

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية أصول الدين والشريعة

و الحضارة الإسلامية

قسم: الدعوة و الإعلام و الاتصال

تخصص: اتصال دعوي

جامعة الأمير عبد القادر

للعلوم الإسلامية

-قسنطينة-

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل:

موضوع البحث

البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية
دراسة ميدانية تحليلية

مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الدعوة و الإعلام و الاتصال

إشراف:

أ.د : بوبكر عواطي

إعداد الطالب:

غراب عز الدين

أعضاء اللجنة

| الاسم واللقب | الصفة | الرتبة العلمية | الجامعة الأصلية |
|----------------|-------|----------------------|-------------------------|
| عبدالله بوجلال | رئيسا | أستاذ التعليم العالي | جامعة الأمير عبد القادر |
| بوبكر عواطي | مقررا | أستاذ التعليم العالي | جامعة الأمير عبد القادر |
| فضيل دليو | عضوا | أستاذ التعليم العالي | جامعة الأمير عبد القادر |
| نورالدين سكحال | عضوا | أستاذ التعليم العالي | جامعة الأمير عبد القادر |

جامعة الأزهر

مؤتمر
العلوم
الاسلامية

اهداء

إلى من ربط الله رضاه برضائهما: والدي الكريمين

﴿ و بالوالدين إحسانا ﴾

إلى زوجتي و رفيقة دربي خليفي سعاد

﴿ خير متاع الدنيا الزوجة الصالحة ﴾

وإلى إخوتي: مصطفى، سمير

و أخواتي: سامية، دليلة، أمال، فوزية، رشيدة

إلى اعز الأشخاص إلى قلبي بعد والدي و زوجتي ابني هيثم

﴿ المال و البنون زينة الحياة الدنيا ﴾

إلى كل الأهل والأقارب

إلى زملائي وأصدقائي في الدراسة بقسم الدعوة والإعلام و الاتصال

دفعة 2006 م

زوبير زرزايحي، عبد الباقي قواسمية، نور الدين لبجيري، فيصل مهمل،

أبو اليقظان احمد الشيخ...

إلى السادة الأساتذة بثانوية جميل العربي سدراتة

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

إلى هؤلاء جميعا أهدي هذا العمل المتواضع

عزالدين غراب بن عبد الرحمان

شكر و عرفان

اللهم لك الحمد حتى ترضى و لك الحمد إذا رضيت

اللهم لك الحمد، حمدا كثير طيبا مباركا فيه

يليق بجلال وجهك و عظيم سلطانتك

نشكرك اللهم إذ وفقنا لإنجاز هذا العمل المتواضع

والشكر و التقدير و العرفان موصول لأستاذي المشرف على هذا العمل

الأستاذ الدكتور: بوبكر عواطي، الذي أنفق من وقته الكثير لمتابعة هذا البحث

في كل مراحل و لم يبخل علينا من نصائحه و توجيهاته خاصة في الجانب المنهجي

ليخرج البحث في ثوب لائق، و لم يتوانى في تقديم ما بوسعه من رعاية و تشجيع

كما أتقدم بالشكر الجزيل لأساتذتي الذين استفدت منهم في سنوات الدراسة

وأخص بالذكر الأستاذ الدكتور: عبد الله بوجلال، فضيل دليو، نصير بوعلي

كما أتقدم بالشكر إلى عمال إذاعة سوق أهراس الجهوية

على حسن الاستقبال طيلة فترة تواجدي بالمحطة

و أخص بالذكر منصف مروش

وإلى كل طلبة جامعة سوق أهراس على تعاونهم معنا.

إليهم كلهم جميعا تحية شكر و عرفان

جامعة الأمير

﴿ المقدمة ﴾

عبد القادر العظم للإسلامية

المقدمة:

يتجاوز ميدان وسائل الإعلام و الاتصال في مجتمعنا المعاصر حدود الوصف و التصور، لما يتميز به من ضخامة و تنوع و سرعة في الابتكار و الانتشار، إضافة إلى ما يشتمل عليه من قدرات بشرية و ما ينجم عنها من خطط و استراتيجيات و برامج، و ما يمتلكه من أدوات و وسائل و تكنولوجيات حديثة، و بنى أساسية، موجهة كلها لخدمة الأفراد و الجماعات و المؤسسات و المجتمعات في عالم الاتصال.

يمثل الاتصال بين الأشخاص جزءا مهما من الشبكة الاتصالية، سواء في الدول المتقدمة أو الدول النامية، و يتخذ قنواتا و أشكالا عديدة: (الإشارات، الرموز، الكتابة، اللغات...) و غيرها من الطرق و الأشكال البدائية البسيطة التي استخدمها الإنسان منذ القدم و لا تزال تستخدم إلى يومنا الحالي.

و قد تعزز ميدان الإعلام و الاتصال بظهور وسائل حديثة كالطباعة و الهاتف و البرق و الفاكس و آلة التصوير وصولا إلى الراديو و التلفزيون. فحدث تحولا أساسيا في عالمنا المعاصر، فالرسائل بكل أنواعها أصبحت تنقل باستمرار إلى أعداد ضخمة من جمهور المستقبلين في شكل برامج إخبارية و ترفيهية و اجتماعية و ثقافية و رياضية و دينية و غيرها من البرامج التي تتناول مواضيع متنوعة تهم جمهور وسائل الإعلام.¹

و كما هو معلوم فإن الساحة الإعلامية و خاصة في البلدان العربية ظلت خالية من الإذاعات المحلية و الجهوية، مقتصرة فقط على الإذاعات المركزية، ومع مرور الزمن بدأنا نعيش فترة اللامركزية في لبث الإذاعي، و الذي تزامن مع ميلاد و ظهور العديد من الإذاعات الجهوية في بعض البلدان العربية الرائدة كمصر و لبنان و غيرها، ثم صارت لكل دولة عشرات الإذاعات المحلية و الجهوية.

و إذا علمنا أن اهتمامات الجمهور المحلي و الجهوي اهتمامات خاصة، و مشاكله

1. شون ماكرايد و آخرون: أصوات متعددة و عالم واحد، الاتصال و المجتمع اليوم و غدا، د.ط، الشركة الوطنية للنشر و

و انشغالاته مختلفة و تحتاج معالجة متميزة، أدركنا ضرورة إيجاد وسيلة إعلامية تكون اقرب من هذا النوع من الجمهور، و أكثر إحاطة بمشاكله و انشغالاته و اقدر من غيرها على صياغة حلول لمشاكله، هذه الوسيلة هي الإذاعة الجهوية.

و مما لا يجب إغفاله أن الدين الإسلامي يعد في مجتمعاتنا المرجعية الأولى التي تحدد النسق القيمي و الثقافي و الاجتماعي للأمة، و مصدر المبادئ و القيم و المثل العليا التي يجب علينا إيمان و الالتزام بها، لكن هل من أهمية لهذه المبادئ و القيم و المثل، إذا لم يتم تعميمها لتصل إلى عامة الناس؟ بالطبع لن يتأتى لنا ذلك إلا إذا أخذت هذه القيم و المبادئ و المثل فرصتها من النشر و الإعلان، و لا يتم ذلك إلا بأمرين أساسيين:

امتلاك وسائل إعلامية حديثة و متطورة، و وضع برامج و خطط عملية ناجعة.

لقد أصبحت وسائل الإعلام و الاتصال: (المكتوبة، المسموعة و المرئية)، تستحوذ على قدر كبير من الأهمية و الاهتمام، و ذلك لما لها من قوة التأثير على الأفراد و الجماعات، و لكونها الأداة المؤيدة للقوة الاقتصادية و السياسية و العسكرية و الإيديولوجية.¹

و لهذا الغرض عملت البلدان العربية و منها الجزائر على امتلاك ارقى الوسائل، و يمكن القول أن ما أصبحت تمتلكه البلدان العربية لا يختلف كثيرا عن ما تمتلكه البلدان الغربية، لكن الإشكال ظل في التوظيف غير العقلاني و السلبي لهذه الوسائل، لذا فان البلدان العربية و على رأسها الجزائر مطالبة باستغلال هذه الوسائل استغلالا جيدا، و إيجاد إعلاميين على اطلاع كبير بأمر الشريعة و أبجديات العمل الإسلامي حتى تتمكن من وضع نظريات و خطط و استراتيجيات ناجعة.

إن كل نظرية من النظريات أو فكرة من الأفكار، من أجل أن تتحقق و تشق طريقها إلى الواقع، و من أجل أن تتجسد في الحياة، تحتاج إلى برامج و إلى خطط تنفيذية عملية، أما بقيت في المجال النظري دون أن تتوفر لها البرامج و الخطط التنفيذية التطبيقية فإنها لا تترك أثراً في حياة الناس، ولا يمكن أن تتأكد من سلامتها و صحتها و انعكاساتها، وهذا يجري على مختلف أنواع النظريات السياسية و الاقتصادية و العلمية و الاجتماعية و الدينية، و حتى على المستوى الشخصي، فالفرد إذا كانت لديه فكرة أو طموح ما، يريد أن يصل إليه

1. عماد حسن مكاي و ليلي حسين السيد: الاتصال و نظرياته المعاصرة، مركز جامعة القاهرة، 1999، ص 03.

و يحقته حتى مع توفر الإمكانيات، فإنه يحتاج إلى خطة عمل أو برنامج، و في بعض الأحيان تكون هناك نظرية أو فكرة صحيحة و لكن البرنامج غير صحيح، هذه النظرية لا تعطي نتائج جيدة، إذ لا بد من نظرية صحيحة و يرافقها برنامج صحيح متناسب معها، حتى يمكن التأكد من صحة هذه النظرية و الاستفادة من تأثيراتها
من هنا تتأكد أهمية البرمجة في إصلاح المجتمعات و الأفراد.

إن البحث في موضوع البرامج الدينية إنما هو نابع من اعتقادنا بأهمية هذه البرامج في
ة البناء و التنشئة، لما للدين الإسلامي من دور حيوي في استقامة المجتمع و تذيب سلوكياته، و أن أي محاولة إصلاح لشعوبنا العربية و الإسلامية بغير الدين هي محاولة فاشلة.
و من وجهة نظري الخاصة فإن الدراسات و الأبحاث في ميدان تعامل جمهور المستمعين مع البث الإذاعي الجهوي و خاصة ما تعلق بجانب البرامج الدينية فيه، لا يزال ميدانا بكرًا في الجزائر ولم يدرس بشكل كاف.

أزمة العالم الإسلامي و الأمة العربية و المجتمع الجزائري أزمة أخلاقية و أن معالجة هذه الأزمة لن يكون إلا من خلال العودة إلى تعاليم الإسلام الصحيحة و تطبيق المنهج الإسلامي في كل مراحل الحياة و أن لا يقتصر تطبيقه على جانب دون آخر، و لن يتحقق ذلك إلا من خلال إصلاح و معالجة الخطاب الديني ليكون في مستوى هذا التحدي فيؤدي دوره المنوط به كاملاً.

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

و ضمن هذا السياق العام الذي سردته تدرج دراستي هذه عن البرامج الدينية في الإذاعة الجهوية، و تحديدا إذاعة سوق أهراس الجهوية الجزائرية.
و تعد هذه الدراسة الأولى التي تتناول إذاعة سوق أهراس الجهوية بالذات، و هي من الإذاعات حديثة النشأة، إضافة إلى أن هذه الدراسة تناولت مبحثين مستقلين في دراسة واحدة: (دراسة تحليلية و دراسة ميدانية).

و على هذا الأساس قام الباحث بتقسيم البحث إلى خمسة فصول بطريقة تسلسلية منطقية و ذلك على النحو التالي:

الفصل الأول:

و قد خصصته لإطار الدراسة و منهجيتها، و قد اشتمل على ثلاثة مباحث:

المبحث الأول:

و تناولت فيه إشكالية البحث و تساؤلاته، وأهداف الدراسة و أسباب اختيار الموضوع إضافة إلى تحديد أهمية الدراسة.

المبحث الثاني:

و تناولت فيه، مفاهيم الدراسة و مصطلحاتها، و الدراسات السابقة التي لها صلة بموضوع البحث سواء الجزائرية أو العربية.

المبحث الثالث:

و تناولت فيه الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية: (مجتمعها - عينتها - منهجها)
و الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية: (مجتمعها - عينتها - منهجها)

الفصل الثاني:

و هو بعنوان: البث الإذاعي و البرامج الدينية، و قد قسمته إلى ثلاثة مباحث:
المبحث الأول: خصصته للحديث عن الإذاعة، الخصائص و الوظائف.
المبحث الثاني: تناولت فيه نشأة الإذاعة الجزائرية و بداية البث الإذاعي.
المبحث الثالث: تناولت فيه واقع البرامج الدينية الإذاعية وآفاق تطويرها.

الفصل الثالث:

و قد خصصته للدراسة التحليلية من خلال تحليل البرامج الدينية.

الفصل الرابع:

و خصصته للدراسة الميدانية

الفصل الخامس:

و خصصته لاستعراض نتائج الدراسة التحليلية و الميدانية.

و الله نسال حسن التوفيق و حسن السداد

﴿ الفصل الأول ﴾
إطار الدراسة و منهجيتها

جامعة الأمير عبد الوهاب
العلوم الإسلامية

﴿ الفصل الأول ﴾

إطار الدراسة و منهجيتها

المبحث الأول:

- 1- الإشكالية.
- 2- تساؤلات الدراسة.
- 3- أهداف الدراسة.
- 4- أهمية الدراسة.

المبحث الثاني:

- 1- مفاهيم الدراسة و مصطلحاتها.
- 2- الدراسات السابقة.

المبحث الثالث:

1. الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية.
(مجالها - مجتمعها - عينتها - منهجها)
2. الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.
(مجتمعها - عينتها - منهجها)

الفصل الأول: إطار الدراسة و منهجيته

خصص الباحث الفصل الأول لإطار الدراسة و منهجيتها، و ذلك بعد أن تم تقسيم الفصل إلى ثلاثة مباحث أساسية و هي:

المبحث الأول:

1. الإشكالية:

تقوم وسائل الإعلام و الاتصال بمختلف أنواعها - المكتوبة، المسموعة و المرئية - بدور هام و حيوي في تكوين اتجاهات الجمهور أو دعمها أو تعديلها، و بالتالي توجيهها في خدمة المجتمع، و التوجه السياسي و الاقتصادي و الإيديولوجي للدولة.

إضافة إلى دورها الفاعل في تنشئة و توعية المواطن اجتماعيا و اقتصاديا و ثقافيا و سياسيا و دينيا... بطريقة تجعل منه مواطنا صالحا للمجتمع الذي يعيش فيه و الأمة التي ينتمي إليها. و إذا علمنا أن القرآن الكريم يمثل في الديار العربية و الإسلامية المرجعية المطلقة و الأبدية التي تتحكم في الواقع المعيش لشعوب هذين العالمين، و تتعاطى مع إشكالاته و تصيغ الحلول لمعضلاته، و تحدد طبيعة السلوك الذي يجب أن يكون عليه الفرد في هذا المجتمع، تأكدت ضرورة امتلاك هذه الوسائل و التكنولوجيات الحديثة لكي توظف في هذا المجال.

و إذا كانت البلدان العربية و الإسلامية و منها الجزائر تمتلك قدرا كبيرا من هذه الوسائل، و الأجهزة المعاصرة، و الهياكل... فان المطلوب منها هو حسن إدارة و توظيف هذه الوسائل و المكتسبات لتحقيق الأهداف المسطرة. و المتمثلة أساسا في الحفاظ على قيمنا الإنسانية و الأخلاقية و الدينية و هويتنا و موروثنا الحضاري و وجودنا كأمة قيادة للبشرية.

لقد أضحت وسائل الإعلام تندرج ضمن خانة الوسائل الأكثر أهمية، و التي تنافس المؤسسات الأخرى كلها: (الأسرة، المؤسسات التربوية و التعليمية، المسجد، الجمعيات الخيرية...)، بل أصبحت عاملا للتفاعل بين الأنظمة الاتصالية و بين مختلف أوجه الحياة المادية و الروحية للأفراد و الجماعات.¹

فإذا أردنا أن ننطلق من موروثنا الحضاري كأمة نوديت من عنان السماء، لتكون خير أمة أخرجت للناس تأمر بالمعروف و تنهى عن المنكر و تسعى لكي تخرج الناس من الظلمات إلى

1. فريال مهنا: علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية، ط.1، دار الفكر المعاصر، لبنان، 2002، ص " أ "

النور - عن طريق إيصال تعاليم الإسلام السمحة إلى الناس - وجب إيجاد إعلاميين محترفين على إطلاع كبير بأمر الشريعة و أجدديات العمل الإسلامي، أو دعاة على دراية كبيرة بالعمل الإعلامي، إلى جانب امتلاك ارقى وسائل الإعلام و الاتصال، حتى نتمكن من إعداد برامج دينية تحقق الهدف المنشود و تؤدي الرسالة الإعلامية على الوجه الصحيح، بعيدا عن التعصب و التشدد و الأهواء و المصالح الدنيوية الضيقة.

لقد أصبحت البرامج الدينية تساهم بشكل فعال في عملية البناء و التنشئة، لما للدين الإسلامي من دور حيوي في استقامة المجتمع و تهذيب سلوكياته، و أن أي محاولة إصلاح لشعبنا بعيدا عن الدين هي محاولة فاشلة.

و مما هو جلي اليوم أننا نعيش البث الإذاعي بمختلف أشكاله، و هو يشكل فضاء كبيرا في حياتنا المعاصرة، فقد أصبحت المحطات الإذاعية وسيلة لاختصار المسافات و الأزمنة ونقل المعلومات و المعارف المختلفة بفضل التطور الهائل لتكنولوجيات الإعلام و الاتصال.

إن أغلب المهتمين و الأخصائيين يتفقون على أن وسائل الإعلام و الاتصال السمعية و تحديد الإذاعات الجهوية و المحلية، من أهم وسائل الاتصال، و ذلك لما تتميز به من مميزات لا تتوفر في الوسائل الأخرى خاصة في ظل التنامي المتسارع للتكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال، و أنها قادرة على إحداث التفاعل بين مختلف أوجه الحياة المادية و الروحية للأفراد و المجتمعات.¹

فالإذاعات المحلية و الجهوية تلعب في الكثير من الأوقات و في العديد من القضايا دور الوسيط، بين القمة و القاعدة، أو بين السلطة و المواطن، خاصة في المناطق النائية أو المناطق التي تكون شبه معزولة و ذلك على المستوى الوطني، أما على المستوى المحلي و الافليمي فهي تربط بين المواطن و أجهزة الحكم المحلية، من خلال توصيل إرشادات و تعليمات الإدارة المحلية، و بالمقابل تتعرف السلطات المحلية على آراء و انشغالات و مشاكل المواطن.²

وكما أشرنا سابقا في الإشكالية فإن انصب البرامج لإصلاح الأفراد و المجتمعات هي البرامج الدينية، و أن الوسيلة الأقرب للجمهور هي الإذاعات الجهوية،

1. فريال مهنا: المرجع السابق، ص "أ".

2. صالح بن بوزة: الصحافة الجهوية، المفهوم و الخصائص و الوظائف، حوليات جامعة الجزائر، العدد 03، السنة 1994، ص 174-173.

ضمن هذا السياق تندرج دراستي هذه و التي أردتها أن تكون دراسة تحليلية و ميدانية، عن البرامج الدينية المقدمة في إحدى الإذاعات الجهوية في الجزائر، و تحديدا إذاعة سوق أهراس الجهوية، و معرفة المواضيع التي تركز عليها، و المصادر التي تستقي منها مادتها الإعلامية، و الحجم الزمني الذي تخصصه الإذاعة لهذا النوع من البرامج، و ابرز الأنماط و الأشكال المستخدمة في البث الإذاعي، و مدى استجابة برامج هذه المحطة الإذاعية لاحتياجات جمهور المستمعين. و بالتالي يكون التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة:

ما هي الموضوعات التي تتناولها البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية؟
و هل تحقق احتياجات و اشباكات جمهور المستمعين؟

و سيندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية نجملها في الآتي:

2. تساؤلات الدراسة:

أ: تساؤلات الدراسة التحليلية:

- 1- ما هي البرامج الدينية التي تعرض في إذاعة سوق أهراس الجهوية ؟
- 2- ما هي المصادر التي تعتمد عليها إذاعة سوق أهراس الجهوية في إعداد البرامج الدينية؟
- 3- ما هي الطرق التي اعتمدها إذاعة سوق أهراس الجهوية لتحقيق اهدافها؟
- 4- ما هي الأشكال الفنية التي تقدم بها البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية؟
5. ما هي المحددات الدالة على البعد الجهوي في إذاعة سوق أهراس؟
- 5- ما هي اللغة التي تستخدمها البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية؟
- 6- ما هو الحجم الزمني المخصص للبرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية؟

أ: تساؤلات الدراسة الميدانية:

- 1- ما هي عادات و أنماط استماع الطلبة للبرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية؟
- 2- هل تحقق البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية استفادة لجمهورها؟
- 3- هل تلي البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية احتياجات و اشباكات جمهورها؟
4. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث عادات و أنماط استماع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير النوع و مكان الإقامة و التخصص العلمي؟

3 . أهداف الدراسة:

إن أي بحث علمي لا يمكن انجازَه دون تحديد الهدف منه. فهدف البحث يمثل نهايات سلوكية يتم تحصيلها نتيجة أنشطة خاصة موجهة لذلك، أو هي عبارات تصف أنواع السلوك الذي سيحصل عليه الأفراد أو الجهات المعنية نتيجة ممارستهم للمعارف و الخبرات و الأنشطة التي تشير إليها هذه الأهداف. و تشتمل هذه الدراسة على عدة أهداف نجملها في ما يلي:

أ. الأهداف العلمية:

- 1- دعم المكتبة الجزائرية بدراسة جديدة حول موضوع البرامج الدينية في الإذاعات الجهوية
 - 2- إثراء الدراسات السابقة حول موضوع البرامج الدينية في الإذاعات الجهوية في الجزائر.
 - 3- توضيح الأهمية التي تمثلها الإذاعة الجهوية خاصة و الإعلام المحلي و الجهوي عامة، لقرنها من جمهور المستمعين و معرفتها بنوعية و طبيعة القضايا التي تهتمه.
 - 4- تحديد العلاقة بين وسائل الإعلام من جهة و الدين و الأخلاق و القيم من جهة أخرى.
- ب. الأهداف العملية:

1. التعرف على واقع البرامج الدينية في الإعلام السمعي من خلال إذاعة سوق أهراس الجهوية.
2. معرفة المصادر التي تعتمد عليها الإذاعة في إعداد البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية.
3. معرفة الأشكال الفنية التي تقدم بها البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية.
4. التعرف على الموضوعات التي تعالجها البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية.
5. معرفة اللغة المستخدمة في إعداد و عرض البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية.
6. معرفة علاقة الاستماع ببعض المتغيرات (النوع، مكان الإقامة و التخصص العلمي...).
7. الإسهام من خلال ما سنتوصل إليه من نتائج من هذه الدراسة في إتاحة الفرصة للإذاعة للتخلص من النقائص التي تعاني منها شكلا و مضمونا من خلال تحسين الأداء و تطوير التقنيات و الأساليب للوصول إلى جمهور المستمعين بيسر و فعالية و أكثر تأثير.

ج. الأهداف الذاتية:

- 1- اكتساب المزيد من الخبرات في مجال العمل الإعلامي عامة و العمل الإذاعي تحديدا و ذلك من خلال التقرب من الإذاعة و الاحتكاك بطاقمها و متابعة برامجها و نشاطاتها المختلفة.
- 2- محاولة إثبات القدرات في مجال العمل الإعلامي الإذاعي تمهيدا لإيجاد مكانة بين طاقم الإذاعة خاصة و هي بحاجة إلى متخصصين في الإعلام الديني.

3- دراسة الموضوع تكسب الباحث فائدة من خلال الاطلاع على أكبر عدد ممكن من المراجع و الدراسات السابقة و المشاهدة ذات الصلة بالموضوع.

4. أهمية الدراسة:

تعد هذه الدراسة - التي تتناول مضمون البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية و اتجاهات الجمهور نحو هذه البرامج، و عادات و أنماط الاستماع لها، و مدى استفادته منها - إضافة جديدة في ميدان البحث العلمي، لأن ما سيقدم في هذه الدراسة لا يتم استعراضه إلا من خلال مبحثين مستقلين على الأقل.

فميزة هذه الدراسة أنها تجمع بين الدراسة التحليلية: تحليل مضمون البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية، و الدراسة الميدانية: جمهور إذاعة سوق أهراس الجهوية، في بحث واحد تختصر على الطلبة الكثير من الجهد في البحث عن كل جزئية على حدى.

كما أن أهمية هذه الدراسة تكمن أيضا كونها الدراسة الأولى لهذه المحطة الإذاعية حديثة النشأة، و بالتالي ستكون دراسة رائدة للمحطة في الولاية.

تكتسي هذه الدراسة أهمية كبيرة، كونها محاولة لتدارك النقص الذي ميز الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع، و إجلاء اللبس و الغموض الذي يكتنف قضية تعامل جمهور المستمعين و تحديدا طلبة الجامعة مع المحطات الإذاعية ذات المضمون الديني الإسلامي، خاصة إذا علمنا أن الدراسات التي خصت العينة المختارة في هذه الدراسة قليلة نسبيا.

كما تتضح أهمية هذا الموضوع في كونه إضافة للدراسات السابقة في هذا الميدان، بحيث ستمثل النتائج التي ستفرزها الدراسة، مجموعة حقائق يمكن اعتمادها مستقبلا في مجال العمل الإعلامي السمعي الديني.

و عموما لا تزال بحوث الإعلام السمعي الديني و جمهوره في حاجة إلى المزيد من الدراسة و البحث و القياس. و ما هذه الدراسة إلا حلقة في سلسلة البحث العلمي.

المبحث الثاني:

1. مجال الدراسة و حدودها:

أ: الدراسة التحليلية:

يقصد بمجال الدراسة التحليلية: " كل مفردات الظاهرة التي نرغب في دراستها " ¹.

و المتمثلة في دراستنا هذه في البرامج الدينية التي تبثها إذاعة سوق أهراس الجهوية،

و التي تنحصر في ثلاثة برامج دينية، تقدم كلها يوم الجمعة على فترات متباعدة و هي:

✓ عم يتساءلون:

✓ من هدي النبوة:

✓ أحكام الترتيل:

ب: الدراسة الميدانية:

أما مجال الدراسة الميدانية فينحصر في المجتمع الأصلي لهاته الدراسة، و هو طلبة و طالبات

المركز الجامعي سوق أهراس الذين يتابعون دراساتهم فيها بصورة رسمية و منتظمة، في كلية العلوم

الاجتماعية و الإنسانية و كلية العلوم و التكنولوجيا، و قد بلغ عدد طلبة المركز الجامعي الإجمالي

8178 طالب و طالبة، موزعين على عدة تخصصات، سواء في إطار النظام الكلاسيكي أو النظام

الجديد (ل م د) . و الذين تم اختيار عينة الدراسة منهم. ²

2 - مفاهيم الدراسة و مصطلحاتها:

يعتبر تحديد المفاهيم و المصطلحات في أي بحث ضروري جدا، لأنه يساعد الباحث على

توضيح معانيها و إزالة الغموض حولها، و ذلك لا يتم بطريقة عفوية أو اعتباطية عشوائية، بل يتم

وفق منطق علمي و وحدة منهجية ملائمة. ³

أعتاد العلماء و الباحثون في تعريف المصطلحات المركبة، على تعريف الأجزاء التي تكون

المصطلح المركب على حدى، ثم تعريف المصطلح المركب إجمالا.

و مثاله في دراستنا هذه مصطلح البرامج الدينية.

و فيما يلي أهم المفاهيم المتعلقة بالدراسة:

1. عبيدات ذوقان و آخرون: البحث العلمي، مفهومه أدواته و أساليبه، د.ط، دار مجدلاوي، عمان، د.ت، ص 105.

2. دليل المركز الجامعي: المديرية المساعدة للتنمية و الاستشراف، مصلحة الإعلام و التوجيه، 2010/2009، ص 41.

3. فضيل دليو: أسس البحث و تقنياته في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، الجزائر، 1999، ص 90

أ. البرامج:

✓ لغة: البرامج جمع برنامج: و البرنامج كلمة متداولة بكثرة على لسان العرب، و استعملت للدلالة على معاني عديدة و متباينة، و من ابرز هذه المعاني: منهاج و منهج، خطة عمل، مشروع، بيان أو نشرة، النقاط الأساسية في خطاب أو حفلة، مجموع المهمات المنظورة و الحقائق و الأرقام التي تلقم بها الحاسبة الالكترونية. لقم الحاسبة الالكترونية: زودها بالقيم من الحسابات و الأرقام.¹ الورقة الجامعة للحساب، النسخة التي يكتب عليها المحدث أسماء رواته و أسانيد كتبه. فهرست المكتبات، قائمة الحصص الإذاعية و التلفزيونية. نشرة تحدد شروط العمل أو وقائع الحفلات.²

✓ اصطلاحا:

يعرف البرنامج بأنه: " فكرة تجسد و تعالج تلفزيونيا، باستخدامه كوسيلة تتوفر لها إمكانيات الوسائل الإعلامية، و تعتمد على الصورة المرئية سواء كانت مباشرة أو مسجلة على أفلام و شرائط، و يتشكل و يتخذ قالباً و اضحا ليعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة و تتطور برامج التلفزيون باستمرار، حيث يلاحظ ألونا جديدة و أشكالاً برامجية متميزة من وقت لآخر".³

البرنامج عبارة عن " خطط تنفذ من طرف الفرد أو مجموعة من الأفراد في فترة زمنية محددة لتحقيق أهداف معينة ".⁴

و منه اخذ البرنامج اليومي في وسائل الإعلام و الذي يعني: " مجموعة من الفقرات المنتقاة يتولى وضعه مسؤولي التنفيذ، و يعتبر بمثابة دستور العمل الذي تلتزم به جميع الأقسام و الإدارات

1. سهيل إدريس و جبور عبد النور: المنهل (قاموس فرنسي عربي)، ط.11، دار الآداب، دار العلم للملايين، 1990 بيروت، لبنان، ص 833.

2. يوسف محمد البقاعي: قاموس الطلاب - عربي . عربي -، مراجعة و تدقيق: شهاب الدين أبو عمرو، د.ط، دار المعرفة، الدار البيضاء، المغرب، ص107.

3. محمد معوض : المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، د، ت، ص 11.

4. عن موقع صيد الفوائد، www.saaid.net ، ت.د، 2009/06/12. ص 01.

الفنية و الهندسية و وحدات التشغيل و الإنتاج، و يتضمن بالإضافة إلى أسماء البرامج و مواقيت إذاعتها أسماء المشتركين الرئيسيين فيها و المخرجين و المنتجين و جميع التفاصيل الفنية المطلوبة، كأرقام التسجيلات و أنواع الشرائط و الأفلام المستخدمة و ضرورة شغل الفراغات الزمنية الطارئة التي قد تنشأ بين برنامج و آخر...¹ " ب. الدينية:

✓ الدينية: اسم مؤنث لكلمة الدين. و مصطلح الدين من المصطلحات الأساسية و المفتاحية في القرآن الكريم و الأحاديث النبوية الشريفة و لسان العرب فمن خلال استعراضنا للآيات القرآنية و الأحاديث النبوية الشريفة و أقوال الأدباء و الشعراء و حكماء العرب، استنتجنا أن مصطلح الدين ورد بمعاني عديدة، و مدلولات مختلفة نذكر منها: الجزاء و المكافأة، الذل و الانقياد، القهر و الاستعلاء، السلطان و الملك و الحكم، القضاء و التدبير، التقوى و الورع، المعصية، الإكراه، التوحيد، القصاص، العبادة، الإسلام، الحساب، السيرة و العادة، الشأن، الحال، الملة و المذهب، الغلبة، الاستعباد...² و هذا تفصيل لبعض المعاني التي سبق ذكرها:

✓ فلفظ الدين: من دان بكذا ديانة، فهو دين؛ و تدین به فهو متدين، و الدين إذا أطلق يراد به: ما يتدين به الرجل، و يدين به من اعتقاد و سلوك. و بمعنى آخر، هو طاعة المرء و التزامه لما يعتنقه من أفكار و مبادئ و قيم. و منه أيضا: . دان، دينا و ديانة. بالدين الفلاني: تعبد به فهو دينه. . الدين: وضع الهي يدعو أصحاب العقول إلى قبول ما هو عند الرسول، و هو أصل المعنى. . الدين: عبادة الله و تقديسه، أو عبادة القوى الطبيعية الخارقة و تقديسها. . الدينة: العبادة و الطاعة.³ . الدين: مجموع القواعد الحياتية و الصلوات و الشعائر التي توحد و تجمع أشخاص

1. السعيد دراجي: عادات و أتماط مشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية، دراسة ميدانية باكماليات مدينة قسنطينة، رسالة

ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، 2002-2003، ص 72-73.

2. علي بن الحسن الهنائي الأزوي: المنجد في اللغة و الإعلام، قاموس عربي، ط. 42، دار المشرق، بيروت، 1988، ص 231.

3. جيزان مسعود: الرائد، معجم لغوي عصري، ط. 3، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، 1978، ص 688.

- لهم نفس المعتقد، و تعني الورع و التقوى، المذهب، الملة.¹
- ✓ الدِّيَانُ: من أسماء الله عز وجل، معناه الحَكَمُ القاضي، و (الدِّيَانُ): القَهَّار.
- و في حديث أبي طالب، و قد قال له عليه الصلاة و السلام:
- ﴿ أريد من قریش كلمة تدينُ لهم بها العرب ﴾. أي: تطيعهم و تخضع لهم.
- ✓ الدِّين: الطاعة، نقول دِنْتَهُ و دِنْتُ لَهُ أَطَعْتَهُ، و خضعت له.
- و في أثر علي رضي الله عنه: " محبة العلماء دين يدان به "
- ✓ الدِّين: الإسلام، قال تعالى: ﴿ إن الدين عند الله الإسلام و ما اختلف الذين أوتوا الكتاب إلا من بعد ما جاءهم العلم بغيا بينهم و من يكفر بآيات الله فان الله سريع الحساب ﴾.²
- ✓ الدين: الحساب، و في الحديث: ﴿ الكيس من دان نفسه، و عمل لما بعد الموت؛ و الأحمق من أتبع نفسه هواها و تمنى على الله ﴾.
- قال أبو عبيد: قوله: دان نفسه، أي: أذنها و استعدها، و قيل: حاسبها.
- ✓ الدِّين: الجزاء، و منه قوله تعالى: ﴿ أئنا لمدينون ﴾ أي: مجزيون مُحاسبون، و في مآثور القول: (كما تدينُ تَدان). رواه البخاري معلقاً، أي: كما تُجَازِي تُجَازَى، أي: تُجَازَى بفعلك و بحسب ما فعلت و ما عملت و ما قدمت.
- يومُ الدِّين: يومُ الجزاء، قال تعالى: ﴿ الحمد لله رب العالمين الرحمان الرحيم ملك يوم الدين ﴾.³ و ملك يوم الدين أي: ملك يوم الجزاء.
- ✓ الدِّينُ: العادة و الشأن، تقول العرب: ما زالَ ذلكَ دِيني، أي: عادتي و شأني.
- الدين و الديدن: العادة نقول تعهد موضعاً أي صار له عادة.
- الدين: الحكم و القضاء و السلطان، و في التنزيل العزيز:
- قوله تعالى: ﴿ فبدأ بأوعيتهم قبل وعاء أخيه ثم استخرجها من وعاء أخيه كذلك كدنا ليوسف ما كان ليأخذ أخاه في دين الملك ﴾.⁴
- قال قتادة : دين الملك يعني في قضاء الملك.

1. سهيل إدريس و جبور عبد النور: المنهل، مرجع سابق، ص 886.

2. سورة آل عمران - الآية 19-.

3. سورة الفاتحة - الآية 03-.

4. سورة يوسف - الآية 76-.

✓ الدِّينُ: الحال، قال بعضهم: سألت أعرابياً عن شيء، فقال: لو لقيتني على دين غير هذه لأخبرتكَ، أي: لو لقيتني على حال غير الحال التي أنا عليها الآن، لأخبرتكَ عما أنت سائل بعد الاطلاع على المعنى اللغوي و الاصطلاحي لمصطلح البرنامج منفصلاً و مصطلح الدين منفصلاً، سنتطرق إلى التعريفات التي تناولت معاني المصطلح مركباً " البرامج الدينية " ج- البرامج الدينية:

البرامج الدينية هي: " أداة للتثقيف و التوجيه بالثقافة الدينية، 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 التوعية و التوجيه " ¹.
" البرامج المتخصصة في تقديم المعلومات الدينية و الثقافة الإسلامية و التي تقوم بالتوجيه الإسلامي. و ليس معنى هذا أن البرامج الأخرى غير إسلامية، فالإذاعة و غيرها من وسائل الإعلام يجب عليها الالتزام بالإسلام من افتتاحها إلى نهايتها، و ما يوجد من تقسيم إلى برامج دينية و غير دينية اقتضاه التخصص و ممارسة المهنة، و مصطلح البرامج الدينية المقصود به البرامج الإسلامية، لكن المصطلح درج و شاع استعماله في الأوساط الإعلامية و الإذاعية خصوصاً. ²
" نشاط إعلامي متخصص في إطار الإعلام العام الملتزم بالإسلام " ³

يقول الإعلامي احمد فراج: " الناس يعتقدون أن البرنامج الديني هو البرنامج الذي يقدمه عدد من العلماء المسلمين و يتحدثون فيه حول قضايا و موضوعات دينية محضة. و تصوري الخاص ألا تكون البرامج الدينية مقصورة على هذا اللون و إن كان مطلوباً، كما اعتقد أن أي برنامج لا بد أن يكون دينياً، بمعنى يكون مرجعيته المرجعية الدينية و الأخلاقية و القيمية و السلوكية سواء كان هذا البرنامج منوعات أو برنامج أطفال أو حتى مسلسل ".
و يضيف قائلاً: " البرنامج الديني له الحق في أن يتناول مختلف القضايا، سواء كانت سياسية أم اقتصادية أم فكرية، فهي دائرة في دائرة اهتمامه و هو الأقرب لترحها كالنظرة الإسلامية للمال

1. السعيد دراحي: مرجع سابق، ص 72- 73.

2. عادل بن عبد الله الفلاح: البرامج الإسلامية في الإذاعة الكويتية - دراسة ميدانية لاستطلاع اثر البرامج الدينية في جمهور المستمعين- رسالة دكتوراه، المعهد العالي للدعوة، جامعة الإمام، المدينة المنورة، 1986، ص "ب" المقدمة.

3. مجلة الإذاعات العربية: العدد 02، السنة 1987، ص 37.

أو قضايا الديمقراطية و الشورى و غيرها " ¹

و كما هو معروف فأنواع البرامج مختلف، فمنها الترفيهي و التعليمي و الإخباري و العلمي و الرياضي و التمثيلي و غيرها، وما يهمنا في هذه الدراسة هي البرامج ذات المحتوى الثقافي الديني الإسلامي، التي تعالج في مختلف المحطات الإذاعية يوميا و يقبل على استماعها طلبة الجامعة.
د. الإذاعة الجهوية:

و تعرف أيضا بالإذاعة الإقليمية و الإذاعة المحلية و هي:

" الإذاعة التي تخاطب جماهير تعيش داخل إقليم محدد طبقا للتقسيم الإداري للدولة، فقد يفصل بين هذا الإقليم و الأقاليم الأخرى حاجز أو أكثر من حاجز: اللغة، الدين، الحواجز العرقية مثل الجنس و اللون، و الحواجز الجغرافية، كان يفصل بين الإقليم و الآخر سلسلة من الجبال أو الأنهار أو البحيرات، مما يجعل كل إقليم إقليما مستقلا. فالمحطات الجهوية لا تحقق الاستقلالية التي تحققها المحطات المحلية، فهي تبث برامجها من جهة ما عبر المحطة المركزية، أي أن هدف التغطية يكون عاملا شاملا و ليس محليا، و أن بثها يشمل مقاطعة بأكملها.

و تعرف الإذاعة المحلية بأنها: " جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا: بمعنى أن الإذاعة المحلية تبث برامجها مخاطبة مجتمعا متناسقا من الناحية الاقتصادية و الناحية الثقافية و الناحية الاجتماعية، بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة، بالدغم من وجود الفروق الفردية التي توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد، و هي تتفاعل مع هذا المجتمع تأخذ منه و تعطيه و تقدم له الخدمات المختلفة. فالجمهور المستهدف لكل إذاعة محلية هم أفراد هذا المجتمع المحلي، كأن يكونوا سكان قرية واحدة أو مجموعة قرى متقاربة و متجانسة، أو مدينة صغيرة أو مدن صغيرة متقاربة و متجانسة، و قد تكون مدينة كبيرة... " ²

1. احمد فراج : المرجعية الإسلامية غائبة في برامجنا ... و متناقضة إذا ظهرت، جريدة الزمان، العدد. 788، 2002، ص01.

2. عبد الحميد شكري : الإذاعات المحلية لغة العصر، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص 13-14.&

3. الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: [البرامج الدينية في إذاعة الصومام الجزائرية - دراسة تحليلية لعينة برامج 2005-].¹

الإشكالية:

تتمحور إشكالية البحث حول كيفية مساهمة وسائل الإعلام الجزائرية في تكوين الفرد الجزائري و تربيته، و الحفاظ على قيمه و مبادئه بالحفاظ أولاً على دينه. و هو ما حاولت صاحبة البحث معرفته من خلال الإجابة على السؤال المتمحور حول كيفية بث و عرض هذه الوسائل للبرامج الدينية. و بالتالي كان التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة:

ما هو مضمون البرامج الدينية في إذاعة الصومام؟ و كيف تعرض و تبث؟

و سيندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات أخرى نوردتها في ما يلي:

1. ما هو نوع المواضيع التي تتناولها البرامج الدينية في إذاعة الصومام؟

2. ما نوع المصادر التي تعتمد عليها البرامج الدينية في إذاعة الصومام؟

3. ما هي الأساليب و الطرق التي تستخدمها البرامج الدينية في إذاعة الصومام بغرض الوصول إلى جمهورها؟

4. ما هي المحددات المحلية التي تستخدمها إذاعة الصومام في برامجها الدينية للدلالة على البعد المحلي؟

5. ما هي الأشكال أو الأنماط الإذاعية التي تستخدمها إذاعة الصومام في عرض برامجها الدينية؟

6. ما هو نوع و مستوى اللغة التي تستخدمها البرامج الدينية في إذاعة الصومام؟

7. ما هو حجم البرامج الدينية في إذاعة الصومام؟

أهداف الدراسة:

اشتملت هذه الدراسة على عدة أهداف نوردتها في الآتي:

. التعرف على واقع البرامج الدينية في الإعلام السمعي، و ما هي الصعوبات التي تواجهها؟

وكيفية الارتقاء بهذا النوع من البرامج.

1. هواري سميرة : البرامج الدينية في إذاعة الصومام الجزائرية- دراسة تحليلية لعينة برامج 2005- مذكرة ماجستير غير منشورة،
شعبة الدعوة و الإعلام و الاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2005.

. التعرف على حقيقة هذا الجهاز الإعلامي " الإذاعة المحلية " و على أهم السمات و الخصائص و الوظائف التي تميزها و تقوم بها.

. التعرف على كيفية مساهمة الإذاعة المحلية في الحفاظ على القيم و المبادئ الدينية في المجتمع

المحلي . التعرف على طبيعة المواضيع التي تتناولها البرامج الدينية و الخلفية الفكرية و المصادر التي تعتمد عليها هذه البرامج في الإذاعة المحلية.

. الوصول إلى معرفة حجم اهتمام وسائل الإعلام المحلية السمعية في الجزائر ممثلة في:

" إذاعة الصومام " بالمواضيع الدينية.

. بيان أشكال البرامج الدينية في الوسائل السمعية.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج تحليل المحتوى أو " تحليل المضمون "، لأنه الأنسب لمعرفة نوع

البرامج الدينية و كيفية عرضها في إذاعة الصومام الجزائرية.

منهج تحليل المضمون: اختلف الباحثون في تحديد التعريف الإجرائي الدقيق لتحليل المحتوى، فهناك

من يرى انه منهج من مناهج البحث العلمي، و هناك من يعتبره مجرد أداة من الأدوات المنهجية،

و سوف نعرض هنا إلى هذين الرأيين، و بذلك فان تحليل المحتوى يمكن تعريفه كالأتي:

" هو أسلوب للبحث العلمي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهر و المضمون الصريح للمادة الإعلامية

المراد تحليلها- من حيث الشكل و المضمون- تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات

البحث أو فروضه، طبقا للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث، و ذلك بهدف استخدام هذه

البيانات بعد ذلك إما في وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس السلوك الاتصالي العلي للقائمين

بالاتصال، أو لاكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تنبع منها الرسالة

الإعلامية، أو التعرف على مقاصد القائمين بالاتصال، و ذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة

منتظمة، و وفق أسس منهجية، و معايير موضوعية، و أن يستند الباحث في عملية جمع البيانات و

تحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية " .¹

أما التعريف الثاني فيرى ما يلي:

" هو أداة منهجية للدراسة الكمية و أداة الاتصال، و أداة لاختبار فروض معينة عن

1. سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي، ط.2، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1995،

ص 233-234.

مادة الاتصال، و أداة للتنبؤ، و تكمن أهمية تحليل المضمون في كونه منهجا لدراسة الظاهرة في حالتها الديناميكية".¹

- و ما دام تحليل المضمون يسعى إلى وصف عناصر المضمون وصفا كيميا فمن الضروري تقسيم هذا المضمون إلى وحدات و فئات، لذلك نجد تحليل المضمون ينقسم إلى قسمين:
- وحدات تحليل المضمون: مثل وحدة الكلمة، وحدة الموضوع، مقاييس المساحة و الزمن...
 - فئات تحليل المضمون: و تنقسم إلى نوعين:
 - أ: فئة ماذا قيل؟ مثل فئة الموضوع، فئة الاتجاه، فئة القيم...
 - ب: فئة كيف قيل؟ مثل فئة اللغة، فئة شكل العبارة...

نتائج الدراسة:

1. الجانب النظري:
 1. البرامج الدينية هي الشكل السمعي البصري للإعلام الديني الذي يعتبر بدوره الشكل الإعلام للخطاب الدين.
 2. ضرورة التكامل بين الخطاب الديني و الإعلام من أجل إعطاء الفرصة لكل واحد منهما للقيام بدوره في خدمة الأمة الإسلامية في مختلف الميادين و دفعها في سلم الحضارة و الرقي.
 3. إن واقع البرامج الدينية في وسائل الإعلام لا يختلف كثيرا عن واقع هذا الإعلام في المجتمعات العربية و الإسلامية، حيث يعاني غالبا من الرداءة و قلة الفعالية و العجز على تحقيق الأهداف المسطرة له.
 4. رغم التطور الهائل الذي طال وسائل الإعلام الجماهيرية، و خاصة التلفزيون إلا أن الإذاعة لا زالت تحافظ على مكانتها و على جمهورها، و لا زالت تعتبر من أكثر وسائل الإعلام جاذبية و قدرة على التأثير و الوصول إلى قلوب و عقول الجماهير.
 5. إن من أبرز وجوه التطور الذي أصاب الإذاعة هو عودتها للمحلية و ارتباطها بجمهورها.
 6. إن للإذاعة المحلية دور هام في الحفاظ على المبادئ و أسس الهوية الإسلامية لخدمة الدعوة و تشكيل الرأي العام.

1. رشدي طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، د.ت، ص. 22.

2. الجانب التطبيقي:

1. البرامج الدينية في إذاعة الصومام تتناول اغلب القضايا الدينية على اختلافها، و هذا ما أبرزه تنوع الموضوعات التي تتضمنها هذه البرامج بين العقيدية، التشريعية، الاجتماعية، الفكرية... .
2. تمزج البرامج الدينية في مصادر معلومتها بين المصادر العامة التي تراعي نوعية البرامج الدينية، و بين المصادر المحلية التي تستجيب لنوعية الوسيلة و هي الإذاعة المحلية.
3. البرامج الدينية تستخدم أساليب علمية لتحقيق أهدافها في الوصول إلى الجمهور.
4. إن إذاعة الصومام المحلية تراعي في برامجها الدينية واقع المجتمع المحلي و ذلك من خلال بيانها للأبعاد المحلية التي تخص هذا المجتمع.
5. استخدمت إذاعة الصومام في برامجها الدينية انساب الأشكال الإذاعية لهذا النوع من البرامج و هي: الحديث الإذاعي المباشر، القدوة الإذاعية، السؤال و الجواب.
6. استخدمت الإذاعة اللغة المناسبة في برامجها الدينية، حيث مزجت بين اللغة العربية الفصحى التي تناسب نوع البرامج، و اللغة الأمازيغية التي يقتضيها نوع الوسيلة الإعلامية، و هي الإذاعة المحلية التي من شروطها مخاطبة المجتمع المحلي بلغته المحلية.
7. قلة اهتمام الإذاعة بالبرامج الدينية حيث لم تتجاوز النسبة 2.4 % و هي النسبة الغالبة في أغلب وسائل الإعلام في الدول العربية.

الدراسة الثانية: [البرامج الإسلامية في الإذاعة الكويتية. دراسة ميدانية لاستطلاع اثر البرامج الدينية في جمهور المستمعين]¹.

أهداف الدراسة :

- . التعرف على الأشكال المفضلة لدى الجمهور عموماً و البرامج الدينية خصوصاً.
- . التعرف على أوقات الاستماع و اللغة المفضلة و العوامل المؤثرة على درجة الاستماع للبرامج الدينية.

1. عادل بن عبد الله الفلاح: البرامج الإسلامية في الإذاعة الكويتية - دراسة ميدانية لاستطلاع اثر البرامج الدينية في جمهور المستمعين- رسالة دكتوراه، المعهد العالي للدعوة، جامعة الإمام، المدينة المنورة، السعودية، 1407/1986.

منهج الدراسة :

أما أداة البحث فقد استخدم الباحث المنهج الوصفي مع جمع المعلومات و البحث الميداني و قد تم تصميم استمارة و عرضها على المحكمين و إجراء اختبار أولي لها و بعدها تم اختيار عينة متعددة المراحل قوامها 500 فرد من الكويتيين فقط ثم وزعت عليهم الاستمارة. تم تقسيم البحث إلى تمهيد و ثلاثة أبواب:

حيث تناول التمهيد: خصائص الإذاعة و وظائفها، خصائص المجتمع الكويتي، الباب الأول: تناولت فيه واقع البرامج الدينية في الإذاعة الكويتية.

الباب الثاني: هو البحث الميداني تناولت فيه عادات الانتقاء و التعرض للبرامج الدينية و أثر و تأثير هذه الأخيرة.

الباب الثالث: تناولت فيه كيفية التخطيط لتطوير البرامج في الإذاعة الكويتية.

نتائج الدراسة:

1. الإذاعة المسموعة لا زالت قادرة عن نقل المعلومات و الآراء و الأفكار و التأثير على نطاق واسع في جمهور المستمعين.
2. الإذاعة تعتبر المصدر الهام الذي يعتمد عليه في الحصول على الثقافة الدينية، و قد جاء ترتيبها الثالث بعد أئمة المساجد و مدرسي التربية الإسلامية " الدينية " و قبل الوسائل المقروءة بجميع أنواعها.
3. أنسب الأشكال لتقديم البرامج الدينية هي: الحديث المباشر، الندوة، السؤال و الجواب.
4. المستوى العام للبرامج الدينية في الإذاعة مقبول.
5. أعلى نسبة كثافة الاستماع تقع بين السادسة و السابعة صباحاً و بين الخامسة و ما قبل السادسة مساءً، ثم الواحدة ظهراً ثم الرابعة إلى الخامسة مساءً.
6. اللغة التي يفضل المستمعون أن تقدم بها البرامج الدينية مختلفة: فهناك من يفضل العربية الفصحى و آخرون يفضلون العامية. و من ثم فإن استخدام فصحي المثقفين قد يكون أمراً وسطاً. و هناك من يفضل ما يسمى بفصحي المثقفين.

ملخص الدراسات السابقة:

أغلب الدراسات السابقة التي تناولت البرامج الدينية في الإعلام السمعي استخدمت أداة تحليل المضمون، لوصف المحتوى الظاهر و المضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل و المضمون، تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث. و بما أن بحثي هذا يتناول البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية، فقد استخدمت الأداة ذاتها، أداة تحليل المضمون.

أغلب الدراسات السابقة التي تناولت البرامج الدينية في الإعلام السمعي تهدف إلى محاولة التعرف على كيفية مساهمة الإذاعات المحلية و الجهوية في الحفاظ على القيم و المبادئ الدينية في المجتمع المحلي أو الجهوي، و ذلك من خلال التعرف على طبيعة المواضيع التي تتناولها البرامج الدينية و الخلفية الفكرية التي تنطلق منها.

أغلب الدراسات السابقة تناولت علاقة الجمهور بالبحث الإذاعي، مقارنة علمية و منهجية لموضوع الدراسة، حيث استخدمت هذه الدراسات منهج المسح الوصفي، و ركزت على محاولة معرفة أبعاد الاستماع بالنسبة للجمهور المبحوث من خلال عادات و أنماط الاستماع، و مدى التأثير الذي تتركه على سلوكياته و اتجاهاته.

و بما أن دراستي هذه تتناول في شقها الميداني - الدراسة الميدانية - علاقة عينة البحث بالبحث الإذاعي فقد استخدمت المنهج ذاته، و هو منهج المسح الوصفي: الذي يعد 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

غالبية الدراسات السابقة تناولت جمهورا نوعيا، و المتمثل في شريحة الطلبة و الطالبات في الجامعة. لذلك اخترت أن يكون مجتمع دراستي الميداني مجتمعا نوعيا أيضا و هو طلبة و طالبات جامعة سوق أهراس.

من هنا تأتي هذه الدراسة لتحتل موقعا متميزا عن الدراسات السابقة، التي تناولت إما تحليل البرامج الدينية أو علاقة الجمهور بالبحث الإذاعي. أما دراستي هذه فقد جمعت بين الباحثين في دراسة واحدة، دراسة تحليلية و ميدانية معا، و هو ما سيوفر الجهد على باحث العلم - بدل الاطلاع على رسالتين يكفيه الاطلاع على رسالة واحدة - .

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

بناء على كل ما تقدم، يمكن القول أن هذه الدراسات أفادتني كثيرا في ضبط منهجية الدراسة وفقا لما يتطلبه البحث العلمي الدقيق.
و أن دراستي هذه ستكون إضافة إلى البحث العلمي، و ستكون محاولة جادة لإكمال النقص في هذا المجال. من خلال الاطلاع على النتائج المتوصل إليها.

الأستاذ
عبد القادر القادر للعلوم الإسلامية

المبحث الثالث:

و كما اشرفنا سابقا في أهمية الدراسة، فإن دراستنا هذه تنقسم إلى شقين:
الشق الأول: و يتعلق بالدراسة التحليلية، و الشق الثاني: و يتعلق بالدراسة الميدانية.
و اعتمادا على ذلك تم تحديد الإجراءات المنهجية الخاصة بكل دراسة.
أ: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية:

1- مجتمع الدراسة (مادة التحليل):

يتمثل مجتمع البحث أو مادة التحليل في البرامج الدينية التي تبثها إذاعة سوق أهراس الجهوية.
و يقصد بالبرامج الدينية مختلف الحصص التي تتناول مواضيع متنوعة (سياسية، ثقافية، اجتماعية،
اقتصادية، تربوية، ترفيهية...) سواء في شكل الإلقاء العادي للأخبار أو أشكال فنية إعلامية خاصة
و مؤثرات صوتية مناسبة... تختلف هذه الأشكال الفنية و تتعدد وفقا لنوع و طبيعة المادة التي
تعرضها الإذاعة، فقد يكون البرنامج دراميا أو سرديا أو حواريا... كما يمكن إن يجمع البرنامج بين
عدد من الأشكال و الفنون الإذاعية في قالب واحد.¹

و البرامج الدينية التي ستقع عليها عملية التحليل ثلاثة برامج. تقدم كلها في يوم واحد و هو
يوم الجمعة على فترات متباعدة و هي:

- برنامج عم يتساءلون: و هو برنامج أسبوعي يبث كل يوم جمعة صباحا ابتداء من الساعة العاشرة
إلى الساعة الحادية عشر بمعدل ساعة، و هو برنامج للإفتاء يقدم في شكل سؤال و جواب على
الهواء مباشرة.

- برنامج من هدي النبوة: و هو برنامج أسبوعي يبث كل يوم جمعة مساء ابتداء من الساعة الثانية
زوالا إلى الساعة الثالثة زوالا بمعدل ساعة، و هو برنامج يعنى بالسيرة النبوية المطهرة، في شكل
حديث إذاعي مباشر.

- برنامج أحكام الترتيل: و هو برنامج أسبوعي يبث كل يوم جمعة صباحا ابتداء من الساعة التاسعة
صباحا إلى الساعة التاسعة و عشرون دقيقة بمعدل عشرون دقيقة، و هو برنامج يعنى بتعليم أحكام
التجويد.

و للحصول على مادة التحليل اعتمدنا على تسجيل الحصص باستخدام جهاز التسجيل، ثم
إعادة تفرغ المادة على الورق لتسهيل عملية التحليل و التفسير.

1. فضيل دليو: مدخل إلى الاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص 93-94

2- عينة الدراسة:

تعتمد الدراسة على العينة الدورية المنتظمة التي تعد نوعاً من أنواع العينة العشوائية و التي تعتمد على تحديد فترة صناعية، كان تكون أسبوعاً أو شهراً أو غيرها، ثم نستخدم التقويم السنوي مرتباً أيام المجتمع الأصلي الذي نختار منه العينة ثم ننتقي الأيام التي تشكل عينة الدراسة.¹ أما في ما يتعلق بالعينة الزمانية فقد تم تحديدها بالأشهر الثلاثة الأولى لسنة 2008 : إي من شهر جانفي 2008 إلى شهر مارس 2008 على أساس اختيار حصة واحدة من كل برنامج ديني من كل أسبوع، باستخدام العينة الدورية المنتظمة.

و ما دامت الفترة المخصصة للدراسة قصيرة و تتمثل في ثلاثة أشهر فقد و هي الأشهر الثلاثة الأولى من السنة الدراسية 2008. و ما دامت البرامج المخصصة للدراسة و التحليل أسبوعية و ليست يومية، لذا فان العينة المناسبة هي العينة القصدية.

و هي العينة التي يتم انتقاؤها من ظرف الباحث بشكل مقصود، نظراً لتوفر بعض الخصائص التي لا تتوفر في غيرها، و لكون تلك الخصائص من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة.²

المقصود من ذلك أننا تعمدنا اختيار الحصة لكل برنامج ديني، من البرامج الدينية الثلاثة بكيفية نحصل من خلالها في النهاية على العدد لا المطلوب للدراسة التحليلية و هي 18 حصة إجمالية، اي: 06 حصة من كل برنامج ديني .

نأخذ بالنسبة للبرنامج الأول حصة الأسبوع الأول من الشهر الأول، حصة الأسبوع الثاني من الشهر الثاني، حصة الأسبوع الثالث من الشهر الثالث، حصة الأسبوع الرابع من الشهر الأول، حصة الأسبوع الأول من الشهر الثاني، حصة الأسبوع الثاني من الشهر الثالث حصة الأسبوع الرابع من الشهر الثاني.

ثم نطبق نفس الطريقة مع البرامج الدينية الاخرى محل الدراسة، حتى نحصل على العدد المطلوب

1. رشدي طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الانسانية، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ت، ص22.¹

2. . بوبكر عواطي: البحث العلمي مناهجه و تقنياته، ط.1، منشورات مكتبة اقرا، قسنطينة، 2009، ص 102.²

و المحدد قصدا من طرف الباحث. و الجدول التالي يبين ذلك:

| المجموع | أحكام الترتيل | من هدي النبوة | عم يتساءلون | الحصص العينة الزمانية |
|---------|---------------|---------------|-------------|--------------------------|
| 03 | 2007/01/01 | 2007/01/01 | 2007/01/01 | الأسبوع الأول من جانفي |
| 02 | *** | 2007/02/12 | 2007/02/12 | الأسبوع الثاني من فيفري |
| 03 | 2007/03/21 | 2007/03/21 | 2007/03/21 | الأسبوع الثالث من مارس |
| 02 | 2007/01/28 | *** | 2007/01/28 | الأسبوع الرابع من جانفي |
| 01 | *** | 2007/02/04 | *** | الأسبوع الأول من فيفري |
| 02 | 2007/03/14 | *** | 2007/03/14 | الأسبوع الثاني من مارس |
| 02 | 2007/01/17 | 2007/01/17 | *** | الأسبوع الثالث من جانفي |
| 03 | 2007/02/26 | 2007/02/26 | 2007/02/26 | الأسبوع الرابع من فيفري |
| 18 | 06 | 06 | 06 | المجموع |

3. منهج الدراسة:

إذا كان لا بد لكل بحث من منهج يتبع و تبني على أساسه الدراسة، فإن المنهج المعتمد لهذه الدراسة هو، منهج تحليل المحتوى لأنه الأنسب لمعرفة نوع البرامج الدينية و كيفية عرضها في إذاعة سوق أهراس الجهوية الجزائرية.

و يعرف منهج تحليل المحتوى على انه: " أسلوب للبحث العلمي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهر و المضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل و المضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه، طبقا للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث، و ذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك، إما في وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال، أو لاكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تتبع منها الرسالة الإعلامية، أو التعرف على مقاصد القائمين بالاتصال، و ذلك

بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منتظمة، و وفق أسس منهجية، و معايير موضوعية، و أن يستند الباحث في عملية جمع البيانات و تحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية " ¹ و عادة يتم تحليل المحتوى أو المضمون من خلال الإجابة على أسئلة معينة و محددة يتم صياغتها مسبقا، بحيث تساعد الإجابة على هذه الأسئلة في وصف و تصنيف محتوى المادة المدروسة بشكل يساعد على إظهار العلاقات و الترابطات بين أجزاء مواضيع النص. ²

فالباحث لا يؤثر في المعلومات التي يقوم بتحليلها، و إنما تبقى كما هي قبل و بعد إجراء الدراسة. و يعتمد هذا الأسلوب على تقسيم المضمون إلى وحدات و فئات:

* وحدات تحليل المحتوى: مثل وحدة الكلمة، وحدة الموضوع، مقاييس المساحة و الزمن...

* فئات تحليل المحتوى: و ينقسم بدوره إلى قسمين:

- فئة ماذا قيل؟ مثل فئة الموضوع، فئة الاتجاه، فئة القيم...

- فئة كيف قيل؟ مثل فئة اللغة، فئة شكل العبارة..

ب: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

1: مجال الدراسة:.

* المجال المكاني (الجغرافي):

و يقصد به نطاق الدراسة الميدانية، و قد اخترت المركز الجامعي سوق أهراس. الذي يقع

بالطريق الجديد - عنابة- ليمثل المجتمع الطلابي به عينة الدراسة.

* المجال الزمني:

و يشمل السنة الجامعية: 2007-2008.

* المجال البشري:

استهدفت الدراسة جمهورا نوعيا، وهم طلبة و طالبات المركز الجامعي سوق أهراس.

2. مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع البحث: " كل مفردات الظاهرة التي نرغب في دراستها " ¹.

1. سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي، د.ط، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1995، ص: 233-234.

2. عليان رجي مصطفى و آخرون: مناهج و أساليب البحث العلمي، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2000، ص 18.

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.

يتمثل المجتمع الأصلي لهاته الدراسة في مجموع طلبة و طالبات المركز الجامعي سوق أهراس، الذين يتابعون دراساتهم فيها بصورة رسمية و منتظمة، سواء في النظام الكلاسيكي الذي يضم الشعب التالية: (تكنولوجيا- بيولوجيا- اللغة العربية و آدابها- علوم التسيير- علوم قانونية و إدارية- التربية البدنية و الرياضية)، أو في النظام الجديد (ل.م.د). الذي يضم الميادين التالية: (علوم و تكنولوجيا- علوم المادة- رياضيات و إعلام آلي- علوم الطبيعة و الحياة- علوم اقتصادية تسيير و علوم تجارية- آداب و لغات أجنبية- علوم إنسانية و اجتماعية- علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية، لغة و أدب عربي). بلغ عدد الطلبة الإجمالي في النظامين، 8178 طالب و طالبة، موزعين على عدة تخصصات في أقسام مختلفة.²

3. 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 تكفي بعينة تمثل المجتمع الكلي للدراسة حيث أن البحث تحكمه عوامل مادية و طاقة بشرية و مدة زمنية لإنجائه.³

و تعرف العينة على أنها "مجموعة من الأفراد مشتقة من المجتمع الأصلي و يفترض فيها أن تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا حقيقيا صادقا"⁴

لاختيار عينة الدراسة لا بد من الالتزام بالشروط التالية:

- أن تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي بدقة.
- إعطاء فرص متساوية في الاختيار لوحدات المجتمع الأصلي.

1. عبيدات ذوقان و آخرون: البحث العلمي، مفهومه أدواته و أساليبه، د.ط، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، د ت، ص105.

2. دليل المركز الجامعي: المرجع السابق، ص 41.

1. محمد زيان عمر: البحث العلمي منهاجه و تقنياته، ط.4، دار النشر و التوزيع و الطباعة، جدة، 1983، ص 282.

2. حمدي أبو الفتوح عطيفة: منهجية البحث العلمي و تطبيقاتها في الدراسات التربوية و النفسية، د.ط، دار النشر للحامعات، القاهرة، مصر، 1996، ص 271.

*** 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 المركز الجامعي سوق أهراس.

*** نوع العينة :**

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

أ- العينة العمدية:

و هي العينة التي يعتمد فيها الباحث أن تشتمل على وحدات معينة، لأنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صادقا، و هذا انطلاقا من دراسته الكاملة والمفصلة لما يحتويه من مفردات و بيانات لها صلة بالبحث.¹

و تبرز هذه الحقيقة في دراستنا من خلال خطوتين:

- الأولى: حين تعمدت إجراء الدراسة على جامعة بعينها دون غيرها من الجامعات و هي المركز الجامعي سوق أهراس.

- الثانية: حين تعمدت اختيار طلبة من الجامعة دون غيرهم، و بالتالي تخصيص فئة منه للدراسة.

ب- 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، سواء من حيث الوقت أو الإمكانيات المادية، لكن في نفس الوقت يكون لدى الباحث بعض المعطيات الإحصائية الأساسية عن هذا المجتمع.²

1. أحمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.

ص. 180

2. حمدي أبو الفتوح عطيفة : المرجع السابق، ص 191.

وقد تم اللجوء إلى عينة عمدية بطريقة الحصة " Quota " نظرا لضخامة تكلفة المسح الشامل من حيث الوقت و الإمكانيات المادية.¹

انطلاقا من هذه الاعتبارات فان حجم عينة الدراسة يبلغ 200 مفردة.

و قد تمثلت خطوات اختيار العينة فيما يلي:

✓ تحديد مجتمع البحث الذي يشتمل على 1446 طالب و طالبة يتوزعون على كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية و كلية العلوم و التكنولوجيا.

✓ اختيار في حدود الإمكانيات المتوفرة و بالاتفاق مع المشرف على 200 مفردة يمثلون عينة الدراسة، حيث بلغ عدد الذكور 100 مفردة بنسبة 50% و بلغ عدد الإناث 100 مفردة كذلك بنسبة 50%.

و قد راعيت في الاختيار أن يكون عدد الطلبة و الطالبات الذين يمثلون تخصصات علوم و تكنولوجيا مساويا لعدد الطلبة و الطالبات الذين يمثلون تخصصات علوم اجتماعية و إنسانية. و قد 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 و طيها و خلط جميع الأوراق خلطا جيدا، ثم سحب أربعة أوراق من الأقسام العلمية و أربعة أوراق من أقسام العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، و أقوم في كل مرة بإعادة القصاصة التي تم سحبها إلى مجموع القصاصات ، و هذا بعد تسجيل رقمها التسلسلي المثلث عليها، و خلطها بباقي القصاصات في عملية السحب التالية، علما أنه لم يتكرر الرقم المسحوب سابقا و إذا تكرر تتم إعادته إلى المجموعة قبل سحب القصاصة الموالية.

و قد أسفرت هذه العملية على اختيار أربعة أقسام تمثل التخصصات العلمية و هي: (علوم

الطبيعة و الحياة، جيولوجيا، فيزياء، رياضيات)، و أربعة أقسام تمثل تخصصات علوم اجتماعية و

إنسانية و هي: (العلوم السياسية و العلاقات الدولية، آداب و لغة عربية، علم الاجتماع و

الديموغرافيا، علوم قانونية و إدارية).

✓ قبل توزيع الاستمارة تم تحديد الخصائص التي تبنى عليها العينة و هي:

النوع، الإقامة، التخصص العلمي.

3 .Maurice Angers, initiation pratique a la méthodologies des sciences humaines, casbah, Université Alger, édition CECINC -Québec, 1997,p 238.

✓ بعد الانتهاء من اختيار الأقسام المعنية بالنزول الميداني لتوزيع الاستثمارات، تم تحديد نسبة كل من الذكور و الإناث في كل قسم بالتساوي، و لما كان مجموع أفراد العينة 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 و الإناث، و هو ما يختلف من قسم إلى آخر و من تخصص إلى آخر.

4. منهج الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، التي تستهدف تصوير و تحليل و 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

يعتمد هذا النوع من البحوث بالدرجة الأولى على دراسة الظاهرة كما هي في الواقع، و التعبير عنها تعبيراً كيمياً أو تعبيراً كيمياً. فالتعبير الكيفي يصف هذه الظاهرة و يوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا و صفاً رقمياً لها. و يبرز مقدارها أو حجمها و درجات ارتباطها مع غيرها من الظواهر الأخرى.²

يمتد مجال هذا النوع من البحوث إضافة إلى جمع البيانات و توفيرها إلى تصنيف البيانات و الحقائق التي يتم تسجيلها و تجميعها و تحليلها تحليلاً شاملاً، و استخلاص الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها، و بناء أساس للحقائق التي يمكن أن تبني عليها فروض إيضاحية أو تفسيرية للموقف أو الظاهرة بما 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، د.ط، عالم الكتب، القاهرة، 1983، ص 123

1. عبيدات ذوقان و آخرون : مرجع سابق، ص 183.

2. سمير محمد حسين: مرجع سابق، ص 131.

3. محي الدين عبد الحليم: الدراما التلفزيونية و الشباب الجامعي، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1984، 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.

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

على هذا الأساس فإن المنهج المناسب لهذه الدراسة هو منهج المسح بالعينة، و ذلك بغرض معرفة عادات و أنماط استماع طلبة جامعة سوق أهراس للبرامج الدينية و ما ينتج عنها من تأثير في ثقافتهم و وعيهم الديني.

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 .

5. المعالجة الإحصائية:

بعد توزيع البيانات و تبويبها في الجداول، و استخراج تكراراتها و نسبها المئوية، اعتمدت في عملية التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية على عدة مقاييس إحصائية، ذلك أن الإحصاء هو " أحد الدعائم الرئيسية التي تقوم عليها الطرق العلمية في بحثها للعلوم المختلفة و العلوم المتصلة بالحياة، حيث له تأثير في تحديد و تصميم خطة البحث العلمي لمساعدة الباحثين على جمع البيانات و عرضها و تحليلها ".³

وهو أحد فروع الرياضيات التطبيقية التي تفيده في كل من علم الإدارة و الاقتصاد، و الاجتماع، و علم النفس و التربية...¹

4. محمد عبد الحميد : دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، د.ط، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص 122.

5. منصور زويد المطيري : الصياغة الإسلامية لعلم الاجتماع. الدواعي و الإمكانيات، كتاب الأمة، رقم 33، مركز البحوث المعلومات، وزارة الأوقاف و الشؤون الإسلامية، قطر 1413هـ، ص 3.

1. سعد الدين أبو الفتوح الشر نوبي: المفاهيم والمعالجات الأساسية في الإحصاء، ط.1، مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2001، ص 15.

و لحساب درجات التوافق و الارتباط و قياس المتوسطات الحسابية لمجموعة البيانات،

و دراسة العلاقات الارتباطية بين مفردات الاستمارة و متغير النوع و الإقامة و التخصص العلمي،
تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

✓ 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 s مضروبة في مجموع التكرارات على مجموع التكرارات، و ذلك حسب المعادلة الآتية:²
مجموع القيم s × مجموع التكرارات / مجموع التكرارات.

$$\bar{s} = \frac{\text{مجموع القيم} \times \text{مجموع التكرارات}}{\text{مجموع التكرارات}}$$

وعليه معادلته هي:

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

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

حيث أن:

$$\bar{X} = \text{المتوسط الحسابي.}$$

$$x_i = \text{القيمة.}$$

$$f_i = \text{تكرار القيمة.}$$

$$n = \text{حجم العينة.}^3$$

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

3. سعد الدين أبو الفتوح الشر نوبي: مرجع سابق، ص 67.

1. عبد الكريم بوحفص: الإحصاء المطبق في العلوم الاجتماعية و الإنسانية، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 48.

✓ حساب كاي مربع (χ^2):

لحساب (χ^2) نتبع الخطوات التالية:

أ- حساب التكرار المتوقع لكل خلية من الجدول المزدوج و ذلك بضرب مجموع الصف \times مجموع العمود الخاص بالخلية و قسمة الناتج على المجموع الكلي.

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

ب- نطرح التوزيعات التكرارية المتوقعة (K) من التوزيعات التكرارية المشاهدة (M) أي:

$$(M - K) \text{ ثم نربع القيمة المحصل عليها.}$$

ج- نقسم مربعات الفروق على التكرارات المتوقعة لكل خلية أي:

$$\frac{(M - K)^2}{K}$$

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، و إذا كان العكس نقول بعدم وجود ارتباط معنوي بينهما.

3. معامل الارتباط " سبيرمان " (R):

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: ¹

1. سعد الدين أبو الفتوح الشرنوبلي: مرجع سابق، ص 142.

$$r = \frac{6 \text{ مج ف}^2}{n(1 - 2^2)}$$

حيث أن:

r = معامل الارتباط.

مج ف² = مجموع مربعات الفروق بين رتبتي كل حالة.

n = عدد الحالات موضوع الدراسة.

جامعة الأمير
عليه السلام
العلوم الإسلامية

﴿ الفصل الثاني ﴾

البت الإذاعي و البرامج الدينية

﴿ الفصل الثاني ﴾

البت الإذاعي و البرامج الدينية

المبحث الأول: الإذاعة، الخصائص و الوظائف

1. تعريف الإذاعة.
2. أنواع الإذاعات: (الجهوية - المحلية - الأهلية - المركزية).
3. خصائص ومميزات الإذاعة.
4. وظائف الإذاعة.

المبحث الثاني: نشأة الإذاعة الجزائرية و بداية البت الإذاعي:

1. نشأة و تطور الإذاعة في الجزائر.
2. الإذاعة الوطنية بعد إعادة الهيكلة.
3. نشأة الإذاعات المحلية و الجهوية في الجزائر

المبحث الثالث: واقع البرامج الدينية و آفاق تطويرها.

1. واقع البرامج الدينية الإذاعية.
3. آفاق تطوير البرامج الدينية الإذاعية.

الفصل الثاني: البث الإذاعي و البرامج الدينية

المبحث الأول: الإذاعة، الخصائص و الوظائف:

1. تعريف الإذاعة:

الإذاعة هي: " الانتشار المنظم و المقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية و ثقافية و تعليمية و تجارية و غيرها، تلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى أنحاء العالم، فرادى و جماعات باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة. و تشمل الإذاعة نقل الصوت (إذاعة مسموعة) أو الصورة و الصوت معا (إذاعة مرئية) أي التلفزيون " ¹.

أستعمل العرب هذا اللفظ (الإذاعة) بمعنى لا يخالف المعنى المعاصر و هو (الانتشار) و (الإفشاء)، و منه تكون الإذاعة: " نشر عن طريق الاتصال اللاسلكي و ذلك بنقل الصوت عبر الموجات اللاسلكية المتوسطة و القصيرة و الطويلة ".

أي أن الإذاعة وسيلة نتوصل بها في الإرسال للمادة الإذاعية التي تتميز بخصائص و أشكال فنية كالموسيقى، الدراما، الأحاديث، الأخبار... ليستقبلها جمهور المستمعين عن طريق أجهزة الاستقبال المختلفة. ²

و مع التطور الرهيب الذي يشهده العالم اليوم تنوعت الإذاعات و تعددت وظائفها:

2. أنواع الإذاعات:

أ: الإذاعة الجهوية:

و تعرف أيضا بالإذاعة الإقليمية و المحلية و هي:

" الإذاعة التي تخاطب جماهير تعيش داخل إقليم محدد طبقا للتقسيم الإداري للدولة، فقد يفصل بين هذا الإقليم و الأقاليم الأخرى حاجز أو أكثر من حاجز: اللغة، الدين، الحواجز العرقية، مثل الجنس و اللون و الحواجز الجغرافية. فالمحطات الجهوية لا تحقق الاستقلالية التي تحققها المحطات المحلية، فهي تبث برامجها من جهة ما عبر المحطة المركزية، أي أن هدف التغطية يكون عاملا شاملا و ليس محليا و أن بثها يشمل مقاطعة بأكملها. ³

1. إبراهيم إمام: مرجع سابق، ص 25 .

2. عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام، الصحافة، الإذاعة، التلفزة، السينما، المسرح، أقمار الاتصالات، ط.2، دار الكتاب المصري، القاهرة، مصر، 1989، ص 403.

3. عبد المجيد شكري: مرجع سابق، ص 14-15.

أما الإذاعة المحلية فتعرف على أنها: " جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا: بمعنى أن الإذاعة المحلية تبث برامجها مخاطبة مجتمعا متناسقا من الناحية الاقتصادية و الناحية الثقافية و الناحية الاجتماعية بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة بالرغم من وجود الفروق الفردية التي توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد. و هي تتفاعل مع هذا المجتمع تأخذ منه وتعطيه و تقدم له الخدمات المختلفة، فالجمهور المستهدف لكل إذاعة محلية هم أفراد هذا المجتمع المحلي، كأن يكونوا سكان قرية واحدة أو مجموعة قرى متقاربة متجانسة، أو مدينة صغيرة أو مدن صغيرة متقاربة متجانسة، و قد تكون مدينة كبيرة مثلما هو الحال مع إذاعة العاصمة، إذاعة القاهرة الكبرى و إذاعة الإسكندرية في مصر و إذاعة العاصمة لندن التي تخدم العاصمة البريطانية و ضواحيها.¹

كما يعرفها الباحث كلود كولان : (Claude Colin)

على أن هذا المفهوم يحدد الإذاعة حسب مساحة البث - و يناقض هذا إذاعة وطنية أو إذاعة جهوية - انه يفسرها بما يراه نقيضا.²

أما سعد لبيب فيعرفها على أنها تلك التي تقوم بخدمة مجتمع محدود و متناسق من الناحيتين الجغرافية و الاجتماعية الثقافية المتميزة على أن لا تحده حدود جغرافية حتى تشمله رقعة الإرسال المحلي أي أن هذه الإذاعة لا شأن لها بالتقسيمات الإدارية و التخطيطية التي قد تصطلح عليها الحكومة في فترة زمنية معينة، و إنما هي ترتبط أساسا بمجتمع يضم أفرادا لهم خصائصهم في المجال الاقتصادي و الاجتماعي تجمعهم وحدة فكرية تراثية و ثقافية خاصة، من حيث

و تعكس هذه الإذاعة فنهم و تراثهم و أفكارهم بل و حتى لهجتهم المحلية.³

من خلال ما تقدم يمكن القول أن الأول يحددها بالتناقض مع أنواع أخرى من البث الإذاعي و الثاني يركز على عامل التشابه الاقتصادي و الاجتماعي و الثقافي للمنطقة محل البث المحلي و للإضافة نقول أنه وفقا لما جاء به أمر المجلس الفيدرالي لسويسرا بتاريخ 07 / 06 / 1982.

1. عبد الخيد شكري: المرجع السابق، ص 13-14.

2. Claude colin : ondes de choc. De l'usage de la radio en temps de lutte. Paris, Ed harmattan, 1982, p 42.

3. سعد لبيب: الإذاعة المحلية و دورها في التغيير الثقافي، في نظرات في الإذاعة الصوتية بالوطن العربي، د.ط، تونس.

اتحاد إذاعات الدول العربية، 1985، ص 124.

في المادة الرابعة الفقرة الثالثة و الذي يوصف بموجبه برنامج إذاعي أو تلفزيوني على انه محلي عندما يكون مضمون و تنظيم محطة البث معمولا أساسا من أجل تغطية منطقة لا يتعدى قطرها 20 كم و التي تشمل المناطق القريبة من بعضها البعض على المستويات الثقافية و السياسية و الجغرافية و الاقتصادية...¹

ب. الإذاعة المركزية (الوطنية):

هي الإذاعة التي تبث برامجها من عاصمة الدولة. و هي الإذاعة القومية الرسمية الناطقة باسم تلك الدولة، و لها من قوة البث ما يغطي الوطن كله، بل و يعبر صوتها حدود الدولة، و تخاطب الإذاعة المركزية أبناء الوطن جميعا، و هي الوسيلة القومية المعترف بها للاتصال، و هي تقدم ما يهم غالبية المواطنين، فهي تخدم جميع المواطنين بصفة عامة. و تهتم في برامجها بالكليات دون التفاصيل، حيث أنها تخاطب مستمعين تختلف اهتماماتهم و وظائفهم و ثقافتهم و تقاليدهم و هي تجعل الاهتمامات المشتركة لكل هؤلاء هاديا لها في كل ما تقدمه من برامج.

و حتى من خلال مخاطبتها لطوائف و نوعيات محددة من المواطنين، فيكون ذلك عن طريق التعميم دون التخصيص. و مثال ذلك: برنامج يخاطب المزارعين، و يتحدث عن زراعة القمح، يقدم هذا البرنامج كمعلومات عامة لإرضاء جميع المستمعين (أنواعه، أسعاره، فوائده، استخداماته...)².

و يندرج ضمن هذا النوع أيضا ما يعرف بالإذاعة الأهلية و هي: "إذاعات تديرها شركات مساهمة، يوجد هذا النوع من الإذاعات في الدول الرأسمالية، إذ أنها تستخدم الإعلانات التجارية استخداما إسهاميا، أي أنها إذاعات إعلان قبل أن تكون إذاعات للتوجيه و الإرشاد و تكثر هذه الإذاعات بصفة خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية و مصر ...

ب: خصائص و مميزات الإذاعة:

إذا كان الإعلام يعرف بأنه: ذلك النشاط الذي يهدف إلى نقل المعلومات والأفكار من شخص له رغبة في نقل هذه المعلومات إلى شخص آخر بهدف إحاطته علما بها، فالمعلومات سواء العامة أو المتخصصة هي المادة الخام للاتصال، و تتمثل مهمة القائم بالاتصال في كيفية التعامل

1. Pierre Henri zoller: Medias et idéologie, media et communication en Europe. Grenoble, presses universitaires De Grenoble, 1990; p 213.

2. عبد المجيد شكري: مرجع سابق، ص 16

مع هذه المادة الخام وتقديمها بآليات متناسبة مع نوعية الجمهور المستهدف باستخدام الوسيلة الأكثر فاعلية للتأثير على هذا الجمهور.

و وسائل الإعلام الحديثة تعتبر أفضل أداء للاتصال الجماهيري، وما يميزها عن غيرها من وسائل الاتصال البدائية هو سرعة الانتشار وقدرتها على إثارة الاهتمام لدى الجمهور، ويمكن القول بأن ما تنشره أو تذيعه وسائل الإعلام يصبح معروفاً للجمهور.

و الإذاعة المسموعة كوسيلة من وسائل الإعلام الحديثة لها قدرة خارقة في التأثير لا تعادلها إلا قوة التأثير المباشر، فالإذاعة المسموعة من الوسائل القادرة على جعل الجماهير تحس بالمساهمة و الاقتراب الشخصي و الواقعية لما تتمتع به من خصائص و مميزات أهمها:

- القدرة على الاختراق، فالإذاعة قادرة على اختراق كل أنحاء العالم في أقل من لمح البصر فموجات الأثير تدور حول الأرض في أقل من ثمن ثانية لا تقف في سبيلها حدود أو حواجز سياسية أو طبيعية و لذلك فالإذاعة تعتبر اقدر وسائل الاتصال في سرعة نقل الأخبار.¹

و في هذا يقول بوب سيلر: انه منذ ظهور الإذاعة (المذيع) إلى الوجود و هو يلعب دورا حيويا في تزويد العالم بالأخبار بسرعة و كفاءة و قد ظلت هذه الصفة الإعلامية هي التي تميز الإذاعة، ذلك أنها إذا لم تتوفر لها عنصر السرعة في نقل الخبر الإذاعي فان تفوقها سوف يضمحل.²

- إمكانية انتشار البث عبر مساحات شاسعة: قومية، إقليمية، قارية، خاصة في السنوات الأخيرة بعد التطور الكبير و ظهور الراديو الرقمي و الراديو عبر القمر الصناعي، فيما يعرف بالراديو الفضائي.

- إمكانية البث المتواصل لمدة 24 ساعة على 24 بفضل الأجهزة المتقدمة، مما يتيح للمستمع اختيار الزمن المناسب في التلقي.

- أجهزة الراديو أصبحت صغيرة الحجم جداً وخفيفة الوزن مما يساعد في الاستعمال كثيراً.

- تم تطوير مصادر للطاقة: و ذلك لتشغيل الراديو و بعض الأجهزة لكي تعمل بالطاقة الشمسية عبر لوحة، هي عبارة عن شريحة لا وزن لها مثبتة في وجه الجهاز.

- إمكانية استخدام الراديو في التعلم و بث البرامج التعليمية ليلاً و نهاراً، ويمكن للمستمع أن يستقبل

البث في المكتب، أثناء الرياضة، في المقهى، في النادي، في السيارة و بالتالي يحقق فلسفة

1. عبد اللطيف حمزة: الإعلام له تاريخه و مذهب، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1965، ص 20.

2. محي الدين عبد الحليم: الإعلام الإسلامي و تطبيقاته العملية، ط.2، مكتبة الخانجي، القاهرة، مصر، 1984، ص 20.

- و أهداف التعليم المفتوح و عن بعد أيضاً تماماً.
- البث الإذاعي له فائدة عظيمة للمعاقين الذين لا يقوون على معاودة المراكز الدراسية، و لمن فقد بصره و يعتمد في جل تعلمه على حاسة السمع، و لا سيما أن تصميم كتاب على طريقة برايل لم تنتشر بالقدر الكافي، و لم تشمل جميع المراحل الدراسية.¹
- الإذاعة لا تخضع للمتناقضات التقنية و الاقتصادية التي تعيق بقية الوسائل الأخرى - التلفزيون، الصحافة المكتوبة - من الوصول إلى الجماهيرية.
- السهولة: فالإذاعة المسموعة أسهل الوسائل الإعلامية، لأنها تعتمد على وظيفة الاستماع.² فهي تؤثر في المستقبلين حتى و إن كانوا يختلفون من حيث صفاتهم أكثر من وسائل الإعلام الأخرى، لان حاسة السمع تسهل عليهم تذكر المواد الإعلامية المقدمة خاصة عند الجمهور الذين تقل درجة تعليمهم و ذكائهم.³
- القدرة على مخاطبة كل الفئات و الشرائح الاجتماعية.
- مصاحبة المستمع في أي مكان (العمل، القيادة، أثناء التنزه، أثناء التنقل بوسائل المواصلات..).
- لا تحتاج إلى التركيز الكامل في حالة التعرض لها: اعتمادها على حاسة السمع: أي أن عملية الاستماع تتم دون عناء، و لا تتطلب تفرغ المستمع بشكل كامل، بل تتيح له إمكانية القيام بعمل آخر في نفس الوقت.
- سرعة النشر و الانتشار فهي عند دوب: " سر القوة الإيجابية للإذاعة و بذلك تتفوق على غيرها من وسائل النشر الأخرى، و تنفرد بالسبق و أولوية النشر و الأثر الأول للخير أو الرأي لا يحى بسهولة، و يساعد الانتشار الواسع للإذاعة على إعطاء إحساس عام و جماعي بحيث يجعلها أكثر الوسائل مقدرة على الاستهواء، و بالتالي على الوصول و التأثير في أوساط الجماهير التي لها مستوى ثقافي محدود.⁴
- اقتصادية التكلفة و إمكانية استخدامها في أي مكان.
- لها القدرة على تنشيط خيال المتلقي.

1. مميزات الإذاعة: عن موقع: [www. Al-jazirah.com](http://www.Al-jazirah.com)، ت.د، 17/02/2009. ص 01.

2. عبد العزيز شرف: مرجع سابق، ص 40.

3. جبارة عطية جبارة: علم اجتماع الإعلام، د.ط، دار الكتاب للنشر و التوزيع، الرياض، 1983، ص 50.

4. عبد العزيز شرف: مرجع سابق ص 418.

- تمتاز الإذاعة المسموعة بالحيوية و إمكانية الإيحاء.
- يعتبر الراديو في الكثير من الدول الفقيرة المصدر الوحيد للمعاومات و الإرشادات للسواد الأعظم من السكان، و خاصة الأميين منهم الذين يشكلون نسب كبيرة، و هذا لان عملية الاستماع لا تتطلب معرفة القراءة و الكتابة.
- و قد أثبتت الدراسات أن برامج الإذاعة تعطي نتائج أفضل من برامج التلفزيون في هذه الدول و أن درجة استيعاب الجمهور لها كان أفضل.¹
- إمكانية وصولها إلى جماعات خاصة من الناس مثل الأفراد الكبار في السن و الصغار و المتعلمين و الأميين، و الأهم هو تمكنها من أن تمس جمهور غير المتعلمين و تعطيهم فرصة الاندماج الاجتماعي و الثقافي.
- تعد من أسهل الوسائل الإعلامية استخداما فهي في حالات عدم التركيز أو عدم الاهتمام يمكن أن تكون مصدرا لخلفية ترفيهية.²

ج: وظائف الإذاعة:

- الإذاعة وسيلة اتصالية، من أقدم الوسائل الإعلام الجماهيري، وقد أصبحت ظاهرة لها صفة الشيع والانتشار والتأثير في حياة الناس كما أشرنا إلى ذلك في معرض حديثنا عن خصائص الإذاعة.
- تتجه برامج الإذاعة إلى هدفين: نقل المعلومات، و تقديم التسلية، وتتضمن هذه الأهداف، وظائف الإعلام عامة: الترفيه، الثقيف، الإعلام.
- من هذا يتبين أن الإذاعة كوسيلة من وسائل الإعلام الجماهيري، تقوم بتحقيق وظائف الإعلام عامة و هي: الترفيه، و الثقيف و الإعلان، التي تضطلع بتحقيقها جل وسائل الاتصال الجماهيرية... و أنما تقدم إنتاجها الإعلامي إلى جماهير عامة من المستمعين، وأن هذا الإنتاج هادف ومخطط له، لتحقيق أهداف وغايات للأفراد وللمجتمع.
- و رغم اختلاف النظم الإذاعية في العالم فإن الإذاعة لا تزال محافظة على الثوابت التي قام عليها البث الإذاعي منذ ظهوره و هي الوظائف الثلاث الأساسية و المتمثلة في:
- " الإعلام و الترفيه و الثقيف ".³

1. محمد علي العويني: الراديو و التنمية السياسية، د.ط، عالم الكتاب، القاهرة، د.ت، ص 20.

2. عبد العزيز شرف: مرجع سابق، ص 238

3. وظائف وسائل الإعلام: عن موقع، www.yabeyrouth.com، ت.د، 2009/05/14، ص 01.

إلا انه و في ظل الزخم الإعلامي، و التطور السريع في النمط المعيشي للأفراد، و التوجهات الجديدة للمؤسسات و الدول، أصبحت لكل وسائل الإعلام و على رأسها الإذاعة وظائف و خدمات أخرى فرضتها الظروف الراهنة.

و يمكن القول أنه صار من الصعب تحديد الخدمة أو مجموع الخدمات التي تقدمها الإذاعة إلى جمهور المستمعين، و مما يزيد من صعوبة تحديدها، تنوعها و تنوع رغبات المستمعين.

و قد تجاوزت الإذاعة، كغيرها من وسائل الإعلام الجماهيرية، في أيامنا هذه - بما أتيح لها من إمكانيات تقنية متطورة و بما اكتسبته من خبرة و تموقع في حياة الناس - ما تعارف عليه باحثو الاتصال من وظائف تقليدية لتلك الوسائل، فقد حدد (هارولد لا سويل)، في أواخر الأربعينات من القرن العشرين ثلاث وظائف للإعلام هي: مراقبة البيئة المحيطة، و العمل على ترابط أجزاء المجتمع و وحدته في مواجهة البيئة، و الاهتمام بنقل التراث الثقافي عبر الأجيال المختلفة.

توالى على تلك الوظائف، الإضافات اللاحقة، التي أسهم بها باحثون آخرون، مثل (رايت)

الذي أضاف وظيفة التسلية أو الترفيه، و مثل (ديفيتو) الذي أورد وظائف أخرى:

كالدعم و المساندة و التعليم. و مثل (ولبرشرام)، الذي رأى أن الوسيلة الإعلامية، يمكن اعتبارها مروجاً للسلع و الخدمات التجارية بيننا كأفراد، مشيراً بذلك، إلى الوظيفة الإعلانية.¹

و يؤكد هذا التطور المتواصل، لوظائف الإعلام، في المجتمعات الحديثة، أن الوسيلة الإعلامية غدت اليوم "مؤسسة اجتماعية تمارس دوراً كاملاً، في حياة أفراد المجتمع مثل بقية المؤسسات الاجتماعية الأخرى" إذ تؤدي وظائف تربوية و تعليمية من شأنها أن تقلل من حدة الفوارق الثقافية، بين فئات المجتمع المختلفة، وأن تحدث تجانساً فكرياً، من خلال ما تقدمه من مواد إخبارية، و غير إخبارية.

و سنحاول في هذا الفصل أن نورد بعض هذه الوظائف:

* الوظيفة الإخبارية:

مع بدايات ظهور الراديو كانت الوظيفة الإخبارية للإذاعة تقتصر على نقل الرسائل بين السفن التي كانت تبحر في أعماق البحار و المحيطات على مسافات بعيدة، أو بين السفن و الشواطئ التي تنتقل منها أو تتوقف بها.

و كانت الأخبار التي تتلقاها السفن على قدر كبير من الأهمية: كتغيير اتجاهاتها أو إرسال إشارات الاستغاثة في حالة حدوث اعطاب في المحركات أو حدوث كوارث...

1. وظائف وسائل الإعلام: مرجع سابق، ص 02

و قد تأكدت أهمية الراديو في مجال الاتصال البحري بعد وقوع عدة حوادث كان للراديو الدور الفعال في تفادي هذه الأخطار أو على الأقل التخفيف من أضرارها.
و قد سجل لنا التاريخ الدور الذي لعبه الراديو في إنقاذ ما لا يقل عن 1500 راكب من ركاب السفينة التي غرقت عام 1912، ألا و هي سفينة تيتانيك.¹
و أرواح أخرى كثيرة في حوادث مماثلة.

إضافة إلى نقل المعلومات و الأخبار و الأحداث التي تجري في مختلف أنحاء العالم إلى جمهور المستمعين في محاولة إلى تمكينهم من فهم القضايا الشخصية و البيئية: المحلية و الوطنية و الدولية. و بالتالي توصيلهم إلى اتخاذ القرارات الصحيحة بما يخدم مصلحة الفرد و المصلحة العامة كما تقدم للجماعة في وقت واحد و باستمرار رصيد مشترك من المعرفة.²

و مع التطورات التقنية الهائلة في أجهزة الإرسال و الاستقبال، تطورت الخدمات الإخبارية وحشدت المحطات الإذاعية لنفسها جيوشا من المندوبين و المحررين و المعلقين، مما طور طرق إذاعة الأخبار من الرسائل الصوتية المذاعة بصوت المراسل إلى تصريحات السياسة...³

تختص الوظيفة الإخبارية بإمداد المستمعين بالأخبار، التي يشترط أن تكون إخبارية صرفة، لا يجوز التحريف فيها أو التغيير تحت أي ظرف من الظروف، و ذلك يستلزم احترام قدسية الخبر. أمّا في حالة التعليق على الأخبار، فيمكن للإذاعة أو المذيع معالجتها بطرق مختلفة، تتفق مع الفئات المختلفة لجمهور الإذاعة، ومهمة التعليق الأولى، هي توضيح نقاط الخبر الغامضة فقط و ليس تشويه الحقائق لتضليل المستمعين.

وتشترط الوظيفة الإخبارية توافر ثلاثة عناصر:

التكامل: أي تتبع الخبر من نشأته حتى نهايته، والبحث عن العناصر المكتملة له، سواء عن طريق المصادر الأصلية أو أقسام المعلومات.

الموضوعية: أي أهم مبادئ صياغة الخبر في المجتمعات الديمقراطية، إلا أن الموضوعية الكاملة حالة مثالية لا يمكن تحقيقها، و مهما حاول المذيع الوصول إليها، فسوف تظهر بعض العناصر

1. جيهان احمد رشدي: الأنظمة الإذاعية في المجتمعات العربية، د.ط، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1994، ص.07

2. محمد معوض و بركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي و التلفزيوني، ط.1، دار الكتاب الحديث، 1996، ص 11.

3. سعيد محمد السيد: إنتاج الأخبار في الراديو و التلفزيون، ط.1، عالم الكتب، القاهرة، 1988، ص 149.

و الاتجاهات الفردية، و على الرغم من ذلك فإن الالتزام بالموضوعية هو الركن الأساسي لكل عمل صحفي و لتحقيق هذا المبدأ، لا بد من البحث و التحقق من صحة الخبر و أركانه، و التفرقة، بين عدم كفاية الموضوعية، لأسباب خارجة عن الإرادة، و بين التحريف المتعمد للخبر أو الأخبار.

الوضوح: المقصود هو الوضوح في العرض، الذي يؤدي إلى فهم المحتوى، من جانب المختصين، و عامة الشعب على السواء. مع تجنب خطر التبسيط، الذي قد يؤدي إلى التحريف، و من ثم عدم فهم المشكلة كما ينبغي، و الحذر من المبالغة في التبسيط، لأن ذلك يؤدي إلى شعور بعض الفئات بالاستهانة بذكائهم.¹

و لكن قدرة الإذاعة، على أن تكون المصدر الأول للمعلومات، بدأت في السنوات الأخيرة، تتراجع أمام قوة التلفزيون و خاصة القنوات الإخبارية المتخصصة كقناة الجزيرة و العربية و الآم بي سي.... ففي دراسة أجريت على عينة من طلاب المدارس، حول الرسائل الإعلامية، التي تستخدم للتوعية المرورية، من خلال وسائل الإعلام في المملكة العربية السعودية كانت النتائج أن: 6.6% من العينة قرأت الرسائل محل الدراسة في الصحف، 4.4% من العينة سمعت الرسائل المذاعة بالراديو، بينما 63% من العينة رأت الرسائل متلفزة.

تصاغ الأخبار في الإذاعة في أشكال عديدة و مختلفة تتمثل في:

- نشرة الأخبار: و هي نوعان: النشرة العامة، و تتوجه إلى الجمهور أو المجتمع كله.
- النشرة المتخصصة، و تتوجه إلى جمهور مستهدف أو لنطاق جغرافي معين و مثاله النشرة الجهوية
- موجز الأخبار: و هو مجموعة مختصرة من الأخبار تقدم عدة مرات على مدار فترة الإرسال الإذاعي في توقيت ثابت و أوقات محددة، و تركز عادة على آخر المستجدات على الساحة.
- التعليقات و التحليلات الإخبارية: التعليق هو حديث إخباري يعبر عن رأي متخصص أما التحليل فيقوم أساسا على المعلومة.
- جريدة و المجلة الإخبارية: الجريدة تتناول الأحداث التي وقعت على مدار اليوم و تقدم بأسلوب الجريدة المطبوعة، أما المجلة فتكون أسبوعية و تتناول أخبار الأسبوع.
- التحقيق و التقرير الإذاعي: التحقيق هو عبارة عن ريبورتاج يتقصى حقيقة حدث ما أما التقرير فهو خبر تفصيلي لموضوع ما.²

1. وظائف وسائل الإعلام: مرجع سابق، ص 03.

2. محمد معوض و بركات عبد العزيز: مرجع سابق، ص 10.

* الوظيفة الثقافية (التثقيفية):

إن الإنسان في هذا العصر تحيط به الاهتمامات العديدة و الضغوطات المختلفة، من شؤون الحياة و توفير مستلزماتها، و من الإغراءات و الرغبات... لكن الجانب الثقافي لا يحظى بشيء مناسب من اهتمامه و انشغالاته. فمستوى تفاعل المواطن مع الحركة الثقافية و مع الاهتمام الفكري يحتاج إلى دراسة و تأمل، فما عدا النخبة المثقفة و المهتمين بالشأن الفكري و الأدبي فإن عامة المواطنين لا يخصصون من وقتهم و جهدهم و إمكاناتهم للجانب إلا نسبة ضئيلة و محدودة جدا. إضافة إلى أن تناول السطحي و الجاني هو السمة الغالبة. لذا فإننا بحاجة إلى اعتماد وسائل تربوية و برامج توجيهية لتربية أبنائنا على الاهتمام بالثقافة و المعرفة، كما نحتاج إلى وسائل إعلامية تكون قريبة منه و قادرة على التأثير فيه. في هذا الإطار العام تأتي جهودات الإذاعة لتأدية واجبها في رصد الحالة الثقافية في المجتمع و متابعة مستوياتها و معالجة أسباب تأخرها و مضاعفة اهتمام المواطن بها، ثم السعي الحثيث لنشر الثقافة بين جمهور المستمعين، و بين أفراد المجتمع. و خلق ذلك التمايز الثقافي و المعرفي في المجتمع. و بما أن الإذاعة تعتمد أساسا على الكلمة و فنونها و لأن الأدب هو فن الكلمة يأتي التلاقي و التحاكي بين دنيا الإذاعة و دنيا الأدب و الثقافة.

و إن كان الكثير من المفكرين يعتقدون أن الإذاعة تتحول في الكثير من الأحيان إلى معيق للثقافة، فهي حين تطرح الأفكار بمستويات رفيعة و عميقة فإنها لا تصل إلى عامة الناس من محدودي الثقافة، و إذا اعتمدت التبسيط و السهولة و اليسر في المادة الثقافية التي تقدمها لجمهورها تفقد نوع معين من جمهورها.¹

إضافة إلى أن الإكثار من التعرض للراديو يؤدي إلى تقلص نسبة المطالعة و هو أحد هذه العوائق فمحاولة الإذاعة التوفيق بين فئات جمهورها يصبح أمرا صعبا إذا لم نقل أنه مستحيلا. فدور الإذاعة إذا هو المحافظة على هذا التمايز الثقافي.

فقد وهب الله تعالى كل إنسان عقلا يفكر به ويدرك به الأمور، و جعل عقل الإنسان و قلبه منطقة حرة لا سبيل لأحد أن يقتحمها بالفرض و القوة، حيث يمكنك أن تفرض على الآخرين ممارسة معينة،

1. عبد العزيز شرف، مرجع سابق، ص 411

أو تجبرهم على القيام بعمل معين، لكنك لا تستطيع أن تجبرهم على الإيمان بفكرة لا يقتنعون بها و ان تظاهروا لك بذلك.

كما أن مستويات أفهام الناس تتفاوت، و الظروف التربوية و الاجتماعية التي يعيشونها تختلف و لذلك أثر على ثقافتهم ومعارفهم.

لذلك يقرر القرآن الكريم تفاوت مستوى الثقافة و المعرفة بين الناس، يقول تعالى:

نرفع درجات من نشاء و فوق كل ذي علم عليم. بل حتى على مستوى الأنبياء (عليهم السلام) فإن القرآن يشير إلى اختلاف في تناول قضية و الحكم فيها بين نبيين هما نبي الله داود و نبيه سليمان عليهما السلام: ﴿ و داود و سليمان إذ يحكمان إذ الحرت إذا نفشت فيه غنم القوم وكنا لحكمهم

شاهدين، ففهمناها سليمان وكلا أتينا حكما و علما و سخرنا مع داوود الجبال يسبحن و الطير و كنا فاعلين ﴾¹.

و بين نبي الله موسى (عليه السلام) و الخضر (عليه السلام) ورد حديث مفصل في سورة الكهف حيث لم يتقبل و لم يستوعب نبي الله موسى (عليه السلام) مواقف الخضر و تصرفاته في البداية لعدم اطلاعه على ملابساتها و عذره الخضر على ذلك : (وكيف تصبر على ما لم تحط به خبر) . فلا يمكننا إذا أن نطلب تطابق الآراء و اتفاقها في مختلف القضايا و من هذا المنطلق تتعدد آراء الناس في المسألة الواحدة.²

* الوظيفة الاجتماعية:

إن الراديو كأحد أبرز الوسائط الإعلامية، و الوسائل الاتصالية الجماهيرية، يسمح للمستمع أن يساهم مع الآخرين في إثراء برامج الإذاعة من خلال التدخلات عبر الهاتف أو من خلال الاستضافة التي تخصه بها الإذاعة، و بالتالي المشاركة الفعالة في مناقشة القضايا الاجتماعية التي تنطلق منه كأحد أفراد هذا المجتمع، و تعود إليه كمستفيد من نتائج الحوارات و المناقشات

و التفسيرات و الحلول الناجعة و المفيدة التي تقترحها الإذاعة في النهاية، ثم مناقشة أفراد المجتمع في القضايا التي سمعها و كون حولها رأيا من خلال متابعتها للبرامج الإذاعية الأمر الذي يدعم

التفاعل الاجتماعي.³

1. سورة الأنبياء - الآية 68-.

2. وظائف وسائل الإعلام: مرجع سابق، ص05.

3. عبد العزيز شرف: مرجع سابق، ص403.

كما أن مجرد الاستماع لنفس المحطة، و نفس البرامج، و نفس الأخبار يحقق للمستمع نوع من الارتباط مع غيره من المستمعين: بمعنى آخر الخطاب الذي يمر عبر مختلف الوسائل الإعلامية و خاصة الإذاعة عبارة عن أقوال مقنعة و ناجحة في استمالة الجمهور، و قدرة على توجيه جماهير المستمعين نحو التغيير، وصولاً إلى المجتمع الفاضل.

كما يرتبط البث الإذاعي بالمجتمع بتوفير فرص عمل للبطالين، و الإعلان سواء لمنتجات غذائية أو استهلاكية و غيرها. و مع انتشار المحطات الإذاعية المحلية ازدادت المنافسة على جذب المستمعين و المعلنين، حتى إنه بُجِرى قياسات إحصائية لمعدل الاستماع من استطلاعات للرأي هاتفية أو ميدانية تقوم بها شركات متخصصة، مما عمق التفاعل المتبادل بين الإذاعات و المجتمع و تعتبر العلاقة بين المنظومة الإعلامية و منظومة القيم الاجتماعية و الأخلاقية علاقة فاعلة و متداخلة على اعتبار أن وسائل الإعلام في أي مجتمع هي الوسائل الناقلة لأنماط التفكير و المعرفة و القيم و الإفهام و بالتالي فهي تساهم في خلق جانب كبير من الثقافة الاجتماعية و طريقة حياة أي شعب أو مجموعة سكانية معينة.¹

و قد اهتم معظم علماء الاتصال بالوظائف الاجتماعية لوسائل الإعلام و منها الإذاعة و حاولوا تحديد ادوار تلك الوسائل إزاء المجتمع و رصد نتائج و تأثيرات هذه الأدوار. و يعد - هارولد لاسويل- من أوائل العلماء الذين اهتموا بهذه المسألة، و يرى هذا العالم أن من بين وظائف وسائل الإعلام و الإذاعة تحديداً:

- مراقبة البيئة الاجتماعية من خلال تجميع المعلومات و توزيعها حتى يتمكن المجتمع من التكيف مع الظروف المتغيرة.

- زيادة ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة لتحديات البيئة المحيطة بهم، أي خلق رأي عام وطني موحد يساعد الحكومة الديمقراطية للقيام بدورها.

- عملية نقل التراث الاجتماعي من جيل إلى آخر.

أما عالما الاتصال - لازرسفيلد و ميرتون - فيحددان وظائف وسائل الإعلام تجاه المجتمع:

1. تبادل الآراء و الأفكار: أي التشاور بين أبناء المجتمع لإضفاء الشرعية على أوضاع المجتمع.
2. تدعيم المعايير الاجتماعية من خلال معاينة الخارجين عن هذه المعايير، فهناك فجوة بين

1. جريدة الصباح، يومية سياسية تصدر عن شبكة الإعلام العراقي، العدد 1882، 02/02/2010، ص 03.

الأخلاقيات العامة في المجتمع و السلوك الخاص لبعض الأفراد، و هذه السلوكيات المنحرفة لا بد من فضحها إعلاميا للحفاظ على القيم الاجتماعية.

3. التحذير: و يقصد به الآثار غير المرغوب فيها للمجتمع الناجمة عن خلل وظيفي لوسائل الإعلام من خلال زيادة مستوى المعلومات للجمهور فتخلق ما يسمى (بالمعرفة السلبية) المعيقة للنشاط البشري مما يفضي إلى اللامبالاة من قبل الجمهور بدلاً من إيقاظه. و من علماء الاتصال و المجتمع من يذهب إلى أن لوسائل الإعلام وظيفة أخرى هي التنشئة الاجتماعية أي تعليم أفراد مجتمع الجدد المهارات و القيم و المعتقدات التي يقدرها المجتمع كما قال بذلك - ولبورشرام - .

و يمكن إجمال الوظائف المجتمعية لوسائل الإعلام و منها الإذاعة بما يأتي:

- . مراقبة البيئة الاجتماعية و تزويدها بالمعلومات و التنبيه بالمخاطر.
 - . خلق المثل الاجتماعي و ذلك بتقديم النماذج الايجابية في الأمور العامة و الثقافة و الفنون.
 - . التنشئة الاجتماعية و هدفها المساعدة في توحيد المجتمع من خلال توفير قاعدة مشتركة للقيم و الخبرات الجماعية.
 - . تحقيق التواصل الاجتماعي من خلال التعبير عن الثقافة السائدة و الكشف عن الثقافات الفرعية و دعم القيم الشائعة.
 - . التعبئة و تمثيل في الإسهام في الحملات الاجتماعية، و بصفة خاصة في الأزمات السياسية و الاقتصادية و الحروب.
- * وظيفة الخدمات العامة**

من بين الوظائف التي تقدمها الإذاعة أيضاً، مهمة الخدمات العامة: أي تزويد القارئ بمعلومات هامة، و موضوعات تخدمه في حياته، و يحصل على فائدة مباشرة منها. و يدخل في نطاق مهمة الخدمات العامة الإعلان عن المداومات الطبية و الصيدلية و مواعيد انطلاق الحافلات و مواعيد شركات الطيران الوطنية، و مواعيد الصلاة و الإفطار و أخبار السينما و المسرح و مواعيد المحاضرات العامة و أماكنها، و النشرة الجوية، و إعلانات الوظائف، و الإعلانات التجارية، و أخبار الأسواق، المحلية و العالمية، و أخبار أسواق الأوراق المالية، و المعاهدات التجارية، إلى غير ذلك. و من ثم توفر

على المواطن كثيراً من العناء في عملية البحث عن حاجياته اليومية، و تنقل له أخبارها داخل منزله و دون أي تكاليف.¹

* وظيفة الشرح والتفسير والتحليل

لا تكتفي الإذاعة بسرد الأحداث، و إنما تتولى تحليل هذه الأحداث و تفسيرها؛ فالكثير من الأحداث لا يمكن فهمها، من دون معرفة خلفية هذه الأحداث، و تطورها التاريخي. تلجأ الإذاعة إلى استخدام أشكال عديدة، لأداء مهمة تحليل و تفسير الأحداث و التعليق عليها مثل:

. التحليلات الإخبارية.

. استضافة محللين سياسيين أو اقتصاديين...

. التفسيرات و الملخصات الأسبوعية للأحداث.

. رسائل المستمعين و تدخلاتهم.²

* وظيفة تكوين الرأي العام

الرأي العام هو الفكرة السائدة، بين جمهور من الناس، تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف، أو مسألة من المسائل العامة، التي تثير اهتمامهم، أو تتعلق بمصالحهم المشتركة، و هذه الظاهرة تكتسب صفة الاستقرار و تختلف، في وضوحها و دلالاتها، في عقول الأفراد، و لكنها تصدر عن اتفاق، متبادل بين غالبيتهم، مع اختلافهم في مدى إدراكهم لمفهومها، و مبلغ تحقيقها لنفعهم العام، و مصلحتهم المشتركة. و صد بالرأي العام في هذا المجال، الرأي الغالب. أمّا الرأي العام المتصل اتصالاً وثيقاً بالميراث الثقافي؛ فيطلق عليه الاتجاه العام، و هو مجموعة العادات و التقاليد، التي تمثل اتجاهها ثابتاً يتصف بالديموم، بعكس الرأي، العام الذي يتصف بالحركة و التغيير. و هناك عوامل مختلفة تتفاعل و تؤدي في النهاية، إلى تكوين الرأي العام، هي:

✓ الثقافة أو التراث الثقافي.

✓ عملية التنشئة الاجتماعية.

✓ القادة.

1. وظائف وسائل الإعلام: مرجع سابق، ص 04

2. وظائف وسائل الإعلام: المرجع السابق، ص 04.

- ✓ الحوادث.
- ✓ الأحزاب.
- ✓ وسائل الإعلام و الاتصال.
- ✓ الشائعات.
- ✓ الجماعات.
- ✓ أنماط الجماعات، أو الصور النمطية عن الجماعات.
- ✓ الشعارات.
- ✓ المصالح المباشرة للجماهير.

و يرى البعض أن الإذاعة تحتل المقام الأول، من بين وسائل الإعلام الجماهيرية كلها، في التأثير علي الرأي العام، ففي فترة الثلاثينيات من القرن الماضي استخدمت الإذاعة للحصول على أكبر قدر من التأثير على الرأي العام العالمي.¹ و يرجع ذلك إلى عدة أسباب أهمها:

أن الإذاعة تهتم، أكثر من سواها، من وسائل الإعلام، بالخوض في القضايا السياسية و الاجتماعية و مناقشتها بإسهاب، و عرض وجهات النظر المختلفة، و خلفيات الأنباء و من أجل ذلك؛ فإن النظم الديمقراطية في العالم، تحرص على إعطاء الإذاعة أكبر قدر من الحرية، لتكون المرآة الصافية، التي تعكس آمال الشعب و آلامه، و أحلامه و تطلعاته، و رضاه أو سخطه، و لتقوم بدورها و رسالتها الهامة، في توعيته و تنويره، في صدق و شرف و التزام، مما جعلها من أقوى وسائل الإعلام و أكثرها قدرة على تكوين الرأي العام و وجدان الجماهير.²

1. جيهان احمد رشدي: الدعاية و استخدام الراديو في الحرب النفسية، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص179.

2. وظائف وسائل الإعلام: مرجع سابق، ص 05

المبحث الثاني: نشأة الإذاعة الجزائرية و بداية البث الإذاعي:

يعرف الإعلام الجزائري اليوم و معه قطاع السمعي البصري تحولات كبيرة سواء ما تعلق بطبيعة النشاط الإعلامي في الوسائل المسموعة و المرئية، أو ما تعلق بالهياكل و عدد القنوات و خصائصها، و قد جاء هذا التحول كحتمية للتغيير الشامل الذي عرفته الجزائر عقب دستور فبراير 1989، وكذا إدراك الدولة لأهمية الدور الذي قد تلعبه الإذاعة، و مدى تأثيرها على الجماهير، و قصد الوقوف على المسار التطوري للإذاعة في الجزائر، نستعرض في البداية لمحة تاريخية عن مؤسستي الإذاعة و التلفزيون الجزائري، ثم الهيكل التنظيمي لهما، مروراً بظهور الإذاعات المحلية و الجهوية باعتبارهما فضاء إعلامي للمجتمع المحلي.¹

1. نشأة و تطور الإذاعة في الجزائر:

عرفت الإذاعة الجزائرية ثلاث محطات كبرى من حيث الظهور و التنوع البراجمي و اللغوي. أولها: هي الفترة الاستعمارية من 1925 إلى قبل ثورة التحرير. ثانيها: هي فترة الثورة التحريرية أي من 1954 إلى 1962. ثالثها: هي فترة بعد الاستقلال أي بعد 1962.

المرحلة الأولى: (1925 - 1954)

تعود بدايات ظهور الإذاعة في الجزائر إلى عام 1925 حين أدخل الفرنسيون الإذاعة إلى الجزائر و ذلك عندما قام احد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة بقوة 100 كيلوواط، وكانت موجهة إلى الأقلية الأوروبية من المعمرين، و كانت تبث باللغة الفرنسية ثم تتابعت المحطات في المدن الكبرى كقسنطينة و وهران و العاصمة.²

المرحلة الثانية: (1954 - 1962)

مع اندلاع الثورة الجزائرية الكبرى سنة 1954، انصب اهتمام السلطات الاستعمارية أكثر بالإذاعة باعتبارها سلاحاً فعالاً في توجيه الرأي العام الوطني و الدولي. و خاصة بعد أن أصبحت الدعاية إحدى الأدوات الأساسية، التي استخدمتها السلطات الاستعمارية لتحطيم معنويات الجزائريين و إضعاف ثقتهم بجيش التحرير الوطني من خلال التشكيك في انتصاراته. لهذه الاعتبارات كلها، فكرت الثورة في إيجاد وسيلة تمكنها من القيام بعمل إعلامي دعائي يقوم

1. زهرة بلحاجي: الإذاعة الوطنية و تحقيق مبدأ الحق في الإعلام، د.ط، الجزائر، د.ت، ص105.

2. ماجي الحلواني و عاطف العبد: الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص202.

بتزويد الجزائريين بالأخبار و تطورات الثورة في الداخل و الخارج، و شرح القضايا الوطنية من كل جوانبها. و أزداد إصرار الثورة في دخول حرب الموجات السمعية و خاصة بعد أن أكدت وثائق مؤتمر الصومام على أهمية وسائل الإعلام و الدعاية و دورها في الثورة المسلحة. من هنا أصبحت الإذاعة الجزائرية تلعب دورا معتبرا في غرس الروح الوطنية، و غيرت من وجهة نظر الجزائري تجاه الإذاعة نظرا لتغيير مضمون رسائلها.¹

* صوت الجزائر من البلدان العربية

في السنتين الأوليين اعتمدت الثورة الجزائرية في إيصال صوتها إلى الشعب الجزائري و إلى العالم الخارجي على إذاعات الدول العربية، و على الخصوص المصرية و التونسية. و هنا تجدر الإشارة إلى الدور الفعال الذي لعبته إذاعة صوت العرب من القاهرة، إذ خصصت ثلاثة برامج أسبوعية للجزائر، وكانت تذاع باللغتين العربية و الفرنسية. و الإذاعة التونسية، التي خصصت برنامجا تونسيا لدعم الثورة يذاع ثلاث مرات في الأسبوع. و من أهم منشطي هذا البرنامج محمد عيسى مسعودي، و هذا تفصيل لأهم البرامج التي كانت تبث من إذاعة القاهرة:

- برنامج وفد جبهة التحرير يخاطبكم من القاهرة: و الذي أصبح فيما بعد بعنوان: " صوت الجمهورية الجزائرية يخاطبكم " و كان يذاع باللغة العربية في إذاعة صوت العرب في شكل تعليق سياسي لمدة عشر دقائق يوميا.
 - برنامج " هنا صوت الجمهورية الجزائرية " و كان يذاع باللغة الفرنسية، لمدة 10 دقائق يوميا.
 - برنامج " جزائري يخاطب الفرنسيين " و كان يذاع باللغة الفرنسية، لمدة عشر دقائق يوميا.
- أما في تونس فقد بدأت الإذاعة الجزائرية بث برامجها سنة 1956 من خلال برنامج:
- " هنا صوت الجزائر المجاهدة الشقيقة " و كان يذاع ثلاث مرات في الأسبوع لمدة ربع ساعة. و كان البرنامج يبث الأخبار العسكرية و التعاليق السياسية. و دعمت الشبكة الخارجية بإنشاء عدة محطات منها؛ محطة طرابلس و دمشق و القاهرة و بغداد و بكنين و بنغازي و مرسى مطروح و أكرا و كوناكري و الرباط.

1. زهرة بلحاجي: مرجع سابق ص 105.

* ميلاد الإذاعة الجزائرية:

في 16 ديسمبر 1956 تم إنشاء الإذاعة السرية من قلب الجزائر وفقا لتوصيات مؤتمر الصومام، بعد أن استطاعت الثورة الحصول على أجهزة اتصالات متطورة أمريكية الصنع، و خصوصا تلك التي تستعمل لربط الوحدات الكبيرة و على مسافات بعيدة، بعد إدخال تعديلات عليها أصبح من الممكن استعمالها في البث الإذاعي.

بدأت الإذاعة الجزائرية نشاطها الفعلي بداية 1957 من خلال شاحنة متنقلة تحمل معدات إذاعية و يعمل بها عشرة مناضلين ليس لهم سابق خبرة بالعمل الإعلامي، كانت الشاحنة تجوب الجبال و ولايات الوطن، و تبث لمدة ساعتين في اليوم في الفترة المسائية و ذلك باللغة العربية و الفرنسية و الامازيغية.

كانت هذه الإذاعة تبدأ براجمها بعبارة " هنا إذاعة الجزائر المكافحة " أو هنا " صوت جبهة التحرير يخاطبكم من قلب الجزائر " .

و كانت المواد المذاعة تشمل البلاغات العسكرية التي كانت الإذاعة تتلقاها عن طريق اللاسلكي و تعليقات سياسية، و الرد على الدعاية الاستعمارية و غيرها من البرامج ذات الطابع الدعائي و التعبوي. ثم تطورت براجمها و أصبحت تذيع نشرة الأخبار نقلا عن الإذاعات الأخرى، كما أصبحت تذيع برامج أسبوعية مثل برنامج " تاريخ الجزائر " و " صدى الجزائر " ثم أصبحت تبث النشيد الوطني.

كما تم إقامة محطة إذاعية على الحدود المغربية و التي بدأت بثها في 12/08/1959 على

ثلاث موجات ثلاث مرات في اليوم، من الرابعة صباحا إلى الثانية زوالا من اليوم الموالي و قد طرا فيها بعض التنوع على المواد المذاعة حيث زاد عدد الحصص سواء بالفرنسية مثل: " تاريخ الحضارات " و " تاريخ الجزائر " و " حصة المرأة " أو بالعربية مثل: " صدى الجزائر في العالم " و " من أدب الثورة " أو بالقبائلية مثل: " حصة شعرية " ...

و بذلك قامت الإذاعة الجزائرية بدورها كاملا في رفع معنويات المناضلين و بث الثقة في نفوس الشعب الجزائري.¹

1. عواطف عبد الرحمان: الصحافة العربية في الجزائر، -دراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية- د.ط، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص58-59.

المرحلة الثالثة: (1962- إلى اليوم)

غداة الاستقلال، ورثت الجزائر شبكة للراديو و ذلك في المدن الكبرى و المتوسطة مثل الجزائر العاصمة و قسنطينة و وهران، و في 17 أوت 1962، وضعت الإذاعة الجزائرية تحت إشراف إدارات جزائرية إلى أن يتم قيام الدولة الجزائرية.¹

و قد ظلت هذه الشبكة كما هي إلى غاية 1966 والتي كانت على الشاكلة التالية:

1. شبكة البرامج الناطقة بالعربية .

2. شبكة البرامج الناطقة بالفرنسية.

3 . شبكة البرامج الناطقة بالقبائلي

وكان من الواجب على الدولة الجزائرية أن تهتم خاصة بالإذاعة، لما لها من أهمية كبيرة في تلك

الفترة في مجتمع تسوده الأمية بنسبة كبيرة، وعملت الجزائر أيضا على توفير أجهزة الاستقبال، حيث وصل عدد أجهزة الراديو سنة 1976 ثلاثة مليون جهاز، ليرتفع سنة 1982 إلى خمسة ملايين جهاز. و في إطار التغطية الجغرافية لبرامج الإذاعة الوطنية، فإنه و إلى غاية عام 1986 بقيت مناطق وخاصة الجنوبية لا يصلها البث الإذاعي.

و في تاريخ 1 جويلية 1986 و بمقتضى المرسوم رقم 150/86 تم وضع اللبنة الأولى

للمؤسسة الوطنية للإذاعة الصوتية. و مع إنشاء مؤسسة الإذاعة الوطنية حول لها جزء من الهياكل، و الوسائل و الأملاك و الأعمال و المستخدمين، الذين كانت تحوزهم أو تسيروهم الإذاعة و التلفزة الجزائرية في إطار أعمالها في ميدان إنتاج البرامج الإذاعية، و إنتاجها المشترك و استيرادها و بثها و هذا وفق مرسوم رقم 86-150 المؤرخ في 01 جويلية 1986 في الجريدة الرسمية. و على هذا الأساس نصت:

المادة الأولى لقرار الإنشاء الوارد في الجريدة الرسمية على إنشاء مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي و صبغة اجتماعية و ثقافية، تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي تسمى:

" مؤسسة الإذاعة الوطنية " ²

و تنص المادة الثانية على وضع المؤسسة تحت وصاية وزير الإعلام، واعتمادا على هذا

1. ماجي الحلواني و عاطف العبد: مرجع سابق، ص304.

2. زهرة بلحاجي: مرجع سابق، ص106

ستتولى هذه المؤسسة الجديدة الخدمة العمومية للبث الإذاعي، وتحتكر بث البرامج الإذاعية في كامل التراب الوطني، كما ستهتم هذه المؤسسة الجديدة بالإعلام عن طريق البث و النقل لكل التحقيقات و الحصص و البرامج الإذاعية، كما تتولى هذه المؤسسة على كاهلها تعبئة المواطنين و رفع مستواهم الثقافي، قصد تحقيق الأهداف الوطنية و الدفاع عن مصالح الوطن، كما يجب على هذه المؤسسة نشر ذخائر الثقافة الوطنية و الفنون الشعبية إلى جانب مهمة التسلية و التنشيط الثقافي والفني، هذا على المستوى الداخلي، أما على المستوى الدولي فعلى الإذاعة أن تعرف بمنجزاتها، ونشاط الدولة في جميع الميادين من خلال برامج ملائمة.

تنقسم الإذاعة الوطنية من حيث اللغة الناطقة بها إلى ثلاث قنوات رئيسية و هي:

أ. القناة الأولى: قناة وطنية تهتم بالقضايا الوطنية و القومية و الدولية و تبث البرامج الثقافية و الفكرية و التربوية باللغة العربية.

ب. القناة الثانية: قناة ناطقة بالأمازيغية بمختلف لهجاتها، و تعنى بإحياء التراث الشعبي و تقديمه إلى الجماهير في شكل فنون شعبية، و روايات و قصص من شأنها إن تدعم التضامن الوطني.

ج. القناة الثالثة: قناة ناطقة باللغة الأجنبية و تقدم برامج متنوعة بعدة لغات أجنبية

2. الإذاعة الوطنية بعد إعادة الهيكلة:

إن التنظيم الداخلي لمؤسسة الإذاعة الوطنية جاء في القرار الصادر في الجريدة الرسمية،

و المؤرخ في: 24 / 01 / 1987، و الذي نص في مادته الأولى على ما يلي:

تشمل مؤسسة الإذاعة الوطنية الموضوعة تحت سلطة المدير العام على الهياكل التالية:

أ: مديرية البرامج الإذاعية الوطنية:

تتكفل هذه المديرية بإنجاز و بث البرامج الموجهة أساسا إلى الداخل، و تشمل القناة الأولى

والثانية، على رأس الأولى مدير و على رأس الثانية مدير مساعد

ب: مديرية البرامج الإذاعية الدولية:

هذه المديرية مكلفة بإنجاز حصص و برامج باللغة الوطنية، و اللغات الأجنبية الأخرى و

على رأسها الفرنسية

ج: مديرية المصالح التقنية و التجهيز:

تقوم هذه المديرية باستغلال جميع المنشآت و التجهيزات التقنية و صيانتها، كما تتولى

السهر على تنمية قدرات الإنتاج في المؤسسة، و تضم هذه المديرية فرعين:

الأول خاص بوسائل الإنتاج. و الثاني خاص بالدراسات و التنمية.

د: مديرية الإدارة العامة:

تتكفل هذه المديرية بضمان تسيير الموارد البشرية و الشؤون لقانونية، والمديرية الفرعية للموارد المالية، والوسائل العامة، والمديرية الفرعية للتكوين وتجديد المعلومات وتحسين المستوى. و تمت إعادة الهيكلة من جديد في ديسمبر 1987، حيث تنص المادة الخامسة عشر من هذا القرار على إلغاء قرار 1987/01/24.

و يضيف هذا التنظيم الجديد وحدة التسجيل الصوتي و استنساخه، و هذه الوحدة ذات طابع تجاري أكثر منها ثقافي و تتكون من:

- قسم الإنتاج الصوتي و الاتصال مع المديرية المعنية بالإذاعة الوطنية.
- قسم الوسائل التقنية و الإنتاج و يكون دائم الاتصال مع مديرية التجهيز.
- قسم تسويق الإنتاج الصوتي و يكون دائم الاتصال مع المديرية المعنية.
- و ألغى هذه التنظيم الجديد قسمين أساسيين في مديرية البرامج الإذاعية الوطنية هما:
- قسم البرامج و الحصص الدراسية.
- قسم برامج المنوعات.
- و تم تعويضهما بقسمين جديدين هما:
- قسم البرامج المسرحية.
- قسم الموسيقى.¹

فالمديرية المنشأة في هذه المؤسسة و المشرفة كل منها على قطاعات معينة، تحوي بدورها عددا من المصالح الإدارية التي تستمد قراراتها من الإدارة العامة، و هي تستمد بدورها قراراتها من الوزارة الوصية و هي الحكومة.

إن إعادة الهيكلة الجديدة جاءت لتحقيق عدة أهداف على رأسها القضاء على مشكل البيروقراطية، الذي كانت تعاني منه مؤسسة الإذاعة و التلفزيون الجزائرية، لكن هذه الهيكلة لم توفق إلى درجة كبيرة في ذلك. فالجديد في هذه الهيكلة من حيث التنظيم يكاد يقتصر على استقلالية الإذاعة تنظيميا وماليا عن التلفزة.

1. المرجع نفسه، ص 106

3. نشأة الإذاعات المحلية و الجهوية في الجزائري

تعود تجربة البث الإذاعي المحلي و الجهوي في الجزائر إلى الأعوام القليلة الفارطة، حيث أنها حديثة العهد و اقترنت بحدثة التجربة الديمقراطية ذاتها، وتمثلت هذه البداية في المشروع الوطني الذي سعت من خلاله الدولة إلى تطوير قطاع السمعى البصري بتمكينه من مواكبة الواقع بالموازنة مع ما طرأ على هذا الأخير من تغيرات وتحولات، خاصة بعد أحداث أكتوبر 1988 التي فرضت على السلطة ضرورة التخلي على منطق الوحدة في التفكير، والتوجه في ظل الحزب الواحد في النظر بمنطق تعدد الرؤى و الأفكار من خلال التعددية السياسية والفكرية، وسعي وراء تجسيد هذا التوجه الجديد في مجال الإعلام.

شرعت المؤسسة الوطنية للإذاعة في منتصف سنة 1991 بإقامة عدة محطات إذاعية محلية في كافة المجالات، و قد سبق إنشاء هذه المحطات تأسيس مديرية تنمية الإذاعات المحلية، التي حددت مهمتها في تسيير هذه المحطات و تنسيق مهامها و توجيه برامجها، هذه المديرية قامت بتقديم برنامج حقيقي لرئاسة الحكومة يقضي بإنشاء المحطات المحلية، وكانت موزعة حسب المناطق الجغرافية و الكثافة السكانية و الخصوصية المحلية، و الإمكانيات المادية التقنية للإذاعة الوطنية. و تفتح قطاع الإعلام على مبادرة الإذاعة الجزائرية إلى إنشاء أول إذاعة محلية و هي إذاعة الساورة بشار. 1

و بذلك تكون شبكة الإذاعات المحلية، قد بلغت 38 محطة عامة، و ثلاث محطات موضوعاتية و هي: البهجة الموسيقية و إذاعة القرآن الكريم الدينية و الإذاعة الثقافية. 2

1. إذاعة القرآن الكريم: و هي إذاعة دينية تبث برامجها على مدار أربع ساعات يوميا من 05 إلى 06 صباحا، و من 10 إلى 13 زوالا. و يصل أقصى بث برامجهما إلى مناطق تبعد بحوالي 200 كم عن العاصمة.

2. الإذاعة الثقافية: و هي محطة إذاعية تهتم بتنمية ثقافة مستمعيها، تبث برامجها على مدار ساعتين و نصف يوميا، من: (17 إلى 19.30) مساءً، يصل أقصى بث

1. عن موقع: www. Algerian-radio.dz.ت.د: 2010/09/10. ص01.

2. نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، إذاعة المسيلة الجهوية نموذج، د.ط، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، د.ب، ص140.

برامجها إلى مناطق تبعد بحوالي 200 كم عن العاصمة.

3. إذاعة البهجة: و هي محطة إذاعية موسيقية، تبث برامجها على مدار العشرين ساعة يوميا، ابتداء من الساعة: (06 إلى 02) صباحا، تبث برامجها عبر الساتل لتغطي شمال البلاد و حوض البحر الأبيض المتوسط.

و هذه قائمة ابرز الإذاعات الجهوية في الجزائر، و مقراتها و تاريخ الشروع في البث.

المحطة مقرها تاريخ شروعا في البث

الساورة- بشار: 20 أفريل 1991

متيجة- العاصمة: 08 أفريل 1991

الواحات- ورقلة: 09 ماي 1991

السهوب- الأغوات: 05 نوفمبر 1991

الأهقار- تمنراست: 16 أفريل 1992

العالية- تلمسان: 07 أكتوبر 1992

الهضاب- سطيف: 10 أكتوبر 1992

الأوراس- باتنة: 29 ديسمبر 1994

الباهية- وهران: 26 جانفي 1995

سيرتا- قسنطينة: 05 فيفري 1995

تبسة- تبسة: 04 افريل 1995

توات- أدرار: 04 جوان 1995

الصومام- بجاية: 20 أوت 1995

سوف- الواد: 21 نوفمبر 1996

عنابة- عنابة: 13 جانفي 1997

التاسيلي- إليزي: 27 جانفي 1997

تيارت تيارت: 25 أكتوبر 1998

تندوف- تندوف: 12 مارس 1999

النعامة- النعامة: 25 ماي 1999

الزيان- بسكرة: 14 جوان 1999

ميزاب- غرداية: 24 فيفري 2001

بني شقران- معسكر: 27 جويلية 2003

البيض- البيض: 08 سبتمبر 2003

الحضنة- المسيلة: 10 أكتوبر 2003

سكيكدة- سكيكدة: 15 نوفمبر 2003

الشلف- الشلف: 26 جانفي 2004

الظهرة- مستغانم: 11 فيفري 2004

بلعباس- سيدي بلعباس: 17 فيفري 2004

سوق أهراس سوق أهراس 23 فبراير 2005.¹

و هذه قائمة ابرز الإذاعات الجهوية في الجزائر، و موجات بثها و مواقعها على شبكة الانترنت.

إذاعة سعيدة الجهوية:

101.3 FM

www.saidafm.com

إذاعة النعامة الجهوية:

NSS7 MKZ 12735 و على الساتل 90.9 FM – 104 .FM

www.radionaamafm.com

إذاعة بشار الجهوية:

NSS7 و على الساتل 198.03 / FM 576 KHZ

www.radiobechar.com

إذاعة قسنطينة الجهوية:

93.9 FM

www.radio-constantine.dz

إذاعة بسكرة الجهوية:

91.2 FM 101 FM

www.zibanfm.com

إذاعة الشلف الجهوية:

1. عن موقع: www. Algerian-radio.dz ت.د: 2010/09/10. ص01.

87.7 FM net

www.radiochlef.net

إذاعة البيض الجهوية:

100.1 FM

إذاعة الوادي الجهوية:

MKZ 12735 و 783KHZ على الساتل NSS7 بتردد

www.radio-eloued.dz

إذاعة غرداية الجهوية:

NSS7 MKZ 12735 و 98MHZ – 873KHZ

www.radioghardaia.dz

إذاعة اليزي الجهوية:

93.50 FM – 96.70 FM – 738 KHZ – 783KHZ

16638 N72 و على الساتل،

إذاعة الأغوات الجهوية:

87.6FM - 91.1FM - 98.9 FM – 783AM

و على الساتل NSS7 MKZ .

إذاعة معسكر الجهوية:

101.1 FM

www.radiomascara.com

إذاعة متيجة الجهوية :

94.7 FM

www.radiometidja.com

إذاعة وهران الجهوية :

92.1FM

www.radio-oran.com

إذاعة ورقلة الجهوية :

92.1 FM – 98 FM – 1026KHZ – 1017 KHZ و MHz

و على الساتل NSS22° 04 EST V.S.T NSS7 33° E

و يغطي شمال إفريقيا و جمع دول أوروبا

إذاعة سطيف الجهوية :

90.4FM

إذاعة سيدي بلعباس الجهوية

99.2 FM

إذاعة تيارت الجهوية :

92.5 FM

إذاعة سكيكدة الجهوية:

94.8 FM

إذاعة تندوف الجهوية :

- 666AM 98.00FM

و على الساتل NSS7 22°

إذاعة تبسة الجهوية :

FM87.7

إذاعة تلمسان الجهوية :

100.4 FM- 94.7 FM

NSS7 MKZ 12735 و على الساتل

www.radiotlemcen.org

إذاعة مستغانم الجهوية :

100.1 FM

www.radiomostaganem.com

إذاعة المسيلة الجهوية:

94.7 FM

إذاعة تمنراست الجهوية :

98.0FM- 1161AM

NSS7 MKZ 12735 و على الساتل

إذاعة سوق أهراس الجهوية:

95.1fm

وعلي الساتل NNS7 22° 12735

www.radiosoukahras.dz

إذاعة أدرار الجهوية:

91.09 FM

و على الساتل NSS7 MKZ 12735

www.Radio-adrar.net

إذاعة عنابة الجهوية :

100.3FM 88.8 و FM

www.anaba.net

إذاعة باتنة الجهوية :

92.2 FM

www.radio-batna.dz

إذاعة بجاية الجهوية

90.9FM- 88.7 FM

www.radiosommam-bejaia.com

إذاعة جيجل الجهوية :

FM 94.8 -95.4

و على الساتل NSS7 MKZ 12735 .

www.Radio-jijel.dz

إذاعة غليزان الجهوية:

FM 90.8

www.radiorelizane.dz

إذاعة عين تيموشنت الجهوية:

FM 95.9

WWW.AINTEMOUCHENTFM.COM

إذاعة تيسمسيلت الجهوية:

FM103.2

www.tissemsiltfm.com

إذاعة أم البواقي الجهوية:

FM 95.6 / 103.3FM

www.radio-oumelbouaghi.dz

إذاعة برج بوعرييج الجهوية:

FM 93.5 أو FM 100.3

إذاعة عين الدفلى الجهوية:

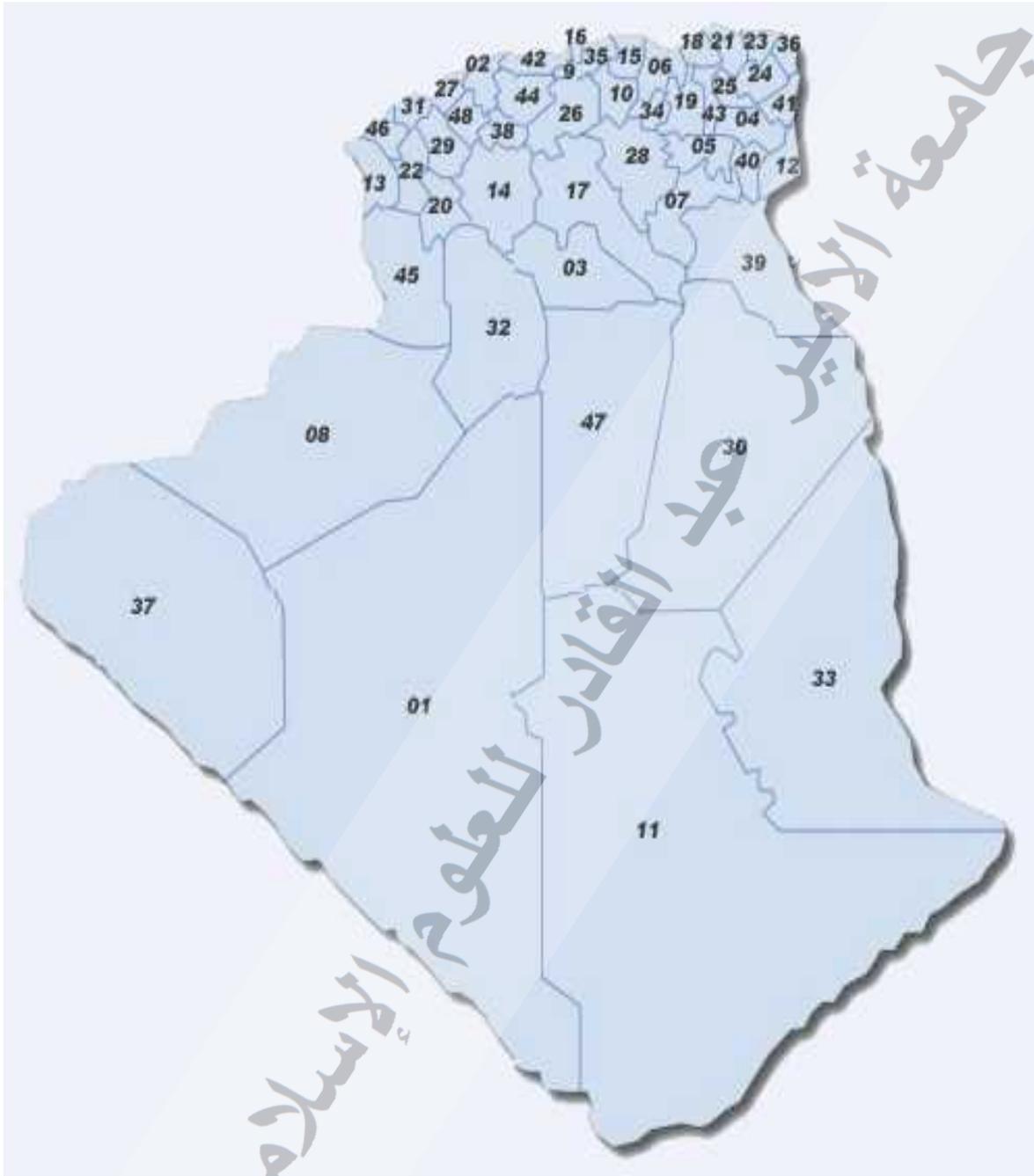
FM 91.1

إذاعة الجلفة الجهوية:

¹ FM 91.9

الإمير عبد القادر للعطوم الإسلامية

1. عن موقع: [www. Algerian-radio.dz](http://www.Algerian-radio.dz)، ت.د: 2010/09/10.



المبحث الثالث: واقع البرامج الدينية الإذاعية و آفاق تطويرها.

1. واقع البرامج الدينية الإذاعية.

إن واقع البرامج الدينية الإذاعية التي تبث في الجزائر، لا يختلف كثيرا عن واقعها في البلدان العربية و الإسلامية الأخرى، بحيث تعاني هذه البرامج من مشاكل شكلية و مضمونية، - رغم الاستثناءات التي نجدها في محطة إذاعية ما أو بعض المحطات الإذاعية -

إن نجاح أي برنامج ديني أو غيره من البرامج مرهون بتوافر جملة من العوامل الأساسية التي تجعل منه برنامجا مرغوبا و محبوبا و لديه جمهورا واسعا و أهم هذه العوامل:

- الاختيار المناسب لرجل الإعلام أو القائم بالاتصال.
- الإعداد الجيد للمادة الإعلامية و للرسالة الإعلامية.
- استعمال الأشكال الفنية الأفضل و الأنسب لتقديم البرامج.
- اختيار التوقيت المناسب لبث الرسالة الإعلامية.
- مراعاة طبيعة جمهور المتلقين.

من اجل ذلك كله، رأينا انه من الواجب التطرق بالحديث إلى هذه النقاط للوقوف على حقيقة واقع هذه البرامج في الإعلام السمعي و ابروها:

. القائم بالاتصال في البرامج الدينية الإذاعية.

. طرق و أساليب إعداد و تقديم البرامج الدينية الإذاعية.

. الرسائل المحتواة في البرامج الدينية الإذاعية.

. جمهور المتلقين للبرامج الدينية الإذاعية.

أ: القائم بالاتصال:

لا يكاد يختلف الباحثون في أن القائم بالاتصال أو رجل الإعلام أو المرسل، هو الحلقة الرئيسة

في العملية الإعلامية، و من أهم العناصر التي يترتب عليها نجاحها.

فقد ورد في ملخص "هارولد لاسويل" للعملية الاتصالية في العبارة الشهيرة التي تناقلتها ابرز المراجع

الإعلامية: (من؟ يقول ماذا؟ بأي وسيلة؟ إلى من؟ و بأي تأثير؟

من؟ في هذه العبارة يقصد به المرسل أو القائم بالاتصال سواء أكان فرداً أم جهازاً إعلامياً، سواء أكان دار صحفية أم إذاعة أم تليفزيون، أم غير ذلك.¹

و في دراستنا هذه فان القائم بالاتصال، هو القائم بالخطاب الديني، هو المعد و المقدم للبرامج الدينية الإذاعية، فقد يكون احد المتخصصين في حقل الدعوة الإسلامية أو شخص لديه خلفية واسعة في المواضيع الدينية التي يعدها و يقدمها لجمهور المستمعين.

و من هذا المنطلق يمكننا القول أن القائم بالخطاب الديني هو: "المسلم العاقل الذي يقوم بإعلام الرأي العام بما يعلمه و يجيد معرفته من المعارف الدينية و العمل على التأثير فيه و الحصول على استجابته".²

و لكي يكون القائم بالاتصال عامة و القائم بالخطاب الديني تجديداً مؤدياً لمهامه على أحسن وجه و تبليغ الرسالة إلى جمهور المتلقين بالشكل اللائق و يجب أن تتوفر فيه الشروط التالية:

- أن يكون على علم و دراية بأحوال عصره و قضايا أمته.
- أن تكون له ثقافة و اسعة و أن يكون ملم بمختلف العلوم (الاجتماعية و الإنسانية و السياسية و الإعلامية...)، فضلاً عن درايته الواسعة بعلوم الشريعة، و الموازنة بين الثابت و المتغير.
- أن يكون مؤهلاً و مدرباً تدريباً سليماً، بطريقة يستطيع معها فهم الغاية التي يهدف إليها و الدور المنوط به، و عبء الرسالة التي يحملها.
- أن يدرس الاهتمامات المتغيرة للناس حتى يواكب العصر و متطلبات الجمهور و المستويات المختلفة للجماعات التي تشكل جمهور المستقبلين.
- أن يعرف خصائص الوسيلة الإعلامية التي يستخدمها في نقل رسائله للجمهور.
- أن يعرف كيف يقرأ و يستمع و يشاهد ما يدور حوله بعين ناقدة و عين نافذة حتى يستطيع أن يحقق أهداف رسالته بكفاءة أكثر و بصورة مرضية.
- أن يكتشف الطريقة الصحيحة للتعبير عن الفكرة التي لديه و التي يستطيع أن يؤثر من خلالها في أكبر عدد ممكن من الناس.
- أن يكون قادراً على فهم عقلية جمهوره، قريب منه، عالم بأحواله و مشاكله و اهتماماته. أي:

أن تتوفر لديه القدرة على التكيف مع الجماهير حسب مستوياتهم الثقافية و الفكرية

1. محي الدين عبد الحليم: الإعلام الإسلامي و تطبيقاته العملية، ط. 2، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1984، ص 25.

2. محي الدين عبد الحليم: مرجع سابق، ص 145.

و الاجتماعية فلكل فئة لغة خاصة تفهمها و تتفاعل معها فما يقال للمثقفين لا يقال لعامة الناس.

- أن يكون له تصورا كليا للإسلام، عارفا بمقاصد الشريعة و جوهر الدين و لب الإسلام.¹

و من هنا نقول أن رجل الإعلام أو القائم بالاتصال يجب أن يركز على نقطتين و هما:

- أن يعرف كيف يوجه رسالته الإعلامية بما يمنحها أكبر قوة تأثير ممكنة في عقلية الجمهور المستهدف، - جمهور المستمعين-.

- أن يراعي القدرات العقلية المختلفة، و الأمزجة المتباينة، للجمهور الذي يحاول الوصول إليه و تبليغه رسالته.²

و السؤال الذي يطرح ها هنا، هل القائم بالاتصال و القائم بالخطاب الديني تتوفر فيه هذه الشروط؟

و للإجابة عن هذا التساؤل نقول:

- أن الكثير من المقدمين الذين يتعرضون للبرامج الدينية غير أصحاب الاختصاص بها، فالبرامج التي تقدم للجمهور من إعداد و تقديم أشخاص ليسوا بعيدين عن المسائل الدينية فحسب بل عن أسس العملية الإعلامية أيضا.

و ذلك ما يوقعهم في الخطأ، مثلا أن ينسى مذيع لحصة دينية ذكر ركن الزكاة عند سرده لأركان الإسلام...³

. الكثير من القائمين على إعداد و تقديم البرامج الدينية لا يزيد فهمهم و معرفتهم و ثقافتهم على أي شخص عادي يلم بمعلومات عامة فقط...

و هذا ما يؤدي إلى الوقوع في حرج و مضايقات للقائم بالاتصال حين يفاجأ بسؤال لم يكن يتوقعه فيضطر إلى تقديم إجابات لا ترد على السؤال المطروح و لا تشفي غليل السائل.

. الكثير من القائمين على إعداد و تقديم البرامج الدينية لا يحملون تصورا شاملا للإسلام، و لا يفقهون مقاصد الشريعة الإسلامية، و روح الدين و جوهره، و اضرب لذلك مثلا:

سئل احد هم عن أسباب تخلف المسلمين و عدم أخذهم بأسباب التقدم للحاق بركب الدول المتطورة، فأجاب بقوله: "إن الله سخر المسلمين للعبادة، و سخر غيرهم ليصنعوا للمسلمين ما

1. محمد عبد الكافي: تأملات في الخطاب الديني بالفرضيات العربية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 1، السنة 2003، ص.19

2. محي الدين عبد الحليم: مرجع سابق، ص 26.

3. عبد الله سالم: البرامج الدينية في الإذاعة و التلفزيون، نقد و تحليل، مجلة المجمع العدد، 234، السنة 1975، ص 46.

يحتاجون إليه من أمور دنياهم، التي ينعمن بها في الدنيا و لا تشغلهم عن الآخرة".
فهذا جواب يبين حقيقة القائم بالخطاب الديني سواء في الإذاعة أو في غيرها من الوسائل
الإعلامية الأخرى.

ب: طرق و أساليب إعداد و تقديم البرامج الدينية الإذاعية:

لا شك أن البرامج الدينية تستحوذ على قدر لا بأس به من اهتمام جمهور المستمعين، فالشعور
بالانتماء للأمة الإسلامية، يدفع الكثير من المستمعين إلى متابعة هذا النوع من البرامج، و الحرص
الشديد على فهم ما تقدمه من موضوعات، لأنها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بممارساته التعبديّة و منهج حياته
كله من الميلاد إلى الوفاة.

من هذا المنطلق يحرص القائمين على هذه البرامج، على استعمال طرق و أساليب ناجعة و فعالة
للوصول من خلالها إلى عقلية المستمعين، و يتعلق الأمر هنا بالشكل الذي يتم به تقديم و إعداد
و إخراج البرامج الدينية الإذاعية، و التي نجملها في الآتي:

. أن يكون إعداد البرامج الدينية مؤسس على مبادئ و قيم من الحق و الصدق و الخير، و مراعاة الخلفية الثقافية و
العقائدية و الاجتماعية للمتلقين فضلاً عن التزام الوضوح و الشفافية في جميع الأحوال و الظروف.
. التنوع في الموضوعات و أساليب تناول الموضوعات، و طرح الأفكار و تلوينها و ردها بالأدلة
و البراهين من شأنه أن يضفي على الخطاب الديني حيوية و يحظى بمقبولية عالية لدى جمهور
المستمعين، أما التكرار و الاستمرار على نفس الوتيرة فيولد الملل و التقاعس عن إتاحة الفرص التواصلية
بين المرسل و المستقبل بشكل عام.

. أن يكون كلام القائم بالخطاب الديني في الجدل و المناقشة بالحسنى و بالكلام الطيب و الأدب الجم
و التواضع و الهدوء و عدم رفع الصوت و عدم اغاضة المقابل و الاستهزاء به، و ليبقى كلامه معه على
مستواه العالي الرفيع الرقيق اللين الخالي من الفظاظلة و الخشونة، لكن فيه قوة الإقناع
و وضوح الحق.²

- تجنب القوالب الكلاسيكية القديمة في تقديم البرامج الدينية لأنها لم تعد تلبي احتياجات جمهور
المستمعين و تحتذب شرائحه المتعددة إلى ما تطرحه الإذاعات، بل إن العديد من البرامج الدينية التي
اعتادت تبثها الإذاعات العامة و المتخصصة على حد سواء أخذت تعد من مولدات الملل

1. محمد عبد الكافي: مرجع سابق، ص 89.

2. عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة الإسلامية، د. ط، مؤسسة الرسالة، دار الوفاء، د. ب. ن، ص 478.

و الروتين و صارت بعض البرامج المقدمة بهذه الطرق الرتيبة تنفر الجمهور من الإذاعة، و هذا هو الفشل المركب الذي قد يصيب الخطاب الديني و يشل حركته و يفقده مزية التأثير و الفاعلية.

ج : جمهور البرامج الدينية الإذاعية:

الجمهور هو الحلقة الرابعة في السلسلة الاتصالية، لرجل الإعلام الشهير " هارولد لاسويل" و هو العنصر المقصود و المستهدف بالرسالة أو المادة الإعلامية، لمعرفة مدى تأثيره بها. و يمكننا القول أن جمهور البرامج الدينية هو: " الجمهور القاصد و المتعمد لأن يعرض نفسه لهذا النوع من البرامج و يتمثل في جماهير خطبة الجمعة و مستمع إذاعة القرآن الكريم و قارئ الصحف الدينية المتخصصة أو الجمهور الذي يحرص على شراء صحيفة عامة بهدف قراءة الصفحات الدينية أو الجمهور الذي يحرص على فتح الراديو لسماع برامج أو فقرات دينية...¹

و انطلاقاً مما ورد في هذا التعريف فإن جمهور البرامج الدينية الإذاعية هو: الجمهور القاصد و المتعمد لأن يعرض نفسه للبرامج الدينية من خلال فتح الراديو و الاستماع لهذا النوع من البرامج التي تقدمها الإذاعة.

تؤكد العديد من الدراسات أن البرامج الدينية هي اقل البرامج مشاهدة و استماعاً و مقروئية مقارنة بالبرامج الأخرى كالبرامج الإخبارية و المسلسلات و الأفلام و البرامج الترفيهية و الرياضية و الثقافية و الاجتماعية و غيرها من البرامج.²

فجمهور البرامج الدينية الإذاعية في تراجع و انحسار للأسباب التالية:
 . ضعف الاهتمام بمشاركة الجمهور في تفعيل البرامج الدينية، فالإذاعة التي لا تقوم على الحوار المباشر مع الجمهور تفقده و تساهم في تحوله إلى وسيلة إعلامية أخرى.

. تراجع جمهور الإعلام السمعي (الإذاعة) لفائدة الإعلام المسموع و المرئي (التلفزيون)

و السينما و المسرح و الانترنت... فكلما ظهرت وسيلة جديدة استحوذت على نسب معتبرة من جمهور الوسيلة التي سبقتها.

- ضالة الأشكال و الأنماط الفنية المستخدمة في عرض البرامج الدينية الإذاعية، و بدائية أغلبها، و طريقة العرض الكلاسيكية، أنتج نوعاً من التلقي السلبي و الملل في نفوس المستمعين، و دفعهم إلى البحث عن وسائط إعلامية أكثر متعة و إبداعاً.

1. محي الدين عبد الحليم: مرجع سابق، ص. 146

2. عن موقع مجلة باب الجريدة، www.bab.com : 2009/05/30، ص. 01

. كثرة استعمال اللغة التراثية أو التخصصية البحتة التي مكثها المحاضرات و البحث العلمي و التأليف، و ليس الإعلام الجماهيري، خلق غربة اتصالية و قطيعة بين المرسل و المتلقي، و أضعف الاستجابة المطلوبة.

. انحسار الفترة الدينية في أغلب المناهج الإذاعية و صغر مساحة البرامج ذات الصبغة الدينية قياساً بالبرامج الترفيهية و الإخبارية و الثقافية و الاجتماعية و الرياضية.. بحيث أثبتت أغلب الدراسات السابقة أن حجم البرامج الدينية لم يتعدى 03% من إجمالي البرامج المقدمة.

. تقدم البرامج الدينية في فترات و أوقات غير مناسبة، مما دفع بالجمهور إلى الانصراف عن متابعتها من خلال تلك المحطات الإذاعية و بالتالي البحث عنها في وسائل إعلامية أخرى.

. أسلوب الإرشاد و الوعظ المباشر و الاستعلاء في الكلام و استعراض المهارات اللغوية و طرح الأفكار بطريقة مثالية تبعد عن الواقع المعيش، يولد إحباطاً لدى المتلقي، و لا يزرع في قلبه إلا التقديس اللاواعي لرموز و تعاليم الدين، و يفرغ الرسالة الإعلامية من محتواها.

. عدم تماشي الموضوعات و القضايا التي تتناولها البرامج الدينية الإذاعية مع الواقع المعيش و تطلعات جمهور المستمعين.

د: الرسائل المحتواة في البرامج الدينية الإذاعية:

بداية يمكننا القول أن الرسائل المحتواة في البرامج الدينية الإذاعية لا تختلف عن الرسائل المحتواة في بقية الوسائل الإعلامية الأخرى.

فهي رسائل متكررة غير متجددة، مبعثرة غير متناسقة، جزئية غير شاملة، معزولة عن السياقات التي أنتجتها. لا تشكل تراكماً نسقياً معرفياً متناسقاً و متكاملًا، و لا تسهم فيها التفاصيل في تكوين الصورة الكلية، ارتباطها غير وثيق بالراهن و الملموس.¹

. أغلب البرامج الدينية الإذاعية تستند إلى التعاليم التي بشر بها الإسلام و هي تقع على الامتداد الطولي لدعوة الأنبياء و الرسل و الأولياء الصالحين... كما أنها تقوم على الحقائق و تهدف إلى الإقناع بالحكمة البرهان العلمي و

البرامج الدينية م الخير، و

في جميع

1. أديب حضور: البرامج الدينية في البرجة الرمضانية العربية، مجلة الإذاعات العربية، 01 2003 64.

تركيز البرامج الإذاعية عموماً على قضايا الصراع الديني و المذهبي و تجنح في كثير من الأحيان إلى ممارسة الدور الدعائي لجهات و جماعات و يحتاج إليه الجمهور من حقائق و التي يتمتع بها الإسلام مما يحصر الخطاب الديني الإسلامي في أطر ضيقة و محدودة تعزله عن الساحة

. أغلب الموضوعات التي تناوّلها البرامج الدينية لا تتماشى و العصر الراهن، بمعنى أنها تـ ماضي العالم الإسلامي، و ليس حاضره، فأغلب البرامج عبارة عن أحاديث عن الفترة الذهبية للإسلام و المسلمين و الأجداد و البطولات التي حققوها، أما أن نتحدث عن الاعتداءات السافرة التي يتعرض لها المسلمون في كل أنحاء العالم الإسلامي كمعاناة الشعب الفلسطيني، من قبل الصهاينة، و الشعب العراقي و الأفغاني من قبل الاستعمار الأمريكي المغلف بغطاء الديمقراطية و حقوق الإنسان، و محاربة الإرهاب الدولي...؟؟؟

و الأقليات المسلمة في الخارج و ما تعانیه من مشاكل: ارتداء الحجاب في المؤسسات التربوية في تادية شعائرهم التعبدية بحرية، و حقهم في الإقامة و التجنس، و الانتخاب و الترشح و الإدلاء بأرائهم في المجتمعات التي ينتمون إليها، و غيرها من القضايا التي تغيب في برامجنا الإذاعية و خاصة البرامج الدينية.

. أغلب الموضوعات التي تناوّلها البرامج

و استمعت إلى إحدى البرامج الدينية تجد نفسك أمام نفس الموضوعات.

فكل البرامج الدينية حديث عن المسائل الفقهية التي صار يعلمها القاصي و الداني

(الوضوء، الغسل، التيمم، ترقية الصلاة، الفوائد البنكية، الإفطار في رمضان

...).

فمتى يخرج الإسلام من دورات المياه ليهتم بأمور و قضايا المسلمين الأساسية:

...

2. آفاق تطوير البرامج الدينية:

كل فكرة من الأفكار، من أجل أن تتحقق و تشق طريقها إلى الواقع، و من أجل أن تتجسد في الحياة تحتاج إلى برامج، و إلى خطط تنفيذية عملية، أما إذا بقيت في المجال النظري دون أن تتوفر لها البرامج و الخطط التنفيذية التطبيقية فإنها لن تثبت في الواقع و لن تترك أثراً في حياة الناس، هذا يجري على مختلف الأفكار: السياسية و حتى على المستوى الشخصي،

فإنه يحتاج إلى خطة عمل أو برنامج. و في بعض الأحيان تكون هناك لكن البرنامج غير صحيح، هذه الفكرة لن تنجح و لن تعطي نتائج جيدة، إذ لا من فكرة صحيحة يصاحبها برنامج صحيح يتناسب معها حتى تحقق هذه

الدين مجموعة من المفاهيم و ياة متكامل، لكن لا يمكن الاستفادة من هذه المفاهيم و المبادئ إذا بقيت مجرد آراء و معتقدات في نفوس أصحابها، و لا يمكن الاستفادة من هذا المنهج إذا تطبيقية تنتج عن هذه المفاهيم و المبادئ، و تخرج بهذا المنهج القويم من الرفوف و تنزل به إلى دنيا الناس و تسعى إلى أن يكون المنهج السائد و المهيم و المعمول به في كل نواحي الحياة دون استثناء.

و إننا على يقين راسخ أن البرامج الدينية في وسائل الإعلام عموماً و الإعلام السمعي تحديداً بحاجة إلى خطط و برامج عملية ليحصل لها ذلك التطور المطلوب حتى تكون برامج فاعلة و مؤثر في جمهور

1

فالعبادات الواردة عندنا في الإسلام و

المبادئ الدينية. نحن نؤمن بالله سبحانه و تعالى و نوحده، هذه عقيدة في عقولنا و ، في

لكن يجب أن تنعكس على سلوكياتنا. فلا بد من برامج من خلالها نستحضر هذه

لذلك تأتي العبادات: الصلاة الصيام الحج، بقية العبادات الإسلامية، هذه العبادات إنما هي

تفعل العقيدة التي نؤمن بها.

البرامج الدينية التي تعرض في وسائل الإعلام المختلفة صارت - مع التطور المذهل الذي تشهده البشرية

و أمور عامة متروكة لسعي الناس و اجتهادهم. قال رسول الله ﷺ:
صلوا كما رأيتموني أصلي .

إنما نؤديها في إطار الواجبات و

في الشرع. لكن هناك مفاهيم و أمور دينية عامة متروكة للمسلمين أن يفكروا في برامج تطبيقها، مثلاً
الإسلام يدعونا إلى الإحسان إلى الآخرين: ﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِأَ

: خير الناس من نفع الناس . البر شيء:

برامج النفع للناس، مجالها مفتوح، ممكن أن نجتهد

في برامج و وسائل و أساليب الدعوة إلى الخير، مطلوب منا أن ندعو إلى الخير: ﴿ وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ
يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ ﴾. لكن ما هي برامج الدعوة إلى الخير؟ هذا الأمر متروك للناس، هم يختارون البرامج
هكذا في مختلف المجالات. هناك كليات

مفاهيم تحتاج إلى برامج للتطبيق و للتنفيذ و التحسيد.

كما أن المجتمعات البشرية على نوعين: بعض المجتمعات دائماً تفكر في تطوير برامج حياتها. هناك
قيم، هناك مفاهيم ثابتة تؤمن بها هذه المجتمعات، و لكن البرامج و

الوسائل تتغير و . و هناك بعض المجتمعات، التطوير فيها بسيط. إذا كان هناك أسلوب، إذا
كانت هناك وسيلة، يبقى هذا البرنامج كما هو لقرون لا يتغير، لا يتبدل. بالتأكيد كلما تقدم الزمن
تطورت حياة البشرية، هناك أفكار جديدة .. هناك مكتشفات جديدة .. هناك تحديات جديدة لم
تكن موجودة في السابق ، هذا التطور الزمني و الاجتماعي يفرض على المجتمعات أن تواكب

بنوع من التطور في أساليب و وسائل حياتها، في المجال المادي، و خاصة في هذا العصر إذ أصبح
التطوير أمراً مفروضاً لا خيار لأي مجتمع من المجتمعات في التردد فيه، أو الوقوف عنده. لكن هذا
لتحفظ لا يمكن أن يصمد لأن تطور الحياة يسحق و يزيل مثل هذه التحفظات. أحد الشعراء حينما
صارت التليفونات السلوكية وبدأ الناس يتواصلون عبرها، شعر بتشاؤم كبير، وأنشأ يقول:

على الإسلام و الدنيا السلام إذا في السلك قد صار الكلام
عبر الأسلاك يتكلم الناس مع

لكن هذه التحفظات لا تستطيع أن تصمد أمام عجلة تطور الحياة الموجودة، نحن مضطرون، وكل
المجتمعات، أن نواكب هذا التطور الحياتي في مختلف المجالات، و في مختلف الجوانب: الصحية و

في الجوانب المختلفة. هناك مستوى معين لا نمتلك الحرية في الوقوف عنده، و

عنده فإننا سنشعر

الاجتماعية، في الجانب الديني و الاجتماعي هنا مجال

للتقاش، يمكنك أن تبادر للتطوير حتى تستوعب التطور الذي حصل في الحياة الاجتماعية و الدينية غيرها من المجالات.

إن سرعة التطوير في مجتمعاتنا بطيئة، بينما في المجتمعات المتقدمة نجد أن هناك سرعة في التطوير،

سرعة في التغيير. فالمسألة ليست مسألة القيم والمبادئ، نحن لا نطالب بأن تتغير قيمنا و لكن الكلام في البرامج، الكلام في الخطب، الكلام في الوسائل، و الأساليب، ينبغي أن نظورها. إذا لم نراجعنا و

و للتطورات الموجودة في عصرنا سوف لا يكون شيئاً سليماً، لن نستطيع أن نستوعب حتى

نستطيع أن نستوعبهم إذا لم نظور الأساليب و البرامج و ¹.

و من ابرز ما نراه مهما لتطوير البرامج الدينية:

- أن لا يشرف على البرامج الدينية شخص واحد، بل يقوم بإعدادها فريق من المتخصصين في حقل

العمل الإسلامي من علماء و دعاة و دكاترة في العلوم الإسلامية و خريجي الجامعات

و المعاهد الدينية... مع الاستعانة برجال متخصصين في ميدان الإعلام و الاتصال من الذين

يجيدون فنون و تقنيات العمل الإعلامي، فيحدث التكامل بين ذوي الاختصاص الديني

².

السعي لجعل البرنامج الديني الذي يقدم برنامجاً قادراً على يستشير في الما

الجيد و السبك المتراص و

لأبعاده

حيوي متجدد، و إذا أضفنا إلى ذلك تصور شامل لكيفية عرضه خلال الفترة

¹ الزمنية المسموح له بها.

1. في البرامج الدينية: 03.

2. إبراهيم إمام: نحو بلاغة تلفزيونية جديدة في البرامج الدينية، د.

زيادة مساحة البرامج الإسلامية في أجهزة الإعلام، و أن يتم تقديمها في أوقات مناسبة
تلك البرامج و

إيجاد خطاب عام و خاص في الوقت نفسه تبعاً لتنوع جمهور المتلقين للخطاب الإسلامي
مع مراعاة خصائصه في أن يقوم على الشفقة و الرحمة و

لعرض البرنامج مع تغطيته للأهداف التي قدم من أجلها و الإجابة عن
التساؤلات التي ، مع إخراج جيد ناجح، نكون قد وصلنا إلى نصف الحل.²
أهمية أن يتوفر صاحب الخطاب أو القائم با

الظروف المحيطة بها.

استحداث ساعات بث باللغات الأجنبية لكي يستطيع من خلالها مخاطبة الآخر و
تحديده

الاتفاق على تصور مشترك لهذا الخطاب الديني المواكب

إنتاج البرامج التفاعلية مع الجمهور و

حقهم في التعبير عن القضايا التي تواجههم مع التركيز على العامل النفسي و
باستخدام أساليب البرهنة العقلية.

صراحة و تحديد الديني إلى مستوى المسؤولية الدعوية التبليغية الملقاة

بوصفهم خير أمة أخرجت للناس يأمرن بالمعروف وينهون

ضرورة التكامل بين الخطاب الديني و الإعلام

للقيام بدوره في خدمة الأمة الإسلامية في مختلف الميادين و دفعها في سلم الحضارة و الرقي.

1. احمد فراح: 02.

2. عبد الله سالم: مرجع سابق، ص46.

فنحن بحاجة إلى دعاة على اطلاع بعلوم الاتصال و إعلاميين ملمين بأمور الشرع.

هذه - - التي تساعد على إنحاض الخطاب الديني عبر الأثير و مساهمة فعالة في تقديم البرامج الدينية ب فكرياً و أخلاقاً و إعلاماً بل كل ما يجد

1 .

الجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

﴿ الفصل الثالث ﴾

الدراسة التحليلية

جامعة الأمير عبد الوهاب
الاسلامية
العلوم

﴿ الفصل الثالث ﴾

الدراسة التحليلية

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية

1. أدوات جمع البيانات :

(المقابلة – استمارة تحليل المحتوى)

المبحث الثاني: تصنيف فئات التحليل:

1. محور المضمون: ﴿ الفئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل؟ ﴾

أولاً: فئة الموضوع

ثانياً: فئة المصدر

ثالثاً: فئة طرق تحقيق الأهداف:

2. محور المضمون: ﴿ الفئات التي تجيب عن السؤال كيف قيل؟ ﴾

أولاً: فئة شكل أو نمط البث

ثانياً: فئة اللغة المستخدمة

ثالثاً: فئة الزمن

الفصل الثالث: الدراسة التحليلية.

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية

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

1. أدوات جمع البيانات (المقابلة- استمارة تحليل المحتوى):

إن 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.¹ و سيتم الاعتماد في هذه الدراسة على المقابلة و استمارة تحليل المحتوى بشكل أساسي.

أ. المقابلة:

تعتبر المقابلة في عصرنا الحالي من الأدوات المهمة في البحث العلمي. ظهرت كأسلوب هام في ميادين عديدة مثل: الطب والصحافة والحمامة وإدارة الأعمال والخدمة الاجتماعية، و برزت كأداة بحث رئيسة في مجال التشخيص والعلاج النفسي، كما أنها تعتبر من الأساليب شائعة الاستعمال في البحوث الميدانية، لأنها تحقق أكثر من غرض في نفس الباحث... و تعرف المقابلة بأنها:

" عبارة عن محادثة موجهة بين الباحث و شخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين يسعى الباحث للتعرف عليه من اجل تحقيق أهداف الدراسة".²

" وسيلة شفوية، (مباشرة أو هاتفية أو تقنية لجمع البيانات، يتم خلالها سؤال فرد أو خبير عن معلومات لا تتوفر عادة في الكتب أو المصادر الأخرى".³

من هذه التعريفات و غيرها نستنتج أن المقابلة هي: علاقة دينامية وتبادل لفظي بين شخصين أو أكثر أو هي لقاء بين شخصين فأكثر لتحقيق هدف ما، من خلال طرح الأسئلة الهادفة من قبل المقابل على شخص تجري معه المقابلة، و التي يصاحبها عادة الكثير من الانفعالات

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

2. بوبكر عواطي: البحث العلمي مناهجه و تقنياته، ط.1، منشورات مكتبة اقرأ، قسنطينة، 2009، ص70.

3. المقابلة كأداة من أدوات البحث العلمي: عن موقع : www.afaweeq.com

، ت.د، 2010/02/2، ص.01

الناجمة عن سؤال ورد فعل على هذا السؤال، وكل هذه العملية تهدف إلى جمع أكبر قدر من

المعلومات و البيانات المقصودة من الباحث ليستفيد منها في تحقيق هدفه من المقابلة.

يجب أن تتوفر في أسئلة المقابلة شروطاً معينة، من شأنها تسهيل إجراء المقابلة وخلق جو

إيجابي بين المقابل و المستجيب. ومن هذه الشروط:

- أن تكون الأسئلة و واضحة و مكتوبة بلغة تؤدي إلى اتصال فعال بين المستجوب و المستجيب.
- إذا كانت أسئلة ما تحتاج إلى معرفة مسبقة يجب التأكد من معرفة المستجيب لها أو تفسيرها له.
- أن تكون أسئلة البحث متعلقة بمشكلة البحث و أهدافه.
- الأسئلة التي قد يتردد المستجيب في الإجابة عنها وخاصة المتعلقة بالنواحي الشخصية، يفضل سؤاله عنها في نهاية المقابلة.

- عدم وضع أسئلة تؤدي إلى إجابات معروفة.

- توجيه الأسئلة و الحصول على الإجابات المطلوبة و محاولة تقنينها.

- التدرج في طرح الأسئلة بشكل يزيد من الألفة و الودية بين الباحث و المبحوث.

- الإكثار من عبارات الثناء و الشكر، و تشجيع المستجيب على إتمام إجابته.

- عدم توجيه أكثر من سؤال واحد في نفس الوقت لإتاحة الفرصة للمستجيب للتفكير

و التمعن في الإجابة.¹

- أن لا يترك للمبحوث عملية إدارة المقابلة و السيطرة على مجرياتها.

- اختيار الطريقة المناسبة لتسجيل إجابات المبحوثين حتى لا يتم تحريفها.²

و اعتماداً على ذلك قمنا بإعداد المقابلة.

ب. استمارة تحليل المحتوى:

و عليه تم إعداد و ضبط أسئلة الاستمارة وفق الخطوات الآتية:

✓ تحديد البيانات:

بعد تحديد إشكالية الدراسة وأهدافها، والتساؤلات التي تتطلب الإجابة عنها، و هي

معرفة أهم البرامج الدينية التي تعرضها إذاعة سوق أهراس الجهوية، و أبرز الموضوعات التي

1. المرجع السابق، ص 03.

2. جمال زكي و آخرون: مناهج البحث العلمي، طرق البحث الاجتماعي، د.ط، دار الشروق، جدة، 1980، ص 92-93.

تتناولها البرامج الدينية، و الأشكال الفنية و الأنماط الإذاعية التي تستخدمها الإذاعة في عرض برامجها الدينية، و الحجم الزمني الذي تخصصه الإذاعة للبرامج الدينية، و أهم المصادر المعتمدة في إعداد البرامج الدينية، و اللغة المستخدمة في تقديم البرامج الدينية و الطرق و الوسائل التي تتبعها الإذاعة لتحقيق أهدافها، و المؤشرات و المحددات الدالة على البعد الجهوي في إذاعة سوق أهراس الجهوية، إلى جانب معرفة مدى أهمية المواضيع و المعلومات التي تقدمها تلك البرامج ومدى الاستفادة منها من قبل أفراد العينة.

✓ الإعداد الأولي للاستمارة:

تم إعداد الاستمارة في صورتها الأولية بعد الاطلاع على الدراسات السابقة والمشاهدة،

و ذلك بعد تحديد محاورها الأساسية و ما يندرج تحتها من بيانات أولية، أو وحدات و فئات التحليل، سواء فئة: ماذا قيل؟ أو فئة كيف قيل؟

و قد راعى الباحث أثناء صياغتها: بساطة اللغة و وضوح الفكرة

مراجعة الاستمارة وتحكيمها:

قمت بعرض الاستمارة على الأستاذ المشرف و مجموعة من الأساتذة ممن تيسر لي الاتصال

بهم و استشارتهم، و قد أسفرت ملاحظاتهم و نصائحهم على جملة من المحاور، تم على أساسها ضبط استمارة تحليل المحتوى.

✓ الإعداد النهائي للاستمارة:

بعد الانتهاء من الإعداد النهائي للاستمارة، و طبعها و أخذ الموافقة عليها من الأستاذ

المشرف صارت الاستمارة جاهزة للشروع في للدراسة التحليلية، و البدء في عملية التحليل

و التعليق على النتائج المتحصل عليها.

المبحث الثاني: . تصنيف فئات التحليل:

تبدأ عملية تصنيف و تحديد الفئات بالنسبة للدراسة التحليلية انطلاقا من التحليل الكمي للمحتوى، و الذي يبدأ بتجزئة هذا المحتوى حسب الإشكالية التي يحملها البحث، في محاولة للإجابة عن هذه إشكالية و تساؤلاتها، بما يخدم أهداف البحث و النتائج المراد التوصل إليها.¹

1. محور المضمون: ﴿ الفئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل؟ ﴾

أولاً: ﴿ فئة الموضوع ﴾

فئة الموضوع هي الفئة الأكثر استخداما في دراسات تحليل المضمون، و التي تقوم بتصنيفه وفقا لموضوعاته، و تجيب عن التساؤل الرئيسي الخاص بالموضوع و مجموع الموضوعات التي تدور حولها المادة الإعلامية.²

يتم تقسيم كل موضوع رئيسي إلى مجموعة موضوعات فرعية، و تهدف هذه الفئة إلى

الكشف عن مركز الاهتمام في المحتوى و الإجابة عن السؤال، حول ماذا يدور موضوع المحتوى؟ و تستخدم أساسا هذه الفئة للكشف عن مركز الاهتمام في المحتوى بالموضوعات المختلفة التي يعرضها الإعلام.³

قمنا بتصنيف المحتوى الخاص بدراستنا التحليلية في فئة الموضوعات إلى موضوعات رئيسة و هي:

أ. الموضوعات التشريعية:

و قد تم تقسيمها بدورها إلى موضوعات فرعية و منها:

(العبادات: الصلاة، الأذان و الإقامة، الوضوء الغسل، الحيض، التيمم، الصوم، الزكاة، الحج، العمرة، قراءة القران، الدعاء النذر، الكفارة...).

(المعاملات: الزواج، الطلاق، الحضانة، البيوع، الحجاب، الأموال، الميراث، أهل الذمة...).

ب. الموضوعات العقدية (العقائدية):

و قد تم تقسيمها بدورها إلى موضوعات فرعية و منها:

(الإيمان، الإخلاص، التوحيد، الشرك، القضاء و القدر، الغيب، الجزاء " ثواب و عقاب " ...)

1. محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979، ص.112

2. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، ط.2، عالم الكتب القاهرة، 1995، ص.265.

3. محمد عبد الحميد: دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، ط.2، عالم الكتب القاهرة، 2000، ص.32

ج. الموضوعات الاجتماعية:

و قد تم تقسيمها بدورها إلى موضوعات فرعية و منها:
(التكافل الاجتماعي، رعاية اليتامى، الرحمة، الغش، الرشوة، المحسوبية، الآداب و الأخلاق الإسلامية، السير و التراجم، شخصيات إسلامية و تاريخية...).

د. الموضوعات الفكرية:

و قد تم تقسيمها بدورها إلى موضوعات فرعية و منها:
(الإعلام الديني، الإعلام الإسلامي، الإرهاب، الوحدة الإسلامية، حوار الأديان، الحاكمية...)
و منه يصبح كل موضوع رئيسي بفئاته الفرعية وحدة للتحليل، أما وحدة العد والقياس فستكون "وحدة الفكرة" حسب تكرارها الدالة في مضمونها عن الموضوع الرئيسي أو إحدى فئاته.

جدول رقم - 01 - الخاص بفترة الموضوعات

| متوسط النسبة % | مج النسب % | مج التكرارات | أحكام الترتيل | | عم يتساءلون | | من هدي النبوة | | الحصص | |
|----------------|--------------|--------------|---------------|-----------|-------------|-----------|---------------|-----------|------------------|----------------------|
| | | | النسبة % | التكرار | النسبة % | التكرار | النسبة % | التكرار | الموضوعات | |
| 24.62 | / | 16 | 11.11 | 02 | 28.57 | 10 | 33.33 | 04 | العبادات | الموضوعات التشريعية |
| 16.92 | / | 11 | 05.56 | 01 | 20.00 | 07 | 25.00 | 03 | المعاملات | |
| 23.08 | / | 15 | 11.11 | 02 | 31.43 | 11 | 16.67 | 02 | الأموال | |
| 07.69 | / | 05 | 05.56 | 01 | 08.57 | 03 | 08.33 | 01 | الحجاب | |
| 27.69 | / | 18 | 66.66 | 12 | 11.43 | 04 | 16.67 | 02 | قراءة القرآن | |
| 100 | 57.02 | 65 | 100 | 18 | 100 | 35 | 100 | 12 | المجموع | |
| 30.00 | / | 03 | 33.33 | 01 | 00.00 | 00 | 40.00 | 02 | الإيمان | الموضوعات العقديّة |
| 10.00 | / | 01 | 00.00 | 00 | 50.00 | 01 | 00.00 | 00 | القضاء و القدر | |
| 00.00 | / | 00 | 00.00 | 00 | 00.00 | 00 | 00.00 | 00 | الغيب | |
| 40.00 | / | 04 | 33.33 | 01 | 50.00 | 01 | 40.00 | 02 | الجزاء | |
| 20.00 | / | 02 | 33.33 | 01 | 00.00 | 00 | 20.00 | 01 | الإخلاص | |
| 100 | 08.77 | 10 | 100 | 03 | 100 | 02 | 100 | 05 | المجموع | |
| 11.43 | / | 04 | 33.33 | 02 | 00.00 | 00 | 14.29 | 02 | العبودية (الرق) | الموضوعات الاجتماعية |
| 37.14 | / | 13 | 33.33 | 02 | 53.33 | 08 | 21.43 | 03 | العمل | |
| 51.43 | / | 18 | 33.33 | 02 | 46.67 | 07 | 64.28 | 09 | آداب و أخلاق | |
| 100 | 30.70 | 35 | 100 | 06 | 100 | 15 | 100 | 14 | المجموع | |
| 00.00 | / | 00 | 00.00 | 00 | 00.00 | 00 | 00.00 | 00 | الإعلام الإسلامي | الموضوعات الفكرية |
| 00.00 | / | 00 | 00.00 | 00 | 00.00 | 00 | 00.00 | 00 | الفكر الإسلامي | |
| 100.0 | / | 04 | 100.0 | 01 | 100.0 | 01 | 100.0 | 02 | الوحدة الإسلامية | |
| 100 | 03.51 | 04 | 100 | 01 | 100 | 01 | 100 | 02 | المجموع | |
| 100 | 100 | 114 | 100 | 28 | 100 | 53 | 100 | 33 | مجموع التكرارات | |

القراءة الرقمية و التحليلية للجدول رقم -01- الخاص بفئة الموضوع.

يتضح لنا من الجدول رقم -01- الخاص بفئة الموضوع، أن بياناته الرقمية متعلقة بنوع الموضوعات التي تناولها البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية، حيث يهدف الجدول في بياناته الإحصائية إلى الإجابة عن السؤال الأول في الدراسة و الذي يتمحور حول ماهية المواضيع التي تناولها البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية. و من أجل بيان ذلك اعتمدنا على عد التكرارات لكل موضوع على حدة، و بيان نسبته المئوية و مقارنته مع غيره من الموضوعات الأخرى التي تقدمها الإذاعة محل الدراسة.

يتضح لنا حسب البيانات الرقمية للجدول رقم-02- أن أعلى نسبة مئوية وصلت إلى 57.02%، و التي تعبر عن نسبة الموضوعات التشريعية في المرتبة الأولى، تليها الموضوعات الاجتماعية بنسبة مئوية بلغت 30.70%، أما الموضوعات العقدية فكانت في المرتبة الثالثة و نسبتها المئوية 08.77%، أما أدنى نسبة مئوية فكانت 03.51%، و تعبر عن نسبة الموضوعات الفكرية، مما يثبت التركيز على الموضوعات التشريعية بالدرجة الأولى.

و يؤكد ذلك ارتباط الإذاعة بجمهورها و قضاياها، كمجتمع يسأل دوما عن أمور دينه.

أما عن توزيع نسبة الموضوعات في كل حصة من الحصص الدينية فقد سجلنا الآتي:

فيما يتعلق بحصة من هدي النبوة: حصلت الموضوعات الاجتماعية على أعلى نسبة محتملة المرتبة الأولى بنسبة 42.43%، تليها الموضوعات التشريعية في المرتبة الثانية بنسبة 36.36%، تليها في المرتبة الثالثة الموضوعات العقدية بنسبة 15.15%، و في المرتبة الأخيرة الموضوعات الفكرية بنسبة 06.06%.

فيما يتعلق بحصة عم يتساءلون: حصلت الموضوعات التشريعية على أعلى نسبة محتملة المرتبة الأولى بنسبة 66.04%، تليها الموضوعات الاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة 28.30%، تليها في المرتبة الثالثة الموضوعات العقدية بنسبة 03.77%، و في المرتبة الأخيرة الموضوعات الفكرية بنسبة 01.89% فيما يتعلق بحصة أحكام الترتيل: حصلت الموضوعات التشريعية على أعلى نسبة محتملة المرتبة الأولى بنسبة 64.29%، تليها الموضوعات الاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة 21.43%، تليها في المرتبة الثالثة الموضوعات العقدية بنسبة 10.71%، و في المرتبة الأخيرة الموضوعات الفكرية بنسبة 03.57%.

البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية تحتم بأغلب الموضوعات الدينية في مضامينها المختلفة، مما يفسح المجال للإذاعة محل الدراسة من دعم القيم الروحية و تقديم المفاهيم الصحيحة للإسلام، إضافة إلى ربط الدين بالواقع المعيش من خلال المساهمة في إيجاد المجتمع المسلم، الذي يخلو من مظاهر الانحلال و الآفات الاجتماعية المختلفة، و المحافظة على القيم و العادات و التقاليد، و نشر الأخلاق الفاضلة و المثل الرفيعة و المبادئ السامية بين أفراد هذا المجتمع، و هذا ما يدل على ميزة التنوع و الشمولية في الدين الإسلامي.

حصلت الموضوعات التشريعية على المرتبة الأولى من بين كل الموضوعات التي تقدمها الإذاعة محل الدراسة، و يعود ذلك إلى اهتمام الإذاعة بواقع جمهور المستمعين و انشغالاته، كجمهور مسلم غيور على دينه يسأل دوما عن قضايا دينه و يجب أن يتفقه في الدين و يعلم حدود الله فيقف عندها و لا يتعدها خوفا من عقابه و أملا في رحمته. فهي إذاعة نابعة من المجتمع و معبرة بلسانه، مهتمة بقضاياها محافظة على كيانه.

و هذا ملخص لمجموع نسب الموضوعات في كل حصة على حدا:

حصة من هدي النبوة:

الموضوعات التشريعية: 36.36%

الموضوعات العقدية: 15.15%

الموضوعات الاجتماعية: 42.43%

الموضوعات الفكرية: 06.06%

حصة عم يتساءلون:

الموضوعات التشريعية: 66.04%

الموضوعات العقدية: 03.77%

الموضوعات الاجتماعية: 28.30%

الموضوعات الفكرية: 01.89%

حصة أحكام الترتيل:

الموضوعات التشريعية: 64.29%

الموضوعات العقدية: 10.71%

الموضوعات الاجتماعية: 21.43%

الموضوعات الفكرية: 03.57 %

و هذا ملخص لمجموع نسب كل موضوع في الحصص الثلاث.

الموضوعات التشريعية: 57.02 %

الموضوعات العقدية: 08.77 %

الموضوعات الاجتماعية: 30.70 %

الموضوعات الفكرية: 03.51 %

ثانياً: فئة المصدر

هي الفئة الخاصة بالكشف عن الشخص أو الجهة أو المجموعة مصدر المعلومة، و تسعى هذه الفئة إلى الإجابة عن التساؤل، لمن تنسب الأقوال أو التصريحات؟ أو ما هو المصدر الذي تنسب إليه مادة المضمون؟ و تتمثل أهم المصادر في الأشخاص أو الصحف و الكتب و المصادر غير الشخصية و غيرها من المصادر المختلفة.¹

و من أجل ذلك سوف نستخدم هذه الفئة لمعرفة نوع المصادر التي يعتمد عليها في البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية.

و يمكن القول أن المصادر التي يعتمد عليها في إعداد البرامج الدينية نوعان:

أ- مصادر خارجية:

و يقصد بها المصادر العامة المشتركة مثل:

(القرآن الكريم، السنة النبوية الشريفة، السيرة النبوية، كتب الفقه الإسلامي...)

كتب التفسير، دواوين الشعر، الحكم و الأمثال...).

ب- مصادر محلية:

و يقصد بها المصادر الخاصة بإذاعة سوق أهراس تحديداً مثل: (القائم بالاتصال، الضيوف، الجمهور...).

و منه يصبح كل نوع من أنواع المصادر المختلفة سواء الخارجية أو المحلية وحدة للعد و القياس، و في نفس الوقت وحدة للتحليل.

1. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، ط.1، عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص 267.

الجدول رقم -02- الخاص بفئة المصدر

| متوسط النسبة % | مجم النسب % | مجم التكرارات | أحكام الترتيل | | عم يتساءلون | | من هدي النبوة | | الحصص | نوع المصدر |
|----------------|-------------|---------------|---------------|---------|-------------|---------|---------------|---------|-----------------|------------------|
| | | | النسبة % | التكرار | النسبة % | التكرار | النسبة % | التكرار | | |
| 38.23 | / | 151 | 80.00 | 32 | 48.97 | 95 | 14.91 | 24 | القران الكريم | المصادر الخارجية |
| 17.21 | / | 68 | 00.00 | 00 | 21.13 | 41 | 16.77 | 27 | السنة النبوية | |
| 26.08 | / | 103 | 00.00 | 00 | 02.58 | 05 | 60.87 | 98 | السيرة النبوية | |
| 11.39 | / | 45 | 00.00 | 00 | 21.65 | 42 | 01.86 | 03 | أقوال الفقهاء | |
| 01.01 | / | 04 | 00.00 | 00 | 01.03 | 02 | 01.24 | 02 | أقوال المفسرين | |
| 05.32 | / | 21 | 20.00 | 08 | 03.61 | 07 | 03.73 | 06 | الشعر و لشعراء | |
| 00.76 | / | 03 | 00.00 | 00 | 01.03 | 02 | 00.62 | 01 | الأمثال و الحكم | |
| 100 | 59.4 | 395 | 100 | 40 | 100 | 194 | 100 | 161 | المجموع | |
| 81.48 | / | 220 | 85.71 | 18 | 79.65 | 184 | 85.71 | 18 | القائم بالاتصال | المصادر المحلية |
| 02.96 | / | 08 | 00 | 00 | 23.81 | 05 | 14.29 | 03 | الضيوف | |
| 15.56 | / | 42 | 00 | 00 | 18.18 | 42 | 00.00 | 00 | الجمهور | |
| 100 | 40.6 | 270 | 100 | 18 | 100 | 231 | 100 | 21 | المجموع | |
| 100 | 100 | 665 | 08.72 | 58 | 63.91 | 425 | 27.37 | 182 | مجموع.ت/ متوسط | |

القراءة الرقمية و التحليلية للجدول رقم -02- الخاص بفئة المصدر

يتضح لنا من الجدول أن بياناته الرقمية متعلقة بالمصادر التي تستخدمها إذاعة سوق أهراس الجهوية في إعداد و عرض برامجها الدينية.

و عليه نطرح التساؤل التالي: ما هي المصادر التي تعتمد عليها الإذاعة محل الدراسة في إعداد و عرض برامجها الدينية؟

تبين لنا القراءة الأولية لبيانات الجدول السابق أن، المصادر الخارجية حصلت على المرتبة الأولى بنسبة 59.40% من مجموع المصادر، تليها للمصادر المحلية في المرتبة الثانية بنسبة 40.60%، بمعنى أن الإذاعة محل الدراسة تعتمد كثيرا على المصادر الخارجية في إعداد برامجها الدينية.

و من أجل بيان ذلك اعتمدنا على بيان متوسط النسبة المئوية لكل مصدر على حدا و مقارنته مع غيره من المصادر الأخرى التي تعتمد عليها الإذاعة محل الدراسة. فكانت النتائج المستخلصة من الجدول على النحو التالي:

فيما يتعلق بالمصادر المحلية، حصل مصدر القائم بالاتصال أو القائم بالخطاب الديني على أعلى متوسط نسبة و التي وصلت إلى 81.48%، يليه مصدر الجمهور بمتوسط نسبة وصلت إلى 15.56%، يليه مصدر الضيوف بمتوسط نسبة بلغت 02.96%.

أما فيما يتعلق بالمصادر الخارجية، فقد حصل مصدر القرآن الكريم على أعلى متوسط نسبة و التي وصلت إلى 38.23%، يليه مصدر السيرة النبوية بمتوسط نسبة وصلت إلى 26.08%، يليه مصدر السنة النبوية المطهرة بمتوسط نسبة بلغت 17.21%، ثم مصدر أقوال الفقهاء بمتوسط نسبة بلغت 11.39%، ثم الشعر بمتوسط نسبة بلغت 05.32%، ثم أقوال المفسرين بمتوسط نسبة بلغت 01.01%، و أخيرا الأمثال و الحكم بمتوسط نسبة بلغت 00.76%،

أما عن المصادر التي اعتمدها كل حصة على حدا فقد جاءت النتائج على النحو التالي:

1. من هدي النبوة:

فيما يتعلق بالمصادر الخارجية، حصل مصدر السيرة النبوية على أعلى نسبة وصلت إلى 60.87%، يليه مصدر السنة النبوية بنسبة 16.77%، ثم مصدر القرآن الكريم بنسبة 14.91%، ثم و بنسب ضئيلة جدا الأمثال و الحكم بنسبة 0.62%، أقوال المفسرين بنسبة 01.24%، أقوال الفقهاء بنسبة 01.86%، و أخيرا الشعر بنسبة 03.73%.

و قدرت النسبة الإجمالية للمصادر الخارجية في هذه الحصة 40.76%،
أما المصادر المحلية فقد حصل مصدر القائم بالاتصال على أعلى نسبة وصلت إلى 85.71%، يليه
مصدر الضيوف بنسبة 14.29%،

و قدرت النسبة الإجمالية للمصادر المحلية في هذه الحصة 07.77%،
و قدرت النسبة الإجمالية للمصادر الخارجية في هذه الحصة 40.76%،

2. عم يتساءلون:

حصل مصدر القرآن الكريم على أعلى نسبة وصلت إلى 48.97% ، يليه مصدر أقوال
الفقهاء بنسبة 21.65%، ثم مصدر السنة النبوية بنسبة 21.65%، ثم و بنسب ضئيلة جدا السيرة
النبوية بنسبة 02.58%، الشعر بنسبة بنسبة 03.61%.

و قدرت النسبة الإجمالية للمصادر الخارجية في هذه الحصة 49.11%،
و قدرت النسبة الإجمالية للمصادر المحلية في هذه الحصة 85.56%،

3. أحكام الترتيل:

حصل مصدر القرآن الكريم على أعلى نسبة وصلت إلى 80.00% ، يليه مصدر الشعر
بنسبة 20.00%. في حين لم تعتمد الحصة على بقية المصادر الأخرى.
و قدرت النسبة الإجمالية للمصادر الخارجية في هذه الحصة 10.13%،
و قدرت النسبة الإجمالية للمصادر المحلية في هذه الحصة 06.67%،

نستنتج مما سبق أن حصة عم يتساءلون حصلت على المرتبة الأولى من حيث الاعتماد
على المصادر المحلية و الخارجية، تليها حصة من هدي النبوة و أخيرا حصة أحكام الترتيل التي تعد
من اقل الحصص اعتمادا على هذا النوع من المصادر.
و هو ما تبينه البيانات التالية:.

حصة عم يتساءلون:

المصادر المحلية: ← 85.56%

المصادر الخارجية: ← 49.11%

حصة من هدي النبوة:

المصادر المحلية: ← 07.77%

المصادر الخارجية ← 40.76%

حصة أحكام الترتيل:

المصادر المحلية: ← 06.67%

المصادر: الخارجية ← 10.13%

من جهة أخرى إذا أردنا المقارنة بين نسبة المصادر الخارجية و المحلية في الحصص الثلاث نجد أن المصادر الخارجية حصلت على أعلى متوسط نسبة و المقدرة بـ 59.40%، من مجموع متوسطات النسب. أما المصادر المحلية فحصلت على متوسط نسبة بلغ 40.60%، من مجموع متوسطات النسب و التساؤل الذي يطرح:

- لماذا حصلت المصادر الخارجية على نسب أكبر من المصادر المحلية؟

- لماذا حصل مصدر القائم بالاتصال على نسب أكبر من المصادر الأخرى؟

إن حصول المصادر الخارجية على نسب أكبر من المصادر المحلية، يعود إلى طبيعة و نوعية البرامج محل الدراسة، و هي البرامج الدينية و التي في اعتقادنا تنطلق من المرجعية الدينية و المتمثلة في مصادر التشريع الإسلامي: كالقرآن الكريم و السنة النبوية المطهرة و اجتهادات الفقهاء و غيرها من مصادر التشريع الإسلامي الأخرى.

إن حصول مصدر القائم بالاتصال على المركز الأول من بين كل المصادر الأخرى، يعود إلى كون القائم بالاتصال يرتبط ضمناً بباقي المصادر، لأنه يقدم التحليل و التفسير و يقرب المعنى لكل المصادر التي يرى أنها لا تصل إلى فهوم جمهور المستمعين، كأن يشرح أسباب نزول آية قرآنية، أو أن يفسرها، أو أن يشرح حديثاً شريفاً و يبين مقاصده، أو أن يسعى إلى ربط مضمون الآيات و الأحاديث النبوية الشريفة بالواقع المعيش، أو أن ينتقد فكرة ما أو أن يبدي رأيه في قضية معينة و بالتالي فإن المجال مفتوح أمام القائم بالاتصال لكي يهيمن على الحصة خاصة إذا كان القائم بالاتصال يتمتع بمكانة و مصداقية كبيرة عند جمهوره، فعلى سبيل المثال لا الحصر عندما يكون القائم بالاتصال إماماً مشهوراً في المجتمع المحلي فهذا يزيد من ثقة جمهور المستمعين فيقبلون كلامه بارتياح و يقين و لا يتسرب إلى أذهانهم أدنى شك في ما يقول و يفتي به من أحكام شرعية، لذا نجد مصدر القائم بالاتصال هو المصدر الأكثر تواجداً في الإذاعة محل الدراسة.

كما أن طبيعة الإعلام السمعي إنما يعتمد أساساً على القائم بالاتصال و ذلك في كل المحطات الإذاعية و هذا ما يفسر حصوله على حصة الأسد من التكرارات

الجدول رقم -03- الخاص بفئة طرق تحقيق الأهداف

| متوسط النسبة % | مج . التكرارات | أحكام الترتيل | | عم يتساءلون | | من هدي النبوة | | الطرائق |
|----------------|----------------|---------------|---------|-------------|---------|---------------|---------|-------------------------------------|
| | | النسبة % | التكرار | النسبة % | التكرار | النسبة % | التكرار | |
| 33.44 | 107 | 03.74 | 04 | 75.21 | 91 | 09.91 | 12 | الأدلة و البراهين |
| 06.56 | 21 | 00.00 | 00 | 09.52 | 02 | 90.48 | 19 | الاستشهاد بالتاريخ |
| 17.50 | 56 | 03.57 | 02 | 89.29 | 50 | 07.14 | 04 | الاستشهاد بالواقع |
| 14.06 | 45 | 04.44 | 02 | 77.78 | 35 | 17.78 | 08 | الترغيب و الترهيب |
| 17.50 | 56 | 25.00 | 14 | 71.43 | 40 | 03.57 | 02 | بيان الحكم الشرعي |
| 02.81 | 09 | 00.00 | 00 | 77.78 | 07 | 22.22 | 02 | الاستعانة بضيوف |
| 08.13 | 26 | 30.77 | 08 | 65.38 | 17 | 03.85 | 01 | الأسلوب الإحصائي |
| 100 | 320 | 09.38 | 30 | 75.62 | 242 | 15.00 | 48 | مجموع التكرارات / متوسط النسبة % |

القراءة الرقمية و التحليلية للجدول رقم -03- الخاص بفئة طرق تحقيق الأهداف.

يتضح لنا من عنوان الجدول رقم -03- الخاص بفئة طرق تحقيق الأهداف أن بياناته الرقمية متعلقة بالطرق و الأساليب التي تستخدمها إذاعة سوق أهراس الجهوية في عرض برامجها و تحديد البرامج الدينية بغرض الوصول إلى جمهور المستمعين و التأثير فيه. و بالتالي فان السؤال الذي نطرحه، ما هي الطرق و الأساليب التي تستخدمها إذاعة سوق أهراس الجهوية في عرض برامجها؟

من خلال القراءة الأولية لبيانات الجدول السابق نجد أن طرق تحقيق الأهداف حصلت في مجموعها على 320 تكرارا منها 242 تكرارا حصلت عليها حصة عم يتساءلون في المرتبة الأولى و بمتوسط نسبة قدره 75.62%، ثم في المرتبة الثانية و بمجموع 48 تكرارا لحصة من هدي النبوة و بمتوسط نسبة قدره 15.00% و في المرتبة الأخيرة ب 30 تكرارا لحصة أحكام الترتيل و بمتوسط نسبة بلغ 09.38%،

أما فيما يتعلق بالطرائق و الأساليب المستخدمة في الإقناع و استمالة الجمهور:

- حصلت طريقة تقديم الأدلة و البراهين على المركز الأول بأعلى تكرار و قدره 107 تكرارا و بمتوسط نسبة قدره 33.44%، تليها في المرتبة الثانية طريقة الاستشهاد بالواقع و بيان الحكم الشرعي بنفس عدد التكرارات 56 تكرارا و بمتوسط نسبة 17.50%، و في المرتبة الثالثة طريقة الترغيب و التهيب ب 45 تكرارا و بمتوسط نسبة وصل إلى 14.06%، أما المرتبة الرابعة فحصلت عليها طريقة الأسلوب الإحصائي بمجموع 26 تكرارا و بمتوسط نسبة قدره 08.13%، يليها في المرتبة الخامسة طريقة الاستشهاد بالتاريخ بمجموع 21 تكرارا و بمتوسط نسبة قدره 06.56%. **طريقة الأخير المركز في الاستعانة بضيوف ب 09 02 نسبة توسطم و تكرارا 81%.**

أما فيما عن بتوزيع نسب طرق تحقيق الأهداف حسب الحصص فجاءت على النحو التالي:

طريقة تقديم الأدلة و البراهين:

حصة عم يتساءلون على المرتبة الأولى بنسبة 75.21%، تليها حصة من هدي النبوة حصلت بنسبة 09.91% و أخيرا حصة أحكام الترتيل بنسبة 03.74%، يعود سبب حصول حصة عم يتساءلون على أعلى نسبة مئوية و المرتبة الأولى، كون الفتاوى أحكام شرعية لقضايا يتساءل عنها جمهور المستمعين و هذه الأحكام الشرعية تقوم على الأدلة

و البراهين من الكتاب و السنة و غيرها من مصادر التشريع الإسلامي الأخرى، فلا يمكن الإفتاء و إعطاء الحكم الشرعي في مسألة دون إعطاء الدليل، و حتى السائل ذاته لا يقبل الفتيا من غير دليل أو برهان و ذلك من باب حتى يطمئن قلبي.

يقول تعالى : (قل هاتوا برهانكم ان كنتم صادقين) - البقرة 111 -

أما حصة من هدي النبوة فهي سرد لمواقف و مشاهد من حياته (صلى الله عليه و سلم) و بالتالي لا تحتاج إلى الكثير من الادلة و البراهين.

و كذلك الشأن بالنسبة لحصة أحكام الترتيل و التي تعتبر حصة علمية تختص بتدريس احد العلوم الإسلامية ألا و هو علو الترتيل أو علم التجويد و الذي يعتمد على أحكام يتم تطبيقها على آيات من القرآن الكريم، و عليه فإنها لا تستخدم هذه الطريقة بكثرة أيضا.

طريقة الاستشهاد بالتاريخ:

حصلت حصة من هدي النبوة على أعلى نسبة مئوية و هي 90.48%، كون هذه الحصة تحدث عن سيرة النبي (صلى الله عليه و سلم) و بالتالي فهي الطريقة الأنسب لمثل هذه الحصص لان سيرة الرسول حقبة تاريخية تعود إلى القرن السابع الميلادي و استعادة هذه الحقبة يعتبر استشهاد بالتاريخ. و جاءت حصة عم يتساءلون في المرتبة الثانية بنسبة 09.52%، و في المرتبة الثالثة حصة أحكام الترتيل كونها حصة تعتمد على القرآن الكريم و تطبيق الأحكام عليه مباشرة. لذا لا يلجا مقدم الحصة إلى استخدام هذه الطريقة و لذلك كانت النسبة 00.00%.

طريقة الاستشهاد بالواقع:

حصلت حصة عم يتساءلون على المرتبة الأولى بنسبة 89.29%، كون هذه الحصة تتناول تساؤلات جمهور المستمعين على المباشر يساءلون عن مسائل من واقعهم ترتبط بأمر دينهم و دنياهم يريدون فيها جوابا أو حكما شرعيا للتطبيق و بذلك فالحصة بأكملها استشهاد بالواقع، تليها في المرتبة الثانية حصة من هدي النبوة بنسبة 07.14%، كونها حصة تاريخية لا تستخدم كثيرا هذا النوع من الطرائق. ثم في المرتبة الثالثة حصة أحكام الترتيل ب 03.57%.

طريقة الترغيب و التهيب:

حصلت حصة عم يتساءلون على أعلى نسبة و هي 77.78%، كون هذه الحصة فتاوى على الهواء و بالتالي نجد مقدم الحصة يلجأ إلى استخدام هذه الطريقة في الإجابة عن الكثير من التساؤلات لجمهور المستمعين كترغيبهم في الرزق الحلال و الحجاب و التصدق و رعاية اليتامى و

يرهبهم من عواقب ترك الصلاة و انتهاك حرمة رمضان و التعامل بالربا و أكل أموال الناس بالباطل و منها مال اليتيم و غيرها كثير، و جاءت في المرتبة الثانية حصة من هدي النبوة بنسبة 17.78%، أما المرتبة الثالثة فكانت لحصة أحكام الترتيل بنسبة 04.44%، و هي حصة تتناول علم الترتيل أو علم التجويد، لذا نجد مقدم الحصة يلجأ في الكثير من الأحيان إلى الترغيب في تعلم هذا العلم و بيان الأجر و الثواب الذي يناله المسلم من خلال تعلمه و تطبيق أحكامه على كتاب الله تعالى.

طريقة بيان الحكم الشرعي:

حصلت حصة عم يتساءلون على أعلى نسبة و هي 71.43%، كون هذه الحصة فتاوى على الهواء و بالتالي نجد مقدم الحصة يلجأ إلى استخدام هذه الطريقة لبيان الحكم الشرعي للقضايا و المسائل التي يسأل جمهور المستمعين عنها و يريدون معرفة حكم الشرع فيها، تليها في المرتبة الثانية حصة من أحكام الترتيل بنسبة 25.00%، لان في علم التجويد يحتاج مقدم الحصة إلى بيان الحكم الشرعي لبعض الأمور مثل حكم البسملة أو قراءة القران من غير وضوء...

و في المرتبة الثالثة حصة من هدي النبوة بنسبة 03.57%.

طريقة الاستعانة بضيوف:

حصلت حصة عم يتساءلون على أعلى نسبة و هي 77.78%، كون هذه الحصة فتاوى على الهواء و بالتالي نجد مقدم الحصة يلجأ إلى استخدام هذه الطريقة للتخلص من النمط الأحادي للبرامج الدينية و هو نمط الحديث الإذاعي المباشر، فاستضافة بعض الأئمة و إشراكهم في الحصة يأتي من باب كسر الروتين و التنويع في أنماط و أشكال البث لإعطاء الحصة شيء من الجاذبية. أما المرتبة الثانية فجاءت حصة من هدي النبوة بنسبة 22.22%، في حين لم تستخدم حصة أحكام الترتيل هذه الطريقة، و لم تحصل على أي نسبة.

طريقة الأسلوب الإحصائي:

حصلت حصة عم يتساءلون على أعلى نسبة و هي 65.38%، و يتضح ذلك جليا في مواضيع الزكاة، و عدد الصلوات، و عدد الركعات، و أيام الكفارة، و أيام التشريق، و أيام صوم شهر شوال و أيام العدة و غيرها من المعطيات العددية، تليها حصة أحكام الترتيل بنسبة 30.77%، حيث يركز مقدم الحصة على إحصاء عدد السور القرآنية و عدد الآيات و عدد الحروف التي تتضمنها أحكام الترتيل مثل حروف الإدغام و التنوين و حروف الإظهار و الإخفاء و غيرها من الأحكام. و في المرتبة الثالثة حصة من هدي النبوة بنسبة 03.85%.

و في الأخير نقدم ملخصا لطرق تحقيق الأهداف و النسب المثوية التي حصلت عليها كل طريقة مما يساعد على فهم و تحديد مراكز الاهتمام بكل طريقة.

| | | |
|--------------------------|---|--------|
| تقديم الأدلة و البراهين: | ← | 33.44% |
| الاستشهاد بالتاريخ: | ← | 6.56% |
| الاستشهاد بالوقائع: | ← | 17.50% |
| الترغيب و التهيب: | ← | 14.06% |
| بيان الحكم الشرعي: | ← | 17.50% |
| الاستعانة بضيوف: | ← | 2.81% |
| الأسلوب الإحصائي: | ← | 8.13% |

من خلال هذا الملخص نستنتج أن البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية تستخدم كثيرا طريقة تقديم الأدلة و البراهين، تليها طريقة الاستشهاد بالوقائع، فبيان الحكم الشرعي، فالترغيب و التهيب، و بنسب اقل طريقة الأسلوب الإحصائي و الاستشهاد بالتاريخ و أخيرا الاستعانة بضيوف.

كما نقدم أيضا ملخصا لترتيب الحصص الثلاث حسب استخدامها لمختلف طرق تحقيق الأهداف

| | | |
|------------------------------|---|--------|
| حصصة من هدي النبوة: حصلت على | ← | 15.00% |
| حصصة عم يتساءلون: حصلت على | ← | 75.62% |
| حصصة أحكام الترتيل: حصلت على | ← | 9.38% |

من خلال هذا الملخص نستنتج أن أكثر الحصص استخداما لطرق تحقيق الأهداف هي حصصة عم يتساءلون تليها حصصة أحكام الترتيل و أخيرا حصصة من هدي النبوة.

رابعا: فئة الأبعاد المحلية:

تتعلق هذه الفئة ببيان المؤشرات و المحددات الدالة على البعد أو التخصص المحلي أو الجهوي في الوسيلة الإعلامية المستخدمة، و بغرض الوصول إلى بيان هذه الفئة أدرجنا عددا من المحددات التي من خلالها يمكن أن نستنتج البعد المحلي أو الجهوي للإذاعة محل الدراسة. و أبرز المحددات التي اعتمدناها في هذه الدراسة ما يلي:

1. الشخصيات المحلية:

و هي الشخصيات التي تكون عادة معروفة و مشهورة لدى الجمهور المحلي أو الجهوي، أو شخصيات يعرفها القوائم بالاتصال معرفة شخصية و يحاول من خلال البرامج و الحصص التي يعدها تقديم هذه الشخصية لجمهور المستمعين حتى تصبح شخصية مألوفة لديه.

2. الأماكن المحلية:

و المقصود بها عاصمة الولاية أو إحدى دوائرها أو بلدية من بلدياتها نزولا إلى المناطق الصغيرة إلى غاية الحي الشعبي البسيط ...

3. الاستشهاد بالواقع المحلي:

و المقصود بذلك أن ينطلق القوائم بالاتصال في تقديم أمثله من عادات و تقاليد و أعراف المجتمع المحلي، أمثلة من ظواهر منتشرة في هذا المجتمع المحلي و حوادثه و واقع سكانه.

4. الاعتماد على المصادر المحلية:

و يشترط أن تكون هذه المصادر نابعة من المجتمع المحلي: كأن يكون رجل أعمال مشهور أو مسئول في إحدى المؤسسات في المجتمع المحلي أو أحد عمال المحطة الإذاعية أو أحد المثقفين المعروفين محليا أو رمز من رموز الثورة معروف محليا أو أحد المستمعين إذا شارك بتدخلاته و إسهاماته في إثراء الحصة.

و انطلاق من ذلك نكون قد اعتمدنا نوع المحدد المحلي وحدة للعدد و القياس، و في نفس الوقت وحدة للتحليل و الدراسة.

الجدول رقم - 04 - الخاص بفئة الأبعاد المحلية

| متوسط النسبة % | مج التكرارات | أحكام الترتيل | | من هدي النبوة | | عم يتساءلون | | نوع المحدد المحلي |
|----------------|--------------|---------------|---------|---------------|---------|-------------|---------|-----------------------------------|
| | | النسبة % | التكرار | النسبة % | التكرار | النسبة % | التكرار | |
| 03.64 | 06 | 00.00 | 00 | 33.33 | 02 | 66.67 | 04 | الشخصيات المحلية |
| 07.88 | 13 | 00 | 00 | 00 | 00 | 100 | 13 | الأماكن المحلية |
| 32.73 | 54 | 00 | 00 | 00 | 00 | 100 | 54 | الاستشهاد بالواقع المحلي |
| 52.12 | 86 | 00 | 00 | 02.33 | 02 | 97.67 | 84 | الاعتماد على المصادر المحلية |
| 03.63 | 06 | 00 | 00 | 00 | 00 | 100 | 06 | ذكر خصائص المجتمع المحلي |
| 100 | 165 | 00.00 | 00 | 02.42 | 04 | 97.58 | 161 | مجموع التكرارات متوسط النسبة % |

القراءة الرقمية و التحليلية للجدول رقم - 04 - الخاص بفترة الأبعاد المحلية

يتضح لنا من خلال عنوان الجدول رقم -04- أن معطياته الرقمية متعلقة ببيان نوع المحددات المحلية. و من خلالها نطرح التساؤل التالي: ما هي المحددات المحلية التي استخدمتها إذاعة سوق أهراس الجهوية في برامجها الدينية و الدالة على البعد المحلي؟
و من خلال القراءة الرقمية الأولية لإحصاءات الجدول السابق تبين أن:
المحددات المحلية حصلت على مجموع تكرارات وصل إلى 165 تكرارا، موزعة على الحصص الثلاث على النحو التالي:

حصة عم يتساءلون: حصلت على مجموع تكرارات بلغ 161 تكرارات و بنسبة 97.58%.

حصة من هدي النبوة: حصلت على مجموع تكرارات بلغ 04 تكرارات و بنسبة 02.42%.

حصة أحكام الترتيل: لم تحصل على أي تكرار.

و من خلال هذه البيانات تبين كثرة اعتماد حصة عم يتساءلون على المحددات المحلية، كون اغلب تساؤلات المستمعين منطلقا من الواقع المحلي لجمهور المستمعين.

في حين سجلنا بالمقابل عدم اعتماد حصة أحكام الترتيل على المحددات المحلية إطلاقا بحيث لم تستخدم الحصة أي محدد محلي، كون الحصة تتناول علما دقيقا يضم مجموعة أحكام يتم التطرق إليها بالشرح و التفصيل، ثم التطبيق عليها من خلال آيات قرآنية، و لا علاقة لهذه الحصة بالمحددات المحلية.

أما من حيث نوع المحدد المحلي فكانت أعلى متوسط نسبة مسجلة في الجدول 52.12%

و حصل عليها محدد الاعتماد على المصادر المحلية، يليها محدد الاستشهاد بالواقع المحلي بمتوسط

نسبة وصل إلى 32.73%، يليها محدد الأماكن المحلية بمتوسط نسبة بلغ 07.88%،

أما أدنى متوسط نسبة فكان لمحدد ذكر خصائص المجتمع المحلي و محدد الشخصيات المحلية

و بنفس متوسط النسبة التي قدرت ب 03.63%.

كما يبين الجدول أن أعلى نسبة للمحددات تتعلق بمحدد المصادر المحلية و يعود ارتفاع

نسبة هذا المحدد مقارنة بالمحددات الأخرى كلها يمكننا القول أننا اعتمدنا في دراستنا هذه كون القائم

بالاتصال مصدرا محليا و الذي حصل على مجموع تكرارات و نسب عالية من التكرارات

و النسب الإجمالية المعتمدة في البرامج الدينية للإذاعة محل الدراسة، فإذا أضفنا له الجمهور

و الضيوف اتضح سبب هذا الارتفاع في نسب المصادر المحلية، فالفرق بين المصادر المحلية

و أدنى محدد فرق كبير جدا يتجاوز 48.48%. و هي نسبة كبيرة تبين مدى الفرق بين المحددات المصادر المحلية و المحددات الأخرى.

أما من حيث توزيع المحددات المحلية حسب الحصص الثلاث فكانت على النحو التالي:
1. الاعتماد على المصادر المحلية:

و قد حصل على أعلى نسبة مقارنة بالمحددات الأخرى حصلت فيه حصة عم يتساءلون على أعلى نسبة و هي 97.67%، تليها حصة من هدي النبوة بنسبة 02.33%، و في المركز الأخير حصة أحكام الترتيل دون بنسبة أي 00.00%.
2. الاستشهاد بالواقع المحلي:

و قد حصل على أعلى نسبة بعد محدد المصادر المحلية، مقارنة بالمحددات الأخرى حصلت فيه حصة عم يتساءلون على أعلى نسبة و هي 100%، أما حصة من هدي النبوة و حصة أحكام الترتيل لم تحصل على أي بنسبة أي 00.00%.
3. الأماكن المحلية:

و قد حصل على المركز الثالث بعد محدد المصادر المحلية و الاستشهاد بالواقع المحلي، حصلت فيه حصة عم يتساءلون على أعلى نسبة و هي 100%، أما حصة من هدي النبوة و حصة أحكام الترتيل لم تحصل على أي بنسبة أي 00.00%.
4. الشخصيات المحلية:

و قد حصل على المركز الرابع بعد محدد المصادر المحلية و الاستشهاد بالواقع المحلي و الأماكن المحلية، حصلت فيه حصة عم يتساءلون على أعلى نسبة و هي 66.67%، أما حصة من هدي النبوة فحصلت على نسبة 33.33%، و أخيرا حصة أحكام الترتيل التي لم تحصل على أي بنسبة أي 00.00%.

5. ذكر خصائص المجتمع المحلي:

و قد حصل على المركز الرابع أيضا مناصفة مع محدد الشخصيات المحلية، حصلت فيه حصة عم يتساءلون على أعلى نسبة و هي 100%، بينما لم تحصل الحصتين المتبقيتين على أي نسبة 00.00%، لكل من حصة من هدي النبوة و حصة أحكام الترتيل.

مما سبق يتضح أن حصة عم يتساءلون هي الحصة الأكثر استخداما للمحددات المحلية تليها حصة من هدي النبوة أما حصة أحكام الترتيل لم تستخدم أي محدد من المحددات المحلية.

و هذا تذكير بمحمل الإحصاءات الواردة في الجدول و نسبة كل محدد من المحددات المحلية.

| | | |
|--------|---|------------------------------|
| 52.12% | ← | الاعتماد على المصادر المحلية |
| 32.73% | ← | الاستشهاد بالواقع المحلي: |
| 07.88% | ← | الأماكن المحلية: |
| 03.64% | ← | الشخصيات المحلية: |
| 03.63% | ← | ذكر خصائص المجتمع المحلي: |

أما من حيث الحصص الثلاث و عدد التكرارات التي حصلت عليها كل حصة و النسبة

الإجمالية فجاءت على النحو التالي:

| | | |
|--------|---|-----------------------|
| 97.58% | ← | حصة عم يتساءلون: 161 |
| 02.42% | ← | حصة من هدي النبوة: 04 |
| 00.00% | ← | حصة أحكام الترتيل: 00 |

2. محور المضمون ﴿ الفئات التي تجيب عن السؤال كيف قيل؟ ﴾

أولاً: ﴿ فئة شكل أو نمط البث ﴾

تستخدم هذه الفئة أساساً للترقية بين الأنماط و الأشكال المختلفة التي تتخذها المادة الإعلامية في الوسائل المختلفة¹

يتم تقسيم الأنماط و الأشكال على أساس فنون الكتابة الإعلامية في الإعلام المكتوب. أو فنون العرض في الإعلام السمعي البصري.²

تقدم المادة الإعلامية في الإذاعة في شكل: "حديث مباشر، حوار، مناقشة، ندوة، سؤال و جواب، تمثيلية، منوعات، أخبار، مسلسلات، قصص، مناظرات...".³

1. الأحاديث الإذاعية:

- يعد الحديث الإذاعي المباشر من أولى الأشكال التي عرفتها الإذاعة عند تقديمها.
- و هنالك عدداً من الاعتبارات لا بد من تحققها في الحديث الإذاعي:
- . معرفة أنه لا قيمة للبداية القوية ويتبعها ما يثير الملل.
- . معرفة أن الحديث الذي يسير على وتيرة واحدة يثير سخط المستمع.
- . معرفة أن مستمع الحديث يكون في حالة استرخاء ذهني.
- . لا بد من التنويع في عرض زوايا الموضوع.
- . معرفة أن نهاية الحديث لا تقل أهمية عن مقدمته.
- . ضرورة تنويع المعلومات والأفكار على فترات متفاوتة.
- . أن ينتبه المستمع إذا ما اقتضى الأمر إلى التطرق لموضوعات جانبية.
- . تلخص دعائم الحديث الإذاعي فيما يلي :
- . البساطة . التناول المباشر للأفكار . السرد المتدفق المتناسك
- الكلمات التي تفهم على الفور . روح الدعابة . روح التهكم الحضور.
- يدوم الحديث الإذاعي بين خمس وعشر دقائق ويذاع في الساعات التي ينشط خلالها

1. سمير محمد حسين: مرجع سابق، ص 628.

2. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط.1، عالم الكتاب، القاهرة، مصر، 2000، ص232.

3. عاطف عدلي العبد، و زكي احمد عزمي: الأسلوب الإحصائي و استخداماته في بحوث الرأي العام و الإعلام، ط.1،

دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1993، ص.214

الاستماع للإذاعة، لا يزيد متوسط سرعة القراءة الطبيعية للحديث الإذاعي على سبعة أسطر في الدقيقة، في كل سطر عشر كلمات، أو نحو سبعين كلمة في الدقيقة الواحدة
2- الندوات الإذاعية.

تعد من أحسن الوسائل الإذاعية و أكثرها تأثيراً في تناول الموضوعات الجديدة التي تضطرب و تختلف حولها الآراء، تمر برامج الندوات الإذاعية بالخطوات التالية:

- اختيار الموضوع (موضوع الندوة).

- اختيار المشتركين في البرنامج

- اختيار مدير الندوة

- إعداد البرنامج

- تنفيذ البرنامج

* شروط الندوات الإذاعية:

. يشترط في موضوع الندوة أن يكون مرتبطاً بشكل ما بالوقت الذي تداع فيه.

. يشترك في برامج الندوات الإذاعية اثنان على الأقل إلى جانب مدير الندوة.

. يجب ألا يزيد عدد المشاركين في الندوة عن أربعة.

* شروط يجب توافرها في مدير الندوة:

- الخبرة - أن يكون نشيطاً - محايداً - لطيفاً - حازماً.

من الملاحظات التي لا بد من إيرادها أثناء تنفيذ و إخراج الندوة:

تبدأ عملية التنفيذ بإجراء تجارب صوتية لتحديد موقع كل مشترك .

- على مدير الندوة أن يجلس في وضع يتيح له مشاهدة ما يجري في غرفة المراقبة

- على مدير الندوة أن ينادي المشتركين في الندوة بأسمائهم

- عليه أن ينتهز كل فرصة مناسبة في الجزء الأول لكي يكرر عنوان موضوع المناقشة

- عليه أن يضمن اشتراك كل المتحدثين على قدم المساواة.

- عليه ألا يفرض نظاماً صارماً للحديث.

- عليه أن يسمح بالملاحظات الشخصية.

- على كل مشترك أن يشعر المستمعين بأنهم حاضرون.

أما عن الأنماط التي استخدمناها في دراستنا هذه فهي:
" الحديث الإذاعي المباشر، السؤال و الجواب، الندوة الإذاعية.
و تأكيداً لما ذكرنا، فإن العديد من الدراسات أكدت أن انسب الأنماط و الأشكال الإذاعية لعرض
و تقديم البرامج الدينية هي: الحديث الإذاعي المباشر، السؤال و الجواب، الندوة الإذاعية.¹
أما فيما يخص العد و القياس فقد اعتمدنا مفردة النشر وحدة للعد و القياس و في الوقت ذاته وحدة
للتحليل.

1. عادل عبد الله الفلاح: مرجع سابق، ص515.

الجدول رقم - 05 - الخاص بفترة شكل أو نمط البث

| متوسط النسبة % | رقم التكرارات | أحكام الترتيل | | من هدي النبوة | | عم يتساءلون | | الحصص |
|----------------|---------------|---------------|---------|---------------|---------|-------------|---------|---------------------------------------|
| | | النسبة % | التكرار | النسبة % | التكرار | النسبة % | التكرار | |
| 52.38 | 11 | 54.55 | 06 | 45.45 | 05 | 00 | 00 | نمط البث الحديث الإذاعي المباشر |
| 00.00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | المقابلة الإذاعية |
| 19.05 | 04 | 00 | 00 | 25 | 01 | 75 | 03 | الندوة الإذاعية |
| 00.00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | التمثيلية الإذاعية |
| 28.57 | 06 | 00 | 00 | 00 | 00 | 100 | 06 | سؤال و جواب |
| 00.00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | المسلسلات الإذاعية |
| 00.00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | القصة الإذاعية |
| 00.00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | المناظرة الإذاعية |
| 100 | 21 | 28.57 | 06 | 28.57 | 06 | 42.86 | 09 | مجموع التكرارات متوسط النسبة % |

القراءة الرقمية و التحليلية للجدول رقم - 05 - الخاص بفترة شكل أو نمط البث

يتضح لنا من خلال عنوان الجدول رقم -05- أن المعطيات الرقمية متعلقة ببيان نوع الأشكال و الأنماط الفنية و الإعلامية التي تقدم بها البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية و التي ادرجناها ضمن التساؤل التالي:

ما هي الأشكال و الأنماط الإذاعية التي تستخدمها إذاعة سوق أهراس الجهوية في عرض برامجها الدينية؟

و من خلال القراءة الرقمية الأولية لإحصاءات الجدول تبين أن:

أنماط البث المستخدمة في الإذاعة محل الدراسة هي: الحديث المباشر، السؤال و الجواب، و الندوة الإذاعية. فالبرامج الدينية و المواضيع التي تتناولها تعتمد كثيرا على الوعظ و الإرشاد لذلك فان النمط المناسب لهذا النوع من المواضيع هو الحديث الإذاعي المباشر.

كما أن موضوعات الفتيا أو الفتاوى الشرعية و التي يكون فيها دوما طرفان: طرف يسأل (الجمهور) و طرف يجيب (القائم بالخطاب الديني) فان النمط المناسب لهذا النوع من الموضوعات هو السؤال و الجواب. كما اعتاد منشط هذه الحصة إشراك مستمع وفي للبرنامج في بداية كل حصة و هو نافع الزبير من ولاية الطارف إضافة إلى إشراك العديد من الأئمة في حصة واحدة و توزيع الأسئلة عليهم للإجابة عنها في شكل ندوة إذاعية.

كما سجلنا أن إحدى الحصص من برنامج من هدي النبوة قدمت بطريقة الندوة الإذاعية شارك فيها إمامان و مرشدة مسجد و منشط الحصة، و كان موضوع الحصة محبة الرسول - ص - من هنا يمكننا القول أن كل نوع من الموضوعات يفرض نمطا معين للعرض، و كلما تعددت الموضوعات تنوعت الأنماط و الأشكال الفنية.

أما إذا أردنا الحديث عن نسبة و ترتيب كل نمط على حدا فقد بين الجدول السابق ما يلي:

الحديث المباشر:

و حصل على 11 تكرارا بمتوسط نسبة 52.38%، في المرتبة الأولى، منها 05 تكرارات لحصة "من هدي النبوة" و 06 تكرارات لحصة " أحكام الترتيل".

السؤال و الجواب:

و حصل على 06 تكرارات بنسبة 28.57%، في المرتبة الثانية، و يتمثل في حصة "عم يتساءلون". و هي حصة فتاوى على الهواء.

الندوة الإذاعية:

و حصلت على 04 تكرار في المرتبة الثالثة بنسبة 19.05%.
و تتمثل في حصة عم يتساءلون ب 03 تكرارات. و حصة من هدي النبوة بتكرار واحد و هي حصة تتناول سيرة النبي - صلى الله عليه و سلم -
أما بقية الأنماط فلم تحصل على أي تكرار و لا أي نسبة في المرتبة الأخيرة.
و سجلنا غياب أغلب الأنماط و الأشكال الفنية الأخرى المستخدمة في مختلف الوسائل الإعلامية.
أما فيما يخص نسب كل نمط من الأنماط أو شكل من الأشكال المستخدمة في كل حصة على حدا ف جاءت على النحو التالي:

- حصة عم يتساءلون:

حصلت على 09 تكرارات و هي 06 تكرارات لنمط السؤال و الجواب. و بنسبة إجمالية وصلت 100%، و 03 تكرارات لنمط الندوة الإذاعية، بنسبة 75%، و لم تستخدم هذه الحصة الأنماط الفنية الأخرى.

- حصة من هدي النبوة:

حصلت هذه الحصة على 06 تكرارات، 05 تكرارات اختص بها نمط الحديث الإذاعي المباشر و بنسبة إجمالية وصلت إلى 45.45%، و التكرار السادس فكان لنمط الندوة الإذاعية، بنسبة وصلت إلى 25%. و لم تستخدم هذه الحصة الأنماط الفنية الأخرى.

- حصة أحكام الترتيل:

حصلت هذه الحصة على 06 تكرارات، اختص بها نمط الحديث الإذاعي المباشر و بنسبة إجمالية وصلت إلى 54.55%، و لم تستخدم هذه الحصة الأنماط الفنية الأخرى.
في الأخير يمكن القول أن النمط الغالب في عرض البرامج الدينية في الإذاعة محل الدراسة هو الحديث الإذاعي المباشر و بمتوسط نسبة وصلت إلى 52.38%، و هو أيضا النمط الغالب في اغلب المحطات الإذاعية، و الإعلام السمعي البصري. يليه السؤال و الجواب ثم الندوة الإذاعية.
و هذا ما أكدته الكثير من الدراسات.¹

1. عادل عبد الله الفلاح: مرجع سابق ص.515

و هذا ملخص لنسب أنماط البث المختلفة المستخدمة في الإذاعة محل الدراسة.

الحديث الإذاعي المباشر: 11 تكرارا 52.38% ←

الندوة الإذاعية: 04 تكرارات 19.05% ←

السؤال و الجواب: 06 تكرارات 28.57% ←

الأستاذ الدكتور عبد القادر القادر للعلوم الإسلامية

ثانياً: فئة اللغة المستخدمة ﴿﴾

و هي من الفئات الهامة في عملية التحليل ، نظرا لما يترتب عليها من نتائج مرتبطة بمدى فهم الرسالة الإعلامية و استيعابها من جمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين، حيث يمكن تقديم المواد الإعلامية العربية بعدة مستويات، و منها فصحي التراث و الفصحي البسيطة و عامة المثقفين و العامة (الدارجة).

و يستهدف تحليل اللغة المستخدمة التعرف على النمط اللغوي السائد في تقديم معلومات معينة، و مدى استخدام المستويات اللغوية المناسبة لنوع الجمهور المستهدف من المادة الإعلامية أو الدعائية.¹

تشمل هذه الفئة ما يلي :

- اللغة المستخدمة : اللغة العربية ، اللغة الفرنسية ، اللغة الإنجليزية، لغات أخرى.
 - مستويات اللغة العربية المستخدمة: اللغة الفصحى، اللغة الفصحى البسيطة، اللغة العامية مستويات أخرى.
 - مدى وجود ترجمة أو تعليق على المحتوى الأجنبي: توجد ترجمة فقط، يوجد تعليق فقط، يوجد ترجمة و تعليق، لا توجد ترجمة و لا تعليق.
 - مدى التعليق: تعليق على كل المحتوى، تعليق على بعض المحتوى.
 - وقت التعليق: التعليق أثناء عرض الصور و المحتوى، التعليق بعد انتهاء المحتوى.
 - مستويات اللغة العربية المستخدمة في التعليق: الفصحى، الفصحى البسيطة، العامية.²
- أما فيما يتعلق بدراستنا هذه فقد اعتمدنا البحث عن نوع اللغة المستخدمة في البرامج الدينية تحديداً في إذاعة سوق أهراس الجهوية .
- و مما تجدر الإشارة إليه هاهنا أننا استبعدنا النصوص الشرعية من آيات قرآنية و أحاديث نبوية شريفة من عملية التحليل، و قد اعتمدنا وحدة الكلمة وحدة للعد و القياس.

1. سمير محمد حسين: مرجع سابق، ص 629.

2. عاطف عدلي العبد و زكي احمد عزمي: الأسلوب الإحصائي و استخداماته في بحوث الرأي العام و الإعلام، ط.1، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1993، ص 214.

الجدول رقم - 06 - الخاص بفئة اللغة المستخدمة

| متوسط النسبة % | مجموع التكرارات | أحكام الترتيل | | من هدي النبوة | | عم يتساءلون | | الحصص نوع اللغة المستخدمة |
|----------------|-----------------|---------------|-----------|---------------|-----------|-------------|-----------|---------------------------------|
| | | النسبة % | التكرارات | النسبة % | التكرارات | النسبة % | التكرارات | |
| 70.83 | 27703 | 99.81 | 3189 | 99.78 | 14952 | 45.67 | 9562 | العربية الفصحى |
| 29.13 | 11395 | 00.19 | 06 | 00.22 | 33 | 54.24 | 11356 | العربية الدارجة (العامية) |
| 00.04 | 18 | 00.00 | 00 | 00.00 | 00 | 00.09 | 18 | اللغة الأجنبية (الفرنسية) |
| 100 | 39116 | 100 | 3195 | 100 | 14985 | 100 | 20936 | المجموع |

القراءة الرقمية و التحليلية للجدول رقم -06- الخاص بفئة اللغة المستخدمة.

يتضح لنا من خلال عنوان الجدول رقم -06- أن إحصاءاته الرقمية متعلقة ببيان نوع اللغة المستخدمة في البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية، و ذلك من اجل الإجابة عن السؤال الحوري التالي. ما هو نوع و مستوى اللغة المستخدمة في تقديم البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية؟ أو ما هو اللسان الذي يخاطب به القائم بالاتصال جمهور المستمعين؟ بعد القراءة الأولية للجدول اتضح لنا أن أعلى متوسط نسبة سجل في الجدول هي 70.83%، و تعبر عن نسبة اللغة العربية الفصحى في الحصة الثلاث. مما يبين أن اللغة الأصل في إعداد البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية هي العربية الفصحى، أما ما ورد من نسب عن الأنواع الأخرى من أنواع اللغة فهو من باب التبسيط فقط.

سجلنا من خلال معطيات الجدول الرقمية أن أدنى متوسط نسبة هي 00.04%، و هي تعبر عن اللغة الفرنسية على أساس أنها لغة أجنبية قليلة الاستعمال في مخاطبة الجمهور المحلي في عموم البرامج و تحديدا البرامج الدينية، في حين احتلت اللغة الدارجة (العامية) المرتبة الثانية بمتوسط نسبة 29.13%، على أساس أنها لغة العوام الذين لا يفهمون جيدا اللغة العربية الفصحى، و يستوعبون أفضل حين نخاطبهم بهذا النوع من اللغة. أما عن توزيع نسب نوع اللغة المستخدمة و الفرق بين استخدام كل نوع و آخر في الحصة الواحدة فقد جاء على النحو التالي:

حصة من هدي النبوة ﷺ:

أعلى نسبة سجلت فيها كانت 99.78%، و تعبر عن اللغة العربية الفصحى، و هي اللغة السائدة في هذه الحصة، على أساس أن الحصة مسجلة، و هي عبارة عن سرد لمشاهد و مواقف. من حياة الرسول الأعظم - صلى الله عليه و سلم - و عادة مثل هذه المواضيع تكون معدة مسبقا، و من الأرجح أن مقدم الحصة بقرء هذه المشاهد مباشرة من ورقة، على عكس الحصة الأخرى التي تكون في شكل سؤال و جواب فان مقدم الحصة يتلقى الأسئلة على المباشر و بالتالي يلجا في الكثير من الأحيان إلى استخدام لغات أخرى غير العربية الفصحى. و جاءت في المرتبة الثانية اللغة الدارجة (العامية) بنسبة 00.22%. و يعود ذلك إلى اجتهاد مقدم الحصة الذي يضطر في بعض الأوقات من الحصة إلى تبسيط بعض المعاني و تحليل بعض المواقف فيجد نفسه مجبرا على استخدام العامية. أما أدنى نسبة فكانت

00.00%، و تعبر عن اللغة الأجنبية (الفرنسية) و انعدام هذه النسبة يعود الى طبيعة الموضوع التي لا تتطلب استخدام اللغة الفرنسية.

حصة عم يتساءلون :

أعلى نسبة سجلت فيها كانت 54.24%، و تعبر عن اللغة الدارجة، و هي اللغة السائدة في هذه الحصة، كون هذه الحصة عبارة عن سؤال و جواب و عادة ما تكون تدخلات المستمعين باللغة الدارجة و خاصة من فئة ربات البيوت من ذوات المستوى المحدود، و بالتالي يجد مقدم الحصة نفسه مجبرا في الكثير من الأسئلة التي تطرح عليه، على الإجابة باللغة نفسها لتوصيل الفكرة للمستمع. و تأتي في المرتبة الثانية اللغة العربية الفصحى بنسبة 45.67%، أما أدنى نسبة في هذه الحصة فكانت 00.09%، و تعبر عن اللغة الأجنبية (الفرنسية) لأن الكثير من الأسئلة تفرض على مقدم الحصة استخدام اللغة الفرنسية لأن بعض المصطلحات الأجنبية تعود للسان الجزائري على استخدامها و تكون أوضح بالنسبة لديه من اللغة العربية و خاصة المصطلحات الاقتصادية مثل: الفوائد الربوية، العملة الصعبة، سيارة الأجرة... فيصعب على بعض المستمعين فهمها لكن استخدام هذه المصطلحات باللغة الفرنسية يكون أوضح.

حصة أحكام الترتيل :

يمكن القول أن الإحصاءات و المعطيات الرقمية للجدول، أثبتت ان اللغة السائدة هي العربية الفصحى كون الحصة أيضا عبارة عن علم مرتبط بالقران الكريم و هو علم التجويد، و عادة تكون الحصة مسجلة و معد الحصة يقرأ مباشرة من الورقة تعريف أحكام التجويد، كحكم البسملة و التنوين و الإدغام و الإظهار و ما إلى ذلك من الأحكام الأخرى و لذلك فان اللغة المستخدمة هي اللغة العربية الفصحى. فقراءة القران وفقا لأحكام الترتيل لا تكون إلا بالعربية الفصحى. و عموما يمكن القول أن أعلى نسبة مسجلة كانت 99.81%، و تعبر عن اللغة العربية الفصحى، تليها اللغة الدارجة بنسبة 00.19%.

خلاصة القول فان اللغة الأساسية في تقديم كل البرامج الدينية و بنسب عالية هي اللغة العربية الفصحى، لأنها لغة القرآن الكريم و السنة النبوية المطهرة و لغة العلم و الإسلام دعا إلى تمجيد العلم، و عموما اللغة العربية هي لغة الإسلام عبادة و معاملة، أما اللغات الأخرى فإنما تستخدم فقط من باب التبسيط و تقريب المعنى فقط.

ثالثاً: ﴿ فئة الزمن ﴾

- هي الفئة التي تقيس الحجم المتاح من الجريدة أو المجلة أو النشرة أو الكتاب للمضمون موضوع التحليل، وكذلك الوقت المخصص لإذاعة أو عرض هذا المضمون في الراديو أو التلفزيون أو السينما، حيث يشير عنصر الحجم أو الوقت إلى مدى الاهتمام بعرض الموضوع وتقديمه، بحيث كلما زادت المساحة أو الوقت كان ذلك دليلاً على ازدياد الاهتمام.¹
- وللحصول على الحجم الزمني لبرامجنا محل الدراسة وهي البرامج الدينية فقد صنفت برامج الإذاعة إلى ما يلي:
- برامج ترفيهية: وهي البرامج التي تقدم فقرات (الألعاب و الإلغاز و الفكاهة و الأغاني...)
 - برامج ثقافية: هي البرامج التي تقدم فقرات و حصص بثقافة المجتمع و تراث الأمة و منها: (الآداب و الشعر و العادات و التقاليد و التاريخ و الفنون " المسرح، الرسم، السينما، النحت، الرقص، الغناء...)
 - برامج اجتماعية: وهي البرامج التي تقدم فقرات و حصص تتعلق بـ (الأسرة، العمل، الفقر، الآفات الاجتماعية مثل " المخدرات، السرقة، التدخين، الخمر... "
 - برامج إخبارية: وهي البرامج التي تقدم فقرات مهمتها اطلاع المستمع على أهم المستجدات المحلية و الوطنية و الإقليمية و الدولية حول البيئة و السياسة و العلم و التكنولوجيا في شكل نشرة أو موجز أو مجلة إخبارية...
 - برامج رياضية: وهي البرامج التي تقدم فقرات مهمتها اطلاع المستمع على أهم التظاهرات الرياضية الفردية و الجماعية و نتائجها (كرة: القدم، اليد، السلة، الطاولة- التنس الجيدو، الكراتي، حمل الأثقال، ألعاب القوى...).
 - برامج الأطفال: وهي البرامج التي تقدم فقرات خاصة بالطفل مثل: المتافسات العلمية، اكتشاف المواهب، الحوارات المباشرة...
 - البرامج الدينية: وهي البرامج التي تتعلق بالقضايا الإسلامية، و تجدر الإشارة هنا إلى أن تلاوة القرآن الكريم في بداية و نهاية البث، و الأذان و نقل فعاليات صلاة الجمعة المنقولة مباشرة من أحد المساجد لا يعد برنامجاً دينياً.

1. سمير محمد حسين: مرجع سابق، ص 269-270.

الجدول رقم - 07 - الخاص بفئة الزمن

| النسبة % | زمن البث (بالدقيقة) | نوع البرنامج |
|------------|-----------------------|--------------------|
| 39.29% | 2200 | البرامج الترفيهية |
| 16.34% | 915 | البرامج الثقافية |
| 21.70% | 1215 | البرامج الاجتماعية |
| 19.20% | 1075 | البرامج الإخبارية |
| 00.00% | 00 | البرامج الرياضية |
| 02.40% | 135 | البرامج الدينية |
| 01.07% | 60 | برامج الأطفال |
| 100 | 5600 | المجموع |

1. الشبكة البرمجية: قسم البرمجة، إذاعة سوق أهراس الجهوية.

القراءة الرقمية و التحليلية للجدول رقم - 07 - الخاص بفترة الزمن

يتضح لنا من خلال عنوان الجدول رقم -07- الخاص بفترة الزمن، أن الغرض منه هو معرفة الحجم الزمني الذي تخصصه إذاعة سوق أهراس الجهوية للبرامج الدينية محل الدراسة، من الحجم الزمني الإجمالي للبث الإذاعي الأسبوعي، و ذلك بغرض الإجابة عن السؤال التالي: ما هو الحجم الزمني الذي تخصصه إذاعة سوق أهراس الجهوية للبرامج الدينية؟ أو بتعبير آخر، ما هي المساحة الزمنية التي تشغلها البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية؟ و الهدف من ذلك كله هو الوقوف على مدى اهتمام إذاعة سوق أهراس الجهوية بهذا النوع من البرامج، و أهميتها في سياسة الإذاعة، هذا إذا انطلقنا من فكرة أو فرضية أن الحجم الزمني يدل على درجة الاهتمام بمعنى : هل فعلا انه كلما زاد الحجم الزمني لبرنامج ما زادت درجة أهميته و الاهتمام به، وكلما قل الحجم الزمني لبرنامج ما قلت درجة أهميته و الاهتمام به؟ إذا انطلقنا من هذه الفكرة فإننا نطرح التساؤل التالي:

هل إذاعة سوق أهراس الجهوية تضع البرامج الدينية في خانة اهتماماتها؟

هل تحتل البرامج الدينية مكانة خاصة في أجنحة أولويات الإذاعة؟

إن قراءة البيانات و المعطيات الرقمية للجدول رقم-08- الخاص بفترة الزمن و تحليلها يجيب عن التساؤلات المطروحة.

- البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية لا تستحوذ على حجم زمني كبير من الحجم الزمني الإجمالي للبث الأسبوعي، حيث تحتل المراتب الأخيرة قبل برامج الأطفال و البرامج الرياضية بنسبة 02.40%. و يدل ذلك انطلاقا من الفكرة المطروحة سابقا أن البرامج الدينية

لا تحتل مكانة مرموقة في أجنحة أولويات الإذاعة، و أنها لا تصنف ضمن البرامج ذات الاهتمام الواسع و الأهمية القصوى.

تبين لنا البيانات الرقمية للجدول السابق، الفروقات الزمنية الكبيرة بين مختلف البرامج، حيث وصلت أعلى نسبة إلى 39.28%، و المعبرة عن نسبة البرامج الترفيهية التي احتلت المرتبة الأولى في ترتيب البرامج التي تقدمها الإذاعة محل الدراسة، و بحجم بث بلغ 2200 دقيقة أسبوعيا، تليها و في المرتبة الثانية البرامج الاجتماعية بحجم بث وصل الى 1215 دقيقة و بنسبة 21.70%.

أما المرتبة الثالثة فجاءت البرامج الإخبارية بحجم بث قدره 1075 دقيقة و بنسبة 19.20%، أما المرتبة الرابعة فاحتلتها البرامج الثقافية بحجم بث وصل الى 915 دقيقة و بنسبة 16.34%، أما المرتبة الخامسة فكانت للبرامج الدينية بحجم بث لا يتجاوز 135 دقيقة من الحجم الزمني الإجمالي الأسبوعي للبث و بنسبة ضئيلة جدا بلغت 02.40% فقط، لتأتي في المرتبة الأخيرة برامج الأطفال بحجم 60 دقيقة و بنسبة 01.07%، في حين لم تخصص الإذاعة محل الدراسة أي حجم زمني للبرامج الرياضية مكثفية بالإعلان عن النتائج المسجلة في النشرات الإخبارية.

إذن ما نلاحظه مما سبق أن إذاعة سوق أهراس الجهوية تهتم في المقام الأول بالبرامج الترفيهية ثم الاجتماعية ثم الإخبارية ثم الثقافية ثم الدينية و أخيرا برامج الأطفال و البرامج الرياضية.

خلاصة القول البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية تنحصر في يوم الجمعة فقط و لا تخصص لها مساحات زمنية واسعة و لا تندرج ضمن أولويات الإذاعة. إذا كانت زيادة الحجم الزمني تدل على زيادة الاهتمام كما ذكرنا سابقا.

جامعة الأمير

﴿ الفصل الرابع ﴾

الدراسة الميدانية

عبد القادر التوم
الإسلامية

﴿ الفصل الرابع ﴾

الدراسة الميدانية

المبحث الأول: البيانات الأولية

المبحث الثاني: عادات الاستماع

المبحث الثالث: أنماط الاستماع

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

المبحث الأول: البيانات الأولية

نتناول فيما يلي التعليق على جداول تفرغ البيانات المتعلقة بالنوع (ذكور، إناث)، و مكان الإقامة (المدينة، الحي الجامعي)، و التخصص العلمي (علوم إنسانية و اجتماعية، علوم و تكنولوجيا)، إضافة إلى استقبال البث الإذاعي.

جدول رقم -01- : توزيع عينة الدراسة حسب النوع و التخصص العلمي.

| المجموع | | الإناث | | الذكور | | النوع التخصص العلمي |
|---------|-----|--------|-----|--------|-----|-------------------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| %50 | 100 | %50 | 50 | %50 | 50 | علوم إنسانية و اجتماعية |
| %50 | 100 | %50 | 50 | %50 | 50 | علوم و تكنولوجيا |
| %100 | 200 | %100 | 100 | %100 | 100 | المجموع |

يبين لنا الجدول رقم -01- أعلاه : توزيع عينة الدراسة حسب التخصص العلمي:
 (علوم إنسانية و اجتماعية، علوم و تكنولوجيا)، طبقاً للنوع (ذكور، إناث)، حيث تتكون عينة البحث من 200 مفردة من بين طلبة و طالبات جامعة سوق أهراس، موزعين على النحو الآتي:
 - الذكور و يمثلون 100 مفردة بنسبة 50%.
 - الإناث و 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 للتخصصين.
 أما التخصصين العلميين اللذين تم اختيارهما فهما:
 - علوم إنسانية و اجتماعية: حيث بلغ عدد الطلبة الذين شملتهم الدراسة و الذين يدرسون في هذا التخصص 100 طالب و طالبة بنسبة تبلغ 50%..
 - علوم و تكنولوجيا: بلغ عدد الطلبة الذين شملتهم الدراسة و الذين يدرسون في هذا التخصص 100 طالب و طالبة كذلك بنسبة 50%. من مجموع مفردات عينة البحث.

و نشير إلى أن كلا التخصصين ينقسم فيهما عدد الطلبة و الطالبات بالتساوي أي:
في كل اختصاص نجد 50 من الذكور بنسبة 50%، و 50 من الإناث بنسبة 50% كذلك.
جدول رقم -02- : توزيع عينة الدراسة حسب النوع و مكان الإقامة.

| النوع | | الذكور | | الإناث | | المجموع |
|--------------|--|--------|------|--------|------|---------|
| مكان الإقامة | | ك | % | ك | % | |
| المدينة | | 50 | 50% | 50 | 50% | 100 |
| الحي الجامعي | | 50 | 50% | 50 | 50% | 100 |
| المجموع | | 100 | 100% | 100 | 100% | 200 |

يتضح من خلال معطيات الجدول رقم-02- أعلاه أن:
أفراد العينة الذين يقيمون في المدينة قد بلغ عددهم 100 مفردة بنسبة قدرها 50%، و الذين يقيمون في الحي الجامعي بلغ عددهم 100 مفردة أيضا بنسبة 50%.
و الملاحظ من خلال متغير الجنس أن عدد الذكور الذين يقيمون في المدينة قد بلغ 50 مفردة بنسبة قدرها 50%، مقابل 50 مفردة من الحي الجامعي بنفس النسبة 50%.
أي أن النسبة فيما يتعلق بالذكور و الإناث بالنسبة لمكان الإقامة متساوية.
هذا و تشير الدراسة إلى أن معظم الطلبة المقيمين في الحي الجامعي، من الدوائر و البلديات المجاورة لعاصمة الولاية، إضافة إلى طلبة المدن القريبة من ولاية سوق أهراس.
جدول رقم -03- : توزيع عينة الدراسة حسب النوع و استماع البرامج الدينية.

| النوع | | الذكور | | الإناث | | المجموع |
|------------------------|--|--------|------|--------|------|---------|
| استماع البرامج الدينية | | ك | % | ك | % | |
| نعم | | 82 | 82% | 81 | 81% | 163 |
| لا | | 18 | 18% | 19 | 19% | 37 |
| المجموع | | 100 | 100% | 100 | 100% | 200 |

يتبين لنا من خلال الجدول رقم - 03- أعلاه أن:

مجموع أفراد العينة الذين صرحوا بأنهم يستمعون البرامج الدينية قد بلغ عددهم 163 مفردة بنسبة 81.5%، بينما أجاب 37 مبحوثاً بعدم استماع البرامج الدينية التي تبثها إذاعة سوق أهراس و ذلك بنسبة قدرها 18.5%،

و إذا أخذنا متغير الجنس، فإننا نجد أن نسب الاستماع للبرامج الدينية بين الذكور و الإناث متقاربة، حيث تبين معطيات الجدول تفوق طفيف لفئة الإناث على فئة الذكور في الاستماع للبرامج الدينية. إلا انه يمكن القول و إن اختلفت نسب الاستماع، فان نسبة كبيرة من الطلبة يستمعون البرامج الدينية الإذاعية.

إذ يمكننا أن نربط ذلك بتحسّن المستوى المعيشي للأسر و الأفراد و مدى امتلاكهم لأجهزة الاستقبال (الراديو)، حيث أصبحت الأسرة الواحدة تقتني أكثر من جهاز استقبال (راديو) 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 المحطات الإذاعية بشكل كبير.

جدول رقم -04-: توزيع عينة الدراسة حسب دواعي عدم استماع البرامج الدينية.

| النسب المئوية | الترتيب | التكرارات | دواعي عدم الاستماع |
|---------------|---------|-----------|-------------------------------------|
| 40.54 % | (1) | 15 | عدم امتلاك جهاز الراديو |
| 16.22 % | (4) | 06 | الاعتماد على مطالعة الصحف و الجرائد |
| 24.32 % | (2) | 09 | مشاهدة البرامج التلفزيونية |
| 18.92 % | (3) | 07 | توقيت البرامج الدينية غير مناسب |
| 100 % | / | 37 | المجموع |

يتبين لنا من خلال الجدول رقم - 04- أعلاه أن:

مجموع أفراد العينة الذين صرحوا بأنهم لا يستمعون البرامج الدينية بداعي عدم امتلاك جهاز راديو قد بلغ عددهم 15 مبحوثاً بنسبة 40.54%، بينما أجاب 06 مبحوثين بعدم استماع البرامج الدينية بداعي الاعتماد على مطالعة الصحف و الجرائد و ذلك بنسبة قدرها 16.22%، في حين أجاب 09 مبحوثين بأنهم لا يستمعون البرامج الدينية بداعي مشاهدة البرامج التلفزيونية و ذلك بنسبة

قدرها 24.32%، و أجاب 07 مبحوثين بعدم استماع البرامج الدينية بداعي توقيت البرامج الدينية غير مناسب و ذلك بنسبة قدرها 18.92%،

جدول رقم - 05-: توزيع عينة الدراسة حسب دواعي عدم استماع البرامج الدينية و النوع.

| المجموع | الإناث | | الذكور | | النوع |
|---------|--------|----|--------|----|-------------------------------------|
| | % | ك | % | ك | |
| 15 | 26.32% | 05 | 55.56% | 10 | عدم امتلاك جهاز الراديو |
| 06 | 10.53% | 02 | 22.22% | 04 | الاعتماد على مطالعة الصحف و الجرائد |
| 09 | 31.58% | 06 | 16.67% | 03 | مشاهدة البرامج التلفزيونية |
| 07 | 31.58% | 06 | 05.56% | 01 | توقيت البرامج الدينية غير مناسب |
| 37 | 100% | 19 | 100% | 18 | المجموع |

يتبين لنا من خلال الجدول رقم - 05- أعلاه أن:

مجموع أفراد العينة الذكور الذين صرحوا بأنهم لا يستمعون البرامج الدينية بداعي عدم امتلاك جهاز راديو قد بلغ عددهم 10 مبحوثين بنسبة 55.56%، بينما أجاب 05 مبحوثين من الإناث بعدم استماع البرامج الدينية بداعي عدم امتلاك جهاز راديو بنسبة 26.32%.

أجاب 04 مبحوثين من الذكور بنسبة 22.22%، بأنهم لا يستمعون البرامج الدينية بداعي الاعتماد على مطالعة الصحف و الجرائد، بينما أجاب مبحوثين من الإناث و بنسبة 10.53% و لنفس الداعي،

أجاب 03 مبحوثين من الذكور بنسبة 16.67%، بأنهم لا يستمعون البرامج الدينية بداعي مشاهدة البرامج التلفزيونية ، بينما أجاب 06 مبحوثين من الإناث و بنسبة 31.58%، في حين أجاب مبحوث واحد من الذكور أنه لا يستمع البرامج الدينية بداعي توقيت البرامج الدينية غير مناسب و ذلك بنسبة قدرها 05.56%، و أجاب 06 مبحوثين من الإناث بعدم استماع البرامج الدينية لنفس الداعي بنسبة قدرها 31.58%.

بناء على ما تقدم يمكن القول أن هناك تقارب في عدد المبحوثين من حيث عدم الاستماع بين الذكور و الإناث، بينما هناك اختلاف و تباين بين المبحوثين من حيث دواعي عدم الاستماع.

جدول رقم - 06-: توزيع عينة الدراسة حسب دواعي عدم استماع البرامج الدينية
و مكان الإقامة

| المجموع | الحي الجامعي | | المدينة | | مكان الإقامة دواعي عدم الاستماع |
|---------|--------------|----|---------|----|-------------------------------------|
| | % | ك | % | ك | |
| 15 | 54.17% | 13 | 15.38% | 02 | عدم امتلاك جهاز الراديو |
| 06 | 8.33% | 02 | 30.77% | 04 | الاعتماد على مطالعة الصحف و الجرائد |
| 09 | 16.67% | 04 | 38.46% | 05 | مشاهدة البرامج التلفزيونية |
| 07 | 20.83% | 05 | 15.39% | 02 | توقيت البرامج الدينية غير مناسب |
| 37 | 100% | 24 | 100% | 13 | المجموع |

يتبين لنا من خلال الجدول رقم - 06- أعلاه أن:

مجموع أفراد العينة المقيمين في المدينة الذين صرحوا بأنهم لا يستمعون البرامج الدينية بداعي عدم امتلاك جهاز راديو قد بلغ عددهم مبحثين بنسبة 15.38%، بينما أجاب 13 مبحثاً من الإناث بعدم استماع البرامج الدينية بداعي عدم امتلاك جهاز راديو بنسبة 54.17%.

أجاب 04 مبحثين من الذكور بنسبة 30.77%، بأنهم لا يستمعون البرامج الدينية بداعي الاعتماد على مطالعة الصحف و الجرائد، بينما أجاب مبحثين من الإناث و بنسبة 8.33% و نفس الداعي،

أجاب 05 مبحثين من الذكور بنسبة 38.46%، بأنهم لا يستمعون البرامج الدينية بداعي مشاهدة البرامج التلفزيونية ، بينما أجاب 04 مبحثين من الإناث و بنسبة 16.67%،

في حين أجاب مبحثين من الذكور أنه لا يستمع البرامج الدينية بداعي توقيت البرامج الدينية غير مناسب و ذلك بنسبة قدرها 15.39%، و أجاب 05 مبحثين من الإناث بعدم استماع البرامج الدينية لنفس الداعي بنسبة قدرها 20.83%.

بناء على ما تقدم يمكن القول أن هناك تباين في عدد المبحثين من حيث عدم الاستماع: المقيمين في الحي الجامعي أكثر من المقيمين في المدينة من حيث عدم الاستماع، كما يوجد تباين بين المبحثين من حيث دواعي عدم الاستماع.

جدول رقم - 07-: توزيع عينة الدراسة حسب دواعي عدم استماع البرامج الدينية و التخصص العلمي.

| المجموع | علوم و تكنولوجيا | | علوم إنسانية و اجتماعية | | التخصص العلمي دواعي عدم الاستماع |
|---------|------------------|----|-------------------------|----|-------------------------------------|
| | % | ك | % | ك | |
| 15 | 39.40% | 13 | 50.00% | 02 | عدم امتلاك جهاز الراديو |
| 06 | 15.15% | 05 | 25.00% | 01 | الاعتماد على مطالعة الصحف و الجرائد |
| 09 | 24.24% | 08 | 25.00% | 01 | مشاهدة البرامج التلفزيونية |
| 07 | 21.21% | 07 | 00.00% | 00 | توقيت البرامج الدينية غير مناسب |
| 37 | 100% | 33 | 100% | 04 | المجموع |

يتبين لنا من خلال الجدول رقم - 07- أعلاه أن:

مجموع أفراد العينة الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية و الذين صرحوا بأنهم لا يستمعون البرامج الدينية بداعي عدم امتلاك جهاز راديو قد بلغ عددهم مبحثين بنسبة 50.00%، بينما أجاب 13 مبحثاً من طلبة العلوم و التكنولوجيا بعدم استماع البرامج الدينية بداعي عدم امتلاك جهاز راديو بنسبة 39.40%.

أجاب مبحثاً واحداً من طلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية بنسبة 25.00%، بأنه لا يستمع البرامج الدينية بداعي الاعتماد على مطالعة الصحف و الجرائد، بينما أجاب 05 مبحثين من الإناث و بنسبة 15.15% و لنفس الداعي،

أجاب مبحثاً واحداً أيضاً من الذكور بنسبة 25.00%، بأنه لا يستمع البرامج الدينية بداعي مشاهدة البرامج التلفزيونية، بينما أجاب 08 مبحثين من طلبة العلوم و التكنولوجيا و بنسبة 24.24% لنفس الداعي،

في حين لم يجيب أي مبحث من طلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية بأنه لا يستمع البرامج الدينية بداعي توقيت البرامج الدينية غير المناسب و ذلك بنسبة قدرها 00.00%،

و أجاب 07 مبحوثين من طلبة العلوم و التكنولوجيا بعدم استماع البرامج الدينية لنفس الداعي بنسبة قدرها 21.21%.

بناء على ما تقدم يمكن القول أن هناك تباين في عدد و نسب المبحوثين من حيث عدم الاستماع: بين طلبة التخصصين، كما يوجد تباين بين المبحوثين من حيث دواعي عدم الاستماع.

المبحث الثاني: عادات الاستماع

أ: عدد البرامج الدينية استماعا في إذاعة سوق أهراس الجهوية.

جدول رقم - 08 - توزيع عينة الدراسة حسب عدد البرامج الدينية و الاستماع.

| عدد البرامج الدينية استماعا | التكرارات | النسب المئوية |
|-----------------------------|-----------|---------------|
| برنامج واحد | 111 | 68.10% |
| برنامجين | 34 | 20.86% |
| ثلاثة برامج | 18 | 11.04% |
| المجموع | 163 | 100% |

يوضح الجدول رقم - 08 - أعلاه النتائج الآتية:

صرح 111 مبحوثا من أفراد عينة الدراسة أنهم يستمعون برنامجا واحدا في الأسبوع بنسبة بلغت 68.10%، في حين صرح 34 مبحوثا من طلبة و طالبات الجامعة أنهم يستمعون برنامجين في الأسبوع بنسبة وصلت إلى 20.86%، بينما صرح 18 مبحوثا من أفراد عينة الدراسة أنهم يستمعون ثلاثة برامج في الأسبوع بنسبة قدرت بـ 11.04%.

من خلال معطيات الجدول يمكن القول أن أفراد العينة لا يقبلون على استماع عدد كبير من البرامج الدينية، و هو ما أكدته الدراسة التحليلية، بحيث سجلنا أن أعلى نسبة استماع كانت لبرنامج واحد ثم برنامجين ثم ثلاثة برامج على التوالي. و يعود ذلك كون البرامج الدينية في الإذاعة محل الدراسة لا تبث إلا يوم الجمعة، و هو يوم عطلة للطلبة و بالتالي يفضل الكثير من أفراد العينة قضاءه في أنشطة عديدة بدل الاستماع للإذاعة مثل التسوق، التجوال، النوم و الراحة من عناء الدراسة طيلة أيام الأسبوع، زد على ذلك تنقل الطلبة إلى المسجد لحضور فعاليات صلاة الجمعة و بالتالي الاكتفاء بالدرس و الخطبتين. و هذا ما يفسر قلة الإقبال على استماع البرامج الدينية.

جدول رقم - 09-: توزيع عينة الدراسة حسب عدد البرامج الدينية و النوع.

| المجموع | الإناث | | الذكور | | النوع عدد البرامج |
|---------|--------|----|--------|----|----------------------|
| | % | ك | % | ك | |
| 111 | 56.79% | 46 | 79.27% | 65 | برنامج واحد |
| 34 | 23.46% | 19 | 18.29% | 15 | برنامجين |
| 18 | 19.75% | 16 | 02.44% | 02 | ثلاثة برامج |
| 163 | 100% | 81 | 100% | 82 | المجموع |

يوضح الجدول رقم - 09 - أعلاه: توزيع عينة الدراسة حسب عدد البرامج الدينية استماع

في إذاعة سوق أهراس الجهوية و النوع، إذ تشير بيانات الجدول إلى النتائج الآتية:

صرح 65 مبحوثا من الذكور أنهم يستمعون برنامجا واحدا في الأسبوع بنسبة 79.27%،

مقابل 46 مبحوثا من الإناث بنسبة بلغت 56.79%،

صرح 15 مبحوثا من الذكور أنهم يستمعون برنامجين في الأسبوع و بنسبة وصلت إلى

18.29%، مقابل 19%، من الإناث و بنسبة بلغت 23.46%، أما الاستماع لثلاثة برامج فلم

يصرح بذلك إلا مبحوثين فقط من الذكور و ذلك بنسبة 02.44%، بينما صرح 16 مبحوثا من

الإناث أنهم يستمعون ثلاثة برامج في الأسبوع بنسبة قدرت بـ 19.75%.

اعتمادا على بيانات الجدول نلاحظ أن الإناث أكثر استماعا للبرامج الدينية من الذكور

و يمكن أن نرجع ذلك إلى طبيعة الإناث اللواتي يفضلن المكوث في الغرف الجامعية أو البيوت

خاصة يوم الجمعة و بالتالي الاستماع للبرامج الدينية، على غرار الذكور الذين يفضلون ممارسة

الرياضة و التجول و التسوق و غيرها كما ذكرنا سابقا.

بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول السابق نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 14.34)

و هي أكبر من القيمة الجدولية: (كا² = 05.99)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين

النوع و الاستماع تحت درجتين حرية و مستوى ثقة 95%.

و عليه تأكد وجود علاقة فارقة بين الذكور و الإناث و متغير درجة الاستماع.

فالإناث أكثر من الذكور من حيث عدد البرامج الدينية استماعا.

جدول رقم - 10-: توزيع عينة الدراسة حسب عدد البرامج الدينية و مكان الإقامة.

| المجموع | الحي الجامعي | | المدينة | | مكان الإقامة عدد البرامج |
|---------|--------------|----|---------|----|-----------------------------|
| | % | ك | % | ك | |
| 111 | 53.95% | 41 | 80.46% | 70 | برنامج واحد |
| 34 | 30.26% | 23 | 12.46% | 11 | برنامجين |
| 18 | 15.79% | 12 | 06.90% | 06 | ثلاثة برامج |
| 163 | 100% | 76 | 100% | 87 | المجموع |

يوضح الجدول رقم -10- أعلاه النتائج المتحصل عليها التالية:

صرح 70 مبحوثاً من الطلبة المقيمين في المدينة أنهم يستمعون برنامجاً واحداً في الأسبوع بنسبة 80.46%، مقابل 41 مبحوثاً من الطلبة المقيمين في الحي الجامعي بنسبة 53.95%.
صرح 11 مبحوثاً من الطلبة المقيمين في المدينة أنهم يستمعون برنامجين في الأسبوع بنسبة وصلت إلى 12.64%، مقابل 23 مبحوثاً من الطلبة المقيمين في الحي الجامعي بنسبة 30.26%، أما الاستماع لثلاثة برامج فقد صرح بذلك 06 مبحوثين من الطلبة المقيمين في المدينة، بنسبة 06.90%، بينما صرح 12 مبحوثاً من الطلبة المقيمين في الحي الجامعي أنهم يستمعون لثلاثة برامج بنسبة قدرت بـ 15.79%.

اعتماداً على بيانات الجدول نلاحظ أن المقيمين في الحي الجامعي أكثر استماعاً للبرامج الدينية من الطلبة المقيمين في المدينة، و يمكن أن نرجع ذلك إلى كون طلبة المدينة عندما يعودون إلى بيوتهم نهاية اليوم الدراسي، لديهم البديل عن استماع الراديو: مشاهدة التلفزيون، الانفراد بشبكة الانترنت، زيارة الأقارب... بينما الطالب في الحي الجامعي فيركز أكثر على الراديو.

بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول السابق نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 13.86)

و هي أكبر من القيمة الجدولية: (كا² = 05.99)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين،

مكان الإقامة و الاستماع تحت درجتين حرية و مستوى ثقة 95%.

و عليه تأكد وجود علاقة فارقة بين المبحوثين من التخصصين، فالطلبة المقيمين في الحي

الجامعي أكثر من الطلبة المقيمين في المدينة من حيث عدد البرامج الدينية استماعاً.

جدول رقم - 11-: توزيع عينة الدراسة حسب عدد البرامج الدينية و التخصص العلمي.

| المجموع | علوم و تكنولوجيا | | علوم إنسانية و اجتماعية | | التخصص العلمي عدد البرامج |
|---------|------------------|----|-------------------------|----|------------------------------|
| | % | ك | % | ك | |
| 111 | %70.15 | 47 | %66.67 | 64 | برنامج واحد |
| 34 | %22.39 | 15 | %19.79 | 19 | برنامجين |
| 18 | %07.46 | 05 | %13.54 | 13 | ثلاثة برامج |
| 163 | %100 | 67 | %100 | 96 | المجموع |

يوضح الجدول رقم -11- أعلاه النتائج الآتية:

صرح 64 مبحوثا من الطلبة الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية أنهم يستمعون برنامجا واحدا في الأسبوع بنسبة 66.67%، مقابل 47 مبحوثا من الطلبة الذين يدرسون علوم و تكنولوجيا بنسبة بلغت 70.15%، في حين صرح 19 مبحوثين من الطلبة الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية أنهم يستمعون برنامجين في الأسبوع و بنسبة وصلت إلى 19.79%، مقابل 15 مبحوثا من الطلبة الذين يدرسون علوم و تكنولوجيا و بنسبة 22.39%، أما الاستماع لثلاثة برامج صرح 13 مبحوثا من الطلبة الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية ، و بنسبة 13.54%، مقابل 05 مبحوثين من الطلبة الذين يدرسون علوم و تكنولوجيا بنسبة قدرت بـ 07.46%.

بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول السابق نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 03.38)

و هي اصغر من القيمة الجدولية (كا² = 05.99)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين التخصص العلمي و الاستماع تحت درجتين حرية و مستوى ثقة 95%.
و عليه لا توجد علاقة فارقة بين متغيري التخصص العلمي و الاستماع.

ب- درجة استماع البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية.
جدول رقم - 12 -: توزيع عينة الدراسة حسب درجة الاستماع.

| النسب المئوية | التكرارات | درجة الاستماع |
|---------------|-----------|---------------|
| 12.00 % | 24 | دائما |
| 07.50 % | 15 | غالبا |
| 31.50 % | 63 | أحيانا |
| 30.50 % | 61 | نادرا |
| 18.50 % | 37 | أبدا |
| 100 % | 200 | المجموع |

يوضح الجدول رقم - 12 - أعلاه النتائج التالية:

يقبل على استماع برامج إذاعة سوق أهراس الجهوية 163 طالبا وطالبة، يشكلون نسبة 81.50% من مجموع أفراد عينة الدراسة، وهذا ما يتفق مع نتائج العديد من الدراسات الميدانية التي أجريت في العديد من المناطق بالجزائر وخارجها، وهذا ما يؤثر على حجم عادات استماع الإذاعات الجهوية بين الطلبة، حيث يمكن القول أنها أصبحت ظاهرة اتصالية شائعة بين أفراد عينة البحث، إضافة إلى دور وأهمية الراديو في حياة الأفراد، حيث يعتبر مصدرا هاما للتعليم و التثقيف و الترفيه و خصوصا الطلبة الجامعيين.

تختلف درجات استماع أفراد عينة الدراسة للبرامج الدينية، حيث تتراوح بين خمس درجات: الاستماع دائما، الاستماع غالبا، الاستماع أحيانا، الاستماع نادرا، الاستماع أبدا. يستمع البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية دائما 24 طالبا و طالبة يشكلون نسبة 12% من مجموع عينة الدراسة، و يستمع غالبا 15 طالب و طالبة بنسبة قدرها 07.50 % من مجموع عينة الدراسة.

يستمع أحيانا 63 طالبا و طالبة بنسبة 31.50% من مجموع عينة الدراسة، في حين يستمع نادرا 61 مبحوثا بنسبة 30.50% الاستماع من مجموع عينة الدراسة، بينما يمتنع عن الاستماع لبرامج الإذاعة 37 مبحوثين بنسبة 18.50% من مجموع عينة الدراسة.

جدول رقم -13-: توزيع عينة الدراسة حسب درجة الاستماع و النوع.

| المجموع | الإناث | | الذكور | | النوع |
|---------|--------|-----|--------|-----|---------|
| | % | ك | % | ك | |
| 24 | %15 | 15 | %09 | 09 | دائما |
| 15 | %09 | 09 | %06 | 06 | غالبا |
| 63 | %32 | 32 | %31 | 31 | أحيانا |
| 61 | %25 | 25 | %36 | 36 | نادرا |
| 37 | %19 | 19 | %18 | 18 | أبدا |
| 200 | %100 | 100 | %100 | 100 | المجموع |

يبين الجدول رقم - 13 - أعلاه النتائج التالية:

يستمتع البرامج الدينية دائما 09 طلاب بنسبة %09، و 15 طالبة بنسبة %15 و يستمتع البرامج الدينية غالبا 06 طلاب بنسبة %06، و 09 طالبات بنسبة %09 كما يستمتع البرامج الدينية أحيانا 31 طالبا بنسبة %31 مقابل 32 طالبة بنسبة %32 في حين يستمتع البرامج الدينية نادرا 36 مبحوثا من الذكور بنسبة تقدر بـ %36 مقابل 25 مبحوثا من الإناث بنسبة %25.

لا يستمتع البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية أبدا 18 طالبا بنسبة %18، مقابل 19 طالبات بنسبة %19.

بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق بلغت قيمته المحسوبة: (كا² = 04.11)، وهي اقل من القيمة الجدولية: (كا² = 09.48)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية، و مستوى ثقة %95،

و عليه تأكد عدم وجود علاقة فارقة بين الجنس و درجة الاستماع.

جدول رقم -14-: توزيع عينة الدراسة حسب درجة الاستماع و مكان الإقامة.

| المجموع | الحي الجامعي | | المدينة | | مكان الإقامة درجة الاستماع |
|---------|--------------|-----|---------|-----|-------------------------------|
| | % | ك | % | ك | |
| 24 | 14.00% | 14 | 10.00% | 10 | دائما |
| 15 | 9.00% | 09 | 6.00% | 06 | غالبا |
| 63 | 33.00% | 33 | 30.00% | 30 | أحيانا |
| 61 | 20.00% | 20 | 41.00% | 41 | نادرا |
| 37 | 24.00% | 24 | 13.00% | 13 | أبدا |
| 200 | 100% | 100 | 100% | 100 | المجموع |

يوضح الجدول رقم -14- أعلاه النتائج التالية:

جاءت درجة استماع البرامج الدينية نادرا في المرتبة الأولى بنسبة 20% لدى المبحوثين الذين يقيمون في الحي الجامعي مقابل 41% لدى المبحوثين الذين يقيمون في المدينة.

استماع البرامج الدينية أحيانا جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 33% لأفراد العينة المقيمين في الحي الجامعي مقابل 30%، للمقيمين في المدينة.

أما المرتبة الثالثة فجاءت لاستماع البرامج الدينية دائما بنسبة 14%، للطلبة المقيمين في الحي الجامعي. مقابل 10%، للطلبة المقيمين في المدينة

أما الاستماع للبرامج الدينية أبدا جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة 13%، للطلبة المقيمين في المدينة مقابل 24%، بالنسبة للطلبة المقيمين في الحي الجامعي.

الاستماع للبرامج الدينية غالبا جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 09%، للطلبة المقيمين في الحي الجامعي مقابل 06%، للطلبة المقيمين في المدينة.

و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول السابق نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 11.90)

و هي أكبر من القيمة الجدولية (كا² = 09.48)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين مكان الإقامة و الاستماع تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95%.

توجد فروق دالة إحصائية بين الطلبة المقيمين في المدينة و الطلبة المقيمين في الحي الجامعي حول درجة الاستماع لديهم.

و نشير هنا إلى الارتفاع النسبي لدرجة الاستماع أحيانا، إذ يمكن إرجاع ذلك إلى كون الطلبة مرتبطين خلال أيام الأسبوع بمقاعد الدراسة في الجامعة و مراجعة الدروس، مما لا يمكنهم ذلك من استماع البرامج الدينية دائما أو في الأوقات التي يرغبون الاستماع فيها.

جدول رقم -15-: توزيع عينة الدراسة حسب درجة الاستماع و التخصص العلمي.

| المجموع | علوم و تكنولوجيا | | علوم إنسانية و اجتماعية | | التخصص العلمي |
|---------|------------------|-----|-------------------------|-----|---------------|
| | % | ك | % | ك | |
| 24 | % 11 | 11 | % 13 | 13 | دائما |
| 15 | % 07 | 07 | % 08 | 08 | غالبا |
| 63 | % 41 | 41 | % 22 | 22 | أحيانا |
| 61 | % 08 | 08 | % 53 | 53 | نادرا |
| 37 | % 33 | 33 | % 04 | 04 | أبدا |
| 200 | %100 | 100 | %100 | 100 | المجموع |

يوضح الجدول رقم-15- أعلاه النتائج التالية:

يستمتع أفراد عينة الدراسة بشكل دائم البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية بنسبة 13% من طلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، مقابل 11% من طلبة العلوم و التكنولوجيا.

يستمتع للبرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية غالبا 08%، من طلبة العلوم الإنسانية مقابل 07%، من طلبة العلوم و التكنولوجيا.

يستمتع للبرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية أحيانا 22%، من طلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، مقابل 41%، من طلبة العلوم و التكنولوجيا.

يستمتع البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية نادرا 53%، من طلبة العلوم الإنسانية مقابل 08%، من طلبة العلوم و التكنولوجيا.

في حين سجلنا أن 22%، من طلبة العلوم الإنسانية لا يستمعون للبرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية مقابل 15%، من طلبة العلوم و التكنولوجيا. بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق، بلغت قيمة كا² المحسوبة: (كا² = 62.05)، وهي أكبر من القيمة الجدولية: (كا² = 09.48)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95%.

توجد فروق دالة إحصائية بين الطلبة من التخصصين حول درجة الاستماع لديهم. فالطلبة الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية أكثر استماعا من الطلبة الذين يدرسون علوم و تكنولوجيا.

يتبين لنا من الجداول السابقة أن الاستماع للإذاعات الجهوية أصبحت ظاهرة اتصالية شائعة بين الطلبة و الطالبات، حيث يقبل على استماعها معظم أفراد عينة البحث، يتوزعون على الاستماع دائما، غالبا، أحيانا و نادرا، و هي ظاهرة اتصالية ترتبط بالنوع و متغير الإقامة و بالتخصص العلمي،

ج- فترات الاستماع المفضلة للبرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية.
جدول رقم -16-: توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة للاستماع.

| النسب المئوية | الترتيب | التكرارات | فترات الاستماع المفضلة |
|---------------|---------|-----------|------------------------|
| 15.34 % | (2) | 25 | صباحا |
| 84.66 % | (1) | 138 | مساء |
| 100 % | / | 163 | المجموع |

يوضح الجدول رقم - 16 - أعلاه: توزيع عينة الدراسة حسب فترات الاستماع المفضلة للبرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية، حيث دلت بيانات الجدول على النتائج الآتية:
- أجاب 138 مبحوثا بأن أفضل فترة الاستماع لديهم هي الفترة المسائية، من الثانية زوالا إلى السادسة مساء، حيث جاءت في المرتبة الأولى و ذلك بنسبة 84.66%.
- أجاب 25 من أفراد العينة أنهم يفضلون استماع البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية صباحا أي بين الثامنة صباحا و منتصف النهار، حيث جاءت هذه الفترة في المرتبة الثانية بنسبة 15.34%.

من خلال النتائج المبينة أعلاه نستنتج أن أفراد عينة البحث يفضلون أكثر الفترة المسائية للاستماع، و ذلك راجع إلى ارتباطاتهم داخل الحي الجامعي، حيث يخصص اغلب الطلبة الفترة الصباحية من يوم الجمعة لإطالة فترة النوم، أو القيام ببعض الأشغال مثل: تنظيف الغرف، و غسل الأثاث، و الاستحمام استعدادا لصلاة الجمعة مثل: تنظيف الغرف، و غسل الأثاث، و الاستحمام استعدادا لصلاة الجمعة، لكن بعد انتهاء فعاليات صلاة الجمعة و العودة إلى الحي الجامعي يفضل الطلبة من الجنسين الاستماع للبرامج الدينية.

جدول رقم -17-: توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة للاستماع و النوع.

| المجموع | الإناث | | الذكور | | النوع الفترات المفضلة للاستماع |
|---------|--------|----|--------|----|--------------------------------------|
| | % | ك | % | ك | |
| 25 | 17.28% | 14 | 13.41% | 11 | صباحا |
| 138 | 82.72% | 67 | 86.59% | 71 | مساء |
| 163 | 100% | 81 | 100% | 82 | المجموع |

يوضح الجدول رقم-17- أعلاه النتائج التالية:

يفضل الطلبة ذكورا و إناثا الاستماع خلال الفترة المسائية في المرتبة الأولى بنسبة 86.59%، للذكور مقابل 82.72%، للإناث.

يفضل كل من الذكور و الإناث الفترة الصباحية في المرتبة الثانية للاستماع و ذلك بنسب قدرت على التوالي 13.41%، للذكور و 17.28%، للإناث.

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول أعلاه، وجدنا قيمته المحسوبة: (كا² = 01.92).

وهي أقل من القيمة الجدولية (كا² = 03.83)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجة حرية واحدة، و مستوى ثقة 95%.

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في الفترات المفضلة للاستماع

و في حدود هذه النتائج نستنتج أن الإناث و الذكور يشتركون في فترات تفضيل الاستماع.

جدول رقم - 18-: توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة للاستماع ومكان الإقامة.

| المجموع | الحي الجامعي | | المدينة | | مكان الإقامة الفترات المفضلة للاستماع |
|---------|--------------|----|---------|----|---|
| | % | ك | % | ك | |
| 25 | %19.74 | 15 | %11.49 | 10 | صباحا |
| 138 | %80.26 | 61 | %88.51 | 77 | مساء |
| 163 | %100 | 76 | %100 | 87 | المجموع |

يوضح الجدول رقم - 18- أعلاه النتائج التالية:

استماع البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية مساء جاءت في الرتبة الأولى لدى الطلبة و الطالبات المقيمين في المدينة و ذلك بنسبة %88.51، مقابل %80.26، لدى الطلبة و الطالبات المقيمين في الحي الجامعي.

جاءت الفترة الصباحية في المرتبة الثانية لدى الطلبة المقيمين في المدينة بنسبة %11.49، مقابل %19.74، لدى الطلبة المقيمين في الحي الجامعي.

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق، نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 03.38) وهي أقل من القيمة الجدولية: (كا² = 03.83)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجة حرية واحدة و مستوى ثقة 95%.

و عليه نستنتج أنه لا توجد فروق بين الأفراد المقيمين في المدينة و المقيمين في الحي الجامعي حول فترات استماع البرامج الدينية لديهم، إذن من خلال النتائج المتوصل إليها نستنتج أن متغير الإقامة لا يتدخل في ترتيب فترات الاستماع لدى أفراد عينة البحث سواء في الفترات ذات الكثافة العالية أو في الفترات التي تنخفض فيها كثافة الاستماع.

جدول رقم -19- : توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة للاستماع و التخصص العلمي.

| المجموع | علوم و تكنولوجيا | | علوم إنسانية و اجتماعية | | التخصص العلمي الفترات المفضلة للاستماع |
|---------|------------------|----|-------------------------|----|--|
| | % | ك | % | ك | |
| 25 | 19.40 % | 13 | 12.50 % | 12 | صباحا |
| 138 | 80.60 % | 54 | 87.50 % | 84 | مساء |
| 163 | 100 % | 67 | 100 % | 96 | المجموع |

يوضح الجدول رقم -19- أعلاه: توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة لاستماع البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية و متغير التخصص العلمي.

حيث دلت النتائج المتوصل إليها على ما يلي:

يستمتع للبرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية في الفترة المسائية نسبة 87.50%، من مجموع أفراد العينة الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية، مقابل نسبة 80.60%، من المبحوثين الذين يدرسون تخصص علوم و تكنولوجيا.

يستمتع للبرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية في الفترة الصباحية نسبة 12.50%، من مجموع أفراد عينة البحث ممن يدرسون تخصص علوم إنسانية و اجتماعية مقابل 19.40%، ممن يدرسون تخصص علوم و تكنولوجيا.

الذين يستمعون للبرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية في الفترة المسائية أكثر من الذين يستمعون إلى البرامج الدينية في الفترة الصباحية من مجموع أفراد عينة البحث من التخصصين.

و بتطبيق اختبار كا²: على أرقام الجدول السابق، نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 09.94)،

وهي أقل من القيمة الجدولية: (كا² = 03.83) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجة حرية واحدة و مستوى ثقة 95%.

و عليه نستنتج أنه توجد علاقة فارقة بين الطلبة الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية و الطلبة الذين يدرسون علوم و تكنولوجيا، حول فترات استماع البرامج الدينية لديهم.

إذن من خلال النتائج المتوصل إليها نستنتج أن متغير الإقامة لا يتدخل في ترتيب فترات الاستماع لدى أفراد عينة البحث سواء في الفترات ذات الكثافة العالية أو في الفترات التي تنخفض فيها كثافة الاستماع.

نسجل هنا الاشتراك في الفترة المسائية في المرتبة الأولى بين التخصصين، و الفترة الصباحية المرتبة الثانية لطلبة و طالبات التخصصين (علوم إنسانية، علوم و تكنولوجيا).

نستنتج مما سبق أن الفترة المسائية احتلت الترتيب الأول من حيث فترات الاستماع المفضلة ، تليها الفترة الصباحية في المرتبة الثانية، وهذا منطقي بالنظر إلى ارتباطات الطلبة يوم الجمعة داخل المحي الجامعي نهاراً ، إضافة إلى أن أفضل فترات الاستماع تكون غالباً في المساء أو عندما يعود الطلبة من صلاة الجمعة، وخلصنا إلى أنه لا توجد علاقة بين الفترات المفضلة للاستماع و النوع و الإقامة و وكذلك التخصص العلمي في ترتيب فترات الاستماع.

د. الحجم الساعي الأسبوعي للاستماع البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية.

جدول رقم -20-: توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي الأسبوعي للاستماع.

| النسب المئوية | الترتيب | التكرارات | الحجم الساعي الأسبوعي للاستماع |
|---------------|---------|-----------|--------------------------------|
| 29,00% | (3) | 38 | أقل من نصف ساعة |
| 36.50% | (2) | 56 | نصف ساعة |
| 33,50% | (1) | 67 | ساعة |
| 01,00% | (4) | 02 | ساعة و نصف |
| 00.00% | (5) | 00 | ساعتان |
| 100% | / | 163 | المجموع |

يوضح الجدول رقم - 20- أعلاه: توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي الأسبوعي للاستماع للبرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية، حيث دلت النتائج على الآتي:

يستمتع البرامج الدينية خلال ساعة في الأسبوع 67 مبحوثاً بنسبة 36.50%، و قد احتلت المرتبة الأولى من حيث حجم الاستماع.

يستمتع البرامج الدينية مدة ساعة في الأسبوع 67 مبحوثاً بنسبة 33.50%،

محتلة بذلك المرتبة الثانية.

صرح 58 مبحوثا أي ما نسبته 29.00%، أنهم يستمعون البرامج الدينية في أقل من نصف ساعة في الأسبوع، و جاءت في المرتبة الثالثة.

أجاب مبحوثا واحدا أنه يستمع البرامج الدينية خلال ساعة و نصف في الأسبوع أي بنسبة 01.00%، و هي المرتبة ما قبل الأخيرة، بينما لم يجب أي من المبحوثين انه يستمع للبرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية لمدة ساعتين، بمعنى انعدم الاستماع خلال ساعتين في الأسبوع للبرامج الدينية لدى المبحوثين.

و يدل هذا على أن الإقبال على البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية يعرف انخفاضا بالمقارنة مع البرامج الأخرى، و السبب في ذلك يعود إلى ضيق الوقت المتاح للطلبة للاستماع ويعود كذلك إلى نوعية البرامج و توقيت بثها و مدتها.

و تجدر الإشارة هنا أننا قمنا بحساب المتوسط اليومي و ذلك وفقا للقانون المعمول به في مثل

هذه الحالات و يبلغ المتوسط الحسابي: (la moyenne arithmétique). 1

لحجم الاستماع في اليوم لدى عينة البحث 02.20 ساعة في اليوم، أي ما بين ساعتين

و ساعتين و نصف في اليوم. 2

و ما دامت البرامج الدينية تقدم في إذاعة سوق أهراس الجهوية مرة واحدة في الأسبوع،

و ذلك يوم الجمعة فقط، فان المتوسط المتحصل عليه هو المتوسط الحسابي الأسبوعي للاستماع

و ليس المتوسط اليومي..

1. قمنا بحساب المتوسط الحسابي كالاتي: (38×1) + (56×2) + (67×3) + (02×4)

+ (0×5) = 163 / 02.20 ساعة في اليوم

2. بابوري عبد الكريم، مرجع سابق ، ص 109 – 110.

جدول رقم -21- توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي الأسبوعي للاستماع و النوع.

| المجموع | الإناث | | | الذكور | | | النوع الحجم الساعي الأسبوعي للاستماع |
|---------|--------|--------|----|--------|--------|----|--|
| | ت | % | ك | ت | % | ك | |
| 38 | (3) | 06.17% | 05 | (1) | 40.24% | 33 | أقل من نصف ساعة |
| 56 | (2) | 46.91% | 38 | (3) | 21.95% | 18 | نصف ساعة |
| 67 | (1) | 45.68% | 37 | (2) | 36.59% | 30 | ساعة |
| 02 | (4) | 01.24% | 01 | (4) | 01.22% | 01 | ساعة و نصف |
| 00 | (5) | 00.00% | 00 | (5) | 00.00% | 00 | ساعتان |
| 163 | / | 100% | 81 | / | 100% | 82 | المجموع |

يبين الجدول - 21-: أعلاه النتائج المتحصل عليها و هي كما يلي:

يستمتع البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية خلال اقل من نصف ساعة في الأسبوع 33 مبحوثا من الذكور بنسبة 40.24% في المرتبة الأولى، مقابل 05 مبحوثين فقط من الإناث بنسبة 06.17% في المرتبة الثالثة.

يستمتع البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية خلال نصف ساعة في الأسبوع 18 مبحوثا من الذكور بنسبة 21.95%، محتلة المرتبة الثالثة، مقابل 38 مبحوثا من الإناث و بنسبة 46.91%، محتلة المرتبة الثانية.

يستمتع البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية خلال ساعة في الأسبوع 30 مبحوثين من الذكور بنسبة 36.59%، محتلة المرتبة الثانية، مقابل 37 مبحوثا من الإناث و بنسبة 45.68%، محتلة المرتبة نفسها.

يستمتع البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية خلال ساعة و نصف في الأسبوع مبحوثا واحدا من الذكور و مبحوثا واحدا من الإناث بنسبة 01.22% و 01.24%، على التوالي. لا يستمتع البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية خلال ساعتان أي مبحوث سواء من الذكور أو من الإناث.

سجلنا أن الحجم الساعي الأسبوعي للاستماع لدى الذكور ينحصر ما بين نصف ساعة إلى أقل من نصف ساعة، بينما لدى الإناث فهو ينحصر ما بين ساعة إلى نصف ساعة. بمعنى أن الإناث أكثر استماعاً للبرامج الدينية من الذكور. وبتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول أعلاه، نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 19.32)، وهي أكبر من القيمة الجدولية: (كا² = 09.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95%. و عليه فالذكور و الإناث يختلفون في اختيار الحجم الساعي لاستماع البرامج الدينية، اذن توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور و الإناث في الحجم الساعي الأسبوعي للاستماع

جدول رقم -22- توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي الأسبوعي للاستماع و مكان الإقامة.

| المجموع | الحي الجامعي | | | المدينة | | | مكان الإقامة الحجم الساعي الأسبوعي للاستماع |
|---------|--------------|--------|----|---------|--------|----|---|
| | ت | % | ك | ت | % | ك | |
| 38 | (3) | 13.16% | 10 | (2) | 32.18% | 28 | أقل من نصف ساعة |
| 56 | (2) | 28.95% | 22 | (1) | 39.08% | 34 | نصف ساعة |
| 67 | (1) | 56.58% | 43 | (3) | 27.59% | 24 | ساعة |
| 02 | (4) | 01.31% | 01 | (4) | 01.15% | 01 | ساعة و نصف |
| 00 | (5) | 00.00% | 00 | (5) | 00.00% | 00 | ساعتان |
| 163 | / | 100% | 76 | / | 100% | 87 | المجموع |

يبين الجدول رقم - 22 - أعلاه: النتائج المتحصل عليها الآتية

يستمتع البرامج الدينية خلال أقل من نصف ساعة في الأسبوع، 28 مبحوثاً من الطلبة المقيمين في المدينة بنسبة 32.18% محتلة المرتبة الثانية، مقابل 10 مبحوثين من الطلبة المقيمين في الحي الجامعي بنسبة 13.16% في المرتبة الثالثة.

استماع البرامج الدينية خلال نصف ساعة في الأسبوع جاءت في المرتبة الأولى لدى الأفراد المقيمين في المدينة بنسبة 39.08%، مقابل 28.95% لدى الأفراد المقيمين في الحي الجامعي، محتلة المرتبة الثانية.

يستمتع البرامج الدينية خلال ساعة في الأسبوع 24 مبحوثا من الطلبة المقيمين في المدينة محتلة المرتبة الثالثة بنسبة 27.59%، مقابل 56.58% لدى الأفراد المقيمين في الحي الجامعي و الذين احتلوا بهذه النسبة المرتبة الأولى من حيث الحجم الزمني للاستماع.

جاء الاستماع خلال ساعة و نصف في الأسبوع في المرتبة الرابعة بنسبة 01.15% للأفراد المقيمين في المدينة و 01.31%، للطلبة المقيمين في الحي الجامعي.

لم يصرح أي مبحوث من الطلبة الذين يقيمون في المدينة أو في الحي الجامعي أنهم يستمعون البرامج الدينية لمدة ساعتين محتلة المرتبة الأخيرة.

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول أعلاه ، نجد قيمته المحسوبة (كا² = 15.82) وهي أكبر من القيمة الجدولية: (كا² = 09.48)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95%.

إذن توجد فروق دالة إحصائية بين المقيمين في المدينة و المقيمين في الحي الجامعي والحجم الساعي الأسبوعي للاستماع.

أي أن متغير الإقامة يتدخل في ترتيب حجم الاستماع لدى الطلبة.

فاكبر فترة للاستماع لدى الطلبة المقيمين في الحي الجامعي هي ما بين نصف ساعة و ساعة بينما لدى الطلبة المقيمين في المدينة هي ما بين اقل من نصف ساعة و نصف ساعة،

الطلبة المقيمين في الحي الجامعي أكثر استماعا للبرامج الدينية في الإذاعة محل الدراسة.

و يعود ذلك إلى ما أثبتته الدراسة النظرية و التحليلية، و هي انخفاض أسعار الراديو و صغر حجمه مكن الطلبة من امتلاكه و حمله بسهولة.

الطلبة المقيمين في المدينة لا يستمعون كثيرا للراديو و يعتمدون في منازلهم أكثر على

مشاهدة التلفزيون و شبكة الانترنت و أشياء أخرى...

جدول رقم -23-: توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي الأسبوعي للاستماع و التخصص العلمي.

| المجموع | علوم و تكنولوجيا | | | علوم إنسانية و اجتماعية | | | التخصص العلمي الحجم الساعي الأسبوعي للاستماع |
|---------|------------------|--------|----|-------------------------|--------|----|--|
| | ت | % | ك | ت | % | ك | |
| 38 | (2) | %31.34 | 21 | (3) | %17.71 | 17 | أقل من نصف ساعة |
| 56 | (3) | %20.85 | 20 | (2) | %37.50 | 36 | نصف ساعة |
| 67 | (1) | %37.31 | 25 | (1) | %43.75 | 42 | ساعة |
| 02 | (4) | %01.49 | 01 | (4) | %01.04 | 01 | ساعة و نصف |
| 00 | (5) | %00.00 | 00 | (5) | %00.00 | 00 | ساعتان |
| 163 | / | % 100 | 67 | / | %100 | 96 | المجموع |

يبين الجدول رقم - 23- أعلاه النتائج المتحصل عليها و هي كما يلي:

يستمتع البرامج الدينية خلال اقل من نصف ساعة في الأسبوع 17 مبحوثا من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية و الاجتماعية بنسبة تقدر 17.71%، في المرتبة الثالثة، مقابل 12%، من طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا بنسبة تقدر 31.34%، في المرتبة الثانية.

يستمتع البرامج الدينية خلال نصف ساعة في الأسبوع 36 مبحوثا من الطلبة الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية بنسبة 37.50%، في المرتبة الثانية، مقابل 20 مبحوثا من الطلبة الذين يدرسون علوم و تكنولوجيا و بنسبة 20.85%، محتلة المرتبة الثالثة.

يستمتع البرامج الدينية خلال ساعة في الأسبوع 42 من المبحوثين الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية في المرتبة الأولى بنسبة 43.75%، مقابل 25 من المبحوثين الذين يدرسون علوم و تكنولوجيا بنسبة 37.31% في المرتبة الأولى أيضا.

يستمتع البرامج الدينية خلال ساعة و نصف في الأسبوع مبحوثا واحدا من المبحوثين الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية بنسبة 01.04% و مبحوثا واحدا من الذين يدرسون علوم و تكنولوجيا و بنسبة 01.49% أيضا.

لم يصرح أي مبحوث من الطلبة الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية و كذا الطلبة الذين يدرسون علوم و تكنولوجيا أنهم يستمعون البرامج الدينية لمدة ساعتين في الأسبوع محتلة المرتبة الأخيرة لطلبة الاختصاصين.

و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 13.40)، و هي أكبر من القيمة الجدولية: (09.48)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95%.

اذن توجد فروق دالة إحصائية بين المتغيرين. التخصص و فترات الاستماع. الأفراد الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية و الطلبة الذين يدرسون علوم و تكنولوجيا، مختلفان حول فترات استماع البرامج الدينية لديهم.

المبحث الثالث: أنماط الاستماع

تعتبر أنماط الاستماع وبيانات البرامج الخاصة بها، من المحاور الهامة والأساسية في البحث إذ تهدف الدراسة من خلال المعطيات المتحصل عليها إلى الوقوف على أفضليات الاستماع بالنسبة للبرامج المقدمة في إذاعة سوق أهراس الجهوية ودواعي وأسباب تفضيلها من قبل طلبة و طالبات جامعة سوق أهراس الجهوية، ومدى زيادة الوعي الديني والمعلومات من خلال متابعة البرامج الدينية، إضافة إلى التعرف على مدى الاستفادة منها بالنسبة للمبحوثين، كل ذلك نتناوله من الجداول البيانية التي تحصلنا عليها من خلال تفريغ الاستمارات. وفيما يلي عرض لأهم النتائج التي توصلنا إليها:

أ: ترتيب أهم البرامج الدينية المفضلة للاستماع في إذاعة سوق أهراس الجهوية.

جدول رقم - 24 - : توزيع عينة الدراسة حسب ترتيب البرامج الدينية المفضلة للاستماع.

| النسب المئوية | الترتيب | التكرارات | البرامج الدينية المفضلة للاستماع |
|---------------|---------|-----------|----------------------------------|
| 47.85% | (1) | 78 | من هدي النبوة |
| 15.34% | (3) | 25 | أحكام الترتيل |
| 36.81% | (2) | 60 | عم يتساءلون |
| 100% | / | 163 | المجموع |

يبين الجدول رقم-24- أعلاه النتائج المتحصل عليها و هي كالآتي::

احتل برنامج من هدي النبوة المرتبة الأولى بنسبة 47.85%، و يعود السبب في ذلك إلى

رغبة أفراد العينة في معرفة سيرة النبي - صلى الله عليه و سلم - و محاولة التأسي و الاقتداء
بالمسلمين، إضافة إلى أن الظروف التي أجريت فيها هذه الدراسة و وزعت فيها الاستمارات على
المبحوثين كانت تشهد حملة شرسة على شخص الرسول - صلى الله عليه و سلم -
من قبل الجرائد الغربية و خاصة الدنماركية منها و هو ما يفسر الإقبال الكبير من أفراد العينة على
متابعة هذه الحصة بنسب عالية.

جاء برنامج - عم يتساءلون - في المرتبة الثانية بنسبة 36.81%، و تبين رغبة المبحوثين في
معرفة بعض الاستفسارات عن مسائل شرعية.

احتل برنامج أحكام الترتيل المرتبة الثالثة و الأخيرة بنسبة 15.34%، و تبين رغبة بعض
المبحوثين في معرفة القراءة الصحيحة للقران الكريم.

جدول رقم -25-: توزيع عينة الدراسة حسب ترتيب أهم البرامج الدينية المفضلة
للاستماع و النوع.

| المجموع | الإناث | | | الذكور | | | النوع البرامج الدينية المفضلة للاستماع |
|---------|--------|--------|----|--------|--------|----|--|
| | ت | % | ك | ت | % | ك | |
| 78 | (2) | 38.27% | 31 | (1) | 57.32% | 47 | من هدي النبوة |
| 25 | (3) | 12.35% | 10 | (3) | 18.29% | 15 | أحكام الترتيل |
| 60 | (1) | 49.38% | 40 | (2) | 24.39% | 20 | عم يتساءلون |
| 163 | / | 100% | 81 | / | 100% | 82 | المجموع |

يبين الجدول رقم-25- أعلاه: النتائج المتحصل عليها التالية:

احتل برنامج من هدي النبوة المرتبة الأولى من حيث الأفضلية في الاستماع لدى الذكور
بنسبة 57.32%، في حين احتل برنامج عم يتساءلون المرتبة الأولى لدى الإناث بنسبة 49.38%
و تثبت النسب المسجلة و هي نسب مرتفعة تفضيل الذكور دروس السيرة النبوية بينما
يفضل الإناث برامج و حصص الفتاوى الشرعية.

جاء برنامج عم يتساءلون في المرتبة الثانية للذكور بنسبة 24.39%، في حين احتل برنامج من هدي النبوة الرتبة الثانية للإناث بنسبة 38.27%.
أما برنامج أحكام الترتيل فاحتل المرتبة الثالثة للجنسين الذكور و الإناث بنسبة 19.29%، و 12.35%، على التوالي.
و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 33.89)، وهي أصغر من القيمة الجدولية: (كا² = 05.99)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتان حرية و مستوى ثقة 95%.

اذن توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور و الإناث في تفضيلهم للبرامج الدينية معنى ذلك أن الذكور و الإناث يختلفون في تفضيلهم للبرامج الدينية الذكور يفضلون دروس السيرة النبوية بينما الإناث يفضلون حصص الفتاوى.
فأفراد العينة (الطلبة) يميلون إلى الاستماع و متابعة البرامج الدينية التي تعبر عن اهتماماتهم وميولهم و آرائهم، و التي تتناسب مع أذواقهم و تلي حاجياتهم.
جدول رقم -26-: توزيع عينة الدراسة حسب أهم البرامج الدينية المفضلة للاستماع و مكان الإقامة.

| المجموع | الحي الجامعي | | | المدينة | | | مكان الإقامة البرامج الدينية المفضلة للاستماع |
|---------|--------------|------|----|---------|------|----|---|
| | ت | % | ك | ت | % | ك | |
| 78 | (1) | 48% | 48 | (1) | 51% | 30 | من هدي النبوة |
| 25 | (3) | 14% | 14 | (3) | 18% | 11 | أحكام الترتيل |
| 60 | (2) | 38% | 38 | (2) | 31% | 22 | عم يتساءلون |
| 163 | / | 100% | 76 | / | 100% | 87 | المجموع |

يبين الجدول رقم-26- أعلاه: توزيع عينة الدراسة حسب أهم البرامج الدينية المفضلة لدى الباحثين طبقا لمكان الإقامة (المدينة، الحي الجامعي) حيث دلت النتائج على الآتي:
- احتل برنامج من هدي النبوة المرتبة الأولى من حيث الأفضلية في الاستماع لدى الباحثين المقيمين في المدينة و الحي الجامعي بنسبة 51% و 48%، على التوالي.

- احتل برنامج عم يتساءلون المرتبة الثانية لدى الباحثين المقيمين في المدينة و الحي الجامعي بنسبة 13% و 38%، على التوالي.

- جاء في المرتبة الأخيرة برنامج أحكام الترتيل بالنسبة للمقيمين في المدينة و الحي الجامعي بنسبة 18% و 14%، على التوالي.

و تثبت النسب المسجلة ، تفضيل الطلبة عامة دروس السيرة النبوية ثم حصص الفتاوى و بتطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول، نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 01.28)، وهي أصغر من القيمة الجدولية: (كا² = 05.99)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتي حرية و مستوى ثقة 95%.

إذن لا توجد فروق دالة إحصائية بين مكان الإقامة و تفضيل البرامج الدينية، بمعنى أن الطلبة المقيمين في المدينة و الحي الجامعي لا يختلفون في تفضيلهم للبرامج الدينية.

جدول رقم -27-: توزيع عينة الدراسة حسب ترتيب أهم البرامج الدينية المفضلة للاستماع و التخصص العلمي.

| المجموع | علوم و تكنولوجيا | | | علوم إنسانية و اجتماعية | | | التخصص العلمي البرامج الدينية المفضلة للاستماع |
|---------|------------------|--------|----|-------------------------|--------|----|--|
| | ت | % | ك | ت | % | ك | |
| 78 | (2) | 40.30% | 27 | (1) | 53.13% | 51 | من هدي النبوة |
| 25 | (3) | 14.92% | 10 | (3) | 15.62% | 15 | أحكام الترتيل |
| 60 | (1) | 44.78% | 30 | (2) | 31.25% | 30 | عم يتساءلون |
| 163 | / | 100% | 67 | / | 100% | 96 | المجموع |

يبين الجدول رقم-27- أعلاه: النتائج المتحصل عليها التالية:

احتل برنامج - من هدي النبوة - المرتبة الأولى من حيث الأفضلية في الاستماع لدى طلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية بنسبة 53.13%، في حين احتل برنامج - عم يتساءلون - المرتبة الأولى لدى طلبة العلوم و التكنولوجيا بنسبة 44.78%.

و تثبت النسب المسجلة و هي نسب مرتفعة تفضيل طلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية

الحصص التاريخية، بينما يفضل طلبة العلوم و التكنولوجيا حصص الفتاوى.
 احتل برنامج - عم يتساءلون - المرتبة الثانية لدى طلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية
 بنسبة 31.25%، في حين احتل برنامج - من هدي النبوة - الرتبة الثانية لدى طلبة العلوم
 و التكنولوجيا بنسبة 40.30%، أما برنامج أحكام الترتيل فاحتل المرتبة الثالثة
 لكلا الاختصاصين بنسبة 15.62% و 14.92% على التوالي.
 و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، نجد قيمته المحسوبة (كا² = 08.27)، و هي أكبر
 من القيمة الجدولية (كا² = 05.99)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتان حرية و
 مستوى ثقة 95%.
 إذن توجد فروق دالة إحصائية بين متغير التخصص العلمي و ترتيب البرامج الدينية المفضلة،
 فالملاحظ أن طلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية أكثر إقبالا على البرامج التاريخية المتمثلة في دروس
 السيرة النبوية من طلبة العلوم و التكنولوجيا، و قد يرتبط ذلك بطبيعة الاختصاص،
 و حاجة الطلبة إلى هذا النوع من البرامج، في حين يقبل طلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية على
 الفتاوى أكثر من طلبة العلوم و التكنولوجيا.
 أما اهتمام الطلبة بالبرامج الدينية عامة فلان هذه البرامج تحتوي على مواضيع تهمهم، سواء
 في دراستهم أو في حياتهم اليومية.

ب: ظروف استماع أفراد عينة الدراسة للبرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية.
 جدول رقم -28-: توزيع عينة الدراسة حسب ظروف الاستماع.

| ظروف استماع البرامج الدينية | التكرارات | النسب المئوية |
|-----------------------------|-----------|---------------|
| بمفردك | 98 | 60.12% |
| مع العائلة | 22 | 13.50% |
| مع الزملاء الطلبة | 43 | 26.38% |
| المجموع | 163 | 100% |

يبين الجدول رقم-28- أعلاه: النتائج المحصل عليها التالية:

ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يستمعون البرامج الدينية بمفردهم حيث بلغ عددهم 98 مبحوثا بنسبة 60.12%، ثم جاء الاستماع مع الزملاء الطلبة في المرتبة الثانية، حيث بلغ عدد المبحوثين 43 مبحوثا بنسبة 26.38%، و في المرتبة الثالثة و الأخيرة الاستماع مع العائلة بنسبة 13.50%، فقط و بعدد مبحوثين قدر ب 22 مبحوثا.

تدل هذه النتائج على الطابع الانفرادي للاستماع، و يعود إلى إقامة بعض الطلبة في غرف فردية، أو امتلاك الطلبة لأكثر من جهاز استقبال واحد بالغرفة إضافة إلى اختلاف أذواق الطلبة في الاستماع، حيث أثبتت الكثير من الدراسات الاجتماعية عن تغير مستوى المعيشة لدى الفرد الجزائري الذي أصبح يميل أكثر إلى الانعزالية، مما أدى إلى ظهور أنماط أخرى للاستماع.

أما عن نسبة الاستماع مع الزملاء الطلبة و التي احتلت المرتبة الثانية فقد فرضتها طبيعة نظام الإسكان في الجامعة الجزائرية الذي يجمع أعدادا كبيرة من الطلبة في غرفة واحدة، و بالتالي تكون ظروف الاستماع إجبارية على بعض الطلبة أو مجاملة للزملاء - الطالب يستمع للبرنامج مع الزملاء عن غير رغبة - .

أما الاستماع مع العائلة فانه يقتصر على أفراد العينة المقيمين في المدينة، الذين يعودون إلى منازلهم في نهاية اليوم الدراسي في الجامعة، و نسبة قليلة منهم فقط التي تستمع البرامج الدينية مع العائلة أما أفراد العينة المقيمين في الحي الجامعي فهم بعيدين عن عائلاتهم و هذا ما يفسر ضآلة نسبة الاستماع مع العائلة.

جدول رقم -29-: توزيع عينة الدراسة حسب ظروف الاستماع و النوع.

| النوع | الذكور | | الإناث | | المجموع |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|---------|
| | ك | % | ك | % | |
| بمفردك | 43 | 52.44% | 55 | 67.90% | 98 |
| مع العائلة | 12 | 14.63% | 10 | 12.35% | 22 |
| مع الزملاء الطلبة | 27 | 32.93% | 16 | 19.75% | 43 |
| المجموع | 82 | 100% | 81 | 100% | 163 |

يبين الجدول رقم-29- أعلاه: مجموعة من النتائج أهمها:

يستمتع للبرامج الدينية على انفراد 43 مبحوثا من الذكور بنسبة 52.44%، مقابل 55 مبحوثا من الإناث بنسبة 67.90%، محتملة المرتبة الأولى للجنسين.
يستمتع البرامج الدينية مع الزملاء الطلبة، 27 مبحوثا من الذكور بنسبة 32.93%، مقابل 16 مبحوثا من الإناث بنسبة 19.75%، محتملة المرتبة الثانية.
يستمتع البرامج الدينية مع العائلة 12 مبحوثا من الذكور بنسبة 14.63% و 10 مبحوثين من الإناث بنسبة 12.35%، محتملة المرتبة الأخيرة.

تبين من خلال النتائج المتحصل عليها أن ظروف الاستماع تكتسي طابعا فرديا، كونها ذات علاقة بطبيعة الحياة الجامعية، حيث جاء الاستماع على انفراد في المرتبة الأولى بينما احتل الاستماع مع الزملاء الطلبة المرتبة الثانية، في حين جاء في المرتبة الأخيرة الاستماع مع العائلة. و يفسر ذلك تغير مستوى معيشة الفرد الجزائري وزيادة عدد أجهزة الاستقبال (الراديو) في البيت الواحد، أو في الغرفة الجامعية الواحدة.

و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 04.98)، و هي أصغر من القيمة الجدولية: (كا² = 05.99)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتي حرية و مستوى ثقة 95%.

و قد تأكد عدم وجود علاقة فارقة بين النوع (الذكور والإناث) ومعية الاستماع للبرامج الدينية، حيث لاحظنا ميل الذكور و الإناث معا إلى الاستماع على انفراد .
إذن متغير النوع لا يؤثر على ظروف استماع البرامج الدينية.

جدول رقم -30-: توزيع عينة الدراسة حسب ظروف استماع البرامج الدينية و مكان الإقامة.

| المجموع | الحي الجامعي | | المدينة | | مكان الإقامة ظروف استماع البرامج الدينية |
|---------|--------------|----|---------|----|--|
| | % | ك | % | ك | |
| 98 | 43.42% | 33 | 74.71% | 65 | بمفردك |
| 22 | 00.00% | 00 | 25.29% | 22 | مع العائلة |
| 43 | 56.58% | 43 | 00.00% | 00 | مع الزملاء الطلبة |

| | | | | | |
|---------|----|------|----|------|-----|
| المجموع | 87 | %100 | 76 | %100 | 163 |
|---------|----|------|----|------|-----|

يبين الجدول رقم-30- أعلاه: مجموعة من النتائج أهمها:

يستمتع للبرامج الدينية على انفراد 65 مبحوثا من الطلبة المقيمين في المدينة بنسبة 74.71%، و 33 مبحوثا من الطلبة المقيمين في الحي الجامعي بنسبة 43.42%.

و هي تحتل المرتبة الأولى من حيث ظروف الاستماع لدى أفراد العينة.

يستمتع للبرامج الدينية مع الزملاء الطلبة 43 مبحوثا من الطلبة المقيمين في الحي الجامعي

و بنسبة 56.58%، و تحتل المرتبة الثانية من حيث ظروف الاستماع، في حين لا يوجد مبحوثا واحدا من الطلبة المقيمين في المدينة يستمتع البرامج الدينية مع الزملاء الطلبة.

يستمتع للبرامج الدينية مع العائلة 22 مبحوثا من الطلبة المقيمين في المدينة بنسبة

25.29%، بينما بين الجدول انه لا يوجد مبحوثا واحدا من الطلبة المقيمين في الحي الجامعي يستمتع البرامج الدينية مع العائلة.

و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، نجد قيمته المحسوبة: (كا²=102.41)، و هي

أكبر من القيمة الجدولية: (كا²=05.99)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتي حرية و مستوى ثقة 95%.

إذن توجد فروق دالة إحصائية بين المقيمين في المدينة و الحي الجامعي في ظروف استماعهم

للبرامج الدينية، أي: أن المقيمين في المدينة و الحي الجامعي يختلفون في ظروف استماعهم للبرامج الدينية. ففي الوقت الذي يميل فيه الطلبة المقيمين في المدينة للاستماع مع العائلة، يميل الطلبة المقيمين في الحي الجامعي للاستماع مع الزملاء الطلبة.

جدول رقم -31-: توزيع عينة الدراسة حسب ظروف الاستماع و التخصص العلمي.

| المجموع | علوم و تكنولوجيا | | علوم إنسانية و اجتماعية | | التخصص العلمي ظروف استماع البرامج الدينية |
|---------|------------------|----|-------------------------|----|---|
| | % | ك | % | ك | |
| 98 | %59.70 | 40 | %60.42 | 58 | بمفردك |
| 22 | %13.43 | 09 | %13.54 | 13 | مع العائلة |

| | | | | | |
|-----|--------|----|--------|----|-------------------|
| 43 | %26.87 | 18 | %26.04 | 25 | مع الزملاء الطلبة |
| 163 | %100 | 67 | %100 | 96 | المجموع |

يبين الجدول رقم-31- أعلاه: مجموعة من النتائج أهمها:

احتل الاستماع على انفراد المرتبة الأولى، لطلبة الاختصاصين: بنسبة 60.42 %، لطلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية و 59.70 %، لطلبة العلوم و التكنولوجيا. في حين جاء في المرتبة الثانية الاستماع مع الزملاء الطلبة لطلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية بنسبة 26.04 %، و طلبة العلوم و التكنولوجيا بنسبة 26.87 %، احتل الاستماع مع العائلة المرتبة الثالثة و الأخيرة، لطلبة الاختصاصين بنسبة 13.54 %، و 13.43 %، على التوالي.

و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول ، نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 04.53)، و هي أصغر من القيمة الجدولية: (كا² = 05.99)، المنبئة بعدم وجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتي حرية و مستوى ثقة 95 %.

معنى ذلك أن الطلبة من الاختصاصين لا يختلفون في ظروف استماعهم للبرامج الدينية. النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين طلبة الاختصاصين في ظروف استماع البرامج الدينية. و قد تأكد عدم وجود علاقة فارقة بين المبحوثين من حيث التخصص العلمي. ومعية الاستماع للبرامج الدينية، حيث لاحظنا ميل طلبة الاختصاصين معاً إلى الاستماع على انفراد . ثم مع الزملاء الطلبة و أخيراً مع العائلة.

ج : دواعي تفضيل عينة الدراسة برنامج ديني دون غيره.

جدول رقم -32-: توزيع عينة الدراسة حسب دواعي تفضيل برنامج ديني دون غيره.

| الترتيب | النسب المئوية | التكرارات | دواعي التفضيل |
|---------|------------------|-----------|-------------------------|
| (3) | %07.98 | 13 | لأن فيه تشويق |
| (4) | %05.52 | 09 | لأن مقدم البرنامج جيد |
| (2) | %39.88 | 65 | لأن محتواه يلبي حاجياتك |

| | | | |
|-----|--------|-----|----------------------------|
| (1) | %46.62 | 76 | لأنه يثري معلوماتك الدينية |
| (5) | %00.00 | 00 | أخرى تذكر |
| / | % 100 | 163 | المجموع |

يبين الجدول رقم - 32 - أعلاه: مجموعة من النتائج أهمها:

يرجع أفراد العينة دواعي تفضيل برامج ديني دون غيره إلى الاعتبارات الآتية:

لأنها تثري المعلومات الدينية للمبحوثين في المرتبة الأولى بنسبة 46.62%، و لأن محتواها يلبي حاجيات أفراد عينة البحث في المرتبة الثانية بنسبة 39.88%، و لأن فيها تشويق في المرتبة الثالثة بنسبة 07.98%، ثم لأن مقدم البرنامج جيد في المرتبة الرابعة بنسبة 05.52%. لم يذكر المبحوثين أي دواعي أخرى.

يدل ذلك على أن أفراد عينة البحث متعطشون للتزود بالمعلومات الدينية من خلال البرامج التي تقدمها إذاعة سوق أهراس الجهوية، وبالتالي هذه الإذاعات الجهوية لها دور كبير في تثقيف و إعلام جماهير المستمعين بأمور دينهم و دنياهم خاصة الفئة المتعلمة منهم و المتمثلة في دراستنا هذه في جمهور طلبة الجامعة (الذي يعتبر جمهوراً نوعياً).

جدول رقم -33-: توزيع عينة الدراسة حسب دواعي تفضيل برنامج ديني دون غيره و النوع.

| المجموع | الإناث | | | الذكور | | | النوع |
|---------|--------|--------|----|--------|--------|----|-----------------------------|
| | ت | % | ك | ت | % | ك | |
| 13 | (3) | %07.41 | 06 | (3) | %08.54 | 07 | لأن فيها تشويق |
| 09 | (4) | %06.17 | 05 | (4) | %04.88 | 04 | لأن مقدم البرنامج جيد |
| 65 | (2) | %41.98 | 34 | (2) | %36.58 | 30 | لأن محتواها يلبي حاجياتك |
| 76 | (1) | %44.44 | 36 | (1) | %50.00 | 41 | لأنها تثري معلوماتك الدينية |
| 00 | (5) | %00.00 | 00 | (5) | %00.00 | 00 | أخرى تذكر |
| 163 | / | %100 | 81 | / | %100 | 82 | المجموع |

يبين الجدول رقم -33- أعلاه: النتائج التفصيلية الآتية:

يرجع أفراد عينة البحث ذكورا و إناثا دواعي تفضيل برنامجا دينيا دون غيره إلى: كونه يثري معلوماتهم الدينية في المرتبة الأولى بنسبة 50.00%، بالنسبة للطلبة الذكور، مقابل 44.44%، بالنسبة للطلبة الإناث.

جاءت في المرتبة الثانية، لأن محتواها يلبي حاجياتهم و ذلك بنسبة 36.58%، لدى الطلبة الذكور مقابل 41.98%، لدى الطلبة الإناث.

جاءت في المرتبة الثالثة لأن فيها تشويق و ذلك بنسبة 08.54%، لدى الطلبة الذكور مقابل 07.41%، لدى الطلبة الإناث، تليها لأن مقدم البرنامج جيد و ذلك بنسبة 04.88%، لدى الطلبة الذكور، مقابل 06.17%، لدى الطلبة الإناث، ولم يذكر المبحوثين أية دواعي أخرى.

و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، نجد قيمته المحسوبة (كا² = 00.77)، و هي اقل من القيمة الجدولية (كا² = 09.48)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95%.

إذن لا توجد فروق إحصائية دالة بين دواعي تفضيل البرامج الدينية، إي أن الذكور و الإناث لا يختلفون في ترتيب دواعي تفضيلهم لبرامج دينية دون أخرى.

جدول رقم -34-: توزيع عينة الدراسة حسب دواعي تفضيل برنامج ديني دون غيره و مكان الإقامة.

| المجموع | الحي الجامعي | | | المدينة | | | مكان الإقامة دواعي تفضيل البرامج الدينية |
|---------|--------------|--------|----|---------|--------|----|--|
| | ت | % | ك | ت | % | ك | |
| 13 | (3) | 10.53% | 08 | (4) | 05.75% | 05 | لأن فيها تشويق |
| 09 | (4) | 02.63% | 02 | (3) | 08.04% | 07 | لأن مقدم البرنامج جيد |
| 65 | (2) | 31.58% | 24 | (2) | 39.08% | 34 | لأن محتواها يلبي حاجياتك |
| 76 | (1) | 55.26% | 42 | (1) | 47.13% | 41 | لأنها تثري معلوماتك الدينية |
| 00 | (5) | 00.00% | 00 | (5) | 00.00% | 00 | أخرى تذكر |
| 163 | / | 100% | 76 | / | 100% | 87 | المجموع |

يبين الجدول رقم -34- أعلاه: النتائج التفصيلية الآتية:

يرجع أفراد عينة البحث الذين يدرسون علوم اجتماعية و إنسانية دواعي تفضيل برنامجا دينيا دون غيره، إلى:

كونه يثري معلوماتهم الدينية في المرتبة الأولى بنسبة 47.13%، بالنسبة للطلبة الذكور، مقابل 55.26%، للطلبة الإناث.

جاءت في المرتبة الثانية، لأن محتواها يلي حاجياتهم و ذلك بنسبة 39.08%، لدى الطلبة الذكور، مقابل 31.58%، لدى الطلبة الإناث.

جاءت في المرتبة الثالثة لأن مقدم البرنامج جيد لدى الطلبة المقيمين في المدينة بنسبة 08.04%، مقابل 02.63%، لدى الطلبة المقيمين في الحي الجامعي في المرتبة الرابعة.

جاءت في المرتبة الثانية، لأن فيها تشويق لدى الطلبة المقيمين في المدينة بنسبة 05.75%، مقابل 10.53%، لدى الطلبة المقيمين في الحي الجامعي في المرتبة الثالثة.

لم يذكر المبحوثين أية دواعي أخرى.

و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 07.15)، و هي

اقل من القيمة الجدولية: (كا² = 09.48)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95%.

إذن ليست هناك فروق إحصائية دالة بين دواعي تفضيل البرامج الدينية، إي أن الذكور

و الإناث لا يختلفون في ترتيب دواعي تفضيلهم لبرامج دينية دون أخرى.

جدول رقم -35-: توزيع عينة الدراسة حسب دواعي تفضيل برنامج ديني دون غيره و التخصص العلمي.

| المجموع | علوم و تكنولوجيا | | | علوم إنسانية و اجتماعية | | | التخصص العلمي دواعي تفضيل البرامج الدينية |
|---------|------------------|--------|----|-------------------------|--------|----|---|
| | ت | % | ك | ت | % | ك | |
| 13 | (3) | 11.94% | 08 | (4) | 05.21% | 05 | لأن فيها تشويق |
| 09 | (4) | 02.98% | 02 | (3) | 07.29% | 07 | لأن مقدم البرنامج جيد |

| | | | | | | | |
|-----|-----|--------|----|-----|--------|----|-----------------------------|
| 65 | (2) | %20.90 | 14 | (1) | %53.12 | 51 | لأن محتواها يلي حاجياتك |
| 76 | (1) | %64.18 | 43 | (2) | %34.38 | 33 | لأنها تثري معلوماتك الدينية |
| 00 | (5) | %00.00 | 00 | (5) | %00.00 | 00 | أخرى تذكر |
| 163 | / | %100 | 67 | / | %100 | 96 | المجموع |

يبين الجدول رقم -35- أعلاه: النتائج التفصيلية التالية:

يرجع أفراد عينة البحث من طلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية دواعي تفضيل برامج دينية دون غيرها، كون محتواها يلي حاجياتهم بنسبة 53.12%، في المرتبة الأولى، بينما أجاب طلبة العلوم و التكنولوجيا لأنها تثري معلوماتهم الدينية في المرتبة الأولى بنسبة 64.18%.

أجاب المبحوثين من طلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية أنها تثري معلوماتهم الدينية بنسبة 34.38%، في المرتبة الثانية. بينما أجاب طلبة العلوم و التكنولوجيا لأن محتواها يلي حاجياتهم بنسبة 20.90%، في الرتبة ذاتها، أي أن الطلبة من الاختصاصين مختلفين حول هذين الداعيين من حيث التفضيل بالنسبة للمرتبة الأولى و الثانية.

كما سجلنا أيضا الاختلاف بين طلبة الاختصاصين من حيث تفضيل داعي وجود تشويق في المرتبة الثالثة لطلبة العلوم و التكنولوجيا بنسبة 11.94%، و داعي لان مقدمها جيد لطلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية في المرتبة الثالثة بنسبة 07.29%.

ثم لان مقدمها جيد في المرتبة الرابعة لطلبة العلوم و التكنولوجيا بنسبة 02.98%، و نفس المرتبة لأن فيها تشويق لطلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية بنسبة 05.21%.

و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 27.24)، وهي

أكبر من القيمة الجدولية (كا² = 09.48)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95%.

إذن نستنتج أن طلبة الاختصاصين يختلفون في ترتيب دواعي تفضيلهم لبرامج دينية دون أخرى.

د : مدى الزيادة في معلومات الطلبة من خلال الاستماع للبرامج الدينية.

جدول رقم -36-: توزيع عينة الدراسة حسب مدى الزيادة في المعلومات.

| | | |
|---------------|-----------|----------------|
| النسب المئوية | التكرارات | مدى الزيادة في |
|---------------|-----------|----------------|

| المعلومات | | |
|------------|-----|--------|
| كثيرا جدا | 45 | 27.61% |
| كثيرا | 60 | 36.81% |
| قليلًا | 53 | 32.52% |
| قليلًا جدا | 05 | 03.06% |
| لا زيادة | 00 | 00.00% |
| المجموع | 163 | 100% |

يوضح الجدول رقم-36- أعلاه: توزيع مجموعة الدراسة حسب مدى الزيادة في معلومات الطلبة من خلال الاستماع للبرامج الدينية، حيث أظهرت الأرقام أعلاه أن: أفراد عينة الدراسة الذين صرحوا أن متابعة البرامج الدينية تزيد في معلوماتهم كثيرا بلغ عددهم 60 مبحثا بنسبة 36.81% و قد احتلت المرتبة الأولى. الزيادة في المعلومات قليلا جاءت في المرتبة الثانية بـ 53 مبحثا و بنسبة 32.52% تليها الزيادة في المعلومات كثيرا جدا في المرتبة الثالثة بـ 45 مبحثا و بنسبة 27.61%. صرح 05 مبحثين بالزيادة بدرجة قليلا جدا و بنسبة 03.06%. لم يصرح أي مبحث بعدم زيادة المعلومات من خلال الاستماع للبرامج الدينية. من خلال هذه النتائج نستنتج أن درجة الزيادة في معلومات أفراد عينة البحث من خلال متابعتهم للبرامج الدينية مرتفعة عند كثيرا و كثيرا جدا و قليلا، حيث بلغت نسبتها معا 96.94% في حين نجدها منخفضة عند مستوى قليلا جدا و لا زيادة بـ 03.06%، هذا ما يفسر الدور الكبير الذي يلعبه الراديو في تثقيف الناس و إمدادهم بالمعلومات، حيث أصبح من بين أهم وسائل الإعلام المؤثرة و التي تمثل مصدرا للمعلومات بمختلف أنواعها و منها الدينية.

جدول رقم -37-: توزيع عينة الدراسة حسب مدى الزيادة في المعلومات و النوع.

| المجموع | الإناث | | الذكور | | النوع مدى الزيادة في المعلومات |
|---------|--------|---|--------|---|--------------------------------------|
| | % | ك | % | ك | |
| | | | | | |

| | | | | | |
|-----|--------|----|--------|----|-----------|
| 45 | %17.28 | 14 | %37.81 | 31 | كثيرا جدا |
| 60 | %55.55 | 45 | %18.29 | 15 | كثيرا |
| 53 | %25.93 | 21 | %39.02 | 32 | قليلا |
| 05 | %01.24 | 01 | %04.88 | 04 | قليلا جدا |
| 00 | %00.00 | 00 | %00.00 | 00 | لا زيادة |
| 163 | %100 | 81 | %100 | 82 | المجموع |

يبين الجدول رقم - 37 - أعلاه: توزيع عينة الدراسة حسب مدى الزيادة في معلومات الطلبة من خلال استماع البرامج الدينية طبقا لمتغير النوع.

حيث جاءت أرقام الجدول لتدل على ما يلي:

صرح %55.55 من الطلبة الإناث أن معلوماتهم تزيد كثيرا عند متابعة البرامج الدينية، مقابل %18.29 لدى الطلبة الذكور.

صرح %39.02 من الطلبة الذكور أن معلوماتهم تزيد قليلا عند متابعة البرامج الدينية، مقابل %25.93 من الإناث.

أجاب %37.81 من الذكور أن معلوماتهم تزيد كثيرا جدا عند متابعة البرامج الدينية، مقابل %17.28 من الإناث.

أجاب %04.88 من الذكور، الزيادة في معلوماتهم قليلا جدا من خلال متابعة البرامج الدينية مقابل %01.24 من الإناث،

لم يجب أي مباحث من الذكور و الإناث، أن البرامج الدينية لا تزيد من المعلومات.

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول، تبين أن قيمته المحسوبة (كا² = 24.02)، و هي أكبر من القيمة الجدولية (كا² = 09.48)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95%.

تبين وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور و لإناث في القول بمدى الزيادة في المعلومات.

أي أن الذكور و الإناث يختلفان في مدى الزيادة في المعلومات.

سجلنا أن أعلى نسبة لدى الذكور 39.02%، للزيادة في المعلومات قليلا، بينما سجلنا أن أعلى نسبة لدى الإناث هي 55.55% و هي للزيادة في المعلومات كثيرا.

كما سجلنا أن لا مبحوث من الإناث و الذكور صرح أن البرامج الدينية في الإذاعة محل البحث لا تزيد من معلوماتهم.

جدول رقم -38-: توزيع عينة الدراسة حسب مدى الزيادة في المعلومات و مكان الإقامة.

| المجموع | الحي الجامعي | | المدينة | | مكان الإقامة مدى الزيادة في المعلومات |
|---------|--------------|----|---------|----|---|
| | % | ك | % | ك | |
| 45 | %25.00 | 19 | %29.89 | 26 | كثيرا جدا |
| 60 | %42.11 | 32 | %33.33 | 29 | كثيرا |
| 53 | %31.57 | 24 | %32.18 | 28 | قليلًا |
| 05 | %01.32 | 01 | %04.60 | 04 | قليلًا جدا |
| 00 | %00.00 | 00 | %00.00 | 00 | لا زيادة |
| 163 | 76 | 76 | % 100 | 87 | المجموع |

يبين الجدول رقم -38- أعلاه: النتائج المتحصل عليها التالية:

أجاب 33.33%، من أفراد العينة المقيمين في المدينة، مقابل 42.11%، من الطلبة المقيمين في الحي الجامعي بأن البرامج الدينية تزيد في معلوماتهم كثيرا، في المرتبة الأولى.

أجاب 32.18%، من أفراد العينة المقيمين في المدينة بأن الزيادة في معلوماتهم قليلا، في المرتبة الثانية مقابل 32.57%، من المقيمين في الحي الجامعي.

أجاب 29.89%، من المقيمين في المدينة بالزيادة في المعلومات كثيرا جدا، مقابل 25.00%، من المقيمين في الحي الجامعي في المرتبة الثالثة.

و أجب 04.60%، من المقيمين في المدينة بالزيادة في معلوماتهم قليلا جدا من خلال

متابعة البرامج الدينية مقابل 01.32%، من المقيمين في الحي الجامعي.

و لم يصرح أي مبحوث أنه لا توجد زيادة في معلوماتهم من خلال متابعة البرامج الدينية، بينما

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق تبين أن قيمة المحسوبة: (كا²=02.25)، وهي أقل من القيمة الجدولية: (كا²= 09.48)، المنبئة بوجود علاقة فارقة تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95%.

تبين عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الطلبة المقيمين في المدينة و الطلبة المقيمين في الحي الجامعي في القول بمدى الزيادة في المعلومات.

أي أن الطلبة من حيث متغير مكان الإقامة لا يختلفان في القول بمدى الزيادة في المعلومات.

جدول رقم -39- : توزيع عينة الدراسة حسب مدى الزيادة في المعلومات و التخصص العلمي.

| المجموع | علوم و تكنولوجيا | | علوم إنسانية و اجتماعية | | مدى الزيادة في المعلومات |
|---------|------------------|----|-------------------------|----|--------------------------|
| | % | ك | % | ك | |
| 45 | 31.34% | 21 | 25.00% | 24 | كثيرا جدا |
| 60 | 22.39% | 15 | 46.87% | 45 | كثيرا |
| 53 | 44.78% | 30 | 23.96% | 23 | قليلا |
| 05 | 01.49% | 01 | 04.17% | 04 | قليلا جدا |
| 00 | 00.00% | 00 | 00.00% | 00 | لا زيادة |
| 163 | 100% | 67 | 100% | 96 | المجموع |

يبين الجدول رقم - 39 - أعلاه: النتائج المتحصل عليها التالية:

صرح 44.78% من أفراد العينة الذين يدرسون تخصص علوم و تكنولوجيا بأن معلوماتهم تزيد قليلا عند متابعتهم للبرامج الدينية في المرتبة الأولى، مقابل 23.96%، من أفراد العينة الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية في المرتبة الثالثة.

صرح 46.87% من أفراد العينة الذين يدرسون تخصص علوم إنسانية و اجتماعية بأن معلوماتهم تزيد كثيرا عند متابعتهم للبرامج الدينية في المرتبة الأولى، مقابل 22.39%، من أفراد العينة الذين يدرسون تخصص علوم و تكنولوجيا في المرتبة الثالثة.

صرح 31.34% من الطلبة الذين يدرسون علوم و تكنولوجيا بأن معلوماتهم تزيد كثيرا جدا في المرتبة الثانية، مقابل 25.00% من المبحوثين الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية في المرتبة الثانية.

صرح 04.17% من أفراد العينة الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية بأن معلوماتهم تزيد قليلا جدا عند متابعتهم للبرامج الدينية، مقابل 01.49% من أفراد عينة الدراسة الذين يدرسون علوم و تكنولوجيا.

لا يوجد اي من المبحوثين من أفراد العينة من الاختصاصين صرح بأن البرامج الدينية لا تزيد في معلوماته.

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول، نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 19.60)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (كا² = 09.48)، المنبئة بوجود علاقة فارقة تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95%.

تبين وجود فروق دالة إحصائية بين التخصصين في القول بالزيادة في المعلومات من خلال متابعة البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية..
أي أن طلبة الاختصاصين يختلفان في مدى الزيادة في المعلومات.

هـ : مدى الاستفادة من استماع البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية.

جدول رقم -40-: توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة و الاستماع.

| النسب المئوية | التكرارات | مدى الاستفادة من الاستماع |
|---------------|-----------|---------------------------|
| 25,15% | 41 | دائما |
| 36,81% | 60 | غالبا |
| 33,74% | 55 | أحيانا |
| 04.30% | 07 | نادرا |
| 00.00% | 00 | لا تفيدني |
| 100% | 163 | المجموع |

يبين الجدول رقم - 40- أعلاه: النتائج المتحصل عليها التالية:

يستفيد غالبا من متابعة البرامج الدينية 36.81% من المبحوثين في المرتبة الأولى، بينما يستفيد أحيانا 33.74% من المبحوثين في المرتبة الثانية، تليها الاستفادة دائما بـ 25.15%، صرح 04.30% من المبحوثين أنهم يستفيدون منها نادرا في المرتبة الرابعة. لم يصرح المبحوثين أنهم لا يستفيدون من البرامج الدينية.

جدول رقم -41-: توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة و النوع.

| المجموع | الإناث | | الذكور | | النوع |
|---------|--------|----|--------|----|-----------|
| | % | ك | % | ك | |
| 41 | 24.69% | 20 | 25.61% | 21 | دائما |
| 60 | 33.33% | 27 | 40.24% | 33 | غالبا |
| 55 | 37.04% | 30 | 30.49% | 25 | أحيانا |
| 07 | 04.94% | 04 | 03.66% | 03 | نادرا |
| 00 | 00.00% | 00 | 00.00% | 00 | لا تفيدني |
| 163 | 100% | 81 | 100% | 82 | المجموع |

يبين الجدول رقم -41- أعلاه: النتائج المتحصل عليها التالية:

صرح 40.24% من الطلبة الذكور أنهم يستفيدون من متابعة البرامج الدينية غالبا في المرتبة الأولى، مقابل 33.33% من الطلبة الإناث في المرتبة الثانية.

صرح 30.49% من المبحوثين الذكور أنهم يستفيدون من متابعة البرامج الدينية أحيانا في المرتبة الثانية، مقابل 37.04% من المبحوثين الإناث في المرتبة الأولى.

أجاب 25.61% من المبحوثين الذكور أنهم يستفيدون من متابعة البرامج الدينية دائما في المرتبة الثالثة، مقابل 24.69% من المبحوثين الإناث في المرتبة الثالثة أيضا.

أجاب 03.66% من المبحوثين الذكور أنهم يستفيدون نادرا من متابعة البرامج الدينية، مقابل 04.94% من المبحوثين الإناث في المرتبة الرابعة.

لم يصرح أي مبحوث من الجنسين أنهم لا يستفيدون من البرامج الدينية.

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق، وجدنا قيمته المحسوبة: (كا² = 01.37)، و هي أقل من القيمة الجدولية (كا² = 09.48)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95%.

تبين عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الجنسين في القول بالزيادة في المعلومات من خلال متابعة البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية.

متغير النوع لا يتدخل في تحديد مدى الاستفادة من الاستماع للبرامج الدينية،

جدول رقم -42-: توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة من الاستماع و مكان الإقامة.

| المجموع | الحي الجامعي | | المدينة | | مكان الإقامة مدى الاستفادة من الاستماع |
|---------|--------------|----|---------|----|--|
| | % | ك | % | ك | |
| 41 | 30.27% | 23 | 20.69% | 18 | دائما |
| 60 | 39.47% | 30 | 34.48% | 30 | غالبا |
| 55 | 27.63% | 21 | 39.08% | 34 | أحيانا |
| 07 | 02.63% | 02 | 05.75% | 05 | نادرا |
| 00 | 00.00% | 00 | 00.00% | 00 | لا تفيدني |
| 163 | 100% | 76 | 100% | 87 | المجموع |

يبين الجدول رقم -42- أعلاه: النتائج المتحصل عليها التالية:

أجاب 39.47% من أفراد العينة المقيمين في الحي الجامعي بأنهم يستفيدون غالبا من متابعة البرامج الدينية، مقابل 34.48% من المقيمين في المدينة.

أجاب 39.08% من أفراد العينة المقيمين في المدينة بأنهم يستفيدون أحيانا من استماع البرامج الدينية، مقابل 27.63% من المبحوثين المقيمين في الحي الجامعي.

أجاب 20.69% من الأفراد المقيمين في المدينة بأنهم يستفيدون دائما من استماع البرامج الدينية، مقابل 30.27% من المبحوثين المقيمين في الحي الجامعي.

أجاب 05.75% من المقيمين في المدينة و 02.63% للمقيمين في الحي الجامعي بأنهم يستفيدون نادرا من استماع البرامج الدينية.

لم يصرح أي من الباحثين المقيمين في المدينة و في الحي الجامعي بأنهم لا يستفيدون من متابعة البرامج الدينية التي تبثها الإذاعة محل الدراسة.

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق، نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 03.73)، وهي أقل من القيمة الجدولية (كا² = 09.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95%.

تبين عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المقيمين في الحي الجامعي و المدينة و مدى الاستفادة من استماع البرامج الدينية.

و تدل هاته النتائج على أن البرامج الدينية تفيد الطلبة بالرغم أن بعضها لم يتخلص بعد من البرامج التقليدية ذات المضامين المتكررة، حيث لم نسجل أية فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين باعتبار النوع و التخصص العلمي و مكان الإقامة فيما يخص الاستفادة من البرامج الدينية التي تبثها إذاعة سوق أهراس الجهوية.

جدول رقم -43-: توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة و التخصص العلمي.

| المجموع | علوم و تكنولوجيا | | علوم إنسانية و اجتماعية | | التخصص العلمي مدى الاستفادة من الاستماع |
|---------|------------------|----|-------------------------|----|---|
| | % | ك | % | ك | |
| 41 | 28.36% | 19 | 22.92% | 22 | دائما |
| 60 | 26.86% | 18 | 46.75% | 42 | غالبا |
| 55 | 40.30% | 27 | 29.17% | 28 | أحيانا |
| 07 | 04.48% | 03 | 04.16% | 04 | نادرا |
| 00 | 00.00% | 00 | 00.00% | 00 | لا تفيدني |
| 163 | 100% | 67 | 100% | 96 | المجموع |

يبين الجدول رقم - 43 - أعلاه: النتائج المتحصل عليها التالية:

صرح 46.75% من أفراد العينة الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية أنهم يستفيدون غالبا من متابعتهم البرامج الدينية في المرتبة الأولى، مقابل 26.86% من طلبة علوم و تكنولوجيا في المرتبة الثالثة.

صرح 29.17% من المبحوثين الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية أنهم يستفيدون أحيانا من متابعتهم البرامج الدينية في المرتبة الثانية، مقابل 40.30% من الذين يدرسون علوم و تكنولوجيا في المرتبة الأولى.

بينما صرح 22.92% من أفراد العينة الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية أنهم يستفيدون دائما من متابعتهم البرامج الدينية في المرتبة الثالثة، مقابل 28.36%، من الذين يدرسون علوم و تكنولوجيا في المرتبة الثانية.

صرح 04.16% من أفراد العينة الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية أنهم يستفيدون من متابعة البرامج الدينية نادرا، مقابل 04.18% من الذين يدرسون علوم و تكنولوجيا. لم يصرح أي مبحوث من التخصصين انه لا يستفيد من متابعة البرامج الدينية. و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق، نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 04.80)، و هي أقل من القيمة الجدولية: (كا² = 09.48)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية و مستوى ثقة 95%.

تبين عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المتغيرين في القول بالزيادة في الوعي الديني. أي أن متغير التخصص لا يتدخل في القول بزيادة الوعي الديني من خلال البرامج التي تبثها إذاعة سوق أهراس الجهوية.

و : مدى الزيادة في الوعي الديني.

جدول رقم -44-: توزيع عينة الدراسة حسب الزيادة في الوعي الديني.

| الترتيب | النسب المئوية | التكرارات | الزيادة في الوعي |
|---------|------------------|-----------|------------------|
| (1) | 91.41% | 149 | نعم |
| (2) | 08.59% | 14 | لا |
| / | 100% | 163 | المجموع |

يبين الجدول رقم- 44 - أعلاه ما يلي: %

أغلبية أفراد عينة البحث أجابوا بأن البرامج الدينية التي تبثها إذاعة سوق أهراس الجهوية تزيد من الوعي الديني لديهم بصفة عامة و ذلك بنسبة 91.41%، في حين لم تتعدى نسبة المبحوثين الذين أجابوا بأنها لا تزيد في الوعي لديهم بنسبة بلغت 08.59% فقط. الشيء الذي يثبت انه لا خلاف بين المبحوثين، كون البرامج الدينية التي تبثها الإذاعة محل الدراسة تزيد من الوعي الديني.

جدول رقم -45-: توزيع عينة الدراسة حسب الزيادة في الوعي الديني و النوع.

| المجموع | الإناث | | الذكور | | النوع |
|---------|--------|----|--------|----|---------|
| | % | ك | % | ك | |
| 149 | %91.36 | 74 | %91.46 | 75 | نعم |
| 14 | %08.64 | 07 | %08.54 | 07 | لا |
| 163 | %100 | 81 | %100 | 82 | المجموع |

يبين الجدول رقم- 45 - أعلاه النتائج التالية:

أجاب أفراد عينة البحث من الذكور بأن البرامج الدينية التي تبثها إذاعة سوق أهراس الجهوية تزيد من الوعي الديني لديهم و ذلك بنسبة 91.46%، و سجلت نسبة متقاربة عند الإناث بـ 91.36%،

أجاب ما نسبته 08.54%، من مجموع الأفراد المبحوثين من الذكور بأن البرامج الدينية التي تبثها إذاعة سوق أهراس الجهوية، لا تزيد من الوعي الديني لديهم و سجلت نسبة متقاربة أيضا عند الإناث بنسبة قدرت بـ 08.64%.

من خلال هذه النتائج نستخلص أن جل المبحوثين من الجنسين يتفقون على أن البرامج الدينية تزيد من الوعي الديني لديهم، بالرغم من النقائص التي تلازمها في طريقة التقديم و الإخراج و الأشكال الفنية التقليدية التي تعتمدها.

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق، نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 0.01)،

و هي أقل من القيمة الجدولية (كا² = 03.83)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجة واحدة للحرية و مستوى ثقة 95%.

تبين انه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور و الإناث في القول بالزيادة في الوعي الديني. و أن متغير النوع لا يتدخل في القول بزيادة الوعي الديني من خلال البرامج التي تبثها إذاعة سوق أهراس الجهوية.

جدول رقم -46-: توزيع عينة الدراسة حسب الزيادة في الوعي الديني و مكان الإقامة.

| المجموع | الحي الجامعي | | المدينة | | مكان الإقامة |
|---------|--------------|----|---------|----|-------------------------|
| | % | ك | % | ك | |
| 149 | %93.42 | 71 | %89.66 | 78 | الزيادة في الوعي نعم |
| 14 | %06.58 | 05 | %10.34 | 09 | لا |
| 163 | %100 | 76 | %100 | 87 | المجموع |

يبين الجدول رقم- 46- أعلاه النتائج التالية:

أغلبية أفراد عينة البحث من المقيمين في الحي الجامعي أجابوا بأن البرامج الدينية التي تبثها إذاعة سوق أهراس الجهوية تزيد من الوعي الديني لديهم، و ذلك بنسبة 89.66%، و سجلت نسبة 93.42%، عند الطلبة المقيمين في الحي الجامعي.

أجاب 10.34% ، من مجموع الأفراد المبحوثين من الطلبة المقيمين في المدينة بأن البرامج الدينية التي تبثها إذاعة سوق أهراس الجهوية، لا تزيد من الوعي الديني لديهم، و سجلت نسبة 06.58%، عند الطلبة المقيمين في الحي الجامعي.

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق، نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 02.07)،

و هي أقل من القيمة الجدولية: (كا² = 03.83)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجة واحدة للحرية و مستوى ثقة 95%.

تبين انه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الطلبة المقيمين في المدينة و الطلبة المقيمين في الحي الجامعي، و أن متغير مكان الإقامة لا يتدخل في القول بزيادة الوعي الديني من خلال البرامج التي تبثها إذاعة سوق أهراس الجهوية.

جدول رقم -47-: توزيع عينة الدراسة حسب الزيادة في الوعي الديني و التخصص العلمي.

| المجموع | علوم و تكنولوجيا | | علوم إنسانية و اجتماعية | | التخصص العلمي الزيادة في الوعي |
|---------|------------------|----|-------------------------|----|-----------------------------------|
| | % | ك | % | ك | |
| 149 | 94.03% | 63 | 89.58% | 86 | نعم |
| 14 | 05.97% | 04 | 10.42% | 10 | لا |
| 163 | 100% | 67 | 100% | 96 | المجموع |

يبين الجدول رقم - 47 - أعلاه النتائج التالية:

أغلبية أفراد عينة البحث من طلبة العلوم الانسانية و الاجتماعية أجابوا بأن البرامج الدينية التي تبثها إذاعة سوق أهراس الجهوية تزيد من الوعي الديني لديهم، و ذلك بنسبة 89.58%، مقابل 94.03%، لدى طلبة العلوم و التكنولوجيا.

أجاب ما نسبته 13% من مجموع الأفراد المبحوثين بأن البرامج الدينية التي تبثها إذاعة سوق أهراس الجهوية، لا تزيد من الوعي الديني لدى الجماهير، حيث سجلت أعلى نسبة عند طلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية و قدرت ب 10.42%، في حين بلغت نسبة 05.97%، عند طلبة العلوم و التكنولوجيا.

إذن من خلال هذه النتائج نستخلص أن جل المبحوثين من التخصصين يتفوقون على أن البرامج الدينية تزيد من الوعي الديني، بالرغم من النقائص التي تلازمها في طريقة التقديم و الإخراج و الأشكال الفنية التقليدية التي تعتمد عليها.

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق، نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 09.56)، و هي أكبر من القيمة الجدولية: (كا² = 03.83)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجة واحدة للحرية و مستوى ثقة 95%.

تبين وجود فروق دالة إحصائية بين طلبة التخصصين في القول بالزيادة في الوعي الديني.

فمتغير التخصص العلمي يتدخل في القول بزيادة الوعي الديني لدى الجماهير من خلال البرامج التي تبثها إذاعة سوق أهراس الجهوية.

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

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

ز : دواعي زيادة البرامج الدينية للوعي الديني.

جدول رقم - 48- : توزيع عينة الدراسة حسب دواعي زيادة الوعي الديني.

| الترتيب | النسب المئوية | التكرارات | الزيادة في الوعي |
|---------|---------------|-----------|--|
| (1) | 63.09% | 94 | لأنها تتناول مواضيع هامة ومتنوعة |
| (3) | 16.78% | 25 | لأنها تتقن فن توصيل المعلومة |
| (2) | 20.13% | 30 | لأنها تعتمد على دعاة وإعلاميين متمكنين |
| (4) | 00.00% | 00 | أخرى تذكر |
| / | 100% | 149 | المجموع |

يبين الجدول رقم -48- أعلاه النتائج التالية:

صرح 94 مبحوثا من أفراد عينة البحث بأن دواعي زيادة الوعي الديني لديهم يرجع في المرتبة الأولى إلى كون البرامج الدينية تتناول مواضيع هامة ومتنوعة، و ذلك بنسبة 63.09%.

جاءت في المرتبة الثانية، لأنها تعتمد على دعاة و إعلاميين متمكنين و ذلك ما صرح به 30 مبحوثا و بنسبة 20.13%.

جاءت في المرتبة الثالثة لأنها تتقن فن توصيل المعلومة و ذلك ما صرح به 25 مبحوثا و بنسبة 16.78%.

لم يذكر المبحوثين أي سبب آخر، أي لم يصرح أي مبحوث بوجود دواعي أخرى ساهمت في زيادة الوعي الديني.

جدول رقم - 49-: توزيع عينة الدراسة حسب دواعي زيادة الوعي الديني و النوع.

| المجموع | الإناث | | الذكور | | النوع |
|---------|--------|----|--------|----|--|
| | % | ك | % | ك | |
| 94 | %59.46 | 44 | %66,67 | 50 | دواعي الزيادة في الوعي الديني لأنها تتناول مواضيع هامة ومتنوعة |
| 25 | %20,27 | 15 | %13,33 | 10 | لأنها تتقن فن توصيل المعلومة |
| 30 | %20,27 | 15 | %20,00 | 15 | لأنها تعتمد على دعاة وإعلاميين متمكنين |
| 00 | %00,00 | 00 | %00.00 | 00 | أخرى تذكر |
| 149 | %100 | 74 | %100 | 75 | المجموع |

يبين الجدول رقم -49- أعلاه النتائج التالية:

أفراد عينة البحث ذكورا و إناثا صرحوا بأن دواعي زيادة الوعي الديني لديهم يرجع في المرتبة الأولى إلى كون البرامج الدينية تتناول مواضيع هامة ومتنوعة و ذلك بنسبة 66.67%، لدى الطلبة الذكور، مقابل 59.46%، لدى الطلبة الإناث. جاءت في المرتبة الثانية، لأنها تعتمد على دعاة و إعلاميين متمكنين و ذلك لدى الذكور بنسبة 20.00%، و لدى الإناث بنسبة 20.27%. جاءت في المرتبة الثالثة لأنها تتقن فن توصيل المعلومة بنسبة 13.33%، للذكور و 20.27%، بالنسبة للإناث.

لم يذكر أفراد العينة من الجنسين أسباب و دواعي أخرى لزيادة الوعي الديني. إذن عن دواعي و أسباب زيادة البرامج الدينية للوعي الديني، صرح أفراد العينة بأن ذلك يعود في المرتبة الأولى إلى كونها برامج تتناول مواضيع هامة ومتنوعة، و لأنها تعتمد على دعاة و إعلاميين متمكنين في المرتبة الثانية، ثم لأنها تتقن فن توصيل المعلومة، في المرتبة الثالثة، و لم يذكر أفراد العينة أية أسباب أخرى لزيادة الوعي الديني.

و بتطبيق اختبار كا²: على أرقام الجدول السابق، نجد قيمته المحسوبة: (كا² = 09.00)، وهي أكبر من القيمة الجدولية: (07.81)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجات للحرية و مستوى ثقة 95%.

تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور و الإناث في القول بدواعي الزيادة في الوعي الديني، حيث سجلنا فروقا ذات دلالة إحصائية بين الذكور و الإناث في القول بدواعي و أسباب زيادة الوعي الديني.

جدول رقم -50-: توزيع عينة الدراسة حسب دواعي زيادة الوعي الديني و مكان الإقامة.

| المجموع | الحي الجامعي | | المدينة | | مكان الإقامة | دواعي الزيادة في الوعي الديني |
|---------|--------------|----|---------|----|--------------|--|
| | % | ك | % | ك | | |
| 94 | %78.35 | 50 | %51.43 | 44 | | لأنها تتناول مواضيع هامة ومتنوعة |
| 25 | %09,27 | 09 | %22,86 | 16 | | لأنها تتقن فن توصيل المعلومة |
| 30 | %12,37 | 12 | %25,71 | 18 | | لأنها تعتمد على دعاة وإعلاميين متمكنين |
| 00 | %00,00 | 00 | %00.00 | 00 | | أخرى تذكر |
| 149 | %100 | 71 | % 100 | 78 | | المجموع |

يبين الجدول رقم -50- أعلاه النتائج المتحصل عليها التالية:

صرح أفراد عينة البحث من الطلبة المقيمين في المدينة و الحي الجامعي على السواء بأن دواعي زيادة الوعي الديني لديهم يرجع في المرتبة الأولى إلى كون البرامج الدينية تتناول مواضيع هامة ومتنوعة و ذلك بنسبة 51.43%، لدى الطلبة الذين يقيمون في المدينة، مقابل 78.35%، لدى الطلبة الذين يقيمون في الحي الجامعي.

جاءت في المرتبة الثانية، لأنها تعتمد على دعاة و إعلاميين متمكنين بنسبة 25,71%،

لدى الطلبة الذين يقيمون في المدينة، مقابل 12.37%، للطلبة المقيمين في الحي الجامعي.

جاءت في المرتبة الثالثة لأنها تتقن فن توصيل المعلومة و ذلك بنسبة 22.86%.

للطلبة الذين يقيمون في المدينة، مقابل 09.27%، للطلبة المقيمين في الحي الجامعي.

و لم يذكر أفراد العينة أية أسباب أخرى لزيادة الوعي الديني.
و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق، نجد قيمته المحسوبة: (كا²=01.81)، وهي أكبر من القيمة الجدولية: (كا²=07.81)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجات للحرية و مستوى ثقة 95%.

تبين انه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الطلبة المقيمين في المدينة و الطلبة المقيمين في الحي الجامعي في القول بدواعي الزيادة في الوعي الديني،

جدول رقم -51-: توزيع عينة الدراسة حسب دواعي زيادة الوعي الديني و التخصص العلمي.

| المجموع | علوم و تكنولوجيا | | علوم إنسانية و اجتماعية | | التخصص العلمي |
|---------|------------------|----|-------------------------|----|--|
| | % | ك | % | ك | |
| 94 | 66.66% | 42 | 60.46% | 52 | دواعي الزيادة في الوعي الديني للجماهير لأنها تتناول مواضيع هامة و متنوعة |
| 25 | 19.05% | 12 | 15.12% | 13 | لأنها تتقن فن توصيل المعلومة |
| 30 | 14.29% | 09 | 24.42% | 21 | تعتمد على دعاة و إعلاميين متمكنين |
| 00 | 00.00% | 00 | 00.00% | 00 | أخرى تذكر |
| 149 | 100% | 63 | 100% | 86 | المجموع |

يبين الجدول رقم -51- أعلاه النتائج المتحصل عليها التالية:

صرح أفراد عينة البحث من طلبة الاختصاصين بأن دواعي زيادة الوعي الديني لديهم يرجع في المرتبة الأولى إلى كون البرامج الدينية تتناول مواضيع هامة و متنوعة و ذلك بنسبة 60.46%، لدى الطلبة الذين يدرسون علوم إنسانية و اجتماعية، مقابل 66.66%، لدى الطلبة الذين يدرسون تخصص علوم و تكنولوجيا.

جاءت في المرتبة الثانية، لأنها تعتمد على دعاة و إعلاميين متمكنين و ذلك بالنسبة للطلبة الذين يدرسون تخصص علوم إنسانية و اجتماعية بنسبة 23, 86%، بينما اختار طلبة العلوم و التكنولوجيا في المرتبة الثانية لأنها تتقن فن توصيل المعلومة بنسبة 19.05%.

جاءت في المرتبة الثالثة لأنها تتقن فن توصيل المعلومة و ذلك بالنسبة لطلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية بنسبة 15.12%، بينما اختار طلبة العلوم و التكنولوجيا في المرتبة الثالثة لأنها تعتمد على دعاة و إعلاميين متمكنين بنسبة 14.29%.

لم يذكر الطلبة المبحوثين أسباب أخرى لزيادة الوعي الديني..

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق، نجد قيمته المحسوبة: (كا²=08.18)،

و هي أكبر من القيمة الجدولية: (كا²=07.81)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجات حرية و مستوى ثقة 95%.

تبين وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور و الإناث في القول بدواعي الزيادة في الوعي الديني. و يتضح ذلك من خلال بيانات الجدول، حيث سجلنا اختلاف واضح في ترتيب الدواعي بين طلبة الاختصاصين ففي الوقت الذي رتب طلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية الاعتماد على دعاة و إعلاميين متمكنين في الرتبة الثانية، رتبها طلبة العلوم و التكنولوجيا في الرتبة الثالثة و العكس بالنسبة لداعي أنها تتقن فن توصيل المعلومة رتبها طلبة العلوم الإنسانية و الاجتماعية في الرتبة الثالثة، رتبها طلبة العلوم و التكنولوجيا في الرتبة الثانية.

نتائج الدراسة

جامعة الأمير
عبد القادر للطب
الإسلامية

الفصل الخامس: نتائج الدراسة:

في ختام هذه الدراسة يمكننا القول و نحن نضع اللمسات الأخيرة ، أننا سجلنا العديد من النتائج الهامة نجملها في الآتي:

أ: نتائج الدراسة التحليلية:

- 1- تعتمد الإذاعة محل الدراسة في إعداد و عرض برامجها الدينية على المصادر الخارجية بالدرجة الأولى تليها المصادر المحلية في المرتبة الثانية
- 2- ضئالة الأنماط و الأشكال الفنية المستخدمة في عرض البرامج الدينية في الإذاعة محل الدراسة بحيث اقتصرت على ثلاثة أنماط فقط و هي : الحديث الإذاعي المباشر، السؤال و الجواب، و الندوة الإذاعية، في حين غابت اغلب الأشكال و الأنماط الفنية الأخرى.
- 3- النمط الفني الغالب في عرض البرامج الدينية في الإذاعة محل الدراسة هو الحديث المباشر و هو أيضا النمط الغالب في الإعلام السمعي البصري.
- 4- اللغة المستخدمة في إعداد و تقديم البرامج الدينية في الإذاعة محل الدراسة هي اللغة العربية الفصحى، فهي اللغة السائدة و الأصل في جل الحصص و ما صاحبها من لغات او لهجات فهو لا يعدو أن يكون إلا من باب التبسيط و تقريب الفهم.
- 5- البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية لا تخصص لها المساحة الزمنية المناسبة فهي لا تستحوذ على حجم زمني لائق مقارنة بالحجم الزمني الإجمالي للبرامج. بحيث جاءت في المراتب الأخيرة بحجم زمني قدر 175 دقيقة في الأسبوع و بنسبة 03.12%.
- 6- البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية لا تحتل مكانة مرموقة في أجدنة أولويات الإذاعة و لا تصنف ضمن البرامج ذات الاهتمام الواسع و الأهمية القصوى.

ج: نتائج الدراسة الميدانية:

- 1- يقبل على استماع البرامج الدينية غالبية الباحثين بنسبة 81.50%.
- 2- يستمع أفراد العينة من الذكور البرامج الدينية أكثر من الإناث، و طلبة العلوم الاجتماعية و الإنسانية أكثر من طلبة العلوم و التكنولوجيا، و الطلبة المقيمين في المدينة أكثر من الطلبة المقيمين الحي الجامعي.
- 3- يتمتع عن استماع البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية 18.50 % من الباحثين .

- 4- يفضل أغلب أفراد عينة البحث استماع برنامج ديني واحد في الأسبوع، و يعود سبب هذا التفضيل إلى كون البرامج الدينية كلها تقدم في يوم واحد و هو يوم الجمعة و هو بالنسبة للطلبة اليوم الوحيد الذي لا يدرسون فيه، أي يوم عطلة فيتم استغلاله في قضاء مصالح عديدة تكون على حساب الاستماع للبرامج الدينية محل الدراسة في المقام الأول.
- 5- يستمع الأغلبية من المبحوثين البرامج الدينية أحيانا ثم نادرا ثم دائما فغالبا وفق لمتغيرات النوع و الإقامة و التخصص العلمي.
- 6- يفضل أغلبية أفراد عينة الدراسة استماع برنامج ديني واحد في الأسبوع بنسبة 74% بغض النظر عن متغير النوع أو مكان الإقامة أو التخصص العلمي
- 7- تفضل الأغلبية من المبحوثين استماع البرامج الدينية مساء بنسبة 82.50% و ذلك راجع إلى ارتباطهم داخل الحي الجامعي، حيث يخصص أغلب الطلبة الفترة الصباحية من يوم الجمعة و هو يوم الراحة الوحيد لإطالة فترة النوم، أو القيام ببعض الأشغال مثل: تنظيف الغرف، و غسل الأثاث، و الاستحمام استعدادا لصلاة الجمعة.
- 8- تبلغ كثافة الاستماع لدى أفراد عينة البحث خلال الفترة المسائية (أي من الثانية زوالا إلى السادسة مساء).
- 9- بلغ المتوسط الحسابي للحجم الساعي للاستماع في الأسبوع (02.20 ساعة): أي ما بين ساعتين وساعتين و نصف أسبوعيا.
- 10- يفضل أفراد عينة البحث استماع حصة من هدي النبوة، ثم حصة عم يتساءلون، و أخيرا حصة أحكام الترتيل. و قد اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور و الإناث، و بين طلبة العلوم الاجتماعية و الإنسانية و طلبة العلوم و التكنولوجيا، و بين الطلبة المقيمين في المدينة و الطلبة المقيمين في الحي الجامعي، في استماعهم لهاته الحصص. و يعود سبب تفضيل أفراد العينة حصة من هدي النبوة إلى الظروف التي أجريت فيها الدراسة و المتمثلة في التهجم على شخص الرسول الكريم من قبل الجرائد الغربية.
- 11- يستمع أغلبية أفراد العينة البرامج الدينية على انفراد بنسبة 62.50%، مما يدل على الطابع الانفرادي للاستماع لدى أفراد العينة.

- 12- تعود دواعي و أسباب تفضيل برنامجا دينيا دون غيره، كونه يثري معلومات المبحوثين في المقام الأول، و لأن محتواه يلي حاجياتهم المعرفية ثانيا، ثم لأن فيه تشويق ثالثا، يليها لأن مقدم البرنامج جيد في المرتبة الرابعة و الأخيرة.
- 13- ذكر أغلبية أفراد البحث أن استماع البرامج الدينية تزيد من المعلومات لديهم كثيرا في المرتبة الأولى، تليها الزيادة قليلا في المرتبة الثانية ثم الزيادة كثيرا جدا في المرتبة الثالثة.
- 14- يستفيد 73% من المبحوثين غالبا عند استماع البرامج الدينية، ثم الاستفادة أحيانا ب 67%، تليها الاستفادة دائما ب 51%، وقد اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية باعتبار متغير النوع و الإقامة و التخصص العلمي.
- 15- أجاب أغلبية أفراد عينة البحث أن البرامج الدينية التي تبثها إذاعة سوق أهراس الجهوية تزيد من الوعي الديني لدى الجماهير بصفة عامة و ذلك بنسبة 81.31%، بالرغم من النقص الذي يعتريها في الشكل و المضمون أحيانا..
- 16- يرى أفراد عينة البحث أن دواعي زيادة الوعي الديني للجماهير يرجع في المرتبة الأولى إلى كون البرامج الدينية تتناول مواضيع هامة و متنوعة، ولأنها تعتمد على دعاة وإعلاميين متمكنين في المرتبة الثانية تليها في المرتبة الثالثة إتقانها فن توصيل المعلومة.

﴿ الخاتمة ﴾

جامعة الأمير
عبد القادر للعطوم الإسلامية

الخاتمة:

لقد أصبح موضوع الإذاعات الجهوية من المواضيع التي تسترعي الاهتمام و تفتح الباب واسعا للبحث و الدراسة، لمعرفة الدور الذي تلعبه هذه المحطات الإذاعية في التنشئة الاجتماعية، و معالجة قضايا المجتمع، و انشغالات جمهور المستمعين، و ميوله الاجتماعية و الثقافية و الدينية، من خلال البرامج التي تبثها الإذاعة، و يفضل المستمع التعرض لها، و مساهمة هذه البرامج في زيادة الوعي الديني و اثر ذلك كله على سلوكيات الأفراد داخل الوسط الذي ينتمون إليه و يتحركون ضمنه، و اخص بالذكر الفئة المثقفة و التي اخترنا منها عينة لهذه الدراسة و المتمثلة في طلبة و طالبات جامعة سوق أهراس.

وقد أثبتت هاته الدراسة أن الطلبة والطالبات بجامعة سوق أهراس يقبلون على استماع البرامج الدينية، مما أدى إلى بروز عادات معينة لديهم في التعرض لها، وتفضيلهم لأنماط برمجية معينة، كبرامج الفتاوى والدروس الوعظية و دروس السيرة النبوية و غيرها، و هذا الاستماع دعم مبدأ التعرض الجماعي الذي يفتح باب التزود بالمعلومات و المعارف الدينية على مصراعيه.

وقد ربطنا دراستنا هذه بثلاثة متغيرات لإضفاء روح التحليل العلمي و هي (متغير النوع و مكان الإقامة و التخصص العلمي).

وبالرغم من الارتفاع النسبي لحجم التعرض للبرامج الدينية إلا أن التأثير على سلوكيات الطلبة 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 للبرامج 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 الاستماع.
- اتجاهات الجمهور لمثل هاته المحطات الإذاعية.
- تحليل محتوى البرامج الدينية لمعرفة مستوى الخطاب الديني المقدم.
- معرفة العلاقة القائمة بين المحطات الإذاعية و مختلف فئات المجتمع... الخ.ص

و أخيرا هذا البحث وكغيره من البحوث العلمية صادر عن طالب علم بإمكانات محدودة لذا فهو لا يخلو من النقائص، التي ننتظر الإشارة إليها و تبينها وتوضيح البديل و الأصح الذي ينبغي أن يتبع، وعليه فنحن نأمل ممن يطلع على هذا البحث أن يسدي لنا النصيحة والتوجيه.

و الله وراء القصد و هو الهادي إلى سواء السبيل

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الملاحق

جامعة الأمير
عبد القادر للطب
الإسلامية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية أصول الدين والشريعة
والحضارة الإسلامية
قسم الدعوة والإعلام و الاتصال

جامعة الأمير عبد القادر
للعلوم الإسلامية
قسنطينة

المقابلة

اسم الطالب: غراب عزا لدين
التخصص: اتصال دعوي
عنوان البحث: البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية - دراسة تحليلية ميدانية -
السنة الدراسية: 1430/1431 - 2009/2010م

هذه بعض الأسئلة التي يجب طرحها على العاملين بالمحطة الإذاعية الجهوية سوق أهراس، و التي يجب أن تكون متضمنة لكل مجالات العمل الإعلامي.

تهدف هذه الأسئلة إلى الإجابة عن تساؤلات الدراسة، و تحقيق أهداف البحث، و ذلك من خلال إيجاد فرصة للتعامل المباشر- فرديا أو جماعيا - مع معينين في المحطة:

- مدير المحطة.

- المشرف على البرامج الدينية.

- مهندس الصيانة.

- المذيعين.

مقابلات مع

المجال الأول: - مدير المحطة-

1. متى تم افتتاح هذه المحطة الإذاعية؟
2. لماذا أطلقتكم هذه التسمية "إذاعة سوق أهراس الجهوية" على المحطة؟
3. أين تقع إذاعة سوق أهراس الجهوية بالضبط؟
4. كيف حصلتكم على هذا المقر؟ هل هو مؤقت أو دائم؟
5. هل يمكنكم اطلاعنا على مخطط المحطة؟
6. كيف تم تجهيز هذه المحطة؟ و هل الأجهزة المستخدمة حديثة و مناسبة؟
7. من هو الطاقم العامل بالمحطة؟ و على أي أساس تم اختياره و توظيفه بالمحطة؟
8. هل تعتقدون أن الطاقم العامل بالمحطة كفاء؟ و هل أضاف الجديد للمحطة؟
9. هل تعقد المحطة اجتماعات دورية مع العاملين بها؟
10. هل يشارك العاملون بالمحطة في ندوات و اجتماعات خاصة بالعمل الإعلامي؟
11. هل هذه المشاركات محلية؟ وطنية؟ أو دولية؟
12. هل تعتقدون أن هذه المشاركات ساهمت فعلا في تطوير مستوى الأداء الإعلامي؟
13. ما أهمية تخفيض عمال المحطة معنويا؟
14. هل تعتقدون أن إذاعتكم لها مكانة مرموقة في ساحة العمل الإعلامي في الجزائر؟
15. هل إذاعة سوق أهراس، إذاعة جهوية فقط؟ أم أنها تجاوزت حدود الجهوية و الوطنية و صارت عالمية؟

المجال الثاني: - المشرف على البرامج الدينية -

1. ما هي البرامج الدينية التي تقدمها إذاعة سوق أهراس الجهوية؟
2. من هم مقدمي البرامج الدينية؟
3. ما هي الموضوعات التي تتناولها البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية؟
4. ما نوع الموضوعات التي تركز عليها البرامج الدينية أكثر؟
5. ما هي اللغة المستخدمة في تقديم البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية؟
6. ما هي الأشكال الفنية و الأنماط الإذاعية التي تستخدمها إذاعة سوق أهراس الجهوية في عرض برامجها الدينية؟
7. ما هو الحجم الزمني الذي تخصصه الإذاعة للبرامج الدينية؟

8. ما هي الطرق و الوسائل التي تتبعها الإذاعة لتحقيق أهدافها؟
9. ما هي المصادر التي تعتمد عليها إذاعة سوق أهراس الجهوية في إعداد البرامج الدينية؟
10. ما هي المؤشرات و المحددات الدالة على البعد الجهوي في إذاعة سوق أهراس الجهوية؟

المجال الثالث: - مهندس الصيانة-

1. كيف تم تجهيز هذه المحطة؟
2. ما نوع الأجهزة المستخدمة في البث الإذاعي؟
3. هل الأجهزة المستخدمة حديثة و مناسبة؟
4. من أين يتم البث الإذاعي.؟
5. ما هي أنواع الإذاعات الموجودة في الجزائر و العالم؟
6. هل البث الإذاعي للمحطة جهوي فقط؟
7. ما هي التقنية المستخدمة لجعل الإرسال وطنيا ثم عالميا؟
8. هل من الممكن حضور عملية البث على المباشر؟

المجال الرابع: - المذيعين -

1. ما هو تعريف الإذاعة؟
2. ما هي أهم خصائص و مميزات الإذاعة؟
3. ما هي ابرز وظائف الإذاعة؟
4. هل أجد لديكم مراجع مهمة عن نشأة الإذاعة و بداية البث الإذاعي؟

استمارة تحليل المحتوى

المحور الأول (البيانات الأولية):

- تاريخ البرنامج
- نوع البرنامج
- مدة البث للبرنامج

المحور الثاني (بيانات كمية تضمنت الفئات التالية):

﴿ الفئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل؟ ﴾

1. فئة الموضوع:

تم التطرق في هذه الفئة إلى أبرز الموضوعات التي تناولها البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية. حيث تم تصنيفها على النحو التالي:

- الموضوعات التشريعية:
- الموضوعات العقدية (العقائدية)
- الموضوعات الاجتماعية:
- الموضوعات الفكرية:

2. فئة المصدر:

تم التطرق في هذه الفئة إلى أبرز المصادر التي تعتمد عليها إذاعة سوق أهراس الجهوية. في إعداد و تقديم برامجها، حيث تم تصنيفها على النحو التالي:

أ- مصادر محلية:

- القائم بالاتصال:
- الضيوف:
- الجمهور:

ب- مصادر خارجية:

- القرآن الكريم:
- السنة النبوية الشريف:
- السيرة النبوية الشريف:

الملاحق

أقوال الفقهاء:

أقوال المفسرين:

الشعر و الشعراء:

الأمثال و الحكم:

3. فئة طرق تحقيق الأهداف:

تم التطرق في هذه الفئة إلى أبرز الوسائل و الأساليب التي يسعى الباحث من خلالها إلى تحقيق أهدافه أو لبث قيمه، حيث تم تصنيفها على النحو التالي:

الأدلة و البراهين:

الترغيب و الترهيب:

بيان الأحكام الشرعية:

الاستعانة بضيف:

الأسلوب الإحصائي:

الاستشهاد بالواقع:

الاستشهاد بالتاريخ:

4. فئة الأبعاد المحلية:

تم التطرق في هذه الفئة إلى أبرز المؤشرات و المحددات الدالة على البعد أو التخصص المحلي أو الجهوي في الوسيلة الإعلامية المستخدمة، حيث تم تصنيفها على النحو التالي:

الشخصيات المحلية:

الأماكن المحلية:

الاستشهاد بالواقع المحلي:

الاعتماد على المصادر المحلية:

ذكر خصائص المجتمع المحلي:

﴿ الفئات التي تجيب عن السؤال كيف قيل؟ ﴾

1. فئة شكل أو نمط البث:

تم التطرق في هذه الفئة إلى أبرز الأنماط و الأشكال الفنية المختلفة التي تعرض بها المادة الإعلامية في إذاعة سوق أهراس الجهوية، حيث تم تصنيفها على النحو التالي:

الملاحق

- الحديث الإذاعي المباشر:
- المقابلة الإذاعية:
- الندوة الإذاعية:
- التمثيلية الإذاعية:
- سؤال و جواب:
- المسلسلات الإذاعية:
- القصة الإذاعية:
- المناظرة الإذاعية:

2. فئة اللغة المستخدمة:

تم التطرق في هذه الفئة إلى أبرز مستويات اللغة التي تقدم بها البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية لجمهور المستمعين، حيث تم تصنيفها على النحو التالي:

- العربية الفصحى:
- العربية الدارجة (العامية):
- اللغة الأجنبية (الفرنسية):

3. فئة الزمن:

تم التطرق في هذه الفئة إلى قياس الحجم المتاح من الإذاعة محل الدراسة للمضمون موضوع التحليل، و كذلك الوقت المخصص لإذاعة أو عرض هذا المضمون في الراديو، حسب نوع البرامج و الزمن المخصص لكل برنامج، حيث صنفت هذه البرامج إلى ما يلي:

- البرامج الترفيهية:
- البرامج الثقافية:
- البرامج الاجتماعية:
- البرامج الإخبارية:
- البرامج الرياضية:
- البرامج الدينية:
- برامج الأطفال:

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

البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية
- دراسة تحليلية ميدانية-

بحث مكمل لنيل شهادة الماجستير

إشراف: الأستاذ الدكتور

بوبكر عواطي

إعداد الطالب:

غراب عز الدين

زميلي الطالب زميلتي الطالبة،

هذه استمارة استبيان بحث ميداني لانجاز مذكرة ماجستير في الإعلام عن:

" البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية- دراسة تحليلية ميدانية-

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: 1428-1429هـ 2007-2008م.

أولاً : البيانات الأولية

- س1- الجنس ذكر أنثى
- س2- ماهو تخصصك (ي) علوم اجتماعية وإنسانية علوم و تكنولوجيا
- س3- أين تقيم؟ الحي الجامعي المدينة
- س4- هل تمتلك جهاز راديو؟ نعم لا

ثانياً: عادات الاستماع:

- س5- هل تستمع (ين) للبرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية؟
دائماً غالباً أحياناً نادراً أبداً
- س6- ما هي دواعي عدم استماعك البرامج الدينية؟

- عدم امتلاك جهاز الراديو
- الاعتماد على مطالعة الصحف و الجرائد
- مشاهدة البرامج التلفزية
- توقيت البرامج الدينية غير مناسب

- س7- كم من برنامج ديني تستمع إليه في الأسبوع؟
برنامج واحد برنامجين ثلاثة برامج
- س8- ما هي أهم فترة زمنية تستمع (ين) فيها برامجك الدينية المفضلة؟
صباحاً مساءً

- س9- ماهو الحجم الساعي الذي تقضيه في الاستماع للبرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس؟
أقل من نصف ساعة
- نصف ساعة
- ساعة
- ساعة ونصف
- ساعتان

- س10- ما هو أهم برنامج ديني تفضل الاستماع إليه عادة؟
عم يتساءلون من هدي النبوة أحكام الترتيل

- س11- رتب البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس حسب أهميتها بالنسبة إليك؟
1. من هدي النبوة

الملاحق

2. عم يتساءلون

3. أحكام الترتيل

س12- مع من تستمع (ين) للبرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس عادة ؟

بمفردك

مع الزملاء الطلبة

مع العائلة

ثالثا: انماط الاستماع:

س13- ما هي البرامج الدينية التي تواظب (ين) على استماعها؟ رتبها حسب الأفضلية.

أحكام الترتيل

عم يتساءلون

من هدي النبوة

س14- 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.....

س15- هل ترى (ين) أن الاستماع للبرامج الدينية يزيد من معلوماتك ؟

لا

نعم

س16- إذا كانت الإجابة بـ"نعم":

هل زاد في معلوماتك (ي) و ثقافتك (ي) الدينية؟

قليل جدا

قليل

كثيرا

كثيرا جدا

س17- إذا كانت الإجابة بـ"لا"، لماذا؟

- لان إخراج البرامج ضعيف

- القائم بالاتصال في هذه البرامج غير مرغوب فيه

- أخرى تذكر.....

س18- هل ترى (ين) أن البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس تزيد من الوعي الديني لدى

الجماهير؟

لا

نعم

س19- في حالة الإجابة بـ"نعم"، لماذا ؟

- لأنها تتناول مواضيع هامة ومتنوعة

الملاحق

- لأنها تتقن فن توصيل المعلومة
 - لأنها تعتمد على دعاة وإعلاميين متمكنين
 - أخرى تذكر
- س20- إذا كانت الإجابة ب"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

المصادر و المراجع

جامعة الأمير عبد الوهاب للعلوم الإسلامية

قائمة المصادر و المراجع

أولا : المصادر:

* القرآن الكريم: بالرسم العثماني، برواية حفص عن عاصم، د.ط، مكتبة و مطبعة الشريجي للطباعة و التجليد، دمشق، 1979،

ثانيا: المراجع باللغة العربية:

* التفاسير:

1. أبي البركات عبد الله بن احمد بن محمود النسفي: تفسير القران الجليل، د.ط، دار الكتاب العربي، بيروت د.ت.

2. الحافظ عماد الدين أبي الفداء إسماعيل بن كثير القرشي الدمشقي: تفسير القرآن العظيم، د.ط، دار إحياء الكتب العربية، د.ت.

3. سيد قطب: في ظلال القرآن، ط.10، دار الشروق، بيروت، لبنان، 1982.

* القواميس و الموسوعات العلمية:

1. جيرارد جيهامي: سلسلة موسوعات المصطلحات العربية و الإسلامية، موسوعة مصطلحات الفلسفة عند العرب، ط.1، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، لبنان، 1989.

2. جيزان مسعود: معجم لغوي عصري، ط.3، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، 1987.

3. سهيل إدريس و جبور عبد النور: المنهل (قاموس فرنسي عربي)، ط.11، دار الآداب، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، 1990.

4. علي بن الحسن الهنائي الأزوي: المنجد في اللغة و الإعلام، قاموس عربي، ط.42، دار المشرق، بيروت، لبنان، 1988.

5. محمد فؤاد عبد الباقي: المعجم المفهرس لألفاظ القرآن الكريم، د.ط، دار الكتب المصرية، د.ت.

6. يوسف محمد البقاعي: قاموس الطلاب (عربي.عربي)، مراجعة و تدقيق: شهاب الدين أبو عمرو، د.ط، دار المعرفة، الدار البيضاء، المغرب، د.ت.

* الكتب باللغة العربية.:

1. إبراهيم إمام: الإعلام الإذاعي و التلفزيون، ط.2، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.

2. إبراهيم إمام: نحو بلاغة تلفزيونية جديدة في البرامج الدينية، د ط، جهاز تلفزيون الخليج، الرياض، 1983.

3. إبراهيم عبد الله المسلمي: الإعلام الإقليمي، دراسة نظرية و ميدانية، د.ط، المعهد العربي للنشر و التوزيع، 1992.
4. احمد طاهر: الإذاعة و السياسة الدولية، د.ط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1980.
5. احمد عبادة سرحان: الإحصاء الاجتماعي، د.ط، الدر القومية للطباعة و النشر، القاهرة، 1993.
6. الطيب برغوث: الخطاب الإسلامي المعاصر و موقف المسلمين منه، ط.1، دار الامتياز قلمة، الجزائر، 1990.
7. جمال زكي و اخرون: مناهج البحث العلمي، طرق البحث الاجتماعي، د.ط، دار الشروق، جدة، 1980.
8. جيهان احمد رشتي: الأنظمة الإذاعية في المجتمعات الغربية، د.ط، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1994.
9. جيهان احمد رشتي: الدعاية و استخدام الراديو في الحرب النفسية، د.ط، دار الفكر العربي القاهرة، مصر، 1985.
10. رشدي طعمية: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية (مفهومه، أسسه)، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، د.ت.
11. سعد لبيب: الإذاعة المحلية و دورها في التغيير الثقافي- في نظرات في الإذاعة الصوتية بالوطن العربي- تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، 1985.
12. سعيد محمد السيد: إنتاج الأخبار في الراديو و التلفزيون، ط.1، عالم الكتب القاهرة، 1988.
13. سهير عبد الغني بركات: الإذاعة الدولية، مؤسسة علي جراح الصباح، الكويت، 1978.
14. عادل بن عبد الله الفلاح: البرامج الإسلامية في الإذاعة الكويتية - دراسة ميدانية لاستطلاع اثر البرامج الدينية في جمهور المستمعين- رسالة دكتوراه، المعهد العالي للدعوة، جامعة الإمام، المدينة المنورة، السعودية، 1986/1407.
15. عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام، الصحافة، الإذاعة، التلفزة، السينما، المسرح، أقمار الاتصالات، دار الكتاب المصري، القاهرة، ط.2، 1989، الهيئة المصرية للكتاب، 2000.
16. عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة الإسلامية، د.ظ، مؤسسة الرسالة، دار الوفاء، د.ب.ن.
17. عبد اللطيف حمزة: الإعلام له تاريخه و مذهب، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1965.
18. عبد القادر صادق العكي و موسى محمد موسى: نظم هندسة الاتصالات، أسس و مبادئ، ط.1، قسم الهندسة الكهربائية و الالكترونية، كلية الهندسة، جامعة الفتح، ليبيا، 1996.

19. عبد المجيد شكري: الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، د.ط، القاهرة، مصر، 1987.
20. عبيدات ذوقان و آخرون: البحث العلمي، مفهومه أدواته و أساليبه، د.ط، دار مجدلاوي، عمان، الأردن، د.ت.
21. علي حسن مصطفي: الإذاعة المدرسية و الإعلام الديني، د.ط، دار قباء للطباعة و النشر القاهرة، 2003.
22. عماد حسن مكاوي و ليلي حسين السيد: الاتصال و نظرياته المعاصرة، د.ط، مركز جامعة القاهرة، مصر، 1999.
23. عواطف عبد الرحمان: الصحافة العربية في الجزائر - دراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية (1954م. 1962م)-، د.ط، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.
24. فريال مهنا: علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية، ط.1، دار الفكر المعاصر، بيروت، لبنان، 2002.
25. فضيل دليو: مدخل إلى الاتصال الجماهيري، مخبر علم اجتماع الاتصال، د.ط، جامعة قسنطينة، الجزائر، 1424هـ / 2003.
26. فضيل دليو و آخرون: أسس البحث و تقنياته في العلوم الاجتماعية، د.ط، ديوان المطبوعات ، الجامعية، قسنطينة، الجزائر، 1999.
27. كرم شليبي: المذيع و فن تقديم البرامج للراديو و التلفزيون، د.ط، مكتبة التراث الإسلامي، القاهرة، مصر، د.ت.
28. كرم شليبي: فن الكتابة للراديو والتلفزيون، د.ط، مكتبة التراث الإسلامي، القاهرة، مصر، د.ت.
29. ماجي حسين الحلواني: مدخل إلى الإذاعات الموجهة ، ط.1، دار الفكر العربي، القاهرة مصر 1982.
30. محمد زيان عمر: البحث العلمي مناهجه و تقنياته، ط4، دار النشر و التوزيع و الطباعة، جدة، 1983.
31. محمد سيد محمد و حسن عماد مكاوي: الأخبار الإذاعية و التلفزيونية، د.ط، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 1999.

32. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتاب ، القاهرة مصر، 2000.
33. محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979.
34. محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، د.ط، عالم الكتب، القاهرة، 1993.
35. محمد علي العويني: الراديو و التنمية السياسية، د.ط، عالم الكتب، القاهرة، د.ت.
36. محمد معوض و بركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي و التلفزيوني، ط.1، دار الكتاب الحديث، د.ب.ن.
37. محي الدين عبد الحلیم : الإعلام الإسلامي و تطبيقاته العملية، ط.2، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1984.
38. محي الدين عبد الحلیم: الدراما التلفزيونية و الشباب الجامعي، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1984.
39. نوال محمد عمر: فن صناعة الخبر في الإذاعة و التلفزيون، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1993.

* الكتب باللغة الأجنبية:

1. Claude colin : ondes de choc. De l'usage de la radio en temps de lutte. Paris, ed : l' harmattan, 1982.
- 2.Head Sydney w, broadcasting in America, a Survey of Télévision and radio 3rd Edition, Houghton Mifflin co, Boston, 1976, p 109- 110.
3. Maurice Angers, Initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, casbah, Université Alger, Edition, cecinc, Québec, 1997, p 238.
4. Pierre Henri zoller medias contonaux et idéologie nationale In media et communication en Europe. Grenoble, presses universitaires de Grenoble 1990.

الرسائل و الأطروحات الجامعية:

1. السعيد دراجي: عادات و أنماط مشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية، دراسة ميدانية بإكماليات مدينة قسنطينة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية أصول الدين و الشريعة و الحضارة الإسلامية، قسم الدعوة و الإعلام و الاتصال جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، 2002-2003 .

2. عادل بن عبد الله الفلاح: البرامج الإسلامية في الإذاعة الكويتية - دراسة ميدانية لاستطلاع اثر البرامج الدينية في جمهور المستمعين - رسالة دكتوراه، المعهد العالي للدعوة، جامعة الإمام، المدينة المنورة، 1986،

3. هواري سميرة: البرامج الدينية في إذاعة الصومام الجزائرية- دراسة تحليلية لعينة برامج 2005- مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية أصول الدين و الشريعة و الحضارة الإسلامية، قسم الدعوة و الإعلام و الاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2005
المجلات:

1. إبراهيم إمام: كيف نجعل البرامج الدينية في التلفزيون أكثر تشويقا، مجلة العربية، المملكة العربية السعودية، العدد 71، السنة 1973.

2. إبراهيم مراد: في مسألة الاستعمال اللغوي في البرامج الإذاعية و التلفزيونية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 2، السنة 2000.

3. أبو بكر بطلح: اللغة العربية في الإذاعة و التلفزيون بين ثوابت الكيان و ثقافة الحداثة، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 2، السنة 2000 .

4. احمد باكو: البرامج الدينية في الإذاعة و التلفزيون، مجلة الإحياء، رابطة علماء المغرب، المملكة المغربية، ج2، السنة 1987.

5. أحمد فراج: المرجعية الإسلامية غائبة في برامجنا ... و متناقضة إذا طهرت، جريدة الزمان، العدد. 788، السنة 2002.

6. أحمد محمد عبد الله : الكتابات الدعوية، مجلة حولية، كلية الدعوة الإسلامية، عدد 15، ج1.

7. أديب خضور: البرامج الدينية في البرمجة الرمضانية العربية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 1، السنة 2003.

8. صالح بن بوزة: الصحافة الجهوية، المفهوم و الخصائص و الوظائف، حوليات جامعة الجزائر العدد 3، السنة، 1994.

9. عبد الرحمان شيخ حمادي: نحو وعي إعلامي إسلامي يتصدى للغزو الثقافي، مجلة الوعي الإسلامي، العدد 380، السنة، 1997.
 10. عبد الله الحيدري: الإعلام المحلي في تونس مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 2، السنة 1998.
 11. عبد الله سالم: البرامج الدينية في الإذاعة و التلفزيون نقد و تحليل، مجلة المجتمع، الكويت، العدد 234، السنة 1975.
 12. عصام سليمان الموسى: اللهجات العامية في وسائل الإعلام الالكترونية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 2، السنة 2000.
 13. فريال مهنا: لغة الإعلام العربي بين الفصحى و العاميات، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 2، السنة 2000.
 14. محمد الأمين المواقى : الإذاعات المحلية الفضاء الآخر، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 2، السنة 1989.
 15. محمد عبد الكافي: تأملات في الخطاب الديني بالفضائيات العربية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 1، السنة 2003.
 16. محمد كامل عبد الصمد : التلفزيون و البرامج الدينية، مجلة منار الإسلام العدد 1، الإمارات العربية المتحدة، السنة 1989.
 17. محمد نجيب التلاوي: مسالة حضور الفصحى في وسائل الإعلام ، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 2، السنة 2000.
 18. منصف الجزائر: البرامج الثقافية في البرمجة الإذاعية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية ، تونس، العدد 3، السنة 2001.
 19. نواف عدوان: أهمية الإذاعة المحلية في التنمية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 2، السنة 2000.
 20. البرامج الإذاعية... و الفصحى المشتركة، مجلة المنهل، العدد 504، المجلد 54، السنة 1993.
- * مواقع على شبكة الانترنت :

1. احمد فراج : المرجعية الإسلامية غائبة في برامجنا ... و متناقضة إذا ظهرت، حوار: مصطفى عمارة جريدة الزمان، العدد 788 السنة 2002/03/03 عن موقع الجريدة:

- 2007/06/25 : <http://www.azzaman.com>
- 2 . سعيد بن مبارك آل زعير : الدعوة إلى الله ووسائل الإعلام ، عن موقع صيد الفوائد
2007/06/26: <http://www.saaid.net>
- 3 . سيد محمد سادتي الشنقيطي : تعريف الإعلام الإسلامي ، عن موقع :
2007/06/26 : <http://www.alsadati.com>
- 4 . صلاح محي الدين محمد: الإعلام و الإعلام الإسلامي، المفهوم و التطورات،
مجلة الجندي المسلم، العدد 115 السنة 2004، عن موقع نسيج:
2007/11/11: <http://www.naseej.com>
5. بحث مادة الاتصال و المجتمع " الإذاعات " عن موقع: www.uop.edu.jo : 2007/04/22
6. قياس الرأي العام " الإذاعات المحلية " عن موقع: www.sis.gov.ps : 2007/05/25
7. المؤسسة العامة للإذاعة و التلفزيون : www.info.yemen.net : 2008/02/17
8. محمد خالد شاهين: البث الإذاعي عبر الأثير، <http://www.Arab-ency.com> ، 2008/04/24
9. موقع إذاعة سوق: www.radio-soukahrass.dz ، ت.د، 2009/02/15
10. موقع صيد الفوائد، www.saaid.net ، ت.د: 2009/06/12

﴿ الفهارس ﴾

جامعة الأمير
عبد القادر للعطوم
الإسلامية

﴿ الفهارس ﴾

- 1- فهرس الجداول
- 2- فهرس الموضوعات

جامعة الأمير
القادر للعلوم الإسلامية

﴿ فهرس الجداول ﴾

جامعة الأمير
عبد القادر للعظوم
الإسلامية

فهرس الجداول

| رقم الجدول | عنوان الجدول | الصفحة |
|------------|--|--------|
| 01 | توزيع عينة الدراسة حسب النوع و التخصص العلمي | 118 |
| 02 | توزيع عينة الدراسة حسب النوع و مكان الإقامة | 119 |
| 03 | توزيع عينة الدراسة حسب النوع و استماع البرامج الدينية | 119 |
| 04 | توزيع عينة الدراسة حسب دواعي عدم استماع البرامج الدينية | 120 |
| 05 | توزيع عينة الدراسة حسب دواعي عدم استماع البرامج الدينية و النوع | 121 |
| 06 | توزيع عينة الدراسة حسب دواعي عدم استماع البرامج الدينية و مكان الإقامة | 122 |
| 07 | توزيع عينة الدراسة حسب دواعي عدم استماع البرامج الدينية و التخصص العلمي | 123 |
| 08 | توزيع عينة الدراسة حسب عدد البرامج الدينية و الاستماع | 124 |
| 09 | توزيع عينة الدراسة حسب عدد البرامج الدينية و النوع | 125 |
| 10 | توزيع عينة الدراسة حسب عدد البرامج الدينية و مكان الإقامة | 126 |
| 11 | توزيع عينة الدراسة حسب عدد البرامج الدينية و التخصص العلمي | 127 |
| 12 | توزيع عينة الدراسة حسب درجة الاستماع | 128 |
| 13 | توزيع عينة الدراسة حسب درجة الاستماع و النوع | 129 |
| 14 | توزيع عينة الدراسة حسب درجة الاستماع و مكان الإقامة | 130 |
| 15 | توزيع عينة الدراسة حسب درجة الاستماع و التخصص العلمي | 131 |
| 16 | توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة للاستماع | 132 |
| 17 | توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة للاستماع و النوع | 133 |
| 18 | 14 توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة للاستماع و مكان الإقامة | 134 |
| 19 | توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة للاستماع و التخصص العلمي | 135 |
| 20 | توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي الأسبوعي للاستماع | 136 |
| 21 | توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي الأسبوعي للاستماع و النوع | 138 |
| 22 | توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي الأسبوعي للاستماع و مكان الإقامة | 139 |
| 23 | توزيع عينة الدراسة حسب الحجم الساعي الأسبوعي للاستماع و التخصص العلمي | 141 |
| 24 | توزيع عينة الدراسة حسب ترتيب أهم البرامج الدينية المفضلة و الاستماع | 143 |
| 25 | توزيع عينة الدراسة حسب ترتيب أهم البرامج الدينية المفضلة و النوع | 144 |
| 26 | توزيع عينة الدراسة حسب ترتيب أهم البرامج الدينية المفضلة و مكان الإقامة | 145 |
| 27 | توزيع عينة الدراسة حسب ترتيب أهم البرامج الدينية المفضلة و التخصص العلمي | 146 |
| 28 | توزيع عينة الدراسة حسب ظروف الاستماع | 147 |

| | | |
|-----|--|----|
| 148 | توزيع عينة الدراسة حسب ظروف الاستماع و النوع | 29 |
| 149 | توزيع عينة الدراسة حسب ظروف الاستماع و مكان الإقامة | 30 |
| 150 | توزيع عينة الدراسة حسب ظروف الاستماع و التخصص العلمي | 31 |
| 151 | توزيع عينة الدراسة حسب دواعي تفضيل برنامج ديني دون غيره | 32 |
| 152 | توزيع عينة الدراسة حسب دواعي تفضيل برنامج ديني دون غيره و النوع | 33 |
| 153 | توزيع عينة الدراسة حسب دواعي تفضيل برامج ديني دون غيره و مكان الإقامة | 34 |
| 154 | توزيع عينة الدراسة حسب دواعي تفضيل برنامج ديني دون غيره و التخصص العلمي | 35 |
| 155 | توزيع عينة الدراسة حسب الزيادة في معلومات الطلبة و الاستماع | 36 |
| 156 | توزيع عينة الدراسة حسب الزيادة في المعلومات و النوع | 37 |
| 158 | توزيع عينة الدراسة حسب الزيادة في المعلومات و مكان الإقامة | 38 |
| 159 | توزيع عينة الدراسة حسب الزيادة في المعلومات و التخصص العلمي | 39 |
| 160 | توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة و الاستماع | 40 |
| 161 | توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة و النوع | 41 |
| 162 | توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة و مكان الإقامة | 42 |
| 163 | توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة و التخصص العلمي | 43 |
| 164 | توزيع عينة الدراسة حسب الزيادة في الوعي الديني | 44 |
| 165 | توزيع عينة الدراسة حسب الزيادة في الوعي الديني و النوع | 45 |
| 166 | توزيع عينة الدراسة حسب الزيادة في الوعي الديني و مكان الإقامة | 46 |
| 167 | توزيع عينة الدراسة حسب الزيادة في الوعي الديني و التخصص العلمي | 47 |
| 168 | توزيع عينة الدراسة حسب دواعي زيادة الوعي الديني | 48 |
| 169 | توزيع عينة الدراسة حسب دواعي زيادة الوعي الديني للجماهير و النوع | 49 |
| 170 | توزيع عينة الدراسة حسب دواعي زيادة الوعي الديني للجماهير و مكان الإقامة | 50 |
| 171 | توزيع عينة الدراسة حسب دواعي زيادة الوعي الديني للجماهير و التخصص العلمي | 51 |

فهرس الموضوعات

جامعة الأمير
عبد القادر للطوم
الإسلامية

فهرس الموضوعات

| الموضوع | الصفحة |
|--|---------|
| المقدمة | |
| الفصل الأول | |
| إطار الدراسة و منهجيتها | |
| المبحث الأول: | |
| 1- الإشكالية..... | 03..... |
| 2- تساؤلات الدراسة..... | 05..... |
| 3- أهداف الدراسة..... | 06..... |
| 4- أهمية الدراسة..... | 07..... |
| المبحث الثاني: | |
| 1- مجال الدراسة و حدودها..... | 08..... |
| 2- مفاهيم الدراسة و مصطلحاتها..... | 08..... |
| 2- الدراسات السابقة..... | 14..... |
| المبحث الثالث: | |
| أ: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية | |
| 1- مجتمع الدراسة (مادة التحليل)..... | 21..... |
| 2- عينة الدراسة..... | 22..... |
| 3. منهج الدراسة..... | 23..... |
| ب: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية | |
| 1- مجال الدراسة..... | 24..... |
| 2- مجتمع الدراسة..... | 24..... |
| 3. منهج الدراسة..... | 28..... |
| 3. المعالجة الإحصائية..... | 29..... |

الفصل الثاني:

البث الإذاعي و البرامج الدينية

المبحث الأول: الإذاعة الخصائص و الوظائف

- 1- تعريف الإذاعة..... 35
2. أنواع الإذاعات 35
3. خصائص و مميزات الإذاعة..... 37
4. وظائف الإذاعة..... 40

المبحث الثاني: نشأة الإذاعة الجزائرية و بداية البث الإذاعي.

- 1- نشأة و تطور الإذاعة في الجزائر..... 50
- 2- الإذاعة الوطنية بعد إعادة الهيكلة:..... 54
- 3- نشأة الإذاعات المحلية و الجهوية في الجزائر..... 56

المبحث الثالث: واقع البرامج الدينية الإذاعية و آفاق تطويرها

- 1- واقع البرامج الدينية الإذاعية 64
- القائم بالاتصال في البرامج الدينية الإذاعية..... 64
- طرق تحضير وإعداد البرامج الدينية الإذاعية..... 67
- جمهور البرامج الدينية الإذاعية..... 68
- الرسائل المحتواة في البرامج الدينية الإذاعية..... 69
- 2- آفاق تطوير البرامج الدينية الإذاعية..... 71

ثالث الفصل ال

الدراسة التحليلية

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية

1- أدوات جمع البيانات (استمارة المقابلة- استمارة تحليل المحتوى).....78

المبحث الثاني: تصنيف فئات التحليل

1- محور المضمون: ﴿ الفئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل؟ ﴾81

2- محور المضمون: ﴿ الفئات التي تجيب عن السؤال كيف قيل؟ ﴾101

الفصل الرابع

الدراسة الميدانية

المبحث الأول: البيانات الأولية.....118

المبحث الثاني: عادات الاستماع.....124

المبحث الثالث: أنماط الاستماع.....143

الفصل الخامس

نتائج الدراسة التحليلية و الميدانية

نتائج الدراسة.....174

الخاتمة.....178

الملاحق.....181

قائمة المصادر والمراجع.....197

فهرس الجداول.....205

فهرس الموضوعات.....208