

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

قسم العلوم الإنسانية
شعبة العلوم الإسلامية



جامعة الوادي
كلية العلوم الاجتماعية
والإنسانية

اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية *جامعة الوادي أنموذجاً*

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر
في العلوم الإسلامية - تخصص: دعوة وإعلام واتصال

إعداد الطالبة:

إشراف الأستاذ:

* رشيد خضير

هدى قرفي

لجنة المناقشة

- د/ عبد الرحمان تركي دكتور محاضر جامعة الوادي رئيسا
- أ/ رشيد خضير أستاذ محاضر جامعة الوادي مقررًا
- أ/ ليلى فقير أستاذة مساعدة جامعة الوادي مناقشة

السنة الجامعية : 2014/2013

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

The image displays the Basmala in a highly stylized, bold black calligraphic font. Five vertical arrows point upwards from the top of the text, indicating the direction of the main strokes. Small numbers (1, 2, 3) and arrows are placed at various points to show the sequence and direction of the pen strokes used to form the letters. The calligraphy is dense and intricate, with thick black lines and white spaces.

﴿وَمَا أُوتِيتُمْ مِنَ الْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا﴾

صَلَّى
عَلَيْهِ
وَالْحَمْدُ
لِلَّهِ
الْعَظِيمِ

سورة الإسراء، الآية: 85

ملاحظة: الآيات برواية حفص عن عاصم

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية، وإلى معرفة عادات وأنماط المشاهدة ودوافع استخدام لها والإشباع المحققة لها، إضافة إلى حجم تعرضهم لهذه الفضائيات الدينية.

وقد تضمن البحث مقدمة وأربعة فصول وأشرنا من خلال الدراسة إلى مميزات الموضوع، حيث تناولت في الفصل الأول الإطار المنهجي من حيث الإشكالية والدراسات، ومنهج الدراسة وإجراءاتها وفي الفصل الثاني نظرية الاستخدامات والإشباع وتعتبر المدخل النظري لموضوع الدراسة، حيث استعرضت فيه مفهوم النظرية الاستخدامات والإشباعات وعناصر نظرية ونقدها والرد عليها وفي الفصل الثالث فتناولت فيه واقع الفضائيات الدينية، ويندرج تحته أربعة مباحث، المبحث الأول الفضائيات العربية المتخصصة، المبحث الثاني نشأة الفضائيات الدينية والعوامل المؤثرة فيها، المبحث الثالث وظائف الفضائيات الدينية ومهامها، والمبحث الرابع تصنيفات الفضائيات الدينية.

والفصل الخامس تناولت فيه الدراسة الميدانية حيث يكون مجتمع الدراسة من جامعة الوادي، أما عينة الدراسة فقد شملت طلبة الجامعيين الخاصة بالذكور والإناث ومن مختلف المستويات والتخصصات في أقسام الجامعة وكلياتها، وبلغ عدد الاستبانات الموزعة (210) والمستردة (198).

وأبرز نتائج التي توصلت لها الدراسة هي:

_ أغلب أفراد عينة الدراسة يفضلون مشاهدة الفضائيات الدينية بنسبة عالية من الذين لا يشاهدون.

- احتلت عينة الدراسة قناة "إقرأ" المرتبة الأولى كأفضل قناة دينية ثم في المرتبة الثانية قناة "الرسالة" ثم في المرتبة الثالثة قناة "الرحمة" ثم في المرتبة الرابعة قناة "المجد".

- أغلب أفراد عينة الدراسة تزيد من مشاهدتها للقنوات الفضائيات الدينية.

- أغلب أفراد عينة الدراسة تأثرت في مشاهدة الفضائيات الدينية بنسبة عالية من الذين لا يشاهدون هذه الفضائيات.

*** الكلمات المفتاحية :**

الاتجاهات – الطلبة الجامعيين – الفضائيات الدينية.

Summary

This study aimed to identify the trends of university students about religious channels, and to know the habits and patterns of viewing and use her motives and her Alachaabaat achieved, in addition to the size of their exposure to these religious channels.

The research includes an introduction and four chapters and noted by the study graders subject, as addressed in the first chapter the methodological framework in terms of the problem and studies, and the methodology of the study and procedures In the second chapter the theory of uses and Alachaabaat The entrance of the theoretical to the subject of the study, which reviewed the theoretical concept uses and Alachaabaat and elements of the theory The critique and respond to them in the third quarter grabbed a the reality of religious channels, and falls beneath four sections, the first section Arab satellite channels specialized, second topic origination religious channels and the factors affecting them, the third section functions religious channels and functions, and the fourth section rankings religious channels.

The fifth chapter dealt with the field study, where the population of the study from the University of the valley, and the sample of the study included university students specific to males and females from different levels and disciplines in the university departments and colleges, and the number of questionnaires distributed (210) and recovered (198).

And summarized the most important results of the study are as follows:

_Most of the study sample prefer to watch religious channels a high proportion of those who do not watch.

-Occupied the study sample channel "Ikra" ranked first as the best religious channel and then in the second channel "Erislla", and then in the third channel "Erahma" and then in the fourth channel "Elmadjd".

-Most of the study sample of more than watch the channels religious channels.

-Most of the study sample were affected in watching religious channels a high proportion of those who do not watch these channels.

*Keywords:

Trends - university students - religious channels.

إلى من تربط طاعته "عز وجل" بطاعتها . . . إلى الوالدين الكريمين

إلى من تربط طاعته "عز وجل" بطاعتها . . . إلى الوالدين الكريمين

حفظهما الله لنا وأطال في عمرهما

إلى إخواني وأخواتي . . . حفظهم الله ومرعاهم وجعلهم ذخرا ومشعلا

للأمة الإسلامية جمعاء . . . إنشاء الله

إلى كل الأساتذة الكرام . . . الذين قدموا لنا المساعدة

من أجل إنجاء هذا البحث

إلى كل الأهل والأصدقاء والأحبة وزملاء الدراسة . . .

إلى كل من ساعدني في إنجاء هذا البحث من أوله إلى آخره . . .

شكرنا وإعزازنا

قال ﷺ: ﴿مَنْ اصْطَنَعَ إِلَيْكُمْ مَعْرُوفًا فَجَاوَزْتُمْ، فَإِنْ عَجَزْتُمْ عَنْ مُجَازَاتِهِ فَأَدْعُوا لَهُ حَتَّى تَعْلَمُوا

أَنَّكُمْ شَكَرْتُمْ، فَإِنَّ الشَّاكِرَ يُحِبُّ الشَّاكِرِينَ﴾ مرواه الطبراني

أقدم بالشكر الجزيل والتقدير الكبير للأستاذ المشرف . . .

* مرشيد خضير *

الذي تفضل بقبول الإشراف على هذه الدراسة

فلم يخل عليّ بمعارفه العلمية القيمة . . . وتوجيهاته المنهجية . . .

المفيدة طيلة فترة إنجانها

فهرس الموضوعات

الموضوع	رقم الصفحة
. ملخص البحث	
. إهداء	
. شكر و عرفان	
. فهرس الموضوعات	
. فهرس الجداول	
. فهرس الرسم البياني	
. قائمة المختصرات	
. مقدمة	أ
. الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	1
1/ إشكالية الدراسة	3
2/ أهداف الدراسة	3
3/ أهمية الدراسة	4
4/ أسباب اختيار الموضوع	4
5/ تساؤلات الدراسة	4
6/ تحديد مفاهيم الدراسة	5
7/ الدراسات السابقة	6
8/ منهج الدراسة	10

11	9/ مجتمع الدراسة وعينته
15	10/ أدوات جمع البيانات وتحليلها
18	. الفصل الثاني: نظرية الاستخدامات والإشباع
20	المبحث الأول: مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع
20	المطلب الأول: تعريف نظرية الاستخدامات والإشباع
20	1/ تعريف الاستخدام
20	2/ تعريف والإشباع
20	3/ تعريف نظرية الاستخدامات والإشباع
22	المطلب الثاني: فروض النظرية وأهدافها
22	1/ فروض النظرية
22	2/ أهداف النظرية
24	المبحث الثاني: عناصر النظرية الاستخدامات والإشباع
24	المطلب الأول: افتراض الجمهور النشط والأصول النفسية والاجتماعية الاستخدامات وسائل الإعلام
24	1/ افتراض الجمهور النشط
25	2/ الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام

26	المطلب الثاني: دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام وتوقعاته
26	1/ دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام
28	2/ توقعات الجمهور من وسائل الإعلام
28	المطلب الثالث: تعرض واشباكات الجمهور لوسائل الإعلام
28	1/ التعرض لوسائل الإعلام
28	2/ اشباكات وسائل الإعلام
30	المبحث الثالث: نقد نظرية الاستخدامات والإشباكات والرد على ذلك
30	المطلب الأول: نقد نظرية الاستخدامات والإشباكات
31	المطلب الثاني: الرد على الانتقادات الموجهة للنظرية
33	. الفصل الثالث: واقع الفضائيات الدينية في العالم العربي
35	المبحث الأول: الفضائيات العربية المتخصصة
35	المطلب الأول: تعريف الفضائيات العربية المتخصصة
36	المطلب الثاني: أسباب ودوافع ظهور الفضائيات المتخصصة
37	المطلب الثالث: أنواع الفضائيات المتخصصة وتصنيفاتها
37	أولاً: قنوات متخصصة في المضمون

37	ثانيا: قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه
44	المبحث الثاني: نشأة الفضائيات الدينية والعوامل المؤثرة فيها
44	المطلب الأول: نشأة الفضائيات الدينية
45	المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في تطور الفضائيات الدينية
46	المطلب الثالث: سمات الفضائيات الدينية
47	أولاً: السمات الإيجابية
48	ثانيا: السمات السلبية
49	المبحث الثالث: وظائف الفضائيات الدينية ومهامها
49	المطلب الأول: وظائف الفضائيات الدينية
50	المطلب الثاني: مهام الفضائيات الدينية
54	المبحث الرابع: تصنيفات الفضائيات الدينية
54	المطلب الأول : تقسيم القنوات الإسلامية بحسب نوعية البرامج المقدمة
54	أ - قنوات إسلامية عامة
56	ب- قنوات إسلامية متخصصة

58	المطلب الثاني: تقسيم القنوات الإسلامية حسب توجهات القائمين عليها
58	أ - قنوات عامة التوجه
59	ب - قنوات سلفية
59	ج- قنوات صوفية
59	د- قنوات شيعية
60	المطلب الثالث: أهمية الفضائيات الدينية
. الفصل الرابع: عادات وأنماط واتجاهات عينة الدراسة نحو الفضائيات الدينية	
64	أولاً: عادات وأنماط مشاهدة الفضائيات العربية
68	ثانياً: عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية الدينية
82	ثالثاً: اتجاهات عينة الدراسة نحو الفضائيات الدينية
87	نتائج الدراسة الميدانية
92	. الخاتمة
94	. التوصيات
95	. الملاحق
106	. الفهارس

107

فهرس الملاحق

108

فهرس الآيات القرآنية

109

فهرس الأحاديث النبوية

110

فهرس المصادر والمراجع

فهرس الجداول

الجدول	رقم الصفحة
جدول رقم (01) يوضح متغير الجنس	12
جدول رقم (02) يوضح متغير السن	13
جدول رقم (03) يوضح متغير التخصص العلمي	14
جدول رقم (04) يوضح نسبة مشاهدة القنوات الفضائية العربية لدى المبحوثين	64
جدول رقم (05) يوضح نوعية الفضائيات المفضلة لدى المبحوثين	64
جدول رقم (06) يوضح نوع القنوات الفضائية العربية المشاهدة لدى المبحوثين	65
جدول رقم (07) يوضح عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية العربية لدى المبحوثين	67
جدول رقم (08) يوضح نسبة مشاهدة الفضائيات الدينية لدى المبحوثين	68
الجدول رقم (09) يوضح ترتيب أهم الفضائيات	69

الدينية المشاهدة لدى المبحوثين

70

جدول رقم(10) يوضح عدد ساعات مشاهدة الفضائيات

الدينية لدى المبحوثين

71

جدول رقم(11) يوضح ترتيب ودوافع مشاهدة القنوات

الدينية لدى المبحوثين

72

جدول رقم(12) يوضح نوع البرامج الدينية المفضلة

في الفضائيات الدينية لدى المبحوثين

73

جدول رقم(13) يوضح فترات مشاهدة الفضائيات

الدينية لدى المبحوثين

74

جدول رقم(14) يوضح مقدار الزيادة والنقصان للمشاهدة

القنوات الدينية لدى المبحوثين

74

جدول رقم (15) يوضح ترتيب زيادة مشاهدة القنوات

الدينية لدى المبحوثين

75

جدول رقم (16) يوضح ترتيب أسباب نقصان مشاهدة

القنوات الدينية لدى المبحوثين

76

جدول رقم (17) يوضح كثرة الفضائيات الدينية لدى المبحوثين

77

جدول رقم (18) يوضح أهم الفوائد المكتسبة من

الفضائيات الدينية لدى المبحوثين

78	جدول رقم (19) يوضح أهم الأضرار الناتجة عن الفضائيات الدينية لدى المبحوثين
79	جدول رقم (20) يوضح مدى تأثير الفضائيات الدينية لدى المبحوثين
79	جدول رقم (21) يوضح نوع تأثير الفضائيات الدينية لدى المبحوثين
80	جدول رقم (22) يوضح أهم مجالات الفضائيات الدينية لدى المبحوثين
82	جدول رقم (23) يوضح اتجاهات طلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية لدى المبحوثين

فهرس الرسم البيانى

رقم الصفحة	الموضوع
12	رسم بيانى رقم (01) يوضح متغير الجنس
13	رسم بيانى رقم (02) يوضح متغير السن
14	رسم بيانى رقم (03) يوضح متغير التخصص العلمى
68	رسم بيانى رقم (04) يوضح نسبة مشاهدة الفضائيات الدينية لدى المبحوثين

قائمة المختصرات

ج	جزء
ص	صفحة
هـ	هجري
م	ميلادي
لا.ن	لا ناشر
لا.م	لا مكان طبع
د.ت	بدون ذكر تاريخ
لا.ط	لا طبعة
ك	تكرار
%	النسبة
ط	طبعة

مقامتی

مقدمة

لقد تطور التلفزيون كوسيلة اتصال من البث باللونين الأبيض والأسود إلى البث بالألوان، مما أعطى معنى جديدا للاتصال والتأثير في الآخرين، كذلك تطور التلفزيون من دائرة مغلقة تخدم منشأة أو مؤسسة أو هيئة إلى محطة إقليمية ثم وطنية ثم دولية ثم مع تقدم التكنولوجيا وانتشار الأقمار الصناعية، تطور التلفزيون ليصبح محطة بث عالمية أي ما يطلق عليه بالفضائية. وانتشرت الفضائيات العالمية في كافة أنحاء العالم سواء مملوكة للأفراد أو مؤسسات أو للدول، وتعتبر الفضائيات من أفضل أنواع الاتصال مع الجماهير محليا وعالميا وأوسعها انتشارا، فلم يعد الجمهور يعتمد على محطة بث تلفزيون واحدة أو أكثر قليلا بل أصبح لديه القدرة بوسائل التكنولوجيا المتطورة أن يشاهد معظم محطات العالم الفضائية إن لم يكن كلها.

ومع ذلك فإن المشاهد يتعرض للتلفاز ويستخدمه، لكن لهدف ما، وهذا الاستخدام يختلف من شخص إلى آخر، فهناك من يتعرض للتلفاز لتنمية البعد الثقافي، فيجد الثقافة هي مطلبه الذي يبحث عنه في إشباعه، وقد نجد شخص آخر يحب الرياضة ويعشق كرة القدم أو سباق السيارات فهو لا يشاهد غيرها. ومن المشاهدين من يميل نحو التسلية وتعبئة وقت فراغه بأي شكل من الأشكال، هذا وغيره أدى لظهور فضائيات متخصصة تسعى للتركيز على جانب من جوانب الحياة المختلفة، مع الاهتمام بالجوانب الأخرى لكن بشكل أقل، فظهرت لدينا قنوات فضائية: سياسية، دينية، رياضية، اقتصادية، غنائية، ترفيهية... الخ، كل منها متخصصة في مجالها الذي تعرضه.

ومع انتشار هذه الفضائيات المتخصصة ظهرت القنوات الإسلامية كسلاح بيد الدعوة والمؤسسات لنشر الدعوة الإسلامية بطرق ووسائل تخاطب الناس بلغة عصرهم، وبذلك تكون قريبة منهم وغير بعيدة عن واقعهم، وتعد ركيزة أساسية من ركائز الدعوة الإسلامية التي تبث كل أنواع المواد الدينية ضمن القوالب والضوابط الإسلامية.

ومن الأهمية بمكان تخصيص دراسة تبحث في عادات الطلبة الجامعيين وأنماطهم واتجاهاتهم نحو الفضائيات الدينية، وكذا مختلف الدوافع والحاجات التي تدفعهم إلي اتجاهها، واستكشاف بعض نتائج وآثار هذا الاتجاه، وهو ما تتناوله هذه الدراسة الموسومة بـ: "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية" ومن أجل معالجة هذا الموضوع اتبعت خطة تتكون من مقدمة وأربعة فصول: الفصل المنهجي، وفصلين في الجانب النظري، وفصل في الجانب التطبيقي والخاتمة.

يشكل الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة ويندرج تحته إشكالية الدراسة وأهدافها، وأهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع وتساؤلاتها، وتحديد مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة، ومنهج مجتمع الدراسة وعينته ثم أدوات جمع البيانات وتحليلها.

وتناولت في الفصل الثاني نظرية الاستخدامات والإشباعات وتعتبر المدخل النظري لموضوع الدراسة، اندرجت تحته ثلاث مباحث: استعرضت في المبحث الأول مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات، وفي المبحث الثاني عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات، والمبحث الثالث نقد نظرية الاستخدامات والإشباعات والرد على ذلك.

أما الفصل الثالث فتناولت فيه واقع الفضائيات الدينية في العالم العربي وقسمته إلى أربعة مباحث، المبحث الأول الفضائيات العربية المتخصصة، المبحث الثاني نشأة الفضائيات الدينية والعوامل المؤثرة فيها، المبحث الثالث وظائف الفضائيات الدينية ومهامها، والمبحث الرابع تصنيفات الفضائيات الدينية.

أما الفصل الرابع الجانب التطبيقي تناولت فيه عادات وأنماط المشاهدة، ودوافع الإشباعات، واتجاهات أفراد عينة الدراسة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

للمراسة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- ❖ إشكالية الدراسة
- ❖ أهداف الدراسة
- ❖ أهمية الدراسة
- ❖ أسباب اختيار الموضوع
- ❖ تساؤلات الدراسة
- ❖ تحديد مفاهيم الدراسة
- ❖ الدراسات السابقة
- ❖ منهج الدراسة
- ❖ مجتمع الدراسة وعينته
- ❖ أدوات جمع البيانات وتحليلها

1/ إشكالية الدراسة:

انتشرت في سماء الفضائيات مجموعة من القنوات الفضائية الدينية بشكل متسارع وتركز أغلب هذه الفضائيات في خطابها على فئة الشباب، فأصبحت هذه الفضائيات ظاهرة بحاجة إلى دراسة علمية للوقوف على جوانب قوتها وضعفها ومدى متابعة الطلبة الجامعيين لهذه الفضائيات، خاصة مع قلة الدراسات العلمية والأبحاث في هذا الشأن، ولا بد من معرفة عادات وأنماط المشاهدة القنوات الفضائية الدينية عند طلبة الجامعيين. ومن هنا يمكن صياغة الإشكالية التالية:

- ما هي اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية؟

2/ الأهداف الدراسة:

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على:

- ❖ مدة المشاهدة الطلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية ومدى إقبالهم عليها.
- ❖ مدى استخدام الطلبة الجامعيين للقنوات الدينية.
- ❖ أهم المضامين التي يحرصون على متابعتها.
- ❖ دوافع استخدام لها والإشباع المحققة جراء هذا الاستخدام.
- ❖ نوعية الفضائيات الدينية والبرامج المفضلة لدى الطلبة الجامعيين وأسباب التفضيل.

- ❖ دور القنوات الدينية التي يستقبلها الطلبة الجامعيين في حياتهم وموقفهم منها.
- ❖ رأي الطلبة الجامعيين في تلك الفضائيات الدينية مع إبداء رأيهم في نوعية البرامج التي يريدونها والتي توجد من خلال تلك الفضائيات.

3/ أهمية الدراسة:

وتعود أهمية البحث في مجموعة من النقاط من بينها:

- ❖ كون موضوع: "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية" يزاوج بين موضوعين في مجالين مختلفين مجال الدعوة ومجال الإعلام وبين مدى أهمية واستفادة الطلبة الجامعيين من التعرض للفضائيات الدينية سواء المعرفية منها أو السلوكية.
- ❖ قلة الدراسات العلمية الإعلامية المتعلقة بموضوع الدراسة محليا وعربيا على حد علم الباحث.

4/ أسباب اختيار الموضوع:

- 1- رغبة في معرفة مدى اتجاه الطلاب الجامعة نحو هذه الفضائيات الدينية ومدى استفادتهم وإقبالهم عليها.
- 2 - تناول الموضوع الجوانب الاجتماعية وأخلاقية ودعوية، مما يعود بالفائدة على الباحث والقارئ.
- 3- أهمية القنوات الدينية كونها أصبحت مصدرا للمعلومات الدينية والفتاوى لكثير من المشاهدين.

5/ تساؤلات الدراسة:

تطرح الدراسة التساؤلات الآتية:

- ❖ ما مدى مشاهدة الطلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية؟
- ❖ ما دوافع اتجاه الطلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية؟
- ❖ ما هي الإشباعات التي تتحقق للطلبة الجامعيين خلال استخدامهم للفضائيات الدينية؟
- ❖ ما مدى اهتمام الطلبة الجامعيين بوضع برامج خاصة لهم في القنوات الدينية؟
- ❖ ما مدى استفادتهم من تلك البرامج الدينية؟

6/ تحديد المفاهيم الأساسية :

(1) الاتجاهات:

1-1/لغة: الوجه معروف والجمع وجوه...وقال الزمخشري: ووجه كل شيء مستقبله وفي التنزيل العزيز¹ ﴿أَيْنَمَا تُولُوا فَتَمَّ وَجْهُ اللَّهِ﴾²

1-2/اصطلاحاً: قدم العلماء تعريفات متنوعة للاتجاه، وعلى الرغم من تباين وتنوع تعريفات الاتجاه، إلا أن معظم هذه التعريفات أجمعت على أن الاتجاه: استجابة قبول أو رفض من الفرد إزاء موضوع أو فكرة أو موقف جدلي معين. أي موقف يحتمل القبول أو الرفض³.

كما يعرفه كريتش وكريتشفيلد بأنه "العمليات الدافعية والانفعالية والإدراكية والمعرفية التي انتظمت في صورة دائمة وأصبحت تحدد استجابة الفرد لجانب من الجوانب بيئته"⁴.

(2) الفضائيات الدينية:

يعرفه العياري (2006م) القنوات الأيدلوجية والدينية بأنها: "قنوات ملتزمة بنهج عقائدي لا تخرج عنه في كل ما تقدمه إلى مشاهديها من متبني العقيدة أو المذهب أو الخط الأيدلوجي"⁵.

(3) الطالب الجامعي:

وهو الشخص المسجل لنيل درجة علمية وفق الأنظمة المعمول بها في الجامعة المعينة.

¹ - ابن منظور، لسان العرب. ج(لا.ط، بيروت، دار لسان العرب، د.ت)، ص 477.

² - البقرة: الآية 115.

³ - أمين سعيد عبد الغني، وسائل الإعلام الجديد الموجه الرقمية الثانية.(ط:1، لا.م، لا.ن، 2008)، ص111.

⁴ - سميح أبو مغلي، عبد الحافظ سلامة، ندوى أبو رادته، التنشئة الاجتماعية للطفل. (لا.ط، لا.ن، دار اليازوري العلمية، 2002)، ص139.

⁵ - المنصف العياري، محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة. سلسلة بحوث ودراسات، (لا.ط، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، 2006)، ص18.

7/ الدراسات السابقة:

لقد أمكننا البحث عمّا كتب عن "اتجاهات نحو الفضائيات الدينية" الوقوف على مجموعة من الدراسات منها :

- الدراسة الأولى:

* دراسة الدكتورة رحيمة الطيب عيساني "اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الإسلامية ودورها في توعية ضد التطرف والتعصب".

تبلورت إشكالية الدراسة في معرفة اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية ودورها في توعية ضد التطرف والتعصب وتهدف هذه الدراسة إلى:

❖ مدى مساهمة الفضائيات الدينية في إبراز الشكل الصحيح للتدين.

❖ مدى تزويد الشباب الجزائري بالثقافة الإسلامية الرصينة من أجل العودة به إلى ساحات الفكر النير ومحاولة البعد عن الطروحات التعصب والتطرف.

واعتمدت الباحثة على منهج المسح بالعينة وتم الإستعانة بأداة الإستمارة وزعت على الشباب من جامعتين في الجزائر واحدة في الشمال والأخرى في جنوب ووصل عددها 218 مفردة.

وأبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة:

- أغلب أفراد العينة يشاهدون الفضائيات الدينية.

- احتلت قناة "اقرأ" المرتبة الأولى في المشاهدة، تليها المرتبة الثانية قناة "المجد" ثم تأتي قناة "الرسالة" المرتبة الثالثة، تليها قناة "العفاسي" و"الناس" في نفس المرتبة.

- يشاهد معظم الشباب الجزائري الفضائيات الدينية مدة ساعة أو ساعتين في اليوم.

- احتلت البرامج الدينية والاجتماعية في المراتب الأولى لدى أفراد عينة الدراسة في مشاهدة الفضائيات الدينية.

- الدراسة الثانية:

* دراسة : سعيدة عباس (2009م) "اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية" دراسة في العادات و الأنماط والاتجاهات. مذكرة الماجستير في الدعوة والإعلام. تمحورت الإشكالية في علاقة المرأة الجزائرية كمشاهدة بالقنوات الفضائية الدينية من خلال الوقوف على عاداتها وأنماط المشاهدة واتجاهاتها نحو البرامج هذه القنوات حاولت الباحثة في هذه الدراسة تحقيق جملة من الأهداف من أهمها:

- ❖ معرفة عادات وأنماط مشاهدة المرأة الجزائرية للفضائيات الدينية بكشف عن أهم الفترات الزمنية وعدد الساعات التي تقتضيها، وأهم الفضائيات الدينية المفضلة لدى عينة الدراسة والكشف عن نوعية البرامج التي تسعى العينة متابعتها.
- ❖ معرفة اتجاهات المرأة الجزائرية نحو هذه الفضائيات وبرامجها، ومحتوى البرامج ونحو الدعاة ومقدمي البرامج في الفضائيات الدينية.

واستخدمت الباحثة في دراستها المنهج الوصفي التحليلي حيث تم تطبيق الدراسة الميدانية على منطقتين من المناطق الجزائرية وهما منطقة من الشمال "ولاية باتنة" ومنطقة من الجنوب متمثلة في "ولاية وادي سوف".

وتلخصت أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة:

- تفضل أغلب عينة الدراسة مشاهدة الفضائيات الدينية دائما.
- يشاهد أفراد عينة الدراسة الفضائيات الدينية منذ أكثر من 10 سنوات بنسبة كبيرة من الفترات الزمنية الأخرى.
- تفضل أغلب عينة الدراسة مشاهدة الفضائيات الدينية حسب "مدة البرنامج".
- تفضل عينة الدراسة برامج الفتوى في المرتبة الأولى ثم البرامج الوعظية في المرتبة الثانية، وبرامج القرآن الكريم في المرتبة الثالثة، وفي المرتبة الأخيرة برامج درامية.

- الدراسة الثالثة:

* دراسة: محمد بن علي هندية (1423هـ/1424هـ) "البرامج الدينية في القنوات

التلفزيونية الفضائية العربية"، رسالة دكتوراه في الإعلام.

استهدفت الدراسة الكشف عن قيم البرامج الدينية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية، ومدى خلوها من الأفكار البدعية الوافده التي يمكن أن تقدم باسم الدين في بعض البرامج الدينية الفضائية من ناحية أخرى.

واستعرض الباحث في الدراسة نشأة وتطور القنوات الفضائية العربية بصفة عامة ثم نشأة وتطور القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة كدراسة حالة وهي (قناة الأردن الفضائية. قناة الشارقة الفضائية. قناة الشرق الأوسط الفضائية. قناة المنوعات تلفزيونية العرب الفضائي) ثم تناول الباحث برامج قنوات التلفزيون الفضائية العربية عينة الدراسة. تحدثت الدراسة عن البرامج الدينية من خلال أهمية البرامج الدينية وأغراضها، وأهداف البرامج الدينية وأنواعها والبرامج التوجيهية في التلفزيون.

واستعرضت الدراسة نظرية الاستخدامات والإشباع في الاتصال الجماهيري، حيث اعتمدت الدراسة على تحليل مضمون البرامج الدينية في البعض القنوات الفضائية العربية من حيث نوع البرامج والموضوعات المتناولة فيها ومصادرها الاستشهاد المستخدمة والأهداف التي تسعى إليها وأيضاً أشكالها البرمجية.

- الدراسة الرابعة:

* دراسة: حسن نديم ربحي محمد (2008) "اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو

المحطات الفضائية العربية"، وإلى معرفة العادات الاتصالية وأنماط المشاهدة إضافة إلى حجم تعرضهم لهذه المحطات.

تكون مجتمع هذه الدراسة من الطلبة الملتحقين بالجامعات الأردنية الحكومية والخاصة، أما عينة الدراسة قد شملت (05) جامعات تمثل جميع أقاليم الأردن، وتم انتقاؤها

بالطريقة العشوائية البسيطة وهي اليرموك، والهاشمية والحين بن طلال، والبتراء، وجرش، وبلغ عدد الاستبيانات الموزعة (650) والمستردة (572) نسبة الاستجابة (88%).

وتلخص أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة فيما يلي:

- جاءت محطة (MBC1) الأكثر مشاهدة من قبل الطلبة من بين جميع المحطات الفضائية العربية، تليها (mbc2)، (روتانا)، "الجزيرة الإخبارية"، "LBC" وتجدر الإشارة إلى أن الفضائيات الأردنية جاءت بالمرتبة التاسعة تفضل للمشاهدة من قبل الطلبة لمجمل المحطات الفضائية العربية.

- جاءت المحطات الفضائية العربية الآتية الأدنى مشاهدة من قبل الطلبة: "الفضائية المصرية"، "العقارية1"، "chatco"، "الاقتصادية".

- يشاهد معظم الطلبة التلفزيون من (1-2) ساعة يوميا في أيام الدوام والدراسة بينما ترتفع إلى (04 ساعات وأكثر) في أيام العطل ونهاية الأسبوع.

- فترة السهرة من (08-11 مساء) هي الأكثر مشاهدة لدى الطلبة.

- يجد معظم الطلبة المحطات الدينية تزيد من صلتهم بالله وتشدهم محاضراتها وبرامجها للمتابعة.

*** أوجه تشابه واختلاف الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية:**

❖ اتجهت الدراسات السابقة إلى دراسة اتجاهات نحو الفضائيات، فمنها من ركز على اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية كدراسة "عباس سعيدة" ومنها ما ركز على اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الإسلامية ودورها في توعية ضد التطرف والتعصب، كدراسة "رحيمة الطيب العيساوي" وكذلك منها ما ركز على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الفضائيات العربية كدراسة "الحسن نديم ربحي محمد".

في حين تتناول الدراسة الحالية اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية.

- ❖ اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة "عباس سعيدة" و"رحيمة الطيب العيساوي"، تناولت دراسة الفضائيات الدينية بينما اختلفت عنها دراسة "محمد بن عبد علي هندية" "البرامج الدينية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية"
 - ❖ استخدمت معظم الدراسات السابقة المنهج الوصفي وهو المنهج الذي سيتم استخدامه في الدراسة الحالية.
 - ❖ استخدمت الدراسات السابقة أدوات بحث مختلفة، وكان أكثر هذه الأدوات استخداماً "الاستبانة" وهي نفس الأداة التي ستستخدمها الدراسة الحالية، حيث نستفيد من الدراسات السابقة في كيفية بنائها.
- 8 / منهج الدراسة:**

ليس هناك منهجا في البحث أكثر انتشارا من المنهج الوصفي ذلك المنهج الذي يشمل البحوث التي تركز على ما هو كائن الآن في حياة الانسان والمجتمع.

ونظرا لأهداف هذه الدراسة المتمثلة في وصف اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية وتحديد عادات وأنماط المشاهدة، والدوافع وراء ذلك وكذا الإشباع المحققة من هذا الاتجاه فإن تحقيق هذه الأهداف يستلزم استخدام منهج المسح الوصفي بالعينة.

ويعرّف المنهج الوصفي بأنه يصف الظواهر وصفا موضوعيا من خلال البيانات التي يتحصل عليها باستخدام أدوات وتقنيات البحث العلمي.

ويقوم المنهج الوصفي على جمع الحقائق والمعلومات ومقارنتها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعميمات مقبولة أو هو دراسة وتحليل وتفسير الظواهر من خلال تحديد خصائصها وأبعادها وتوظيف العلاقات بينها بهدف الوصول إلى وصف علمي متكامل لها⁶.

⁶ - مينو حيدر، منهجية البحث. دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل الماجستير والدكتوراه، (لا.ط، لاجم، لان، ديت)، ص 100.

* محددات الدراسة:

في إطار الأهداف التي تسعى الدراسة لتحقيقها فإن نتائجها تحدد اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية جامعة الوادي - أنموذجا- وبناء على ذلك يلتزم المحددات الآتية:

- الحد المكاني: وتم تطبيق الدراسة الميدانية على جامعة الوادي.

- الحد البشري: اقتصرت الدراسة على دراسة الطلبة الجامعيين بجامعة الوادي المسجلين لعام 2014_2015م.

- الحد الزمني: أجريت الدراسة في الفصل الثاني لعام 2014م.

9/ مجتمع الدراسة وعينته:

1: مجتمع الدراسة : يتم اختيار العينة من مجتمع الدراسة الذي نعني به "مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي⁷ ويتمثل مجتمع الدراسة في الطلبة الجامعيين.

2: عينة الدراسة وخصائصها:

تتألف عينة الدراسة من مجتمع الدراسة وهو الطلبة الجامعيين الخاصة من الذكور والإناث ومن مختلف المستويات الدراسية والتخصصات في أقسام الجامعة، ويبلغ عدد الكلي للعينة الدراسة (210) وتم توزيعها على طلبة في ساحة الجامعة وفق العينة الطبقية والعشوائية، حيث وزع (105) استبانة على الطلاب و (105) استبانة للطالبات، وعاد منها (198) استبانة، وتم اختبار العينة بالطريقة الطبقية العشوائية:

⁷ - محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات. (ط: 2، عمان، دار وائل للنشر، 1999م)، ص 84.

* **العينة الطبقية:** وهي نوع من العينات يستعمل في حالات التي يكون معرفا فيها أن

في المجتمع اختلافات منتظمة، وفي هذا النوع من العينات، يضع الباحث شروط معينة لاختيار أفراد العينة بحيث تمثل العينة جميع فئات المجتمع المدروس، وبنفس نسبة وجودها، وبعد تقسيم المجتمع إلى فئات مختلفة، يعتمد الباحث الطريقة المتبعة فاختيار العينة العشوائية ضمن فئات (طبقات) المجتمع المدروس، ولكي يتم الاختيار يحدد الباحث الفئات المختلفة في المجتمع الأصلي بناء على خاصية معينة، وبطريقة تتناسب، أي أن الباحث مختار لكل طبقة وبطريقة عشوائية عددا من المفردات، يتناسب مع حجمها الحقيقي في المجتمع الأصلي⁸.

وتم اختيار الطريقة الطبقية متساوية في الجنس والتخصصات العلمية والأدبية وهي موزعة كالتالي: الذكور (105) والإناث (105) وكذلك التخصصات موزعة لكل تخصص (30).

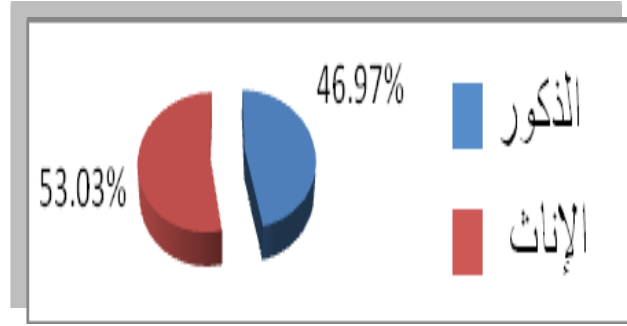
* خصائص العينة:

تتوزع العينة المختارة حسب الخصائص المميزة لها على النحو التالي:

1 حسب الجنس:

الجنس	ك	%
الذكور	93	46.97%
الإناث	105	53.03%
المجموع	198	100%

⁸ - رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية. (ط: 1، دمشق، دار الفكر، 2000)، ص311.



رسم بياني رقم 01: يوضح متغير الجنس

يبين الجدول والرسم البياني رقم (01) التكرارات والنسب المئوية حسب متغير الجنس

كالآتي :

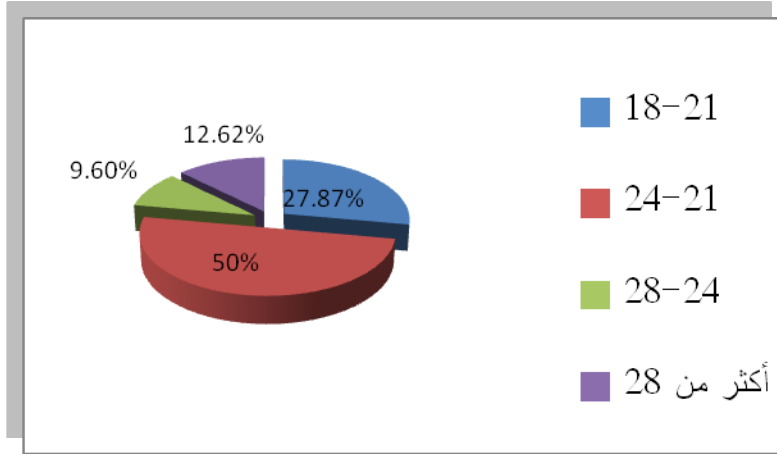
الذكور 93 بنسبة 46.97%

الإناث 105 بنسبة 53.03%

مجموع العينة 198.

2 حسب السن:

السن	ك	%
21-18	55	27.87%
24-21	99	50%
28-24	19	9.60%
أكثر من 28	25	12.62%
المجموع	198	100%



رسم بياني رقم 02: يوضح متغير السن

يبين الجدول والرسم البياني رقم (02) التكرارات والنسب المئوية حسب متغير السن

كالآتي:

من 18-21 سنة 55 مفردة بنسبة 27.78%

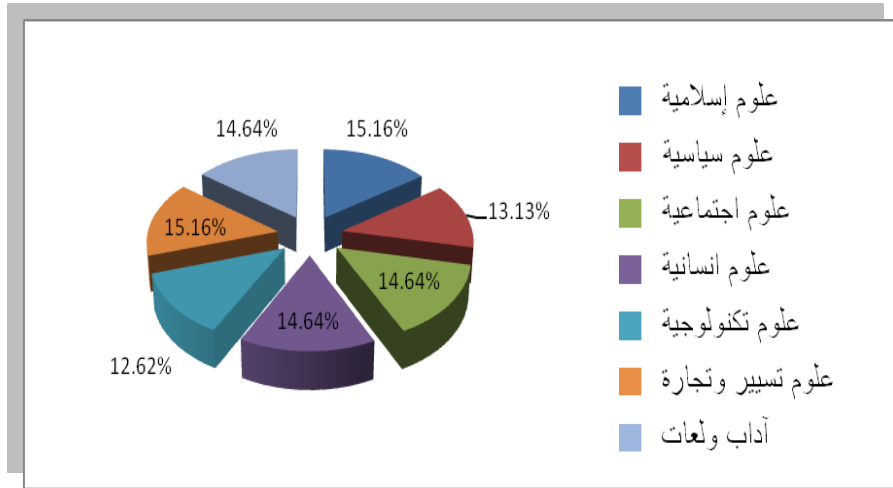
من 21-24 سنة 99 مفردة بنسبة 50 %

من 24-28 سنة 19 مفردة بنسبة 9.60 %

أكثر من 28 سنة 25 مفردة بنسبة 12.62%

3 حسب التخصص العلمي:

التخصص العلمي	ك	%
علوم إسلامية	30	15.16%
علوم سياسية	26	13.13%
علوم اجتماعية	29	14.64%
علوم إنسانية	29	14.64%
علوم تكنولوجية	25	12.62%
علوم تسيير وتجارة	30	15.16%
آداب ولغات	29	14.64%
المجموع	198	100%



رسم بياني رقم 03: يوضح متغير التخصص العلمي

يبين الجدول والرسم البياني رقم (03) التكرارات والنسب المئوية حسب متغير

التخصص العلمي:

علوم إسلامية 30 مفردة بنسبة 15.16%

علوم سياسية 26 مفردة بنسبة 13.13%

علوم اجتماعية 29 مفردة بنسبة 14.64%

علوم إنسانية 29 مفردة بنسبة 14.64%

علوم تكنولوجية 25 مفردة بنسبة 12.62%

علوم تسيير وتجارة 30 مفردة بنسبة 15.16%

آداب ولغات 29 مفردة بنسبة 14.64%

10/ أداة جمع البيانات وتحليلها:

1- أداة جمع البيانات:

تم الاعتماد في الدراسة على أداة الاستبيان لأنها الأداة المناسبة لمنهج الدراسة وموضوعها، فعن طريقها يمكن جمع البيانات الخاصة بإشبعات وأنماط المبحوثين في مشاهدة الفضائيات الدينية واتجاهاتهم نحوها، ويعرف الاستبيان بأنه "أداة من أدوات البحث العلمي للحصول على الحقائق والتوصل إلى الوقائع والتعرف على الظروف والأحوال ودراسة المواقف والاتجاهات والآراء"⁹.

ويعد الاستبيان أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها، وعليه فإن الاستبيان هو مجموعة من الأسئلة التي يطرحها الباحث على المبحوثين وفق توقعاته للموضوع والإجابة تكون حسب توقعات الباحث التي في استفسارات محددة¹⁰.

وقد مر إعداد الاستمارة بعدة مراحل:

- إعداد مجموعة من الأسئلة المبدئية وذلك بعد تقسيم الاستمارة إلى 03 محاور:

- ✓ محور عادات وأنماط مشاهدة الفضائيات العربية.
 - ✓ محور عادات وأنماط مشاهدة الفضائيات الدينية.
 - ✓ محور الاتجاهات من خلال تقييم العينة للفضائيات الدينية.
- وقد شملت الاستمارة على (29) سؤالاً موزعة على المحاور المذكورة الثلاث.

⁹ - رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية. مرجع سابق، ص 329.
¹⁰ - مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لأعداد الرسائل الجامعية. (ط: 1، عمان، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، د.ت)، ص 165.

- وقد خضع الاستبيان المذكور للإجراءات المنهجية المتعارف عليها بين الباحثين وأخضع أيضا للتحكيم من خلال عدد من الأساتذة المختصين الذين أبدوا بعض الملاحظات عليه، وبعد إجراء التعديلات المقترحة.

- وأخضعت الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المحكمين وهم الأستاذ "ظاهر الأدغم عمارة" والأستاذة "لامية بويدي" والأستاذ "ميسة هشام".

- بعد تعديل الاستمارة وإخراجها في صورتها النهائية، ثم توزيعها على أفراد عينة الدراسة ثم تفرغها في جداول.

* صدق أداة الدراسة:

ويقصد بالصدق أن يقيس الاختبار أو الأداة ما وضعت لقياسه، والصدق كالثبات مفهوم مدروس دراسة كبيرة، وتحقيق صدق أداة القياس أكثر أهمية ولا شك من تحقيق الثبات، لأنه قد تكون أداة لقياس أو لاختيار ثابتة، ولكنه غير صادقة¹¹.

ويكون صدق أداة الدراسة بعد إعداد الاستمارة في صورتها الأولية ثم عرضها على عدد من المحكمين ممن لهم خبرة في هذا المجال، والذين لهم دراية كافية في موضوع الدراسة والبالغ عددهم (03) محكمين - ذكروا سابقا- بهدف تحكيم الاستبانة ومعرفة مدى صدقها من حيث:

- دقة الصياغة اللغوية ووضوح فقرات الاستبانة.

- مدى مناسبة الفقرات للمجال الذي تنتمي إليه.

- حذف العناصر أو الفقرات الغير مناسبة أو اقتراح عناصر جديدة.

وقد تم الأخذ بملاحظاتهم وآرائهم حول الاستبانة وعُدَّ هذا كافيا لأغراض صدق الأداة.

¹¹ - فاطمة عوض صابر، ومرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي. (ط: 1، مصر، جامعة الإسكندرية: كلية التربية الرياضية، 2002)، ص 167.

* ثبات أداة الدراسة:

هو إمكانية الاعتماد على أداة القياس أو على استخدام الإختيار، وهذا يعني أن ثبات الإختيار هو أنه يعطي نفس النتائج باستمرار إذا ما استخدم الإختيار أكثر من مرة تحت ظروف مماثلة¹².

2- أدوات تحليل البيانات:

لقد استخدمنا في هذا الدراسة الأساليب الإحصائية المتمثلة في التكرارات والنسب المئوية، ووظفنا مقياس ليكرت لقياس اتجاه طلبة نحو الفضائيات الدينية، لكونه أكثر المقاييس ملائمة لهذه الدراسة.

¹² - فاطمة عوض صابر، ومرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي. مرجع سابق، ص 165.

الفصل الثاني

نظرية الاستخدامات

والإشباع

المبحث الأول: مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع

المطلب الأول: تعريف نظرية الاستخدامات والإشباع.

المطلب الثاني: فروض النظرية وأهدافها.

المبحث الثاني: عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع

المطلب الأول: افتراض الجمهور النشط والأصول النفسية والاجتماعية

لاستخدامات وسائل الإعلام.

المطلب الثاني: دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام وتوقعاته.

المطلب الثالث: تعرض وإشباع الجمهور لوسائل الإعلام.

المبحث الثالث: نقد نظرية الاستخدامات والإشباع والرد على ذلك

المطلب الأول: نقد نظرية الاستخدامات والإشباع.

المطلب الثاني: الرد على الانتقادات الموجهة للنظرية.

تعددت الاتجاهات التي تناولت تأثير وسائل الاتصال واختلفت النظريات التي حددت حجمه ومداده، وذلك بسبب التطور الاجتماعي والعلمي الذي شهدته مجتمعاتنا وكذلك التطور الذي شهدته وسائل الإعلام نفسها.

فقد اهتم الباحثون باستخدام الوظيفي لوسائل الإعلام من خلال تحديد ماذا يفعل الناس بوسائل الاتصال، بدلا من الاتجاه الذي يبحث فيما تفعله وسائل الإعلام للناس ومن ثم ظهر مدخل الاستخدامات والإشباع الذي اعتمد على الأساس الوظيفي لوسائل الإعلام، والذي يرى أن تحديد أثر وسائل الإعلام في المجتمع يتم عبر تحديد استخدامات هذه الوسائل من قبل الجمهور.

المبحث الأول: مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع

المطلب الأول: تعريف نظرية الاستخدامات والإشباع

1/ تعريف الاستخدام: هو استعمال شيء ما أداة أو وسيلة أو عدة أشياء واستغلالها

لتلبية حاجات معينة لدى الأفراد في حياتهم¹³.

2/ تعريف والإشباع: «الإشباع هو إرضاء رغبة، أو بلوغ هدف، أو خفض دافع،

وتدل كلمة أيضا على الحال التي يتم فيها ذلك. ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي، خفض التنبه والتخلص من التوتر، فالتراكم والتنبيه يولد إحساسا بالألم. ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض للتنبيه كأنه لذة». ويرتبط الإشباع بمفاهيم أخرى كالرغبة والحاجة والدافع¹⁴.

* الحاجة: تعرف في علم النفس على أنها حالة من التوتر، أو عدم الإشباع يشعر بها

فرد معين، وتدفعه نحو التصرف منحها نحو الهدف الذي يعتقد أنه سوف يحقق له الإشباع، وهي لا تعني مجرد الافتقار بل لا بد من توافر الإحساس الملزم بضرورة تحقيق هذه الحاجة.

وهناك فرق بين الحاجة والرغبة، فالرغبة هي شعور بالميل نحو أشخاص أو أشياء

معينة لا تنشأ من حالة نقص، أو اضطراب كما هي الحال في الحاجة، فالرغبة تستهدف التماس اللذة أما الحاجة فتستهدف تجنب الألم¹⁵.

¹³ - سهيلة بوضياف، المدونات الالكترونية في الجزائر. (رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال)، جامعة الحاج لخضر: كلية الحقوق، باتنة، 2009، ص 18.

¹⁴ - المرجع نفسه، ص 20.

¹⁵ - سهيلة بوضياف، المدونات الالكترونية في الجزائر. مرجع سابق، ص 20.

الدوافع: يطلق لفظ الدوافع في علم النفس على القوي الانفعالية التي تحرك نشاط الإنسان وتوجهه نحو هدف معين، والدافع إما أن يرجع إلى النفس وإما أن يرجع إلى جسم، وفي جميع الحالات فإن الدوافع هي ما تنطوي عليه الفطرة الإنسان من حاجات عضوية وغرائز، أو ما يتضمنه عقله من أفكار وتصورات¹⁶.

3/ تعريف نظرية الاستخدامات والإشباع:

تعرف نظرية الاستخدامات والإشباع بأنها «دراسة جمهور وسائل الإعلام الذي يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة»¹⁷

ويذهب "إدليستين وزملاؤه" إلى أن تأسيس نموذج الاستخدامات والإشباع جاء كرد فعل لمفهوم "قوة وسائل الإعلام الطاغية" ويضفي هذا النموذج صفة الإيجابية على جمهور وسائل الإعلام¹⁸. فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون التعرض لها ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة¹⁹.

¹⁶ - سميح عاطف الزين، علم النفس، معرفة النفس الإنسانية في الكتاب والسنة. ج2 (ط:1، بيروت، دار الكتاب اللبناني، 1411هـ-1991م)، ص119.

¹⁷ - مديحة جيطاني، استخدامات الشباب الجامعي لمواقع الإسلامية. (رسالة ماجستير في الدعوة والإعلام)، جامعة الحاج لخضر: كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، باتنة، 2009م، ص35.

¹⁸ - حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة. (ط: 7، مصر، الدار المصرية اللبنانية ، 2008م)، ص240.

¹⁹ - عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامي. (لا.ط، لا.م، لا.ن، 1433هـ)، ص09.

المطلب الثاني: فروض النظرية وأهدافها

1/ فروض النظرية: وهي تعتمد على خمس فروض:

- 1- أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- 2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات.
- 3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل وليس الوسائل التي تستخدمهم.
- 4- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد احتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يتهاون الوسائل التي تشبع تلك الاحتياجات.
- 5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط²⁰.

2/ أهداف النظرية:

وتحقق نظرية الاستخدامات والإشباع ثلاث أهداف رئيسية وهي:

- 1 للتعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع اختيار واستخدام الوسائل التي تشبع حاجاته.
- 2 شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة، والتفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا التعرض.

3-التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال

الجماهيري²¹.

المبحث الثاني: عناصر النظرية الاستخدامات والإشباع

تركز نظرية الاستخدامات والإشباع على مجموعة من العناصر تمثل محور هذا المدخل وتتمثل في:

المطلب الأول: افتراض الجمهور النشط والأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام.

1/ افتراض الجمهور النشط:

فالجمهور وفقا لهذا المدخل يستخدم وسائل الإعلام بشكل يرتبط باحتياجاته وأهدافه، كما أن لديه الوعي يمكنه أن يحدد بوضوح الأسباب التي تقدمه لاستخدام هذه الوسائل، ومن هنا يصبح مفهوم الجمهور النشط هو جوهر هذا المدخل.

ويشير بعض الباحثين في هذا المجال إلى أن مفهوم الجمهور النشط لا يفترض فقط أن الجمهور يختار ما يتعرض له من وسائل ورسائل إعلامية، بل يتعدى ذلك إلى اختيار المعنى الذي يفسر في إطاره هذه الوسائل.

وتزداد إيجابية هذا الجمهور من خلال الدراسات التي تتناول استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، حيث تشير إلى أن التطور التكنولوجي يرفع من درجات نشاط الجمهور بفضل الإمكانيات التي تتيحها هذه التكنولوجيات، خاصة كسر احتكار الدول لوسائل الإعلام، وسيطرتها على مصادر المعلومات، ووضعها للعديد من القيود على إنتاج الرسائل الإعلامية.

²¹ - محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. (ط:1، لاجم، الدار العالمي، 2009م)، ص255.

لقد مكنت مصادر المعلومات الإلكترونية من الإنترنت وبريد الإلكتروني والقنوات الفضائية، وغيرها أمكن الكثيرين الحصول على كثير من المعلومات والآراء التي ربما تكون قد حظرت بشكل رسمي في دولهم. ويقسم الباحثون نشاط و إيجابية الجمهور في التعامل مع رسائل الاتصال الحديثة إلى ثلاثة مستويات²².

✓ **الانتقائية:** حيث أن الأفراد الجمهور يختارون نوع الوسيلة قبل تعرضهم لها.

✓ **الاستغراق أو الاندماج :** فتعرض أفراد الجمهور لا يكون بصفة اعتباطية لأن

التكنولوجيات الحديثة أتاحت للمستخدمين إمكانية الحصول على ملايين المعلومات في ظرف زمني قياسي، وهو ما يتطلب الاندماج مع الوسيلة.

✓ **الإيجابية:** تتحدد الإيجابية بعد تعرض الفرد لوسائل الاتصال والإحساسات التي

تتبعي هذا التعرض وتشمل كذلك استجابة أفراد الجمهور للرسالة الإعلامية²³.

12/ الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام:

توصل جون جونستون (johnstone.j.w.) في دراسته حول استخدام المرهقين

لوسائل الإعلام والدمج الاجتماعي، إلى أن أفراد الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراد معزولين عن واقعهم الاجتماعي. إنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة، وشركاء في بيئة ثقافية واحدة.

وتتفق هذه الرؤية مع العديد من باحثي الاستخدامات والإشباعات الذين يعارضون دوما مصطلح «الحشد» لتمييز جمهور وسائل الإعلام، وطبقا لهذه الرؤية ف إن العديد من الاحتياجات المرتبطة باستخدام وسائل الاتصال ترتبط بوجود الفرد في بيئة اجتماعية، وتفاعله مع هذه البيئة.

²² - رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني. قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر، (لا.ط، لا.م)، (لان، 2007)، ص73.

²³ - تسعدين قدار، أثر تكنولوجيات الاتصال على الإذاعة وجمهورها، دراسته مسيحية في الاستخدامات والإشباعات. (رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال)، جامعة الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، 2010، ص99.

وقدمت عديد من الدراسات الدليل على دور العوامل الديموغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام، مثل ارتباط هذا التعرض بالنوع والعمر، والمهنة، والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي²⁴.

المطلب الثاني: دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام وتوقعاته:

1/ دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام

يفترض مدخل الاستخدامات والإشباع أن دوافع التعرض لوسائل الاتصال تنتج أساسا عن الحاجات النفسية والاجتماعية، وتؤدي إلى توقعات معينة يمكن إشباعها من خلال وسائل الاتصال.

وقد اعتبر كاتز katz وزملاؤه 1973م، أن الأفراد يستخدمون وسائل الاتصال الجماهيري للاتصال بالآخرين، وقاموا بتجميع 35 حاجة من البحوث السابقة، وذلك لتحديد الوظائف الاجتماعية والنفسية لوسائل الاتصال الجماهيري يمكن تجميعها في خمس فئات.

-الحاجات العاطفية: العواطف، الاستمتاع، الخبرة الجمالية

-الحاجات المعرفية: اكتساب المعلومات، المعرفة، الفهم

-الحاجات للتكامل الشخصي: تدعيم المصداقية، الثقة، الاستقرار

-الحاجة للتكامل الاجتماعي: تقوية الروابط مع الأسرة والأصدقاء

-الحاجة لتخفيف التوتر: الهروب والترفيه²⁵.

وهناك خلاف بين الباحثين في دراسة دوافع التعرض لوسائل الإعلام.

²⁴ - حسن عماد مكايي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة. مرجع سابق، ص244.

²⁵ - رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني. مرجع سابق، ص ص75-76.

- فهناك وجهة ترى أنه من الممكن النظر إلى الدوافع على أنها حالة داخلية يمكن للجمهور إدراكها وفهما مباشرة، وترتبط هذه الرؤية بنظرية القيمة المتوقعة expectancy-value وتفرض هذه النظرية أن دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام يعكس سلوكا إيجابيا ذا قيمة، أو اتجاهات إيجابية نحو وسائل الإعلام، وأن المتلقي لديه الوعي والقدرة على التعبير عن اتجاهاته بشكل مباشر، ويسعى إلى إشباع دوافعه من خلال التعرض لوسائل الإعلام.

-بينما هناك وجهة نظر ثانية ترى أنه ليس من الممكن فهم و إدراك دوافع الجمهور مباشرة، فالدوافع لا يمكن فهمها بشكل مباشر، ولكن يمكن إدراكها بشكل غير مباشر من خلال أنماط السلوك والتفكير..

-أما وجهة النظر الثالثة أن دوافع تعرض لوسائل الإعلام لا يمكن الوصول إليها عن طريق ما يقرره الجمهور بشكل ذي معنى، فالحاجات الأساسية مثلا قد تؤثر على تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بشكل مباشر، ولكن الجمهور قد لا يدرك هذه الحاجات باعتبارها دوافع للتعرض، فالدوافع قد تكون نتاج اللاوعي للصراعات غير المحسومة، وهكذا ما يؤكد عليه ماكجواير (McGuire.1974) عند مناقشته لمفهوم الدفاع عن الذات باعتباره أحد دوافع التعرض لوسائل الإعلام.

- يتبنى وجهة النظر الرابعة «أوستن بابرو» (Babrow1988) ويرى أن سلوك تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ليس له أي دافع، وتتفق هذه النظرية مع الفكرة العامة التي ترى أن السلوك الإنساني يرتبط غالبا بالتعود أو اللامعقول، وفي هذه الحالة عندما يحدد أفراد الجمهور «دوافع» التعرض، فإنه يعبر عن تفسيره للتعرض بدلا من كونه ناتجا عن حاجات داخلية تدفع لسلوك التعرض²⁶.

2/ توقعات الجمهور من وسائل الإعلام:

وتعد التوقعات من أهم الجوانب نظرية الاستخدامات والإشباع، وهي تنتج عن دوافع الجمهور للتعرض، ويعتمد التعرض لوسائل الاتصال على توقعات الجمهور، والتي تتنوع تبعاً للفروق الفردية، أيضاً للاختلافات الموجودة بين الثقافات واختلاف التوقعات يعكس في معظم الأحيان الثقافة السائدة في المجتمع²⁷.

المطلب الثالث: تعرض وإشباع الجمهور لوسائل الإعلام

1/ التعرض لوسائل الإعلام:

تؤكد معظم الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات والإشباع على أن هناك علاقة ارتباط بين البحث عن الإشباع والتعرض لوسائل الإعلام، ويعبر زيادة التعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبي احتياجاته²⁸.

2/ إشباع وسائل الإعلام:

يوصف أفراد الجمهور من منظور مدخل الاستخدامات والإشباع بأنهم مدفوعين. بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الاتصال بغية الحصول على الإشباع، كما ترتبط نتائج هذا الإشباع بسلوك التعرض لوسائل الاتصال أو أي مصدر آخر يلجأ إليه الفرد لإشباع حاجاته انطلاقاً من هذه حاول الباحثون التمييز بين الإشباع التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الإعلام الإشباع التي تتحقق بالفعل.

وتوصل سوانسون (Swanson 1987) إلى إمكانية ربط محتوى الرسالة بالإشباع

المتحققة، فبرامج الترفيه والدراما يمكن أن تحقق إشباع «التنفيس» الذي يتمثل في خبرات

²⁷ - تسعديت قدار، أثر تكنولوجيات الاتصال على الإذاعة وجمهورها، دراسة مسحية في الاستخدامات والإشباع. مرجع سابق، ص101.

²⁸ - رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني. مرجع سابق، ص80.

الاستشارة والتخلص من التوتر والقلق والهروب من المشكلات اليومية، في حين تحقق البرامج الإخبارية، اشباعات مراقبة البيئة مثل الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات²⁹.

المبحث الثالث: نقد نظرية الاستخدامات والإشباع والرد على ذلك

المطلب الأول: نقد نظرية الاستخدامات والإشباع

ساهمت نظرية الاستخدامات والإشباع في تقديم إستراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام والاتصال وإشباعاته، ازداد إدراك الباحثين بأهمية الاستخدام النشط للجمهور المتلقين باعتباره عاملاً وسيطاً في إحداث الأثر سواء كان كبيراً أو محدوداً، بالرغم من تطور أساليب البحث والاستقصاءات المنهجية والموضوعية إلا أن صوراً من الانتقادات وجّهت إلى هذه النظرية ومن أمثلتها:

- 1- يتبنى مدخل الاستخدامات والإشباع مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدافع، الهدف، الوظيفة، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة، وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج يتحصل عليها من تطبيق النظرية تبعاً لاختلاف التعريفات.
- 2- تعدد الحاجات الخاصة بالفرد بين فسيولوجية ونفسية واجتماعية، وتختلف أهميتها من فرد لآخر، ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى.
- 3- يعبر مدخل الاستخدامات والإشباع، استخدام أفراد الجمهور الوسائل الإعلام استخدام هادف ومقصود، والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك، فهناك أيضاً استخدامات غير هادفة.

²⁹ - حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة. مرجع سابق، ص 249.

4- تعتمد البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى وظائف وسائل

الاتصال من منظور فردى يستخدم الرسائل الاتصالية، في حين الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلالاً وظيفياً للبعض الآخر³⁰.

5- غياب النظرية الاجتماعية يجعل المدخل يتصف بدرجة عالية من التجريد، حيث

يتم عزل عملية الاتصال عن العمليات الاجتماعية الأخرى، فالأمر لا يتوقف على الحالة العقلية فحسب، بل هناك عوامل أخرى تدخل في هذه الدراسة مثل الوظيفة الاجتماعية للأفراد، والمستوى التعليمي.

من جانب آخر يرى بعض الباحثين أن النتائج المتمخضة عن تطبيق مدخل الاستخدامات والإشباعات قد تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط بدعوى إرضاء أذواق المتلقين في مجالات التسلية والترفيه والهروب .

المطلب الثاني: الرد على الانتقادات الموجهة للنظرية

تصدى الباحثون للرد على الانتقادات التي وجهت إلى هذا المدخل كإطار نظري لدراسات سلوك الجمهور نحو وسائل الإعلام منها:

– استطاع الباحثون في نظرية الاستخدامات والإشباعات وضع قائمة من الحاجات والإشباعات يختار الجمهور تحديدها عندما تقدم له، وبذلك تم تجاوز الشكوك حول القدرة الأفراد على تحديد حاجاتهم وإشباعاتهم.

– أن مفهوم الجمهور النشط يمكن التغلب عليه على غموض هذا المفهوم من خلال تقسيم إيجابية الجمهور إلى ثلاثة مراحل، تتمثل في الانتقاء قبل والاهتمام أثناء التعرض، وزيادة المعرفة والنقاش بعد التعرض³¹.

³⁰ - محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. مرجع سابق، ص 257.

وقد تطورت نظرية الاستخدامات والاشباعات في العقدين الأخيرين نتيجة لانتقادات التي تعرضت لها، مما أدى إلى ظهور بعض الاتجاهات الجديدة في محاولة لعلاج هذه السلبيات. وهذه الاتجاهات هي³²:

1- اتجاه يهتم بالربط بين دوافع الاستخدام وأنواع الاشباعات وطبيعة المضمون وطبيعة الوسيلة، فتعرض الفرض لوسيلة معينة، ومضمون معين سيؤدي إلى اشباعات معينة ترتبط بدورها بدوافع الفرد للتعرض للوسيلة الإعلامية.

2- اتجاه يهتم بفحص العلاقة المتداخلة بين دوافع الاستخدام وبين سلوكيات تلك الوسائل واتجاهاتها.

3- اتجاه يهتم بدراسة تأثير العوامل النفسية والاجتماعية على استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وتعرضهم لها، مثل المتغيرات الشخصية والسياق الذي يتم فيه التعرض، والنشاط الاجتماعي، وقد يعود اهتمام الباحثين بهذا الاتجاه إلى ضرورة تقديم دلائل حول تأثير وسائل الإعلام منطلقين في تفسيراتهم من السمات الاجتماعية والفردية³³.

³¹ - رضاء عبد الواحد، النظريات العلمية في مجال الإعلام الالكتروني. مرجع سابق، ص 86.

³² - مديحة جيطاني، استخدامات الشباب الجامعي لمواقع الإسلامية. مرجع سابق، ص 48.

³³ - رضاء عبد الواحد، النظريات العلمية في مجال الإعلام الالكتروني. مرجع سابق، ص 86-87.

الفصل الثالث

واقع القضايا الدينية

في العالم العربي

المبحث الأول: الفضائيات العربية المتخصصة

المطلب الأول: تعريف الفضائيات المتخصصة.

المطلب الثاني: أسباب ودوافع ظهور الفضائيات المتخصصة.

المطلب الثالث: أنواع الفضائيات المتخصصة وتصنيفاتها.

المبحث الثاني: نشأة الفضائيات الدينية والعوامل المؤثرة فيها

المطلب الأول: تعريف الفضائيات الدينية.

المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في تطور الفضائيات الدينية.

المطلب الثالث: سمات الفضائيات الدينية.

المبحث الثالث: وظائف الفضائيات الدينية ومهامها

المطلب الأول: وظائف الفضائيات الدينية.

المطلب الثاني: مهام الفضائيات الدينية.

المبحث الرابع: تصنيفات الفضائيات الدينية

المطلب الأول: تقسيم القنوات الإسلامية بحسب نوعية البرامج المقدمة.

المطلب الثاني: تقسيم القنوات الإسلامية حسب توجهات القائمين عليها.

المطلب الثالث: أهمية الفضائيات الدينية.

المبحث الأول: الفضائيات العربية المتخصصة

المطلب الأول: تعريف الفضائيات العربية المتخصصة

تمثل القنوات الفضائية المتخصصة إحدى خطوات تطور الخدمات الاتصالية العالمية، التي تتخصص بنوع من الإعلام كالإعلام الرياضي أو الاقتصادي أو الديني أو التربوي أو الترفيهي. والذي يسمى الإعلام المتخصص (specialized information) أو الاتصال المتخصص (specialized communication) الذي ينصب اهتمامه على جانب محدد من قضايا الحياة الإنسانية، ويعالج تلك القضايا من وجهة نظر محددة بتخصص ذلك الإعلام³⁴.

وقد تميزت هذه القنوات بكونها كانت شمولية وجامعة، حيث امتازت شبكة برامجها بالتوجيه نحو جمهورها عريض من مختلف الأعمار ومختلف الأذواق، كما أنه من مختلف الفئات الاجتماعية والفكرية والثقافية³⁵ وتقديم تكنولوجيا وسائل الإعلام وتطورها والتي مرت بعدة مراحل ابتداء بمرحلة الصفاة حيث يكون جمهورها صغيرا ومحدودا، ويمثل الأكثر ثراء وتعلّما.

وقد صممت الرسائل في هذه المرحلة بما يتوافق مع احتياجاتهم، ثم جاءت مرحلة الحشد حيث يكون جمهورها من مختلف فئات المجتمع، حيث صممت الرسائل لتلبي رغباتهم وتتماشى مع طبيعة المرحلة، أما مرحلة التخصص التي نعيشها والتي تميزت بظهور جماعات مفككة من الجمهور ذات مصالح خاصة هي وسائل الإعلام لمخاطبتها³⁶.

فظهرت الفضائيات المتخصصة وهي عبارة عن تلك القنوات الفضائية التي تخلت عن شمولية المضمون والمقصد، لتعطي كامل اهتمامها في مجال برمجي واحد ونحو جمهور

³⁴ - هاشم أحمد نغميش، "التعرض للإعلان في القنوات الفضائية ذات الاتجاه الإسلامي". مجلة جامعة الأنبار للعلوم الإنسانية، العدد: الأول، آذار، 2010م، ص302.

³⁵ - نصر الدين ليعاضي، يوسف تمار، فن البرمجة وإعداد الخارطة البرمجية في القنوات التلفزيونية العربية. سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، (لا.ط، تونس اتحاد إذاعات الدول العربية، 2007م)، ص54-55.

³⁶ - عمرو صبري أبو جبر، محاضرات في مساق الإعلام المتخصص. (لا.ط، فلسطين، لان، جامعة فلسطين، كلية الإعلام والاتصال، 2011م)، ص18-19.

محدد، كما تعني تلك القناة التي تركز الاهتمام في فرع واحد وتتولد منه جزئيات³⁷ كما في القنوات الرياضية المختصة في رياضة كرة القدم.

المطلب الثاني: أسباب ودوافع ظهور الفضائيات المتخصصة

يمكن إرجاع ظهور وانتشار القنوات الفضائية المتخصصة إلى:

- ✓ تراكم المخزون السمعي البصري، فعلى امتداد نصف قرن من وجود التلفزيون في البلاد العربية وطيلة قرن كامل من وجود الصناعة السينمائية في مصر إكتضت الأشرطة بالآلاف من ساعات البرامج الدرامية والوثائقية والأفلام السينمائية والحفلات الموسيقية والأغاني والمنوعات وغيرها مما هو قابل لإعادة البث أكثر من مرة³⁸.
- ✓ الحيز الزمني الذي تحتله البرامج ومواقيت البث التي لا تتلائم، وكذا الحاجة المعرفية المتزايدة للمشاهد ورغبة في إثراء البرامج خاصة الحوارية بالأراء المخالفة أو المعضدة له أدى إلى ظهور القنوات الفضائية المتخصصة³⁹.
- ✓ زيادة رأس مال المستثمر وزيادة عدد الممولين والقنوات ووسائل الإرسال إلى الاتجاه نحو الذوق الخاص أو التخصص⁴⁰.
- ✓ العوامل التكنولوجية المتمثلة في نظام البث باستخدام تكنولوجيا الأقمار الصناعية، وخاصة البث المباشر، والذي أتاح كمًّا كبيراً من القنوات اتجه الكثير منها إلى التخصص في إنتاج تقديم مضامين معينة⁴¹.

³⁷ - المنصف العياري، محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة. مرجع سابق، ص11.

³⁸ - حسن نيازي الصيفي، الفضائيات العربية في عصر العولمة، الفرص والتحديات... الواقع والطموحات. (ط:1،

القاهرة، دار الهندس، 2010)، ص 107.

³⁹ - المنصف العياري، محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة. مرجع نفسه، ص13.

⁴⁰ - حسن نيازي الصيفي، الفضائيات العربية في عصر العولمة، الفرص والتحديات... الواقع والطموحات. مرجع نفسه،

ص107.

⁴¹ - رحيمة الطيب عيساني، اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الإسلامية ودورها في توعيته ضد التطرف والتعصب، دراسة ميدانية في جامعة الجزائر، (رسالة دكتوراه)، جامعة الجزائر، 2008، ص 14.

المطلب الثالث: أنواع الفضائيات المتخصصة وتصنيفاتها

بعد ولادة البث الفضائي السمعي المرئي في العالم العربي، وظهر عدد كبير من القنوات الفضائية التي لم تقتصر ملكيتها على الدولة فقط بل تعددت ذلك إلى الملكية الخاصة لأشخاص ومؤسسات أهلية، وتنوع مضامين تلك القنوات تبعا للأهداف المرسومة لها، بين سياسية وتجارية، ونتيجة لتطور تلك القنوات من قنوات عامة إلى قنوات متخصصة من حيث المضمون والجمهور المستهدف. وتتخذ القنوات المتخصصة أحد شكلين هما:

أولاً: قنوات متخصصة في المضمون : وهي قنوات تقدم نوعية معينة من البرامج

المتخصصة، ولكنها تستهدف جمهوراً عاماً مثل القنوات المتخصصة في الأخبار والبرامج الإخبارية أو القنوات الموسيقية الغنائية وقنوات الأفلام والدراما.

ثانياً: قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه : وهي قنوات تستهدف الوصول

إلى قطاع معين من الجمهور، يتميز بخصائص وسمات مشتركة، وتقدم هذه القنوات مواد متنوعة تلائم تلك الخصائص والسمات مثل ذلك قنوات الأطفال المتخصصة، قنوات المرأة، القنوات المتخصصة لرجال الأعمال⁴².

على هذا الأساس يمكن تصنيف القنوات العربية المتخصصة كالآتي:

1-قنوات الموسيقى والتنوعات : وهي القنوات التي تبث مواد موسيقية تركز أساساً

على الأغاني المصورة العربية والأجنبية ونقل الحفلات مباشرة أو مسجلة.

2-قنوات الدراما العربية والأجنبية : تبث مسلسلات ومسرحيات وأشرطة سينمائية

عربية بالأساس، ونشير إلى أن عدداً من القنوات العربية هي قنوات عرض فقط أو إعادة عرض لإنتاجات درامية غربية (أمريكية بالأساس) مترجمة على الشاشة إلى العربية.

⁴² - طرابلسي أمينة، إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال. (رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال)، جامعة منتوري: كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، قسنطينة، 2009، ص 100.

ونذكر على سبيل المثال قناة mbc2 وقناتي Super movies-Super comedy على شبكة الأرتي.

3-قنوات الرياضة: تهتم بنقل التظاهرات الرياضية العربية والعالمية مع التركيز على مباريات كرة القدم. وتتنافس القنوات المشفرة الخاصة على احتكار حقوق بث مقابلات أبرز المنافسات الأوروبية⁴³.

4-قنوات التعليم والبحث العلمي: تعرض برامج تعليمية موجهة إلى طلاب المدارس والجامعات في مختلف المستويات والتخصصات باستخدام وسائل وتقنيات متطورة. ولمصر الريادة في هذا المجال إذ خصت تسع قنوات تعليمية تتوجه كل واحدة إلى فئة معينة من المتعلمين⁴⁴.

5-قنوات الأسرة والطفل والمرأة: ونجد هنا قناة مصرية تحمل اسم قناة الأسرة والطفل. وكما نجد أن قناة واحدة تتوجه إلى المرأة العربية (قناة هي) مع أن المضمون البرامجي لهذه القناة يتضمن المسلسلات المدبلجة والبرامج الحوارية والموسيقى. وتمثل قضايا المرأة جزءاً ضئيلاً من اهتمامات القناة، ويبلغ عدد القنوات التي تتوجه إلى الطفل 6 قنوات وهي: Art للأطفال، Spase toon، المجد للأطفال، mbc 3، Fun channel، وقناة ديزني، وتعرض هذه القنوات في جزء مهم من برمجتها الرسوم المتحركة المدبلجة⁴⁵.

⁴³ - المنصف المعياري، محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية المتخصصة. مرجع سابق، ص18.

⁴⁴ - حسن نيازي الصيفي، الفضائيات العربية في عصر العولمة. مرجع سابق، ص152.

⁴⁵ - المنصف المعياري، محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية المتخصصة. المرجع نفسه، ص18.

6-قنوات إخبارية: تقوم بتغطية الأحداث عن طريق شبكة المراسلين المنتشرين عبر

مختلف دول العالم، وتقديم برامج حوارية وتحليلات إخبارية، عددها 26 قناة⁴⁶.

7-قنوات دينية: هي قنوات ملتزمة بنهج عقائدي لا تخرج عنه في كل ما تقدمه إلى

مشاهديها من متبني العقيدة أو المذهب أو الخط الإيديولوجي. وتعتمد هذه القنوات إلى معالجة القضايا المطروحة بطرق شتى قد تكون سردية أو حوارية أو درامية أو وثائقية ولكنها في كل الأحوال لا تحيد التخصص العقائدي ولا تنظر إلى المسائل إلا من منظار ما تدعو إليه.

8-قنوات الخدمات : وصنف ضمن هذا المجال القنوات المهمة بالموارد البشرية

وتنمية القدرات الفردية (smarts way) وبشؤون العقار والسياحة : قناة مصر السياحية وقناة العقارية.

9-قنوات تفاعلية : هي قنوات تبث الإرساليات القصيرة للمشاهدين وهو ما يوفر

فرصة للتخاطب بين المشاهدين، وقد ابتكرت قناة تسلية طريقة جديدة في التخاطب إذ تقرأ الرسالة من قبل رسوم كارتونية عبر برمجية معلوماتية.

10-قنوات الثقافة والفنون : وهي القنوات المهمة بالمجال الثقافي بمختلف تفرعاته

من كتابه ورسم ورقص وتراث.

11-تلفزيون الواقع : وهي قنوات تفاعلية تنقل تفاصيل الحياة اليومية لمجموعة من

الأشخاص يتسابقون للفوز بلقب مجال المسابقة : نجم الغناء (قناة ستار أكاديمي) وعرس الهوا سوا (قناة عالها سوا).

⁴⁶ - سعيده عباس، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية. (رسالة ماجستير في الدعوة والإعلام)، جامعة حاج لخضر: كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، باتنة، 2009، ص87.

12-قنوات الاقتصاد : تنقل الأحداث الاقتصادية والمالية على الساحتين العربية

والعالمية. ونلاحظ هنا وجود قناة عربية واحدة متخصصة في هذا المجال في المقابل تبث شبكة سي أن بي سي الأمريكية قناة بالعربية (cnbc بالعربية) هي الأولى التي تبث المعلومات المالية والتجارية باللغة العربية على مدى أربع وعشرين ساعة، وتقدم القناة تغطية مكثفة عن آخر التطورات للشؤون الإقليمية والدولية، وتبث هذه القناة من مدينة دبي للإعلام.

13-قنوات علمية وطبية : هي قنوات تخدم كافة أفراد الأسرة وتتوجه إلى مختلف

الأعمار من خلال عرض برامج صحية وتربوية وبسط لأبرز المشاكل الصحية التي يواجهها الإنسان⁴⁷.

❖ أمثلة لبعض القنوات الفضائية المتخصصة:

-قنوات الجزيرة المتخصصة: "jsc"

كانت الانطلاقة الأولى للبث لقناة الجزيرة الفضائية بتاريخ 1996م حيث كان البث لمدة ست ساعات يوميا على القمر الصناعي عربسات 2-أ ثم زيدت في عام 1998م إلى تسع ساعات ثم إلى سبع عشرة ساعة إلى أن أصبح البث على مدار الساعة عام 1999م.

وتولى القناة الجانب الإخباري جل اهتمامها كونها قناة متخصصة في الأخبار ويتمثل ذلك في تقديم النشرات الإخبارية والمواجيز والتغطيات الحية والمباشر للأحداث وقت وقوعها.

كما قامت الجزيرة مؤخرا بإطلاق عدد من القنوات الفضائية ومنها قناة الجزيرة مباشر لتغطية ونقل الأحداث والمناسبات حية على الهواء، وقناة الجزيرة الوثائقية وقناة

⁴⁷ - المنصف العياري، محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة. مرجع سابق، ص ص 18-19.

الجزيرة للأطفال وقنوات الجزيرة الرياضية، وقناة الجزيرة الدولية، ويغطي بث قنوات الجزيرة أغلب دول العالم تقريباً، مستخدمة في ذلك ستة أقمار صناعية⁴⁸.

-قنوات تلفزيون الشرق الأوسط المتخصصة "mbc"

وهي أول قناة عربية يمتلكها القطاع الخاص برأسمال سعودي ومقرها لندن بدأت إرسالها عام (1991م) على أقمار فضائية ويصل بثها إلى معظم قارات العالم⁴⁹. استطاعت مجموعة تلفزيون الشرق الأوسط "mbc" أن تجذب عدداً كبيراً من مشاهدي منطقة العالم الإسلامي والعربي لأسبقيتها وخبرتها وتعاقدها مع كبار الشركات المنتجة العربية والأجنبية⁵⁰.

وتضم مجموعة "mbc" مجموعة قنوات تلفزيونية منها: mbc1 و mbc2 و mbc3 و mbc4 و mbc action ومحتطين إذعيتين هما mbc fm للموسيقى الخليجية وبنانوراما fm لأغاني العربية الحديثة...

-شبكة راديو وتلفزيون العرب المتخصصة "art"

وبدأ بثها الأول عام (1993) بهدف خدمة العرب المقيمين خارج بلدانهم وتتخذ من إيطاليا مقراً لها، وقد تجاوز عدد القنوات الفضائية ضمن هذه المجموعة أكثر من عشر قنوات تنوعت في برامجها وأهدافها وسعة تغطيتها العالية⁵¹.

⁴⁸ - رحيمة مزيد، قناة الجزيرة وصراع الفضائيات. (ط: 1، القاهرة، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2002م)، ص 09-15.

⁴⁹ - طه احمد الزبيدي، وآخرون، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفنائه. (ط: 1، عمان، دار النفائس، 2010م)، ص 23.

⁵⁰ - (<http://www.almaqreze.net>) يوم الزيارة 2014/04/30

⁵¹ - طه احمد الزبيدي، وآخرون، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفنائه. مرجع سابق، ص 23.

وطورت نمطا جديدا واستغلت مرامي جديدة وهو حيز تلفزيون القنوات المتخصصة، وهي تنتج خمسة موجهة للبلدان العربية (art للمنوعات، art للرياضة، art للأطفال، art للأفلام، art للموسيقى الكلاسيكية العربية) وثلاث قنوات موجهة لمناطق جغرافية خارجية أي أوروبا وأفريقيا وأمريكا⁵².

-قنوات النيل المتخصصة "nile tv"

انطلقت قنوات النيل المتخصصة في عام (1998م) بعدد 10 قنوات منها قناتين انضمتا إليهما (قناة الدراما عام 1996م، قناة المعلومات عام 1993) وهي أول ثمار مشروع القمر الصناعي المصري (النابل سات) تضم قنوات النيل المتخصصة في بداية انطلاقها: قناة النيل للدراما، قناة النيل للمعلومات، قناة النيل للأخبار، قناة النيل الثقافية، قناة النيل للأسرة والطفل، قناة النيل التعليمية⁵³ المتخصصة في التربية والتعليم. وتضم باقة قنوات النيل التعليمية (ابتدائي، إعدادي، ثانوي، فني، لغات، معارف، محو الأمية، وقناة المنار للبحث العلمي وقناة التعليم العالي)، كما افتتحت قناة النيل الدولية وهي أول قناة دولية تذيع برامجها باللغات الفرنسية والانجليزية والتي أضيفت إليها بتاريخ (2002م) بهدف مخاطبة الرأي العام في الكيان الصهيوني⁵⁴.

-قنوات المجد المتخصصة: بدأ البث الرسمي لقناة المجد الفضائية في الأول من ربيع

الأول 1424 هـ الموافق لـ 2 مايو 2003م، واتخذت إرسالها من مدينة دبي للإعلام بدولة الإمارات العربية المتحدة مقرا لها.

⁵²- نصير بو علي، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر. (لابط، الجزائر، دار الهدى، 2005)، ص 76.

⁵³- (<http://www.moinfo.gov.eg>) يوم الزيارة 2014/04/30.

⁵⁴- سامي الشريف، "الفضائيات العربية والصورة الذهنية للعرب والمسلمين". المنتدى الإعلامي السنوي الثاني، جامعة القاهرة، ص ص 180-181.

وتضم منظومة المجد مجموعة من القنوات العامة والمتخصصة وهي قناة المجد العامة، قناة القرآن لكريم المتخصصة، قناة الحديث الشريف وقناة الأطفال المتخصصة وقناة الوثائقية⁵⁵.

-قناة العربية:

بدأت قناة العربية بثها في (2003م)، واتخذت من مدينة دبي للإعلام مقرا لها. وتبث القناة بتقديم موجزا للأنباء كل ساعة وثلاث نشرات رئيسيه مدة كل منها ساعة يوميا، إضافة إلى برامج الحوارات اليومية والتعليقات الإخبارية على الأحداث. وحرصت القناة على أن تكون حاضرة في موقع الحدث حال وقوعه لنقله مباشرة إلى جمهور المشاهدين.

واستطاعت قناة العربية الإخبارية الفضائية وخلال فترة قصيرة أن تفرض نفسها كأحد أهم مصادر الإخبار التلفزيونية العربية لدى أعداد كبيرة من الجماهير. دخلت مساحة المنافسة الإخبارية المتخصصة من أوسع أبوابها⁵⁶.

⁵⁵ - هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي. (ط: 1- ط: 2، القاهرة، دار المصرية اللبنانية، جامعة عين شمس، 1429-

2010-1431/2008)، ص 268.

⁵⁶ - محمد بن عبد الله الكباش الزهراني، دوافع تعرض الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية المتخصصة. (رسالة ماجستير في الإعلام)، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: كلية الدعوة والإعلام، مملكة العربية السعودية، 1430هـ-2009م، ص 25.

المبحث الثاني: نشأة الفضائيات الدينية والعوامل المؤثرة فيها

تثير ظاهرة الفضائيات الدينية والبرامج الدينية كثير من النقاش، إذا تبدوا وكأنها توطر لجيل جديد، ليس من الناحية العمرية فقط ولكن من الناحية الفكرية من حيث تأثيراتها في خلق توجهات فكرية دينية كان مكانها الانفعالي محصورا في السابق في الجامع وفي المدارس الدينية، لتحضى، وبفضل استخدام هذه الوسيلة الجديدة التي تصنع التعاملات اليومية بمرجعية تلفزيونية دينية⁵⁷.

المطلب الأول: نشأة الفضائيات الدينية

إن تجربة الفضائيات الإسلامية على صغر سنها وقلة عددها، استطاعت أن تثبت نفسها، وحق لها أن تفخر بما قدمته وتقدمه، رغم كل الهفوات التي لا يخلو منها عمل حيث أطلق هذا النمط فضاء من الدعوة الرصينة الواعية، في سماء مشحونة باليبث الفاسد المدمر، واستطاعت الصمود والاستمرار والتأثير الوجداني والنفسي والخلقي والديني والعلمي، وهذا أمر بات واضحا للبصير ولم يعد خافيا حتى على الجاهلين⁵⁸.

لقد استطاعت هذه الفضائيات الدينية ولو جزئيا أن تسد حاجة المشاهد العربي من الإعلام الهادف.

فقبل نحو أحد عشر عاما، أعلنت «شبكة راديو وتلفزيون العرب» (art) على إنشاء قناة «إقرأ» الفضائية الإسلامية، كأول فضائية إسلامية متخصصة معلنة بذلك دخول نوع جديد من الفضائيات للمشاهد العربي، تنامت بعد ذلك الأفكار ليزيد عدد القنوات الإسلامية عن 80 قناة في عام (2010م).

⁵⁷ - سلام كوكبي، الفضائيات الدينية، انقلاب في المشهد البصري أم ظاهر وقتية، موقع إلكتروني :

(<http://www.ahewar.org/debat/show:art.asp?Aid:86472>) يوم الزيارة 2014/04/09.

⁵⁸ - خضير بن كامل محمد اللحياني، أثر الفضائيات على المراهقين والمراهقات في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر التربويين والتربيات. (رسالة دكتوراه الفلسفة في التربية)، جامعة كولوميس: كلية التربية: قسم الإعلام، الولايات المتحدة الأمريكية، 1429هـ-2008م، ص83.

وفرض الإعلام الإسلامي وجوده بين وسائل الإعلام الأخرى من خلال نسب المشاهد العالية، وتتسابق المشايخ ورجال الأعمال على تدشين القنوات الواحدة تلو الأخرى بدافع نشر الخير من قبل البعض والتجارة والربح من البعض الآخر.

وكانت بداية الإعلام الفضائي الإسلامي في غزة رجب عام 1419هـ الموافق 21 أكتوبر (1998م) عندما قررت شبكة راديو وتلفزيون العرب (art) إنشاء أول فضائية إسلامية في العالم العربي، والتي اتفق على تسميتها قناة " إقرأ" وحملت شعار: "متعة الإعلام الهادف". وقد اتخذت من مدينة جدة السعودية مقرا لها⁵⁹.

من ثم توالى القنوات الفضائية ذات الاتجاه الإسلامي والتي تسمى القنوات الفضائية الإسلامية بالظهور تباعا، وأصبحت أعدادها بالعشرات⁶⁰.

المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في تطور الفضائيات الدينية

ثمة عوامل عديدة طرحت نفسها على الساحة الإعلامية في مجال الإذاعة والتلفزيون مع ظهور الأقمار الصناعية وبداية عصر السموات المفتوحة نذكر منها ما يلي:

1- ظهور التخصص كإحدى سمات المجتمع الحديث، ثم بدأ الاتجاه العالمي نحو الإعلام المتخصص في الدول المتقدمة...، فقد ظهرت منذ فترات طويلة قنوات متخصصة في الرياضة ولاقت نجاحا، تلاها ظهور القنوات المتخصصة داخل التخصص بمعنى وجود قنوات متخصصة في لعبة واحدة من الألعاب الرياضية، فهناك قنوات لكرة القدم فقط وثانية للتنس وثالثة للمصارعة... وهكذا.

⁵⁹-Ali Mahmud al-omari.«the reality of the islamic channels in the arab word»: «International journal of west asian studies.»vol.3n02, 2011, pp104-105.

⁶⁰ - هاشم بن نغميش، التعرض للإعلان في القنوات الفضائية ذات الاتجاه الإسلامي. مرجع سابق، ص 103-104.

2- وفرة القنوات ورخص تكاليفها كنتيجة للتطور التقني، وبالتالي أصبح ممكنا أن

تكون هناك قنوات متخصصة تجذب أهل الاختصاص حتى غدت هناك قنوات مرتبطة بنشاط معين أو هواية معينة أو لتسويق سلعة واحدة فقط مثل قنوات العقارات أو السيارات وما إلى ذلك⁶¹.

3- زيادة الاستثمارات العربية في الإعلام الفضائي على أيدي بعض رجال الأعمال

العرب الذين يستثمرون أموالهم في مجال الإعلام عامة والإعلام المتخصص على وجه التحديد.

4- تحرر الإعلام الفضائي من السيطرة الحكومات واحتكارها لوسائل الإعلام: فلا

شك في أن كثيرا من الحكومات العربية ترى في الإعلام أداة من أدوات السيطرة وغسيل المخ، بل ترى فيه حصنا من الحصون التي تحتمي بها من النقد ودرعا من دروع التبرير لقراراتها الصحيحة والخاطئة.

ومع ظهور الأقمار الصناعية وانفلات الأمور من أيدي السلطات القطرية المحلية والإقليمية وصعوبة التشوش على أي إعلام مخالف أو معاد، بدأت قبضة الحكومات تضعف على الإعلام إنتاجا وبثا وتصديرا، ومن هنا بدأت طبقة من رجال الأعمال والمال يسعون إلى الاحتماء بوسائل الإعلام لحماية مصالحهم، ومن هنا كانت فكرة أن يكون لرجال الأعمال قنوات تدافع عنهم وفي نفس الوقت تمثل مشروعا استثماريا يدر عليه الملايين⁶².

المطلب الثالث: سمات الفضائيات الدينية

اتسمت الفضائيات الدينية الإسلامية بكثير من السمات السلبية والإيجابية نتيجة حداثة عهدها، إذا لم يمر على أقدمها أكثر من عشرات السنوات.

⁶¹ - حسين نيازي الصيفي، الفضائيات العربية في عصر العولمة. مرجع سابق، ص121.

⁶² - حسن علي محمد، القنوات الدينية الإسلامية... واقعها ومستقبلها. (لا.ط، القاهرة، لان، جامعة المنيا : كلية الآداب، 29ديسمبر2012)، ص04.

أولاً: السمات الإيجابية :

1- نشر الثقافة الإسلامية في المجتمع والدعوة إلى العودة إليها: وبيان أنه لا يمكن

فصل الدين عن جانب من الجوانب الحياة.

2- قيام تلك القنوات بدور مهم في خدمة المجتمع : وذلك من خلال الحفاظ على ثوابته

وقيمه، والدفاع عن تلك الثوابت والقيم، ومعالجة قضايا المجتمع ومشكلاته من خلال ثوابته، وعدم استيراد حلول من بيئات وحضارات أخرى، تؤدي إلى مشاكل جديدة، وتفاقم المشاكل القديمة⁶³.

3- تعريف غير المسلمين بالإسلام : وتقوم بهذه المهمة بعض القنوات الإسلامية

الناطقة بالإنجليزية: مثل قناة هدى وبعض القنوات الباكستانية والماليزية وهي تعرض فكرنا الإسلامي بلغة سلسة قريبة من الخطاب الإعلامي الغربي وهي خطوة على طريق التعريف بالإسلام تسير في الطريق الصحيح وبخاصة أنها موجهة إلى المسلمين من غير العرب وإلى غير المسلمين أيضاً⁶⁴.

4- القنوات الإسلامية التي أصبحت نافذة يطل منها علماء الدين والدعاة وأهل

الاختصاص الشرعي على جماهير عريضة من المشاهدين في أرجاء الكرة الأرضية أنها ساعدت على نشر الدعوة الإسلامية وإعطاء صورة الحقيقة، فكانت منبرا للدعاة يتوجه إلى مختلف أرجاء المعمورة، وعلى الوقوف بوجه كافة الأكاذيب والدعاوى الموجهة ضد الإسلام وتفنيدها، ونقل ما يجري للمسلمين في بقاع الإسلام المختلفة وفضح الجرائم التي ترتكب بحقهم (الشيشان، أفغانستان، فلسطين، العراق). وظهور شخصيات إسلامية من جنسيات مختلفة لم يكن من السهل التعرف عليها لولا الفضائيات⁶⁵.

⁶³ - حسن نيازي الصيفي، الفضائيات العريضة في عصر العولمة. مرجع سابق، ص122.

⁶⁴ - حسن علي محمد، القنوات الدينية الإسلامية...واقعها ومستقبله. مرجع سابق، ص06.

⁶⁵ - طه أحمد الزبيدي، وآخرون، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفنائه. مرجع سابق، ص36

5- القنوات الإسلامية لها رسالة وهدف، وتحاصر القنوات ذات الأثر السلبي: القنوات الإسلامية لها رسالة وهدف وتؤمن بالدور الخطير للإعلام، وتسعى إلى الارتقاء بالإعلام العربي وتقوم بدور كبير في منافسة القنوات الأخرى التي ليست لها هدف محدد ولها تأثير سلبي⁶⁶.

ثانياً: السمات السلبية:

1- وجود اختلال في الأولويات وفقة الواقع نتيجة خلط السياسي بالديني واستخدام الدين في الصراعات الدولية والإقليمية والمحلية ومحاولة تحقيق مكاسب على حساب ودغدغة حواس الجماهير.

2- التقليدية في الخطاب والإنتاج وهي تعكس ضعفاً في الإعداد والإخراج مما حيث يتصور المعد إن مهمته تنتهي بجلب ضيوف البرنامج ويتصور المخرج بأن مهمته تنتهي بجلوس الضيف على الكرسي في الإستديو وتصويب الكاميرات نحوه، وهي سمة سائدة في البرامج الدينية والفضائية⁶⁷.

3- أنها تفتقر لوجود كوادر إعلامية مدربة وتفتقر للكثير من المقومات المطلوبة لإيصال الرسالة الإعلامية لجمهور المشاهدين على اختلاف مستوياتهم الثقافية والاجتماعية، كما تفتقر الكوادر القائمة على هذه الفضائيات الإسلامية للوعي الكامل والصحيح بالإسلام⁶⁸.

⁶⁶ - حسن نيازي الصيفي، الفضائيات العريضة في عصر العولمة. مرجع سابق، ص 123.

⁶⁷ - حسن علي محمد، القنوات الدينية الإسلامية... واقعها ومستقبله. مرجع سابق، ص 05.

⁶⁸ - ممدوح الصغير، تطوير الفضائيات الدينية بين الحاجة والآلية والدعم

4-الترويج لمفاهيم سطحية عملت على صرف الناس عن قضاياهم المصيرية

والمفصلية والجوهرية⁶⁹.

المبحث الثالث: وظائف الفضائيات الدينية ومهامها

المطلب الأول: وظائف الفضائيات الدينية

تتعدد وظائف الإعلام الإسلامي وتتسع لتضم نواحي كثيرة من النشاط الإسلامي، وذلك تبعا للمسؤولية الخاصة والخطيرة، التي يضطلع بها هذا الجانب من حياة الأمة، وهو جانب ذات تأثير كبير وفاعل على أكثر من صعيد، كونه لا يكتفي بنقل الخبر، وإن كان نقله بأسلوب ووجهة نظر إسلاميين أمر ضروري ومطلوب بإلحاح، إلا أن وظائف الإعلام الإسلامي تتجاوز هذه المهمة بمراحل، بسبب أن الإسلام جاء لينظم حياة الإنسان كلها، وليس خطابه موجها إلى فئة من البشر، أو مختصا بمجموعة من الناس، ومن هنا كان الإعلام ركنا أساسيا من أركان الدعوة ووسائلها فضلا عن أنه وسيلة من وسائل الجهاد بالكلمة، والتي تكون أحيانا أقوى فاعلية من الأسلحة التقليدية.

ولعل أولى وظائف الإسلامي تبليغ الدعوة ونشر الرسالة الإسلامية، فالإسلام دين لجميع الناس بلا استثناء، ومنوط بجملة هذه الرسالة السماوية الخالدة⁷⁰، أن يبلغوا الإسلام بالشكل الذي يقبله جمهور الدعوة الإسلامية ويحبه، وهو كل البشر وأن يراعوا في كل وسيلة الطريقة المناسبة⁷¹.

حيث يسعى الإعلام الإسلامي أولا إلى نشر عقيدة التوحيد كما يتبنى دعوة الناس إلى العبودية الخالصة لله وحده دون سواه، ونبذ كل مظاهر الشرك وكشف الطواغيث وتحريم

⁶⁹ - طه أحمد الزيدي، وآخرون، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفئاته. مرجع سابق، ص 37.

⁷⁰ - طارق احمد البكري، الصحافة الإسلامية في الكويت مجلة المجتمع نموذجاً. (رسالة ماجستير في الدراسات الإسلامية)، كلية الإمام الأوزاعي للدراسات الإسلامية، 1996، بيروت، 2003م، ص58.

⁷¹ - مصطفى بن احمد كناكر، دراسات في الإعلام الإسلامي نحو قنوات فضائيات إسلامية. ج2 (ط:1، بيروت، لبنان، الكويت، دار النوادر، 1433هـ-2012م)، ص 60.

العقيدة من مفتريات أعداء الإسلام وما علق بها من مخالقات، وكشف العقائد الباطلة والضالة، والتركيز على دعوة الآخرين إلى الإسلام، كما تقوم بنشر المفاهيم الإسلامية الصحيحة والقيم الأصلية بين المسلمين فالإعلام نشاط دعوي.

ومن وظائف الإعلام الإسلامي بيان الحق الذي يعمل على بناء الشخصية الإسلامية المتوازنة المفكرة والمبدعة والقوية، وبناء المجتمع المتماسك والمتكامل، وتعميق الشعور الإنساني تجاه الآخرين، مع بث روح الألفة والمودة والتعارف والتآلف والانسجام بين سائر المسلمين وتقوية الروابط الاجتماعية بينهم، ومناصرة المستضعفين والعمل على إنصافهم، فالاهتمام بشؤون المسلمين أصل عظيم، فمن لا يهتم بأمر المسلمين فليس منهم، والتأكيد على أن كرامة الإنسان مصانة، وحرية الفرد مكفولة، وحماية المجتمع الإسلامي من إفرازات المجتمعات الغربية بتعرية الحضارة الغربية بمفاهيمها المنافية للإنسانية⁷².

ومن وظائف الإعلام الإسلامي المساهمة في عملية التنشئة الاجتماعية وفق أصول الدين وتعاليم السنة النبوية والقرآن الكريم والتواصل الفكري بين الماضي والحاضر، ونقل المعلومات وتفسيرها وتبسيطها للجماهير.

إن الإعلام الإسلامي بعد انتشاره من خلال الفضائيات لا يمكن أن ننكر دوره في إحداث التمييز الاجتماعي في المجتمعات العربية والمسلمة فهناك الكثير من الأمور المؤثرة في بناء المجتمع وصلاحه وتحمل الإعلام الإسلامي هذه المسؤولية في نقل الأفكار والقيم إلى شرائح المجتمع بموضوعية ومسؤولية، فهو إعلام يحاول محاكاة المعايير الثقافية بناء على مستوى إدراك الفرد وتفكيره كما أنه يعتمد على دور الجماعة في نقل الثقافة الإسلامية والتأثير في المجتمع بمختلف الصور⁷³.

المطلب الثاني: مهام الفضائيات الدينية

⁷² - طه أحمد الزبيدي، وآخرون، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفئاته. مرجع سابق، ص33.

⁷³ - يسرى خالد إبراهيم، "الفضائيات الإسلامية بين الخبرة الإعلامية والتأصيل العلمي"، مجلة الجامعة العراقية، كلية الآداب/ قسم الإعلام، ع: 1/28، ص433.

تنطوي مهمة الإعلام في الإسلام على واجب شرعي، يقوم به المسلمون تجاه دينهم ويأثمون إذا تركوه أو قصرُوا فيه، وهو واجب محكوم في مضمونه بالقاعدة النبوية الشريفة: «ومن يؤمن بالله واليوم الآخر فليقل خيراً أو ليصمت»⁷⁴، فليس العمل الإعلامي في الإسلام قائماً على رغبة شخصية مجردة. أو لهوى أو غرض دنيوي، أو رغبة في التسلط وتحقيق المصالح الشخصية والمادية، أو الأهواء الضالة كما هو الحال في واقع حياة الناس ونظمها الإعلامية المختلفة.

ومن الواجبات الشرعية التي يستلزمها إيمان العبد بربه، ماله صلة بالإعلام ورسائله، كواجبات القول المتعددة التي تعد مسوغات شرعية لتملك وسائل الإعلام من أجل القيام بها، فضلاً عن توقف القيام بها على الوجه المطلوب في بعض الحالات على تملك تلك الوسائل، مما يحيل ملكية الوسائل من المقام المباح إلى الواجب. ومن تلك الواجبات هي⁷⁵:

- الدعوة إلى الوحدة وتعزيز الأخوة بين المسلمين: مما يؤسف له أن التناحر بين أبناء المسلمين على كل المستويات، دولا وجماعات إسلامية أحزاباً ومذاهب حتى أفراد الأسرة الواحدة صار بينهم الشقاق والخصام، وهذه مهمة عالمية كبيرة يحملها الإعلام الإسلامي ويسعى للإصلاح بين الجماعات والحكومات والأفراد عملاً يقول الله تعالى: ﴿ إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴾⁷⁶. وقوله: ﴿ إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاعْبُدُونِ ﴾⁷⁷.

فمن أهم ما ينهض به الإعلام الإسلامي مسموعاً ومرئياً ومقروءاً الدعوة إلى الوحدة، لأن أمتنا في هذه المرحلة تشهد تحديات تستوجب عليها أن تكون يداً واحدة. و أن تعتمد

⁷⁴ - محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري. تحقيق : محمد زهير بن ناصر الناصر، ج 3 (ط:1، دار طوق النحاة، 1422هـ)، كتاب الأدب، باب : من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فلا يود جاره، 11/8، ص2692.

⁷⁵ - محمد غياث مكتبي، الإعلام الإسلامي، ماهيته، خصائصه، أدوات، واقعه، وأشكالياته الراهنة. (لا.ط، لا.م، لا.ن، د.ت)، ص42.

⁷⁶ - سورة الحجرات، الآية 10.

⁷⁷ - سورة الأنبياء، الآية 92.

بحبل ربها مستجيبية للأمر الرباني⁷⁸: ﴿وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعاً وَلَا تَفَرَّقُوا﴾⁷⁹. كما قال الله سبحانه وتعالى: ﴿وَإِذْ أَخَذَ اللَّهُ مِيثَاقَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ لَتُبَيِّنُنَّهُ لِلنَّاسِ وَلَا تَكْتُمُونَهُ﴾⁸⁰. فهذا الواجب من الواجبات الشرعية أيضاً التي تجب على أفراد المسلمين وجماعاتهم قاطبة، فضلا عن ولاية أمرهم، كل بحسبه والبيان والتبليغ لدين الله يتطلب جهداً ووسيلة، ومن أبرز مظاهر هذا الجهد البيان بالقول وأما الوسيلة فلكل زمان وسيلته.

فإبلاغ الدين بما يمكن الناس من وصوله إليهم ومعرفتهم له شرط في تحقيق البلاغ. وخلو الذمة من المسؤولية والحرص وقد يسر الله سبحانه وتعالى وسائل الإعلام المعاصرة لتحقيق أكبر قدر ممكن من البلاغ. والتكليف الشرعي مرتبط بالوسع ﴿لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْساً إِلاَّ وُسْعَهَا﴾⁸¹.

وقد بلغ رسول ﷺ بما أتيح له من وسائل في عصره. فما أوحاه الله إليه من القرآن، والسنة بلغه لمن حوله مشافهه كلاماً غير منقوص. وبلغه بفعله، فحج مع المسلمين وقال ﷺ: «لتأخذوا مني مناسككم»⁸².

وصلى إمامهم وقال: «صلوا كما رأيتموني أصلي»⁸³. كما بلغه بوسائل التبليغ المتاحة لمن لم يبلغهم بصوته، فكاتب الملوك، وأرسل الرسل إليهم يدعوهم إلى الإسلام. ويبين لهم دين الله.

⁷⁸ - مصطفى بن احمد كناكر، دراسات في الإعلام الإسلامي نحو قنوات فضائيات إسلامية. مرجع سابق، ص ص-71
72.

⁷⁹ - سورة آل عمران، الآية 103.

⁸⁰ - سورة آل عمران، الآية 187.

⁸¹ - سورة البقرة، الآية 286.

⁸² - مسلم بن الحجاج بن مسلم القشيري النيسبوري، صحيح مسلم. تحقيق: نظر بن محمد الفارياي، ج 2 (ط:1)، دار طيبة 1427هـ-2006م)، كتاب الحج، باب: استجاب رمي جمرة العقبة، ص589.

⁸³ - محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري. كتاب الأدب باب: رحمة الناس والبهائم، مصدر سابق، ص2689.

وإذا كان بيان دين الله وتبليغه لا يتم في عالم مثل عالمنا ، متشابك المصالح، متباعد الأطراف والنواحي، معقد العلاقات، إلا بمثل هذه الوسائل التي تستطيع تجاوز كل تلك العقبات، وتحقق الكثير من المصالح، فلين تملك أفراد المسلمين وجماعاتهم لها من أجل هذه الغاية من أعظم المهمات وأوجب الواجبات⁸⁴.

⁸⁴ - محمد غياث مكتبي، الإعلام الإسلامي، ماهيته، خصائصه، أدوات، واقعه، وأشكالياته الراهنة. مرجع سابق، ص43.

المبحث الرابع: تصنيفات الفضائيات الدينية

لقد تجاوز عدد الفضائيات الإسلامية الثمانين قناة، وهذه الفضائيات وإن كانت جميعها تحمل لقب الإسلامية، إلا أن هناك اختلاف كبير فيما بينها. ولعل من الصعوبة وضع ضوابط لتقسيم القنوات الإسلامية على ضوءها⁸⁵. ولكننا بعد استقراء عدد من الدراسات يمكن تقسيمها وفقاً لمجموعة من الاعتبارات الخاصة بنوعية البرامج والجمهور المستهدف ودرجة التخصص أو العمومية ومصادر التمويل وغير ذلك من الاعتبارات الهامة، وفي هذا السياق يمكن أن نشير إلى تقسيماتها بحسب ما يلي :

المطلب الأول : تقسيم القنوات الإسلامية بحسب نوعية البرامج المقدمة

ب - قنوات إسلامية عامة :

وهي القنوات التي تتضمن برامجها مختلف الاهتمامات الدينية للأسرة العربية، ولا تتخصص في جانب محدد من البرامج، فهي موجهة للجمهور العام، ومن أهم هذه القنوات⁸⁶:

- قناة إقرأ : وهي قناة خاصة انبثقت عن مجموعة (art) التلفزيونية وتتميز بتنوع برامجها والإعلاميين فيها، وتعد القناة الأولى في التجربة القنوات الفضائية الإسلامية، حيث انطلقت إلى الفضاء عام 1998م.
- قناة المنار: هي قناة تلفزيونية خاصة، تنبثق عن فكر إسلامي شيعي وكل العاملين فيها من الإخوة الشيعية.

⁸⁵ -Ali mohmud AL-omari.«the reality of islamic Ghannels in the arab world» op.cit.pp105

⁸⁶ - مروى الصيفي، القنوات الفضائية الإسلامية الموقع الإلكتروني : digital.ahram.org.eg/article.aspx?seril=13993458ei-6045. يوم الزيارة: 2014/04/11.

● قناة المجد الفضائية: ظهرت بعد قناة (المنار). وهي خاصة، يمولها بعض رجال

الأعمال، وإعلامها يتسم بالسلفية⁸⁷.

● قناة الرسالة: وهي قناة فضائية تقدم إعلاما إسلاميا متميزا بأفكار إبداعية وبرامج

إبتكارية عالية الجودة للمعايير والمواصفات العالمية⁸⁸.

● قناة الهدى: بدأ بث قناة الهدى الفضائية مع إطلالة شهر رمضان 1426 هـ الموافق

04 أكتوبر 2005م⁸⁹. وهي قناة فضائية تعليمية تقدم باقة متنوعة من البرامج الشرعية

وأیضا البرامج التقليدية التي تهتم أفراد الأسرة وجميع الفئات العمرية، وتبرز من حيث

الدعوة لغير الناطقين بالعربية وبالتزامها رسالة الإسلام. لا تقتصر على العالم الإسلامي⁹⁰.

● قناة الناس: بدأت قناة الناس بثها كقناة خفيفة تذيع الأغاني، والفقرات الترفيهية،

وإذاعة لبعض تسجيلات حفلات الأعراس، وطلبات التعارف بين الجنسين إضافة لبعض

الومضات الإعلانية لمرشحين في الانتخابات المصرية وكان شعارها في ذلك قناة "الناس

لكل الناس" وكان ذلك في يناير في عام 2006م. ويملك القناة رجل الأعمال السعودي

«منصور كدسة» ويديرها «عاطف عبد الرشيد»، وتحولت القناة إلى قناة ذات صبغة دينية

بعدها بعام.

كما ظهر على شاشتها دعاة ومقدمي برامج من التيار السلفي أمثال الشيخ محمد حسان

والشيخ محمد حسين يعقوب والشيخ أبو إسحاق الحويني والشيخ محمود المصري⁹¹.

ب- قنوات إسلامية متخصصة:

⁸⁷ - مصطفى بن احمد كناكر، القنوات الفضائية الإسلامية بين الواقع والمأمول. (ط: 1، الكويت، سوريا، لبنان، دار

النوادر، 1433 هـ/2012م)، ص ص 10-09.

⁸⁸ - موقع إلكتروني. (<http://www.alesalah.net>). يوم الزيارة: 07/04/2014

⁸⁹ - هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي. مرجع سابق، ص 275

⁹⁰ - موقع إلكتروني. (<http://islamway.net/islamic.chonnels>). يوم الزيارة: 09/04/2014

⁹¹ - موقع إلكتروني. (<http://ar.wikipedia.org>). يوم الزيارة: 08/04/2014

وهي القنوات التي تتخصص في نوع محدد من البرامج الدينية، ومن أهم هذه القنوات:

سلسلة قنوات المجد المتخصصة وهي⁹²:

● قناة المجد للقرآن الكريم: بدأت قناة المجد للقرآن الكريم بث إرسالها في غرة رجب 1425هـ الموافق 17 أغسطس 2004م. وتعد القناة العربية الأولى المتخصصة في تلاوة القرآن الكريم⁹³، وتهدف هذه قناة إلى إيجاد صلة دائمة للمشاهد بكتاب الله عز وجل من خلال تلاوة آياته تلاوة متواصلة على مدار الأربع والعشرين ساعة يومياً، ولعشرات القراء من جميع أنحاء العالم الإسلامي⁹⁴.

● قناة المجد العلمية : وهي قناة متخصصة في دراسة العلم الشرعي بالمنهجية

الأكاديمية المنتظمة من خلال برنامج الأكاديمية الإسلامية.

● قناة المجد للحديث النبوي : وهي قناة متخصصة في بث برامج متنوعة وفواصل

خاصة بالحديث النبوي الشريف⁹⁵.

● قناة المجد الوثائقية: وهي قناة وثائقية عربية أطلقت عام 1426هـ⁹⁶.

● قناة المجد للأطفال : وقد تم إطلاقها عام 2004م وهي متخصصة ببث برامج

للأطفال وأفلام كرتون والمسابقات بالإضافة إلى الأناشيد، التي تهدف من خلالها الأخلاق الإسلامية التربوية من خلال أسلوب بسيط وسهل⁹⁷.

⁹² -Ali mohmud AL-omari.«the reality of islamic Ghannels in the arab world» op.cit. p106.

⁹³ - هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي. مرجع سابق، ص269.

⁹⁴ - (http://islamway.net/islmic-channels) يوم الزيارة 09/04/2014

⁹⁵ - هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، المرجع نفسه، ص271.

⁹⁶ - موقع القناة الإلكتروني (http://www.majddoc.com) يوم الزيارة 09/04/2014

⁹⁷ - (http://www.menaarabictv.com). يوم الزيارة 09/04/2014

● قناة شدا: وهي قناة متخصصة في الأناشيد الإسلامية⁹⁸.

● قناة الفجر: وهي قناة فضائية متخصصة في تلاوة القرآن الكريم وعلومه، يملكها

الشيخ السعودي «وجدي بن حمرة الغزوي»، وقد بدأ بثها في رمضان عام 1425م الموافق أكتوبر من عام 2004م⁹⁹.

● قناة العفاسي: هي قناة فضائية الخاصة للقارئ الشيخ مشاري بن راشد العفاسي، تنقل القناة أعظم مصدر التشريع الإسلامي وهو القرآن الكريم من مسموع إلى مرئي بأفكار متنوعة وفق الضوابط الشرعية ونتج عن القناة أهداف متنوعة أخرى وهي نشر الذكر والأدعية النبوية وتصوير القصائد والأناشيد الدينية، وتنمية مكارم الأخلاق¹⁰⁰.

● قناة الأمة: هي أول قناة فضائية تتبنى حب الرسول المصطفى ﷺ بثقافة فكرية، وضخها في الشارع العربي خاصة والشارع الإسلامي عامة، من خلال تأصيل رؤية موحد حول الدفاع عن سنة النبي ﷺ وسيرته وزوجاته وبناته وأصحابه وقرآنه وكل من يمت للمصطفى المختار بصلة.

وتهدف قناة الأمة الفضائية والتي هي النتاج الروحي لمركز أبحاث متخصص في المذاهب الهدامة إلى إعداد الأمة لمواجهة الحرب الموجهة إلى شخصية الأبرز في حياة المسلم وهي شخصية ﷺ¹⁰¹.

● قناة الحكمة: وهي قناة فضائية تقدم إعلاميا متخصصا في العلوم السنة النبوية برؤى إبداعية وبرامج متميزة وفقا للمعايير المعتمدة إعلاميا بمنهج إسلامي صحيح¹⁰².

⁹⁸ - (<http://www.albeean.com>) يوم الزيارة 09/04/2014

⁹⁹ - موقع القناة الإلكتروني. (<http://www.fdjrsat.tv>) يوم الزيارة 07/04/2014

¹⁰⁰ - موقع القناة الإلكتروني. (<http://www.alafasy.com>) يوم الزيارة 07/04/2014

¹⁰¹ - (<http://www.startimes.com>) يوم الزيارة 08/04/2014

¹⁰² - (<http://onlinetime.cinebb.com>) يوم الزيارة 07/04/2014

● قناة فتوى: قناة متخصصة بالفتاوى الفقهية، ويشرف عليها الشيخ سلمان بن فهد

العودة. وتمثل هذه القناة منبرا إعلاميا، يخدم الفتوى والمفتي والمستفتي وفق رؤية معتدلة، وتهدف للقضاء على فوضى الإفتاء¹⁰³.

المطلب الثاني: تقسيم القنوات الإسلامية حسب توجهات القائمين عليها

ت - قنوات عامة التوجه:

وهي القنوات التي لا تتميز بتوجه محدد، بل تعرض ضمن بثها البرامج الصوفية، والوهابية، والسلفية بل حتى التي يغلب عليها الطابع العلماني، من أهم هذه القنوات:

● قناة إقرأ

● قناة الرسالة

● قناة الصفوة

ث - قنوات سلفية:

وهي القنوات التي تسعى إلى نشر أفكار ومبادئ الفكر السلفي، وذلك بالاعتماد على عرض برامج لرموز هذا الفكر في العالم العربي أمثال الشيخ محمد العريفي، والشيخ محمد حسان، والشيخ أبي إسحاق الحويني وغيرهم، ومن أهم هذه القنوات:

● قناة المجد الفضائية جميعها

● قناة الناس

● قناة الحكمة

● قناة الهدى

● قناة الخليجية

¹⁰³ - هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي. مرجع سابق، ص372.

ج- قنوات صوفية:

● قناة الصوفية

● قناة صوفية

د- قنوات شيعية:

● قناة المنار¹⁰⁴.

● قناة الأنوار: هي قناة شيعية الأولى التي تم تأسيسها حسب توجيهات المرجع الديني

الكبير الراحل الإمام السيد محمد الحسيني الشيرازي¹⁰⁵.

● قناة الفرات: وهي قناة شيعية خاصة تتبع المجلس الأعلى للثورة الإسلامية في

العراق.

● قناة أهل البيت: وهي عراقية خاصة ناطقة باسم مكتب سماحة السيد هادي

المدرسي، وتهدف القناة ذات التوجه الشيعي إلى نشر الفكر الإسلامي¹⁰⁶.

المطلب الثالث: أهمية الفضائيات الدينية

يمكن الاستفادة من الإعلام الفضائي في نشر الدعوة والتوعية الدينية بقنواته التي

انتشرت على الناس مما جعلها اهتمام الباحثين والدارسين والمفكرين، فبرز أهميتها اليوم

فهي وسيلة العصر الأساسية، وذلك مما جعل هذه الوسيلة أداة طبيعية في أيدي الصالحين

الذين يحسنون الانفتاح بها، وكذلك أداة طبيعية في أيدي المفسدين الذين يفسدون بها.

وقد برز في الآونة الأخيرة اهتمام كبير بالتواصل الفضائي في مجالات عديدة. ومن

ثم كان استخدام الفضائيات ضرورية عصرية نابعة من أهمية الإعلام والاتصال في عالم

اليوم على الناطقين المحلي والعالمي¹⁰⁷.

¹⁰⁴ -Ali mohmudal.omari«the reality of islamic ghannels in the arab world»op.cit.p106-107-

108.

¹⁰⁵ - (<http://www.m.mahdi.net.com>). يوم الزيارة 09/04/2014

¹⁰⁶ - هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي. مرجع سابق، ص ص 137-139.

وقال الدكتور محمد يسرى في كتابه "الفضائيات الدينية... تحديات وطموحات" أن الإعلام بالإسلام عبادة جليلة تنضبط بالتوجه إلى الله تعالى، إخلاصا وتوحيدا وبالإتباع نهجا وتطبيقا قال الله تعالى : ﴿ قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ لَا شَرِيكَ لَهُ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ ﴾¹⁰⁸. ويذكر الدكتور في بحثه أهمية الفضائيات الدينية من بينها :

1- أن الفضائيات الإسلامية جهاد إعلامي فهي تبث القرآن الكريم وتلاوته ليلا ونهارا وترسل حديث المصطفى ﷺ في كل وقت.

2- الفضائيات الإسلامية مواجهة للتغريب : حيث عاش العالم الإسلامي زمنا طويلا خاضعا للغزو الثقافي والفكري من خلال الإعلام الغربي، وذلك ينتهي إلى تبعية اقتصادية وثقافية وحضارية مطبقة وجاءت هذه الفضائيات لتواجهه، وما تزال إفرزات العولمة وهي تحقق نجاحات واعدة ومبشرة بمزيد من التوفيق في استرداد الهوية الإسلامية الكاملة.

3- الفضائيات الإسلامية خيار معرفي، وبديل دعوي حاضر: فالإعلام اليوم هو إعلام تقني، يقوم على تقنية اتصالات رهيبية، والتي استغلها أعداؤنا فيما يسمونه بعولمة الثقافة، أو بالغزو الفكري، والتغريب، ولم يكن من اللائق لمسلمي هذا الزمان أن يقفوا عاجزين أو يائسين في مواجهة هذا الاختراق الثقافي والفكري العالمي¹⁰⁹.

¹⁰⁷- ياسين صالح علي، أثر القنوات الفضائية الإسلامية في التوعية الدينية. (رسالة ماجستير في قسم الدعوة وأصول الدين)، جامعة المدينة العالمية الإسلامية، 1433هـ-2012م، ص ص 3-4.

¹⁰⁸- سورة الأنعام، الآية 162-163.

¹⁰⁹- محمد يسرى ، الفضائيات الإسلامية... تحديات وطموحات.

الفصل الرابع

الدراسة الميدانية

في هذا الفصل سنقوم بالتعليق على الجداول الخاصة بعادات وأنماط مشاهدة أفراد عينة الدراسة نحو الفضائيات الدينية ويبين هذا الفصل نسبة مشاهدة المبحوثين للفضائيات الدينية والمدة التي يقضونها في ذلك، وأهم الفضائيات الدينية التي يشاهدونها، وأنواع برامجها ودوافع مشاهدتها... الخ ويعتبر فصل العادات وأنماط مدخل مهم لمعرفة وتفسيرها اتجاهات المبحوثين نحو الفضائيات الدينية وكذا تفسير آثار الفضائيات الدينية على المشاهدين، وفيما يأتي عرض النتائج الموصل إليها.

أولاً: عادات وأنماط مشاهدة الفضائيات العربية

* جدول رقم (04) يوضح نسبة مشاهدة القنوات الفضائية العربية لدى المبحوثين:

النسبة	التكرار	نسبة مشاهدة القنوات العربية
%35.36	70	دائماً
%63.63	126	أحياناً
%01.01	02	أبداً
%100	198	المجموع

يوضح الجدول رقم (04) أعلاه التكرارات والنسب المئوية لمتغير نسبة مشاهدة القنوات العربية لدى طلبة عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة الذين يتابعون أحياناً (%63.63) بتكرار (126) ونسبة الذين يتابعون دائماً (%35.36) بتكرار (70) وكانت نسبة الذين لا يشاهدون القنوات العربية (%01.01) بتكرار (02).

ويلاحظ هنا أنه يوجد هناك متابعة كبيرة في القنوات العربية من قبل المبحوثين بسبب تنوع برامجها المفيدة التي تجذب أكبر عدد من المشاهدين.

* جدول رقم (05) يوضح نوعية الفضائيات المفضلة لدى المبحوثين:

النسبة	التكرار	نوع الفضائيات
%80.61	158	العربية
%19.39	38	الأجنبية
%100	196	المجموع

يوضح الجدول رقم (05) أعلاه التكرارات والنسب المئوية لمتغير نوعية الفضائيات المشاهدة، حيث حصلت الفضائيات العربية على أعلى نسبة مشاهدة من أفراد عينة الدراسة بنسبة (80.61%) وبتكرار (158)، بينما توضح نسبة (19.39%) تدني نسبة مشاهدة القنوات الأجنبية بتكرار (38) من مجموع أفراد عينة الدراسة.

ونستنتج من خلال الجدول ارتفاع نسبة مشاهدة الفضائيات العربية وهذا ما توصلت إليه دراسة سعيدة عباس إلى نتائج مقاربة إليه¹¹⁰. ولهذا يعود أسباب اختيار الفضائيات العربية لعامل اللغة، ولكثرة النواقد الإعلامية، وتنوع برامجها في مختلف المجالات.

*** جدول رقم (06) يوضح نوع القنوات الفضائية العربية المشاهدة لدى المبحوثين:**

النسبة	التكرار	نوع القنوات العربية
%11.41	63	الإخبارية
%10.32	57	المنوعة
%10.87	60	الوثائقية
%10.87	60	الرياضية
%08.88	49	الأفلام
%03.27	18	التعليمية
%04.52	25	الموسيقية
%9.60	53	الثقافية
%5.26	29	الأطفال

110 - سعيدة عباس، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية، دراسة في العادات والأنماط. مرجع سابق،

الدينية	85	15.26%
الطبخ	53	9.60%
المجموع	*552	100%

يوضح الجدول رقم (06) التكرارات والنسب المئوية لمتغير أنواع القنوات الفضائية العربية التي يفضلون متابعتها لدى أفراد عينة الدراسة.

اتضح من خلال الجدول أن نسبة من مفردات مجتمع البحث يفضلون القناة الدينية نسبة (15.40%) في مشاهدة برامجها المفضلة وقد يفسر هذا الاختيار لهذه القناة لتعطش مفردات العينة لنوع خاص من البرامج تثبت فيها تعاليم الدين والشريعة ولكونها عنوانا للإعلام الهادف واهتماما للثقافة الدينية. ثم تأتي القناة الإخبارية في المرتبة الثانية بنسبة (11.63%) وهذا يشير إلى اهتمامهم بما يجري حولهم من حوادث وتغيرات، في حين نجد القناتين الوثائقية والرياضية سجلتا المرتبة الثالثة نسبتها تقدر بـ (10.87%) وهذا يشير إلى أن عينة الدراسة تسعى إلى تحقيق إعلام وثائقي مختلفة يخدم الإنسان وبيئته وكذا الرياضية فهي تشير إلى اهتمام أفراد العينة إلى زيادة متابعتها.

بينما أحرزت القنوات المنوعة على المرتبة الرابعة نسبة (10.32%) وهذا يشير إلى أن مفردات العينة يرغبون في المرح وخفة الحركة.

في حين احتلت القناة الثقافية والطبخ المرتبة الخامسة بنسبة (9.60%) وهذا يرجع إلى عدم اهتمام بمتابعة القنوات التي تساعد على رفع المستوى الثقافي والعلمي وكذا الطبخ الذي لم يعد مهما في المشاهدة. وتأتي القنوات الأخرى الأفلام والتعليمية والموسيقية والأطفال التي سجلت أدنى نسب مقارنة مع القنوات السابقة.

* جدول رقم (07) يوضح عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية العربية لدى

المبحوثين:

* اختار المبحوث أكثر من إجابة.

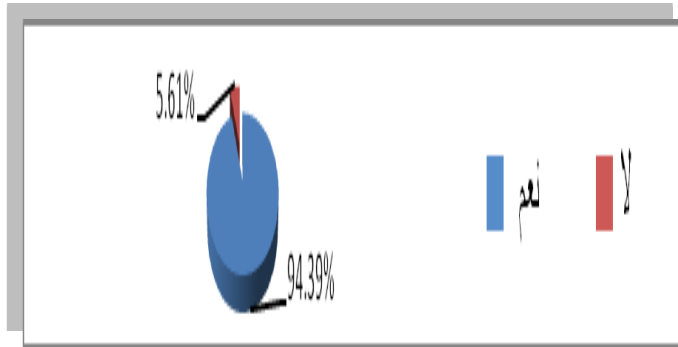
النسبة	التكرار	ساعات مشاهدة القنوات العربية
20.91%	41	أقل من ساعة
36.73%	72	ساعة
20.91%	41	ساعتان
14.29%	28	ثلاث ساعات
05.10%	10	أربع ساعات
02.04%	04	خمس ساعات
100%	196	المجموع

يوضح الجدول رقم (07) أعلاه التكرارات والنسب المئوية لمتغير ساعات مشاهدة القنوات العربية لدى طلبة عينة الدراسة، حيث تظهر أن أعلى نسبة مئوية بلغت (36.73%) وكان لعدد ساعات المشاهدة في (ساعة) وهذا أمر منطقي كون الطلبة في أيام الدوام ينشغلون بالعديد من الأمور مثل الدراسة والنوم المبكر للاستيقاظ من أجل الدوام الجامعي فلا يستطيعون قضاء وقت طويل في مشاهدة التلفزيون ويتضح أيضا أن نسبة الطلبة الذين يشاهدون الفضائيات العربية لمدة (أقل من ساعة وساعة) بلغت (20.41%) والذين يشاهدون ثلاث ساعات بلغت نسبتهم (14.29%) وتليها النسبة المئوية (05.10) وكان لعدد الساعات (أربع ساعات) بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (02.04%) لعدد ساعات (خمس ساعات).

ثانيا: عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية الدينية

* جدول رقم (08) يوضح نسبة مشاهدة الفضائيات الدينية لدى المبحوثين:

النسبة	التكرار	نسبة مشاهدة الفضائيات الدينية
%94.39	185	نعم
%05.61	11	لا
%100	196	المجموع



رسم بياني رقم 04: يوضح نسبة مشاهدة الفضائيات الدينية

يوضح الجدول رقم (08) والرسم البياني رقم (04) أعلاه التكرارات والنسب المئوية لمتغير نسبة مشاهدة الفضائيات الدينية لدى أفراد عينة الدراسة حيث أن أغلب أفراد العينة (185) أنهم يشاهدون الفضائيات الدينية فقد أجابت بنسبة (94.39%) أما نسبة (05.61%) المتمثلة ل (11) فردا من عينة الدراسة بأنها لا تشاهد الفضائيات الدينية ونلاحظ أن ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الدينية وهذا يشير إلى التمسك بالقيم الدينية والاهتمام بالجوانب المرتبطة بالدين الإسلامي

* الجدول رقم (09) يوضح ترتيب أهم الفضائيات الدينية المشاهدة لدى المبحوثين:

النسب	التكرار	ترتيب أهم الفضائيات
11.41%	72	المجد
19.47%	123	اقرأ
11.55%	73	الرحمة
16.29%	103	الرسالة
39.71%	251	أخرى
100%	632*	المجموع

يوضح الجدول رقم (09) أعلاه التكرارات والنسب المئوية لمتغير ترتيب أهم القنوات الفضائية الدينية لدى أفراد عينة الدراسة حيث سجلت في المرتبة الأولى قناة "اقرأ" بنسبة (19.47%) وتأتي المرتبة الثانية قناة "الرسالة" بنسبة (16.29%) ثم تليها المرتبة الثالثة قناة "الرحمة" بنسبة (11.55%) وفي المرتبة الرابعة قناة "المجد" بنسبة (11.40%) وجاءت بقية القنوات الأخرى بتكرار (251) بإجابات ونسب ضعيفة مقارنة بما أعطى من تفضيل في المشاهدة هذه القنوات السابقة.

وهكذا نلاحظ أن قناة "اقرأ" جاءت أعلى نسبة لدى طلبة عينة الدراسة حيث أن هاته القناة تتمتع بشعبية كبيرة نظرا لبرامجها المتميزة والمتنوعة.

* بعض أفراد العينة اختاروا أقل من العدد المطلوب.

* جدول رقم (10) يوضح عدد ساعات مشاهدة الفضائيات الدينية لدى المبحوثين:

النسبة	التكرار	ساعات مشاهدة الفضائيات الدينية
%46.49	86	أقل من ساعة
%36.76	68	ساعة
%10.27	19	ساعتان
%03.24	06	ثلاث ساعات
%03.24	06	أربع ساعات
%00	00	خمس ساعات
%100	185	المجموع

يوضح الجدول رقم (10) أعلاه التكرارات والنسب المئوية لمتغير عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية الدينية، حيث بلغ تكرار أقل من ساعة (86) بنسبة مئوية (46.49%) ثم جاءت ساعة بتكرار (68) بنسبة مئوية (36.76%) ثم تأتي ساعتان بتكرار (19) بنسبة مئوية (10.27%) في حين تأتي ثلاث وأربع ساعات بتكرار (06) بنسبة تقدر بـ (03.24%)، وفي الأخير لا يشاهدون الطلبة الفضائيات الدينية خمس ساعات.

ونلاحظ هنا نسبة أقل من ساعة في مشاهدة الفضائيات الدينية أعلى نسبة وهي نسبة مقبولة، وهذا يعود لكثرة القنوات المتخصصة في مجالات عديدة.

*** جدول رقم (11) يوضح ترتيب ودوافع مشاهدة القنوات الدينية لدى المبحوثين:**

النسبة	التكرار	ترتيب دوافع مشاهدة القنوات الدينية
18.90%	79	الحاجة إلى الفقه في علوم الدين
25.36%	106	الحرص على زيادة الثقافة الدينية
13.63%	57	الاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة الأشياء مفيدة
15.31%	64	سيرة الرسول والتاريخ الإسلامي
02.40%	10	المشاركة في الحوارات المباشرة على الهواء في بعض البرامج
11.24%	47	لأن برامجها تقدم لي حلول لمشكلات اجتماعية
13.16%	55	الاهتمام بالإسلام والمسلمين
100%	*418	المجموع

يوضح جدول رقم (11) التكرارات والنسب المئوية لمتغير دوافع مشاهدة القنوات

الدينية لدى أفراد عينة الدراسة فجاء دوافع الحرص على زيادة ثقافة دينية في المرتبة الأولى بنسبة (25.36%) وبتكرار (106)، والمرتبة الثانية جاء دافع الحاجة إلى الفقه في علوم الدين بنسبة (18.90%) وبتكرار بلغ (79)، والمرتبة الثالثة جاء دافع سيرة الرسول ﷺ والتاريخ الإسلامي بنسبة (15.31%) وبتكرار (64)، وفي المرتبة الرابعة جاء دافع الاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة الأشياء المفيدة بنسبة (13.63%) وبتكرار (57)

* اختار المبحوث أكثر من الإجابة

والمرتبة الخامسة جاء دافع الاهتمام بالإسلام والمسلمين بنسبة (13.16%) وبتكرار (55) والمرتبة السادسة جاء دافع أن برامجها تقدم لي حلولاً لمشكلات اجتماعية بنسبة (11.24%) وبتكرار (47) والمرتبة السابقة جاء دافع المشاركة في الحوارات المباشرة على الهواء في بعض البرامج بنسبة (02.40%) وبتكرار (10).

ويلاحظ هنا أن الحرص على زيادة الثقافة الدينية تثير الاهتمام طلبة عينة الدراسة بالجوانب الدينية لأن حاجة المسلم للدين بكل جوانبه حاجة ضرورية، حيث أن جميع شؤون حياته مرتبطة بالدين الإسلامي.

*** جدول رقم (12) يوضح نوع البرامج الدينية المفضلة في الفضائيات الدينية لدى**

المبحوثين:

النسبة	التكرار	نوع البرامج الدينية المفضلة
%11.98	51	تعليم القرآن الكريم وتجويده وتفسيره
%11.50	49	برامج السنة النبوية
%18.08	77	برامج الفقه والفتاوى
%15.26	65	برامج تربوية واجتماعية
%12.91	55	برامج ثقافية
%13.84	59	السيرة النبوية
%16.13	70	الأناشيد الدينية
%100	*426	المجموع

* اختار المبحوث أكثر من الإجابة

يوضح جدول رقم (12) التكرارات والنسب المئوية لمتغير نوع البرامج الدينية المفضلة في الفضائيات الدينية، حيث بلغت أعلى تكرار لبرنامج الفقه والفتاوى (77) بنسبة مئوية (18.08)، ثم جاءت برامج الأناشيد الدينية بتكرار (70) بنسبة مئوية (16.43%) ثم تليها برامج تربوية واجتماعية بتكرار (65) بنسبة (15.26%) في حين تأتي برامج السيرة النبوية بتكرار (59) بنسبة تقدر بـ (13.84%) ثم تأتي برامج ثقافية بتكرار (55) بنسبة (12.91%) ثم يأتي برنامج قبل الأخير تعليم القرآن الكريم وتجويده وتفسيره بتكرار (51) بنسبة مئوية (11.98%) وكان أدنى تكرار البرامج السنة النبوية (49) بنسبة (11.50%).

ويلاحظ هنا أن برامج الفقه والفتاوى في القنوات الدينية تحظى باهتمام كبير لدى طلبة عينة الدراسة، إلى جانب ذلك البرامج الأناشيد الدينية وأيضاً برامج تربوية واجتماعية وهذا أمر طبيعي لحاجة المسلم لمعرفة بعض الأحكام الشرعية واهتمام بالتربية والأسرة.

*** جدول رقم (13) يوضح فترات مشاهدة الفضائيات الدينية لدى المبحوثين:**

النسبة	التكرار	فترات المشاهدات
%07.02	13	الفترة الصباحية
%06.49	12	فترة الظهيرة
%12.43	23	الفترة المسائية
%10.27	19	فترة السهرة
%63.79	118	غير محددة
%100	185	المجموع

يوضح الجدول رقم (13) أعلاه التكرارات والنسب المئوية لمتغير فترات مشاهدة القنوات الدينية لدى طلبة عينة الدراسة حيث نلاحظ أن أفراد العينة ليس لديهم وقت محدد

لمتابعة القنوات الدينية بنسبة (63.79%) وبتكرار (118) تليها الفترة المسائية بتكرار (23) وبنسبة (12.43%) ثم تأتي فترة السهرة نسبتها (10.27%) وبتكرار (19) فتأتي الفترة الصباحية حيث تقدر نسبتها (07.02%) بنسبة (13) وكانت أدنى فترة الظهيرة نسبتها (06.49%) بتكرار (12).

ويلاحظ هنا أن مشاهدة طلبة عينة الدراسة للقنوات الدينية غير محددة وهذا يرجع إلى كثرة انشغالاتهم ودراساتهم اليومية.

*** جدول رقم (14) يوضح مقدار الزيادة والنقصان للمشاهدة القنوات الدينية لدى**

المبحوثين:

النسبة	التكرار	مقدار الزيادة والنقصان المشاهدة
65.94%	122	تزداد
34.06%	63	تتناقص
100%	185	المجموع

يوضح الجدول رقم (14) أعلاه التكرارات والنسب المئوية لمتغير مقدار الزيادة والنقصان في مشاهدة القنوات لدى طلبة عينة الدراسة، فيتضح أن عدد الذين تزداد مشاهدتهم للقنوات الدينية بلغ (122) بنسبة (65.94%) وعدد الذين تتناقص مشاهدتهم للقنوات الدينية بلغ (63) بنسبة (34.06%).

ويلاحظ هنا ارتفاع نسبة تزايد مشاهدة للقنوات الدينية، وهذا أمر طبيعي يتوافق مع طبيعة مجتمعنا المتمسك بدينه.

* جدول رقم (15) يوضح ترتيب زيادة مشاهدة القنوات الدينية لدى المبحوثين:

النسبة	التكرار	ترتيب زيادة مشاهدة القنوات الدينية
09.02%	24	لكثرة البرامج الدينية في القنوات الدينية
25.17%	67	الحاجة إليها في معرفة الأحكام الشرعية
30.49%	81	لزيادة ثقافة ومعرفة الدينية
16.91%	45	ليتناولها قضايا معاصرة فهم الأمة الإسلامية
09.02%	24	لأن بها فتاوى وأحكام قيمة
09.40%	25	لاستغلال الوقت في شيء مفيد
100%	*266	المجموع

يوضح الجدول رقم (15) أعلاه التكرارات والنسب المئوية لمتغير أسباب زيادة مشاهدة القنوات الدينية لدى طلبة عينة الدراسة فجاءت المرتبة الأولى زيادة ثقافتنا الدينية بتكرار (81) بنسبة (30.49%) وفي المرتبة الثانية جاء بسبب الزيادة لحاجة المشاهدة إليها في معرفة الأحكام الشرعية بتكرار (67) وبنسبة (25.19%) والمرتبة الثالثة تناول القنوات الدينية لقضايا معاصرة تهم الأمة الإسلامية بتكرار (45) وبنسبة (16.91%) وفي المرتبة الرابعة جاء استغلال الوقت في شيء مفيد بتكرار (25) ونسبة (09.40%) وفي المرتبة الخامسة جاء سببين لزيادة المشاهدة إليها لكثرة البرامج الدينية في القنوات الدينية واحتوائها على فتاوى وأحكام قيمة بتكرار (24) بنسبة (09.02%).

ويلاحظ هنا على الجدول السابق أن طلبة عينة الدراسة يرغبون في زيادة الثقافة الدينية ومعرفة الأحكام الشرعية وذلك من خلال ارتفاع نسبة هذين السببين، وهذا أمر طبيعي يسير إلى الحرص على المحافظة على شؤون دينهم.

*** جدول رقم (16) يوضح ترتيب أسباب نقصان مشاهدة القنوات الدينية لدى المبحوثين:**

النسبة	التكرار	ترتيب أسباب نقصان مشاهدة للقنوات الدينية
46.93%	46	وقت البرنامج الديني لا يتناسب مع وقت فراغي
9.19%	09	لا أثق بمصداقيتها
14.28%	14	لا تهتم بقضايا إسلامية معاصرة وتناقشها
4.09%	04	لا أعتبرها مصدر من مصادر تلقي الثقافة الدينية
9.19%	09	لا تقدم حلول كافية لبعض المشكلات الاجتماعية المعاصرة
16.32%	16	لاستضافتها لعلماء ومفكرين دون المستوى المطلوب
100%	98	المجموع

يوضح الجدول رقم (16) أعلاه التكرارات والنسب المئوية لمتغير أسباب تناقص

مشاهدة القنوات الدينية لدى طلبة عينة الدراسة، فجاء سبب أن وقت البرنامج الديني لا يتناسب مع وقت فراغي في المرتبة الأولى بنسبة (46.93%) وبتكرار (46) وفي المرتبة الثانية جاء سبب أن استضافتها لعلماء ومفكرين دون المستوى المطلوب بنسبة (16.32%) وبتكرار (16) وفي المرتبة الثالثة جاء سبب أن القنوات الدينية لا تهتم بقضايا إسلامية معاصرة وتناقشها بنسبة (14.28%) وبتكرار (14) وفي المرتبة الرابعة جاء لسببين أن المبحوثين لا يثقون في مصداقية القنوات الدينية ولا تقدم حلولاً كافية لبعض المشكلات

الاجتماعية المعاصرة بنسبة (09.19%) وبتكرار (09) وفي المرتبة الخامسة جاء سبب لا يعتبرون القنوات الدينية مصدرا تلقي الثقافة الدينية بنسبة (04.09%) وبتكرار (04).

ويلاحظ هنا على الجدول أن جميع أسباب تناقص مشاهدة القنوات الدينية لدى طلبة عينة الدراسة جاءت نسب متقاربة نسبيا، عدا السبب الرابع، كما يلاحظ ارتفاع نسبة السبب الأول والخاص بالفترة التي تثبت فيها البرامج الدينية التي أغلب ما تكون في غير فترات الذروة.

*** جدول رقم (17) يوضح كثرة الفضائيات الدينية لدى المبحوثين:**

النسبة	التكرار	كثرة الفضائيات الدينية
%61.62	114	مفيدة لكل
%03.79	07	ضارة لك
%31.35	58	مهمة لك
%03.24	06	خطيرة عليك
%100	185	المجموع

يوضح الجدول رقم (17) أعلاه التكرارات والنسب المئوية لمتغير كثرة الفضائيات الدينية لدى عينة الدراسة، حيث بلغت أعلى نسبة لتكرار مفيدة (114) بنسبة %61.62 في حين تليها أن نسبة كثرة الفضائيات الدينية مهمة تقدر ب %31.35 وبتكرار (58)، ثم جاءت نسبة ضارة وخطيرة بنسبة متقاربة حيث بلغت على التوالي (%03.79) وبتكرار (07) و(%03.24) وبتكرار (06).

ويلاحظ هنا أن كثرة الفضائيات الدينية لدى أفراد عينة الدراسة جاءت مفيدة بنسبة عالية وهذا يشير إلى أن هذه الفضائيات الدينية تراعي واقع الناس واهتمامهم نظرا لتمييز برامجها، خاصة وأن البرامج الدينية كانت من بين أهم البرامج متابعة من طرف الجمهور.

*** جدول رقم (18) يوضح أهم الفوائد المكتسبة من الفضائيات الدينية لدى**

المبحوثين:

النسبة	التكرار	أهم الفوائد المكتسبة من الفضائيات الدينية
61.40%	70	زيادة معرفة الثقافة الدينية
11.40%	13	معرفة مستجدات الفقهية وقضايا العصر
16.67%	19	معرفة الأحكام الشرعية
10.52%	12	معرفة سيرة النبي والتاريخ الإسلامي
100%	114	المجموع

يوضح الجدول رقم (18) أعلاه التكرارات والنسب المئوية لمتغير أهم الفوائد المكتسبة من الفضائيات الدينية لدى أفراد عينة الدراسة، نلاحظ أن فائدة زيادة معرفة الثقافة الدينية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (61.40%) وبتكرار (70) وفي المرتبة الثانية جاءت فائدة معرفة الأحكام الشرعية بنسبة (16.40%) وبتكرار (19) وفي المرتبة الثالثة بنسبة (11.40%) وبتكرار (13) وجاءت في المرتبة الرابعة معرفة سيرة النبي والتاريخ الإسلامي بنسبة (10.52%) وبتكرار (12).

ويلاحظ من خلال الجدول أن أهم الفوائد المكتسبة من الفضائيات الدينية لدى أفراد عينة الدراسة تشير إلى زيادة معرفة الثقافية وهذا ما تبين لنا في الجدول رقم (11) من خلال دوافعهم للمشاهدة القنوات الدينية.

* جدول رقم (19) يوضح أهم الأضرار الناتجة عن الفضائيات الدينية لدى

المبحوثين:

النسبة	التكرار	أهم الأضرار الناتجة عن متابعة الفضائيات الدينية
%14.28	01	كثرة الأحزاب والدعاة
%57.14	04	اختلاف الآراء
%14.28	01	فقدان السيطرة على صحة المعلومات المقدمة
%14.28	01	الشك في بعض الفتاوى الفقهية
%100	07	المجموع

يوضح الجدول رقم (19) أعلاه التكرارات والنسب المئوية لمتغير أهم الأضرار الناتجة عن متابعة الفضائيات الدينية لدى أفراد عينة الدراسة. نلاحظ أن نسبة أهم ضرار في متابعة الفضائيات الدينية : اختلاف الآراء نسبة (57.14%) ثم تليها النسب الأخرى المتساوية وهي كثرة الأحزاب والدعاة وفقدان السيطرة على صحة المعلومات المقدمة والشك في البعض الفتاوى الفقهية بنسبة تقدر بـ (14.28%)

نستنتج من خلال الجدول أن أهم ضرر في متابعة الفضائيات الدينية لدى أفراد عينة الدراسة هو اختلاف الآراء وهذا يفسر أن كثرة وزيادة في القنوات الدينية تنجم فيه كثرة الاتجاهات ووجهات النظر وهذا ما يجعله المسلم يختلط عليه الأمر في الدين.

*** جدول رقم (20) يوضح مدى تأثير الفضائيات الدينية لدى المبحوثين:**

النسبة	التكرار	تأثير الفضائيات الدينية على المشاهدة
%87.02	161	نعم
%12.98	24	لا
%100	185	المجموع

يوضح الجدول رقم (20) أعلاه التكرارات والنسب المئوية لمتغير حول مدى تأثير متابعة القنوات الدينية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث نلاحظ أن نسبة (%87.02) وبتكرار (161) هم الذين أثرت فيهم الفضائيات الدينية على المشاهدة في مقابل نجد نسبة (%12.98) وبتكرار (24) هم الذين لا يعتقدون أن مشاهدة الفضائيات الدينية تؤثر في حياتهم.

ويلاحظ هنا أن نسبة ارتفاع تأثير الفضائيات الدينية على أفراد العينة الدراسة يرجع إلى زيادة الرصيد الديني والعقيدة الإسلامية، وتوعية أكبر قدر من الجمهور وتنقيفية الثقافة الدينية الإسلامية.

*** جدول رقم (21) يوضح نوع تأثير الفضائيات الدينية لدى المبحوثين:**

النسبة	التكرار	نوع التأثير الفضائيات
%18.30	15	معاملة الغير معاملة حسنة
%24.39	20	التقرب إلى الله
%37.80	31	تعديل السلوكيات الخاطئة
%19.51	16	تجنب المحرمات
%100	*82	المجموع

* عدد الذين أجابوا بنعم هم 82 مبحوث.

يوضح الجدول رقم (21) أعلاه التكرارات والنسب المئوية لمتغير حول نوع التأثير متابعة القنوات الفضائيات الدينية لدى طلبة عينة الدراسة حيث أوضحت أن تأثير تعديل السلوكيات الخاطئة أعلى نسبة مئوية بلغت (37.80%) بتكرار (31) ثم يأتي تأثير التقرب من الله بنسبة (24.39%) بتكرار (20) ثم يليها تأثير تجنب المحرمات بنسبة (19.51%) بتكرار (16) أما التأثير الأخير معاملة الغير معاملة حسنة بلغت نسبتها (17.30%) وبتكرار (15).

*** جدول رقم (22) يوضح أهم مجالات الفضائيات الدينية لدى المبحوثين:**

النسبة	التكرار	أهم المجالات
%05.60	12	العقيدة
%17.22	37	الاجتماعي
%08.89	19	السلوكي
%04.68	10	النفسي
%23.37	50	الديني
%09.34	20	الثقافي
%04.20	09	الاقتصادي
%08.41	18	الأخلاقي
%10.74	23	التربوي
%07.48	16	العلمي

المجموع	*214	%100
---------	------	------

يوضح الجدول رقم (22) التكرارات والنسب المئوية لمتغير أهم المجالات التي تؤثر في مشاهدة القنوات الفضائية الدينية، حيث يتضح أن أبرز مجال لدى أفراد عينة الدراسة مجال الديني الذي بلغ نسبة مئوية (23.37%) وبتكرار (50) ثم جاء المجال الثاني الاجتماعي بلغ نسبة (17.22%) وبتكرار (37) في حين يأتي مجال الثالث التربوي بنسبة (10.74%) وبتكرار (23) بينما أحرز المجال الثقافي المرتبة الرابعة بنسبة (9.34%) وبتكرار (20) ثم جاء المجال السلوكي خامسا بنسبة مئوية (8.89%) وبتكرار (19) في حين تأتي المجالات الأخرى الأخلاقي، العلمي، العقيدة، النفسي، الاقتصادي بنسب ضعيف مقارنة بما اختارت من أهم المجالات المشاهدة في التأثير القنوات الدينية. ويلاحظ هنا أنه يوجد فوارق كبيرة في الاختلاف المجالات وهذا يشير إلى أن المجال الديني وراء هذا التأثير في مشاهدة القنوات الفضائية الدينية نسبة عالية بما يزيد عن هذا المجال في معرفة وإثراء الثقافة الدينية.

ثالثا: الاتجاهات عينة الدراسة نحو الفضائيات الدينية

* جدول رقم (23) يوضح اتجاهات طلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية لدى المبحوثين:

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	متوسط شدة الاتجاه	اتجاه العبارة
	ك	ك	ك	ك	ك		
01-الفضائيات الدينية ضرورية للمسلم في العصر الحالي	93	80	11	01	00	04.43	إيجابي

* أجاب المبحوث أكثر من إجابة.

إيجابي	3.93	02	17	27	84	55	02- تعدد الفضائيات الدينية يعد ظاهرة ايجابية
سلبي	02.77	08	41	54	65	17	03-المواضيع المعروضة في ال قنوات الدينية التي تشاهدها غير شاملة لجميع مجالات الحياة
إيجابي	02.85	03	11	34	95	42	04- تراعي المواضيع المعروضة في القنوات الدينية التي تشاهدها واقع الناس واهتماماتهم
إيجابي	03.75	06	22	25	91	41	05- تساهم الفضائيات الدينية التي تشاهدها في طرح حلول بعض القضايا والأزمات المحلية والإقليمية والعالمية بخلفية دينية
إيجابي	04.11	01	08	14	107	55	06- تساهم الفضائيات الدينية في إثراء الثقافة العامة
إيجابي	03.83	05	13	28	100	39	07- تعتبر الفضائيات الدينية مصدرا هاما للتعرف على اهتمامات ومشاكل المجتمع
إيجابي	04.26	02	00	14	100	69	08- تساهم الفضائيات الدينية في إثراء الثقافة الدينية
إيجابي	04.01	05	11	19	91	59	09- تساهم الفضائيات الدينية التي تشاهدها في حل بعض مشاكل الشباب
إيجابي	03.55	11	20	41	81	32	10- تركز الفضائيات الدينية على تنمية قدرات الإبداع لدى الفرد
إيجابي	03.53	مجموع الاتجاه العام					

يوضح الجدول رقم (23) أعلاه اتجاهات عينة الدراسة نحو الفضائيات الدينية من خلال متوسط شدة الاتجاه يتبين لنا أن شدة الاتجاه العام بلغ (3.53) اتجاه إيجابي.

في حين نستنتج أن العبارة الأولى أن أغلب عينة المبحوثين وافقوا بشدة على الرأي القائل "أن الفضائيات الدينية ضرورية للمسلم في العصر الحالي بنسبة (50.28%)، تليها نسبة الموافقين وقدرت بـ (43.24%)، ووقف (05.94%) منهم موقف الحياد، ولم يكن للمعارضة نصيب وافر من هذه العبارة حيث قدرت بـ (01.08%) فقط.

نستنتج أن عينة الدراسة تتجه اتجاهها إيجابيا نحو العبارة السابقة بـ (04.43) حيث ترى أن هذه الفضائيات تتوجه بخطابها وبرامجها إلى كل شرائح المجتمع من أطفال وكبار وأميين ومتعلمين ذكورا وإناثا، فهي تعد عوضا عن دروس المساجد والمراكز الإسلامية.

* تشير العبارة الثانية إلى نسبة عالية للموافقين على أن "تعدد الفضائيات الدينية يعد ظاهرة إيجابية" تقدر بـ (45.40%) و(29.72) للموافقين بشدة، في حين سجل المحايدون نسبة (14.60%)، أما بالنسبة للمعارضون فقدرت نسبتهم (09.18%)، و(01.09%) فقط للمعارضين بشدة.

من خلال ما سبق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة تتجه اتجاهها إيجابيا نحو العبارة الثانية بـ (03.93) فطلبة الجامعيين المتمثلون في عينة الدراسة يرون أن الفضائيات الدينية تهتم كثيرا في برامجها بالتربية الإيجابية، وتركز على القيم والمبادئ الإسلام التي تساهم في ترقية الفرد المسلم.

* تبين العبارة الثالثة أن (35.13%) من المبحوثين وافقوا على الرأي القائل أن "المواضيع المعروضة في القنوات الدينية التي تشاهدها غير شاملة لجميع مجالات الحياة"، بينما وافق عليها بشدة (09.19%) منهم، ووقف (29.19%) منهم موقف حياد، في حين أن (22.17%) عارضوا العبارة، و(04.32%) منهم عارضوها بشدة.

نستنتج أن عينة الدراسة تتجه اتجاهها سلبيا نحو العبارة الثالثة بـ (02.77) إذ ترى عينة الدراسة أن المواضيع المعروضة تتناقص بجميع مجالاتها، بالرغم من أن الفضائيات الدينية تتجه في برامجها نحو التنوع وإثارة القضايا ذات الصلة بالفرد.

* توضح العبارة الرابعة أن أكبر نسبة عينة المبحوثين وافقوا على الرأي القائل أن "الفضائيات الدينية تراعي المواضيع المعروضة في القنوات الدينية التي تشاهدها واقع الناس واهتمامهم" بمعدل (51.36%)، كما جاءت نسبيتي الموافقين بشدة والمحايدين متقاربة وهي على التوالي: (22.70%) و(18.38%)، والبقية توزعت بين معارض بنسبة (05.94%) والمعارض بشدة بنسبة (01.62%).

نستنتج من النتائج السابقة أن أغلب أفراد عينة الدراسة تتجه اتجاهها سلبيا نحو العبارة الرابعة بـ (02.87)، إذ ترى عينة الدراسة أن الفضائيات الدينية لا تراعى واقع الناس واهتمامهم، بحيث أن محتوى برامج الفضائيات الدينية تعالج القضايا من جميع الجوانب التربوية والنفسية والسلوكية والثقافية وغيرها.

* توضح العبارة الخامسة أن (49.19%) من المبحوثين أيدوا الرأي القائل أن "الفضائيات الدينية تساهم في طرح حلول بعض القضايا والأزمات المحلية والإقليمية والعالمية بخلفية دينية" وأيدوها بشدة (22.17%) ، في حين سجلت نسبة المحايدون (13.51%)، وتوزعت البقية بين معارض بـ (11.89%)، والمعارض بشدة بـ (03.24%).

نستنتج من النتائج أن عينة الدراسة تتجه اتجاهها ايجابيا نحو العبارة السابقة بـ (03.75) إذ ترى عينة الدراسة أن الفضائيات الدينية تعتمد إلى طرح بعض الأزمات ومناقشة القضايا المعاصرة من المنظور الإسلامي، فهي ذات أهمية اجتماعية وتربوية وبيئية وسياسية.

* تشير العبارة السادسة أن أكبر نسبة سجلت من طرف الموافقين على الرأي القائل بأن "الفضائيات الدينية تساهم في إثراء الثقافة العامة" بنسبة (57.83%)، ووافقها بشدة

(29.72%)، تليها نسبة المحايدون بـ (07.57%) ثم المعارضون بـ (04.32%) وأخيرا سجل المعارضون بشدة أضعف نسبة وهي (0.54%).

نستنتج من خلال العبارة السادسة أن عينة الدراسة تتجه اتجاها إيجابيا نحو العبارة السابقة بـ (04.11) حيث ترى أن عينة الدراسة أن الفضائيات الدينية تساهم بتزويد المعلومات وثقافات العامة، وهذا لتنوع برامجها المتميزة.

* تبين لنا العبارة السابعة أن نسبة عالية من الموافقين للرأي القائل بأن "الفضائيات الدينية تعتبر مصدرا هاما للتعرف على اهتمامات ومشاكل المجتمع" وصلت إلى (54.06%)، تليها فئة الموافقون بشدة (21.09%)، ثم المحايدون بـ (15.13%)، في حين يعارض عليها (07.02%)، وجاءت فئة المعارضون بشدة بنسبة (02.70%).

نستخلص مما سبق في العبارة السابعة أن عينة الدراسة تتجه اتجاها إيجابيا نحو العبارة السابقة بـ (03.83) فهي ترى أن الفضائيات الدينية ومن خلال برامجها التربوية الاجتماعية فهي تعد مصدرا هاما للتعرف على اهتمامات ومشاكل المجتمع.

* توضح العبارة الثامنة أن أعلى نسبة من فئة الموافقون للرأي القائل بأن "الفضائيات الدينية تساهم في إثراء الثقافة الدينية" بـ (54.05%)، تليها فئة الموافقون بشدة بنسبة (37.30%)، بينما وقف (07.56%) موقف الحياد، في حين جاءت نسبة معارضة بشدة بـ (01.09%) فقط.

نستنتج مما سبق أن الطلبة الجامعيين المتمثلين بعينة الدراسة يتجهون اتجاها إيجابيا نحو العبارة السابقة بـ (04.26) إذ ترى أن الفضائيات الدينية تزيد من معرفة ثقافته الدينية.

* تشير العبارة التاسعة أن (49.19%) من المبحوثين وافقوا للرأي القائل أن "الفضائيات الدينية تساهم في حل بعض مشاكل الشباب" في حين جاءت نسبة موافق بشدة (31.90%)، تليها نسبة محايد (10.27%)، وشهدت تقارب نسبتي في معارض ومعارض بشدة على التوالي (05.94% و(02.20%).

نستنتج مما سبق أن عينة الدراسة تتجه اتجاها إيجابيا نحو العبارة السابقة وذلك بـ (04.01) إذ ترى أن الفضائيات الدينية تثبت برامج خاصة لجميع شرائح المجتمع، فهي تهتم بالمرأة والشباب والطفل، وذلك رسالتها شمولية وعامة.

* توضح العبارة العاشرة إلى أن أكبر عدد من المبحوثين وافقوا على الرأي القائل أن "الفضائيات الدينية تركز على تنمية القدرات الإبداع لدى الفرد" وبلغت نسبته (43.79%)، بينما سجلت نسبة المحايد (22.16%) في حين تليها الموافقة عليها (17.30%) منه، وفضل (10.81%) معارضة على العبارة، (05.94%) عارضوا عليها بشدة.

نستنتج أن عينة الدراسة تتجه اتجاها إيجابيا نحو العبارة السابقة إذ بلغت نسبة اتجاه (03.55) فهي ترى أن الفضائيات الدينية من خلال البرامج ودورات تكوينية تزيد من نجاحات الفرد وفعاليتها في مجتمعه، وبالتالي تركز على البرامج الإيجابية حتى تحدث تنمية قدرات الإبداع لدى الفرد.

نتائج الدراسة الميدانية

ونستخلص من الدراسة الميدانية في العادات وأنماط ما يلي:

أولاً: عادات وأنماط مشاهدة الفضائيات العربية

1- تفضل عينة الدراسة مشاهدة الفضائيات العربية دائماً بنسبة (35.36%) وأحيانا

(63.63%) وأبدا (01.01%).

2- قد توصلت دراسة سعيدة عباس الموسومة باتجاهات المرأة العربية الجزائرية نحو

الفضائيات الدينية إلى نتائج مقاربة، فقد أجاب (80.61%) من المبحوثين أنهم يتابعون

الفضائيات العربية وفيما قالت نسبة (19.39%) المتمثلة (38) فردا من العينة المعتبرة بأنها تشاهد الفضائيات الأجنبية.

3- تفضل عينة الدراسة في تفصيل القنوات الدينية في المرتبة الأولى بنسبة

(15.26%) وقنوات الإخبارية في المرتبة الثانية بنسبة (11.41%) وفي المرتبة الثالثة

قنوات الوثائقية والرياضية (10.87%) وقنوات المنوعة في المرتبة الرابعة بنسبة

(10.32%) والمرتبة الخامسة قنوات الثقافية والطبخ وفي المرتبة السادسة الأفلام والمرتبة

السابعة التعليمية والأطفال والمرتبة الثامنة الموسيقية والمرتبة التاسعة التعليمية.

4- أغلب أفراد عينة الدراسة تفضل مشاهدة الفضائيات العربية حسب مدة (ساعة)

نسبة (36.73%).

ثانياً: عادات وأنماط مشاهدة الفضائيات الدينية:

1- أغلب أفراد عينة الدراسة تفضل مشاهدة الفضائيات الدينية نسبة (94.39%)

و(05.61%) من عينة الدراسة لا يشاهدون الفضائيات الدينية.

2- احتلت عينة الدراسة قناة "إقرأ" المرتبة الأولى كأفضل قناة دينية وذلك بنسبة

(33.15%) ثم في المرتبة الثانية قناة "الرسالة" بنسبة (27.77%) ثم في المرتبة الثالثة

قناة "الرحمة" بنسبة (19.68%) ثم في المرتبة الرابعة قناة "المجد" بنسبة(19.40%)

3- أغلب أفراد عينة الدراسة تفضل مشاهدة القنوات الفضائية الدينية حسب مدة (أقل من ساعة) بنسبة (46.49%).

4- جاءت دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الدينية لدى أفراد عينة الدراسة الحرص على زيادة ثقافتهم الدينية بنسبة (25.36%) وفي المرتبة الثانية الحاجة إلى الفقه في علوم الدين بنسبة (18.90%) وفي المرتبة الثالثة سيرة الرسول ﷺ والتاريخ الإسلامي بنسبة (15.31%)

وفي المرتبة الرابعة الاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة الأشياء المفيدة وفي المرتبة الخامسة الاهتمام بالإسلام والمسلمين بنسبة (13.63%) وفي المرتبة السادسة أن برامجها تقدم حلولاً لمشكلات اجتماعية وفي المرتبة السابعة المشاركة في الحوادث المباشرة على الهواء في بعض البرامج.

5- اختارت عينة الدراسة برنامج الفقه والفتاوى في المرتبة الأولى بنسبة (18.08%) كأفضل برنامج ديني، ثم في المرتبة الثانية برنامج الأناشيد الدينية بنسبة (16.13%) وفي المرتبة الثالثة برامج تربوية واجتماعية بنسبة (15.26%) وفي المرتبة الرابعة برنامج السيرة النبوية بنسبة (13.84%) وفي المرتبة الخامسة برامج ثقافية بنسبة (12.91%) وفي المرتبة السادسة تعليم القرآن الكريم وتجويده وتفسيره بنسبة (11.98%) وفي المرتبة السابعة السنة النبوية بنسبة (11.50%).

6- أغلب أفراد عينة الدراسة في مشاهدتها للفضائيات الدينية غير محددة بنسبة

(63.79%) تليها فترة المسائية نسبة (12.43%) ثم تأتي فترة السهرة نسبة (10.27%)

وفي المرتبة الأخيرة تأتي فترة الظهر والصباحية بنسب متقاربة.

7- أغلب أفراد عينة الدراسة تزيد من مشاهدتها للقنوات الدينية بنسبة

(65.94%) ونسبة (34.06%) من أفراد عينة الدراسة الذين تتناقص مشاهدتهم

للفضائيات الدينية.

8- أغلب أفراد عينة الدراسة ترى أن كثرة الفضائيات الدينية مفيدة بنسبة

(61.62%) تليها مهمة بلغت نسبة (31.35%)، وتأتي نسبة ضارة وخطير بنسب

متقاربة.

9- أغلب أفراد عينة الدراسة الذين أثرت الفضائيات الدينية في مشاهدتهم بلغت

(87.02%) والذين لم يتأثروا بالفضائيات الدينية بلغت نسبتهم (12.98%).

ثالثاً: اتجاهات عينة الدراسة نحو الفضائيات الدينية:

1) يتجه أفراد عينة الدراسة اتجاهها إيجابياً نحو العبارة "الفضائيات الدينية ضرورية

للمسلم في العصر الحالي"، فهم يوافقون عليها بشدة اتجاه (04.43%).

2) يتجه أفراد عينة الدراسة اتجاه إيجابي نحو العبارة "تعدد الفضائيات الدينية يعد

ظاهرة (إيجابية) أي أنهم يوافقون على أن كثرة الفضائيات الدينية يعد ظاهرة إيجابية، وقد

دلت النتائج على أن شدة اتجاه العينة نحو العبارة السابقة تقدر بـ (03.93%).

3) يتجه أفراد عينة الدراسة اتجاه سلبي نحو العبارة "المواضيع المعروضة في

القنوات الدينية التي يشاهدها غير شاملة لجميع مجالات الحياة" أي أنهم يوافقون على أن المواضيع المعروضة في القنوات الدينية التي يشاهدونها غير شاملة في مجالات الحياة، وقد دلت النتائج على أن شدة اتجاه العينة نحو العبارة السابقة تقدر بـ (02.77%).

4) يتجه أفراد عينة الدراسة اتجاه سلبي نحو العبارة "تراعي المواضيع المعروضة

في القنوات الدينية التي تشاهدها واقع الناس واهتماماتهم" وقد دلت النتائج على أن شدة العينة نحو العبارة السابقة تقدر بـ (02.77%).

5) أفراد عينة الدراسة بشدة اتجاه 03.75 وهو اتجاه إيجابي نحو العبارة "تساهم

الفضائيات الدينية التي تشاهدها في طرح حلول بعض القضايا والأزمات المحلية والإقليمية والعالمية بخلفية دينية.

6) يتجه أفراد عينة الدراسة اتجاه إيجابي نحو العبارة "تساهم الفضائيات الدينية في

إثراء الثقافة العامة" أي أنهم يوافقون على الفضائيات الدينية تزيد من معلومات وثقافة عامة، وقد دلت النتائج على أن شدة اتجاه العينة نحو العبارة السابقة تقدر بـ (04.11).

7) يتجه أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "الفضائيات الدينية تعتبر مصدرا هاما

للتعرف على اهتمامات ومشاكل المجتمع" باتجاه إيجابي تقدر بـ (03.83).

8) يتجه أفراد عينة الدراسة نحو اتجاهان إيجابيان نحو العبارتان "الفضائيات الدينية

تساهم في إثراء الثقافة الدينية" و"تساهم الفضائيات الدينية التي نشاهدها في مشاكل الشباب: بشدة اتجاه العينة نحو العبارتان السابقتان تقدر على التوالي (04.26

و(04.01).

9) يتجه أفراد عينة الدراسة اتجاه إيجابي نحو العبارة "الفضائيات الدينية تركز على تنمية قدرات الإبداع لدى الفرد" أي أنهم يوافقون على أن الفضائيات تركز من خلال برامجها على تنمية قدرات الإبداع لدى الفرد، وقد دلت النتائج على أن شدة الاتجاه العينة نحو العبارة السابقة تقدر بـ (03.55).

الجامعة

الخاتمة

يزداد عدد الفضائيات الدينية في وسائل الإعلام الإسلامي بشكل واضح، إذ أن هذه الفضائيات تمثل مصدرا بديلا للمعرفة الإسلامية وللفتوى الدينية، خصوصا لدى الشباب في ظل غياب الدعاة والوعاظ الدينيين عن المساجد والبرامج الإذاعية والتلفزيونية المحلية.

والواقع أن تأثير الديني للفضائيات على الجمهور يبدو واضحا لدى المراقب والمتابع لشؤون الناس والحياة اليومية والانطباع المنتشر أن هذه البرامج والفضائيات تتمتع بجمهور عريض، وتلقى قبولا واهتماما لدى الناس، وبالطبع فإنه جمهور متفاوت ومتعدد يمثل تعدد البرامج والفضائيات نفسها، وهو واقع ينسجم مع طبيعة وتعدد الظاهرة الدينية المتنامية والمنتشرة في المجتمعات والدول.

فقد أوضحت هذه الدراسة أن نسبة معتبرة من الطلبة الجامعيين عينة الدراسة يشاهدون الفضائيات الدينية وأن الذين يشاهدونها يستفيدون كثيرا من كل برامج التي تقدمها نتيجة المساهمة في تكوين فرد قادر على مواجهة التحديات وتحمل المسؤولية الحضارية الملقاة على عاتقه في خضم التسوية الإعلامي لكل ما هو إسلامي عن قصد أو عن دونه.

وفي الأخير فإن هذه الدراسة الميدانية قد أثبتت أن الطلبة الجامعيين يقبلون على مشاهدة الفضائيات الدينية بصورة لا بأس بها، نظرا لبرامجها وطبيعتها المؤثرة في شخصية الطالب حيث تحمل الهوية الإسلامية السمحة، وتقوم على بناء الشخصية الإسلامية المتوازنة وتكوين مجتمع الإسلامي المتماسك المبني على عقيدة الإسلام، وقدرتها على نشر الإسلام بالشكل الصحيح.

* التوصيات:

توصلت إلى عدد من التوصيات التي تم استنتاجها من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية للبحث وهي كالآتي:

- التركيز على البرامج التفاعلية خاصة التي تكون على الهواء مباشرة، والتي يتم فيها التواصل مع الجمهور من خلال الاتصالات، لأن هذه البرامج التفاعلية غالبا ما تكون سببا في استقطاب الجمهور.

- الاهتمام بالشرائح النوعية، كالطفل والشباب والمرأة، يفرض وجود برامج متميزة علميا وفنيا، كما يدعوا إلى التخصص في القنوات الإسلامية.

- البحث عن البرامج التي تجذب المشاهدين مثل البرامج الحوارية والتركيز على فئة الشباب، بالإضافة إلى بث البرامج التي تحظى بالاهتمام الشباب وحاجاتهم وتركيز عليها.

- مخاطبة غير المسلمين من مختلف اللغات بأسلوب عقلي وجداني غير مستفز، وإبراز محاسن الإسلام في عقيدته وشريعته وأخلاقه.

- يجب أن تبتعد القنوات عن المنافسة فيما بينها وأن تتجه إلى التعاون والتكامل والتخصص.

- العمل على تقديم البرامج بصورة جذابة ومشوقة أكثر حتى تدفع المبحوثين إلى تخصيص وقت أكبر لمتابعتها.

- ضرورة التزام المصدقية والموضوعية في تقديم البرامج لزيادة درجة الثقة بها.

الملاحق

الملحق رقم: (01)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

تخصص دعوة وإعلام

قسم علوم إسلامية

استمارة استبيان حول

اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية

- جامعة الوادي -

- أنموذجا -

يهدف انجاز بحث لنيل شهادة الماستر تخصص دعوة وإعلام بعنوان :

اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية - جامعة الوادي -

أنموذجا -

أرجو الإجابة على التساؤلات لهذه الاستمارة بكل اهتمام ووضوح ، مع العلم يستخدم لأغراض علمية فقط .

- توضع العلامة (X) أمام الإجابة المناسبة

1 - الجنس :

- ذكر

- أنثى

2 - العمر :

- من 18 إلى 21

- من 21 إلى 24

- من 25 إلى 28

- أكثر من 28

3- التخصص الأكاديمي :

- آداب

- علوم اجتماعية

- علوم سياسية

- علوم إنسانية

- علوم

- علوم تكنولوجيا

- علوم سبيل وتجارة

- لغات

- إسلامية

أولاً: عادات وأنماط المشاهدة

4- هل تشاهد القنوات الفضائية العربية

لا

نعم

5- ما نوع الفضائيات التي تشاهدها أكثر؟

العربية الأجنبية

6- ما نوع القنوات الفضائية العربية التي تشاهدها أكثر من غيرها

الإخبارية الرياضية سيقية الدينية المنوعة الأفلام
الثقافة الطبخ الوثائقية التعليمية الأطفال

7- كم من الوقت تمضيه في مشاهدة القنوات الفضائية العربية في اليوم الواحد؟

أقل من ساعة ثلاث أربع
ساعات خمس ساعات

8- هل تشاهد الفضائيات الدينية؟

نعم لا

9- ما هي القنوات الدينية التي تشاهدها؟ رتبها من الأكثر أهمية إلى الأقل

1..... 2..... 3..... 4.....

10- كم من الوقت تمضيه في مشاهدة القنوات الفضائية الدينية في اليوم الواحد؟

أقل من ساعة ثلاث أربع
ساعات خمس ساعات

11- ما دوافع مشاهدتك للقنوات الدينية

- الحاجة إلى الفقه في علوم الدين

- الحرص على زيادة ثقافتي الدينية

- الاهتمام بالإسلام والمسلمين

- الاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة أشياء مفيدة

- سيرة الرسول والتاريخ الإسلامي

- المشاركة في الحوارات المباشرة على الهواء في بعض البرامج الدينية لتقديم وجهة نظر

أو لتصحيح رأي

- لأن برامجها تقدم لي حلولاً لمشكلات اجتماعية

* أخرى أذكرها

.....

.....

.....

.....

12- ما أنواع البرامج الدينية التي تشاهدها في الفضائيات الدينية ؟

- تعليم القرآن الكريم وتجويده وتفسيره

- برامج السنة النبوية

- برامج الفقه والفتاوى

- برامج تربوية واجتماعية

- برامج ثقافية

- السيرة النبوية

- الأناشيد الدينية

13- ما هي الفترات التي تقضيها في مشاهدة الفضائيات الدينية ؟

الفترة الصباح فترة الظ الفترة المسائية

فترة السهر غير محددة

14- هل تزداد مشاهدتك للقنوات الفضائية الدينية أم تتناقص ؟

تزداد تتناقص

* إذا كانت إجابتك (تزداد) أجب عن الأسئلة الخاصة (بالزيادة) فقط .

* أما إذا كانت تتناقص أجب عن الأسئلة الخاصة (بالتناقص) فقط .

* إذا كانت مشاهدتك تزيد ذلك ، فما سبب ذلك ؟ ضع سببا أو أكثر

- لكثرة البرامج الدينية في القنوات الدينية

- الحاجة إليها في معرفة الأحكام الشرعية

- لزيادة ثقافتى ومعرفتى الدينية

- لتناولها قضايا معاصرة تهتم الأمة الإسلامية

- لأن بها فتاوى وأحكام قيمة

- لاستغلال الوقت في شيء مفيد

* أخرى أذكرها

.....

.....

.....

* إذا كانت مشاهدتك تتناقص، فما السبب؟ ضع سببا أو أكثر

- وقت البرنامج الديني لا يتناسب مع وقت فراغي

- لا أثق بمصداقيتها

- لا تهتم بقضايا إسلامية معاصرة وتناقشها

- لا اعتبرها مصدر من مصادر تلقي الثقافة الدينية

- لا تقدم حولا كافية لبعض المشكلات الاجتماعية المعاصرة

- لاستضافتها لعلماء ومفكرين دون المستوى المطلوب

- أخرى أذكرها

.....

.....

.....
15- هل ترى أن كثرة الفضائيات الدينية :

مفيدة م خطر على

16- لمن يرى أنها مفيدة : ما أهم الفوائد التي تكتسبها من متابعتك لتلك الفضائيات ؟

.....

.....

.....

.....

17- لمن يرى أنها ضارة ، ما أهم الأضرار الناتجة عن متابعة تلك القنوات الفضائية ؟

.....

.....

.....

.....

18- هل تعتقد بان مشاهدة الفضائيات الدينية تؤثر في حياتك ؟

نعم لا

19- لمن أجاب بنعم : كيف تؤثر هذه الفضائيات على حياتك ، وفي أي المجالات ؟

.....

.....

..... -

.....

ثانيا- اتجاهات عينة الدراسة نحو الفضائيات الدينية

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارة
					20- الفضائيات الدينية ضرورية للمسلم في العصر الحالي
					21- تعدد الفضائيات الدينية يعد ظاهرة ايجابية
					22-المواضيع المعروضة في القنوات الدينية التي تشاهدها غير شاملة لجميع مجالات الحياة
					23- تراعي المواضيع المعروضة في القنوات الدينية التي تشاهدها واقع الناس واهتماماتهم
					24- تساهم الفضائيات الدينية التي تشاهدها في طرح حلول بعض القضايا والأزمات المحلية والإقليمية والعالمية بخلفية دينية
					25- تساهم الفضائيات الدينية في إثراء الثقافة العامة
					25- تعتبر الفضائيات الدينية مصدرا هاما للتعرف على اهتمامات ومشاكل المجتمع
					27- تساهم الفضائيات الدينية في إثراء الثقافة الدينية
					28- تساهم الفضائيات الدينية التي تشاهدها في حل بعض مشاكل الشباب
					29- تركز الفضائيات الدينية على تنمية قدرات الإبداع لدى الفرد

الملحق رقم: (02)

أسماء القنوات المتبعة من طرف عينة الدراسة

التكرار	اسم القناة
29	قناة الفتح
05	قناة الفجر
02	قناة تايم القرآن
10	قناة المعالي
13	قناة مكة
07	قناة أهل القرآن
27	قناة فور شباب
13	قناة السعودية
01	قناة صبا
02	قناة نور دبي
04	قناة البصرة
04	قناة العثميين

01	قناة أمجاد
02	قناة كراميش
02	قناة طه
13	قناة طيور الجنة
05	قناة كيف
11	قناة الحكمة
16	قناة العفاسي
06	قناة الحقيقة
02	قناة دازاير شوب
04	قناة الإنسان
13	قناة الجزائرية للقرآن الكريم
01	قناة دليل
04	قناة القدس
06	قناة الهدى
04	قناة الصفا
02	قناة ليبيبا حسنا

05	قناة العراب
01	قناة الرقية الشرعية
01	قناة محبوبة
01	قناة المنبر
01	قناة آيات
01	قناة الضياء
02	قناة الكتاب
01	قناة الروضة
01	قناة الحافظ
01	قناة المغربية السادسة
01	قناة المديح
01	قناة الإنشاد
01	قناة الأقصى
01	قناة الأثر
01	قناة بداية

الملحق رقم: (03)

قائمة بأسماء المحكمين

تم إجراء اختبار الصدق لأداة البيانات (الاستمارة) عن طريق تحكيم الإستبانة من قبل المختصين، وقد تم الأخذ باقتراحاتهم وملاحظاتهم وهم:

الرقم	أسماء الأساتذة	جامعة التدريس
01	الطاهر لدغم عمارة	كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة الوادي
02	لامية بويدي	كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة الوادي
03	ميسة هشام	كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة الوادي

الفهارس

فهرس الملاحق

رقم الصفحة	عنوان الملحق
96	ملحق رقم (01) استمارة استبيان
103	ملحق رقم (02) أسماء القنوات المتبعة من طرف عينة الدراسة
105	ملحق رقم (03) قائمة بأسماء المحكّمين

فهرس الآيات القرآنية

الصفحة	رقم الآية	السورة ورقمها	طرف الآية
سورة البقرة [2]			
05	115		﴿ فَأَيْنَمَا تُوَلُّوا فَثَمَّ وَجْهَ اللَّهِ ﴾
52	286		﴿ لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا... ﴾
سورة الحجرات [49]			
51	10		﴿ إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ... ﴾
سورة الأنبياء [21]			
51	92		﴿ إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً... ﴾

سورة آل عمران [3]

52	103	﴿وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا...﴾
52	187	﴿وَإِذْ أَخَذَ اللَّهُ مِيثَاقَ الَّذِينَ...﴾

سورة الأنعام [6]

60	163-162	﴿قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي...﴾
----	---------	------------------------------------

فهرس الأحاديث النبوية

الصفحة	طرف الحديث
51	وَمَنْ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكَلِّمْ خَيْرًا..
52	لَتَأْخُذُوا مِنِّي مَنَاسِكُمْ..
52	صَلُّوا كَمَا رَأَيْتُمُونِي أُصَلِّي...

فهرس المصادر والمراجع

أولاً: القرآن الكريم

برواية حفص عن عاصم.

ثانياً: الكتب

أ- كتب الحديث:

1 - البخاري محمد بن إسماعيل أبو عبد الله الجعفي، صحيح البخاري. تحقيق: محمد زهير بن ناصر الناصر، ج 3(ط:1، دار طوق النحاة، 1422هـ)، كتاب الأدب، باب : من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فلا يود جاراه، 11/8.

2 - النيسبوري مسلم بن الحجاج بن مسلم القشيري ، صحيح مسلم. تحقيق : نظر بن محمد الفاريابي، ج 2 (ط:1، دار طيبة 1427هـ-2006م)، كتاب الحج، باب: استجاب رمي جمرة العقبة.

ب - كتب عامة:

1 - احمد الزيدي طه ، وآخرون، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفئاته. (ط:1، عمان، دار النفائس، 2010م).

2 - بو علي نصير ، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر. (لا.ط، الجزائر، دار الهدى، 2005).

3 - أبو جبر عمرو صبري ، محاضرات في مساق الإعلام المتخصص. (لا.ط، فلسطين، لان، جامعة فلسطين، كلية الإعلام والاتصال، 2011م).

4 - حسن إسماعيل محمود ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. (ط: 1، لا.م،

الدار العالمي، 2009م).

- 5 - حيدر مينو ، منهجية البحث. دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل الماجستير والدكتوراه، (لا.ط، لا.م، لا.ن، د.ت).
- 6 - شاهين هبة ، التلفزيون الفضائي العربي. (ط: 1-2، القاهرة، دار المصرية اللبنانية، جامعة عين شمس، 1429-2008/1431-2010).
- 7 - عاطف الزين سميح ، علم النفس، معرفة النفس الإنسانية في الكتاب والسنة. ج2 (ط:1، بيروت، دار الكتاب اللبناني، 1411هـ-1991م).
- 8 - عبد الغني أمين سعيد، وسائل الإعلام الجديد الموجه الرقمية الثانية.(ط:1، لا.م، لا.ن، 2008).
- 9 - عبد المجيد إبراهيم مروان ، أسس البحث العلمي لأعداد الرسائل الجامعية. (ط:1، عمان، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، د.ت).
- 10 - عبد الواحد أمين رضا ، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني. قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر، (لا.ط، لا.م، لا.ن، 2007).
- 11 - عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات. (ط:2، عمان، دار وائل للنشر، 1999م).
- 12 - علي محمد حسن ، القنوات الدينية الإسلامية... واقعها ومستقبلها. (لا.ط، القاهرة، لا.ن، جامعة المنيا: كلية الآداب، 29ديسمبر2012).
- 13 - عواجي صلوي عبد الحافظ ، نظريات التأثير الإعلامي. (لا.ط، لا.م، لا.ن، 1433هـ).
- 14 - عوض صابر فاطمة ، مرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي. (ط:1، مصر، لا.ن، جامعة الإسكندرية: كلية التربية الرياضية، 2002).
- 15 - العياري المنصف، محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة. سلسلة بحوث ودراسات، (لا.ط، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، 2006).

16 - غياب مكتبي محمد ، الإعلام الإسلامي، ماهيته، خصائصه، أدوات، واقعه،
واشكالياته الراهنة. (لا.ط، لا.م، لا.ن، د.ت).

17 - كناكر مصطفى بن احمد ، القنوات الفضائية الإسلامية بين الواقع والمأمول.
(ط:1، الكويت، سوريا، لبنان، دار النوادر، 1433هـ/2012م).

18 - كناكر مصطفى بن احمد ، دراسات في الإعلام الإسلامي نحو قنوات فضائيات
إسلامية. ج2 (ط:1، بيروت، لبنان، الكويت، دار النوادر، 1433هـ-2012م).

19 - ليعاضي نصر الدين ، يوسف تمار، فن البرمجة وإعداد الخارطة البرمجية في
القنوات التلفزيونية العربية. سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، (لا.ط، تونس اتحاد إذاعات
الدول العربية، 2007م).

20 - مزيد رحيم ، قناة الجزيرة وصراع الفضائيات. (ط: 1، القاهرة، الدار الدولية
للاستثمارات الثقافية، 2002م).

21 - أبو مغلي سميح، عبد الحافظ سلامة، ندوى أبو رادته، التنشئة الاجتماعية
للطفل. (لا.ط، لا.ن، دار اليازوري العلمية، 2002).

22 - مكاوي حسن عماد ، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة. (ط: 7،
مصر، الدار المصرية اللبنانية، 2008م).

23 - ابن منظور، لسان العرب. ج6 (لا.ط، بيروت، دار لسان العرب، د.ت).

24 - نيازي الصيفي حسن ، الفضائيات العربية في عصر العولمة ، الفرص
والتحديات... الواقع والطموحات. (ط:1، القاهرة، دار الهندسة، 2010).

25 - وحيد دويدري رجاء ، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية.
(ط:1، دمشق، دار الفكر، 2000).

2- كتب أجنبية

1- Ali Mahmud al-omari.«the reality of the islamic channels in the arab word»in: «International journal of west asian studies.»vol.3n02, 2011.

ثالثاً: الرسائل الجامعية:

- 1 - احمد البكري طارق ، الصحافة الإسلامية في الكويت مجلة المجتمع نموذجاً. (رسالة ماجستير في الدراسات الإسلامية)، كلية الإمام الأوزاعي للدراسات الإسلامية، 1996، بيروت، 2003م، ص58.
- 2 - بوضياف سهيلة ، المدونات الالكترونية في الجزائر. (رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال)، جامعة الحاج لخضر: كلية الحقوق، باتنة، 2009.
- 3 - جيطاني مديحة ، استخدامات الشباب الجامعي لمواقع الإسلامية. (رسالة ماجستير في الدعوة والإعلام)، جامعة الحاج لخضر: كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، باتنة، 2009م.
- 4 - خضير بن كامل محمد اللحياني، أثر الفضائيات على المراهقين والمراهقات في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر التربويين والتربيات. (رسالة دكتوراه الفلسفة في التربية)، جامعة كولوميس: كلية التربية: قسم الإعلام، الولايات المتحدة الأمريكية، 1429هـ-2008م.
- 5 - صالح علي ياسين ، أثر القنوات الفضائية الإسلامية في التوعية الدينية. (رسالة ماجستير في قسم الدعوة وأصول الدين)، جامعة المدينة العالمية الإسلامية، 1433 هـ-2012م.

6 - طرابلسي أمينة، إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال. (رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال)، جامعة منتوري: كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، قسنطينة، 2009.

7 - الطيب عيساني رحيمة ، اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الإسلامية ودورها في توعيته ضد التطرف والتعصب، دراسة ميدانية في جامعة الجزائر، (رسالة دكتوراه)، جامعة الجزائر، 2008.

8 - عباس سعيدة ، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية. (رسالة ماجستير في الدعوة والإعلام)، جامعة حاج لخضر: كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، باتنة، 2009.

9 - قدوار تسعدين ، أثر تكنولوجيات الاتصال على الإذاعة وجمهورها، دراسته مسيحية في الاستخدامات والإشباع. (رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال)، جامعة الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، 2010.

10 - محمد بن عبد الله الكبش الزهراني، دوافع تعرض الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية المتخصصة. (رسالة ماجستير في الإعلام)، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: كلية الدعوة والإعلام، مملكة العربية السعودية، 1430هـ-2009م.

رابعاً: المجالات والمنتديات

أ- المجالات:

1 - أحمد نغمش هاشم ، "التعرض للإعلان في القنوات الفضائية ذات الاتجاه الإسلامي". مجلة جامعة الأنبار للعلوم الإنسانية، العدد: الأول، آذار، 2010م.

2 - خالد إبراهيم يسرى ، "الفضائيات الإسلامية بين الخبرة الإعلامية والتأصيل العلمي"، مجلة الجامعة العراقية، كلية الآداب/ قسم الإعلام ، ع: 1/28.

ب- المنتديات:

1 - الشريف سامي ، "الفضائيات العربية والصورة الذهنية للعرب والمسلمين".
المنتدى الإعلامي السنوي الثاني، جامعة القاهرة.

خامسا: المراجع الإلكترونية:

1 - سلام كوكبي، الفضائيات الدينية، انقلاب في المشهد البصري أم ظاهر وقتية،
موقع إلكتروني. (<http://www.ahewar.org/debat/show:art.asp?Aid:86472>)

يوم الزيارة 2014/04/09.

2 - ممدوح الصغير، تطوير الفضائيات الدينية بين الحاجة والآلية والدعم
www.startimes.com//f.aspx?t=4795880 _ يوم الزيارة : 17/04/2014

3 - مروى الصيفي، القنوات الفضائية الإسلامية الموقع الإلكتروني:
digital.ahram.org.eg/article.aspx?seril13993458ei-6045

يوم الزيارة: 2014/04/11.

4 - موقع إلكتروني: (<http://islamway.net/islmic.chonnels>) _ يوم الزيارة :

09/04/2014

5 - موقع القناة الإلكترونية: (<http://www.fdjrsat.tv>) يوم الزيارة:

07/04/2014

6 - موقع القناة الإلكتروني. (<http://www.alafasy.com>) يوم الزيارة:

07/04/2014

7 - محمد يسرى ، الفضائيات الإسلامية ...تحديات وطموحات.

يوم الزيارة: (<http://main.islammessage.Gom/newspage.aspx?id=>)

18/04/2014

8 - موقع إلكتروني: (<http://ar.wikipedia.org>) يوم الزيارة: 08/04/2014

9 - موقع القناة الإلكتروني: (<http://www.majddoc.com>) يوم الزيارة:

09/04/2014

10 - موقع إلكتروني: (<http://www.alresalah.net>) يوم الزيارة 07/04/2014

11 - (<http://onlinetime.cinebb.com>) يوم الزيارة 07/04/2014

12 - (<http://www.startimes.com>) يوم الزيارة 08/04/2014

13 - (<http://islamway.net/islmic-chonnels>) يوم الزيارة 09/04/2014

14 - (<http://www.albeean.com>). يوم الزيارة 09/04/2014

15 - (<http://www.m.mahdi.net.com>). يوم الزيارة 09/04/2014

16 - (<http://www.almaqreze.net>) يوم الزيارة 2014/04/30

17 - (<http://www.moinfo.gov.eg>) يوم الزيارة 2014/04/30

18 - (<http://www.menaarabictv.com>). يوم الزيارة 09/04/2014