

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية أصول الدين والشريعة

والحضارة الإسلامية

قسم: الدعوة والإعلام و الاتصال

تخصص: اتصال دعوي

جامعة الأمير عبد القادر

للعلوم الإسلامية

قسنطينة

الرقم التسلسلي:...../2008

رقم التسجيل:.....

موضوع البحث

مشاهدة طلبة جامعة جيجل الفضائيات العربية الدينية الإسلامية
- دراسة ميدانية-

مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الدعوة والإعلام والاتصال

إشراف:

أ.د. عبد الله بوجلال

إعداد الطالب: زرزايحي زوبر

أعضاء اللجنة

<u>الاسم واللقب</u>	<u>الصفة</u>	<u>الرتبة العلمية</u>	<u>الجامعة الأصلية</u>
1- نصير بوعلي	رئيسا	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر
2- عبد الله بوجلال	مقرا	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر
3- بوبكر عواطي	عضوا	أستاذ محاضر	جامعة الأمير عبد القادر
4- نور الدين سكحال	عضوا	أستاذ محاضر	جامعة الأمير عبد القادر

نوقشت يوم: 15- فيفري- 2009

السنة الجامعية: 1429 - 1430 هـ الموافق لـ/2008-2009م

﴿بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ﴾

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

إهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى من ربط رضاه برضاهما: والدي الكريمين

وإلى إخوتي: عبد العزيز، دحمان وأيمن

إلى كل الأهل والأقارب

إلى أصدقائي الأعزاء: أمين، عبد الرزاق، عبد

الغاني، رضوان، الياس، هشام، منير، سيد علي، ادريس وكل من لم يسع

المجال لذكرهم.

إلى زملائي وأصدقائي في الدراسة بقسم الدعوة والإعلام والاتصال

دفعة 2006 م

عز الدين، نور الدين، فيصل، أبو اليقضان، عبد الباقي...

إلى كل من ساهم معنا في إنجاز هذا البحث من قريب أو بعيد

الزوير

شكر و عرفان

نحمد الله عز وجل الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل المتواضع
ونتقدم بالشكر والتقدير والعرفان لأستاذي المشرف: الأستاذ
الدكتور عبد الله بوجلال، الذي تابع هذا البحث في كل مراحله
وقدم لي كل ما في وسعه من توجيه ورعاية وتشجيع.
كما أتقدم بالشكر الجزيل لأساتذتي الذين استفدت منهم، وأخص
بالذكر

الأستاذ الدكتور فضيل دليو، الدكتور نصير بوعلي، الدكتور
بوبكر عواطي، والدكتور صالح بن نوار.
كما أتقدم بالشكر إلى الأستاذة رقية بوسنان
وإلى كل عمال إدارة جامعة جيجل
ونقول للجميع

شكرا جزيلا

جامعة الأمير عبد الله الثاني للعلوم الإسلامية

﴿ المقدمة ﴾

المقدمة:

يتفق أغلب المهتمين و الأخصائيين على أن وسائل الإعلام و الاتصال السمعية البصرية من أهم وسائل الاتصال الحديثة التي تسيطر على الأفراد و الجماعات و الدول في غالبية أنحاء العالم في يومنا الحالي، لما تتميز به من مميزات لا تتوفر في الوسائل الأخرى خاصة في ظل التنامي المتسارع للتكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال .

وتعود أهمية هذه الوسائل إلى عمق الأثر الذي تتركه في نفسية المشاهدين، بالنظر للمميزات التي تختص بها دون غيرها، حيث تنقل الرسالة بالصوت و الصورة و تقدم للمتلقي الأفكار و المعلومات و الأحداث في مشاهد متكاملة، متكونة من الصورة الحية باللون الطبيعي و الصوت الأصلي الذي يضمن لها نوعا من الواقعية و الجاذبية و التأثير.

و مما هو جلي اليوم أننا نعيش البث الفضائي بمختلف أشكاله و هو يشكل فضاء كبيرا في حياتنا المعاصرة، وقد أصبحت القنوات الفضائية وسيلة لاختصار المسافات و الأزمنة و نقل المعلومات و المعارف المختلفة بفضل التطور الهائل لتكنولوجيات الإعلام و الاتصال .

وإذا كان الإعلام الفضائي حديث النشأة في البلدان العربية بالمقارنة مع الدول المتقدمة فإنه قلص و بشكل كبير الهوة في ميدان الاتصال بين الشمال و الجنوب، وهذا الشكل من الاتصال يقصد به حماية القيم الثقافية و الهوية للعرب و المسلمين و التأكيد على انفتاحهم على التكنولوجيا الحديثة، وذلك عن طريق تأسيس عدة قنوات فضائية عربية مختلفة تعالج مضامين علمية و ثقافية و ترفيهية و دينية و غيرها، حتى أصبحت تعرف إقبالا جماهيريا واسعا داخل الإقليم العربي و خارجه، و من قبل شرائح متعددة من المجتمع .

و كما هو معروف فإن الساحة الإعلامية العربية ظلت خالية من القنوات الفضائية ذات المضمون الديني الإسلامي، إلى أن ظهر بعضها في سبيل أداء الدور المنوط به في توعية و تثقيف الجماهير من ينابيع العقيدة الإسلامية الصافية، و لأسباب تقنية و فنية و بشرية نظر إليها بعين التفاؤل و الإعجاب حيننا لكن وجد من ينظر إليها بعين التوجس و الازدراء حيننا آخر، و مهما يكن من نقائص فإن الرسائل الإعلامية التي تبثها هذه القنوات، يمكن أن تستخدم في بناء الشباب العربي عامة و الجزائري بصفة خاصة، نفسيا و أخلاقيا و سلوكيا، خاصة إذا كان جمهور الشباب من طلبة الجامعات الذي يجد في هذه البرامج الدينية منبعا لتحصيله الثقافي الديني و الإعلامي .

و من وجهة نظري الخاصة فإن الدراسات و الأبحاث في ميدان تعامل الطلبة و الطالبات مع البث التلفزيوني الفضائي المباشر وخاصة ما تعلق بجانب البرامج الدينية فيه، لا يزال ميدانا بكرا في الجزائر ولم يدرس بشكل كاف .

و من هنا يأتي هذا البحث الذي أحاول أن أتطرق فيه إلى عادات و أنماط مشاهدة طلبة و طالبات جامعة جيجل لبرامج الفضائيات العربية الدينية، و ما يمكن أن ينتج عن تلك المشاهدة من تأثير في مستوى ثقافتهم الدينية و قراءاتهم و مراجعتهم للدروس ، و هل توجد علاقة بين متغيرات (النوع ، مكان الإقامة، التخصص العلمي) و عادات و أنماط المشاهدة لديهم.

هذا و من أجل مقارنة الإجابة على الإشكالية المطروحة ، استعنت بمنهج المسح بالعينة، الذي يعد من أنسب المناهج لمثل هذه الدراسات، و قمت بتصميم استمارة استبيان تضمنت أسئلة عن العادات و الأنماط و التأثير، مستخدما في نفس الوقت أساليب إحصائية لتحليل البيانات و تفسيرها، و على هذا الأساس قمت بتقسيم الدراسة إلى مقدمة و ستة فصول و ختمتها باستنتاجات ثم خاتمة .

أما المقدمة، فقد طرحت فيها فكرة عامة عن الموضوع و خطوطه العريضة و تقسيماته المنهجية. و تناولت في **الفصل الأول**: " الإطار المنهجي للدراسة "، حيث اشتمل على مبحثين، الأول تناولت فيه: إشكالية البحث و تساؤلاته، و أهداف الدراسة و أهميتها، إضافة إلى المفاهيم و المصطلحات الأساسية المعتمدة فيها، ثم في المبحث الثاني تم استعراض منهج الدراسة و مجالها الزماني و المكاني و البشري و مجتمع البحث و توصيف عينة الدراسة و خصائصها و كيفية اختيارها ثم أداة جمع البيانات و أدوات التحليل الإحصائي المعتمدة في تحليل البيانات الجدولة و ختمت الفصل بالدراسات السابقة التي لها صلة بموضوع البحث (الجزائرية و العربية).

أما **الفصل الثاني**: وهو بعنوان " البث الفضائي المباشر و برامج الفضائيات العربية الدينية " فقد تم تقسيمه إلى مبحثين، خصصت المبحث الأول منه للحديث عن الأقمار الصناعية و تطورها، و البث الفضائي المباشر، إضافة إلى ظهور الفضائيات العربية الدينية، بينما تناولت في المبحث الثاني واقع برامج الفضائيات العربية الدينية و آفاق تطورها في المستقبل .

أما الفصل الثالث: الذي عنوانه "عادات مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية" فقد اشتمل على مبحثين، المبحث الأول تناولت فيه: درجة الإقبال على مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية، وعدد أيام وساعات المشاهدة، وأسباب تفضيل أيام وأوقات معينة دون أخرى، وفترات المشاهدة المفضلة. أما في المبحث الثاني تطرقت إلى ترتيب أهم الفضائيات العربية الدينية المفضلة وظروف مشاهدتها، وعلاقة هذه العادات مع بعض المتغيرات كالنوع والإقامة والتخصص العلمي.

وفي الفصل الرابع: الذي يحمل عنوان "أنماط مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية" فقد تم تقسيمه إلى مبحثين، حيث تناولت في المبحث الأول: برامج الفضائيات العربية الدينية المفضلة، ودواعي هذا التفضيل ومدى الزيادة في الوعي الديني للجماهير من خلال متابعة هذه البرامج، وفي المبحث الثاني تناولت مدى الاستفادة من مشاهدة هذه البرامج ومدى تفضيل المبحوثين للدعاة وإعلاميين دون غيرهم، وهل هناك زيادة في المعلومات لديهم من خلال متابعة هذه البرامج؟ وأخيرا علاقة أنماط المشاهدة بمتغير النوع والإقامة والتخصص العلمي للمبحوثين.

أما الفصل الخامس: فهو بعنوان الآثار المترتبة عن مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية، حيث قسمته إلى مبحثين، المبحث الأول تناولت فيه: مدة قراءة الكتب ومراجعة الدروس يوميا لدى الطلبة، والفارق بين الحجم الساعي المخصص للمشاهدة والمراجعة، وفي المبحث الثاني تناولت: تأثير المشاهدة على القراءة والمراجعة لدى أفراد العينة.

وفي الفصل السادس: الذي يحمل عنوان "آراء الطلبة في برامج الفضائيات العربية الدينية" تناولت مبحثين؛ الأول حول أهمية المواضيع وكيفية اكتساب قاعدة كبيرة من الجمهور، والثاني حول اقتراحات الطلبة لتطوير البرامج في الفضائيات العربية الدينية.

وأخيرا عرض استنتاجات الدراسة الميدانية، لأخلص في الأخير إلى خاتمة عامة للمبحث.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

المبحث الأول:

- 1- الإشكالية
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- أهداف الدراسة وأهميتها
- 4- مفاهيم الدراسة

المبحث الثاني:

- 5- منهج الدراسة ومجالها
- 6- مجتمع الدراسة وعينته
- 7- أدوات جمع البيانات وتحليلها
- 8- الدراسات السابقة

المبحث الأول:

1- الإشكالية :

أصبحت المنطقة العربية كلها تحت تغطية عدد كبير من المحطات التلفزيونية عبر الأقمار الصناعية المباشرة، و من تلك المحطات ما هي عامة و منها ما هو متخصص في بث برامج معينة في ميادين مختلفة .

ويوجد اليوم في الساحة العربية ما يزيد عن 450 فضائية، ويتعرض المشاهد العربي عموما و المشاهد الجزائري خصوصا يوميا لهذه الفضائيات و بكثافة كما تدل على ذلك بعض الدراسات التي أجريت في هذا الميدان¹.

ويقبل الجمهور الجزائري على القنوات الفضائية العربية المتخصصة بعد ظهورها في الآونة الأخيرة، وخاصة تلك التي تبث البرامج الدينية المتنوعة من مسلسلات و تمثيلات ، حصص و خطب و غيرها، لأسباب تتعلق بالمقومات الحضارية و الثقافية و التاريخية لهذا الجمهور، مما يترك بلا شك آثارا على اتجاهاته و سلوكياته في الحياة .

و بالرغم من وجود بعض الدراسات التي تناولت جمهور الفضائيات العربية في الجزائر² إلا أنها لا تزال قليلة و لم تواكب التطورات الحاصلة على مستوى محتويات هذه القنوات، وكذلك ظهور قنوات أخرى متخصصة ذات مضمون ثقافي ديني متنوع .

وهذا ما يتيح لنا في واقع الأمر المحاولة للإستمرار لمعرفة الكيفية التي يتعامل بها الجمهور محل دراستنا مع تلك الوسائل الإعلامية المتخصصة في بث البرامج الدينية ، وهو جمهور طلبة الجامعة الذي يفترض فيه التعرض بانتقائية و بشكل منتظم للتوفيق بين الدراسة و المشاهدة و معرفة الآثار التي تتركها عملية التعرض على ثقافته الدينية ومراجعته للدروس .

و انطلاقا من هذه الفكرة نشأت و تطورت المشكلة البحثية في ذهني ،على اعتبار أن الفضائيات العربية الدينية أضحت من أهم وسائل الاتصال الدعوي ، التي تلبى الحاجيات و الرغبات لقطاع واسع من الجماهير في البلاد العربية و منها الجزائر .

1- عبد الله بوجلال و آخرون : القنوات الفضائية و تأثيراتها على القيم الاجتماعية و الثقافية و السلوكية لدى الشباب الجزائري

دار الهدى ، الجزائر، 2002م، ص 162.

2- انشراح الشال: قنوات تلفزيونية فضائية في عالم ثالث، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1993م، ص 57.

و منه جاءت هذه الدراسة التي تتجه إلى الركن الرابع من العملية الاتصالية في نموذج لاسوال"لمن؟". لمحاولة معرفة الكيفية التي يتعامل بها جمهور طلبة جامعة جيجل مع الفضائيات العربية الدينية حيث يمكن صياغة الإشكالية الاستفهامية التالية :

ما هي عادات وأنماط وآثار مشاهدة طلبة و طالبات جامعة جيجل لبرامج الفضائيات العربية الدينية؟ و يندرج تحت هذا التساؤل المركزي تساؤلات فرعية أخرى هي كالآتي :

2- تساؤلات الدراسة:

- ما هي عادات مشاهدة طلبة جامعة جيجل لبرامج الفضائيات العربية الدينية من حيث القنوات المفضلة وعدد الأيام ، و الأيام المفضلة للمشاهدة ، و الأوقات و حجم المشاهدة ، و الظروف المصاحبة لذلك (فردية ،جماعية..الخ)؟

- ما هي أنماط المشاهدة المفضلة منها، و طريقة اختيارها و المفاضلة بينها؟

- ما هي الآثار المحتملة لمشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على ثقافة الطلبة؟

- هل هناك علاقة قوية بين بعض المتغيرات و عادات و أنماط المشاهدة ؟

3- أهداف الدراسة وأهميتها : تسعى دراستنا هذه إلى تحقيق الأهداف التالية :

1- معرفة عادات و أنماط مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية لدى جمهور طلبة و طالبات جامعة جيجل .

2- معرفة الآثار المحتملة على ثقافتهم ومراجعة الدروس لديهم.

3- معرفة علاقة المشاهدة ببعض المتغيرات (كالنوع، و مكان الإقامة والتخصص العلمي).

و تكتسي هذه الدراسة أهمية كبيرة، كونها محاولة لإجلاء اللبس و الغموض الذي يكتنف

قضية تعامل طلبة الجامعة مع القنوات الفضائية ذات المضمون الديني الإسلامي، خاصة إذا علمنا أن الدراسات التي خصت العينة المختارة في هذه الدراسة قليلة جدا .

كما أن قطاعا كبيرا من الجمهور الجزائري يشاهد هذه الفضائيات، مما يترتب عنه آثارا مختلفة على ثقافته و سلوكياته، خاصة إذا كان ذلك الجمهور ممثلا في طلبة الجامعة .

كما تتضح أهمية هذا الموضوع في كونه إضافة للدراسات السابقة في هذا الميدان .

و عموما لا تزال بحوث الإعلام الفضائي و جمهوره في حاجة إلى الدراسة و البحث و القياس

وهو ما أشارت إليه بعض الدراسات الأخرى¹.

4- مفاهيم الدراسة و مصطلحاتها:

إن تحديد المفاهيم و المصطلحات في أي بحث يساعد الباحث على توضيح معانيها، و إزالة الغموض حولها، وذلك لا يتم بطريقة عفوية أو اعتباطية عشوائية، بل يتم وفق منطلق علمي و وحدة منهجية ملائمة².

و فيما يلي أهم المفاهيم المتعلقة بالدراسة :

1- العادات : لغة : عادة جمع عادات كل ما عاود فعله الشخص حتى صار يفعله من غير تفكير أي فعل يتكرر على وتيرة واحدة³.

اصطلاحاً: يعرفها خضير شعبان: بأنها "سلوك إنساني و ظاهرة فردية لها ضوابطها تتكون من التعلم و تكرار الاستجابات و تكرار في مواقف متشابهة و هناك عادات اجتماعية و جماعية تنشأ في المناسبات الخاصة كازدياد الأطفال و حالات الزواج⁴.

وتشير العادة في علم النفس إلى ذلك السلوك المنتظم الذي يكتسبه الشخص عن طريق التعلم و التكرار و تستثيره مواقف معينة أو تجعله يتميز بنوع من الثبات و الاستقرار النسبي مع سهولة في الأداء إلى حد الآلية.

وتقول جيهان أحمد رشتي "هناك بعض العوامل التي تحدد قوة العادة عند الفرد منها : الاستمرار في تقديم الرسالة مع تحقيق جزاء أو بدون جزاء، ووجود أو عدم وجود منافسة بين منبه أو استجابة معينة و منبه و استجابة أخرى، و قدرة الجزاء الذي يحس الفرد أنه سيحصل عليه نتيجة الاستجابة، و الفترة الزمنية التي تكون بين القيام بالاستجابة و الجزاء الذي يحصل عليه الفرد و المجهود المطلوب من المتلقي للقيام بالاستجابة"⁵.

1- رمضان بن بجمة : جمهور الفضائيات العربية، مذكرة ماجستير غير منشورة ، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية،

كلية أصول الدين، قسم الدعوة والإعلام، قسنطينة 2004، ص185.

2- فضيل دليو : أسس البحث و تقنياته في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، الجزائر. 1999م-ص90

3 - جماعة من كبار المؤلفين العرب، بتكليف من المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم - المعجم العربي الأساسي لاروس

1989م، ص 876.

4- خضير شعبان : مصطلحات في الإعلام و الاتصال، دار اللسان العربي، الجزائر، 1422هـ، ص184.

5- جيهان أحمد رشتي : الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1978م، ص164.

ويقصد بعادات المشاهدة في هذه الدراسة: مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية و التطرق إلى الأيام و الأوقات والحجم الزمني لها، مع إبراز الكيفية التي تتم بها و الظروف التي تتبع ذلك .

2- الأنماط: لغة: نمط مفرد جمعه أنماط و نماط¹.

- نوع من البسط، طريقة وأسلوب، صنف و نوع و طراز، جماعة من الناس أمرهم واحد. اصطلاحاً: و النمط نموذج يتكون من خصائص فرد أو جماعة أو ثقافة أخرى و تستخدم النماذج من اجل توفير وسيلة لتصنيف الأشخاص أو الثقافات، كما أنها تفيد في التحليل في نفس الوقت، و التتميط هو التصنيف وفقاً لمعايير معينة أو مجموعة معايير و قد يستخدم هذا المنهج في تصنيف العناصر الثقافية أو الجماعات الإنسانية أو المجتمعات المحلية².

ويعرف علماء الاجتماع النمط بأنه: "جزء من السلوك التفاعلي الذي يتكرر بشكل غالب فهو مجموعة متناسقة من السلوك الذي يقوم به الشخص والذي يربط بين الأشخاص و يجعلهم يتأثرون ببعضهم البعض، أو يوجد بينهم اعتماداً متبادلاً أو تأثيراً متبادلاً و يضرب لذلك أمثلة منها تناول أفراد الأسرة الواحدة ثلاث وجبات من الطعام في اليوم، ومنها نوم الأولاد و استيقاظهم في وقت واحد"³.

ويتضمن النمط الاجتماعي نوعاً من التنسيق والترابط والتوقيت بين النشاطات الخاصة لفردين أو أكثر من المشتركين في النمط، وفي المجال الثقافي يستخدم النمط و يشير إلى مجموعة السمات الثقافية التي تكون مجموعة من الوحدات لا تتجزأ، و مجموعة الوحدات تشكل سمة و مجموعة السمات تشكل نمطاً و مجموعة الأنماط تشكل نظاماً⁴.

و يقصد بالأنماط في هاته الدراسة ما يفضل مشاهدته طلبة و طالبات جامعة جيجل من البرامج الدينية و كذا طرق وأساليب مفاضلتهم واختيارهم لها.

3- البرامج: يعرف البرنامج بأنه: "عبارة عن فكرة تجسد وتعالج تلفزيونياً باستخدامه كوسيلة تتوفر لها إمكانيات الوسائل الإعلامية و تعتمد على الصورة المرئية سواء كانت مباشرة أو مسجلة على أفلام و شرائط، ويتشكل ويتخذ قالباً واضحاً ليعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة

¹ جماعة من المؤلفين العرب: مرجع سبق ذكره، ص 1232

² محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1996م، ص 491

³ إبراهيم مذكور: معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة العامة للكتاب، مصر، 1975م، ص 692

⁴ المرجع السابق، ص 622.

وتتطور برامج التلفزيون باستمرار، حيث يلاحظ ألوفا جديدة وأشكالا برمجية متميزة من وقت لآخر¹

4- البرامج الدينية: "هي نشاط إعلامي متخصص في إطار الإعلام العام الملتزم بالإسلام".
"وهي أداة للتثقيف و التوجيه و نشر الوعي الديني و شرح مبادئ الدين الإسلامي و تحتوي على الأحاديث و اللقاءات و الندوات ، و كذلك التمثيليات و المسلسلات و ذلك بغرض التوعية².
"البرامج الدينية هي البرامج المتخصصة في تقديم المعلومات الدينية الثقافية الإسلامية والتي تقوم بالتوجيه الإسلامي وليس معنى هذا أن البرامج الأخرى غير إسلامية"³.

وكما هو معروف فأنواع البرامج مختلف، فمنها الترفيهي والتعليمي و الإخباري والعلمي والرياضي والتمثيلي وغيرها، وما يهم في هذه الدراسة هو البرامج ذات المحتوى الثقافي الديني الإسلامي التي تعالج في مختلف القنوات الفضائية العربية الدينية يوميا ويقبل على مشاهدتها طلبة الجامعة.

5- الطالب الجامعي: هو الشخص المسجل في مؤسسة من مؤسسات التعليم العالي و البحث العلمي و يتابع دراسته فيها بصفة رسمية ، و يقضي فيها مرحلة تعليمية تمتد من ثلاثة إلى سبع سنوات دراسية و ذلك بعد حصوله على البكالوريا أو ما يعادلها ، و لم يتم تخرجه بعد و يقصد بطلبه الجامعة - في دراستنا هذه - الطلبة والطالبات المسجلين رسميا و يتابعون دراستهم في إحدى كليات جامعة جيجل، و التي تعد إحدى مؤسسات التعليم العالي تحت وصاية وزارة التعليم العالي و البحث العلمي في الجزائر⁴.

6- القنوات الفضائية : إن البث التلفزيوني الفضائي يتم عن طريق الأقمار الصناعية ، حيث تستقبل هذه الأخيرة الإشارات المرسله من المحطات الأرضية ثم تقوم بإعادة إرسالها إلى محطات استقبال أرضية أخرى بعيدة عن المحطة الأصلية و ذلك باستخدام قوة الإرسال الكبيرة .

¹ محمد معوض : المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني ، دار الفكر العربي، القاهرة، دت، ص115.

2- السعيد دراحي : عادات و أنماط مشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية ، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين، قسم الدعوة والإعلام 2002-2003م، ص ص 72-73.

3- عادل عبد اله الفلاح : البرامج الإسلامية في الإذاعة الكويتية ، دراسة ميدانية لاستطلاع أثر البرامج الإسلامية في جمهور المستمعين ، المعهد العالي للدعوة الإسلامية بالمدينة المنورة.

⁴ - Echos de L'université de Skikda ,N°00,Avril2004.P6

وفي هذا النوع من الاتصال تصل الرسالة الإعلامية من محطة ارضي معينة في مكان معين ، عبر قنوات القمر الصناعي من خلال وصلة صاعدة إلى القمر وفي وصلة هابطة منه إلى محطة أرضية أخرى في مكان آخر ، ومن هذه المحطة الأخيرة إلى هوائيات الاستقبال في المنازل إلى شاشات التلفزيون أمام المشاهدين¹.

-تعريف معجم المصطلحات الإعلامية : البث التلفزيون الفضائي "هو إرسال البرامج التلفزيونية أو استقبالها بواسطة الأقمار الصناعية وفق تنسيق معين"².

وتعرفها انشراح الشال بأنها : "مد للحدود الاتصالية إلى ماوراء الحدود الجغرافية والسياسية بصرف النظر عن الظروف المكانية والمسافة"³.

ويمكن تعريف الفضائيات العربية حسب هاته الدراسة بأنها: "القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة في بث البرامج الدينية بمختلف أشكالها والتي يستقبلها المشاهد الجزائري والطلبة على وجه الخصوص مباشرة من القمر الصناعي ، وتكون هاته القنوات تابعة سواء للقطاع العمومي أو الخاص".

1 عبد الله بوجللال وآخرون : القنوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية و الثقافية و السلوكية لدى الشباب الجزائري مرجع سابق، ص 88.

2 معجم المصطلحات الإعلامية ،دار الشروق ،القاهرة 1409هـ/1989 م، ص 515.

3 انشراح الشال : قنوات للتلفزيون فضائية في العالم الثالث ،مرجع سابق، ص37.

تعتبر مرحلة البحث الميداني مرحلة أساسية من مراحل البحث العلمي، والتي تتضمن القيام بإجراءات وخطوات منهجية أساسية للحصول على البيانات اللازمة، قصد الوصول إلى النتائج المرجوة والأهداف المسطرة.

وتتناول المعالجة المنهجية في هذه الدراسة عرض المنهج المتبع في الدراسة، ومجالات البحث المكانية والزمنية والبشرية، والتعرف على مجتمع الدراسة، إضافة إلى العينة المختارة للدراسة وخصائصها وطريقة اختيارها، ثم عرض أدوات جمع البيانات والتي تتمثل في استمارة الاستبيان أو الاستقصاء وكيفية إعدادها وتوزيعها، وأخيرا أدوات التحليل الإحصائي المستخدمة في الدراسة.

البحث الثاني: 5 - منهج الدراسة ومجالها:

يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير و تحليل تقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع ، و ذلك بهدف الحصول على معلومات كافية و دقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها.¹

و يعتمد هذا النوع من البحوث بالدرجة الأولى على دراسة الظاهرة كما هي في الواقع و التعبير عنها تعبيرا كينيا أو تعبيرا كميًا فالتعبير الكيفي يصف هذه الظاهرة و يوضح خصائصها أما التعبير الكمي فيعطينا و صفا رقميا لها . و يبرز مقدارها أو حجمها و درجات ارتباطها مع غيرها من الظواهر الأخرى.²

و يمتد مجال هذا النوع من البحوث إضافة إلى جمع البيانات و توفيرها إلى تصنيف البيانات و الحقائق التي يتم تسجيلها و تجميعها و تحليلها تحليلا شاملا و استخلاص الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها و بناء أساس للحقائق التي يمكن أن تبني عليها فروض إيضاحية أو تفسيرية للموقف أو الظاهرة. مما يسهم في تقدم المعرفة.³

و المنهج في معناه الاصطلاحي: "هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد العامة التي تهيمن على سير عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة"⁴

¹- سمير محمد حسين : بحوث الإعلام ، الأسس و المبادئ ، عالم الكتب ، القاهرة، 1983، ص 123.

²- دوقان عبيدات و آخرون : البحث العلمي ، مفهومه أدواته و أساليبه ، دار مجدلاوي، عمان ، ص 183.

³- سمير محمد حسين : مرجع سابق ، ص 131.

⁴- محي الدين عبد الحلیم : الدراما التلفزيونية و الشباب الجامعي . دار الفكر العربي . القاهرة . 1404هـ / 1984م، ص 27.

و لكي يؤدي المنهج دوره و يسهل عملية الوصول إلى الغاية من استعماله ينبغي أن يكون مرتبطا ارتباطا وثيقا بموضوع و أهداف البحث .

و يعتبر منهج المسح الوصفي من أنسب المناهج في الدراسات الإعلامية، و بخاصة تلك التي يكون موضوعها، كيف يتعامل الجمهور مع الوسيلة الإعلامية و أنماط سلوكه و تعامله معها.¹ و يعرف منهج المسح الوصفي بأنه: " المنهج الملائم للواقع الاجتماعي و خصائصه و هو الخطوة الأولى نحو تحقيق الفهم الصحيح لذلك الواقع فهو يمكننا من الإحاطة بكل أبعاد هذا الواقع محددة على خريطة تصف و تصور بكل دقة كافة ظواهره و سماته".²

و على هذا الأساس فإن المنهج المناسب لهذه الدراسة هو منهج المسح بالعينة، و ذلك بغرض معرفة عادات و أنماط مشاهدة طلبة جامعة جيجل لبرامج الفضائيات العربية الدينية و ما ينتج عنها من تأثير في ثقافتهم و مراجعتهم للدروس.

و بالرغم من أن هذا النوع من البحوث يصنف ضمن البحوث الوصفية، غير أنه لن يقتصر على الوصف الكمي أو الكيفي فقط بل نتجاوزه إلى التفسير و التحليل و الوقوف على العلاقات بين الظواهر عن طريق استخدام العمليات الإحصائية و المقاييس المعتمدة في ذلك .

- المجال المكاني - الجغرافي- : و يقصد به نطاق الدراسة الميدانية و قد اختيرت جامعة جيجل

التي تقع بحي أولاد عيسى وسط المدينة ليمثل المجتمع الطلابي بها عينة الدراسة .

- المجال الزمني : و يشمل السنة الجامعية 2007-2008م .

- المجال البشري : استهدفت الدراسة جمهورا نوعيا، وهم طلبة و طالبات جامعة جيجل .

6 - مجتمع الدراسة وعينته:

يقصد بمجتمع الدراسة: "كل مفردات الظاهرة التي نرغب في دراستها"³، إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعرفا دقيقا يشمل طبيعة مفرداته هل هي متجانسة أم متباينة؟ هل هي موزعة في شكل فئات و طبقات أو غير ذلك.

1- محمد عبد الحميد : دراسة الجمهور في بحوث الإعلام . عالم الكتب . القاهرة . 1993ص 122.

2- منصور زويد المطوري : الصياغة الإسلامية لعلم الاجتماع . الدواعي و الإمكانيات . كتاب الأمة . رقم 33 مركز البحوث و

المعلومات . وزارة الأوقاف و الشؤون الإسلامية . قطر 1413هـ، ص 3

3- دوقان عبيدات و آخرون : مرجع سابق ، ص 105.

و يتمثل المجتمع الأصلي لهاته الدراسة في مجموع طلبة و طالبات جامعة جيجل الذين يتابعون دراساتهم فيها بصورة رسمية و منتظمة في كليتي العلوم والحقوق، حيث بلغ عددهم حسب الإحصائيات الرسمية الصادرة عن إدارة الجامعة 10598 طالب وطالبة، حيث يدرس في كلية العلوم 2798 طالب وطالبة، ويدرس في كلية الحقوق 7800 طالب وطالبة.

- عينة الدراسة:

إن البحوث العلمية التي تعتمد على منهج المسح الوصفي تتم بطريقتين، إما بالمسح الشامل أو عن طريق المسح بالعينة، و معروف أنه يتعذر على أي باحث إجراء دراسة شاملة لكل مفردات المجتمع الأصلي، و لهذا فمعظم البحوث العلمية تكتفي بعينة تمثل المجتمع الكلي للدراسة حيث أن البحث تحكمه عوامل مادية و طاقة بشرية و مدة زمنية لإتهائه¹، و تعرف العينة على أنها "مجموعة من الأفراد مشتقة من المجتمع الأصلي و يفترض فيها أن تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا حقيقيا صادقا"²(2)

و لاختيار عينة الدراسة لا بد من الالتزام بالشروط التالية :

- أن تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي بدقة .
- إعطاء فرص متساوية في الاختيار لوحدات المجتمع الأصلي .
- وحدة العينة : تتكون عينة الدراسة من مجموعة وحدات و تختلف وحدة العينة باختلاف الهدف من البحث، و على ذلك يصبح من الأهمية بمكان تحديدها، و يتوقف تحديد معنى الوحدة على تحديد الصفات الأساسية التي تتحقق في كل وحدة من وحدات البحث و الجدير بالذكر أنه كلما كان حجم الوحدة كبيرا كانت دقتها أقل و كلما كان حجمها صغيرا كانت دقتها أكبر.
- و وحدة العينة في هذه الدراسة هي الطالب أو الطالبة الجامعية في جامعة جيجل.
- نوع العينة :

إن اختيار عينة البحث تم بطريقتين تحقيقا لأهدافه و الظروف المحيطة به، وهاتان الطريقتان هما :

1- محمد زيان عمر : البحث العلمي منهجه و تقنياته . دار النشر و التوزيع و الطباعة جدة، ط4، 1983م، ص 282.

3- حمدي ابو الفتوح عطيفة : منهجية البحث العلمي و تطبيقاتها في الدراسات التربوية و النفسية . دار النشر للجامعات

القاهرة . 1996م، ص 271.

1- العينة العمدية :

و هي العينة التي يتعمد فيها الباحث أن تشتمل على وحدات معينة، لأنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صادقا، وهذا انطلاقا من دراسته الكاملة والمفصلة لما يحتويه من مفردات وبيانات لها صلة بالبحث¹، و تبرز هذه الحقيقة في دراستنا من خلال خطوتين، الأولى حين تعمدت إجراء الدراسة على شباب الجامعة بالذات دون غيره، و بالتالي تخصيص فئة منه للدراسة و الخطوة الثانية حين وقع اختياري على جامعة بعينها دون غيرها.

2- العينة الحصصية: تستخدم العينة الحصصية في الأبحاث ذات المجتمعات الواسعة ، التي لا يتمكن الباحث في دراستها من حصر مفرداتها في شكل قوائم لاستحالة هذا الحصر أو لضخامة تكاليف إنجازها من حيث الوقت والإمكانات المادية ،لكن في نفس الوقت لدى الباحث بعض المعطيات الإحصائية الأساسية عن هذا المجتمع²، وقد تم اللجوء إلى عينة عمدية بطريقة الحصص " Quota" نظرا لضخامة تكلفة المسح الشامل من حيث الوقت والإمكانات المادية³، وانطلاقا من هذه الاعتبارات يبلغ حجم عينة الدراسة 200 مفردة.

وقد تمثلت خطوات اختيار العينة فيما يلي:

1- تحديد مجتمع البحث الذي يشتمل على 10598 طالب وطالبة يتوزعون على كليتي العلوم والحقوق.

2- اختيار في حدود الإمكانات وبتوافق مع المشرف على 200 مفردة يمثلون عينة الدراسة حيث بلغ عدد الذكور 100 مفردة بنسبة (50%) وبلغ عدد الإناث 100 مفردة كذلك بنسبة (50%).

وقد راعيت في الاختيار أن يكون عدد الطلبة والطالبات الذين يمثلون تخصصات علمية مساويا لعدد الطلبة والطالبات الذين يمثلون تخصصات علوم اجتماعية وإنسانية .

وقد اخترت الأقسام المعنية بإجراء الدراسة الميدانية من خلال استحضار القائمة الاسمية لجميع الأقسام مع ترقيمها ترقيما تسلسليا ، ثم كتابة كل رقم من تلك الأرقام على قصاصة من ورق وطبها خلط جميع الأوراق خلطا جيدا، ثم سحب أربعة أوراق من الأقسام العلمية وأربعة أوراق من أقسام العلوم الاجتماعية والإنسانية ، وأقوم في كل مرة بإعادة القصاصات التي تم سحبها إلى

¹- أحمد بن مرسلني : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية .الجزائر 2003،ص 180.

² - المرجع السابق، ص 191.

³ -Maurice Angers, initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines,casbah université Alger,édition CECINC.Qébec,1997,p 238.

مجموع القصاصات، وهذا بعد تسجيل رقمها التسلسلي المثبت عليها، وخلطها بباقي القصاصات في عملية السحب التالية، علما أنه لم يتكرر الرقم المسحوب سابقا وإذا تكرر تتم إعادته إلى المجموعة قبل سحب القصاصات الموالية.

وقد أسفرت هذه العملية على اختيار أربعة أقسام تمثل التخصصات العلمية وهي: (علوم الطبيعة والحياة، جيولوجيا، فيزياء، رياضيات)، وأربعة أقسام تمثل تخصصات علوم اجتماعية وإنسانية وهي: (العلوم السياسية والعلاقات الدولية، آداب ولغة عربية، علم الاجتماع والديمقراطية، علوم قانونية وإدارية).

3- قبل توزيع الاستمارة تم تحديد الخصائص التي تبنى عليها العينة وهي: النوع، الإقامة، التخصص العلمي.

4- بعد الانتهاء من اختيار الأقسام المعنية بالتزول الميداني لتوزيع الاستمارات، تم اختيار الأقسام النهائية لكل تخصص وبعد ذلك حددت نسبة كل من الذكور والإناث في كل قسم، ولما كان مجموع أفراد العينة هو 200 مفردة فقد تم تقسيم هذا العدد على الأقسام الثمانية ليصبح بذلك عدد أفراد العينة في كل قسم هو 25 مفردة مع مراعاة نسبة كل من الذكور والإناث، وهو ما يختلف من قسم إلى آخر ومن تخصص إلى آخر.

7 - أدوات جمع البيانات وتحليلها:

يعتمد نجاح البحث العلمي و تحقيق أهدافه على حسن اختيار الأداة أو الأدوات الملائمة للحصول على البيانات و المعلومات المطلوبة عن الظاهرة محل الدراسة.

و طبيعة موضوع البحث و المنهج المتبع يفرضان على الباحث اعتماد أدوات معينة لقياس الظاهرة ، فدقة البيانات المجموعة تتوقف على حسن اختياره و استعماله لهذه الأدوات .

و سيتم الاعتماد في هذه الدراسة على أداة الاستبيان بشكل أساسي، و يعرف الاستبيان بأنه: "أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية و مقننة لتقدم حقائق أو آراء أو أفكار في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة و أهدافها.¹

و يعرف الاستبيان كذلك بأنه " تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية لتقدم للمبحوث من أجل الحصول على إجابات

¹ - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية . عالم الكتب، القاهرة، 2000م، ص 353.

تتضمن المعلومات و البيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة و تعريفها من جوانبها المختلفة¹

و يعرفه سمير محمد حسين بقوله : "هو أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع البيانات من العينة المختارة أو من جميع مفردات البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة و المعدة مقدما و ذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر الباحثين و اتجاههم أو الدوافع و العوامل و المؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة".

و عليه فاستمارة الاستبيان هي أداة تناسب البحوث العلمية التي تستهدف قياس المشاهدة و معرفة عاداتها و أنماطها والآثار التي تتركها على المشاهدين.

وللعلم فإن الباحث قد اختار طريقة المقابلة الشخصية مع الباحثين لملء الاستمارة² وذلك لعدة أسباب من أهمها:

1- قد تتطلب الاستمارة وجود الباحث لتفسير ما قد يكون غامضا و يصعب فهمه من الأسئلة من طرف الباحثين.

2- ضمان الحصول على أكبر عدد من الإجابات من أفراد العينة.

3- ربح الوقت.

- المراحل المتبعة في تصميم استمارة الاستبيان:

يعتبر تصميم الاستمارة من أهم خطوات نجاح البحث العلمي، إذ تحتاج إلى معرفة ودراسة بأصول الاتصال بالأفراد و صياغة الأسئلة³، و عليه تم ضبط أسئلة الاستمارة وفق الخطوات الآتية:

1- تحديد البيانات:

بعد تحديد إشكالية الدراسة وأهدافها، والتساؤلات التي تتطلب الإجابة عنها، وهي معرفة عادات وأنماط مشاهدة طلبة جامعة جيجل لبرامج الفضائيات العربية الدينية والأثر الذي تتركه عليهم، وذلك بمعرفة: القنوات المفضلة والأيام المفضلة للمشاهدة وعددها والأوقات وحجم المشاهدة والظروف المصاحبة لذلك، وطريقة اختيار البرامج والمفاضلة بينها ومدى زيادتها للوعي الديني

1- أحمد بن مرسلني : مرجع سابق، ص 220.

2- سمير محمد حسين: مرجع سابق، ص ص 178-179.

3- أحمد عبادة سرحان: الإحصاء الاجتماعي، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، 1993م، ص 13.

للجماهير ، إلى جانب معرفة مدى أهمية المواضيع والمعلومات التي تقدمها تلك البرامج ومدى الاستفادة منها من قبل أفراد العينة.

2- الإعداد الأولي للاستمارة:

تم إعداد الاستمارة في صورتها الأولية بعد الاطلاع على الدراسات السابقة والمشاهدة، وذلك بعد تحديد محاورها الأساسية وما يندرج تحتها من أسئلة، حيث كانت الأسئلة متنوعة عن العادات والأنماط والأثر المترتب عن المشاهدة إذ تعدت 34 سؤالا، وقد راعيت أثناء صياغتها: بساطة اللغة ووضوح الفكرة والابتعاد عن الأسئلة الغامضة والإيجابية.

3- مراجعة الاستمارة وتحكيمها:

قمت بعرض الاستمارة على الأستاذ المشرف ومجموعة من الأساتذة المختصين ممن تيسر لي الاتصال بهم واستشارتهم وهم: الأستاذ المشرف الدكتور عبد الله بوجلال، والدكتور نصير بوعلي، والدكتور بوبكر عواطي، والدكتور فضيل دليو، إذ أسفرت ملاحظاتهم ونصائحهم على اختيار 30 سؤالا للاستمارة جاءت كالآتي:

1- البيانات العامة، اشتملت على 04 أسئلة.

2- عادات المشاهدة، اشتملت على 09 أسئلة، من (5-13)

3- أنماط المشاهدة ، اشتملت على 09 أسئلة ، من (14-22)

4- آثار المشاهدة ، اشتملت على 08 أسئلة ، من (23-30)

4- الاختبار القبلي « prés test » :

تم توزيع الاستمارة التجريبية على 20 طالبا من جامعة جيجل ذكورا وإناثا وذلك بهدف:

- التأكد من ملاءمتها للواقع الميداني .

- معرفة الأسلوب واللغة ومدى فهم الباحثين لها.

- التعرف على الصعوبات التي قد تعترض توزيع الاستمارة لاحقا.

- معرفة الزمن الذي تستغرقه الاستمارة للإجابة عنها.

وقد أكدت عملية الاختبار القبلي ملاءمة أغلب الأسئلة للاختبار الميداني نتيجة وضوحها وفهمها من قبل أفراد البحث، عدا بعض التعديلات والإضافات وحذف بعض العبارات بعد استشارة الأستاذ المشرف.

5- الإعداد النهائي للاستمارة:

بعد الانتهاء من الإعداد النهائي للاستمارة ، وطبعها وأخذ الموافقة من الأستاذ المشرف للترول الميداني، تم توزيعها على المبحوثين ودام ذلك حوالي ثلاثة أسابيع من 15 ماي 2008 إلى غاية 06 جوان 2008م، بعد ذلك بدأنا عملية تفريغ وتبويب البيانات.

- أدوات التحليل الإحصائي:

بعد توزيع البيانات وتبويبها في الجداول، واستخراج تكراراتها ونسبها المئوية، اعتمدت في عملية التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية عدة مقاييس إحصائية ذلك أن الإحصاء هو "أحد الدعامات الرئيسية التي تقوم عليها الطرق العلمية في بحثها للعلوم المختلفة والعلوم المتصلة بالحياة، حيث له تأثير في تحديد وتصميم خطة البحث العلمي لمساعدة الباحثين على جمع البيانات وعرضها وتحليلها"¹.

وهو أحد فروع الرياضيات التطبيقية التي تفيد في كل من علم الإدارة والاقتصاد، والاجتماع، وعلم النفس والتربية²...

ولحساب درجات التوافق والارتباط وقياس المتوسطات الحسابية لمجموعة البيانات، ودراسة العلاقات الارتباطية بين مفردات الاستمارة ومتغير النوع والإقامة والتخصص العلمي، تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

1- استخراج المتوسط الحسابي (\bar{X}): "moyenne arithmétique" (\bar{X})

يعرف المتوسط الحسابي بأنه: "مجموع القيم مقسوما على عددها" هذا في الحالات البسيطة أما في الحالات المبوبة فإنه يحسب من خلال قسمة مجموع القيم س مضروبة في مجموع التكرارات على مجموع التكرارات، وذلك حسب المعادلة الآتية:³

$$\bar{X} = \frac{\text{مج س ك}}{\text{مج ك}}$$

وعليه معادلته هي:

¹ - سعد الدين أبو الفتوح الشرنوبي: المفاهيم والمعالجات الأساسية في الإحصاء، مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، ط1، 2001م، ص15.

² - غريب سيد أحمد: الإحصاء والقياس في البحث الاجتماعي والمقابلات الإحصائية، ج1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1995م، ص17.

³ - سعد الدين أبو الفتوح الشرنوبي: مرجع سابق، ص67.

$$\bar{X} = \frac{\text{مجموع القيم الفردية} \times \text{تكراراتها}}{\text{عدد الأفراد}}$$

$$\bar{X} = \frac{\sum (x_i f_i)}{n}$$

حيث أن:

$$\bar{X} = \text{المتوسط الحسابي.}$$

$$x_i = \text{القيمة.}$$

$$f_i = \text{تكرار القيمة.}$$

$$n = \text{حجم العينة.}^1$$

2- معامل الارتباط " سبيرمان " (ر):

يهدف معامل ارتباط الرتب إلى قياس التغير القائم بين ترتيب الأفراد بالنسبة لصفة ما وترتيبهم لصفة أخرى، وتعتمد الطريقة الإحصائية لحساب هذا الارتباط على مربعات فروق رتب كلا المقياسين وهي كما يلي:²

$$r = \frac{\sum d^2 - 1}{n(n^2 - 1)}$$

حيث أن :

$$r = \text{معامل الارتباط.}$$

$$\sum d^2 = \text{مجموع مربعات الفروق بين رتبتي كل حالة.}$$

$$n = \text{عدد الحالات موضوع الدراسة.}$$

3- حساب معادلة دلالة الفرق بين نسبتين منويتين (ي):

¹ - عبد الكريم بوحفص: الإحصاء المطبق في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005م، ص48.

² - سعد الدين أبو الفتوح الشرنوبي: مرجع سابق، ص142.

وذلك لمعرفة مدى وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية على مستوى من مستويات الثقة، أو مدى تساوي النسبتين المئويتين المقارن بينهما، ويعبر عن الفرق بين نسبتي مئويتين لظاهرة ما بالمعادلة الموالية¹:

$$Y = \frac{C_1 - C_2}{\sqrt{\frac{C_1(1-C_1)}{n_1} + \frac{C_2(1-C_2)}{n_2}}}$$

حيث أن:

ح₁ - النسبة الأولى.

ح₂ - النسبة الثانية.

ن₁ - حجم العينة الأولى.

ن₂ - حجم العينة الثانية.

$$C = \text{حجم الخطأ المعياري ومعادلته} = \frac{n_1 C_1 + n_2 C_2}{n_1 + n_2}$$

حيث أن:

ن₁ هو المجموع الكلي للعينة الأولى.

ن₂ هو المجموع الكلي للعينة الثانية.

وبعد استخراج قيمة (Y) نقارنها بالقيمة الجدولية عند قيمة 0,01، نسبة الثقة 99%، أو عند قيمة 0,05 نسبة الثقة 95%.

فإذا كانت قيمة (Y) أكبر من القيمة الجدولية، كان الفرق ذا دلالة إحصائية، وإذا كانت قيمتها أصغر من القيمة الجدولية كان الفرق غير دال إحصائياً.

4- حساب كاي مربع (ك²):

لحساب (ك²) تتبع الخطوات التالية:

1- عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993م، ص 177.

أ- حساب التكرار المتوقع لكل خلية من الجدول المزدوج وذلك بضرب مجموع الصف × مجموع العمود الخاص بالخلية وقسمة الناتج على المجموع الكلي.

$$K^{-} = \frac{\text{مجموع الصف} \times \text{مجموع العمود}}{\text{المجموع الكلي}}$$

ب- نطرح التوزيعات التكرارية المتوقعة (ك ن) من التوزيعات التكرارية المشاهدة (ك م) أي:
(ك م - ك ن) ثم نربع القيمة المحصل عليها.

ج- نقسم مربعات الفروق على التكرارات المتوقعة لكل خلية أي:
$$\frac{(ك م - ك ن)^2}{ك ن}$$

د- مجموع العمليات السابقة يعطي قيمة χ^2 المحسوبة أي أن:

$$\chi^2 = \frac{(\text{التكرار المشاهد} - \text{التكرار المتوقع})^2}{\text{التكرار المتوقع}}$$

هـ- نقوم بحساب درجات الحرية للجدول عن طريق المعادلة الآتية:

$$\text{درجة الحرية} = (\text{عدد الأعمدة} - 1) (\text{عدد الصفوف} - 1)$$

نقوم بعد ذلك بمقارنة (χ^2 المحسوبة) مع (χ^2 الجدولية) عند مستوى ثقة 0,05 أو 0,01، فإذا كانت قيمة χ^2 المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، نقول أن هناك ارتباط معنوي بين المتغيرين، وإذا كان العكس نقول بعدم وجود ارتباط معنوي بينهما.

5- حساب معامل التوافق (ق):

يعتبر معامل التوافق (ق) من مقاييس التطابق للبيانات التي يمكن وضعها في فئات أي ذات المستوى الاسمي وهو يرتبط بكاي مربع، إذ لا يحسب إلا بعد تطبيق χ^2 ، والاستدلال من هذا الاختبار بأن هناك علاقة بين المتغيرين، في حين من غير الضروري حسابه إذا علمنا من خلال χ^2 أن المتغيرين المدروسين مستقلين عن بعضهما، باعتبار أن العلاقة تكون غير دالة، ولا استخراج معامل التوافق من قيمة χ^2 ، نستخدم المعادلة التالية:¹

¹- عبد الله عامر الهمالي: أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، بنغازي منشورات جامعة قار بونس، ط2، 1998، ص 238.

$$C = \sqrt{\frac{2K^2}{N + 2K^2}}$$

8 - الدراسات السابقة :

من الأمور الجوهرية لهاته الدراسة تقديم عرض للدراسات المماثلة أو التي لها علاقة علمية بموضوع البحث ، حيث سيتم تقديم عرض يحمل لهاته الدراسات وأهدافها ومناهجها والنتائج التي وصلت إليها .

ومن أهم هاته الدراسات نجد :

أولا - الدراسات الجزائرية : 1- دراسة نصير بوعلي بعنوان : " البرابول والجمهور في الجزائر " دراسة في عادات وأنماط المشاهدة وكذا التأثيرات على القيم في المجتمع¹ .

- منهج الدراسة : أسلوب المسح الوصفي .

- العينة : وحدتها فئة الشباب .

- نتائج الدراسة : أسفرت الدراسة أن ظاهرة البرابول قد انتشرت بشكل ملفت للانتباه حيث أن هناك إقبال على مشاهدة مختلف البرامج يوميا ، وكثافة المشاهدة لصالح القنوات الأجنبية، أما بالنسبة للأخبار فهي مضللة، ويفضل الجمهور الإنتاج الوطني إن وجد، وتأثير هاته البرامج قوي على قيم المجتمع ، فهذه الدراسة تناولت أثر التلفزيون من خلال البرابول على تغيير القيم لدى المجتمع .

2- دراسة عبد الله بوجلال وآخرون : حول أثار مشاهدة البرامج التلفزيونية الأجنبية على القيم الاجتماعية والثقافية و السلوكية لدى الشباب الجزائري² .

تتمحور مشكلة البحث حول التأثير الذي تحدثه البرامج والمضامين الثقافية والإعلامية والإشهارية على أنساق القيم الاجتماعية ، الثقافية و السلوكية لدى الشباب .

¹ - نصير بوعلي: البرابول و الجمهور في الجزائر،رسالة ماجستير ،معهد الإعلام و الاتصال،جامعة الجزائر1993م.

² - عبد الله بوجلال و آخرون : القنوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري ،دار الهدى للنشر و

الطباعة عين ملينة الجزائر دت، ص 152-213.

- معرفة نمط وحجم المواد والبرامج الأجنبية المقدمة في القناة الوطنية و القنوات الفضائية العربية والأجنبية.
- معرفة عادات وأنماط مشاهدة أفراد العينة لهاته البرامج .
- معرفة أثر تلك المشاهدة على أنساق القيم الاجتماعية و، الثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري .
- معرفة عوامل التأثير بتلك البرامج (الذاتية والموضوعية) .
- عينة الدراسة: عينة حصرية اشتملت على 1196 شابا ممن تتراوح أعمارهم بين 15-25 سنة من كلا الجنسين يدرسون في مختلف الثانويات الوطنية والمعاهد والجامعات في خمس ولايات (قسنطينة-ورقلة-المسيلة-تيزي وزو-وهران).
- نتائج الدراسة : نسبة كبيرة من أفراد العنة يشاهدون برامج القنوات الفضائية كثيرا جدا و23.2% يشاهدونها كثيرا ، و34.5% يشاهدونها أحيانا مقابل 14.95% يشاهدونها نادرا.
- وتبين من خلال الدراسة عن وجود علاقة قوية بين حجم المشاهدة و منطقة الإقامة ، و تبين عدم وجود هذه العلاقة القوية بين كثافة المشاهدة و النوع و المستوى التعليمي ، بينما برزت قوة العلاقة بين المشاهدة و مهنة الأولياء .
- قناة **MBC** احتلت المرتبة الأولى ضمن القنوات التي يشاهدها الشباب بكثرة ثم قناة **M6** ثم قناة **ART** فالقناة المصرية .
- مشاهدة الشباب للبرامج الخيالية و الترفيهية أكثر من مشاهدتهم للبرامج الإعلامية و الثقافية و العلمية و الدينية و اتضح أن هناك فروق بين الجنسين في تفضيلهم للبرامج .
- أكثر من 70% من أفراد العينة يجدون إخراجا عند مشاهدة برامج الفضائيات مع أفراد أسرهم وخاصة الحصص الفاضحة و الأفلام و المسلسلات و المنوعات الغنائية.
- البرامج المشاهدة تؤثر كثيرا في أفكار و سلوك الشباب كثيرا بنسبة 12.95% و قليلا بنسبة 34.55% و تبين أن الذكور يستفيدون أكثر من الإناث .
- البرامج المشاهدة تؤثر كثيرا على مشاهدة برامج القناة الوطنية، و تبين أن 75% من الشباب يؤيدون منح المرأة حقوقها السياسية و الاجتماعية كاملة .
- 47.3% لا يشاهدون البرامج التي تتعارض مع القيم الأخلاقية و الإسلامية في هذه القنوات
- الأهداف ذات الأهمية بالنسبة للأفراد هي: رضا الله سبحانه و تعالى و احترام تعاليم الإسلام

الحرية، تأمين المستقبل، الاحترام، العلاقات الجديدة، وتشير نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة وعي الشباب المبحوث وامتلاكهم قيم اجتماعية و ثقافية رغم اختلافها بينهم .

- دراسة عبد الله بوجلال حول: "الشباب الجزائري وبرامج التلفزيون الأجنبي" (دراسة ميدانية) حاول من خلالها الباحث كشف جانب من جوانب الآثار التي تحدثها برامج القنوات الأجنبية على الشباب الجزائري¹.
أهداف الدراسة:

- معرفة عادات وأنماط تعرض الشباب للقنوات الأجنبية.
- معرفة أنواع القنوات الأجنبية التي يشاهدها الشباب الجزائري والبرامج المفضلة .
- معرفة أنماط التأثيرات التي تحدثها، وقد خلصت النتائج إلى أن ثلث أفراد العينة يشاهدون برامج التلفزيون الأجنبي كثيرا، أما الذين لا يشاهدونها يرجعون ذلك إلى عدة عوامل أهمها تعارض تلك البرامج مع القيم الأخلاقية وعادات المجتمع الجزائري.
- وجاء كذلك في الدراسة أن 46% من المبحوثين يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية بمفردهم في الفترة المسائية وفي السهرة، ويأتي يوم الخميس في المرتبة الأولى يليه يوم الجمعة ثم الأحد.
- وقد احتلت القناة الفرنسية TF1 المرتبة الأولى، ثم جاءت قناة mbc فقناة RTL و m6
وبخصوص الأنماط فإن أفراد العينة يفضلون البرامج الترفيهية فالأفلام ثم المنوعات وبعد ذلك تأتي البرامج العلمية والثقافية وغيرها.
- فيما يتعلق بالتأثير فإن أفراد العينة أجابوا بأن هناك تأثير إيجابي وسليبي، فالإيجابي يتمثل في تعلم اللغات الأجنبية وبعض المعارف الجديدة، والسليبي يتمثل في تقلص الأوقات المخصصة للقراءة والمطالعة.

4- دراسة إبراهيم عباسي حول: "التلفزيون الجزائري والمشاهد دراسة سوسولوجية للبرامج الوطنية"².

1 عبد الله بوجلال : الشباب الجزائري و برامج التلفزيون (دراسة ميدانية)، مجلة البحوث، مجلة علمية متمم بنشر الأعمال الجزئية لفرق البحث على مستوى الجامعة الجزائرية، ع 3، 1995. ص 31-57.

2 إبراهيم عباسي: التلفزيون الجزائري و المشاهد، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام ، معهد الإعلام و الاتصال ،جامعة الجزائر 1992 1993.

وقد تناولت هذه الدراسة البرامج المعروضة في التلفزيون الجزائري وخاصة الأجنبية منها وما تحمله من قيم بعيدة كل البعد عن قيمنا وحضارتنا وعلاقة هذه البرامج بالتنمية .

- منهج الدراسة: تحليل المحتوى.

- أدوات البحث: المقابلة، الملاحظة، الاستمارة.

عينة الدراسة: تحليل محتوى برنامج طيلة ثلاثة أشهر، و180 فرد.

- نتائج الدراسة: خلص صاحب البحث إلى نتيجتين :

أن وسائل الإعلام تعمل في إطار قوانين المجتمع ومقوماته.

ضرورة استخدام الإعلام في نشر الثقافة والعلوم.

5- دراسة نجاة بويدي: عادات وأنماط مشاهدة الأولياء لبرامج التلفزيون دراسة ميدانية بحج القماص¹.

تحاول الدراسة معرفة مدى إقبال الأولياء على البرامج التلفزيونية وكذا متابعتهم لأطفالهم في البيوت أثناء مشاهدة البرامج الخاصة بهم ونوعية البرامج المفضلة ومشاهدتها.

أهداف الدراسة:

- معرفة أسباب الإقبال على القنوات .

- قياس حجم المشاهدة (وطنيا وأجنيبا).

- معرفة أكثر البرامج إقبالا.

- التعرف على عادات وأنماط المشاهدة في القناة الوطنية والأجنبية.

- انعكاسات المشاهدة على الأطفال.

عينة الدراسة: عشوائية طبقية منتظمة (170 مفردة).

النتائج:

- وجود فروق جوهرية بين الآباء والأمهات حول انعكاسات تعدد القنوات

الأجنبية، والذين يلتقطون هاته القنوات أكثر ممن لا يلتقطونها.

- تراجع القناة الوطنية أمام زحف القنوات الأخرى.

1 نجاة بويدي: عادات وأنماط مشاهدة الأولياء لبرامج التلفزيون، مذكرة ماجستير غير منشورة، معهد علم الاجتماع فرع الاتصال، جامعة منتوري فسنطينة، 1997-1998م.

6- دراسة السعيد دراحي بعنوان: "عادات وأنماط مشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية"¹

- إشكالية البحث:

أصبح التلفزيون يحتل مكانة هامة بإشغال أوقات فراغ عند الأطفال الناشئة لسببين هما توفر القنوات التلفزيونية الملتقطة عبر أجهزة الرابول ومحدودية إمكانيات الأطفال لقضاء أوقات فراغهم.

و بالتالي فهذه الظاهرة الإعلامية تحتاج إلى كشف عن عادات و أنماط مشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية من حيث القنوات التي يتعرضون لها و نوعية البرامج و المواد التي يتابعونها و الأيام التي تزداد خلالها المشاهدة و الأوقات المفضلة لمشاهداتهم و كقيمتها و ظروفها.

المنهج المعتمد :

استخدم الباحث بهذه الدراسة منهج المسح بالعينة لأنه انسب المناهج العلمية التي تستهدف إنشاء و تركيب جمهور وسائل الإعلام و أنماط سلوكه .

أدوات البحث :

استخدم استمارة الاستقصاء و طريقة المقابلة الشخصية مع المبحوثين ملء الاستمارة.

العينة :

أخذت مفردات عينة البحث من بين تلاميذ 94 أكاديمية اختار البحث في حدود إمكانياته 195 تلميذ يتوزعون على خمس إكماليات و التي تمثل 5 من مجموع الإكماليات و حدد الخصائص التي تبنى عليها العينة و هي النوع و الصفوف الدراسية.

أهداف الدراسة :

- الكشف عن عادات و أنماط المشاهدة عند الأطفال للبرامج التلفزيونية.
- الكشف عن دور الأولياء في توجيه أبنائهم نحو نوع معين من هذه العادات و الأنماط.
- ترتيب هذه العادات و الأنماط حسب تكرارها عند الأطفال.

¹ السعيد دراحي: مرجع سابق .

7- دراسة وردة بوجلال بعنوان : الجمهور القسطنطيني و برامج قناة اقرأ الفضائية . دراسة في العادات و الأنماط و الاتجاهات".¹
إشكالية الدراسة :

تعتبر قناة اقرأ الفضائية أول قناة فضائية إسلامية تتبنى أطروحة الإعلام الإسلامي فجاءت هذه الدراسة لمحاولة معرفة مدى حجم أنماط و عادات و شدة اتجاهات الجمهور نحو برامج هته القناة.
المنهج :

هو المنهج المسحي لجمهور رسائل الإعلام.
أدوات البحث :

استبانة الاستقصاء و لقياس الاتجاهات استخدمت مقياس ليكرت .

العينة :

هي عمدية شملت عينات متقاربة بين ثلاثة أحياء بمدينة قسنطينة بالإضافة إلى مجموعة من طلبة الدراسات العليا بكلية أصول الدين و الشريعة و الحضارة الإسلامية.

أهداف الدراسة :

- معرفة عادات و أنماط مشاهدة الجمهور القسطنطيني لبرامج قناة اقرأ.
- قياس اتجاهات الجمهور القسطنطيني نحو برامج قناة اقرأ .
- تقييم نوعية البرامج .
- الخروج ببعض المقترحات.

- استعمال القنوات الفضائية في الدعوة و ضرورة صمودها في وجه البدائل الأجنبية.

أهم نتائج الدراسة :

- يتساوى الذكور و الإناث في مشاهدة 14 قناة.
- بلغ عدد مشاهدي برامج قناة اقرأ 152 مفردة أي 91.01% من مجموع عينة الدراسة *167
- حيث مدة قناة اقرأ في تزايد مستمر .
- يزيد الذكور عن الإناث في مشاهدة برامج القناة لمدة ساعة و الفارق ذو دلالة إحصائية.

1- وردة بوجلال : الجمهور القسطنطيني و برامج قناة اقرأ الفضائية، دراسة في العادات و الأنماط و الاتجاهات، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين، قسم الدعوة و الإعلام .، 2002-2003.

- تحليل و تفسير هذه العادات و الأنماط في ظل عدة متغيرات متعلقة بخصائص العينة .
 - محاولة صياغة فرضيات ذات علاقة سببية تكون منطلقا لدراسات تفسيرية لاحقة .
- فرضيات الدراسة :

- ف1: تختلف عادات المشاهدة بين تلاميذ مجموعة الدراسة.
 - ف2: تستقطب الرسوم المتحركة ، و المسلسلات الأجنبية و الأفلام و الحصص الدينية ،بالإضافة إلى الأغاني و المنوعات اهتمام التلاميذ غير أنهم يختلفون في درجة تفضيلهم.
 - ف3: يقوم الأولياء بتحديد أنماط المشاهدة و فتراتها و اختيار القنوات التلفزيونية للتلاميذ .
- أهم النتائج :

- خلصت الدراسة إلى أن مشاهدة التلفزيون أصبحت ظاهرة اتصالية شائعة بين التلاميذ.
- ارتفاع كثافة المشاهدة يوميا بمتوسط حسابي يبلغ 3 ساعات و 23 دقيقة خلال أيام الأسبوع.
- أسباب تفضيل التلاميذ لبعض الأيام الأخرى هو أيام العطل المدرسية في المرتبة الأولى وأفلام متنوعة في المرتبة الثانية .

-نالت الفترة الليلية المرتبة الأولى من حيث كثافة المشاهدة أي بين الساعة 7-9 ليلا.

-المشاهدة تتم في إطار جماعي غالبا.

-هناك 65.08% يمنعهم أولياؤهم من التقاط بعض البرامج و القنوات.

-يميل التلاميذ إلى متابعة الرسوم المتحركة أكثر ثم القران الكريم ثم الغاني و المنوعات ثم المسلسلات و الأفلام الدينية.

-ترجع أسباب تفضيلهم إلى كونها برامج تثقيفية و ترفيهية و ممتعة و مسلية و لأنها مثيرة و مفيدة وفق هذا الترتيب :

-يساهم الأولياء في تحديد نمط المشاهدة لأبنائهم و هناك 60.84% من المبحوثين يحددون البرامج للأطفال.

- برنامج و تلقى الأجابة كان أكبر الحصص إعجابا.

- جل الأفراد لا يرسلون القناة .

8- دراسة بابوري عبد الكريم : "عادات و أنماط مشاهدة طلبة جامعة سكيكدة للفرضيات العربية"¹ (دراسة ميدانية).

إشكالية الدراسة :

محاولة الاقتراب من معرفة الكيفية التي يتعامل بها هذا الجمهور النوعي المتمثل في طلبة و طالبات جامعة سكيكدة مع الفرضيات العربية من حيث عادات و أنماط المشاهدة و تأثير ذلك على تحصيلهم الدراسي

المنهج المستخدم :

منهج المسح الوصفي بالعينة

أدوات البحث: الاستبيان

أهداف البحث :

- معرفة عادات و أنماط مشاهدة الفرضيات العربية لدى شريحة طلبة و طالبات جامعة سكيكدة و العوامل المؤدية إلى كثافة المشاهدة.

- معرفة عوامل التأثير على تحصيلهم الدراسي و ما إذا كانت المشاهدة تؤثر على تحصيلهم الدراسي بمفردها أم هناك عوامل أخرى.

- معرفة علاقة المشاهدة ببعض المتغيرات المستقلة كالنوع و التخصص و الإقامة.

أهم نتائج الدراسة:

- اتضح أن غالبية أفراد العينة يشاهدون برامج الفرضيات.

- اليوم المفضل هو يوم الخميس .

- الفترة المفضلة هي المسائية ثم الفترة الليلية .

- جاءت قناة الجزيرة في المرتبة الأولى .

- تفضيلات العينة تتجه إلى البرامج الدينية أولا ثم الإخبارية ثانيا.

- أفراد العينة يتعرضون إلى البرامج الدينية من حين إلى آخر أكثر من المشاهدة في غالب الأحيان.

- أفراد العينة يستفيدون من البرامج بصورة متذبذبة غير مستقرة.

¹ - بابوري عبد الكريم: عادات وأنماط مشاهدة طلبة جامعة سكيكدة للفرضيات العربية، مذكرة ماجستير غير منشورة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين، قسم الدعوة والإعلام، قسنطينة 2004-2005م.

- أغلبية أفراد العينة لا يراجعون دروسهم يوميا بنسبة 72.5% و السبب ليس المشاهدة فقط و إنما هو التأثير.

- غالبية أفراد العينة يقرؤون الصحف و الكتب بنسبة 73%.

ثانيا: الدراسات العربية :

1- في دراسة تمحورت حول: "البث الوافد على الشاشات التلفزيونية"، حاولت الباحثة انشراح الشال¹ الوصول إلى معرفة أسباب توجه المشاهدين إلى البرامج الوافدة و تأثير ذلك على حجم التعرض إلى القناة الوطنية و مدى إمكانية رفض وسيلة أخرى إذا كان مضمونها يشكل تأثيرا على الهوية الثقافية و الوطنية .

المنهج المستخدم في الدراسة : هو المسح بالعينة.

عينة الدراسة: 173 مفردة .

أداة جمع البيانات : الاستبيان.

نتائج الدراسة : توصلت الباحثة إلى إن الذكور أكثر مشاهدة للقنوات أو البرامج الوافدة بنسبة 71,5% أما الإناث فنسبة المشاهدة لديهم بلغت 29,5% ومعظم المشاهدين من حملة شهادات جامعية و معظمهم يتقن اللغتين الفرنسية و الانجليزية و جاءت قناة Super Chanel البريطانية في المرتبة الأولى ثم قناة CNN الأمريكية ثم تأتي قناة أورو نيوز EURO NEWS ثم تأتي قناة MBC و الفضائية المصرية ESC .

و صرح أفراد العينة أن مشاهدة البرامج الوافدة أثر على مشاهدة برامج التلفزيون الوطني .

2- و في دراسة لأديب حضور حول: "مشاهدة البث التلفزيوني المباشر في الوطن العربي"²

حاول التوقف على مستقبل البث التلفزيوني الفضائي المباشر و طرح تساؤلات حول مدى الإقبال على البث التلفزيوني المباشر و دوافع ذلك؟ و عادات و أنماط المشاهدة و كيف ينظر الجمهور إلى البث الفضائي؟ و هل ينتج عن ذلك الإقبال التبعية أم التفاعل؟ حيث أجريت الدراسات في شهر نوفمبر عام 1996 بالعاصمة السورية "دمشق" على عينة عشوائية تتكون من 145 مفردة، استعمل فيها الباحث استمارة الاستبيان و المقابلة كأداتين لجمع المعلومات .

¹ - إنشراح الشال :بث وافد على شاشات التلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1994م.

² -أديب حضور : مشاهدة البث التلفزيوني المباشر في الوطن العربي -جمهورية مدينة دمشق - مجلة الشؤون العربية - مارس 1998م، ص ص 189- 208.

و قد توصل إلى أن مشاهدة المحطات الفضائية تترسخ لتصبح تجربة يومية و منتظمة، و عدد كبير من الجمهور يتابع البث الفضائي في المساء و السهرة بنسبة 84.1% مقابل 15.9% يشاهدون في الصباح و يشاهد 45.6% من أفراد العينة أقل من ساعتين في اليوم بينما يشاهد 54% منهم أكثر من ساعتين في اليوم، و صرح أفراد العينة أن 30.5% منهم يشاهد البث مع الأسرة، مقابل 7% يشاهدون لوحدهم، و 24.8% صرحوا حسب الظروف.

أما أفضلية المشاهدة فجاءت للقنوات العربية بنسبة 77.2% مقابل 22.8% يفضلون القنوات الأجنبية و ذلك يرجع حسب 40% من الأفراد المبحوثين إلى عائق اللغة الذي يحول دون التعرض للقنوات الأجنبية بينما 40% منهم يقول أن السبب يرجع إلى توافق البث الفضائي العربي مع قيم و تقاليد و ثقافة المجتمع، أما القنوات المفضلة فجاءت كالتالي :

- قناة ART ثم الفضائية المصرية فالفضائية السورية ثم قناة LBC وأخيرا قناة دبي .

أما أنماط المشاهدة فجاءت المسلسلات في المرتبة الأولى تليها أخبار السياسة في المرتبة الثانية ثم البرامج الرياضية المختلفة، و أظهرت الدراسة أن استقبال البث التلفزيوني المباشر يترك آثارا سلبية على أفراد العينة، من خلال تقلص عدد ساعات النوم ، و انخفاض الوقت الذي يقضيه الوالد مع ولده.

أما الآثار الايجابية فتتعلق بزيادة فترات المطالعة و القراءة، إضافة إلى الانفتاح الحضاري و الثقافي.

3- و في دراسة عن "مشاهدة الجمهور العراقي للقنوات الفضائية العربية" توصل حسين طونية و وسام فاضل¹ إلى اتساع عملية نصب أجهزة استقبال الفضائي بعد 2003/04/09 و هو تاريخ الاحتلال الأمريكي للعراق.

حيث أشارت النتائج إلى أن 73% من المبحوثين نصبوا أجهزة الاستقبال بعد هذا التاريخ و 43% من أفراد العينة يشاهدون 04 و 05 ساعات يوميا و 25% يشاهدون أكثر من 5 ساعات و جاء القمر الصناعي NILE SATE في أعلى معدلات التفضيل بـ 41% من المشاهدين يعتمدون عليه . و تأتي قناة MBC في المرتبة الأولى ثم قناة العربية في المرتبة الثانية و قناة روتانا في المرتبة الثالثة ، أما عن آثار المشاهدة فجاءت بنسبة 53% يرون أن هناك آثارا سلبية بينما 47% منهم لا يرون ذلك و لا يمنعون الأطفال من المشاهدة .

1- على حسين طونية و وسام فاضل:مشاهدة الجمهور العراقي للقنوات الفضائية العربية - دراسة ميدانية- لأنماط الأذواق لدى الجمهور العراقي عن موقع: www.azzaman.asp . (ت د) 19-03-2007م.

4- و في دراسة عن "البث التلفزيوني الفضائي"، استهدفت التعرف عن عادات و أنماط التعرض للقنوات الفضائية العربية و الأجنبية في اليمن، توصل محمد سعيد¹ في دراسة ميدانية بين عامي 1997-1998 أجريت على عينة طبقية عشوائية من طلبة جامعة صنعاء عددها 600 طالب و طالبة، مستخدما المنهج المسحي الوصفي و استمارة الاستبيان إلى :

أن مشاهدة القنوات الفضائية يتم عن طريق أجهزة استقبال خاصة بأفراد البحث بنسبة 65% و أن التعرض لهذه القنوات أثر على مشاهدة البرامج الوطنية، و حجم التعرض للقنوات الفضائية العربية هو أكبر من حجم التعرض للقنوات الأجنبية ، و حازت القنوات العربية الأفضلية في المشاهدة لدى الباحثين ، و أهم هته القنوات العربية هي قناة LBC ، المستقبل ،تلفزيون الشرق الأوسط MBC و قناة الجزيرة و إذاعة و تلفزيون العرب ART و الفضائية المصرية ESC ثم قناة دبي و النيل الفضائية و اقتصرت القنوات الأجنبية على قناتي CNN و TV5.

أما عن أنماط المشاهدة فالتجهت إلى برامج المنوعات و الأخبار و البرامج الدراسية .
وعن آثار التعرض فتمثلت في زيادة التحصيل العلمي و الثقافة العامة للطلبة .

5- و من الدراسات التي تناولت البث التلفزيوني المباشر لدى جمهور نوعي و هو جمهور الطلبة و الطالبات، دراسة عاطف عدلي العبد و فوزية عبد الله العلي²

و هي دراسة استطلاعية على قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة أجريت عام 1994 على عينة تتشكل من 190 طالب و طالبة، استخدمت فيها منهج المسح الشامل و طبقا فيها أداة الاستبيان لجمع المعلومات .

. أسفرت الدراسة على أن :

74,1% من الباحثين يشاهدون البث التلفزيوني الفضائي دائما و 20% أحيانا و أغلب أسرهم

تمتلك جهاز استقبال بـ 81.1% و أهم القنوات المفضلة لديهم هي على التوالي :

قناة MBC و القنوات الفضائية المصرية ثم CNN الأمريكية فقناة STAR PLUS و BBC الانجليزية و أفضلية التعرض تميل إلى القنوات العربية بسبب اللغة .

1- محمد سعيد : البث التلفزيوني الفضائي الوافد الى اليمن و عادات تعرض طلبة الجامعة له ، مجلة اتحادات الإذاعة العربية عددا سنة 2004 ص 110.

2- عاطف عدلي العبد و فوزية عبد الله العلي :عادات و أنماط مشاهدة القنوات الفضائية .دراسات في الإعلام الفضائي ،دار الفكر العربي، القاهرة، 1995م، ص ص 95-96.

أما بخصوص أنماط المشاهدة؛ فجاءت الأفلام العربية في المرتبة الأولى بنسبة 99.5% ثم المسلسلات العربية في المرتبة الثانية ثم المباريات و البرامج الرياضية في المرتبة الثالثة و بنسبة 97.4% ثم المواد الإخبارية بنسبة 96.8% .

و من حيث التأثير يرى 87.9% من أفراد العينة أن متابعتهم للقنوات الفضائية مفيدة و الاستفادة تتمثل في متابعة الأخبار و الأحداث العالمية العامة، و الانفتاح على العالم و زيادة المعلومات عن دول أخرى ، و الإطلاع على حضارات و ثقافات باقي الدول العربية و تعلم اللغات أما 60.5% من أفراد العينة يرون أن هناك أضرارا كثيرة تنتج عن المتابعة منها : زعزعة عقيدة الإسلام في نفوس المشاهدين، إهدار الوقت و التعود على الخمول و الكسل و شغل الأفراد عن القراءة و المطالعة .

تعد الدراسات السابقة التي تناولت علاقة الجمهور بالث التلفزيوني الفضائي مقارنة علمية و منهجية لموضوع هذه الدراسة، حيث ركزت هذه الدراسات على محاولة معرفة أبعاد المشاهدة بالنسبة للجمهور المبحوث من خلال عادات و أنماط المشاهدة ومدى التأثير الذي تتركه على سلوكياته و اتجاهاته.

و الواضح أن معظم هاته الدراسات اتجهت نحو برامج التلفزيون بشكل عام و لم تخصص دراسات تتناول مضامين إعلامية دينية عبر الفضائيات العربية الدينية، ومدى تأثيرها على جمهور المتلقين عدا دراسة واحدة تناولت برامج قناة اقرأ الفضائية ذلك كونها ظاهرة جديدة انتشرت في مطلع التسعينات من القرن الماضي و يلاحظ كذلك أن غالبية هاته الدراسات لم تتناول الجمهور النوعي و المتمثل في شريحة الطلبة و الطالبات في الجامعة.

وبناء على هذا فإن دراستنا هذه ترمي إلى محاولة إكمال النقص في هذا المجال وذلك بالكشف عن عادات و أنماط مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية لدى طلبة و طالبات جامعة جيجل ومدى تأثيرها على القراءة و المراجعة لديهم في وقت أصبح فيه البث التلفزيوني الفضائي يغطي كافة أنحاء الوطن العربي ومنها الجزائر.

الفصل الثاني

البث الفضائي المباشر وبرامج الفضائيات العربية الدينية

المبحث الأول: الأقمار الصناعية والبث التلفزيوني الفضائي المباشر

- 1 - نشأة الأقمار الصناعية وتطورها
- 2 - البث التلفزيوني الفضائي المباشر وظهور الفضائيات العربية
- 3 - ظهور الفضائيات العربية الدينية

المبحث الثاني: برامج الفضائيات العربية الدينية

- 1- واقع برامج الفضائيات العربية الدينية
- 2- آفاق تطوير برامج الفضائيات العربية الدينية

يعتبر البث الفضائي من الظواهر الاتصالية التي برزت بشكل واضح في العالم بشكل عام و العالم العربي بشكل خاص، خاصة بعد التطور التقني الواسع في مجال آليات الاتصالات و استخدامها في البث التلفزيوني.

وتتشكل آليات البث الفضائي حول ثلاث أدوات رئيسية هي: التلفزيون باعتباره الجهاز المُستقبل والقنوات الفضائية باعتبارها ظاهرة اتصالية أنتجت التطورات المختلفة في مجال الاتصالات الفضائية وتقنياتها، ثم تأتي الأقمار الصناعية باعتبارها أدوات البث.¹

1- نشأة الأقمار الصناعية وتطورها:

يعتبر القمر الصناعي محطة صغيرة في شكل جسم متحرك وعائم في الفضاء تعمل على موجات متناهية الصغر وتقوم المحطة باستقبال وإعادة إرسال الموجات الدقيقة التي تحمل الرسائل إلى مناطق المشتركين، ويتيح استقبال وإرسال الموجات عن طريق هوائيات مثبتة على سطح القمر الصناعي العلوي المواجه لسطح الأرض.²

وهو وسيلة من الوسائل الجديدة التي تقوم باستقبال الأنواع المختلفة من الإشارات (حروف، أرقام، أصوات...) ثم يقوم بإعادة بثها إلى المحطات الأرضية.³

والقمر الصناعي ليس مجرد وسيلة اتصال عادية مثل باقي الوسائل، بل يعتبر وسيلة لهذه الوسائل ومن أهمها البرامج التلفزيونية والإذاعية والاتصالات الهاتفية وغيرها من الخدمات الإعلامية.⁴

ونقصد بالأقمار الصناعية في دراستنا هذه تلك المستخدمة في نقل الإشارات التلفزيونية، وخاصة منها أقمار البث المباشر (satellite de télévision direct). كما قدمت الأقمار الصناعية مزايا لشبكات التلفزة الأرضية والكابلية، أضفت مزايا أهم للبث التلفزيوني الفضائي المباشر (DBS)، وتكمن المزية الرئيسية للتلفزة الفضائية في أن الوصول المباشر إلى البث الفضائي يضع بتصرف المتلقي عددا هائلا من القنوات.⁵

¹ - نصير بوعلي: اثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003م، ص 51.

² - زكي مصطفى عليان ومحمد عبد الديس: رسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار الصفاء، عمان، الأردن، 1991، ص 113.

³ - الموسوعة العربية العالمية، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر و التوزيع ج 18، ط 2، 1999م، ص 113.

⁴ - فضيل دليو: مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998م، ص 151.

⁵ - فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، بيروت، لبنان، 2002م، ص 390.

وبالنظر إلى قنوات الاتصال بدءاً من أبعادها الواسعة، أو من الربط على مسافات طويلة فإن الأداة التي حسمت التغيرات الكبرى هو القمر الصناعي الجيومراوح، أي القمر المتوضع على مسافة من الأرض يستطيع معها أن يحتفظ دوماً بالمكان نفسه بالنسبة للأرض.¹

إن فكرة استخدام الأقمار الصناعية في الاتصالات الفضائية تعود إلى أواسط الأربعينيات من القرن العشرين حيث بدأت كفكرة للكاتب العلمي آرثر كلارك (Arthur Clark)، وتقوم على أساس وضع ثلاث كرات معدنية (هي الأقمار المتزامنة) كمرايا عاكسة في الفضاء، وتبعد عن بعضها البعض بمسافات متساوية وتوضع في مدار (Orbite) فوق خط الاستواء.² وتسير بنفس سرعة الأرض.³

غير أن البداية الحقيقية لعصر استخدام الأقمار الصناعية يرجع إلى بداية أبحاث الفضاء التي تزامنت مع إطلاق أول قمر صناعي إلى الفضاء من طرف الاتحاد السوفياتي عام 1957م والمتمثل في القمر الصناعي (سبوتنيك 1)⁴. ولم يمر إلا شهر واحد حتى أطلق الاتحاد السوفياتي قمره الصناعي الثاني (سبوتنيك 2) في 03 نوفمبر 1957م، لقد كان إطلاق القمرين السوفيتيين بمثابة التحدي الكبير للقوة العظمى الأخرى الولايات المتحدة الأمريكية التي اعتبرت ذلك تهديداً فعلياً لأمنها، مما جعلها تبادر إلى دخول حلبة السباق وهو ما أثمر بإطلاقها لقمرها الصناعي الأول في جانفي 1958م وهو المستكشف 1 (Explorer) وذلك بواسطة الصاروخ الأمريكي (Jupiter-H).⁵

وفي سنة 1960 أطلق القمر الصناعي (Echo) الذي يعتبر أول قمر صناعي في مجال الاتصالات. أما بالنسبة لاستخدام الأقمار الصناعية في مجال البث التلفزيوني فقد واكب تقريبا ظهور الأقمار الأولى، فقد أطلقت الولايات المتحدة أول قمر صناعي للبث التلفزيوني (Telestar 1) سنة

¹ - N.Vittadini, comunicare con I new media « ed, Bompiani, Milano, 1998, p 115.

² - Mohamed Bouhebila : Réception TV par satellite, technique de la parabole à la portée de tous, ED, distribution Houma, Alger, 2000, p 13.

³ - حسن الكمشوشي: اتصالات الأقمار الصناعية، مجلة الزميل، عدد 27، 1994م، ص 39.

⁴ - جيهان أحمد رشقي : الإعلام الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1979م، ص 309.

⁵ - نصير بوعلي: أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري، مرجع سابق، ص 51.

1962م.¹ وتبعته بإنشاء ثلاث محطات أرضية بأمريكا، فرنسا وبريطانيا ولذلك فقد أمكن رؤيته من أوروبا وأمريكا.²

وبعد ذلك وعلى إثر عطب في القمر (Telestar 1) أطلق القمر (Telestar 2) في نفس السنة وفي سنة 1963م أطلقت الولايات المتحدة القمر (Sincom 1) الذي يعتبر أول قمر صناعي مداري متزامن في مجال البث التلفزيوني تلاه بعد ذلك القمر (Sincom 2) في نفس السنة وقد أتاح هذا الأخير وصول الخطب السياسية والحفلات الموسيقية والمباريات الرياضية وغيرها من البرامج التلفزيونية بشكل مستمر إلى أي مكان على سطح الكرة الأرضية، وموازية مع مجهودات الولايات المتحدة الأمريكية في إطلاق الأقمار التلفزيونية، تمكن الاتحاد السوفياتي من إطلاق القمر (Molniya I) عام 1965م.³

وقد توسعت فيما بعد دائرة إطلاق الأقمار الصناعية سواء في مجال البث التلفزيوني أو المجالات الأخرى، ولم تبق محصورة في الولايات المتحدة و الاتحاد السوفياتي بل تعدتها إلى عدة دول على الصعيد المحلي و العالمي، وهذا ما جسدهته مجهودات مشتركة بين الدول أفضت إلى وجود عدة مجتمعات وشبكات اتصالية جهوية وعالمية للأقمار الصناعية.⁴

فقد خاضت كل من فرنسا وإنجلترا وألمانيا الغربية (سابقا) والصين هذا المجال بصفة محدودة في بداية الأمر، إلا أنه سرعان ما حاولت الركب واللاحق بسابقتها، وذلك عن طريق إنشاء تعاونيات في هذا المجال باشتراكها بميزانيات متفاوتة في مشروع فضائي واحد. وحقق تعاون كل من الدول السابقة وإيطاليا، السويد، بلجيكا، هولندا، سويسرا، الدنمارك، اسبانيا وأستراليا في إنتاج الصاروخ الفضائي (Europa) الذي حمل القمر الصناعي (Esro)، وعلى غرار هذا تعاونت ألمانيا الشرقية، بلغاريا، المجر، بولندا، رومانيا مع الاتحاد السوفياتي لإنتاج القمر الصناعي (Inter cosmos).⁵ كما أن الرغبة دفعت بالدول العربية بعد النتائج التي أخذت تعطي مردودها

¹ - مقال بعنوان: بداية البث عن طريق الأقمار الصناعية عن موقع www.télesatellite.com بتاريخ 2008/03/17م.

² - حسن عماد مكاوي: تكنولوجيا الاتصال الحديث في عصر المعلومات، ط 2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1997، ص ص 101-102.

³ - Satellite de communication à usage commerciale. www.users.skynet.be/fmtech-sat.html. le 12-02-2008.

⁴ - سمية تنيو: الطلبة الجزائريون والبرامج التنموية في الفضائيات العربية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، غير منشورة جامعة منتوري قسنطينة، 2006-2007م، ص ص 93-94.

⁵ - نصير بوعسي: أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري، مرجع سابق، ص 53.

في عالم الاتصال إلى إنشاء الشبكة الفضائية العربية (عربسات Arabsat) ومحاولة اللحاق بدول الشرق والغرب التي سبقت إلى تسخير الأقمار الصناعية في خدمة المواصلات بكل أنواعها، وهناك تجارب عديدة على النطاق العالمي والدولي والمحلي أبرزها الشبكة الكندية والشبكة الهندية جنوب إفريقيا والشبكة المصرية للاتصالات الفضائية.

وقد ظهرت بعدها شبكات متخصصة في إدارة وتشغيل الأقمار الصناعية، منها:¹

- المنظمة الدولية للاتصالات عبر الأقمار الصناعية (Intelsat).
- منظمة الأقمار الصناعية للاتصالات الفضائية الأوروبية (Eutelsat).
- منظمة انترسبوتنيك (Intersputnik).
- منظمة عربسات (Arabsat).

1- المنظمة الدولية للاتصالات عبر الأقمار الصناعية: (Intelsat)

تأسست هذه المنظمة بواشنطن سنة 1964، وقد تمكنت من إطلاق أول قمر صناعي المعروف بـ (Early bird) سنة 1965، وذلك في مجال النقل الهاتفي التلفزيوني، وقد مثل (Intelsat 1) الجيل الأول في منظمة الانتلسات، تلته بعد ذلك أربعة أجيال هي: الجيل الثاني الذي أطلق عام 1967 وقد أتاح إمكانية الاتصال الفوري بجوالي ثلثي الكرة الأرضية ثم الجيل الثالث (Intelsat 3) الذي أطلق بين 1968 - 1970 والذي أتاح الاتصال الدولي بكل الكرة الأرضية، كما ظهر الجيل الرابع بين 1971 - 1973 وقد أدى إلى زيادة مقدرة الأقمار على نقل المعلومات، وخلال الثمانينات ظهر الجيل الخامس وهو يمثل الجيل الأكثر تطوراً لأقمار انتلسات.²

2- منظمة (مجمع) انترسبوتنيك: (Intersputnik)

يضم هذا المجمع كل من الاتحاد السوفياتي ودول المعسكر الاشتراكي، وقد انشأ سنة 1968 ولم يخرج إلى حيز التنفيذ حتى سنة 1971.³ ويعتبر الاتحاد السوفياتي أول دولة في العالم تعمل على تغطية أراضيها الشاسعة بشبكة داخلية للاتصالات الفضائية، وفي ميدان النقل الهاتفي ونقل الصرف.

¹ - إباد شاعر البكري: عام 2000 حرب المحطات الفضائية، دار الشروق 1999م، (د ب ن) ص ص 43-44.

² - حسن عماد مكاي: تكنولوجيا الاتصال الحديث في عصر المعلومات، مرجع سابق، ص 104.

³ فضيل دليو: مرجع سابق، ص 129.

وقد كان أول استخدام للبث التلفزيوني ضمن المجمع سنة 1981، وذلك من خلال القناة العاشرة "ترنسوندر 15" في كل من القمرين (ستاسيونار 4 و 5).¹

3- منظمة يوتلسات: (Eutelsat)

تعتبر أول شبكة خاصة بالبث الأوروبي تأسست سنة 1977، وهي تضم 26 دولة من دول أوروبا الغربية، وقد تم إطلاق أول قمر مداري تجريبي (OTS) الذي استخدم في تبادل برامج التلفزيون بين دول أوروبا.

أما أول قمر لمنظمة Eutelsat فكان (Ec-F1) وقد استخدم في نقل أهم القنوات التلفزيونية الأوروبية مثل شبكات سوبر تشانل، صندوق الموسيقى، القناة الفرنسية الخامسة والقناة الإيطالية الأولى.²

4- منظمة عربسات: (Arabsat)

أدرك وزراء الإعلام العرب الذين اجتمعوا في مدينة بتزرت التونسية بعد نكسة 1967 أهمية امتلاك الدول العربية نظاما فضائيا خاصا بها، وذلك لكسر احتكار دول الشمال للمعلومات من جهة، وكذا إيصال الرسالة الإعلامية العربية داخل الوطن العربي وخارجه من جهة أخرى. وقد انطلق القمر العربي " عربسات " عام 1985 م من جزيرة "غويانا" الفرنسية في أمريكا الوسطى، وهو مجهز بثمانية آلاف قناة تلفزيونية وهاتفية تحت الطلب، ويخدم 36 محطة عربية للإذاعة والتلفزيون.³

أنواع أقمار البث الفضائي:

تقسم أقمار الاتصالات وأقمار البث التلفزيوني حسب فعاليتها إلى نوعين:

- أقمار صناعية سالبة: " Negative Satellite " وقد سميت بالأقمار السالبة أو الحاملة لأنها لا تحتوي على أجهزة إرسال واستقبال، وإنما دورها هو عكس الموجات اللاسلكية، ومن أشهرها القمر الصناعي (Score) الذي أطلقتها الولايات المتحدة الأمريكية عام 1958، والقمر (Courier) في 1960، وكل من Echo 1 و Echo 2 سنة 1964.⁴ وفي هذا النمط من

¹ - حسن عماد مكاوي: مرجع سابق، ص 62.

² - المرجع السابق، ص 63.

³ - المرجع السابق، ص 65.

⁴ - إياد شاكر البكري: مرجع سابق، ص ص 19-20.

الأقمار يكون دور المحطات الأرضية كبيرا في نقل واستقبال المعلومات والإشارات التلفزيونية، ومن عيوب هذه الأقمار أنها موجودة على مسافة قريبة من سطح الأرض مما يحد من المسافة التي تغطيها بالإضافة إلى أنها تتأثر بالعوامل الجوية مما يؤدي إلى فقدانها للشكل الطبيعي الذي يمكنها من التقاط وإعادة الإشارة.¹

- أقمار صناعية موجبة: " Active Satellite " وهي تحتوي على أجهزة إرسال واستقبال وتسجيل وكل ما يحتاجه العمل التلفزيوني ومنها القمران: (Telestar 1) و (Telestar 2) الذين أطلقتتهما الولايات المتحدة في عام 1962 و 1963 على التوالي، وكذا أقمار Relay و Sincom وقد استعمل هذا النوع الأخير من في نقل الألعاب الأولمبية التي جرت في اليابان سنة 1964 إلى كل العواصم الأوروبية أو بعض مدن في أمريكا الشمالية وأمريكا اللاتينية وفي آسيا كذلك.²

ومن عيوب هذا النوع من الأقمار هو أنها تدور حول الأرض بسرعة أكبر من دوراتها حول نفسها مما يستدعي أن تقوم المحطات الأرضية بالبحث عن القمر في الفضاء، وان تتابعه من خلال هوائيات ضخمة، كما أن سرعة دوران هذه الأقمار لا تسمح للمحطات الأرضية بممارسة عملها بدقة سوى لحظات قليلة من خلال كل دورة يقوم بها القمر حول الأرض ويمر أثناءها بالمحطة الأرضية.³

كما توجد ثلاث أنماط لأقمار الاتصال و البث التلفزيوني وحسب أنماط استخدامها هي:

- أقمار الاتصال من نقطة إلى نقطة: "Point à Point" تقوم هذه الأقمار بالتقاط الإشارات التلفزيونية التي تبث عن طريق المحطات الأرضية ثم تعيد بثها إلى محطة أرضية أخرى التي بدورها تقوم بتوزيعها عن طريق شبكة اتصالاتها المحلية، وهي تستخدم عندما يكون هناك إرسال من جهة مركزية واحدة موجهة إلى مناطق عديدة.⁴

1- انشراح الشال: الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية، دار الفكر العربي، القاهرة، ط 2 ، 1993م، ص 84.

2- بابوري عبد الكريم: عادات وأنماط مشاهدة طلبة جامعة سكيكدة للفنانيات العربية، دراسة ميدانية، مذكرة ماجستير في الدعوة والإعلام والاتصال غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة ، 2004-2005م، ص 49.

3- مجد هاشم الهاشمي: الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، 2001م، ص 57.

4- رضوان بوقزة: بنية الأخبار في القنوات العربية، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005-2006م، ص 82.

- أقمار التوزيع: وتقوم بتوزيع الإشارات التلفزيونية إلى مناطق واسعة بتكلفة أقل، ويعتمد هذا النظام على محطات صغيرة متنقلة تقوم بتغطية الأحداث أينما تقع وتبثها للقمر الصناعي الذي يعيد الإشارة للمحطة الأرضية الأخرى¹، ومن أمثلة الشبكات التي تستخدم هذا النظام شبكة أقمار "مولينا" التي تغطي مناطق الاتحاد السوفياتي سابقا.²

- أقمار البث المباشر: هذا النوع الجديد يقوم بإرسال الإشارات التلفزيونية وغيرها من دون الحاجة إلى محطات أرضية³، أي هو الإرسال الذي يرد بشكل آني ومباشر من محطة الإرسال إلى الأجهزة التلفزيونية الفردية للمتلقي، وما يميز هذا النمط الجديد من الأقمار هو ثقل وزنه، وتكلفته الباهظة، إضافة إلى قوة بثه التي تصل (230 واط) وتعد هذه القوة أكبر بعشرة أضعاف من قوة النوع الأول والثاني وهذا ما يسمح باستقبال البث التلفزيوني دون المرور عبر المحطات الأرضية ودون الخضوع لأي مراقبة، وينبغي الإشارة إلى أنه لا يمكن التقاط البث التلفزيوني المباشر بواسطة هوائيات التلقي العادية (Antenne Classique) وإنما يتم حاليا بواسطة هوائيات منحنية يتراوح قطرها ما بين 75 و 190 سم تسمى الهوائيات المقعرة (Parabole)⁴ وكان إطلاق أول قمر صناعي بالبث المباشر من طرف فرنسا سنة 1985 ويسمى TDF1 ثم قمرها الثاني TDF2 في أبريل عام 1990، وتم توزيعها على القناة الفرنسية الأولى TF1 والثانية F2 و TV7 وقناة LA 5، M6، CANAL+ . وخلال عام 1995 أطلق عشرون قمرا صناعيا جديدا خاص بالبث التلفزيوني، ويتوقع خبراء التكنولوجيا والمعلومات ازدياد قنوات البث التلفزيوني بشكل يصبح فيه بالإمكان تحميل الأقمار الصناعية عدد من القنوات قد يفوق 500 قناة.⁵

- تكنولوجيا البث التلفزيوني الرقمي:

نتيجة للتطور المستمر في تكنولوجيا البث المباشر بدأ تشغيل النظام الرقمي (système numérique) في التلفزيون وكذلك الانترنت، وذلك لتشكيل عالم جديد في الاتصال

¹ - نصير بوعلوي: مرجع سابق، ص 54.

² - عبد المجيد شكري: تكنولوجيا الاتصال، إنتاج البرامج في الراديو و التلفزيون، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996م،

ص 17.

³ - إياد شاكر البكري: مرجع سابق، ص 20.

⁴ - نصير بوعلوي : المرجع نفسه، ص 55.

⁵ -Philippe Gerard: télévisions mutations. Revue de la communication. N° 71, e.h.c sciences sociales . Grenoble . 1995 ,p 17.

الجماهيري، ويقاس هذا الاتصال على الاندماج وتكامل المحتوى الإعلامي، ويعتمد أيضا على الاتصال عن بعد، ويتضمن التلفزيون الأرضي الرقمي بثا مباشرا إلى المنزل عبر القمر الصناعي، إذ تعرض خيارات كثيرة أمام المتلقي (المستهلك)، ويتميز هذا النظام بالقدرة على استدعاء المعلومات المساعدة وإحداث التفاعلية، وفي هذا النظام تتحسن خدمات الانترنت بواسطة الخطوط السريعة الموجهة إلى المنازل، وأصبح الاندماج واقعا حتميا بين البث التلفزيوني والانترنت وحتى البث الإذاعي أيضا، ويتمثل ذلك في web.tv وعلاوة على ذلك تتميز الأشكال الجديدة للتكنولوجيا الرقمية بمجموعة من المميزات أهمها¹ :

- 1- اختيار أحسن البرامج التي تتضمن المقدرة على إدخال برامج من وإلى العالم
- 2- التفاعل الكبير بين الجمهور والوسيلة مع القدرة على التزويد الآني والتغذية المرتدة في البرامج.
- 3- وصول أحسن المعلومات
- 4- القدرة على إدارة الأعمال متضمنة الصفقات البنكية والشراء المباشر من المنازل.
- 5- فيديو تحت الطلب.
- 6- تلفزيون ذو مقدرة عالية (TVHD)

إن البث التلفزيوني المباشر بواسطة الأنظمة الرقمية نتيجة حتمية لتطور تكنولوجيا الاتصال، وعندما نقول تكنولوجيا الاتصال فإنما نعني : مجمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها، أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات.² ولعل من أبرز مظاهر هذا التطور التكنولوجي الذي أطلق عليه البعض اسم " الثورة الخامسة" ذلك الاندماج الذي حدث بين ظاهرتي تفجر المعلومات وثورة البث الفضائي للاتصال، ويتمثل المظهر البارز لتفجر المعلومات في استخدام الحاسب الالكتروني في تخزين واسترجاع خلاصة ما

¹ - طه عبد العاطي نجم: البث التلفزيوني المباشر والهوية الثقافية العربية، نحو مستقبل مشرق، مجلة العلاقات العربية الأمريكية، عدد خاص، الخواصنة، عمان، الجامعة الأردنية، 2001، ص 162

² - عبد المجيد شكري: مرجع سابق. ص 11

أنتجه الفكر البشري، في أقل حيز متاح، وبأسرع وقت ممكن. أما ثورة الاتصال الخامسة فقد تجسدت في استخدام الأقمار الصناعية الخاصة بالبيث التلفزيوني المباشر في نقل الأنباء والبيانات والصور عبر الدول والقارات بطريقة فورية¹.

وفي سنة 1996 برز توجه جديد نحو إيجاد محطات عربية متخصصة للبيث الواسع عبر الأقمار الصناعية نحو البلدان العربية كون هذه الدول تقع في جزء من المدار الاستوائي الثابت الذي يمكن مشاهدته بواسطة محطات الإرسال والاستقبال ويقع هذا الجزء بين درجة 27.5 غربا و 35.9 درجة شرقا، إن هذه الوضعية المدارية للدول العربية أفرزت العديد من النتائج من بينها تعدد القنوات التلفزيونية التي تبث برامجها من مناطق مختلفة سواء بالطريقة المشفرة أو الطريقة العادية كما أن التطور في مجال إمكانيات البيث الرقمي عبر الأمواج المهرتزية الرقمية سيزيد في تعاضم هذه التحولات وسيسمح بتوفير إمكانيات أكبر لإرسال واستقبال الصور.

2- البيث التلفزيوني الفضائي المباشر وظهور الفضائيات العربية:

- البيث التلفزيوني الفضائي المباشر: يعتبر البيث التلفزيوني الفضائي المباشر من الموضوعات التي تشغل الرأي العام العالمي، وذلك باعتباره ظاهرة تحمل في طياتها المنفعة والفساد في آن واحد، فمنهم من ينظر إليه من حيث مكاسبه " التعليم، تلاقي الثقافات، جعل العالم قرية واحدة.." ومنهم من ينظر إليه من حيث مضاره " مظاهر الرذيلة والفساد وبث مضامين ذات الثقافة هابطة" إلا أن الباحثين يرون أن بداية التفكير في البيث الفضائي المباشر يرجع إلى أواسط السبعينات من القرن الماضي، فقد شهد العالم عام 1976 انطلاق مشروع قمر صناعي خاص بالبيث التلفزيوني المباشر في القارة الأوروبية ثم تلا ذلك قيام عدد من المبادرات سواء كانت انفرادية أم ثنائية مشتركة بين بعض الدول²، كفرنسا وألمانيا وبريطانيا.

¹ - فضيل دليو: وسائل الاتصال وتكنولوجياته، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر 2002، ص 135.

² - محمد شطاح: قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2006م،

أما المنطقة العربية فكانت أسرع في التعامل مع ظاهرة البث التلفزيوني المباشر، فمن المعلوم أن منطقة المغرب العربي كانت قد بدأت تتعرض إلى برامج بعض القنوات الفضائية الأوروبية وخاصة الفرنسية منها، وذلك بداية من أواخر الثمانينات فقد كان التلفزيون الجزائري مثلا يتعرض إلى المنافسة من طرف التلفزيونات الأجنبية والعربية والأوروبية على وجه الخصوص، وذلك ابتداءً من سنة 1988، لأن الأغلبية من سكان الشمال الجزائري كانوا قد صاروا يستطيعون استقبال البرامج المقدمة في التلفزيونات الأجنبية والعربية والأوروبية منها خاصة بفضل الأقمار الصناعية.¹

والحقيقة أن ذلك الإرسال لم يبق مقتصرًا على شمال إفريقيا بل تعداه إلى مناطق أخرى من الوطن العربي، وهذا ما جعل تغطية الأقمار الصناعية الأوروبية المباشرة تمتد إليها، فبعد المغرب، تونس والجزائر، جاء دور ليبيا ومصر والدول العربية في شرق البحر الأبيض المتوسط، سوريا، لبنان والأردن، فأصبح الإرسال المباشر يصل إلى بقية الأقطار العربية إذ تصلها برامج القنوات الأولى "TF1" والقناة الثانية "F2" والثالثة "F3" والقناة الخامسة "La 5" الفرنسية وبرامج المؤسسة الإسبانية العمومية للتلفزيون، وبرامج القناة لشبكة راي "rai 1" الإيطالية عبر القمر الصناعي الأوروبي والقناتين البريطانييتين

"Sky Channel" و "Super Channel" والقناتين الألمانييتين "Sat 1" و "Sat 2" كما يمكن التقاط أكثر من 30 برنامج تلفزيوني من دول المغرب العربي ومصر بواسطة هوائيات لا يزيد قطرها عن 75 سنتيمتر، وتقوم أجهزة الاستقبال التلفزيوني في مصر حاليا بالتقاط بث القنوات الفرنسية والإيطالية التي تصل من خلال قمرها الصناعيين.²

وتعد المملكة العربية السعودية من أهم دول الخليج العربي وأكثرها حجما وتأثرا بالبث الفضائي المباشر، وذلك أن الانتشار الكبير للهوائيات المقعرة لم يعد خافيا على أحد، وهذا الانتشار الواسع للفضائيات الأجنبية في المملكة - كما يذكر بيت المال - يخالف تماما لوائح تنظيم الاستقبال التلفزيوني الفضائي التي تنظم وتحدد القواعد اللازمة لاستقبال البث الفضائي المباشر التي وضعت بتاريخ 25 سبتمبر 1994 وتنص على أن يتلاءم البث الأجنبي مع القيم الدينية والثقافية والاجتماعية في البلاد.³

¹ - عبد الله بوجلال: آثار التلفزيون على المشاهدين، مجلة البحوث، جامعة الجزائر، عدد 02، 1994م، ص 75-105.

² : Lotfi Meherzi : Les images spaciales un défi pour le Maghreb, revue Algérienne de communication n°2, insic , mars 1988, p 37-42.

³ - عبد الله بوجلال: أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على المجتمعات الجزائرية. مرجع سابق، ص 61.

وقد شهد العالم العربي بشكل عام نقلة نوعية وعددية في مجال البث الفضائي الذي يغطي الوطن العربي، بالإضافة إلى بعض المناطق المجاورة، ويتضح ذلك من خلال ازدياد عدد القنوات الفضائية العربية بوتيرة سريعة، فقد ذهبت العديد من الدول العربية وكذا بعض المؤسسات التجارية والصناعية العربية لإنشاء عدة قنوات مستقلة منها العامة والخاصة.

وقد كانت الدول العربية تملك إحدى وخمسين قناة فضائية وذلك حتى نهاية 1997، وهذا يمثل ما نسبته 8.7% من مجموع القنوات الفضائية العالمية¹، واليوم هي تتجاوز 450 قناة أي بمعدل عشر فضائيات سنويا.

وعموما يمكن تصنيف القنوات الفضائية العربية وحصر ظهورها كما يلي:

بدأت أولى القنوات الفضائية العربية الرسمية من جمهورية مصر العربية، التي بادرت بافتتاح قناتها الفضائية الاولى "Esc" Egyptian satellite بشكل رسمي عام 1990 عبر القمر العربي عربسات².

بعد ذلك قامت القناة الاولى لتلفزيون المملكة العربية السعودية ببدء إرسالها كأول قناة تلفزيونية فضائية خليجية، وثاني قناة عربية في نهاية عام 1990، وتشكل البرامج الدينية والثقافية أكبر نسبة من مجمل البرامج التي تنقلها نظرا لما تتمتع به المملكة من مكانة دينية خاصة، ثم توالى إطلاق القنوات الفضائية العربية التابعة لوزارة الإعلام مباشرة أو هيئة تلفزيونية رسمية³.

ثم ظهرت قنوات تلفزيونية غير حكومية كمركز تلفزيون الشرق الأوسط MBC وقنوات راديو وتلفزيون العرب ART بعد مرور عامين من إنشاء MBC سنة 1991 والتي بدأت بث برامجها بشكل تجريبي في أكتوبر 1993 لتصبح ثاني الفضائيات العربية الخاصة⁴، ثم أنشئت شبكة اوربث التلفزيونية ORBIT وهي ثالث شبكات القنوات الفضائية التي تبث برامجها عبر الأقمار الصناعية، بدأت بثها عام 1994.

¹ - أمين سعيد عبد الغاني: الثقافة العربية والفضائيات - رؤية إعلامية من منظور منهجية التحليل الثقافي، ط 1، ايتراك للطباعة والنشر، د ب، 2003، ص 184.

² - محمد معوض إبراهيم وآخرون: الفضائيات العربية ودورها في تحسين صورة العرب والمسلمين، دراسات إعلامية، الجزء 4، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2003، ص 38.

³ - محمد معوض إبراهيم وآخرون: المرجع السابق، ص 38-39.

⁴ - علي محمد شمو: تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، ط 1، 2002م، ص 38-39.

لقد تبع إنشاء القنوات السابقة مجموعة قنوات متخصصة أخرى، قامت بإنشائها مؤسسات منها قناة الجزيرة التي بدأت بثها عام 1996، عبر القمر العربي عربسات و القمر الأوروبي يوتلسات.¹ أما في لبنان فقد فتح المجال أمام القطاع الخاص بداية من البث التلفزيوني لقناة المستقبل سنة 1994، والذي يمتلكه رئيس الوزراء الراحل عمر الحريري، كما دخلت Lbc البث الفضائي في أبريل 1996 كقناة فضائية لبنانية، وفي أواخر التسعينات بدأت قناة المنار بثها الفضائي، كما توجد عدة قنوات فضائية عربية أنشأت لتهتم بالقضايا القومية والقطرية للدول العربية الإسلامية، ومن هذه القنوات على سبيل المثال قناة Atv التي يمتلكها عدد من رجال الأعمال السعوديين، بالإضافة إلى القناة الفضائية السعودية Saudi 2 والتي تبث برامجها باللغة الإنجليزية للتعريف بالثقافة الإسلامية وإبراز إيجابيات التمسك بالعقيدة الإسلامية، ثم تتابع ظهور الفضائيات العربية الدينية الأخرى كقناة اقرأ، الرسالة والهدى، المجد، الحكمة، العفاسي، الفجر، النجاح، طيبة وغيرها من الفضائيات الأخرى.

3- ظهور الفضائيات العربية الدينية:

مع التوالد المتسارع للفضائيات العربية على مختلف أنواعها في السنوات الأخيرة، برزت على نحو مثير للانتباه ظاهرة الفضائيات ذات الصبغة الدينية والتي أتت لتضاف إلى ساعات بث مخصصة للشؤون الدينية تملأ برامج الفضائيات العربية المتنوعة. وبمتابعة مستمرة ونقدية لهذه الظاهرة، تنشأ لدى الباحث في المجال الإعلامي رغبة في تكوين فكرة حول هذه الفضائيات وخلفياتها السياسية والاقتصادية ومدى تأثيرها بالأفراد وبالجماعات.

تثير هذه الفضائيات والبرامج الدينية كثيراً من النقاش؛ إذ تبدوا توطر لجيل جديد ليس من الناحية العمرية فقط، ولكن من الناحية الفكرية من حيث تأثيرها في خلق توجهات فكرية دينية، كان مكافئاً الانفعالي محصوراً في السابق في الجامع والمدارس الدينية، لتضحى وبفضل استخدام هذه الوسيلة الجديدة أكثر عمومية وشمولية، بل تشجع على بروز جدالات جديدة حول الأمور الدينية، وتخلق نوعاً من العادات الجديدة التي تصبغ التعاملات اليومية بمرجعية تلفزيونية دينية.

وتتعرض هذه البرامج لمجالات عديدة مثل السياسة العامة والعلاقات الاجتماعية، وكذلك لشؤون المجال الخاص وحتى الخاص جداً للمشاهد، كما تتعرض للعلاقات الاقتصادية التي تأخذ حيزاً من المعالجات التي تضيء على التعامل المادي أبعاداً روحانية توطرها وتنظمها، يضاف إلى

¹ - محمد معوض وآخرون: مرجع سابق، ص 42.

هذا وذاك ظاهرة الفن الديني من غناء وتمثيل يستخدم الموضوع الديني في معالجته الموسيقية أو الدرامية، وهكذا غدا الشأن الديني لا يحس فقط البرامج المتخصصة فيه، بل ويتعرض أيضا للبرامج ذات الصفة الدنيوية بوجه عام.

الفضائيات الدينية ظاهرة جديدة و مستمرة:

لم يعد مناسبا حصر الخطاب الدعوي في خطبة الجمعة والمناسبات التاريخية على أهميتها، فالجتماع من حيث المساحة يتعدى مساحة المسجد والقاعة والمنتدى، ودعوة الحق يجب أن تصل كل أصقاع الأرض، والدعوة ليست وظيفة علماء الشريعة وحدهم، وإنما هي وظيفة كل قادر من أبناء الأمة كل في موقعه واختصاصه وحسب قدرته.¹

بعد موقف متشدد وشديد النقد من البث الفضائي التلفزيوني إبان ظهوره في أوائل التسعينات من القرن الماضي، أعاد رجال الدين النظر في مبدأ الإحجام عن خوض هذه التجربة إذ لم يعد بوسعهم إدارة ظهورهم لهذا التطور الذي يتيح فرصة إيصال خطابهم إلى ملايين المشاهدين وظهرت آراء فقهية تبيح مشاركة الدعاة في المحطات الفضائية حتى ولو كان في بعض برامجها نقص.²

وبصرف النظر عن الآراء العديدة حول ظاهرة البث المباشر والأحكام الصادر حولها، يعتبر رجال الدين أنه لا مناص لمن يتصدون للدعوة إلى الله من تطويع قدرات القنوات الفضائية في الانتشار والذيع والإبهار وذلك بهدف " التعريف بالإسلام على أوسع نطاق وإخراج الناس من الظلمات إلى النور."³

ودراستنا هذه تتوجه بالأساس إلى القنوات الفضائية العربية الدينية الإسلامية، لأنه لا وجود لبرامج مخصصة للطوائف المسيحية العربية إلا وجودا محدودا تبث أغلبها من خارج الدول العربية مثل القنوات الموجهة للأقباط في مصر، أو من داخلها مثل قناة النور اللبنانية.

هكذا بدأت ظاهرة الفضائيات المتخصصة بالشأن الديني في نهاية التسعينات من القرن الماضي، وتعد القنوات الدينية من القنوات الإسلامية وليست هي كل الفضائيات الإسلامية، كما يمكن أن

¹ - سلام الكواكي : بين مقطوعات الفيديو والبرامج الدينية، عن موقع www.ahewar.org (ت د) 2007/12/16.

² - ممدوح اكوشان: هل نجح الإسلاميون فضائيا؟ موقع بحور المقالات العربية " www.bohor.com " 2005/5/8.

(ت د) 2008/03/22 ص 01.

³ - المرجع السابق، ص 1.

تكون هناك قنوات إسلامية فنية وأخرى اقتصادية أو إخبارية أو إعلامية أو غير ذلك من التخصصات الإعلامية كما يمكن أيضا أن توجه إلى شرائح مختلفة من المجتمع كالأطفال أو الشباب أو المرأة.

مما سبق يتضح لنا أن القنوات الإسلامية هي قنوات متعددة ومتنوعة، وفيما يلي نتعرض لأهم القنوات العربية الدينية المتواجدة على الساحة الإعلامية العربية وأهم خصائصها:

1- قناة اقرأ الفضائية : تعتبر قناة اقرأ أول قناة تحمل شعار الإعلام الإسلامي، فهي التي أسست في 12 أكتوبر سنة 1998م الموافق لشهر رجب 1419هـ¹، من قبل شركة "راديو وتلفزيون العرب" ART بتمويل سعودي ضخم، وتهدف القناة حسب أصحابها إلى أن تكون عالمية التوجه، ووسطية المنهج، وشمولية الأهداف، وتنوع المضمون، والموضوعية في الخطاب والمصداقية في المعالجة والتشويق في العرض.² وتسعى القناة إلى تحقيق الأهداف الآتية :

- ترسيخ المنهج الوسطي للإسلام
 - المساهمة في ترسيخ مكانة اللغة العربية
 - تنمية مشاعر الانتماء إلى الهوية الثقافية العربية
 - إبراز الجوانب المشرقة للحضارة الإسلامية
 - تقديم الصورة الحقيقية للإسلام
 - غرس قيم الحوار بين أفراد الأمة، وفتح قنوات التواصل الحضاري مع الثقافات الأخرى .
- أما برامج القناة فهي متنوعة ، فمنها البرامج الاجتماعية مثل: مشكلات من الحياة والبرامج الدينية مثل: كيف نقرأ القرآن ، في رحاب الشريعة ، والبرامج الطبية مثل: طيب الأسرة ، والبرامج الترفيهية مثل: المسلسلات الدرامية والبرامج الإخبارية مثل: الدنيا بخير وبرامج الشباب مثل: استمتع بحياتك وأما بعد ، وبرامج الأطفال كالرسوم المتحركة والأناشيد ، وبرامج المرأة مثل : فقه النساء ومطبخك³ .

¹ - مثنى حارث الضاري: الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، بغداد، 2007، ص206.

² - سلام الكواكبي : مرجع سابق، (د ص) .

³ - بایوسف مسعوده: الوظيفة الترفيهية للفضائيات الإسلامية- قناة المجد نموذجاً-مذكرة ماجستير في الدعوة والإعلام

والاتصال(غير منشورة) جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، 2006-2007، ص 52

2- قناة الناس الفضائية: بدأت قناة الناس بثها سنة 2006 م، بإمكانيات متواضعة على المستوى المادي ، وهي قناة يملكها رجل الأعمال منصور بن كدسة ، أما مدير القناة فهو: عاطف عبد الرشيد، تهدف القناة إلى تقديم محتوى يعتمد على الوعظ البسيط ، المباشر الذي يستهدف القلوب أولاً والسلوك ثانياً.¹

تهدف القناة إلى : - خدمة الأمة ونشر العلم الديني والديني .

- تقديم إعلام إسلامي واجتماعي متميز .²

3- قناة المنار: هي قناة إسلامية تابعة لحزب الله اللبناني ، باشرت إرسالها الارضي عام 1991 م والفضائي عام 2000 م ، تتوجه القناة إلى العرب والمسلمين بخطاب توحيد منفتح، وتنتهج القناة سياسة موضوعية وهي ذات توجه شيعي، إلا أن هذا التوجه لا يظهر عليها كون برامجها إخبارية مع وجود برامج دينية كالكلمة الطيبة ، واجتماعية كفقہ الحياة وترفيهية كالمسلسلات وبرامج طبية وأخرى للأطفال والشباب بالإضافة إلى برامج ثقافية واقتصادية وبرامج الأسرة والمرأة وغيرها، وتهتم القناة بالقضية الفلسطينية والصراع العربي الإسرائيلي، وتعرض العمليات الجهادية والأناشيد الحماسية.

4- قناة الرسالة الفضائية: انطلق البث الترويجي لقناة الرسالة الفضائية في 31-جانفي 2006 وفي مارس من نفس السنة انطلق البث الرسمي للقناة، وهي تابعة لمجموعة قنوات شركة روتانا ، تهدف القناة إلى تنمية مهارات المشاهد عن طريق استخدام منهج التغيير العلمي والتربوي، علاوة على تغيير اهتماماته ، سواء من ناحية القراءة أو التربية أو الترفيه ، وعليه فالقناة تهدف إلى توجيه الأفراد وبناء علاقاتهم بشكل سليم كالعلاقات الزوجية والأسرية... الخ.

ومن خلال شعار القناة "الرسالة إبداع وأصالة" إشارة إلى أن الإعلام الإسلامي رسالة ينبغي تبليغها وحملها إلى الجماهير المختلفة، تتنوع برامج قناة الرسالة وتتناول مختلف جوانب الحياة اليومية، فمن البرامج الاجتماعية نجد برنامج "قلي معك" ومن البرامج الدينية "تأملات قرآنية" و"على بصيرة" ومن برامج المرأة نجد "حور الدنيا" ومن البرامج الترفيهية "أنغام" و

¹ - شرارة مجاهد ، قناة الناس هل تضحك على الناس ، عن موقع www.islamonline.com (ت د) 17-02-

2008م

² - موقع قناة الناس على الانترنت. www.elnas.tv (ت د) 12-03-2008م

السلسلات"، ومن برامج الشباب : المراهق المبدع وخواطر شاب إضافة إلى برامج الرسوم المتحركة والأناشيد للأطفال.¹

5- قناة الفجر : وهي أول قناة متخصصة في القرآن الكريم وعلومه وفنونه ، تعرض قراءات لمشاهير القراء والأصوات المتميزة، إضافة إلى الأصوات الناشئة، كما تعنى القناة بنشر أحكام القرآن بأسلوب علمي بسيط، كما تعرض سلسلة من الأفلام الوثائقية والبرامج العلمية والتعليمية.

* **قنوات المجد الفضائية :** وهي باقة من القنوات تملكها شركة "علا المجد السعودية" يتم بثها في حزمة برمجية واحدة ،ضمن نظام بث متطور، حيث يتم استقبال هذه القنوات بواسطة جهاز استقبال خاص، ولا بد من استئجار مساحة للبث على قمر خدمات منعزل يسمى B2 ، ضمن نظام تشفير معكوس، وهي تشكل مجموعة قنوات متخصصة في مجالات عدة، وهي:

6- قناة المجد للقرآن الكريم : وهي قناة متخصصة في تلاوة القرآن الكريم على مدار أربع وعشرين ساعة ،تهدف القناة إلى تعميق الصلة بكتاب الله عز وجل، والاستفادة منه وذلك بشرحه بطريقة سهلة لكافة المشاهدين. كما تهدف القناة إلى إيجاد واحة من الراحة النفسية والطمأنينة القلبية للمشاهدين والمستمعين لكتاب الله عز وجل.

7- قناة المجد للحديث النبوي: ظهرت هذه القناة على أعقاب الأحداث الأخيرة على الساحة الدولية، والمتمثلة في التهجم على النبي عليه أفضل الصلاة وأزكى تسليم، عن طريق الرسوم المسيئة لشخصه في الصحف والمجلات الدنماركية والنرويجية، وتهدف القناة إلى:

- تشخيص حياة النبي صلى الله عليه وسلم للناس
- إظهار حقيقة الإسلام بأسلوب بعيد عن التهجم والانفعال.
- الدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة.
- تعزيز ثقة الناس بصحة الحديث النبوي.²

8- قناة المجد العلمية : تقدم هذه القناة برامج في العلوم الشرعية إلكترونيا، وعلى الهواء مباشرة من خلال برامج "الأكاديمية الإسلامية" ،حيث تبث محاضرتين كل يوم لمدة ساعتين لكل محاضرة.

9- قناة المجد الوثائقية : بدأ بثها في أول ذو القعدة عام 1426هـ ، وتقوم القناة بإنتاج وإعادة إنتاج جميع المواد الوثائقية ضمن ثوابت إسلامية ،أما أهداف القناة فتتمثل في :

¹ - بايوسف مسعودة ، مرجع سابق،ص ص 52-53.

² - بايوسف مسعودة : مرجع سابق ،ص ص 56-57

- إظهار قدرة رب العالمين وجمال خلقه على عباده.

- نشر الوعي المعرفي لدى المشاهدين .

- نقد التصورات والمعتقدات الخاطئة حول الخالق عز وجل.

- الترفيه وإمتاع المشاهدين بجميل الصور والكلمة الهادفة والفكرة البناءة.

10- قناة المجد للأطفال : بدأت هذه القناة بثها في 23- جانفي -2004م تحت شعار " من أجل

أطفالنا العرب و المسلمين على امتداد الوطن العربي" ، تتميز القناة بغزارة برامجها المسجلة منها أو المباشرة ، وتقدم مسلسلات كارتونية وأناشيد ، لديها مراكز في عدة دول (مصر، الأردن، الإمارات العربية المتحدة...)، وتمثل أهداف القناة في صقل مواهب الأطفال وإشباع رغباتهم النفسية وتدريبهم على تقنيات التنشيط والتقديم.¹

11- قناة الحقيقة : وهي قناة تبث برامجها من دولة الإمارات العربية المتحدة ، يملكها رجل الأعمال محمد الهاشمي، تقدم برامج مختلفة في طرق الرقية والعلاج بالطب البديل، وخصص عن التداوي بالأعشاب الطبية.

12- قناة النجاح : وهي قناة تعليمية ومهنية تدريبية ، تقدم محاضرات وأناشيد إسلامية ، وتحيي الثلث الأخير من الليل بنفحات إيمانية تقرب العبد من ربه ، وهي أول قناة إسلامية تقدم فكرة (média learning)²

13- قناة الهدى : وهي قناة إسلامية تبث برامجها باللغة الإنجليزية من جمهورية مصر العربية وتستهدف الجماهير الناطقة بهذه اللغة ، حيث تقدم برامج متنوعة من أحاديث وحوارات وخطب إلى غير ذلك.

14- قناة العفاسي : وهي قناة خاصة بالقرآن الكريم والأناشيد الإسلامية ، أنشأها مالكها الشيخ "مشاري راشد العفاسي" ، تقدم برامج مباشرة وأخرى مسجلة، وتنقل بعض التظاهرات والملتقيات الإسلامية التي تقام في الدول العربية كما تنقل على المباشر صلاة التراويح في شهر رمضان.

تعد تجربة الفضائيات العربية الدينية الإسلامية تجربة حديثة تعود إلى التسعينات من القرن العشرين، وهي بالتالي لا تزال في طور النمو³، لكنها تشهد تطورا وتزايدا ملحوظين ييشران

¹ - موقع قناة المجد الفضائية: www.almajd tv.net (ت د) 03-02-2008.

² - با يوسف مسعودة: مرجع سابق، ص 55.

³ - متى حارث الضاري: الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، مرجع سابق ص 206.

بمستقبل أكثر انفتاحا في المجال الإعلامي الإسلامي، هذا يتيح بالتأكيد أمام الجمهور العربي العديد من الخيارات والبدائل الملتزمة، ويجعل من الإعلام الإسلامي إعلاما واقعا وملموسا وليس مجرد نظريات وأقوال، كما يتيح ذلك للدارسين والمهتمين بالمجال الإعلامي الفضائي الديني معرفة العديد من القضايا واكتشاف الإيجابيات والسلبيات الملازمة للفضائيات العربية الإسلامية، والتعرف على العوائق والتحديات التي تواجهها، وآفاقها بغية تقييم ما هو ممارس لتحسين مستوى الأداء والعمل، وهذا ما سنتناوله في المبحث الموالي.

المبحث الثاني:

قبل أن نبدأ بعرض واقع برامج الفضائيات العربية الدينية، يجب أن ندرك أن من بين أهداف الدعوة للإسلام هو المحافظة على القيم السامية للمجتمع المسلم، بناء على ذلك يفترض أن تكون هذه رسالة جميع قنواتنا الفضائية، لكننا مازلنا حتى الآن عاجزين عن استخدام تكنولوجيا الإعلام أو مواكبة العصر المعلوماتي وتوظيفه لخدمة قضايانا، وعجزنا بالرغم من كل ما يتوفر لنا من إمكانيات إعلامية من نشر روح الإسلام في الداخل فضلا عن الخارج، ولا زال القصور يلازمنا في إطلاق قناة إسلامية تعبر عنا وتستند إلى أسلوب محترف واستثمار عالي حتى تُثبت أركان الدين الصحيح في هذه الأمة التي بدأ الفساد يستشري فيها، وذابت قيمنا وعاداتنا في طوفان العولمة لتصب نتيجة ذلك في صالح أعداء هذا الدين ... والمطلوب الآن هو دراسة جادة لفكرة إخراج قناة إسلامية يقوم عليها نخبة من الإعلاميين ورجال الدين الإسلامي ويكون هدفها تقديم صورة حضارية للإسلام في الداخل والخارج من خلال منظومة إعلامية متكاملة.

لكن فكرة وجود فضائيات عربية دينية، تعد في حد ذاتها فكرة جيدة في ظل توجه الإعلام اليوم إلى التخصص أكثر مشجعا المنابر الإعلامية التي تهدف إلى ترسيخ المفاهيم الإسلامية في ظل العولمة وحروب الثقافات الواحدة.

1- واقع برامج الفضائيات العربية الدينية :

لقد أصبحت الساحة الإعلامية العربية تعرف ما يسمى بظاهرة الفضائيات الدينية، وذلك من خلال الانتشار الواسع لها في الآونة الأخيرة، مما يطرح علامات استفهام كبرى أمام نوعية الخطاب الذي تروج له هذه القنوات، في ظل أوضاع البرامج التي تقدمها اليوم خاصة وأنها تستمد شرعيتها من استنادها إلى عنصر حساس في حياة الشعوب العربية خاصة وهو الدين، وعندما نتجاوز المستوى النظري للإعلام نقول أن المجال مفتوح أمام الخطاب الإعلامي الديني في الفضائيات العربية الدينية لتناول مختلف الموضوعات والقضايا في مجالات مختلفة، فالدور المنوط بالبرامج الدينية دور خطير وهام في نفس الوقت، إذا ما أحسن استثماره وذلك من خلال الانطلاق من إستراتيجية محددة لا من خلال العمل العشوائي غير الهادف.

وعندما ننظر إلى واقع البرامج في الفضائيات العربية الدينية فإننا نجد أنفسنا أمام سلبيات مع وجود بعض الإيجابيات التي تدعم الارتباط بالهوية العربية والإسلامية.

ولإبراز واقع البرامج في القنوات العربية الدينية سنتطرق إلى العناصر الآتية:

- طرق تحضير وإعداد برامج الفضائيات العربية الدينية:

تحتل برامج الفضائيات العربية الدينية بنسب مشاهدة من كافة الأعمار والفئات الاجتماعية في كثير من البلدان العربية والإسلامية، وبمناخ نقادة للكيفية التي يتم بها تحضير وإعداد وتقديم وإخراج البرامج الدينية، نجد أن هناك عددا من السمات والملامح التي تميز الواقع الحالي لتلك البرامج.¹ فنجدها تقدم في أشكال تقليدية، يفتقد معظمها استخدام عوامل الجذب التي تشد الجمهور لمتابعها، أي أنها تندرج تحت نوعية البرامج الحوارية التي تستضيف أحد أساتذة المعاهد الدينية المتخصصة أو الدعاة ويتم تحديد موضوع الحلقة، لتتم مناقشته مع الضيف من خلال مشاركات المشاهدين عن طريق الهاتف أو البريد الإلكتروني، وغالبا ما تبلور هذه المشاركات في طرح عدد من الأسئلة على الضيف بالاستوديو الذي يقوم بالإجابة عليها. يطلق على هذه النوعية من البرامج Talking Program تختلف هذه النوعية من البرامج عن التي يطلق عليها talk show program وتستخدم بعض البرامج الدينية هذا القالب ومن أبرز الأمثلة عليه

¹ - عزة عبد العظيم محمد: رؤية نقدية للحوارات الدينية في الفضائيات العربية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 3، سنة 2006.

برنامج "صناع الحياة" في قناة اقرأ الفضائية، ويتيح هذا قالب من البرامج للمشاهدين المتواجدين داخل الاستوديو المشاركة والتفاعل مع ضيف الحلقة.¹

وتقدم البرامج في الفضائيات العربية الدينية بطريقة مرتجلة وغير مدروسة وهي تقدم في قالب أقرب إلى الإذاعة المسموعة منها إلى الإعلام التلفزيوني الفضائي، وهذا دليل على عدم مراعاة طبيعة كل وسيلة من وسائل الإعلام التي تختلف فيها فنيات التقديم والعرض.²

فمن المعلوم أن أي برنامج إذاعي مثلاً يحتاج إلى قالب فني يصاغ فيه ليكسبه جو من التشويق و المتعة تشدان السامع إلى جهاز الراديو والإنصات إليه ، كما أن البرامج الدينية عامة تحتاج إلى تشويق وإمتاع وجاذبية فهي مواد دسمة من حيث المواضيع، أفكارها صحيحة ، سليمة الهدف، ولكن هذا لا يكفي إلا إذا أثرت كوامن وعواطف وشهية الاطلاع ورغبة المتابعة.³

ويلاحظ على البرامج في الفضائيات الدينية أنها تراعى فيها خصائص وأساليب الاتصال، إلا أن الرسالة الإعلامية الدينية لا تحقق هدفاً بالنوايا الطيبة، بل أيضاً بانتقاء الوسيلة المناسبة و المدخل الإقناعي المناسب، وآليات التأثير المناسبة واستخدام الشكل التقني الملائم للوسيلة و الموضوع و الجمهور المستهدف، والهدف المتوخى تحقيقه، ومثال ذلك استخدام مدخل إقناعي ذهني مناسب للتأثير على الأطفال، أو استخدام البرنامج مدخلاً اقناعياً عاطفياً للتأثير على جمهور المثقفين وفق شكل فني مناسب للوسيلة و الموضوع والجمهور المستهدف، وهذا يستدعي ممارسة الإعلام الديني وفق قوانين علم الإعلام ونظرياته.⁴

ولأن غالبية الفضائيات العربية الدينية لا تعتمد خطة واضحة ومحددة في عمليتي الإعلام والتقديم ل يتم ترجمتها إلى أهداف ملموسة تشكل الأساس والمنطلق لعملية البرمجة، فإن ذلك يؤدي إلى غياب الرؤية الشاملة والكلية وهيمنة العوامل الشخصية وكذلك الارتجال والعفوية، والإعلام الديني المبدع والخلاق هو الذي يمتلك القدرة على تحفيز وإعداد البرامج بشكل مناسب وبطرق بعيدة عن الجمود والتكرار الممل، فمنظور الرؤية ومستوى المعالجة يجب أن يختلف وذلك لتحقيق

¹ - عزة عبد العظيم محمد: المرجع السابق، ص 61.

² - علي بن سليمان الديخي: نحو إستراتيجية هادفة للفضائيات العربية، مجلة الجندي المسلم العدد 102، 2001/01/03، عن

موقع نسيج، www.naseej.com ص 02.

³ - عبد الله سالم: البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون، نقد وتحليل، مجلة المجتمع العدد 234، 1975م، الكويت، ص 46.

⁴ - أديب حضور: البرامج الدينية في البرمجة الرمضانية العربية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 01، 2003م، ص 67.

حيوية المواضيع وربطها بالواقع والجمهور، هذا الذي يضمن التجديد الدائم للحدث أو المناسبة ويكفل تقديم رسالة قادرة على التأثير نظرا لكونها تمتلك قوة فنية في طريقة التقديم والمعالجة.¹

وتتميز مستويات وأساليب المعالجة المستخدمة في برامج الفضائيات العربية الدينية بالسمات الرئيسية التالية:

- عامة ومتكررة.
 - جزئية وغير شاملة.
 - مبشرة وغير متماسكة.
 - معزولة عن السياقات التي أنتجتها.
 - لا تشكل تراكميا نسقا معرفيا متكاملا.
 - ارتباطها غير وثيق بالراهن والملموس.
 - تفتقد المواد والبرامج الدينية إلى المعالجة التفسيرية والتحليلية والإبداعية مما يترتب على ذلك تعثر خطوات تقديم رسالة إعلامية دينية تمتلك المقدرة الإقناعية المطلوبة، وينعكس ذلك على مهام التكوين والتوعية.
 - ترتبك الكثير من البرامج والمواد الدينية في عملية تحديد الجمهور المستهدف، مما يؤدي إلى تقديم رسالة إعلامية غير متطابقة مع حاجات الجمهور واهتماماته.
 - تقدم البرامج الدينية في رمضان ضمن طقوس احتفالية استهلاكية، تستدعي الاسترخاء وطلب المتعة والتسلية، وبالتالي يتم إبعاد الشهر المميز عن دلالاته القيمة والدينية ومغازيه الأخلاقية، ما يساهم في إعطائه طابعا يتناقض مع قوته الرمزية.²
- القائم بالاتصال في الفضائيات العربية الدينية:

إذا كانت البرامج في القنوات الفضائية العربية الدينية تمثل شكلا من أشكال الخطاب الديني في الوقت الراهن، فمن الملاحظ أن الخطاب الإعلامي في هذا المجال يستعين ببعض الدعاة، إذ يجلسون ويتحدثون بشكل منفرد، ولا يستخدم معهم أي فن من فنون الحركة والتأثير أو الحيوية والجادبية، وإذا تعمقنا في مضمون المادة العلمية أو القضايا التي تقدم من خلال هذا

¹ - أديب حضور: المرجع السابق، ص 65.

² - المرجع السابق، ص ص 64-65.

الخطاب نجده يركز على القضايا والموضوعات التي لا تتلاءم مع معطيات المجتمع الحديث والتي تتمحور غالبا حول قضايا وموضوعات مكررة وليست جوهرية.¹

إن معظم مقدمي البرامج الدينية تنقصهم المبادئ الأساسية لإدارة الحوار التلفزيوني، فنجد المحاور يقطع المتصل هاتفيا بالبرنامج بشكل غير لائق طالبا منه الاختصار، أو مقاطعة ضيف البرنامج وهو يجيب على السؤال بحجة ضيق الوقت المخصص للبرنامج، أو لإضافة تعليق غير هام، وغالبا ما يؤدي ذلك إلى قطع تسلسل الأفكار التي يطرحها الضيف إضافة إلى التشويش على المشاهد.²

كما يلاحظ وجود نقص كبير في الكوادر الإعلامية المدربة والقادرة على مخاطبة جمهور البرامج الدينية بشكل مهني عالي المستوى، وعرض الحوارات بشكل مشوق وجذاب تظهر إلمام المحاور التام بجوانب الموضوع المطروح، وهو ما يجنب ظهور المحاور بمظهر الجاهل مما يؤدي إلى فقد المصداقية لدى الجمهور، مما يعكس سلبا على تبليغ الرسالة الاتصالية بالكفاءة المطلوبة.³

ويقع أحيانا عدم اختيار الأشخاص أو الأساتذة الذين يتحدثون في البرامج الدينية، وعدم بيان الأساس الذي يقوم عليه اختيارهم، حيث يمكن أن يفاجأ المشاهد في بعض الأحيان بمحدثين لا يزيد فهمهم ومعرفتهم وثقافتهم على أي شخص عادي يلم بمعلومات عامة فقط⁴، وهذه الحالة تؤدي غالبا إلى تلك الانزلاقات التي يقع فيها بعض ضيوف البرامج الدينية الذين يحرصون على الظهور بمظهر القادر على الرد على كل سؤال يطرح عليه، ومثال ذلك؛ إعطاء تبريرات أبعد ما تكون عن مقاصد الشريعة وجوهر الدين، وهذه المسائل تفاجئنا من حين لآخر لتؤكد ضرورة إيلاء الخطاب الفقهي أهمية بالغة باعتباره يؤثر تأثيرا عميقا في النفوس.⁵

¹ - محمد احمد هاشم إمام: البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية، مذكرة ماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة الأزهر، 2006م، عن موقع www.biblioislam.net ت.د 2007/11/18. ص 6.

² - عزة عبد العظيم محمد: رؤية نقدية للحوارات الدينية في الفضائيات العربية، مرجع سابق، ص 61.

³ - المرجع السابق، ص 62.

⁴ - محمد كامل عبد الصمد: التلفزيون بين الهدم والبناء، ط 2، دار الدعوة للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر،

1993، ص 23.

⁵ - محمد عبد الكافي: تأملات في الخطاب الديني بالفضائيات العربية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 01، 2003، ص 89.

وإذا أصبح هذا السلوك بين كثير من مقدمي البرامج التلفزيونية الأخرى أيضا، فإنه يجدر بمقدمي البرامج الدينية أن يكونوا أكثر حرصا على تطبيق الآداب الإسلامية السمحة، من إكرام الضيف وحسن الإنصات للمتحدث خاصة الضيوف الذين يكونون من جمهور الأئمة والعلماء، وبذلك تقدم هذه البرامج القدوة الحسنة بشكل علمي، أضف إلى ذلك ركافة الأسلوب والأخطاء اللغوية التي يقع فيها بعض مقدمي الحوارات الدينية، واستخدام بعض المفردات الأجنبية وكأن اللغة العربية فقيرة واختفت منها المرادفات للمعنى الذي يريد المُحاور إيصاله للمشاهدين، وإذا كان ذلك مستساغاً في النوعيات الأخرى من برامج المنوعات والتسلية وما شابه، فإنه من غير المستساغ استخدام مفردات أجنبية في برنامج ديني إسلامي يكون القرآن الكريم هو دستوره.¹

- الرسائل المحتواة في البرامج الدينية:

من المتعارف عليه أن البرامج في الفضائيات العربية الدينية تظفر باهتمام المسلمين، فالشعور الديني قد يدفعهم إلى متابعة هذه البرامج والعناية بفهم ما تقدمه من موضوعات شتى، إلا أن معظم البرامج في هذه القنوات تطرح موضوعات غير مناسبة في هذا العصر، فمعظمها يعتمد على الحكايات على السوالف التي يمل منها المشاهد وينصرف عنها، ومثال ذلك أن هذه البرامج الدينية لا تعنى بما يسمى "حاضر العالم الإسلامي" فنجد أن هذه البرامج التي تبث في التلفزيون لا تعالج قضايا المسلمين المعاصرة مثل ما يحدث في أفغانستان.. العراق، والقضية الفلسطينية، أين واقع المسلمين وأخبارهم هناك، أين المعلومات الحقيقية عن واقع المسلمين في مختلف بلدان العالم؟، بالنسبة إلى مشاكلهم، أحوالهم المعيشية لماذا لا تنقل لنا ما يحدث في كل بقاع العالم؟²

وتثير هذه الفضائيات من خلال برامجها المختلفة كثيرا من النقاش، إذ تبدوا وكأنها توطن لجيل جديد ليس من الناحية العمرية فقط، ولكن أيضا من الناحية الفكرية من حيث تأثيراتها في خلق توجهات فكرية دينية معينة، كان مكافها محصورا في السابق في المساجد والمدارس الدينية، لتصبح وبفضل استخدام هذه الوسيلة الجديدة، أكثر عمومية وشمولية، بل تشجع على بروز جدالات جديدة حول الأمور الدينية، وتخلق نوعا من العادات الجديدة التي تصبغ التعاملات اليومية بمرجعية تلفزيونية دينية.

¹ - عزة عبد العظيم محمد: مرجع سابق، ص 62.

² - محمد كامل عبد الصمد: مرجع سابق، ص 33-34.

وتعرض هذه البرامج لمجالات عديدة مثل السياسة العامة والعلاقات الاجتماعية وكذلك لشؤون المجال الخاص وحتى الخاص جدا للمشاهد، كما تتعرض للعلاقات الاقتصادية التي تأخذ حيزا من المعالجات التي تضي على التعامل المادي أبعاداً روحانية تؤطرها وتنظمها، يضاف إلى هذا وذاك ظاهرة الفن الديني من غناء إلى تمثيل، يستخدم الموضوع الديني في معالجته الموسيقية أو الدرامية، وهكذا غدا شأن الديني لا يمس فقط البرامج المتخصصة فيه بل ويتعرض أيضا للبرامج ذات الصفة الدنيوية بوجه عام.

وتهدف هذه النوعية من البرامج إلى زيادة المعارف الدينية عن طريق الدعوة و الوعظ، ويرأي بعض الأوساط الفكرية الإسلامية، فإن نجاح الفكرة الدينية سواء كان التعبير عنها في كتاب أم في خطبة أم في برنامج تلفزيوني، مرهون بإنسانية هذه الفكرة وبقابليتها للتعميم فوق كل الاعتبارات التي تحد من أفقها، فإذا كان الانسان هو موضوع البرنامج الديني، فهذا يقتضي الاهتمام بكل ما يمت بصلة إلى الانسان محلا لاهتماماته، وهذا يعني إضافة إلى الوعظ والدعوة، إدراج العلوم والآداب والفنون في دائرة موضوعات هذه البرامج وهذا الرأي محدود الانتشار.¹ وعلى العموم يمكن رصد بطريقة موضوعية بعض الملاحظات المبدئية المتعلقة بالمضمون الديني المعروض على شاشات الفضائيات الدينية ومن أهمها:

1- تمتاز المعلومات والمعارف التي تقدمها البرامج الدينية بأنها عامة ومتكررة، جزئية وغير شاملة مبعثرة، غير متماسكة معزولة عن السياقات التي أنتجتها "تشكل تراكما في تكوين الصورة الكلية وارتباطها غير الوثيق بالراهن والملموس".²

2- نسبة كبيرة جدا لا يستثنى منها إلا القليل من الأفكار والقضايا المثارة في المضمون الديني الذي تقدمه الفضائيات الدينية، غالبا ما ترتبط باتجاه النظام السياسي الحاكم نحو هذه القضايا والموضوعات، مما يحد من قدرة هذه البرامج على معالجة قضايا وموضوعات ملحة، بل يصل الأمر إلى أن تفرض الأنظمة السياسية على هذه البرامج الدينية اتجاهها واحد لا ينبغي أن تتجاوزه، انطلاقا من الدور الذي يحدده هذا النظام السياسي للدين وعلاقته بالأنظمة المختلفة في المجتمع، الأمر الذي يجعل هذه البرامج تركز على قضايا وموضوعات قديمة وتغرق المشاهد في قصص وبطولات تاريخية ولا تحفل كثيرا بقضايا المجتمع الإسلامي المعاصر، وقلما تتعرض هذه البرامج

¹ - سلام الكواكبي : بين مقطوعات الفيديو والبرامج الفضائية الدينية، مرجع سابق، (دص).

² - أديب حضور: مرجع سابق ص 64.

لقضايا حيوية معاصرة كالعولمة وصراع الحضارات والغزو الفكري والثقافي، كما أن المضمون الديني الذي تقدمه غالباً ما يتسم بالتكرار ولا يتطرق للموضوعات والقضايا السياسية والاقتصادية والثقافية الحيوية.¹

3- إن البرامج التي تبثها القنوات الفضائية الدينية تحافظ على بعض التنوع في الشكل: أحاديث دينية، مسلسلات، أفلام وثائقية، مسابقات دينية... لكنها تعاني عدم التنوع في مضامينها وتتميز في مضامينها بما يلي:

- الوعظ المرئي الذي يتناول المعلومات الفقهية التي يزيد عمرها عن أكثر من ألف وأربعمائة عام.
- الابتعاد عن التمييز بين الإسلام كرسالة سماوية تدعوا إلى المحبة والتسامح والعدل، وبين الممارسات ذات الغطاء الديني التي يتخفى وراءها البعض لتحقيق مآرب سياسية وسلطوية.²
رغم وجود العديد من القرائن التي تؤكد ضعف الرسائل والمضامين التي تبثها القنوات الفضائية العربية الدينية، ويبقى الحديث عن واقعها في الأعم والأغلب، لأن هناك تجارب جد ناجحة في مجال البرامج الدينية التي تتميز بالاستمرارية والإبداع.

- البرامج الدينية وجمهور المتلقين:

إن الواقع الذي تعيشه البرامج في الفضائيات العربية الدينية انعكس على جمهورها، وذلك لعدة أسباب تتعلق بالبرامج في حد ذاتها من حيث التوقيت والأسلوب الفني الذي تعرض به³، فالكثير من المواد والبرامج الدينية ترتبك في عملية تحديد دقيق للجمهور الذي تستهدفه، الأمر الذي يؤدي إلى تقديم رسالة إعلامية دينية غير مطابقة كما يجب مع حاجات الجمهور، وغير ملبية كما يجب لاهتماماته وانشغالاته.⁴

ويختلف تأثير هذه البرامج الدينية ليس باختلاف المتلقي فحسب، بل باختلاف الحقبة الزمنية ونوعية الدعاة الذين يظهرون على الشاشة، وعموماً يظهر تأثير البرامج الدينية قويا على النساء

¹ - محمد احمد هاشم إمام: البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية، مذكرة ماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة الأزهر،

2006م، عن موقع www.biblioislam.net ت.د 2007/11/18.

² - نصر الدين العياضي: البرجة الرمضانية في القنوات التلفزيونية العربية، ملاحظات نقدية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 01، 2003م، ص 50.

³ - هواري سميرة: البرامج الدينية في إذاعة الصومام المحلية، مذكرة ماجستير غير منشورة كلية أصول الدين، قسم الدعوة

والإعلام والاتصال، جامعة الامير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2004-2005م، ص 37.

⁴ - أديب حضور: مرجع سابق ص 65.

وعلى قلبي ومتوسطي الثقافة دون أن يعني هذا باقي فئات المجتمع، ومنهم جزء كبير من المثقفين هم أقل تديناً أو تأثراً بالفكر الديني. غير أن تأثرهم يجري عبر طرق أخرى مثل خطب الجمعة والدروس الدينية.¹

ويرى الباحث "فانتر سارة" أن المشاهد الأقل ثقافة هو الأكثر تأثراً والسبب في ذلك هو وجود استعداد عال لديه نتيجة محدودية ثقافته ومعارفه، هذه الفئة متلقية سلبية، أما ذوي الثقافة المتوسطة فإن تقبلهم للبرامج الدينية يكون متفاوتاً بين برنامج لآخر، وهو أمر يجعل من غير الممكن أن يكون هناك مستوى واحد لديهم في تقبل أو رفض البرامج الدينية.

أما المثقفون منهم فتجتمع الآراء على أن تأثرهم هو الأقل، لوجود جزء لا يعتبر نفسه معنياً بمتابعة البرامج الدينية، وآخرون يتابعونها برؤية نقدية لمضامينها وصيغ تقديمها للجمهور، ويتجسد تأثير البرامج الدينية على المتلقي في العديد من المظاهر، فهي برأي البعض تعمل على تحويل الدين إلى نوع من الوجبات السريعة التي تثير الفتن والحساسيات الدينية والطائفية والمذهبية، أما البعض الآخر فلديهم رأي مغاير فبرامج الفضائيات العربية الدينية ذات مواقف سليمة هادئة، تطرح أفكاراً وتصورات وحلول خاصة، وتشجع على طرح هذا النموذج السلمي المدني من الإسلام الذي يُعنى بالأحكام الفقهية والمواظب الأخروية والأخلاق العالية بعيداً عن التشدد.²

في الحقيقة من الواضح أن هذه الفضائيات قد أسهمت حديثاً في تغيير العادات الاجتماعية لدى فئات عديدة من السكان وذلك بالالتزام أكثر بالتعاليم الدينية، لكنها لم تسهم بنفس الدرجة في نشر السلوكيات والأخلاقيات الإيجابية ذات البعد الإنساني مثل "الصدق، النظافة، السلام..." أو الاجتماعية "كحب العمل، حب الوطن.." لأن هناك ربطاً لا واعياً لدى المشاهد بين هذه القيم وبين منظومة الحضارة الغربية التي تظهر عداءً له، كما يمكن للفضائيات الدينية أن تؤدي دوراً إيجابياً عندما يجري تناول قضايا التكافل الاجتماعي والتركيز على وحدة البشر وعلى أحقية العلم والمعرفة في الحياة ونشر علوم اللغة وتطوير بعض القدرات المعرفية والمنهجية.³

وعلى العموم فالبرامج الدينية تتميز بنوع من الصلابة في مادتها مما يتطلب من المشاهد التركيز الجيد للاستيعاب الذهني، فعرضها بأسلوب سريع يؤثر ويحول دون قدرة المتلقي على فهمها مما

1- سلام الكواكبي : بين مقطوعات الفيديو والبرامج الفضائية الدينية، مرجع سابق، ص 4.

2- المرجع السابق، ص 4.

3- المرجع السابق، ص 07.

يجعله يُعرض عنها، لذا كان من الضروري اختيار الأوقات المناسبة التي تسمح لجمهور عريض بمتابعتها.¹

وخلصة القول أن واقع البرامج الدينية يعكس الظروف العامة التي تعيشها المجتمعات العربية و الإسلامية في واقعها الإقليمي، باعتبارها كيانات متفرقة وما تعيشه الحركة الإسلامية في مجملتها من عدم التنسيق أو التعاون والتكاثف والفاعلية، فالإعلام يستطيع أن يؤدي دورا فعالا في التقدم، لكن ذلك جزء من صحوة الناس وتقبلهم واستعدادهم لأن يفضوا عن أنفسهم وعقولهم رمال التخلف.²

2- آفاق تطوير برامج الفضائيات العربية الدينية :

إن الفضائيات العربية الدينية بما لها من خصائص وإمكانيات تعد من أهم وسائل الاتصال الجماهيري في العصر الحاضر، ومن أنسب الوسائل الإعلامية لنقل الرسالة الدينية الإسلامية إلى دول العالم، سواء كانت هذه الرسالة دينية بحتة أم كانت رسالة عامة تعالج أحدث القضايا المعاصرة انطلاقا من خاصية الشمول التي يتميز بها الدين الإسلامي، ولتدارك النقائص والسلبيات الموجودة في برامج هذه القنوات وتطورها، فإن المجال مفتوح أمام الخطاب الإعلامي الديني المتخصص لتناول مختلف الموضوعات والقضايا في مجالات الحياة المختلفة، فالدور المنوط بالبرامج الدينية في الفضائيات العربية دور خطير وهام في الوقت نفسه، إذا ما أحسن استثماره وذلك من خلال الانطلاق من إستراتيجية محددة لتطوير البرامج من ناحية المضمون الديني، أساليب عرضه، اختيار وانتقاء المواضيع التي تمم الجمهور، وكذلك الارتفاع بمستوى التقدم والإخراج من خلال الاهتمام بالكفاءات العاملة في حقلها إدارة وإعدادا وتقديما.³

ولنجاح أي برنامج ديني، لا بد من توفر مجموعة من العوامل الفنية، والأشكال الإعلامية المختلفة والإمكانيات اللازمة وذلك كما يلي:

مضمون البرامج في الفضائيات العربية الدينية يجب أن يكون متكامل من حيث البناء والتنظيم فيجب الاستفادة من تقنيات الإخراج الحديث وفنونه، والأساليب التي تستخدم في الإقناع والتأثير

¹ - محمد كامل عبد الصمد: التلفزيون بين الهدم والبناء، مرجع سابق، ص 28-29.

² - محمد سيد محمد: الإعلام الإسلامي والتحدي الحضاري، مرجع سابق، ص 96.

³ - محمد احمد هاشم إمام: البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية، مرجع سابق.

كما يمكن توظيف الإحصاءات الاجتماعية والصحية والأمنية¹، ويعرض أحد المتخصصين في البرامج الدينية فكرة لرفع مستوى هذه البرامج في التلفزيون سماها " بلاغة اللغة البصرية" فيقول إن البلاغة الجديدة التي نتحدث عنها هي بلاغة اللغة البصرية عندما تتزواج مع اللغة السمعية في إطار متحرك وملون يحمل أسمى معاني الدعوة الإسلامية، والبلاغة الجديدة هي التي تحث على تلافي الحشو والإطالة، وتشجع على تكثيف الأمثلة والانتقال من نقطة إلى نقطة بإيقاع سريع يتماشى مع إيقاع الحياة التي نعيشها.²

والبرنامج الديني يكون ناجحاً إذا استطاع أن يثير في المشاهد العادي كوامن العواطف وشهية الاطلاع ورغبة المتابعة، ويمكن تحقيق هذا بالإلقاء الجيد والشبك المتراس وحسن اختيار الموضوع والدراسة المعمقة لأبعاده، مع مراعاة حيوية الموضوع وجدته وإعطائه الوقت المناسب لعرضه.³ هذا فضلاً على كون رسالة الإسلام رسالة لكل الأزمنة والأمكنة ولكل الأمم، فهي تخاطب الإنسان في مختلف جوانبه ومراحله، ووفقاً لهذه السمة فإن المجال مفتوح أمام البرامج الدينية لتناول مختلف الموضوعات والقضايا في شتى مجالات الحياة الاجتماعية كانت، أو سياسية أو اقتصادية أو ثقافية أو علمية، وتتناول كل ما يتعلق بالإنسان من قيم وأحكام، كما تعرض هذه الوسائل لما يستجد من أحداث وقضايا في المجتمع لتبين أسلوب معالجتها من المنظور الإسلامي، هذا فضلاً عن الجوانب الاعتقادية والتعبدية، ومختلف ألوان المعاملات داخل المجتمع، ومن السمات الهامة أيضاً للمضمون في الفضائيات العربية الدينية أنه عالمي التوجه، فهو دعوة عالمية لا تصطدم بالحواجر الإقليمية أو الدولية، وفي هذا الإطار فإن البرامج الدينية تتناول أهم قضايا المسلمين في العالم، بل إن عالمية رسالة الإسلام تقتضي أن تعرض وجهة نظر هذا الدين حول القضايا ذات الطبيعة العالمية والتي تؤثر في البشرية كلها، مثل قضايا العولمة، الإرهاب، صراع الحضارات.. وهذا أفضل عرض مقنع عندما نكون أمام "الآخر" يختلف دينياً وثقافياً عنا، وانطلاقاً من هذه السمة تقوم هذه البرامج بالعمل على تحقيق التعارف والتآلف والتضامن بين المسلمين، وذلك من خلال التعريف بأحوالهم في مختلف أنحاء العالم سواء كانوا في دول إسلامية مستقلة أو أقليات مسلمة في دول أخرى،

¹ - مجلة الإداعات العربية: مرجع سابق، ص 24.

² - إبراهيم إمام: نحو بلاغة تلفزيونية جديدة في البرامج الدينية، جهاز تلفزيون الخليج، الرياض 1983، ص 03.

³ - هواري سميرة: مرجع سابق، ص 45.

وتسليط الضوء على أهم مشكلاتهم والتحديات التي تواجههم، واقتراح الوسائل المناسبة لمساعدتهم.

وتزايد أهمية هذا الدور في ضوء النقص الواضح من جانب الفضائيات العربية الدينية تجاه الشعوب والأقليات الإسلامية مما أوجد فجوة معرفية بين الشعوب الإسلامية.¹

كذلك يمكن تقديم فقرات دينية تتخلل البرامج والفقرات المختلفة في القنوات التلفزيونية تذكّر المشاهدين - خاصة الشباب والمراهقين - بالآداب الإسلامية بحيث تقدم بشكل جذاب تعاملات الناس اليومية، وبذلك تقدم النصح والإرشاد وفق أسلوب الترغيب وليس الترهيب، كما يمكن أيضا أن تصبح الفقرات الدينية مكفولة من جانب هيئات أو شركات، وبذلك تكون بديلة عن الإعلانات التجارية، مما يضمن للبرامج الدينية وجود تمويل يغطي نفقاتها وفي نفس الوقت تعمل في إطار ديني لائق.²

ويجدر بالقائمين على البرامج الدينية الاهتمام باحتياجات المسلم الفكرية والاجتماعية والرياضية وكافة شؤون حياته، ولا يجب أن تقتصر على الجانب التعبدي فقط، كما يجب وضع إستراتيجية واضحة للبرامج الدينية تستهدف تحقيق عددا من الأهداف قصيرة المدى وأخرى طويلة المدى، تتضمن الخطوط الرئيسية التي يجب أن تسير عليها الرسالة الإعلامية خاصة في وقت الأزمات، ولعل أحد أهم الأهداف التي يجب على القائمين على البرامج الدينية السعي لتحقيقها هي التصدي للهجوم الذي يتعرض له الإسلام والمسلمين من الغرب في هذه الفترة من تاريخ الأمة الإسلامية³، كذلك لا بد أن تعمل البرامج الدينية بالمضمون الذي تقدمه وتنادي به لتكون بحق قدوة حسنة لكل من يتابعها، وبذلك يكون على القائمين على إعداد وإخراج الحوارات الدينية أن يحدّثوا فيها ثورة من حيث الشكل والمضمون، وهؤلاء غالبا ما يكونوا إما دعاة أو علماء دين يتكرر ظهورهم في البرامج الدينية، وهنا يجب القول أنه من الهام والمفيد اختيار الكفاءات العاملة في إدارة وإعداد وإنتاج وتقديم البرامج الدينية، وتمكينهم من الاستفادة من التقنيات الحديثة على نحو يعينهم على التخطيط والإنتاج.⁴

¹ - محمد أحمد هاشم إمام: البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية، مرجع سابق، دص.

² - عزة عبد العظيم محمد: مرجع سابق، ص 63-64.

³ - المرجع السابق، ص 64.

⁴ - مجلة الإذاعات العربية، مرجع سابق، ص 41.

ثم إنه على المخرجين توظيف الإبداع والابتكار في عملية الإخراج شكلا ومضمونا، وذلك بمعرفة فنون الإخراج والارتفاع بمستواه إلى أحدث الأساليب والنظم التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة في مجال الصوت والصورة.. الخ.¹

وتوفير الكفاءات والكوادر العاملة في مجال البرامج الدينية والإعلام عامة ملقى على عاتق الجامعات والكليات المتخصصة في علوم الإعلام والاتصال، لذلك يجب أن تعمل الجامعات في الدول الإسلامية على إنشاء أقسام الصحافة الإسلامية على أسس علمية تستوعب التقنيات الاتصالية والإعلامية المتطورة.²

ونجد أن اغلب الفضائيات العربية الدينية هدفها البحث عن أسماء إعلامية شهيرة دون أن تضع بعين الاعتبار توافق إعلامي ثقافي مع أهداف القناة، وهؤلاء الشخصيات لا يستطيعون إعداد وتقديم البرامج بشكل يخدم المتلقي والقناة... فيجب أن يكون هناك انتقاء للقائمين على القناة وبرامجها، مع استبعاد أصحاب الاتجاهات الفكرية المتطرفة، فالاعتدال والوسطية من أهم سمات الإسلام التي يجب أن تتبناها الفضائيات العربية الدينية.³

إن انتشار البرامج الدينية والفضائيات المتخصصة في هذا الحقل، أدى إلى ظهور جماهير تتابعها من بينها فئة الشباب، ونجاح الفكرة الدينية مرهون بإنسانية هذه الفكرة وبقابليتها للتعميم فوق كل الاعتبارات فإذا كان الانسان هو موضوع البرنامج الديني، فهذا يقتضي الاهتمام بكل ما يمت بصلة إلى الانسان وبكل ما يعد محلا لاهتماماته⁴، فتناول المواضيع الحياتية التي يعيشها الفرد يعطي جسرا إلى آذان المستمعين ، إذن يجب التعامل مع الانسان بطريقة تنفذ إلى انفعالاته وأحاسيسه وأفكاره لتحتل المركز الأول في سلم أولوياته.⁵

إن العناية بالجمهور تتطلب أن تقدم المادة الإعلامية وفق أطر ملائمة لطبيعة الجماهير نفسيا واجتماعيا واقتصاديا، فما يطرح في زمان سابق قد لا يتناسب مع هذا الزمن في أسلوبه ومادته

¹ - محمد كامل عبد الصمد: مرجع سابق، ص 40.

² - عبد الرحمان شيخ حمادي: نحو وعي إعلامي إسلامي يتصدى للغزو الثقافي، مجلة الوعي الإسلامي، العدد 380، سنة 1997، ص 36.

³ - معتز على الجنابي: تطوير الفضائيات الدينية بين الحاجة والآلية والدعم، عن الموقع www.arabiat.com (ت د) "2007/12/25".

⁴ - سلام الكواكبي : مرجع سابق، ص 6.

⁵ - عبد الله سالم: البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون، نقد وتحليل، مجلة المجتمع ، العدد 234، 1975، الكويت، ص 46.

ومن الوسائل الناجحة لتحقيق ذلك هو تشجيع المختصين على المشاركة في البرامج عن طريق إجراء بحوث الاستماع والمشاهدة ، أو البحوث الاستطلاعية عن أسئلة المشاهدين وإجراء بحوث تحليل المضمون الذي يؤدي استعمالها إلى معرفة محاور اهتمام الجمهور، التي ينبغي أن تدور حولها البرامج الدينية.¹

ولتطوير البرامج الدينية لابد من التكامل بينها وبين البرامج الأخرى تكاملاً يرتكز على القواعد التالية:

- التخطيط العلمي الجيد و النصح بالخبرة الفنية من جانب آخر، لذلك فإنه من الضروري الاهتمام بقضية البرامج الترفيهية لأن تركها بحجة أنها ليست برامج دينية وثقافية يؤثر على الجوانب الايجابية من البرامج، حيث يتم اختيار البرامج الترفيهية الأقل ضرراً بقدر الإمكان وهذا أفضل من ترك البرامج في القنوات الأخرى تقدم محتوى هابط دون اختيار أو رقابة شرعية، وهذا تُكلف به لجنة تتكون من مختصين في العلم الشرعي وعلوم الإعلام من ذوي الغيرة والإحساس والمسؤولية، ويمكن أن تقوم اللجنة المقترحة بوضع التصور العلمي لذلك وفق الأهداف التالية:

- إنشاء مركز عالمي للإنتاج البرامجي الإذاعي والتلفزيوني يهدف إلى سد حاجة العالم الإسلامي من الساعات البرامجية في مختلف أنواع البرامج.

- ولبرامج الأطفال أيضا نصيب من هذا الاهتمام، حيث تقدم لهم أعمال تحببهم في الصلاة والصيام، وتشرح لهم بصورة محببة تتناسب مع أعمارهم المختلفة الأحكام الفقهية، بل تستطيع أن تقدم للأطفال النماذج المشرفة من الأطفال المسلمين كعلامات مضيئة يمكنهم التأسي والإقتداء بها.

- البرنامج الديني الناجح هو الذي يقدم المعلومة بموضوعية وحنكة إعلامية ويرتكز على عمق أدبي وفكري ليضيف الجديد إلى المشاهد، ونموذج ذلك برنامج " الشريعة والحياة" الذي يعنى بقضايا العصر لا سيما الحوارية منها، والتي تتعلق بحقوق المرأة، حقوق الانسان، .. كما هو الحال في قناتي "اقرأ وأوربت" ذلك لأن برامجها تفتح مجالات عدة من الدين.

- لنجاح البرامج الدينية لابد أن تحظى بتخطيط سليم، وهذه مهمة المؤسسات الإعلامية من صحف ، إذاعات، دور النشر والمنظمات الإعلامية من اتحادات ونقابات ومراكز البحث العلمي والجامعات، وينبغي أن يكون هذا التخطيط على عدة مستويات: على المستوى القائم بالإعلام:

¹ - هوارى سميرة : مرجع سابق ، ص 46.

الوسيلة، الجمهور، المستوى الجغرافي، المستوى المحلي أو القومي، وبعد ذلك يتم تحديد أهدافها ورسم الخريطة السنوية بالقضايا والموضوعات مع ترك مساحة معقولة للقضايا المتجددة.¹

- لتطوير البرامج لابد من ممارسة الإعلام الديني وفق قوانين علم الإعلام ونظرياته، ويجب تصميم الرسالة الإعلامية الدينية في مختلف مراحلها باعتبار أنها ليست الرسالة الوحيدة والمصدر الوحيد، و في الوقت الحالي يجب أن تعمل كل وسيلة إعلامية كما لو كانت تشكل جزءا من منظومة إعلامية متكاملة، ثم يتم إخضاع الممارسة الإعلامية لمزيد من البحث والدراسة، وعقد الندوات العلمية المتخصصة التي يشترك فيها متخصصون لمناقشة نتائج البحوث والدراسات، واستخلاص القيم والمعايير التي تؤسس لإعلام يعي دوره ويسيطر على أدواته.²

إذن مما سبق يمكن القول أن واقع البرامج الدينية يعكس واقع الأمة الإسلامية عامة، وتطوير البرامج في الفضائيات العربية الدينية، مرهون بتطوير كافة العوامل المساهمة في نقل المحتوى الإعلامي الديني الهادف.

ولنجاح الإعلام الإسلامي لابد من الالتزام بميثاق "جاكرتا" الذي وقعت عليه ما يقرب 450 شخصية إعلامية، والذي انعقد سنة 1980، كان من أهم بنوده:

- 1- الالتزام بترسيخ قيم الإسلام ومبادئه والعمل على تكامل الشخصية الإسلامية بتقديم الحقيقة له خالصة في حدود الآداب الإسلامية.
- 2- العمل على جمع كلمة المسلمين ودعوتهم إلى التحلي بالعقل واليقظة لمواجهة ما يعادي الإسلام.
- 3- التدقيق فيما يذاع وينشر ويعرض للأمة الإسلامية، والامتناع عن نشر كل ما يمس الآداب العامة أو يوحى بالانحلال الخلقي أو يرغب في الانحراف.
- 4- الامتناع عن إذاعة ونشر الإعلان التجاري في حالة تعارضه مع الأخلاق العامة والقيم الإسلامية.
- 5- أن يلتزم رجل الإعلام الإسلامي بأسلوب عَفٍ كريم حرصا على شرف المهنة، وعلى الآداب الإسلامية، فلا يستخدم ألفاظا نابية ولا ينشر صورا خلية ويتجنب السخرية والطعن الشخصي والقذف والسب والشتم...

¹ - المرجع السابق، ص 49.

² - أديب حضور: مرجع سابق ص 67.

6- الالتزام بنشر الدّعوة الإسلامية والتعريف بالقضايا الإسلامية والدفاع عنها وتعريف الشعوب الإسلامية بعضها ببعض.

7- إحلال الشريعة الإسلامية محل القوانين الوضعية لاسترجاع السيادة التشريعية للقرآن الكريم والسنة النبوية، والالتزام بثبوت فكرة الأمة الإسلامية المتّزّهة عن الإقليمية الضيقة والتعصب العنصري والقبلي، واستنهاض الهمم لمقاومة التخلف في جميع مظاهره وتحقيق التنمية الشاملة التي تضمن للأمة الازدهار والرقى والمناعة.

- ولتحقيق هذا الإعلام لا بد من مشاركة جموع الأمة ودعمها المادي والمعنوي، والدعاية لذلك وبيان أن مثل هذه المشاريع إنّما هو دعم لأمتنا وقضاياها؛ فصحيح أن العالم الإسلامي لا يملك الأموال والتقنيات الموجودة في الغرب، لكن مشكلته الكبرى إدراك أهمية الاستثمار في المجال الإعلامي، والدّعاة يملكون الوسيلة لحث أهل الخير من الأثرياء ليوجهوا استثمارهم نحو الوسائل الإعلامية، كما أنهم يستطيعون تجميع أموال كثيرة عن طريق إنشاء شركات المساهمة التي تقوم بتمويل محطات الإذاعة والتلفزيون والمجلات والجرائد... رغم الظروف القانونية والنظامية والسياسية الصعبة إلا أن الأهم هو تغيير أثرياء المسلمين إلى العمل الإعلامي وتشجيعهم للمبادرة إلى العناية به مثل غيره من أعمال الخير كبناء المساجد، والمدارس،... الخ.¹

من خلال ما سبق يلاحظ على برامج الفضائيات العربية الدينية أنّها تراعى فيها خصائص وأساليب الاتصال، إلا أن الرسالة الإعلامية الدينية لا تحقق أهدافا بالنوايا الطيبة، بل أيضا بانتقاء الوسيلة المناسبة و المدخل الاقناعي المناسب، كما أن معظم مقدمي البرامج الدينية تنقصهم المبادئ الأساسية لإدارة الحوار التلفزيوني، وبالرغم من ذلك فقد أسهمت هذه الفضائيات في تغيير بعض العادات الفردية والاجتماعية لدى فئات من الجمهور، لكنها لم تسهم بنفس الدرجة في نشر السلوكيات والأخلاقيات الإيجابية ذات البعد الإنساني العالمي.

¹ - عبد الكريم بكار : مقدمات للنهوض بالعمل الدعوي، دار القلم دمشق، سوريا، ط1، 2001م، ص ص 181-182.

الفصل الثالث

عادات مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية

المبحث الأول: خصائص عينة الدراسة:

- 1- حسب النوع والتخصص العلمي
- 2- حسب النوع ومكان الإقامة
- 3- حسب النوع واستقبال الفضائيات العربية

المبحث الثاني: الأيام المفضلة للمشاهدة وأسباب تفضيلها

- 1- درجة مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية .
- 2- عدد أيام المشاهدة في الأسبوع .
- 3- الأيام المفضلة للمشاهدة
- 4- أسباب تفضيل أياما معينة دون غيرها .
- 5- فترات المشاهدة المفضلة .

المبحث الثالث: ترتيب أهم الفضائيات العربية الدينية المفضلة وظروف مشاهدتها

- 1- الحجم الساعي اليومي للمشاهدة .
- 2- تحديد أهم الفضائيات العربية الدينية المفضلة .
- 3- ترتيب ثلاث فضائيات عربية دينية مفضلة .
- 4- ظروف مشاهدة أفراد العينة لبرامج الفضائيات العربية الدينية .

نتناول فيما يلي التعليق على جداول تفرغ البيانات المتعلقة بالنوع (ذكور، إناث) ومكان الإقامة (مدينة، ريف) والتخصص العلمي للطلبة، إضافة إلى استقبال القنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (01): توزيع عينة الدراسة حسب النوع والتخصص العلمي.

النوع	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
التخصص العلمي						
علوم اجتماعية وإنسانية	50	%50	50	%50	100	%50
علوم طبيعية	50	%50	50	%50	100	%50
المجموع	100	%100	100	%100	200	%100

يبين لنا الجدول رقم 01 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة بحسب التخصصات العلمية طبقاً للنوع ، حيث تتكون عينة البحث من 200 مفردة بين طلبة و طالبات موزعين كالآتي :

- الذكور يمثلون 100 مفردة بنسبة 50%.

- الإناث يمثلون 100 مفردة بنسبة 50% .

و قد تحصلنا على هاتين النسبتين تبعاً للطريقة العمدية التي تم بواسطتها اختيار العينة حيث كان عدد الذكور مساوياً لعدد الإناث .

أما التخصصين العلميين اللذين تم اختيارهما فهما :

تخصص علوم اجتماعية و إنسانية و تخصص علوم طبيعية ، حيث بلغ عدد الطلبة الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية 100 طالب و طالبة بنسبة تبلغ 50% ، وبلغ عدد الطلبة الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية 100 طالب و طالبة كذلك بنسبة 50% من مجموع مفردات عينة البحث ، ونشير إلى أن كلا التخصصين ينقسم فيهما عدد الطلبة و الطالبات بالتساوي أي 50 طالب بنسبة 50% و 50 طالبة بنسبة 50% كذلك.

جدول رقم (02): توزيع عينة الدراسة حسب النوع ومكان الإقامة.

النوع		الذكور		الإناث		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%
مكان الإقامة							
المدينة		50	%50	75	%75	125	%62,5
الريف		50	%50	25	%25	75	%37,5
المجموع		100	%100	100	%100	200	%100

يتضح من الجدول رقم 02- أعلاه- توزيع عينة الدراسة حسب النوع و مكان الإقامة، حيث تبين أن أفراد العينة الذين يقيمون في المدينة قد بلغ عددهم 125 مفردة بنسبة قدرها 62.5 % ، بينما الذين يقيمون في الريف بلغ عددهم 75 مفردة بنسبة تقدر بـ 37 % .
و الملاحظ من خلال متغير النوع أن عدد الذكور الذين يقيمون في المدينة قد بلغ 50 مفردة بنسبة قدرها 50 % مقابل 50 مفردة من أصل ريفي بنفس النسبة أي أن النسبة فيما يتعلق بالذكور متساوية، بينما نجد أن نسبة الإناث اللائي يقطن في المدينة تبلغ 75 % مقابل 25 % يقطن في الريف هذا يشير إلى أن معظم الطلبة من داخل المدينة، نظرا لتركز الكثافة السكانية في المدن خاصة بالنسبة للمدن المطلة على البحر المتوسط و الباقي يتوزع على المناطق الأخرى القريبة من مقر الجامعة .

جدول رقم(03): توزيع عينة الدراسة حسب النوع واستقبال القنوات الفضائية العربية.

النوع		الذكور		الإناث		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%
استقبال القنوات الفضائيات العربية							
نعم		91	%91	95	%95	186	%93
لا		09	%09	05	%05	14	%07
المجموع		100	%100	100	%100	200	%100

يتبين لنا من خلال الجدول رقم "03" أن مجموع أفراد العينة الذين صرحوا بأنهم يستقبلون القنوات الفضائية العربية قد بلغ عددهم 186 مفردة بنسبة تقدر بـ 93% بينما أجاب 14 مبحوثاً بعدم استقبالهم لهذه القنوات و ذلك بنسبة قدرها 07% .

و إذا أخذنا متغير النوع سنجد أن النسب تتقارب بين الذكور و الإناث الذين يستقبلون القنوات العربية و بين الذين لا يستقبلونها، هذا ما يؤشر إلى أن متغير النوع هنا ليس له دلالة إحصائية فيما يخص استقبال القنوات العربية ، إذ يمكننا أن نربط ذلك بالمستوى المعيشي للأسر و مدى امتلاكهم لأجهزة الاستقبال ، حيث دلت بعض النتائج التي أجريت في هذا الميدان⁽¹⁾ على وجود علاقة بين تزايد عدد القنوات الفضائية العربية و تجربة المشاهدة لدى الفرد الجزائري ، حيث أصبحت الأسرة الواحدة تقتني أكثر من جهاز استقبال واحد مما أتاح فرصة الاختيار كما أن أسعار الأجهزة بمختلف أنواعها انخفضت بالمقارنة مع ما كان عليه الأمر في السابق، هذا ما أتاح فرصة استقبال القنوات العربية بشكل كبير ، فقد دلت النتائج حول امتلاك أجهزة استقبال البث التلفزيوني في دراسة أجراها بابوري عبد الكريم بين الرقمية منها و التماثلية 85% حيث جاءت الأجهزة من النوع الرقمي في المرتبة الأولى بـ 48.5% و في المرتبة الثانية جاءت الأجهزة من النوع التماثلي بنسبة 30.5% و باقي النسبة للذين يمتلكون الجهازين الاثنين معا .

(1) بابوري عبد الكريم : مرجع سابق ، ص 87 - 88 .

تكتسي عادات المشاهدة أهمية كبيرة بالنسبة لهذه الدراسة، لأنها تمثل المدخل الأساسي لمعرفة سلوك الطلبة وطبيعة إقبالهم على مختلف البرامج التي تبثها الفضائيات العربية الدينية، ومعرفة الكيفية التي يتعامل بها هؤلاء مع هذه الفضائيات ذات أهمية بالغة لمعرفة الأسباب والعوامل المؤدية إلى اختيار قنوات أو برامج دون غيرها، إذ تشير بعض الدراسات إلى أن تعرض الأفراد لوسائل الاتصال المختلفة يتحدد جانب منه بطريقة استقباليهم لها.

وفيما يلي عرض لأهم النتائج التي توصلنا إليها:

1- درجة مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية .

جدول رقم (04): توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية.

النسب المئوية	التكرارات	درجة المشاهدة
12,5 %	25	دائما
19 %	38	غالبا
60 %	120	أحيانا
7,5 %	15	نادرا
1 %	02	أبدا
100 %	200	المجموع

يوضح الجدول رقم "04" توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة برامج الفضائيات

العربية الدينية، إذ تشير بيانات الجدول إلى نتائج عديدة أهمها :

يقبل على مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية 198 طالبا وطالبة ، يشكلون نسبة

99 % من مجموع 200 من أفراد عينة الدراسة ، وهذا ما يتفق مع نتائج العديد من الدراسات

الميدانية التي أجريت في العديد من المناطق بالجزائر وخارجها⁽¹⁾ وهذا ما يؤثر على حجم عادات

مشاهدة الفضائيات العربية الدينية بين الطلبة، حيث يمكن القول أنها أصبحت ظاهرة اتصالية

شائعة بين أفراد عينة البحث ، هذا إضافة إلى دور وأهمية التلفزيون في حياة الأفراد حيث يعتبر

مصدرا هاما للتعلم والتثقيف .

(1) عبد الله بوجلل : الأطفال و التلفزيون في الجزائر " دراسة ميدانية " ، مرجع سابق ، ص 128 .

و تختلف درجات مشاهدة أفراد عينة الدراسة للفضائيات العربية الدينية ، حيث تتراوح بين خمس درجات هي :

المشاهدة دائما ، المشاهدة غالبا ، المشاهدة أحيانا ، المشاهدة نادرا ، المشاهدة أبدا ، إذ يشاهد الفضائيات الدينية دائما 25 طالبا وطالبة يشكلون نسبة 12.5 % من مجموع عينة الدراسة ، ويشاهدها غالبا 38 طالب و طالبة بنسبة قدرها 19 % من مجموع عينة الدراسة ، و يشاهدها أحيانا 120 طالبا و طالبة بنسبة 60 % من مجموع عينة الدراسة ، في حين يشاهدها نادرا 15 مبحوثا بنسبة 7.5 % من مجموع عينة الدراسة ، بينما يمتنع عن المشاهدة مبحوثين (02) بنسبة 01 % من مجموع عينة الدراسة .

- درجة مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية والنوع.

جدول رقم (05): توزيع عينة الدراسة حسب درجة المشاهدة والنوع.

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
25	% 13	13	% 12	12	دائما
37	% 21	21	% 16	16	غالبا
120	% 58	58	% 62	62	أحيانا
15	% 07	07	% 08	08	نادرا
03	% 01	01	% 02	02	أبدا
200	%100	100	%100	100	المجموع

ك² المحسوبة - 2.88 تحت أربع درجات حرية .
 ك² الجدولية - 9.48 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في درجة المشاهدة.

يبين الجدول رقم "05" أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة برامج الفضائيات

العربية الدينية والنوع إذ جاءت بيانات الجدول لتدل على نتائج عديدة من أهمها :

- يشاهد البرامج في الفضائيات العربية الدينية 12 طالبا بنسبة 12% ، و 13 طالبة بنسبة 13% ، حيث أن الفرق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95% ، إذ بلغت قيمة t المحسوبة : ($t = 0.58$) و هي أقل من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود فارق بين المبحوثين طبقا لمتغير النوع .

- يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية غالبا 16 طالبا بنسبة 16% ، و 21 طالبة بنسبة 21% حيث أن الفرق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95% ، إذ بلغت قيمة t المحسوبة : ($t = 1.96$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا لمتغير النوع .

- يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية أحيانا 62 طالبا بنسبة 62% مقابل 58 طالبة بنسبة 58% و الفارق بين النسبتين غير ذي دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95% ، إذ بلغت قيمة t المحسوبة : ($t = 0.47$) و هي أقل من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد عينة الدراسة طبقا لمتغير النوع .

- يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية نادرا 08 طلبة بنسبة تقدر بـ 08% مقابل 07 طالبات بنسبة 07% ، حيث أن الفارق بين النسبتين غير ذي دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95% ، إذ بلغت قيمة t المحسوبة : ($t = 1.01$) و هي أقل من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود فارقة بين المبحوثين.

- لا يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية أبدا طالبين اثنين (02) بنسبة 02% مقابل طالبة واحدة بنسبة 01% ، و الفارق بين النسبتين غير ذي دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95% ، إذ بلغت قيمة t المحسوبة : ($t = 1.15$) و هي أقل من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا لمتغير النوع.

و قد تأكد عدم وجود علاقة فارقة بين المبحوثين من الذكور و الإناث بعد تطبيق اختبار χ^2 على أرقام الجدول السابق حيث بلغت قيمته المحسوبة : ($\chi^2 = 2.88$) ، وهي أقل من القيمة الجدولية 9.48 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95% ، و تشير هذه النتائج إلى أن درجة مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية غير مرتبطة بمتغير النوع، حيث أن الذكور و الإناث سواء من حيث الإقبال على المشاهدة بصفة عامة.

- درجة مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية ومكان الإقامة.

جدول رقم (06): توزيع عينة الدراسة حسب درجة المشاهدة ومكان الإقامة.

المجموع	ريف		مدينة		مكان الإقامة درجة المشاهدة
	%	ك	%	ك	
25	% 9,33	07	%14,4	18	دائما
37	%21,33	16	%16,8	21	غالبا
120	%57,33	43	%61,6	77	أحيانا
16	%10,66	08	% 6,4	08	نادرا
02	% 1,33	01	% 0,8	01	أبدا
200	% 100	75	% 100	125	المجموع

ك² المحسوبة = 2.78 تحت أربع درجات حرية .
 ك² الجدولية = 9.48 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين المقيمين في المدينة والريف ودرجة المشاهدة.

- يوضح الجدول رقم "06" توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية ومكان الإقامة، حيث أظهرت نتائج إجابات المبحوثين من خلال أرقام الجدول أعلاه أن :
- مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية أحيانا جاءت في الرتبة الأولى بنسبة 61.6 % لدى الطلبة و الطالبات الذين يقيمون في المدينة، و بنسبة 57.33 % للذين يقيمون في الريف .
 - مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية غالبا جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 16.8 % للمقيمين في المدينة و 21.33 % للمقيمين في الريف .
 - أما المرتبة الثالثة فجاءت لمشاهدة البرامج الدينية دائما بنسبة 14.4% للطلبة المقيمين في المدينة و 9.33 % للطلبة المقيمين في الريف .
 - ثم تأتي المرتبة الرابعة لمشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية نادرا بنسبة 6.4% للطلبة المقيمين في المدينة و 10.66 % للطلبة المقيمين في الريف .

- مبحوث واحد من المدينة لا يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية بنسبة 0.8 % و آخر من الريف بنسبة 1.33 % .

و بتطبيق اختبار χ^2 على بيانات الجدول السابق نجد قيمته المحسوبة :

($\chi^2 = 2.78$) و هي أقل من القيمة الجدولية (9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95 % .

يمكننا أن نستنتج مما سبق أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الطلبة المقيمين في المدينة و المقيمين في الريف حول درجة المشاهدة لديهم .

ونشير هنا إلى أن متغير الإقامة رتب في حدود هذه الدراسة درجات المشاهدة لدى الطلبة و الطالبات المقيمين في المدينة و الريف ، حيث نسجل هنا الارتفاع النسبي لدرجة المشاهدة أحيانا إذ يمكن إرجاع ذلك إلى كون الطلبة مرتبطين خلال أيام الأسبوع بمقاعد الدراسة في الجامعة و مراجعة الدروس، مما لا يمكنهم ذلك من مشاهدة الفضائيات العربية الدينية دائما أو في الأوقات التي يرغبون المشاهدة فيها.

- درجة مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية والتخصص العلمي.

جدول رقم (07): توزيع عينة الدراسة حسب درجة المشاهدة والتخصص العلمي.

المجموع	علوم طبيعية		علوم اجتماعية وإنسانية		التخصص العلمي درجة المشاهدة
	%	ك	%	ك	
25	15 %	15	10 %	10	دائما
37	18 %	19	18 %	18	غالبا
120	61 %	60	60 %	60	أحيانا
16	05 %	05	11 %	11	نادرا
02	01 %	01	01 %	01	أبدا
200	100 %	100	100 %	100	المجموع

ك² المحسوبة = 3.26 تحت أربع درجات حرية .
ك² الجدولية = 9.48 عند مستوى دلالة 95 % .
النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين التخصصين ودرجة المشاهدة.

- يوضح الجدول رقم " 07" توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدتها لبرامج الفضائيات العربية الدينية و علاقتها بالتخصص ، حيث أظهرت إجابات المبحوثين من خلال أرقام الجدول أعلاه ما يلي :
- يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية دائما 10 % من طلبة العلوم الاجتماعية و الإنسانية، مقابل 15% من طلبة العلوم الطبيعية .
 - يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية غالبا 18 % من طلبة العلوم الاجتماعية و الإنسانية و 18% من طلبة العلوم الطبيعية .
 - يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية أحيانا 60 % من طلبة العلوم الاجتماعية و الإنسانية مقابل 61 % من طلبة العلوم الطبيعية .
 - يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية نادرا 11 % من طلبة العلوم الاجتماعية و الإنسانية حين صرح 05 % من طلبة العلوم الطبيعية أنهم يشاهدونها نادرا .
 - نجد من كلا التخصصين فردا واحدا لا يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية و ذلك بنسبة 01 % لكل منهما .
- بالرغم من التقارب في نسب درجات المشاهدة لدى المبحوثين من كلا التخصصين إلا أنه تأكد عدم وجود علاقة فارقة بين المتغيرين بعد تطبيق اختبار كاي² على أرقام الجدول السابق ، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة (كاي² = 3.26) ، وهي أقل من القيمة الجدولية (9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95 % .
- مما سبق يمكن أن نستنتج عدم تأثير متغير التخصص العلمي على درجة المشاهدة لدى أفراد عينة البحث .
- يتبين لنا من الجداول السابقة أن مشاهدة الفضائيات العربية الدينية أصبحت ظاهرة اتصالية شائعة بين الطلبة والطالبات، حيث يقبل على مشاهدتها معظم أفراد عينة البحث، يتوزعون على المشاهدة دائما، غالبا، أحيانا ونادرا، وهي ظاهرة اتصالية لا ترتبط بالنوع و متغير الإقامة ولا بالتخصص العلمي، إذ لم نسجل أية فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابات.
- وتتطابق هذه النتيجة مع كثير من النتائج المتوصل إليها من قبل باحثين آخرين كدراسة - عبد الله بوجلال- عن "الأطفال والتلفزيون في الجزائر"، حيث بلغت نسبة الإقبال على

المشاهدة 99,27 % ، ودراسة - عاطف عدلي العبد- عن " برامج الأطفال التلفزيونية" حيث بلغت نسبة الإقبال على المشاهدة 95,75 % .

2- عدد أيام المشاهدة في الأسبوع .

جدول رقم (08): توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع.

عدد أيام المشاهدة	التكرارات	النسب المتوية
يوم واحد	55	27,5 %
يومان	64	32 %
ثلاثة أيام	39	19,5 %
يوميا	42	21 %
المجموع	200	100 %

يوضح الجدول رقم " 08" توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع حيث دلت نتائج إجابات المبحوثين من خلال أرقام الجدول أعلاه أن:

عدد أيام المشاهدة عند أفراد عينة البحث تختلف، إذ صرح 64 مبحوثا أنهم يشاهدون برامج الفضائيات العربية الدينية يومان في الأسبوع و ذلك بنسبة قدرت بـ 32 % و هي أعلى نسبة، فيما صرح 55 مبحوثا بأنهم يشاهدونها يوما واحدا خلال الأسبوع و ذلك بنسبة 27.5 % ، أما الذين يشاهدونها في ثلاثة أيام فقدرت نسبتهم بـ 19.5 % من المجموع الكلي للعينة بينما بلغ عدد المبحوثين الذين يتابعون برامج الفضائيات العربية الدينية يوميا 42 مبحوثا بنسبة 21 % .

و من خلال هذه النتائج نلاحظ التقارب بين النسب فيما يخص عدد أيام المشاهدة، عدا ارتفاع نسب المشاهدة خلال يومان و يوم واحد حيث شكلت نسبتهما 50.50 % بفارق طفيف عن المشاهدة يوميا و خلال ثلاثة أيام بنسبة 40.5 % .

و انطلاقا من هذه النتائج نستنتج أن التعرض لبرامج الفضائيات العربية الدينية من قبل الطلبة تحكمه عوامل وظروف منطقية تتعلق بالدراسة في الجامعة و الأوقات المتاحة لهم للمشاهدة

(أوقات الفراغ) ، إضافة إلى مضمون البرامج الذي يتدخل هو الآخر في تحديد أيام المشاهدة لدى أفراد عينة البحث .

- عدد أيام المشاهدة في الأسبوع والنوع .

جدول رقم (09): توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع والنوع.

النوع	الذكور		الإناث		المجموع
	ك	%	ك	%	
يوم واحد	25	25%	30	30%	55
يومان	39	39%	25	25%	64
ثلاثة أيام	17	17%	24	24%	41
يوميا	19	19%	21	21%	40
المجموع	100	100%	100	100%	200

ك² المحسوبة - 4.48 تحت ثلاث درجات حرية .
 ك² الجدولية - 7.81 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في عدد أيام المشاهدة في الأسبوع.

يوضح الجدول رقم "09" أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع

لبرامج الفضائيات العربية الدينية طبقا للنوع :

حيث أوضحت النتائج التفصيلية لبيانات الجدول ما يلي :

- يشكل عدد الذكور الذين يشاهدون برامج الفضائيات العربية الدينية خلال يومين في الأسبوع 39 فردا بنسبة 39 % مقابل 25 % لدى الإناث ، حيث أن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95 % ، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي = 3.14) و هي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين الباحثين طبقا لمتغير النوع .

- و يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية خلال يوم واحد في الأسبوع 25 % من الذكور مقابل 30 % من الإناث حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية على مستوى ثقة

95 % ، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي = 1.90) و هي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد عينة البحث طبقا لمتغير النوع .

- أجابت 24 % من الإناث أنهن يشاهدن برامج الفضائيات العربية الدينية خلال ثلاثة أيام في الأسبوع، مقابل 17 % لدى الذكور حيث أن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95 % ، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي = 2.47) و هي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد عينة البحث طبقا لمتغير النوع .

- و أجابت 21 % من الإناث أنهن يشاهدن برامج الفضائيات العربية الدينية يوميا ، مقابل 19 % من الذكور ، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95 % ، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي = 1.08) و هي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا لمتغير النوع .

و قد تأكد عدم وجود علاقة فارقة بين إجابات الطلبة ذكورا و إناثا ، فيما يتعلق بعدد أيام المشاهدة في الأسبوع ، بعد تطبيق اختبار كاي² على أرقام الجدول السابق ، حيث أسفر عن قيمة قدرها (كا²=4.48) ، وهي أقل من القيمة الجدولية (7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجات حرية و مستوى ثقة 95 % .

و منه نستنتج في حدود هذه النتائج أن الطلبة من الذكور و الإناث سواء في اختيار عدد الأيام التي يشاهدون فيها البرامج على الفضائيات العربية الدينية .

- عدد أيام المشاهدة في الأسبوع ومكان الإقامة .

جدول رقم (10): توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع ومكان الإقامة.

مجموع	ريف		مدينة		مكان الإقامة
	%	ك	%	ك	
55	21,33%	16	31,2%	39	يوم واحد
64	40%	30	27,2%	34	يومان
41	16%	12	23,2%	29	ثلاثة أيام

40	%22,66	17	%18,4	23	يومية
200	% 100	75	% 100	125	المجموع
<p>كا² المحسوبة = 5.64 تحت ثلاث درجات حرية . كا² الجدولية = 7.81 عند مستوى دلالة 95 % . النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين المقيمين في المدينة والريف وعدد أيام المشاهدة في الأسبوع.</p>					

يبين الجدول رقم "10" أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة خلال الأسبوع طبقاً لتغير الإقامة، حيث دلت الأرقام المحصل عليها على ما يلي :

- تأتي المشاهدة خلال يوم واحد في المرتبة الأولى لدى المبحوثين المقيمين في المدينة و ذلك بنسبة قدرها 31.2% بينما جاءت في المرتبة الثالثة لدى المقيمين في الريف بنسبة 21.33 % .

- احتلت المشاهدة خلال يومين في الأسبوع المرتبة الثانية بالنسبة للأفراد المقيمين في المدينة بنسبة 27.2 % ، في حين جاءت في المرتبة الأولى بالنسبة للمبحوثين المقيمين في الريف بنسبة 16 % .

- و أخيراً احتلت المشاهدة يومياً المرتبة الأخيرة بالنسبة للأفراد المبحوثين المقيمين في المدينة بنسبة 18.4 % مقابل المرتبة الثانية للأفراد المبحوثين المقيمين في الريف بنسبة 22.66 % .

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق ، نجد قيمة كا² المحسوبة (كا² = 5.64) ، وهي أقل من القيمة الجدولية (7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجات حرية و مستوى ثقة 95 % .

من خلال ما سبق نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة لتغير الإقامة و عدد أيام المشاهدة .

- عدد أيام المشاهدة في الأسبوع والتخصص العلمي .

جدول رقم (11): توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع و التخصص العلمي

المجموع	علوم طبيعية		علوم اجتماعية وإنسانية		عدد أيام المشاهدة
	%	ك	%	ك	
55	% 30	30	% 25	25	يوم واحد
64	% 30	30	% 34	34	يومان
41	% 17	17	% 24	24	ثلاثة أيام
40	% 23	23	% 17	17	يوميا
200	%100	100	%100	100	المجموع

ك² المحسوبة = 2.76 تحت ثلاث درجات حرية .
ك² الجدولية = 7.81 عند مستوى دلالة 95 % .
النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين التخصصين وعدد أيام المشاهدة في الأسبوع.

- يوضح الجدول رقم "11" أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع و التخصص العلمي، حيث دلت نتائج إجابات الباحثين أن :
- مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية خلال يومين في الأسبوع بلغت 34 % بالنسبة لطلبة العلوم الاجتماعية و الإنسانية، مقابل 30% لطلبة العلوم الطبيعية .
 - أما المشاهدة في يوم واحد فقدرت بالنسبة لطلبة العلوم الاجتماعية و الإنسانية بـ : 25 % مقابل 30% لطلبة العلوم الطبيعية .
 - و بلغت المشاهدة لثلاثة أيام 24.5 % بالنسبة لطلبة العلوم الاجتماعية و الإنسانية، مقابل 17% لطلبة العلوم الطبيعية .
 - أما نسبة اللذين يشاهدون برامج الفضائيات العربية الدينية يوميا فقدرت بـ 17% لدى طلبة العلوم الاجتماعية و الإنسانية، مقابل 23% لطلبة العلوم الطبيعية .

و بتطبيق اختبار χ^2 على أرقام الجدول أعلاه ، نجد قيمة χ^2 المحسوبة ($\chi^2 = 2.76$) ، وهي أقل من القيمة الجدولية عند ($0.05 = 7.81$) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجات حرية و مستوى ثقة 95% .

إذن ليست هناك فروق معنوية، مما يدل على أن متغير التخصص العلمي لا يتدخل في اختيار عدد أيام المشاهدة لأفراد عينة البحث .

نستنتج مما سبق أن عدد أيام المشاهدة بين أفراد العينة فقد جاءت كالاتي:

يومان في الأسبوع في المرتبة الأولى، ثم المشاهدة في يوم واحد في المرتبة الثانية، أما المشاهدة في ثلاثة أيام جاءت في المرتبة الرابعة، ثم المشاهدة يوميا في المرتبة الثالثة من مجموع أفراد العينة، ولم نسجل أية فروق دالة إحصائية حسب متغير النوع والإقامة والتخصص العلمي فيما يخص عدد أيام المشاهدة في الأسبوع. إذن التعرض لبرامج الفضائيات العربية الدينية من قبل الطلبة تحكمه عوامل وظروف منطقية تتعلق بالدراسة في الجامعة و الأوقات المتاحة لهم للمشاهدة (أوقات الفراغ) ، إضافة إلى مضمون البرامج الذي يتدخل هو الآخر في تحديد أيام المشاهدة لديهم .

3- الأيام المفضلة للمشاهدة .

جدول رقم (12): توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة للمشاهدة.

النسب المئوية	الترتيب	التكرارات	الأيام المفضلة للمشاهدة
4,45 %	(6)	20	السبت
2,89 %	(7)	13	الأحد
14,92 %	(3)	67	الاثنين
5,34 %	(4)	24	الثلاثاء
4,67 %	(5)	21	الأربعاء
26,05 %	(2)	117	الخميس
41,64 %	(1)	187	الجمعة
100 %	/	449	المجموع

يوضح الجدول رقم "12" أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة للمشاهدة إذ بينت النتائج المحصل عليها ما يلي :

- احتل يوم الجمعة المرتبة الأولى بنسبة 41.64 % ، يليه يوم الخميس في المرتبة الثانية بنسبة 26.05 % ، ثم يوم الاثنين في المرتبة الثالثة بنسبة 14.92 % ، يليه يوم الثلاثاء في المرتبة الرابعة بنسبة 5.34 % ، ثم يوم الأربعاء في المرتبة الخامسة بنسبة 4.67 % و يوم السبت في المرتبة السادسة بنسبة 4.45 % ، وجاء يوم الأحد في المرتبة الأخيرة بنسبة 2.89 % .

و لأن الأيام المفضلة للمشاهدة تعرف بكثافة المشاهدة على عدد أيام الأسبوع ، و بالمضمون أو المحتوى الذي يشد انتباه الجمهور⁽¹⁾ أكثر للمتابعة فإن المشاهدة لمدة أطول حسب هذه الدراسة تكون يوم الجمعة و الخميس و الاثنين بهذا الترتيب ، كون هذه الأيام تشكل أيام عطلة خاصة ، عطلة نهاية الأسبوع أين يكون الطلبة في راحة مما يساعدهم ذلك على متابعة التلفزيون بصفة عامة و برامج الفضائيات العربية الدينية خاصة ، إضافة إلى أن يوم الجمعة هو مناسبة دينية للمسلمين تكثر فيه البرامج الهامة كبرامج الفتاوى و الأحاديث و الخطب و تنخفض كثافة المشاهدة في الأيام الأخرى و هي على التوالي الثلاثاء ، الأربعاء ، السبت ، الأحد و هي الأيام التي يكون فيها عادة الطلبة مشغولين بمقاعد الدراسة في الجامعة .

- الأيام المفضلة للمشاهدة والنوع .

جدول رقم (13): توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة للمشاهدة والنوع.

المجموع	الإناث			الذكور			النوع
	ت	%	ك	ت	%	ك	
21	(7)	2,32 %	05	(4)	6,84 %	16	السبت
15	(6)	3,25 %	07	(7)	3,42 %	08	الأحد
67	(3)	16,28 %	35	(3)	13,67 %	32	الاثنين
23	(5)	3,72 %	08	(5)	6,41 %	15	الثلاثاء

بابوري عبد الكريم : عادات و أنماط مشاهدة طلبة جامعة سكيكدة للفضائيات العربية ، مرجع سابق، ص 102 .

22	(4)	% 4,18	09	(6)	% 5,55	13	الأربعاء
116	(2)	%28,37	61	(2)	%23,50	55	الخميس
185	(1)	%41,86	90	(1)	%40,59	95	الجمعة
449	/	% 100	215	/	% 100	234	المجموع

كأ² المحسوبة = 8.43 تحت ست درجات حرية .
 كأ² الجدولية = 12.59 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في الأيام المفضلة للمشاهدة.

يوضح الجدول رقم " 13 " أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة للمشاهدة طبقاً

للنوع، حيث تدل أرقام الجدول أعلاه على النتائج الآتية :

- يفضل كل من الذكور و الإناث مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية يوم الجمعة بنسبة 40.59 % للذكور و 41.86 % للإناث، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95 %، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي = 0.33) و هي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد العينة طبقاً لمتغير النوع .
- ثم يأتي يوم الخميس في المرتبة الثانية من حيث التفصيل بنسبة 23.5 % للذكور و 28.37 % للإناث ، حيث أن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95 %، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي = 2.26) و هي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد العينة طبقاً لمتغير النوع .
- جاء يوم الاثنين في المرتبة الثالثة من حيث تفضيل مشاهدة البرامج على الفضائيات العربية الدينية بنسبة 13.67 % للذكور و 16.28 % للإناث .
- جاء يوم السبت في المرتبة الرابعة بالنسبة للذكور بنسبة 6.84 % و في المرتبة السابعة بالنسبة للإناث بنسبة 2.32 % .
- جاء يوم الثلاثاء في المرتبة الخامسة بالنسبة للذكور بنسبة 6.41 % و بنفس المرتبة بالنسبة للإناث بنسبة 3.72 % .

- و جاء يوم الأربعاء في المرتبة السادسة بالنسبة للذكور بنسبة 5.55% وفي المرتبة الرابعة بالنسبة للإناث بنسبة 4.18% .
- و أخيراً جاء يوم الأحد في المرتبة السابعة و الأخيرة بالنسبة للذكور بـ 3.42% و في المرتبة السادسة بالنسبة للإناث بنسبة 3.25% .
- و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول أعلاه ، نجد قيمته المحسوبة (كا² = 8.43) ، وهي أقل من القيمة الجدولية (12.59) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ست درجات حرية و مستوى ثقة 95% .
- إذن نستنتج أنه لا يوجد فرق دال إحصائياً بين الطلبة و الطالبات في اختيار الأيام المفضلة للمشاهدة باستثناء يوم السبت الذي جاء في الرتبة الرابعة بالنسبة للذكور و في الرتبة السابعة بالنسبة للإناث.
- الأيام المفضلة للمشاهدة و مكان الإقامة .
- جدول رقم (14): توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة للمشاهدة و مكان الإقامة.

المجموع	ريف			مدينة			مكان الإقامة الأيام المفضلة للمشاهدة
	ت	%	ك	ت	%	ك	
20	(5)	5,26%	09	(6)	3,95%	11	السبت
12	(7)	3,50%	06	(7)	2,16%	06	الأحد
67	(3)	13,45%	23	(3)	15,83%	44	الاثنين
24	(4)	5,84%	10	(5)	5,03%	14	الثلاثاء
28	(6)	5,84%	10	(4)	6,47%	18	الأربعاء
114	(2)	23,98%	41	(2)	26,26%	73	الخميس
184	(1)	42,10%	72	(1)	40,28%	112	الجمعة
449	/	100%	171	/	100%	278	المجموع

كا² المحسوبة - 1.97 تحت ست درجات حرية .

كا² الجدولية - 12.59 عند مستوى دلالة 95% .

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين المقيمين في المدينة والريف والأيام المفضلة للمشاهدة.

- يوضح الجدول رقم " 14 " توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة لمشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية ومكان الإقامة، إذ تشير بيانات الجدول إلى نتائج عديدة من أهمها :
- احتل يوم الجمعة المرتبة الأولى بنسبة 40.28 % ضمن الأيام المفضلة للمشاهدة بالنسبة للطلبة والطالبات المقيمين في المدينة و نفس الرتبة بالنسبة للمقيمين في الريف و ذلك بنسبة 41.10 %.
 - احتل يوم الخميس المرتبة الثانية بالنسبة للمقيمين في المدينة و الريف معا حيث قدرت نسبتها على التوالي 26.26 % و 23.98 %.
 - بينما أخذ يوم الاثنين المرتبة الثالثة لكل من الطلبة و الطالبات المقيمين في المدينة و الريف حيث بلغت نسبتها على التوالي : 15.83 % و 13.45 % .
 - جاء يوم الأربعاء في المرتبة الرابعة ضمن الأيام المفضلة للمشاهدة بالنسبة للمبحوثين المقيمين في المدينة بنسبة 6.47 % و احتل المرتبة السادسة ضمن الأيام المفضلة للمشاهدة بالنسبة للمبحوثين المقيمين في الريف بنسبة 5.84 % .
 - احتل يوم الثلاثاء المرتبة الخامسة ضمن الأيام المفضلة للمشاهدة بالنسبة للطلبة و الطالبات المقيمين في المدينة وذلك بنسبة 5.03 % بينما احتل المرتبة الرابعة عند المقيمين في الريف وذلك بنسبة 5.84 % .
 - جاء يوم السبت في المرتبة السادسة ضمن الأيام المفضلة للمشاهدة للطلبة و الطالبات المقيمين في المدينة و ذلك بنسبة 3.95 % و احتل المرتبة الخامسة بالنسبة للمقيمين في الريف بنسبة 5.26 % .
 - وأخيرا احتل يوم الأحد المرتبة السابعة ضمن الأيام المفضلة للمشاهدة عند المبحوثين المقيمين في المدينة بنسبة 2.16 % و عند المقيمين في الريف كذلك بنسبة 3.50 % .
- وقد تأكد من إجابات المبحوثين وبعد تطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين ، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة (كا²= 1.97) ، وهي أقل من القيمة الجدولية (12.59) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ست درجات حرية و مستوى ثقة 95 % .
- ونستثني هنا الفروق بين تفضيل المقيمين في المدينة و الريف لأيام الأربعاء و الثلاثاء و السبت بفارق نسب ضئيل جدا .

- الأيام المفضلة للمشاهدة والتخصص العلمي .

جدول رقم (15): توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة للمشاهدة و التخصص العلمي.

المجموع	علوم طبيعية			علوم اجتماعية وإنسانية			التخصص العلمي الأيام المفضلة للمشاهدة
	ت	%	ك	ت	%	ك	
20	(6)	5,38%	12	(6)	3,54%	08	السبت
13	(7)	4,03%	09	(7)	1,77%	04	الأحد
67	(3)	13,90%	31	(3)	15,93%	36	الاثنين
24	(4)	6,73%	15	(5)	3,98%	09	الثلاثاء
26	(5)	5,40%	12	(4)	6,20%	14	الأربعاء
114	(2)	24,21%	54	(2)	26,55%	60	الخميس
185	(1)	40,35%	90	(1)	42,03%	95	الجمعة
449	/	100%	223	/	100%	226	المجموع

ك² المحسوبة = 5.71 تحت ست درجات حرية .
ك² الجدولية = 12.59 عند مستوى دلالة 95% .
النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين التخصصين والأيام المفضلة للمشاهدة.

يوضح الجدول رقم "15" توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة لمشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية طبقاً للتخصص العلمي ، حيث أوضحت النتائج المتحصل عليها أن:

- أفراد عينة البحث من التخصصين يفضلون مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية في المرتبة الأولى يوم الجمعة حيث قدرت نسبتهما على التوالي : 42.03% و 40.35% .

- يأتي يوم الخميس في المرتبة الثانية من حيث أفضلية المشاهدة بالنسبة للذين يدرسون علوم اجتماعية و إنسانية بنسبة 26.55% و بنسبة 24.21% للذين يدرسون تخصص علوم طبيعية.

- احتل يوم الاثنين المرتبة الثالثة من حيث أفضلية المشاهدة بالنسبة لطلبة العلوم الاجتماعية و الإنسانية و ذلك بنسبة 15.93% مقابل 13.90% لطلبة العلوم الطبيعية .

- جاء يوم الأربعاء في المرتبة الرابعة من حيث أفضلية المشاهدة بالنسبة لطلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية و ذلك بنسبة 6.20 % بينما جاء في المرتبة الخامسة بالنسبة لطلبة العلوم الطبيعية بنسبة 5.40 % .
- واحتل يوم الثلاثاء المرتبة الخامسة بنسبة 3.98 % لطلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية والمرتبة الرابعة من حيث أفضلية المشاهدة لطلبة العلوم الطبيعية بنسبة 6.73 % .
- احتل يوم السبت المرتبة السادسة من حيث أفضلية المشاهدة بالنسبة لطلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية و ذلك بنسبة 3.54 % و نفس المرتبة لطلبة العلوم الطبيعية بنسبة 5.38 % .
- احتل يوم الأحد المرتبة السابعة والأخيرة في ترتيب الأيام المفضلة للمشاهدة بالنسبة لطلبة التخصصين معا حيث بلغت نسبة الذين يدرسون علوم اجتماعية و إنسانية 1.77 % مقابل 4.03 % بالنسبة للذين يدرسون علوم طبيعية .
- و بتطبيق اختبار χ^2 على أرقام الجدول أعلاه، وجدنا قيمته المحسوبة ($\chi^2 = 5.71$) ، وهي أقل من القيمة الجدولية (12.59) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ست درجات حرية و مستوى ثقة 95 % .
- و منه نستنتج أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين المتغيرين إذ أبرزت إجابات الباحثين أنه لا توجد فروقا معتبرة في تفضيل الأيام حسب النوع والإقامة والتخصص العلمي .
- نلاحظ من خلال تحليل البيانات المتعلقة بالأيام المفضلة للمشاهدة أن أيام العطل (عطلة نهاية الأسبوع) احتلت المراتب الأولى، حيث جاء يوم الجمعة في المرتبة الأولى ، يليه يوم الخميس في المرتبة الثانية، ثم يأتي يوم الاثنين في المرتبة الثالثة ، ثم يأتي يوم الثلاثاء في المرتبة الرابعة يليه يوم الأربعاء في المرتبة الخامسة، ثم يوم السبت في المرتبة السادسة، ليأتي يوم الأحد في المرتبة الأخيرة، إذ لم نسجل وجود فروق دالة إحصائية حسب متغير النوع والإقامة والتخصص العلمي.

4 - أسباب تفضيل المشاهدة في أيام دون غيرها .

جدول رقم (16): توزيع عينة الدراسة حسب أسباب تفضيل المشاهدة في أيام دون غيرها.

النسب المتوية	التكرارات	أسباب أفضلية المشاهدة في هذه الأيام
% 52,5	105	لأنها أيام عطلة
% 35	70	لأن فيها برامج جيدة
% 12,5	25	أسباب أخرى
% 100	200	المجموع

يوضح الجدول رقم " 16 " توزيع عينة الدراسة حسب أسباب تفضيل مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية في أيام معينة دون غيرها .

حيث يرجع أفراد عينة البحث أسباب اختيارهم أياما معينة لمشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية دون غيرها إلى الاعتبارات الآتية :

لأنها أيام عطلة بنسبة (52.5%) من مجموع إجابات المبحوثين ، و أنه توجد فيها برامج جيدة بنسبة (35 %) ، أما النسبة المتبقية و هي (12.5 %) فتتوزع على إجابات مختلفة .

و تؤكد هذه النسب أن أفراد عينة البحث يختارون أيام المشاهدة التي يكون لديهم فيها متسع من الوقت لمتابعة برامج الفضائيات العربية الدينية ، والتي تقدم فيها برامج جيدة قهمهم⁽¹⁾ .

(1) عبد الله بوجلال : الأطفال و التلفزيون في الجزائر ، دراسة ميدانية ، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، ع9، 1992م، ص132.

5- فترات المشاهدة المفضلة .

جدول رقم (17): توزيع عينة الدراسة حسب فترات المشاهدة المفضلة.

النسب المتوية	الترتيب	التكرارات	فترات المشاهدة المفضلة
% 21	(2)	42	صباحا
% 52,5	(1)	105	مساء
% 26	(3)	52	ليلا
% 0,5	(4)	01	ما بعد منتصف الليل
% 100	/	200	المجموع

يوضح الجدول رقم "17" توزيع عينة الدراسة حسب فترات المشاهدة المفضلة للبرامج

على الفضائيات العربية الدينية، حيث دلت بيانات الجدول على النتائج الآتية :

- أجاب 105 مبحوثا بأن أفضل فترة للمشاهدة لديهم هي الفترة المسائية حيث جاءت في المرتبة الأولى و ذلك بنسبة 52.5% .

- أجاب 52 من أفراد العينة أنهم يفضلون مشاهدة البرامج على الفضائيات العربية الدينية ليلا أي بين السادسة مساء ومنتصف الليل حيث جاءت هذه الفترة في المرتبة الثانية بنسبة 26% .

- ثم تأتي الفترة الصباحية في المرتبة الثالثة بنسبة 21% و أخيرا فترة الهزيع (أي ما بعد منتصف الليل) حيث جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 0.5% .

من خلال النتائج الميينة أعلاه نستنتج أن أفراد عينة البحث يفضلون أكثر الفترة المسائية و الليلية للمشاهدة ، وذلك راجع إلى ارتباطهم الدراسية في الجامعة في النهار إضافة إلى أن مشاهدة التلفزيون في المساء و الليل لديه علاقة باجتماع أفراد الأسرة و بث البرامج ذات المضامين الملائمة ، و نلاحظ كذلك ابتعاد المبحوثين عن المشاهدة بعد منتصف الليل و ذلك منطقي بالنظر لكونها فترة الركون إلى النوم حيث تنخفض ذروة المشاهدة إلى أدنى المستويات .

- فترات المشاهدة المفضلة والنوع .

جدول رقم (18): توزيع عينة الدراسة حسب فترات المشاهدة المفضلة والنوع.

المجموع	الإناث		الذكور		النوع فترات المشاهدة المفضلة
	%	ك	%	ك	
42	% 19	19	% 23	23	صباحا
104	% 56	56	% 48	48	مساء
53	% 25	25	% 28	28	ليلا
01	% 00	00	% 01	01	ما بعد منتصف الليل
200	%100	100	%100	100	المجموع

ك² المحسوبة = 2.14 تحت ثلاث درجات حرية .
ك² الجدولية = 7.81 عند مستوى دلالة 95 % .
النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في الفترات المفضلة للمشاهدة.

يوضح الجدول رقم " 18 " توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة لمشاهدة برامج

الفضائيات العربية الدينية و النوع، حيث دلت النتائج أن :

- الطلبة ذكورا و إناثا يفضلون الفترة المسائية في المرتبة الأولى للمشاهدة بنسبة 48 % للذكور مقابل 56 % للإناث ، و الفارق بينهما ليس ذو دلالة إحصائية، ذلك أن قيمة (ي) المحسوبة (ي = 1.09) و هي أصغر من القيمة الجدولية عند (0.01- 2.60) و(0.05- 1.98) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائية .

- يفضل كل من الذكور و الإناث الفترة الليلية في المرتبة الثانية للمشاهدة و ذلك بنسب قدرت على التوالي 28 % و 25 % حيث أن الفارق غير دال إحصائيا إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي = 0.81) و هي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة إحصائية .
أما الفترة الصباحية يفضلها الذكور و الإناث في المرتبة الثالثة و ذلك بنسب مختلفة إذ بلغت لدى الطلبة 23 % بينما بلغت 19 % لدى الطالبات ، أما مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية بعد منتصف الليل فإنها تنعدم لدى الإناث و تساوي نسبتها عند الذكور 01 % .

و بتطبيق اختبار χ^2 على أرقام الجدول أعلاه، وجدنا قيمته المحسوبة ($\chi^2 = 2.14$)، وهي أقل من القيمة الجدولية (7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجات حرية و مستوى ثقة 95 % .

و في حدود هذه النتائج نستنتج أنه لا توجد علاقة بين متغير الجنس و فترة المشاهدة المفضلة ، و نلاحظ فقط ميل الذكور للسهر في الليل مع البرامج الدينية أكثر من الإناث بينما تسمي الإناث أمام الفضائيات الدينية أكثر من الذكور و هذا يرتبط بالأساس بطبيعة العلاقات الاجتماعية و الأسرية لكل من الطلبة و الطالبات .

- فترات المشاهدة المفضلة ومكان الإقامة .

جدول رقم (19): توزيع عينة الدراسة حسب فترات المشاهدة المفضلة ومكان الإقامة.

المجموع	ريف		مدينة		مكان الإقامة فترات المشاهدة المفضلة
	%	ك	%	ك	
42	%29,33	22	% 16	20	صباحا
107	%53,33	40	%53,6	67	مساء
50	%17,33	13	%29,6	37	ليلا
01	% 00	00	% 0,8	01	ما بعد منتصف الليل
200	%100	75	%100	125	المجموع

χ^2 المحسوبة - 7 تحت ثلاث درجات حرية .
 χ^2 الجدولية - 7.81 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين المقيمين في المدينة والريف والفترات المفضلة للمشاهدة.

يوضح الجدول رقم "19" توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة لمشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية طبقا لمتغير الإقامة .
 حيث أوضحت النتائج أن :

- مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية مساء جاءت في المرتبة الأولى لدى الطلبة و الطالبات المقيمين في المدينة و ذلك بنسبة 53.6 % مقابل 53.33 % لدى المقيمين في الريف ، و الفرق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي = 0.03) و هي أصغر من قيمة ي الجدولية (1.98) المنبئة بوجود فارق ذو دلالة إحصائية .

- جاءت في المرتبة الثانية الفترة الليلية لدى المقيمين في المدينة و ذلك بنسبة 29.6% بينما جاءت في المرتبة الثالثة لدى المقيمين في الريف بنسبة 17.33 % .

- جاءت الفترة الصباحية في المرتبة الثالثة لدى المقيمين في المدينة بنسبة 16 % و جاءت في المرتبة الثانية لدى المقيمين في الريف بنسبة 29.33 % .

- أما المشاهدة في الفترة ما بعد منتصف الليل فكانت مرتبتها الأخيرة لدى المقيمين في المدينة بـ 0.8 % بينما انعدمت لدى الأفراد المقيمين في الريف .

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق، نجد قيمته المحسوبة (كا² = 7) ، وهي أقل من القيمة الجدولية (7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجات حرية و مستوى ثقة 95 % . و عليه نستنتج أنه لا توجد فروق بين الأفراد المقيمين في المدينة و المقيمين في الريف حول فترات المشاهدة لديهم لبرامج الفضائيات العربية الدينية، إذن من خلال النتائج المتوصل إليها نستنتج أن متغير الإقامة لا يتدخل في ترتيب فترات المشاهدة لدى أفراد عينة البحث سواء في الفترات ذات الكثافة العالية أو في الفترات التي تنخفض فيها كثافة المشاهدة ، فقط نلاحظ اختلاف ترتيب فترة المشاهدة لدى الريفين حيث تقدمت الفترة الصباحية في المرتبة الثانية و تأخرت الفترة الليلية إلى المرتبة الثالثة .

- فترات المشاهدة المفضلة والتخصص العلمي .

جدول رقم (20): توزيع عينة الدراسة حسب فترات المشاهدة المفضلة و التخصص العلمي.

المجموع	علوم طبيعية		علوم اجتماعية وإنسانية		التخصص العلمي فترات المشاهدة المفضلة
	%	ك	%	ك	
50	28 %	28	22 %	22	صباحا

106	% 53	53	% 53	53	مساء
43	% 18	18	% 25	25	ليلا
01	% 01	01	% 00	00	ما بعد منتصف الليل
200	%100	100	%100	100	المجموع

كا² المحسوبة = 2.34 تحت ثلاث درجات حرية .
 كا² الجدولية = 7.81 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين التخصصين والفترات المفضلة للمشاهدة.

- يوضح الجدول رقم "20" توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة لمشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية و متغير التخصص العلمي .
 حيث دلت النتائج المتوصل إليها أن :
- يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية في الفترة المسائية 53 % من مجموع أفراد العينة الذين يدرسون علوم اجتماعية و إنسانية، مقابل نفس النسبة أي 53 % من لمبحوثين الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية .
 - يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية في الفترة الليلية 25 % من مجموع أفراد عينة البحث ممن يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية مقابل 18 % ممن يدرسون تخصص علوم طبيعية.
 - يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية في الفترة الصباحية 22 % من مجموع أفراد عينة البحث ممن يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية بينما بلغت 28 % لدى الأفراد الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية .
 - و بلغت نسبة المشاهدة بعد منتصف الليل بالنسبة للذين يدرسون تخصص علوم طبيعية 0.1 % و انعدمت عند الذين يدرسون علوم اجتماعية و إنسانية .
- و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول ، نجد قيمته المحسوبة (كا²=2.34) ، وهي أقل من القيمة الجدولية (7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجات حرية و مستوى ثقة 95 % .

أي أننا متأكدون من عدم وجود فرق دال إحصائيا بين طلبة و طالبات التخصصين في تفضيل فترات المشاهدة.

نسجل هنا الاشتراك في الفترة المسائية في الرتبة الأولى بين التخصصين، و فترة ما بعد منتصف الليل في المرتبة الأخيرة بينما جاءت الفترة الليلية في المرتبة الثانية لطلبة تخصص علوم طبيعية أما الفترة الصباحية فاحتلت المرتبة الثالثة بالنسبة لطلبة و طالبات تخصص علوم اجتماعية و إنسانية و حلت في المرتبة الثانية لدى طلبة تخصص علوم طبيعية .

نستنتج مما سبق أن الفترة المسائية احتلت الترتيب الأول من حيث فترات المشاهدة المفضلة ، تليها الفترة الليلية في المرتبة الثانية، ثم تأتي الفترة الصباحية في المرتبة الثالثة وأخيرا في المرتبة الرابعة فترة ما بعد منتصف الليل ، وهذا منطقي بالنظر إلى ارتباطات الطلبة بالدراسة في الجامعة نهارا ، إضافة إلى أن أفضل المشاهدة تكون غالبا في المساء أو الليل عندما يجتمع أفراد الأسرة، وخلصنا إلى أنه لا توجد علاقة بين الفترات المفضلة للمشاهدة والنوع وكذلك الإقامة بينما سجلنا وجود فروقا طفيفة بين التخصصين في ترتيب فترات المشاهدة، إذ يميل طلبة تخصص علوم اجتماعية وإنسانية إلى المشاهدة في الفترة الليلية في المرتبة الثانية بينما يميل طلبة العلوم الطبيعية إلى المشاهدة في هذه الفترة في المرتبة الثالثة، كذلك بالنسبة للفترة الصباحية إذ يميل طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية إلى المشاهدة فيها في المرتبة الثالثة، وحلت في المرتبة الثانية لدى طلبة تخصص علوم طبيعية.

ترتيب أهم الفضائيات العربية الدينية المفضلة وظروف مشاهدتها:

1- الحجم الساعي اليومي للمشاهدة .

جدول رقم (21): توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي اليومي للمشاهدة.

النسب المئوية	الترتيب	التكرارات	الحجم الساعي اليومي للمشاهدة
11,5 %	(3)	23	أقل من ساعة
48 %	(1)	96	ساعة واحدة
27,5 %	(2)	55	ساعتان
10,5 %	(4)	21	ثلاث ساعات
0,5 %	(6)	01	أربع ساعات
00 %	(7)	00	خمس ساعات

ست ساعات فأكثر	04	(5)	02 %
المجموع	200	/	100 %

يوضح الجدول رقم "21" توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي اليومي لمشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية، حيث دلت النتائج على الآتي :

- يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية خلال ساعة واحدة في اليوم 96 مبحوثا بنسبة 48 % ، ويشاهدها لمدة ساعتين في اليوم 55 مبحوثا بنسبة 27.5 % ، وصرح 23 مبحوثا أي ما نسبته 11.5 % أنهم يشاهدونها في أقل من ساعة في اليوم ، بينما أجاب 21 مبحوثا بأنهم يشاهدونها في ثلاث ساعات في اليوم أي بنسبة 10 % و قدرت نسبة المشاهدة في أربع ساعات 0.5 % ، بينما تنعدم المشاهدة خلال خمس ساعات في اليوم لدى المبحوثين، و سجلنا 4 أفراد من عينة البحث يشاهدون برامج الفضائيات العربية الدينية خلال ست ساعات فأكثر في اليوم أي بنسبة 02 % .

و يبلغ المتوسط الحسابي: "la moyenne arithmétique"

لحجم المشاهدة في اليوم لدى عينة البحث 1.67 ساعة في اليوم ، أي ما بين ساعة أو ساعتين حسب ثقة 88.5 % من مجموع النسب 100 % ، و تختلف هذه النتيجة مع ما توصل إليه بابوري عبد الكريم في دراسة أجراها عن حجم مشاهدة القنوات الفضائية في اليوم بالنسبة لمجموع أفراد عينة البحث، حيث وجد أن المتوسط الحسابي بلغ 2.66 ساعة يوميا أي ما بين ساعتين و ثلاث ساعات يوميا (1) .

و يدل هذا على أن الإقبال على برامج الفضائيات العربية الدينية يعرف انخفاضا بالمقارنة مع الفضائيات الأخرى، و السبب في ذلك يعود إلى ضيق الوقت المتاح للطلبة للمشاهدة ويعود كذلك إلى نوعية البرامج و توقيت بثها و مدتها .

1 - قمنا بحساب المتوسط الحسابي كالتالي : (1×96 + 2×55 + 3×21 + 4×01 + 5×0 + 6×4) / 177 = 1.67 و للإشارة فقد استبعدنا 23 مبحوثا على أساس أنهم يشاهدون برامج الفضائيات العربية الدينية في أقل من ساعة .
 1 بابوري عبد الكريم ، مرجع سابق ص 109 - 110 .

- الحجم الساعي اليومي للمشاهدة والنوع .

جدول رقم (22): توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي اليومي للمشاهدة والنوع.

المجموع	الإناث			الذكور			النوع الحجم الساعي اليومي للمشاهدة
	ت	%	ك	ت	%	ك	
25	(4)	% 07	07	(3)	% 18	18	أقل من ساعة
97	(1)	% 50	50	(1)	% 47	47	ساعة واحدة
55	(2)	% 32	32	(2)	% 23	23	ساعتان
18	(3)	% 08	08	(4)	% 10	10	ثلاث ساعات
01	(6)	% 01	01	(6)	% 00	00	أربع ساعات
00	(7)	% 00	00	(7)	% 00	00	خمس ساعات
04	(5)	% 02	02	(5)	% 02	02	ست ساعات فأكثر
200	/	% 100	100	/	% 100	100	المجموع

ك² المحسوبة = 7.6 تحت ست درجات حرية .
 ك² الجدولية = 12.59 عند مستوى دلالة 95% .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في الحجم الساعي اليومي للمشاهدة.
 ر = (0.96)

يبرز الجدول "22" أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع و علاقته بحجم مشاهدة

برامج الفضائيات العربية الدينية حيث دلت النتائج على الآتي :

- يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية خلال ساعة في اليوم 47% من الذكور مقابل 50%

من الإناث ، حيث أن الفرق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95% ، إذ

بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي =0.44) و هي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود

علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا لمتغير النوع .

- يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية خلال ساعتان في اليوم 23% من الذكور مقابل 32%

من الإناث ، حيث أن الفارق بين النسبتين دال إحصائيا على مستوى ثقة 95% ، إذ بلغت قيمة

(ي) المحسوبة (ي =2.36) و هي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا لمتغير النوع .

- يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية في أقل من ساعة واحدة في اليوم 18 % من الذكور مقابل 07% من الإناث حيث أن الفارق دال إحصائيا بين الجنسين حول المدة التي يقضونها في المشاهدة لأقل من ساعة عند مستوى ثقة 95% ، حيث بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي =6.50) و هي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين تبعا لمتغير النوع .

- يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية خلال ثلاث ساعات في اليوم 10 % من الذكور مقابل 08 % من الإناث ، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95% إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي =1.66) و هي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا لمتغير النوع .

- يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية خلال أربع ساعات 1 % من الإناث و انعدمت المشاهدة خلال هذه المدة بالنسبة للذكور

- انعدمت المشاهدة خلال خمس ساعات بالنسبة للجنسين معا .

- يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية خلال ست ساعات فأكثر 2 % من الذكور مقابل نفس النسبة للإناث .

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول أعلاه ، نجد قيمته المحسوبة (كا² =7.6) ، وهي أقل من القيمة الجدولية (12.59) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ست درجات حرية و مستوى ثقة 95 % .

و عليه فالذكور و الإناث لا يختلفون في اختيار الحجم الساعي لمشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية، و حيث أن (ر = 0.96) يدلنا ذلك على أن الارتباط بين المتغيرين (الذكور و الإناث) قوي .

- الحجم الساعي اليومي للمشاهدة ومكان الإقامة .

جدول رقم (23): توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي اليومي للمشاهدة ومكان الإقامة.

المجموع	ريف			مدينة			مكان الإقامة الحجم الساعي اليومي للمشاهدة
	ت	%	ك	ت	%	ك	
25	(3)	10,66%	08	(3)	13,6%	17	أقل من ساعة
95	(1)	49,33%	37	(1)	46,4%	58	ساعة واحدة
56	(2)	29,33%	22	(2)	27,2%	34	ساعتان
19	(4)	9,33%	07	(4)	9,6%	12	ثلاث ساعات
01	(6)	00%	00	(6)	0,8%	01	أربع ساعات
00	(7)	00%	00	(7)	00%	00	خمس ساعات
04	(5)	1,33%	01	(5)	2,4%	03	ست ساعات فأكثر
200	/	100%	75	/	100%	125	المجموع

ك² المحسوبة = 1.32 تحت ست درجات حرية . (ر=1)

ك² الجدولية = 12.59 عند مستوى دلالة 95% .

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين المقيمين في المدينة والريف والحجم الساعي اليومي للمشاهدة.

يبين الجدول "23" أعلاه علاقة متغير الإقامة بالحجم الساعي اليومي لمشاهدة برامج

الفضائيات العربية الدينية، حيث تبين النتائج الآتي :

- جاءت مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية خلال ساعة في اليوم في المرتبة الأولى لدى

الأفراد المقيمين في المدينة بنسبة 46.4% مقابل 49.33% لدى الأفراد المقيمين في الريف .

- جاءت مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية خلال ساعتين في اليوم في المرتبة الثانية لدى

الأفراد المقيمين في المدينة بنسبة 27.2% مقابل 29.33% لدى الأفراد المقيمين في الريف .

- أما المشاهدة في أقل من ساعة في اليوم فاحتلت المرتبة الثالثة لدى الأفراد المقيمين في المدينة

بنسبة 13.6% مقابل 10.66% لدى الأفراد المقيمين في الريف .

- جاءت المشاهدة خلال ثلاث ساعات في اليوم في المرتبة الرابعة بنسبة 9.6 % للأفراد المقيمين في المدينة مقابل 9.33% للأفراد المقيمين في الريف .
- أما المشاهدة خلال ست ساعات فأكثر فجاءت في المرتبة الخامسة لدى الأفراد المقيمين في المدينة بنسبة 2.4 % مقابل 1.33% للمقيمين في الريف .
- أما المشاهدة خلال أربع ساعات في اليوم بالنسبة للمبحوثين المقيمين في المدين فجاءت في المرتبة السادسة بنسبة 0.8 % و انعدمت المشاهدة خلال هذه المدة بالنسبة للأفراد المقيمين في الريف .
- و نسجل هنا انعدام المشاهدة خلال خمس ساعات لكل من المبحوثين سواء المقيمين في المدينة أو الريف .
- و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول أعلاه ، نجد قيمته المحسوبة (كا² = 1.32) ، وهي أقل من القيمة الجدولية (12.59) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ست درجات حرية و مستوى ثقة 95 % ، و بالتالي لا توجد فروق دالة إحصائية بين المتغيرين ، و متغير الإقامة لا يتدخل في ترتيب حجم المشاهدة في اليوم ، حيث بلغت قيمة (ر = 1) ما ينبئ عن وجود ارتباط قوي بين إجابات المبحوثين الذين يقيمون في المدينة و الريف حول حجم المشاهدة في اليوم .

- الحجم الساعي اليومي للمشاهدة والتخصص العلمي .

جدول رقم (24): توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي اليومي للمشاهدة والتخصص العلمي.

المجموع	علوم طبيعية			علوم اجتماعية وإنسانية			التخصص العلمي الحجم الساعي اليومي للمشاهدة
	ت	%	ك	ت	%	ك	
25	(3)	11 %	11	(3)	14 %	14	أقل من ساعة
97	(1)	55 %	55	(1)	42 %	42	ساعة واحدة
54	(2)	22 %	22	(2)	32 %	32	ساعتان
19	(4)	10 %	10	(4)	09 %	09	ثلاث ساعات
01	(6)	01 %	01	(6)	00 %	00	أربع ساعات

00	(7)	% 00	00	(7)	% 00	00	خمس ساعات
04	(5)	% 01	01	(5)	% 3	03	ست ساعات فأكثر
200	/	% 100	100	/	% 100	100	المجموع
<p>ك² المحسوبة = 5.98 تحت ست درجات حرية . (ر=1)</p> <p>ك² الجدولية = 12.59 عند مستوى دلالة 95 % .</p> <p>النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين التخصصين والحجم الساعي اليومي للمشاهدة.</p>							

يبين الجدول رقم "24" أعلاه ، توزيع عينة الدراسة حسب التخصص العلمي و علاقته بحجم المشاهدة اليومية لبرامج الفضائيات العربية الدينية، حيث أبرزت النتائج المحصل عليها ما يأتي:

- يشاهد البرامج على الفضائيات العربية الدينية خلال ساعة في اليوم 42 % من طلبة و طالبات العلوم الاجتماعية و الإنسانية مقابل 55% من طلبة و طالبات العلوم الطبيعية، حيث أن الفرق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=1.91) و هي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين .

- يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية خلال ساعتين في اليوم 32 % من الباحثين الذين يدرسون العلوم الاجتماعية و الإنسانية مقابل 22% من الباحثين الذين يدرسون العلوم الطبيعية ، و الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95% ، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=2.67) و هي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين .

- يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية في أقل من ساعة في اليوم 14 % من الباحثين الذين يدرسون العلوم الاجتماعية و الإنسانية مقابل 11% من الباحثين الذين يدرسون العلوم الطبيعية ، و الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95% ، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي =1.77) و هي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين .

- يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية خلال ثلاث ساعات في اليوم 09 % من الباحثين الذين يدرسون العلوم الاجتماعية و الإنسانية مقابل 10% من الباحثين الذين يدرسون العلوم الطبيعية ،

و الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية ، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة ($Y = 0.78$) و هي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95% .
 - و يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية خلال ست ساعات فأكثر 03% من المبحوثين الذين يدرسون العلوم الاجتماعية و الإنسانية مقابل 01% فقط بالنسبة للأفراد الذين يدرسون علوم طبيعية .

- و نسجل هنا انعدام المشاهدة خلال أربع ساعات في اليوم للذين يدرسون علوم اجتماعية و إنسانية بينما بلغت 01% فقط بالنسبة للأفراد الذين يدرسون العلوم الطبيعية ، كما نسجل انعدم المشاهدة خلال خمس ساعات في اليوم لكلا التخصصين .

و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول ، نجد قيمته المحسوبة ($K^2 = 5.98$) ، وهي أقل من القيمة الجدولية (12.59) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ست درجات حرية و مستوى ثقة 95% ، و بالتالي لا توجد فروق دالة إحصائية بين المتغيرين حيث بلغت قيمة ($r = 1$) و هو معامل ارتباط قوي بين التخصصين في اختيار المدة الزمنية اليومية لمشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية من قبل أفراد عينة البحث .

أوضحت نتائج الدراسة فيما يخص الحجم الساعي اليومي لمشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية، أن المشاهدة تراوحت بين ساعة واحدة وساعتين في اليوم وبلغ المتوسط الحسابي لحجم المشاهدة 1,67 ساعة يوميا حسب ثقة 88,5% من مجموع المبحوثين.

و تختلف هذه النتيجة مع ما توصل إليه بابوري عبد الكريم في دراسة أجراها عن حجم مشاهدة القنوات الفضائية في اليوم بالنسبة لمجموع أفراد عينة البحث، حيث وجد أن المتوسط الحسابي بلغ 2.66 ساعة يوميا أي ما بين ساعتين و ثلاث ساعات يوميا (1) .

و يدل هذا على أن الإقبال على برامج الفضائيات العربية الدينية يعرف انخفاضا بالمقارنة مع الفضائيات الأخرى، و السبب في ذلك يعود إلى ضيق الوقت المتاح للطلبة للمشاهدة و يعود كذلك إلى نوعية البرامج و توقيت بثها و مدتها .

(1) بابوري عبد الكريم ، مرجع سابق، ص 109 - 110 .

2 - أهم الفضائيات العربية الدينية المفضلة .

جدول رقم (25): توزيع عينة الدراسة حسب أهم الفضائيات العربية الدينية المفضلة.

النسب المئوية	الترتيب	التكرارات	الفضائيات العربية الدينية المفضلة
26,34 %	(1)	145	اقرأ
17,42 %	(3)	96	المجد
8,89 %	(5)	49	الناس
10,88 %	(4)	60	الرسالة
1,27 %	(9)	07	الهدى
4,53 %	(7)	25	الحكمة
24,50 %	(2)	135	العفاسي
4,71 %	(6)	26	الفجر
1,46 %	(8)	08	دون إجابة
100 %	/	551	المجموع

يبين الجدول رقم "25" أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب أهم الفضائيات العربية الدينية التي يفضل أفراد العينة متابعتها، حيث دلت النتائج المتوصل إليها على أن : قناة اقرأ جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 26.34 % و السبب في ذلك يعود إلى كونها تغطي مساحة تجديدية عن طريق مختلف البرامج الحوارية و الخطب و الدروس الوعظية، وجاءت قناة العفاسي في المرتبة الثانية بنسبة 24.5 % ثم جاءت في المرتبة الثالثة قناة المجد بنسبة 17.42 % و جاءت قناة الرسالة في المرتبة الرابعة بنسبة 10.88 % ، و جاءت قناة الناس في المرتبة الخامسة بنسبة 8.89 % و احتلت قناة الفجر المرتبة السادسة بنسبة 4.71 % ثم جاءت قناة الحكمة في المرتبة السابعة بنسبة 4.53 % تليها قناة الهدى في المرتبة الثامنة بنسبة 1.27 % ، كما سجلنا هنا (08) مبحوثين لم يدلوا بإجاباتهم حول الفضائيات العربية الدينية المفضلة لديهم للمشاهدة، ويعود السبب في تفضيل قناة عن أخرى إلى كون بعض القنوات لم تستطع تحسين و تطوير طريقة عملها ، وتجديد البرامج التي

تقدمها للجمهور ، مما يجعل هذا الأخير يعرض عن متابعتها و يتجه إلى الفضائيات الدينية التي تلبى حاجياته و أذواقه المعرفية و تعبر عن اهتماماته و ميوله ، حيث أن الجمهور يهتم أكثر بالقنوات التي تدعم آراءه و تتناسب مع أذواقه .

- أهم الفضائيات العربية الدينية المفضلة والنوع .

جدول رقم (26): توزيع عينة الدراسة حسب أهم الفضائيات العربية الدينية المفضلة والنوع.

النوع الفضائيات العربية الدينية المفضلة	الذكور			الإناث			المجموع
	ك	%	ت	ك	%	ت	
أقرأ	72	26,18%	(1)	73	26,44%	(1)	145
المجد	43	15,63%	(3)	53	19,20%	(3)	96
الناس	20	7,27%	(5)	29	10,51%	(5)	49
الرسالة	29	10,55%	(4)	31	11,23%	(4)	60
الهدى	04	1,46%	(8)	03	1,08%	(9)	07
الحكمة	18	6,55%	(6)	07	2,54%	(7)	25
العفاسي	71	25,81%	(2)	63	22,83%	(2)	135
الفجر	15	5,45%	(7)	12	4,35%	(6)	26
دون إجابة	03	1,09%	(9)	05	1,82%	(8)	08
المجموع	275	100%	/	276	100%	/	551

ك² المحسوبة = 9.05 تحت ثماني درجات حرية . (ر = 0.96)

ك² الجدولية = 15.50 عند مستوى دلالة 95% .

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في تفضيلهم للفضائيات العربية الدينية.

يبين الجدول رقم "26" أعلاه، توزيع عينة الدراسة حسب أهم الفضائيات العربية الدينية

المفضلة لدى الباحثين طبقاً للنوع حيث دلت النتائج على الآتي :

- احتلت قناة اقرأ الفضائية الرتبة الأولى من حيث المشاهدة لدى كل من الذكور و الإناث حيث بلغت نسبتها على التوالي 26.18% و 26.44% و يرجع السبب في ذلك إلى كونها تخاطب جميع شرائح المجتمع و بلغات مختلفة ، إضافة إلى احتوائها على العديد من البرامج التعليمية و الوعظية و الأفلام و المسلسلات (2) .

احتلت قناة العفاسي المرتبة الثانية لدى كل من الذكور و الإناث بنسب هي على التوالي : 25.81% و 22.83% و جاءت قناة المجد الفضائية في المرتبة الثالثة لدى الذكور بـ 15.63% مقابل 19.20% لدى الإناث ، في حين نجد قناة الرسالة تحتل المرتبة الرابعة بـ 10.55% لدى الذكور و 11.23% لدى الإناث .

و جاءت قناة الناس في المرتبة الخامسة لدى الذكور بـ 7.27% و الإناث بـ 10.51% ، واحتلت قناة الحكمة الفضائية المرتبة السادسة بـ 6.55% للطلبة الذكور و المرتبة السابعة بـ 4.35% للإناث ، و احتلت قناة الفجر المرتبة السابعة لدى الذكور بـ 5.45% و المرتبة السادسة لدى الإناث بـ 4.35% ، و جاءت قناة الهدى في المرتبة الثامنة لدى الذكور بـ 1.46% و في المرتبة التاسعة لدى الإناث بـ 1.08% أما الذين امتنعوا عن الإجابة من الذكور فعددهم ثلاثة مقابل خمس طالبات امتنعن هن الأخريات عن الإجابة .

يمكننا أن نستخلص من خلال هذا الترتيب أن تفضيلات الذكور و الإناث للفضائيات العربية الدينية كانت متشابهة إلى أبعد الحدود و هي تتجه أكثر إلى الفضائيات الدينية التالية : اقرأ ، العفاسي ، المجد ، التي جاءت في المراتب الثلاثة الأولى .

و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول ، نجد قيمته المحسوبة (كا²=9.05) ، وهي أصغر من القيمة الجدولية (15.50) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثماني درجات حرية و مستوى ثقة 95% ، معنى ذلك أن الذكور و الإناث لا يختلفون في تفضيلهم للفضائيات العربية الدينية و هو ما دل عليه معامل الارتباط (ر=0.96) و هو ارتباط قوي بين الذكور و الإناث فيما يخص ترتيب الفضائيات الدينية المفضلة .

هذا الترتيب يعبر عن تفضيل قناة عن أخرى لأسباب مختلفة منها أن جمهور الطلبة يميل إلى مشاهدة الفضائيات الدينية التي تعبر عن اهتماماته وميوله وآرائه والتي تتناسب مع أذواقه، كما سجلنا عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متغير النوع وترتيب الفضائيات الدينية المفضلة.

(2) موقع قناة اقرأ على الانترنت . www.IQRATV.com (ت. د 2008/07/16) ص 03.

3- ترتيب ثلاث فضائيات عربية دينية مفضلة .

جدول رقم (27): توزيع عينة الدراسة حسب ترتيب ثلاث فضائيات عربية دينية مفضلة.

النسب المئوية	الترتيب	التكرارات	الفضائيات العربية الدينية المفضلة
% 36,64	(1)	129	اقرأ
% 34,94	(2)	123	العفاسي
% 28,42	(3)	100	المجد
% 100	/	352	المجموع

يبين الجدول رقم "27" أعلاه، توزيع عينة الدراسة حسب ترتيب ثلاث فضائيات عربية دينية مفضلة، حيث دلت النتائج على ما يأتي :

قناة اقرأ جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 36.64 % تليها في المرتبة الثانية قناة العفاسي بنسبة 34.94 %، ثم قناة المجد الفضائية بنسبة 28.42 %، وهذا ما يعزز نتائج الجدولين السابقين ، وتعرف هذه القنوات إقبالا واسعا من قبل المشاهدين بالنظر إلى نوعية البرامج التي تقدمها و التي تحتوي على مواضيع تم الناس عموما و فئة الشباب والطلبة على الخصوص ، وفيها من التحديد في الإخراج و التقديم إضافة إلى تنوع البرامج من برامج حوارية إلى برامج وعظ و إرشاد و خطب و أفلام و مسلسلات ... الخ .

4- ظروف مشاهدة أفراد العينة لبرامج الفضائيات العربية الدينية .

جدول رقم (28): توزيع عينة الدراسة حسب ظروف مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية.

النسب المئوية	التكرارات	ظروف مشاهدة الفضائيات العربية الدينية
% 27	54	بمفردك
% 71,5	143	مع العائلة
% 1,5	03	مع الأصدقاء
% 100	200	المجموع

يبين الجدول رقم "28" أعلاه، توزيع عينة الدراسة حسب ظروف مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية، حيث أبرزت النتائج المحصل عليها على:

ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يشاهدون البرامج الدينية مع العائلة حيث بلغ عددهم 143 مبحوثا بنسبة 71 % ، ثم جاءت المشاهدة على انفراد في المرتبة الثانية بنسبة 27 % تليها المشاهدة رفقة الأصدقاء بـ 1.5 % .

تدل هذه النتائج على الطابع الجماعي للمشاهدة، إضافة إلى كونها ذات طابع أسري ، حيث لا يزال المجتمع يحافظ على بعض عاداته في الالتقاء و الاجتماع الذي يوطد دعائم التماسك العائلي و المحبة بين أفراد الأسرة ، كما نلاحظ الارتفاع النسبي للمشاهدة على انفراد هذا ما يفسر تغير مستوى المعيشة لدى الفرد الجزائري أين تقلص حجم الأسرة و أصبح أكثر من جهاز استقبال واحد بالبيت مما أدى إلى ظهور عادات أخرى للمشاهدة .

كما سجلنا هنا انخفاض نسبة الذين يشاهدون برامج الفضائيات العربية الدينية مع الأصدقاء و السبب في ذلك يرجع إلى أن المشاهدة تتم غالبا في البيت و بدرجة أقل خارجه .

- ظروف مشاهدة أفراد العينة لبرامج الفضائيات العربية الدينية والنوع .

جدول رقم (29): توزيع عينة الدراسة حسب ظروف مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية والنوع.

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
54	17 %	17	37 %	37	بمفردك
143	81 %	81	62 %	62	مع العائلة
03	02 %	02	01 %	01	مع الأصدقاء
200	100 %	100	100 %	100	المجموع

χ^2 المحسوبة = 10.24 تحت درجتين للحرية . (ق = 0.22)
 χ^2 الجدولية = 9.21 عند مستوى دلالة 99 % .
 النتيجة: توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في ظروف مشاهدتهم للفضائيات العربية الدينية.

يبين الجدول رقم "29" أعلاه، توزيع مجموعة الدراسة حسب ظروف مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية طبقا للنوع، حيث تدل أرقام الجدول على مجموعة من النتائج أهمها :

- يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية على انفراد 37 مبحوثا من الذكور بنسبة 37 % و 17 مبحوثا من الإناث بنسبة 17 % ، حيث أن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 99 % إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي =5.34) و هي أكبر من القيمة الجدولية (2.58) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا لمتغير النوع .

- يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية مع العائلة 62 مبحوثا من الذكور بنسبة 62 % و 81 مبحوثا من الإناث بنسبة 81 % ، حيث أن الفارق بين النسبتين غير ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي =1.89) و هي أقل من القيمة الجدولية (1.96) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا لمتغير النوع .

- يشاهد برامج الفضائيات العربية الدينية مع الأصدقاء مبحوث واحد من الذكور بنسبة 01 % و مبحوثين اثنين من الإناث بنسبة 02 % ، حيث أن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 99 % إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي =8.33) و هي أكبر من القيمة الجدولية (2.58) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا لمتغير النوع .

و قد تأكد وجود علاقة بين متغير النوع و معية مشاهدة أفراد العينة لبرامج الفضائيات العربية الدينية بعد تطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق، حيث بلغت قيمته المحسوبة (كا² =10.24) وهي أكبر من القيمة الجدولية (9.21) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتين للحرية و مستوى ثقة 99 % ، و منه نستنتج أن لمتغير النوع تأثير على ظروف مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية بالنسبة لأفراد عينة البحث ، حيث بلغ معامل التوافق (ق=0.22) وهو توافق ضعيف.

تبين من خلال النتائج المتحصل عليها أن ظروف المشاهدة تكتسي طابعا جماعيا، إضافة إلى كونها ذات بعد أسري، حيث جاءت المشاهدة مع العائلة في المرتبة الأولى، ثم جاءت المشاهدة على انفراد في المرتبة الثانية، فيما احتلت المشاهدة مع الأصدقاء المرتبة الأخيرة، والاتجاه نحو المشاهدة على انفراد يفسره تغير مستوى معيشة الفرد الجزائري وزيادة عدد أجهزة استقبال الفضائيات العربية في البيت الواحد، هذا ما أدى إلى بروز عادات أخرى للمشاهدة .

وقد تأكد وجود علاقة فارقة بين النوع (الذكور والإناث) ومعية مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية، حيث لاحظنا ميل الذكور إلى المشاهدة على انفراد مقابل ميل الإناث إلى المشاهدة الجماعية.

اشتمل هذا الجزء من البحث على عرض وتحليل لأهم بيانات عادات مشاهدة أفراد عينة البحث لبرامج الفضائيات العربية الدينية، حيث خلصت الدراسة إلى أن مشاهدة الفضائيات العربية الدينية أصبحت 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 تفضيل أيام دون غيرها فضلا عن متوسط حجم المشاهدة للبرامج في اليوم (ما بين ساعة وساعتين) وتحديد ظروف المشاهدة جماعية كانت أم فردية. وبصفة عامة هاته هي السمات العامة التي تميز جمهور الفضائيات العربية الدينية من فئة الطلبة التي أبرزتها البيانات المحصل عليها من إجابات أفراد عينة البحث والتي تعكس في مجملها إقبال الطلبة على برامج هاته الفضائيات .

الفصل الرابع

أنماط مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية

المبحث الأول: البرامج الدينية المفضلة وزيادة الوعي الديني للجماهير

- 1- البرامج الدينية المفضلة للمشاهدة .
- 2- دواعي وأسباب تفضيل برامج دينية معينة دون غيرها .
- 3- مدى الزيادة في الوعي الديني للجماهير والنوع .
- 4- دواعي وأسباب زيادة الوعي الديني والنوع .

المبحث الثاني: الزيادة في معلومات الطلبة ومدى الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية

- 1- أسماء بعض الدعاة والإعلاميين المفضلين لمشاهدتهم .
- 2- مدى الزيادة في معلومات الطلبة من خلال المشاهدة .
- 3- مدى الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية .

تعتبر أنماط المشاهدة وبيانات البرامج الخاصة بها، من المحاور الهامة والأساسية في البحث، إذ تهدف الدراسة من خلال المعطيات المتوفرة إلى الوقوف على أفضليات المشاهدة بالنسبة للبرامج المقدمة على الفضائيات العربية الدينية ودواعي وأسباب تفضيلها من قبل الطلبة والطالبات، ومدى زيادة الوعي الديني والمعلومات من خلال متابعتها، إضافة إلى التعرف على مدى الاستفادة منها بالنسبة للمبحوثين، كل ذلك تتناوله من الجداول البيانية التي تحصلنا عليها من خلال تفريغ الاستمارات.

وفيما يلي عرض لأهم النتائج التي توصلنا إليها:

1- البرامج الدينية المفضلة للمشاهدة .

جدول رقم (30): توزيع عينة الدراسة حسب البرامج الدينية المفضلة للمشاهدة .

النسب المئوية	الترتيب	التكرارات	البرامج الدينية المفضلة
10,76 %	(4)	83	برامج الحوار الديني
16,96 %	(1)	131	برامج القرآن الكريم
15,44 %	(2)	119	برامج الفتاوى
8,03 %	(6)	62	برامج اجتماعية
6,08 %	(8)	47	مسلسلات دينية
6,24 %	(7)	48	أفلام دينية
8,67 %	(5)	67	خطب
15,28 %	(3)	118	دروس وعظية
5,95 %	(9)	46	أحاديث دينية
3,88 %	(10)	30	ندوات دينية
2,59 %	(11)	20	رسوم متحركة
0,12 %	(12)	01	أخرى تذكر
100 %	/	772	المجموع

يبين الجدول رقم "30" أعلاه، توزيع عينة الدراسة حسب البرامج الدينية المفضلة للمشاهدة ، وقد دلت النتائج على الآتي:

- جاءت برامج القرآن الكريم في المرتبة الأولى من حيث المشاهدة من طرف المبحوثين و ذلك بنسبة 16.96% و ذلك يعبر عن ميل الشباب الجامعي إلى الاستماع لآيات الذكر الحكيم و محاولة معرفة أحكام تلاوة القرآن الكريم و تجويده لما في ذلك من فوائد كثيرة ، ثم تأتي برامج الفتاوى في المرتبة الثانية بـ 15.44 % إذ يمكن أن يرجع ذلك إلى كون عينة الدراسة من الجمهور المتعلم الذي يهتم بمعرفة رأي الدين في القضايا المختلفة و الأحكام المتعلقة بها لا سيما تلك القضايا المعقدة و الشائكة ، التي تخص الحياة اليومية للجماهير ، وجاءت الدروس الوعظية في المرتبة الثالثة بـ 15.28 % ، ثم برامج الحوار الديني بـ 10.76 % تليها الخطب بـ 8.67 % في المرتبة الخامسة و البرامج الاجتماعية في المرتبة السادسة بـ 8.03 %، ثم الأفلام الدينية بـ 6.24 % في المرتبة السابعة و المسلسلات الدينية بـ 6.08 % في المرتبة الثامنة تليها الأحاديث الدينية في المرتبة التاسعة بـ 5.95 % و الندوات الدينية في المرتبة العاشرة بـ 3.88 % ثم الرسوم المتحركة في المرتبة الأخيرة بـ 2.59 %، لم يذكر سوى مبحثا واحد إجابة غير مقترحة تمثلت في برامج تاريخية .

و تتفق هذه النتيجة مع دراسات ميدانية أخرى أجراها عبد الله بوجلال عام 1992 و وردة بوجلال عام 2002 فقد جاءت برامج القرآن الكريم بنسبة 8.71 % بالنسبة للدراسة الأولى⁽¹⁾ في المرتبة الرابعة و بنسبة 14.33 % بالنسبة للدراسة الثانية⁽²⁾ في المرتبة الثانية بعد برامج الفتاوى بـ 19.86 %.

(1) عبد الله بوجلال ، الأطفال و التلفزيون في الجزائر ، مرجع سابق ، ص 113 .

(2) وردة بوجلال : مرجع سابق ، ص 180 - 181 .

- البرامج الدينية المفضلة للمشاهدة والنوع .

جدول رقم (31): توزيع عينة الدراسة حسب البرامج الدينية المفضلة للمشاهدة والنوع.

المجموع	الإناث			الذكور			النوع البرامج الدينية المفضلة للمشاهدة
	ت	%	ك	ت	%	ك	
83	(4)	%11,04	43	(5)	%10,47	40	برامج الحوار الديني
131	(2)	%16,66	65	(1)	%17,27	66	برامج القرآن الكريم
119	(1)	%17,17	67	(3)	%13,61	52	برامج الفتاوى
62	(5)	% 8,46	33	(6)	% 7,59	29	برامج اجتماعية
46	(6)	% 6,66	26	(9)	% 5,23	20	مسلسلات دينية
48	(6)	% 6,66	26	(8)	% 5,75	22	أفلام دينية
67	(6)	% 6,66	26	(4)	%10,73	41	خطب
119	(3)	%14,38	56	(2)	%16,49	63	دروس وعظية
46	(9)	% 5,89	23	(7)	% 6,03	23	أحاديث دينية
30	(10)	% 3,35	13	(10)	% 4,46	17	ندوات دينية
20	(11)	% 3,07	12	(11)	% 2,09	08	رسوم متحركة
01	(12)	% 00	00	(12)	% 0,26	01	أخرى تذكّر
772	/	% 100	390	/	% 100	382	المجموع

ك² المحسوبة - 9.31 تحت إحدى عشرة درجة حرية . (ر = 0.89)

ك² الجدولية - 19.64 عند مستوى دلالة 95 % .

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في البرامج الدينية المفضلة للمشاهدة.

يوضح الجدول رقم "31" أعلاه، توزيع عينة الدراسة حسب البرامج الدينية المفضلة للمشاهدة طبقاً للنوع، حيث من خلال بيانات الجدول يتجلى لنا أن برامج القرآن الكريم

احتلت المرتبة الأولى عند الذكور بنسبة 17.27% مقابل المرتبة الثانية عند الإناث بـ 16.66% . مقابل الدروس الوعظية في المرتبة الثانية عند الذكور بـ 16.49% مقابل المرتبة الثالثة عند الإناث بنسبة 14.38% ، و احتلت برامج الفتاوى المرتبة الثالثة عند الذكور بنسبة 13.61% مقابل المرتبة الأولى عند الإناث بـ 17.17% ، و أخذت الخطب المرتبة الرابعة لدى الذكور بنسبة بـ 10.73% مقابل المرتبة السادسة لدى الإناث بـ 6.66% ، وجاءت في المرتبة الخامسة برامج الحوار الديني عند الذكور مقابل المرتبة الرابعة لدى الإناث ، ثم البرامج الاجتماعية في الرتبة السادسة عند الذكور و الخامسة عند الإناث ، و احتلت الأحاديث الدينية المرتبة السابعة لدى الذكور مقابل المرتبة التاسعة لدى الإناث ، وجاءت الأفلام الدينية في المرتبة الثامنة عند الذكور فيما احتلت المرتبة السادسة عند الإناث ، تليها المسلسلات الدينية في المرتبة التاسعة عند الذكور مقابل المرتبة السادسة عند الإناث ، ثم تأتي الندوات الدينية في المرتبة العاشرة ثم تليها الرسوم المتحركة في المرتبة الحادية عشر عند كل من الذكور و الإناث

إذن من خلال هذه النتائج نلاحظ التقارب بين تفضيلات البرامج بالنسبة لكل من الطلبة و الطالبات و ذلك نظرا لكون البرامج الدينية بشكل عام لا تختص نوعا من الجمهور دون آخر فهي برامج ذات نمط اتصالي عام لكل الناس، والفروق بين الذكور و الإناث غير دالة إحصائيا حيث بلغت قيمته المحسوبة (كا² = 9.31) ، وهي أصغر من القيمة الجدولية (كا² = 19.64) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 11 درجة حرية و مستوى ثقة 95% . و للتأكد من مدى صحة هذه العلاقة ، نبين ترتيب الطلبة و الطالبات للبرامج حسب أفضلية مشاهدتها ، اقتضى ذلك اختبار العلاقة الارتباطية باستخدام معامل ارتباط الرتب سبيرمان وقد تبين أن معامل ارتباط الرتب يصل إلى (ر = 0.89) ، وهو معامل ينبئ عن وجود ارتباط قوي بين الذكور و الإناث في ترتيب البرامج المفضلة لديهم. ومنه نستنتج أن الطلبة و الطالبات يقتربون من بعضهم البعض في ترتيب البرامج حسب أفضلية المشاهدة لديهم .

2- دواعي وأسباب تفضيل برامج دينية معينة دون غيرها .

جدول رقم (32): توزيع عينة الدراسة حسب دواعي تفضيل برامج دينية معينة .

الترتيب	النسب المئوية	التكرارات	دواعي التفضيل
(3)	% 9,82	30	لأن فيها تشويق
(4)	% 8,16	25	لأن مقدم البرنامج جيد
(2)	% 29,41	90	لأن محتواها يلبي حاجياتك
(1)	% 50,98	156	لأنها تثري معلوماتك الدينية
(5)	% 1,63	05	أخرى تذكر
/	% 100	306	المجموع

يبين الجدول رقم "32" أعلاه، توزيع مجموعة الدراسة حسب دواعي تفضيل برامج دينية معينة، حيث تدل أرقام الجدول على مجموعة من النتائج أهمها :

يرجع أفراد العينة دواعي تفضيل برامج دينية معينة دون غيرها إلى الاعتبارات الآتية :
لأنها تثري المعلومات الدينية للمبحوثين في المرتبة الأولى بنسبة 50.98 % و لأن محتواها يلبي حاجيات أفراد عينة البحث في المرتبة الثانية بنسبة 29.41 % و لأن فيها تشويق في المرتبة الثالثة بنسبة 9.82 % ، ثم لأن مقدم البرنامج جيد في المرتبة الرابعة بنسبة 8.16 % تليها دواعي تفضيل غير مقترحة أجاب بها المبحوثين بنسبة 1.63 % .

هذا ما يوشح إلى أن أفراد عينة البحث متعطشون للتزود بالمعلومات الدينية من خلال البرامج التي تبثها الفضائيات العربية الدينية، وبالتالي هذه الفضائيات لها دور كبير في تثقيف و إعلام الجماهير بأمور دينهم و دنياهم خاصة الفئة المتعلمة منهم و المتمثلة في دراستنا هذه في جمهور طلبة الجامعة (الذي يعتبر جمهورا نوعيا متعلما) .

- دواعي وأسباب تفضيل برامج دينية معينة والنوع .

جدول رقم (33): توزيع عينة الدراسة حسب دواعي تفضيل برامج دينية معينة والنوع .

المجموع	الإناث			الذكور			النوع دواعي تفضيل البرامج الدينية
	ت	%	ك	ت	%	ك	
30	(3)	8,96%	13	(3)	10,56%	17	لأن فيها تشويق
25	(4)	7,58%	11	(4)	8,69%	14	لأن مقدم البرنامج جيد
90	(2)	30,35%	44	(2)	28,58%	46	لأن محتواها يلبي حاجياتك
156	(1)	52,42%	76	(1)	49,68%	80	لأنها تثري معلوماتك الدينية
05	(5)	0,69%	01	(5)	2,48%	04	أخرى تذكر
306	/	100%	145	/	100%	161	المجموع

ك² المحسوبة - 1.95 تحت ست درجات حرية .
ك² الجدولية - 9.48 عند مستوى دلالة 95% .
النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في دواعي تفضيل البرامج الدينية.

يبين الجدول رقم "33" أعلاه، توزيع عينة الدراسة حسب دواعي تفضيل برامج دينية معينة و النوع حيث أوضحت النتائج التفصيلية الآتي:

- يرجع أفراد عينة البحث ذكورا و إناثا دواعي تفضيل برامج دينية معينة إلى كونها تثري معلوماتهم الدينية في المرتبة الأولى بنسبة 49.68% للذكور مقابل 52.42% للإناث .

- و جاءت في المرتبة الثانية لأن محتواها يلبي حاجاتهم و ذلك بنسبة 28.58% لدى الذكور مقابل 30.35% لدى الإناث .

- لأن فيها تشويق في المرتبة الثالثة و ذلك بنسبة 10.56% لدى الذكور مقابل 8.96% لدى الإناث ، تليها لأن مقدم البرنامج جيد و ذلك بنسبة 8.69% لدى الذكور مقابل 7.58% لدى الإناث ، أما المرتبة الخامسة و الأخيرة فتعود لأسباب و دواعي أخرى ذكرها أفراد عينة البحث و ذلك بنسبة 2.48% للذكور مقابل 0.69% للإناث .

إذن ليست هناك فروق إحصائية بين دواعي تفضيل البرامج الدينية و هي لأن فيها تشويق ($Y=1.50$) ، لأن مقدم البرامج جيد ($Y=1.27$) و لأن محتواها يلبي حاجياتك ($Y=0.53$) لأنها تثري معلوماتك الدينية ($Y=0.47$) و هي كلها أقل من قيمة Y الجدولية عند ($0.05 = 1.98$) المنبئة بوجود فارق ذا دلالة إحصائية بثقة مقدارها 95 % ، و بلغت قيمة Ka^2 المحسوبة ($Ka^2 = 1.95$) ، وهي أصغر من القيمة الجدولية (9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95 % ، والارتباط بينهما قوي جدا وهو ما دلت عليه قيمة ($R=1$)، و منه نستنتج أن الذكور و الإناث لا يختلفون في ترتيب دواعي تفضيلهم برامج دينية دون أخرى .

هذا يؤكد أن التلفزيون يلعب دورا أساسيا في تثقيف الجماهير ومدهم بالمعلومات والمعارف عبر الفضائيات العربية الدينية، ووجدنا أن الذكور والإناث لا يختلفون حول دواعي تفضيلهم لبرامج معينة دون أخرى.

3- مدى الزيادة في الوعي الديني للجماهير والنوع . جدول رقم (34): توزيع عينة الدراسة حسب الزيادة في الوعي الديني للجماهير والنوع .

المجموع	الإناث		الذكور		النوع	الزيادة في الوعي الديني
	%	ك	%	ك		
194	98%	98	96%	96	نعم	
06	02%	02	04%	04	لا	
200	100%	100	100%	100	المجموع	

Ka^2 المحسوبة - 0.68 تحت درجة واحدة للحرية .
 Ka^2 الجدولية - 3.83 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في القول بالزيادة في الوعي الديني .

يبين الجدول رقم "34" أعلاه، توزيع عينة الدراسة حسب زيادة برامج الفضائيات العربية الدينية للوعي الديني للجماهير طبقا للنوع، حيث دلت الأرقام المبينة في الجدول على :

- أغلبية أفراد عينة البحث أجابوا بأن برامج الفضائيات العربية الدينية تزيد الوعي الديني لدى الجماهير بصفة عامة و ذلك بنسبة 97 %، و سجلت أعلى نسبة عند الإناث بـ 98 % مقابل 96 % عند الذكور ، حيث أن الفرق غير دال إحصائيا على مستوى ثقة 95 % ، إذ بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 0.14) ، وهي أصغر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للنوع .

- و أجاب ما نسبته 03 % من مجموع الأفراد المبحوثين بأن برامج الفضائيات العربية الدينية لا تزيد من الوعي الديني لدى الجماهير حيث سجلت أعلى نسبة عند الذكور قدرت بـ 04 % ، في حين لم تتجاوز نسبة الإناث 02 % حيث أن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 99 %، إذ بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 5.88) ، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للنوع .

إذن من خلال هذه النتائج نستخلص أن جل المبحوثين يتفقون على أن البرامج المقدمة على الفضائيات الدينية تزيد من الوعي الديني لدى الجماهير ، بالرغم من النقائص التي تلازمها في طريقة التقدم و الإخراج.

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق ، نجد قيمته المحسوبة (كا² = 0.68) ، وهي أصغر من القيمة الجدولية (3.83) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجة واحدة للحرية و مستوى ثقة 95 % ، و عليه نستنتج أن متغير النوع لا يتدخل في القول بزيادة الوعي الديني لدى الجماهير من خلال البرامج التي تبثها الفضائيات العربية الدينية .

من خلال هذه النتائج نستخلص أن جل المبحوثين يتفقون على أن برامج الفضائيات العربية الدينية تزيد من الوعي الديني للجماهير بصفة عامة مقابل قلة صرحوا بعدم زيادتها بالرغم من النقائص التي تلازمها في طريقة التقدم و الإخراج.

علما أنه لم تسجل أية فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول زيادة الوعي الديني للجماهير طبقا لمتغير النوع.

4- دواعي وأسباب زيادة الوعي الديني والنوع .

جدول رقم (35): توزيع عينة الدراسة حسب دواعي زيادة الوعي الديني والنوع .

المجموع	الإناث		الذكور		النوع دواعي الزيادة في الوعي الديني
	%	ك	%	ك	
124	% 49,57	59	%50,38	65	لأنها تتناول مواضيع هامة ومتنوعة
43	% 23,52	28	%11,62	15	لأنها تتقن فن توصيل المعلومة
78	% 25,22	30	%37,21	48	لأنها تعتمد على دعاة وإعلاميين متمكنين
03	% 1,68	02	% 0,77	01	أخرى تذكر
248	% 100	119	% 100	129	المجموع

ك² المحسوبة - 8.30 تحت ثلاث درجات حرية . (ر = 1) (ق = 0.17)
 ك² الجدولية - 7.81 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في القول بدواعي الزيادة في الوعي الديني .

يبين الجدول رقم "35" أعلاه، توزيع عينة الدراسة حسب دواعي زيادة الوعي الديني للجماهير طبقاً لمتغير النوع، حيث أوضحت أرقام الجدول أن:

- أفراد عينة البحث ذكورا و إناثا صرحوا بأن دواعي زيادة الوعي الديني لدى الجماهير يرجع في المرتبة الأولى إلى كون البرامج على الفضائيات العربية الدينية تتناول مواضيع هامة ومتنوعة و ذلك بنسبة 50.38 % لدى الذكور ، مقابل 49.57 % لدى الإناث ، و الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95 % ، حيث بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 0.12) ، وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقاً للنوع .

- وجاءت في المرتبة الثانية لأنها تعتمد على دعاة و إعلاميين متمكنين و ذلك بنسبة 37.21 % لدى الذكور ، مقابل 25.22 % لدى الإناث، حيث أن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية

عند مستوى ثقة 99 %، إذ بلغت قيمة t المحسوبة ($t = 3.05$) ، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقاً للنوع .

- ثم جاءت في المرتبة الثالثة لأنها تتقن فن توصيل المعلومة و ذلك بنسبة 11.62% لدى الذكور مقابل 23.52% لدى الإناث، حيث أن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 99 % إذ بلغت قيمة t المحسوبة ($t = 5.58$) ، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.58 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقاً للنوع.

- أما المرتبة الرابعة و الأخيرة فجاءت لأسباب أخرى بنسبة 0.77% عند الذكور مقابل 1.69% عند الإناث .

و بتطبيق اختبار χ^2 على أرقام الجدول السابق ، نجد قيمته المحسوبة ($\chi^2 = 8.30$) ، وهي أكبر من القيمة الجدولية (7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجات للحرية و مستوى ثقة 95 % ، هذا و وجدنا أن قيمة ($r = 1$) وهو ما ينبئ عن وجود ارتباط قوي بين الذكور و الإناث في القول بدواعي الزيادة في الوعي الديني لدى الجماهير ($q = 0.17$) .

إذن عن دواعي وأسباب زيادة برامج الفضائيات العربية الدينية للوعي الديني للجماهير، صرح أفراد العينة بأن ذلك يعود في المرتبة الأولى إلى كونها برامج تتناول مواضيع هامة و متنوعة أولاً، ولأنها تعتمد على دعاة وإعلاميين متمكنين في المرتبة الثانية، ثم لأنها تتقن فن توصيل المعلومة، وهناك أسباب أخرى ذكرها أفراد العينة، كما سجلنا فروقا ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في القول بدواعي وأسباب زيادة الوعي الديني.

الزيادة في معلومات الطلبة ومدى الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية

1- أسماء بعض الدعاة والإعلاميين المفضلين مشاهدة على الفضائيات الدينية .

جدول رقم (36): توزيع عينة الدراسة حسب بعض الدعاة والإعلاميين المفضلين مشاهدة على الفضائيات العربية الدينية.

الترتيب	النسب المئوية	التكرارات	الدعاة والإعلاميين المفضلين
(1)	46,28 %	137	عمرو خالد
(2)	16,89 %	50	يوسف القرضاوي

(4)	% 10,47	31	طارق السويدان
(3)	% 11,83	35	عائض القرني
(5)	% 8,78	26	صفوت حجازي
(6)	% 5,75	17	عمر عبد الكافي
/	% 100	296	المجموع

يبين الجدول رقم "36" أعلاه، توزيع عينة الدراسة حسب بعض الدعاة والإعلاميين المفضل مشاهدتهم على الفضائيات العربية الدينية، حيث تبين من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أن:

أغلب الأفراد المبحوثين يفضلون مشاهدة عمرو خالد في المرتبة الأولى و ذلك بنسبة 46.28 % ، ثم يأتي الدكتور يوسف القرضاوي في المرتبة الثانية بنسبة 16.89 % يليه في المرتبة الثالثة عائض القرني بنسبة 11.83 % ثم طارق السويدان في المرتبة الرابعة بـ 10.47 % أما المرتبة الخامسة فعادت للداعية صفوت حجازي بـ 8.87 % أما المرتبة السادسة و الأخيرة لعمر عبد الكافي بنسبة قدرت بـ 5.75 %، و يعود السبب في هذا التفضيل إلى كون هذه الشخصيات أكثر ظهوراً على الفضائيات العربية الدينية، إضافة إلى مكانتها العلمية فيما يتعلق بالدين ، كما أن لها أسلوب مميز و جذاب و شيق في طرح الأفكار و تقديم المعلومات مما يجعل الجمهور المتابع يشد تركيزه و انتباهه خاصة فيما يتعلق بالدعاة الثلاثة الأوائل .

2- مدى الزيادة في معلومات الطلبة من خلال مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية .

جدول رقم (37): توزيع عينة الدراسة حسب مدى الزيادة في معلومات الطلبة من خلال مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية.

النسب المتوية	التكرارات	مدى الزيادة في المعلومات
% 18	36	كثيرا جدا
% 55,5	111	كثيرا
% 23,5	47	قليلا
% 00	00	قليلا جدا

لا زيادة	06	03 %
المجموع	200	100 %

يوضح الجدول رقم "37" توزيع مجموعة الدراسة حسب مدى الزيادة في معلومات الطلبة من خلال مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية، حيث أظهرت الأرقام المبيّنة في الجدول أعلاه أن: أفراد العينة التي تزيد معلوماتهم من خلال متابعة برامج الفضائيات العربية الدينية كثيرا بلغ عددهم 111 فردا بنسبة 55.5% الزيادة في المعلومات قليلا في المرتبة الثانية بنسبة 23.5% تليها الزيادة في المعلومات كثيرا جدا في المرتبة الثالثة بنسبة 18% و الذين صرحوا بعدم زيادة معلوماتهم من خلال المتابعة بلغت نسبتهم 03% في المرتبة الرابعة بينما لم يصرح أحدا بالزيادة بدرجة قليلة جدا . من خلال هذه النتائج نستنتج أن درجة الزيادة في معلومات أفراد عينة البحث من خلال متابعتهم لبرامج الفضائيات العربية الدينية مرتفعة عند كثيرا و كثيرا جدا حيث بلغت نسبتها معا 73.5% في حين نجدها منخفضة عند مستوى قليلا و لا زيادة بـ 26.5% ، هذا ما يفسر الدور الكبير الذي يلعبه التلفزيون في تثقيف الناس و إمدادهم بالمعلومات، حيث أصبح من بين أهم وسائل الإعلام المؤثرة و التي تمثل مصدرا للمعلومات بمختلف أنواعها و منها الدينية .

- مدى الزيادة في معلومات الطلبة من خلال مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية والنوع .

جدول رقم (38): توزيع عينة الدراسة حسب مدى الزيادة في معلومات الطلبة من خلال مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية والنوع .

النوع	الذكور		الإناث		المجموع
	ك	%	ك	%	
كثيرا جدا	16	16 %	20	20 %	36
كثيرا	49	49 %	62	62 %	111
قليلا	30	30 %	17	17 %	47
قليلا جدا	00	00 %	00	00 %	00
لا زيادة	05	05 %	01	01 %	06

المجموع	100	%100	100	%100	200
<p>ك² المحسوبة = 8.2 تحت أربع درجات حرية . ك² الجدولية = 9.48 عند مستوى دلالة 95 % . النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في القول بمدى الزيادة في المعلومات .</p>					
(ر=0.9)					

يبين الجدول رقم " 38 " توزيع عينة الدراسة حسب مدى الزيادة في معلومات الطلبة من خلال مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية طبقاً لمتغير النوع .

حيث جاءت أرقام الجدول لتدل على أن:

- 49% من الطلبة الذكور تزيد معلوماتهم كثيراً عند متابعة برامج الفضائيات العربية الدينية مقابل 62% من الإناث، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95 % . إذ بلغت قيمة χ^2 المحسوبة ($\chi^2 = 1.67$) ، وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقاً للنوع .

- و صرح 30% من الطلبة الذكور أن معلوماتهم تزيد قليلاً مقابل 17% من الإناث ، حيث أن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95 % . إذ بلغت قيمة χ^2 المحسوبة ($\chi^2 = 4$) ، وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقاً للنوع .

- كما أجاب 16% من الذكور أن معلوماتهم تزيد كثيراً جداً من خلال متابعة برامج الفضائيات العربية الدينية مقابل 02% من الإناث ، و الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95 % ، إذ بلغت قيمة χ^2 المحسوبة ($\chi^2 = 1.61$) ، وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقاً للنوع .

- و أجاب 05% من الذكور بعدم الزيادة في معلوماتهم من خلال متابعة برامج الفضائيات العربية الدينية مقابل 01% من الإناث ، و لم نسجل إجابات بقليلاً جداً لكل المبحوثين .

و بتطبيق اختبار ك² على أرقام الجدول السابق ، تبين أن قيمة ك² المحسوبة ($\chi^2 = 8.2$) ، وهي أقل من القيمة الجدولية (9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95 % ، وقد تبين أن معامل ارتباط الرتب يصل إلى ($r = 0.9$) وهو ارتباط قوي بين الذكور و الإناث في القول بزيادة المعلومات من خلال متابعة برامج الفضائيات العربية الدينية.

- مدى الزيادة في معلومات الطلبة من خلال مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية ومكان الإقامة .
جدول رقم (39): توزيع عينة الدراسة حسب مدى الزيادة في معلومات الطلبة من خلال مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية و مكان الإقامة.

المجموع	ريف		مدينة		مكان الإقامة مدى الزيادة في المعلومات
	%	ك	%	ك	
36	% 16	12	%19,2	24	كثيرا جدا
111	%54,66	41	%56	70	كثيرا
47	%26,68	20	%21,6	27	قليلًا
00	%00	00	% 00	00	قليلًا جدا
06	% 2,66	02	% 3,2	04	لا زيادة
200	% 100	75	% 100	125	المجموع

ك² المحسوبة = 0.81 تحت أربع درجات حرية .
ك² الجدولية = 9.48 عند مستوى دلالة 95 % .
النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين المقيمين في المدينة والريف ومدى الزيادة في المعلومات.
(ر=1)

يبين الجدول رقم "39" توزيع عينة الدراسة حسب مدى الزيادة في معلومات الطلبة من خلال مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية و مكان الإقامة.

حيث أظهرت النتائج ما يلي :

- أجاب 56 % من أفراد العينة المقيمين في المدينة بأن الزيادة في معلوماتهم تأتي في المرتبة الأولى مقابل 54.66 % من المقيمين في الريف .
- و أجاب 21.6 % من المقيمين في المدينة بالزيادة في المعلومات قليلا في المرتبة الثانية مقابل 26.68 % من المقيمين في الريف .
- و أجاب 19.2 % من المقيمين في المدينة بالزيادة في المعلومات كثيرا جدا وذلك في المرتبة الثالثة مقابل 16 % من المقيمين في الريف .

- و أجاب 3.2 % من المقيمين في المدينة أنه لا توجد زيادة في معلوماتهم من خلال متابعة برامج الفضائيات العربية الدينية مقابل 2.66 % من المقيمين في الريف ، بينما لم نسجل أي من أفراد عينة البحث من الإقامتين أجاب بقليل جدا .

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق اتضح عدم وجود علاقة فارقة بين المتغيرين حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة (كا² = 0.81) ، وهي أقل من القيمة الجدولية (9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95 % ، وبلغت قيمة معامل ارتباط الرتب (R=1) وهو ارتباط قوي بين القيمين في المدينة و المقيمين في الريف في القول بالزيادة في المعلومات من خلال متابعة برامج الفضائيات العربية الدينية .

- مدى الزيادة في معلومات الطلبة من خلال مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية و التخصص .
جدول رقم (40): توزيع عينة الدراسة حسب مدى الزيادة في معلومات الطلبة من خلال مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية و التخصص العلمي .

المجموع	علوم طبيعية		علوم اجتماعية وإنسانية		التخصص العلمي مدى الزيادة في المعلومات
	%	ك	%	ك	
36	% 11	11	% 25	25	كثيرا جدا
111	% 54	54	% 57	57	كثيرا
47	% 32	32	% 15	15	قليل
00	% 00	00	% 00	00	قليل جدا
06	% 03	03	% 03	03	لا زيادة
200	%100	100	%100	100	المجموع

كا² المحسوبة - 11.66 تحت أربع درجات حرية . (ق - 0.05)
كا² الجدولية - 9.48 عند مستوى دلالة 95 % .
النتيجة: توجد فروق دالة إحصائية بين التخصصين العلميين ومدى الزيادة في المعلومات.

يبين الجدول رقم "40" توزيع عينة الدراسة حسب مدى الزيادة في معلومات الطلبة من خلال مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية و التخصص العلمي، حيث أظهرت النتائج المتحصل عليها ما يلي:

- صرح 57% من أفراد العينة الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية بأن معلوماتهم تزيد كثيرا عند متابعتهم لبرامج الفضائيات العربية الدينية مقابل 54% من أفراد العينة الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية ، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيا عند مستوى ثقة 95% إذ بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 0.38) ، وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للتخصص العلمي .

- صرح 15% من الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية بأن معلوماتهم تزيد قليلا مقابل 32% من الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية ، و الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 99% إذ بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 5.23) ، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.61 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للتخصص العلمي .

- كما صرح 25% من الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية بأن معلوماتهم تزيد كثيرا جدا مقابل 11% من المبحوثين الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية ، و الفارق بين النسبتين دال إحصائيا عند مستوى ثقة 99% إذ بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 5.66) ، وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.61 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للتخصص العلمي .

- أما الطلبة و الطالبات الذين لا تزيد معلوماتهم من خلال متابعتهم لبرامج الفضائيات العربية الدينية و يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية فبلغت نسبتهم 3% مقابل نفس النسبة أي 3% عند طلبة تخصص علوم طبيعية .

كما لم نسجل أي طالب أو طالبة من التخصصين أجاب بقليل جدا .
و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق ، نجد قيمة كا² المحسوبة (كا²=11.66) ، وهي أكبر من القيمة الجدولية (9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95% ، و هذا ما دل عليه مستوى التوافق إذ بلغت قيمته (ق=0.05) و عليه توجد فروق دالة إحصائيا بين التخصصين العلميين في القول بالزيادة في المعلومات من خلال متابعة برامج الفضائيات العربية الدينية.

3- مدى الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية .

جدول رقم (41): توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية.

النسب المئوية	التكرارات	مدى الاستفادة من المشاهدة
25,5 %	51	دائما
36,5 %	73	غالبا
33,5 %	67	أحيانا
02 %	04	نادرا
2,5 %	05	لاتفيدني
100 %	200	المجموع

يبين الجدول رقم "41" توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة من متابعة برامج

الفضائيات العربية الدينية، حيث دلت النتائج على الآتي :

يستفيد غالبا من متابعة برامج الفضائيات العربية الدينية 73 مبحوثا بنسبة 36.5 % . ثم يستفيد أحيانا من متابعتها 67 مبحوثا بنسبة قدرها 33.5 % . تليها الاستفادة دائما بـ 25.5 % ، بينما صرح 2.5 % من أفراد العينة أنهم لا يستفيدون من هذه البرامج وصرح 02 % فقط أنهم يستفيدون منها نادرا.

و يمكننا تفسير ذلك بضيق الوقت الذي يخصصه الطلبة للتزود بالمعلومات الدينية خاصة و أنهم مرتبطون أغلب الفترات بمقاعد الدراسة مما يدفعهم إلى متابعة بعض الفضائيات العربية الدينية التي تقدم برامج ذات مضامين نوعية و بأساليب إعلامية جيدة ، وذلك بالرغم من كون بعض الفضائيات لم تتخلص بعد من البرامج التقليدية ذات المضامين المتكررة .

- مدى الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية والنوع .

جدول رقم (42): توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية والنوع .

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
51	% 30	30	% 21	21	دائما
73	% 40	40	% 33	33	غالبا
67	% 27	27	% 40	40	أحيانا
04	% 01	01	% 03	03	نادرا
05	% 02	02	% 03	03	لاتفيدني
200	%100	100	%100	100	المجموع

ك² المحسوبة - 5.96 تحت أربع درجات حرية . (ر = 0.60)
 ك² الجدولية - 9.48 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في القول بمدى الاستفادة من المشاهدة .

يبين الجدول رقم "42" توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة من متابعة برامج الفضائيات العربية الدينية طبقا للنوع، حيث أظهرت البيانات في الجدول السابق ما يلي :

- صرح 40 مبحوثا من الذكور أنهم يستفيدون من متابعة برامج الفضائيات العربية الدينية أحيانا وذلك بنسبة 40 % مقابل 27 مبحوثا من الإناث بنسبة 27 % ، حيث أن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 2.78) ، وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للنوع .

- كما صرح 33 مبحوثا من الذكور أنهم يستفيدون من متابعة برامج الفضائيات العربية الدينية غالبا وذلك بنسبة 33 % مقابل 40 مبحوثا من الإناث بنسبة 40 % ، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 1.37) وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للنوع .

- كما أحاب 21 مبحوثا من الذكور أنهم يستفيدون من متابعة برامج الفضائيات العربية الدينية دائما و ذلك بنسبة 21 % مقابل 30 مبحوثا من الإناث بنسبة 30 % ، و الفارق بينهما دال إحصائيا عند مستوى ثقة 95 % حيث بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 2.54) وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للنوع .

- و أحاب 03 % من الذكور أنهم يستفيدون نادرا مقابل 01 % من الإناث، كما سجلنا 03 % من الذكور مقابل 02 % من الإناث لا يستفيدون من متابعة برامج الفضائيات العربية الدينية .

و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول السابق ، وجدنا قيمته المحسوبة (كا²=5.96) ، وهي أقل من القيمة الجدولية (9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95 % . وعليه فمتغير النوع لا يتدخل في تحديد مدى الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية، وقد بلغ معامل ارتباط الرتب سبيرمان (ر = 0.60) وهو ما يدل على أن الارتباط بين المتغيرين متوسط.

- مدى الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية ومكان الإقامة .

جدول رقم (43): توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية ومكان الإقامة.

المجموع	ريف		مدينة		مكان الإقامة
	%	ك	%	ك	
51	18,68%	14	29,6%	37	دائما
73	40%	30	34,4%	43	غالبا
67	36%	27	32%	40	أحيانا
04	2,66%	02	1,6%	02	نادرا
05	2,66%	02	2,4%	03	لاتفيدني
200	100%	75	100%	125	المجموع

كا² المحسوبة - 3.08 تحت أربع درجات حرية . (ر = 1)
 كا² الجدولية - 9.48 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين المقيمين في المدينة والريف ومدى الاستفادة من المشاهدة.

- يبين الجدول رقم "43" توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة من متابعة برامج الفضائيات العربية الدينية و مكان الإقامة، حيث أظهرت النتائج ما يلي :
- أجاب 34.4 % من أفراد العينة المقيمين في المدينة بأنهم يستفيدون غالبا مقابل 40 % من المقيمين في الريف .
 - وأجاب 32 % من أفراد العينة المقيمين في المدينة بأنهم يستفيدون أحيانا مقابل 36 % من المبحوثين المقيمين في الريف .
 - وأجاب 29.6 % من الأفراد المقيمين في المدينة بأنهم يستفيدون دائما مقابل 18.66 % من المبحوثين المقيمين في الريف .
 - وأجاب 1.6 % من المقيمين في المدينة بأنهم يستفيدون نادرا مقابل 2.68 % من المقيمين في الريف .
 - وصرح 2.4 % من المقيمين في المدينة بأنهم لا يستفيدون مقابل 2.66 % من المقيمين في الريف .
- وبتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول السابق ، نجد أن قيمته بلغت (كا²= 3.08) ، وهي أقل من القيمة الجدولية (9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95 % . و بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب (ر=1) و هو ارتباط قوي بين المقيمين في المدينة و المقيمين في الريف في القول بالاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية .
- مدى الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية والتخصص العلمي .
- جدول رقم (44): توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية والتخصص العلمي .

الاجموع	علوم طبيعية		علوم اجتماعية وإنسانية		التخصص العلمي مدى الاستفادة
	%	ك	%	ك	
51	19 %	19	32 %	32	دائما
73	39 %	39	34 %	34	غالبا

أحيانا	30	30%	37	37%	67
نادرا	01	01%	03	03%	04
لاتفيديني	03	03%	02	02%	05
المجموع	100	100%	100	100%	200
<p>ك² المحسوبة = 5.56 تحت أربع درجات حرية . (ر=1) ك² الجدولية = 9.48 عند مستوى دلالة 95 % . النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين التخصصين العلميين ومدى الاستفادة من المشاهدة .</p>					

يبين الجدول رقم "44" توزيع مجموعة الدراسة حسب مدى الاستفادة من متابعة برامج الفضائيات العربية الدينية والتخصص العلمي.

حيث تبين من خلال النتائج المتحصل عليها أن :

- 34 % من أفراد العينة الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية يستفيدون غالبا من متابعتهم برامج الفضائيات العربية الدينية مقابل 39 % من الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية.
- 32 % من أفراد العينة الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية يستفيدون دائما مقابل 39 % من الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية.
- كما صرح 30 % من المبحوثين الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية يستفيدون أحيانا مقابل 37 % من الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية.
- وصرح 01 % فقط من الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية يستفيدون نادرا مقابل 03 % من الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية.
- وصرح 03 % من أفراد العينة الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية أنهم لا يستفيدون من متابعة برامج الفضائيات العربية الدينية مقابل 02 % من الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية.

وتطبيق اختبار ك² على بيانات الجدول السابق ، نجد أن قيمته المحسوبة (ك² = 5.56) ، وهي أقل من القيمة الجدولية (9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95 % مما ينبئ بعدم وجود فروق جوهرية بين المتغيرين وبلغت قيمة (ر=1)

و هو ارتباط قوي بين المتخصصين العلميين في القول بالاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية .

وتدل هاته النتائج على أن برامج الفضائيات العربية الدينية تفيد الطلبة بالرغم من أن بعضها لم يتخلص بعد من البرامج التقليدية ذات المضامين المتكررة، ولم نسجل أية فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين باعتبار النوع ومكان الإقامة والتخصص العلمي فيما يخص الاستفادة من برامج الفضائيات العربية الدينية.

يتضح من خلال تحليل بيانات أنماط مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية وتفسيرها أن أفراد العينة يميلون إلى متابعة فقرات القرآن الكريم والدروس الوعظية لما توفره من معلومات إضافية وزيادة في درجة الوعي الديني في أوساط الباحثين وذلك لأهمية المواضيع التي تناولها، فضلا على اعتمادها على دعاة وإعلاميين أكفاء.

ومن خلال هاته النتائج يتضح أن هاته الفئة من فئات جماهير الفضائيات العربية الدينية تنفرد بجملة من أنماط المشاهدة الخاصة بها تفسرها اهتماماتها، حاجاتها وميولاتها المتميزة أثناء متابعة الفقرات والبرامج الدينية المتنوعة.

الفصل الخامس

تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية

المبحث الأول: مدة قراءة الكتب ومراجعة الدروس يوميا

1- قراءة الكتب ومراجعة الدروس في اليوم .

2- مدة القراءة والمراجعة في اليوم .

المبحث الثاني: التأثير على القراءة والمراجعة لدى أفراد العينة .

- تأثير المشاهدة على القراءة والمراجعة لدى أفراد العينة .

تكتسي دراسة تأثير التلفزيون على الجماهير أهمية بالغة، خاصة إذا تعلق الأمر بالفضائيات عموماً والدينية على وجه الخصوص، نظراً لما تحدثه هذه الأخيرة من تأثير في البنيات الثقافية والمعرفية لدى الجماهير خاصة جمهور الطلبة والطالبات، وفي هذا الفصل نتناول التأثيرات المحتملة التي تحدثها الفضائيات العربية الدينية على ثقافة القراءة والمراجعة لدى أفراد عينة البحث.

وفيما يلي عرض للنتائج التي توصلنا إليها:

1- قراءة الكتب ومراجعة الدروس في اليوم .

جدول رقم (45): توزيع عينة الدراسة حسب قراءة الكتب ومراجعة الدروس يوميا .

النسب المتوية	التكرارات	قراءة الكتب ومراجعة الدروس
% 71,5	143	نعم
% 28,5	57	لا
% 100	200	المجموع

يبين الجدول رقم "45" توزيع مجموعة الدراسة حسب قراءة الكتب و مراجعة الدروس يوميا

حيث أوضحت النتائج المتحصل عليها أن :

الأغلبية من أفراد عينة البحث تقرأ الكتب و تراجع الدروس يوميا و ذلك بنسبة قدرها 71.5 % مقابل 28.5 % لا يقرؤون الكتب و يراجعون الدروس يوميا.

وهذه النسب تدل على معرفة مدى تأثير متابعة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة و المراجعة بالنسبة للطلبة و الطالبات، فإذا كانت توحى لنا النسبة المرتفعة التي تقرأ الكتب و تراجع الدروس يوميا بعدم التأثير فهل هذا صحيح ؟ و هذا ما سنحاول معرفته لاحقا .

- قراءة الكتب ومراجعة الدروس في اليوم والنوع .

جدول رقم (46): توزيع عينة الدراسة حسب قراءة الكتب ومراجعة الدروس يوميا والنوع .

المجموع	الإناث		الذكور		النوع قراءة الكتب ومراجعة الدروس
	%	ك	%	ك	
143	% 77	77	% 66	66	نعم
57	% 23	23	% 34	34	لا
200	%100	100	%100	100	المجموع

ك² المحسوبة = 2.96 تحت درجة واحدة للحرية . (ر=1)
 ك² الجدولية = 3.83 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في قراءة الكتب ومراجعة الدروس يوميا .

يبين الجدول رقم "46" توزيع مجموعة الدراسة حسب قراءة الكتب و مراجعة الدروس يوميا طبقا لمتغير النوع .

حيث دلت النتائج المتحصل عليها أن :

- 66 % من الطلبة الذكور صرحوا بأنهم يقرؤون الكتب و يراجعون الدروس يوميا مقابل 77 % من الطالبات ، و الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 0.99) وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للنوع .

- و أجاب 34 % من الطلبة الذكور بأنهم لا يقرؤون الكتب و يراجعون الدروس يوميا مقابل 23 % من الطالبات ، و الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 2.78) وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للنوع .

و بتطبيق اختبار ك² على بيانات الجدول السابق ، وجدنا أن قيمته المحسوبة تساوي

(ك²=2.96) ، وهي أقل من القيمة الجدولية (3.83) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين

تحت درجة حرية واحدة و مستوى ثقة 95 % . مما ينبئ بعدم وجود فروق جوهرية بين المتغيرين

و بلغت قيمة ($r=1$) و هو ارتباط قوي بين الذكور و الإناث في القول بقراءة الكتب و مراجعة الدروس يوميا .

- قراءة الكتب ومراجعة الدروس في اليوم ومكان الإقامة .

جدول رقم (47): توزيع عينة الدراسة حسب قراءة الكتب ومراجعة الدروس يوميا ومكان الإقامة.

المجموع	ريف		مدينة		مكان الإقامة قراءة الكتب ومراجعة الدروس
	%	ك	%	ك	
143	70,66%	53	72%	90	نعم
57	29,34%	22	28%	35	لا
200	100%	75	100%	125	المجموع

ك² المحسوبة - 0.06 تحت درجة واحدة للحرية . ($r=1$)
 ك² الجدولية - 3.83 عند مستوى دلالة 95% .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين المقيمين في المدينة والريف وقراءة الكتب ومراجعة الدروس يوميا .

يبين الجدول رقم "47" توزيع عينة الدراسة حسب قراءة الكتب و مراجعة الدروس يوميا و متغير الإقامة.

حيث أظهرت أرقام الجدول ما يأتي :

- صرح 72% من أفراد عينة البحث المقيمين في المدينة بأنهم يقرؤون الكتب و يراجعون الدروس يوميا مقابل 70.66% من المقيمين في الريف ، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95% إذ بلغت قيمة χ^2 المحسوبة ($\chi^2 = 0.12$) ، وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا لمتغير الإقامة .

- وصرح 28% من أفراد عينة البحث المقيمين في المدينة بأنهم لا يقرؤون الكتب ولا يراجعون الدروس يوميا مقابل 29.34% من المقيمين في الريف ، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو

دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95% إذ بلغت قيمة F المحسوبة ($F = 0.32$) ، وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقاً لمتغير الإقامة .
 وبتطبيق اختبار χ^2 على بيانات الجدول السابق، وجدنا أن قيمته المحسوبة ($\chi^2 = 0.06$)، وهي أقل من القيمة الجدولية (3.83) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجة حرية واحدة و مستوى ثقة 95% . مما يؤشر عن عدم وجود علاقة بين المتغيرين و بلغ معامل ارتباط الرتب ($r = 1$) و هو ارتباط قوي بين المبحوثين المقيمين في المدينة و المقيمين في الريف في القول بقراءة الكتب و مراجعة الدروس يوميا .

– قراءة الكتب ومراجعة الدروس في اليوم والتخصص العلمي .

جدول رقم (48): توزيع عينة الدراسة حسب قراءة الكتب ومراجعة الدروس يوميا والتخصص العلمي .

المجموع	علوم طبيعية		علوم اجتماعية وإنسانية		التخصص العلمي قراءة الكتب ومراجعة الدروس
	%	ك	%	ك	
143	74%	74	69%	69	نعم
57	26%	26	31%	31	لا
200	100%	100	100%	100	المجموع

χ^2 المحسوبة - 0.58 تحت درجة واحدة للحرية .
 χ^2 الجدولية - 3.83 عند مستوى دلالة 95% .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين التخصصين العلميين وقراءة الكتب ومراجعة الدروس يوميا .

يبين الجدول رقم "48" توزيع عينة الدراسة حسب قراءة الكتب و مراجعة الدروس يوميا

و التخصص العلمي .

حيث أوضحت النتائج المتحصل ما يأتي :

- أجاب 69 % من طلبة و طالبات العلوم الاجتماعية و الإنسانية بأنهم يقرؤون الكتب و يراجعون الدروس يوميا مقابل 74 % من الطلبة والطالبات الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية .
 - و أجاب 31 % من طلبة و طالبات العلوم الاجتماعية و الإنسانية بأنهم لا يقرؤون الكتب و لا يراجعون الدروس يوميا مقابل 26 % من طلبة و طالبات العلوم الطبيعية .
 وبتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول السابق ، وجدنا أن قيمته المحسوبة (كا²=0.58) ، وهي أقل من القيمة الجدولية (3.83) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجة حرية واحدة و مستوى ثقة 95 % . مما يدل عن عدم وجود علاقة بين المتغيرين.
 تبين من خلال النتائج المحصل عليها أن أفراد مجموعة البحث يقرؤون الكتب و يراجعون الدروس يوميا وذلك بنسبة كبيرة فيما صرح قليل منهم بأنهم لا يقرؤون الكتب و يراجعون الدروس يوميا، وقد تبين كذلك أنه لا توجد فروق بين الطلبة الذكور والإناث في القول بالمراجعة والقراءة ولا توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين باعتبار مكان الإقامة والتخصص العلمي.

2- مدة القراءة والمراجعة في اليوم .

جدول رقم (49): توزيع عينة الدراسة حسب مدة القراءة والمراجعة في اليوم.

النسب المئوية	التكرارات	مدة القراءة والمراجعة في اليوم
06 %	12	أقل من ساعة
20 %	40	ساعة
30 %	60	ساعتان
15,5 %	31	ثلاث ساعات فأكثر
28,5 %	57	دون إجابة
100 %	200	المجموع

يبين الجدول رقم "49" توزيع عينة الدراسة حسب مدة القراءة الكتب و المراجعة في اليوم حيث أوضحت النتائج المتحصل عليها في الجدول ما يأتي :

- يقضي 30 % من أفراد عينة البحث ساعتان يوميا في قراءة الكتب و مراجعة الدروس ، ويقضي 20 % منهم ساعة واحدة في القراءة و المراجعة ، بينما صرح 15 % بأنهم يقضون يوميا ثلاث ساعات فأكثر في القراءة و المراجعة وبلغت نسبة الذين يقرؤون الكتب و يراجعون الدروس في أقل من ساعة في اليوم 06 % ، وسجلت نسبة 28.5 % من مجموع أفراد العينة لم يجيبوا عن السؤال و تدلنا هذه النتائج على أن المدة التي يقضيها الطلبة و الطالبات يوميا في قراءة الكتب و مراجعة

الدروس تقترب من المتوسط عند ساعتين فأكثر، حيث بلغت النسبة المحسوبة 45.5 % و بحساب المتوسط الحسابي للمدة التي يقضيها الطلبة و الطالبات في القراءة و المراجعة يوميا نجد قيمته تساوي 1.93 ساعة أي ما بين ساعة و ساعتين حسب ثقة 65.5 % من مجموع أفراد العينة .

و إذا عدنا إلى متوسط حجم مشاهدة الفضائيات الدينية من قبل الباحثين يوميا نجده يبلغ 1.67 ساعة أي ما بين الساعة و الساعتين، وبالتالي هناك تقارب بين مدة المشاهدة في اليوم و مدة القراءة و المراجعة ، فهل هذا يدل على عدم تأثير برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة و المراجعة لدى الطلبة و الطالبات ؟ و هذا ما سنحاول معرفته لاحقا .

- مدة القراءة و المراجعة في اليوم و النوع .

جدول رقم (50): توزيع عينة الدراسة حسب مدة القراءة و المراجعة في اليوم و النوع .

المجموع	الإناث		الذكور			النوع	
	ت	%	ك	ت	%		ك
12	(5)	06 %	06	(5)	6 %	06	أقل من ساعة
41	(4)	19 %	19	(3)	22 %	22	ساعة
61	(1)	33 %	33	(2)	28 %	28	ساعتان
32	(2)	22 %	22	(4)	10 %	10	ثلاث ساعات فأكثر
54	(3)	20 %	20	(1)	34 %	34	دون إجابة
200	/	100 %	100	/	100 %	100	المجموع

ك² المحسوبة = 8.72 تحت أربع درجات حرية . (ر = 0.50)
 ك² الجدولية = 9.48 عند مستوى دلالة 95 % .

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدة القراءة والمراجعة في اليوم .

يبين الجدول رقم "50" توزيع عينة الدراسة حسب مدة القراءة الكتب و المراجعة في اليوم طبقا للنوع ، حيث أوضحت النتائج المتحصل على ما يأتي :

- أجاب 06 % من الطلبة الذكور بأنهم يقرؤون الكتب و يراجعون الدروس يوميا في أقل من ساعة مقابل 06 % بالنسبة للإناث ، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 1.06) وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للنوع .

- و أجاب 28 % من الذكور بأنهم يقرؤون الكتب و يراجعون الدروس يوميا في مدة ساعتين مقابل 33 % بالنسبة للإناث ، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 1.17) وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للنوع .

- أجاب 10 % من الذكور بأنهم يقرؤون الكتب و يراجعون الدروس يوميا في ثلاث ساعات فأكثر مقابل 22 % بالنسبة للإناث ، حيث أن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 5.47) وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للنوع .

كما سجلنا 34 % من الذكور لم يجيبوا عن السؤال مقابل 20 % من الإناث .

و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول السابق ، وجدنا أن قيمته المحسوبة (كا²=8.72)، وهي أقل من القيمة الجدولية (9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية ومستوى ثقة 95 % ، و تبلغ قيمة معامل الارتباط (ر= 0.50) أي أن الارتباط بين المتغيرين متوسط.

- مدة القراءة والمراجعة في اليوم ومكان الإقامة .

جدول رقم (51): توزيع عينة الدراسة حسب مدة القراءة والمراجعة في اليوم ومكان الإقامة .

المجموع	ريف			مدينة			مكان الإقامة مدة القراءة والمراجعة في اليوم
	ت	%	ك	ت	%	ك	
12	(5)	%6,66	05	(5)	% 5,6	07	أقل من ساعة
43	(3)	% 20	15	(3)	%22,4	28	ساعة
55	(1)	%33,34	25	(2)	% 24	30	ساعتان
33	(4)	%13,34	10	(4)	%18,4	23	ثلاث ساعات فأكثر
57	(2)	%26,66	20	(1)	%29,6	37	دون إجابة
200	/	%100	75	/	%100	125	المجموع

ك² المحسوبة = 2.52 تحت أربع درجات حرية .
 ك² الجدولية = 9.48 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين المقيمين في المدينة والريف ومدة القراءة والمراجعة في اليوم .
 (ر = 0.90)

يبين الجدول رقم "51" أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب مدة القراءة الكتب و المراجعة في اليوم طبقا لمتغير الإقامة ، حيث دلت النتائج المتحصل على الآتي :

- صرح 5.6% من أفراد العينة المقيمين في المدينة بأنهم يقرؤون الكتب و يراجعون الدروس يوميا في أقل من ساعة مقابل 6.66% من المقيمين في الريف .
- و صرح 22.4% من المقيمين في المدينة بأنهم يقرؤون الكتب و يراجعون الدروس يوميا في ساعة واحدة مقابل 20% من المقيمين في الريف .
- صرح 24% من المقيمين في المدينة بأنهم يقرؤون الكتب و يراجعون الدروس يوميا في مدة ساعتين مقابل 33.34% من المقيمين في الريف .
- كما صرح 18.4% من المقيمين في المدينة بأنهم يقرؤون الكتب و يراجعون الدروس يوميا في ثلاث ساعات فأكثر مقابل 13.34% من المقيمين في الريف .

- أما نسبة الذين لم يجيبوا فبلغت عند المقيمين في المدينة 29.6 % مقابل 26.66 % عند المقيمين في الريف .

وبتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول السابق ، نجد قيمته المحسوبة (كا²=2.52)، وهي أقل من القيمة الجدولية (9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95 % ، إذن ليست هناك فروق معنوية بين المتغيرين و قيمة (ر = 0.90) و هو ارتباط قوي بين المقيمين في المدينة و المقيمين في الريف في ترتيب مدة القراءة و المراجعة يوميا .

- مدة القراءة والمراجعة في اليوم والتخصص العلمي .

جدول رقم (52): توزيع عينة الدراسة حسب مدة القراءة والمراجعة في اليوم والتخصص العلمي.

المجموع	علوم طبيعية			علوم اجتماعية وإنسانية			التخصص العلمي مدة القراءة والمراجعة في اليوم
	ت	%	ك	ت	%	ك	
11	(5)	% 05	05	(5)	% 06	06	أقل من ساعة
41	(4)	% 16	16	(3)	% 25	25	ساعة
61	(1)	% 32	32	(2)	% 29	29	ساعتان
30	(3)	% 21	21	(4)	% 09	09	ثلاث ساعات فأكثر
57	(2)	% 26	26	(1)	% 31	31	دون إجابة
200	/	%100	100	/	%100	100	المجموع

كا² المحسوبة = 7.4 تحت أربع درجات حرية .
 كا² الجدولية = 9.48 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين التخصصين العلميين ومدة القراءة والمراجعة في اليوم .

يوضح الجدول رقم "52" أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب مدة القراءة والمراجعة في اليوم

طبقا للتخصص العلمي، حيث أظهرت النتائج المتحصل عليها ما يأتي :

- أجاب 06% من أفراد العينة الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية بأنهم يقرؤون الكتب و يراجعون الدروس يوميا في أقل من ساعة مقابل 05 % من الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية.

- وأجاب 25 % من الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية بأنهم يقرؤون الكتب و يراجعون الدروس يوميا خلال ساعة واحدة مقابل 16 % من الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية، حيث أن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة ي المحسوبة

(ي = 3.19) وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للتخصص العلمي .

- وأجاب 29 % من الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية بأنهم يقرؤون الكتب و يراجعون الدروس يوميا في مدة ساعتين مقابل 32 % من الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية، و الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 0.70) وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للتخصص العلمي .

- وأجاب 09 % من أفراد العينة الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية بأنهم يقرؤون الكتب و يراجعون الدروس يوميا في مدة ثلاث ساعات فأكثر مقابل 21 % من الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية، والفارق بينهما دال إحصائيا عند مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 5.88) وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للتخصص العلمي .

- أما نسبة الذين لم يجيبوا من أفراد العينة الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية وإنسانية فبلغت 25% مقابل 26 % عند الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية .

و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول السابق ، نجد قيمته المحسوبة (كا²=7.4)، وهي أقل من القيمة الجدولية (9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95 %، مما يؤشر عن عدم وجود فروق معنوية بين المتغيرين و بلغت قيمة (ر=0.80) و هو ارتباط قوي بين التخصصين العلميين في ترتيب مدة القراءة و المراجعة في اليوم .

كما سبق نستنتج أن المدة التي يقضيها الطلبة والطالبات في القراءة والمراجعة يوميا فقد جاءت كالآتي:

يقضي أفراد عينة البحث ساعتان في القراءة والمراجعة يوميا في المرتبة الأولى، ويقضون ساعة واحدة في القراءة والمراجعة في المرتبة الثانية، بينما يقضون ثلاث ساعات فأكثر يوميا في المرتبة

الثالثة، وتدل هذه النتائج على أن المدة التي يقضيها أفراد البحث في القراءة والمراجعة تقترب من المتوسط عند ساعتين فأكثر، ولم نسجل أية فروق دالة إحصائية بين المبحوثين طبقاً لمتغير النوع والإقامة والتخصص العلمي فيما يتعلق بالمدة التي يقضونها في القراءة والمراجعة يوميا. فإذا كانت المدة التي يقضيها أفراد العينة في مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية تقترب من المدة التي يقضونها في قراءة الكتب ومراجعة الدروس، هذا يدل على عدم تأثير المشاهدة على القراءة لديهم.

3- تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة والمراجعة .

جدول رقم (53): توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة والمراجعة.

النسب المئوية	التكرارات	تأثير المشاهدة على القراءة والمراجعة
21,5 %	43	نعم
78,5 %	157	لا
100 %	200	المجموع

يبين الجدول رقم "53" أعلاه، توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة و المراجعة لدى الطلبة، حيث أظهرت النتائج المبينة في الجدول أن :

78.5 % من أفراد عينة البحث أجابوا بأن مشاهدتهم لبرامج الفضائيات العربية الدينية لم تؤثر على القراءة و المراجعة لديهم ، بينما صرح 21.5 % أنها أثرت . إذا تبين هذه النتائج أن الأغلبية من الطلبة و الطالبات لا يتأثرون بتعرضهم للبرامج الدينية فيما يخص القراءة و المراجعة لديهم ، و هي نتيجة تتفق مع ما توصل إليه الباحث بابوري عبد الكريم⁽¹⁾ ، عن مدى تأثير برامج الفضائيات العربية عموماً على مراجعة الدروس لدى الطلبة حيث وجد أن 59.5 % لا يتأثرون بينما 24.5 % منهم يتأثرون .

(1) بابوري عبد الكريم : مرجع سابق ، ص 172 .

هذا وصرح 43 مبحوثا أي ما يقارب ربع العينة أنهم يتأثرون بالمشاهدة فيما يتعلق بالقراءة و المراجعة ، حيث أثبتت تجربة مشاهدة التلفزيون بأنها تؤثر بشكل واضح على القراءة لدى التلاميذ و الطلبة ، إذ تؤثر في الكمية التي يقرؤونها و طبيعة ما يقرؤون، وشعورهم اتجاه القراءة و ما يكتبونه ، فالقراءة تتطلب نشاطا عقليا أكبر عكس التلفزيون الذي يتطلب بذل مجهود أقل ، و في دراسة مستحدثة بفرنسا أثبت أن الحد الأقصى المسموح به للجلوس أمام التلفزيون دون تأثير سلبي على القدرات العقلية هو خمسون دقيقة يوميا ، كما أن هناك علاقة وطيدة بين مشاهدة التلفزيون و ضعف التحصيل الدراسي بالنسبة للتلاميذ و الطلبة¹ .

- تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة والمراجعة والنوع .

جدول رقم (54): توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة والمراجعة والنوع.

المجموع	الإناث		الذكور		النوع تأثير المشاهدة على القراءة والمراجعة
	%	ك	%	ك	
43	% 18	18	% 25	25	نعم
157	% 82	82	% 75	75	لا
200	%100	100	%100	100	المجموع

ك² المحسوبة - 1.42 تحت درجة واحدة للحرية .
 ك² الجدولية - 3.83 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في القول بتأثير المشاهدة على القراءة والمراجعة.

يبين الجدول رقم "54" أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج الفضائيات

العربية الدينية على القراءة و المراجعة لدى الطلبة طبقا للنوع، حيث جاءت النتائج كالآتي :

¹ عبد الرحمان عزي، الثقافة وحمية الاتصال، نظرة قيمة، مجلة المستقبل العربي، عدد 295، سبتمبر 2003، ص15-34 .

- صرح 25% من الذكور بأنهم يتأثرون بالمشاهدة مقابل 18% من الإناث، حيث أن الفرق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95% إذ بلغت قيمة F المحسوبة (ي = 2.36) وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقاً للنوع .

- صرح 75% من الذكور بأنهم لا يتأثرون بالمشاهدة مقابل 82% من الإناث، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95% إذ بلغت قيمة F المحسوبة (ي = 0.63) وهي أصغر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقاً للنوع .

وبتطبيق اختبار χ^2 على أرقام الجدول السابق ، نجد قيمته المحسوبة (كا² = 1.42)، وهي أقل من القيمة الجدولية (3.83) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجة واحدة للحرية و مستوى ثقة 95% ، ومنه نستنتج أن الذكور و الإناث لا يختلفون في القول بتأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة و المراجعة لديهم .

- تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة و المراجعة و مكان الإقامة .

جدول رقم (55): توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة و المراجعة و مكان الإقامة.

المجموع	ريف		مدينة		مكان الإقامة تأثير المشاهدة على القراءة و المراجعة
	%	ك	%	ك	
41	20%	15	20,8%	26	نعم
159	80%	60	79,2%	99	لا
200	100%	75	100%	125	المجموع

كا² المحسوبة - 0.01 تحت درجة واحدة للحرية .
 كا² الجدولية - 3.83 عند مستوى دلالة 95% .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين المقيمين في المدينة والريف والقول بتأثير المشاهدة على القراءة و المراجعة.

يبين الجدول رقم "55" توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة و المراجعة لدى الطلبة طبقاً لمتغير الإقامة، حيث أظهرت النتائج المتحصل عليها ما يأتي :

- أجاب 20.8 % من الطلبة المقيمين في المدينة بأن المشاهدة أثرت على القراءة و المراجعة لديهم مقابل 20 % من المقيمين في الريف، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة F المحسوبة ($F = 0.27$) وهي أصغر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقاً لمتغير الإقامة .

- أجاب 79.2 % من الطلبة المقيمين في المدينة بأن المشاهدة لم تؤثر على القراءة و المراجعة لديهم مقابل 80 % من المقيمين في الريف، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة F المحسوبة ($F = 0.06$) وهي أصغر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقاً لمتغير الإقامة .

و بتطبيق اختبار χ^2 على أرقام الجدول السابق ، نجد أن قيمته المحسوبة ($\chi^2 = 0.01$)، وهي أصغر من القيمة الجدولية (3.83) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجة واحدة للحرية و مستوى ثقة 95 % ، و بالتالي ليس هناك علاقة بين متغير الإقامة و تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة و المراجعة لدى الطلبة والطالبات.

- تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة و المراجعة و التخصص العلمي .

جدول رقم (56): توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة و المراجعة و التخصص العلمي .

المجموع	علوم طبيعية		علوم اجتماعية وإنسانية		التخصص العلمي تأثير المشاهدة على القراءة و المراجعة
	%	ك	%	ك	
43	19 %	19	24 %	24	نعم
157	81 %	81	76 %	76	لا
200	100 %	100	100 %	100	المجموع

χ^2 المحسوبة - 0.72 تحت درجة واحدة للحرية .
 χ^2 الجدولية - 3.83 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين التخصصين العلميين والقول بتأثير المشاهدة على القراءة و المراجعة.

يوضح الجدول رقم "56" توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة و المراجعة لدى المبحوثين طبقا لمتغير التخصص العلمي ، حيث دلت النتائج المتحصل عليها على الآتي:

- أجاب 24% من أفراد عينة البحث الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية بأن المشاهدة أثرت على القراءة و المراجعة لديهم مقابل 19% من طلبة و طالبات العلوم الطبيعية، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95% إذ بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 1.68) وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين طبقا للتخصص العلمي .

- وأجاب 76% من أفراد عينة البحث الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية بأن المشاهدة لم تؤثر على القراءة و المراجعة لديهم مقابل 81% من طلبة و طالبات العلوم الطبيعية، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95% إذ بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 0.45) وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين طبقا للتخصص العلمي .

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق ، نجد أن قيمته المحسوبة (كا²=0.72) ، وهي أصغر من القيمة الجدولية (3.83) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجة واحدة للحرية و مستوى ثقة 95% ، و بالتالي ليس هناك علاقة بين التخصص العلمي و تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة و المراجعة لدى الطلبة و الطالبات.

أظهرت النتائج المتوصل إليها أن معظم المبحوثين صرحوا بعدم تأثير المتابعة على القراءة و المراجعة لديهم، بينما صرح قليل منهم أنها أثرت.

وهي نتيجة تتفق مع ما توصل إليه الباحث " بابوري عبد الكريم"¹ عن مدى تأثير برامج الفضائيات العربية عموما على مراجعة الدروس لدى المبحوثين، حيث وجد أن 59,5% لا يتأثرون بينما 24,5% يتأثرون.

وقد سجلنا عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في القول بتأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة و المراجعة لديهم، كما لم نسجل أية فروق دالة إحصائية بين المبحوثين باعتبار الإقامة و التخصص العلمي.

1- بابوري عبد الكريم: مرجع سابق، ص 172.

الفصل السادس

آراء الطلبة في برامج الفضائيات العربية الدينية

المبحث الأول:

أهمية المواضيع وكيفية اكتساب قاعدة كبيرة من الجمهور

- 1- أهمية المواضيع التي تناولها برامج الفضائيات العربية الدينية .
- 2- كيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين .

المبحث الثاني:

اقتراحات الطلبة لتطوير البرامج

- الاقتراحات المناسبة لتطوير برامج الفضائيات العربية الدينية .

نتناول في هذا الفصل آراء الطلبة في برامج الفضائيات العربية الدينية ومدى أهمية المواضيع التي تناولها هذه الفضائيات، وكيفية كسب أكبر عدد من المشاهدين وختمناه بتقديم اقتراحات الطلبة لتطوير برامج الفضائيات العربية الدينية.

وفي مايلي عرض النتائج المتحصل عليها:

- آراء الطلبة في برامج الفضائيات العربية الدينية:

1- أهمية المواضيع التي تناولها برامج الفضائيات العربية الدينية .

جدول رقم (57): توزيع عينة الدراسة حسب أهمية المواضيع التي تناولها برامج الفضائيات العربية الدينية.

أهمية المواضيع	التكرارات	النسب المتوية
مهمة	173	86,5 %
غير مهمة	07	3,5 %
لا أدري	20	10 %
المجموع	200	100 %

يوضح الجدول رقم "57" توزيع عينة الدراسة حسب أهمية المواضيع التي تناولها برامج الفضائيات العربية الدينية ، حيث دلت النتائج المتحصل عليها أن:

غالبية المبحوثين أجابوا بأن المواضيع التي تناولها برامج الفضائيات العربية الدينية مهمة و ذلك بنسبة 86.5 % في حين أجاب 3.5 % منهم بأنها غير مهمة، فيما سجلنا 10% من أفراد العينة صرحوا بعدم درايتهم بكونها مهمة أم لا .

و تدل هذه النتائج على أن الفضائيات الإسلامية تعمل على إبراز ونشر تعاليم الإسلام السمحة و بث البرامج الدينية التي تثقف الجماهير، إلى جانب توعيتهم بأمور الدين من عقيدة و شريعة ، و إبراز الجوانب المضيئة في الفكر الإسلامي ، و هذا ما جعل أغلبية المبحوثين من الطلبة و الطالبات يقرون بأهميتها لكن تبقى النسبة 3.5 % ترى بأنها غير مهمة ، إذ يمكن إيعاز ذلك إلى عدم التجديد في إنتاج البرامج ، و التنوع في الشخصيات الإسلامية المؤثرة التي تلعب دورا هاما في الدعوة و الإعلام ، إضافة إلى عدم اهتمامها ببعض المواضيع الجادة والأكثر أهمية في حياة المسلمين داخل البلاد الإسلامية و خارجها .

- أهمية المواضيع التي تناولها برامج الفضائيات العربية الدينية والنوع .

جدول رقم (58): توزيع عينة الدراسة حسب أهمية المواضيع التي تناولها برامج الفضائيات العربية الدينية والنوع.

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
173	% 92	92	% 81	81	مهمة
07	% 00	00	% 07	07	غير مهمة
20	% 08	08	% 12	12	لا أدري
200	%100	100	%100	100	المجموع

ك² المحسوبة = 8.48 تحت درجتين للحرية . (ر = 1)
 ك² الجدولية = 5.99 عند مستوى دلالة 95% . (ق = 0.20)
 النتيجة: توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في القول بأهمية المواضيع .

يوضح الجدول رقم "58" توزيع عينة الدراسة حسب أهمية المواضيع التي تناولها برامج

الفضائيات العربية الدينية طبقا للنوع، حيث دلت النتائج على أن:

- 81% من الذكور أجابوا بأن المواضيع التي تناولها برامج الفضائيات العربية الدينية مهمة مقابل 92% من للإناث، حيث أن الفرق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95% . إذ بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 0.90) وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للنوع .

- و أجاب 07% من الذكور بأن المواضيع غير مهمة في حين لم نسجل أي من الطالبات أجبن بذلك ، كما أن نسبة الذين أجابوا بلا أدري من الذكور بلغت 12% مقابل 08% لدى الإناث . وبتطبيق اختبار ك² على بيانات الجدول السابق ، نجد أن قيمته المحسوبة (ك²=8.48)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (5.99) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتين للحرية و مستوى ثقة 95% ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور و الإناث في القول بأهمية المواضيع التي تناولها برامج الفضائيات العربية الدينية .

كما بلغ معامل الارتباط (ر = 1) و هو ارتباط قوي بين الذكور و الإناث في القول بأهميتها، أما بالنسبة لمعامل التوافق (ق = 0.20) و هو معامل اتفاق ضعيف بين الذكور و الإناث في القول بأهمية المواضيع.

- أهمية المواضيع التي تتناولها برامج الفضائيات العربية الدينية ومكان الإقامة .

جدول رقم (59): توزيع عينة الدراسة حسب أهمية المواضيع التي تتناولها برامج الفضائيات العربية الدينية ومكان الإقامة.

المجموع	ريف		مدينة		مكان الإقامة	أهمية المواضيع
	%	ك	%	ك		
173	% 88	66	%85,6	107		مهمة
07	% 00	00	% 5,6	07		غير مهمة
20	% 12	09	% 8,8	11		لا أدري
200	%100	75	%100	125		المجموع

ك² المحسوبة = 3.08 تحت درجتين للحرية .
 ك² الجدولية = 5.99 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين المقيمين في المدينة والريف والقول بأهمية المواضيع .

يوضح الجدول رقم "59" توزيع عينة الدراسة حسب أهمية المواضيع التي تتناولها برامج الفضائيات العربية الدينية طبقاً لمتغير الإقامة، حيث أظهرت النتائج الآتي:

- أجاب 85.6 % من أفراد العينة المقيمين في المدينة بأن المواضيع التي تتناولها برامج الفضائيات العربية الدينية مهمة مقابل 88 % من المقيمين في الريف، و الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 0.19) وهي أصغر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين طبقاً لمتغير الإقامة .

- وأجاب 5.6 % من أفراد العينة المقيمين في المدينة بكون المواضيع غير مهمة في حين لم يجب أي من المقيمين في الريف بذلك.

- و سجلنا 8.8% من المقيمين في المدينة أجابوا بلا أدري مقابل 12 % من المقيمين في الريف، و الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة ي المحسوبة (ي = 3.21) وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا لمتغير الإقامة .

و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول السابق ، نجد أن قيمته المحسوبة (كا²=3.08) ، وهي أصغر من القيمة الجدولية (5.99) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتين للحرية و مستوى ثقة 95 % ، و بالتالي ليست هناك فروق دالة إحصائية بين المقيمين في المدينة و المقيمين في الريف في القول بأهمية المواضيع التي تتناولها برامج الفضائيات العربية الدينية .

- أهمية المواضيع التي تتناولها برامج الفضائيات العربية الدينية والتخصص العلمي .

جدول رقم (60): توزيع عينة الدراسة حسب أهمية المواضيع التي تتناولها برامج الفضائيات العربية الدينية والتخصص العلمي.

المجموع	علوم طبيعية		علوم اجتماعية وإنسانية		التخصص العلمي أهمية المواضيع
	%	ك	%	ك	
173	% 84	84	% 89	89	مهمة
07	% 04	04	% 03	03	غير مهمة
20	% 12	12	% 08	08	لا أدري
200	%100	100	%100	100	المجموع
<p>كا² المحسوبة - 1.08 تحت درجتين للحرية . (ر = 1) كا² الجدولية - 5.99 عند مستوى دلالة 95 % . النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين التخصصين العلميين والقول بأهمية المواضيع .</p>					

يبين الجدول رقم "60" توزيع عينة الدراسة حسب أهمية المواضيع التي تتناولها برامج الفضائيات العربية الدينية طبقا للتخصص العلمي، حيث أوضحت النتائج المتحصل عليها ما يأتي:

- صرح 89% من أفراد عينة البحث الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية بأن المواضيع مهمة مقابل 84% من الذين يدرسون تخصص العلوم الطبيعية، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95% إذ بلغت قيمة t المحسوبة ($t = 0.41$) وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين.

- وصرح 03% من أفراد عينة البحث الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية بأن المواضيع غير مهمة مقابل 04% من الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية، حيث أن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95% إذ بلغت قيمة t المحسوبة ($t = 2.43$) وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين.

- وسجلنا 08% من أفراد مجموعة البحث الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية أجابوا بلا أدري مقابل 12% من الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية، والفارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ثقة 95% إذ بلغت قيمة t المحسوبة ($t = 2.98$) وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين.

وبتطبيق اختبار χ^2 على بيانات الجدول السابق، نجد أن قيمته المحسوبة ($\chi^2 = 1.08$)، وهي أصغر من القيمة الجدولية (5.99) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتين للحرية و مستوى ثقة 95%، ($r = 1$) هو معامل ارتباط قوي بين التخصصين في القول بأهمية المواضيع رغم أن العلاقة بين المتغيرين غير دالة إحصائياً.

تبين من خلال البيانات السابقة أن غالبية الباحثين أجابوا بأن المواضيع التي تناوّلها برامج الفضائيات العربية الدينية مهمة، في حين أجاب قليل منهم بأنها غير مهمة، والسبب في ذلك يعود إلى كون الفضائيات العربية الدينية ترمي إلى بناء شخصية إسلامية متوازنة وقوية ومتكاملة بناء على عقيدة الإسلام ومبادئه وقيمه، من خلال انتقاء البرامج التي تمّ الجمهور داخل البلاد الإسلامية وخارجها، أما الذين أجابوا بأنها غير مهمة فذلك يعود إلى عدم التجديد في إنتاج البرامج والتنوع في الشخصيات الإعلامية التي تلعب دوراً هاماً في الدعوة، والملاحظ لعمل الفضائيات العربية الدينية يرى مدى الهوة الشاسعة بين ما ينبغي أن يكون وبين الواقع.¹

وقد وجدنا أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في القول بأهمية المواضيع، في حين لم نسجل أية فروق ذات دلالة إحصائية باعتبار التخصص العلمي و مكان الإقامة.

¹ - مثنى حارث الضاري: مرجع سابق، ص 265.

2- كيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين .

جدول رقم (61): توزيع عينة الدراسة حسب كيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين .

النسب المتوية	التكرارات	كيفية اكتساب قاعدة كبيرة من المشاهدين
% 20,49	92	الاعتماد على كبار الدعاة
% 20,71	93	تنوع المواضيع الدينية
% 34,07	153	التركيز على المواضيع ذات العلاقة بالحياة اليومية
% 13,14	59	مراعاة مستوى الجمهور المتلقي
% 11,59	52	مراعاة أوقات بث البرامج الأساسية
% 00	00	أخرى تذكر
% 100	449	المجموع

يبين الجدول رقم "61" توزيع عينة الدراسة حسب كيفية اكتساب الفضائيات العربية

الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين ، حيث دلت النتائج المتحصل عليها على الآتي :

- جاء التركيز على المواضيع ذات العلاقة بحياتنا اليومية في المرتبة الأولى بنسبة قدرها 34.07 % يليه في المرتبة الثانية تنوع المواضيع الدينية المقدمة وذلك بنسبة 20.71 % ، ثم الاعتماد على كبار الدعاة في الرتبة الثالثة بنسبة 20.49 % ، ومراعاة مستوى الجمهور المتلقي في المرتبة الرابعة بنسبة 13.14 % و جاء في المرتبة الخامسة و الأخيرة مراعاة وقت بث البرامج الأساسية وذلك بنسبة 11.59 %¹ .

وتدل هذه النتائج على أن الفضائيات العربية الدينية والإسلامية تنقصها البرامج التي تهتم بالمواضيع ذات العلاقة المباشرة بالحياة اليومية للناس و ارتباطها غير الوثيق بالراهن و الملموس¹ ، و نجد هذه البرامج لا تعالج قضايا المسلمين المعاصرة فأخبارهم و المعلومات الحقيقية عن واقعهم في مختلف البلدان ، و مشاكلهم و أحوالهم مغيبة عن برامجها² ، إضافة إلى أن المواضيع التي تقدمها على الفضائيات الإسلامية بعضها عام و متكرر ، جزئي و غير شامل معزول عن السياقات التي

¹ أديب حضور: البرامج الدينية في الرجة الرمضانية، مرجع سابق، ص 64.

² محمد كامل عبد الصمد: التلفزيون بين الهدم و البناء ، مرجع سابق، ص 33-38 .

تشكل نسقا معرفيا متكاملًا مما يؤدي إلى إعراض الجمهور عن مشاهدتها ، أضف إلى ذلك نقص الخبرة المهنية في قواعد و أساليب الإعداد و التقديم التلفزيوني¹ .
و لكي تضمن هذه القنوات قاعدة واسعة من جمهور المشاهدين لا بد لها من معالجة النقائص و السلبيات التي تعاني منها برامجها شكلا و مضمونا ، بدءا بالمواضيع المختارة و مقدميها إلى غاية توقيت بثها و عرضها على الجمهور .

- كيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين والنوع .

جدول رقم (62): توزيع عينة الدراسة حسب كيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين والنوع .

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
92	%15,61	34	%25,11	58	الاعتماد على كبار الدعاة
93	%22,01	48	%19,48	45	تنوع المواضيع الدينية
153	%35,79	78	%38,47	75	التركيز على المواضيع ذات العلاقة بالحياة اليومية
59	%14,67	32	%11,68	27	مراعاة مستوى الجمهور المتلقي
52	%11,92	26	%11,26	26	مراعاة أوقات بث البرامج الأساسية
00	% 00	00	% 00	00	أخرى تذكر
449	% 100	218	% 100	231	المجموع

ك² المحسوبة - 6.41 تحت خمس درجات حرية .
ك² الجدولية = 11.07 عند مستوى دلالة 95 % .
النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في القول بكيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين .

(ر = 0.95)

¹ أنور العمري : الإعلام الإسلامي في القنوات الفضائية ، ط2 ، دار الأندلس الخضراء للنشر و التوزيع (د.ب . ن) ، من موقع www.Islamtoday.com 2008/08/30 ، ص 02 .

- يبين الجدول رقم "62" توزيع عينة الدراسة حسب كيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين طبقاً لمتغير النوع، إذ بينت النتائج المتحصل عليها ما يأتي :
- أجاب 38.47% من الطلبة الذكور بأن الكيفية المناسبة لاكتساب قاعدة كبيرة من المشاهدين هي التركيز على المواضيع ذات العلاقة بالحياة اليومية للناس و ذلك في المرتبة الأولى مقابل 35.79% من الإناث ، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة Y المحسوبة ($Y = 0.77$) ، وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين طبقاً للنوع .
- أجاب 25.11% من الطلبة الذكور بالاعتماد على كبار الدعاة و ذلك في المرتبة الثانية مقابل 15.61% من الإناث و ذلك في المرتبة الثالثة ، حيث أن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة Y المحسوبة ($Y = 5.05$) ، وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين طبقاً للنوع .
- كما أجاب 19.48% من الطلبة الذكور بالتنوع في المواضيع الدينية و ذلك في المرتبة الثالثة مقابل 22.01% من الإناث في المرتبة الثانية ، حيث أن الفارق ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة Y المحسوبة ($Y = 1.33$) ، وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين طبقاً للنوع .
- و أجاب 11.68% من الطلبة الذكور بمراعاة مستوى الجمهور المتلقي و ذلك في المرتبة الرابعة مقابل 14.67% من الإناث، و الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة Y المحسوبة ($Y = 2.51$) ، وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين طبقاً للنوع .
- و أجاب 11.26% من الطلبة الذكور بمراعاة أوقات بث البرامج الأساسية و ذلك في المرتبة الخامسة مقابل 11.92% من الإناث، و الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95 % إذ بلغت قيمة Y المحسوبة ($Y = 0.63$) ، وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين طبقاً للنوع .
- و بتطبيق اختبار χ^2 على بيانات الجدول السابق ، نجد أن قيمته المحسوبة ($\chi^2=6.41$)، وهي أصغر من القيمة الجدولية (11.07) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت خمس درجات

حرية و مستوى ثقة 95 % ، و بالتالي ليس هناك فروق بين الذكور و الإناث في القول بكيفية ا
اكتساب قاعدة كبيرة من المشاهدين .

و قد تحصلنا على معامل ارتباط الرتب ($r = 0.95$) و هو ما ينبئ عن علاقة ارتباطيه بدرجة
عالية بين الجنسين .

- كيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين ومكان الإقامة .

جدول رقم (63): توزيع عينة الدراسة حسب كيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة
كبيرة من المشاهدين ومكان الإقامة .

المجموع	ريف		مدينة		مكان الإقامة كيفية اكتساب قاعدة كبيرة من المشاهدين
	%	ك	%	ك	
91	%18,63	30	%21,18	61	الاعتماد على كبار الدعاة
94	%23,60	38	%19,44	56	تنوع المواضيع الدينية
153	%37,27	60	%32,30	93	التركيز على المواضيع ذات العلاقة بالحياة اليومية
59	%11,18	18	%14,23	41	مراعاة مستوى الجمهور المتلقي
52	%9,31	15	%12,85	37	مراعاة أوقات بث البرامج الأساسية
00	% 00	00	% 00	00	أخرى تذكر
449	% 100	161	% 100	288	المجموع

χ^2 المحسوبة = 3.71 تحت خمس درجات حرية . ($r = 0.95$)
 χ^2 الجدولية = 11.07 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين المقيمين في المدينة والريف والقول بكيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية
 قاعدة كبيرة من المشاهدين .

يبين الجدول رقم "63" توزيع عينة الدراسة حسب كيفية اكتساب الفضائيات العربية
الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين طبقاً لمتغير الإقامة ، إذ بينت النتائج المتحصل عليها على الآتي :

- صرح 32.30 % من أفراد العينة المقيمين في المدينة أن أفضل طريقة لاكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين في المرتبة الأولى هي التركيز على المواضيع ذات العلاقة بالحياة اليومية للناس مقابل 37.27 % من المقيمين في الريف .
- و صرح 21.18 % من المقيمين في المدينة بالاعتماد على كبار الدعاة في المرتبة الثانية مقابل 18.63 % من المقيمين في الريف في المرتبة الثالثة.
- كما صرح 19.44 % من المقيمين في المدينة بالتنوع في المواضيع الدينية و ذلك في المرتبة الثالثة مقابل 23.60 % من المقيمين في الريف في المرتبة الثانية.
- و صرح 14.23 % من المقيمين في المدينة بمراعاة مستوى الجمهور المتلقي في المرتبة الرابعة مقابل 11.18 % من المقيمين في الريف.
- و أخيرا صرح 12.85 % من الأفراد المقيمين في المدينة بمراعاة وقت بث البرامج الأساسية في المرتبة الخامسة مقابل 9.31 % من المقيمين في الريف.
- و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول السابق ، نجد أن قيمته المحسوبة (كا²=3.71)، وهي أصغر من القيمة الجدولية (11.07) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت خمس درجات حرية و مستوى ثقة 95 %، و بالتالي ليس هناك فروق بين متغير الإقامة في القول و كيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين .
- و تبلغ قيمة ($r = 0.95$) و هو ارتباط قوي بين من يقيمون في المدينة و من يقيمون في الريف في القول بكيفية اكتساب قاعدة كبيرة من المشاهدين .
- كيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين والتخصص العلمي .
- جدول رقم (64): توزيع عينة الدراسة حسب كيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين والتخصص العلمي .

المجموع	علوم طبيعية		علوم اجتماعية وإنسانية		التخصص العلمي كيفية اكتساب قاعدة كبيرة من المشاهدين
	%	ك	%	ك	
92	20,07%	52	21,05%	40	الاعتماد على كبار الدعاة
93	21,23%	55	20 %	38	تنوع المواضيع الدينية

153	%30,14	78	%39,47	75	التركيز على المواضيع ذات العلاقة بالحياة اليومية
59	%14,67	38	%11,05	21	مراعاة مستوى الجمهور المتلقي
52	%13,89	36	%8,43	16	مراعاة أوقات بث البرامج الأساسية
00	% 00	00	% 00	00	أخرى تذكر
449	% 100	259	% 100	190	المجموع
<p>ك² المحسوبة = 6.83 تحت خمس درجات حرية . ك² الجدولية = 11.07 عند مستوى دلالة 95 % . النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين التخصصين العلميين والقول بكيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين .</p>					

يوضح الجدول رقم "64" توزيع عينة الدراسة حسب كيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين طبقاً للتخصص العلمي ، حيث أظهرت النتائج في الجدول الآتي :

- جاء التركيز على المواضيع ذات العلاقة بحياتنا اليومية في المرتبة الأولى بنسبة 39.47 % لدى الباحثين الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية مقابل 30.14 % لدى الأفراد الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية.

- جاء الاعتماد على كبار الدعاة في المرتبة الثانية بنسبة 21.05 % عند الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية مقابل 20.07 % لدى الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية في المرتبة الثالثة .

- وجاء تنوع المواضيع الدينية في المرتبة الثالثة عند الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية بنسبة 20 % مقابل 21.23 % لدى الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية في المرتبة الثانية.

- جاءت مراعاة مستوى الجمهور المتلقي في المرتبة الرابعة بنسبة 11.05 % عند الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية مقابل 14.67 % عند الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية .

- وأخيراً جاءت مراعاة وقت بث البرامج الأساسية في المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة 8.43 % عند الذين يدرسون تخصص علوم اجتماعية و إنسانية مقابل 13.89 % عند الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية .

وبتطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول السابق ، نجد أن قيمته المحسوبة (كا²=6.83)، وهي أصغر من القيمة الجدولية (11.07) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت خمس درجات حرية و مستوى ثقة 95 %، و بالتالي ليس هناك علاقة فارقة بين المتغيرين .
وهو ما دل عليه معامل الارتباط (ر= 0.95) وهو ارتباط قوي بين التخصصين في القول بكيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين .

إذن عن كيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين و بالتالي التأثير أكثر عليهم، أجاب أفراد العينة بأن التركيز على المواضيع ذات العلاقة بالحياة اليومية للحماهير جاء في المرتبة الأولى ثم تنوع المواضيع المقدمة في المرتبة الثانية و جاء الاعتماد على كبار الدعاة و الإعلاميين في المرتبة الثالثة يليه مراعاة وقت بث البرامج الهامة و الأساسية في المرتبة الخامسة .

من خلال هذا الترتيب وجدنا أن المبحوثين يرون أن هناك نقصا في الاهتمام بقضايا المسلمين المعاصرة و أحوالهم و أخبارهم و واقعهم في مختلف البلاد الإسلامية، إضافة إلى عدم التنوع في المواضيع و تكرارها و يرون ضرورة أن يبنى الإعلام الديني و الإسلامي في البلاد الإسلامية على أناس متخصصون مهنيا و شرعيا، و ضرورة مراعاة تخصصات و توجهات و اهتمامات المتلقين إضافة إلى مراعاة الفروق الزمنية بين البلدان العربية و الإسلامية و بث البرامج الهامة في الأوقات المناسبة.

و لم نسجل أية فروق دالة إحصائيا عن كيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية لقاعدة كبيرة من المشاهدين طبقا للمتغيرات الآتية: النوع ، مكان الإقامة، التخصص العلمي.

3- الاقتراحات المناسبة لتطوير برامج الفضائيات العربية الدينية .

جدول رقم (65): توزيع عينة الدراسة حسب الاقتراحات المناسبة لتطوير برامج الفضائيات العربية الدينية.

النسب المئوية	التكرارات	الاقتراحات المناسبة
21 %	42	التركيز على مواضيع الساعة مع تقديم رأي الدين في المشاكل التي يعانها المجتمع العربي والإسلامي.

36	18 %	الاعتماد على أهل الاختصاص من الدعاة والإعلاميين المتمكنين
35	17,5 %	الاعتماد على البرامج الحوارية المفتوحة لإشراك المشاهدين
18	09 %	مراعاة الأوقات المناسبة لبث البرامج المهمة والأساسية
17	08,5 %	إجابات أخرى
52	26 %	دون إجابة
200	100 %	المجموع

يوضح الجدول رقم "65" توزيع عينة الدراسة حسب المقترحات المناسبة لتطوير برامج الفضائيات العربية الدينية، إذ تبين من خلال حصر الإجابات عن سؤال مفتوح على عينة الدراسة أن :

- اثنان و أربعون مبحوثاً يشكلون (21 %) من عينة الدراسة يرون أن التركيز على مواضيع الساعة مع تقدم رأي الدين في القضايا والمعضلات التي يعانها المجتمع العربي كفيلة بتطوير برامج الفضائيات العربية الدينية .

- و أجاب ست و ثلاثون مبحوثاً يشكلون (18 %) من عينة الدراسة أن الاعتماد على أهل الاختصاص من الدعاة و الإعلاميين المتمكنين يساعد على تطوير برامج الفضائيات العربية الدينية.

- و يرى خمس و ثلاثون مبحوثاً يشكلون (17.5 %) من عينة الدراسة بأن الاعتماد على البرامج الحوارية المفتوحة لأخذ آراء المشاهدين كفيل بتطوير برامج الفضائيات العربية الدينية .

- كما أجاب ثمانية و عشرون مبحوثاً يشكلون (09 %) من عينة الدراسة بأن مراعاة الأوقات المناسبة لبث البرامج المهمة يساعد على تطوير برامج الفضائيات العربية الدينية .

- و سجلنا إجابات أخرى صرح بها سبعة عشر مبحوثاً بنسبة (8.5 %) جاءت كالآتي :

- رفع القيود المفروضة على الفضائيات العربية الدينية .

- التركيز على التفاعلية وفتح المجال بشكل أوسع للتداول مع المشاهدين .

- توضيح القضايا و التحديات التي تواجه العرب و المسلمين .

- توجيه برامج خاصة للشباب العربي لتوعيته بمخاطر العولمة و حثه على التسلح بالقيم

الأصيلة المستمدة من الدين و الإرث الحضاري .

- و سجلنا كذلك اثنان و خمسون مبحوثاً يشكلون (26 %) لم يجيبوا عن السؤال .

يتضح لنا من خلال النتائج المتوصل إليها في هذا الفصل من الدراسة أنه رغم ارتفاع حجم تعرض الطلبة لبرامج الفضائيات العربية الدينية إلا أنه لم يؤثر ذلك على نسبة المقرئية والمطالعة لديهم كون المدتين الزميتين المخصصتين للمطالعة والمشاهدة تقتربان من بعضهما البعض حيث اقترب المتوسط الحسابي المحسوب من الساعتين يومياً، فضلاً عن ارتباط هذا التأثير بنوعية البرامج التي يتم بثها ومدى تلبيةها لحاجيات واهتمامات أفراد عينة البحث.

﴿ استنتاجات الدراسة ﴾

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

* استنتاجات الدراسة :

نستخلص من نتائج الدراسة الميدانية الآتي:

- 1- يقبل على مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية جل الباحثين بنسبة 99%.
- 2- تفضل الأغلبية من الباحثين مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية أحيانا ثم غالبا ثم دائما فنادرا وفق متغيرات النوع والإقامة والتخصص العلمي.
- 3- يشاهد الذكور برامج الفضائيات العربية الدينية يومين في الأسبوع في المرتبة الأولى مقابل يوم واحد لدى الإناث، وجاءت المشاهدة خلال يوم واحد في المرتبة الأولى لدى الأفراد المقيمين في المدينة ويشاهد الريفيون البرامج خلال يومين في المرتبة الأولى أسبوعيا، أما حسب التخصص فطلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية يشاهدون خلال يومين في المرتبة الأولى، ويوم واحد في الأسبوع بالنسبة لطلبة العلوم الطبيعية .
- 4- يفضل أغلب أفراد عينة البحث مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية في أيام أكثر من غيرها، وهذه الأيام هي: الجمعة ثم الخميس ثم الاثنين ويعود سبب هذا التفضيل إلى كونها أيام عطلة في المقام الأول.
- 5- تبلغ كثافة المشاهدة لدى أفراد عينة البحث خلال الفترة المسائية(أي من منتصف النهار إلى السادسة مساء) ، تليها الفترة الليلية (من السادسة مساء إلى منتصف الليل).
- 6- بلغ المتوسط الحسابي للحجم الساعي للمشاهدة في اليوم (1,67 ساعة) أي ما بين ساعة وساعتين يوميا.
- 7- يفضل أفراد عينة البحث مشاهدة قناة اقرأ تليها قناة العفاسي ثم قناة المجد ثم الرسالة ثم الناس ثم الفجر ثم الحكمة فقناة الهدى، وقد اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مشاهدتهم لهاته القنوات.
- 8- يشاهد أغلبية أفراد العينة برامج الفضائيات العربية الدينية جماعيا وفي إطار عائلي على وجه الخصوص.
- 9- يشاهد الطلبة والطالبات برامج القرآن الكريم في المرتبة الأولى، ثم برامج الفتاوى في المرتبة الثانية، تليها الدروس الوعظية ، ثم برامج الحوار الديني والخطب ثم البرامج الاجتماعية بالأفلام الدينية ثم المسلسلات الدينية ثم الأحاديث الدينية ثم الندوات الدينية والرسوم المتحركة في المرتبة

الأخيرة، وقد اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في ترتيب البرامج الدينية المفضلة لديهم.

10- تعود دواعي وأسباب تفضيل هذه البرامج عن غيرها، كونها تثرى معلومات الباحثين في المقام الأول ولأن محتواها يلبي حاجياتهم المعرفية ثانياً ثم لأن فيها تشويق ثالثاً، يليها لأن مقدم البرنامج جيد في المرتبة الرابعة.

11- أجاب أغلبية أفراد عينة البحث أن برامج الفضائيات العربية الدينية تزيد من الوعي الديني للجماهير بالرغم من النقص الذي يعترها في الشكل والمضمون أحياناً.

12- يرى أفراد عينة البحث ذكورا وإناثاً أن دواعي زيادة الوعي الديني للجماهير يرجع في المرتبة الأولى إلى كون برامج الفضائيات الدينية تتناول مواضيع هامة ومتنوعة، ولأنها تعتمد على دعاء وإعلاميين متمكنين في المرتبة الثانية تليها في المرتبة الثالثة إتقانها فن توصيل المعلومة.

13- ذكر أغلبية أفراد البحث بأن متابعة برامج الفضائيات العربية الدينية تزيد من المعلومات لديهم كثيراً في المرتبة الأولى، تليها الزيادة قليلاً في المرتبة الثانية ثم الزيادة كثيراً جداً في المرتبة الثالثة.

14- يستفيد 36,5% من الباحثين غالباً عند مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية، ثم الاستفادة أحياناً بـ 33,5%، تليها الاستفادة دائماً بـ 25,5%، وقد اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية باعتبار متغير النوع والإقامة والتخصص العلمي.

15- الأغلبية الساحقة من أفراد عينة البحث يقرؤون الكتب ويراجعون الدروس يومياً، مقابل قلة قليلة لا تراجع الدروس وتقرأ الكتب يومياً، إذ لم نسجل أية فروق إحصائية باعتبار المتغيرات الآتية: النوع، الإقامة، التخصص العلمي.

16- بلغ المتوسط الحسابي لعدد ساعات القراءة والمراجعة في اليوم بالنسبة لأفراد عينة البحث (1,93 ساعة) يومياً، أي ما بين ساعة وساعتين.

17- أجاب 78,5% من أفراد عينة البحث بأن مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية لم تؤثر على القراءة والمراجعة لديهم، وأجاب 21,5% منهم بأنها تؤثر على القراءة والمراجعة لديهم.

18- يرى أفراد عينة البحث أن المواضيع التي تتناولها برامج الفضائيات العربية الدينية مهمة وذلك بنسبة 86,5% مقابل 3,5% يرون أنها غير مهمة، وقد اتضح وجود فروق معنوية بين الذكور والإناث في القول بأهمية المواضيع، في حين لم نسجل أية فروق باعتبار الإقامة والتخصص العلمي.

19- يرى أفراد عينة البحث أن التركيز على المواضيع ذات العلاقة بالحياة اليومية للناس هي أفضل طريقة لاكتساب قاعدة كبيرة من المشاهدين، يليها تنويع المواضيع الدينية ، ثم الاعتماد على كبار الدعاة والإعلاميين، ثم مراعاة مستوى الجمهور المتلقي وأخيرا مراعاة أوقات بث البرامج الأساسية حسب الفروق الزمنية بين البلدان العربية والإسلامية، وقد تبين عدم وجود فارق ذا دلالة إحصائية باعتبار النوع والإقامة والتخصص العلمي.

الخاتمة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الخاتمة:

لقد بات موضوع ضبط عادات وأنماط مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية ذا أهمية بالغة وضرورة ملحة يملحها البحث العلمي الجاد، وعليه جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على جزء من هذا الموضوع الخاص بعادات وأنماط مشاهدة جمهور نوعي وهو جمهور الطلبة لبرامج الفضائيات العربية الدينية والأثر الذي تتركه هته المشاهدة عليهم.

والإعلام الديني الإسلامي اليوم يضع لنفسه مكانة ليحسد روح الإسلام وينابيعه الصافية بكل الوسائل المتاحة ، السمعية البصرية منها والمقروءة والمسموعة، والفضائيات العربية الدينية واحدة من هذه الوسائل التي تسعى إلى التسابق في إطار الانفتاح الفضائي، وتعدد قنوات البث التلفزيوني لتحقيق الأهداف والتطلعات الكبرى للشعوب العربية والإسلامية، وذلك بما تؤديه من دور في سبيل توعيتهم وإثراء رصيدهم المعرفي الديني، وإعدادهم للقيام بدور فعال في مجابهة الصورة النمطية التي يرسمها الإعلام الغربي اليوم عن الإسلام والمسلمين.

وقد أثبتت هاته الدراسة أن الطلبة والطالبات بجامعة جيجل يقبلون على مشاهدة برامج الفضائيات الدينية مما أدى إلى بروز عادات معينة لديهم في التعرض لها، وتفضيلهم لأنماط برامج معينة، كبرامج القرآن الكريم والفتاوى والدروس الوعظية وغيرها، وهاته المشاهدة دعمت مبدأ التعرض الجماعي الذي يفتح باب التزود بالمعلومات والمعارف الدينية، وقد ربطنا دراستنا هذه بثلاثة متغيرات لإضفاء جو المناقشة العلمية وهي (متغير النوع والإقامة والتخصص العلمي).

وبالرغم من ارتفاع حجم التعرض لبرامج الفضائيات العربية الدينية إلا أن التأثير على القراءة والمراجعة لم يبرز بشكل كبير، هذا وقد حاولنا الاقتراب أكثر لتحقيق أهداف الدراسة المرجوة وفق مجهود فكري منظم ودراسة موضوعية قوامها تعبير البيانات على الواقع المدروس بصورة صحيحة وذلك باختيار الأدوات البحثية الكفيلة بتحقيق ذلك.

وما يمكن التركيز عليه في خاتمة البحث هو أن التعرض لبرامج الفضائيات العربية الدينية أصبح من اهتمامات الجمهور الجزائري عموما والطلبة على وجه الخصوص، فدراسة مواضيع جديدة عن هذا الموضوع تمثل طريقا جيدا وعملا جبارا يساهم في تغطية النقص في مجال البحث العلمي في هذا الميدان، خاصة وأنه مجال بكر يغري الباحثين للولوج فيه في المجالات المقترحة الآتية:

- عادات وأنماط المشاهدة
- اتجاهات الجمهور لمثل هاته القنوات.

- تحليل محتوى برامج الفضائيات العربية الدينية لمعرفة مستوى الخطاب المقدم.
 - معرفة العلاقة القائمة بين القنوات الدينية ومختلف فئات المجتمع... الخ.
- وأخيرا هذا البحث وكغيره من البحوث العلمية لا يخلو من نقائص، إذ يحتاج إلى بحوث أخرى تلم بمجوانبه الخفية، نرجو ممن يطلع عليه أن يسدي لنا النصيحة والتوجيه.

والله المستعان وهو قصد السبيل.

الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الملاحق

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية أصول الدين والشريعة

والحضارة الإسلامية

قسم الدعوة والإعلام و الاتصال

جامعة الأمير عبد القادر

للعلوم الإسلامية

قسنطينة

استمارة استبيان

الفضائيات العربية الدينية وجمهورها من طلبة جامعة جيجل

- دراسة في عادات المشاهدة وأنماطها-

بحث مكمل لنيل شهادة الماجستير

إشراف: الأستاذ الدكتور

عبد الله بوجلال

إعداد الطالب:

زرزاجي زويير

زميلي الطالب زميلتي الطالبة،

هذه استمارة استبيان بحث ميداني لاجاز مذكرة ماجستير في الإعلام عن:

" الفضائيات العربية الدينية وجمهورها من طلبة جامعة جيجل" - دراسة في عادات المشاهدة وأنماطها-

لذا فإنني أرجو تعاونك من خلال الإجابة على تساؤلات هذه الاستمارة، وتثبيت آرائك

وملاحظاتك التي من شأنها خدمة أغراض البحث العلمي، علما أن البيانات سوف تستخدم لهذا

الغرض فقط.

مع وافر الشكر والتقدير لتعاونك.

ملاحظة: الرجاء وضع علامة (x) أمام الإجابة المناسبة.

السنة الجامعية: 1428-1429 هـ - 2007-2008 م.

أولاً : البيانات الأولية

- س1- الجنس ذكر أنثى
- س2- مكان الإقامة مدينة ريف
- س3- ماهو تخصصك (ي) علوم اجتماعية وإنسانية علوم طبيعية
- س4- هل تستقبل القنوات الفضائية العربية في بيتك ؟
 نعم لا

ثانياً: عادات المشاهدة

- س5- هل تشاهد (ين) القنوات الفضائية العربية الدينية؟
 دائماً غالباً أحياناً نادراً أبداً
- س6- كم عدد أيام الأسبوع التي تشاهد(ين) فيها البرامج في القنوات العربية الدينية ؟
 يوم واحد يومان ثلاثة أيام يومياً

- س7- ماهي الأيام المفضلة لديك (ي) أكثر لمتابعة البرامج في الفضائيات الدينية يرتبها ؟
 السبت الأحد الاثنين الثلاثاء الأربعاء الخميس الجمعة

س8- لماذا تفضل(ين) هذا اليوم(هذه الأيام) دون غيره(ها) ؟

- لأنه يوم(أيام) عطلة
 لأن فيها برامج جيدة

أخرى تذكر.....

س9- ماهي أهم فترة زمنية تشاهد(ين) فيها برامجك الدينية المفضلة ؟

- صباحاً مساءً ليلاً مابعد منتصف الليل

س10- ماهو الحجم الساعي الذي تقضيه يومياً في مشاهدة البرامج على الفضائيات الدينية؟

- أقل من ساعة
 ساعة واحدة
 ساعتان
 ثلاث ساعات
 أربع ساعات
 خمس ساعات
 ست ساعات فأكثر

أخرى تذكر.....

س11- ماهي أهم القنوات الدينية العربية التي تتابعها عادة؟

- | | | | | | | | |
|--------------------------|---------|--------------------------|---------|--------------------------|--------|--------------------------|-------|
| <input type="checkbox"/> | الرسالة | <input type="checkbox"/> | الناس | <input type="checkbox"/> | المجد | <input type="checkbox"/> | أقرأ |
| <input type="checkbox"/> | الفجر | <input type="checkbox"/> | العفاسي | <input type="checkbox"/> | الحكمة | <input type="checkbox"/> | الهدى |

أخرى تذكر.....

س12- أذكر ثلاث قنوات عربية دينية تفضلها بالترتيب؟

1

2

3

س13- مع من تشاهد(ين) البرامج في القنوات العربية الدينية عادة؟

بمفردك

مع العائلة

مع الأصدقاء

ثالثاً: أنماط المشاهدة

س14- ماهي البرامج التي تواظب(ين) على مشاهدتها في الفضائيات العربية الدينية، رتبها

حسب الأفضلية؟

- | | | | |
|--------------------------|--------------|--------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | خطب | <input type="checkbox"/> | برامج الحوار الديني |
| <input type="checkbox"/> | دروس وعظية | <input type="checkbox"/> | برامج القرآن الكريم |
| <input type="checkbox"/> | أحاديث دينية | <input type="checkbox"/> | برامج الفتاوى |
| <input type="checkbox"/> | ندوات دينية | <input type="checkbox"/> | برامج اجتماعية |
| <input type="checkbox"/> | رسوم متحركة | <input type="checkbox"/> | مسلسلات دينية |
| | | <input type="checkbox"/> | أفلام دينية |

أخرى تذكر.....

س15- لماذا تفضل(ين) هذا البرنامج (هذه البرامج) دون غيره(ها)؟

لأن فيه(ها) تشويق

لأن مقدم البرنامج جيد

لأن محتواها يلبي حاجياتك

لأنها تثري معلوماتك الدينية

أخرى تذكر.....

س16- هل ترى (بن) أن البرامج في الفضائيات العربية الدينية تزيد من الوعي الديني لدى الجماهير؟

نعم لا

س17- في حالة الإجابة بـ"نعم"، لماذا؟

- لأنها تتناول مواضيع هامة ومتنوعة
- لأنها تتقن فن توصيل المعلومة
- لأنها تعتمد على دعاة وإعلاميين متمكنين
- أخرى تذكر.....

س18- إذا كانت الإجابة بـ"لا"، لماذا؟

- لأنها تبتث مواضيع متكررة
- لأنها لا تستخدم فنون الإخراج المؤثرة
- لأنها لا تتناول المواضيع التي تهتم الجماهير في حاضرهم ومستقبلهم
- لأنها تقدم بلغة غير مفهومة
- أخرى تذكر.....

س19- أذكر (ي) أسماء بعض الدعاة والإعلاميين الذين تتابعهم أكثر على الفضائيات العربية الدينية؟

-
-
-
-

س20- هل ترى (بن) أن متابعة البرامج في الفضائيات الدينية تزيد من معلوماتك؟

نعم لا

س21- إذا كانت الإجابة بـ"نعم":

هل زادت هذه المتابعة في معلوماتك (ي) و ثقافتك (ي) الدينية؟

كثيرا جدا كثيرا قليلا قليلا جدا لا زيادة

س22- إذا كانت الإجابة بـ"لا"، لماذا؟

- لأن مضمونها سلبي
- لان إخراج البرامج ضعيف
- القائم بالاتصال في هذه البرامج غير مرغوب فيه
- أخرى تذكر.....

رابعاً آثار المشاهدة :

س23- هل تفيدك (ي) متابعة البرامج في الفضائيات العربية الدينية؟

دائماً غالباً أحياناً نادراً لا تفيدني

س24- هل تقرأ الكتب والمجلات وتراجع دروسك يومياً ؟

نعم لا

س25- إذا كانت الإجابة بـ"نعم" :

ماهي المدة التي تقضيها في القراءة والمراجعة؟

أقل من ساعة
ساعة
ساعتان
ثلاث ساعات فأكثر

س26- هل متابعتك (ي) للبرامج في الفضائيات العربية الدينية أثرت على القراءة والمراجعة

لديك؟

نعم لا

س27- هل ترى (ين) أن متابعة البرامج الدينية تحسن بعض سلوكيات الأفراد؟

نعم لا

س28- ما رأيك (ي) في المواضيع التي تتناولها البرامج في الفضائيات العربية الدينية؟

مهمة غير مهمة لا أدري

س29- من وجهة نظرك (ي) ،كيف يمكن للفضائيات العربية الدينية اكتساب قاعدة كبيرة من

المشاهدين؟

- الاعتماد على كبار الدعاة
- تنوع المواضيع الدينية
- التركيز على المواضيع ذات العلاقة بحياتنا اليومية
- مراعاة مستوى الجمهور المتلقي
- مراعاة وقت بث البرامج الأساسية

- أخرى تذكر.....

س30- ما هي مقترحاتكم المناسبة لتطوير برامج الفضائيات العربية الدينية؟

.....
.....

﴿ قائمة المصادر والمراجع ﴾

جامعة الأمير عبد القادر العظم الإسلامي

قائمة المصادر والمراجع:

أولا/ المراجع باللغة العربية:

1- الكتب:

- 1- إمام (إبراهيم): نحو بلاغة تلفزيونية جديدة في البرامج الدينية، جهاز تلفزيون الخليج، الرياض، 1983م.
- 2- البكري (إياد شاكر): عام 2000 حرب المخطات الفضائية، دار الشروق 1999م.
- 3- الشال (انشراح): الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية، دار الفكر العربي، القاهرة، ط 2، 1993م.
- 4- الشال (انشراح): قنوات تلفزيونية فضائية في عالم ثالث، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993م.
- 5- الشال (انشراح): بث وافد على شاشات التلفزيون - دار الفكر العربي - القاهرة، 1994م.
- 6- الشرنوبي (سعد الدين أبو الفتوح): المفاهيم والمعالجات الأساسية في الإحصاء، مطبعة الإشعاع الفنية الإسكندرية، ط1، 2001م.
- 7- العبد(عاطف عدلي) والعلمي فوزية(عبد الله): عادات و أنماط مشاهدة القنوات الفضائية. دراسات في الإعلام الفضائي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1995م.
- 8- العبد (عاطف عدلي) و عزمي (زكي أحمد): الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993م.
- 9- المطيري (منصور زويد): الصياغة الإسلامية لعلم الاجتماع. الدواعي و الإمكانيات . كتاب الأمة. رقم 33 مركز البحوث و المعلومات . وزارة الأوقاف و الشؤون الإسلامية . قطر 1413هـ.
- 10- الضاري (مثنى حارث): الإعلام الإسلامي، الواقع والطموح، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، بغداد، 2007م.
- 11- الهاشمي (محمد هاشم): الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، 2001م.
- 12- الهمامي (عبد الله عامر): أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، بنغازي منشورات جامعة قار يونس، (د ب ن) ط2، 1998م.
- 13- بن مرسل(أحمد): مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2003م
- 14- بوجلال (عبد الله) و آخرون : القنوات الفضائية و تأثيراتها على القيم الاجتماعية و الثقافية و السلوكية لدى الشباب الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2002م.
- 15- بوجلال (عبد الله) و آخرون : القنوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، دار الهدى للنشر و الطباعة عين مليلة الجزائر د.ت.
- 16- بوحفص (عبد الكريم): الإحصاء المطبق في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005م
- 17- بوحوش(عمار): دليل الباحث في المنهجية و كتابة الرسائل الجامعية، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائري، 1999م
- 18- بكار (عبد الكريم): مقدمات للنهوض بالعمل الدعوي، دار القلم دمشق، سوريا، ط1، 2001م.

- 19- جيهان (أحمد رشتي) : الإعلام الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1979م.
- 20- جيهان (أحمد رشتي) : الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978م.
- 21- حسين (سمير محمد) : بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة، 1983م.
- 22 - خضير (شعبان) : مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي، الجزائر، 1422هـ
- 23- دليو (فضيل) : أسس البحث و تقنياته في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية قسنطينة، الجزائر 1999م.
- 24- دليو (فضيل) : مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998م.
- 25- دليو (فضيل) : وسائل الاتصال وتكنولوجياته، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر 2002م
- 26- زيان عمر (محمد) : البحث العلمي منهجه و تقنياته . دار النشر و التوزيع و الطباعة جدة، ط4، 1983م.
- 27- سعيد (عبد الغاني أمين) : الثقافة العربية والفضائيات، رؤية إعلامية من منظور منهجية التحليل الثقافي، ط1، ايتراك للطباعة والنشر، (د ب ن)، 2003م.
- 28- شطاح (محمد) : قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا، دار الهدى، عين مليلة ، الجزائر، 2006م.
- 29- شكري (عبد المجيد) : تكنولوجيا الاتصال، إنتاج البرامج في الراديو و التلفزيون، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996م.
- 30- عبادة سرحان (أحمد) : الإحصاء الاجتماعي، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، 1993م.
- 31- عبد الحميد، (محمد) : دراسة الجمهور في بحوث الإعلام . عالم الكتب . القاهرة، 1993م.
- 32- عبد الحميد (محمد) : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية . عالم الكتب، القاهرة، 2000م.
- 33- عبد اله الفلاح (عادل) : البرامج الإسلامية في الإذاعة الكويتية، دراسة ميدانية لاستطلاع أثر البرامج الإسلامية في جمهور المستمعين، المعهد العالي للدعوة الإسلامية بالمدينة المنورة، الرياض ، (د ت).
- 34- عبد الحلیم (محي الدين) : الدراما التلفزيونية و الشباب الجامعي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1404هـ / 1984م.
- 35- عبيدات (ذوقان) و آخرون : البحث العلمي ، مفهومه أدواته و أساليبه ، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، د ت.
- 36- عطيفة (حمدي أبو الفتوح) : منهجية البحث العلمي و تطبيقاتها في الدراسات التربوية و النفسية . دار النشر للجامعات . القاهرة . 1996م.
- 37- غريب (سيد أحمد) : الإحصاء والقياس في البحث الاجتماعي والمقابلات الإحصائية، ج1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1995م.
- 38- كامل عبد الصمد (محمد) : التلفزيون بين الهدم والبناء، ط 2، دار الدعوة للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 1993م.

- 39- محمد شو، (علي): تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات ، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، ط1، 2002م.
- 40- معوض (محمد) : المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني ، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، (دت).
- 41- معوض (إبراهيم محمد) وآخرون: الفضائيات العربية ودورها في تحسين صورة العرب والمسلمين، دراسات إعلامية، الجزء 4، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2003م.
- 42- مكاوي (حسن عماد): تكنولوجيا الاتصال الحديث في عصر المعلومات، ط 2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1997م.
- 43- مهنا (فريال): علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، بيروت، لبنان، 2002م.
- 44- مصطفى عليان (زكي) و عبد الديس (محمد): وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار الصفاء، عمان، الأردن، 1991م.

2- الدوريات والمجلات:

- 45- الديخي (علي بن سليمان): نحو إستراتيجية هادفة للفضائيات العربية، مجلة الجندي المسلم، العدد 02، 2001م.
- 46- العياضي (نصر الدين): البرمجة الرمضانية في القنوات التلفزيونية العربية ، ملاحظات نقدية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 01، سنة 2003م.
- 47- الكمشوشي (حسن): اتصالات الأقمار الصناعية، مجلة الزميل، عدد 27، سنة 1994م.
- 48- بوجلال (عبد الله) : الأطفال و التلفزيون في الجزائر ، دراسة ميدانية، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، ع9، سنة 1992م.
- 49- بوجلال (عبد الله): آثار التلفزيون على المشاهدين، مجلة البحوث، جامعة الجزائر، عدد 02، سنة 1994م.
- 50- بوجلال (عبد الله) : الشباب الجزائري و برامج التلفزيون، دراسة ميدانية، مجلة البحوث، مجلة علمية هتم بنشر الأعمال الجزئية لفرق البحث على مستوى الجامعة الجزائرية، ع 3، سنة 1995م.
- 51- خضور (أديب): البرامج الدينية في برمجة الرمضانية العربية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 01، سنة 2003م.
- 52- خضور (أديب) : مشاهدة البث التلفزيوني المباشر في الوطن العربي - جمهور مدينة دمشق، مجلة الشؤون العربية، مارس 1998م.
- 53- سالم (عبد الله): البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون، نقد وتحليل، مجلة المجتمع العدد 234، الكويت، 1975م.
- 54- سعيد (محمد) : البث التلفزيوني الفضائي الوافد إلى اليمن و عادات تعرض طلبة الجامعة له ، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، تونس، عدد 1، سنة 2004م.
- 55- شيخ حمادي (عبد الرحمان): نحو وعي إعلامي إسلامي يتصدى للغزو الثقافي، مجلة الوعي الإسلامي، العدد 380، سنة 1997م.

- 56- عبد الكافي (محمد): تأملات في الخطاب الديني بالفضائيات العربية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 01، 2003م.
- 57- عزة عبد العظيم (محمد): رؤية نقدية للحوارات الدينية في الفضائيات العربية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 3، سنة 2006م.
- 58- عزي (عبد الرحمان)، الثقافة وحتمية الاتصال، نظرة قيمة، مجلة المستقبل العربي، عدد 295، سبتمبر 2003م.
- 59- كامل عبد الصمد (محمد): التلفزيون والبرامج الدينية، مجلة منار الإسلام، الإمارات العربية المتحدة، عدد 1، سنة 1998م.
- 60- مجلة الإذاعات العربية: بحر تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات دول الخليج العربي، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، عدد 2، سنة 1987م.
- 3- الرسائل والمذكرات:**
- 61- بابوري (عبد الكريم): عادات وأنماط مشاهدة طلبة جامعة سكيكدة للفضائيات العربية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين، قسم الدعوة والإعلام، قسنطينة 2004-2005م.
- 62- بايوسف (مسعودة): الوظيفة الترفيهية للفضائيات الإسلامية- قناة المجد نموذجاً- مذكرة ماجستير غير منشورة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين، قسم الدعوة والإعلام، 2006-2007م.
- 63- بويدي (نجاة): عادات وأنماط مشاهدة الأولياء لبرامج التلفزيون، مذكرة ماجستير غير منشورة جامعة منتوري قسنطينة، معهد علم الاجتماع فرع الاتصال، 1997-1998م.
- 64- 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، قسم الدعوة والإعلام، 2002-2003م.
- 65- بن بخمة (رمضان): جمهور الفضائيات العربية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين، قسم الدعوة والإعلام، قسنطينة 2004م.
- 66- بوعلي (نصير): البارابول والجمهور في الجزائر، رسالة ماجستير، معهد الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 1993م.
- 67- بوعلي (نصير): أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003م.
- 68- بوقزة (رضوان): بنية الأخبار في القنوات العربية، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005-2006م.
- 69- ثنيو (سمية): الطلبة الجزائريون والبرامج التنموية في الفضائيات العربية، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة 2006-2007م.
- 70- دراحي (السعيد): عادات وأنماط مشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين، قسم الدعوة والإعلام، 2002-2003م.

قائمة المصادر والمراجع

- 71- عباسي (إبراهيم): التلفزيون الجزائري و المشاهد، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام، جامعة الجزائر معهد الإعلام والاتصال 1992-1993م.
- 72- هاشم إمام (محمد أحمد): البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية، مذكرة ماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة الأزهر، مصر، 2006م.
- 73- هواري (سميرة): البرامج الدينية في إذاعة الصومام المحلية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، قسنطينة 2004-2005م.
- 4- المعاجم والقواميس:
- 74- ابن منظور: لسان العرب، ط1، ج1، مطبعة بولاق، مصر، 1300م.
- 75- إبراهيم مذكور: معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة العامة للكتاب، مصر، 1975م.
- 76- الموسوعة العربية العالمية: مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع، ج18، ط2، 1999م.
- 77- جماعة من كبار المؤلفين العرب، بتكليف من المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، المعجم العربي الأساسي لاروس 1989م.
- 78- محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1996م.
- 79- معجم المصطلحات الإعلامية: دار الشروق، القاهرة، مصر، 1409هـ/1989م.

ثانيا/المراجع باللغة الأجنبية:

- 80 -N.Vittadini, *comunicare com I new media* « ed, Bompiani, Milano, 1998.
- 81-Mohamed Bouhebila : *Réception TV par satellite, technique de la parabole à la portée de tous*, ED, distribution Houma, Alger, 2000
- 82-Philippe Gerard: *télévisions mutations. Revue de la communication. N° 71, e.h.c sciences sociales . Grenoble . 1995 .*
- 83- Lotfi Meherzi : *Les images spaciales un défi pour le Maghreb, revue Algérienne de communication n°2, insic , mars 1988*
- 84-Maurice Angers, *initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines,casbah université Alger,édition CECINC . Québec, 1997*
- 85 - *Echos de L'université de Skikda ,N°00,Avril2004*

ثالثاً/مواقع الأنترنت:

- 86- على حسين طونية و وسام فاضل:مشاهدة الجمهور العراقي للقنوات الفضائية العربية - دراسة ميدانية-
www.azzaman.asp لأغماط الأذواق لدى الجمهور العراقي عن موقع:
- 87- مقال بعنوان: بداية البث عن طريق الأقمار الصناعية عن موقع:
www.télé satellite.com
- 88-Satellite de communication à usage commerciale:
www.users.skynet.be/fmtech-sat.html.
- 89- سلام الكواكبي : بين مقطوعات الفيديو والبرامج الدينية،عن موقع:
www.ahewar.org
- 90- ممدوح أكوشان: هل لنجح الإسلاميون فضائياً؟ موقع بحور المقالات العربية
www.bohor.com
- 91- شرارة مجاهد ،قناة الناس هل تضحك على الناس ، عن موقع: "
www.islamonline.com
- 92- موقع قناة الناس على الأنترنت:
www.elnas.tv
- 93- موقع قناة المجد الفضائية:
www.almajd tv.net
- 94- محمد أحمد هاشم إمام: البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية، عن موقع:
www.biblioislam.net
- 95- معتز على الجنابي:تطوير الفضائيات الدينية بين الحاجة والآلية والدعم، عن موقع:
www.arabiat.com
- 96- موقع قناة اقرأ على الانترنت .
www.IQRATV.com
- 97- أنور العمري : الإعلام الإسلامي في القنوات الفضائية ، ط2 ، دار الأندلس الخضراء للنشر و التوزيع
www.Islamtoday.com عن موقع:

﴿ الفهرس ارس ﴾

- 1- فهرس الموضوعات
- 2- فهرس الجداول

فهرس الموضوعات

الصفحة

الموضوع

المقدمة

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

المبحث الأول:

- 1-الإشكالية.....02
- 2- تساؤلات الدراسة.....03
- 3- أهداف الدراسة وأهميتها.....03
- 4- مفاهيم الدراسة.....04
- المبحث الثاني:
- 5- منهج الدراسة ومجالها.....08
- 6- مجتمع الدراسة وعينته.....09
- 7- أدوات جمع البيانات وتحليلها.....12
- 8- الدراسات السابقة.....19

الفصل الثاني

البث الفضائي المباشر وبرامج الفضائيات العربية الدينية

المبحث الأول: الأقمار الصناعية والبث التلفزيوني الفضائي المباشر

- 1- نشأة الأقمار الصناعية وتطورها.....31
- 2- البث التلفزيوني الفضائي المباشر وظهور الفضائيات العربية.....39
- 3- ظهور الفضائيات العربية الدينية.....42

المبحث الثاني: برامج الفضائيات العربية الدينية

- تمهيد.....49
- 1- واقع برامج الفضائيات العربية الدينية.....50
- طرق تحضير وإعداد برامج الفضائيات العربية الدينية.....50
- القائم بالاتصال في الفضائيات العربية الدينية.....52
- الرسائل المحتواة في البرامج الدينية.....54

- 56..... - البرامج الدينية وجمهور المتلقين
58..... 2- آفاق تطوير برامج الفضائيات العربية الدينية.....

الفصل الثالث

عادات مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية

المبحث الأول: خصائص عينة الدراسة:

- 65..... 1- النوع والتخصص العلمي
66..... 2- النوع ومكان الإقامة
66..... 3- النوع واستقبال القنوات الفضائية العربية.....

المبحث الثاني: الأيام المفضلة للمشاهدة وأسباب تفضيلها

- 68..... 1- درجة مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية
74..... 2- عدد أيام المشاهدة في الأسبوع
79..... 3- الأيام المفضلة للمشاهدة
86..... 4- أسباب تفضيل أياما معينة دون غيرها
87..... 5- فترات المشاهدة المفضلة

المبحث الثالث: ترتيب أهم الفضائيات العربية الدينية المفضلة وظروف مشاهدتها

- 92..... 1- الحجم الساعي اليومي للمشاهدة
100..... 2- تحديد أهم الفضائيات العربية الدينية المفضلة
103..... 3- ترتيب ثلاث فضائيات عربية دينية مفضلة
104..... 4- ظروف مشاهدة أفراد العينة لبرامج الفضائيات العربية الدينية

الفصل الرابع

أنماط مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية

المبحث الأول: البرامج الدينية المفضلة وزيادة الوعي الديني للجماهير

- 108..... 1- البرامج الدينية المفضلة للمشاهدة
112..... 2-دواعي وأسباب تفضيل برامج دينية معينة دون غيرها
114..... 3-الزيادة في الوعي الديني للجماهير والنوع
116..... 4-دواعي وأسباب زيادة الوعي الديني والنوع

- المبحث الثاني: الزيادة في معلومات الطلبة ومدى الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية
- 1- أسماء بعض الدعاة والإعلاميين المفضلين لمشاهدتهم 117
 - 2- مدى الزيادة في معلومات الطلبة من خلال المشاهدة 118
 - 3- مدى الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية 124

الفصل الخامس

تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية

المبحث الأول: مدة قراءة الكتب ومراجعة الدروس يوميا

- 1- قراءة الكتب ومراجعة الدروس في اليوم 131
 - 2- مدة القراءة والمراجعة في اليوم 135
- المبحث الثاني: التأثير على القراءة والمراجعة لدى أفراد العينة .

- 1- تأثير المشاهدة على القراءة والمراجعة لدى أفراد العينة..... 141

الفصل السادس

آراء الطلبة في برامج الفضائيات العربية الدينية

المبحث الأول: أهمية المواضيع وكيفية اكتساب قاعدة كبيرة من الجمهور

- 1- أهمية المواضيع التي تناوّلها برامج الفضائيات العربية الدينية 147
- 2- كيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين 152

المبحث الثاني:

- 1- الاقتراحات المناسبة لتطوير برامج الفضائيات العربية الدينية 158
- استنتاجات الدراسة..... 162
- الخاتمة..... 166
- الملاحق..... 169
- قائمة المصادر والمراجع..... 175
- فهرس الموضوعات..... 182
- فهرس الجداول..... 185

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع عينة الدراسة حسب النوع والتخصص العلمي	65
02	توزيع عينة الدراسة حسب النوع ومكان الإقامة	66
03	توزيع عينة الدراسة حسب النوع واستقبال القنوات الفضائية العربية	65
04	توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية	68
05	توزيع عينة الدراسة حسب درجة المشاهدة والنوع	69
06	توزيع عينة الدراسة حسب درجة المشاهدة ومكان الإقامة	71
07	توزيع عينة الدراسة حسب درجة المشاهدة والتخصص العلمي	72
08	توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع	74
09	توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع والنوع	75
10	توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع ومكان الإقامة	76
11	توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع و التخصص العلمي	78
12	توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة للمشاهدة	79
13	توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة للمشاهدة والنوع	80
14	توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة للمشاهدة ومكان الإقامة	82
15	توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة للمشاهدة و التخصص العلمي	84
16	توزيع عينة الدراسة حسب أسباب تفضيل المشاهدة في أيام دون غيرها	86
17	توزيع عينة الدراسة حسب فترات المشاهدة المفضلة	87
18	توزيع عينة الدراسة حسب فترات المشاهدة المفضلة والنوع	88
19	توزيع عينة الدراسة حسب فترات المشاهدة المفضلة ومكان الإقامة	89
20	توزيع عينة الدراسة حسب فترات المشاهدة المفضلة و التخصص العلمي	90
21	توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي اليومي للمشاهدة.	92
22	توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي اليومي للمشاهدة والنوع	94
23	توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي اليومي للمشاهدة ومكان الإقامة	96
24	توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي اليومي للمشاهدة والتخصص العلمي	97
25	توزيع عينة الدراسة حسب أهم الفضائيات العربية الدينية المفضلة	100
26	توزيع عينة الدراسة حسب أهم الفضائيات العربية الدينية المفضلة والنوع	101
27	توزيع عينة الدراسة حسب ترتيب ثلاث فضائيات عربية دينية مفضلة	103
28	توزيع عينة الدراسة حسب ظروف مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية	103

104	توزيع عينة الدراسة حسب ظروف مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية والنوع	29
108	توزيع عينة الدراسة حسب البرامج الدينية المفضلة للمشاهدة	30
110	توزيع عينة الدراسة حسب البرامج الدينية المفضلة للمشاهدة والنوع	31
112	توزيع عينة الدراسة حسب دواعي تفضيل برامج دينية معينة .	32
113	توزيع عينة الدراسة حسب دواعي تفضيل برامج دينية معينة والنوع	33
114	توزيع عينة الدراسة حسب الزيادة في الوعي الديني للجماهير والنوع	34
116	توزيع عينة الدراسة حسب دواعي زيادة الوعي الديني والنوع	35
117	توزيع عينة الدراسة حسب بعض الدعاة والإعلاميين المفضلين مشاهدة على الفضائيات الدينية	36
118	توزيع عينة الدراسة حسب الزيادة في معلومات الطلبة من خلال مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية	37
119	توزيع عينة الدراسة حسب الزيادة في معلومات الطلبة من خلال مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية والنوع	38
121	توزيع عينة الدراسة حسب الزيادة في معلومات الطلبة من خلال مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية و مكان الإقامة	39
122	توزيع عينة الدراسة حسب الزيادة في معلومات الطلبة من خلال مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية و التخصص العلمي	40
124	توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية.	41
125	توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية والنوع	42
126	توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية ومكان الإقامة	43
127	توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية والتخصص العلمي	44
131	توزيع عينة الدراسة حسب قراءة الكتب ومراجعة الدروس يوميا	45
131	توزيع عينة الدراسة حسب قراءة الكتب ومراجعة الدروس يوميا والنوع	46
133	توزيع عينة الدراسة حسب قراءة الكتب ومراجعة الدروس يوميا ومكان الإقامة	47
134	توزيع عينة الدراسة حسب قراءة الكتب ومراجعة الدروس يوميا والتخصص العلمي	48
135	توزيع عينة الدراسة حسب مدة القراءة والمراجعة في اليوم	49
136	توزيع عينة الدراسة حسب مدة القراءة والمراجعة في اليوم والنوع	50
138	توزيع عينة الدراسة حسب مدة القراءة والمراجعة في اليوم ومكان الإقامة	51
139	توزيع عينة الدراسة حسب مدة القراءة والمراجعة في اليوم والتخصص العلمي	52
141	توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة والمراجعة	53

142	توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة والمراجعة والنوع	54
143	توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة والمراجعة ومكان الإقامة	55
144	توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية على القراءة والمراجعة والتخصص العلمي	56
147	توزيع عينة الدراسة حسب أهمية المواضيع التي تناوها برامج الفضائيات العربية الدينية	57
148	توزيع عينة الدراسة حسب أهمية المواضيع التي تناوها برامج الفضائيات العربية الدينية والنوع	58
149	توزيع عينة الدراسة حسب أهمية المواضيع التي تناوها برامج الفضائيات العربية الدينية ومكان الإقامة	59
150	توزيع عينة الدراسة حسب أهمية المواضيع التي تناوها برامج الفضائيات العربية الدينية والتخصص العلمي	60
152	توزيع عينة الدراسة حسب كيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين	61
153	توزيع عينة الدراسة حسب كيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين والنوع	62
155	توزيع عينة الدراسة حسب كيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين ومكان الإقامة	63
156	توزيع عينة الدراسة حسب كيفية اكتساب الفضائيات العربية الدينية قاعدة كبيرة من المشاهدين والتخصص العلمي	64
158	توزيع عينة الدراسة حسب الاقتراحات المناسبة لتطوير برامج الفضائيات العربية الدينية	65