60	2	58	18.12%	58
125	6	119	37.18%	119
335	191	320	100%	320

كا² = 6.2
كا² الجدولية تساوي 11.07 تحت 5 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

شكل رقم 43: توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والفترة الزمنية المفضلة



يمثل الجدول والشكل رقم "43" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية:

بالنسبة للمرأة المتعلمة جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات بمجموع 119 مفردة ونسبة 37.18%، ثم "ليلاً" بمجموع 58 مفردة ونسبة 18.12%، ثم "مساءً" بـ 54 مفردة ونسبة 16.8%، ثم "بعد الظهر" بـ 45 مفردة ونسبة 14.06%، ثم "صباحاً" بـ 26 مفردة ونسبة 8.12%، وأخيراً "ظهراً" بـ 18 مفردة ونسبة 5.62%.

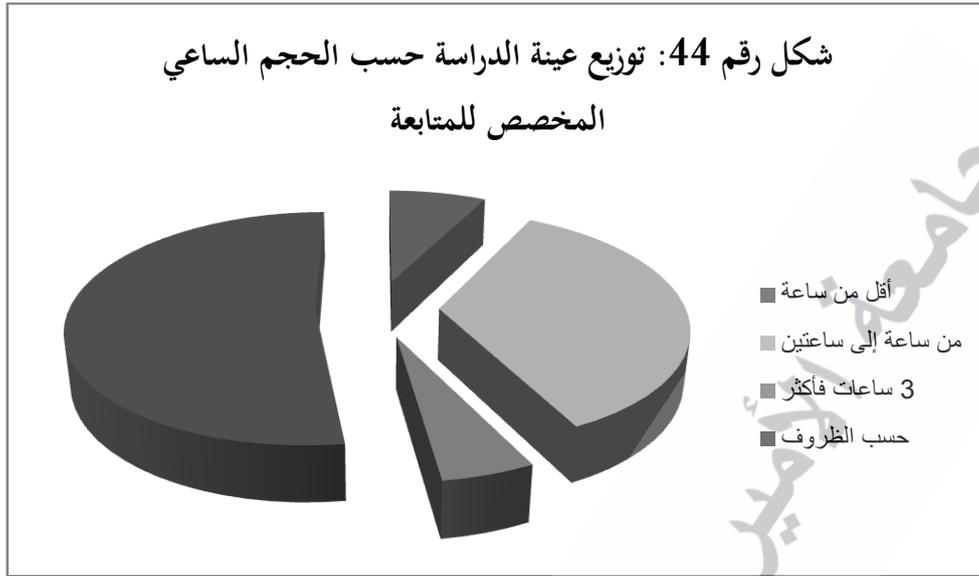
أما بالنسبة للمرأة غير المتعلمة جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات كذلك بمجموع 6 مفردات ونسبة 40%، ثم "صباحاً" بـ 3 مفردات ونسبة 20%، ثم "ظهراً" و"مساءً" و"ليلاً" بـ مفردتين ونسبة 13.33%، فيما لم تحظ فترة "بعد الظهر" بأية تفضيلات.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية التعليمية والفترة الزمنية المفضلة للمتابعة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 6.2، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 11.07 تحت 5 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "44": توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي المخصص لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية

النسب	التكرارات	الحجم الساعي
7.5%	22	أقل من ساعة
35.15%	103	من ساعة إلى ساعتين
5.11%	15	3 ساعات فأكثر
52.21%	153	حسب الظروف
100%	293	المجموع

شكل رقم 44: توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي
المخصص للمتابعة



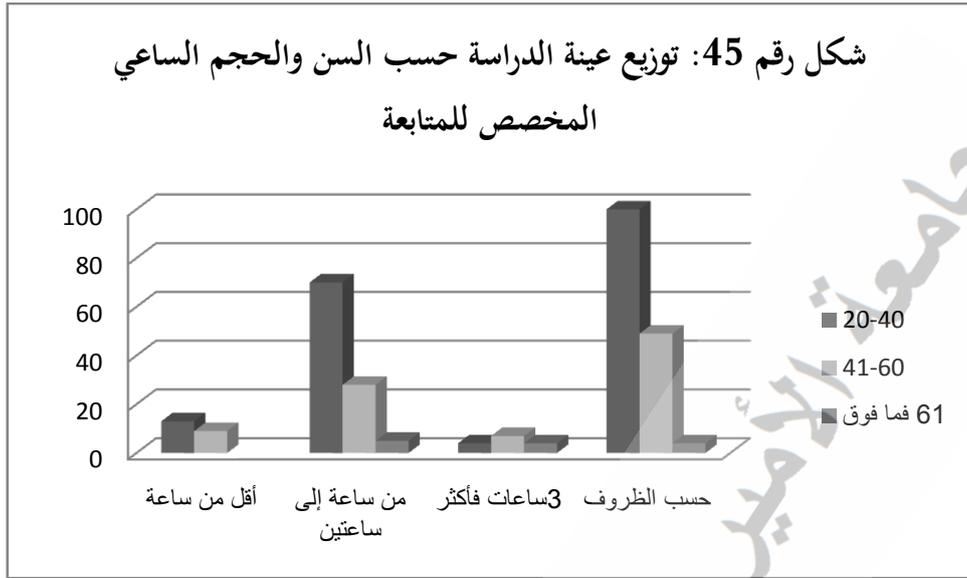
يمثل الجدول والشكل رقم "44" توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي المخصص للمتابعة المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وجاءت النتائج وفق الآتي:

احتل خيار "حسب الظروف" المرتبة الأولى من حيث تفضيلات المرأة القسنطينية بمجموع 153 تكراراً ونسبة 52.21%، يليه خيار "من ساعة إلى ساعتين" بمجموع 103 تكراراً ونسبة 35.15%، ثم "أقل من ساعة" بـ 22 تكراراً ونسبة 7.5%، وأخيراً "3 ساعات فأكثر" بـ 15 تكراراً و5.11%.

جدول رقم "45": توزيع عينة الدراسة حسب السن والحجم الساعي المخصص للمتابعة المضامين الدينية الإسلامية

المجموع	السن			المجموع
	61 فما فوق	41-60	20-40	
22	/	/	9	13
103	38.46%	30.10%	28	70
15	30.76%	7.52%	7	4
153	30.76%	52.68%	49	100
293	100%	100%	93	187

ك² = 24.97
ك² الجدولية تساوي 12.59 تحت 6 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم " 45 " توزيع عينة الدراسة حسب السن والحجم الساعي المخصص للمتابعة المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وجاءت النتائج وفق الآتي:

بالنسبة للفئة العمرية من 20-40 سنة احتل خيار "حسب الظروف" المرتبة الأولى من حيث تفضيلات المرأة القسنطينية بمجموع 100 تكرار ونسبة 53.47%، يليه خيار "من ساعة إلى ساعتين" بمجموع 70 تكراراً ونسبة 37.43%، ثم "أقل من ساعة" ب 13 تكراراً ونسبة 6.95%، وأخيراً "3 ساعات فأكثر" ب 4 تكرارات ونسبة 2.13%.

أما بالنسبة للفئة العمرية من 41-60 سنة احتل خيار "حسب الظروف" المرتبة الأولى كذلك من حيث تفضيلات المرأة القسنطينية بمجموع 49 تكراراً ونسبة 52.68%، يليه خيار "من ساعة إلى ساعتين" بمجموع 28 تكراراً ونسبة 30.10%، ثم "أقل من ساعة" ب 9 تكرارات ونسبة 9.67%، وأخيراً "3 ساعات فأكثر" ب 7 تكرارات ونسبة 7.52%.

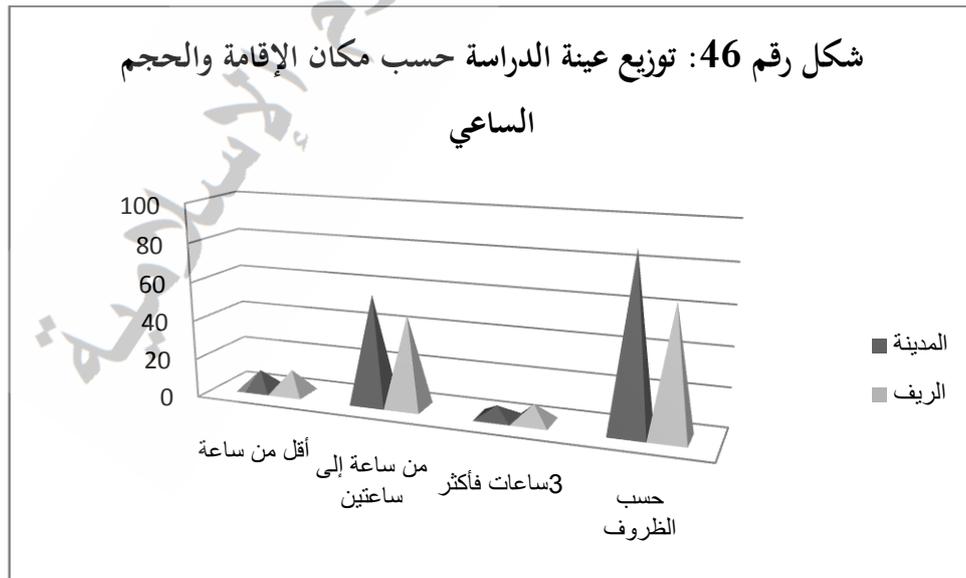
وفي يخص الفئة العمرية من 61 سنة فما فوق احتل خيار "حسب الظروف" و "3 ساعات فأكثر" المرتبة الأولى من حيث تفضيلات المرأة القسنطينية بمجموع 4 تكرارات ونسبة 30.76%، يليه خيار "من ساعة إلى ساعتين" ب 5 تكرارات ونسبة 38.46%، فيما لم يحظ خيار "أقل من ساعة" بأية تفضيلات.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص السن والحجم الساعي المفضل لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 24.97، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 12.95 تحت 6 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "46": توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والحجم الساعي المخصص لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية

المجموع	مكان الإقامة		الحجم الساعي	
	الريف	المدينة	أقل من ساعة	من ساعة إلى ساعتين
22	12	10	9.02%	6.25%
103	47	56	35.33%	35%
15	9	6	6.76%	3.75%
153	65	88	48.87%	55%
293	133	160	100%	100%

كا² = 2.53.
كا² الجدولية تساوي 7.81 تحت 3 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم " 46 " توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والحجم الساعي المخصص لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وجاءت النتائج وفق الآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية في المدينة احتل خيار " حسب الظروف " المرتبة الأولى من حيث التفضيلات بمجموع 88 تكرار ونسبة 55%، يليه خيار " من ساعة إلى ساعتين " بمجموع 56 تكراراً ونسبة 35%، ثم " أقل من ساعة " بـ 10 تكرارات ونسبة 6.25%، وأخيراً " 3 ساعات فأكثر " بـ 6 تكرارات و نسبة 3.75%.

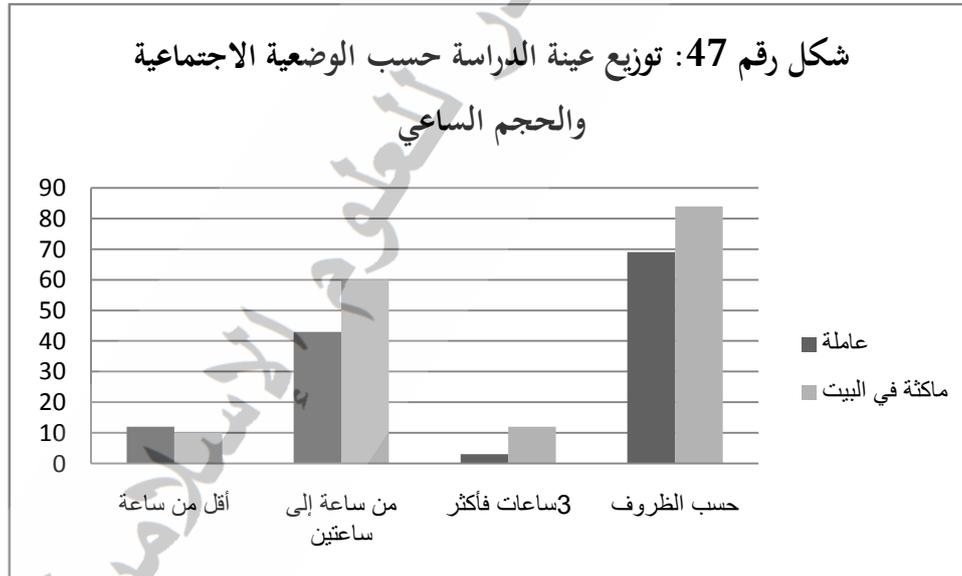
أما بالنسبة للمرأة القسنطينية في الريف احتل خيار " حسب الظروف " المرتبة الأولى كذلك من حيث التفضيلات بمجموع 65 تكراراً ونسبة 48.87%، يليه خيار " من ساعة إلى ساعتين " بمجموع 47 تكراراً ونسبة 35.33%، ثم " أقل من ساعة " بـ 12 تكراراً ونسبة 9.02%، وأخيراً " 3 ساعات فأكثر " بـ 9 تكرارات ونسبة 6.76%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص مكان الإقامة والحجم الساعي المفضل لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 2.53، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 7.81 تحت 3 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم " 47": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والحجم الساعي المخصص
لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية

المجموع	الوضعية الاجتماعية		الحجم الساعي	
	ماكنة في البيت	عاملة	أقل من ساعة	من ساعة إلى ساعتين
22	10	12	6.02%	9.44%
103	60	43	36.14%	33.85%
15	12	3	7.22%	2.36%
153	84	69	50.60%	54.33%
293	166	127	100%	100%

كا² = 4.73.
كا² الجدولية تساوي 7.81 تحت 3 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "47" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والحجم الساعي المخصص
لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وجاءت النتائج وفق الآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية العاملة احتل خيار "حسب الظروف" المرتبة الأولى من حيث التفضيلات
بمجموع 69 تكرارا ونسبة 54.33%، يليه خيار "من ساعة إلى ساعتين" بمجموع 43 تكرارا ونسبة

33.85%، ثم "أقل من ساعة" ب 12 تكرارات ونسبة 9.44%، وأخيرا "3 ساعات فأكثر" ب 3 تكرارات ونسبة 3.75%.

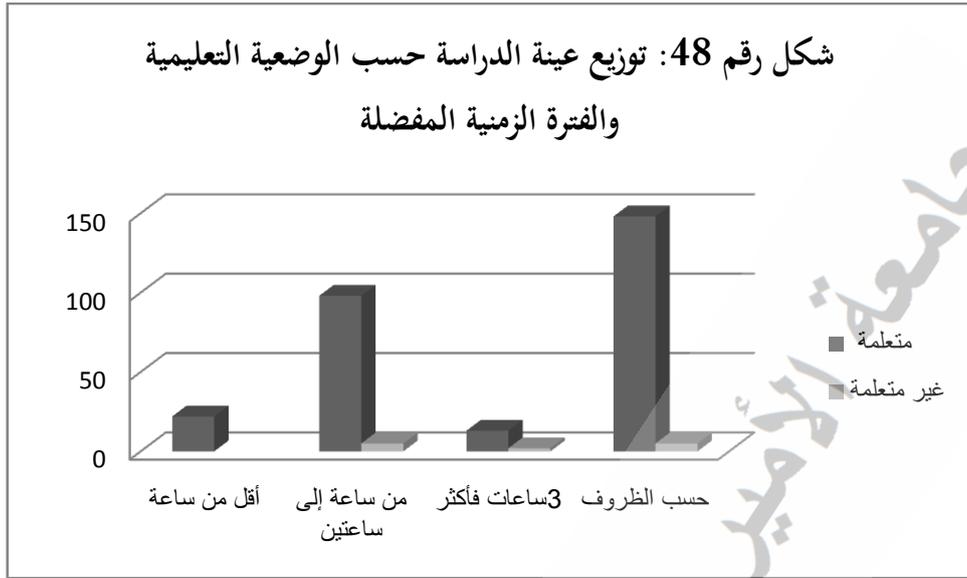
أما بالنسبة للمرأة القسنطينية الماكثة في البيت احتل خيار "حسب الظروف" المرتبة الأولى كذلك من حيث التفضيلات بمجموع 84 تكرارا ونسبة 50.60%، يليه خيار "من ساعة إلى ساعتين" بمجموع 60 تكرارا ونسبة 36.14%، ثم "3 ساعات فأكثر" ب 12 تكرارات ونسبة 7.22%، وأخيرا "أقل من ساعة" ب 10 تكرارات ونسبة 6.02%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية الاجتماعية والحجم الساعي المفضل لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 4.73، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 7.81 تحت 3 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "48": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والحجم الساعي المخصص لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية

المجموع	الوضعية التعليمية		الحجم الساعي	
	غير متعلمة	متعلمة	أقل من ساعة	من ساعة إلى ساعتين
22	/	/	7.82%	22
103	41.66%	5	34.87%	98
15	16.66%	2	4.62%	13
153	41.66%	5	52.66%	148
293	100%	12	100%	281

كا² = 4.62
 كا² الجدولية تساوي 7.81 تحت 3 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "48" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والحجم الساعي المخصص لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وجاءت النتائج وفق الآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية المتعلمة احتل خيار "حسب الظروف" المرتبة الأولى من حيث التفضيلات بمجموع 148 تكرارا ونسبة 52.66%، يليه خيار "من ساعة إلى ساعتين" بمجموع 98 تكرارا ونسبة 34.87%، ثم "أقل من ساعة" ب 22 تكرارا ونسبة 7.82%، وأخيرا "3 ساعات فأكثر" ب 13 تكرارات ونسبة 4.62%.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية غير المتعلمة احتل خيار "حسب الظروف" و "من ساعة إلى ساعتين" المرتبة الأولى من حيث التفضيلات بمجموع 5 تكرارات ونسبة 41.66%، يليه خيار "3 ساعات فأكثر" بتكرارين ونسبة 16.66%، فيما لم يحصل خيار "أقل من ساعة" على أية تفضيلات.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص

الوضعية التعليمية والحجم الساعي المفضل لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 4.62، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 7.81 تحت 3 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "49": توزيع عينة الدراسة حسب القيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامين الدينية الإسلامية.

النسب	التكرارات	القيام بأعمال أثناء المتابعة
%40.95	120	نعم
%59.04	173	لا
%100	293	المجموع

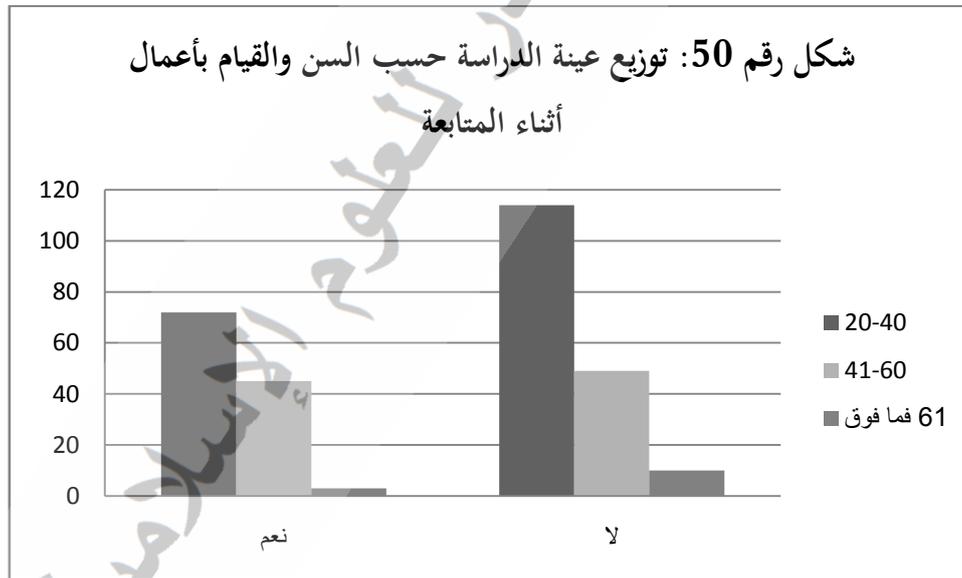


يمثل الجدول والشكل رقم "49" توزيع عينة الدراسة حسب القيام بأعمال أخرى ومتابعة المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، حيث أجابت 120 مفردة بـ "نعم" وذلك بنسبة 40.95%، فيما أجابت البقية والمقدر عددهن بـ 147 مفردة ونسبة 59.04% بـ "لا" أي باكتفائهن وتفرغهن للمتابعة دون القيام بأعمال أخرى أثناءها.

جدول رقم "50": توزيع عينة الدراسة حسب السن والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	السن						القيام بأعمال أثناء المتابعة
	61 فما فوق	60-41	40-20	40-20	60-41	61 فما فوق	
120	%23.07	3	%47.87	45	%38.70	72	نعم
173	%76.92	10	%52.12	49	%61.29	114	لا
293	%100	13	%100	94	%100	186	المجموع

كا² = 3.94.
كا² الجدولية تساوي 5.99 تحت درجتي حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "50" توزيع عينة الدراسة حسب السن والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وكانت النتائج كالتالي:

بالنسبة للفئة العمرية من 20-40 سنة أجابت 114 مفردة ب "نعم" وذلك بنسبة 61.29%، فيما أجابت البقية والمقدر عددهن ب 72 مفردة ونسبة 38.70% ب "لا" أي باكتفائهن وتفرغهن للمتابعة دون القيام بأعمال أخرى أثناءها.

أما بالنسبة للفئة العمرية من 41-60 سنة أجابت 49 مفردة ب "نعم" وذلك بنسبة 52.12%، مقابل 45 مفردة أجابت ب "لا" وذلك بنسبة 47.87%.

وفيما يتعلق بالفئة العمرية من 61 سنة فما فوق، أجابت 10 مبحوثات ب "لا" بنسبة 76.92%، مقابل 3 مبحوثات أجبن ب: "نعم" بنسبة 23.07%.

ومن خلال احتكاك الباحثة بمفردات العينة توصلت إلى نتيجة مؤداها أن الأغلبية يفضلن التفرغ التام للمتابعة وعدم الانشغال بأمر أخرى من أجل التركيز أكثر فيما يقدم.

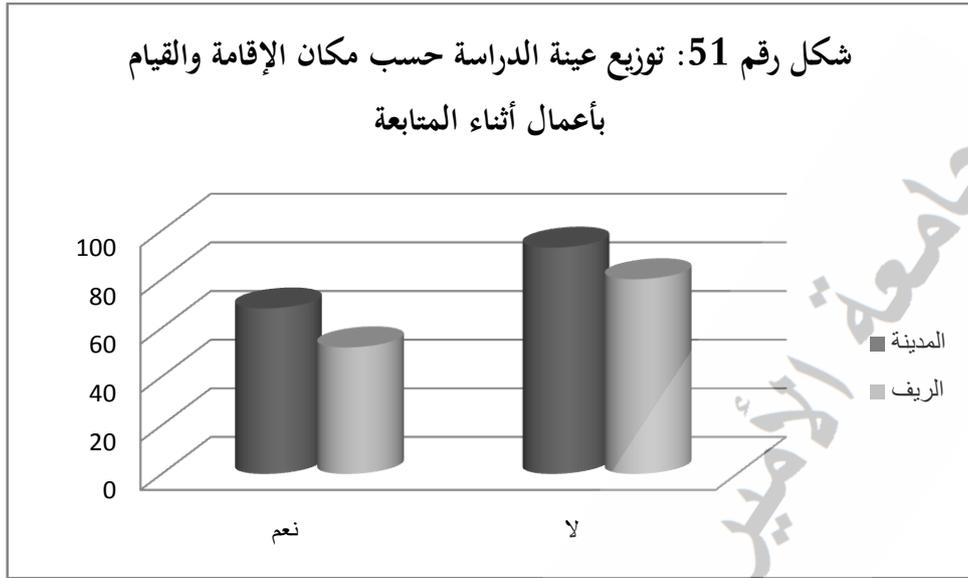
وبعد تطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص السن والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامين الدينية الإسلامية، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة 3.94، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 5.99 تحت درجتي حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "51": توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	الريف		المدينة		مكان الإقامة
	القيام بأعمال أثناء المتابعة	نعم	لا	المجموع	نعم
120	39.39%	52	42.23%	68	نعم
173	60.60%	80	57.76%	93	لا
293	100%	132	100%	161	المجموع

كاي² = 0.22.

كاي² الجدولية تساوي 3.84 تحت درجة حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم " 51" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وكانت النتائج كالآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية في المدينة أجابت 68 مفردة ب "نعم" وذلك بنسبة 42.23%، فيما أجابت البقية والمقدر عددهن ب 93 مفردة ونسبة 57.76% ب "لا" أي باكتفائهن وتفرغهن للمتابعة دون القيام بأعمال أخرى أثناءها.

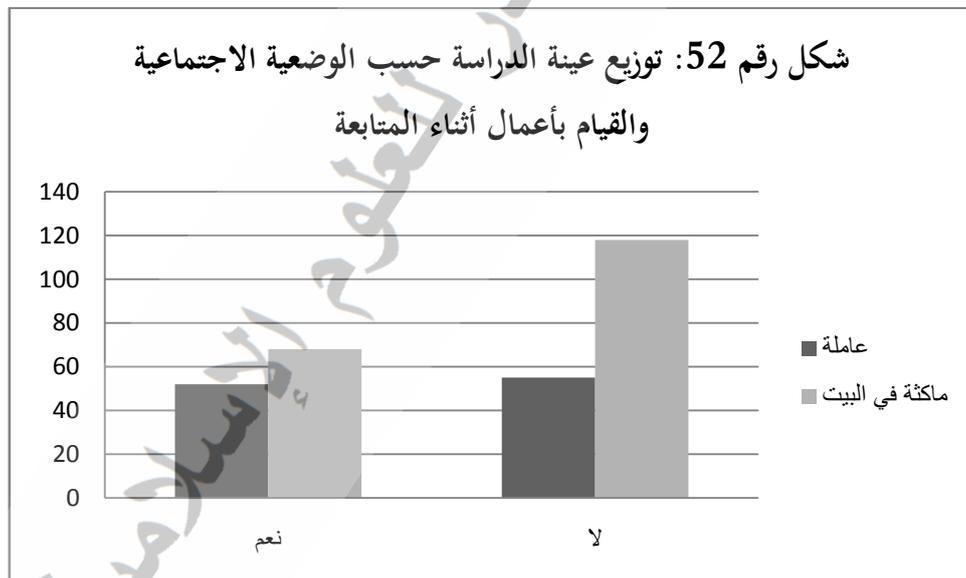
أما بالنسبة للمرأة القسنطينية في الريف أجابت 52 مفردة ب "نعم" وذلك بنسبة 39.39%، مقابل 80 مفردة أجابت ب "لا" وذلك بنسبة 60.60%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص مكان الإقامة والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامين الدينية الإسلامية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 0.22، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 3.84 تحت درجة حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "52": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	الوضعية الاجتماعية		القيام بأعمال أثناء المتابعة	
	عاملة	ماكثة في البيت	نعم	لا
120	52	68	%48.59	%56.55
173	55	118	%51.40	%63.44
293	107	186	%100	%100

كا² = 4.04.
كا² الجدولية تساوي 3.84 تحت درجة حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "52" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وكانت النتائج كالآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية العاملة أجابت 52 مفردة ب "نعم" وذلك بنسبة 48.59%، فيما أجابت البقية والمقدر عددهن ب 55 مفردة ونسبة 51.40% ب "لا" أي باكتفائهن وتفرغهن للمتابعة دون القيام بأعمال أخرى أثناءها.

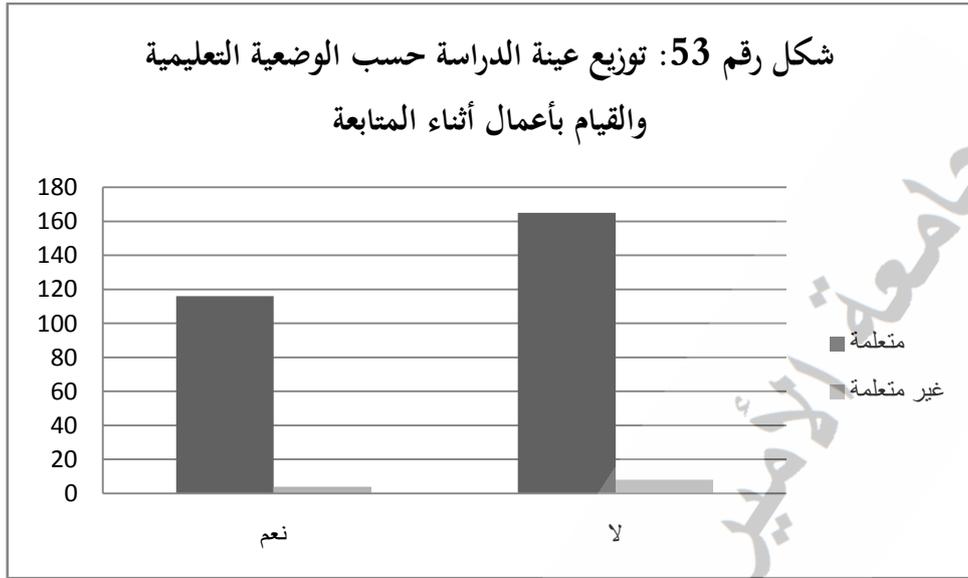
أما بالنسبة للمرأة القسنطينية الماكثة في البيت أجابت 68 مفردة ب "نعم" وذلك بنسبة 56.55%، مقابل 118 مفردة أجابت ب "لا" وذلك بنسبة 63.44%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية الاجتماعية والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامين الدينية الإسلامية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 4.04، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 3.84 تحت درجة حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "53": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	الوضعية التعليمية		القيام بأعمال أثناء المتابعة	
	غير متعلمة	متعلمة	نعم	لا
120	4	116	41.28%	33.33%
173	8	165	58.71%	66.66%
293	12	281	100%	100%

كا² = 0.27
 كا² الجدولية تساوي 3.84 تحت درجة حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "53" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامین الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وكانت النتائج كالآتي:

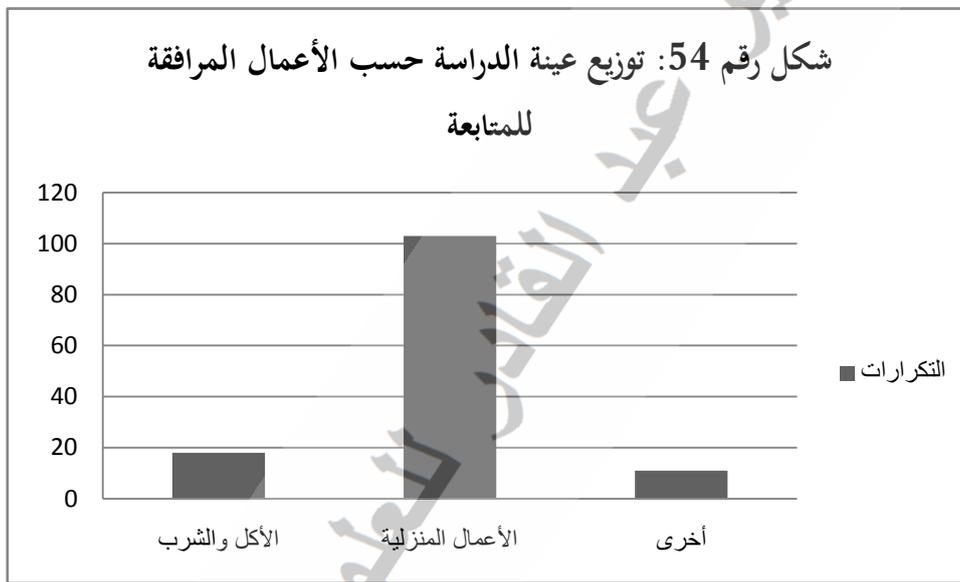
بالنسبة للمرأة القسنطينية المتعلمة أجابت 116 مفردة ب "نعم" وذلك بنسبة 41.28%، فيما أجابت البقية والمقدر عددهن ب 165 مفردة ونسبة 58.71% ب "لا" أي باكتفائهن وتفرغهن للمتابعة دون القيام بأعمال أخرى أثناءها.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية غير المتعلمة أجابت 4 مفردات ب "نعم" وذلك بنسبة 33.33%، مقابل 8 مفردات أجابت ب "لا" وذلك بنسبة 66.66%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية التعليمية والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامین الدينية الإسلامية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 0.27، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 3.84 تحت درجة حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "54": توزيع عينة الدراسة حسب الأعمال المرافقة للمتابعة

النسب	التكرارات	الأعمال المرافقة للمتابعة
%13.63	18	الأكل والشرب
%78.03	103	الأعمال المنزلية
%8.33	11	أخرى
%100	132	المجموع

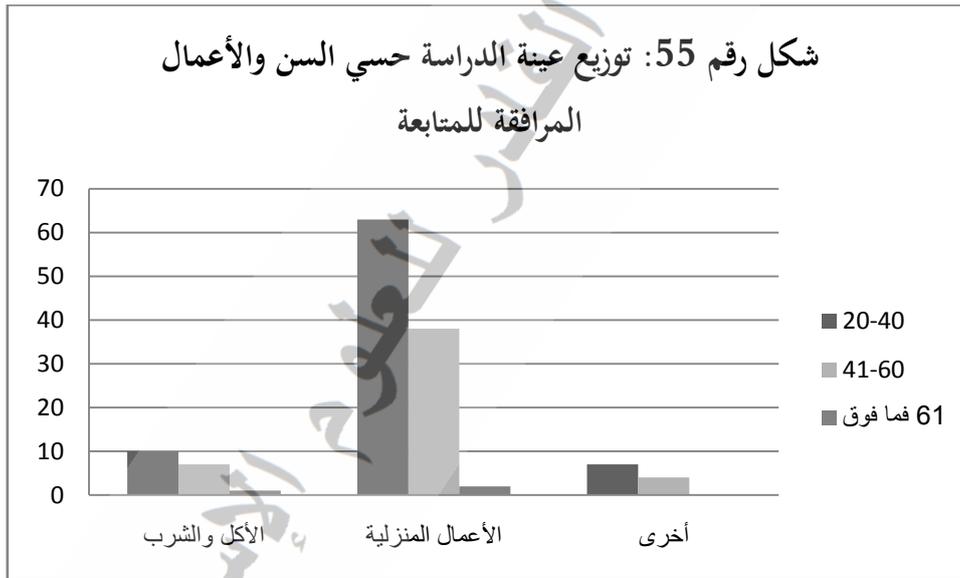


يمثل الجدول والشكل رقم " 54 " توزيع عينة الدراسة حسب الأعمال المرافقة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وجاء في مقدمة هذه الأعمال بالنسبة لتفضيلات المرأة القسنطينية "الأعمال المنزلية" في المقام الأول ب 103 مفردة ونسبة %78.03، يليه "الأكل والشرب" ب 18 مفردة ونسبة %13.63، ثم "أعمال أخرى" ب 11 مفردة ونسبة %8.33، وقد تركزت هذه الأخيرة من خلال المبحوثات في القيام بالحرف اليدوية كالخياطة مثلاً.

جدول رقم "55": توزيع عينة الدراسة حسب السن والأعمال المرافقة للمتابعة

المجموع	61 فما فوق		60-41		40-20		السن
							الأعمال المرافقة للمتابعة
18	%33.33	1	%14.28	7	%12.5	10	الأكل والشرب
103	%66.66	2	%77.55	38	%78.75	63	الأعمال المنزلية
11	/	/	%8.16	4	%8.75	7	أخرى
132	%100	3	%100	49	%100	132	المجموع

كا² = 1.28.
كا² الجدولية تساوي 9.49 تحت 4 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "55" توزيع عينة الدراسة حسب السن والأعمال المرافقة للمتابعة المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وجاءت النتائج على الشكل الآتي:

بالنسبة للفئة العمرية من 40-20 سنة جاء في مقدمة هذه الأعمال بالنسبة لتفضيلات المرأة القسنطينية "الأعمال المنزلية" في المقام الأول ب 63 مفردة ونسبة 78.75%، يليه "الأكل والشرب" ب 10 مفردات ونسبة 12.5%، ثم "أعمال أخرى" ب 7 مفردات ونسبة 8.75%.

بالنسبة للفئة العمرية من 41-60 سنة جاء في مقدمة هذه الأعمال بالنسبة لتفضيلات المرأة القسنطينية "الأعمال المنزلية" في المقام الأول ب 38 مفردة ونسبة 77.55%، يليه "الأكل والشرب" ب 7 مفردات ونسبة 14.28%، ثم "أعمال أخرى" ب 4 مفردات ونسبة 8.16%.

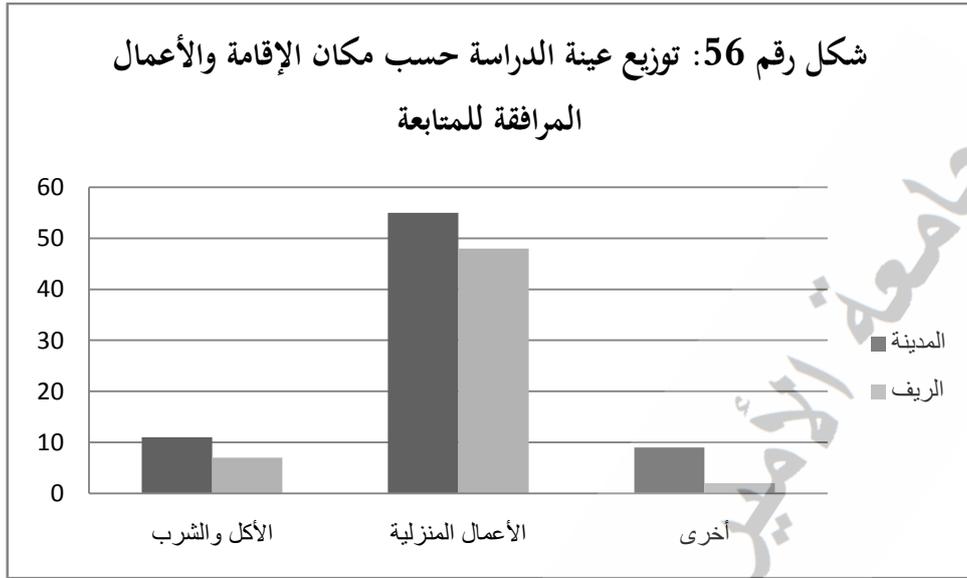
أما بالنسبة للفئة العمرية من 61 سنة فما فوق جاء في مقدمة هذه الأعمال بالنسبة لتفضيلات المرأة القسنطينية "الأعمال المنزلية" في المقام الأول بمفردتين ونسبة 66.66%، يليه "الأكل والشرب" بمفردة واحدة ونسبة 33.33%، فيما لا نجد أية تفضيلات بالنسبة ل "أعمال أخرى" .

وبعد تطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص السن والأعمال المرافقة للمتابعة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة 1.28، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 9.49 تحت درجة حرية واحدة ومستوى ثقة 95%..

جدول رقم "56": توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والأعمال المرافقة للمتابعة

المجموع	الريف		المدينة		مكان الإقامة
	الريف	المدينة	الريف	المدينة	الأعمال المرافقة للمتابعة
18	7	11	12.28%	14.66%	الأكل والشرب
103	48	55	84.21%	73.33%	الأعمال المنزلية
11	2	9	3.5%	12%	أخرى
132	57	75	100%	100%	المجموع

كاي² = 5.41
كاي² الجدولية تساوي 5.99 تحت درجتى حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "56" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والأعمال المرافقة للمتابعة المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وجاءت النتائج على الشكل الآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية في المدينة جاء في مقدمة هذه الأعمال "الأعمال المنزلية" في المقام الأول ب 55 مفردة ونسبة 73.33%، يليه "الأكل والشرب" ب 11 مفردة ونسبة 14.66%، ثم "أعمال أخرى" ب 9 مفردات ونسبة 12%.

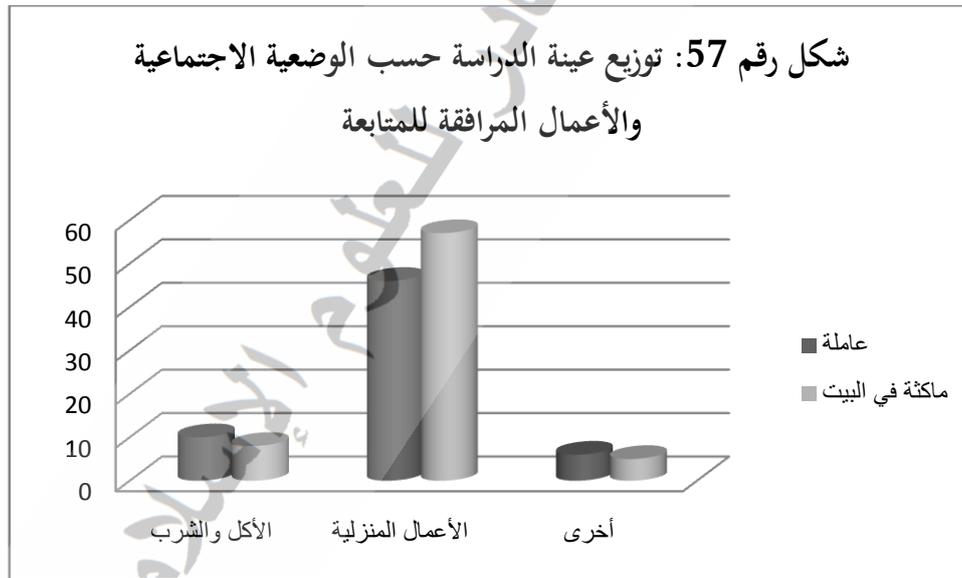
بالنسبة للمرأة القسنطينية في الريف جاء في مقدمة هذه الأعمال كذلك "الأعمال المنزلية" في المقام الأول ب 48 مفردة ونسبة 84.21%، يليه "الأكل والشرب" ب 7 مفردات ونسبة 12.28%، ثم "أعمال أخرى" ب 3 مفردتين ونسبة 3.5%.

وبعد تطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص السن والأعمال المرافقة للمتابعة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة 5.41، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 5.99 تحت درجتي حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "57": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والأعمال المرافقة للمتابعة

المجموع	الوضعية الاجتماعية		الأعمال المرافقة للمتابعة	
	عاملة	ماكنة في البيت	عاملة	الأكل والشرب
18	8	%11.42	10	%16.12
103	57	%81.42	46	%74.19
11	5	%7.14	6	%9.67
132	70	%100	75	%100

كا² = 0.97
 كا² الجدولية تساوي 5.99 تحت درجتي حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "57" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والأعمال المرافقة للمتابعة

المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وجاءت النتائج على الشكل الآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية العاملة جاء في مقدمة هذه الأعمال "الأعمال المنزلية" في المقام الأول ب 46 مفردة ونسبة 74.19%، يليه "الأكل والشرب" ب 10 مفردات ونسبة 16.12%، ثم "أعمال أخرى" ب 6 مفردات ونسبة 9.67%.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية الماكثة في البيت فقد جاء في مقدمة هذه الأعمال كذلك "الأعمال المنزلية" في المقام الأول ب 57 مفردة ونسبة 81.42%، يليه "الأكل والشرب" ب 8 مفردات ونسبة 11.42%، ثم "أعمال أخرى" ب 5 مفردات ونسبة 7.14%.

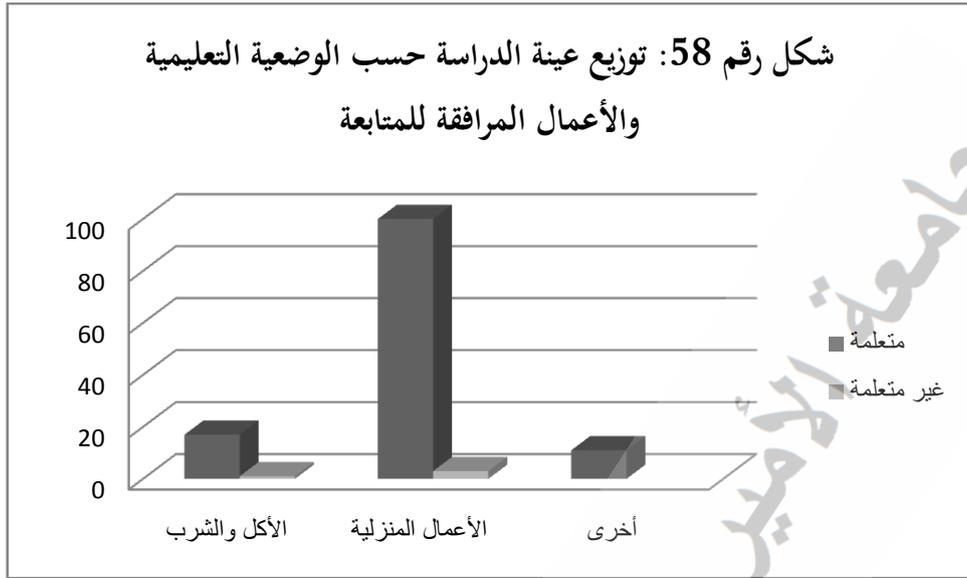
وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية الاجتماعية والأعمال المرافقة للمتابعة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 0.97، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 5.99 تحت درجتي حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "58": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والأعمال المرافقة للمتابعة

المجموع	الوضعية التعليمية		الأعمال المرافقة للمتابعة	
	غير متعلمة	متعلمة	الأكل والشرب	الأعمال المنزلية
18	25%	1	13.28%	17
103	75%	3	78.12%	100
11	/	/	8.59%	11
132	100%	4	100%	128

كا² = 0.97.

كا² الجدولية تساوي 5.99 تحت درجتي حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم " 58 " توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والأعمال المرافقة للمتابعة المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، وجاءت النتائج على الشكل الآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية المتعلمة جاء في مقدمة هذه الأعمال "الأعمال المنزلية" في المقام الأول ب 100 مفردة ونسبة 78.12%، يليه "الأكل والشرب" ب 17 مفردة ونسبة 13.28%، ثم "أعمال أخرى" ب 11 مفردة ونسبة 8.59%.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية غير المتعلمة فقد جاء في مقدمة هذه الأعمال كذلك "الأعمال المنزلية" في المقام الأول ب 3 مفردات ونسبة 75%، يليه "الأكل والشرب" ب مفردة واحدة ونسبة 25%، ولم تحظ "أعمال أخرى" بأية تفضيلات.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية التعليمية والأعمال المرافقة للمتابعة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 0.74، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 5.99 تحت درجتي حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم " 59": توزيع عينة الدراسة حسب اللواتي يفضلن متابعة المضامين الدينية في وسيلة معينة.

النسب	التكرارات	اللواتي يفضلن وسيلة معينة
%84.98	249	نعم
%15.01	44	لا
%100	293	مج



يمثل الجدول رقم "59" توزيع عينة الدراسة حسب اللواتي يفضلن متابعة المضامين الدينية في وسيلة معينة، وقد أجابت 249 من بين المبحوثات بأنهن يفضلن وسيلة محددة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية بنسبة %84.98، فيما أجابت 44 مفردة بنسبة %15.01، بأنهن يتابعن فقط دون أن يفضلن وسيلة معينة.

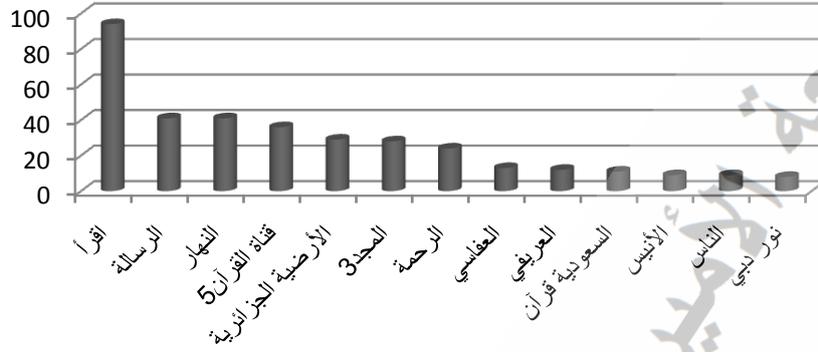
المطلب الثالث: أنماط المتابعة

وتتضمن الوسيلة الإعلامية المفضلة، والبرامج المفضلة والدعاة والأئمة المفضلون وأسباب التفضيل.

جدول رقم "60": توزيع عينة الدراسة أهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

النسب	التكرارات	القنوات المفضلة
%13.80	94	اقرأ
%11.54	41	الرسالة
%11.54	41	النهار
%10.14	36	قناة القرآن 5
%8.16	29	الأرضية الجزائرية
%7.88	28	المجد3
%6.76	24	الرحمة
%3.66	13	العفاسي
%3.38	12	العريفي
%3.09	11	السعودية قرآن
%2.53	9	الأنيس
%2.53	9	الناس
%2.25	8	نور دبي
%100	355	المجموع

شكل رقم 60: توزيع عينة الدراسة حسب أهم القنوات التلفزيونية
المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية



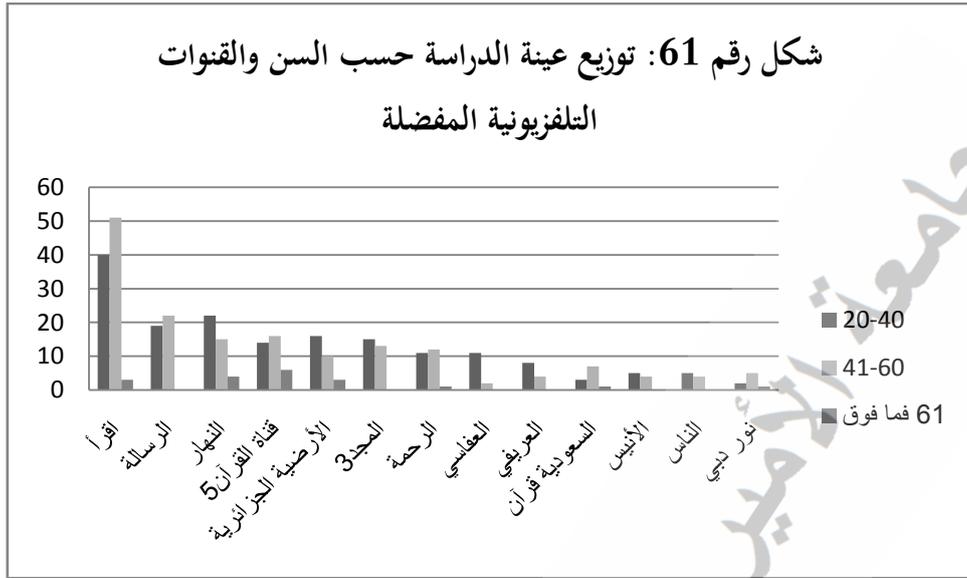
يمثل الجدول والشكل رقم "60" توزيع عينة الدراسة حسب أهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، وقد جاءت في مقدمة القنوات قناة "اقرأ" بمجموع 94 مفردة ونسبة 13.80%، ثم قناتي "الرسالة" و"النهار" بمجموع 41 مفردة ونسبة 11.54%، ثم "قناة القرآن 5" بمجموع 36 مفردة ونسبة 10.14، ثم قناة "الأرضية الجزائرية" بمجموع 29 مفردة ونسبة 8.16%، ثم قناة "المجدد3" بمجموع 28 مفردة ونسبة 7.88%، ثم قناة "الرحمة" بمجموع 24 مفردة ونسبة 6.76%، ثم قناة "العفاسي" ب 13 مفردة ونسبة 3.66%، ثم قناة "العريفي" ب 12 مفردة ونسبة 3.83%، ثم قناة "السعودية قرآن" ب 11 مفردة ونسبة 3.09%، ثم قناة "الأنيس" و"الناس" ب 9 مفردات ونسبة 2.53%، وأخيرا قناة "نور دبي" ب 8 مفردات بنسبة 2.25%.

جدول رقم " 61": توزيع عينة الدراسة حسب السن وأهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	61 فما فوق		60-41		40-20		السن
							القنوات المفضلة
94	%15.78	3	%30.90	51	%23.39	40	اقرأ
41	/	/	%13.33	22	%11.11	19	الرسالة
41	%21.05	4	%9.09	15	%12.86	22	النهار
36	%31.57	6	%9.69	16	%8.18	14	قناة القرآن 5
29	%15.78	3	%6.06	10	%9.35	16	الأرضية الجزائرية
28	/	/	%7.87	13	%8.77	15	المجد3
24	%5.26	1	%7.27	12	%6.43	11	الرحمة
13	/	/	%1.21	2	%6.43	11	العفاسي
12	/	/	%2.42	4	%4.67	8	العريفي
11	%5.26	1	%4.24	7	%1.75	3	السعودية قرآن
9	/	/	%2.42	4	%2.92	5	الأنيس
9	/	/	%2.42	4	%2.92	5	الناس
8	%5.26	1	%3.03	5	%1.16	2	نور دبي
355	%100	19	%100	165	%100	171	المجموع

كا² = 40.87.

كا² الجدولية تساوي 36.42 تحت 24 درجة حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم " 61 " توزيع عينة الدراسة حسب السن وأهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية وقد جاءت النتائج على الشكل الآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية في الفئة العمرية من 20-40 سنة جاءت في مقدمة القنوات قناة "اقرأ" بمجموع 40 مفردة ونسبة 23.39%، ثم قناة "النهار" بمجموع 22 مفردة ونسبة 12.86%، ثم قناة "الرسالة" بمجموع 19 مفردة ونسبة 11.11%، ثم "قناة الأرضية الجزائرية" بمجموع 16 مفردة ونسبة 9.35%، ثم قناة "المجد 3" بمجموع 15 مفردة ونسبة 8.77%، ثم قناة "القرآن 5" بمجموع 14 مفردة ونسبة 8.18%، ثم قناتي "الرحمة" و "العفاسي" بمجموع 11 مفردة ونسبة 6.43%، ثم قناة "العريفي" بمجموع 8 مفردات ونسبة 4.76%، ثم قناتي "الأنيس" و "الناس" ب 5 مفردات ونسبة 2.92%، ثم قناة "السعودية قرآن" ب 3 مفردات ونسبة 1.75%، وأخيرا قناة "نور دبي" ب مفردتين ونسبة 1.16%.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية في الفئة العمرية من 41-60 سنة جاءت في مقدمة القنوات قناة "اقرأ" بمجموع 51 مفردة ونسبة 30.90%، ثم قناة "الرسالة" بمجموع 22 مفردة ونسبة 13.33%، ثم قناة "القرآن 5" بمجموع 16 مفردة ونسبة 9.69%، ثم "قناة النهار" بمجموع 15 مفردة ونسبة 9.09%، ثم قناة "المجد 3" بمجموع 13 مفردة ونسبة 7.87%، ثم قناة "الرحمة" بمجموع 12 مفردة ونسبة 7.27%، ثم قناة "الأرضية الجزائرية" بمجموع 10 مفردات ونسبة 6.06%، ثم قناة "السعودية قرآن" بمجموع 7 مفردات

ونسبة 4.24%، ثم قناة "نور دبي" ب 5 مفردات ونسبة 3.03%، ثم قناتي "الأنيس" و "الناس" ب 4 مفردات ونسبة 2.42%، وأخيرا قناة "العفاسي" ب مفردتين ونسبة 1.21%.

وأخيرا بالنسبة للمرأة القسنطينية في الفئة العمرية من 61 سنة فما فوق جاءت في مقدمة القنوات قناة "القرآن 5" بمجموع 6 مفردات ونسبة 31.57%، ثم قناة "النهار" ب 4 مفردات ونسبة 21.05%، ثم قناتي "إقرأ" و "الأرضية الجزائرية" ب 3 مفردات ونسبة 15.78%، ثم قناة "الرحمة" و "السعودية قرآن" و "نور دبي" بمفردة واحدة ونسبة 5.26%، فيما لم تكن لبقية القنوات أية تفضيلات لدى هاته الفئة.

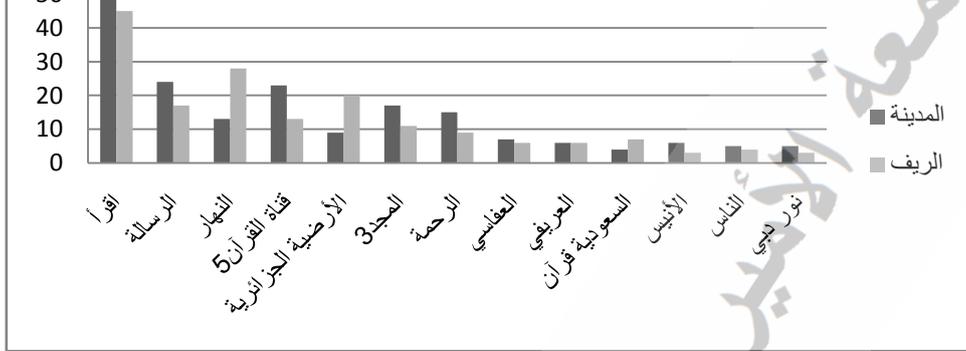
وبعد تطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص السن وأهم القنوات المفضلة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة 40.87، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 36.42 تحت 24 درجة حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.

القادر للعلوم الإسلامية

جدول رقم " 62": توزيع عينة الدراسة مكان الإقامة وأهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضايمين الدينية الإسلامية.

المجموع	مكان الإقامة		القنوات المفضلة		
	الريف	المدينة			
94	%26.16	45	%26.77	49	اقرأ
41	%9.88	17	%13.11	24	الرسالة
41	%16.27	28	%7.10	13	النهار
36	%7.55	13	%12.56	23	قناة القرآن 5
29	%11.62	20	%4.91	9	الأرضية الجزائرية
28	%6.39	11	%9.28	17	المجدد 3
24	%5.23	9	%8.19	15	الرحمة
13	%3.48	6	%3.82	7	العفاسي
12	%3.48	6	%3.27	6	العريفي
11	%4.06	7	%2.18	4	السعودية قرآن
9	%1.74	3	%3.27	6	الأنيس
9	%2.32	4	%2.73	5	الناس
8	%1.74	3	%2.73	5	نور دبي
355	%100	172	%100	183	المجموع
كا ² = 18.85.					
كا ² الجدولية تساوي 21.03 تحت 12 درجة حرية ومستوى ثقة 95%.					

شكل رقم 62: توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والقنوات التلفزيونية المفضلة



يمثل الجدول والشكل رقم "62" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وأهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية وقد جاءت النتائج على الشكل الآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية في المدينة جاءت في مقدمة القنوات قناة "اقرأ" بمجموع 49 مفردة ونسبة 26.77%، ثم قناة "الرسالة" بمجموع 24 مفردة ونسبة 13.11%، ثم قناة "القرآن 5" بمجموع 23 مفردة ونسبة 12.56%، ثم "المجد 3" بمجموع 17 مفردة ونسبة 9.28%، ثم قناة "الرحمة" بمجموع 15 مفردة ونسبة 8.19%، ثم "الأرضية الجزائرية" ب 9 مفردات ونسبة 4.91%، ثم قناة "العفاسي" بمجموع 7 مفردات ونسبة 3.82% ثم قناتي "العريفي" و "الأنيس" ب 6 مفردات ونسبة 3.27%، ثم قناتي "الناس" و "نور دبي" ب 5 مفردات ونسبة 2.73%، ثم أخيراً قناة "السعودية قرآن" ب 4 مفردات ونسبة 2.18%.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية في الريف جاءت في مقدمة القنوات كذلك قناة "اقرأ" بمجموع 45 مفردة ونسبة 26.16%، ثم قناة "النهار" بمجموع 28 مفردة ونسبة 16.27%، ثم قناة "الأرضية الجزائرية" ب 20 مفردة ونسبة 11.62% ثم قناة "الرسالة" بمجموع 17 مفردة ونسبة 9.88%، ثم "قناة القرآن 5" بمجموع 13 مفردة ونسبة 7.55%، ثم قناة "المجد 3" بمجموع 11 مفردة ونسبة 6.39%، ثم قناة "الرحمة" ب 9 مفردات ونسبة 5.23%، ثم قناة "السعودية قرآن" بمجموع 7 مفردات ونسبة 4.06%، ثم

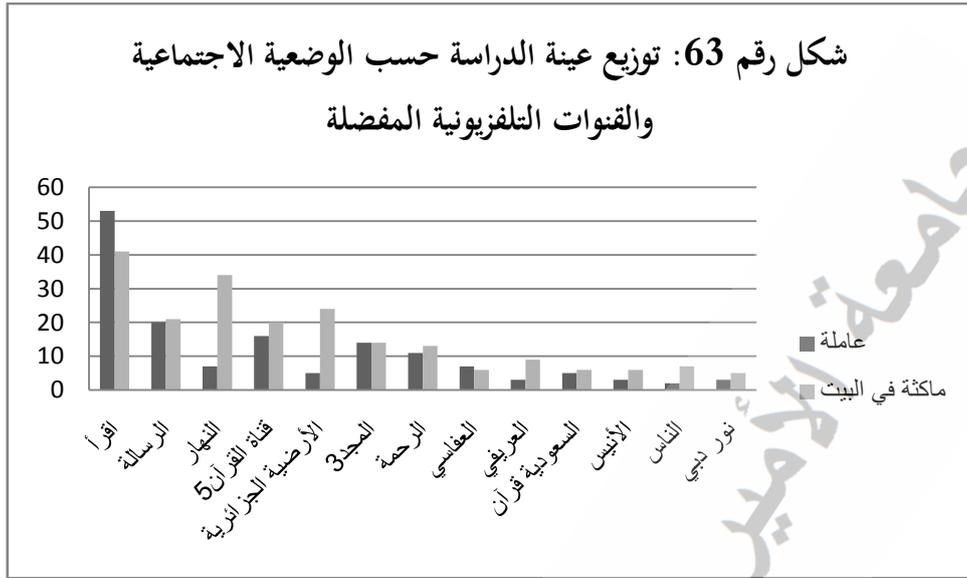
قناتي "العفاسي" و "العريفي" ب 6 مفردات ونسبة 3.48%، ثم قناة "الناس" ب 4 مفردات ونسبة 2.32%، ثم قناتي "الأنيس" و "نور دبي" ب 3 مفردات ونسبة 1.74%.

وبعد تطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص مكان الإقامة وأهم القنوات المفضلة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة 18.85، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 21.03 تحت 12 درجة حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "63": توزيع عينة الدراسة الوضعية الاجتماعية وأهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	ماكثة في البيت		عاملة	الوضعية الاجتماعية القنوات المفضلة	
	الرقم	النسبة		الرقم	النسبة
94	41	10.90%	53	35.57%	اقرأ
41	21	10.19%	20	31.42%	الرسالة
41	34	16.50%	7	4.69%	النهار
36	20	9.70%	16	10.73%	قناة القرآن 5
29	24	11.65%	5	3.35%	الأرضية الجزائرية
28	14	6.79%	14	9.39%	المجد3
24	13	6.31%	11	7.38%	الرحمة
13	6	2.91%	7	4.69%	العفاسي
12	9	4.36%	3	2.01%	العريفي
11	6	2.91%	5	3.35%	السعودية قرآن
9	6	2.91%	3	2.01%	الأنيس
9	7	3.39%	2	1.34%	الناس
8	5	2.42%	3	2.01%	نور دبي
355	206	100%	149	100%	المجموع

كاي² = 31.97
كاي² الجدولية تساوي 21.03 تحت 12 درجة حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "63" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وأهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية وقد جاءت النتائج على الشكل الآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية العاملة جاءت في مقدمة القنوات قناة "اقرأ" بمجموع 53 مفردة ونسبة 35.57%، ثم قناة "الرسالة" بمجموع 20 مفردة ونسبة 31.42%، ثم قناة "القرآن 5" بمجموع 16 مفردة ونسبة 10.73%، ثم "المجد 3" بمجموع 14 مفردة ونسبة 9.39%، ثم قناة "الرحمة" بمجموع 11 مفردة ونسبة 7.38%، ثم "النهار" و "العفاسي" ب 7 مفردات ونسبة 4.69%، ثم قناتي "الأرضية الجزائرية" و "السعودية قرآن" ب 5 مفردات ونسبة 3.35% ثم "العريفي" و "الأنيس" و "نور دبي" ب 3 مفردات ونسبة 2.01%، ثم قناة "الناس" بمفردتين ونسبة 1.34%.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية المأكنة في البيت فجاءت في مقدمة القنوات كذلك قناة "اقرأ" بمجموع 41 مفردة ونسبة 10.90%، ثم قناة "النهار" بمجموع 34 مفردة ونسبة 16.50%، ثم قناة "الأرضية الجزائرية" ب 24 مفردة ونسبة 11.65% ثم قناة "الرسالة" بمجموع 21 مفردة ونسبة 10.19%، ثم قناة "القرآن 5" بمجموع 20 مفردة ونسبة 9.70%، ثم قناة "المجد 3" بمجموع 14 مفردة ونسبة 6.79%، ثم قناة "الرحمة" ب 13 مفردة ونسبة 6.31%، ثم قناة "العريفي" بمجموع 9 مفردات ونسبة 4.36%، ثم قناة "الناس" ب 7 مفردات ونسبة 3.39%، ثم "السعودية قرآن" و "الأنيس" و "العفاسي" ب 6 مفردات ونسبة 2.91%، ثم قناة "نور دبي" ب 5 مفردات ونسبة 2.42%.

وتتقارب هذه النسب إلى حد بعيد مع ما توصلت إليه الباحثة عباس سعيدة، خاصة فيما يتعلق بالمرأة العاملة، حيث جاءت قناة "اقرأ" في المقدمة كأفضل قناة دينية، ثم "الرسالة" ثم "الناس" لتليها باقي القنوات.

أما بالنسبة للمرأة غير العاملة، فتصدرت قناة "الرسالة" قائمة التفضيلات، ثم قناة "الناس" وبعدها "المجد" ...¹

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية الاجتماعية وأهم القنوات المفضلة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 31.97، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 21.03 تحت 12 درجة حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.

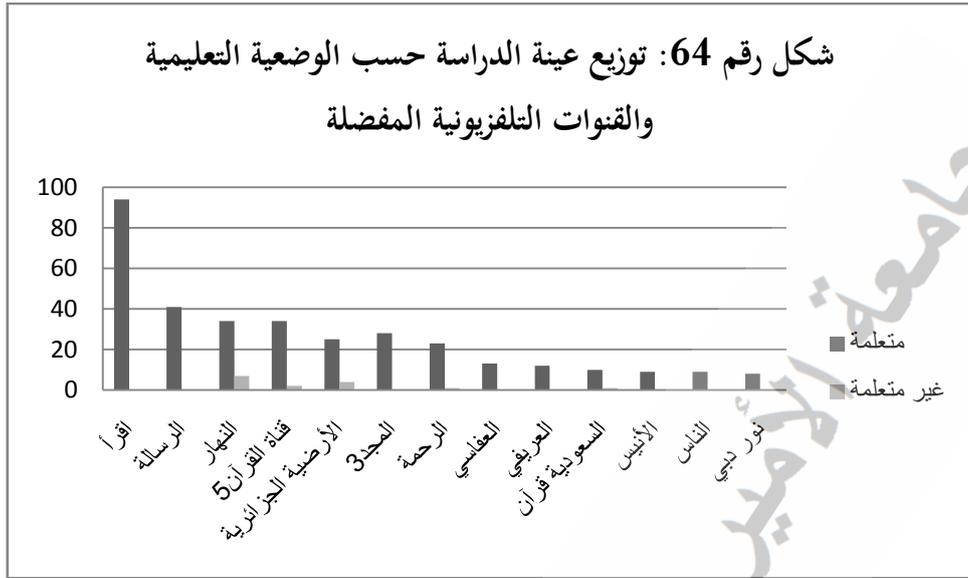
¹عباس سعيدة: مرجع سابق.

جدول رقم "64": توزيع عينة الدراسة الوضعية التعليمية وأهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة
المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	الوضعية التعليمية		القنوات المفضلة		
	غير متعلمة	متعلمة	متعلمة	غير متعلمة	
94	/	/	%27.64	94	اقرأ
41	/	/	%12.05	41	الرسالة
41	%46.66	7	%10	34	النهار
36	%13.33	2	%10	34	قناة القرآن 5
29	%26.66	4	%7.35	25	الأرضية الجزائرية
28	/	/	%8.23	28	المجد3
24	%6.66	1	%6.76	23	الرحمة
13	/	/	%3.82	13	العفاسي
12	/	/	%3.5	12	العريفي
11	%6.66	1	%2.94	10	السعودية قرآن
9	/	/	%2.64	9	الأنيس
9	/	/	%2.64	9	الناس
8	/	/	%2.35	8	نور دبي
355	%100	15	%100	340	المجموع

كا² = 33.14.

كا² الجدولية تساوي 21.03 تحت 12 درجة حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم " 64 " توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وأهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية وقد جاءت النتائج على الشكل الآتي:

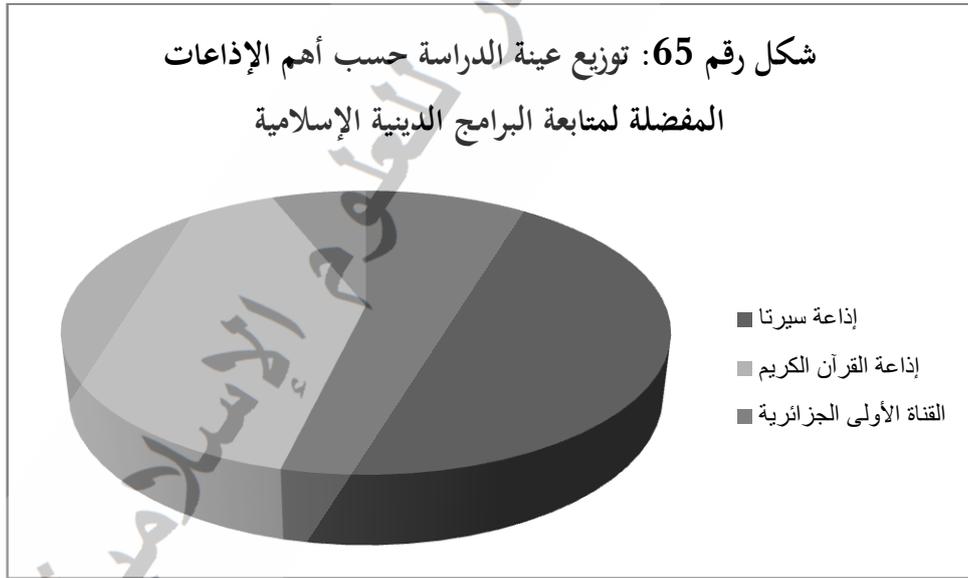
بالنسبة للمرأة القسنطينية المتعلمة جاءت في مقدمة القنوات قناة "اقرأ" بمجموع 94 مفردة ونسبة 27.64%، ثم قناة "الرسالة" بمجموع 41 مفردة ونسبة 12.05%، ثم قناتي "النهار" و"القرآن 5" بمجموع 34 مفردة ونسبة 10%، ثم "المجد 3" بمجموع 28 مفردة ونسبة 8.23%، ثم قناة "الأرضية الجزائرية" بمجموع 25 مفردة ونسبة 7.35%، ثم "الرحمة" بـ 23 مفردة ونسبة 6.76%، ثم قناة "العفاسي" بـ 13 مفردة ونسبة 3.82%، ثم "العريفي" بـ 12 مفردة ونسبة 3.5%، ثم قناة "السعودية قرآن" بـ 10 مفردات ونسبة 2.94%، ثم قناتي "الأنيس" و"الناس" بـ 9 مفردات ونسبة 2.64%، ثم قناة "نور دبي" بـ 8 مفردات ونسبة 2.35%.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية غير المتعلمة فجاءت في مقدمة القنوات قناة "النهار" بـ 7 مفردات ونسبة 46.66%، ثم قناة "الأرضية الجزائرية" بـ 4 مفردات ونسبة 26.66%، ثم "قناة القرآن 5" بمفردتين ونسبة 13.33%، ثم قناتي "الرحمة" و"السعودية قرآن" بمفردة واحدة ونسبة 6.66%، أما بقية القنوات لم تحصل على أية تكرارات من هذه الفئة.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية التعليمية وأهم القنوات المفضلة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 33.14، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 21.03 تحت 12 درجة حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم " 65": توزيع عينة الدراسة حسب أهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية

النسب	التكرارات	الإذاعات المفضلة
53.73%	36	إذاعة سيرتا
40.29%	27	إذاعة القرآن الكريم
5.97%	4	القناة الأولى الجزائرية
100%	67	المجموع

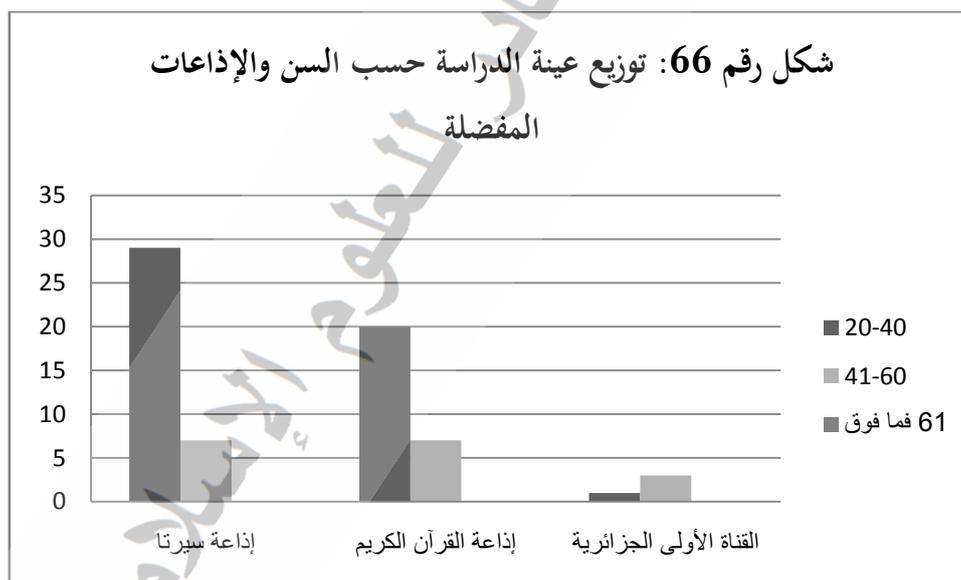


يمثل الجدول والشكل رقم "65" توزيع عينة الدراسة حسب أهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية، وحسب الأرقام فإن "إذاعة سيرتا" جاءت في صدارة التفضيلات ب 36 مفردة ونسبة 53.73%، ثم "إذاعة القرآن الكريم" ب 27 مفردة ونسبة 40.29%، وفي الأخير "القناة الأولى الجزائرية" ب 4 مفردات ونسبة 5.97%.

جدول رقم "66": توزيع عينة الدراسة حسب السن وأهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية

المجموع	60 فما فوق		60-41		40-20		السن
							الإذاعات المفضلة
36	/	/	%41.17	7	%58	29	إذاعة سيرتا
27	/	/	%41.17	7	%40	20	إذاعة القرآن الكريم
4	/	/	%17.64	3	%2	1	القناة الأولى الجزائرية
67	/	/	%100	17	%100	50	المجموع

ك² = 5.89
ك² الجدولية تساوي 5.99 تحت درجتى حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "66" توزيع عينة الدراسة حسب السن وأهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية، وحسب الأرقام فإن التفضيلات اقتصرت على الفئتين العمريتين من 20-40 و 41-60 سنة فقط:

"إذاعة سيرتا" جاءت في صدارة التفضيلات بالنسبة للفئة العمرية من 20-40 سنة ب 29 مفردة ونسبة 58%، ثم "إذاعة القرآن الكريم" ب 20 مفردة ونسبة 40%، وفي الأخير "القناة الأولى الجزائرية" ب مفردة واحدة ونسبة 2%.

أما بالنسبة للفئة العمرية من 41-60 سنة فإن "إذاعة سيرتا" و"إذاعة القرآن الكريم" جاءتا في صدارة التفضيلات ب 7 مفردات ونسبة 41.17%، ثم "القناة الأولى الجزائرية" ب 3 مفردات ونسبة 17.64%.

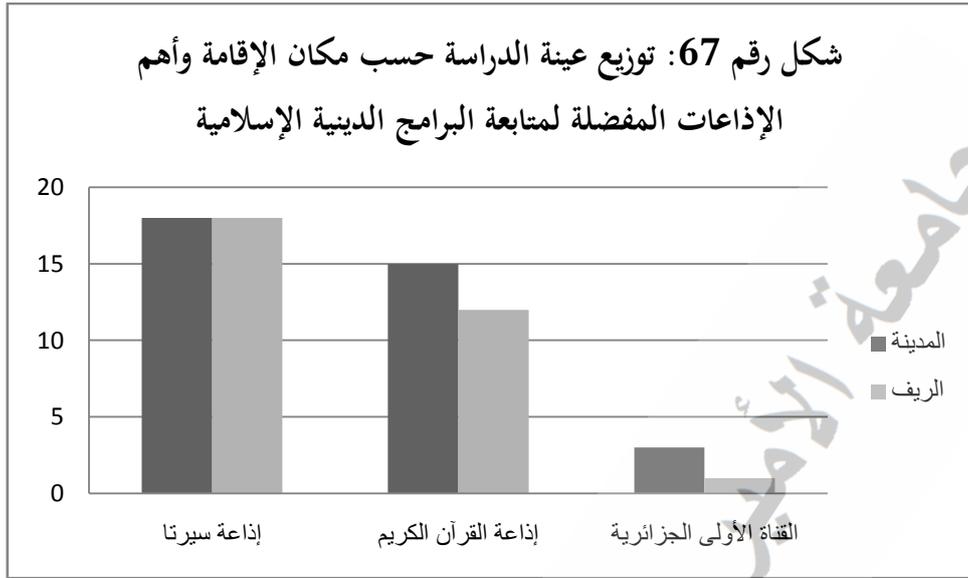
وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص السن وأهم الإذاعات المفضلة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 5.89، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 5.99 تحت درجتي حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "67": توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وأهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية

المجموع	الريف		المدينة		مكان الإقامة
	الريف	المدينة	الريف	المدينة	الإذاعات المفضلة
36	18	18	18	18	إذاعة سيرتا
27	12	15	15	12	إذاعة القرآن الكريم
4	1	3	3	1	القناة الأولى الجزائرية
67	31	50	50	31	المجموع

كا² = 0.94.

كا² الجدولية تساوي 5.99 تحت درجتي حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "67" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وأهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية، وكانت النتائج كالآتي:

"إذاعة سيرتنا" جاءت في صدارة التفضيلات بالنسبة للمرأة القسنطينية في المدينة بـ 18 مفردة ونسبة 50%، ثم "إذاعة القرآن الكريم" بـ 15 مفردة ونسبة 41.66%، وفي الأخير "القناة الأولى الجزائرية" بـ 3 مفردات ونسبة 8.33%.

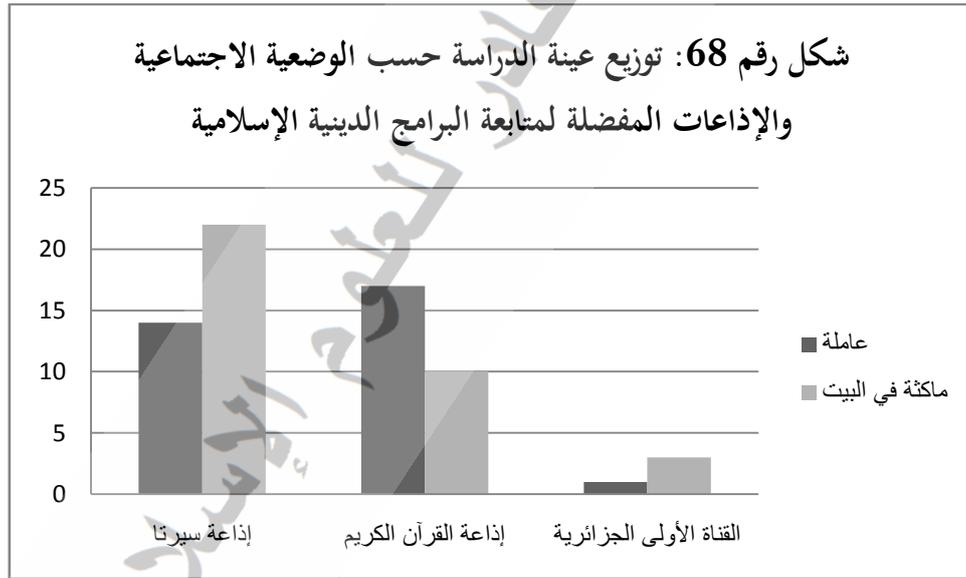
أما بالنسبة للمرأة القسنطينية في الريف فإن "إذاعة سيرتنا" كذلك جاءت في صدارة التفضيلات بـ 18 مفردة ونسبة 58.06%، ثم "إذاعة القرآن الكريم" بـ 12 مفردة ونسبة 38.70%، وأخيرا "القناة الأولى الجزائرية" بمفردة واحدة ونسبة 3.22%.

وبعد تطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص مكان الإقامة وأهم الإذاعات المفضلة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة 0.94، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 5.99 تحت درجتي حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "68": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وأهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية

المجموع	الوضعية الاجتماعية		الإذاعات المفضلة	
	عاملة	ماكثة في البيت	عاملة	ماكثة في البيت
36	14	22	%43.75	%61.11
27	17	10	%53.12	%27.77
4	1	3	%3.12	%8.33
67	32	31	%100	%100

ك² = 4.46.
ك² الجدولية تساوي 5.99 تحت درجتى حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "68" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وأهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية، وكانت النتائج كالاتي:

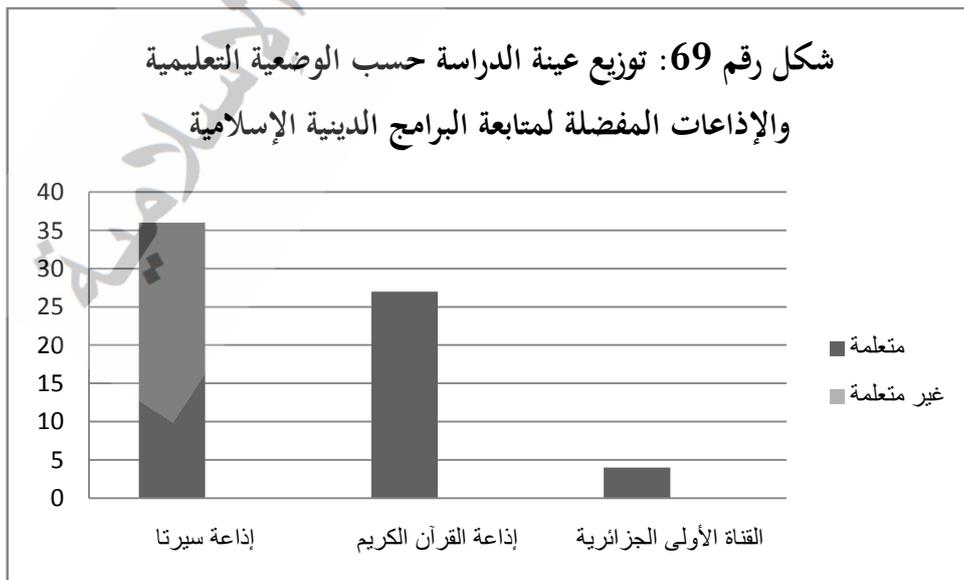
"إذاعة القرآن الكريم" جاءت في صدارة التفضيلات بالنسبة للمرأة القسنطينية العاملة ب 17 مفردة ونسبة 53.12%، ثم "إذاعة سيرتا" ب 14 مفردة ونسبة 43.75%، وفي الأخير "القناة الأولى الجزائرية" ب مفردة واحدة ونسبة 3.12%.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية الماكثة في البيت فإن "إذاعة سيرتا" جاءت في صدارة التفضيلات بـ 22 مفردة ونسبة 61.11%، ثم "إذاعة القرآن الكريم" بـ 10 مفردات ونسبة 27.77%، وأخيرا "القناة الأولى الجزائرية" بـ 3 مفردات ونسبة 8.33%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية الاجتماعية وأهم الإذاعات المفضلة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 4.46، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 5.99 تحت درجتي حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "69": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وأهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية

المجموع	الوضعية التعليمية		الإذاعات المفضلة		
	غير متعلمة	متعلمة	غير متعلمة	متعلمة	
36	/	/	53.73%	36	إذاعة سيرتا
27	/	/	40.29%	27	إذاعة القرآن الكريم
4	/	/	5.97%	4	القناة الأولى الجزائرية
67	/	/	100%	67	المجموع

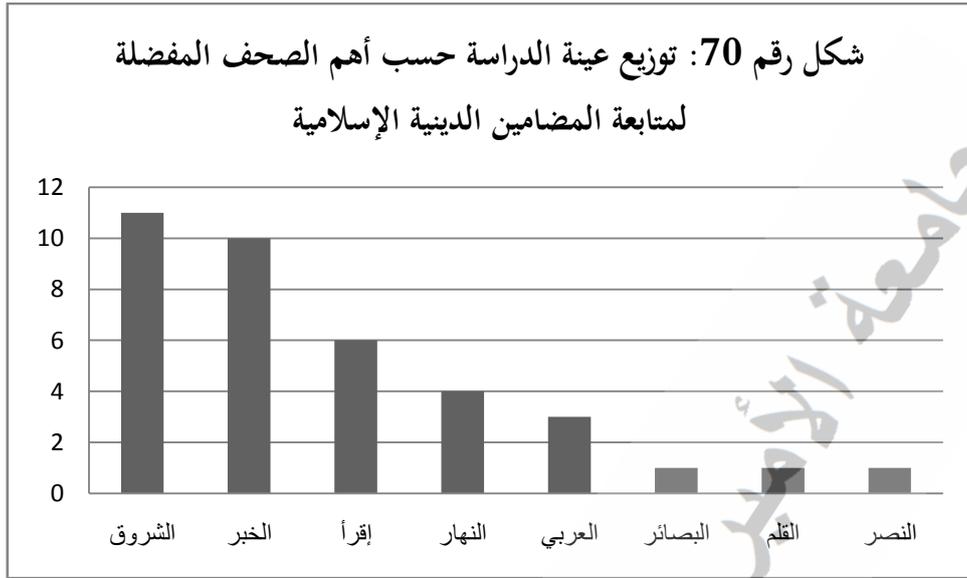


يمثل الجدول والشكل رقم "69" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وأهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية، و قد اقتصر التفضيلات هنا على المرأة القسنطينية المتعلمة فقط، و كانت النتائج كالتالي:

"إذاعة سيرتا" جاءت في صدارة التفضيلات بالنسبة للمرأة القسنطينية المتعلمة ب 36 مفردة ونسبة 53.73%، ثم "إذاعة القرآن الكريم" ب 27 مفردة ونسبة 40.29%، وفي الأخير "القناة الأولى الجزائرية" ب 4 مفردات ونسبة 5.97%.

جدول رقم "70": توزيع عينة الدراسة حسب أهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

النسب	التكرارات	أهم الصحف المفضلة
29.72%	11	الشروق
27.02%	10	الخبر
16.21%	6	إقرأ
10.81%	4	النهار
8.10%	3	العربي
2.7%	1	البصائر
2.7%	1	القلم
2.7%	1	النصر
100%	37	المجموع



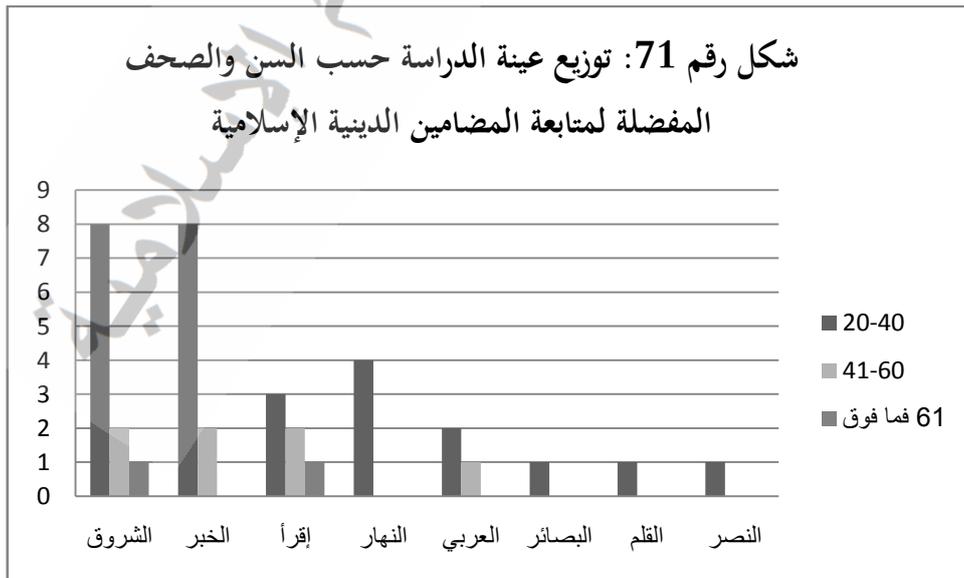
يمثل الجدول والشكل رقم "70" توزيع عينة الدراسة حسب أهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، وكانت النتائج كالتالي:

جاءت صحيفة "الشروق" في صدارة التفضيلات بمجموع 11 تكرارا ونسبة 29.72%، ثم صحيفة "الخبر" بـ 10 تكرارات ونسبة 27.02%، ثم صحيفة "إقرأ" بـ 6 تكرارات ونسبة 16.21%، وبعدها صحيفة "النهار" بـ 4 تكرارات ونسبة 10.81%، ثم صحيفة "العربي" بـ 3 تكرارات ونسبة 8.10%، ثم كل من "البصائر" و"القلم" و"النصر" بمفرده واحدة ونسبة 2.7%.

جدول رقم "71": توزيع عينة الدراسة حسب السن وأهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	السن						أهم الصحف المفضلة
	61 فما فوق	60-41		40-20			
11	%50	1	%28.57	2	%28.57	8	الشروق
10	/	/	%28.57	2	%28.57	8	الخبير
6	%50	1	%28.57	2	%10.71	3	إقرأ
4	/	/	/	/	%14.28	4	النهار
3	/	/	%14.28	1	%7.14	2	العربي
1	/	/	/	/	%3.57	1	البصائر
1	/	/	/	/	%3.57	1	القلم
1	/	/	/	/	%3.57	1	النصر
37	%100	2	%100	7	%100	28	المجموع

كا² = 6.26 .
 كا² الجدولية تساوي 23.68 تحت 14 درجة حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "71" توزيع عينة الدراسة حسب السن وأهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، وكانت النتائج كالاتي:

بالنسبة للفئة العمرية من 20-40 جاءت صحيفتا "الشروق" و "الخبر" في صدارة التفضيلات بمجموع 8 تكرارات ونسبة 28.57%، ثم صحيفة "النهار" ب 4 تكرارات ونسبة 14.28%، ثم صحيفة "إقرأ" ب 3 تكرارات ونسبة 10.71%، وبعدها صحيفة "العربي" ب تكرارين ونسبة 7.14%، ثم كل من "البصائر" و"القلم" و"النصر" بمفردة واحدة ونسبة 3.57%.

أما بالنسبة للفئة العمرية من 41-60 جاءت صحف "الشروق" و "الخبر" و "إقرأ" في صدارة التفضيلات بتكرارين ونسبة 28.57%، ثم صحيفة "العربي" ب تكرار واحد ونسبة 14.28%، فيما لم تحصل البقية على أية تفضيلات.

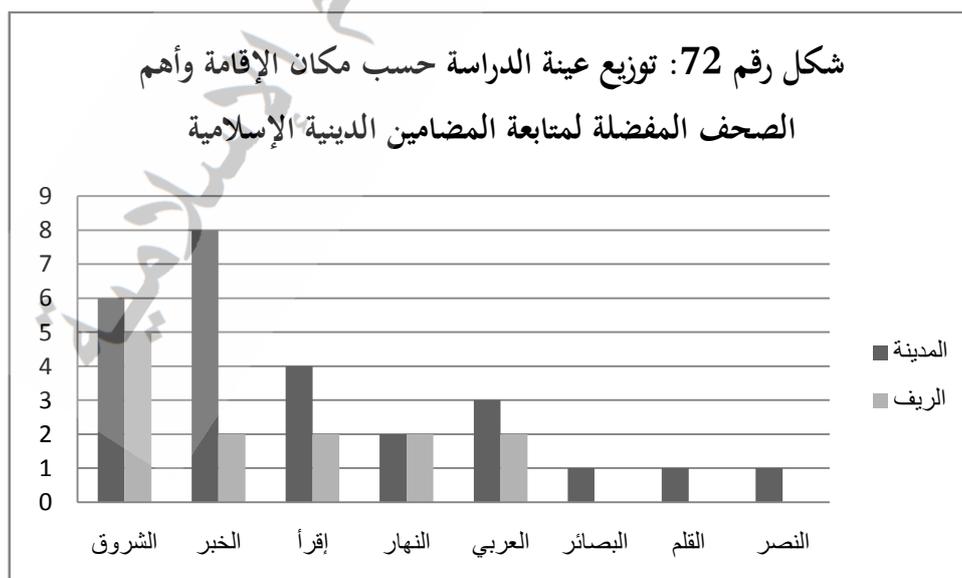
وأخيرا بالنسبة للفئة العمرية من 61 سنة فما فوق سجلنا مفردة واحدة بالنسبة لصحيفتي "الشروق" و "إقرأ" بنسبة 50%، فيما لم تحصل البقية على أية تفضيلات.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص السن وأهم الصحف المفضلة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 6.66، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 23.68 تحت درجتى حرية واحدة ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "72": توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وأهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	مكان الإقامة		أهم الصحف المفضلة		
	الريف	المدينة	الريف	المدينة	
11	%18.18	5	%23.07	6	الشروق
10	%18.18	2	%30.76	8	الخبر
6	%18.18	2	%15.38	4	إقرأ
4	%18.18	2	%7.69	2	النهار
3	/	/	%11.53	3	العربي
1	/	/	%3.84	1	البصائر
1	/	/	%3.84	1	القلم
1	/	/	%3.84	1	النصر
37	%100	11	%100	26	المجموع

كا² = 5.05.
 كا² الجدولية تساوي 14.07 تحت 7 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "72" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وأهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، وكانت النتائج كالآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية في المدينة جاءت صحيفة "الخبر" في صدارة التفضيلات بمجموع 8 تكرارات ونسبة 30.76%، ثم صحيفة "الشروق" ب 6 تكرارات ونسبة 23.07%، ثم صحيفة "إقرأ" ب 4 تكرارات ونسبة 15.38%، وبعدها صحيفة "العربي" ب 3 تكرارات ونسبة 11.53%، ثم كل من "البصائر" و"القلم" و"النصر" بمفردة واحدة ونسبة 3.84%.

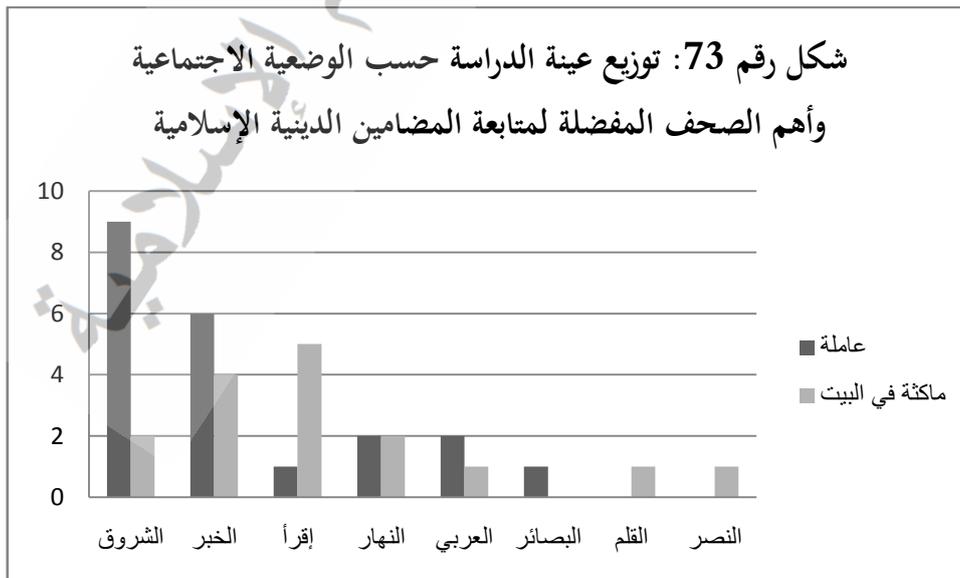
أما بالنسبة للمرأة القسنطينية في الريف جاءت صحيفة "الشروق" في صدارة التفضيلات ب 5 تكرارات ونسبة 45.45%، ثم صحيفة "الخبر" و"إقرأ" و"النهار" بتكرارين ونسبة 18.18%، فيما لم تحصل البقية على أية تفضيلات.

وبعد تطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص مكان الإقامة وأهم الصحف المفضلة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة 5.05، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 14.07 تحت 7 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "73": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وأهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.

المجموع	الوضعية الاجتماعية		أهم الصحف المفضلة		
	عائلة	ماكثة في البيت	عائلة	ماكثة في البيت	
11	2	%12.5	9	%42.85	الشروق
10	4	%25	6	%28.57	الخبر
6	5	%31.25	1	%4.76	إقرأ
4	2	%12.5	2	%9.52	النهار
3	1	6.25	2	%9.52	العربي
1	/	/	1	%4.76	البصائر
1	1	%6.25	/	/	القلم
1	1	%6.25	/	/	النصر
37	16	%100	21	%100	المجموع

كا² = 10.34 .
 كا² الجدولية تساوي 14.07 تحت 7 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "73" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وأهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، وكانت النتائج كالآتي:

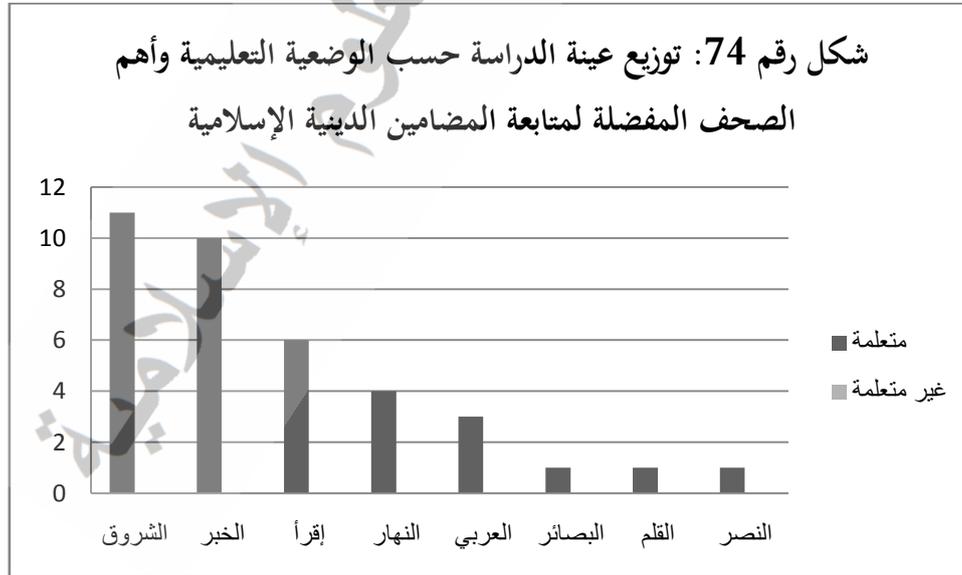
بالنسبة للمرأة القسنطينية العاملة جاءت صحيفة "الشروق" في صدارة التفضيلات بمجموع 9 تكرارات ونسبة 42.85%، ثم صحيفة "الخبر" ب 6 تكرارات ونسبة 28.57%، ثم صحيفتي "النهار" و "العربي" بتكرارين ونسبة 9.52%، وبعدها صحيفة "إقرأ" و "البصائر" ب تكرار واحد ونسبة 4.76%.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية الماكثة في البيت جاءت صحيفة "إقرأ" في صدارة التفضيلات ب 5 تكرارات ونسبة 31.25%، ثم صحيفة "الخبر" ب 4 تكرارات ونسبة 25%، ثم صحيفتا "الشروق" و "النهار" ب تكرارين ونسبة 12.5%، ثم كل من "العربي" و "القلم" و "النصر" ب تكرار واحد ونسبة 6.25%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية الاجتماعية وأهم الصحف المفضلة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 10.34، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 14.07 تحت 7 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "74": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وأهم الصحف المفضلة لمتابعة المضمين الدينية الإسلامية.

المجموع	الوضعية التعليمية		أهم الصحف المفضلة	
	غير متعلمة	متعلمة	متعلمة	غير متعلمة
11	/	/	%29.72	11
10	/	/	%27.02	10
6	/	/	%16.21	6
4	/	/	%10.81	4
3	/	/	%8.10	3
1	/	/	%2.7	1
1	/	/	%2.7	1
1	/	/	%2.7	1
37	/	/	%100	37

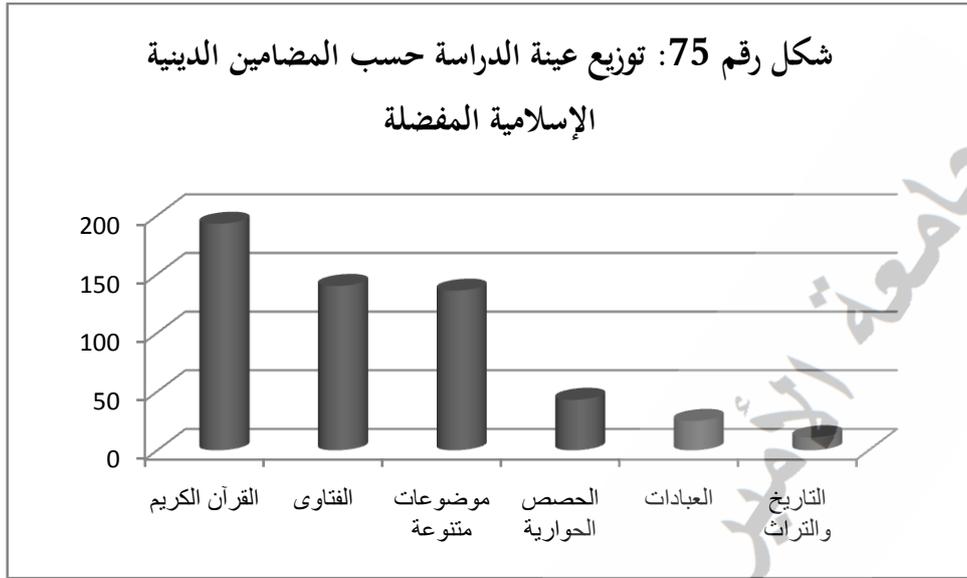


يمثل الجدول والشكل رقم "74" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وأهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، وبطبيعة الحال فلا نجد هنا أية تفضيلات بالنسبة للمرأة غير المتعلمة، وكانت النتائج كالآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية المتعلمة جاءت صحيفة "الشروق" في صدارة التفضيلات بمجموع 11 تكرارا ونسبة 29.72%، ثم صحيفة "الخبر" بـ 10 تكرارات ونسبة 27.02%، ثم صحيفة "اقرأ" بـ 6 تكرارات ونسبة 16.21%، وبعدها صحيفة "النهار" بـ 4 تكرارات ونسبة 10.81%، ثم صحيفة "العربي" بـ 3 تكرارات ونسبة 8.10%، وأخيرا كل من صحيفة "البصائر" و "القلم" و "النصر" بـ تكرار واحد ونسبة 2.7%.

جدول رقم "75": توزيع عينة الدراسة حسب المضامين الدينية الإسلامية المفضلة

النسب	التكرارات	المضامين المفضلة
38.06%	193	القرآن الكريم
27.61%	140	الفتاوى
26.82%	136	موضوعات متنوعة
8.48%	43	الحصص الحوارية
4.93%	25	العبادات
2.16%	11	التاريخ والتراث
100%	548	المجموع



يمثل الجدول والشكل رقم "75" توزيع عينة الدراسة حسب المضامين الدينية الإسلامية المفضلة لدى المرأة القسنطينية، وجاء في صدارة التفضيلات "القرآن الكريم" بمجموع 193 مفردة ونسبة 38.06%، ثم "الفتاوى" بمجموع 140 مفردة ونسبة 27.61%، ثم "موضوعات متنوعة" بمجموع 136 مفردة ونسبة 26.82%، وبعدها "الحصص الحوارية" بمجموع 43 مفردة ونسبة 8.48%، ثم "العبادات" ب 25 مفردة ونسبة 4.93%، وأخيرا "التاريخ والتراث" ب 11 مفردة ونسبة 2.16%.

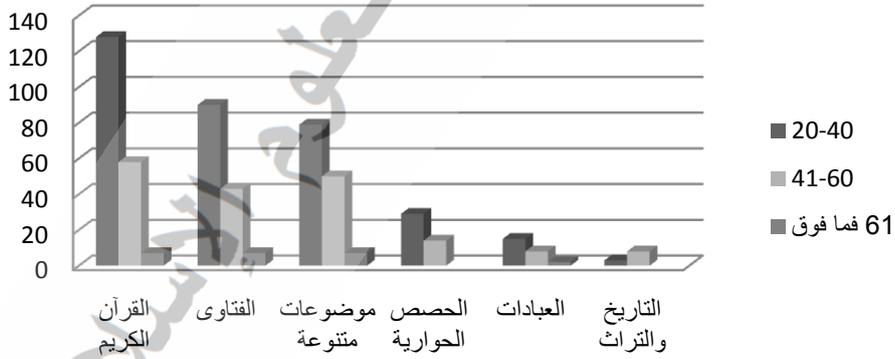
وبالمقارنة مع النتائج التي توصلت إليها الباحثة "عباس سعيدة" نلاحظ ما يأتي: جاءت برامج الفتوى في المرتبة الأولى بنسبة 18.34%، ثم البرامج الوعظية بنسبة 18.17%، ثم برامج القرآن الكريم بنسبة 15.98%، ثم برامج المرأة بنسبة 10.39%، ثم برامج السيرة بنسبة 9.87%...

جدول رقم "76": توزيع عينة الدراسة حسب السن والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة

المجموع	السن			المضامين المفضلة			
	61 فما فوق	60-41	40-20				
193	%30.43	7	%32.04	58	%37.20	128	القرآن الكريم
140	%30.43	7	%23.75	43	%26.16	90	الفتاوى
136	%30.43	7	%27.62	50	%22.96	79	موضوعات متنوعة
43	/	/	%7.73	14	%8.43	29	الحصص الحوارية
25	%8.69	2	%4.41	8	%4.36	15	العبادات
11	/	/	%4.41	8	%0.87	3	التاريخ والتراث
548	%100	23	%100	181	%100	344	المجموع

كا² = 13.61.
كا² الجدولية تساوي 18.31 تحت 10 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

شكل رقم 76: توزيع عينة الدراسة حسب السن والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة



يمثل الجدول والشكل رقم "76" توزيع عينة الدراسة حسب السن والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة لدى المرأة القسنطينية، وجاءت النتائج كالاتي:

بالنسبة للفئة العمرية من 40-20 سنة جاء في صدارة التفضيلات "القرآن الكريم" بمجموع 128 مفردة ونسبة 37.20%، ثم "الفتاوى" بمجموع 90 مفردة ونسبة 26.16%، ثم "موضوعات متنوعة" بمجموع

79 مفردة ونسبة 22.96%، وبعدها "الحصص الحوارية" بمجموع 29 مفردة ونسبة 8.43%، ثم "العبادات" ب 15 مفردة ونسبة 4.36%، وأخيرا "التاريخ والتراث" ب 3 مفردات ونسبة 0.87%.

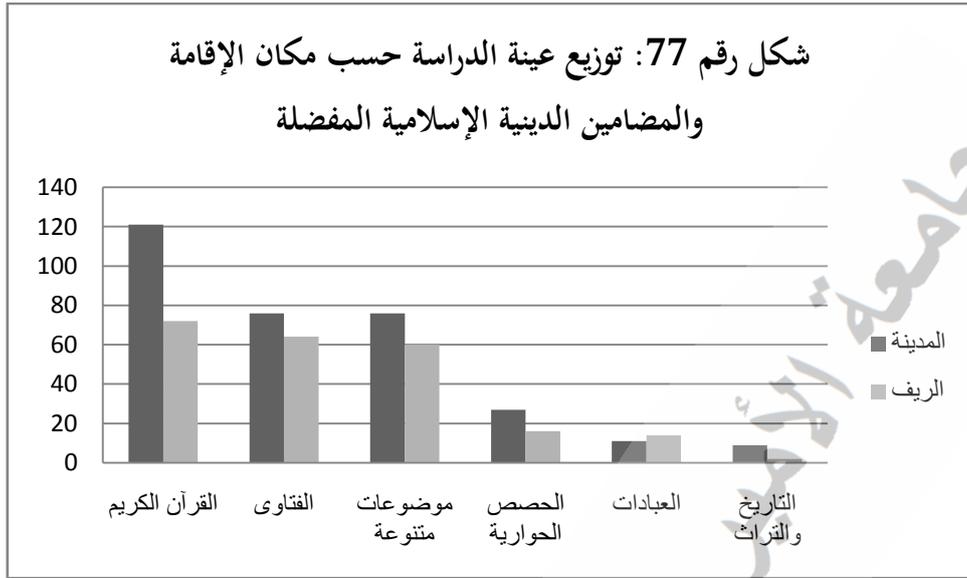
أما بالنسبة للفئة العمرية من 41-60 سنة جاء في صدارة التفضيلات "القرآن الكريم" بمجموع 58 مفردة ونسبة 32.04%، ثم "موضوعات متنوعة" بمجموع 50 مفردة ونسبة 27.62%، ثم "الفتاوى" بمجموع 43 مفردة ونسبة 23.75%، وبعدها "الحصص الحوارية" بمجموع 14 مفردة ونسبة 7.73%، ثم "العبادات" و "التاريخ والتراث" ب 8 مفردات ونسبة 4.41%.

وأخيرا بالنسبة للفئة العمرية من 60 سنة فما فوق جاء في صدارة التفضيلات "القرآن الكريم" و "الفتاوى" و "موضوعات متنوعة" بمجموع 7 مفردات ونسبة 30.43%، ثم "العبادات بمفردتين ونسبة 8.69% فيما لم نسجل أية تفضيلات بالنسبة لباقي الخيارات.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص السن والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 13.61، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 18.31 تحت 10 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "77": توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة

المجموع	الريف		المدينة		مكان الإقامة
	الريف	المدينة	الريف	المدينة	المضامين المفضلة
193	72	121	31.57%	37.81%	القرآن الكريم
140	64	76	28.07%	23.75%	الفتاوى
136	60	76	26.31%	23.75%	موضوعات متنوعة
43	16	27	7.01%	8.43%	الحصص الحوارية
25	14	11	6.14%	3.43%	العبادات
11	2	9	0.87%	2.81%	التاريخ والتراث
548	181	344	100%	100%	المجموع
كا ² = 7.68					
كا ² الجدولية تساوي 11.07 تحت 5 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.					



يمثل الجدول والشكل رقم "77" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة لدى المرأة القسنطينية، وجاءت النتائج كآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية في المدينة جاء في صدارة التفضيلات "القرآن الكريم" بمجموع 121 مفردة ونسبة 37.81%، ثم "الفتاوى" و "موضوعات متنوعة" بمجموع 76 مفردة ونسبة 23.75%، ثم "الحصص الحوارية" بمجموع 27 مفردة ونسبة 8.43%، ثم "العبادات" ب 11 مفردة ونسبة 3.43%، وأخيرا "التاريخ والتراث" ب 9 مفردات ونسبة 2.81%.

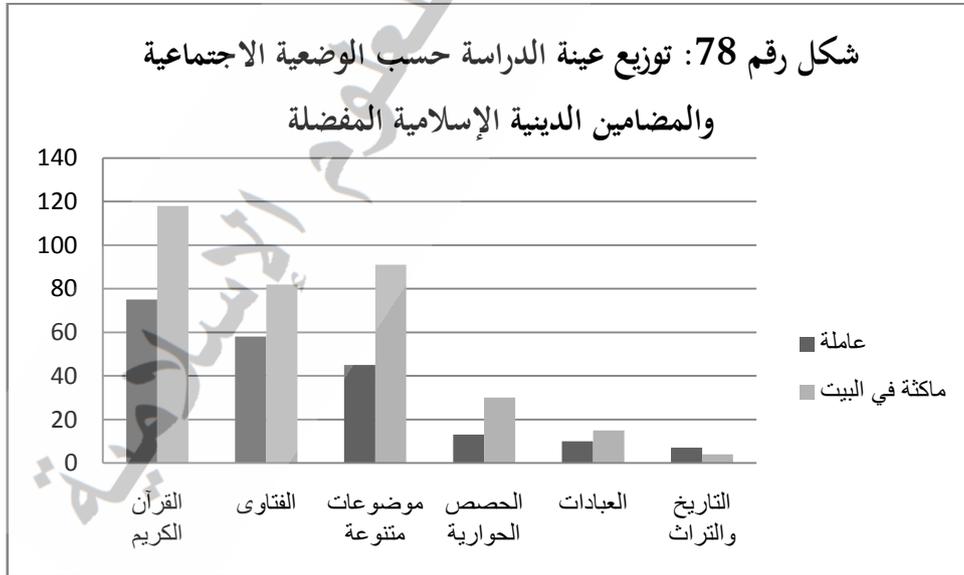
أما بالنسبة للمرأة القسنطينية في الريف جاء في صدارة التفضيلات "القرآن الكريم" بمجموع 72 مفردة ونسبة 31.57%، ثم "الفتاوى" بمجموع 64 مفردة ونسبة 28.07%، ثم "موضوعات متنوعة" بمجموع 60 مفردة ونسبة 26.31%، وبعدها "الحصص الحوارية" بمجموع 16 مفردة ونسبة 7.01%، ثم "العبادات" ب 14 مفردة ونسبة 6.14% و "التاريخ والتراث" بمفردتين ونسبة 0.87%.

وبعد تطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص مكان الإقامة والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة 7.68، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 11.07 تحت 5 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "78": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة

المجموع	الوضعية الاجتماعية		المضامين المفضلة	
	عاملة	ماكثة في البيت	عاملة	ماكثة في البيت
193	75	118	%36.05	%34.70
140	58	82	%27.88	%24.11
136	45	91	%21.63	%26.76
43	13	30	%6.25	%8.82
25	10	15	%4.80	%4.41
11	7	4	%3.36	%1.17
548	208	340	%100	%100

كا² = 6.32
كا² الجدولية تساوي 11.07 تحت 5 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "78" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة لدى المرأة القسنطينية، وجاءت النتائج كالآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية العاملة جاء في صدارة التفضيلات "القرآن الكريم" بمجموع 75 مفردة ونسبة 36.05%، ثم "الفتاوى" بمجموع 58 مفردة ونسبة 27.88%، ثم "موضوعات متنوعة" بمجموع 45 مفردة ونسبة 21.63%، ثم "الحصص الحوارية" ب 13 مفردة ونسبة 6.25%، ثم "العبادات" ب 10 مفردات ونسبة 4.80%، وأخيرا "التاريخ والتراث" ب 7 مفردات ونسبة 3.36%.

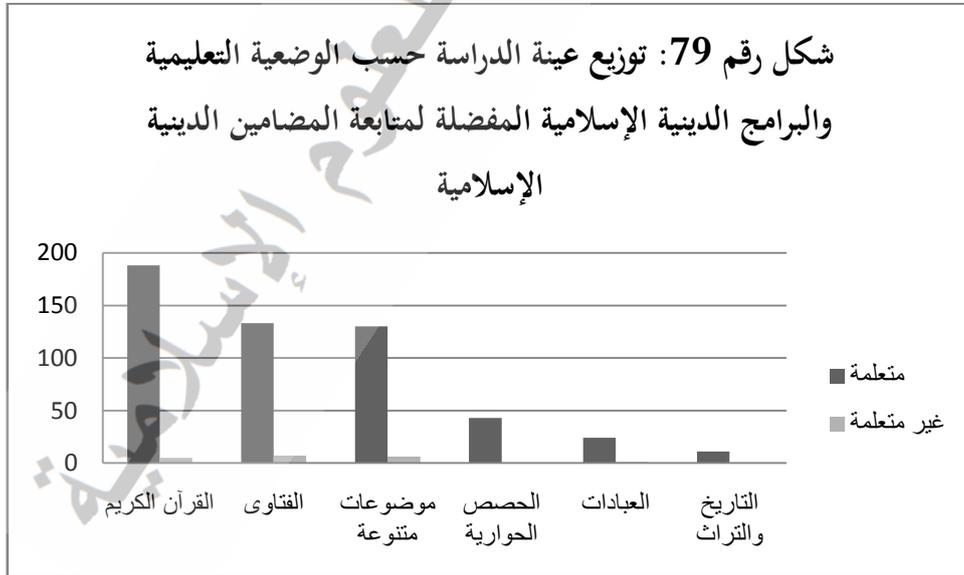
أما بالنسبة للمرأة القسنطينية الماكثة في البيت جاء في صدارة التفضيلات "القرآن الكريم" بمجموع 118 مفردة ونسبة 34.70%، ثم "موضوعات متنوعة" بمجموع 91 مفردة ونسبة 26.76%، ثم "الفتاوى" ب 82 مفردة ونسبة 24.11%، ثم "الحصص الحوارية" ب 30 مفردة ونسبة 8.82%، ثم "العبادات" ب 15 مفردة ونسبة 4.41%، وأخيرا "التاريخ والتراث" ب 4 مفردات ونسبة 1.17%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية الاجتماعية والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 6.32، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 11.07 تحت 5 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "79": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والمضامين الدينية الإسلامية
المفضلة

المجموع	الوضعية التعليمية		المضامين المفضلة	
	غير متعلمة	متعلمة	غير متعلمة	متعلمة
193	%26.31	5	%35.53	188
140	%36.84	7	%25.14	133
136	%31.57	6	%24.57	130
43	/	/	%8.12	43
25	%5.26	1	%4.53	24
11	/	/	%2.07	11
548	%100	19	%100	529

كأ² = 3.27
كأ² الجدولية تساوي 11.07 تحت 5 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "79" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة لدى المرأة القسنطينية، وجاءت النتائج كآآتي:

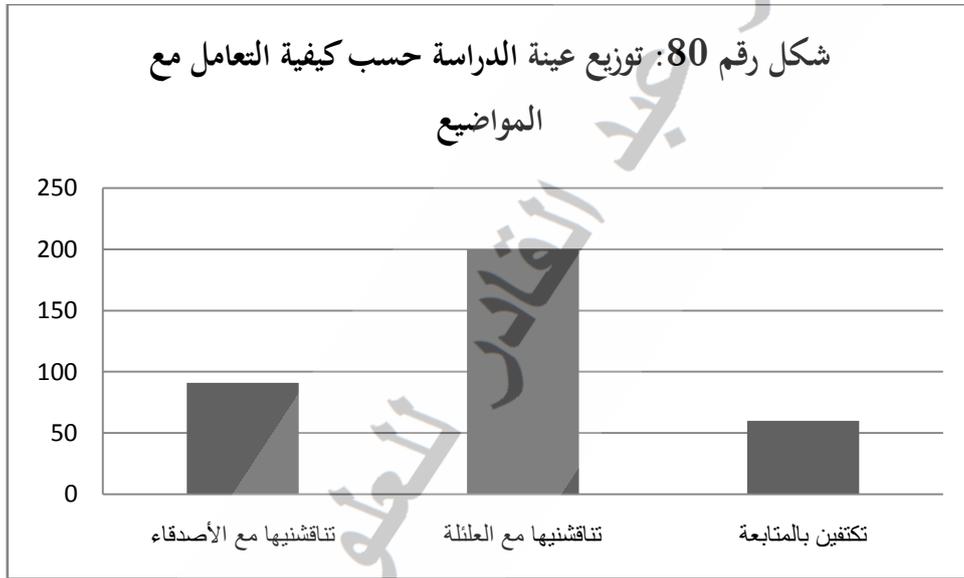
بالنسبة للمرأة القسنطينية المتعلمة جاء في صدارة التفضيلات "القرآن الكريم" بمجموع 188 مفردة ونسبة 35.53%، ثم "الفتاوى" بمجموع 133 مفردة ونسبة 25.14%، ثم "موضوعات متنوعة" بمجموع 130 مفردة ونسبة 24.57%، ثم "الحصص الحوارية" ب 43 مفردة ونسبة 8.12%، ثم "العبادات" ب 24 مفردة ونسبة 4.53%، وأخيرا "التاريخ والتراث" ب 11 مفردة ونسبة 2.07%.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية غير المتعلمة جاء في صدارة التفضيلات "الفتاوى" بمجموع 7 مفردات ونسبة 36.84%، ثم "موضوعات متنوعة" ب 6 مفردات ونسبة 31.57%، ثم "القرآن الكريم" ب 5 مفردات ونسبة 24.11%، وأخيرا "العبادات" ب مفردة واحدة ونسبة 5.26%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية التعليمية والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 3.72، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 11.07 تحت 5 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "80": توزيع عينة الدراسة حسب كيفية التعامل مع المواضيع

النسب	التكرارات	كيفية التعامل مع المواضيع
25.92%	91	تناقشونها مع الأصدقاء
56.98%	200	تناقشونها مع العائلة
17.09%	60	تكتفين بالمتابعة
100%	351	المجموع

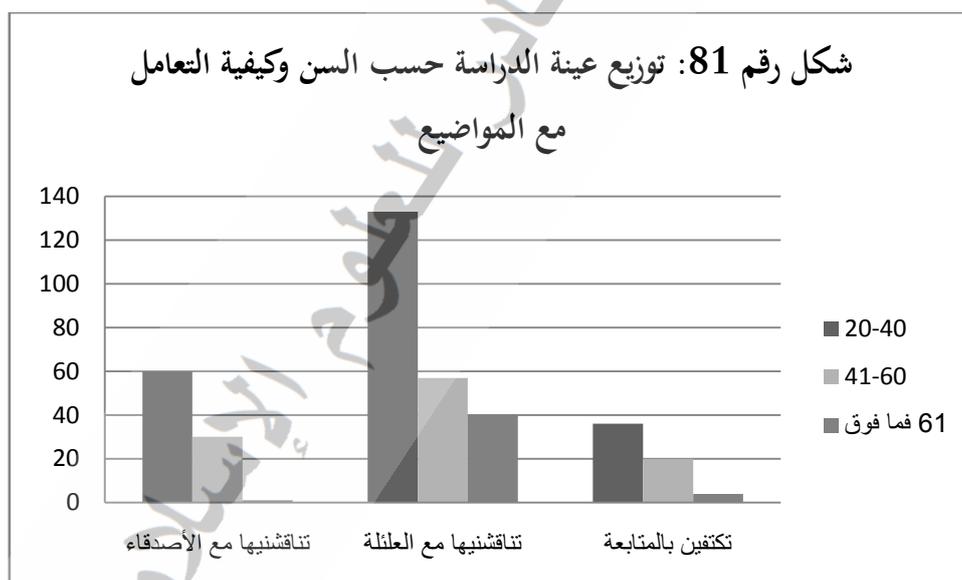


يمثل الجدول والشكل رقم "80" توزيع عينة الدراسة حسب كيفية التعامل مع المواضيع، ومن خلال الأرقام نلاحظ أن 200 مفردة يفضلن خيار "تناقشونها مع العائلة" في التعامل مع المواضيع بنسبة 56.98%، في حين تفضل 91 مفردة خيار "تناقشونها مع الأصدقاء" بنسبة 25.92%، وأخيرا 60 مفردة لخيار "تكتفين بالمتابعة" بنسبة 17.09%، وبهذا نستنتج أن النسبة الأكبر من المبحوثات تفضلن مناقشة المضامين الدينية المتابعة مع العائلة بغرض تبادل المعلومات ومشاركتها.

جدول رقم "81": توزيع عينة الدراسة حسب السن وكيفية التعامل مع المواضيع

المجموع	السن			كيفية التعامل مع المواضيع			
	60 فما فوق	60-41	40-20	60	133	36	
91	%6.66	1	%28.03	30	%26.2	60	تناقشونها مع الأصدقاء
200	%66.66	40	%53.27	57	%58.07	133	تناقشونها مع العائلة
60	%26.66	4	%18.69	20	%15.72	36	تكتفين بالمتابعة
351	%100	15	%100	107	%100	229	المجموع

كا² = 4.05
 كا² الجدولية تساوي 9.49 تحت 4 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "81" توزيع عينة الدراسة حسب السن وكيفية التعامل مع المواضيع، ومن خلال الأرقام نستنتج ما يأتي:

بالنسبة للفئة العمرية من 40-20 سنة نلاحظ أن 133 مفردة يفضلن خيار "تناقشونها مع العائلة" في التعامل مع المواضيع بنسبة 58.07%، في حين تفضل 60 مفردة خيار "تناقشونها مع الأصدقاء" بنسبة 26.2%، وأخيرا 36 مفردة لخيار "تكتفين بالمتابعة" بنسبة 15.72%.

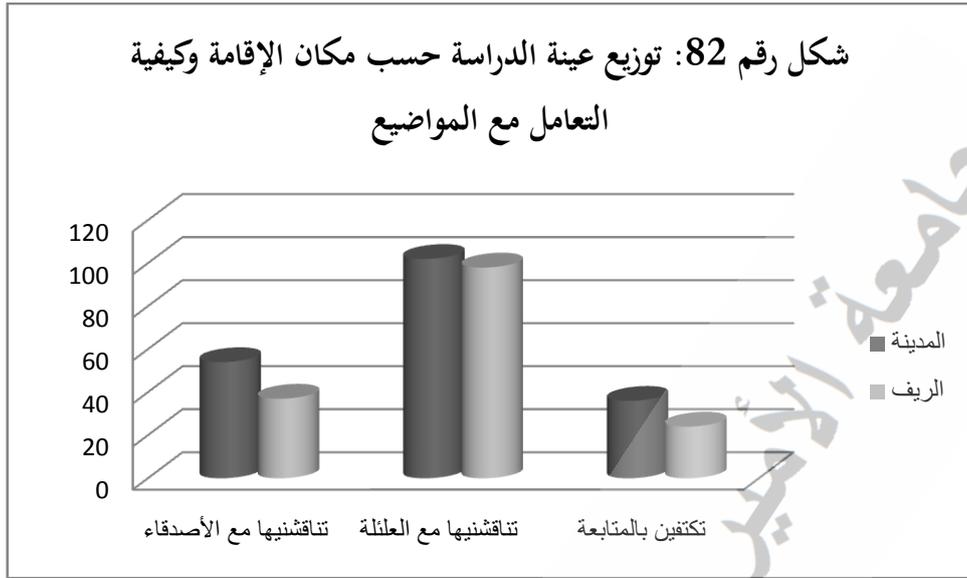
أما بالنسبة للفئة العمرية من 41-60 سنة نلاحظ أن 57 مفردة يفضلن خيار "تناقشيتها مع العائلة" في التعامل مع المواضيع بنسبة 53.27%، في حين تفضل 30 مفردة خيار "تناقشيتها مع الأصدقاء" بنسبة 28.03%، وأخيرا 20 مفردة لخيار "تكتفين بالمتابعة" بنسبة 18.69%.

وفيما يخص الفئة العمرية من 61 سنة فما فوق نلاحظ أن 10 مفردات يفضلن خيار "تناقشيتها مع العائلة" في التعامل مع المواضيع بنسبة 66.66%، في حين تفضل 4 مفردات خيار "تكتفين بالمتابعة" بنسبة 26.66%، وأخيرا مفردة واحدة لخيار "تناقشيتها مع الأصدقاء" بنسبة 6.66%.

وبعد تطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص السن وكيفية التعامل مع المواضيع، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة 4.05، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 9.49 تحت 4 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "82": توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وكيفية التعامل مع المواضيع

المجموع	مكان الإقامة		المدينة	الريف	المجموع	كيفية التعامل مع المواضيع
	المدينة	الريف				
91	54	37	28.12%	23.27%	37	تناقشيتها مع الأصدقاء
200	102	98	53.12%	61.63%	98	تناقشيتها مع العائلة
60	36	24	18.75%	15.04%	24	تكتفين بالمتابعة
351	192	159	100%	100%	159	المجموع
كاي ² = 2.54.						
كاي ² الجدولية تساوي 5.99 تحت درجتى حرية ومستوى ثقة 95%.						



يمثل الجدول والشكل رقم "82" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وكيفية التعامل مع المواضيع، ومن خلال الأرقام نستنتج ما يأتي:

بالنسبة للمرأة في المدينة نلاحظ أن 102 مفردة يفضلن خيار "تتناقشنيها مع العائلة" في التعامل مع المواضيع بنسبة 53.12%، في حين تفضل 54 مفردة خيار "تتناقشنيها مع الأصدقاء" بنسبة 28.12%، وأخيرا 36 مفردة لخيار "تكتفين بالمتابعة" بنسبة 18.75%.

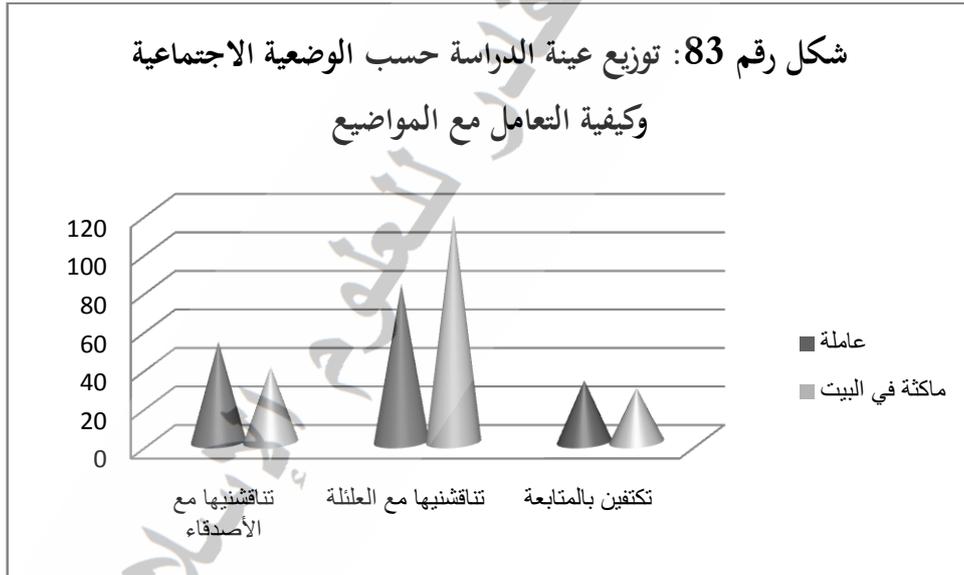
أما بالنسبة للمرأة في الريف نلاحظ أن 98 مفردة يفضلن خيار "تتناقشنيها مع العائلة" في التعامل مع المواضيع بنسبة 61.63%، في حين تفضل 37 مفردة خيار "تتناقشنيها مع الأصدقاء" بنسبة 23.27%، وأخيرا 24 مفردة لخيار "تكتفين بالمتابعة" بنسبة 15.04%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص مكان الإقامة وكيفية التعامل مع المواضيع، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 2.54، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 5.99 تحت درجتي حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "83": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وكيفية التعامل مع المواضيع

المجموع	الوضعية الاجتماعية		كيفية التعامل مع المواضيع	
	عاملة	ماكنة في البيت	عامة	تناقشونها مع الأصدقاء
91	39	21.08%	52	31.32%
200	118	63.78%	82	49.39%
60	28	15.13%	32	19.27%
351	185	100%	166	100%

ك² = 7.57
ك² الجدولية تساوي 5.99 تحت درجتى حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "83" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وكيفية التعامل مع المواضيع، ومن خلال الأرقام نستنتج ما يأتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية العاملة نلاحظ أن 82 مفردة يفضلن خيار "تناقشونها مع العائلة" في التعامل مع المواضيع بنسبة 49.39%، في حين تفضل 52 مفردة خيار "تناقشونها مع الأصدقاء" بنسبة 31.32%، وأخيرا 32 مفردة لخيار "تكتفين بالمتابعة" بنسبة 19.27%.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية الماكثة في البيت نلاحظ أن 118 مفردة يفضلن خيار "تناقشينها مع العائلة" في التعامل مع المواضيع بنسبة 63.78%، في حين تفضل 39 مفردة خيار "تناقشينها مع الأصدقاء" بنسبة 21.08%، وأخيرا 28 مفردة لخيار "تكتفين بالمتابعة" بنسبة 15.13%.

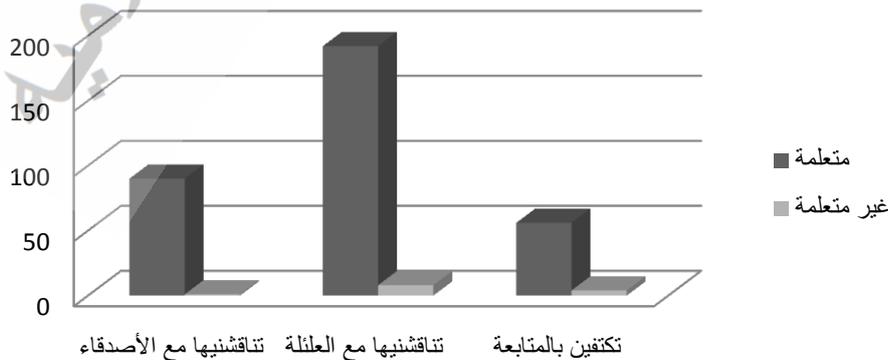
وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية الاجتماعية وكيفية التعامل مع المواضيع، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 7.57، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 5.99 تحت درجتي حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "84": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وكيفية التعامل مع المواضيع

المجموع	الوضعية التعليمية		مجموع	مجموع	كيفية التعامل مع المواضيع
	غير متعلمة	متعلمة			
91	7.69%	1	26.62%	90	تناقشينها مع الأصدقاء
200	61.53%	8	56.80%	192	تناقشينها مع العائلة
60	30.76%	4	16.56%	56	تكتفين بالمتابعة
351	100%	13	100%	338	المجموع

كا² = 3.23
 كا² الجدولية تساوي 5.99 تحت درجتي حرية ومستوى ثقة 95%.

شكل رقم 84: توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وكيفية التعامل مع المواضيع



يمثل الجدول والشكل رقم "84" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وكيفية التعامل مع المواضيع، ومن خلال الأرقام نستنتج ما يأتي:

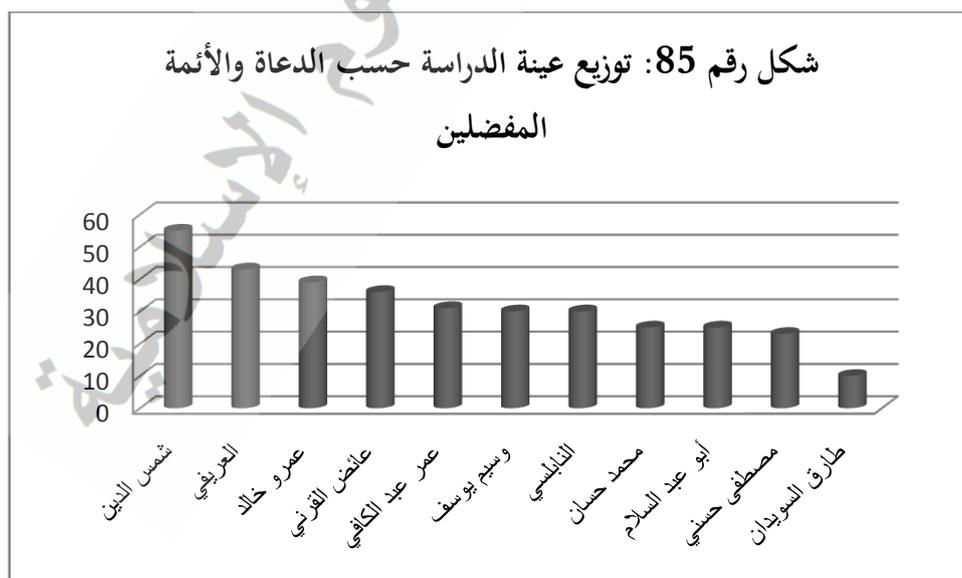
بالنسبة للمرأة القسنطينية المتعلمة نلاحظ أن 192 مفردة يفضلن خيار "تناقشينها مع العائلة" في التعامل مع المواضيع بنسبة 56.80%، في حين تفضل 90 مفردة خيار "تناقشينها مع الأصدقاء" بنسبة 26.62%، وأخيرا 56 مفردة لخيار "تكتفين بالمتابعة" بنسبة 16.56%.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية غير المتعلمة نلاحظ أن 8 مفردات يفضلن خيار "تناقشينها مع العائلة" في التعامل مع المواضيع بنسبة 61.53%، في حين تفضل 4 مفردات خيار "تكتفين بالمتابعة" بنسبة 30.76%، وأخيرا "تناقشينها مع الأصدقاء" بمفردة واحدة ونسبة 7.69%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية التعليمية وكيفية التعامل مع المواضيع، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 3.23، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 5.99 تحت درجتى حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "85": توزيع عينة الدراسة حسب الدعاة والأئمة المفضلين.

النسب	التكرارات	الدعاة والأئمة المفضلون
%15.85	55	شمس الدين
%12.39	43	محمد العريفي
%11.23	39	عمرو خالد
%10.37	36	عائض القرني
%8.93	31	عمر عبد الكافي
%8.64	30	وسيم يوسف
%8.64	30	محمد راتب النابلسي
%7.20	25	محمد حسان
%7.20	25	أبو عبد السلام
%6.62	23	مصطفى حسني
%2.88	10	طارق السويدان
%100	347	المجموع



يمثل الجدول والشكل رقم "85" توزيع عينة الدراسة حسب الدعاة والأئمة المفضلين، واحتل المرتبة الأولى من حيث تفضيلات المبحوثات "شمس الدين" بمجموع 55 تكرارا ونسبة 15.85%، ثم "محمد العريفي" بمجموع 43 تكرارا ونسبة 12.39%، وبعده "عمرو خالد" بمجموع 39 مفردة ونسبة 11.23%، ثم "عائض القرني" بمجموع 36 تكرارا ونسبة 10.37%، ثم "عمر عبد الكافي" بمجموع 31 تكرارا ونسبة 8.93%، وبعده "وسيم يوسف" و "محمد راتب النابلسي" بمجموع 30 تكرارا ونسبة 8.64%، ثم "محمد حسان" و "أبو عبد السلام" بمجموع 25 تكرارا ونسبة 7.20%، ثم "مصطفى حسني" بمجموع 23 تكرارا ونسبة 6.62%، وأخيرا "طارق السويدان" بمجموع 10 مفردات ونسبة 2.88%.

وبالنسبة لما توصلت إليه الباحثة عباس سعيده نجد: "عمرو خالد" في المرتبة الأولى، ثم "محمد حسان" ثم "عائض القرني" ونلاحظ أن هناك بعض التشابه من حيث الدعاة المفضلين وإن اختلفت النسب.¹

¹عباس سعيده - مرجع سابق-

جدول رقم "86": توزيع عينة الدراسة حسب السن والدعاة والأئمة المفضلين.

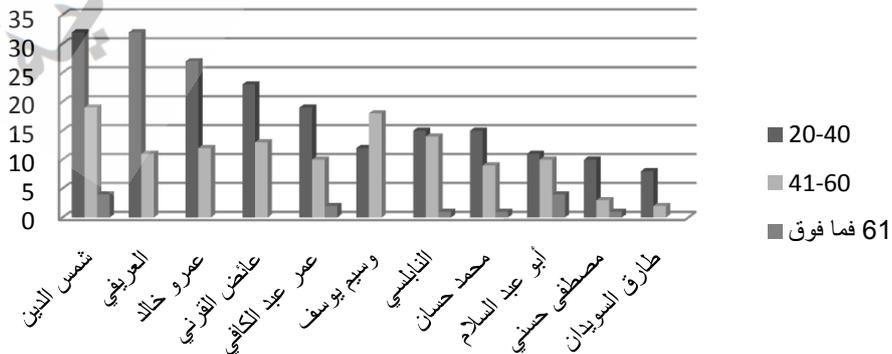
المجموع	السن			الدعاة والأئمة المفضلين		
	61 فما فوق	60-41	40-20			
55	%30.76	4	%15.70	19	32	شمس الدين
43	/	/	%9.09	11	32	محمد العريفي
39	/	/	%9.91	12	27	عمرو خالد
36	/	/	%10.74	13	23	عائض القرني
31	%15.38	2	%8.26	10	19	عمر عبد الكافي
30	/	/	%14.87	18	12	وسيم يوسف
30	%7.69	1	%11.57	14	15	محمد راتب النابلسي
25	%7.69	1	%7.43	9	15	محمد حسان
25	%30.76	4	%8.26	10	11	أبو عبد السلام
23	%7.69	1	%2.47	3	10	مصطفى حسني
10	/	/	%1.65	2	8	طارق السويدان
347	100	13	%100	121	213	المجموع

كا² = 37.89.

كا² الجدولية تساوي 31.41 تحت 20 درجة حرية ومستوى ثقة 95%.

شكل رقم 86: توزيع عينة الدراسة حسب السن والدعاة والأئمة

المفضلين



يمثل الجدول والشكل رقم "86" توزيع عينة الدراسة حسب السن والدعاة والأئمة المفضلين، وجاءت النتائج على الشكل الآتي:

بالنسبة للفئة العمرية من 20-40 سنة احتل المرتبة الأولى من حيث تفضيلات المبحوثات "شمس الدين" و محمد العريفي" بمجموع 32 تكرارا ونسبة 15.02%، ثم "عمرو خالد" بمجموع 27 تكرارا ونسبة 12.67%، وبعده "عائض القرني" بمجموع 23 تكرارا ونسبة 10.79%، ثم "عمر عبد الكافي" بمجموع 19 تكرارا ونسبة 8.92%، وبعده "محمد راتب النابلسي" و "محمد حسان" بمجموع 15 تكرارا ونسبة 7.04%، ثم "وسيم يوسف" بمجموع 12 تكرارا ونسبة 5.63% ثم "أبو عبد السلام" بمجموع 11 تكرارا ونسبة 5.16%، ثم "مصطفى حسني" بمجموع 10 تكرارات ونسبة 8.92%، وأخيرا "طارق السويدان" بمجموع 8 مفردات ونسبة 3.75%.

أما بالنسبة للفئة العمرية من 40-60 سنة احتل المرتبة الأولى من حيث تفضيلات المبحوثات "شمس الدين" بمجموع 19 تكرارا ونسبة 15.70%، ثم "وسيم يوسف" بمجموع 18 تكرارا ونسبة 14.78% ثم "محمد راتب النابلسي" بمجموع 14 تكرارا ونسبة 11.57%، وبعده "عائض القرني" بمجموع 13 تكرارا ونسبة 10.74%، ثم "عمرو خالد" بمجموع 12 تكرارا ونسبة 9.91%، وبعده "محمد العريفي" بمجموع 11 تكرارا ونسبة 9.09%، ثم "عمر عبد الكافي" و "أبو عبد السلام" بمجموع 10 تكرارات ونسبة 8.26% ثم "محمد حسان" بمجموع 9 تكرارات ونسبة 7.43%، ثم "مصطفى حسني" ب 3 تكرارات ونسبة 2.47%، وأخيرا "طارق السويدان" بتكرارين ونسبة 1.65%.

وأخيرا بالنسبة للفئة العمرية من 61 سنة فما فوق احتل المرتبة الأولى من حيث تفضيلات المبحوثات "شمس الدين" و "أبو عبد السلام" بمجموع 4 تكرارات ونسبة 30.76%، ثم "عمر عبد الكافي" بتكرارين ونسبة 15.38%، ثم "محمد راتب النابلسي" و "مصطفى حسني" و "محمد حسان" بتكرار واحد ونسبة 7.69%، فيما لم نسجل للبقية أية تفضيلات بالنسبة لهذه الفئة.

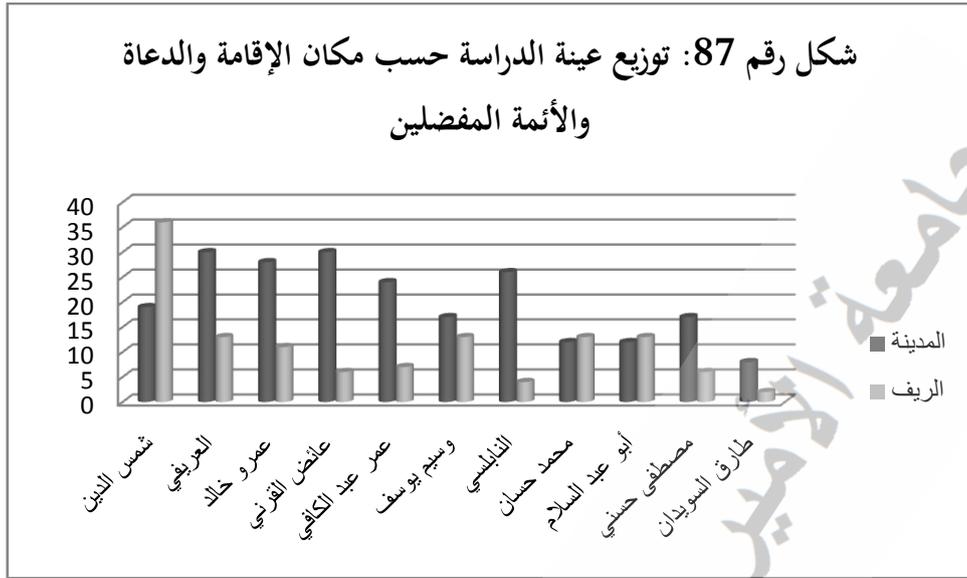
وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص السن والدعاة والأئمة المفضلين، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 37.89، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 31.41 تحت 20 درجة حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "87": توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والدعاة والأئمة المفضلين.

المجموع	الريف		المدينة		مكان الإقامة
					الدعاة والأئمة المفضلين
55	36	15.70%	19	8.52%	شمس الدين
43	13	9.09%	30	13.45%	محمد العريفي
39	11	9.91%	28	12.55%	عمرو خالد
36	6	10.74%	30	13.45%	عائض القرني
31	7	8.26%	24	10.76%	عمر عبد الكافي
30	13	14.87%	17	7.62%	وسيم يوسف
30	4	11.57%	26	11.65%	محمد راتب النابلسي
25	13	7.43%	12	5.38%	محمد حسان
25	13	8.26%	12	5.38%	أبو عبد السلام
23	6	2.47%	17	7.62%	مصطفى حسني
10	2	1.65%	8	3.58%	طارق السويدان
347	124	100%	223	100%	المجموع

كا² = 45.7.

كا² الجدولية تساوي 18.31 تحت 10 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "87" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والدعاة والأئمة المفضلين، وجاءت النتائج على الشكل الآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية في المدينة احتل المرتبة الأولى من حيث تفضيلات المبحوثات "عائض القرني" و محمد العريفي" بمجموع 30 تكرارا ونسبة 13.45%، ثم "عمرو خالد" بمجموع 28 تكرارا ونسبة 12.55%، وبعده "محمد راتب النايلسي" بمجموع 26 تكرارا ونسبة 11.56%، ثم "عمر عبد الكافي" بمجموع 24 تكرارا ونسبة 10.76%، وبعده "وسيم يوسف" و "مصطفى حسني" بمجموع 17 تكرارا ونسبة 7.62%، ثم "محمد حسان" و "أبو عبد السلام" بمجموع 12 تكرارا ونسبة 5.38% وأخيرا "طارق السويدان" بمجموع 8 مفردات ونسبة 3.58%.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية في الريف فاحتل المرتبة الأولى من حيث تفضيلات المبحوثات "شمس الدين" بمجموع 36 تكرارا ونسبة 29.03%، ثم "محمد العريفي" و "وسيم يوسف" و "محمد حسان" و "أبو عبد السلام" بمجموع 13 تكرارا ونسبة 10.48% ثم "عمرو خالد" بمجموع 11 تكرارا ونسبة 8.87%، وبعده "عمر عبد الكافي" بمجموع 7 تكرارات ونسبة 5.64%، ثم "عائض القرني" و "مصطفى حسني" بمجموع 6 تكرارات ونسبة 4.83%، وبعده "محمد راتب النايلسي" بمجموع 4 تكرارات ونسبة 3.22%، وأخيرا "طارق السويدان" بتكرارين ونسبة 1.61%.

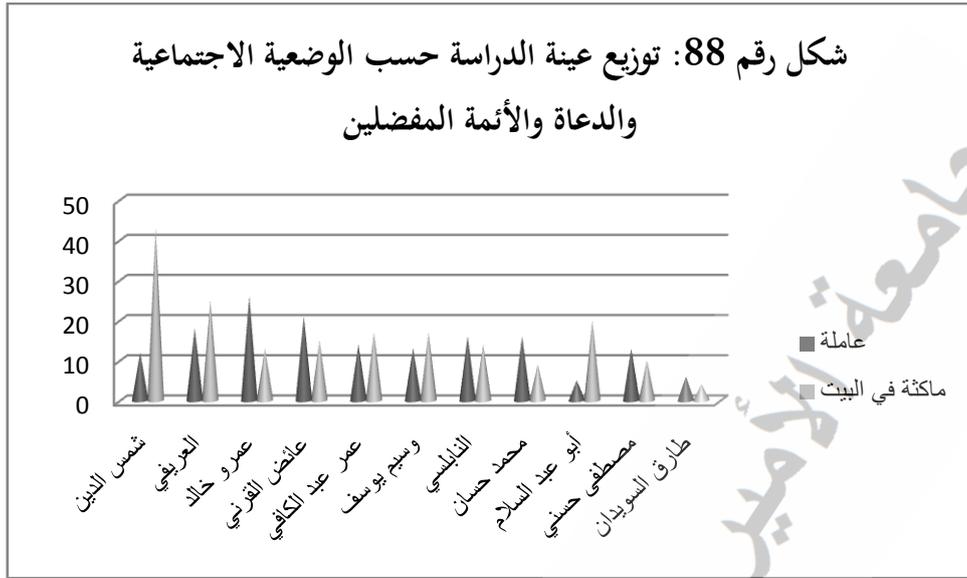
وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص مكان الإقامة والدعاة والأئمة المفضلين، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 45.7، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 18.31 تحت 10 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "88": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والدعاة والأئمة المفضلين.

المجموع	ماكثة في البيت		عاملة		الوضعية الاجتماعية
					الدعاة والأئمة المفضلين
55	22.99%	43	7.5%	12	شمس الدين
43	13.36%	25	11.25%	18	محمد العريفي
39	6.95%	13	16.25%	26	عمرو خالد
36	8.02%	15	13.12%	21	عائض القرني
31	9.09%	17	8.75%	14	عمر عبد الكافي
30	9.09%	17	8.12%	13	وسيم يوسف
30	7.48%	14	10%	16	محمد راتب النابلسي
25	4.81%	9	10%	16	محمد حسان
25	10.69%	20	3.12%	5	أبو عبد السلام
23	5.34%	10	8.12%	13	مصطفى حسني
10	2.13%	4	3.75%	6	طارق السويدان
347	100%	187	100%	160	المجموع

كا² = 34.74.

كا² الجدولية تساوي 18.31 تحت 10 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "88" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والدعاة والأئمة المفضلين، وجاءت النتائج على الشكل الآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية العاملة احتل المرتبة الأولى من حيث تفضيلات المبحوثات "عمر خالد" بمجموع 26 تكرارا ونسبة 16.25%، ثم "عائض القرني" بمجموع 21 تكرارا ونسبة 13.12%، وبعده "محمد العريفي" بمجموع 18 تكرارا ونسبة 11.25%، ثم "محمد راتب النبلسي" و "محمد حسان" بمجموع 16 تكرارا ونسبة 10%، وبعده "عمر عبد الكافي" بمجموع 14 تكرارا ونسبة 8.75%، ثم "وسيم يوسف" و "مصطفى حسني" بمجموع 13 تكرارا ونسبة 8.12%، ثم "طارق السويدان" بمجموع 6 مفردات ونسبة 3.75% وأخيرا "أبو عبد السلام" بمجموع 5 مفردات ونسبة 3.12%.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية المأكنة في البيت فاحتل المرتبة الأولى من حيث تفضيلات المبحوثات "شمس الدين" بمجموع 43 تكرارا ونسبة 22.99%، ثم "محمد العريفي" بمجموع 25 تكرارا ونسبة 13.36% ثم "أبو عبد السلام" بمجموع 20 تكرارا ونسبة 10.69%، وبعده "عمر عبد الكافي" و "وسيم يوسف" بمجموع 17 تكرارا ونسبة 9.09%، ثم "عائض القرني" بمجموع 15 تكرارا ونسبة 8.02%، وبعده "محمد راتب النبلسي" بمجموع 14 تكرارا ونسبة 7.48%، ثم "مصطفى حسني" بمجموع 10 مفردات ونسبة 5.34%، ثم "محمد حسان" بمجموع 9 مفردات ونسبة 4.81% وأخيرا "طارق السويدان" ب 4 مفردات ونسبة 2.13%.

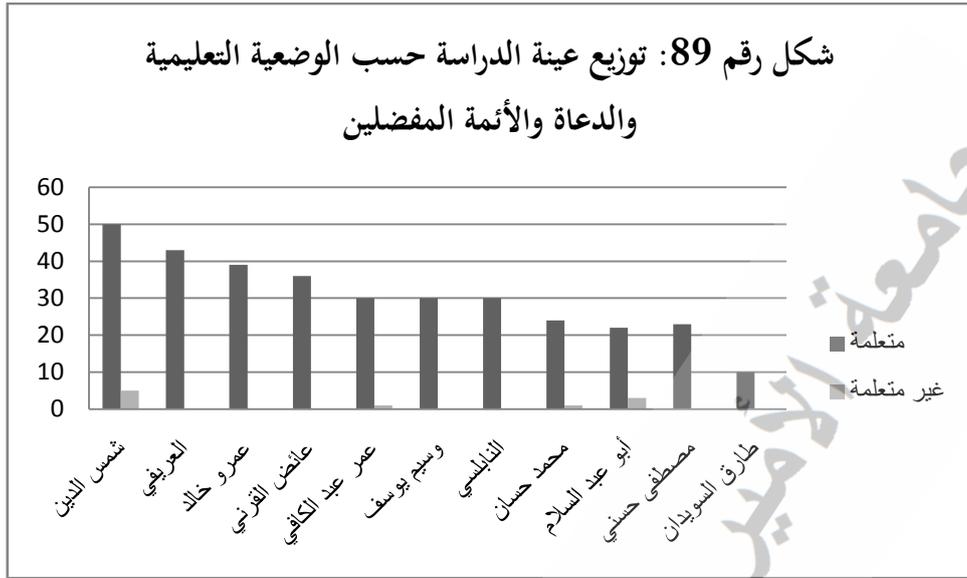
وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية الاجتماعية والدعاة والأئمة المفضلين، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 34.74، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 18.31 تحت 10 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "89": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والدعاة والأئمة المفضلين.

المجموع	الوضعية التعليمية		الدعاة والأئمة المفضلين		
	غير متعلمة	متعلمة	متعلمة	غير متعلمة	
55	50%	5	14.83%	50	شمس الدين
43	/	/	12.75%	43	محمد العريفي
39	/	/	11.57%	39	عمرو خالد
36	/	/	10.68%	36	عائض القرني
31	10	1	8.90%	30	عمر عبد الكافي
30	/	/	8.90%	30	وسيم يوسف
30	/	/	8.90%	30	محمد راتب النابلسي
25	10	1	7.12%	24	محمد حسان
25	30%	3	6.52%	22	أبو عبد السلام
23	/	/	6.82%	23	مصطفى حسني
10	/	/	2.96%	10	طارق السويدان
347	100%	10	100%	337	المجموع

كا² = 21.32

كا² الجدولية تساوي 18.31 تحت 10 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "89" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والدعاة والأئمة المفضلين، وجاءت النتائج على الشكل الآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية المتعلمة احتل المرتبة الأولى من حيث تفضيلات المبحوثات "شمس الدين" بمجموع 50 تكرارا ونسبة 14.83%، ثم "محمد العريفي" بمجموع 43 تكرارا ونسبة 12.75%، وبعده "عمرو خالد" بمجموع 39 تكرارا ونسبة 11.57%، ثم "عائض القرني" بمجموع 36 تكرارا ونسبة 10.68%، وبعده "عمر عبد الكافي" و "وسيم يوسف" و "محمد راتب النابلسي" بمجموع 30 تكرارا ونسبة 8.90%، ثم "محمد حسان" بمجموع 24 تكرارا ونسبة 7.12%، ثم "مصطفى حسني" بمجموع 23 مفردة ونسبة 6.82%، ثم "أبو عبد السلام" بمجموع 22 مفردة ونسبة 6.52% وأخيرا "طارق السويدان" بمجموع 10 مفردات ونسبة 2.96%.

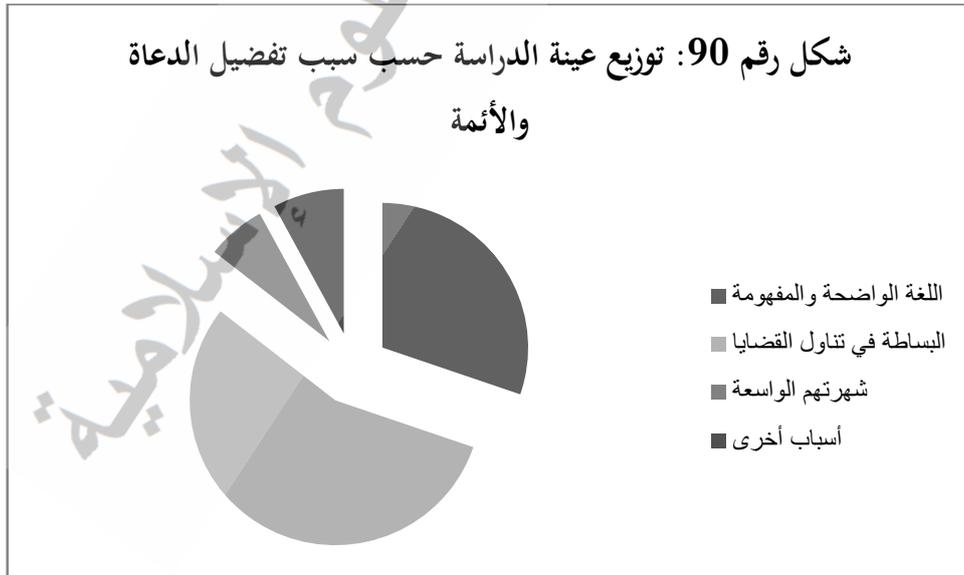
أما بالنسبة للمرأة القسنطينية الماكثة في البيت فاحتل المرتبة الأولى من حيث تفضيلات المبحوثات "شمس الدين" بمجموع 43 تكرارا ونسبة 22.99%، ثم "محمد العريفي" بمجموع 25 تكرارا ونسبة 13.36% ثم "أبو عبد السلام" بمجموع 20 تكرارا ونسبة 10.69%، وبعده "عمر عبد الكافي" و "وسيم يوسف" بمجموع 17 تكرارا ونسبة 9.09%، ثم "عائض القرني" بمجموع 15 تكرارا ونسبة 8.02%، وبعده "محمد راتب النابلسي" بمجموع 14 تكرارا ونسبة 7.48%، ثم "مصطفى حسني" بمجموع 10 مفردات

ونسبة 5.34%، ثم "محمد حسان" بمجموع 9 مفردات ونسبة 4.81% وأخيرا "طارق السويدان" ب 4 مفردات ونسبة 2.13%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية التعليمية والدعاة والأئمة المفضلين، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 34.74، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 18.31 تحت 10 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "90" توزيع عينة الدراسة حسب سبب تفضيل الدعاة والأئمة

النسب	التكرارات	أسباب التفضيل
30.24%	111	اللغة الواضحة والمفهومة
55.31%	203	البساطة في تناول القضايا
6.53%	24	شهرتهم الواسعة
7.90%	29	أسباب أخرى
100%	367	المجموع



يمثل الجدول والشكل رقم "90" توزيع عينة الدراسة حسب سبب تفضيل الدعاة و الأئمة، وجاء في مقدمة الأسباب بالنسبة للمبحوثات "البساطة في تناول القضايا" بمجموع 203 مفردة ونسبة 55.31%، ثم

"اللغة الواضحة والمفهومة" بمجموع 111 مفردة ونسبة 30.24%، ثم "أسباب أخرى" ب 29 مفردة ونسبة 7.90%، وأخيرا "شهرتهم الواسعة بمجموع 24 مفردة ونسبة 6.53%.

ومن خلال النتائج واتصال الباحثة بمفردات العينة تبين أن أهم سبب يجعلهن يفضلن داعية أو إماما عن آخر هو البساطة وعدم التشدد والتعقيد في طرح وتناول المواضيع الدينية، من غير إفراط ولا تفريط، إضافة إلى أسباب أخرى أضافتها المبحوثات أهمها طريقة وقوة الإقناع إضافة لميل بعضهن الشخصي إلى داعية أو إمام دون آخر.

وتوصلت الباحثة عباس سعيدة للنتائج الآتية: تفضل عينة الدراسة الدعاة لأن "لديهم القدرة على الإقناع" في المرتبة الأولى، ثم لأن "طريقة تقديمهم للبرامج مميزة وفيها إبداع" في المرتبة الثانية، ثم "لأن طريقة مناقشتهم للقضايا المطروحة تفتح لي آفاقا جديدة، وأخيرا "لأن معلوماتهم متنوعة ومحكمة"¹

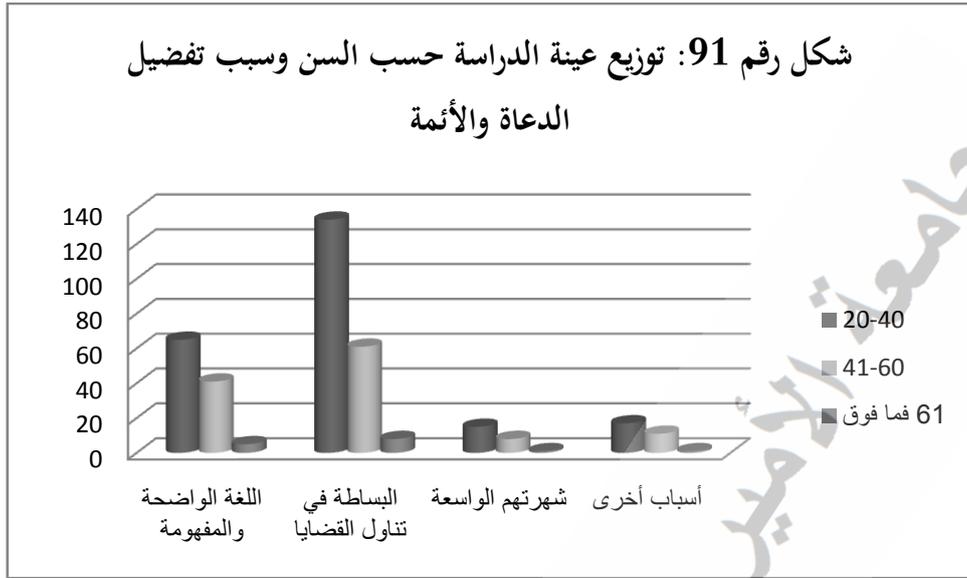
جدول رقم "91" توزيع عينة الدراسة حسب السن وسبب تفضيل الدعاة والأئمة

المجموع	السن						أسباب التفضيل
	61 فما فوق	60-41		40-20			
111	3.33%	5	33.88%	41	28.13%	65	اللغة الواضحة والمفهومة
203	53.33%	8	50.41%	61	58%	134	البساطة في تناول القضايا
24	6.66%	1	6.61%	8	6.49%	15	شهرتهم الواسعة
29	6.66%	1	9.09%	11	7.35%	17	أسباب أخرى
367	100%	15	100%	121	100%	231	المجموع

كا² = 2.33.

كا² الجدولية تساوي 12.59 تحت 6 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

¹عباس سعيدة - مرجع سابق



يمثل الجدول والشكل رقم "91" توزيع عينة الدراسة حسب السن وسبب تفضيل الدعاة و الأئمة، وكانت النتائج كالاتي:

بالنسبة للفئة العمرية من 20-40 سنة جاء في مقدمة الأسباب بالنسبة للمبحوثات "البساطة في تناول القضايا" بمجموع 134 مفردة ونسبة 58%، ثم "اللغة الواضحة والمفهومة" بمجموع 65 مفردة ونسبة 28.13%، ثم "أسباب أخرى" ب 17 مفردة ونسبة 7.35%، وأخيرا "شهرتهم الواسعة" بمجموع 15 مفردة ونسبة 6.49%.

أما بالنسبة للفئة العمرية من 40-60 سنة فجاء في مقدمة الأسباب بالنسبة للمبحوثات "البساطة في تناول القضايا" كذلك بمجموع 61 مفردة ونسبة 50.41%، ثم "اللغة الواضحة والمفهومة" بمجموع 41 مفردة ونسبة 33.88%، ثم "أسباب أخرى" ب 11 مفردة ونسبة 9.09%، وأخيرا "شهرتهم الواسعة" بمجموع 8 مفردات ونسبة 6.61%.

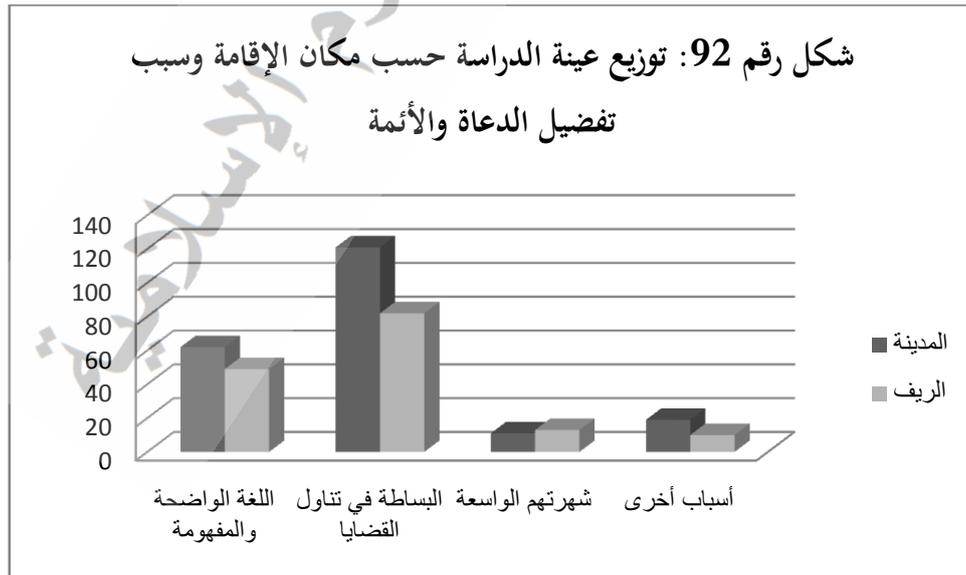
وأخيرا النسبة للفئة العمرية من 60 سنة فما فوق جاء في مقدمة الأسباب بالنسبة للمبحوثات "البساطة في تناول القضايا" بمجموع 8 مفردات ونسبة 53.33%، ثم "اللغة الواضحة والمفهومة" بمجموع 5 مفردات ونسبة 33.33%، ثم "أسباب أخرى" و "شهرتهم الواسعة" بمفردة واحدة ونسبة 6.66%.

وبعد تطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص السن وأسباب تفضيل الدعاة والأئمة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة 2.33، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 12.59 تحت 6 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "92" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وسبب تفضيل الدعاة والأئمة

المجموع	مكان الإقامة		أسباب التفضيل	
	الريف	المدينة	الريف	المدينة
111	49 (31.81%)	62 (29.10%)	اللغة الواضحة والمفهومة	
203	82 (53.24%)	121 (56.80%)	البساطة في تناول القضايا	
24	13 (8.44%)	11 (5.16%)	شهرتهم الواسعة	
29	10 (6.49%)	19 (8.92%)	أسباب أخرى	
367	154 (100%)	213 (100%)	المجموع	

كاي² = 2.51.
كاي² الجدولية تساوي 7.81 تحت 3 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "92" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وسبب تفضيل الدعاة و الأئمة، وكانت النتائج كالآتي:

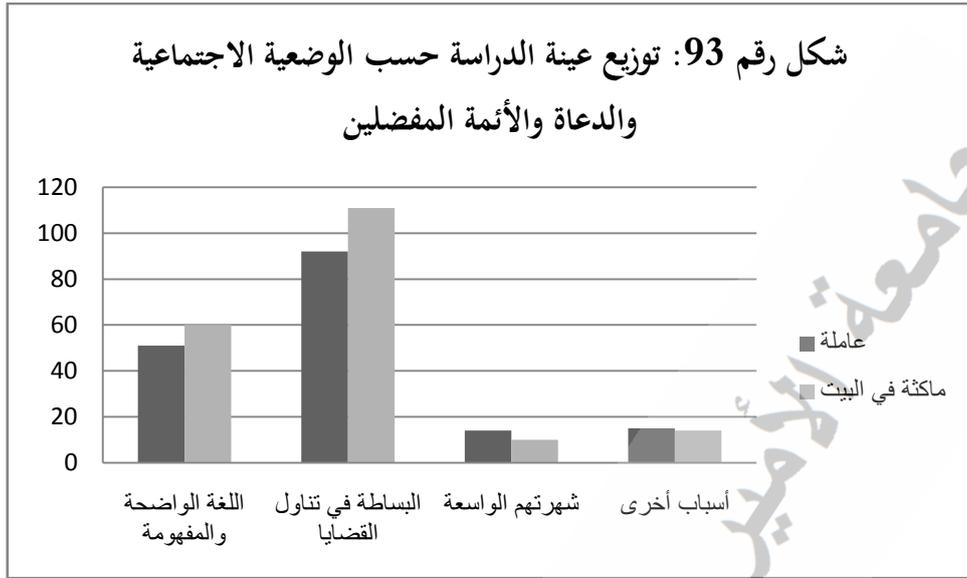
بالنسبة للمرأة القسنطينية في المدينة جاء في مقدمة الأسباب بالنسبة للمبحوثات "البساطة في تناول القضايا" بمجموع 121 مفردة ونسبة 56.80%، ثم "اللغة الواضحة والمفهومة" بمجموع 62 مفردة ونسبة 29.10%، ثم "أسباب أخرى" ب 19 مفردة ونسبة 8.92%، وأخيرا "شهرتهم الواسعة" بمجموع 11 مفردة ونسبة 5.16%.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية في الريف فجاء في مقدمة الأسباب بالنسبة للمبحوثات "البساطة في تناول القضايا" كذلك بمجموع 82 مفردة ونسبة 53.24%، ثم "اللغة الواضحة والمفهومة" بمجموع 49 مفردة ونسبة 31.81%، ثم "شهرتهم الواسعة" ب 13 مفردة ونسبة 8.44%، وأخيرا "أسباب أخرى" بمجموع 10 مفردات ونسبة 6.49%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص مكان الإقامة وأسباب تفضيل الدعاة والأئمة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 2.51، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 7.81 تحت 3 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "93" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وسبب تفضيل الدعاة والأئمة

المجموع	الوضعية الاجتماعية		أسباب التفضيل	
	مأكنة في البيت	عاملة	اللغة الواضحة والمفهومة	البساطة في تناول القضايا
111	30.76%	60	29.65%	51
203	56.92%	111	53.48%	92
24	5.12%	10	8.13%	14
29	7.17%	14	8.72%	15
367	100%	195	100%	172



يمثل الجدول والشكل رقم "93" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وسبب تفضيل الدعاة و الأئمة، وكانت النتائج كالاتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية العاملة جاء في مقدمة الأسباب بالنسبة للمبحوثات "البساطة في تناول القضايا" بمجموع 92 مفردة ونسبة 53.48%، ثم "اللغة الواضحة والمفهومة" بمجموع 51 مفردة ونسبة 29.65%، ثم "أسباب أخرى" ب 15 مفردة ونسبة 8.72%، وأخيرا "شهرتهم الواسعة" بمجموع 14 مفردة ونسبة 8.13%.

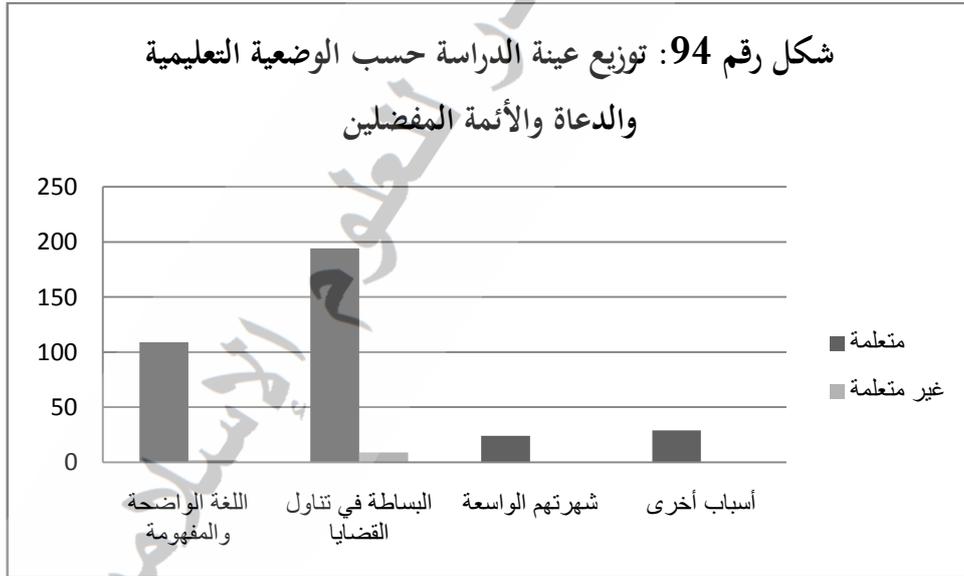
أما بالنسبة للمرأة القسنطينية المأكنة في البيت فجاء في مقدمة الأسباب بالنسبة للمبحوثات "البساطة في تناول القضايا" كذلك بمجموع 111 مفردة ونسبة 56.92%، ثم "اللغة الواضحة والمفهومة" بمجموع 60 مفردة ونسبة 30.76%، ثم "أسباب أخرى" ب 14 مفردة ونسبة 7.17%، وأخيرا "شهرتهم الواسعة" بمجموع 10 مفردات ونسبة 5.12%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية الاجتماعية وأسباب تفضيل الدعاة والأئمة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 1.68، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 7.81 تحت 3 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "94" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وسبب تفضيل الدعاة والأئمة

المجموع	الوضعية التعليمية		أسباب التفضيل		
	غير متعلمة	متعلمة	غير متعلمة	متعلمة	
111	2	109	%18.18	%30.61	اللغة الواضحة والمفهومة
203	9	194	%81.81	%54.49	البساطة في تناول القضايا
24	/	24	/	%6.74	شهرتهم الواسعة
29	/	29	/	%8.14	أسباب أخرى
367	11	356	%100	%100	المجموع

كأ² = 3.55
 كأ² الجدولية تساوي 7.81 تحت 3 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "94" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وسبب تفضيل الدعاة و الأئمة، وكانت النتائج كالآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية المتعلمة جاء في مقدمة الأسباب بالنسبة للمبحوثات "البساطة في تناول القضايا" بمجموع 194 مفردة ونسبة 54.49%، ثم "اللغة الواضحة والمفهومة" بمجموع 109 مفردة ونسبة

30.61%، ثم "أسباب أخرى" ب 29 مفردة ونسبة 8.14%، وأخيرا "شهرتهم الواسعة" بمجموع 24 مفردة ونسبة 6.74%.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية غير المتعلمة فجاء في مقدمة الأسباب بالنسبة للمبحوثات "البساطة في تناول القضايا" كذلك بمجموع 9 مفردات ونسبة 81.81%، ثم "اللغة الواضحة والمفهومة" بمفردتين ونسبة 18.18%، ولم يحصل البقية على أية تكرارات.

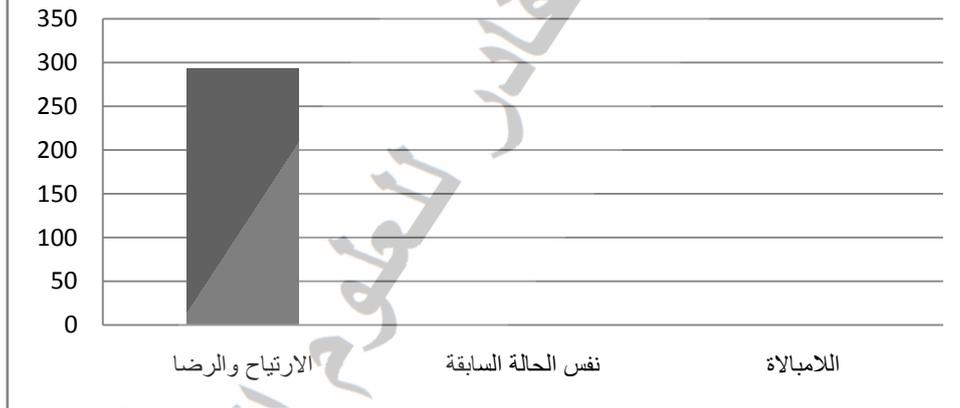
وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية التعليمية وأسباب تفضيل الدعاة والأئمة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 3.55، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 7.81 تحت 3 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

المبحث الثاني: الإشاعات المحققة من متابعة المرأة القسنطينية للإعلام الديني الإسلامي

جدول رقم "95": توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الشعورية عند متابعة المضامين الدينية الإسلامية

النسب	التكرارات	الحالة الشعورية
%100	293	الارتياح والرضا
/	/	نفس الحالة السابقة
/	/	اللامبالاة
%100	293	المجموع

شكل رقم 95: توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الشعورية عند متابعة المضامين الدينية الإسلامية



يمثل الجدول والشكل رقم "95" توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الشعورية عند متابعة المضامين الدينية الإسلامية وقد فضلت 293 مفردة خيار "الارتياح والرضا" وذلك بنسبة تقدر بـ 100%، فيما لم تحظ بقية الخيارات بأية تفضيلات.

جدول رقم "96": توزيع عينة الدراسة حسب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني

النسب	التكرارات	الزيادة في الوعي الديني
%99.31	291	نعم
%0.68	2	لا
%100	293	المجموع



يمثل الجدول والشكل رقم "96" توزيع عينة الدراسة حسب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني وقد أجابت 291 مفردة ب "نعم" بنسبة %99.31، أي أن متابعة المضامين الدينية الإسلامية تزيد في الوعي الديني، مع تحفظ بعضهن حول درجة الوعي، في حين أجابت مفردتين ب "لا" أي بعدم الزيادة بنسبة %0.68.

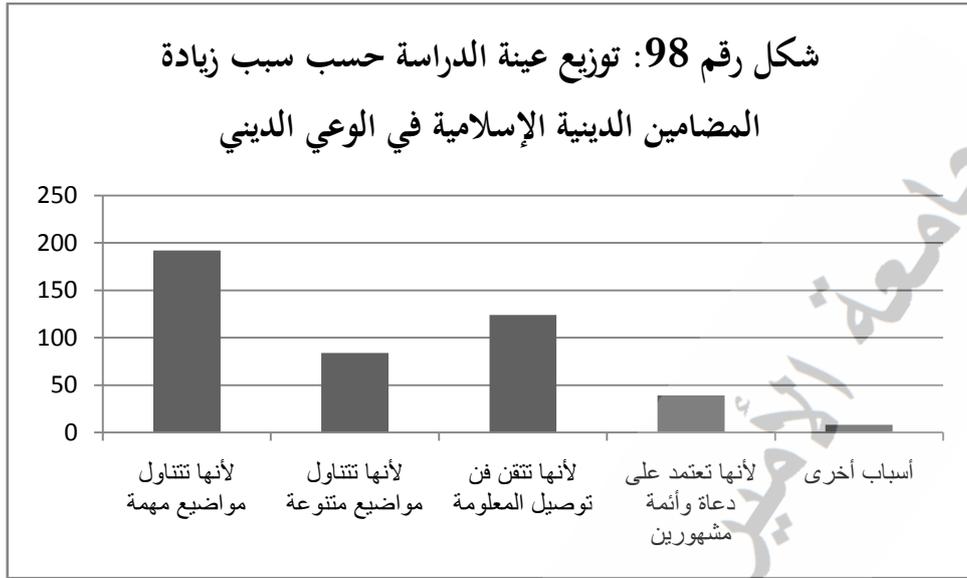
جدول رقم "97": توزيع عينة الدراسة حسب سبب عدم زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني

النسب	التكرارات	سبب عدم الزيادة في الوعي الديني
100%	2	لأنه يتناول مواضيع مكررة
/	/	لأنه يتناول المواضيع السطحية
/	/	لأنه يتناول المواضيع المثيرة وليس المهمة
/	/	أسباب أخرى
100%	2	المجموع

يمثل الجدول رقم "97" توزيع عينة الدراسة حسب أسباب عدم زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني وقد اختارت الباحثتان سبب "لأنه يتناول مواضيع مكررة" بنسبة 100%، وحسب رأيهما فإن المواضيع أصبحت من كثرة إعادة التطرق إليها تمتاز بالرتابة والروتين وبالتالي لاتزيد شيئا.

جدول رقم "98": توزيع عينة الدراسة حسب سبب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني

النسب	التكرارات	سبب الزيادة في الوعي الديني
42.95%	192	لأنها تتناول مواضيع مهمة
18.79%	84	لأنها تتناول مواضيع متنوعة
27.74%	124	لأنها تتقن فن توصيل المعلومة
8.72%	39	لأنها تعتمد على دعاة وأئمة مشهورين
1.78%	8	أسباب أخرى
100%	447	المجموع



يمثل الجدول والشكل رقم "98" توزيع عينة الدراسة حسب أسباب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني وقد جاء خيار "لأنها تتناول مواضيع مهمة" في المقام الأول بمجموع 192 مفردة ونسبة 42.95%، يليه خيار "لأنها تتقن فن توصيل المعلومة" بمجموع 124 ونسبة 27.74%، ثم خيار "لأنها تتناول مواضيع متنوعة" بمجموع 84 مفردة ونسبة 18.79%، وبعده خيار "لأنها تعتمد على دعاة وأئمة مشهورين" بمجموع 39 مفردة ونسبة 8.72%، وأخيرا "أسباب أخرى" ب 8 مفردات ونسبة 1.78%.

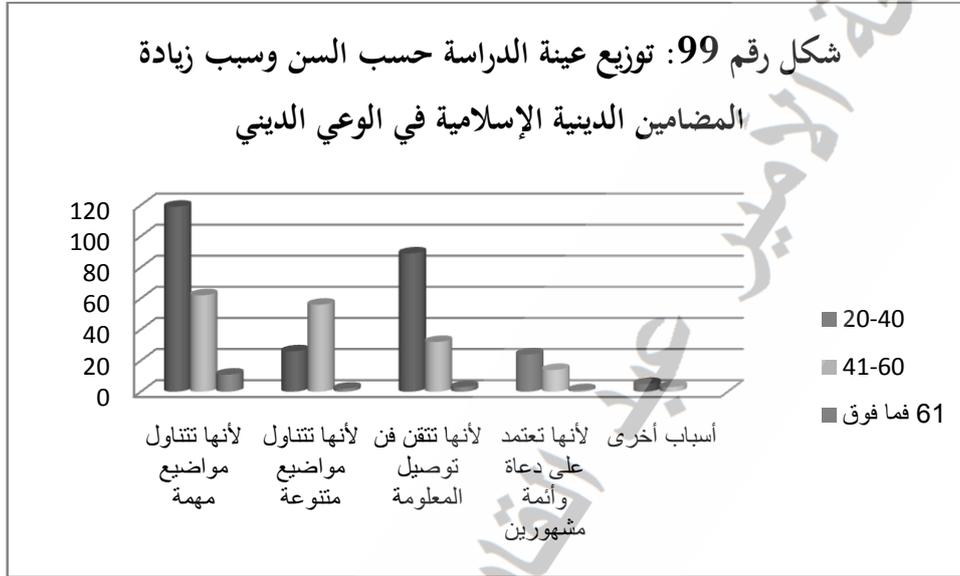
جدول رقم "99": توزيع عينة الدراسة حسب السن وسبب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في

الوعي الديني

المجموع	السن						سبب الزيادة في الوعي الديني
	61 فما فوق	60-41		40-20			
192	%64.7	11	%37.12	62	%45.24	119	لأنها تتناول مواضيع مهمة
84	%11.76	2	%33.53	56	%9.88	26	لأنها تتناول مواضيع متنوعة
124	%17.64	3	%19.16	32	%33.84	89	لأنها تتقن فن توصيل المعلومة
39	%5.88	1	%8.38	14	%9.12	24	لأنها تعتمد على دعاة وأئمة مشهورين
8	/	/	%1.79	3	%1.90	5	أسباب أخرى
447	%100	17	%100	167	%100	263	المجموع

كا² = 61.68.

كا² الجدولية تساوي 15.51 تحت 8 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "99" توزيع عينة الدراسة حسب السن وأسباب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني وجاءت النتائج على الشكل الآتي:

بالنسبة للفئة العمرية من 20-40 سنة جاء خيار "لأنها تتناول مواضيع مهمة" في المقام الأول بمجموع 119 مفردة ونسبة 45.24%، يليه خيار "لأنها تتقن فن توصيل المعلومة" بمجموع 89 مفردة ونسبة 33.84%، ثم خيار "لأنها تتناول مواضيع متنوعة" بمجموع 26 مفردة ونسبة 9.88%، وبعده خيار "لأنها تعتمد على دعاة وأئمة مشهورين" بمجموع 24 مفردة ونسبة 9.12%، وأخيرا "أسباب أخرى" ب5 مفردات ونسبة 1.90%.

أما بالنسبة للفئة العمرية من 41-60 سنة فقد جاء خيار "لأنها تتناول مواضيع مهمة" في المقام الأول كذلك بمجموع 62 مفردة ونسبة 37.12%، يليه خيار "لأنها تتناول مواضيع متنوعة" بمجموع 56 مفردة ونسبة 33.53%، ثم خيار "لأنها تتقن فن توصيل المعلومة" بمجموع 32 مفردة ونسبة 19.16%، وبعده

خيار "لأنها تعتمد على دعاة وأئمة مشهورين" بمجموع 14 مفردة ونسبة 8.38%، وأخيرا "أسباب أخرى" ب 3 مفردات ونسبة 1.79%.

وفي الأخير بالنسبة للفئة العمرية من 61 سنة فما فوق جاء خيار "لأنها تتناول مواضيع مهمة" في المقام الأول كذلك بمجموع 11 مفردة ونسبة 64.7%، يليه خيار "لأنها تتقن فن توصيل المعلومة" بمجموع 3 مفردات ونسبة 17.64%، ثم خيار "لأنها تتناول مواضيع متنوعة" بمفردتين ونسبة 11.67%، وبعده خيار "لأنها تعتمد على دعاة وأئمة مشهورين" بمفردة واحدة ونسبة 5.88%.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص السن وسبب الزيادة في الوعي الديني، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 61.68، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 15.51 تحت 7 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "100": توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وسبب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني

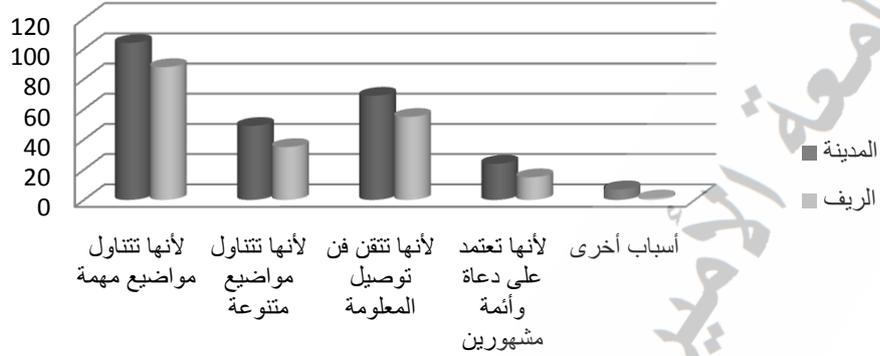
المجموع	مكان الإقامة		سبب الزيادة في الوعي الديني
	الريف	المدينة	
192	88 (45.36%)	104 (41.10%)	لأنها تتناول مواضيع مهمة
84	35 (18.04%)	49 (19.36%)	لأنها تتناول مواضيع متنوعة
124	55 (28.35%)	69 (27.27%)	لأنها تتقن فن توصيل المعلومة
39	15 (7.73%)	24 (9.48%)	لأنها تعتمد على دعاة وأئمة مشهورين
8	1 (0.51%)	7 (2.76%)	أسباب أخرى
447	194 (100%)	253 (100%)	المجموع

كا² = 4.06.

كا² الجدولية تساوي 9.49 تحت 4 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

شكل رقم 100: توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وسبب

زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني



يمثل الجدول والشكل رقم "100" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وأسباب زيادة المضامين الدينية

الإسلامية في الوعي الديني وجاءت النتائج على الشكل الآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية في المدينة جاء خيار "لأنها تتناول مواضيع مهمة" في المقام الأول بمجموع 104 مفردات ونسبة 41.10%، يليه خيار "لأنها تتقن فن توصيل المعلومة" بمجموع 69 مفردة ونسبة 27.27%، ثم خيار "لأنها تتناول مواضيع متنوعة" بمجموع 49 مفردة ونسبة 19.36%، وبعده خيار "لأنها تعتمد على دعاة وأئمة مشهورين" بمجموع 24 مفردة ونسبة 9.48%، وأخيرا "أسباب أخرى" ب 7 مفردات ونسبة 1.90%.

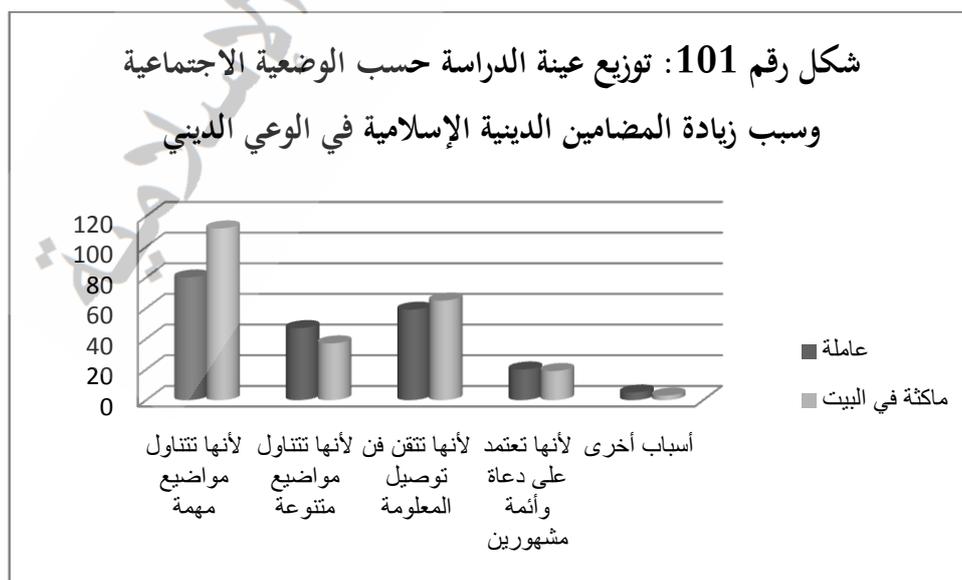
أما بالنسبة للمرأة القسنطينية في الريف فقد جاء خيار "لأنها تتناول مواضيع مهمة" في المقام الأول كذلك بمجموع 88 مفردة ونسبة 45.36%، يليه خيار "لأنها تتقن فن توصيل المعلومة" بمجموع 55 مفردة ونسبة 28.35%، ثم خيار "لأنها تتناول مواضيع متنوعة" بمجموع 35 مفردة ونسبة 18.04%، وبعده خيار "لأنها تعتمد على دعاة وأئمة مشهورين" بمجموع 15 مفردة ونسبة 7.73%، وأخيرا "أسباب أخرى" بمفردة ونسبة 0.51%.

وبعد تطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص مكان الإقامة وسبب الزيادة في الوعي الديني، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة 4.06، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 9.49 تحت 4 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "101": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وسبب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني

المجموع	الوضعية الاجتماعية		سبب الزيادة في الوعي الديني		
	ماكنة في البيت	عاملة	عاملة	ماكنة في البيت	
192	47.45%	112	37.91%	80	لأنها تتناول مواضيع مهمة
84	15.67%	37	22.27%	47	لأنها تتناول مواضيع متنوعة
124	27.54%	65	27.96%	59	لأنها تتقن فن توصيل المعلومة
39	8.05%	19	9.47%	20	لأنها تعتمد على دعاة وأئمة مشهورين
8	1.27%	3	2.36%	5	أسباب أخرى
447	100%	236	100%	211	المجموع

كاي² = 7.49
كاي² الجدولية تساوي 9.49 تحت 4 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "101" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وأسباب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني وجاءت النتائج على الشكل الآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية العاملة جاء خيار "لأنها تتناول مواضيع مهمة" في المقام الأول بمجموع 80 مفردات ونسبة 37.91%، يليه خيار "لأنها تتقن فن توصيل المعلومة" بمجموع 59 مفردة ونسبة 27.96%، ثم خيار "لأنها تتناول مواضيع متنوعة" بمجموع 47 مفردة ونسبة 22.27%، وبعده خيار "لأنها تعتمد على دعاة وأئمة مشهورين" بمجموع 20 مفردة ونسبة 9.47%، وأخيرا "أسباب أخرى" ب 5 مفردات ونسبة 1.90%.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية الماكثة في البيت فقد جاء خيار "لأنها تتناول مواضيع مهمة" في المقام الأول كذلك بمجموع 112 مفردة ونسبة 47.45%، يليه خيار "لأنها تتقن فن توصيل المعلومة" بمجموع 65 مفردة ونسبة 27.54%، ثم خيار "لأنها تتناول مواضيع متنوعة" بمجموع 37 مفردة ونسبة 15.67%، وبعده خيار "لأنها تعتمد على دعاة وأئمة مشهورين" بمجموع 19 مفردة ونسبة 8.05%، وأخيرا "أسباب أخرى" ب 3 مفردات ونسبة 1.27%.

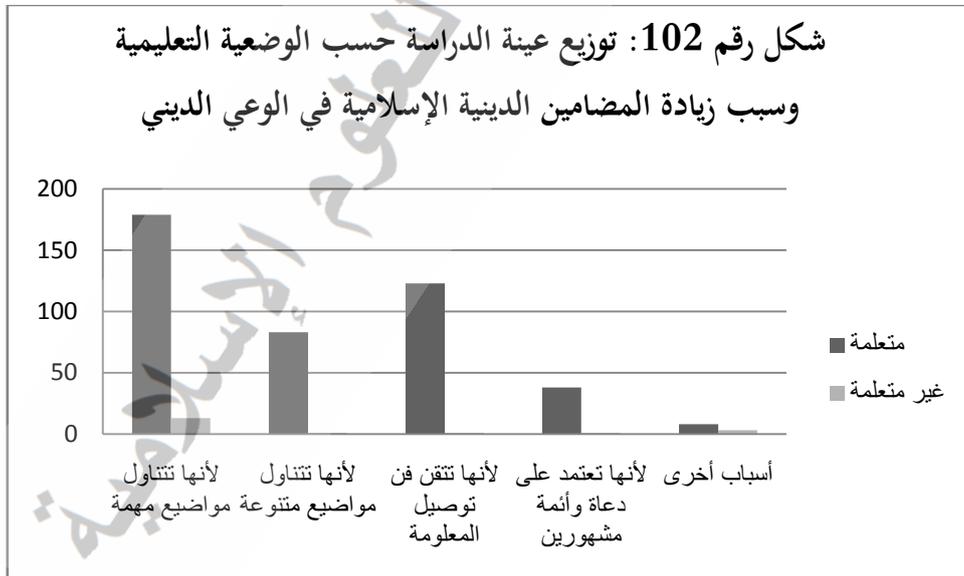
وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية الاجتماعية وسبب الزيادة في الوعي الديني، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 7.49، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 9.49 تحت 4 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "102": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وسبب زيادة المضامين الدينية

الإسلامية في الوعي الديني

المجموع	الوضعية التعليمية		سبب الزيادة في الوعي الديني		
	غير متعلمة	متعلمة	غير متعلمة	متعلمة	
192	81.25%	13	41.53%	179	لأنها تتناول مواضيع مهمة
84	6.25%	1	19.25%	83	لأنها تتناول مواضيع متنوعة
124	6.25%	1	28.53%	123	لأنها تتقن فن توصيل المعلومة
39	6.25%	1	8.81%	38	لأنها تعتمد على دعاة وأئمة مشهورين
8	/	/	1.85%	8	أسباب أخرى
447	100%	16	100%	431	المجموع

كا² = 10.16.
كا² الجدولية تساوي 9.49 تحت 4 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "102" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وأسباب زيادة المضامين

الدينية الإسلامية في الوعي الديني وجاءت النتائج على الشكل الآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية المتعلمة جاء خيار "لأنها تتناول مواضيع مهمة" في المقام الأول بمجموع 179 مفردة ونسبة 41.53%، يليه خيار "لأنها تتقن فن توصيل المعلومة" بمجموع 123 مفردة ونسبة 28.53%، ثم خيار "لأنها تتناول مواضيع متنوعة" بمجموع 83 مفردة ونسبة 19.25%، وبعده خيار "لأنها تعتمد على دعاة وأئمة مشهورين" بمجموع 38 مفردة ونسبة 8.81%، وأخيرا "أسباب أخرى" ب 8 مفردات ونسبة 1.85%.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية غير المتعلمة فقد جاء خيار "لأنها تتناول مواضيع مهمة" في المقام الأول كذلك بمجموع 13 مفردة ونسبة 81.25%، يليه خيار "لأنها تتقن فن توصيل المعلومة" و"لأنها تتناول مواضيع متنوعة" وخيار "لأنها تعتمد على دعاة وأئمة مشهورين" بمفردة واحدة ونسبة 6.25%. وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية التعليمية وسبب الزيادة في الوعي الديني، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 10.16، وهي أكبر من الجدولية، والتي بلغت 9.49 تحت 4 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "103" توزيع عينة الدراسة حسب درجة الزيادة في المعلومات.

النسب	التكرارات	درجة الزيادة في المعلومات
42.85%	123	كثيرا جدا
50.87%	146	كثيرا
6.27%	18	قليلًا
/	/	قليلًا جدا
/	/	لا تزيد
100%	287	المجموع

شكل رقم 103: توزيع عينة الدراسة حسب درجة الزيادة في المعلومات



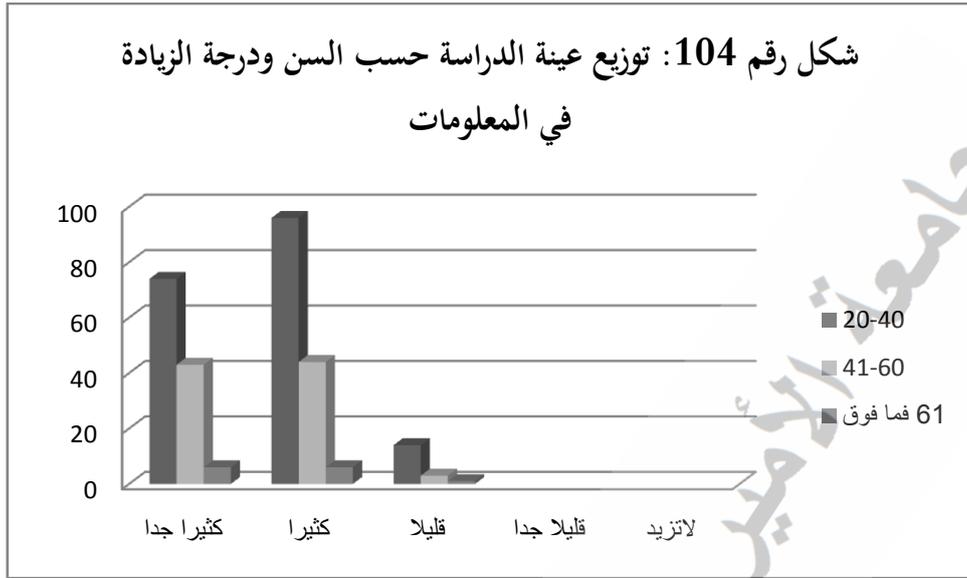
يمثل الجدول والشكل رقم "103" توزيع عينة الدراسة حسب درجة زيادة المضامين الدينية الإسلامية في المعلومات، وجاء اختيار "كثيرا" في مقدمة التفضيلات بمجموع 146 مفردة ونسبة 50.87%، يليه خيار "كثيرا جدا" بمجموع 123 مفردة ونسبة 42.85%، ثم "قليلًا" ب 18 مفردة ونسبة 6.27%، ولم تحظ بقية الخيارات بأية تفضيلات.

جدول رقم "104" توزيع عينة الدراسة حسب السن ودرجة الزيادة في المعلومات.

المجموع	السن						درجة الزيادة في المعلومات
	61 فما فوق	60-41		40-20			
123	%46.15	6	%47.77	43	%40.21	74	كثيرا جدا
146	%46.15	6	%48.88	44	%52.17	96	كثيرا
18	%7.69	1	%3.33	3	%7.60	14	قليلًا
/	/	/	/	/	/	/	قليلًا جدا
/	/	/	/	/	/	/	لا تزيد
287	%100	13	%100	90	%100	184	المجموع

$$كا^2 = 5.43$$

كا² الجدولية تساوي 9.49 تحت 4 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "104" توزيع عينة الدراسة حسب السن ودرجة زيادة المضامين الدينية الإسلامية في المعلومات، وجاءت النتائج كالتالي:

بالنسبة للفئة العمرية من 20-40 سنة جاء اختيار "كثيرا" في مقدمة التفضيلات بمجموع 96 مفردة ونسبة 52.17%، يليه خيار "كثيرا جدا" بمجموع 74 مفردة ونسبة 40.21%، ثم "قليلًا" ب 14 مفردة ونسبة 7.60%، ولم تحظ بقية الخيارات بأية تفضيلات لدى هاته الفئة.

أما بالنسبة للفئة العمرية من 41-60 سنة جاء اختيار "كثيرا" في مقدمة التفضيلات كذلك بمجموع 44 مفردة ونسبة 48.88%، يليه خيار "كثيرا جدا" بمجموع 43 مفردة ونسبة 47.77%، ثم "قليلًا" ب 3 مفردات ونسبة 3.33%، ولم تحظ بقية الخيارات بأية تفضيلات لدى هاته الفئة كذلك.

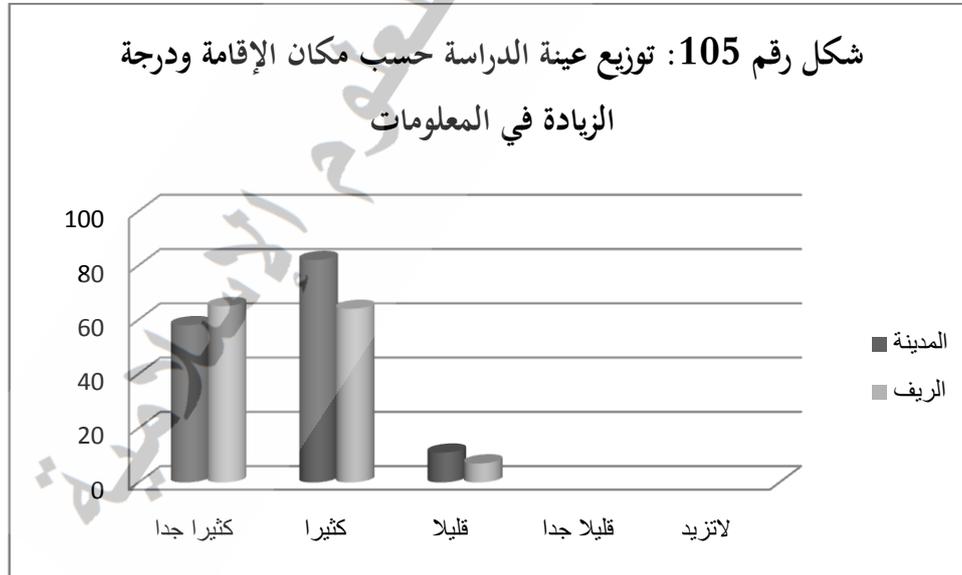
وأخيرا بالنسبة للفئة العمرية من 61 سنة فما فوق جاء اختيار "كثيرا جدا" و "كثيرا" في مقدمة التفضيلات ب 6 مفردات ونسبة 46.15%، ثم "قليلًا" ب مفردة واحدة ونسبة 7.69%، ولم تحظ بقية الخيارات بأية تفضيلات لدى هاته الفئة كذلك.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص السن ودرجة الزيادة في المعلومات، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 5.43، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 9.49 تحت 4 درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "105" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة ودرجة الزيادة في المعلومات.

المجموع	مكان الإقامة		درجة الزيادة في المعلومات	
	60-41	40-20	كثيرا جدا	كثيرا
123	%47.77	65	%38.41	58
146	%48.88	64	%54.30	82
18	%3.33	7	%7.28	11
/	/	/	/	/
/	/	/	/	/
287	%100	136	%100	151

ك² = 2.7.
ك² الجدولية تساوي 5.99 تحت درجتى حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "105" توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة ودرجة زيادة المضامين الدينية الإسلامية في المعلومات، وجاءت النتائج كالآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية في المدينة جاء اختيار "كثيرا" في مقدمة التفضيلات بمجموع 82 مفردة ونسبة 54.30%، يليه خيار "كثيرا جدا" بمجموع 58 مفردة ونسبة 38.41%، ثم "قليلًا" ب 11 مفردة ونسبة 7.28%، ولم تحظ بقية الخيارات بأية تفضيلات.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية في الريف جاء اختيار "كثيرا جدا" في مقدمة التفضيلات بمجموع 65 مفردة ونسبة 47.76%، يليه خيار "كثيرا" بمجموع 64 مفردة ونسبة 47.05%، ثم "قليلًا" ب 7 مفردات ونسبة 5.14%، ولم تحظ بقية الخيارات بأية تفضيلات.

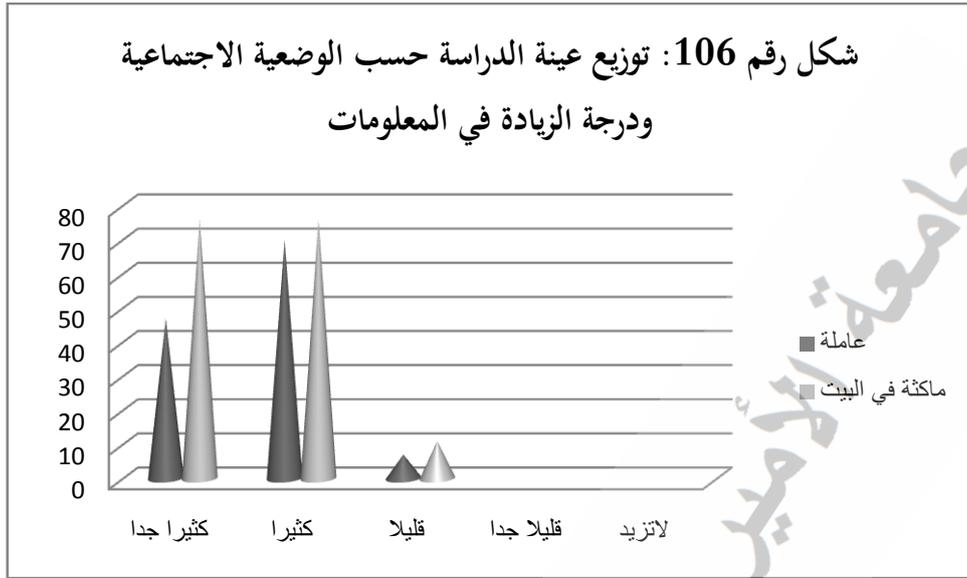
وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص مكان الإقامة ودرجة الزيادة في المعلومات، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 2.7، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 5.99 تحت درجي حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "106" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية ودرجة الزيادة في المعلومات.

المجموع	الوضعية الاجتماعية		درجة الزيادة في المعلومات	
	مأكنة في البيت	عاملة	كثيرا جدا	كثيرا
123	47.77%	76	37.90%	47
146	48.88%	76	56.45%	70
18	3.33%	11	5.64%	7
/	/	/	/	/
/	/	/	/	/
287	100%	163	100%	124

كا² = 2.18.

كا² الجدولية تساوي 5.99 تحت درجي حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول رقم "106" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية ودرجة زيادة المضامين الدينية الإسلامية في المعلومات، وجاءت النتائج كالآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية العاملة جاء اختيار "كثيرا" في مقدمة التفضيلات بمجموع 70 مفردة ونسبة 56.45%، يليه خيار "كثيرا جدا" بمجموع 47 مفردة ونسبة 37.90%، ثم "قليلا" ب 7 مفردات ونسبة 5.64%، ولم تحظ بقية الخيارات بأية تفضيلات.

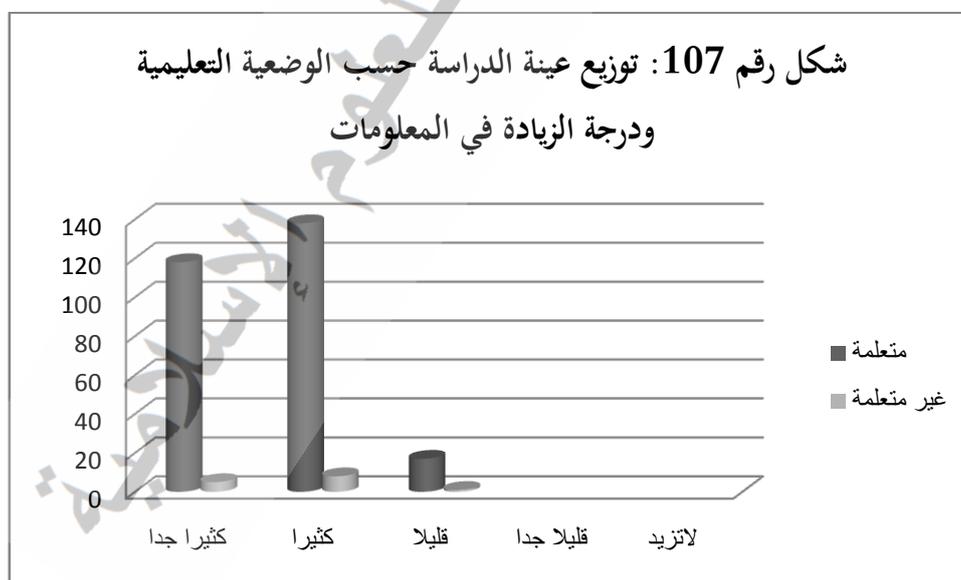
أما بالنسبة للمرأة القسنطينية المأكنة في البيت جاء اختيار "كثيرا جدا" و "كثيرا" في مقدمة التفضيلات بمجموع 76 مفردة ونسبة 64.62%، ثم "قليلا" ب 11 مفردة ونسبة 6.74%، ولم تحظ بقية الخيارات بأية تفضيلات كذلك.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية الاجتماعية ودرجة الزيادة في المعلومات، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 2.18، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 5.99 تحت درجي حرية ومستوى ثقة 95%.

جدول رقم "107" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية ودرجة الزيادة في المعلومات.

المجموع	الوضعية التعليمية		درجة الزيادة في المعلومات		
	غير متعلمة	متعلمة	غير متعلمة	متعلمة	
123	%35.71	5	%43.22	118	كثيرا جدا
146	%57.14	8	%50.54	138	كثيرا
18	%7.14	1	%6.22	17	قليلًا
/	/	/	/	/	قليلًا جدا
/	/	/	/	/	لاتزيد
287	%100	14	%100	273	المجموع

كا² = 0.27 .
 كا² الجدولية تساوي 5.99 تحت درجتى حرية ومستوى ثقة 95%.



يمثل الجدول والشكل رقم "107" توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية ودرجة زيادة المضامين الدينية الإسلامية في المعلومات، وجاءت النتائج كالآتي:

بالنسبة للمرأة القسنطينية المتعلمة جاء اختيار "كثيرا" في مقدمة التفضيلات بمجموع 138 مفردة ونسبة 50.54%، يليه خيار "كثيرا جدا" بمجموع 118 مفردة ونسبة 43.22%، ثم "قليلا" ب 17 مفردة ونسبة 6.22%، ولم تحظ بقية الخيارات بأية تفضيلات.

أما بالنسبة للمرأة القسنطينية غير المتعلمة جاء اختيار "كثيرا" في مقدمة التفضيلات بمجموع 8 مفردات ونسبة 57.14%، ثم "كثيرا جدا" ب 5 مفردات ونسبة 35.71% ثم "قليلا" ب مفردة واحدة ونسبة 7.14%، ولم تحظ بقية الخيارات بأية تفضيلات كذلك.

وبعد تطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص الوضعية التعليمية ودرجة الزيادة في المعلومات، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 0.27، وهي أقل من الجدولية، والتي بلغت 5.99 تحت درجي حرية ومستوى ثقة 95%.

نتائج الدراسة الميدانية

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

نتائج الدراسة الميدانية:

بعد الانتهاء من إجراءات الدراسة الميدانية، والقيام بعملية تبويب البيانات، والتعليق عليها وتفسيرها، توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج أهمها:

1) بالنسبة لأفراد العينة الذين يتابعون المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام أجابت 293 من المبحوثات ب: نعم وذلك بنسبة تقدر ب 97.66%، فيما أجابت 7 مبحوثات ب لا بنسبة 2.33%، وهذا ما يدعونا للقول بأن متابعة المضامين الدينية عبر مختلف وسائل الإعلام تحظى بنسبة عالية من قبل المرأة القسنطينية.

2) أجابت 160 مفردة أي ما يعادل نسبة 100% من مفردات العينة في المدينة، أهن تتابعن المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام، في حين نجد 133 مفردة بنسبة 95% من المجيبات بنعم في الريف. أما بالنسبة للمجيبات ب لا وهن اللواتي لا يتابعن المضامين الدينية، فقد قدر عددهن ب 0 مفردة في المدينة، مقابل 7 مفردات في الريف بنسبة 5%.

3) أجابت 128 مفردة أي ما يعادل نسبة 96.24% من العاملات من مفردات العينة، أهن تتابعن المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام، في حين نجد 165 مفردة بنسبة 98.8% من المجيبات بنعم من الماكثات في البيت، وهذا الفارق في الأرقام بديهي باعتبار انشغال المرأة العاملة بمهام إضافية مقارنة بنظيرتها الماكثة في البيت والتي لها فرصة أكبر لمتابعة هذه البرامج.

أما بالنسبة للمجيبات ب لا وهن اللواتي لا يتابعن المضامين الدينية، فقد قدر عددهن ب 5 مفردات بالنسبة للعاملات بنسبة 3.75%، مقابل مفردتين من الماكثات في البيت بنسبة 1.19%.

4) بالنسبة لمتابعة المضامين الدينية والوضعية التعليمية أجابت 277 مفردة أي ما يعادل نسبة 97.53% من المتعلمات من مفردات العينة، أهن تتابعن المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام، في حين نجد 16 مفردة بنسبة 100% من المجيبات بنعم من غير المتعلمات.

أما بالنسبة للمجيبات ب لا وهن اللواتي لا يتابعن المضامين الدينية، فقد قدر عددهن ب 7 مفردات بالنسبة للمتعلقات بنسبة 2.46%، مقابل 0 مفردة بالنسبة لغير المتعلمات.

5) تراوحت أسباب عدم متابعة المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام، بين مفردة واحدة من المبحوثات لإجابة "لأن المضامين لاتستهويك" وذلك بنسبة 14.28%، فيما اختارت الجواب الثاني وهو "لاتتابعينها فقط دون سبب" 4 مفردات بنسبة 57.14%، وبالنسبة للخيار الثالث وهو "تتابعين برامج أخرى" فلدينا مفردتين بنسبة 28.57%، فيما لم يحظ الاختيار الأخير "أسباب أخرى" بأي مفردة.

6) فيما يتعلق بالوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، ومن خلال المعطيات، نلاحظ أن "القنوات التلفزيونية" جاءت في صدارة التفضيلات بما مجموعه 263 مفردة ونسبة تقدر ب 60.59%، فيما جاءت في المرتبة الثانية "أخرى تذكر" بمجموع 75 مفردة، ونسبة 17.28%. أما في المرتبة الثالثة فنجد "القنوات الإذاعية"، والتي بلغ عدد مفرداتها 71 مفردة بنسبة 16.35%، وفي المرتبة الرابعة لدينا "الصحافة المكتوبة" ب: 25 مفردة ونسبة تقدر ب 5.76%. وبالنسبة للوسائل الأخرى التي ذكرتها المبحوثات فقد تنوعت بين الانترنت بمختلف مواقعها، والتي جاءت في صدارة التفضيلات، إضافة إلى الكتب والمطويات والندوات وغيرها. وهذا الترتيب منطقي على اعتبار مايميز وسيلة التلفزيون من خصائص الصورة والصوت والمؤثرات المختلفة تجعلها تحظى بهذه النسبة من الإقبال مقارنة بغيرها من الوسائل.

7) من خلال إجابات المبحوثات فيما يخص دوافع متابعة المضامين الدينية الإسلامية، جاء في صدارة التفضيلات دافع "لإثراء المعلومات في هذا الجانب" بمجموع 171 مفردة ونسبة 29.53%، يليه دافع "لأنها تجعلك تراجعين نفسك" بمجموع 151 مفردة ونسبة 26.07%، بينما جاء في الترتيب الثالث دافع "لأنها تجيب على تساؤلاتك" ب 146 مفردة ونسبة 25.21%، ثم دافع "لأن مضامينه تجلب اهتمامك" ب 93 مفردة ونسبة 16.06%، وفي الأخير نجد اختيار "دوافع أخرى" بمجموع 18 مفردة ونسبة 3.10%.

وقد تراوحت الدوافع الأخرى التي أضافتها المبحوثات بين تعميق الغذاء الروحي، والثقافة العامة وتذكير النفس والتقرب إلى الخالق عز وجل، والتي كانت في مجملها متداخلة مع الاختيارات المقترحة من طرف

الباحثة. وبحسب المبحوثات ووفقا لما تطلعتنا به النتائج فإن أهم سبب لإقبال المرأة على هذا النوع من البرامج هو زيادة المعارف في هذا الجانب والحرص على الاطلاع على المزيد من المعلومات الدينية.

(8) أهم دافع اختارته المبحوثات لمتابعة المضامين الدينية والذي جاء في الصدارة سواء في المدينة أو الريف فقد كان "لإثراء المعلومات في هذا الجانب".

(9) جاء اختيار "غالبا" في المرتبة الأولى ب 197 تكرارا ونسبة 67.23% من حيث درجة متابعة المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام، يليه في المرتبة الثانية "دائما" ب 51 تكرارا ونسبة 17.40%، وفي الأخير "نادرا" ب 45 تكرارا ونسبة 15.35%، وهذا الاختيار مرده حسب المبحوثات إلى الانشغال بمختلف الأعمال وضيق الوقت.

(10) جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات من حيث عدد الأيام التي تتابع فيها المرأة القسنطينية المضامين الدينية الإسلامية بمجموع 205 مفردة ونسبة 69.96%، وهي النسبة الأكبر والتي سجلت ارتفاعا مقارنة بالاختيار الذي جاء في المرتبة الثانية وهو "يوما" بمجموع 31 مفردة ونسبة 10.58%، وبعدها اختيار "3 أيام" ب 15 مفردة ونسبة 5.11%، يليه "4 أيام" ب 13 مفردة ونسبة 4.43%، ثم "يومان" و "يوم واحد" ب 10 تكرارات ونسبة 3.41% لكل منهما، ثم "6 أيام" ب 5 تكرارات ونسبة 2.04%، وأخيرا اختيار "5 أيام" ب 4 تكرارات ونسبة 1.36%.

(11) فيما يخص الأيام المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، قد جاء اختيار "حسب الظروف" في المرتبة الأولى بمجموع 164 تكرارا ونسبة 43.27%، يليه يوم "الجمعة" ب 104 تكرارا ونسبة 27.44%، ثم يوم "الخميس" ب 33 تكرارا ونسبة 8.7%، يليه يوم "السبت" ب 28 تكرارا ونسبة 7.38%، ثم "الاثنين" ب 23 تكرارا ونسبة 6.06%، وبعده يوم "الأحد" ب 11 تكرارا ونسبة 2.9%، وأخيرا يومي "الثلاثاء" و"الأربعاء" بمجموع 8 تكرارات ونسبة 2.11%. وجاءت الخيارات كما هو موضح لتبين عدم الاستقرار في المتابعة بسبب عدم التفرغ الكلي لهاته الفئة وانشغالها بالأعمال المنزلية وغيرها، أما مجيء يوم الجمعة في المرتبة الثانية كونه

مناسبة دينية خاصة وبالتالي يكثر فيه هذا النوع من البرامج إضافة إلى أنه يعتبر يوم عطلة خاصة بالنسبة للمرأة العاملة.

12) من حيث الفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، جاء اختيار "حسب الظروف" في صدارة التفضيلات بمجموع 125 مفردة ونسبة 37.31%، ثم "ليلاً" بمجموع 60 مفردة ونسبة 17.91%، ثم "مساءً" بـ 56 مفردة ونسبة 16.71%، ثم "بعد الظهر" بـ 45 مفردة ونسبة 13.43%، ثم "صباحاً" بـ 29 مفردة ونسبة 8.65%، وأخيراً "ظهراً" بـ 20 مفردة ونسبة 5.97%.

13) احتل خيار "حسب الظروف" دائماً المرتبة الأولى من حيث تفضيلات المرأة القسنطينية فيما يخص الحجم الساعي المخصص لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية بمجموع 153 تكراراً ونسبة 52.21%، يليه خيار "من ساعة إلى ساعتين" بمجموع 103 تكراراً ونسبة 35.15%، ثم "أقل من ساعة" بـ 22 تكراراً ونسبة 7.5%، وأخيراً "3 ساعات فأكثر" بـ 15 تكراراً ونسبة 5.11%.

14) أما من حيث القيام بأعمال أخرى ومتابعة المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، أجابت 120 مفردة بـ "نعم" وذلك بنسبة 40.95%، فيما أجابت البقية والمقدر عددهن بـ 147 مفردة ونسبة 59.04% بـ "لا" أي باكتفائهن وتفرغهن للمتابعة دون القيام بأعمال أخرى أثناءها.

15) فيما يخص الأعمال المرافقة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام، جاء في مقدمة هذه الأعمال بالنسبة لتفضيلات المرأة القسنطينية "الأعمال المنزلية" في المقام الأول بـ 103 مفردة ونسبة 78.03%، يليه "الأكل والشرب" بـ 18 مفردة ونسبة 13.63%، ثم "أعمال أخرى" بـ 11 مفردة ونسبة 8.33%، وقد تركزت هذه الأخيرة من خلال المبحوثات في القيام بالحرف اليدوية كالخياطة مثلاً، وجاءت الأعمال المنزلية في الصدارة لأنه وحسب بعض المبحوثات يتزامن عرض أهم البرامج المفضلة مع قيام المرأة بمهامها اليومية وبالتالي عدم التفرغ التام للمتابعة.

16) جاءت إجابات المبحوثات عن سؤال حول أهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية كالآتي: قناة "اقرأ" بمجموع 94 مفردة ونسبة 13.80%، ثم قناتي "الرسالة" و"النهار" بمجموع 41 مفردة ونسبة 11.54%، ثم "قناة القرآن 5" بمجموع 36 مفردة ونسبة

10.14%، ثم قناة "الأرضية الجزائرية" بمجموع 29 مفردة ونسبة 8.16%، ثم قناة "المجد 3" بمجموع 28 مفردة ونسبة 7.88%، ثم قناة "الرحمة" بمجموع 24 مفردة ونسبة 6.76%، ثم قناة "العفاسي" ب 13 مفردة ونسبة 3.66%، ثم قناة "العريفي" ب: 12 مفردة ونسبة 3.83%، ثم قناة "السعودية قرآن" ب 11 مفردة ونسبة 3.09%، ثم قناة "الأنيس" و"الناس" ب 9 مفردات ونسبة 2.53%، وأخيرا قناة "نور دبي" ب 8 مفردات بنسبة 2.25%. وجاءت قناة "اقرأ" في صدارة التفضيلات نظرا لكونها من أوائل القنوات الرائدة في مجال الإعلام الديني الإسلامي.

17) حول أهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية، وحسب الأرقام فإن "إذاعة سيرتا" جاءت في صدارة التفضيلات ب 36 مفردة ونسبة 53.73%، ثم "إذاعة القرآن الكريم" ب 27 مفردة ونسبة 40.29%، وفي الأخير "القناة الأولى الجزائرية" ب 4 مفردات ونسبة 5.97%. وجاءت سيرتا في المقدمة باعتبارها القناة الإذاعية المحلية لمنطقة قسنطينة، وتميزها بمجموعة من البرامج الدينية التفاعلية وخاصة يوم الجمعة "برنامج الفتاوى".

18) جاءت صحيفة "الشروق" في صدارة التفضيلات فيما يخص أهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية، بمجموع 11 تكرارا ونسبة 29.72%، ثم صحيفة "الخبر" ب 10 تكرارات ونسبة 27.02%، ثم صحيفة "اقرأ" ب 6 تكرارات ونسبة 16.21%، وبعدها صحيفة "النهار" ب 4 تكرارات ونسبة 10.81%، ثم صحيفة "العربي" ب 3 تكرارات ونسبة 8.10%، ثم كل من "البصائر" و"القلم" و"النصر" بمفردة واحدة ونسبة 2.7%. وقد احتلت الصحف العامة صدارة التفضيلات من خلال التزامها بتقديم صفحات دينية يومية ثابتة لقرائها وهي متنوعة المضامين تلبي إلى حد ما رغبات القراء في هذا المجال.

19) أظهرت النتائج فيما يخص المضامين الدينية الإسلامية المفضلة لدى المرأة القسنطينية، أن صدارة التفضيلات كانت ل: "القرآن الكريم" بمجموع 193 مفردة ونسبة 38.06%، ثم "الفتاوى" بمجموع 140 مفردة ونسبة 27.61%، ثم "موضوعات متنوعة" بمجموع 136 مفردة ونسبة 26.82%، وبعدها "الحصص الحوارية" بمجموع 43 مفردة ونسبة 8.48%، ثم "العبادات" ب 25 مفردة ونسبة 4.93%، وأخيرا "التاريخ والتراث" ب 11 مفردة ونسبة 2.16%.

20) حول كيفية التعامل مع المواضيع، ومن خلال الأرقام نلاحظ أن 200 مفردة يفضلن خيار "تناقشيتها مع العائلة" في التعامل مع المواضيع بنسبة 56.98%، في حين تفضل 91 مفردة خيار "تناقشيتها مع الأصدقاء" بنسبة 25.92%، وأخيرا 60 مفردة لخيار "تكتفين بالمتابعة" بنسبة 17.09%، وبهذا نستنتج أن النسبة الأكبر من المبحوثات تفضلن مناقشة المضامين الدينية المتابعة مع العائلة بغرض تبادل المعلومات ومشاركتها.

21) بالنسبة للدعاة والأئمة المفضلين، احتل المرتبة الأولى من حيث تفضيلات المبحوثات "شمس الدين" بمجموع 55 تكرارا ونسبة 15.85%، ثم "محمد العريفي" بمجموع 43 تكرارا ونسبة 12.39%، وبعده "عمرو خالد" بمجموع 39 مفردة ونسبة 11.23%، ثم "عائض القرني" بمجموع 36 تكرارا ونسبة 10.37%، ثم "عمر عبد الكافي" بمجموع 31 تكرارا ونسبة 8.93%، وبعده "وسيم يوسف" و "محمد راتب النابلسي" بمجموع 30 تكرارا ونسبة 8.64%، ثم "محمد حسان" و "أبو عبد السلام" بمجموع 25 تكرارا ونسبة 7.20%، ثم "مصطفى حسني" بمجموع 23 تكرارا ونسبة 6.62%، وأخيرا "طارق السويدان" بمجموع 10 مفردات ونسبة 2.88%.

22) حول سبب تفضيل الدعاة و الأئمة، جاء في مقدمة الأسباب بالنسبة للمبحوثات "البساطة في تناول القضايا" بمجموع 203 مفردة ونسبة 55.31%، ثم "اللغة الواضحة والمفهومة" بمجموع 111 مفردة ونسبة 30.24%، ثم "أسباب أخرى" ب 29 مفردة ونسبة 7.90%، وأخيرا "شهرتهم الواسعة" بمجموع 24 مفردة ونسبة 6.53%. وجاءت أسباب تفضيل الدعاة والأئمة على هذا النحو، وحسب المبحوثات فإنهن يفضلن من يقدم لهن المعلومة الدينية بطريقة بسيطة ومفهومة وأسلوب مشوق دون أي تعقيد، وهذا مايساعدهن على الفهم والاستيعاب.

23) كانت إجابات المبحوثات فيما يخص الحالة الشعورية عند متابعة المضامين الدينية الإسلامية كما يأتي: فضلت 293 مفردة خيار "الارتياح والرضا" وذلك بنسبة تقدر ب 100%، فيما لم تحظ بقية الخيارات بأية تفضيلات.

24) فيما يخص زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني أجابت 291 مفردة ب "نعم" بنسبة 99.31%، أي أن متابعة المضامين الدينية الإسلامية تزيد في الوعي الديني، مع تحفظ بعضهن حول درجة الوعي، في حين أجابت مفردتين ب "لا" أي بعدم الزيادة بنسبة 0.68%.

25) حسب أسباب عدم زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني اختارت مبحثان سبب "لأنه يتناول مواضيع مكررة" بنسبة 100%، وحسب رأيهما فإن المواضيع أصبحت من كثرة إعادة التطرق إليها تمتاز بالرتابة والروتين وبالتالي لاتزيد شيئا.

26) أما عن أسباب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني فجاء خيار "لأنها تتناول مواضيع مهمة" في المقام الأول بمجموع 192 مفردة ونسبة 42.95%، يليه خيار "لأنها تتقن فن توصيل المعلومة" بمجموع 124 ونسبة 27.74%، ثم خيار "لأنها تتناول مواضيع متنوعة" بمجموع 84 مفردة ونسبة 18.79%، وبعده خيار "لأنها تعتمد على دعاة وأئمة مشهورين" بمجموع 39 مفردة ونسبة 8.72%، وأخيرا "أسباب أخرى" ب 8 مفردات ونسبة 1.78%.

27) بالنسبة لإجابات أفراد العينة حول درجة زيادة المضامين الدينية الإسلامية في المعلومات، جاء اختيار "كثيرا" في مقدمة التفضيلات بمجموع 146 مفردة ونسبة 50.87%، يليه خيار "كثيرا جدا" بمجموع 123 مفردة ونسبة 42.85%، ثم "قليلا" ب 18 مفردة ونسبة 6.27%، ولم تحظ بقية الخيارات بأية تفضيلات.

وحسب المبحوثات فإن متابعتهن لمثل هذه المضامين وزيادة الاهتمام بهذه البرامج قد أضاف إلى معلوماتهن الشيء الكثير وبالتالي حصلن على معارف متنوعة في هذا المجال يعتبرن أنها جيدة إلى حد

ما.

خاتمة

جامعة الأمير
عبد القادر للعطوم الإسلامية

خاتمة

في نهاية هذا العمل والذي يُعتبر إضافة جديدة للبحوث والدراسات العلمية في هذا المجال، نقول أننا قد حاولنا قدر الإمكان تسليط الضوء على استخدامات المرأة القسنطينية للإعلام الديني الإسلامي ممثلاً في أنواعه الثلاث: المكتوب والمسموع والمرئي من خلال عينة شملت مختلف المناطق في ولاية قسنطينة الريفية منها والحضرية.

وقد أكدت النتائج المتوصل إليها إلى أن هناك اهتماماً كبيراً وواضحاً من قبل المرأة بالإعلام الديني الإسلامي ومتابعة مضامينه عبر وسائل الإعلام المختلفة، وخاصة التقليدية منها، والتي جاءت في صدارتها التلفزيون مقارنة بالإذاعة والصحافة المكتوبة، ورغم الانشغالات الإضافية التي تميز حياة المرأة عن الرجل سواء العاملة منها أو الماكثة في البيت، لاحظنا ارتفاع درجة الإقبال على المضامين الدينية لديها، وذلك لمجموعة من الأسباب أهمها كان الحصول على معلومات وإثراء الرصيد المعرفي في هذا الجانب، وهذا ما يجعلنا نؤكد على هذه النقطة وننبه من خلالها القائمين على هذه البرامج بضرورة توشي الصدق والمسؤولية في نقل المعلومة الدينية.

ومن خلال مجموعة من الآراء ووجهات النظر لأساتذة وباحثين وممارسين في الميدان نلاحظ أن الإعلام الديني الإسلامي صنع له مكاناً ظاهراً على الخارطة الإعلامية العربية -على اختلاف المستوى طبعا- لكنه لا يزال محل نقد مع وجود بعض النقائص الجوهرية، والتي يعزوها غالبية الدارسين إلى غياب التخطيط والكوادر الإعلامية المتخصصة في هذا المجال.

ولأن الإعلام الديني الإسلامي يحظى بنسب متابعة متفاوتة من قبل فئات المجتمع والتي من أهمها المرأة، ونظراً لاحتكاك الباحثة بهذه الفئة بالتحديد، لاحظنا حرصاً وتأكيدهم الغالبية منهم على البساطة في الطرح دون تعقيد ولا تسطيح، فكلما كان التقديم والأداء ميسراً كان أقرب للمتابع.

وما يجب الإشارة إليه في هذا المجال، ورغم الكم الهائل من المراجع التي تناولت الإعلام الإسلامي، فإنه -في نظرنا- استأثرت الغالبية منها بالجانب النظري المتداول فيما يخص التعريفات والنشأة والأصول والمبادئ وغيرها، وبذلك يجد الباحث صعوبة في الحصول على معلومات وافية عن واقع الممارسة الإعلامية

الإسلامية، من جانب الأرقام والإحصائيات الدقيقة، وكل ما يوجد هو بعض الاجتهادات من قبل الباحثين، أو أرقام تطلعنا بها المواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية، والتي نتمنى أن تكون مجالاً للاهتمام مستقبلاً كدراسات وافية وشاملة.

وفي الأخير نقول أن هذا العمل كأى جهد بشري، لا يمكن أن يخلو من بعض العثرات -رغم حرصنا الشديد في إنجازه ليكون بالصورة المطلوبة- ولهذا تدعو الباحثة كافة المطلعين على هاته الدراسة خاصة من المختصين في المجال إفادتها بنقاط القصور، وتثمين النواحي الإيجابية، لتكون المنطلق لما هو أفضل مستقبلاً بإذن الله.

عبد القادر للعطوم الإسلامية

الملاحق

جامعة الأمير
عبد القادر للعطوم الإسلامية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية أصول الدين
قسم الدعوة والإعلام والاتصال

جامعة الأمير عبد القادر
للعلوم الإسلامية

تخصص: الإعلام الثقافي

قسنطينة

استمارة استبيان

المرأة القسنطينية والإعلام الديني الإسلامي

دراسة في الاستخدامات والإشباع

بحث مكمل لنيل درجة الدكتوراه في الإعلام الثقافي

إشراف الأستاذ

أ.د بوبكر عواطي

إعداد الطالبة:

شفيفة خنيفر

سيدتي الكريمة،

هذه استمارة استبيان لتحضير أطروحة دكتوراه في الإعلام تحت عنوان "المرأة القسنطينية والإعلام الديني الإسلامي" لذا نرجو منكم التعاون معنا بملء هذه الاستمارة بصدق وإخلاص ودقة، دون ذكر الإسم، ونحيطكم علما أنه ليست هناك إجابة صحيحة وأخرى خاطئة، فكلها تؤخذ بعين الاعتبار، كما أن إجابتك تبقى سرية ولا يطلع عليها إلا الباحث، وهي تستغل في الإطار العلمي فقط.

ملاحظة: ضعي علامة (X) أمام الإجابة المناسبة.

البيانات العامة:

س1: السن: من 20 إلى 40 () من 41 إلى 60 () 61 فما فوق ()

س2: مكان الإقامة: المدينة () الريف ()

س3: الوضعية الاجتماعية: عاملة () مأكثة بالبيت ()

س4: الوضعية التعليمية: متعلمة () غير متعلمة ()

س5: هل تتابعين المضامين الدينية الإسلامية عبر وسائل الإعلام؟

نعم () لا ()

أ - إذا كان الجواب لا، لماذا؟

لأن المضامين لا تستهويك () لا تتابعينها فقط دون سبب ()

تتابعين برامج أخرى ()

أخرى تذكر:

ب - إذا كان الجواب نعم، ماهي الوسيلة الإعلامية التي تتابعين فيها المضامين الدينية الإسلامية؟

الصحافة المكتوبة () القنوات الإذاعية () القنوات التلفزيونية ()

أخرى تذكر:

1/ الاستخدامات:

أ - دوافع المتابعة:

س6: لماذا تتابعين البرامج الدينية؟

لأن مضامينه تجلب اهتمامك () لأنها تجيب على تساؤلات لديك ()

لإثراء المعلومات في هذا الجانب () لأنها تجعلك تراجعين نفسك ()

أخرى تذكر:

ب - عادات المتابعة:

س7: هل تتابعين المضامين الدينية؟ دائما () غالبا () نادرا ()

س8: ماهو مصدر البرامج الدينية التي تتابعينها؟ إنتاج جزائري () إنتاج عربي ()

أخرى تذكر:

س9: كم عدد أيام الأسبوع التي تتابعين فيها الإعلام الديني؟

يوميا () 6 أيام () 5 أيام () 4 أيام () 3 أيام ()

يومان () يوم واحد () حسب الظروف ()

س10: ماهي الأيام المفضلة أكثر؟

السبت () الأحد () الإثنين () الثلاثاء ()

الأربعاء () الخميس () الجمعة () حسب الظروف ()

س11: لماذا تفضلين يوما دون غيره؟

.....

س12: ماهي أهم فترة تتابعين فيها الإعلام الديني الإسلامي؟

صباحا () ظهرا () بعد الظهر () مساء () ليلا () حسب الظروف ()

س13: لماذا؟

س14: ماهو معدل الحجم الساعي الذي تقضينه في متابعة الإعلام الديني الإسلامي؟

أقل من ساعة () من ساعة إلى ساعتين () ثلاث ساعات فأكثر () حسب الظروف ()

س15: هل تقومين بأعمال أخرى وأنت تتابعينها؟ نعم () لا ()

- إذا كان الجواب نعم، ماهي هذه الأعمال؟

الأكل والشرب () الأعمال المنزلية ()

أخرى تذكر:

ت - أنماط المتابعة:

1 - إذا كنت تتابعين الإعلام الديني الإسلامي في الصحافة المكتوبة:

س16: أذكرني بعض عناوين الصحف التي تطالعين فيها المضامين الدينية.؟

س17: ماهي المضامين الدينية التي تقرئينها في هذه الصحف؟

2 - إذا كنت تتابعين الإعلام الديني الإسلامي في القنوات الإذاعية:

س18: أذكرني أهم القنوات الإذاعية التي تستمعين فيها للبرامج الدينية.

س19: ماهي المضامين الدينية التي تستمعين إليها؟

القرآن الكريم () الفتاوى () العبادات () التاريخ والتراث ()

أخرى تذكر:.....

3 - إذا كنت تتابعين الإعلام الديني الإسلامي في القنوات التلفزيونية:

س20: أذكرني أهم القنوات التي تشاهدين فيها البرامج الدينية.

س21: ماهي المضامين الدينية التي تشاهدينها؟

القرآن الكريم () الحصص الحوارية () الفتاوى () موضوعات متنوعة ()

أخرى تذكر:.....

س22: لماذا تفضلين مضامين دون أخرى؟

س23: كيف تتعاملين مع المواضيع التي تتابعينها؟

تناقشيتها مع الأصدقاء () تناقشيتها مع العائلة () تكتفين بالمتابعة ()

س24: أذكرني أسماء بعض الدعاة أو الأئمة الذين تفضلين متابعتهم:

س25: لماذا تفضلين هؤلاء دون غيرهم؟

اللغة الواضحة والمفهومة () البساطة في تناول القضايا () شهرتهم الواسعة ()

أخرى تذكر:.....

ث - الإشباعات التي تتحقق من متابعة المضامين الدينية:

س26: كيف تشعرين عندما تتابعين البرامج الدينية؟

الارتياح والرضا () نفس الحالة السابقة () اللامبالاة ()

س27: هل ترين أن المضامين الدينية في وسائل الإعلام تزيد من الوعي الديني؟ نعم () لا ()

أ - إذا كان الجواب نعم، لماذا؟

لأنها تتناول مواضيع مهمة () لأنها تتقن فن توصيل المعلومة ()

لأنها تتناول مواضيع متنوعة () لأنها تعتمد على دعاة وأئمة مشهورين ()

أخرى تذكر:

ب - إذا كان الجواب لا، لماذا؟

لأنها تقدم مواضيع مكررة () لأنها تتناول المواضيع المثيرة وليس المهمة ()

لأنها تقدم المواضيع بسطحية ()

أخرى تذكر:

س28: هل ترين أن متابعة المضامين الدينية تزيد من معلوماتك؟ نعم () لا ()

أ - إذا كان الجواب نعم، فهل زادت في معلوماتك وثقافتك الدينية؟

كثيرا جدا () كثيرا () قليلا () قليلا جدا () لا تزيد ()

ب - إذا كان الجواب لا، لماذا؟

.....

شكراً على التعاون

الإسلامية






قناة المجد الفارابي

البث الاسلامي مباشر



الاهوال TV
للاذكار والذكريات






القرآن الكريم

السنة النبوية







الرحمة

قناة القرآن الكريم

AL AZHAR

ترددات جميع القنوات الاسلامية

هيديا سات









القرآن الكريم

السنة النبوية

الرحمة

قناة القرآن الكريم

AL AZHAR

ترددات جميع القنوات الاسلامية

هيديا سات



الإعلام العربي : عندما تقبب المهنية والمبادئ

لماذا تقدموا وأخبرنا ونحن؟

البحار

بين قميص سلمان وزياد الحسين

الجزائريين والأمازيغية السياسية ، والخلع الوطني ...!

المدرسة ودورها

شهر شعبان ... فضائل وعظمت

حكم الجوائز التي يعطيها التجار للمشتريين

الأسرة الجزائرية وثقافة العظلة الصيفية

دور الفكر الوجودي في ترقية ريادة الأعمال

مؤتمر أبحاث في الفكر الإسلامي

جريدة الجمان لتجاوز الجمان في الفكر الإسلامي

إن مهمة الناخب الكويتية هي هذا الزمن

هي مهمة ثقافية في جوهريها

الفرقان

www.al-forqan.net

مجلة كويتية إسلامية

الانفجار

مجلة إسلامية شهرية يصدرها مجمع البحوث الإسلامية

جمادى الأولى 1433هـ / فبراير / مارس 2011م - الجزء 5 السنة 09

داخل العدد

كلمة الإمام الأكبر أ. د. أحمد الطيب

الإسلام

في الذكرى الـ 50 لتولي المؤسسة حكم أبوظبي

2016م

1966م

الوعي الإسلامي

المشاركين في التصالح يكرم

الادب الكويتي في ذاكرة التاريخ

الفكر الإسلامي وخطاب التجديد

الإسلامية

التربية النفسية

من السلوك، ومنهم من يكتفيهم نبرة الصوت الحاد، ومنهم من يعد حرمانهم مما يحبون من الألعاب قاصمة الظهر لهم، وقد يكون حرمانهم من النزول ولزومهم حجرة نومهم كاف لتوبيخهم وأوبتهم وعدولهم عن هذا السلوك غير المقبول.. أما الضرب فهو آخر ما يلجأ إليه المربي ويشروطه، فلا يضرب الوجه، لأنه يدمر نفسية الطفل، ولا يضربه ضرباً مبرحاً يترك فيه أثراً، أو يتلف فيه عضواً، ويتجنب الأماكن الحساسة من الجسد، ولا يستخدم في ضربه ما يهينه، كالذي يضرب بالحذاء مثلاً، فليراع ذلك عند التعامل مع أخطأ الأطفال.

والطفل بطبعه يحب أساليب الترغيب كالمدح والثناء، فإذا أردت من طفل تنفيذ أمر أو توجيه أو تكليفه بشيء ما، فقدم لما تريد ببسمة رقيقة، وكلمة حانية، وناد عليه باسمه، واذكر محاسنه وامدحه، ثم كلفه بما تريد، تجده سريع الاستجابة لما تأمر به، وعمل وسع جهده أن ينجز ما كلفته به، حتى لو كان فوق طاقته، أما إذا بدأت تكليفك له بذكر مساوئه وأنه دائم الفشل، فإن الفشل سيكون قرينه وملازمه حتى لو كلفته بأقل مما يطيق.

والغالب في رد فعل الوالدين تجاه سلوك الأبناء اللوم على الفشل دون التعزيز على النجاح، وهذا خطأ فادح في التربية، إذ من العدل أن تكون الكفتان متوازنتين من أجل توازن نفسي وانفعالي لدى الأبناء.

إن الأبناء أمانة في أعناقنا، ينبغي أن نراعيها، حتى يخرج أبناء أسوياء، وهذا لا يتحقق إلا بتضافر الجهود، والتواصل بين الوالدين والمربين، لتكوين شخصية مثقاة الفكر والسلوك.

التوجيه الذي يتلقاه من الوالدين، أو ممن يقوم على تربيته وتوجيهه في مجتمع الأسرة، أو مجتمع الدراسة، أو أي بيئة يتواجد فيها الطفل.

والسلوك الإيجابي للطفل، إذا تبعه تعزيز بكلمة مدح وثناء، أو بسمة رقيقة، أو هدية بسيطة، يعطي انطباعاً حسناً لدى الطفل يجعله يستمر على هذا السلوك الإيجابي، وتترن لديه الفكرة تجاهه، فلا يتردد في تكراره بعد ذلك. وهذا له أكبر الأثر في الاستقرار النفسي للطفل تجاه سلوك ما.

أما السلوك السلبي الذي يضر الطفل ولا ينفعه، فهذا لا بد من موقف موحد ورد فعل ثابت تجاهه من قبل الوالدين، إذ ليس من مصلحة الطفل أن يتناظر الوالدين تجاه هذا السلوك، فهذا يقبله، والآخر يرفضه، وهنا تكمن الخطورة. وإذا اتفق الوالدان على رفض هذا السلوك، كيف إذن تكون العقوبة إذا أصر الطفل على الاستمرار في هذا السلوك المعيب؟

إن إهانة الطفل بمجرد أنه ارتكب خطأ هو أكثر ما يدمر شخصيته، ويؤثر سلباً على نفسيته، لأنه ربما يمارس هذا السلوك الخاطئ وكله فتاعة أن هذا السلوك مفيد له، فلا بد من تعريفه وإقناعه بخطأ سلوكه وخطورته، ثم إذا عاد إلى هذا السلوك مرة أخرى بعد توجيهه، فهناك أكثر من وسيلة لتأديبه وعقابه بعيداً عن العقاب القاسي الذي يبدأ به البعض، فلنا منهم أن القسوة في العقوبة هي الرادعة للطفل عن سلوكه الخاطئ.

إن من الأطفال من يكتفيهم العيوس في وجوههم كي يمتنعوا عن فعل الخطأ

الطفل لا بد أن تكون له شخصية محددة المعالم، تتضح هذه الشخصية وتتحدد تبعاً لتوجيه الوالدين، وحتى ينشأ الطفل ذو الشخصية السوية ينبغي التنسيق بين الوالدين في كل أمر أو نهى يوجه للطفل، فلا يعقل أن يتلقى أي شخص أمرين متضادين في وقت واحد، فضلاً عن أن يكون هذا الشخص طفلاً لم تتضح شخصيته، ولم يرشد تفكيره بعد، زد على ذلك أن الأمرين المتضادين قد صادرا من الوالدين.. فكيف يكون تصرف الطفل إذن؟ وما مدى تأثير ذلك على نفسيته وسلوكه؟

إن كل طفل له هواية يريد أن يمارسها، هذه الهواية قد يتفق أو يختلف معها الوالدان أحدهما أو كلاهما، وهنا تحدث المشكلة، فمثلاً لو أن أحد الوالدين وافق على أن يختلط الابن بابن الجار، يلعب معه، ويبادل له أغراضه وألعابه، في الوقت الذي يرفض فيه الطرف الآخر هذه العلاقة لسبب أو لآخر، فكيف يتصرف الابن؟ لا بد أنه سينشأ متردد الخطأ، مضطرب الفكر، معقد النفس تجاه هذا السلوك، وقد يدفعه هذا التردد إلى ممارسة السلوك وتقبضه في وقت واحد، يمارسه أمام الراضي عنه من الوالدين، ويمتنع عنه أمام الرافض له، حتى ينال رضا الاثنين معاً، ولا يستطيع أن يحدد هذا السلوك الذي يمارسه في أي جانب يكون، أهو في جانب الخطأ، أم في جانب الصواب؟

وسلوك الطفل على وجه العموم يتقلب بين الصحة والخطأ، فهذا ينفعه، وذلك يضره، وفصل ما بين هذا وذاك

في حوار صريح مع البروفيسور نصير بوعلوي

نحن كعرب ومسلمين نكاد نكون خارج التغطية ..

ظهور الجزائر المهاجرة بالآلاف ميثوثة في أقطار العالم المختلفة، عربية وغربية، يقدمون خلاصات أفكارهم وتجاربهم هناك، ولا نكاد نستفيد منهم إلا قليلا. على طريق التواصل مع تلك النخب المضيئة، في اختصاصات شتى، خاصة منها الاختصاصات الإنسانية الحيية. نجتهد في ربط الصلة مع البعض ومحاوالتهم لتنتاسم معهم المعرفة على الأقل. وفي هذا الحوار مع البروفيسور نصير بوعلوي مجموعة من الأفكار جديرة بالمداولة والمناقشة. إليكم الحوار

حاوره: حسن خليفة

الدكتور نصير بوعلوي، تجربتك الإعلامية تمتد على مدار عقود، هل يمكن أن تعرف بعض تفاصيلها، وهل يمكن أن يطلع القاري على سيرتك الذاتية؟

أنا من مواليد مدينة عين مليلة، ولاية أم البواقي، حاصل على شهادة دكتوراه الدولة تخصص علوم الصحافة والإعلام من جامعة الجزائر سنة 2003، مارست مهنة الصحافة كمحرر، فمحقق مدة سبع سنوات في الجزائر العاصمة، ثم إنتقلت بالتدريس والبحث في الجامعة، عملت لعدة سنوات أستاذة الإعلام بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بقسنطينة، وفيها اشتغلت بالقراءة والتدريس والكتابة في الإعلام القيمي والتعريف والتفسير وبعض التأويل في سياق نظرية الحتمية القيمية في الإعلام (Value Media Dete - minism Theory) المنتسبة للبروفيسور عبد الرحمن عزي. وقد أثمرت هذه الجهود بإصداري عدة مؤلفات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام وهي على التوالي: "الإعلام والقيم: قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي"، من إصدار دار الهدى، "الإعلام والبعد الحضاري: دراسات في الإعلام القيمي"، من إصدار دار الفجر بقسنطينة، "قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام" مع مجموعة من الأساتذة، منشورات مكتبة إقرأ بقسنطينة، حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام رفقة الدكتور عبد الرحمن عزي، دار الورد في القبة.

وحاليا أنا أستاذ الإعلام والاتصال الجماهيري بجامعة الشارقة في الإمارات العربية المتحدة ومدرّب معتمد لتقديم دورات تدريبية وورش عمل ميدانية للصحفيين الملتحقين بمركز تريم وعبد الله عمران التابع لصحيفة الخليج الإماراتية.

أنت أحد أعمدة نظرية الحتمية القيمية في الإعلام كما صرح بذلك الأستاذ الكبير عبد الرحمن عزي في بعض كتبه، هل يمكن أن تعرفنا على هذه النظرية وأسسها وكيف نشأت؟

سأحدث لكم عن النشأة والتطور، وسيكون كلامي متضمنا الأوسن والموارد التي تشكلت بنيتها هذه النظرية. نشأت نظرية الحتمية القيمية في الإعلام في الثمانينيات من القرن الماضي من خلال إسهامات الأستاذ الدكتور عبد الرحمن عزي في دراسة الظاهرة الإعلامية والاتصالية وفق المنظور الحضاري والقيمي للمجتمع الذي تنتمي إليه، أي العربي الإسلامي. فقد تجلت ملامح نظرية إعلامية قيمية أصلية وبدأت آنذاك تلوح في الأفق في أواخر الثمانينيات من القرن الماضي من خلال الدراسات التالية التي تنتسب كلها في تلك الفترة للدكتور عبد الرحمن عزي وهي على سبيل المثال: التدفق الإعلامي؛ الأطر المرجعية الحضارية والتجدر التاريخي؛ مسألة البحث في منهجية بحث: إعادة النظر في نمط لاسويل، الرأي العام والعصبية والشورى، التكوين الإعلامي؛ التلافي والتلافي بين الوسيلة والرسالة، التكوين

نشأت نظرية الحتمية القيمية في الإعلام في الثمانينيات من القرن الماضي من خلال إسهامات الأستاذ الدكتور عبد الرحمن عزي في دراسة الظاهرة الإعلامية والاتصالية وفق المنظور الحضاري والقيمي للمجتمع الذي تنتمي إليه، أي العربي الإسلامي.

الفكر الإعلامي الراشد والناقد يقوّم على القيم. كيف يمكن النظر إلى القيم في نظرية الحتمية القيمية وكيف يمكن أن تتحقق في المعالجة الإعلامية؟

إنّ القيمه (وجمعها قيم) تعتبر في كتابات عبد الرحمن عزي مرتكز ومرجعية ومركز رؤية لدراسة الظاهرة الإعلامية. القيمه هي المصدر وهي الموجهة للعقل والسلوك أو حركة الإنسان مع الواقع. والإعلام الراشد هو الذي يتبنى الفكر الراشد. وبفهم من القيمه في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام إصلاح المسجد بالمجرد، أو النظر إلى الواقع من حيث ما ينبغي أن يكون وليس من حيث ما هو كائن في الواقع. إن القيمي في الحتمية القيمية ما يسمو عن الشين ويرتبط بالمعاني الكامنة على مستوى الخيال كما يقول عبد الرحمن عزي. والقيمه في هذه النظرية مصدرها النين. ومن هذه الزاوية فلا يمكن أن تصنف القيمه إلى قيمه سالبة أو موجبة أو كما نقرأ في بعض الأدبيات قيم إيجابية وقيم سلبية ضمن السياق الاجتماعي. السياق الديني يمنح قيمه واحدة موجبة للعقل والسلوك. والسلوكيات قد تكون إيجابية إذا ارتبطت بالقيمه وتكون السلوكيات سلبية إذا تناقضت أو أبعدت عن القيمه. وفق هذه المعادلة تتحقق القيمه في المعالجة الإعلامية. فالمحتوى الإعلامي يكون إيجابيا كلما ارتبط بالقيم والعكس صحيح.

استند الدكتور عبد الرحمن عزي إلى الفكر الاجتماعي في تشريح وتحليل ومعالجة الظاهرة الإعلامية والاتصالية في العالم العربي، في رأيك هل توصل هذا الربط بين الإعلام والفكر الفلسفي المعاصر إلى نتائج وهل كان له أثر على مستوى المفاهيم الإعلامية؟

اشتغل عبد الرحمن عزي في التسعينيات بالبحث في الظاهرة الإعلامية في السياق العربي استنادا إلى الفكر الاجتماعي المعاصر في القرن العشرين، فكتب عدة دراسات عن التحليل النقدي والبنية المؤسسية للمجتمع العربي والتفاعلات الرمزية وحقبة الحياة الاجتماعية الرمزية في المنطقة العربية، والظاهرية وفضاء الحياة العربية، والبنية وما بعد البنوية والعالم الثقافي العربية، وبعض التاملات في المنظار الغلدوني. وقد اشتغل بهذه الموارد منهجيا وليس معرفيا، في أنه استفاد من قواعدها لدراسة الظاهرة الإعلامية عندنا. هنا من نستنتج بأن عبد الرحمن عزي لم يكن مبتورا عن أسوله ولا متروكا على هامش هذه النظريات العربية، الأمريكية والأخص. هذه الخلفيات وغيرها شكلت الأرضية الفكرية لجيلاد نظرية الحتمية القيمية في الإعلام. وفتحت المجال لدراسات أخرى تصب في نفس السياق وغير مالوفة آنذاك في الدراسات الإعلامية العربية. فكتب عبد الرحمن عزي عن الإعلام والبعد الثقافي وكيف يتقلص القيمي في ظل حضارة العصور، وكتب عن الثقافة وحثية الاتصال معتمدا القيمه مرجعية، وكتب عن ثقافة الطلبة والوعي الحضاري، وكتب عن ثقافة وسائل الاتصال والتجدي الحضاري... ومع بداية الألفية الثالثة أصبحت نظرية الحتمية القيمية تستقطب إليها الباحثين من كل مكان مع ظهور دراسات أخرى أكثر عمقا في دراسة الظاهرة الاتصالية مع إضافة متغيرات أخرى جديدة وثيقة الصلة ومنها ربط الزمن الإعلامي بالزمن القيمي، علاقة عنف المسان والإعلام بانكسار البنية القيمية في نعل الكلام، اللغة وما تحمل من قيم ومعاني وعلاقة ما يجري في العقل بالقيمه، عولمة السكان وتفكك العلاقة القيمية والتاريخية إلخ. إن هذه النظرية أنتجت فيما بعد مفاهيم جديدة يصعب فهمها إلا ضمن السياق الذي وردت فيه وهي على سبيل المثال لا الحصر: المخيال الإعلامي، الزمن الإعلامي، السكان الإعلامي، الخوف الإعلامي، الكلفة الإعلامية (الصناعة التي تتحرك في دائرة القيم بعض النظر عن الانتعاش الوجودية الفرعية الأخرى)، المجتمع المعقد، المجتمع الانتقالي، المجتمع المعاصر في مقابل المجتمع الإعلامي، الرسائل الإعلامي الرمزي إلخ.

○○○



الإعلامي والتصورات المرجعية الحضارية، أومة الرسالته في الإعلام الجزائري إلخ. وضراحة كنت من الشعوفين في تلك المرحلة بقراءة كتابات عبد الرحمن عزي، أولا لأنها في الإخصاص، وثانيا لما تحمله من فكر قيم وبعد حضاري عميق كآ نحن في أمس الحاجة إليه. فالقاري عندما يقرأ كتابات عبد الرحمن عزي يشعن يحس وكأنه يقرأ للمفكر مالك بن نبي في الحضارة، وكأنه يستمتع بتحليل التراث لمسجد عبد الجباري، فهناك في أبحاث عزي عبد الرحمن الأولى صلة فكر بين مالك بن نبي وعبد الرحمن عزي من جهة، وبينه وبين الجابري من جهة أخرى. وفي اعتقادي الشخصي أنه أول من اعتقد علميا وحضاريا وتراثيا مرتكزا ما كان يسمى آنذاك "النظام الإعلامي الدولي الجديد" الذي عُقدت لأجله عدة مؤتمرات في العالم الثالث تحت وصاية اليونسكو ومنظمة حركة عدم الانحياز، وقد انتهت كل هذه المؤتمرات بدون جدوى مع الأسف الشديد لأنها ببساطة لم تحصد الحل الحضاري والقيمي، مثل ما فعلت لجنة هورت شينز البريطانية في منتصف القرن العشرين عندما تَبَّنت المسؤولية الاجتماعية في مقابل الحرية الإعلامية كحل يجنب المجتمع البشري الإفلات الإعلامي من جراء الحرية المطلقة بدون قيود والزرعة الفردانية التي كانت سائدة آنذاك بقوة في وسائل الإعلام الغربية. إن الأزمة الإعلامية في الثمانينيات بالنسبة لدول الجنوب وُدت مفاهيم كثيرة بعضها قرأ عنها وبعضها سمع عنها وهي ما كان يسمى: التفاتر الإعلامي، الغزو الثقافي، الإمبريالية الثقافية، الإختراق والتخريف الثقافي والإعلامي، التبعية الإعلامية والثقافية، الطفرقة الثقافية، التحميم الإعلامي، التضليل الثقافي، الهيمنة الثقافية، الاستلاب كل هذه المفاهيم والمصطلحات مذكورة في تقرير لجنة شون ماك برايد المشؤوم من دون مرجعية حقيقية، فحلولها للأزمة الإعلامية والاتصالية كانت قد تكون نهائية لو احتمت ولو جزئيا بالأبعاد الحضارية والقيمية والتنوع الثقافي لشعوب منطقة العالم الثالث.

الفرقان بيننا وكمنا الشيخ بكرى الطر بيشي

حاوره : أحمد أبو عمر



أعلى القراء
إسناداً في العالم

وتركته، وكان هذا منذ (٧٥) سنة تقريباً. ثم أخذني أبي إلى الشيخ عز الدين العرقسوسي، حيث أوجد في رغبة في الحفظ وكان يتساهل معي عكس الشيخ عبدالوهاب دبس وزيت، فما إن أتممت العشرين حتى أخذت أسمع واحداً من قراء دمشق وهو عبدالقادر الصبّاغ الذي أخذ القراءة على الشيخ أحمد الحلواني الكبير، جزاه الله خيراً فلقد تحسنت قراءتي وأصبح حفظي مثبناً، وأخذني إلى الشيخ محمد سليم الحلواني ابن شيخ القراء الذي أخذ القراءة عن أبيه الشيخ أحمد الحلواني الأول (الكبير)، وقد أخذ عن الشيخ أحمد الحلواني الكبير قراء العالم الإسلامي من أمثال أحمد مرزوقسي وهو معروف، وقد بدأت أنا والشيخ محمد سليم الحلواني نحمل هذه الأمانة منذ (١٥٠) سنة: أنا منذ (٦٥) سنة، وهذه المدة وما سبقها حملها الشيخ محمد سليم وأبوه.

أجازني الشيخ محمد سليم الحلواني سنة ١٩٤٢ في القراءات السبع من طريق الشاطبية، وكان يحضر جلساتها كلها شيخ مشايخ قراء دمشق محمود فائز الدير عطاني، وكان بصيراً، فقد أعطاه الله من البصيرة أكثر مما أعطاه من البصر، هو شيخ أديب، يحفظ متوناً كثيرة جداً، كان يُخرج القرآن من فمه كالدر المنثور، ومن حيث الأداء ليس له مثيل - رحمه الله -. وقد أعطاني الشيخ محمد سليم الحلواني من وقته فوق ما أستحق فكنت أقرأ عليه، إذ بعد أن أجازني بمدة يسيرة توفي - رحمه الله -. وبعد سنوات من وفاته أخذت القراءات العشر على قريبي الشيخ محمود فائز الدير عطاني،

حملت أمانة الإقراء والشيخ محمد سليم الحلواني منذ (١٥٠) سنة: أنا منذ ٦٥ سنة، وهذه المدة وما سبقها حملها الشيخ محمد سليم

ضيفنا الكريم في هذا العدد هو فضيلة الشيخ بكرى بن عبدالمجيد الطرابيشي، ولد عام ١٩٢٠م، والده فقيه من فقهاء دمشق وعالم من علمائها، اختاره الملك فيصل من بين عشرة علماء في دمشق متميزين، يقول ضيفنا عن والده: كان - رحمه الله - يتحسر دائماً أنه لم يحفظ القرآن، غير أنه أفاد في سنه الكبير من خلال نشاطه في التعليم، وقد أوجد في رغبة في حفظ القرآن الكريم وتعلمه. يعدّ ضيفنا - ٨٤ عاماً - أعلى القراء إسناداً على وجه الأرض. انتهزنا فرصة وجوده في الأردن فكان لنا معه هذا اللقاء، وذلك قبل ساعتين من موعد سفره عائداً إلى دمشق.

الفرقان: نرحب بكم ويسعدنا أن يكون فضيلتكم ضيف مجلة الفرقان.

الشيخ بكرى: هذه ساعة سعيدة نقضيها بإذن الله.

الفرقان: في البداية حبذا لو تقدمون لنا نبذة عن نشأتكم القرآنية وبداية رحلتكم مع القرآن وشيوخكم، ليتعرف قراء الفرقان على فضيلتكم.

الشيخ بكرى: لقد أوجد والدي في رغبة كبيرة في حفظ القرآن الكريم وتعلمه، فحفظت القرآن وأنا في سن الثانية عشرة من عمري، وعندما بلغت سن الخامسة عشرة كنت متقناً له إلى حد ما، إلى أن أصبحت قارئاً في سن العشرين فأخذني أبي إلى الشيخ (عبدالوهاب دبس وزيت) فبدأت أقرأ عليه، لكنه كان يشدد عليّ، فالفاتحة والناس استغرقتنا (١٥) يوماً، ثم بعد هذه المدة أقرأ سورة الفلق، فمللت منه

المصادر والمراجع

جامعة الأمير
عبد القادر للعطوم الإسلامية

• القرآن الكريم

الموسوعات والقواميس

1. جماعة من كبار اللغويين العرب بتكليف من المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، لاروس، المعجم العربي الأساسي.
2. الزبيدي طه أحمد : معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، عربي- انجليزي ، ط 1 دار النفائس، الأردن، 2010.
3. الحسيني محب الدين أبي فيض السيد، تاج العروس من جواهر القاموس، مج 16، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع 1994.

المراجع باللغة العربية

4. البدوي محمد علي: دراسات سوسيو إعلامية، ط 1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006.
5. الزبيدي طه أحمد وآخرون: دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفتاته ط 1 دار النفاس، الأردن 2013.
6. الزبيدي طه أحمد: كتاب المرجعية الإعلامية في الإسلام -تأصيل وتشكيل- ط 1 دار النفائس الأردن، دار الفجر، العراق 2010.
7. المزهرة منال هلال: نظريات الاتصال، ط 1 دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
8. إمام إبراهيم: أصول الإعلام الإسلامي، ط 1، دار الفكر العربي: القاهرة، 1985.
9. أبو القاسم سعد الله : تاريخ الجزائر الثقافي، ط 1، دار الغرب الإسلامي، ج 5، 1830، 1954، بيروت، 1998.
10. أبو القاسم سعد الله : تاريخ الجزائر الثقافي، ط 1، دار الغرب الإسلامي، ج 10، 1954، 1962، بيروت، 2007.
11. أبو زيد رشدي شحاته : مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد، ط 1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2011.
12. أبو عرجة تيسير : الإعلام العربي -تحديات الحاضر والمستقبل- ط 2 دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
13. أبو عرجة تيسير : دراسات في الصحافة والإعلام، ط 1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000.
14. الدليمي محمد عبد الرزاق: الإعلام الإسلامي، ط 1، دار المسيرة للنشر، عمان الأردن، 2013.

15. الديميري مصطفى: الصحافة في ضوء الإسلام، مكتبة الطالب الجامعي، مكة المكرمة، 1988.
16. أحمد غريب سيد: الإحصاء والقياس في البحث الاجتماعي، د.ط، دار المعرفة الجامعية، 1995.
17. الزركاوي رفيق: الأسس العلمية لنظريات الإعلام في المجال الرياضي، دار الكتاب الحديث، القاهرة الكويت، الجزائر 2010.
18. الحديدي منى سعيد، سلوى إمام علي: الإعلام والمجتمع، ط2، الدار المصرية اللبنانية، 2006.
19. الضامن منذر: أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان 2007.
20. المدني أحمد توفيق: كتاب الجزائر، ط2، دار الكتاب، البلدة، الجزائر، 1963.
21. الهزاني ناصر بن عبد الرحمان: الفتوى في القنوات الفضائية العربية، دراسة في التعرض والمشاهدة، ط1، دار ابن حزم، بيروت، لبنان، 2011.
22. العاني فؤاد توفيق: الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة، ط1، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 1993.
23. العبد عاطف عدلي، العبد نهي عاطف: نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008.
24. الهاشمي محمد هاشم: الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، ط1، عمان، الأردن 2006.
25. بدر أحمد: أصول البحث العلمي ومناهجه، ط5، دار المعارف، القاهرة، 1989، ص26.
26. بو الصفصاف عبد الكريم: الفكر العربي الحديث والمعاصر، محمد عبده وعبد الحميد بن باديس نموذجاً، د.ط، دار الهدى: عين مليلة، الجزائر ج1.
27. بوحفص عبد الكريم: الإحصاء المطبق في العلوم الاجتماعية والانسانية، د.طديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
28. تركي رايح: الشيخ عبد الحميد بن باديس -رائد الإصلاح والتربية في الجزائر - ط3، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر 1981.
29. حبيب زينب منصور: الإعلام وقضايا المرأة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
30. حجاب محمد منير: الإعلام الإسلامي المبادئ- النظرية- التطبيق، ط1 دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.
31. حسين سمير محمد: بحوث الإعلام، ط2، عالم الكتب، القاهرة

32. حسين منتصر حاتم: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي ، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع: الأردن 2010.
33. دبوز محمد علي: نهضة الجزائر الحديثة وثورتها المباركة، صدر عن وزارة الثقافة بمناسبة الجزائر عاصمة الثقافة العربية 2007، سحب الطباعة الشعبية للجيش، الجزائر، 2007، ج2.
34. دليو فضيل: الاتصال مفاهيمه- نظرياته- وسائله، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع 2003.
35. زروقة عبد الرشيد: جهاد بن باديس ضد الاستعمار الفرنسي (1913-1940)، ط1، دار الشهاب، بيروت، 1999.
36. سلطان محمد صاحب: وسائل الإعلام والاتصال، دراسة في النشأة والتطور ، ط 1، دار المسيرة للنشر، عمان، الأردن.
37. شلوش محمد: الإذاعة الجزائرية، النشأة والمسار، عن الإذاعة الوطنية.
38. طاش عبد القادر: ماهو الإعلام الإسلامي، مجلة الداعي الشهرية، العدد 11، السنة 33 - دار العلوم ديوبند 2009.
39. عبيدات ذوقان وآخرون: البحث العلمي - مفهومه، أساليبه أدواته - دار مجدلاوي، عمان، الأردن.
40. عبد الغني أمين سعيد: وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية ، ط1، إيتراك للنشر والتوزيع: القاهرة، 2010.
41. عبد الحليم محي الدين: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية ، ط 2، مكتبة الخانجي: القاهرة، دار الرفاعي: الرياض، 1984.
42. عبد الحميد محمد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة 1993.
43. عبد الحميد محمد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
44. عبد الحميد محمد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
45. عطوان فارس: الفضائيات العربية ودورها الإعلامي ، د.ط، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
46. عطوي جودت عزت: أساليب البحث العلمي: مفاهيمه، أدواته، طرقه الإحصائية ، ط 1 دار الثقافة للنشر والتوزيع.
47. عمر السيد أحمد مصطفى : الإعلام المتخصص - دراسة وتطبيق - ط 2، مكتبة الجامعة، الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، 2002.

48. عمر محمد زيان: البحث العلمي مناهجه وتقنياته، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.
49. عمر نوال محمد: دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية ، د.ط، مكتبة نهضة الشرق، جامعة القاهرة، 1984.
50. عواد فاطمة حسين: الإعلام الفضائي، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2010.
51. عواطي بوبكر: البحث العلمي مناهجه وتقنياته، منشورات مكتبة اقرأ - قسنطينة - الجزائر، 2009.
52. قنديلجي عامر، السامرائي إيمان: البحث العلمي الكمي والنوعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
53. كناكر مصطفى بن أحمد: مدخل إلى الإعلام الإسلامي الفضائي ، ط1، دار النوادر، سوريا، لبنان، الكويت، 2012.
54. محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ط3، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008.
55. مرّاد علي: الحركة الإصلاحية الإسلامية في الجزائر، بحث في التاريخ الديني والاجتماعي من 1925 إلى 1940، ترجمة محمد يجاتن، ط3، دار الحكمة، الجزائر، 2007.
56. مصطفى الدميري: الصحافة في ضوء الإسلام، د.ط، مكتبة الطالب الجامعي، مكة المكرمة، 1988.
57. مكاوي حسن عماد ، ليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ط7، الدار المصرية اللبنانية، 2008.
58. ناصر محمد: الصحف العربية الجزائرية من 1847 إلى 1954، ط3، دار الغرب الإسلامي، 2007.
59. أرمان وميشال ماتلار: تاريخ نظريات الاتصال ، ترجمة: نصر الدين العياضي، الصادق رابح، ط 1، المنظمة العربية للترجمة، بيروت 2005.
60. - دومينيك سالفاتور: الإحصاء والاقتصاد القياسي ، ترجمة سعدية حافظ منتصر، مطابع الأهرام التجارية، جمهورية مصر العربية، 1983.
61. المرأة والإعلام: أعمال ورشة العمل التي عقدت بالقاهرة ط1، منظمة المرأة العربية 2006.
62. مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث - كوثر- ط1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع 2008.

المراجع باللغة الأجنبية

63. Mohamed Kirat : the communicators, a portrait of algerian journalists and their works :office des publications univresitaires; université d alger 1993

المجلات

63. الأنصاري عادل: الصحافة الإسلامية تحديات واستراتيجيات ، مجلة الوعي الإسلامي، عدد خاص بمناسبة مؤتمر الصحافة الإسلامية الأول، العدد: 571، 2013، الكويت.
64. السنوسي ثريا: ملامح الفضاء الاتصالي الديني العربي، مجلة الإذاعات العربية، العدد3، 2012.
65. بجير سعيد: الشروط النفسية والتربوية للإعلام الديني في العالم العربي الإسلامي ، العدد: 13، مجلة ذوات، مؤسسة مؤمنون بلا حدود، 2015.
66. بلقاسم بن روان: المرأة العربية والفضاء الاتصالي: أي حضور وأية صورة ، مجلة المعيار، العدد 16، 2008.
67. عبد الله بوجللال: صورة المرأة في الإعلام العربي ع: 19، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة.
68. بوعجيلة فتحي: البرامج الدينية في الفضائيات العربية، مقارنة في المضامين ، مجلة الإذاعات العربية، العدد3: 2012.
69. بوعلي نصير: "تجربة الصحافة الإسلامية في العالم العربي"، مجلة المعيار، تصدر عن كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، العدد 13، قسنطينة، الجزائر، 2006.
70. بوعلي نصير: الخطاب الديني ووسائل الإعلام ، مجلة المعيار، فصلية محكمة تصدر عن جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، ديسمبر 2007.
71. الفضائيات العربية ومتغيرات العصر ، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.
72. بوكريدي نور الدين: وسائل الإعلام ودورها في نشر الخطاب الإسلامي ، مجلة الإحياء، تصدرها كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، العدد11، باتنة، الجزائر، 2007.
73. حمودي هادي حسن: الإذاعات الدينية في العالم العربي (رؤية تنويرية) ، مجلة الإذاعات العربية، العدد 02، 2011.

74. طاش عبد القادر : ماهو الإعلام الإسلامي ، مجلة الداعي الشهرية ، تصدرها دار العلوم ديوبند ، العدد11، السنة 33، 2009.
75. عبد الكافي محمد: تأملات في الخطاب الديني بالفضائيات العربية ، مجلة الإذاعات العربية، السنة:3، العدد: 1، 2003.
76. عبيد حاتم بديوي: البرامج الدينية الإسلامية في إذاعة الفراتين (دراسة وصفية تحليلية) ، مجلة جامعة بابل، المجلد 21، العدد3، جامعة بابل، مركز بابل للدراسات الحضارية والتاريخية، 2013.
77. عترسي طلال: الفضائيات الدينية بين حق الدعوة ومخاطر الفتنة ، مجلة الإذاعات العربية، العدد: 3، 2012.
78. محمد عزة عبد العظيم: رؤية نقدية للحوارات الدينية في الفضائيات العربية ، مجلة الإذاعات العربية، العدد3، 2006.
79. البث الفضائي العربي: التقرير السنوي، إصدارات اتحاد إذاعات الدول العربية 2015
80. الإذاعات العربية، العدد3، 2012.

الرسائل الجامعية

81. بلعربي نادية: " آراء الأساتذة والطلبة في البرامج الدعوية لقناة اقرأ الفضائية " - دراسة استطلاعية بجامعة الأمير عبد القادر - رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال.
82. بوجلال وردة: " الجمهور القسنطيني وبرامج قناة اقرأ الفضائية دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات " مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، 2002 - 2003.
83. بومعيزة سعيد: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006.
84. خنيفر شفيقة: "قراءة الطلبة الصحف الدينية الجزائرية" - دراسة ميدانية بجامعتي الأمير عبد القادر ومنتوري بقسنطينة- رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال 2010 - 2011.

85. زرزايحي زويير: "مشاهدة طلبة جامعة جيجل الفضائيات العربية الدينية الإسلامية" -دراسة ميدانية- رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال 2008-2009.
86. عباس سعيدة: "اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية"، دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، رسالة ماجستير قسم الدعوة والإعلام، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010/2009.
87. محمد لعقاب: الإعلام الإسلامي المعاصر في الجزائر - نماذج من الصحافة المكتوبة- "العقيدة"، "المنقذ"، "النهضة"، مذكرة ماجستير غير منشورة، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، إشراف عزة عجان، 1994 - 1995.

المواقع

88. جابر قميحة: المجلات والصحف الدينية www.alukah.net ت.ن: 2015/05/27، ت.ت: 2017/05/10.
89. رباب يوسف: إذاعة القرآن الكريم نصف قرن من العطاء. www.egynews.net، ت.ن: 2014/08/06، ت.الاطلاع: 2017/05/07.
90. زاهر محمد البيك: الصحافة الدينية، الجامعة الإسلامية، غزة، www.ingaza.edu
91. عبد العزيز الزويد: واقع الصحافة الإسلامية في ميزان خبراء الإعلام www.startimes.com، ت.ن: 2009/04/14، ت.ت: 2017/05/10.
92. نايف كريري وآخرون: الإذاعة.. الموجة لاتشير باتجاه الحضور! عن صحيفة المدينة السعودية- ملحق الأربعاء، www.startimes.com ت.ن: 2006/08/16، ت.الاطلاع: 2017/05/07.
93. فهد بن عبد العزيز الشويخ: أثر القنوات الفضائية في تغريب المرأة ، midad.com، ت.ن: 2007/11/08، ت.الاطلاع: 2017/08/23. internationaljournalofwestAsianStudies.com . 2011
94. علي محمد العمري: واقع الفضائيات الإسلامية في العالم العربي .
95. المرأة الداعية في الفضائيات الإسلامية.. بين الحاجة والترف ، جريدة عكاظ ، 2008/12/31، ت.الاطلاع: 2017/08/23
96. أم كلثوم بن يحيى: المرأة في الخطاب الإسلامي المعاصر، نقد الأسلوب الدفاعي، مركز الوفاق الإنمائي للدراسات والبحوث والتدريب، ت.ن: 2015/08/04، ت.الاطلاع: 2017/08/22.

97. مالك الأحمد: الفضائيات الإسلامية نظرة أولية www.almoslim.net ت.الإطلاع 2017/08/24.
98. ابراهيم غرايبة: البرامج الدينية التلفزيونية (الإسلام التلفزيوني) www.alghad.com ت.ن أكتوبر 2005، ت. الاطلاع 2017/08/24.
99. الإعلام النسوي وقضايا المرأة [laha on line.com](http://laha.online.com) ت.ن: 2007/01/20، ت. الاطلاع 2017/09/07.
100. حضور محتشم للمرأة في وسائل الإعلام الجزائرية: <http://jawahir.echoroukonline.com> ت.ن 2015/09/01، ت.الإطلاع 2017/09/07.

عبد القادر للعطوم الإسلامية

الفهرس

- 1 - فهرس الجداول
- 2 - فهرس الأشكال البيانية
- 3 - فهرس الموضوعات

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
95	توزيع عينة الدراسة حسب السن	01
96	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة	02
97	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية	03
98	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية.	04
99	توزيع عينة الدراسة حسب السن ومكان الإقامة	05
100	توزيع عينة الدراسة حسب السن والوضعية الاجتماعية	06
101	توزيع عينة الدراسة حسب السن والوضعية التعليمية.	07
102	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والوضعية الاجتماعية	08
103	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والوضعية التعليمية	09
104	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والوضعية التعليمية	10
105	توزيع عينة الدراسة حسب متابعة المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام	11
106	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة ومتابعة المضامين الدينية	12
107	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية ومتابعة المضامين الدينية	13
108	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية ومتابعة المضامين الدينية	14
110	توزيع عينة الدراسة حسب أسباب عدم متابعة المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام.	15
111	توزيع عينة الدراسة حسب الوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.	16
112	توزيع عينة الدراسة حسب السن والوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.	17
114	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	18
116	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	19
118	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	20

119	توزيع عينة الدراسة حسب دوافع متابعة المضامين الدينية الإسلامية	21
121	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة ودوافع متابعة المضامين الدينية الإسلامية	22
123	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية ودوافع متابعة المضامين الدينية الإسلامية	23
124	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية ودوافع متابعة المضامين الدينية الإسلامية	24
126	توزيع عينة الدراسة حسب درجة متابعة المضامين الدينية الإسلامية	25
127	توزيع عينة الدراسة حسب السن ودرجة متابعة المضامين الدينية الإسلامية	26
128	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية ودرجة متابعة المضامين الدينية الإسلامية	27
130	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية ودرجة متابعة المضامين الدينية الإسلامية	28
131	توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام متابعة المضامين الدينية الإسلامية	29
133	توزيع عينة الدراسة حسب السن وعدد أيام متابعة المضامين الدينية الإسلامية	30
135	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وعدد أيام متابعة المضامين الدينية الإسلامية.	31
137	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وعدد أيام متابعة المضامين الدينية الإسلامية.	32
139	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وعدد أيام متابعة المضامين الدينية الإسلامية.	33
141	توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة للمتابعة	34
142	توزيع عينة الدراسة حسب السن والأيام المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.	35
144	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة و الأيام المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.	36
146	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية و الأيام المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	37
148	جدول رقم "38": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية و الأيام المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	38

149	توزيع عينة الدراسة حسب الفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية .	39
151	توزيع عينة الدراسة حسب السن والفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.	40
153	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	41
154	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	42
156	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	43
157	توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي المخصص لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	44
158	توزيع عينة الدراسة حسب السن والحجم الساعي المخصص لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	45
160	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والحجم الساعي المخصص لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	46
162	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والحجم الساعي المخصص لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	47
163	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والحجم الساعي المخصص لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	48
165	توزيع عينة الدراسة حسب القيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامين الدينية الإسلامية.	49
166	توزيع عينة الدراسة حسب السن والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامين الدينية الإسلامية.	50
167	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامين الدينية الإسلامية	51
169	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامين الدينية الإسلامية	52
170	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة	53

	المضامين الدينية الإسلامية.	
172	توزيع عينة الدراسة حسب الأعمال المرافقة للمتابعة	54
173	توزيع عينة الدراسة حسب السن والأعمال المرافقة للمتابعة	55
174	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والأعمال المرافقة للمتابعة	56
176	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والأعمال المرافقة للمتابعة	57
177	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والأعمال المرافقة للمتابعة	58
179	توزيع عينة الدراسة حسب اللواتي يفضلن متابعة المضامين الدينية في وسيلة معينة.	59
180	توزيع عينة الدراسة أهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.	60
182	توزيع عينة الدراسة السن وأهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.	61
185	توزيع عينة الدراسة مكان الإقامة وأهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	62
187	توزيع عينة الدراسة الوضعية الاجتماعية وأهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.	63
190	توزيع عينة الدراسة الوضعية التعليمية وأهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	64
192	توزيع عينة الدراسة حسب أهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية	65
193	توزيع عينة الدراسة حسب السن وأهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية	66
194	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وأهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية	67
196	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وأهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية	68
197	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وأهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية	69
198	توزيع عينة الدراسة حسب أهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.	70

200	توزيع عينة الدراسة حسب السن وأهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.	71
202	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وأهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	72
204	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وأهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	73
206	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وأهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	74
207	عينة الدراسة حسب المضامين الدينية الإسلامية المفضلة	75
209	توزيع عينة الدراسة حسب السن والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة	76
210	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة	77
212	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة	78
214	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة	79
216	توزيع عينة الدراسة حسب كيفية التعامل مع المواضيع	80
217	توزيع عينة الدراسة حسب السن وكيفية التعامل مع المواضيع	81
218	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وكيفية التعامل مع المواضيع	82
220	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وكيفية التعامل مع المواضيع	83
221	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وكيفية التعامل مع المواضيع	84
223	توزيع عينة الدراسة حسب الدعاة والأئمة المفضلين.	85
225	توزيع عينة الدراسة حسب السن والدعاة والأئمة المفضلين	86
227	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والدعاة والأئمة المفضلين.	87
229	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والدعاة والأئمة المفضلين	88
231	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والدعاة والأئمة المفضلين.	89
233	توزيع عينة الدراسة حسب سبب تفضيل الدعاة والأئمة	90
234	توزيع عينة الدراسة حسب السن وسبب تفضيل الدعاة والأئمة	91
236	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وسبب تفضيل الدعاة والأئمة	92
237	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وسبب تفضيل الدعاة والأئمة	93
239	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وسبب تفضيل الدعاة والأئمة	94

241	توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الشعورية عند متابعة المضامين الدينية الإسلامية	95
242	توزيع عينة الدراسة حسب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني	96
243	توزيع عينة الدراسة حسب سبب عدم زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني	97
243	توزيع عينة الدراسة حسب سبب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني	98
244	توزيع عينة الدراسة حسب السن وسبب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني	99
246	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وسبب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني	100
248	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وسبب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني	101
250	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وسبب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني	102
251	توزيع عينة الدراسة حسب درجة الزيادة في المعلومات	103
252	توزيع عينة الدراسة حسب السن ودرجة الزيادة في المعلومات.	104
254	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة ودرجة الزيادة في المعلومات.	105
255	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية ودرجة الزيادة في المعلومات	106
257	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية ودرجة الزيادة في المعلومات.	107

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
95	توزيع عينة الدراسة حسب السن	01
96	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة	02
97	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية	03
98	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية.	04
99	توزيع عينة الدراسة حسب السن ومكان الإقامة	05
100	توزيع عينة الدراسة حسب السن والوضعية الاجتماعية	06
101	توزيع عينة الدراسة حسب السن والوضعية التعليمية.	07
102	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والوضعية الاجتماعية	08
103	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والوضعية التعليمية	09
104	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والوضعية التعليمية	10
105	توزيع عينة الدراسة حسب متابعة المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام	11
106	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة ومتابعة المضامين الدينية	12
107	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية ومتابعة المضامين الدينية	13
109	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية ومتابعة المضامين الدينية	14
110	توزيع عينة الدراسة حسب أسباب عدم متابعة المضامين الدينية عبر وسائل الإعلام.	15
111	توزيع عينة الدراسة حسب الوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.	16
112	توزيع عينة الدراسة حسب السن والوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.	17
114	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	18
116	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	19
118	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والوسيلة الإعلامية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	20

120	توزيع عينة الدراسة حسب دوافع متابعة المضامين الدينية الإسلامية	21
121	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة ودوافع متابعة المضامين الدينية الإسلامية	22
123	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية ودوافع متابعة المضامين الدينية الإسلامية	23
125	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية ودوافع متابعة المضامين الدينية الإسلامية	24
126	توزيع عينة الدراسة حسب درجة متابعة المضامين الدينية الإسلامية	25
127	توزيع عينة الدراسة حسب السن ودرجة متابعة المضامين الدينية الإسلامية	26
129	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية ودرجة متابعة المضامين الدينية الإسلامية	27
130	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية ودرجة متابعة المضامين الدينية الإسلامية	28
132	توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام متابعة المضامين الدينية الإسلامية	29
133	توزيع عينة الدراسة حسب السن وعدد أيام متابعة المضامين الدينية الإسلامية	30
135	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وعدد أيام متابعة المضامين الدينية الإسلامية.	31
137	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وعدد أيام متابعة المضامين الدينية الإسلامية.	32
139	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وعدد أيام متابعة المضامين الدينية الإسلامية.	33
141	توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة للمتابعة	34
143	توزيع عينة الدراسة حسب السن والأيام المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.	35
145	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة و الأيام المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.	36
146	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية و الأيام المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	37
148	جدول رقم "38": توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية و الأيام المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	38

150	توزيع عينة الدراسة حسب الفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية .	39
151	توزيع عينة الدراسة حسب السن والفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.	40
153	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	41
155	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	42
156	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والفترة الزمنية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	43
158	توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي المخصص لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	44
159	توزيع عينة الدراسة حسب السن والحجم الساعي المخصص لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	45
160	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والحجم الساعي المخصص لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	46
162	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والحجم الساعي المخصص لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	47
164	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والحجم الساعي المخصص لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	48
165	توزيع عينة الدراسة حسب القيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامين الدينية الإسلامية.	49
166	توزيع عينة الدراسة حسب السن والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامين الدينية الإسلامية.	50
168	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامين الدينية الإسلامية	51
169	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة المضامين الدينية الإسلامية	52
171	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والقيام بأعمال أخرى أثناء متابعة	53

	المضامين الدينية الإسلامية.	
172	توزيع عينة الدراسة حسب الأعمال المرافقة للمتابعة	54
173	توزيع عينة الدراسة حسب السن والأعمال المرافقة للمتابعة	55
175	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والأعمال المرافقة للمتابعة	56
176	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والأعمال المرافقة للمتابعة	57
178	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والأعمال المرافقة للمتابعة	58
179	توزيع عينة الدراسة حسب اللواتي يفضلن متابعة المضامين الدينية في وسيلة معينة.	59
181	توزيع عينة الدراسة أهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.	60
183	توزيع عينة الدراسة السن وأهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.	61
186	توزيع عينة الدراسة مكان الإقامة وأهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	62
188	توزيع عينة الدراسة الوضعية الاجتماعية وأهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.	63
191	توزيع عينة الدراسة الوضعية التعليمية وأهم القنوات التلفزيونية المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	64
192	توزيع عينة الدراسة حسب أهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية	65
193	توزيع عينة الدراسة حسب السن وأهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية	66
195	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وأهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية	67
196	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وأهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية	68
197	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وأهم الإذاعات المفضلة لمتابعة البرامج الدينية الإسلامية	69
199	توزيع عينة الدراسة حسب أهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية.	70
200	توزيع عينة الدراسة حسب السن وأهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية	71

	الإسلامية.	
202	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وأهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	72
204	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وأهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	73
206	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وأهم الصحف المفضلة لمتابعة المضامين الدينية الإسلامية	74
208	عينة الدراسة حسب المضامين الدينية الإسلامية المفضلة	75
210	توزيع عينة الدراسة حسب السن والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة	76
211	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة	77
212	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة	78
214	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والمضامين الدينية الإسلامية المفضلة	79
216	توزيع عينة الدراسة حسب كيفية التعامل مع المواضيع	80
217	توزيع عينة الدراسة حسب السن وكيفية التعامل مع المواضيع	81
219	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وكيفية التعامل مع المواضيع	82
220	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وكيفية التعامل مع المواضيع	83
221	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وكيفية التعامل مع المواضيع	84
223	توزيع عينة الدراسة حسب الدعاة والأئمة المفضلين.	85
225	توزيع عينة الدراسة حسب السن والدعاة والأئمة المفضلين	86
228	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة والدعاة والأئمة المفضلين.	87
230	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية والدعاة والأئمة المفضلين	88
232	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية والدعاة والأئمة المفضلين.	89
233	توزيع عينة الدراسة حسب سبب تفضيل الدعاة والأئمة	90
235	توزيع عينة الدراسة حسب السن وسبب تفضيل الدعاة والأئمة	91
236	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وسبب تفضيل الدعاة والأئمة	92
238	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وسبب تفضيل الدعاة والأئمة	93
239	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وسبب تفضيل الدعاة والأئمة	94
241	توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الشعورية عند متابعة المضامين الدينية الإسلامية	95

242	توزيع عينة الدراسة حسب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني	96
244	توزيع عينة الدراسة حسب سبب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني	98
245	توزيع عينة الدراسة حسب السن وسبب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني	99
247	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة وسبب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني	100
248	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية وسبب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني	101
250	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية وسبب زيادة المضامين الدينية الإسلامية في الوعي الديني	102
252	توزيع عينة الدراسة حسب درجة الزيادة في المعلومات	103
253	توزيع عينة الدراسة حسب السن ودرجة الزيادة في المعلومات.	104
254	توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة ودرجة الزيادة في المعلومات.	105
256	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الاجتماعية ودرجة الزيادة في المعلومات	106
257	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية التعليمية ودرجة الزيادة في المعلومات.	107

فهرس الموضوعات

الموضوع	الصفحة
مقدمة.....	أ-ب

الفصل الأول: إطار الدراسة ومنهجيتها

1 - الإشكالية.....	02
2 - تساؤلات الدراسة.....	03-02
3 - أهداف الدراسة.....	03
4 - أسباب اختيار الموضوع.....	03
5 - أهمية الدراسة.....	04
6 - مفاهيم الدراسة.....	05 -04
7 - الدراسات السابقة.....	11 -06
8 - منهج الدراسة وأداتها ومجالها.....	15-11
9 - مجتمع الدراسة وعينتها.....	17 -15
10 - أدوات التحليل الإحصائي.....	18 -17

الفصل الثاني: نظرية الاستخدامات والإشباع

المبحث الأول: مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع.....	21-20
المبحث الثاني: نشأة النظرية وتطورها.....	27-21
المبحث الثالث: فروض نظرية الاستخدامات والإشباع وعناصرها وأهدافها.....	31 -27
المبحث الرابع: الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع.....	35-31

الفصل الثالث: المرأة العربية والإعلام

المبحث الأول: صورة المرأة في الإعلام العربي وأثره عليها.....	44-37
المبحث الثاني: المرأة الإعلامية في الفضائيات الدينية الإسلامية.....	47 -44
المبحث الثالث: المرأة في الخطاب الإسلامي المعاصر.....	52 -48

الفصل الرابع: نشأة وتطور الإعلام الديني الإسلامي

المبحث الأول: ماهية الإعلام الديني الإسلامي

المطلب الأول: تعريفه..... 57-54

المطلب الثاني: مبررات الإعلام الإسلامي..... 59-57

المطلب الثالث: أهمية الإعلام الإسلامي..... 60

المطلب الرابع: خصائص الإعلام الإسلامي..... 62-60

المطلب الخامس: الأماكن التي يتركز فيها الإعلام الإسلامي..... 63-62

المبحث الثاني: نشأة الإعلام الديني الإسلامي في الوطن العربي

المطلب الأول: الإعلام الديني الإسلامي المكتوب في الوطن العربي..... 73-64

المطلب الثاني: الإعلام الديني المسموع في الوطن العربي..... 78-74

المطلب الثالث: الإعلام الديني الفضائي في الوطن العربي..... 82-78

المبحث الثالث: واقع الإعلام الديني الإسلامي في الوطن العربي

المطلب الأول: واقع الإعلام الديني الإسلامي المكتوب..... 85-83

المطلب الثاني: واقع الإعلام الديني الإسلامي المسموع..... 86-85

المطلب الثالث: واقع الإعلام الديني الإسلامي المرئي..... 93-87

الفصل الخامس: استخدامات المرأة القسنطينية للإعلام الديني الإسلامي

المبحث الأول: استخدامات المرأة القسنطينية للإعلام الديني الإسلامي

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة..... 104-95

المطلب الثاني: عادات المتابعة..... 178-105

المطلب الثاني: أنماط المتابعة..... 240-180

المبحث الثاني: الإشباع المحققة من متابعة المرأة القسنطينية للإعلام الديني

الإسلامي..... 258-241

نتائج الدراسة الميدانية..... 266-260

خاتمة..... 269-268

285-271.....	الملاحق
294-287.....	قائمة المصادر والمراجع
301-296.....	فهرس الجداول
307-302.....	فهرس الأشكال
310-308.....	فهرس الموضوعات

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية