

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

قسم: العلوم الإنسانية
شعبة: العلوم الإسلامية



جامعة الوادي
كلية: العلوم الاجتماعية
و الإنسانية

القنوات العربية و الاسلامية عند طلبة الجامعة
- دراسة في العادات و الأنماط -
- طلبة جامعة الوادي أنموذجا -

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم
الاسلامية - تخصص دعوة و إعلام و إتصال

الأستاذ المشرف:

د. خالد حباسي

من إعداد الطالب:

الطيب عتير

لجنة المناقشة:	
مشرفا	د/خالد حباسي : أ.م.أ
رئيسا	أ/ رشيد خضير : أ.م.أ
مناقشا	أ/ليلى فقيري : أ.م.ب

الموسم الجامعي : 1434هـ/1435هـ - 2013م/2014م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ربنا لا تؤاخذنا إن نسينا أو أخطأنا ربنا و لا تحمل علينا
إصرا كما حملته على الذين من قبلنا ربنا و لا تحملنا ما لا
طاقة لنا به و اعف عنا و اعفر لنا و ارحمنا أنت مولانا
فانصرنا على القوم الكافرين﴾

صدق الله العظيم.

(سورة البقرة)الآية 286

شكر وعرفان

قال تعالى " وما بكم من نعمة فمن الله ثم إذا مسكم الضر فإليه تجأرون " النحل 53
قال تعالى : " وإذ تأذن ربكم لئن شكرتم لأزيدنكم ولئن كفرتم إن عذابي

لشديد " إبراهيم 07

عن أبي هريرة (رضي الله عنه) قال: قال رسول الله ﷺ : " لا يشكر الله من لا يشكر
الناس " مرواه أحمد في الأدب المفرد وصححه الألباني .

الحمد والشكر لله الذي بنعمته تتم الصالحات وأثني وأعقب بالشكر والامتنان على
الذي امرنا بالصلاة والسلام عليه ، على نعمة الاسلام وإن يسر الله لنا الجهد لإنجاز هذا
البحث المتواضع كما أثلت بالوالدين الكريمين اللذين كانا سبب وجودي بعد الله عز
وجل .

كما أقدم بالشكر والعرفان إلى أستاذي المشرف على هذا البحث الدكتور حباسي
خالد على توجيهاته وصبره عليّ كما لا أنسى الأساتذة المحترمين : خضير مرشيد ، الأدغم
الطاهر عمارة ، عبد اللاوي يوسف وميسة هشام اللذين أهدوا لي كل أيادي المساعدة ولم
يخلوا عني بنصائحهم والتي كانت نعم الزاد لهذا العمل وإلى كل من عرفته وعرفني و
ذكره القلب ولم يكتبه القلم فعذرا .

الطيب

الدراسات

أهدي هذا العمل المتواضع إلى حبيبنا محمد صلى الله عليه وسلم معلم البشرية كلها .

أهدي ثمرة جهدي هذا إلى أمي وأبي الذين رسمت بدعائهما كل خير

إلى كل من علمني طلب العلم والمجد في تحصيله

إلى جميع الأصحاب والزملاء والرفاق الذين عرفتهم خلال مسيرتي الدراسية ولم أعرف
عنهم إلا كل خير .

إلى جميع المبهومين بالثقافة الغربية والمتأثرين بالعولمة العالمية .

إلى القائمين والمرابطين في سبيل مرفع دين الله والمجاهدين في سبيله في كل مكان وعبر

كل زمان

إلى الغيورين على أمة الإسلام أصحاب الهمم العالية من أساتذة ومعلمين وشيوخ وعلماء

وطلاب علم .

إلى كل دعاة العدل والحرية ومحبي التقدم والانسانية

الطيب

ملخص الدراسة بالعربية :

لقد عالجت هذه الدراسة عادات و أنماط مشاهدة الطلبة للقنوات العربية و الإسلامية , إذ أُستهلت بجزء نظري تناولت فيه نبذة عن تاريخ الإعلام و الاتصال , ثم ظاهرة نشوء الأقمار الصناعية و البث الفضائي , وصولاً إلى القنوات العربية و الإسلامية في الوطن العربي , وتبعته بجزء تطبيقي , جاوبت فيه عن إشكالية حدود مشاهدة الطلبة الجامعيين للقنوات الإسلامية في ظل الإعلام العربي الحديث , و كان المنهج المتبع هو المنهج الوصفي والمسح بالعينة للدراسة الميدانية , و اعتمدت على الاستبيان المباشر كأداة لجمع البيانات , والجدول الإحصائية , و النسب المئوية , و مقياس ليكرت لتحليل هذه البيانات , و لقد تمكنت هذه الدراسة من الإجابة عن تساؤلاتها , أين توصلت إلى بعض النتائج منها :

- 1- إن الطلبة يشاهدون القنوات العربية 100% و يشاهدون القنوات الإسلامية 95% .
- 2- أن القنوات المفضلة عند الذكور هي قنوات الرياضة و الأخبار و الأشرطة العلمية , و القنوات المفضلة عند الإناث هي قنوات الطبخ , و الدراما و المسلسلات , و القنوات المحلية اعتماداً على تحليل الجداول .
- 3- أن الدافع لمشاهدة القنوات الإسلامية هو معرفة العلم الشرعي , و الثقافة و التوعية الدينية.
- 4- أن الطلبة لا يمكنهم الاستغناء عن التلفاز و ذلك لارتباطهم الوطيد به.
- 5- عدم رضى الطلبة عن أداء القنوات العربية و الإسلامية باتجاه سلبي بنسبة قدرها 2.99 .
- 6- أن الطلبة قادرين على فهم واقع القنوات العربية و الإسلامية و ذلك بتطرقهم لعدد من التوصيات و الاقتراحات , و على هذه القنوات أن تأخذ بها لأنها نتائج دراسة ميدانية موضوعية .

ملخص الدراسة بالانجليزية :

I've dealt with this study habits and patterns View students channels Arab and Islamic as initiated part theoretical dealt a brief history of media and communication, and the phenomenon of the emergence of satellite and broadcasting space and access to channels Arab and Muslim in the Arab world, and was followed by a portion Applied answered it for problematic Borders Show university students channels Islamic under the Arab media talk, and it was the approach they are descriptive method and sample survey to study the field and relied on the questionnaire direct as a tool for data collection and statistical tables and percentages and LIKERT scale to analyze these data, and I have managed this study to answer its questions about where we came to some of the findings of the study include:

- 1The students are watching the Arab channels 100% and watching Islamic channels 95%.

- 2The favorite channels in males appointed channels for sports, news and tapes scientific and favorite channels when females are cooking channels and drama serials and local channels and depending on the analysis tables.

- 3motivation to watch satellite is the Islamic knowledge of forensic science, culture and religious awareness.

- 4The students cannot do without television and the bedrock of their association with him.

- 5dissatisfaction with the performance of students of Arab and Islamic channels toward a negative rate of 2.99

- 6that students are able to understand the reality of Arab and Islamic ways and that a number of recommendations and suggestions on these channels and to take them out because it is a field study objective.

حزاق حراق
شراق
شراق

المقدمة:

إن الناظر للإعلام و الاتصال يلحظ أنه قد إرتبط بالإنسان منذ أول ظهور له ,أين كان الاتصال بين آدم عليه السلام و الله عز و جل على وجه مباشر ,ثم تواصل هذا العنصر الحياتي الإنساني بين آدم و إبليس اللعين و جبريل عليه السلام، ثم بين آدم عليه السلام وأمنا حواء لينتقل إلى أبنائهما حيث أصبح سمة من سمات المجتمع الإنساني ,كما يقول علماء الاجتماع و النفس : " إن الإنسان يمكن أن يستغني عن الأكل و الشرب و لا يمكن أن يستغني عن الاتصال".

لقد بدأ الإعلام بالكلام المباشر و المشافهة عن طريق الإشارات ثم تطورت وسائله مثل المناداة و إشعال النيران و وضع العلامات في أماكن محددة و بناء شواهد و أمارات، و هكذا دواليك حتى وصل إلى الكتابة و الاجتماع و التدوين أين أحدث قفزة نوعية في عملية الإعلام و الاتصال (3200ق.م) ، و لم تأن وسائله عن التقدم ، من الصحيفة إلى الرسالة وصولاً إلى الجرائد و المجلات و التلفزيون و الانترنت.

ولقد تطورت وسائل الإعلام الجماهيرية العربية خاصة منها القنوات الفضائية؛ التي تعتبر من أهم الوسائل الاتصالية الأكثر التصاقاً بالحياة الاجتماعية؛ لما لها من دور هام في تشكيل المعارف والثقافات لدى الفرد، ولما تحمله من أساليب الجذب من خلال الصورة الواقعية والصوت الحقيقي، اللذان يمنحان للحقائق بعداً آخر أكثر مصداقية، فقد حاولت الفضائيات العربية كسر الحواجز بين المشاهد والعالم الخارجي، وأعطت للإعلام العربي بعداً عالمياً، وزاد جمهورها بقدر زيادة الصحن الفضائية على أسطح المنازل، وغدا الفرد العربي عرضة لتأثيرات هذه القنوات التي تنوعت مضامينها، وأهدافها بتنوع مموليها والقائمين عليها.

بالمقابل فقد لوحظ في برامج القنوات الفضائية العربية البعد عن المقومات الإسلامية والقيم الأصيلة في كثير من الأحيان، إلا ما كان من برامج أسبوعية تهتم بالجانب الديني، لذا فقد أصبح من الضروري إيجاد قنوات ذات طابع إسلامي تنوّد عن القيم والمبادئ

الإسلامية وتكون بديلا عما يبيث في القنوات العربية، خاصة مع امتداد آثار العولمة الإعلامية وبروز التخصص كسمة من سمات المجتمعات المعاصرة، من هنا بدأت أول قناة دينية إسلامية تهتم بالجانب الديني للفرد، والتي أتاحت له فرصة الاطلاع على نماذج أخرى من البرامج، واستطاعت إعطاء مفهوم آخر للتميز والإبداع، وكسبت قاعدة من الجمهور الذي اتجه نحوها، ونحو طرحها الشمولي.

ولأن الفضائيات الدينية حديثة العهد لذا فإن ميدان دراستها مازال بكرا خاصة في الجزائر، ودراسة الجمهور النوعي المتمثل في طلبة الجامعة لم يتطرق إليه (حسب المعلومات المتوفرة) لذا جاءت هذه الدراسة لتركز على المشكلة البحثية المتعلقة بالكشف عن العلاقة بين الطالب الجامعي ممثل في عينة الدراسة من حيث كونه ذكر أو أنثى وبين الفضائيات العربية والإسلامية؛ من خلال معرفة عاداتها وأنماطها و تقييماها، والعلاقة بينها وبين المتغيرات السابقة.

تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي ومنهج المسح بالعينة وذلك لسعة وضخامة مجتمع البحث وصعوبة حصر مفرداته، كما تم الاستعانة بأداة الإستمارة التي تضمنت أسئلة عن العادات والأنماط و التقييم ، كما تم استخدام أساليب إحصائية لتفريغ البيانات وتحليلها وتفسيرها.

قسمت الدراسة إلى مقدمة و خمسة فصول: أربعة فصول منها نظرية وفصل ميداني. أما المقدمة فقد شملت فكرة عامة عن موضوع الدراسة وتقسيماتها و كان الفصل الأول: بعنوان "الإجراءات المنهجية للدراسة"، وقد تم تقسيمه إلى قسمين: الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة، تضمن إشكالية الدراسة وأهمية موضوعها وتساؤلاتها وأسباب اختيار موضوع الدراسة وأهدافها وفرضياتها، ثم تحديد بعض المصطلحات ذات الصلة بالدراسة.

أما الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية، وتضمن منهج الدراسة ومجالها، ومجتمعها ونوعية العينة المختارة، وخصائصها وأدوات جمع البيانات، وتحليلها.

الفصل الثاني: تناول موضوع مظاهر الاتصال و نشوء الإعلام في الحضارات القديمة وقبل وبعد الإسلام.

أما الفصل الثالث: فقد تناول الأقمار الصناعية و البث الفضائي ، بينما درسنا في **الفصل الرابع:** القنوات الفضائية بصفة عامة من حيث ظهورها إلى أنواعها و تأثيراتها ، و في **الفصل الخامس:** تطرقنا إلى الدراسة الميدانية و تحليل البيانات المبوبة في الجداول الإحصائية باستعمال أدوات الإحصاء و النسب المئوية و مقياس ليكرت لقياس شدة الاتجاه و قد قسم إلى ثلاثة أبواب : أولاً: المتغيرات و البيانات الديمغرافية، ثانياً : عادات و أنماط المشاهدة ، ثالثاً :تقييم القنوات العربية و الإسلامية، و أخيراً بعض المقترحات التي ادلت بها العينة تجاه الإعلام العربي بصفة عامة و الإسلامي بصفة خاصة.

الفصل الأول

المفاهيم و الإجراءات المنهجية للدراسة

أولا : الإطار المفاهيمي للدراسة

مشكلة الدراسة.

مبررات الدراسة.

هداف الدراسة.

أهمية الدراسة

تساؤلات الدراسة

فرضيات الدراسة.

تحديد مفاهيم الدراسة(المصطلحات).

ثانيا :الإجراءات المنهجية للدراسة. (الإطار المنهجي للدراسة).

منهج الدراسة.

عينة الدراسة.

مجال الدراسة.

أدوات جمع بيانات الدراسة و تحليلها

الدراسات السابقة

موقع الدراسة من الدراسات السابقة.

أولاً : الإطار المفاهيمي للدراسة:

1. مشكلة الدراسة :

طالما سعى الإنسان في مختلف العصور التاريخية إلى معرفة و تناقل الأخبار عبر أزمنة و أمكنة مختلفة، بدءاً بأكثر الأساليب بدائية، حتى عصر ثورة وسائل الإعلام التي تمثل مرآة تعكس الماضي و تصور الحاضر و تتخيل المستقبل.¹

حيث كان للطفرة الهائلة التي شهدتها تكنولوجيا الأقمار الصناعية، في مجال الاتصالات آثارها في تطور الشبكات التلفزيونية، ويعد البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية ظاهرة إعلامية جديدة، حيث يشهد العالم الآن ثورة في مجال نقل المعلومات و الاتصالات، و يمثل التطور التكنولوجي سمة أساسية للبيئة الاتصالية في العصر الحاضر، حيث تضاعف عدد القنوات الفضائية مع تعاضم تأثيرها على كافة أفراد المجتمع، و خاصة الشباب و الذي أثبتت الدراسات أنهم أكثر الفئات تعرض لها، و عليه فإن الفضائيات التي تشكل عصب الحياة في عصر العولمة و الانفتاح الفضائي تزداد يوماً بعد يوم، وقد تجاوزت في سياساتها كل الخطوط الحمراء، و غدت تؤثر سلباً على الشباب بشكل كبير، مع غياب ميثاق شرف إعلامي يسعى للبناء لا للهدم، إلى جانب غياب التوعية و الحث على مشاهدة ماهو مفيد من برامج جادة، وساهمت أيضاً في تغيير العديد من القيم و المبادئ و استطاعت تشكيل العقول بالطريقة التي تريدها بعيداً عن الأهداف التي نريدها و التي رُسمت لهذه الفضائيات و منهم طلبة الجامعة²، كما اخترقت عقول الجماهير لتضع بحوزتهم إمكانات مذهلة للاتصال الخارجي و لاستقبال المعلومات المتدفقة بغير قيود من خلال قدرتها على إلغاء الحواجز الجغرافية، بين الدول العربية، ومن المعلوم أن كل الدول العربية تملك على الأقل نافذة فضائية ساهمت بشكل أو بآخر في تنشئة الفرد العربي، كل هذه الفضائيات تطل علينا عبر نوافذ إعلامية متعددة : إخبارية، غنائية، درامية، دينية.... إلخ، هذه الأخيرة التي

¹ رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال، جدارا للكتاب العالمي، لا ط، الأردن، 2008، ص 08 .

² الموقع الرسمي لجريدة الشرق القطرية www.al.charg.com/article/printphp

تسعى إلى ترشيد جمهورها و تعليمهم أمور دينهم و إستشعارهم بقضاياهم الإسلامية، و في هذا الإطار جاءت الفضائيات الإسلامية لتتغل حيزاً من الإعلام العربي، مبدأوها في ذلك العودة إلى أنوار الكتاب و السنة لقوله (ص): "تركت فيكم ما إن تسكتم به لن تضلوا بعدي أبداً كتاب الله و سنة الخلفاء الراشدين المهديين من بعدي"¹، و ذلك من أجل انتاج اعلامي هادف، وإطلاقاً من قوله -عز وجل-: قَالَ تَعَالَى ﷻ وَاعِدُوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهَبُونَ بِهِ. عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَآخَرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا نَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ ² تفتن أخيراً غيوري هذه الأمة لجهاد الإعلام الفضائي وأنشأ قنوات

متخصصة إسلامية، تدافع و ترشد و توجه أبناء الإسلام إلى الطريق الصحيح، و تحاول التصدي إلى هجمة الإعلام المضاد الذي يتبع سنن من قبله من اليهود و النصارى (حيث قال صلى الله عليه وسلم³: "لننبعن سنن من كان قبلكم، شبرا بشبر وذراع بذراع حتى لو دخلو جحر ضب لاتبعتموه قال الصحابة: يا رسول الله اليهود والنصارى : قال فمن" و تجعل من شبابنا ألوية في يد الغرباء و طائشي العقول من هته الأمة.

ونظرا لقلّة الدراسات التي تكشف مدى تصادم الإعلام الإسلامي مع غيره، جاءت هذه الدراسة لتطرح التساؤل الرئيسي التالي : ما مدى حدود مشاهدة طلبة الجامعة للقنوات الإسلامية في ظل الإعلام العربي المعاصر؟

2. مبررات الدراسة:

إن الدافع لاختيار مثل هذا الموضوع و الذي يعالج القنوات الفضائية العربية والإسلامية عند طلبة الجامعة لم يكن بالصدفة أو بالأمر العارض، و إنما نتيجة لعدة أسباب :

أ- أسباب موضوعية :

1-الانتشار الكثيف لقنوات البث المباشر الذي لا يؤمن بجميع الحدود الجغرافية،

¹ صحيح الالباني، صحيح الجامع 2937

² سورة الأنفال الآية 60

³ صحيح البخاري برقم 3456 و 7320 ، صحيح مسلم برقم 2669

الديمغرافية، والسياسية و الإقتصادية و حتى اللغوية ،بعد ظهور القنوات المترجمة أو المدبلجة أو الناطقة بأكثر من لغة.

2- الارتباط المذهل إلى درجة الإدمان بالتلفزيون، و الذي يؤثر عى مقومات المشاهد من خلال عملية غسل مخ يوميا، والتي نتج عنها الهروب من الواقع إلى واقع خيالي.

3 ظاهرة الفضائيات الإسلامية المتنامية و المتسارعة الظهور، و تعثر الإعلام التقليدي و محاولة بث روح جديدة له من أجل خدمة الدعوة الإسلامية.

ب- أسباب ذاتية :

- التدريب الشخصي على أدوات البحث العلمي ،و ذلك لقلة الخبرة في مجال البحوث العلمية و الميدانية.

- الإستزادة المعرفية عن واقع الطلبة الجامعيين تجاه الفضائيات العربية و الإسلامية.

- إثراء الساحة العلمية بالدراسات و الأبحاث المتخصصة في مجال الإعلام الفضائي بنوعية العربي و الإسلامي و ذلك لقلة الدراسات في هذا المجال على حد علم الباحث.

3. أهداف الدراسة:

1. معرفة عادات و أنماط مشاهدة طلبة الجامعة للقنوات العربية و ذلك بالكشف عن :

✓ أهم الفترات التي تشاهد فيها العينة القنوات العربية و مدتها.

✓ القنوات العربية المفضلة لدى العينة.

✓ البرامج الأكثر تتبعا لدى العينة.

✓ أسباب إختيار العينة لهذه الفضائيات والبرامج .

2.معرفة حجم التعرض للفضائيات الإسلامية و ذلك بمعرفة :

✓ القنوات الإسلامية المتبعة من طرف العينة.

✓ البرامج و مقدميها و مضمونها.

✓ أسباب و أوقات مشاهدة هذه القنوات و البرامج.

3تقيّم الطلبة للقنوات العربية و الإسلامية، وذلك بالكشف عن :

✓ إستراتيجياتها وأجنداتها، ومضمونها و محتواها، و توجهها و العوامل المؤثرة فيها، و علاقة كل هذا بمشاهدة العينة لهذه القنوات و الأسباب التفضيلية من وراء ذلك.

✓ نظرة العينة للقائمين على الفضائيات العربية و الإسلامية و إقتراحاتهم لتصويبها و تحسينها في المستقبل.

4. أهمية الدراسة:

✓ تكمن أهمية الموضوع في كونه يعالج واقع القنوات الإسلامية في ظل البث الفضائي العربي الحديث، حيث تعتبر القنوات الفضائية ضرورة عصرية و منه فإن ضرورة الإهتمام بدراسته و معرفة ما يدور بداخله و معرفة علاقة الطلبة الجامعيون بالقنوات الإسلامية وقيمة منافسة هذه الأخير للقنوات العربية الأخرى في الساحة الإعلامية ضرورة قصوى.

✓ يمكن أن تفيد الدراسة القائمين على القنوات العربية و الإسلامية لتصويبها والنهوض بها حتى تتلائم مع ثقافة المجتمع و تساير قيمة و معتقداته و تواجه الغزو الفكري و الأفكار الهدامة و ذلك بمعرفة الإيجابيات و السلبيات حسب عينة الدراسة.

✓ تعمل هذه الدراسة على توجيه و إرشاد جمهور العينة نحو الرؤية الواضحة والأهداف المنشودة من وراء الإعلام و القائمين عليه و ذلك بالكشف عن أجنداته و إستراتيجياته ومبادئه و ميولاته و أهدافه حتى تفيد الطلبة مع من يسير و في أي إتجاه يسبح لكي يحتاط و يرشد إستهلاكه للمادة الإعلامية المبنوثة.

✓ يمكن أن تفيد هذه الدراسة جميع أطراف المجتمع و ذلك بتعميم هذه الدراسة إنطلاقا من النتائج المتحصل عليها على عينة الطلبة الجامعيين.

✓ قلة الدراسات في مجال تلاصق و تصادم القنوات العربية مع الإسلامية على حد علمي وإثراء المكتبة المركزية بمثل هذه البحوث.

5. تساؤلات الدراسة:

ينبثق عن التساؤل الرئيسي : ما مدى حدود مشاهدة جمهور طلبة الجامعة للقنوات الإسلامية في ظل الإعلام الفضائي العربي المعاصر، التساؤلات التالية:

1. ماهي عادات و أنماط مشاهدة طلبة الجامعة للقنوات الفضائية العربية؟
2. ماهي عادات و أنماط مشاهدة طلبة الجامعة للقنوات الفضائية الإسلامية؟
3. ماهي البرامج و القنوات المفضلة لدى طلبة الجامعة في القنوات العربية و الإسلامية؟

4. ماهي الدوافع التفضيلية من وراء ذلك الاختيار؟
5. هل تشغل برامج القنوات الإسلامية حيزا لا بأس به من مشاهدة طلبة الجامعة للتلفزيون الفضائي مقارنة بالفضائيات العربية الأخرى؟
6. ماهي أسباب تفضيل طلبة الجامعة للقنوات العربية على القنوات الإسلامية، أو العكس؟

7. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس و الكلية لمشاهدة الفضائيات الإسلامية و الفضائيات العربية ؟
8. ماهي النظرة المستقبلية لطلبة الجامعة للقنوات الإسلامية و العربية و ذلك من أجل تطويرها و ملاءمتها لواقع الطلبة ؟

9. أي القنوات العربية التي يعتبرها الطلبة دون القيمة الإعلامية ؟
10. ماهي القنوات التي يعتبرها الطلبة مسيئة للإسلام و لماذا ؟

6. فرضيات الدراسة:

1. يُقبل الطلبة الجامعيون على مشاهدة الفضائيات العربية و الإسلامية بكثافة .
2. يفضل الطلبة بعض القنوات العربية على الإسلامية والعكس صحيح و ذلك للبرامج التي يتأثرون بمتابعتها.

3. مشاهدة القنوات العربية والإسلامية تختلف بين الجنسين (الذكور والإناث) و تتعلق بنوع الكلية .

4. يستطيع الطلبة تقييم الفضائيات العربية والإسلامية، والحكم على محتواها ومضمونها و القائمين عليها .

5. لطلبة الجامعة إقتراحات مستقبلية لتطوير أداء القنوات العربية و الإسلامية، و ذلك بربطها بالواقع والعادات و التقاليد والأعراف المحلية .

7. تحديد مفاهيم الدراسة:

كما أنه لكل فن مصطلحاته و مفاهيمه المتداولة في ذلك الحقل ، فإنه يجدر بنا التعريف ببعض المصطلحات المركزية :

7-1-الإعلام:

أ- لغة: الإعلام من الجذر الثلاثي (علم) وهي صفة من صفات الله، فهو العليم والعالم والعلام، قَالَ تَعَالَى: ﴿ أَوَلَيْسَ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ بِقَدِيرٍ عَلَى أَنْ يَخْلُقَ مِثْلَهُمْ بَلَىٰ وَهُوَ الْخَلَّاقُ الْعَلِيمُ ﴾ قَالَ تَعَالَى: ﴿ أَلَمْ يَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ سِرَّهُمْ وَنَجْوَاهُمْ وَأَنَّ اللَّهَ عَلَّمَهُ الْغُيُوبَ ﴾ قَالَ تَعَالَى: ﴿ وَهُوَ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ بِالْحَقِّ وَيَوْمَ يَقُولُ كُنْ فَيَكُونُ قَوْلُهُ الْحَقُّ وَلَهُ الْمُلْكُ يَوْمَ يُنفَخُ فِي الصُّورِ عَنَّا عِلْمُ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ وَهُوَ الْحَكِيمُ الْخَبِيرُ ﴾¹ والعلم نقيض الجهل و يقال : علمت الشيء أعلمه علما، أي عرفته، كما يقال علام و علامة من باب المبالغة في الوصف بالعلم ، فالهاء فيها للمبالغة²، و يقال أعلمهم الخبر بالخبر أي أخبره، وقيل إن (علمته) و (أعلمته) من أصل واحد، لكن الإعلام مختص بما كان بإخبار سريع، والتعليم إختص بما فيه تكرير، ليحصل أثره في نفس المتعلم في معنى الاعلام اذا كان فيه تكرير مثل: قَالَ تَعَالَى: ﴿ قُلْ أَتَعْلَمُونَ أَنَّ اللَّهَ بِدِينِكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ وَاللَّهُ

¹ سور يس، التوبة، الانعام ، الآيات على الترتيب 81 ، 78 ، 73

² الفيروز أبادي، مجد الدين محمد بن يعقوب (ت 718هـ-1414م)، القاموس المحيط، ط1، مؤسسة فن الطباعة، مصر، ج4، 1914م، ص 117، ابن منظور محمد ابن كرم (ت 711هـ/1311م) ، لسان العرب، ط3، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1999م، ج12، ص 416.

يَكُلِّ شَيْءٌ عَلَيْهِ ⑬ الحجرات: ١٦ والإعلام مصدر للفعل أعلم و يعني النشر بواسطة الإذاعة والتلفزيون والصحافة¹.

ب- **إصطلاحاً:** يعرفه عبد اللطيف حمزة بأنه تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة، و بقدر ما تكون هذه الصحة أو السلامة في المعلومات أو الحقائق يكون الإعلام في ذاته سليماً قوياً² و الإعلام عند المختصين، من خلال العملية الإعلامية: هو عملية بين طرفين يرسل أحدهما المعلومات للآخر ضمن قالب موضوعي صحيح بهدف التأثير عليه و الإرتقاء بأدائه.

ج- **الإعلام إجرائياً :** هو ذلك الكم الهائل من المعلومات الصحيحة والفاصلة التي يتلقاها الجمهور المستهلك بشتى الطرق ومن جميع النواحي ،و الذي تختلف و تنوع وسائله بحسب المكان والزمان والحال، حيث بدأ بملشفافة المباشرة، ووصل اليوم إلى التشفير عن طريق الإنترنت إلخ .

د- **الإعلام الإسلامي :** يندرج الإعلام الإسلامي ضمن مفردات الإعلام المتخصص في موضوعاته المهنية الإيمانية لإحاطته بجوانب الموضوع، و علاقته وقواعده، و القدرة على صياغة القوالب الفنية لا يصال رسالته إلى الجمهور³ .

7-2- البث الفضائي :

أ. **لغة :** بث الشيء و الخبر يبثه و بثه بثاً، وأبثه بمعنى أبثه، فرقه فترق و نشره و كذلك بث الخيل في الغارة بثها فانبثت و في التنزيل : قَالَ تَعَالَى: ﴿يَأْتِيهَا النَّاسُ آتِفًا رَّكِبًا الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ

¹ آلاء أحمد هشام، مصباح عمار، الإعلام مقوماته ضوابطه و أساليبه في ضوء القرآن الكريم، رسالة ماجستير، كلية أصول الدين، عماد للدراسات العليا، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 1430هـ/2009م، ص 34.

² حمزة د. عبد اللطيف، الإعلام له تاريخه و مذهب، ط1، القاهرة، دار الفكر العربي، 1965م، ص 33 .

³ فرحان الشمري د. طالب عبد الحسين، الإعلام الإسلامي و تربية النزاهة ، ط1، قسم الاذاعة و التلفزيون، كلية الاعلام، الجامعة العراقية، 1434هـ/2013م ، ص 2

وَمَلَأَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا ﴿١﴾ النساء: ١ أي نشر و كثر و في حديث أم زرع (زوجي لا أثبت خبره) ¹.

– فضاء: الفضاء المكان الواسع من الأرض و الفعل، فضاء يفضو فضو^٢ فهو فاض، وأفضى فلان إلى فلان، و أفضى الرجل إذا دخل إلى أهله ².

ب. إصطلاحا: هو البث عن طريق الأقمار الصناعية لتتلقاه المحطات الأرضية ثم تبثه إلى المستقبلين عن طريق الكوابل للتلقاه الشاشات التلفزيونية عن طريق البث الأرضي. أما البث المباشر فهو عبارة عن إتصال يتم بصفة آلية من محطة التلفاز المباشر إلى جهاز التلفاز البيتي دون أي وسيط سوى أقراص الإلتقاط المقرة عن طريق أقمار البث المباشر ³.

7-3- الأقمار الصناعية :

القمر الصناعي هو: عبارة عن برج إستقبال و إرسال يوضع على خط الإستواء خارج الكرة الأرضية بحوالي 22.300 ميل بحيث يضل مغطيا البقعة الجغرافية التي حددها أي يضل دورانه و كأنه ثابت و يستطيع كل قمر أن يبث من هذه النقطة إلى (40%) من سطح الكرة الأرضية واحتياطا لخروج بعض الأقمار عن مداراتها أو وجود عوائق طبيعية تمنع البث تم الإتفاق على وضع ثلاث مواقع للأقمار الصناعية، و تستعمل الأقمار الصناعية في الأرصاد الجوية والملاحة البحرية، و البث التلفزيوني الكابلي والمباشر، والمسح الأرضي والإستشعار عن بعد، و توجيه الترسانه العسكرية، أو ما يعرف بنظام تحديد المواقع (GBS) و غيرها من مجالات الإستعمال المختلفة .

7-4- القنوات الفضائية :

أ- لغة: القنا تعني الطريق والمسلك والدرب.

¹ ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق، ص 208 .

² المرجع نفسه، ص 343 .

³ عيساني د.رحيمة الطيب، اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الاسلامية ودورها في توعية ضد التطرف والتعصب، دراسة ميدانية في جامعات الجزائر 2008، أعمال مؤتمر الارهاب بين تطرف الفكر وفكر التطرف، الجامعة الاسلامية، المدينة المنورة، 27. 30 مارس 2010 المحور الرابع القسم الأول ص 8.

ب- **إصطلاحاً** : تعني كل البرامج التلفزيونية التي تصل إلى المشاهد مباشرة عبر طبق الإنقاط المباشر أو الكابلي، فهي تعد أدوات الإعلام والتثقيف، و نشر المعرفة و تعميم نفعها، وهي وسيلة لخدمة الأهداف الدينية و الوطنية و الإنسانية عامة.¹ وهناك عدة أنواع للقنوات منها:

- **القنوات الفضائية العربية**: وهي القنوات التي تبث البرامج باللغة العربية .
- **القنوات المختلطة** : وهي القنوات التي تبث بأكثر من لغة.
- **القنوات الإسلامية** : وهي القنوات التي تنسم في بثها بالطابع الاسلامي وتتقيد بتعاليم الاسلام ,حسب الأحكام الشرعية و المذاهب الفقهية، و تنقسم الى المتخصصة،وهي التي تبث نوع واحد من البرامج مثل قنوات القرآن الكريم أو الإِ نشاد و المديح و غيرها، وهناك الشاملة أو العامة،وهي التي تتنوع برامجها وفق المشاهد و القائمين عليها، ففيها الأخبار و الفتاوى و الدراما و المسابقات و غيرها .

7-5-الطلبة الجامعيون:

مفردها طالب جامعي وهو كل شاب يزاول دراسته داخل الجامعة من كلا الجنسين للسنة الجامعية (2013-2014) حيث تاريخ تطبيق هذه الدراسة.

7-6-عادات المشاهدة:

كلمة عادات هي جمع عادة: وهي نمط من السلوك يقوم به الإنسان و يعود إلى فعله مرارا و تكراراً².

و العادة (Habit): هي ما يتعود الفرد و المجتمع عليه من سلوكيات يومية في كافة المجالات، و هي نتيجة للتفكير ثم الفعل ،و الذي إذا تكرر أصبح عادة، و مجموعها

¹ الدنانى عبد المالك، البث الفضائي العربي و تحديات العولمة، ط1، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، ج1، 1/01/2006، ص173.

² نديم ربحي محمد الحسن، إتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، رسالة ماجستير في الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية العلوم الانسانية ، الأردن، حزيران 2008، ص 11.

العادات التي هي أساس للصفات و أن العادة مثل الأسلاك حينما تتسج معا يصبح من الصعب كودها، كما أن العادة لها ثلاثة عناصر هي: المعرفة و المهارة و الرغبة¹ .
و بالتالي فإن عادات المشاهدة: هي سلوكيات الإنسان المصاحبة للمشاهدة التلفزيونية والتي يحرص على القيام بها مرارا و تكرارا كلما شاهد التلفزيون.

7-7- أنماط المشاهدة:

النمط وهو الأسلوب والسلوك وهو المذهب أو هو الطريقة المتبعة ,كما أنه يطلق على الصنف والنوع² .وبالتالي فإن أنماط المشاهدة هي الطريقة التي تحرص عينة البحث على متابعة البرامج التلفزيونية بها ,وطرق وأساليب اختيارها وتفضيلاتها لها.

ثانيا : الإجراءات المنهجية للدراسة :

1. منهج الدراسة :

المنهج في لغة العرب مأخوذ من مادة (نهج)، والنهج الطريق ونهج لي الأمر أوضحه و فلان نهج سبيل فلان سلك مسلكه³ .

والمنهج في الاستعمال القرآني ورد في آية واحدة قال تعالى: ﴿ وَأَنزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِّمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ وَمُهَيِّمًا عَلَيْهِ فَاحْكُم بَيْنَهُم بِمَا أَنزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمَنْهَاجًا وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَكِنْ لِّيَبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ إِلَى اللَّهِ مَرْجِعُكُمْ جَمِيعًا فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ ﴾ (المائدة: ٤٨)

يقول ابن عباس رضي الله عنه شرعة ومنهاجا سبيلا وسنة ... والمنهج في الاصطلاح هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة ,إما من أجل الكشف عن الحقيقة حين

¹ عبد الكافي إسماعيل عبد الفتاح، معجم مصطلحات عصر العولمة، لا ط، الدار الثقافية للنشر و التوزيع، لا م ، 2004، ص 313.

² سعيدة عباس، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية (دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات)، مذكرة ماجستير في الدعوة والاعلام، قسم الدعوة و الاعلام ، كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الاسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 1431هـ/2010م، ص 18.

³ الفيومي أحمد بن محمد بن علي المقرئ، قاموس اللغة كتاب المصباح المنير، نوبيليس، ج6، لا ط ، د ت ، ص 860.

نكون بها جاهلين، أو البرهنة عليها للآخرين حين نكون بها عارفين¹، إذن لكل بحث منهج يسير عليه لدراسة المشكل، وبدون المنهج البحث يصبح مجرد حصر وتجميع معارف، دون الربط بينها وبين استخداماتها لعلاج المشكلة، فيغيب بذلك الابداع العلمي².

- إن العلوم تختلف عن بعضها وبالتالي تتعدد المناهج، كما أنه من الممكن رد هذه المناهج المتعددة إلى مناهج نموذجية قليلة تنفرع عليها المناهج الجزئية الأخرى، ومن هذه المناهج النموذجية المنهج الرياضي، والمنهج التجريبي والمنهج الوصفي³. والذي سنتناوله دراستي، ويقوم المنهج الوصفي على جمع الحقائق والمعلومات ومقارنتها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعميمات مقبولة، لذلك فهو يشتمل على عدد من المناهج الفرعية والأساليب المساعدة، كأن يعتمد مثلاً على دراسة حالة أو الدراسات الميدانية أو التاريخية أو المسوح الاجتماعية،⁴ أو غيرها.

ومن هنا يتبين أن المنهج المناسب لهذه الدراسة هو منهج المسح الوصفي كما اعتمدت في الجانب الميداني على منهج المسح بالعينة باعتباره المنهج الذي يوصلنا الى جمع المعلومات عن العينة الخاصة بالبحث، من حيث عادات وأنماط مشاهدتها للفضائيات العربية والاسلامية وتقسيمها لها ولبرامجها.

2. مجتمع الدراسة والعينة :

أ. مجتمع الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في طلاب جامعة الوادي حيث تسعى هذه الدراسة لمعرفة عادات وأنماط مشاهدة القنوات العربية والاسلامية وذلك في ست كليات : كلية العلوم

¹ صابر د.حلمي عبد المنعم، منهجية البحث العلمي و ضوابطه في الاسلام، لا ط، لا م، 1997م، ص 14 .

² محمد مبارك د. محمد الصاوي، البحث العلمي أسسه و طريقة كتابته، ط1، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، مؤسسة الاهرام للنشر و التوزيع، مصر، 1992م، ص 26.

³ عبد المجيد إبراهيم د. مروان، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، عمان، مؤسسو الوراق للنشر و التوزيع، الأردن، 2000م، ص 37.

⁴ جدير مانيو، ترجمة من الفرنسية ملكة أبيض، منهجية البحث و دليل الباحث المبتدئ، لا ط، لا ن، 2013/11/27م، ص 100.

الاجتماعية و الانسانية، وكلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، وكلية الآداب واللغات الأجنبية، وكلية العلوم التكنولوجية، وكلية علوم الطبيعة والحياة، وكلية العلوم الادارية والقانونية والعلوم السياسية .

ب. عينة الدراسة :

العينة هي ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية، بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا¹، والعينة المناسبة لدراستنا هي العينة العشوائية البسيطة، وفيها يختار الباحث أفراد العينة بشكل عشوائي بحيث يعطي لكل فرد من المجتمع نفس الفرصة التي تعطي لغيره عند الاختيار، وهنا يكون لكل فرد من أفراد المجتمع فرصة متكافئة في الاختيار². وقد كان حجم العينة 180 مفردة والتي طبقت عليها الدراسة 128 مفردة فقط من جميع التخصصات وجميع المستويات من كلا الجنسين .

3. مجال الدراسة :

أ- المجال الزمني : من 05 الى 20 ماي سنة 2014م.

ب- المجال المكاني : جامعة الوادي تقع بولاية الوادي ، في الجنوب الشرقي من الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، شمال إفريقيا.

ج- المجال البشري : يتمثل في طلبة جامعة الوادي الذين يزاولون دراستهم للموسم الدراسي (2013-2014) م كل التخصصات .

4. أدوات جمع البيانات وتحليلها :

4-1- الاستبيان :

لقد اعتمدت على إستمارة الإستبيان لتجميع بيانات الدراسة الميدانية ، الاستبيان المباشر وهو الذي يوزع باليد مباشرة من الباحث أو الفريق المساعد له وتتم تعبئة الاستمارة

¹ لطفي د. عبد المجيد، علم الاجتماع، ط7، القاهرة، دار المعارف، 1976م، ص 353.

² عبد المجيد إبراهيم د. مروان، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مرجع سابق، ص 162.

مباشرة من قبل المبحوثين ويتم توضيح أي استفسار أو أي لبس يطرح من المبحوثين،¹ وتم تقسيم الاستبيان الى أربعة (04) محاور أساسية وهي كالتالي:

1. البيانات الديمغرافية وتتضمن (الجنس . الكلية . الحالة . السكن)

2. عادات وأنماط المشاهدة : وتتضمن ستة عشر سؤال منها احدى عشر سؤال مغلق

و 05 أسئلة مفتوحة

3. تقييم القنوات العربية الاسلامية: إحتوى هذا الجزء على 25 سؤال تجيب عليه عينة

الدراسة بوضع العلامة (x) في الخانة المناسبة والذي إحتوى على 05 خانة: (موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة).

4. إقتراحات عينة الدراسة للإعلام العربي عموما والاسلامي خصوصا.

4-2- أدوات تحليل البيانات :

بعد تبويب البيانات في جداول واستخراج تكراراتها ونسبها المئوية، تم الاعتماد في عملية

التحليل الاحصائي لبيانات الدراسة الميدانية على عدة مقاييس منها :

أ- الجداول الاحصائية .

ب- النسب المئوية .

ج- شدة الاتجاه : حيث تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي في قياس الاتجاهات

وذلك بإعطاء كل اتجاه درجة معينة على النحو التالي . موافق بشدة(5)، موافق (4) محايد

(3) معارض (2) معارض بشدة (1)

وتم تحديد شدة الاتجاه بالعملية الحسابية التالية :

مجموع التكرارات X مجموع المعاملات

شدة الاتجاه =

مجموع التكرارات

وأعطي المجال (3. 5) ايجابي

¹ عبد المجيد إبراهيم د. مروان، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، ص 166.

(3) محايد

(3. 1) سلبي

4-3- صدق أداة الدراسة :

بعد اعداد الاستبيان بصورة أولية تم عرضه على مجموعة من المحكمين (ملحق رقم 03) حيث أبدأوا رأيهم وتوجيههم حول الاستبيان وعلاقته بالدراسة وتم الأخذ بنصائحهم ثم عرض على عينة تعدادها 10 أفراد حيث تأكد أن كل الاسئلة مفهومة وفي متناول المبحوثين. حينها خرج الاستبيان بصورته الحالية ملحق رقم 1.

5. الدراسات السابقة :

أما في ما يتعلق بالدراسات (الأدبيات) السابقة، فقد تمثلت في دراسات محلية و أخرى وطنية و ثالثة عربية وهي كالتالي :

5-1- الدراسات المحلية:

5-1-1- دراسة: استخدامات طلاب الجامعة للقنوات الفضائية العربية والاشباعات

المحققة منها¹:

لقد هدفت هذه الدراسة إلى الكشف على مدى استخدام الطالب الجامعي للقنوات الفضائية العربية والاشباعات المحققة منها، وذلك بالاعتماد على التساؤل الرئيسي "ما مدى استخدام الطالب الجامعي للقنوات الفضائية العربية و الاشباعات المحققة منها؟".

حيث تتدرج تحته التساؤلات الفرعية التالية:

-ما طبيعة استخدام الطالب الجامعي لبرامج القنوات الفضائية العربية؟

-ما هي دوافع تعرض الطالب الجامعي لبرامج القنوات الفضائية العربية؟

-ما هي نوعية القنوات المفضلة لدى الطالب الجامعي؟

¹ رزيقة رحال ، صليحة مناصير ، مريم بوطي ، استخدامات طلاب الجامعة للقنوات الفضائية العربية والاشباعات المحققة منها ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس (ل.م.د) في علم الاجتماع والاتصال . المركز الجامعي بالوادي (2010. 2011)

- ما هي نوعية البرامج التي يتعرض لها الطالب الجامعي؟

- ما هي طبيعة الإشباعات المحققة منها؟

ولقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي في هذه الدراسة باعتبارها أهم المناهج السوسيولوجية المستخدمة في الدراسات الإنسانية والاجتماعية، كما تم استخدام الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات، والذي احتوى على 20 سؤالاً ووزع على 200 طالب وطالبة من المركز الجامعي بالوادي باستعمال العينة العشوائية الطبقية.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن نسبة المشاهدة بين الحين والآخر للقنوات الفضائية تمثل 65.50 % من مجموعة أفراد العينة في حين نجد نسبة 34.5 % من المبحوثين من يشاهدون القنوات الفضائية العربية بصفة دائمة.

- كما توصلت إلى أن نسبة 26.27 % من مجموعة أفراد العينة يرون بأن الدافع الذي يجعل الطالب يتعرض للقنوات الفضائية العربية هو تمكنهم من معرفة ما يدور حولهم من أحداث في المقابل نجد نسبة 7.11 % من مجموعة أفراد العينة ما يجد بأنها تخلصه من الشعور بالوحدة والعزلة.

- إن القنوات المفضلة لدى الطالب الجامعي هي القنوات العامة وذلك بنسبة 32.27 % مع وجود نسبة 0.65 % من يفضل القنوات الغنائية.

- لقد تم وجود نسبة 11.72 % من المبحوثين من يشاهد البرامج الدينية في حين نجد 1.75 % من يشاهدون المسرحيات.

- إن نسبة 26.66 % من الطلبة من يجد بأنه يحصل على المعلومات من القنوات الفضائية كترغبة محققة من طرفها، في المقابل نجد نسبة 4.3 % من يجد في القنوات الفضائية العربية هروب من المشاكل.

5-1-2-دراسة: أثر القنوات الفضائية العربية على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة¹

هدفت هذه الدراسة بطرحها إلى الكشف عن مدى تأثير القنوات الفضائية العربية على بعض القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة وذلك بطرحنا للتساؤل الرئيسي :

" ما أثر القنوات الفضائية العربية على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة ؟"

وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي في هذه الدراسة، كما تم استخدام الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات، والذي احتوى على 20 سؤالاً ووزع على 200 طالب وطالبة في المركز الجامع بالوادي باستخدام العينة العشوائية الطبقية، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن نسبة الذين يشاهدون القنوات الفضائية العربية بصفة منتظمة وغير منتظمة قد بلغت 96.5% ، وهذا ما فسر عدم انشغال مجتمع البحث بالدراسة و التفرغ لمشاهدة التلفاز وذلك بشكل يومي .

- أن القنوات الفضائية العربية قد حافظت على القيم الاجتماعية.

- أن القنوات الفضائية العربية أدت إلى تغذيات وتأثيرات على قيمة الصداقة.

- أن القنوات الفضائية العربية أدت إلى زيادة من خلال النتائج المتحصل عليها تبين أن القنوات الفضائية العربية أدت إلى زيادة في التفكك الاجتماعي.

5-1-3- دراسة : إتجاهات المرأة غير العاملة نحو الفضائيات الإسلامية²

تمثلت المشكلة البحثية لهذه الدراسة في معرفة اتجاهات المرأة غير العاملة نحو الفضائيات الإسلامية، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى إقبال جمهور النساء غير العاملات على الفضائيات الإسلامية ومعرفة الأسباب الكامنة وراء هذا الإقبال، ونوع

¹ أسماء غريب ، عبد الحميد بلول ، أثر القنوات الفضائية العربية على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة ، مذكرة لنيل شهادة ليسانس (ل،م،د) في علم الاجتماع والاتصال المركز الجامعي بالوادي (2010. 2011)

² إيمان جبالي ، دلال مراد ، نسبية مباركي ، إتجاهات المرأة غير العاملة نحو الفضائيات الإسلامية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في العلوم الإسلامية (ل، م، د) المركز الجامعي بالوادي (2010. 2011)

الإشباكات المحققة، وقد اعتمدت الباحثات في هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة حيث أُستخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات، و تمثلت عينة الدراسة في " 163 " مفردة مأخوذة من مدينة الوادي.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج:

- معظم النساء غير العاملات يشاهدن الفضائيات الإسلامية أحيانا.
- الإشباكات التي تحاول المرأة غير العاملة تحقيقها من خلال المشاهدة، هي رغبات توجيهية وشبه توجيهية.
- الدافع الأبرز للمرأة غير العاملة من المشاهدة و الاستماع إلى القرآن الكريم ثم تعلم الأحكام الشرعية.
- تفضل أغلب عينة الدراسة مشاهدة الفضائيات الإسلامية في الفترة الصباحية.
- تفضل المرأة مشاهدة قناة اقرأ الفضائية.
- تشاهد اغلب عينة الدراسة الفضائيات الإسلامية من (2 إلى 3 ساعات).
- جاء نوع برامج الفتوى الأكثر مشاهدة من قبل عينة الدراسة.
- تفضل عينة الدراسة مشاهدة برنامج " ضع بصمتك".
- تفضل معظم النساء غير العاملات المقدم " محمد حسان".
- تفضل المرأة غير العاملة مشاهدة الفضائيات الإسلامية لأن مقدميها يمتلكون القدرة على الإقناع.
- اتجاهات أفراد العينة نحو الفضائيات الإسلامية كانت إيجابية.

5-2- الدراسات الوطنية :

5-2-1- دراسة: "اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الإسلامية ودورها

في توعيته ضد التطرف والتعصب:¹

تمحورت إشكالية الدراسة في معرفة اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية، ودورها في توعيته ضد التطرف والتعصب وجاءت الدراسة لتحقيق جملة من الأهداف أهمها:

*مدى مساهمة الفضائيات الدينية في إبراز الشكل الصحيح للتدين.

*مدى تزويد الفضائيات الدينية الشاب الجزائري بالثقافة الإسلامية الرصينة.

*دور الفضائيات الدينية في إعادة الشاب الجزائري إلى ساحات الفكر النير وإبعاده عن طرقات التعصب والتطرف، كما اعتمدت الباحثة على منهج المسح بالعينة واستعانت بأداة الإستبيان وذلك لضخامة الجمهور المستهدف الذي تم اختياره بالطريقة الحصصية، ووزعت الإستمارة على شباب من جامعتين في الجزائر؛ واحدة في الشمال والأخرى في الجنوب، ووصل عددها 218 مفردة.

توصلت الباحثة إلى نتائج أهمها:

أغلب أفراد العينة يشاهدون الفضائيات الدينية بنسبة 80.28% ، ولقد احتلت قناة إقرأ الفضائية المرتبة الأولى في المشاهدة بنسبة 23.78% ، تليها في الترتيب قناة المجد العام بنسبة مشاهدة تقدر ب 14.93% ، ثم قناة الرسالة بنسبة 13.89%، وحصلت الفترة الليلية على أكثر نسبة متابعة للفضائيات الدينية خاصة عند الذكور في كلا المدينتين، وسجلت الفترة الصباحية أعلى نسبة مشاهدة بالنسبة للإناث، أما فترات الذروة فتختلف عند الجنسين بحكم اختلاف الانشغالات، أما من حيث البرامج المفضلة فقد احتلت البرامج الدينية المرتبة الأولى بنسبة 44.77%، والبرامج الاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة 20.66% ،

¹ رحيمة الطيب عيساني، اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الإسلامية ودورها في توعيته ضد التطرف والتعصب، دراسة ميدانية في جامعات الجزائر 2008 ،أعمال مؤتمر الارهاب بين تطرف الفكر وفكر التطرف، الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة، 27. 30 مارس 2010 المحور الرابع القسم الأول ص ص 385-435 .

تلتها البرامج الأخرى بنسب ضعيفة، بالمقابل فقد اتفق أفراد العينة على أن الفضائيات الدينية تثرى المعلومات الدينية بنسبة 86.29%، و أنها تطرح أسس التدين الصحيح بنسبة 85.14%، وأنها تعالج القضايا والمشكلات المهمة في حياة الناس بنسبة 84 % وفي ذات السياق أكدت عينة البحث أن الفضائيات الدينية لا تعرفهم بالبلاد والشعوب الإسلامية بنسبة 55.43% ، و أنها تقليدية في طرحها بنسبة 65.7 % وأن بعض مذيعيها ليسوا من الكفاءات بنسبة 58.29% ، و أنها تتحدث في قضايا معروفة بنسبة 68%، وفي الأخير اتجهت 63.43% من العينة إلى أن الفضائيات الدينية كان لها دورها الإيجابي في التوعية ضد التطرف والتعصب وسجل الذكور أعلى نسبة.

5-2-2-دراسة:"مشاهدة طلبة جامعة جيجل الفضائيات العربية الدينية الإسلامية"¹.

تناولت هذه الدراسة عادات وأنماط وآثار مشاهدة طلبة جامعة جيجل (باعتبارهم جمهوراً يتعرض للبرامج بانتقائية) لبرامج الفضائيات العربية الدينية.

حاول الباحث تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

- معرفة عادات وأنماط مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية لدى جمهور طلبة وطالبات "جامعة جيجل".
- معرفة الآثار المحتملة على ثقافة ومراجعة الدروس لدى عينة الدراسة.
- معرفة علاقة المشاهدة ببعض المتغيرات (النوع، مكان الإقامة، التخصص العلمي).

اعتمد الباحث على منهج المسح بالعينة وتم الاستعانة بأداة الإستمارة، وتم تطبيق البحث على عينة نوعية تمثلت في جمهور طلبة وطالبات جامعة جيجل، وقد خلصت الدراسة إلى نتائج أهمها: أن جل المبحوثين قبلون على مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية

¹ زوبير زرزايحي، "مشاهدة طلبة جامعة جيجل الفضائيات العربية الدينية الإسلامية"، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2009 م.

بنسبة 99%، واحتلت قناة إقرأ الفضائية المرتبة الأولى من حيث الأفضلية، تليها قناة العفاسي ثم المجد، الرسالة، الناس، الفجر ثم الحكمة وأخيرا قناة الهدى، وهذه القنوات تشاهدها أغلبية العينة في إطار عائلي، كما أن عينة الدراسة تفضل برامج القرآن الكريم في المرتبة الأولى، ثم برامج الفتاوى وتليها الدروس الوعظية، وبعدها برامج الحوار الديني، وقد جاءت الندوات الدينية والرسوم المتحركة في المرتبة الأخيرة، وأكدت العينة أن هذه البرامج تزيد من الوعي الديني بالرغم من النقص الذي يعتريها في الشكل وأحيانا في المضمون، لذا فقد أجاب 86.5% من العينة أن المواضيع المتناولة في الفضائيات الدينية مهمة مقابل 3.5% غير مهمة مع وجود فروق معنوية بين الذكور والإناث، في الأخير خلص الباحث إلى أن أفراد العينة ترى أن التركيز على المواضيع ذات العلاقة بالحياة اليومية للناس أفضل طريقة لاكتساب قاعدة كبيرة من المشاهدين.

5-2-3-دراسة : إتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية¹ .

إستخدمت هذه الدراسة منهج المسح بالعينة و اختارت عينة قدرها 300 فرد وزعت بطريقة عشوائية بين ولايتي الوادي و باتنة و تبلورت مشكلة البحث في علاقة المرأة الجزائرية بالقنوات الدينية من خلال الوقوف على عادات و أنماط المشاهدة و اتجاهاتها نحو برامج هذه القنوات .

و قد أثبتت هذه الدراسة الميدانية أن المرأة الجزائرية تقبل على مشاهدة الفضائيات الدينية بصورة مكثفة ,و استطاعت أن تكون إتجاها ايجابيا نحوها و أن هذه الدراسة قد بينت مدى إهتمام الجمهور النسوي الجزائري بالفضائيات الدينية، كما عرجت هذه الدراسة على مجموعة من إقتراحات عينتها لتطوير أداء الفضائيات الدينية مثل مناقشة المواضيع الاجتماعية و الاهتمام بجميع أطراف المجتمع، و فتح المجال أمام الدعاة الشباب و غيرها.

¹ سعيدة عباس، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية (دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات) مذكرة ماجستير في الدعوة والاعلام، قسم الدعوة و الاعلام ، كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الاسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 1431هـ/2010م.

5-3- الدراسات العربية :

5-3-1- دراسة : استخدام المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية¹

تبلورت مشكلة البحث في معرفة مدى تعرض المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية، وتلبية احتياجاتها في الحصول على المعلومات والمعرفة والترفيه، في خضم كثرة القنوات والدور الذي يمكن أن تؤديه تلك القنوات في تزويد المرأة الإماراتية بما يجري في التمتع سواء على المستوى المحلي أو على المستوى العالمي، وذلك من أجل التمكن من إشباع احتياجاتها ودوافعها، وفي نفس الوقت تساهم في مدها بالقدرة على اتخاذ القرارات المناسبة في مواجهة المعضلات، مع تحقيق أهدافها المختلفة من نفسية واجتماعية.

وتتمركز أهمية البحث في مجموعة نقاط من بينها:

- مدى التعرض للقنوات الفضائية والوقت الذي تقضيه المرأة الإماراتية أمام تلك الفضائيات.
- نوعية القنوات الفضائية، والبرامج المفضلة لدى المرأة الإماراتية وأسباب التفضيل.
- إشباع الحاجات العقلية للمرأة إن وجدت من خلال معرفة مدى اعتمادها على تلك القنوات الفضائية، ومقدار الوقت الذي تقضيه ونوع المضمون الذي تتعرض له.
- التعرف على مدى اهتمام القنوات الفضائية بمشاكل المرأة واهتماماتها المختلفة.
- رأي المرأة الإماراتية في تلك القنوات الفضائية، مع ابداء رأيها في نوعية البرامج التي تحتاج إليها وتود التعرض لها من خلال القنوات الفضائية.
- وركزت الباحثة على مجموعة من التساؤلات منها:
- ما مدى تعرض المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية بشكل عام والقنوات الوطنية بشكل خاص؟

-ما مدى ارتباط المرأة الإماراتية بمشاهدة القنوات الفضائية ومناقشتها مع زميلاتها لتلك

القنوات وما تقدمه من برامج؟

ما مدى اهتمام القنوات الوطنية بالمرأة في برامجها؟

¹ فوزية عبد الله العلي، استخدام المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية دراسة ميدانية، الإمارات المتحدة العربية.

-ما أثار تعرض المرأة للقنوات الفضائية نفسيا واجتماعيا؟

اعتمدت الباحثة على منهج المسح وعمدت على اختيار عينة مكونة من 200 مفردة من مجتمع الإمارات تمثل في المرأة العاملة وربات البيوت، وهذا باستخدام أسلوب العينة المتاحة على النحو الآتي:

من الحضر 135 : مفردة من 3 مدن وهي أبو ظبي، الشارقة، دبي.

من المناطق الريفية 65 : مفردة من 5 مناطق .وقد استعانت الباحثة بتصميم إستمارة وفقا للشروط العلمية، وتوصلت في الأخير إلى نتائج نذكر أهمها :

معظم أفراد العينة تشاهد القنوات الفضائية بشكل دائم بنسبة 81.5% ، أما من حيث الفترات المفضلة فقد حصلت فترة المساء والسهرة على المرتبة الأولى من حيث المشاهدة بنسبة 62.5% ثم فترة الظهيرة بنسبة 17.5% وفي المرتبة الأخيرة الفترة الصباحية بنسبة 2%،

كما احتلت قناة دبي الفضائية المرتبة الأولى من حيث المشاهدة الخاصة بالقنوات الوطنية بنسبة 63.5% ، وتليها قناة أبو ظبي الفضائية بنسبة 26.5% ، ثم قناة الشارقة الفضائية بنسبة 20% ، أما القنوات العربية فقد تصدرت القنوات المصرية المراتب الأولى بنسبة 60.5% ، ثم تليها القنوات الكويتية بنسبة 48% ثم باقي القنوات العربية،

ومن حيث أهم القنوات الأجنبية متابعة من طرف المرأة الإماراتية فكانت قناة BBC بنسبة 65% ، ثم تليها CNN بنسبة 37.5% وختمت الباحثة بتوصيات تبلورت في ضرورة الاهتمام بالمرأة من كل جوانبها من طرف الإعلام؛ من خلال تحسين البرامج المخصصة لها، إضافة إلى ضرورة إجراء بحوث خاصة بالمرأة لمعرفة احتياجاتها الفعلية من القنوات الفضائية، وفقا لمختلف الخصائص الاجتماعية والاقتصادي.

5-3-2- دراسة: اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية.¹

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية و بلغ عدد الاستبيانات الموزعة بطريقة عشوائية بسيطة 650 و المستردة 552 وتلخصت أبرز النتائج فيما يلي :

جاءت محطة MBC1 و MBC2 و روتانا و الجزيرة الاخبارية و LBC في المراتب الأولى .

جاءت الأدنى مشاهدة الفضائيات المصرية ، العقارية، CHATCO ، و العقارية الأولى، و الاقتصادية.

اتفق معظم الطلبة على أن الأفلام و المسلسلات و الأغاني و الكليبات فاضحة وخادشة للحياء العام .

و خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات منها فتح باب المشاركة للشباب والابتعاد عن ما يخدش الحياء العام و تقديم برامج للشباب تنهض بهم ثقافيا و معرفيا وغيرها.

5-3-3- دراسة: عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية قناة الرسالة (نموذجاً)²:

تتمثل إشكالية الدراسة في:

ما عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الإسلامية وقناة "الرسالة" الفضائية؟

¹ نديم ربحي محمد الحسن اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية رسالة مقدمة للحصول على الماجستير في الاعلام كلية العلوم الانسانية جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2008 .

² ابراهيم ناصف، ناصر عبد الله، عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية قناة الرسالة (نموذجاً) للحصول على الماجستير في الاعلام كلية الاعلام جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا (2009-2010)م

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي (مسح جمهور وسائل الإعلام) وتتكون العينة من الطلبة الملتحقين بالجامعات الأردنية (اليرموك، الأردنية، مؤتة، جدار، البتراء) المسجلين لعام 2009/2010 وخلصت الدراسة إلى نتائج عدة منها:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مكان مشاهدة التلفاز قناة " الرسالة" في المنزل وعدد ساعات مشاهدة التلفاز يوميا من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات يوميا عزى متغير الجنس ولصالح الإناث.

5-3-4-دراسة: "اتجاهات طلبة جامعة العلوم التطبيقية نحو الفضائيات" (دراسة ميدانية)¹ :

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات طلبة جامعة العلوم التطبيقية بالأردن نحو الفضائيات و أثرها في شخصيتهم و آرائهم و الآثار المترتبة لمشاهدتهم لهذه القنوات وذلك بإجراء الدراسة على عينة عشوائية تعدادها 341 طالب و طالبة ،و توصلت هته الدراسة إلى عدة نتائج بينت أثر الفضائيات على قيم الطلبة و مدى خوفهم من الدور السلبي لها، و أثرها على سلوك الشباب ، كما بينت الدراسة مدى و عي الطلبة بأهمية القنوات الدينية في حياتهم و الأهداف التي تسعى هذه القنوات إلى تحقيقها من خلال مجموع البرامج و المسلسلات و الأفلام التي تعرضها.

5-3-5-دراسة: قنوات البث الفضائي وتأثيراتها المحتملة على منظومة الفكر الاجتماعي (دراسة ميدانية على طلبة جامعة الموصل) ، شباط 2009م².

تهدف هذه الدراسة الميدانية إلى التعرف على التأثيرات المحتملة لقنوات البث الفضائية على منظومة الفكر الاجتماعي، دراسة ميدانية أجريت على طلبة جامعة الموصل.

¹ عبد الله الديوبى، علي عمر، اتجاهات طلبة جامعة العلوم التطبيقية نحو الفضائيات (دراسة ميدانية) قسم اللغة العربية والعلوم الاجتماعية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة الأردن 2011-03-30 . عن (مجلة جامعة النجاح للأبحاث والعلوم الانسانية) مجلد 25 (3) 2011،

² شلال حميد سليمان قنوات البث الفضائي وتأثيرها المحتملة على منظومة الفكر الاجتماعي (دراسة ميدانية على طلبة جامعة الموصل)، شباط 2009م

ولأجل ذلك تم استخدام الاستمارة الاستبائية التي وزعت على عينة قوامها 435 طالبا وطالبة تم اختيارهم من ست كليات من كليات جامعة الموصل باستخدام العينة العشوائية الطبقية المنتظمة.

وتمت الاستعانة بالحقيبة الإحصائية للعلوم الاجتماعية المعروفة SPSS، و تم استخدام النسب المئوية ، والوسط الحسابي، والانحراف المعياري، وارتباط "بيرسون"، والوزن النسبي ، واختبار مربع "كاي" واختيار T .

ويمكن أصحاب الدراسة من الوصول إلى عدة مؤشرات ونتائج للدراسة من أهمها أن 97% من افراد العينة يشاهدون قنوات البث الفضائي بمعدل ساعتين وثلاث يوميا وجاءت قنوات البث الفضائي العربية في مقدمة القنوات الفضائية وحصلت على 49 % من اصوات افراد العينة، تلتها القنوات الفضائية العراقية بنسبة 38.6 %، ومن ثم قنوات البث الفضائي الأجنبية بنسبة 12 % واحتلت البرامج الدينية المرتبة الاولى لدى طلبة الجامعة بوزن نسبي مقداره 68.12% تلتها البرامج الإخبارية بوزن نسبي 56.5% .

أما فيما يتعلق بالتأثيرات المحتملة لقنوات البث الفضائي فقد جاء التأثير السياسي بالمرتبة الأولى تلاه الآثار الثقافية المعرفية أما الآثار الصحية والنفسية والاقتصادية فأحتلت المراتب (الثالث والرابع والخامس على التوالي) وجاءت الآثار الاجتماعية بالمرتبة ما قبل الأخيرة والآثار الدينية حلت بالمرتبة الأخيرة.

6. موقع الدراسة من الدراسات السابقة :

عند سردي لأهم الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البث الفضائي في المنطقة العربية لاحظت أن هذه الدراسات اهتمت بالجمهور النوعي سواء ا الطلبة الجامعيون أو المرأة - من حيث استخدامه للقنوات العربية و الاشباكات المحققة منها، أو عادات و أنماط مشاهدة القنوات العربية و القنوات الإسلامية ، إذ تطرقت هذه الدراسات إلى دراسة كل على حدة، لذا وجدت نفسي في غمار الخوض في بحث مختلف عن هذه الأبحاث، يعالج مدى حدود

مشاهدة الطلبة للفتنات الإسلامية و العربية في آن واحد ,ليتضح لنا أيهم أكثر ارتباطا بالعينة ,و من ثم أيهما أكثر تأثيرا عليها و يوضح لنا سبب ذلك .

كما لا أنكر أنني استفدت كثيرا من الدراسات السابقة خاصة في خطة البحث و أدوات جمع بيانات الدراسة و اختيار عينة الدراسة إذ اتفقت مع بعضها في هذه الأخيرة.

الفصل الثاني

مظاهر الإتصال و نشوء الإعلام في الحضارات القديمة

تعريف الإعلام

الإعلام قبل الإسلام

الإعلام بعد الإسلام

أهم مراكز و محطات الإعلام

ظهور المطبعة

ظهور الطباعة في البلاد العربية

الفصل الثاني : مظاهر الإتصال و نشوء الإعلام في الحضارات القديمة

من المعلوم أن الانسان كائن إتصالي بطبعه ، لذلك كانت حاجته إلى الاعلام والاتصال من أول وهلة له في الحياة ماسة، من هنا سنستعرض في هذا الفصل مظاهر الاعلام والاتصال الأولية أو البدائية من حيث نشأتها إلى إستعمالاتها و تطور وسائلها.

1. تعريف الإعلام :

- لغة : مصدر الفعل (إعلم) : يقال علمت الشيء بمعنى عرفته و خبرته، و علم الرجل الشيء أي خبره و أحب أن يعلمه أي يخبره يقال: إستعلمني فأعلمته إياه¹ و كلمة الإعلام في اللغة العربية مصدر الفعل أعلم و علمت الشيء أعلمه بمعنى عرفته و أعلمه الخبر أو بالخبر بمعنى أخبره، ويقال إستعلم لي فلان و (أعلمنيه) حتى (أعلمه) و إستعلمني الخبر فأعلمته إياه². و أعلمته وعلمته في الأصل واحدة إلا أن الإعلام إختص بما كان بأخبار سريع و التعليم يكون بتكرير و تكثير حتى يحصل منه أثر في النفس المتعلم و كما كان الإعلام مصدرا للفعل (أعلم)³، فهو بمعنى النشر⁴، إلا أن الإعلام بمفهومه الحديث (MEDIA) مصطلح جديد دخل لغتنا العربية دون أن تعرفه معاجمنا وقواميسنا بما نعرف له من دلالة ومعنى في حياتنا اليومية و إلى الأمس القريب ، وهو مستحدث تماما قد إشتق لغة من العلم و من إيصال المعلومات الصحيحة للناس ، وإذا كانت نسبته مستحدثه في لغتنا العربية فهو من حيث كونه علما أو فنا أو منهجا ليس بالجديد علينا إنما هو جزء من وجودنا.⁵

¹ ابن منظور محمد بن كرم ، (ت 711هـ/1311م)، لسان العرب، ط3، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1999، ج9، ص371.

² مجد الدين محمد بن يعقوب، (ت 718هـ/1414 م) ، القاموس المحيط للفيروز أبادي، مؤسسة فن الطباعة، مصر ، 1914م، ج3، ص 153.

³ الأصفهاني، مفردات غريب القرآن، (ت 502هـ)، ط2، ص 244، islamicbook.com .

⁴ مجموعة من الباحثين اللغويين العرب، المعجم العربي الأساس، عالم الكتب، ج 12 ، رجب 1412هـ، ص 123

⁵ أبي محمد الانصاري، أهداف الاعلامي المسلم، سلسلة تدريبية للمجاهد الاعلامي، مركز اليقين الاعلامي، انتاج مؤسسة الفرقان، لا م، 2012/10/24، ص 7 .

- **إصطلاحاً:** الإعلام مفاهيمه واسعة، فهو يشمل أنواع النشاط الإنساني كافة و داخل في كثير منها فضلاً عن العلاقات الإجتماعية بمختلف أنواعها و بحسب هذا يصعب تحديد لفظة الإعلام بسبب إختلاف مناهجه و تعدد أدواره و تباين مذاهب الباحثين فيه فالإعلام هو الأسلوب المنظم لترويج الأفكار، و هو ظاهرة إجتماعية تتمثل في إتصال البشر بعضهم ببعض و لا يمكن أن تعيش بدونها أي جماعة إنسانية أو منظمة إجتماعية ¹.

كما أن الإعلام -كعلم قائم بذاته- هو العلم الذي يدرس إتصال الإنسان بأبناء جنسه من حيث المرسل والمستقبل و الرسالة و الأثر، و لكن يلاحظ أن كل تعريف يركز على جانب من جوانب الإعلام و يبرزه ، رغم أن جميع التعاريف نظرت للإعلام عن كونه وسيلة لإيصال المعلومة للناس و التأثير فيهم ، بعبارة أخرى هو عملية اتصالية بين المرسل والمستقبل من خلال وسيلة معينة تهدف لإحداث أثر معين ².

أما من حيث التطبيق العملي للإعلام فإن مصطلح الإعلام يتسع ليشمل كافة أوجه سريان المعلومات و المبادئ و الأفكار و الآراء بين البشر ³.

والإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة و المعلومات السليمة و الحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب ، في واقعة من الوقائع، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً على عقلية الجماهير، و إتجاهاتهم و ميولاتهم ⁴.

¹ أمل عجيل إبراهيم الحسناوي، الإعلام عند العرب قبل الإسلام ، دراسة تاريخية مذكورة لنيل الماجستير في تاريخ العرب قبل الإسلام، جامعة الكوفة، قسم التاريخ، كلية الآداب ، العراق، 1431هـ-2010م، ص 19 .

² أبي محمد الانصاري، أهداف الاعلامي المسلم، مرجع سابق، ص9.

³ شنقيطي سيد محمد ساداتي، نحو تأصيل للدراسات الإتصالية ، ط1، عالم الكتب للطباعة و النشر و التوزيع، الرياض، السعودية، 1994م، ص 13 .

⁴ الدميري د.مصطفى، الصحافة في ضوء الإسلام، ط2، مكتبة الطالب الجامعي، مكة المكرمة، العزيزية، السعودية، 1988م، ص 17.

2. الإعلام قبل الإسلام:

لم يكن الإعلام وليد عصر من عصور التاريخ البشري و لم يكن نتاج حضارة معينة من الحضارات الإنسانية . ذلك فإن الإعلام قديم قدم العصور التي شهدت نشأة الجماعات الأولى من البشر في بقاع محدودة من الأرض¹.

فالإعلام كمضمون ووسيلة ناقلة لذلك المضمون وجد بوجودها هذا الإنسان، و نشأ معه و إرتبط بإستخلافه في هذه الأرض ، قَالَ تَعَالَى: ﴿ وَعَلَّمَ ءَادَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ﴾ [البقرة: ٣١] فهذه الآية يستفاد منها أن الإنسان عرف الإعلام من أول وهلة في الحياة و كان يمارسه بطرق فطرية ألهمه الله عز وجل بها و علمه إياها. و لقد كان الإنسان الأول حين لا تسعفه اللغة بما يريد الإفصاح عنه يستخدم للتخاطب بعض الحركات و الأصوات التي تعبر عن م راده و يفهمها المخاطب مثل الإشارة و إشعال النار و النداء بأصوات معينة و دق الطبول... إلخ، ثم تطورت المفاهيم و الأعراف حتى أصبحت الكلمات هي الوسيلة الفعالة التي يعبر بها الإنسان عما يريد و تشكلت مضامين الإعلام².

و تطورت أساليب الإعلام البدائية تلك - لتأخذ أشكالاً متخصصة فولدت شخصية (الر اوي) الذي يقوم برواية ملاحم البطولة و نقل الأخبار و سرد الطرائف، ونجد أن هذا النوع من الإعلام كان يؤدي دوراً ترفيهياً وتعليمياً و تربوياً في آن واحد.

وولدت أيضاً شخصية المنادى ، وهو الذي كان يقوم بإبلاغ أوامر الحكام إلى عامة الناس، ولم يقتصر الإعلام البدائي و القديم على هذه الغايات . بل تجاوزها إلى تأدية رسالة النوعية و الإرشاد وهو ما دلت عليه دراسات الآثار في مصر و العراق و اليونان و بقاع أخرى متفرقة من الأرض. فقد عرف الفراعنة في مصر بتسجيل عقائدهم و حروبهم و

¹ عبد الواحد أ.حامد، الإعلام في المجتمع الإسلامي، ط1، رابطة العالم الاسلامي، مكة، السعودية، 1984/08/27 م، ص9.

² الولشلي عبد الله قاسم، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، ط2، دار عمار للنشر والتوزيع، صنعاء اليمن، 1994، ص 16.

إنتصاراتهم و إنجازاتهم بالحفر و النقش البارز على جدران المعابد و سطوح الأهرامات و على المسلات، كنوع من الإعلام التاريخي¹ ، وقد كتبوا بورق البردي².

وفي العراق كانت هناك نشرات ترجع تاريخها إلى عام 1800 ق.م ترشد الزراع إلى أبرز طرق البذر و الزرع، وعلاج الآفات في المحاصيل الزراعية ، وقد عرف اليونان أهمية التأثير في الناس و خاصة عن طريق الخطابة والمناقشات و كان (الأسكند المقدوني) يؤمن بأهمية الإعلام و النشر و طرق التأثير في الجماهير فكان يجعل في ركابه طائفة من الشعراء و الخطباء و الكتاب و المفكرين³.

- و قد عرفت الجزيرة العربية قبل الإسلام فنونا إعلامية متنوعة ، و خاصة في العصر الجاهلي ومن هذه الفنون الإعلامية ما تميزت به جزيرة العرب كالشعر و المناظرات الأدبية في الأسواق وغيرها، ومنها ما إكتسبته بحكم إتصالاتها الخارجية بغيرها من الأمم و يمكن تقسيم وسائل الإتصال في الجزيرة العربية قبل الإسلام إلى :

1-2- وسائل الإتصال الخارجي:

1. التجارة: حيث كان التجار من و إلى الشام ينقلون إلى قومهم الأخبار و المهارات والمعارف⁴.

2. البعثات اليهودية و النصرانية : تدعوا إلى دينها و تنشر تعاليمها و قد كانت تلك البعثات وسائل إتصال بين العرب و الأمم و المدنيات المجاورة⁵

¹ عبد الواحد أ. حامد، الإعلام في المجتمع الإسلامي، ص ص 10-19.

² الوشلي عبد الله قاسم، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة ، ص 19.

³ الوشلي عبد الله قاسم، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، ص ص 10-11 .

⁴ عبد الواحد أ. حامد، الإعلام في المجتمع الإسلامي، ص12.

⁵ حمزة د. عبد اللطيف ، الإعلام في صدر الإسلام، ط2، القاهرة، دار الفكر العربي، د ت ، ص 22.

3. أمارات الحدود : فقد كانت همزة وصل بين العرب و الأمم المجاورة من الروم و الفرس¹.

2-2- وسائل الإتصال الداخلي:

1. إشعال النيران : كانت النيران تشعل للإعلام عن وقوع حادث جلل أو للإخبار عن عدو أو إنذار حرب أو عند إقامة الولائم ... ، إذ كانت بمثابة الدعوة والإعلام و الإعلان للقريب والبعيد.

2. المناداة.

3. القصيدة الشعرية: و قد شهد التاريخ أن القصيدة الشعرية قامت بوظيفتها في العصر الجاهلي خير مقام .

4. الخطبة والخطباء : تلت الخطابة القصيدة الشعرية في أهميتها و تأثيرها على المستمعين.

5. الأسواق : كانت الأسواق بمثابة المؤثرات إلى جانب البيع و الشراء²، و كانت ساحات لقاء فكري و أدبي واجتماعي و كان أشهرها سوق "عكاظ" ، سوق "مجنة" و "ذو المجاز" و كانت هذه الأسواق الثلاثة تقام في شهر الحج³.

6. الندوة : مكان يجتمع فيه أهل الرأي و المشورة و شيوخ العشائر و القبائل و قد كانت من أقوى طرق الإتصال بين العرب في الجاهلية .

7. الأعياد: كان للعرب عيد للشباب يجتمع فيه شباب القبائل فيعلقون سيوفهم ورماحهم وأنواطهم على أغصان الشجر ، وذلك على سبيل إظهار القوة و المنعة⁴.

¹ عبد الواحد أ. حامد، الإعلام في المجتمع الإسلامي، ص 14.

² ع عبد الواحد أ. حامد، الإعلام في المجتمع الإسلامي، ص 15.

³ المرجع نفسه، ص 17 .

⁴ المرجع نفسه، ص 19 .

ومما سبق يتبين لنا أن الجزيرة العربية قبل الإسلام قد عرفت فنونا إعلامية مختلفة وهي ذاتها التي كانت سائدة بين الأمم في ذلك العصر مضافا إليها الشعر و الأسواق كوسيلتين إعلاميتين مميزتين تفردت بهما شبه الجزيرة العربية عن غيرها من الأمم.¹

3. الإعلام بعد ظهور الإسلام:

عرفنا أن العصر الجاهلي لم يكن يمارس من وسائل الإعلام إلا الفطرية المعروفة عند الأمم المتخلفة أو الجماعات البدائية، وأن أهم هذه الوسائل التي عرفها الناس في الجاهلية وسيلة القصيدة الشعرية ووسيلة الخطب و الندوات والأسواق. و نحو ذلك، ومنذ ظهور الإسلام، أصبح للإعلام صور قديمة و صور جديدة لم يعرفها العرب من قبل.

أما الصور القديمة التي إحتفظ بها الإسلام فهي القصيدة و إن لم يصبح لها في الإسلام شأن كبير، و الخطابة و هي الصورة الإعلامية التي أصبح لها في الإسلام شأن كبير ذلك أن الخطابة في الإقناع لم تزدهر في عصر من العصور كما زدهرت في عصر الثورات، فلذلك بلغت الخطابة شأوها الأعلى على لسان وبيان سيد الخطباء الرسول (صلى الله عليه وسلم) و على أيدي الخلفاء الراشدين من بعده و كذلك الأسواق.

ثم جاء الإسلام و أستحدث الكثير من الأساليب الجديدة في ميدان الإعلام والإتصال وبذل النبي (صلى الله عليه وسلم) في سبيل هذه الغاية من الجهود الكبيرة التي ستصطلح عند الكلام عن كل أسلوب.²

فمن هذه الأساليب بعد القرآن الكريم والحديث الشريف والخطابة النبوية :

1. أسلوب آذان لإقامة الصلاة و أسلوب الغزوات و السرايا الحربية.
2. أسلوب العلاقات الودية: التي مارسها الرسول (صلى الله عليه وسلم) مع أصدقائه وأعدائه على السواء ، و مهما يكن فإن وسائل الإتصال بال جماهير بعد الإسلام تتلخص في:

• القرآن الكريم

¹ ع عبد الواحد أ. حامد، الإعلام في المجتمع الإسلامي، ص 19.

² حمزة د. عبد اللطيف ، الإعلام في صدر الإسلام، ص 40 .

- الحديث الشريف و الخطبة النبوية.
- القدوة الحسنة.
- الإتصال الشخصي و الجمعي و هو من أقوى وسائل الإعلام .
- أسلوب القصص: و هو وسيلة إعلامية أول ما ظهرت في القرآن الكريم .
- مواسم الحج ومواطن التجمعات الإعلامية على أوسع نطاق .
- الغزوات و السرايا و الإرساليات .
- العلاقات الإنسانية.
- القصيدة الشعرية.¹

3-1- أهم مراكز و محطات الإعلام:

كما أنه كانت هناك أماكن إشتهرت بأنها مراكز إعلام في هذا العصر نذكر منها:

1. دار الأرقم بن أبي الأرقم.

2. البيت العتيق.

3. المسجد.²

ومن أهم وسائل الإعلام في العصر الحديث :

1. الوسائل الشفوية.

2. الوسائل المقروءة.

3. الوسائل المسموعة.

4. الوسائل المرئية.

5. الوسائل المسموعة المرئية.³

¹ حمزة د. عبد اللطيف ، الإعلام في صدر الإسلام، ص 42 .

² آلاء أحمد هشام، مصباح عمار ، الإعلام مقوماته ضوابطه اساليبه في ضوء القرآن الكريم، رسالة ماجستير، كلية أصول الدين، عماد للدارسات العليا، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 1430هـ/2009م، ص 07.

³ العاني توفيق فؤاد، الصحافة الإسلامية و دورها في الدعوة، ط1 ، بيروت ، مؤسسة الرسالة، 1414هـ/1993م، ص24.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الصحافة أبرز ما ميز الإعلام و إنتشاره حيث، يرى فريق من المؤرخين أن الصحافة نشأت عند المصريين القدامى و الرومان لأنهم كانوا ينقشون الأخبار على الأحجار و يكتبونها بلغتهم على ورق البردي ، و لذلك يرجع البعض استعمال الإعلام المكتوب إلى الفراعنة.

و يرى فريق آخر أن الصحافة في العصر الحديث ظهرت في إنكلترا و إيطاليا ثم ألمانيا ما يعرف بالصحف المخطوطة التي كان يكتبها تجار الأخبار، أما أقدم الصحف فهي التي ظهرت في ستراسبورج عام 1609 م.¹

3-2- ظهور المطبعة:

و أحدث إكتشاف المطبعة عام 1436 م على يد "غوتبرغ" الألماني ثورة في وسائل نشر الأنباء و تداولها .

كما أن المطبعة كانت وسيلة من وسائل نشر الآداب والعلوم و توجيه الرأي العام أولا و تبادل الآراء ثانيا، ومن ثم نجد أن المطبعة و تقدمها نحو التحسن هي أساس فكرة الصحافة الحديثة ، فقد ساعدت إلى جانب توفر المواصلات و البريد في سرعة إصدار الصحف و قلة تكاليفها.²

3-3- ظهور الطباعة في البلاد العربية:

يختلف المؤرخون في أول مطبعة إستخدمت الحروف العربية ومن رأي بعضهم أنها تأسست في روما سنة 1514، و قد طبع فيها خلال القرن السادس عشر عدد من الكتب العلمية إلى جانب الكثير من الكتب الدينية المسيحية . ثم أخذت الطباعة تنتشر في الشرق الأوسط ،حيث بدأت بالأستانة ثم حلب ثم قرية الشوبر في جبل لبنان³ ، أما في مصر لم تعهد الطباعة قبل الحملة الفرنسية سنة 1798م ، حتى إذا جاء الجنرال "بونبارت" مصطحبا

¹ الدميدي د. مصطفى، الصحافة في ضوء الإسلام، ص 34.

² أديب مروة ، الصحافة العربية نشأتها و تطورها، ط1، منشورات دار مكتبة الحياة، بيروت، لبنان، ج1، 1-1-1961، ص ص 137-139 .

³ المرجع نفسه، ص 140 .

معه مطبعة مزودة بأحرف لاتينية و يونانية و عربية ولما جلا الفرنسيون توقفت الطباعة حتى سنة 1821 أين أنشأ "محمد علي الكبير" والي مصر مطبعة لتلبية الحاجات الحكومية¹.

❖ تلك لمحة موجزة عن نشأة الإعلام و تطوره مضمونا ووسيلة و بقي علينا أن نلقت النظر إلى ان التطور الذي يشهده العالم اليوم في الأجهزة و الوسائل لم يؤثر على المضمون ولن يتأثر به المحتوى ، إذ تبقى الحقيقة في أن الوسائل تخدم المحتوى بل والعكس صحيح، لاسيما والإعلام في العصر الحديث²، بعد ما جاءت السكك الحديدية و البواخر و السيارات ثم الطائرات أصبحت من وسائل النقل السريع مقصود لت الصحف إلى القرءاء بسرعة، واخترعت أمريكا التيلغراف الكهربائي و استخدمته بعض الصحف الأوربية سنة 1845 وشمل هذا الإختراع الصحف جميعها منذ إفتتاح الكابل البحري عبر الأطلنطي سنة 1866 ثم جاء الهاتف بعد ذلك ببضع سنوات ، و أخذت الصحف تستخدم مما جعل نقل الأخبار أمرا هينا.

و قد مكنت ثورة الإتصال الوسائل الإعلامية من الوصول إلى ملايين الناس في اللحظة الواحدة، و أصبح الخبر يحاوف حول المعمورة في نفس اللحظة، حتى تحول العالم إلى قرية إلكترونية صغيرة ، و غدت الدنيا كلها في متناول بصر الإنسان وسمعه ، ولم يعد الإعلام يتجه إلى فئة معينة أو ينحو إلى تقديم معلومات خاصة ، ولكن الإعلام الحديث أصبح قادرا على التوجه إلى الإنسان أيا كان وحيث كان ، و تشير الدراسات العلمية إلى التقدم الهائل الذي أحرزته التكنولوجيا المعاصرة في وسائل الإتصال و الذي سوف يحدث تأثيرات هائلة في حياتنا و مستقبلنا، و على البيئة الإجتماعية والإقتصادية و السياسية للشعوب و الأمم أرادت ذلك أم لم ترد، تلكم أن الوسائل التكنولوجية المعاصرة سوف تسمح بتحقيق أنواع

¹ الوشلي عبد الله قاسم، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، ص 24.

² العاني توفيق فؤاد، الصحافة الإسلامية و دورها في الدعوة، ص 35.

مختلفة من نظم المعلومات التي تشكل قنوات سمعية و بصرية و غيرها. عبر الوسائل الإلكترونية والمغناطيسية.¹

¹ عبد الحليم د. محي الدين، الدعوة الاسلامية و الاعلام الدولي، لا ط، دار الفكر العربي القاهرة، د ت، ص 16.

الفصل الثالث

الأقمار الصناعية و البث الفضائي²⁸

الخلفية التاريخية عن تطور الأقمار الصناعية

أنواع الأقمار الصناعية

المدارات

طريقة دورانها حول الأرض

طريقة الإستخدام

تجارب البث الفضائي المباشر في العالم

البث الفضائي في المنطقة العربية

الفصل الثالث الأقمار الصناعية و البث الفضائي :

لقد تزايد اهتمام الإنسان بمجال الفضاء- الذي يعتبر من المجالات الفسيحة والعامة التي استطاع الخوض فيها- وذلك منذ ظهور التلفزيون كأحد أهم الوسائل التكنولوجية والتي كانت نتاج تفكير إبداعي تكنولوجي وعلمي، ومع التطور الهائل لهذه الوسيلة الجماهيرية ازداد اهتمام العلماء بتقنية البث المباشر ووسائله، والتي تمثلت في الأقمار الصناعية خاصة منها أقمار الاتصالات، لكونها من أهم هذه الوسائل، سنحاول في هذا الفصل الإجابة عن الأسئلة التالية :

كيف ظهرت الأقمار الصناعية؟ و كيف تطورت و ماهي تقنية البث الفضائي؟ ومتى ظهرت الفضائيات العربية ؟وما تأثيرها على الجمهور العربي؟ سنحاول معالجة هذه الإشكالية في هذا الفصل وذلك من خلال ثلاث مباحث:

1-الخلفية التاريخية عن تطور الأقمار الصناعية:

نعيش اليوم في عصر تميز بالطفرة في كل مجالاته، خاصة منها مجال استخدام الأقمار الصناعية كوسيلة من وسائل الاتصال الإنساني، والذي أصبح مضمار تسابق بين الدول المتقدمة و المتخلفة على السواء.

و يعرف القمر الصناعي مفرد الأقمار الصناعية و هي عبارة عن مركبات تدور حول الأرض على إرتفاع يتراوح بين 100 ميل و عدة آلاف من الأميال تؤدي مهام معينة متصلة عادة بكوكب الأرض كالإستطلاع و الإتصال ، و قد أطلق منها منذ بدأ عصر الفضاء عدة آلاف¹. أو هي عبارة عن محطة صغيرة توضع على بعد 22.300 ميل خارج الكرة الأرضية وهذا على خط الإستواء الذي يعتبر أقرب نقطة تزلزل دوران القمر مع دوران الأرض²، كما يظهر القمر الصناعي على شكل جسم متحرك وعائم في الفضاء ، ويعمل هذا الجسم على موجات متناهية الصغر، كما يقوم بإرسال الموجات الدقيقة التي تحمل

¹عرجون د.محمد بهي الدين، الفضاء الخارجي و إستخداماته السلمية، عالم المعرفة، الكويت، أكتوبر 1996، ص 32.

²جيمس هاجرتي، ترجمة زكرياء البرادعي، سفن الفضاء ، ط1، مكتبة القاهرة الحديثة، ج1، 1961م، ص 20.

رسائل إلى مناطق المشتركين عن طريق هوائيات مثبتة على سطح القمر العلوي المواجه لسطح الأرض، و هو ليست وسيلة إتصال عادية مثل باقي الوسائل بل هو وسيلة لهذه الوسائل خاصة منها البرامج التلفزيونية و الإذاعية، و هي الميزة التي أضافتها الأقمار الصناعية للتلفزة الفضائية حيث أتاحت وصول عدة قنوات إلى المتلقي و منحتة فرصة الاختيار.¹

و ترجع أول سنة إستخدام الأقمار الصناعية كأبراج شاهقة الإرتفاع لإستقبال و إعادة إرسال الإشارات، إلى "آثر كلارك" الذي يعد الرائد الأول للإتصالات عبر الفضاء ، حيث عبر عن رأيه هذا في مقال عام 1945 نشر في مجلة (العالم اللاسلكي) و تنبأ فيه بإمكانية وضع أقمار صناعية في مدارات متزامنة مع حركة الأرض، حيث يبدأ القمر دورانه بسرعة دوران الأرض حول نفسها و في إتجاهها نفسه، و كأنه ساكن بالنسبة لبقعة معينة على سطح الكرة الأرضية ، ومن ثم يمكن إستخدامه كمنصة استقبال و إرسال الإشارات و حسب كلارك فإن إرتفاع المدارات المطلوب لهذا الغرض هو 35800 كيلومتر فوق سطح الأرض ، كما أوضح أن ثلاثة أقمار كافية لتغطية الكرة الأرضية بأكملها وذلك نظرا للإرتفاع الكبير للقمر الصناعي على سطح الأرض² .

توجت هذه المحاولات بإختراع "الترانستور" من قبل الدكتور (وليام شوكلي) في ديسمبر 1984 م و كان أهم إختراعات القرن خاصة بعد التمكن من إختراع شريحة صغيرة تحمل عددا من الترانزستورات وكانت هذه المجهودات المذكورة أنفا بمثابة قاعدة إرتكز عليها العلماء في إختراعهم للأجرام الفضائية التي تجاوزت الفضاء الجوي إلى الخارجي.³

¹ سعيدة عباس، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية (دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات)، مذكرة ماجستير في الدعوة والاعلام، قسم الدعوة و الاعلام ، كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الاسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 1431هـ/2010م، ص 40.

² عرجون د. محمد بهي الدين، الفضاء الخارجي و إستخداماته السلمية، ص 308

³ شمو علي محمد، تكنولوجيا الفضاء و أقمار الاتصالات، ط1، الاسكندرية، مكتبة الاشعاع، 2002، ص ص 33-

والإتحاد السوفياتي كان من السباقين في إطلاق الأقمار الصناعية و كان ذلك عام 1957 حيث أطلق قمرا صناعيا بإسم (سبيوتنيك)¹. تبعه أول قمر صناعي أمريكي سنة 1958 م وفي سنة 1959 كتب "الهاوي دون أستونر" في مجلة الهوات (سي كيو) إقتراح بناء قمر صناعي للهوات و كانت ردة الفعل عليه كبير، إذ نعتته الكثير بالحالم و الخيالي .

غير أن أفكار "دون أستونر" الخيالية أثارت الحماس و الرغبة عند بعض هواة الراديو بكاليفورنيا وكونوا (إتحاد الأقمار الصناعية التي تحمل راديو هواة) و (إتحاد أوسكر). (OSCAR) orbital satellite carring amateur radio، و نظموا أنفسهم في مجموعتين الأولى لبناء القمر و الثانية لإيجاد طريقة لوضع القمر حول الأرض، و ذلك بإقناع السلطات والمسؤولين، وكان الطريق غير واضح و المعوقات كثير من أن تعد بما كان يحلمون بتنفيذه قد يراه الآخرون كرغبة طفل لقيادة طائرة عابرة للقارات.²

و غيرها من الأقمار الصناعية التي شبت أمريكا في بنائها و إرسالها لكنها كانت مختلفة على القمر السوفياتي "سبوتنيك sputnik"، و توالى الجهود حتى عام 1962 حيث أطلقت الولايات المتحدة الأمريكية قمرين نشيطين من قاعدة "Copamaval" و هما تلتستار 1 وتلتستار 2. وفي هذه المرحلة تميزت الأقمار المبتكرة بأنها غير فعالة و غير متوافقة، أما أول قمر فعلي فكان القمر الطائر "Earley Bird" على مدار ثابت عام 1965 ووضع للاستخدام التجاري³.

و شهد عام 1970 تعاوننا بين فرنسا و ألمانيا لتطوير شبكة أوربية للاتصالات و البث التلفزيوني أطلق عليها إسم سيمفوني "symphonie" و قد بدأ المشروع بإطلاق قمرين في المدار المتزامن مع الأرض (المدار الثابت Ceostationary Orbit) عند خط طول 15 غربا بحيث يغطيان أوروبا و أفريقيا و جزءا من أمريكا الجنوبية و الساحل الشرقي لأمريكا

¹ جيهان أحمد رشتي، الإعلام الدولي، لا ط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1979، ص 309.

² عبد الحليم علي عمر د. نادر، الأقمار الصناعية للهواة، لا ط، د ت، ص 3.

³ أمين سعيد عبد الغني، الثقافة العربية و الفضائيات، رؤية إعلامية من منظور التحليل الثقافي، لا ط، د ت، ص 12.

الشمالية، و قد أطلق القمر الأول في 19 ديسمبر 1974 و الثاني في 27 أغسطس 1975 و استخدمت أقمار "سيمفوني" في تبادل البرامج التلفزيونية و الإذاعية بين بلدان أوروبا وكذلك توسيع نطاق الإتصال الهاتفي ، ومن ناحية أخرى لستخدم القمران في بث البرامج التربوية والتجريبية إلى بعض بلاد إفريقيا الناطقة بالفرنسية مثل ساحل العاج¹.

و لقد كانت ساعات البث من تلك الأقمار الصناعية إلى المحطات الأرضية محدودة جدا، ثم زادت شيئا فشيئا حتى بلغت الذروة تبعا لتطور الإتصالات و الحاجة إليها ، ففي عام 1965 م كان مجموع ما تبثه الأقمار الصناعية إلى المحطات الأرضية من البرامج التلفزيونية (80) ساعة فقط ، ثم إرتفع إرتفاعا مذهلا حتى بلغ عام 1981 م ، مجموع ما تبثه الأقمار الصناعية (26658) ساعة ووصل عام 1982 إلى 45.000 ساعة و في عام 1984 وصل إلى 75.000 ساعة ، وتعتبر أهم أقمار البث التلفزيوني المباشر و المسجلة بالإتحاد الدولي للإتصالات حتى الآن هي شبكة أقمار (TDFفرنسا) و (TV.SAT.ألمانيا) و(TELEالسويد) و (DSPإنجلترا) و في الطريق عدد من الأقمار التي ستطلق.

و بدأ التنافس بين أمريكا واليابان و أوروبا الغربية ، بل و بعض دول شرق آسيا مثل سنغافورة و كوريا الجنوبية وتايوان و هونج كونج، و ذلك لتصنيع أجهزة إستقبال من الأقمار الصناعية، و يعتمد التنافس على أيها أصغر حجما و أقل تكلفة و أعلى تقنية، و قد طرح في الأسواق العالمية عدد من هذه الأجهزة بسعر 10 آلاف دولار أو تزيد²، كما طرحت فكرة إستخدام قمر صناعي عربي أول مرة سنة 1967 م في مؤتمر وزراء العرب للإعلام في تونس، وتطورت الفكرة حتى تم إنشاء المؤسسة العربية للأقمار الصناعية (عربسات) في أبريل 1976 التابعة لجامعة الدول العربية .

¹ عرجون د.محمد بهي الدين، الفضاء الخارجي و إستخداماته السلمية، ص 316.

² الأستاذ الدكتور ناصر بن سلمان العمر، البث المباشر حقائق و أرقام، لا-ط، 2011/01/01، ص 18.

قامت مؤسسة عربسات حتى اليوم بإطلاق 04 أقمار صناعية¹ و قد إتخذت (عربسات) من العاصمة الرياض مقر لها، وتتكون شبكة التحكم الخاصة بعربسات من محطة تحكم و مراقبة وسيطرة رئيسية في مدينة الرياض بالسعودية و محطة تحكم مساند في تونس ، وقد كانت الإنطلاقة الأولى لعربسات في مجال التشغيل الفضائي في (22 آب /أغسطس 1985) مستهلة نشاطاتها ببث تلفزيون شعائر الحج من الأراضي المقدسة في مكة المكرمة إلى الدول العربية كافة، التي كانت تملك محطات أرضية مؤهلة للإستقبال².

2-أنواع الأقمار الصناعية :

تم إستخدام الأقمار الصناعية في الإرسال الإذاعي و التلغراف و الإتصالات اللاسلكية كما أنها تعتبر من الوسائل المدعمة لتكنولوجيا الحاسبات الآلية و الأنترنت، و بواسطة هذا النظام يتم نقل المؤتمرات و الندوات و البرامج التلفزيونية من جهة الإرسال و من جهة الإستقبال و مهما بعدت المسافة بينهما، و يوفر هذا النظام عدة إيجابيات عبر النظام (الفاكسيمي) والإتصال بين الحاسبات و إجراء العمليات المالية و غير ذلك من مجالات الإستخدام³. و تنقسم الأقمار الصناعية من حيث:

2-1- المدارات:

مدارات أرضية منخفضة و مدارات قطبية و هناك أيضا المدار الجغرافي الثابت.

2-2- طريقة دورانها حول الأرض :

تنقسم إلى نوعين:

1. أقمار قطبيةدوارة (Olar Orbital Satellites): وهي أقمار تدور من القطب الشمالي إلى الجنوبي و هي ذات مدارات قريبة من سطح الأرض (750- 1000 كلم) و

¹ قطف مراد سلامة ، البث الفضائي العربي، لا ط ، رسالة غير منشورة، 2009/02/24، ص 16.

² نديم ريحي محمد الحسن اتجاهات طلبية الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية رسالة مقدمة للحصول على الماجستير في الاعلام كلية العلوم الانسانية جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2008 ، ص 70.

³ جرديس د. جاسم محمد، د. بديع القاسم، مصادر المعلومات في مجال الإعلام و الإتصال الجماهيري، لا ط، مركز الاسكندرية للوسائط الثقافية و المكتبات (أكمل مصر)، 1998، ص 267 .

لذلك فهو أشد وضوحا و متزامن مع الشمس أي يمر على نقطة سطح الأرض في زمن ثابت.

2. أقمار ثابتة: و هي أقمار تدور حول الأرض في مدارات موازية لخط الإستواء وبسرعة مساوية لسرعة دوران الأرض حول نفسها.¹

2-3- من حيث أدائها² :

1. أقمار صناعية سالبة (negative oattedt) وهي عبارة عن بالون كبير ذي سطح معدني يقوم بعكس الإشارات المرسله و إعادتها إلى الأرض مرة أخرى ، و من أشهرها القمر الصناعي سكور (scor) الذي أطلقته الولايات المتحدة الأمريكية عام 1958، و القمر الصناعي كورير (courir) الذي أطلق عام (1960م)، و القمر الصناعي (إيكو -1) و إستمر حتى عام (1980) و القمر الصناعي (إيكو 2. echo) الذي أطلق عام 1964 م الذي تمكن من ربط أمريكا بالإتحاد السوفياتي سابقا عبر إنجلترا.

2. أقمار صناعية موجبة (ACTIVES) تحتوي على أجهزة إستقبال وإرسال و تسجيل و كل ما يحتاجه العمل الإذاعي لذلك فهي بحاجة إلى طاقة تشغيل تستمدتها من مجموعة البطاريات الشمسية الموجودة على سطحها و منها قمر (تسلتار 1 .) و (تلتار 2) و أقمار (ريلبي) .

2-4- من حيث طريقة الإستخدام :

1. النمط الأول: يقوم على أساس نظام الإتصال من نقطة إلى أخرى، و ذلك ببث إشارات تلفزيونية عن طريق المحطات الأرضية إلى القمر الصناعي، ثم تعاد هذه الإشارات إلى المحطة الأرضية بعد أن يتم إستقبالها .

¹ عبد الحليم علي عمر د. نادر، الأقمار الصناعية للهواة، ص ص 1-2.

² عيساني درحيمة الطيب، اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الاسلامية ودورها في توعية ضد التطرف والتعصب، دراسة ميدانية في جامعات الجزائر 2008، أعمال مؤتمر الارهاب بين تطرف الفكر وفكر التطرف، الجامعة الاسلامية، المدينة المنورة، 27. 30 مارس 2010 المحور الرابع القسم الأول ص 08 .

2. النمط الثاني: يتمثل في أقمار التوزيع التي تقوم بتوزيع الإشارات التلفزيونية إلى مناطق متفرقة واسعة بأقل تكلفة .

3. النمط الثالث: أقمار البث المباشر الذي تقوم على نظام إرسال الإشارات التلفزيونية، وغيرها من دون الحاجة إلى محطات أرضية .¹

❖ وهناك نوعان من الأقمار الصناعية المستخدمة لتلفزيونيا :

1. أقمار الخدمة الثابتة : و يقدم هذا القمر خدمات مكثفة لا تقتصر على التلفزيون فحسب و إنما في الاتصالات الهاتفية و التلكس و غيرها ، و كان أولها القمر الأمريكي (تليستار) .

2. أقمار البث المباشر عالية التردد (DBS): و تقوم بإرسال إشارات قوية يمكن إستقبالها مباشرة بواسطة أجهزة التلفزيون العادية المجهزة بهوائي مقعر، بمعنى الإشارات المرسله من القمر لا تمر بالمحطات الأرضية لإعادة بثها للشبكات التلفزيونية .²

3-تجارب البث الفضائي المباشر في العالم :

تتقدم تكنولوجيا أقمار الاتصالات والبث المباشر بخطوات متسارعة إن كان في مجال الإرسال أو الاستقبال، وأصبح بذلك البث التلفزيوني أو الفضائي ظاهرة إعلامية غاية الأهمية نتيجة لما جسده هذه التكنولوجيا من تعدد في القنوات الإعلامية، وما أنتجته من سهولة في الحصول على المعلومة من خلال تلاشي المسافات والحواجر الجغرافية، في عصر اتسم بالسموات المفتوحة؛ من هذا المنطلق كان للبث الفضائي المباشر دور في تمرير الرسائل والمضامين من قبل أطراف وأقطاب متعددة تلك التي تصبو إلى تحقيق أهدافها.

¹ سعيدة عباس، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية (دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات)، ص 46.

² عيساني د.رحيمة الطيب، الآثار الاجتماعية و الثقافية للعولمة الاعلامية على جمهور الفضائيات الاجنبية، (الشباب الجامعي بالجزائر أنموذجا)، أطروحة دكتوراة في علوم الاعلام و الاتصال ، كلية العلوم السياسية و العلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2006/2005، ص 168

وقد تم طرح موضوع أقمار البث المباشر لأول مرة عام 1971 م في المؤتمر الإذاعي الإداري العالمي ، أما التجارب التي تمت في هذا المجال كانت من طرف الاتحاد السوفياتي (سابقا)؛ من خلال شروعه للبث المباشر عبر مناطق سيبيريا، حيث تم إطلاق سلسلة الأقمار الصناعية "أكران" وكان أولها عام 1976 م ، هذا القمر الذي بث قناة واحدة عاملة، وتوقف هذا البرنامج عام 1988 م بعدما بلغ عدد أقمارها 19 قمرا صناعيا، وقد أعيد إطلاق أول الأقمار الروسية الجديدة للبث التلفزيوني المباشر فوق سيبيريا عام 1992 م باسم "غلاس تليكون"، أما المبادرة الأمريكية فكانت بانطلاق أول قمر تجريبي للإذاعة المباشرة وذلك في إطار سلسلة من الأقمار الصناعية للتطبيقات التكنولوجية (ATS-6) الذي وضع من طرف "الناسا" لتقديم خدمات تلفزيونية مباشرة، ثم أعقب بقمر آخر في ذات السلسلة خصص للمشاريع التعليمية بين "آلاسكا" ومنطقة "الكاريبي"، وتسعى الولايات المتحدة الأمريكية إلى انتهاج سياسة خاصة في هذا المجال بعدم فرض قيود ساعية، لتوفير خدمات تلفزيونية بديلة أو خدمات بأجرة، بالرغم من ذلك فإن تقنية الأقمار الصناعية لم تتطور إلا في السنوات الأخيرة من عقد الثمانيات بشكل جعلها مربحة اقتصاديا، ومن ذلك ما كان في بداية عام 1990 م حينما تم الإعلان عن إتفاقية من قبل أربع مؤسسات اتصالية في الولايات المتحدة الأمريكية بموجبها تم إطلاق قمر للبث المباشر بطاقة عالية جدا له إمكانية توفير 150 قناة بعدها توالى التطورات¹.

و لقد بدأ عن وكالة "ناسا" السوفياتية أنها تركز على شرق أوروبا و جنوب شرق آسيا و العالم العربي ، علاوة على التغلغل داخل بعض المناطق في القارة الإفريقية ، وسعت الوكالة إلى إنشاء أقسام خاصة بهذه المناطق و خاصة المنطقة العربية ، و تقوم "ناسا" بالتنسيق مع الوكالات العربية إذ تعاقدت مع الوكالات العربية في إطار التبادل الإعلامي².

¹ سعيدة عباس، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية (دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات)، ص 50 .

² شفيق محمود عبد اللطيف، وكالة الأنباء رؤية جديدة ، ط1، دار المعارف، كورنيش النيل، القاهرة، 1978، ص 28 .

ووسط إتهامات بالرغبة في الإحتكار و السيطرة برزت عدة منظمات إقليمية للإتصال الفضائي (البث المباشر) ففي 1970 و في ظل وجود الإتحاد السوفياتي سابقا حيث أنشأ شبكة (انترسبوتنيك) لربط دول "الكوميكون" و هي مجموعة دول أوروبا الشرقية ، و تبع ذلك تكوين منظمة (بوتيلسات) لتربط بين دول أوروبا الغربية و في العالم العربي أنشأت منظمة عربسات لدعم الإتصال و التعاون في مجال الفضاء بين الدول الأعضاء و في عام 1983

أطلق القمر الأندونسي (Palab -B) ليخدم مجموعة دول شرق آسيا .¹

و بعد فترة من محاولات توحيد الجهود الأوروبية في مجال الإتصال أنشئت في عام 1977 المنظمة الأوروبية لأقمار الإتصالات و التي ضمت 26 دولة ، (جميع دول أوروبا الغربية بالإضافة إلى يوغسلافيا) ووقعت الإتفاقية الدائمة لها عام 1985 وكان أكبر المساهمين المملكة المتحدة و فرنسا (16.4 % لكل منهما) و إيطاليا (11.48 %) و ألمانيا 10.82 % و في عام 1994 م شملت العضوية بالإضافة إلى الدول السابقة دول أوروبا الوسطى و الشرقية و بلغ عدد الأعضاء إثنين و أربعون دولة .²

و كانت الولايات المتحدة الامريكية في عام في 1962م و بعد نجاح المحاولات الأولى لإستخدام الأقمار الصناعية في الإتصالات و إدراكا منها للمجال الواسع لهذه التقنية قد أنشأت هيئة مخصصة لأقمار الإتصالات هو comumcontions satellites coporation بهدف الإشتراك في إنشاء نظام عالمي للإتصالات بتعاون دولي ، و بعد عدة مؤتمرات دولية أنشأت المنظمة الدولية للإتصالات الفضائية (إنتلسات) في 1990م ، 119 دولة بينما يزيد عدد الدول المستفيدة من النظام على مئة و خمسين دولة و أدى هذا التطور إلى خفض تكلفة الإتصالات الدولية بشكل كبير .

ولقد كانت الأقمار الصناعية تطلق في الفضاء لعدة أغراض فنجد أن القمر يحتوي على عدد من الخطوط الهاتفية و بعض القنوات التلفزيونية و هذه القنوات لا يمكن إنقطاعها من

¹ عرجون د.محمد بهي الدين، الفضاء الخارجي و إستخداماته السلمية، ص 315.

² المرجع نفسه، ص ص 317 - 313 .

المشاهد العادي ، بل لابد أن يكون عبر المحطات الأرضية الضخمة و بعد إتفاقيات دولية مسبقة .

و لقد كانت ساعات البث من تلك الأقمار إلى المحطات الأرضية محدودة جدا ثم إزدادت شيئا فشيئا حتى بلغت الذروة تبعا لتطور الإتصالات و الحاجة إليها ففي عام 1965 م كان مجموع ما بثته الأقمار الصناعية إلى المحطات الأرضية و البرامج التلفزيونية (80) ساعة فقط ثم إرتفع حتى بلغ عام 1981 مجموع ما تبثه الأقمار الصناعية (26658) ساعة ، ووصل عام 1982 إلى 45000 و في عام 1984 وصل إلى 75000 ساعة .

أما أهم أقمار البث المباشر و المسجلة بالإتحاد الدولي للإتصالات حتى الآن هي شبكة أقمار (TDF) فرنسا (TV ; SAT) ألمانيا (TELE) السويد و (BSB) إنجلترا و في الطريق عدد من الأقمار التي ستطلق قريبا ، و لتوضيح أقمار البث المباشر نعرفها كما يلي:

1. القمر الصناعية يقع على إرتفاع شاهق يصل إلى 36 ألف كم.
2. يغطي القمر الواحد 1/3 من سطح الأرض .
3. يعمل القمر على مدار 24 ساعة / 24 .
4. كل قمر يحتوي على عدد من القنوات تصل إلى 120 قناة .
5. أعلنت وكالة الفضاء الأوروبية أن عدد سواتل البث المباشر سيبلغ عام 1990 (24) قمرا بالإضافة إلى (60) قمرا للخدمات .

6. ستعتمد هذه الأقمار على مواصفات جديدة تتفوق على الأنظمة المعمول بها .
7. فإنه من الصعب الحكم على فاعلية أقمار البث المباشر مستقبلا نظرا لظهور الكوابل البصرية كمنافس قوي لها من حيث التكلفة و مخاطر الإطلاق¹.

❖ التلفزيون الرقمي :

يعتبر النظام الرقمي نتيجة منطقية للتطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا البث المباشر، ويوفر النظام الرقمي (Digital) نوعية أفضل إن كان على مستوى الأنظمة

¹ الأستاذ الدكتور ناصر بن سلمان العمر، البث المباشر حقائق و أرقام، ص 18 .

التلفزيونية أو على مستوى المحتوى البرامجي؛ وذلك لما يتميز به من استخدام فعال للحيز الترددي إضافة للنوعية المتميزة للصورة الصوت، وترمز كلمة (Digital) إلى حالتين هما التشغيل والإيقاف، وتكون المعلومات في هذا النظام على شكل سلسلة أو إشارات كل زوج في الأرقام بمعنى حروف أو رموز (Code) وقد ظهرت هذه التقنية خلال الثمانينات وهي تعتمد على نقل مواد الاتصال واستخدام الإرسال الرقمي الذي يستمد أصوله من استخدام الإشارات التلغرافية ، حيث يتم تحويل هذه الإشارات إلى إشارات ثنائية حسب النظام الذي تستخدمه أجهزة الكمبيوتر، والتي بدورها يستقبلها هوائي التلفزيون ويفكك رموزها ذاتيا أو بواسطة جهاز خارجي إضافي يزود التلفزيون الرقمي المشاهد ببرامج نوعية جديدة منها التعليمية وأخرى تحوي معلومات يمكن استقبالها مجانا ، ويمكن عرضها على شكل إحصائيات، إضافة إلى الخدمات الإقتصادية والإخبارية. ولأن النظام الرقمي نظام جديد فإن الشركات الإنتاجية أخذت في التحول من إنتاج البرامج وفق النظام (Analog) الترددي أو التماثلي إلى البرامج الرقمية¹.

❖ الفائض الرقمي :

إن نطاقات التردد العالي (UHF) المحجوزة حاليا في معظم البلدان لخدمات البث مرغوبة كثيرا بخصائصها الممتازة للإنتشار الإشعاعي بالمقارنة مع نطاقات حيز التردد الأعلى، مثل تلك المستعملة للجيل الثالث (3G) و من خدمات الهاتف الخليوي حول : 2 جيجا هيرتز، و تلك المستعملة لخدمات الحزمة العريضة المتنقلة (2005، 16، 802 . wi-max) فإن نطاقات التردد (UHF) تصل إلى مساحة أبعد وتخترق المباني بصفة أفضل².

¹ سعيدة عباس، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية (دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات)، ص 52 .

² الجمهورية اللبنانية ، الهيئة المنظمة للاتصالات، استراتيجية الإنتقال إلى البث الفضائي الرقمي، تقرير تشرين الثاني 2008، ص7 .

4-البث الفضائي في المنطقة العربية :

يعد البث الفضائي في المنطقة العربية متأخرا نوعا ما عن البث الفضائي العالمي ،بالرغم من أن المنطقة العربية كانت مستهدفة بالدرجة الأولى من هذا الأخير ،خاصة دول المغرب العربي التي ككت تتلقى البث المباشر من فرنسا وإيطاليا ،حيث غطاها البث التلفزيوني الأوربي و نقلت كل من المغرب والجزائر إرسال قنوات تلفزيونية فرنسية ، كما سمحت تونس بإستقبال الإرسال الأجنبي و ، سمحت لهيئة التلفزيون الإيطالية (BAI) بإقامة محطة في العاصمة تونس ،و سمحت دول المغرب بإستيراد الهوائيات اللاقطة و تصنيعها ، فقد أقامت الجزائر مصنعا للهوائيات بإسم (TELEMICROVIDEO) عرضت النماذج الأولى عام 1987م،تحت رعاية وزارة الثقافة الجزائرية ، أما تونس فقد أصدرت الحكومة عام 1988 م، أول قانون يسمح بامتلاك الهوائيات اللاقطة من قبل الأفراد ، وفي التسعينات بدأت المناطق الأخرى في الوطن العربي تباشر بتكنولوجيا البث بالأقمار الصناعية، حيث وصل إرسال القنوات الفضائية الدولية إلى منطقة الخليج العربي¹ . وللدخول في معترك البث الفضائي كان لزاما على الدول العربية الإهتمام بتكنولوجيا البث الفضائي، وأبرزها الأقمار الصناعية و سيتم التحدث عليها في الآتي :

4-1-القمر العربي عرب سات :

المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية: طرحت فكرة إستخدام قمر صناعي لأول مرة في 1967م في مؤتمر لوزراء الاعلام العرب في تونس ،و تطورت الفكرة حتى تم إنشاء المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية عرب سات في أبريل 1976م و ،تعتبر المؤسسة إحدى التنظيمات الحكومية التابعة لجامعة الدول العربية ، المقر الرئيسي للمنظمة مدينة الرياض بالسعودية ، ويتم تقديم و تبادل الخدمات الإتصالية (الإتصالات الهاتفية و الفاكسات والبرقيات و النقل التلفزيوني و الإذاعي) للدول الأعضاء في المؤسسة و التي يبلغ عددها

¹ الطرابلسي أمينة، إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال، مذكرة ماجستير، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية، جامعة منتوري ، قسنطينة، الجزائر، 2010/2009، ص 106 .

22 دولة على رأسها المملكة العربية السعودية 37% من رأس المال الكويت 15%، ليبيا 11%، قطر 9%، الإمارات 4%، الأردن 4%، لبنان 4%، مصر 2% (المعطيات سنة 1976 م برأس مال 163 مليون دولار) و متبقي رأس المال تقاسمته الدول الأخرى، و أسهمت اليونسكو) وهي إحدى منظمات الأمم المتحدة المهتمة بالتربية و العلوم و الثقافة)¹ في مشروع القمر الاصطناعي العربي، الأول يتكون من فريق يترأسه الخبير السويدي "إدوارد بلومان" لوضع دراسة جدول للمشروع، وبحلول عام 1981 م وقعت المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية عربسات عقدا مع شركة "أيروبيستال" الفرنسية لتصنيع ثلاث أقمار متماثلة لتكون نظام فضائي متكامل حيث أطلق القمر الأول، 8 فبراير 1985 من "جويانا" الفرنسية في أمريكا الجنوبية، ثم تم إطلاق عربسات الثاني في يوليو عام 1985م، ثم الثالث في نهاية نفس العام، وتمكنت مؤسسة عرب سات حتى يونيو 2010 من إطلاق 05 أجيال من الأقمار الصناعية و هي :

الجيل الأول: 1985 و يتضمن 5 أقمار صناعية: عرب سات BA، عرب سات 1C، عرب سات 1D، عرب سات DR.

الجيل الثاني: 1996م عرب سات A2، عرب سات B2، بدر 1، بدر 2.

الجيل الثالث: 1999. بدر 3.

الجيل الرابع: 2006. بدر 4².

و آخر جيل و هو الجيل الخامس منتصف 2010 و أقماره B5. B5A. B6.³

¹ البث الفضائي العربي، دراسة غير منشورة، ص 2، عن موقع

<http://mgoogle.com/saurl?http://cmceducationgerc> يوم الزيارة، 2014/05/01.

² البث الفضائي العربي، ص 14.

³ أحمد إسماعيل حسين محمد، القمر الاصطناعي العربي و دوره في تطوير الخدمة الاخبارية للقنوات الفضائية التلفزيونية، (قناة الشروق الفضائية انموذجا)، مجلة العلوم الانسانية و الاقتصادية، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، جامعة غرب كوردفان، ع13، 2012/11/02، ص 104.

4-2- القمر المصري نايل سات :

في عام 1977 حجزت مصر موقعا لقمر مصري في المدار الثابت على الموقع 7 درجات غربا ، و قبل مضي عشرين عاما على هذا الحجز و تخصيص الموقع لدولة أخرى أعلنت مصر عن إطلاق قمر البث التلفزيوني "نايلسات" والذي ستصنعه شركة مصرية (ماركوني) و يطلقه القاذف الأوربي "أريان" و تبلغ تكلفة القمر المصري 157.8 مليون دولار ، وتتوقع وزارة الإعلام المصرية أن تتم تغطية تكلفة القمر عن طريق تأجير قنواته في سنوات معدودة ، و سيكون إستقبال بث القمر بأطباق تتراوح أقطارها بين 60.45 سم، وهو ما يعرف بالبث المباشر ، كما هو المتبع في عقود إنتاج الأقمار الصناعية و سوف ينتج هذا القمر وحدتين إحداهما احتياطية في حالة فشل الإطلاق أو عطب القمر أو توقف عمله قبل إنتهاء عمره الافتراضي الذي يبلغ 15 سنة.

و من المخطط أن يسمح عدد القنوات المتاحة في القمر المصري بالتحول إلى نظام القنوات المتخصصة¹، ويعمل بنظام التشفير (MPEG2) ، و يتميز هذا النظام بمخطط التشفير الذي يصل إلى نسبة إنضغاط تصل إلى 1,200 كما أنه يتواجد في نطاق ترددي Ku به 12 قناة قمرية و في 17 أغسطس 2000 م تم إطلاق القمر الثاني و الذي يحتل الموقع و المنطقة الخاصة بالأول²، أما القمر الثالث فقد تم إطلاقه في الربع الثاني من عام 2006 م.³

4-3- القمر الصناعي نور سات:

تأسست شركة نورسات (ش.ذ.م.م) في البحرين في ديسمبر 2004م كشركة خاصة لتزويد خدمات الأقمار الصناعية بكافة أشكالها ، و تطوير و تشغيل بنية تحتية للاتصالات عبر الأقمار الصناعية في الوطن العربي و العالم، كأول شركة مملوكة للقطاع الخاص في

¹ عرجون د.محمد بهي الدين، الفضاء الخارجي و إستخداماته السلمية، ص 319.

² عن الموقع. women.shmas.edu.eg/introne-learn/chapter04.htm

³ هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، ط1 ، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص 120 .

المنطقة العربية، تقوم نورسات بتزويد زبائنها ساعات قمرية على الموقعين المداريين على قمرها نورسات (AEB2) على الموقع المداري بدر العرب على درجة 25.5° شرقاً، ونورسات (AB4A2) على الموقع المداري بدر النيل على درجة 7° ، حيث تبث أقمار نورسات حالياً أكثر من 200 محطة تلفزيونية و إذاعية من شرق آسيا، الشرق الأوسط شمال إفريقيا و أجزاء من أوروبا.

و تملك نورسات سلسلة عريضة من الساعات الفضائية على أقمار متعددة لتقديم خدمات لمشغلي شبكات الهواتف النقالة و الاتصالات الهاتفية الثابتة ،و لإقامة شبكات خاصة من خلال (VSTA) الشاملة، و لتلبية الطلب المتزايد لتطبيقات الانترنت و حزمة النطاق العريض¹، و أقمار نورسات الأربع هي: NS-1 .NS-2 .NS-3 .NS-4 .

4-4- القمر القطري سهيل سات:

تأسست الشركة القطرية للأقمار الصناعية في 2010 لإطلاق و تشغيل الأقمار الصناعية و تقديم خدمات البث التلفزيوني و خدمات الاتصالات للقطاع الحكومي والخاص، تعاقدت مع شركة: "سبيس سيستمز لورال" الأمريكية لبناء قمر سهيل سات 1 الذي استغرقت عملية بنائه نحو ثلاث سنوات ، يوزن 06 أطنان المشروع هو شراكة بين المجلس الأعلى للاتصالات و تكنولوجيا المعلومات القطري و شركة "بوكلسات" الفرنسية للاتصالات. تترأس الدكتوراة "حصة سلطان الجابر" المشروع بتكلفة الإجمالية للمشروع تتجاوز 300 مليون دولار، و تتجاوز حصة قطر في القمر أكثر من 50% تتولى مهام تسييره شركة قطر للأقمار الصناعية.

❖ **سهيل 1:** هو قمر صناعي قطري تم إطلاقه الى الفضاء في 29 آب/ أغسطس سنة 2013م من قاعدة "كوروفي مستعمرة غويانا الفرنسية على متن الصاروخ "أريان 5" من الميناء الفضائي، ليكون أول قمر قطري لیتبعه سهيل 2

¹ عن موقع <http://www.startimes.com> يوم 2014/05/19 ، على الساعة 16:00

❖ عام 2016م ، و قد وقعت الشركة القطرية للأقمار الصناعية المالكة للقمر سهيل 1 ، إتفاقية شراكة مع المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية عربسات، تقضي بالبث على نفس مدار القمر عربسات 26 درجة شرقاً، ما يتيح لمستقبل عربسات استقبال قنوات سهيل سات دون تحمل تكاليف إضافية و قال "علي بن أحمد الكواري" الرئيس التنفيذي لشركة القطرية للأقمار الصناعية: إن سهيل سات 1 ، سيعزز خدمة الاتصالات و الانترنت و البث التلفزيوني فطري الرسمي، و قنوات شبكة الجزيرة القطرية¹.

¹ عن موقع سهيل سات <http://ar.wikipedia.org/wiki/> ، يوم 2014/05/19 ، على الساعة 16:30 .

الفصل الرابع

القنوات الفضائية

ظهور الفضائيات العربية

سمات الاعلام في القنوات الفضائية العربية

أنواع الفضائيات العربية

الفضائيات المتخصصة

دوافع ظهور الفضائيات المتخصصة

تأثير الفضائيات العربية

الفضائيات الإسلامية

نشأة الفضائيات الإسلامية العربية

أهميتها

بعض القنوات الإسلامية

واقع الفضائيات الإسلامية و مستقبلها

أنواعها

سمات القنوات التلفزيونية الإسلامية بصفة عامة

مشروع الفضائيات الإسلامية

مستقبل الفضائيات الإسلامية والفرص الدعوية المتاحة

الفصل الرابع : القنوات الفضائية:

1- ظهور الفضائيات العربية:

مثل دخول شركات خدمات الإنتاج و البث التلفزيوني الفضائي الى المجال الإعلامي العربي الجديد عاملا جديدا مهما في تطور القنوات الفضائية العربية بشكل عام و البرامج التلفزيونية بشكل خاص إذا أدخلت هذه الشركات مع مطلع القرن الحادي و العشرين تقنيات إتصالية متقدمة بإعتماد ما يعرف بخدمة SNG يمكن نقلها بسهولة الى اي مكان في العالم.¹ أمام هذه الوسائل الإعلامية الإتصالية المتطورة بأدائها و تأثيرها التي تمتلكها دول معينة ، أصبحت البلدان العربية شأنها شأن الكثير من البلدان النامية مناطق مستوردة لهذه الوسائل أو متلقية لتأثيراتها بصورة سلبية ولاسيما أن بعض المحطات (القنوات) الفضائية الأجنبية التي توصل هذه الوسائل المتطورة بث برامجها الإعلامية باللغة العربية مثل محطة بي بي سي BBC البريطانية و محطة يورو نيوز EURO NEWS²، لكن دول المغرب العربي كان لها سبق عربيا في التعرض للبث المباشر و كان ذلك في منتصف الثمانينات من القرن الماضي حيث كانت تتعرض للبث الفضائي المباشر من دولتي (فرنسا و إيطاليا)، أما على المستوى القومي فلم يعرف العرب البث المباشر إلا في العام (1990 -1991) إبان حرب الخليج الثانية المعروفة بحرب تحرير الكويت من خلال البث الأرضي لقناة CNN الأمريكية عام 1991م و العاصمة السعودية الرياض و ذلك في نطاق محدود على نطاق إمكان الجيش الأمريكي عبر هوائي مزود بوحدة تقوية بوستر (booster) ووصل بث القناة الى دولة البحرين عام 1992، و هناك أيضا دور مبكر للبث المباشر للتلفزيون

¹ إبراهيم عبد الرزاق د. انتصار و الدكتور صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة، ط1، الدار الجامعية للطباعة و النشر و الترجمة، جامعة بغداد، العراق، 2011، ص32.

² عيسى الشماس، تأثير الفضائيات التلفزيونية الاجنبية في الشباب، دراسة ميدانية على طلبة كلية التربية بجامعة دمشق، مجلة جامعة دمشق، سوريا، ج1، ع 2 ، 2005، ص 13.

المصري الذي قدم خدمة إذاعية للقنوات العربية و المصرية المشتركة في تلك الحرب والموجودة في السعودية و الإمارات المتحدة العربية¹

و يرى الباحث أن القنوات العربية قد أغنت المشاهد العربي عن اللهث وراء الإذاعات والقنوات الأجنبية حتى الناطقة باللغة العربية منها كما كان في السابق من وجهة نظر بعض الدول الأجنبية.

أما الإعلام العربي الحديث قد إستطاع أن يحدث نوعاً من التوازن في تدفق المعلومات أسهم في كسر الإحتكار الخبري و المعلوماتي لدى وسائل الإعلام الغربية.²

تشير الإحصاءات الصادرة عن اتحاد إذاعات الدول العربية لعام 2009 عن وجود ما يزيد على 696 قناة تابعة لحوالي 398 هيئة منها 26 حكومية و 372 هيئة خاصة وتستخدم هذه الهيئات 17 قمراً صناعياً و يفيد التقدير أن هذه القنوات موزعة على تخصصات متعددة تأتي في مقدمتها الموسيقى و المنوعات بمجموع 115 قناة و بنسبة بلغت 23.4% ثم تأتي بعدها قنوات الدراما و السينما و المسلسلات بـ 58 قناة ثم الرياضة 56 قناة ثم الإخبارية 34 قناة ثم 25 قناة للإقتصاد و 12 وثائقية و 11 تفاعلية و 4 سياحية، و قد وصل عدد القنوات الفضائية العربية نهاية 2013 الى أكثر من 1150 قناة كما قد يتضاعف عدد القنوات الفضائية في الأشهر القادمة نظراً الى ما حدث و يحدث من ثورات شعبية داخل البلدان العربية و هذا ما سوف يكون له إنعكاس إيجابي في ظهور قنوات متعددة في جميع الأقطار العربية إبتداءً من عام 2015.³ حيث تبث 557 قناة ما نسبته 76 بالمئة تقريباً باللغة العربية، تليها اللغة الإنجليزية 978 قناة أو 13.23% ثم

¹ أحمد إسماعيل حسين محمد، القمر الاصطناعي العربي و دوره في تطوير الخدمة الاخبارية للقنوات الفضائية التلفزيونية، (قناة الشروق الفضائية انموذجاً)، مجلة العلوم الانسانية و الاقتصادية، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، جامعة غرب كوردفان، ع13 ، 2012/11/02، ص 102 .

² نفس الصفحة.

³ حمدي مهد الفاتح، البث الفضائي العربي الواقع الراهن و اشتقاق المستقبل، مجلة المستقبل العربي ، كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية، جامعة الاغواط ، الجزائر، 2013، ص 46.

الفرنسية 8 قنوات 1.03% هذا و تعتمد عدد من القنوات البث باللغتين العربية والإنجليزية 58 قناة 7.87% الى جانب ساعات تخصصها بعض القنوات لبعض اللغات الأجنبية وتبث 20 قناة بشكل كلي أو جزئي بلغات مختلفة هي الهندية، الأمازيغية، الإسبانية الكردية، الفارسية، الأوردية العبرية، التركية، البربرية وهذه تشكل في مجموعها 2.70% من مجمل الفضائيات¹.

- ولقد تطور التلفزيون تطورا مذهلا و وصل إلى تقنية عالية الجودة و انظر إلى هذه الأرقام لتعي ما أقول:

- في عام 1920 بدأت محاولات الانتاج التلفزيوني وفي 1927 بدأ الإرسال التجريبي وفي 1951 بدأ ارسال التلفزيون الملون وفي 1962 أطلقت أمريكا القمر الصناعي - تلسنار- وفي 1968 بدأ انتاج مسجلات الفيديو وفي 1975 اخترعت شاشة التلفزيون المسطح وفي 1979م بدأ عرض التلفزيون الثلاثي الأبعاد وفي 1989 بدأ بث التلفزيون المباشر².

2- سمات الاعلام في القنوات الفضائية العربية

ومع ظهور التكنولوجيا الجديدة التي بدأت تنتشر منذ النصف الثاني من القرن العشرين والإقرار بمراحل تطورها التي لم تبلغ الذرى ميزت الاعلام والاتصال في العصر الرقمي مجموعة من الصفات من أبرزها:

1. التفاعلية Interactivity : حيث يتبادل المرسل والمتلقي الأدوار ويطلق على المرسلين لفظ المشاركين بدلا من المصادر .
2. التفتيت : النظر الى الجمهور ليس بوصفه كتلة .

¹ صدقي موسى، الفضائيات العربية ضخامة العدد و ضمور المضمون، مجلة تصدر عن المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الاعلامية (مدى الاعلام)، ملف العدد: الفضائيات الفلسطينية في دائرة الضوء، 2013، ص 24 .

² الأستاذ الدكتور ناصر بن سلمان العمر، البث المباشر حقائق و أرقام، لاط، 2011/01/01، ص 09.

3. اللاتزامنية chronizAsynation : وتعني امكانية ارسال الرسائل واستقبالها في الوقت المناسب للفرد المستخدم للاتصال .
4. الحركة والمرونة Mobility : حيث يمكن تحريك الوسائل الجديدة الى أي مكان مثل الحاسبات الشخصية وآلات التطوير المحمولة .
5. قابلية التحويل Convertibility : حيث أتاح الاتصال الرقمي امكانية تحويل الاشارات .
6. قابلية التوصيل couvertibility :
7. الانتشار و الحضور الكلي :
8. الكونية : حيث أصبحت وسائل الاتصال تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة
9. الرغبة في إنجاز الاتصال .
10. التنظيم : حيث أصبحت معالجة البيانات بطريقة رقمية أكثر سهولة
11. التكثيف : حيث أصبح بمقدور القائمين بالاتصال إمداد المتلقين بجرعات متعددة الأوجه ومفتوحة الاحتمالات¹
- 3- أنواع الفضائيات العربية
- 3-1- من حيث طبيعة المادة الاعلامية والرسالة والاهتمامات الى نمطين²:
- 3-1-1- القنوات الاخبارية والعامة المملوكة للدولة وهو نمط القنوات العامة المملوكة للدولة والقنوات حاملة الرسائل السياسية والعقائدية .
- ويمكن تقسيمها كآتي :

¹ الرفاعي د.محمد خليل، دور الاعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الاسرة العربية، (دراسة تحليلية) ، مجلة جامعة دمشق، سوريا، ج27، ع1+2، 2011، ص 712.

² محمد المسفر ، تأثير الفضائيات على الشباب العربي، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، ع3، دت ، ص 47 .

- القنوات الاخبارية : مثل العربية و الجزيرة و النيل للأخبار والتي تهتم بمتابعة التطورات السياسية بالدرجة الأولى ونقل الأخبار لحظة حدوثها ..
- القنوات العامة للدولة" - ونظيرتها المتخصصة - المفتوحة للمشاهدة وهي قنوات أقرب الى تحويل البث الفضائي المحلي أو الوطني الى نطاق فضائي دولي سواءاً لربط من هم في المهاجر أو للمزاحمة على كمية المشاهدين .
- القنوات ذات الرسالة والموقف السياسي والعقائدي المحدد سلفاً : وهي قنوات خاصة كما هو الحال في قناة المنار وقناة المجد .

3-1-2- القنوات الخاصة التجارية : وهو نمط يعتمد أساسا على برامج غريبة مبنوثة وهي تنقسم الى قسمين :

- القنوات التي تعتمد معظم مادتها الاعلامية على قنوات غريبة والتي تتكون من شبكة كاملة من القنوات (كما هو الحال في مجموعة قنوات أوريت) وهي قنوات مشفرة يتم إستقبالها بنظام اشتراك.

- القنوات التجارية التي تقدم الأغاني أو الأفلام أو البرامج الترفيهية و الأولى أصبحت تنمو بمعدلات غير مسبوقة تقليدا لقنوات غريبة بنفس التخصص (ميلودي، روتانا خليجية واسترايك و ميلودي هيتس و روتانا و ميزيك بلس و ميزيكا...إلخ)

3-2- من حيث الملكية¹:

لقد أشارت الدراسات الإحصائية الى وجود أزيد من 01 بليون تلفزيون مستقبل في العالم أي أن واحد من كل ثلاثة أفراد لديه تلفزيون مستقبل و تنتشر محطات التلفزيون حاليا في كل بلاد العالم تقريبا و من الصعب أن تجد دولة ليس لها محطة إرسال تلفزيوني و يوجد انواع من محطات الإرسال التلفزيوني تقسم حسب الملكية الى:

¹ الطرابلسي أمينة، إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال، مذكرة ماجستير، قسم علوم الاعلام و الاتصال، كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية، جامعة منتوري ، قسنطينة، الجزائر، 2010/2009، ص 99 .

3-2-1- محطات عامة:

وهي محطات حكومية لا تهدف الى الربح و تعتمد في معظم الدول على مساهمات الحكومة لتغطية نفقات التشغيل لذلك فهي تتدخل في المحتويات للبرامج التي تكون غالبا برامج تثقيفية و إعلامية موجهة.

3-2-2- محطات خاصة او تجارية:

تدار هذه المحطات و تمويل من قبل مؤسسات خاصة ، وتعتمد غالبا على الإعلانات لتغطية نفقاتها، و تحقيق الأرباح للجهات التي تديرها و تشرف عليها، و هناك التلفزيون الكابلي و هي خدمة تلفزيونية يدفع المشاهد إشتراكا للحصول عليها، فبينما ترسل محطات التلفزيون العامة و التجارية إشارتها عبر موجات الهوائي نجد أن الإشارات التلفزيونية الكابلية تصل الى منازل المشتركين عبر الكيبلات وتحمل بعض نظم هذه الكيبلات أكثر من مائة قناة تكرر العديد من هذه قنوات الأنواع معينة من البرامج المخصصة مثل الأفلام ، الأخبار، الصحة، الدين..و غيرها.

3-3- من حيث نوعية البث:

3-3-1- القنوات الفضائية المفتوحة:

القنوات التي يستطيع الجمهور استقبالها عن طريق إمتلاك أقمار الإستقبال المباشر وبدون دفع رسوم مقابل المشاهدة غالبية القنوات الفضائية العربية لديها إستقبال مباشر تبث إرسالها بشكل مفتوح من اجل التواجد على الساحة الإعلامية و جذب المشاهدين من مختلف المستويات إليها.

3-3-2- القنوات العربية المشفرة:

القنوات التي لا يستطيع الجمهور إستقبالها و مشاهدتها إلا بعد دفع رسوم مقابل مشاهدتها و غالبا يستطيع المشاهد إمتلاك باقة من القنوات التابعة للشبكة و ليس ملزم بإمتلاك جميع قنوات الشبكة و غالبا لا نرى قناة مشفرة و إنما شبكة قنوات مثل ORBIT و شبكة ART و شبكة الجزيرة

3-4- من حيث أنواع البرامج: ¹

3-4-1- القنوات العامة (الشاملة):

تتميز بتقديم مضامين متنوعة للجمهور كالأخبار و البرامج الثقافية، و البرامج الترفيهية، المسلسلات و الأفلام و غيرها.

3-4-2- القنوات المتخصصة:

القنوات التي تسعى الى مخاطبة جمهور محدد من خلال تقديم مضامين إعلامية مخصصة و هناك نوعان من القنوات المتخصصة:

أ- قنوات متخصصة من حيث المضمون: مثل قنوات الأخبار و الأفلام ، الرياضة، الموسيقى، المسلسلات.

ب-قنوات متخصصة من حيث نوعية الجمهور المتلقي: قنوات التي توجه مضامينها و موادها لشريحة إجتماعية معينة كقنوات الأطفال و المرأة .

• **مرحلة التخصص:** مرحلة التخصص هي إحدى سمات التطور و الإنفتاح الإعلامي و قد مرت وسائل الإعلام بمراحل مختلفة من ناحية مخاطبتها للجمهور .

1. مرحلة الصفوة (ELITE): أي وسائل الإعلام تخاطب الأفراد الأكثر تعليماً و ثراء

2. مرحلة الحشد (MOSS) أي أن وسائل الإعلام تخاطب جميع قطاعات و شرائح

المجتمع

3. مرحلة التخصص (Specialization) أي أن وسائل الإعلام تخاطب قطاعات

إجتماعية خاصة و محددة لإرضاء إحتياجاتها.

4. مرحلة التفاعل Interactivity وهي المرحلة التي يستطيع فيها الجمهور التحكم

بنوعية المضامين المقدمة عبر القناة و إختيارها.

3-5- من حيث لغة البث: تنقسم إلى : العربية المختلطة الأجنبية

¹ قطف مراد سلامة ، البث الفضائي العربي، لا ط ، رسالة غير منشورة، 2009/02/24، ص 07.

4- الفضائيات المتخصصة :

بعد عقود طويلة من احتكار الحكومات العربية للاعلام المرئي المسموع , شهدت السنوات القليلة الماضية تدفقا هائلا لرأس المال العربي الخاص في مجال اطلاق القنوات الفضائية , واستطاعت العديد من هذه القنوات جذب اهتمام المشاهد العربي وحقق بعضها رغم قصر المدة الزمنية نجاحا جماهيريا ملحوظا.

وتمثل القنوات المتخصصة احدى خطوات تطور الخدمات الاتصالية العالمية , والتي بدأت بمرحلة الصفوة في الحشد , فعلى صعيد القنوات الحكومية أضافت العديد من القنوات منظومة من القنوات المتخصصة¹

تسيطر القنوات المتخصصة على المشهد الاعلامي حيث بلغ مجموعها 490 قناة , من أصل 733 قناة , وازدادت أعدادها في سباق محاولات ملاحقة وتلبية رغبات الجمهور غير المتجانس , الى جانب الأهداف التجارية والربح والخضوع لرغبات المستهلك وخروج الاعلام الفضائي عن سيطرة الحكومات التي امتازت بقنواتها العمومية الشاملة (وفقا لتقرير اللجنة العليا للتنسيق بين الفضائيات العربية حول البث الفضائي العربي للعام 2010م) وفي دراسة أعدها الباحثان "المنصف العياري ومحمد عبد الكافي" 2007م خلصا إلى أن القنوات العربية المتخصصة ,

تعمل على تقديم مطالب الجمهور بدل بث ما يحتاجه , وأنها ظهرت بشكل ارتجالي غير مدروس لتحقيق وجود فضائي لا أكثر , وأن تزايد عدد القنوات وساعات البث ضاعف الطلب على البرامج المستوردة التي يتسم بعضها بالسطحية وطغيان المادة الترفيهية , وبعض القنوات المتخصصة تتساق وراء املاءات المعلنين في المضمون المقدم ولا تراعي المهنية الاعلامية والجودة البرمجية , وفي الوقت ذاته تناولت القنوات الاخبارية القضايا المحضرة وبشكل معمم , وعملت القنوات المتخصصة على تجزئة الجمهور مما خفض عدد المشاهدين وساعات المتابعة لبعض القنوات الشاملة , وتتشابه بعض البرامج والمضامين

¹ الطرابلسي أمينة، إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال ، ص 108 .

بين القنوات المتخصصة ، وتقلصت المنافسة لتكون في البث الحصري للبرامج والمباريات والأفلام والأعمال الدرامية في حين تعتمد بعض القنوات الغنائية الى احتكار الفنانين والبث الحصري لحفلاتهم وأغانيتهم ... وغيرها من القنوات المتخصصة للأخبار والدين والدراما و ما إلى ذلك¹ .

4-1- أنواع القنوات المتخصصة :

يمكن تصنيفها بالشكل التالي :

1. قنوات الموسيقى والمنوعات .
2. قنوات الدراما العربية والأجنبية : تبث مسلسلات ومسرحيات وأشرطة نسائية عربية بالأساس أو درامية غربية مترجمة أو مدبلجة ونذكر مثال: . . ZI AFLAM . MBC2 MBC4 MBC DRAMA FOX ADW وغيرها، على شبكة الآرتي. ART.
3. قنوات الرياضة .
4. قنوات التعليم والبحث العلمي .
5. قنوات الاسرة والطفل والمرأة مثل القناة المصرية قناة الأسرة والطفل . وكما نجد أن قناة واحدة تتوجه الى المرأة العربية - قناة هي - مع أن المضمون يتضمن مسلسلات مدبلجة وبرامج حوارية وموسيقى وتمثل قضايا المرأة جزءاً ضئيلاً من اهتمامات القناة ويبلغ عدد القنوات الموجه للطفل 06 وهي SPACETOON ART المجد للأطفال MBC3 . FUN CHANNEL وقناة ديزيري.
6. القنوات الاخبارية مثل العربية . الجزيرة . العالم . BBC . روسيا اليوم .
7. قنوات الخدمات.
8. قنوات الثقافة والفنون .

¹ صدقي موسى، الفضائيات العربية ضخامة العدد و ضمور المضمون ، ص 65.

9. قنوات تفاعلية وهي قنوات تبث الارساليات القصيرة للمشاهدين وهو ما يوفر فرصة للتخاطب بين المشاهدين وقد ابتكرت قناة تسليية طريقة جديدة في التخاطب إذ نقرأ الرسالة من قبل رسوم كرتونية غير برمجة معلوماتية .

10. تلفزيون الواقع : وهي قنوات تفاعلية تنقل تفاصيل الحياة اليومية لمجموعة من الأشخاص يتسابقون للفوز بلقب مجال المسابقة : مثل نجم الغناء (قناة ستار أكاديمي) وعروس الهواء سواء (قناة عالهاء سواء) .

11. قنوات الاقتصاد : تبث الأحداث الاقتصادية والمالية على الباحثين العربية و العالمية .

12. قنوات علمية وطبية .

13. القنوات الدينية : وهي قنوات ملتزمة بنهج عقائدي من متبنى العقيدة أو المذهب أو الخط الأيدولوجي، و لا تنظر الى المسائل الا من منظار ما تدعوا اليه .

- كما أن هذا التصنيف لا يشمل القنوات التي تبث لفترة محددة لتغطية حدث معين ثم تنقطع عن الارسال ويتعلق الأمر بقناة ART المناسبات التي تنقل وقائع الملتقيات الفكرية العربية وقناة خليجي 17 التي خصصت لنقل بطولة الخليج في كرة القدم في دورتها التاسعة عشر.¹

4-2- دوافع ظهور الفضائيات المتخصصة :

- الحيز الزمني الذي تحتله البرامج اضافة الى التوقيت غير الملائم كذا الحاجة المعرفية المتزايدة للمشاهد . ورغبته في اثناء البرامج خاصة الحوارية بالآراء المخالفة أو المعضدة له أدى الى ظهور القنوات المتخصصة .

¹ عيساني درحيمة الطيب، اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الاسلامية ودورها في توعية ضد التطرف والتعصب، دراسة ميدانية في جامعات الجزائر 2008، أعمال مؤتمر الارهاب بين تطرف الفكر وفكر التطرف، الجامعة الاسلامية، المدينة المنورة، 27. 30 مارس 2010 المحور الرابع القسم الأول ص 16 .

- تراكم المخزون السمعي والبصري الذي كان نتاج سنوات تمثل في الكثير من الأفلام السنمائية المصرية والعربية والعديد من الحفلات الموسيقية والبرامج الوثائقية . هذا المخزون ساهم في ايجاد نوع من الانتاج القابل لاعادة البث .
- زيادة رؤوس الأموال المستثمرة في مجال الاعلام والذي أدى الى ظهور الاعلام الخاص الذي كان له أهدافه ظهور التخصص كصفة من سماته .
- العوامل التكنولوجية التي ساهمت في تطوير تقنيات البث خاصة منها تقنية البث المباشر والوسائل الحديثة في مجال انتاج الصور و تسويقها ..¹
- ظهور التخصص في العالم الغربي أدى الى محاكات العرب للاعلام المتخصص .
- الطمع في الربح وذلك بعد اكتشاف أن القنوات الخاصة تجذب المشاهد العربي مما يجعلها تربة خصبة للاعلان والاشهار وتسويق البضاعات المختلفة.

4-3- تأثير الفضائيات العربية:

في محاولة للمنافسة و مسايرة الإعلام الغربي دخل الإعلام العربي عالم المنافسة والتأثير على المشاهد العربي و الإسلامي في البلاد العربية و المهاجر فوسعت القنوات الوطنية المحلية نطاق بثها لتصل الى العالمية، كما أنشأت قنوات فضائية دولية وفق أهداف وأنماط متعددة فكان هناك قنوات أنشأت بهدف نقل بث المحطات الغربية وفق نظام الإشتراك كما كانت هناك قنوات خاصة جاءت تقليداً لأنماط غربية في الغالب (سواء في مجال الأخبار أو الأفلام أو الرياضة...إلخ) و هكذا فإن حجم ظاهرة الإعلام الفضائي الجديد و نمط تأثيراته و اتجاهاته باتت كافية لدراسة تأثيراتها على المجتمعات العربية.²

4-3-1 إيجابيات القنوات الفضائية:

إستطاعت القنوات العربية أن تثبت وجودها من ذلك:

¹ سعيدة عباس، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية (دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات)، مذكرة ماجستير في الدعوة والاعلام، قسم الدعوة و الاعلام ، كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الاسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 1431هـ/2010م، ص86.

² المسفر أ.د. محمد، تأثير الفضائيات على الشباب العربي، ص 32 .

- حرية التلقي و الإنتقاء بين وسائل الإعلام أصبحت حقيقة واقعة في العالم العربي.
- إنتهاء عصر الإحتكار الحكومي: خاصة مع توافر القنوات البديلة للمعلومات منذ التسعينات الماضية و تقلص الدور الإقتصادي للحكومات في معظم البلدان العربية في ظل إتجاهات إقتصاد السوق في المستقبل.
- تأثير و تدفق المعلومات: الملحوظ عبر الحدود العربية في تنامي قوة الرأي العام العربي.
- تغيير مستوى الأداء المهني: لوسائل الإعلام العربية بسبب المنافسات الإعلامية القائمة محليا و إقليميا و عالميا¹.
- تعدد القنوات الفضائية العربية أدى الى المنافسة و تطور العمل الإعلامي و تنوع المضامين أمام المشاهد العربي.
- القنوات الفضائية الإخبارية أدت الى كسر هيمنة القنوات الغربية في مجال الأخبار و وفرت للجمهور العربي تغطية أحداث و أخبار لمستوى رفيع من ناحية التقنيات و المضامين، و أصبحت أحد المصادر الأساسية للأخبار على المستوى الإقليمي و العالمي.
- التخلص من القنوات و التزايد المستمر في عدد القنوات المتخصصة أدى الى توسيع مجال الإختبار أمام المشاهد العربي.
- تطور تكنولوجيا الأقمار الصناعية و الهوائيات أدى الى إنخفاض أسعار الهوائيات مما يزيد حجم الجمهور المتلقي للقنوات الفضائية
- ارتفاع مستوى أداء القنوات الفضائية الخاصة لما تتمتع به من مستوى أوسع للحريات حيث تطرح و تناقش كثير من المواضيع التي كانت محرمة للنقاش (تايبو) في ظل الإعلام الحكومي.

¹ كاي حافظ و فيليب سيب، القنوات الفضائية العربية (دور الشبكات الاخبارية العابرة للحدود في التحول السياسي)، ط1، المركز الدولي للدراسات المستقبلية و الاستراتيجية، القاهرة ، 2011، ص7.

▪ تحقيق مبدأ التعددية بعد زمن طويل سيطرت فيه الرقابة على الآراء المطروحة و ذلك من خلال الإعلام الحكومي الرسمي.

▪ البث الفضائي أدى الى إقامة و تطوير مدن الإنتاج الإعلامي العربية الثلاث في القاهرة، دبي و عمان هذه المدن توفر تكنولوجيا متطورة و جودة خدمة و تسهيلات مما جذب مئات القنوات الفضائية العربية للبث منها و بعضها انتقل لهذه المدن الإعلامية بعد ان بدأ البث خارج الوطن العربي كشبكة MBC التي انتقلت من لندن الى دبي و شبكة ART التي انتقلت من روما الى عمان.¹

▪ ربط الجاليات العربية في الخارج بالأوطان العربية و المساهمة في راب الصدع.

▪ تقريب اللهجات العربية المختلفة للجماهير العربية و تعزيز اللغة العربية الفصحى.

▪ إنها تحمل مواد اعلامية ذات فائدة كبيرة تساهم في تثقيف المواطن العربي

▪ المساعدة في التربية والتعليم وسرعة اقبال المعلومات مما يكون تنشأة متوازنة بين أبناء الوطن العربي

▪ وجود فضائيات دينية تقف ضدا تطرحه القنوات العادية لتشويه التراث العربي الاسلامي.²

4-3-2-سلبات القنوات الفضائية :

لقد تمكن أعداء الله من خلال القنوات الفضائية والبث المباشر من الوصول الى العقول والأفكار من الدخول الى المساكن والبيوت يحملون ننتهم وسمومهم ويبثون كفرهم و إلهادهم ومجونهم ،وينشرون رذائلهم وحقاراتهم وفجورهم، في مشاهد زور ومدارس خنى وفجور، وتطبع في نفوس النساء والشباب محبة الفسق والفساد والخمر، بل إنها بمثابة شرك الكيد وحبائل الصيد تقتنص القلوب الضعيفة وتصادد النفوس الغافلة، فتفسد عقائدها وتحرف

¹ قطف مراد سلامة، البث الفضائي العربي، ص12

² عبد الله الدبوبي و علي أ عمر ، اتجاهات طلبة جامعة العلوم التطبيقية نحو القنوات الفضائية(دراسة اجتماعية تربوية)، مجلة جامعة النجاح للابحاث(العلوم الانسانية)، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، ج25، ع3، 2011، ص584.

أخلاقها وتوقعها في الافتتان ، ولا أشد من الفتنة التي تغزو الناس في عقر دورهم ووسط بيوتهم محمولة، مسمومة محملة بالشر والفساد.¹

أ- الآثار الثقافية :

عولمة الثقافة الغربية وهيمنتها : واقع الحال أن قضية حيادية الاعلام في جانبها العام هي قضية غير موجودة منذ التعريفات الأولى التي وضعت مع بداية عمليات الاتصال الموسع بين البشر حيث يرى ريتشارد في عام 1928 أن الإتصال يحدث حين يؤثر عقل في عقل آخر فتحدث في عقل المتلقي خبرة متشابهة لتلك التي حدثت في عقل المرسل و نتجت جزئيا عنها و واقع الحال أيضاً أنه لا يوجد إعلام غير منحاز إذ أصبح الاعلام يشغل مركزا في استراتيجيات السياسة التي تهدف الى إعادة بناء المجتمعات المعاصرة سواء في الشمال او الجنوب..².. حيث تتلخص مضامينها فيما يلي:

- تعويد العقول على مشاهدة و معايشة الأنماط المغرية للثقافة الجديدة بإحكام السيطرة على المعلومات و توظيفها و تعميمها وفقا لمواصفات محددة.
- تحرير إرادة الشعوب من القيود الاجتماعية و الثقافية و السياسية و الفكرية التي يعتقد منظور العولمة أنها تعيق تقبلها للثقافة الجديدة.
- إعادة تشكيل الحياة الاجتماعية للشعوب على نمط الحياة الغربية و حثها على المشاركة فيها.

- نشر الإباحية: كل ذلك إنما يعود للآثار التي تحدثها المواد اللاأخلاقية المبتوثة من القنوات الفضائية سواء من حيث الشكل بالصور و المشاهد الخليعة أو المضمون المخالف للقيم و الأخلاق عموماً حيث أصبحت وسيلة إنتشار الرذيلة و الدعوة لممارستها بإشاعة صور إرتكابها و إثارة الرغبة فيها.³

¹ العباد البدر د. عبد الرزاق بن عبد المحسن، القنوات الفضائية شرور وسموم، لا ط ، لا ن، 2010/07/26، ص 4.

² المسفر أ.د. محمد، تأثير الفضائيات على الشباب العربي، ص37.

³ الشنقيطي أ.د. سيد محمد ساداتي، القنوات الفضائية المآخذ و الإيجابيات، لا ط، لا ن، د ت ، ص13.

إن عرض تلك المناظر لا بد و أن يؤثر على الشباب و الفتيات و خاصة من لم يتزوج ذلك أن المناظر تؤجج الشهوات و تجعل الشخص مهيناً للوقوع في الرذيلة لدى كثير من الناس (رجالا و نساء و آباء و أمهات ، شبابا و فتيات) مفادة أن النظرة البريئة و الحديث الطليق و الإختلاط الميسور و الدعاية بين الجنسين و الإطلاع على مواضع الفتنة المخبأ أن ذلك تنفيس و ترويح و إطلاق للرغبات الجنسية و وقاية من الكبت ومن العقد النفسية وتخفيف من الضغط الجنسي¹.

• الدعوة الى المجون و السفور: حيث أن القنوات تشارك بدور أساسي في تعميق الغزو الأجنبي من خلال مدة ساعات البث المخصص للمواد الأجنبية و بروز ظاهرة البرامج الواقعية (تلفزيون الواقع) دون أن تأخذ بعين الإعتبار قيم المجتمع العربي و تقاليده وأنماطه الإجتماعية حيث ان القاسم المشترك للقنوات العربية هي المادة الترفيهية و أفلام الجريمة والفتن و الرعب و الجنس مسببة ظاهرة الإغتراب و القلق و آثاره الغريزة، و الفردية والعدوانية و الدافعية الإنحراف و سلطة المال و النساء و حب الإستهلاك و الأنانية والتمرد، و الى جانب هذا فإن البرامج فإن هذه القنوات تبث الأغاني و الفيديو كليب التي تروج لنمط الحياة الغربية السافر، و قد اجريت دراسة ميدانية على نحو 100 أغنية شبابية فوجد انها إحتوت على 7573 لقطة إتضح أنها تتضمن 2056 بها مشاهدة راقصة، و 1409 لقطات تركز على المناطق المثيرة في جسد المرأة و 2400 لقطة غريبة في مناطق مثيرة، و 146 لقطة تلامس 126 تشمل على عناق، كما أظهر دراسة خلال تحليل 364 أغنية بثتها مزيكا و روتانا و أبوظبي و دريم 1 و الفضائيات المصرية و الأولى المصرية فأظهرت أن فيه اللقطات المثيرة 77% و الرقص و الحركة 51% و إيماءات الوجه الموحية 10%

¹ خالد بن عبد الرحمن الشايع، القنوات الفضائية و آثارها العقدية و الثقافية الإجتماعية و الأمنية، ط1، دار بلنسية، ج1، 2012/09/17، 1433 هـ، ص16.

والألفاظ 10% و الفكر 5 % ، إذن إن هذه القنوات تقوم بالترويج للمنتجات غير الوطنية أو تقوم بالتركيز على منتجات الشركات المعروفة العابرة للقارات.¹

ب- الآثار الدينية :

خلخلة عقيدة المسلمين والتشكيك فيها : وهذا الأمر مشاهد وملحوس فان تلك المشاهد المحرمة التي تعرضها تلك القنوات تضعف الايمان وتباعد بين العبد وربّه فتجعله يستغرق في ارتكاب المحرمات حتى يألفها ويستوحش الطاعات ثبت عن النبي (ص) " إن العبد إذا عمل الخطيئة نكت في قلبه نكتة سوداء فإذا هو نرح واستغفر وتاب صقل قلبه وإن هو زاد زيد في تلك النكتة السوداء ، حتى يغطي قلبه الران ثم تلا (ص) قوله تعالى "كلا بل ران على قلوبهم ما كانوا يكسبون"² سنن ابن ماجه برقم 3331.

• اضعاف عقيدة الولاء و البراء: ان إستمرار مشاهدة الحياة الغربية و ابراز زعماء الشرق و الغرب داخل بيوتنا والاستمرار في عرض التمثيليات و المسلسلات سيخفف و يضعف من البغض لأعداء الله و يكسر حاجز الشعوري فمع كثرة الإمساس يقل الإحساس و الله جلاّ و علا يقول: قَالَ تَعَالَى: ﴿لَا تَجِدُ قَوْمًا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ يُوَادُّونَ مَنْ حَادَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَلَوْ كَانُوا آبَاءَهُمْ أَوْ أَبْنَاءَهُمْ أَوْ إِخْوَانَهُمْ أَوْ عَشِيرَتَهُمْ أُولَئِكَ كَتَبَ فِي قُلُوبِهِمُ الْإِيمَانَ وَأَيَّدَهُم بِرُوحٍ مِنْهُ وَيُدْخِلُهُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا عَنْهُ أُولَئِكَ حِزْبُ اللَّهِ أَلَا إِنَّ حِزْبَ اللَّهِ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾ المجادلة: ٢٢

• تقليد النصارى في عقيدتهم قال تعالى: قَالَ تَعَالَى: ﴿يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا الْيَهُودَ وَالنَّصَارَى أَوْلِيَاءَ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ وَمَنْ يَتَوَلَّهُمْ مِنْكُمْ فَإِنَّهُ مِنْهُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ﴾ المائدة: ٥١

• إظهار بلاد الكفر بأنها بلاد الحرية و الديمقراطية: كحرية الكتابة و إبداء الرأي و المظاهرات و أسلوب المحاكمات و بعض هذه الأمور أوجه فيه ولا شك أن في ديننا ما هو أفضل و لكن إبراز الأمر يعطى صورة غير حقيقية عن تلك البلد...

¹ المسفر أ.د. محمد، تأثير الفضائيات على الشباب العربي، ص 51.

² خالد بن عبد الرحمن الشايع، القنوات الفضائية و آثارها العقدية و الثقافية الإجتماعية و الأمنية، ص12

- نشر الكفر والاحاد : حيث أن كثير من شعوب تلك الدول لايؤمنون ولا يعترفون بعقيدة سماوية ومن ذلك أفلام السحر حيث تكثر في تلفزيونات أوربا وأمريكا¹.
- الدعوة الى النصرانية : وذلك أن معظم ما تبثه كثير من الفضائيات يظهر المجتمعات الغربية بوجهها الجميل فقط ولا يبدون التصوير لحياتهم التي يعيشونها من احساس بالخواء الروحي المرير والشقاء والانحلال الخلقي والتشتت الاجتماعي والذي يهربون منه الى جحيم المخدرات والمغامرات الحمقاء والشذوذ في مختلف مناحي الحياة ويقول الاستاذ الدكتور عمر المالكي : والأمر الملفت للنظر وجود شبكة للبرامج الدينية تشرف عليها الكنائس مثل شبكة البث المسيحية NBN CBN ، ، vATC عن طريق البث الكابلي².

- المساهمة في نشر فرق ضالة : كظاهرة عبدة الشيطان والشاذين جنسيا والمثلية الجنسية وأنواع الخيانات الزوجية بعرض برامج تبين حرية الفرد في اختيار سلوكياته مادام يمارسها دونما الحاق الضرر بالآخرين متناسين أن الإضرار بالنفس أكبر عند الله لقوله (ضِعْ) : ضَالِفَتَنُ عَ لَالِقُ لُوكَالِدَ صِرْعُودُهُ وَدَافَأَقِي لُشُرٍ بِهَذُكُتَ فِيهِ كُتَةُ سَوْدَءُو، أَقِي لُأَبَكِرَ هَذُكُتَ فِيهِ كُتِيضَاءُ حَتَتَصِيرَ عَقَلِي يَنَءَالِي ضَمَثَلِ الصَفَفَلَاخِرُ فُتَنَتُهُ مَالَسَمَ أَوَ الْوَضَالُ خُزَسُو دُ مَر بَكَالَكُوزَجِ خِيَالَا يَعْزَمَفَعُرُ وَفِيَالَاكِرُنُكَرَ إِلَّا مُشَارِبَمَهِنُوَاهُ³.

ج- الآثار الاجتماعية :

- الميل إلى سلوك العنف: فلقد أظهرت الدراسات الكلاسيكية ليشرام و باندروه مثلا أن هناك علاقة بين كثرة مشاهدة التلفزيون و ضعف الأداء المدرسي وقابلية ممارسة العنف في الواقع وبخاصة لدى فئة الأطفال و المراهقين الذين يحملون مثل هذه الاستعدادات إذ ذكر

¹ الأستاذ الدكتور ناصر بن سلمان العمر، البث المباشر حقائق و أرقام، ص 26.

² خالد بن عبد الرحمن الشايع، القنوات الفضائية و آثارها العقدية و الثقافية الاجتماعية و الأمنية، ص12

³ صحيح مسلم، كتاب الإيمان، باب الإسلام بدأ غريبوا إنه يأرز بين المسجدين، عدد الأجزاء 5 ، ج 1 ، الحديث رقم

في دراسة سنة 1997 أنه في 3000 دراسة هناك علاقة بين مشاهدة التلفاز والسلوك العدواني... الخ¹.

• نشر ثقافة الترفيه : لم يعد غريبا أن توجد الأعداد المتكاثرة من الشباب الذين يسافرون في أوقات الإجازات الى الشرق والغرب حيث موبى الفتنة ومعارض الفواحش بأبخس الأثمان وهذا ما حمل كثيرا من وكالات السفر والسياحة الى اعداد قوائم وهكذا الخطوط الجوية ، وعند الفتيات المتابعات لقنوات الاسفاف سنلحظ جنوبا مقبلا نحو أنواع من الارتكاسات الأخلاقية بما نذر معه نذر الخطر على أخلاقيات المجتمع بأسره .

• العزوف عن الزواج والاكتفاء بالمناظر المحرمة .²

• ممارسة العلاقة الزوجية على وجه محرم .

• ظهور الشذوذ الجنسي و الانتكاس الفطري: حيث يكتفي الذكور بالذكور والاناث بالاناث وخصوصا لمن لم يتزوج ، كما هو مصدر في عام 2001 والحال في ظاهرة عبدة الشيطان والشاذين جنسيا التي ظهرت بشكل مفاجئ في المجتمعات العربية وكذلك الحال في المغرب في 2003 حيث قامت الشرطة بالقبض على مجموعات من الشباب وهم يتزوجون بعضهم البعض في حفلات للشذوذ الجنسي وجرت محاكمتهم³.

• ظهور المرأة كسلعة وبمظهر غير لائق لانسانيتها ، وهذا في قنوات الرقص والفيديو كليبات مثل روتانا ومزيكا وغيرها .

• نشر مفاهيم مغلوبة وشعارات مضللة كحقوق المرأة والمساوات بين الرجل والمرأة وحرية الأبناء وتمرد الفتاة على الآداب والتقاليد وهذه القنوات تبدأ بانتهاك حرية المجتمعات العربية بشكل تربوي ونفسي مدروس .

¹ المسفر أ.د. محمد، تأثير الفضائيات على الشباب العربي ، ص 54

² خالد بن عبد الرحمن الشايع، القنوات الفضائية و آثارها العقدية و الثقافية الإجتماعية و الأمنية، ص 20 .

³ المسفر أ.د. محمد، تأثير الفضائيات على الشباب العربي ، ص 56.

• الاخلال بهوية المجتمعات الاسلامية والقضاء على البقية الباقية مما لديها من تراث وأخلاق ، وبذلك دخل المسلم في نفق التبعية والتقليد لما فيه هلاكه . ومن مثال ذلك أن احدى القنوات استضافت احدى الراقصات ولما سألتها المذيعة كيف وصلت الى ما وصلت اليه فأجابت : "هربت من أسرتي وأنا عمري 12 ومارست حياتي حتى وصلت الى هذا المكان....الخ .

د- الآثار السياسية والاقتصادية والأمنية :

• استصاغة الجريمة واعتيادها : درجت معظم القنوات على عرض أفلام الرعب والقتل والجريمة المسماة بالافلام البوليسية وتكرار هذه البرامج يجعل الجريمة في أنفسهم أمرا عاديا.

• الارتباط بالمخابرات الأجنبية : حيث قال أحد السفراء في احدى الدول العربية ان القناة تدار من السفارة بدلا من ادارة التلفزيون في ذلك البلد.¹

• اهدار الوقت فيما لا ينفع : لو أن بلدا عدد سكانه 10 ملايين وعدد الذين يشاهدون التلفاز 25% لمدة ساعتان يوميا يهدر من الساعات سنويا (1.750.000.000) ساعة بل أكثر من ذلك ...²

• التسويق للسلع الأجنبية : وهذا ما يحدث في الاعلانات والاشهارات .

• السيطرة من داخل البيوت بدل السيطرة العسكرية : وتجدر الاشارة هنا الى ان اليهود وقفوا على أهمية الاعلام وتأثيره في حياة الشعوب فقد هبوا للاستئثار به وتصريفه وفق ما يريدون فشبكات التلفزة العالمية الشهيرة تقع تحت تصرف اليهود ومن أشهرها الشبكات الثلاثة nbs و cbs و abg فالأولى رئيسها يهودي يدعى ليونارد جونسون والثانية رئيسها ومالكها يهودي ويليام بيلي والثالثة يرأسها يهودي الفرد سلفرمان ...³

¹ الأستاذ الدكتور ناصر بن سلمان العمر، البث المباشر حقائق و أرقام، ص 34 .

² المرجع نفسه، ص 42 .

³ بن عبد الرزاق د.محمود، الفضائيات والغزو الفكري، لا ط، لا ن، د ت، ص 5 .

- الافتقاد الى التنسيق : اطلاق قنوات دون فحص للقنوات الموجودة وللاحتياجات لدى الجمهور العربي .
- تكرار المضامين : النقص في الانتاج العربي وتعدد القنوات البث أدى الى الاعتماد على الانتاج المصري والاستعانة بالمضامين الأجنبية .
- الاهتمام بالانتشار على حساب الجودة .
- مضامين محلية لجماهير عربية : القنوات الحكومية تشدد على القضايا المحلية مما يبعد الجماهير العربية عنها خاصة وأنها منغمسة في الدعاية للنظام .
- تمجيد النظام وتغيب مواقف المعارضة .
- قلة القنوات الموجه للغرب بلغتهم في المقابل هناك العديد من القنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية (الحرة ، BBC ، SKY ، NEWS ، CNN) باستثناء الجزيرة الدولية.
- نسخ برامج أجنبية دون مراعاة التقاليد العربية .
- غياب الحريات : رغم برامج الحوار و السياسة في بعض القنوات الخاصة الا انها تفتقد للحرية لأنها تخضع هي الاخرى للحكومة أو لضغوطات رؤوس الأموال .
- مضامين هابطة لجني أرباح مادية : سيطر السعي وراء الربح المادي على القنوات العربية مما أدى الى مضامين هابطة المستوى من ناحية فنية ومن ناحية التشديد على عامل الاثارة ، أيضا نرى استعمال واسع لرسائل الـ SMS والاتصالات الهاتفية في هذه القنوات لجذب الجمهور .
- انفلات اعلامي بدل انفتاح : حيث استغل الانفتاح الاعلامي في الدول العربية على يد قوى سياسية طائفية ودينية التي قامت باطلاق قنوات لاهوية واضحة تسعى الى تسويق فكر معين دون أهداف واضحة ومضامين جيدة دون مراقبة¹.

¹ لُطِف مراد سلامة ، البث الفضائي العربي ، ص 15 .

5- الفضائيات الإسلامية:

وإن وفرة عدد القنوات المتخصصة في مجالات الموسيقى والدراما والرياضة لا يعني بالمرّة أنها نوافذ لترويج الإنتاج التلفزيوني العربي فقط. فالقنوات الموسيقية في جزء منها، تبث الأغاني المصورة الغربية، وبعض القنوات المتخصصة في مجال الدراما تبث إنتاجاً درامياً أجنبياً إما بلغته الأصلية، أو المرفوقة بترجمة إلى العربية أو المبدلجة، ونشير هنا إلى وجود قنوات عربية تتخصص فقط في عرض الإنتاج الدرامي الأجنبي طيلة ساعات البث (قناتا MBC2 و Dubai 22) وهذا ما يطرح مسألة السعي إلى بعث قنوات قبل دراسة محتويات برامجها. فالقنوات تتسابق نحو البث على مدار الساعة بقطع النظر عن جنسية العمل المعروض وطبيعته، مما جعل ظهور الفضائيات الإسلامية أمراً بديهياً مسلم به.

5-1- نشأة الفضائيات الإسلامية العربية

منذ عهد قريب كان إيجاد فضائية إسلامية لمواجهة المد الإعلامي الغربي بكافة ألوانه حلمًا طالما راود الكثيرين. واليوم أضحت الشاشات العربية تزخر بالعشرات من القنوات الفضائية الإسلامية، التي استطاعت - ولو جزئياً - أن تسد حاجة المشاهد العربي من الإعلام الهادف. فقبل نحو ستة عشر عاماً، أعلنت « شبكة راديو وتلفزيون العرب » (ART) عن إنشاء قناة « اقرأ » 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.

وفرض الإعلام الإسلامي وجوده بين وسائل الإعلام الأخرى من خلال نسب المشاهدة العالية، وتسابق المشايخ ورجال الأعمال على تدشين القنوات الواحدة تلو الأخرى بدافع نشر الخير من قبل البعض، والتجارة والربح من البعض الآخر¹.

¹ علي محمود العمري، واقع الفضائيات الإسلامية في العالم العربي، مجلة جنوب آسيا الطلابية الدولية، جامعة ماليزيا، ع2 + 3، رقم 105895، ديسمبر 2011، ص103

5-2- أهميتها:

يمكن الاستفادة من الإعلام الفضائي في نشر الدعوة والتوعية الدينية بقنواته التي انتشرت بين الناس ، مما جعلها محل اهتمام الباحثين والدارسين والمفكرين ، فبرزت أهميتها اليوم ، فهي وسيلة العصر الأساسية ، فقد تبين مدى انتشارها أن بعض الدول تلتقط (80) قناة بهوائيات ترفع علي السطح تستقبل من خلالها ما يبث مباشرة عبر الأقمار الصناعية ، ومن يملكها يبثون عمدا وإصرارا رسائل معينة يتوفر لها من أسباب الجذب والإغراء ما يجعلها محط أنظار المشاهدين ، الذين يقدرّون استيعاب جوانب كثيرة من الرسالة الموثقة بحكم المزج بين الصوت والصورة ، ذلك مما جعل هذه الوسيلة الجديدة أداة طيعة في أيدي الصالحين الذين يحسنون الانتفاع بها ، وكذلك أداة طيعة في أيدي المفسدين الذين يفسدون بها .

" إن إدراك حقيقة إمكان استخدام القنوات الفضائية في الخير والشر هو بداية المواجهة القائمة علي أسس علمية صحيحة تؤدي إلي تجاوز مشكلة التعامل معها إلي موقع حضاري متقدم ينقل الأمة من الدفاع إلي الهجوم ، ومن التأثر إلي التأثير عالميا ، وقد برز في الآونة الأخيرة اهتمام كبير بالتواصل الفضائي في مجالات عديدة ، ومن ثم كان استخدام الفضائيات ضرورة عصرية نابعة من أهمية الإعلام والاتصال في عالم اليوم علي النطاقين المحلي والعالمي . وقال : " الدكتور محمد بسري " في كتابه : " الفضائيات الإسلامية تحديات وطموحات " أن الإعلام بالإسلام عبادة جليلة تنضبط بالتوجه إلى الله تعالى إخلاصا وتوحيدا وبا الإتياع نهجا وتطبيقا قال تعالى : قَالَ تَمَآلَ : ﴿ قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴾ [الأنعام: ١٦٢] ويذكر الدكتور في بحثه أهمية الفضائيات الدينية، و العناصر التي تستمد منها القنوات الفضائية الإسلامية أهميتها هي :

1/ أن الفضائيات الإسلامية جهاد إعلامي فهي تبث القرآن الكريم وتلاوته ليل نهار وترسل حديث المصطفى - صلى الله عليه وسلم في كل وقت .

2/ الفضائيات الدينية مواجهة للتغريب حيث عاش العالم الإسلامي زمنا طويلا خاضعا للغزو الثقافي و الفكري من خلال الإعلام الغربي .

3/ الفضائيات الإسلامية خيار معرفي وبديل دعوي ، فا الإعلام اليوم إعلام تقني يقوم علي تقنية الاتصالات الرهيبية والتي أستغلها أعداء الإسلام فيما يسمونه بعولمة هذا الزمان أن يقفوا عاجزين في مواجهة هذا الاختراق .

فلا يستطيع المرء أن ينكر قدر ما ساهمت به الفضائيات الإسلامية خلال السنوات الأخيرة في توسيع دائرة الدعوة الإسلامية حيث تمكن الكثير من الدعاة عبر هذه القنوات الفضائية الإسلامية من الولوج لمناطق لم يكن من اليسير ولوجها قبل ذلك ، فضلا عن إمكانية الدخول إلي كل بيت يضع في أعلاه هذا الطبق اللاقط لإشارات الأقمار الصناعية ، وهو ما يبرهن علي مدى أهمية الإعلام ، إذ أن الدعوة إلي الله - تعالي - إعلام يشرعه، ودلالة علي دينه ، وهديه ، وأمة الإسلام هي أمة الدعوة إلي الخير والتداعي إلي الفضل ، ومن ثم فلي رسالة الإعلام في الإسلام لا تتفك عن الدعوة بحال لأنه في حقيقته بلاغ مبين لحقائق هذا الدين¹.

5-3- بعض القنوات الإسلامية:

وتمثل مجالا تخصصيا في الفضائيات العربية-كما رأينا سابقا- وقد شهدت بدايات القرن الحادي والعشرين انتشار عدد كبير من القنوات الفضائية الدينية الناطقة بالعربية وبالانجليزية، وسنورد فيما يلي بعض المعلومات المتاحة عن تلك القنوات:

1. قناة اقرأ الفضائية²:

تعد قناة اقرأ أول فضائية دينية ظهرت إلى الساحة الإعلامية، بدأ بثها في 21 أكتوبر عام 1998م، وتتبع شبكة راديو وتلفزيون العرب ART، وسعت منذ البداية لتقديم

¹ ياسين صالح علي، أثر القنوات الفضائية الإسلامية في التوعية الدينية، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم دعوة واصل الدين، كلية العلوم الإسلامية، جامعة المدينة العالمية، ماليزيا، 1433هـ/2013م، ص 05 .

² من موقع www.igra-tv.net ، عدة أيام من شهر أبريل و ماي 2014

إعلام عربي هادف ومميز يلبي حاجة المشاهد من خلال مجموعة متنوعة من البرامج الجادة التي تمس حياة الفرد وتتناول اهتماماته الروحية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية وتشبع رغباته الإنسانية من منظور إسلامي وبرؤية عصرية.

وقد وضعت لنفسها أهدافاً تمثلت في: تكوين المجتمع الإسلامي المعاصر المؤمن بعمق ومحبة الله ورسوله والكتاب والسنة والافتداء بالصالحين، وتطبيق الإسلام بشموليته لكل جوانب الحياة التي تحت على الإيمان بالحوار الوسطي السمع المتقبل للرأي الآخر، مما يؤهل على تكوين مجتمع إسلامي إيجابي بناء قادر على التفاعل داخلياً وخارجياً بكل فئاته، والوصول إلى المسلمين في مختلف أنحاء العالم كما تهدف للتعريف بسماحة الدين الإسلامي في دول الغرب التي ربما لم يتح لهم إعلامهم فرصة التعرف عن قرب على مبادئ الشريعة الإسلامية السحاء.

ومن أهم برامجها: مشكلات من الحياة للدكتور عبد الله المصلح، في رحاب الشريعة، البيئة، فقه النساء، للكبار فقط، الصلح خير، كما تقدم برامج الأطفال، ودراما دينية تعالج المشاكل الاجتماعية، كما تقوم بتقديم الدعاة الشباب أو الجدد، وكانت أول من قدم عمرو خالد، وغيره من الدعاة.

2. قناة المجد الفضائية¹:

وتضم باقة مكونة من 6 قنوات هي على النحو التالي:

قناة المجد العامة: تتخذ من العبارة (رؤية رشيدة لمجتمع سعيد) شعاراً لها، وقد بدأ بثها الفعلي في الأول من ربيع الأول لعام 1424 هـ الموافق 2 مايو لعام 2003م، وهي أولى القنوات التابعة لشركة المجد للبث الفضائي المحدودة، ومقرها مدينة دبي للإعلام في دولة الإمارات العربية المتحدة، وتخطب القناة جميع أفراد الأسرة العربية، فهناك برامج الأطفال، والشباب، والبرامج الحوارية والإخبارية، وبرامج المسابقات، والبرامج الترفيهية.

¹ عن موقع www.almajd.tv ، عدة أيام من شهر أفريل و ماي 2014

قناة المجد للأطفال: وقد بدأ بثها في اليوم الأول من شهر ذي الحجة لعام 1424 هـ الموافق للثالث والعشرين من يناير لعام 2004م، وشعارها: رؤية باسمه لمستقبل مشرق، تقدم مادة غزيرة ومتنوعة تستجيب للاحتياجات النفسية للأطفال حتى سن الثانية عشرة، وتواكب نموهم المعرفي والثقافي، حيث تقدم البرامج التلفزيونية المباشرة والمسجلة ومسلسلات الرسوم المتحركة، والأناشيد، والمسابقات والألعاب، والشخصيات (الكارتونية) العربية المبتكرة، النابعة من البيئة المحلية، ضمن رؤية واسعة، وأهداف تربوية واضحة ومزج جميل بين الترفيه والتعليم، والتوجيه والتسلية وهي تبث برامجها بمعدل 18 ساعة يوميا.

قناة المجد للقرآن الكريم: وشعارها قرآن يتلى آناء الليل وأطراف النهار، وتقوم ببث تلاوات القرآن الكريم على مدار أربع وعشرين ساعة مصحوبة بكتابة الآيات القرآنية، وتفسير بعض مفرداتها، كما تقوم ببث ترجمة مكتوبة لبعض التلاوات، وقد بدأ بثها التجريبي في 17 أغسطس 2004م.

قناة المجد العلمية: وقد بدأ بثها في الأول من شهر صفر عام 1426 هـ الموافق 11 مارس لعام 2005، شعارها: ملتقى العلم والعلماء وهي أول قناة تعليمية تفاعلية، لتطبيق أنظمة التعليم عن بعد، وهي متخصصة في العلوم العربية والإسلامية، وتقوم مادتها الأساسية على برامج الأكاديمية العلمية، التي تطرح العلوم الإسلامية بطريقة منهجية يقدمها نخبة من علماء العالم الإسلامي ويدعم التفاعل مع الطلاب والطالبات الموقع الإلكتروني الخاص بالأكاديمية، الذي يشترك فيه أكثر من 40 ألفا من الطلاب والطالبات، بالإضافة إلى ذلك تقدم القناة باقة متنوعة من البرامج الدعوية والعلمية ذات الصلة بالعلوم الإسلامية، وهي تبث بمعدل 16 ساعة يوميا.

قناة المجد الوثائقية: بدأ بثها في 18 جمادى الأول 1426 هـ الموافق 25 يونيو لعام 2005م، لتكون أول قناة وثائقية عربية حيث تمثل إطلالة واسعة على الحياة والكون، والتاريخ والحضارة والعلوم، والنشاط الإنساني بكل تنوعه ومتغيراته، وشعارها: عين على

الحياة، وتقدم المجد الوثائقية مادة غزيرة من المحتوى البرامجي المتنوع المتجدد يوميا، الذي يثرى ثقافة المشاهد، وعلى مدار 24 ساعة يوميا.

قناة المجد للحديث النبوي: وهي قناة متخصصة في بث وشرح الأحاديث النبوية الشريفة، وشعارها: تقريب السنة بين يدي الأمة، وقد انطلقت في الأول من شهر ربيع الأول لعام 1427 هـ الموافق 30 مارس لعام 2006م، لتكون رافدا نقيما يقدم للمشاهدين السيرة النبوية الشريفة، والأحاديث الصحيحة الثابتة في السنة المطهرة، وتمثل معاني الاعتدال والوسطية، والفهم الصحيح للإسلام، وتبرز جوانب الرحمة التي بعث بها نبينا محمد ﷺ كما قال تعالى: ﴿وما أرسلناك إلا رحمة للعالمين﴾ (107) الأنبياء

3. قناة العالم اليوم:¹

(قناة المجد الإخبارية) فعلى غرار (قناة يورو نيوز الأوروبية) تم إطلاق خدمة المجد الإخبارية (العالم اليوم) وذلك في اليوم الأول من ذي الحجة 1426 هـ، الموافق لـ 1 يناير لعام 2006م ، وهي تقدم موجزا إخباريا كل نصف ساعة، مع مجموعة من البرامج القصيرة سريعة الإيقاع ذات الشأن الإخباري والصحفي تغطي الصحافة الإماراتية والسعودية والعربية وموضوعات الغلاف لكبريات المجالات قراءة وحصاد الكاميرا، والصور الصحفية للأحداث العالمية وأقوال أهم صانعي الأحداث، وأجندة أحداث اليوم التالي، مع العالمية، والنشرة الجوية.

4. قناة الفجر:²

وهي قناة متخصصة في تلاوات وعلوم القرآن الكريم، بدأ بثها في 2004م، وتوقفت عن البث في 2006 م لأسباب اقتصادية، ثم عاودت البث بعد مناشدة المتبرعين لدعم القناة.

¹ عن موقع www.islamonline.com ، عدة أيام من شهر أبريل و ماي 2014

² من موقع www.fajr.tv ، عدة أيام من شهر أبريل و ماي 2014

5. قناة الرسالة¹:

هي قناة إسلامية يمتلكها "الأمير الوليد بن طلال" صاحب مجموعة قنوات روتانا، وشعارها اللفظي: إبداع وأصاله، وبدأ بثها في مارس 2006م، وتهتم بقضايا الأمة العربية الإسلامية والوطنية وتعمل على دعم الانتماء الإسلامي والعربي لجميع الشعوب العربية، تعمل على تدعيم القيم الإسلامية والإنسانية وجمع الأسرة العربية على شاشتها بتقديم ثروة فكرية مرئية من البرامج التربوية الهادفة والمتنوعة الجوانب الاجتماعية والتنمية والشرعية والترفيهية ... التي تحتاج لها الأسرة العربية بأسلوب هادئ وطرح متزن لا يعمل على التحريض ويلتزم المبادئ المهنية في إطار عمل إعلامي مؤسسي، ومن برامجها: البرامج الحوارية: برامج النساء، البرامج العلمية، البرامج التسجيلية والوثائقية، برامج اقتصادية، الإفتاء الديني الدراما بأنواعها، برامج الأطفال، نقل الصلوات، التقارير الميدانية، برامج دينية وخيرية.

6. قناة العفاسي²:

هي قناة خاصة بالقارئ الكويتي الشيخ مشاري بن راشد العفاسي، وتملكها شركة أيوا جلف بصفتها وكيل للشيخ مشاري والممثل الرسمي للقناة، وهي في الأصل كانت شركة لتزويد الهواتف المحمولة بأدعية وأذكار الشيخ العفاسي، ثم تحولت إلى قناة تحمل اسم صاحبها، وشعارها للذاكرين والذاكرات، وتتخصص في بث الأذكار والأدعية وتلاوات قرآنية بصوت الشيخ مشاري، وبدأت في 2005م، وتركز أكثر على مخاطبة الشباب، وهي أول قناة تحمل اسم صاحبها.

7. قناة الناس³:

شعارها (شاشة تأخذ للجنة) ومن المهم الإشارة إلى أنها لم تبدأ إسلامية، وكان بها بعض برامج الحظ والأبراج، وغيرها من البرامج التي انتقدها الكثيرون، وكانت تتبع قناة الخليجية

¹ من موقع www.alresalah.net ، عدة أيام من شهر أفريل و ماي 2014

² عن موقع www.alafasy.tv ، عدة أيام من شهر أفريل و ماي 2014

³ عن موقع www.alnas.tv ، عدة أيام من شهر أفريل و ماي 2014

التي كانت تقوم بإذاعة الأغاني الخليجية، ثم تحولت إلى أن تكون قناة إسلامية، تضم عددا من الشيوخ ذوي الشعبية الكبيرة، ولكنها لا تزال مثارا للجدل بين الكثيرين.

8. قناة محمد السادس للقرآن الكريم¹:

وهي قناة تبث من المغرب مشاركة بين الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة ووزارة الأوقاف والشئون الإسلامية ووزارة الاتصال، وبدأ بثها في 2 نوفمبر 2005م، وهي متخصصة في بث تلاوات وتفسير القرآن الكريم، وبث الوعظ والإرشاد والأحاديث النبوية، وبرامج ومسلسلات عن شخصيات بارزة في التاريخ الإسلامي، ومن برامجها: فروع الإيمان، صحة ودين، دعاء الأنبياء، المصحف الميسر، المسجد.

9. قناة الأمة²:

بدأت البث في شعبان 1427، الموافق أكتوبر عام 2006م وشعارها خير قناة لخير أمة حبا في خير نبي، وهي قناة متخصصة في الدفاع عن النبي ﷺ، وتتبنى خط الرد على النصارى وأتباع الديانات الأخرى، وتنفيد مزاعمهم، وتعتمد القناة على التبرعات من المشاهدين، وتضم عددا من البرامج مثل ثقافة الحوار، عيسى في القرآن والسنة، خواطر حول النصرانية، الآخر في السنة.

10. قناة الحكمة³:

بدأ البث الفضائي لقناة الحكمة في رمضان 1427هـ / 2006/11م، وشعارها اللفظي (إن تطيعوه تهتدوا)، وتهتم بالسنة النبوية وتعليمها للمسلمين، والتركيز على علوم السنة، وهي تقدم برامج حوارية، وتنقل صلاة الجمعة من مساجد السنة، وبرامج للإفتاء، وبرامج للمرأة وللأطفال.

¹ عن موقع <http://ar.wikipedia.org> ، عدة أيام من شهر أبريل و ماي 2014

² عن موقع www.alomma.tv ، عدة أيام من شهر أبريل و ماي 2014

³ عن موقع www.alhekmah.tv ، عدة أيام من شهر أبريل و ماي 2014

11. قناة الخليجية¹:

بدأت قناة الخليجية بثها في 2005، وتخصصت في إذاعة الأغاني الخليجية والمصرية، ويملكها رجل الأعمال السعودي أسامة كدسة، المالك أيضا قناة الناس، وفي أبريل 2007م تحولت القناة، وارتدت ثوب الدين بعد النجاح الكبير الذي حققته قناة الناس، والتي كان يديرهما عاطف عبد الرشيد، وقيل إن شيوخ السلف، محمد حسان، وأبو إسحق الحويني، وحسين يعقوب قاموا بالضغط على عبد الرشيد لتحويل مسار قناة الخليجية، أو يحجموا عن التعاون معه في قناة الناس، وبدأ بثها في أبريل 2007 بثوبها الديني، وتحاكي قناة الناس، في شكل البرامج وضيوف الحلقات، والإعلانات التجارية، وشعارها اللفظي (الخليجية نور وبصيرة).

12. قناة النجاح²:

هي قناة فضائية تابعة لشركة النجاح الوطنية، يملكها رجل الأعمال غازي محفوظ، وتبث من عمان بالأردن، وبدأ بثها الفعلي في 1 يناير 2006م، وتهتم بالجوانب التربوية والتنمية، وتقول القناة عن نفسها أنها لا مذهبية، ولا سياسية، وتخطط شركة النجاح لإطلاق عشر قنوات خلال عشر سنوات، وشعارها اللفظي (التغيير يبدأ من هنا).

13. قناة شدى³:

وهي قناة متخصصة في بث الأنشيد والأغاني الإسلامية، شعارها اللفظي (وللنفس بهجة) وبدأ بثها في 2006م، وتقوم بإعداد برامج لتنمية واكتشاف المواهب المتميزة في الإنشاد الديني، وتسعى إلى بث المعاني الفاضلة والمضمون النبيل من خلال الكلمة الطيبة المعبرة ومن خلال اللحن والأداء الجميلين، لتكون "شدا" البديل المناسب الذي يحترم العقول وينشر الفضيلة ويصون الأعراض ويحافظ على الذوق والفطرة السليمة بعيداً عما يستخف بالعقول ويشوه الأمزجة ويفسد الأخلاق والأذواق ويثير الغرائز. ومن هنا جاءت قناة شدا الفضائية،

¹ عن موقع www.el-khalijiya.com ، عدة أيام من شهر أفريل و ماي 2014

² عن موقع www.najah.tv ، عدة أيام من شهر أفريل و ماي 2014

³ عن موقع www.shadatv ، عدة أيام من شهر أفريل و ماي 2014

لتنفرد بكونها القناة الأولى في ميدانها، ولتضع لنفسها قاعدة راسخة في عالم البث الفضائي، متخصصة بكل ما يتعلق بالنشيد الإسلامي، ولتكون النافذة المقبولة للمجتمع المسلم والأسرة الملتزمة، ومن أشهر برامجها، سمعنا صوتك، شدا مع كل الناس، ألوان شعبية، منوعات إنشادية.

14. قناة المدينة¹:

وتبث عن شركة المدينة للقنوات الفضائية والإعلام، وبدأ بثها في عام 2006م، وبرامجها متنوعة بين برامج تحفيظ القرآن الكريم، وبرامج وعظية ودعوية، وتفكر القناة في إنشاء قناة المدينة الثانية تكون وظيفتها ترويجية تسويقية، كما تمتلك المجموعة إذاعة المدينة للقرآن الكريم.

15. قناة البركة²:

وهي قناة اقتصادية تابعة لقناة الناس، شعارها اللفظي (البركة تغنيك، البركة تكفيك) وترتكز على القيم الإسلامية، وتهتم بشؤون المواطنين في الشرق الأوسط والعالم، وتعتمد على البث المباشر والحوار مع المشاهدين، وتجمع بين الإعلام والإعلان، وبدأ بثها في 21 يونيو 2007م.

16. قناة الرحمة³ :

بدأ البث التجريبي لقناة الرحمة الفضائية السنوية السلفية، في رمضان 1428هـ، أكتوبر 2007م، ولا تزال في مراحلها التجريبية حتى الآن، ويشرف عليها الشيخ محمد حسان من شيوخ السلفية بمصر.

17. قناة طيبة⁴:

هي قناة إسلامية باستثمارات كويتية، بدأ بثها التجريبي في 2007 م، ولم يبدأ البث الفعلي بعد، وتقدم إعلامياً إسلامياً متخصصاً في علوم السنة النبوية برؤى إبداعية وبرامج

¹ عن موقع <http://ar.wikipedia.org> ، عدة أيام من شهر أبريل و ماي 2014

² عن موقع <http://ar.wikipedia.org> ، عدة أيام من شهر أبريل و ماي 2014

³ نفس المرجع

⁴ عن موقع www.tayba.tv ، عدة أيام من شهر أبريل و ماي 2014

متميزة وفقاً للمعايير المعتمدة إعلامياً بمنهج إسلامي صحيح، المهمة الإستراتيجية لها إبلاغ السنة المطهرة -نقية صافية مصححة- لعموم المسلمين في أرجاء المعمورة وإطلاع غير المسلمين عليها، ومن برامجها البرهان للدكتور عبد الله سمك، والحقبة للشيخ عثمان الخميس، وعظماء من أهل البيت للشيخ حسن الحسيني.

18. قناة المصطفى¹:

وهي قناة تابعة لقناة الفجر الفضائية مهمتها الدفاع عن النبي ﷺ ونصرتة وإحياء سنته، ولغتها العربية والإنجليزية، وقد بدأت ببث تجريبي على قناة الفجر، لكن قناة الفجر تعاني من مشاكل في التمويل الأمر الذي اضطرها على التوقف لبعض الوقت، وهو ما يعكس ضعف الهياكل الاقتصادية والإدارية لمثل تلك القنوات رغم نبل الهدف، وشرف الغاية.

19. قناة القصيم²:

بدأ بث القناة في 21 أكتوبر 2006م، وتقوم ببث وتقديم برامج ثقافية ودينية، وترتكز على القيام بتنقل الثقافة الشعبية الخاصة بمدينة القصيم وشعبها بالمملكة العربية السعودية.

20. قناة الكوثر³:

بدأت قناة الكوثر الفضائية باللغة العربية منذ عام 1980م باسم قناة سحر الفضائية لمدة ساعة واحدة يومياً حتى توصلت ساعات البث إلى ثماني عشرة ساعة يومياً. وهي قناة شعبية تهدف نشر الفكر الإسلامي وتركز على الحديث عن أهل البيت عليهم السلام وذلك عبر باقة من البرامج المتنوعة والتي تتعرض لمختلف المجالات الإنسانية والدينية والفكرية والاجتماعية وتهدف إلى نشر الوعي لدى المشاهدين وذلك من خلال إبراز نقاط القوة عند الأمة الإسلامية والدعوة إلى الوحدة والتعاقد ما بين المسلمين الذين عليهم أن يكونوا كالجسد الواحد عملاً بنص القرآن الكريم الذي دعى المسلمين إلى أن يكونوا صفاً واحداً

¹ عن موقع www.almustafa.tv ، عدة أيام من شهر أفريل و ماي 2014

² عن موقع www.islamonline.com ، عدة أيام من شهر أفريل و ماي 2014

³ نفس المرجع

كالبنيان المرصوص، ومن أشهر برامجها رحيق مختوم، إيران في دائرة الضوء، جولة في الصحافة.

21. قناة الأنوار¹:

وهي قناة متخصصة في الفكر الشيعي أيضا، وتقول عن نفسها أنها تنقل الثقافة الإسلامية المتمثلة في فكر وثقافة رسولنا الأكرم ﷺ والتي جسدها منهج أئمة آل البيت (عليهم السلام) للمساهمة في الصياغة الجديدة لعالم الإيمان والرفاهة والسلام والمحبة، ويضم موقعها الإلكتروني تعريفا بالقناة وأهدافها وأهم برامجها خصائص أهل البيت، الغمام المهدي، قبسات من هدي القرآن، اضاءات.

22. قناة أهل البيت الفضائية²:

وهي إحدى القنوات التي تنتشر وتثبت الفكر الشعبي، وتتبع سياستها عن الحديث عن أهل البيت كمدخل لنشر الأفكار والمبادئ الشيعية باللغة العربية، وبدأ بثها عام 2005م.

23. قناة طيور الجنة³:

قناة طيور الجنة قناة أطفال جديدة تحصد نجاحات بشكل سريع وتتميز بأناشيدها الإسلامية الهادفة، بدأت بثها التجريبي ثم الفعلي منتصف السنة الحالية (2008)، يقف وراءها الأستاذ خالد مقداد ، ومؤسسته طيور الجنة التي استطاعت أن تعطي للأطفال الطفولية الإسلامية رونقا خاصا ومتميزا أعطى بعدا جماليا رائعا لفن النشيد الإسلامي.

قنوات دينية ناطقة بالإنجليزية:

24. قناة الهدى TV⁴:

وهي قناة فضائية عربية تهدف إلى التعريف بأركان الدين الإسلامي، وتتوجه القناة التي تبث من مدينة الإنتاج الإعلامي بمصر إلى كل من يريد أن يعرف عن الإسلام، ولا يعرف اللغة العربية، وقد بدأ بثها أواخر عام 2005م، وهي قناة مجانية على الناييل سات.

¹ عن موقع <http://www.alanwar.tv> ، عدة أيام من شهر أبريل و ماي 2014

² عن موقع www.islamonline.com ، عدة أيام من شهر أبريل و ماي 2014

³ نفس المرجع

⁴ من موقع www.huda.tv ، عدة أيام من شهر أبريل و ماي 2014

25. قناة الجسور¹

كابلية وتسعى قناة بريدجر (الجسور) التلفزيونية من بث برامجها التي بدأتها في Bridges.30 وهي قناة تخاطب مسلمي أمريكا وتعمل بتمويل عربي .

5-4 - واقع الفضائيات الإسلامية و مستقبلها:

إن واقع الفضائيات العربية العامة والمتخصصة بالغ الخطورة لأنه يرحل إلى حد بعيد تحت تأثير الانبهار بتلك الثقافة (المتعولمة) ذات الطابع التغريبي التي تبثها وسائل الإعلام الفضائي للجمهور العربي، سواء في داخل الوطن العربي أو في خارجه الأمر الذي أسهم بشكل كبير في توسيع نطاق بث الإعلام الفضائي الأجنبي واتاحة الفرصة له للوصول إلى المشاهدين العرب واستقطاب اهتمامهم ثم اتجاه غالبية القنوات الفضائية العربية نحو تقليد القنوات الأجنبية سواء في أشكالها وقوالبها أو في مضامينها وأساليب العرض فيها ولم تسلم من هذا كثير من القنوات الدينية.

❖ ملاحظات أولية علي الفضائيات الإسلامية:

أن غالبية الخطاب الديني لهذه القنوات علي اختلاف أديانها بأنماطه وتقسيماته الوعظية والفكرية يعاني من الجمود في مقولاته ولغته ومصطلحاته وتأويلاته. ولاشك في أن غالبية الخطاب الديني في هذه الفضائيات بحاجة إلي دراسات تحليلية نقدية شاملة تمكنا من ضبطه واصلاح بنيته ومنطقه واشكالياته وقضاياها وذلك لتحرير الفكر الديني من تلك التأويلات البشرية التي قد تحطي بالقداسة بينما هي كما يقال يؤخذ منها ويرد.

أن بعض هذه الفضائيات اتخذت من الدين ستارا للصراعات السياسية في إطار تعدد وتناقضات مواقع القوي فأدي ذلك إلي مزيد من التشدد والعنف والغلو بل وعنف الخطاب وقد برز هذا في الفتاوى المتشددة لبعض الدعاة المصريين الجدد أو في الفتاوى المتهافته للبعض

¹ عن موقع www.islamonline.com ، عدة أيام من شهر أفريل و ماي 2014

الآخر الذي يحاول إرضاء العامة والدهماء ولا تخلو بعض الدروس الدينية المذاعة من الرؤي المنغلقة .

أن قائمة أولويات الخطاب الديني لبعض هذه الفضائيات الدينية الدولية وعظاً وارشاداً وفتاوى وفقه لا تعكس واقع الحال في كثير من الدول الإسلامية وبخاصة في عالمنا العربي. ثمة انفسلها مذهبية في العالم الإسلامي كانت لها تجليات واضحة في الفضائيات الدينية (انظر قنوات الكوثر وأهل البيت وغيرهما) ستجد انعكاسات في برامجها ومقولاتها علي الساحة العراقية الآن إلي الحد، الذي أدى إلي اقتتال العراقي السني والشييعي ...!!، وقد ساعدت هذه النعرة المذهبية في تلاشي دعوات التقريب بين المذاهب وتحولت كثير من هذه القنوات إلي منابر للتنازع والفرقة.

يلاحظ افتقار الدعاة الجدد الي العديد من السمات الهامة مثل: - الوعي التام بكل الأطر المرجعية (القرآن والسنة)، وعمل الصحابة واجتهادات التابعين

-القراءة الجيدة لحركة التاريخ الإسلامي وادراك السنن التاريخية.

- الإلمام الكافي بالتراكمات العلمية الخبرات المادية والمعنوية التي توصل إليها العالم.

- التدريب على التقنيات الحديثة التي تمكنه من متابعة ما يدور حوله من أحداث واستكشافات علمية ومعطيات عصرية.

- إدراكهم بأن الإسلام في أساسه دعوة بكل معاني هذه الكلمة؛ لأن الإسلام دين يقوم على المنطق، ويستند إلى البرهان في مخاطبة الجماهير المسلمة وغير المسلمة.

- إدراكهم بأن الفتوى تتغير بتغير الزمان والمكان والحال، وكذلك الدعوة الواعظة الموجهة المرشدة، وأن الدين في أصوله وكتلياته لا يتغير، ولكن الذي يتغير هو الفتوى وأسلوب التعليم وطريقة الدعوة إلى الإسلام.

وهناك مجموعة من الصفات التي يجب أن يتحلى بها الدعاة الجدد لتجديد شكل ومضمون الخطاب

الديني وهي :

- الوعي التام بكل الأطر المرجعية (القرآن والسنة وعمل الصحابة واجتهادات التابعين).
- القراءة الجيدة لحركة التاريخ الإسلامي وإدراك السنن التاريخية .
- الإلمام الكافي بالتراكمات المعرفية والعلمية والخبرات المادية والمعنوية التي توصل لها العالم .
- التدريب على التقنيات الحديثة التي تمكنهم من متابعة ما يدور حولهم من أحداث واستكشافات علمية ومعطيات عصرية.
- فهم طبيعة الحوار مع الآخر وطبيعة العلاقات الدولية والاقتصاديات والعالمية¹.

5-5 - أنواعها

يرى ابراهيم (2008) أن أنواع الفضائيات الاسلامية من حيث المضمون تنقسم الى أربعة أنواع :

النوع الأول : دعوية فقط . مثل الناس، و ميزتها أنها تهتم بتنقيف الأمة الإسلامية ونشر العلم الديني والديني وتبتعد عن السياسة وصراعتها .

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

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

النوع الرابع : دعوية سياسية . مثل قناة المنار ، فهي تنهج الموضوعية في تبني القضايا العادلة والمحقة للأمة جمعاء ، باعتماد المعايير المهنية والاعلامية الاحترافية في أخبارها وبرامجها ضمن القوانين والأعراف والأنظمة المعمول بها دولياً .

¹ د حسن علي محمد ، استاذ كلية الإعلام جامعة المينا، القنوات الدينية الاسلامية.. واقعها ومستقبلها، المؤتمر الأول لمستقبل الإعلام في مصر. 29 ديسمبر 2012م. ص 1 - 2.

ويرى الباحث أن هذا التصنيف غير دقيق ,لأن النوع الثالث يشمل القنوات الدعوية السياسية ، وكما ذكر في المثال الرابع فإن هذه القنوات كقناة المنار تقدم برامج دينية واجتماعية بالإضافة للمواد السياسية وبهذا فقد أصبحت قناة شاملة وعلى حد علم الباحث فإنه لا يوجد قناة دعوية سياسية بالكامل¹ .

5-6- سمات القنوات التلفزيونية الإسلامية بصفة عامة:

اتسمت الفضائيات الدينية الإسلامية بكثير من السمات السلبية والايجابية نتيجة حادثة عهدها إذ لم يمر على معظمها أكثر من عشر سنوات .

5-6-1- السمات السلبية:

ومن قراءة سريعة لواقع الفضائيات الإسلامية تتجلى لنا بعض السمات السلبية على النحو التالي:

- وجود اختلال في الأولويات وفقه الواقع نتيجة خلط السياسي بالديني واستخدام الدين في الصراعات الدولية والاقليمية والمحلية ومحاولة تحقيق مكاسب علي حساب دغدغة حواس الجماهير (كما يتضح في القنوات الشيعية العراقية حول الصراع الدائر الآن بين السنة والشيعية)

- كما يبدو هذا أيضا في بعض القنوات الإسلامية السنية التي غلب الحماس علي أصحابها فاندفعوا إلي إنشاء القناة قبل الاتفاق علي أهداف أو استراتيجيات محددة ,وقائمة بأولويات القضايا التي يجب أن تحتل فضاء هذه القنوات وتشغل الناس بها.

- ضيقت هامش العمل لديها، وحدث من استخدامها لكثير من فنون العمل التلفزيوني .. مما يمكن أن (يجذب) المشاهدين، بمختلف شرائحهم، كما هو حال الفضائيات الأخرى .

¹ إبراهيم ناصف ناصر عبد الله، عادات و أنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية (قناة الرسالة أنموذجا)، مذكرة ماجستير في الاعلام، كلية الاعلام ، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2010/2009، ص 41.

- أنها نجحت في امتحان وإثبات، مبدأ " التعرض الاختياري " Selective Exposure ، كأحد أهم الفروض، التي تفسر عملية اكتساب المعلومات Information Acquirement ، ومن ثمّ التفاعل معها وفق هذه الفرضية، فإن الفرد يختار أن يعرّض نفسه لمصدر معلومات (معين)، ويتفاعل معه، ويتأثر بما فيه من معلومات .. ويكتسبها، على أساس من احتياجه. هذه النتيجة، تؤكد الحاجة لتوسيع هامش الاختيار أمام المشاهد العربي، بتشجيع قيام قنوات جادة، تسهم في الارتقاء بالوعي والثقافة. كما أنها كذلك، تدحض الزعم بربط تنامي السلوك المحافظ، والصحة الدينية، في أوساط المجتمعات العربية، بنفوذ مجموعات غامضة، تمارس ضغوطاً على الناس، لإقناعهم بأفكارها. التعرض الاختياري، قرار شخصي بحث، يتم بمعزل عن أي نفوذ لطرف خارجي.

- قدرتها على تقديم مضمون جاد، واستقطاب جمهور يهتم به .. في ظل أنماط متعددة، لسلوك إعلامي استهلاكي، يعتمد على الإثارة .. بمختلف أشكالها.

- أن تجربة القنوات الإسلامية، لا تخلو من قصور مهني. حادثة التجربة، ونقص الكوادر المدربة، من أهم الأسباب، وغياب الرؤية أحياناً .

- استخدام العامة في تلك القنوات، مازال موجوداً، وإن كان بنسبة أقل من غيرها من القنوات .

- لم تستطع بعض القنوات الإسلامية أن تتخلص من الطابع المحلي، للبلد الذي تبتث منه، خصوصاً الاهتمام بالأحداث والفعاليات القطرية، على حساب قضايا الأمة والأحداث العالمية .

- تسود هيمنة الطابع الشخصي .. لمالكها، أو القائمين عليها، فتؤثر على السمة العامة لبرامجها، وعلى مستواها المهني.

- التقليدية في الخطاب والإنتاج وهي تعكس ضعفاً في الإعداد والإخراج معاً حيث يتصور المعد إن مهمته تنتهي بجلب ضيوف البرنامج ويتصور المخرج بان مهمته تنتهي بجلوس الضيف علي الكرسي في الاستديو وتصويب الكاميرات نحوه، وهي سمة سائدة في

البرامج الدينية الفضائية والارضية وحسبك أن تشاهد بعض برامج قنوات المجد والناس والعفاسي.

- أن بعضها يخاطب نفسه بمعنى أنه غير معني بخطاب الآخر فيما عدا قناة الهدى الناطقة بالانجليزية وبقية القنوات تعاني من اهمال خطاب غير المسلمين في برامجها والا ما معني أن تكون فضائية وما الفرق بينها وبين القنوات الأرضية؟

- ضعف وسطحية المحتوى المقدم وبخاصة برامج الفتاوى التي أصبحت بحاجة ماسة إلي أن نتوقف أمامها وسوف نفرّد لها فصلا خاصا من هذه الدراسة.

- تلجأ كثير من هذه القنوات لإعادة بث الأعمال القديمة أو إعادة بث الجديد منها أو إنتاج برامج سطحية أقرب إلى فنون الإذاعة منها إلى التلفزيون¹.

5-6-2- إيجابيات الفضائيات الإسلامية:

لا يظنّ ظان بعد هذا العرض السابق أن هذه القنوات مليئة بالنقص والعيوب إنما ثمة مزايا وجوانب مضيئة منها:

تعريف غير المسلمين بالاسلام: وتقوم بهذه المهمة بعض القنوات الإسلامية الناطقة بالإنجليزية مثل قناة الهدى وبعض القنوات الباكستانية والماليزية وهي تعرض فكرنا الإسلامي بلغة سلسة قريبة من الخطاب الإعلامي الغربي وهي خطوة على طريق التعريف بالاسلام تسير في الطريق الصحيح وبخاصة أنها موجهة إلى المسلمين من غير العرب والي غير المسلمين أيضا .

المساعدة في تمكين الانسان المسلم في شتي أرجاء المعمورة من معرفة دينه وتثبيته في مواجهة ماييئ من أباطيل، كما تستطيع بعض هذه القنوات أن تكون جسرا للحوار والتسامح بين المذاهب الاسلامية ومع الاديان الاخرى لأنها حاملة لمساحات من القيم الانسانية المشتركة ويمكن لقناة الرسالة أن تلعب هذا الدور بكفاءة من خلال قراءة لأهدافها المنشورة علي النت.

¹ د حسن علي محمد، القنوات الدينية الاسلامية.. واقعها ومستقبلها ، ص ص5 - 6 .

أن بعض هذه القنوات مثلت منابر إسلامية متنوعة الثقافات مثل قنوات: اقرأ والحقيقة والناس وهي تلعب دوراً مهماً في تثقيف المرأة المسلمة التي ربما لأسباب اجتماعية أو اقتصادية لا تتراد المنتديات الإسلامية والمساجد.

أنها أظهرت جانباً مهماً من حيوية وثراء الفكر الإسلامي من خلال التنوع في الأطروحات والاختلاف في المواقف كما لعبت هذه القنوات دوراً مهماً في ظهور علماء مجتهدين يحاولون اللحاق بثقافة العصر فأصبحوا نجوماً لدى المشاهدين المسلمين الآن.

أدت هذه القنوات إلى ظهور نجوم من الوعاظ والفقهاء جنح بعضهم نحو التشدد لمرضاة الغلاة وبعضهم يجنح نحو التيسير والرفق فتعددت المنابر والرؤي وهي ظاهرة صحية. الاقتراب من سياسة اعلامية عاقلة تضع في الاعتبار أن الاختلاف من سنن الكون مع محاولات جادة نحو إنتاج برامج ديني وسطي يتجاوب مع الوسطية الإسلامية كما تفعل قناة اقرأ¹.

5-7 - مشروع الفضائيات الإسلامية

كان طبيعياً لقنوات تركز لمثل هذه البرامج ألا تعير اهتماماً للبرامج الدينية والأخلاقية والتي تدعو إلى القيم والفضيلة ، فمن العجب أن أغلب الفضائيات ما زالت تتعامل مع الإسلام كشعار ديني للتبرك به عند افتتاح البرامج ، حيث تقدم عدة دقائق تلاوة من القرآن الكريم وكذا عند الختام، مروراً بنقل شعائر صلاة الجمعة والأعياد ، والإشارة إلى مواعيد الأذان ، فضلاً عن تقديم الأحاديث الدينية في دقيقتين قبل نشرات الأخبار ، كما هو معروف وفق الأساليب اليومية النمطية القديمة ذات الأسلوب التلقيني الخطابي الجامد ، الأسلوب الخال من إثارة كوامن المعرفة وتلقيها والتشويق بوسائل الجذب المشروع ، بالرغم من أن روح العصر تفرض علينا الابتكار والجدة والإبداع وإيجاد وسائل تشويق ، تجذب الأطفال والشباب ، ومن ثم الانطلاق نحو فضائيات أرحب وأوسع لإيصال صورة الإسلام الحقيقية إلى الآخرين.

¹ حسن علي محمد، القنوات الدينية الإسلامية.. واقعها ومستقبلها ، ص ص 6-7.

ومن هنا توجبت الدعوة إلى إنشاء فضائيات إسلامية ، وأصبح الأمر ملحا منذ أن ظهرت الأقمار الصناعية الرقمية واستخدمت في مجالات البث التلفزيوني ، وخصوصا بعدما تعرضت المنطقة العربية الإسلامية للعديد من القنوات الفضائية الغربية ، التي حملت أفكارا وثقافات تختلف عن ثقافتنا وقيمنا ، فهذه القنوات تهدد الهوية الثقافية العربية والإسلامية ، ومن هنا شعرت بعض المؤسسات بالمسؤولية وأسهمت في إنشاء العديد من القنوات الفضائية، التي يغلب عليها النمط الإسلامي، وكان أحد الأهداف التي تسعى إليها هذه القنوات تحسين صورة العرب والمسلمين في وسائل الإعلام الغربية والرد علي الافتراءات التي تقدمها وسائل الإعلام الغربية عن الإسلام .

إن حاجتنا لفضائية إسلامية حاجة ماسة ، فلو سخرت قناة كاملة لبيان التوحيد ونواقصه و إرشاد الناس إلى صحيح السنة ، وتحذيرهم من الخرافات والبدع ، ورفع راية الفضائل وكشف عوار الرذائل ، لكان ذلك زبدة الخير في هذا العصر الذي يبحث عنه الخلق من المسلمين ، بل ما زالوا في تلهف إلى رؤيته علي أرض الواقع .

إن الطموحات الإعلامية تكمن في إطلاق أقمار صناعية إسلامية كما أطلقنا قمرا صناعيا عربيا وآخرين مصريين ، لأن هذا القمر يهدف إلى الدفاع عن الدعوة الإسلامية ، كما أن الغاية من هذه المنظومة أيضا هي الوصول إلى الجمهور الأجنبي باللغات الأجنبية، والتوجه صوب الولايات المتحدة الأمريكية وصوب دول أوروبا الغربية .

ولذا فإننا نطالب الملوك والأمراء وحكام المسلمين وأصحاب المليارات ، أن يتحملوا مسئولياتهم أمام الله عز وجل ، نريد أقمارا صناعية إسلامية بهدف الوصول إلى المسلمين في كافة أنحاء العالم لزيادة معارفهم بأحكام دينهم وعقيدتهم ، وتعريفهم برسالة الإسلام ، فنسبة كبيرة جدا منهم لديهم أمية دينية وأممية تعليمية خاصة في الدول العربية ، كما أن هذا يفيد بشكل فعال الدول الإسلامية غير الناطقة بالعربية ، لأن هذه الدول تشاق إلى معرفة الدين الإسلامي الصحيح وتعلم اللغة العربية لغة القرآن الكريم ، وفهم تعاليم الدين

الإسلامي، ومن ثم تتشارك الجهود في تحقيق الغاية والهدف من حياة المسلمين في كل مكان .

كما أنه أصبح من الضروري الآن تعديل أو تغيير الصورة المكونة عن الإسلام والدول الإسلامية لدى الدول الأجنبية ، وهذا يستلزم التوجه إليهم بلغتهم ، وهو ما بدأت فيه بعض الدول العربية والإسلامية ، ونشير إلى أهمية إنشاء قناة باللغة العبرية للوصول للرأي العام النصراني والإسرائيلي ، وشرح وجهة النظر الإسلامية .

مشروع القناة الهادفة هام جدا ويجب أن تبذل له الكثير من الجهود والطاقات ، ويجب أن ترصد له موازنة ضخمة ، حتى يستطيع المنافسة في خضم هذه القنوات ، ولذلك لا بد أن تكون البداية قوية حتى تعطي مصداقية وقبولا منذ بدء البث وليس بعد حين .

فمن الأسس التي يجب أن تقوم عليها تلك القناة الإسلامية أن تعتمد الشمولية فيما تقدمه، فهي تقدم المادة التربوية والثقافية والدينية فضلا عن المواد الترفيهية ضمن الضوابط الإسلامية ، ويجب أن تكون القناة عامة لكل أفراد المجتمع ، الطفل له نصيب ، والمرأة كذلك فضلا عن الرجل وشريحة الشباب بجنسيه مهمة حتى تكون القناة بديلا معقولا عن الغناء النازل من الفضاء ، أما لغة الخطاب فتكون بسيطة وعامة وتستهدف المشاهد العادي بالجملة ، ولا بأس من وجود مواد قليلة للمثقفين والنخب الاجتماعية ، ويمكن لها أن تنافس وبقوة في ظل الزخم الفضائي الهابط والممل ، فالناس أصابها الضجر من القنوات الأخرى التي لا تحترم عقل المشاهد ولا ذوقه ، ولا تعبأ بخلفيته الدينية وقيمه الاجتماعية ، ولا نشك في أنها بإذن الله سوف تنجح ، ليس بالضرورة ماديا لكن من المؤكد إسلاميا وأديبا ، فالناس يتلمسون مثل هذا المشروع وينتظرونه .

وليس من مهمة القناة جمع الناس حول قضايا معينة ، بل يكفي أنها تؤدي دورا توعويا في قضايا الأمة الكلية ، أما واقعها الحالي فهي تساهم في دعم قضايا المسلمين و علي رأسها قضية الصراع اليهودي في فلسطين وسائر المضطهدين من المسلمين .

إن النجاح والفشل بيد الله ، لكن الأخذ بالأسباب في إمداد هذه القنوات بجيل من الإعلاميين الإسلاميين أصحاب القدرة علي المحاوره وفهم الإسلام بصورته الصحيحة يعد أمرا ضروريا علي رأس أسباب النجاح ، وإني لأعجب من وجود آلاف المتفوقين النابغين في الدراسات الإسلامية في مختلف الكليات ، كيف لا يصرفون إلى مثل هذه الغايات ، وهم لديهم من الإمكانيات ما يجاوزون فيه بمراحل المتأهلين في كليات الإعلام وغيرها ، الذين نبتوا علي التربية العلمانية الانحلالية ، إن جيلا واحدا من النابغين في الدراسات الإسلامية إذا شكلوا أدوات لتنفيذ البرامج الإسلامية مكتسبين بحسن النية والإخلاص لله تعالى وبذلوا الأسباب الصحيحة وتوكلوا علي الله ، فإنهم لا محالة ناجحون مقدمون علي غيرهم ، ليس بالضرورة بالمعيار المادي الزائل ولكن بالمعيار الأخروي الذي ينالون فيه ثواب الدنيا والآخرة.

فالقناة الإسلامية الهادفة ، ليست قاصرة علي البرامج الدينية بكافة وسائلها ولكنها أوسع من ذلك ، فهي تقدم مواد دينية ومواد تعليمية عامة ، ومواد ترفيهية لأفراد الأسرة لكن كل ذلك داخل الإطار الإسلامي ، بمعنى آخر أنها تقدم كل شيء بشرط ألا يخالف أصول الدين وضوابطه المحددة والمتفق عليها .

ولا يخفي على أحد أهمية القنوات الفضائية لسعة الرقعة التي تصلها من أرجاء العالم أولا، ولزيادة أهمية جهاز التلفاز في حياة كل فرد تقريبا في المجتمعات العالمية عامة وفي مجتمعاتنا الشرقية خاصة ، ولأن المجال مفتوح فإن الفضائيات التي تقدم من أنواع الترفيه الغث والسمين لاقت رواجاً عند فئات مختلفة من المشاهدين ، ووسط هذه المعمة لابد من بروز رسائل الخير ووسائل الحق ، فلا بد أن نحدد أولوياتنا .

وإذا كان عالمنا الإسلامي والعربي يحفل بخطوط حمراء عديدة ، وعلي القنوات المختلفة أن تختار بين الوصول للجميع مما يفي إرضاء الجميع مع التنازل عن بعض الأهداف ، أو

عبور بعض الخطوط الحمراء لتحجب رسالتها عن بعض الفئات ، والحل الوسط هو الذكاء في المعالجة والمداواة بعيدا عن المماراة والتورية بعيدا عن التعرية¹.

5-8 - مستقبل الفضائيات الاسلامية والفرص الدعوية المتاحة :

لو قيمنا تجربة القنوات الاسلامية الفضائية الموجود حاليا فإنها بمقياس العدم حيث لم تكن لدينا أي - قنوات متخصصة في هذا المجال تعتبر تجربة ناجحة إلى حد كبير فهي متمسكة بالطابع الإعلامي الديني - كما يجب أن يكون في سبيل نشر الإسلام والدعوة له في الداخل والخارج وترسيخ القيم والعادات التي جاء الإسلام بها، وقد استعانت بالوعاظ من جميع أنحاء الوطن العربي لتقريب اللهجات العربية ومخاطبة الجمهور من المحيط للخليج.

ولعل من أهم الأساليب التي يمكن اتباعها لمواجهة هذا التحدي الكبير في تطوير البرامج الدينية وهو أسلوب متبع بشكل واسع في الغرب هو "العرض التجريبي" وذلك بأن تعرض عينات من البرامج الجديدة على عينة عشوائية تمثل جميع فئات المشاهدين وأخذ انطباعاتهم حول البرامج بعد مشاهدتها. أسلوب آخر تتبعه القنوات الدينية المسيحية هو تدريب الشخصيات الدينية والواعظين (القياس مع الفارق طبعاً) على حسن التعامل مع الكاميرا والتحدث إلى جمهور التلفزيون).

وحتى تؤدي الفضائية الإسلامية رسالتها المأمولة لابد لها من الاعتماد على النقاط التالية:

أولاً : إن الإعلام وفي جميع نظرياته المعاصرة يسعى إلى تحقيق الوظائف التالية:

1 الأخبار. 2 الترفيه. 3 التثقيف. 4 التتمية ؛و أن أي طغيان لمادة على أخرى، يؤدي إلى خلل في الرسالة ينعكس سلباً عليها، أردنا ذلك أم لم نرد، ورغم تداخل الوظائف الأربع مع بعضها إلى درجة يصعب معها الفرز أحياناً، إلا أن ما يمكن ملاحظته هنا هو قدرتنا على اختيار البرامج التي تحتوي الأركان أعلاه؛ فالمادة الإخبارية مثلاً تحتوي على هذه العناصر جميعاً، فالخبر عادة ما يحمل صفة الإثارة والتشويق، ويزود المشاهد بمعلومات جديدة، ويسهم في تثقيفه سياسياً وفنياً، وفقاً لطبيعة الخبر ونوعيته، كما يسهم الخبر في

¹ محمود بن عبد الرزاق، الفضائيات و الغزو الفكري، ص 60 .

ترفيه المشاهدين من خلال الصور المثيرة التي ينقلها وبالأخص إذا كان النقل مباشراً ومعزراً بالصوت، وهي بالتالي تحظى بأكبر عدد من المشاهدين، من بين البرامج الأخرى، وفي مختلف الفئات العمرية. ومن خلال ما تقدم فإن المواد التي تقدمها الفضائية الإسلامية يجب أن تخضع لهذا التوصيف.

ثانياً: أن يكون الجمهور الذي تستهدفه الفضائية محدداً، فإما أن يكون مسلماً في بلدان أجنبية، أو جمهوراً غير مسلم يعيش داخل المناطق الإسلامية وخارجها. ويبقى الجمهور المحلي المسلم ينهل من فضائياته العربية والإسلامية كما يريد، وبالتالي ينبغي تحديد نوع الخطاب الموجه إلى هذا الجمهور.

ثالثاً: تأخذ الفضائيات الموجهة للغرب بنظر الاعتبار آليات العقل الغربي وطريقة التفكير وأسلوب التقديم ومعالجة الموضوعات وماهياتها.

رابعاً: أن تضطلع هذه القنوات بدور توضيح وتقديم صورة الإسلام الحقيقي كونه ديناً عالمياً متسامحاً يدعو إلى السلام والحق والعيش الآمن واعطاء الحقوق إلى أهلها وعدم الاعتداء ورفض الهيمنة على الآخر واحترام المقدسات ونبذ كل صور الإرهاب.

وكما جاء في البيان الختامي للمؤتمر الدولي السادس الذي نظمه مركز الدراسات العربي الأوربي المنعقد خلال الفترة من 3 إلى 5/9/1998 في المنامة حول (الإعلام العربي الأوربي.. حوار من أجل المستقبل) بالتعاون مع هيئة الإذاعة والتلفزيون في دولة البحرين، حيث ركزت توصيات هذا المؤتمر الواردة في الفقرتين (ج) و (ز) على ما يلي:

الفقرة (ج): يطالب المؤتمر الإعلام الغربي وتحديد الأوربي، بالتمييز ما بين الإسلام كرسالة سماوية تدعو إلى المحبة والتسامح والعدل، والممارسات ذات الغطاء الديني التي يتخفى وراءها البعض لتحقيق مآرب سياسية وسلطوية.

الفقرة (ز): يوصي المؤتمر وسائل الإعلام العربية والأوربية بإيلاء اهتمام أكبر لمخاطر الإرهاب والتطرف، والعمل على كشف أبعادها وأهدافها، وفضح الجهات التي تقف وراءها وذلك لتقوية الفرصة على مرتكبيها وتعريضهم، وإبعاد الأبرياء عن الوقوع في براثنهم،

مع ضرورة أن يتوخى الإعلام الغربي في هذا الإطار الموضوعية وعدم الخلط بين الإرهابي الذي يستبيح باسم الدين الحرمات والأماكن والأعراض، وغيره من الذين يضحون بأنفسهم لتحرير أرضهم من الاحتلال.

خامساً: تعزيز روح التسامح بين المسلمين، والتقريب بين المذاهب الإسلامية، واعتماد الحرية الفكرية، والاجتهاد العلمي وإبراز الجوانب المضيئة في الفكر الإسلامي الحنيف، دون التركيز على محاور الخلاف والتشتت، وترك الأمر للمختصين من علماء الدين في مناقشة الأمور الخاصة، كما دعا إلى ذلك فضيلة الدكتور أحمد الوائلي في المقابلة التي أجرتها معه محطة ال AAN الفضائية.

سادساً: اعتماد التنوع في بث البرامج والتجديد في إنتاجها وتأسيس وحدة إنتاج للدراما والمنوعات ورصد الجوائز الجيدة التي تغري بمتابعة القناة، مثل زيارة بيت الله الحرام، أو زيارة الأماكن الإسلامية المقدسة، أو إهداء مكتبات دينية متكاملة، أو تحمل نفقات الدراسة في الجامعات والمعاهد العليا.

سابعاً: إبراز الشخصيات الإسلامية المؤثرة في المجتمع الدولي وتسلط الضوء على منجزاتها العلمية والاجتماعية وخاصة تلك التي تلعب دوراً هاماً في البلدان غير الإسلامية، وتبوأ مكانة متميزة فيها.

ثامناً: التركيز على الجانب السياحي للبلدان الإسلامية، ودعوة الأوروبيين والأجانب لزيارة المواقع الإسلامية الكثيرة في بلاد المسلمين، والانفتاح المعقول على الغرب، ومن ثم خلق نوع من التأثيرات المباشرة من خلال المعاشية الميدانية¹.

¹ حسن علي محمد، القنوات الدينية الإسلامية.. واقعها ومستقبلها، ص ص 7-9.

الفصل الخامس

الدراسة الميدانية و تحليل البيانات

المتغيرات و البيانات الديمغرافية

عادات و أنماط المشاهدة

تقييم القنوات العربية و الإسلامية

إقتراحات عينة الدراسة للإعلام العربي و الإسلامي

الفصل الخامس : الدراسة الميدانية و تحليل البيانات

1-المتغيرات و البيانات الديمغرافية:

1-1-توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس :

جدول رقم 01 توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس:

الكلية	ك.ن. %	ك	ن. %
ذكر		51	40%
أنثى		77	60%
المجموع		128	100%

يوضح الجدول رقم 1 توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس حيث كانت نسبة الذكور 40% وتتفوق عنها نسبة الإناث بنسبة 60% وهذا راجع الى اختيار العينة العشوائية للدراسة وأن الطبيعي أن نسبة حضور الإناث أكثر من الذكور في الجامعة ما وافق دراسة إبراهيم ناصف ناصر عبد الله (عادات و أنماط مشاهدة). إناث 54,9% ذكور 45,1% .

1-2 توزيع عينة الدراسة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية:

جدول رقم 02 توزيع عينة الدراسة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية:

الكلية	ك.ن. %	ك.ن. %	ك.ن. %
ذكر	متزوج	1	2%
	أعزب	49	96%
	مطلق	1	2%
	المجموع	51	100%
	متزوج	5	6%
أنثى	أعزب	72	94%
	مطلق	0	0%
	المجموع	77	100%
	أعزب	121	94%
	متزوج	6	5%
المجموع	مطلق	1	1%

يوضح الجدول رقم (2) توزيع عينة الدراسة حسب متغيري الجنس والحالة حيث احتلت الحالة أعزب نسبة 94% في حين احتلت الحالة متزوج 5% أما المطلق فنسبة 1% وهذا راجع الى الطبيعة الطلابية لطلبة جامعة الوادي - الزواج بعد التخرج - والملاحظ كذلك أن الحالة العامة اختلفت عند الذكور والاناث ، حيث أعزب عند الاناث نسبة 94% وعند الذكور 96% أما متزوج فكانت عند الاناث 6% أما عند الذكور 2% وكانت الحالة مطلق 0% عند الإناث و 1% عند الذكور .

1-3- توزيع عينة الدراسة حسب متغير الكلية:

جدول رقم 03 توزيع عينة الدراسة حسب متغير الكلية:

الكلية	ك.ن. %	ك	ن %
ك.العلوم الاجتماعية و الاسانية	22	17	%17
كلية التكنولوجيا	17	14	%14
كلية علوم الطبيعة و الحياة	24	19	%19
كلية العلوم القانونية و الدارية و العلوم السياسية	22	17	%17
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير	20	16	%16
كلية الآداب و اللغات الأجنبية	23	18	%18
المجموع	128	100	%100

يوضح الجدول رقم (3) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الكلية في المرتبة الأولى كلية علوم الطبيعية والحياة بنسبة 19% تلتها كلية الآداب واللغات الأجنبية بنسبة 18% ثم جاءت كل من كلية العلوم الادارية والقانونية والعلوم السياسية بنسبة 17% لكل منهما ثم كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بنسبة 16% وفي المرتبة الأخيرة كلية التكنولوجيا بنسبة 14% وهذا راجع الى أن العينة عشوائية بحتة .

1-4- توزيع عينة الدراسة حسب متغير السكن:

جدول رقم (04) توزيع عينة الدراسة حسب متغير السكن:

مكان السكن	ك . ن %	ك	ن %
مع الأسرة	121	94%	
في الإقامة	6	5%	
نفرداً	1	1%	

المجموع	128	%100
---------	-----	------

يشير الجدول رقم 4 الى توزيع عينة الدراسة ومتغير السكن حيث جاءت السكن مع الاسرة هي الغالبية العظمى بنسبة 94% ثم السكن في الاقامة الجامعية بنسبة 05% وفي الأخير السكن منفردا بنسبة 01% وهو ما وافق دراسة (استخدام طلبة الجامعات الأردنية حيث احتل السكن مع الاسرة 91.2 % ومثلها دراسة اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية ...) السكن مع العائلة بنسبة 83,4% وهو الغالبية الساحقة وكذلك دراسة: رزيقة رحال ، صليحة مناصير ، مريم بوطي ، استخدامات طلاب الجامعة للفتوات الفضائية العربية والاشباعات المحققة منها . جامعة الوادي (2010.2011) حيث مثل السكن مع الاسرة 92% والسكن في الحي الجامعي 08%) وكلها دراسات متقاربة وموافقة لدراستي .

2- عادات و أنماط المشاهدة :

2-1- توزيع عينة الدراسة حسب توفر جهاز اللاقط الهوائي:

جدول رقم 05 توزيع عينة الدراسة حسب توفر جهاز اللاقط الهوائي

النسبة	ك	ن %
المشاهدة		
لا	0	%00
نعم	128	%100
المجموع	128	100/100

يتضح في الجدول رقم 5 أن 100% من أفراد العينة يتوفر لديهم جهاز اللاقط الهوائي (الدش) البارابول وهذا ما جاء في (دراسة ... استخدام طلبة الجامعات الأردنية للفتوات الفضائية) حيث كانت نسبة امتلاك جهاز اللاقط الهوائي 95% وهي مقارنة جداً لنتائج دراستي والفارق البسيط يعود للتقدم في العصر والاختلاف في الجغرافيا والديمغرافيا . حيث كانت هذه الدراسة في كانون 2009 .

2-2-مشاهدة القنوات الفضائية و متغير الجنس و الكلية:

جدول رقم 06 توزيع عينة الدراسة و مشاهدة القنوات الفضائية العربية حسب متغير الجنس والكلية:

الجنس	الكلية	ك.ن. %		نعم		لا		المجموع
		ك	ن	ك	ن	ك	ن	
ذكر	ك.العلوم الاجتماعية و الانسانية	12	%100	0	%00	%100		
	كلية التكنولوجيا	6	%100	0	%00	%100		
	كلية علوم الطبيعة و الحياة	10	%100	0	%00	%100		
	كلية العلوم القانونية و الدارية و العلوم السياسية	9	%100	0	%00	%100		
	كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير	9	%100	0	%00	%100		
	كلية الآداب و اللغات الأجنبية	8	%100	0	%00	%100		
أنثى	ك.العلوم الاجتماعية و الانسانية	10	%100	0	%00	%100		
	كلية التكنولوجيا	11	%100	0	%00	%100		
	كلية علوم الطبيعة و الحياة	15	%100	0	%00	%100		
	كلية العلوم القانونية و الدارية و العلوم السياسية	13	%100	0	%00	%100		
	كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير	11	%100	0	%00	%100		
	كلية الآداب و اللغات الأجنبية	15	%100	0	%00	%100		

يتبين من خلال الجدول رقم 6 أن العينة المدروسة والمتمثلة في طلبة الجامعة يقبلون على مشاهدة الفضائيات العربية بنسبة 100% وذلك في جميع التخصصات وعند مختلف الجنسين (الذكور والاناث) لما لأهمية الاعلام التلفزيوني والبث الفضائي من مكانة وقيمة عند طلبة الجامعة الاشباع حاجاتهم المختلفة من تعليم وترفيه وتسييلة وأنباء وغيرها حيث أصبح التلفزيون اليوم أهم مصدر للمعلومات المختلفة وأيسرها وأتيحها لجميع أطباف المجتمع ، وهذا ما تتفق معه دراسة عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الاردنية للقنوات الفضائية الاسلامية...) حيث كانت نسبة المشاهدة 100% ودراسة (استخدام طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية العربية...) حيث كانت نسبة المشاهدة 95% وهي قريبة نوعا من دراستي.

وهو ما يوافق دراسة سعيدة عباس حيث كانت نسبة المشاهدة 98,66% من العينة كما لوحظ في نفس الدراسة أن النساء العاملات يتعرضن للقنوات الفضائية بنسبة 100% وهذا يدل على مدى ارتباطهن بالجهاز وماله من أهمية في حياتهن.

2-3- توزيع عينة الدراسة حسب نوع المحطات الفضائية و متغير الجنس:

جدول رقم (07) توزيع عينة الدراسة حسب نوع المحطات الفضائية و متغير الجنس:

المجموع	أنثى		ذكر		ك.ن.% نوع القناة
	ن.%	ك	ن.%	ك	
55.5%	58%	54	53%	34	شاملة
16.5%	13%	12	20%	13	متخصصة
5.5%	04%	04	7%	05	تفاعلية
8.5%	11%	10	6%	03	تلفزيون الواقع
14%	14%	13	14%	09	إسلامية
100%	100%	93	100%	64	المجموع

يظهر من خلال الجدول رقم 7 أن المحطات الشاملة كانت عند الطلبة بنسبة 55,5% في أول اهتماماته ثم في المرتبة الثانية جاءت القنوات المتخصصة بنسبة 16,5% ثم تلتها

المحطات الاسلامية بنسبة 14% ثم تلفزيون الواقع بنسبة 8,5% ثم في الأخير كأقل نسبة القنوات التفاعلية بنسبة 5,5% وهنا ما جاء في دراسة (استخدام طلاب الجامعة مذكرة ليسانس) حيث احتلت القنوات العامة أعلى نسبة مشاهدة 23,27% والدينية جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 9,73% وهذا راجع الى أن الدراستان متفقتان في العينة وهي (طلبة جامعة الوادي) .

وكانت دراسة (عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الاردنية للقنوات الفضائية بنسبة 12,8% للقنوات المتخصصة وهي ما توافق دراستي هذه تماما في المرتبة الثانية أما دراسة اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية، فلم توافق دراستي إذ جاء تلفزيون الواقع في مرتبة أدنى من القنوات التفاعلية بنسبة 4,5% , 8,1% على الترتيب وذلك راجع الى اختلاف العينة والزمان والمكان ، كما لوحظ أن هناك فروق بين الإناث والذكور من حيث ترتيب القنوات المتخصصة, حيث حل في المرتبة الثانية عند الذكور بنسبة 20% بعد القنوات الشاملة 53%.

بينما عند الإناث حلت القنوات الاسلامية في المرتبة الثانية بنسبة 14% بعد الشاملة 58% كما أتت المتخصصة في المرتبة الثالثة بنسبة 14% وتلتها تلفزيون الواقع بنسبة 11% وأخيرا التفاعلية بنسبة 04% . لكن عند الذكور القنوات التفاعلية في المرتبة الرابعة بنسبة 07% وفي الأخير تلفزيون الواقع بنسبة 06% وهذا راجع للإختلافات في التفكير بين الذكور والإناث, واختلاف التأثير والاشباكات في القنوات الفضائية, وأن الذكور يهتمون ببرامج التعليم والرياضة والتي كلها متخصصة ، بينما حاجة العنصر النسوي لتعليم أمور دينهن وما يعترينهن من أحداث , دفعهن الى القنوات الاسلامية وهذا ما وافق دراسة سعيدة عباس ومذكرة ليسانس (أثر القنوات الفضائية العربية على القيم ...)

2-4- توزيع عينة الدراسة حسب عدد ساعات المشاهدة و متغير الجنس:

جدول رقم 08 توزيع عينة الدراسة حسب عدد ساعات المشاهدة و متغير الجنس:

المجموع	أنثى		ذكر		ك.ن.% مدة المشاهدة
	ن %	ك	ن %	ك	
%25	%22	17	%28	15	أقل من ساعة
%42	%47	36	%38	20	من (1-2) ساعة
%15.75	%25	19	%06.5	09	من (2-3) ساعة
%6.25	%06	05	%06.5	09	أكثر من 3 ساعات
%100	%100	77	%100	53	المجموع

من الجدول رقم 8 نجد أن فترة المشاهدة من (1-2) سا احتلت المرتبة الأولى عند عينة دراسة (جامعة الوادي) بنسبة 42,5% ثم تلتها المدة من (2-3) ساعة بنسبة 25% ثم جاءت المدة أقل من ساعة بنسبة 22% وأخيرا أكثر من 3 ساعات بنسبة 6% حيث لم نلاحظ فروق عند متغير الجنس في ترتيب فترات المشاهدة بالنسبة للذكور أو الإناث وذلك لإتفاقهم في ظروف الحياة يعني كلهم طلبة منشغلين بأمور الدراسة وذلك ما يفسر اختيارهم للمدة (1-2) ساعة و ابتعادهم عن المدة أكثر من 3 ساعات لعدم توفر الوقت الكافي للطلبة حتى يوفقوا بين الدراسة والمراجعة والتلفاز والأمور الحياتية الأخرى وهذا ما وافق دراسة كلا من ماجستير (عادات وأنماط...الجامعات الاردنية...) في المرتبة الأولى بنسبة 30,7% ثم تلتها الباقية . وكذلك دراسة (استخدامات طلبة الجامعات الأردنية بنسبة 45% .

وكذلك دراستي ليسانس (من ساعة الى ثلاث ساعات في المرتبة الأولى) ودراسة استخدام طلاب الجامعة للقنوات الفضائية بنسبة: 52,5% , ودراسة أثر القنوات الفضائية العربية على القيم الاجتماعية بنسبة: 52,86%.

أرجع الى الجداول.

2-5- توزيع عينة الدراسة حسب مشاهدة القنوات الاسلامية متغير ي الجنس والكلية
جدول رقم 09 توزيع عينة الدراسة حسب مشاهدة القنوات الاسلامية متغير ي الجنس والكلية:

المجموع	لا		نعم		المشاهدة الكلية	
	ن %	ك	ن %	ك	ك . ن %	
12	%16	2	%84	10	ك. العلوم الاجتماعية و الانسانية	ذكر
6	%16	1	%84	05	كلية التكنولوجيا	
9	%00	0	%100	09	كلية علوم الطبيعة و الحياة	
9	%55	5	%45	04	كلية العلوم القانونية و الدارية و العلوم السياسية	
9	%11	1	%89	08	كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير	
8	%00	0	%100	08	كلية الآداب و اللغات الأجنبية	
10	%10	1	%90	09	ك. العلوم الاجتماعية و الانسانية	أنثى
11	%00	0	%100	11	كلية التكنولوجيا	
17	%00	2	%100	15	كلية علوم الطبيعة و الحياة	
11	%15	0	%85	11	كلية العلوم القانونية و الدارية و العلوم السياسية	
11	%00	0	%100	11	كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير	
15	%00	0	%100	15	كلية الآداب و اللغات الأجنبية	
128	%10	12	%90	116	المجموع	

الجدول رقم (9) توزيع عينة الدراسة حسب متغيري الجنس والكلية حيث نجد أن نسبة المشاهدة الأعلى سجلت عند الذكور في كلية الآداب واللغات الأجنبية بنسبة 100% وكانت النسبة نفسها في كلية علوم الطبيعة والحياة ، بينما عند الإناث سجلت أعلى نسبة مشاهدة للفضائيات الاسلامية 100% في كل من كلية التكنولوجيا وكلية علوم الطبيعة والحياة وكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير وكلية الآداب واللغات الأجنبية .

تلتها في المرتبة الثانية بالنسبة للذكور كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بنسبة 89% ثم كلا من كلية التكنولوجيا وكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بنسبة: 84% أما أدنى نسبة نسبة مشاهدة الفضائيات الاسلامية عند كلية العلوم الادارية والقانونية وعلوم التسيير بنسبة 45% دون المتوسط في المقابل من أجابوا ب: لا نسبة 55% ذلك راجع حسب الباحث لتأثر هته الطبقة بالقوانين الوضعية التي تعتبر الاسلامي أصولي رجعي مما شد انتباه الطلبة الى القنوات غير الاسلامية .

أما عند الاناث جاءت كلية العلوم الانسانية والاجتماعية بنسبة 90% والنسبة أقل منها عند كلية العلوم الادارية و القانونية بنسبة 85% ، نستنتج من تحليل الجدول مايلي :

1- أن أعلى نسبة مشاهدة كانت في كلية علوم الطبيعة والحياة وكلية الآداب واللغات الأجنبية عند الجنسين بنسبة 100%.

2- أدنى نسبة كانت في كلية العلوم الإدارية والقانونية والعلوم السياسية بنسبة 45% عند الذكور و 85% عند الإناث .

3- أن أعلى نسبة مشاهدة كانت عند الإناث تقدر بـ 95,83% في حين عند الذكور كانت النسبة 83,67% وهذا راجع الى شدة حاجة واهتمام النساء بالمعلومات الدينية مثل ما أثبتنا ذلك في الجداول السابقة رقم (07)

4- على العموم مشاهدة الفضائيات الاسلامية يشكل نسبة عالية عند العينة وذلك لأهمية هاته القنوات في حياتهم وكونها كبديل لقنوات الإنحطاط والتقليد و التبعية العربية الغربية , حيث بلغت 90% وهذا ما وافق دراسة (عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات

الأردنية للقنوات الفضائية الاسلامية...) حيث كانت نسبة 100% وكلها نسب متقاربة تدل على دخول القنوات الاسلامية معركة البث الفضائي الحديث، والاتصال والتأثير الجماهيري وهذا ما أثبتته الدراسة النظرية .

2-6- توزيع عينة الدراسة حسب عدد ساعات مشاهدة القنوات الاسلامية و متغير الجنس :

جدول رقم 10 توزيع عينة الدراسة حسب عدد ساعات مشاهدة القنوات الاسلامية ومتغير الجنس:

المجموع	أنثى		ذكر		ك.ن. % مدة المشاهدة
	ن %	ك	ن %	ك	
17%	15%	11	19%	10	أقل من 15 دقيقة
46%	47%	34	45%	24	من (30-60) دقيقة
24%	23%	17	25%	13	من (1-2) ساعة
13%	15%	11	11%	06	أكثر من 2 ساعة
100%	100%	73	100%	53	المجموع

يوضح الجدول رقم 10 التكرارات والنسب المئوية لمتغير مشاهدة الفضائيات الاسلامية حسب متغير الجنس ،حيث نجد أعلى نسبة كانت المدة (30-60) دقيقة 46% عند الذكور 45% وعند الإناث 47% ، وجاءت في المرتبة الثانية المدة من (1-2) ساعة بنسبة 24% عند الذكور 25% وعند الإناث 23% ثم المدة أقل من 15 دقيقة بنسبة 17% عند الذكور 19% وعند الإناث 15% وفي الأخير المدة أكثر من 02 ساعة بنسبة 13% عند الذكور 11% وعند الإناث 15%

الملاحظ أن المدة (30-60) دقيقة أقل من المدة (1-2) ساعة التي سجلت أعلى مرتبة بالنسبة للقنوات العربية الى القنوات الاسلامية وذلك يفسر أن القنوات الاسلامية جزء من كل بالنسبة لاشباعات الاعلام بالنسبة للطلبة الجامعيين وهذا ما صدقته الجداول السابقة

رقم (07) (08) وقد وافقت هذه الدراسة دراسة (عادات أنماط مشاهدة الأردنية) حيث أتت المدة من نصف ساعة الى ساعة في المرتبة الأولى بنسبة 38,2% , ثم تلتها من (ساعة الى ساعتين) بنسبة 30,9% ثم من ربع ساعة الى نصف ساعة 20,7% ثم أكثر من ساعتين في المرتبة الأخيرة بنسبة 10,2%

7-2- توزيع عينة الدراسة حسب الفترة المفضلة لمشاهدة الفضائيات العربية و متغير الجنس:

جدول رقم 11 توزيع عينة الدراسة حسب الفترة المفضلة لمشاهدة الفضائيات العربية ومتغير الجنس:

المجموع	أنثى		ذكر		ك.ن.% فترة المشاهدة
	ن.%	ك	ن.%	ك	
9.5%	8%	07	11%	07	في الصباح الباكر
7.5%	12%	11	5%	03	من 07 - 10 صباحا
17%	19%	17	15%	10	فترة الظهيرة
6.5%	7%	06	6%	04	من 13:00 - 15:00
11%	11%	10	11%	07	من 15:00 - 18:00
20.5%	23%	21	18%	12	من 18:00 - 20:00
23.5%	16%	15	31%	20	من 20:00 - 00:00
3%	3%	04	3%	02	بعد منتصف الليل
100%	100%	91	100%	65	المجموع

يشير الجدول رقم 11 الى الفترة المفضلة لمشاهدة الفضائيات العربية ومتغير الجنس حيث جاءت الفترة من (00:00 - 20:00) ساعة ليلا في المرتبة الأولى بنسبة 23,5% ثم جاءت المدة من السادسة الى الثامنة مساء بنسبة 20,5% ثم فترة الظهيرة بنسبة 17% ثم فترة المساء الأول من الثالثة حتى السادسة بنسبة 11% ثم جاءت فترة الصباح الباكر

بنسبة 9,5% بعدها فترة الضحى من السابعة حتى الـ 10 سا بنسبة 8,5% ثم فترة الزوال من (13-15) ساعة بنسبة 6,5% وفي المرتبة الأخيرة الفترة بعد منتصف الليل 3% حيث لوحظت فروق بالنسبة للجنسين لفترة المشاهدة كانت عند الذكور الفترة الأولى من (00:00-20:00) ليلا بنسبة 31% أما عند الإناث المرتبة الأولى من (00:00-18:00) ساعة بنسبة 23% وهذا الفارق الى الاختلاف الديمغرافي بين الاناث والذكور حيث فترة السهرة بالنسبة للإناث متقدمة عن فترة السهرة للذكور بسبب مكوث البنات في البيت في المساء المتأخر وكون الذكور خارج البيت في هذه الفترة وذلك لانتقالات أو الرياضة (مقابلات) أو سهرة أو غيرها ، وهذا ما وافق دراسة يريك خديجة حيث جاءت الفترة ليلا في المرتبة الأولى بنسبة 46,91% عند الذكور 56,58% وعند الإناث 35,56% وكذلك دراسة (استخدام طلبة الجامعات الأردنية ...) حيث جاءت فترة المساء المبكر أعلى نسبة 43,1% من (00-18)

وكذلك دراسة كلا من ليسانس علم اجتماع فترة السهرة 23,31% و 21% على

الترتيب :

أثر القنوات الفضائية العربية على طلبة الجامعة (جامعة الوادي أنموذجاً).

استخدامات طلاب الجامعة للقنوات العربية والاشباكات المحققة منها... .

2-8- توزيع عينة الدراسة حسب الفترة المفضلة لمشاهدة الفضائيات الاسلامية ومتغير

الجنس :

جدول رقم 12 توزيع عينة الدراسة حسب الفترة المفضلة لمشاهدة الفضائيات

الاسلامية ومتغير الجنس:

المدة المتاحة	متغير الجنس		ذكر		أنثى		المجموع
	ك	ن %	ك	ن %	ك	ن %	
في الصباح الباكر	25	44%	35	43%		43.5%	
من 07 - 10 صباحا	04	07%	10	12%		9.5%	

فترة الظهيرة	03	%05	07	%09	%07
من 13:00 – 15:00	02	%04	05	%06	%05
من 15:00 – 18:00	02	%04	06	%07	%5.5
من 18:00 – 20:00	12	%21	14	%17	%19.5
من 20:00 – 00:00	06	%11	05	%06	%8.5
بعد منتصف الليل	03	%04	00	%00	%02
المجموع	57	%100	82	%100	%100

تبين النتائج الاحصائية المبوبة في الجدول رقم 12 لمشاهدة الفضائيات الاسلامية ومتغير الجنس يبين أن الفترة المفضلة لمشاهدة الفضائيات الاسلامية كانت في الصباح الباكر بنسبة 43,5% متفقة عند الذكور بنسبة 44% وعند الإناث بنسبة 43% ، وفي المرتبة الثانية كانت فترة السهرة من (18:00-20:00) بنسبة 19,5% نفسها عند الذكور بنسبة 21% وعند الإناث 17% ، أما فترة الصباح من (7-10) سا احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 9,5% متفقة عند الإناث بنسبة 12% مختلفة عند الذكور في المرتبة الرابعة بنسبة 07% والمرتبة الثالثة عند الذكور كانت للفترة الليلية من (00:00-20:00) بنسبة 11% أما عند الإناث فحلت في المرتبة الرابعة بنسبة 06% وهذا راجع لأسباب ذكرنا بعضها سابقاً أنظر الجدول رقم (11) ثم جاءت الفترات من (13:00-18:00) نفسها عند الإناث والذكور بنسبتين 5,5% و 5%

أما الفترة بعد منتصف الليل فجاءت 04% للذكور و 0% للإناث وذلك لتأخر وقت سهرة الذكور عن الاناث وهذا ما وجدناه سابقاً أنظر الجدول رقم (11) .

كما جاءت في دراسة رحيمة عساني حيث جاءت الفترة الصباحية هي الأفضل بالنسبة للإناث بمقدار 43,55% و أوعزت الباحثة ذلك الى أن فترة الصباح هي الذروة بالنسبة للقنوات الاسلامية حسب البرامج التي يقبل على مشاهدتها الأفراد . والطبيعة الإفتتاحية بسماع القرآن الكريم وكلام في الدين عند الجمهور الاسلامي حسب الباحث من عرف التقاليد

والعادات العامة . وهذا ما وجدناه في دراسة ليسانس (اتجاهات المرأة غير العاملة نحو الفضائيات الدينية بواد سوف , حيث كانت الفترة الصباحية هي المفضلة بنسبة 35% ثم فترة السهرة 33,1% ثم الفترة المسائية 20,9% وأخيرا فترة الظهيرة 11% مثل ما جاء في دراستي تماما وذلك لأن العينتين من نفس الطبيعة الديمغرافية .

2-9- توزيع عينة الدراسة حسب المكان المفضل لمشاهدة الفضائيات العربية ومتغير الجنس:

جدول رقم 13 توزيع عينة الدراسة حسب المكان المفضل لمشاهدة الفضائيات العربية ومتغير الجنس:

المجموع	أنثى		ذكر		متغير الجنس
	ن %	ك	ن %	ك	مكان المفضل
26.5%	14%	12	39%	22	وحيدي
36.5%	50%	41	23%	13	مع الأسرة
11.5%	05%	04	18%	10	مع الأصدقاء
15%	25%	21	05%	03	مع الأخوة
10.5%	06%	05	15%	09	في أي مكان
100%	100%	83	100%	57	المجموع

الجدول رقم (13) يشير الى أن أعلى نسبة مشاهدة الطلبة الجامعيين للقنوات العربية كانت مع الاسرة بنسبة 36,5% ثم تلتها المشاهدة وحيدي بنسبة 26,5% ثم في المرتبة الثالثة مع الأخوة بنسبة 15% وجاءت بعدها المشاهدة مع الأصدقاء بنسبة 11,5% وفي الأخير المشاهدة في أي مكان بنسبة 10.5% والملاحظ من خلال نتائج الجدول أن هناك فروق ذات دلالة احصائية عند متغيرا الجنسين بين الاناث والذكور في المشاهدة حيث جاءت المرتبة الأولى بالنسبة للذكور المشاهدة منفردا بنسبة 39% ثم تلتها المشاهدة مع الأسرة بنسبة 23% ثم مع الأصدقاء بنسبة 18% وأخيرا مع الأخوة 05% وهذا راجع الى

أن الذكور يفضلون المشاهدة منفردين للإبتعاد عن التشويش حتى تكون المتابعة مركزه بالنسبة للأخبار أو الرياضةأو لأن بعض القنوات تبث أمور مخلة بالحياء كظهور مقدمين بصورة غير لائقة أو لقطات إشهارية أو درامية بعيدة عن عاداتنا وتقاليدينا الأسرية وخادشة للطابع العام من باب الاستحياء والتقدير لا يشاهدونها مع من يحترمون ... أما عند الإناث فأحتلت المرتبة الأولى المشاهدة مع الأسرة ثم تلتها مع الأخوة ثم منفردا بنسب 50% ، 25% ، 14% على الترتيب ، وذلك يعود لسبب صعوبة انعزال الفتاة عن أسرتها في المنزل وكذلك لقدرة هذه الأخيرة على الاستيعاب حتى وسط المجموعة ، بحكم الطبيعة الفيزيولوجية للنساء ، ولعامل العادات والتقاليد الأسرية أيضا، (عدم السماح للفتيات بارتياح المقاهي والنوادي وغيرها ...) وقد وفقت دراستي هذه دراسة كل من (استخدام طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية ...) ودراسة (استخدامات طلاب الجامعة للقنوات الفضائية ودراسة (أثر القنوات الفضائية العربية ..) حيث جاءت المشاهدة مع الأسرة بأعلى نسبة قدرت ب : 34,9% ، 62% ، 66% على الترتيب وطبيعة المشاهدة بالنسبة لهذه الدراسات كلها متماثلة .

2-10- توزيع عينة الدراسة حسب المكان المفضل لمشاهدة الفضائيات الاسلامية

ومتغير الجنس:

جدول رقم 14 توزيع عينة الدراسة حسب المكان المفضل لمشاهدة الفضائيات

الاسلامية ومتغير الجنس:

المجموع	أنثى		ذكر		متغير الجنس مكان المفضل
	ن %	ك	ن %	ك	
13%	19%	15	07%	04	وحدى
55%	60%	48	50%	29	مع الأسرة
07%	2%	02	12%	07	مع الأصدقاء
11.5%	09%	07	14%	08	مع الأخوة
13	10%	08	17%	10	في أي مكان

المجموع	58	%100	80	%100	%100
---------	----	------	----	------	------

الجدول رقم (14) يوضح طبيعة المشاهدة للقنوات الاسلامية مع متغير الجنس حيث جاءت المشاهدة مع الأسرة هي الأعلى لكلا الجنسين بنسبة 55% ثم جاءت المشاهدة منفردا بنسبة 13% ارتفعت عند الإناث بنسبة 19% وهذا لكون تتبع الاناث للقنوات الاسلامية لمعرفة أمر دينهن وما فيه من أحكام خاصة (مثل الحيض والنفاس و،ووووو ...) تجعلهن يفضلن المشاهدة على استحياء في انعزال على الأسرة بينما لا توجد هاته الفوارق عند الذكور بحكم الطبيعة الفزيولوجية حيث سجلت النسبة منفردا عند الذكور 07% وهي أدنى نسبة وحلت المشاهدة في أي مكان المرتبة الثالثة بنسبة 12,5% ثم المشاهدة مع الأخوة في المرتبة الرابعة بنسبة 11,5% ثم جاءت المشاهدة مع الأصدقاء في المرتبة الأخيرة بنسبة 07% من أفراد العينة .

وقد جاءت نتائج الدراسة مماثلة لدراسة مذكرة ليسانس (القنوات الفضائية الاسلامية ودورها الدعوي (الرسالة نموذجا) توضح أن أكبر نسبة مشاهدة القنوات الاسلامية كانت 65,26% بمعية العائلة وأرجعت الباحثات سبب ذلك أن الطلبة يشاهدون القنوات الدينية جماعيا لكون برامجها أخلاقية تعليمية لا يجد الانسان حرج في مشاهدتها ، وفي المرتبة الثانية منفردا بنسبة 29,47% وفي المرتبة الأخيرة مع الأصدقاء بنسبة 5,26% وهي موافقة لدراستي تماما كون العينتين من نفس الطبيعة الديمغرافية .

2-11- توزيع عينة الدراسة حسب الدافع لمشاهدة المحطات الاسلامية ومتغير الجنس:

جدول رقم 15 توزيع عينة الدراسة حسب الدافع لمشاهدة المحطات الاسلامية ومتغير

الجنس:

الدافع	متغير الجنس		ذكر		أنثى		المجموع
	ك	ن %	ك	ن %	ك	ن %	
كسب الحسنات	14	19%	12	11%	15	15%	
معرفة العلم الشرعي	26	35%	34	32%	33.5	33.5%	
التاريخ الاسلامي	08	10%	07	07%	08.5	08.5%	
الثقافة و التوعية	27	36%	48	46%	41	41%	
الترفيه و التسلية في وقت الفراغ	00	00%	02	02%	01	01%	
غير ذلك	00	00%	02	02%	01	01%	
المجموع	75	100%	105	100%	100	100%	

تبين النتائج الموضحة في الجدول رقم 15 أن الدافع الأول لمشاهدة الفضائيات الاسلامية ومتغير الجنس كان الثقافة و النوعية الدينية بنسبة قدرت ب 41% حيث كانت أعلى نسبة عند كلا الجنسين الذكور 36% الاناث 46% وهذا ما يفسر حاجة الطلبة للتثقيف والتعليم في أمور دينهم ودنياهم وهو ما توفرهم لهم القنوات الاسلامية في عصر شروء المعلومات وانحرافها .

ثم جاء دافع معرفة العلم الشرعي في المرتبة الثانية بنسبة 33,5% وهو متوافق لكلا الجنسين عند الذكور بنسبة 35% وعند الاناث 32% وهذا بفضل البرامج الهادفة التي تلمس الطلبة والجمهور بشكل عام التي تبثها الفضائيات الدينية والتي تهدف الى تعليم الناس أمور الدين والأحكام والعبادات وغيرها

ثم جاء دافع كسب الحسنات بنسبة 15% , عند الذكور 19% وعند الاناث 11% متوافقان في المرتبة , وهذا الاعتقاد من العينة أن مشاهدة الفضائيات الاسلامية كلها أعمال خير تكسب الحسنات .

ثم أتت في المرتبة الرابعة معرفة التاريخ الاسلامي بنسبة 8,5% وفي المرتبة الأخيرة كلا من الترفيه في وقت الفراغ وما الى ذلك بنسبة 2% لكل منها , وهذا ما يدل على أن العينة لا توجد لديهم أوقات فراغ أو ملل من الوقت و الروتين وذلك لإنشغالهم بالدراسة والأعمال الأخرى

وقد جاءت الدراسة موافقة لدراسة كل من (عادات وانماط مشاهدة الفضائيات ودراسة سعيدة عباس ودراسة الطالبتان (القنوات الفضائية الاسلامية ودورها الدعوي)) بترتيب النوعية الدينية بشكل عام بنسبة 71,3% , تزيد من معلومات الدينية بنسبة 17,21% , التوعية الدينية بنسبة 67,37% على الترتيب كانت هي الدافع الأول , ثم تلتها الدوافع الأخرى بنسب متفاوتة . وهذا ما يفسر أن أهداف القنوات الدينية واحدة وهو الوصول الى الجمهور وأن اتجاه الجمهور نحوها ايجابي في كل مكان وأن .

2-12- توزيع عينة الدراسة حسب البرامج المفضلة ومتغير الجنس

جدول رقم 16 توزيع عينة الدراسة حسب البرامج المفضلة ومتغير الجنس

المجموع	أنثى			ذكر			البرامج متغير الجنس
	الرتبة	ن %	ك	الرتبة	ن %	ك	
%9.5	6	%8.2	261	1	%13	280	الاخبار
%7.5	11	%7.4	237	5	%10	212	دردشة و مسابقات
%17	5	%8.4	268	4	%10.5	218	تاريخ وثائقي
%6.5	7	%8	256	6	%9.3	211	أكاديمية و تعليمية
%11	10	%7.6	245	2	%11	236	رياضة و شباب
%20.5	9	%7.8	250	11	%04	88	أغاني و كليبات
%23.5	8	%7.9	254	7	%7.8	165	برامج أطفال
%03	3	%8.7	280	9	%6	130	صحة و طب
%03	4	%8.5	272	8	%7.6	161	مقابلات و حوارات
%03	1	%11.5	370	3	%10.5	224	أشرطة علمية و وثائقية
%03	2	%09	291	10	%5.8	123	دراما و مسلسلات
%03	12	%7	221	12	%3.5	75	أخرى
%100		%100	3205		%100	2123	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم 16 والذي يوضح البرامج المفضلة لدى عينة الدراسة ومتغير الجنس أن أهم البرامج من خلال مشاهدة الفضائيات العربية كانت برامج الأخبار في المرتبة الأولى بنسبة 13% عند الذكور ثم تلتها البرامج الرياضية والشبابية بنسبة 11% وهذا راجع الى أن نسبة المشاهدة للقنوات المتخصصة تشكل جزءا كبيرا لدى الطالب الجامعي أنظر الجدول (07) ثم جاءت في المرتبة الثالثة الأشرطة العلمية والثقافية بنسبة 10,5% ثم جاءت برامج التاريخ الوثائقي بنسبة 10,2% وذلك ما يفسر حاجة الطلبة للمعرفة العلمية التجريبية والتاريخية لكونهم طلبة جامعيين ثم برامج الدردشة والمسابقات

بنسبة 10% ثم أكاديمية تعليمية بنسبة 9,3% ثم في المرتبة السابعة برامج الأطفال بنسبة 7,8% ثم البرامج : حوارات ومقابلات , صحة وطب دراما ومسلسلات , أغاني وكليات وأخرى بنسبة 7,6% . 6% , 5,8% , 4% , 3,5% على الترتيب مما يفسر عدم اكتراث الطلبة بهته البرامج .

وقد وافقت هذه الدراسة دراسة (أثر الفضائيات العربية على القيم الاجتماعية) حيث جاءت الأخبار في المرتبة الأولى بنسبة 25,17% ثم البرامج الرياضية 17,85% واحتلت المنوعات والأغاني المرتبة الأخيرة بنسبة 5,95% الوثائقية .

أما بالنسبة للإناث فكانت المرتبة الأولى للأشرطة العلمية والثقافية بنسبة 11,5% ثم الدراما والمسلسلات بنسبة 9% ثم الصحة والطب بنسبة 8,7% وذلك راجع الى الحاجة التي تعاني منها الطالبات للإشباع العاطفية وقتل وقت الفراغ والاهتمام بالصحة والجمال للعنصر النسوي ثم جاءت البرامج الأخرى على الترتيب مقابلات وحوارات تاريخ وثائقي أخبار , رياضة وشباب أكاديمية تعليمية وفي الأخير كانت الدردشة والمسابقات حيث نستنتج من تحليل أن البرامج التي تخاطب العمل كانت هي الأهم بالنسبة للذكور وأن البرامج التي تخاطب العاطفة كانت هي الأهم بالنسبة للإناث وقد جاءت هذه الدراسة مماثلة لدراسة رحيمة الطيب عيساني ...رسالة الدكتوراة وكذلك دراسة (استخدام المرأة الامراتية للقنوات الفضائية لدولة الامارات) وكذلك دراسة (استخدام طلبة الاعلام بغداد للقنوات الفضائية) .

2-13- القنوات العربية موزعة حسب متغير الجنس :

جدول رقم 17 القنوات العربية موزعة حسب متغير الجنس:

اناث				ذكر			
النسبة	ك	القناة	الرقم	النسبة	ك	القناة	الرقم
%9,4	34	MBC1	1	%9,6	28	الجزائرية الثالثة	1
%9,1	33	الجزائرية الثالثة	2	%9,2	27	الشروق	2
%8,8	32	سميرة	3	%8,5	25	الجزيرة الاخبارية	3
%8,2	30	طيور الجنة	4	%7,9	23	بين سبورت	4
%7,7	28	فتافيت	5	%7,5	22	ناشيونال جيوغرافيك	5
%7,4	27	زي أفلام + MBC4	6	%6,8	20	النهار TV	6
%7,1	26	التونسية	7	%6,1	18	دبي الرياضية	7
%6,6	24	الرسالة	8	%5,8	17	الرسالة	8
%6,3	23	إقرأ	9	%5,5	16	MBC 1	9
%5,8	21	ناشيونال جيوغرافيك	10	%5,1	15	الرحمة	10
%5,5	20	الشروق	11	%4,8	14	العربية	11
%5,2	19	الجزيرة الوثائقية	12	%4,4	13	MBC 2	12
%4,9	18	النهار TV	13	%4	12	MBC ACTION	13
%4,6	17	دراما MBC + المجد	14	%3,4	10	المجد اقرأ F24	14
%4,4	16	نسمة + حنبعل	15	%3	9	الجزيرة الرياضية	15
%3,8	14	MBC 2	16	%2,7	8	الجزيرة الوثائقية	16
%2,7	10	فور شباب	17	%2,4	7	فور شباب	17
%2,2	8	الجزيرة الإخبارية	18	%1,7	5	أبوظبيي دراما	18

19	زي أفلام	4	1,3%	19	أبو ظبي	6	1,6%
20	طيور الجنة	3	1%	20	دزاير 24	4	1,1%
	المجموع	291	100%		المجموع	362	100%

من الجدول رقم 17 نلاحظ أن القنوات التي جاءت في المرتبة الأولى بالنسبة للذكور هي الجزائرية الثالثة ثم الشروق بنسبة 9.6% 9.2% وهذا راجع لكون الطلبة مهتمين هاته الأيام بالأخبار المحلية والنظريات السياسية الوطنية وخاصة بعد الانتخابات وجاءت في المرتبة التي تليها الجزيرة الاخبارية بنسبة 8.5% وذلك لأن الطلبة مشغولين بالأخبار العالمية وما تجري من تغيرات حول العالم العربي وهذا ما وجدناه في جعل البرامج الاخبارية في المرتبة الأولى (انظر الجدول رقم 16) .

وقد وافقت هاته الدراسة دراسة الطالبين أسماء غريب . عبد الحميد بلول (أثر القنوات الفضائية) صحيث جاءت قناة الجزيرة في المرتبة الأولى بنسبة 15.96% ثم جاءت بعدها القنوات الأخرى

أما في المرتبة الرابعة فكانت قناة (BIN SPORT) بين سبور بنسبة 7.9% وهذا ما يفسر الجدول السابق البرامج الرياضية والشبابية في المرتبة الثانية بالنسبة للذكور . ثم جاء ترتيب القنوات الأخرى ناشيونال جيوغرافيك أبو ظبي . النهار الجزائرية . دبي الرياضية . الرسالة وهذا ما وجدناه في الجدول السابق حيث البرامج العلمية والثقافية في المرتبة الثالثة (أنظر الجدول السابق) ثم جاءت قنوات MBC الرحمة العربية MBC2 . MBC Action موضحة في الجدول الى قناة زي أفلام بنسبة مشاهدة منخفضة مقارنة بالأولى وهذا ما وجدناه , عدم اهتمام الطلبة ببرامج المسلسلات والأفلام وبرامج الأطفال ، وهذا ما جاء مماثل لدراسة كلية الاعلام جامعة بغداد مجلة آداب ذي قار , ص 377 . (2012) .

أما بالنسبة للإناث فجاءت القنوات MBC 1 ,الجزائرية الثالثة, سميرة ، طيور الجنة ، فتافيت ، زي أفلام ، MBC 4 دبي ، التونسية في المراتب الأولى بنسب على الترتيب

(9.4 - 9.1 - 8.8 - 8.2 - 7.7 - 7.4 - 7.1 -) % حيث أن الإناث الى جانب الاهتمام بالمحليات يهتمون بقنوات الطبخ التي لم تظهر عند الذكور ثم قنوات الدراما والمسلسلات والأفلام المختلفة وهذا ما إتضح لنا خلال الجدول السابق رقم 16 .

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (إتجاهات طلبة العلوم التطبيقية نحو القنوات الفضائية) (ص 611) . عبد الله الديوبي وعلي عمر . حيث كان الاهتمام الأول للطلبة مشاهدة قنوات التي تبث الأفلام والمسلسلات الأجنبية والعربية ثم جاءت القنوات : الرسالة ... اقرأ . ناشيونال جيوغرافيك . الشروق والجزيرة الوثائقية والنهار الجزائرية . والمجد و MBC دراما ونسمة وحنبل التونسية بنسب متفاوتة محصورة من (6.6% الى 4.6%) حيث جاءت البرامج الدينية والترفيهية و السياسية (مقابلات وحوارات) في المرتبة الثانية وهذا ما لاحظناه في الجدول رقم 16 .

أما القنوات : 2 MBC فور شباب . الجزيرة الاخبارية . أبو ظبي دزاير 24 أكشن mbc في المرتبة الأخيرة بنسبة مشاهدة متدنية وذلك لعدم رغبة البنات في متابعة الأخبار العالمية وأفلام الرعب و العنف بسبب رقة طبيعتهم وغير ذلك . وقد وافقت نتائج هذه الدراسة دراسة (دوافع استخدام ... بغداد) وكذلك دراسة (اتجاهات طلبة العلوم التطبيقية) .

2-14- القنوات الاسلامية موزعة حسب متغير الجنس:

جدول رقم 18 القنوات الاسلامية موزعة حسب متغير الجنس:

انثى				ذكر			
النسبة	ك	القناة	الرقم	النسبة	ك	القناة	الرقم
%8,5	36	إقرأ + المجد	1	%9,8	29	المجد	1
%8	34	الرسالة	2	%8.8	26	الرسالة	2
%7.8	33	الرحمة	3	%8.1	24	إقرأ	3
%7	30	الناس	4	%7.5	22	الناس	4
%6.8	29	العفاسي	5	%7.1	21	الرحمة	5
%6.6	28	الجزائرية للقرآن الكريم	6	%6,8	20	الجزائرية للقرآن الكريم	6
%6.1	26	الفتح	7	%6,4	19	العفاسي	7
%5.9	25	فور شباب	8	%5,8	17	الفتح	8
%5.6	24	البداية	9	%5,4	16	السعودية قرآن	9
%5,2	22	الحكمة	10	%5.1	15	الحكمة	10
%4.7	20	العرب	11	%4.7	14	صفا	11
%4.4	19	مكة	12	%4,4	13	الفجر	12
%4,2	18	الهداية	13	%4,3	11	مكة	13
%3.7	16	آيات	14	%3.4	10	السعودية سنة	14
%3.5	15	الفجر	15	%3	9	الندي	15
%3	13	النور	16	%2.7	8	الحقيقة	16
%2,8	12	نور دبي	17	%2,3	7	الأقصى	17
%2,3	10	السعودية سنة	18	%1.7	5	فور شباب	18

19	نور دبي	4	1,3%	19	الرقية	8	1,8%
20	آيات	3	01%	20	الفرقان	5	1,1%
			1%	21	الخليجية		
				22	رسالة الإسلام		
	المجموع	291	100%		المجموع	423	100%

يظهر من خلال الجدول رقم 18 أن أبرز القنوات الفضائية الاسلامية التي يفضل الطلبة مشاهدتها هي قناة المجد العامة بنسبة 9.8% ثم تليها قناة الرسالة بنسبة 8.8% ثم إقرأ والناس والرحمة بنسب (7.1-7.5-8.1) % على الترتيب وهذا راجع الى كون هاته القنوات تبث برامج هادفة تمس الأمة من جميع النواحي الدينية (العقيدة والمعاملات والسيرة وغيرها) .

ثم جاءت قناة القرآن الكريم الجزائرية وذلك لأن برامجها منطلقة من الواقع الاجتماعي الجزائري وطريقة عرضها للفتاوى واستعمالها للأساليب الاقناعية البسيطة، كلها ساهمت في تكوين قاعدة عملية لهته القناة حيث جاءت في المرتبة الـ 06 عند الإناث والذكور على السواء .

ثم جاءت القنوات الاسلامية الأخرى (موضحة في الجدول رقم 18) بنسب منخفضة: (من العفاسي 6.4%حتى قناة آيات 1%) يفسر ذلك لنسب المشاهدة القليلة لهاته القنوات . وهذا ما وافق دراسة (عادات وأنماط مشاهدة ...) حيث جاءت قناة الرسالة بنسبة 79% حيث فارق دراستي دخول المجد العامة كقناة مفضلة بالدرجة الأولى عند العينة ثم تأتي قناة الرسالة بنسبة 8.8% ثم جاءت قناة إقرأ (في الدراسة السابقة) بنسبة 67% مثلها في الترتيب. قناة إقرأ بعد الرسالة بنسبة 8.1% .

أما بالنسبة للطالبات فإن قناة إقرأ و المجد في المرتبة الأولى بنسبة 8.5% وذلك بسبب الأقدمية والبرامج الهادفة التي تمس كل شؤون المرأة الحياتية والدينية .

ثم جاءت باقة قنوات : الرحمة الناس العفاسي والجزائرية للقرآن الكريم بنسب مقاربة :
 8% 7.8% . 7% 6.8% 6.6% على الترتيب حيث لا توجد فوارق بين الإناث والذكور
 في هاته الباقة بخلاف ظهور قناة العباسي في المرتبة الخامسة . أما قناة الجزائرية للقرآن
 الكريم فجاءت بالنسبة نفسها عند كلا الجنسين . وقد وافقت هاته الدراسة دراسة سعيدة عباس
 ص 144 . حيث جاءت قناة إقرأ في المرتبة الأولى ثم قناة الرسالة ثم الناس ثم المجد وذلك
 لكون هاته القنوات تتمتع بشعبية كبيرة نظرا للبرامج المتميزة والمتنوعة وقد حلت قناة القرآن
 الكريم الجزائرية في المرتبة الخامسة .

أما باقي القنوات فجاءت مقاربة بنسب مشاهدة ضئيلة لكون المجموعة الأولى ليست
 أكبر عدد من حاجيات ورغبات العينة المدروسة .

حيث : الفتح ، فور شباب ، البداية ، الحكمة (ارجع الى الجدول) ... حتى قناة
 الخليجية ورسالة الاسلام ، في المرتبة الأخيرة بنسبة 1.1% .

2-15- القنوات التي تعتبرها العينة دون القيمة الاعلامية حسب متغير الجنس :

جدول رقم 19 القنوات التي تعتبرها العينة دون القيمة الاعلامية حسب متغير الجنس:

المجموع	أنثى			متغير الجنس القنوات	ذكر			متغير الجنس القنوات
	الترتبة	ن %	ك		الترتبة	ن %	ك	
	1	20%	25	زي أفلام	1	18.2%	15	روتانا بأنواعها
	2	16%	20	روتانا بأنواعها	2	15.9%	13	المغربية
	3	13.6%	17	MBC بأنواعها	3	14.6%	12	MBC بأنواعها
	4	12%	15	المغربية	4	12.1%	10	CBC
	5	9.6%	12	melody	5	9.7%	8	LBC SAT
	6	8%	10	العربية	6	8.5%	7	بانوراما z aflam
	7	6.4%	8	مازيكا	7	7.3%	6	الشيعة بأنواعها
	8	5.6%	7	غنوة	8	6%	5	Fox movie
	9	4.8%	6	عرييكا	9	4.8%	4	Tv5 monde
	10	3.2%	4	Z alwan	10	4.8%	4	Z alwan
					11	2.4%	02	melody
		100%	124	المجموع		100%	82	المجموع

يوضح الجدول رقم 19 القنوات التي تعتبرها العتبة دون القيمة الاعلامية والمتغير الجنس حيث جاءت عند الذكور قنوات روتانا على رأس القائمة بنسبة 13,2% ثم المغربية بنسبة 15,9% (وذلك لأن هاته القناة تثير الفتن والطائفية وأنها تبث من دولة معادية) المغرب وهذا حسب المقابلات الشخصية مع أفراد العينة ، ثم جاءت قنوات MBC و LBC بانوراما وزي أفلام و ، بأنواعها وقناة غنوة الى قناة.ميلودي أفلام بنسبة 2,4% ، ويفسر هذا كون هاته القنوات تبث برامج وأفلام ومسلسلات ولقطات اشهارية خادشة للحياء ونستطيع أن نقول عنها أنها إباحية وخاصة في قناة TV5 و روتانا Z Aflam ولا سيما بعد منتصف الليل أما قنوات الشيعة لأنها لا تحترم خصوصيات الآخر حيث تعتمد على الكذب والدجل والطعن في الصحابة مما جعل الجمهور المدروس يبتعد عنها .

أما عند الإناث فقناة زي أفلام في المرتبة الأولى 20% والأخيرة قناة زي ألوان بنسبة 3,2% ، والملاحظ أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند متغير الجنس في اعتبار القنوات دون القيمة الاعلامية، وذلك راجع الى المستوى التعليمي (حيث كل الطلبة جامعيين) والإنتهاك الصارخ لهذه القنوات لجميع الأعراف والعهود والعادات والتقاليد، ومن باب أولى الدين حيث لا يختلف اثنان في انحراف هته القنوات وحثها على الفجور والزيلة والعمل على بث الفحشاء والمنكر في أوساط لمشاهدين وما نراه اليوم من انحراف في الخلق سببه هته القنوات المقرضة نسأل الله أن يعافينا منها .

2-16- القنوات التي تعتبرها العينة غير مفيدة للاسلام حسب متغير الجنس :

جدول رقم 20 القنوات التي تعتبرها العينة غير مفيدة للاسلام حسب متغير الجنس:

ذكور				إناث			
الرقم	القناة	ك	النسبة	الرقم	القناة	ك	النسبة
1	الكوثر	16	17.7%	1	العرب	15	21.4%
2	طه	14	15.5%	2	المنار	11	15.7%
3	هدد	13	14.4%	3	صلاح الدين	9	12.8%

4	البصيرة	11	%12.2	4	عشتار	9	%12.6
5	النجف	9	%10	5	الخليجية	6	%8.5
6	طيور الجنة	7	%7.7	6	دزابر شوب	5	%7.1
7	المنار	6	%6.66	7	الناس	4	%5.8
8	النور	5	%5.5	8	فور شباب	4	%5.4
9	الصفاء	5	%5.5	9	جنة	2	%2.8
10	كربلاء	4	%4.4	10	طه	2	%2.5
				11	هدهد	1	%1.5
				12	الأنوار	1	%1.3
				13	الأرزاق	1	%01
	المجموع	90	%100		المجموع	70	%100

من بين القنوات التي تعتبرها العينة غير مفيدة للإسلام حيث جاءت عند الذكور الكوثر في المرتبة الأولى بنسبة 17.7% ثم قناة طه وهدهد بنسبة متقاربة 15% 14% وذلك لكون هاته القنوات شيعية تقصد الدين حسب آراء العينة .

ثم جاءت قناة البصيرة بنسبة 12.2% وذلك لأن هاته القناة تثير الفتنة وتجرح في العلماء وهذا بعيد عن الإسلام حسب آراء العينة ثم جاءت القنوات الأخرى المبينة في الجدول رقم 20 إلا أن قناة كربلاء في المرتبة الأخيرة بنسبة 4.4%

وهذا ما جاء في دراسة (عادات وأنماط مشاهد الطلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الدينية (لرسالة أنموذجاً)) ص104, حيث أن القنوات التي يعتبرها الطلبة غير اسلامية كربلاء بنسبة 25% ثم المنار بنسبة 18% .

أما العنصر الأنثوي فجاءت قناة العراب في المرتبة الأولى بنسبة 2.14% ثم قناة المنار وصالح الدين إلى غاية قناة الأرزاق بنسبة 1% .

❖ ومن خلال الجدول نستنتج أن القنوات غير المفيدة للإسلام حسب الطلبة هي:

1- القنوات الشيعية لأنها تفسد العقيدة والدين.

2- قنوات الفتنة والقنوات التي تجرح العلماء وتبث في المناظرات الكاذبة مثل قناة صفا وكيف وقناة البصيرة .

3- القنوات الاشهارية التي مع بثها لبرامجها تسوق منتجات للبيع عبر الاشهار التلفزيوني وذلك مثل قناة العرب ، دزاير شوب ، وغيرها .

3-قنوات الموسيقى والأناشيد وذلك لتحريم الموسيقى والعزف عند العلماء مثل قناة فور شباب ، طيور الجنة ، كراميش ...الخ .

3-تقييم القنوات العربية و الإسلامية:

جدول رقم 21 : تقييم القنوات العربية و الإسلامية:

الرقم	الأطروحات بشكل عام	التكرارات					شدة الاتجاه
		موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	
1	مشاهدة القنوات الفضائية جزء من حياتي	25	40	21	22	20	3.21
2	قنواتي المفضلة تشبع حاجياتي كلها	5	50	45	24	04	3.21
3	تعتبر المحطات الاسلامية بديلا عن محطاتي	5	65	13	35	10	3.07
4	أجد في القنوات الاسلامية اشباعاتي كلها	0	42	40	26	20	2.81
5	القنوات الإسلامية متحجرة لا يمكن ان تساير الواقع	0	0	22	84	22	2.00
6	افتقار المحطات الإسلامية لبعض البرامج و عدم طرحها البديل أدى الى عزوفي عنها	0	3	60	45	20	2.36
7	القنوات الاسلامية لا تهتم ببرامج الشباب و الرياضة	15	39	40	25	09	3.20
8	القنوات الإسلامية لا أجد فيها اشباعاتي العاطفية و النفسية	4	20	40	40	24	2.53
9	اختلاط العقائد و الأفكار و المبادئ في القنوات الإسلامية أكسبها عدم المصادقية	41	33	10	30	14	3.45
10	بعضها يثير التعصب و الطائفية و هذا بعيد عن الاسلام	70	25	13	20	0	4.13
11	أساند القنوات الإسلامية في كشفها الطوائف الضالة	60	20	5	38	5	3.70
12	تطورت القنوات الاسلامية بشكلها و مضمونها عما كانت عليه في السابق	63	40	0	20	5	4.06

13	القنوات الاسلامية طرحها صائب الا أن اشباعاتي الذاتية تدفعني الى غيرها	39	35	10	20	24	3.35
14	ضعف الوازع الديني أخذ بي الى القنوات غير الاسلامية	05	40	35	30	18	2.87
15	البرامج التي تبث في القنوات الاسلامية توجد في غيرها و تزيد عنها	00	30	29	46	23	2.50
16	مقدمو البرامج في الفضائيات غير الاسلامية اقرب الى قلب الطلبة من مقدمي البرامج الإسلامية	00	0	60	41	27	2.26
17	مقدمو البرامج الإسلامية راديكاليين و معظم برامجهم تكرارية (بعيدون عن التجديد و المواكبة العصرية)	05	40	14	44	25	2.66
18	الدعاة الذين يظهرون عبر الشاشات الإسلامية غير مؤثرين و لا يبالون المصادقية و لا شعبية	10	25	11	48	34	2.44
19	حتى اكون ضمن العصر لابد أن اتابع النجوم و أستفيد منهم	0	0	30	81	17	2.10
20	الايخارج و الشكل و الديكور في القنوات الإسلامية غير جذاب للمشاهد	0	21	40	42	15	2.37
21	تتفوق المحطات العربية عن الإسلامية بالتصاميم الجديدة و الاخراج و الديكور	0	21	55	42	10	2.70
22	الاشهار في القنوات الدينية جعلها رسالة تجارية بعيدة عن مضمونها و هذا يؤثر عل الإسلامية بها	25	23	50	17	13	2.23
23	المالكون للمحطات الإسلامية يبعدونها عن واقع المسلمين في العالم و هذا ما يجعلني انفر منها بعض الشيء	35	40	13	22	18	2.40
24	في حال حذف القنوات الغير اسلامية فاني سأكتفي بالقنوات الاسلامية و تلبي رغباتي	11	59	18	30	10	3.28
25	القنوات الاسلامية تساهم في الأمان على الأسرة و المجتمع	12	98	0	18	0	3.80
2.99	الاتجاه العام						

تحليل النتائج المتحصل عليها من الجدول رقم 20

من خلال القراءة التحليلية لنتائج الجدول رقم 20 يتضح لنا أن عينة الدراسة أخذت في

تقييمها للقنوات الاسلامية و العربية اتجاهاين سلبي و ايجابي و كانت النتائج كالتالي :

• نتجه عينة الدراسة اتجاها ايجابيا نحو العبارة " مشاهدة القنوات الفضائية جزء من

حياتي " بشدة اتجاه تقدر 3.21

- تتجه عينة الدراسة اتجاهها ايجابيا نحو العبارة " قنواتي المفضلة تشبع حاجياتي كلها " بشدة اتجاه تقدر 3.21
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها ايجابيا نحو العبارة تعتبر المحطات الإسلامية بديلا عن محطاتي "بشدة اتجاه تقدر 3.07
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها سلبيا نحو العبارة " أجد في القنوات الإسلامية اشباعاتي كلها"بشدة اتجاه تقدر 2.81
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها سلبيا نحو العبارة القنوات الإسلامية متحجرة لا يمكن أن تساير الواقع"بشدة اتجاه تقدر 2.00
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها سلبيا نحو العبارة " افتقار المحطات الإسلامية لبعض البرامج وعدم طرحها البديل أدى الى عزوفي عنها "بشدة اتجاه تقدر 2.36
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها ايجابيا نحو العبارة " القنوات الاسلامية لا تهتم ببرامج الشباب والرياضة "بشدة اتجاه تقدر 3.20
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها سلبيا نحو العبارة " القنوات الإسلامية لا أجد فيها اشباعاتي العاطفية والنفسية "بشدة اتجاه تقدر 2.53
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها ايجابيا نحو العبارة " اختلاط العقائد والأفكار والمبادئ في القنوات الإسلامية أكسبها عدم المصادقية "بشدة اتجاه تقدر 3.45
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها ايجابيا نحو العبارة " بعضها يثير التعصب والطائفية وهذا بعيد عن الاسلام "بشدة اتجاه تقدر 4.13
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها ايجابيا نحو العبارة " أساند القنوات الإسلامية في كشفها الطوائف الضالة "بشدة اتجاه تقدر 3.70
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها ايجابيا نحو العبارة " تطورت القنوات الاسلامية بشكلها ومضمونها عما كانت عليه في السابق "بشدة اتجاه تقدر 4.06

- تتجه عينة الدراسة اتجاهها ايجابيا نحو العبارة " القنوات الاسلامية طرحها صائب الا ان اشباعاتي الالآتية تدفعني الى غيرها " بشدة اتجاه تقدر 3.35
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها سلبيا نحو العبارة " ضعف الوازع الديني أخذ بي الى القنوات غير الاسلامية " بشدة اتجاه تقدر 2.87
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها سلبيا نحو العبارة " البرامج التي تبث في القنوات الاسلامية توجد في غيرها وتزيد عنها " بشدة اتجاه تقدر 2.50
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها سلبيا نحو العبارة " مقدموا البرامج في الفضائيات غير الاسلامية اقرب الى قلب الطلبة من مقدمي البرامج الدينية " بشدة اتجاه تقدر 2.26
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها سلبيا نحو العبارة " مقدمو البرامج الإسلامية راديكاليين ومعظم برامجهم تكرارية – بعيدين عن التجديد والمواكبة العصرية – " بشدة اتجاه تقدر 2.66
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها سلبيا نحو العبارة " الدعاة الذين يظهرون عبر الشاشات الإسلامية غير مؤثرين ولا ينالون مصداقية ولا شعبية " بشدة اتجاه تقدر 2.44
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها سلبيا نحو العبارة " حتى اكون ضمن العصر لابد أن اتابع النجوم وأستفيد منهم " بشدة اتجاه تقدر 2.10
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها سلبيا نحو العبارة " الاخراج والشكل والديكور في القنوات الإسلامية غير جذاب للمشاهد " بشدة اتجاه تقدر 2.37
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها سلبيا نحو العبارة " تتفوق المحطات العربية عن الإسلامية بالتصاميم الجديدة والاحراج والديكور بشدة اتجاه تقدر ب: 2.70
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها سلبيا نحو العبارة " الاشهار في القنوات الإسلامية جعلها رسالة تجارية بعيدة عن مضمونها وهذا يؤثر عليها بشدة اتجاه تقدر ب: 2.23
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها سلبيا نحو العبارة " المالكون للمحطات الإسلامية يبعدونها عن واقع المسلمين في العالم وهذا ما يجعلني انفر منها بعض الشيء " بشدة اتجاه تقدر 2.40

- تتجه عينة الدراسة اتجاهها ايجابيا نحو العبارة في حال حذف القنوات غير الإسلامية فاني سأكتفي بالقنوات الاسلامية وتلبي رغباتي بشدة اتجاه تقدر ب: 3.28
- تتجه عينة الدراسة اتجاهها ايجابيا نحو العبارة " القنوات الاسلامية تساهم في الأمان على الأسرة والمجتمع " بشدة اتجاه تقدر 3.80 .
- يتجه الاتجاه العام لعينة الدراسة اتجاهها سلبيًا نحو تقييم القنوات العربية والإسلامية وذلك لعدم رضاه على البث الفضائي العربي بمعدل شدة اتجاه 2.99 .

4- إقتراحات عينة الدراسة للإعلام العربي و الإسلامي:

4-1- الإقتراحات للإعلام العربي

- إعطاء أكبر قدر ممكن من الحرية لإبداء الرأي و الفكر المخالف.
- التحرر من قيود السلطة و رؤوس الاموال.
- بث برامج تفيد الأمة العربية و لا تتنافي عاداتها و تقاليدها.
- الابتعاد عن العيش على فتات الإعلام الغربي الموجه و الاستفادة من الاعلام النزيه فيه.
- الحرص على المحافظة على مدخرات الأمة الفكرية و الأخلاقية و الاقتصادية والسياسية و ذلك بالابتعاد عن التعصب القبلي أو القومي و عدم بث ما ينافي وحدة الامة العربية .
- الحرص على أن يخاطب الإعلام العربي كل أطراف العرب و ذلك بأن يراعي الخصوصيات المذهبية و اللغوية و التوجيهية و الاعتماد على ما يجمع و الابتعاد على ما يفرق.
- الاهتمام بقضايا الأمة العربية الكبرى لجعل المشاهد عالي الهمة بعيد عن السخافات الميولية الإنتمائية.

4-2- الاقتراحات للإعلام الإسلامي:

▪ توجيه الخطاب الديني وفق الكتاب و السنة و فهم صالح الامة (على فهم الصحابة رضي الله عنهم).

▪ الحرص على أن يكون الخلاف المذهبي و الفكري خلافة تتوع لا خلاف تضاد.

▪ الابتعاد عن التعصب و الطائفية و الانجرار وراء المصالح الذاتية للدول أو

الأشخاص

▪ التحرر من سيطرة القائم بالاتصال حتى يكون منهج الدعوة خالص لوجه الله .

▪ الابتعاد عن إثارة الفتن القديمة و تجريح العلماء و السعي وراء الربح المادي مثل

برامج المسابقات و الإشهار الهائل في بعض القنوات الإسلامية .

▪ الاهتمام ببرامج الطفل و الشباب و المرأة خاصة البرامج العملية التطبيقية منها, حتى

يجد المشاهد فيها البديل الشرعي عن البرامج الماجنة الأخرى .

▪ فتح المجال أمام الدعاة الشباب و الاهتمام بهم حتى لا تكون البرامج الإسلامية

تكرارية و بنفس الوجوه من ناحية و من ناحية أخرى تقارب الأعمار و الأفكار يعطي

النجاعة للخطاب الدعوي لأنه ليس من يعايش الشباب كمن عاشها.

سورة الفاتحة

الخاتمة:

لقد أصبح من الحتمي اليوم الاعتراف بقوة ومكانة وسائل الاعلام والاتصال ,وخاصة قنوات البث الفضائي ,وذلك نظرا للتطور الهائل الذي تشهده تكنولوجيا المعلومات و الثورة الإعلامية في شتى المجالات ,وعليه يمكن القول أن القنوات الفضائية سلاح ذو حدين اذا أحسنا استخدامه فسيعود نفعه على المجتمع ,وإذا أسأنا استخدامه فإن له أضرار غير محدودة ,ومن هذا المنطلق خلصت إلى بعض التوصيات .

- بالنسبة للقائمين على القنوات الفضائية العربية:

أن يلتزموا بميثاق الشرف الإعلامي ,وأن يخشوا الله عز وجل فيما يبثوا من سموم في بني جلدتهم ,وأن يعملوا على الحفاظ على هوية الأمة وعاداتها وتقاليدها ,وأن لا يسوقوا لنشر الحضارة الغربية الهابطة سعيا وراء الربح المادي بكل طريقة وبأي وسيلة ,حتى ولو كان على حساب الأوطان ووحدتها أو الشعوب وهويتها أو الأمم وقيمها .

- على السلطات الحكومية الراشدة الوطنية العربية الإسلامية:

أن تراقب ما يبث إلى شعوبها ,وأن تعمل اتحادات لتكوين قمر صناعي هدفه التشويش و قطع الاتصال على القنوات الهابطة التي تنثر الفتنة و تفسد قيم المجتمع و أخلاقه ,التي لم تلتزم بميثاق الشرف الإعلامي ,وأن تعمل على عقد اجتماعات دورية لمراقبة الالتزام بالمواثيق المتفق عليها بين الدول الأعضاء ,في مجابهة الإعلام الهابط و اللاأخلاقي ,و أن تنشئ في المقابل إعلام بديل لكل أطراف المجتمع (شباب ، نساء ، شيوخ...).

- بالنسبة للقنوات الاسلامية:

العمل على توحيد الجهود فيما بينها لصناعة إعلام إسلامي فضائي يقوى على تحدي الغزو الفكري و الثقافي ,و يواجه القنوات الفضائية التي تبذل قصارى جهدها في الفساد و الإفساد الأخلاقي و الفكري، و تنظير القنوات الاسلامية بعضها البعض على أساس نظرية التكامل لا التفاضل.

- بالنسبة للشباب الذين هم سواعد الأمة و كل المجتمع:
الالتزام بالمبادئ العلمية والتعاليم الإسلامية أثناء تناولهم للمادة الإعلامية , وعدم الانبهار بالحضارة الخيالية , و أن يحسنوا الاختيار في مشاهدتهم للقنوات الفضائية , لئلا يستدرجهم الشيطان إلى نسيان كيانهم و أهدافهم و همهم الأكبر , الذي خلقهم الله من أجله و هو حفظ المقاصد الخمسة , وفي المجال العملي الدنيوي التقطن إلى مرامي أعداء الأمة و متسلطيهما الذين يجعلون من الإعلام سلاح فتاك لهدم الشعوب , و الذي استطاع أن يعمل ما لم تفعله الدبابات و الطائرات , ومن ثم التبعية و الاستعمار غير المباشر أو ما يسمى بالذكي أو الحديث.

- بالنسبة للآباء و الأمهات و الأسر:
عليكم أن تتابعوا أبنائكم في عاداتهم و أنماط مشاهدتهم للتلفاز , و أن ترشدوا استهلاكهم لهذه المخضرمات العكسية , حيث ما نلاحظه من تفكك أسري و إجتماعي نتيجة إهمال الدور العائلي للأبناء , و خاصة في مرحلة المراهقة ولا مضاضة أن تجد إمام مسجد و أبناؤه شبه منحرفين , و هذا تقصير شديد من الأسر المسلمة أو حتى الإنسانية قبل أن تكون مسلمة ' و ذلك لأن بعض هذه القنوات ينفر منها العقل السليم نظرا لما تحويه من سخافات حيوانية شهوانية بحتة.

- و أخيرا نسال الله إن يعافينا من هذه الشرور و السموم , و إن يفتح صدورنا و صدور أمتنا و حكامنا للتقطن لماخذ هته القنوات الخطيرة , و الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات.

فَهْرَسِي (الْأَقْبَارِ) (الْقُرْآنِيَّةُ)
مَاسَرَسِيَا حَمَل مَالِيَا سَرِي حَمَلُ سَرِي حَمَلُ

فَهْرَسِي (الْأَحْمَادِيَّةُ) (النَّبَوِيَّةُ)
مَاسَرَسِيَا حَمَل مَالِيَا سَرِي حَمَلُ سَرِي حَمَلُ

فهرس الآيات القرآنيّة:

الصفحة	رقم الآية	الآية أو شطرها
		سورة البقرة (2)
34	31	﴿ وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ﴿٣١﴾ ﴾
		سورة النساء (4)
11	1	﴿ يَأَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا ﴿١﴾ ﴾
		سورة المائدة (5)
14	48	﴿ وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيَّنتَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ وَمُهَيِّمًا عَلَيْهِ فَاحْكُم بَيْنَهُمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا ۚ وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَكِنْ لِنَبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ فَأَسْتَفِقُوا الْخَيْرَاتِ إِلَى اللَّهِ مَرْجِعُكُمْ جَمِيعًا فَيُنَبِّئَكُمْ بِمَا كُنتُمْ فِيهِ تَخْلِفُونَ ﴿٤٨﴾ ﴾
75	51	﴿ يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا الْيَهُودَ وَالنَّصَرَىٰ أَوْلِيَاءَ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ ۚ وَمَنْ يَتَوَلَّهُمْ مِنْكُمْ فَإِنَّهُ مِنْهُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ ﴿٥١﴾ ﴾
		سورة الانعام (6)
10	73	﴿ وَهُوَ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ بِالْحَقِّ وَيَوْمَ يَقُولُ كُنْ فَيَكُونُ قَوْلُهُ الْحَقُّ وَلَهُ الْمُلْكُ يَوْمَ يُنفَخُ فِي الصُّورِ عَلِيمُ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ وَهُوَ الْحَكِيمُ الْخَبِيرُ ﴾
81	162	﴿ قُلْ إِنْ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾ ﴾
		سورة الانفال (8)
6	60	﴿ قَالَ تَعَالَى: ﴿وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَءَاخِرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ ۚ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ ﴾﴾
		سورة التوبة (9)
10	78	﴿ أَلَمْ يَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ سِرَّهُمْ وَنَجْوَاهُمْ وَأَنَّ اللَّهَ عَلَّامُ الْغُيُوبِ ﴿٧٨﴾ ﴾
		سورة يس (36)
10	81	﴿ قَالَ تَعَالَى: ﴿أَوَلَيْسَ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ بِقَدِيرٍ عَلَىٰ أَنْ يَخْلُقَ مِثْلَهُمْ بَلَىٰ وَهُوَ الْخَلَّاقُ ﴾﴾

		اَلْعَلِيمُ ﴿١١﴾
		سورة الحجرات (49)
10	16	قَالَ تَعَالَى: ﴿١٦﴾ قُلْ اَتَعْلَمُوْنَ اَللّٰهُ بِدِيْنِكُمْ وَاللّٰهُ يَعْلَمُ مَا فِى السَّمٰوٰتِ وَمَا فِى الْاَرْضِ وَاللّٰهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيْمٌ ﴿١٦﴾
		سورة المجادلة (58)
75	22	﴿٢٢﴾ لَا تَجِدُ قَوْمًا يُؤْمِنُونَ بِاللّٰهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ يُوَادُّوْنَ مَنْ حَادَّ اَللّٰهَ وَرَسُوْلَهُ وَلَوْ كَانُوْا اَبَآءَهُمْ اَوْ اَبْنَاءَهُمْ اَوْ اِخْوَانَهُمْ اَوْ عَشِيْرَتَهُمْ اُولٰٓئِكَ كَتَبَ فِى قُلُوْبِهِمُ الْاِيْمٰنَ وَاَيَّدَهُمْ بِرُوْحٍ مِّنْهُ وَيُدْخِلُهُمْ جَنَّٰتٍ تَجْرٰى مِنْ تَحْتِهَا الْاَنْهٰرُ خٰلِدِيْنَ فِيْهَا رَضِيَ اَللّٰهُ عَنْهُمْ وَرَضُوْا عَنْهُ اُولٰٓئِكَ حِزْبُ اَللّٰهِ اِنَّ حِزْبَ اَللّٰهِ هُمُ الْمُفْلِحُوْنَ ﴿٢٢﴾

فهرس الأحاديث النبوية:

رقم الصفحة	تخريج الحديث	طرف الحديث
6	صحيح الالباني صحيح الجامع 2937	تركت فيكم ما إن تسكتم به لن تضلوا بعدي أبدا كتاب الله و سنة الخلفاء الراشدين المهديين من بعدي
6	صحيح البخاري برقم 3456 و 7320 صحيح مسلم برقم 2669	لننبتعن سنن من قبلكم، شبرا بشبر وذراع بذراع حتى إن دخلو حجر ضب لدخلتموا قالو: اليهود والنصارى يا رسول الله : قال فمن غيرهم
75	ابن ماجه 3331	إن العبد إذا عمل الخطيئة نكت في قلبه نكتة سوداء فإذا هو نزع واستغفر وتاب صقل قلبه وإن هو زاد زيد في تلك النكتة السوداء ، حتى يغطي قلبه الران ثم تلا (ص) قوله تعالى "كلا بل ران على قلوبهم ما كانوا يكسبون
76	صحيح مسلم 144	ض : ن لى لوب صير ودا ودا أي قلشبر بهكك فيبهككوة داءو، أي التبر هكك فيهكك يخذاء حذصير عقللي ين عابلي ض مذل الصدفقا لدر فذذنه المالسمة لوالل ر ض والآ خايد و د مر بكالكوزج خيلا رمفعر وفالا ر ر إلا باب ن اه

فہرست نسخہ (مجلد اول)
نامہ سرسبز

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول	
106	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	01
107	توزيع عينة الدراسة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية	02
108	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الكلية	03
108	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السكن	04
109	توزيع عينة الدراسة حسب توفر جهاز اللاقط الهوائي	05
110	توزيع عينة الدراسة و مشاهدة القنوات العربية سب متغيري الجنس و الكلية	06
111	توزيع عينة الدراسة حسب نوع المحطات الفضائية و متغير الجنس	07
113	توزيع عينة لدراسة حسب عدد ساعات مشاهدة القنوات العربية و متغير الجنس	08
114	توزيع عينة الدراسة حسب مشاهدة القنوات الاسلامية متغيري الجنس و الكلية	09
116	توزيع عينة الدراسة حسب عدد ساعات مشاهدة القنوات الاسلامية و متغير الجنس	10
117	توزيع عينة الدراسة حسب الفترة المفضلة لمشاهدة الفضائيات العربية و متغير الجنس	11
118	توزيع عينة الدراسة حسب الفترة المفضلة لمشاهدة الفضائيات الاسلامية و متغير الجنس	12
120	توزيع عينة الدراسة حسب المكان المفضل لمشاهدة الفضائيات العربية و متغير الجنس	13

121	توزيع عينة الدراسة حسب المكان المفضل لمشاهدة الفضائيات الاسلامية ومتغير الجنس	14
123	توزيع عينة الدراسة حسب الدافع لمشاهدة المحطات الاسلامية ومتغير الجنس	15
125	توزيع عينة الدراسة حسب البرامج المفضلة ومتغير الجنس	16
127	القنوات العربية موزعة حسب متغير الجنس	17
130	القنوات الاسلامية موزعة حسب متغير الجنس	18
133	القنوات التي تعتبرها العينة دون القيمة الاعلامية حسب متغير الجنس	19
134	القنوات التي تعتبرها العينة غير مفيدة للاسلام حسب متغير الجنس	20
136	تقييم القنوات العربية و الإسلامية	21

قَائِمَةٌ لِلْمُحْسِنِينَ

قوله المرساة جمع

قائمة المصادر و المراجع

❖ القرآن الكريم

أولا : الكتب

1. صحيح مسلم، كتاب الإيمان، باب الإسلام بدأ غريبوا إنه يأرز بين المسجدين، عدد الأجزاء 5، ج 1، الحديث رقم 144 .
2. صحيح البخاري.
3. سنن ابن ماجه.
4. صحيح الالباني صحيح الجامع.
5. إبراهيم عبد الرزاق د. اتصار و الدكتور صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة، ط1، الدار الجامعية للطباعة و النشر و الترجمة، جامعة بغداد، العراق، 2011.
6. ابن منظور محمد بن كرم ، (ت 711هـ/1311م)، لسان العرب، ط3، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1999، ج9.
7. ، ابن منظور محمد ابن كرم (ت 711هـ/1311م) ، لسان العرب، ط3، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1999، ج12.
8. أبي محمد الانصاري، أهداف الاعلامي المسلم، سلسلة تدريبية للمجاهد الاعلامي، مركز اليقين الاعلامي، انتاج مؤسسة الفرقان، لا م، 2012/10/24.
9. أديب مروة ، الصحافة العربية نشاتها و تطورها، ط1، منشورات دار مكتبة الحياة، بيروت، لبنان، ج1، 1-1-1961.
10. الأستاذ الدكتور ناصر بن سلمان العمر، البث المباشر حقائق و أرقام، لا-ط، 2011/01/01، ص 18.

11. أمين سعيد عبد الغني، الثقافة العربية و الفضائيات، رؤية إعلامية من منظور التحليل الثقافي، لا ط، د ت .
12. بن عبد الرزاق د.محمود، الفضائيات والغزو الفكري، لا ط، لا ن، د ت.
13. جدير مانيو، ترجمة من الفرنسية ملكة أبيض، منهجية البحث و دليل الباحث المبتدئ، لا ط، لا ن، 27/11/2013م.
14. جرديس جاسم محمد، و بديع القاسم، مصادر المعلومات في مجال الإعلام و الإتصال الجماهيري، لا ط، مركز الاسكندرية للوسائط الثقافية و المكتبات (أكمل مصر)، 1998.
15. الجمهورية اللبنانية ، الهيئة المنظمة للاتصالات، استراتيجية الإنتقال إلى البث الفضائي الرقمي، تقرير تشرين الثاني 2008، ص 7 .
16. جيمس هاجرتي، ترجمة زكرياء البرادعي، سفن الفضاء ، ط1، مكتبة القاهرة الحديثة، ج1، 1961م.
17. جيهان أحمد رشتي، الإعلام الدولي، لا ط، دار الفكر العربي، القاهرة ، 1979 .
18. حسن علي محمد ، استاذ كلية الإعلام جامعة المينا، القنوات الدينية الاسلامية.. واقعها ومستقبلها. المؤتمر الأول لمستقبل الإعلام في مصر. 29ديسمبر 2012م.
19. حمزة د.عبد اللطيف ، الإعلام له تاريخه و مذهب، ط1، القاهرة، دار الفكر العربي، 1965م
20. حمزة د. عبد اللطيف ، الإعلام في صدر الإسلام، ط2، القاهرة، دار الفكر العربي، د ت .
21. خالد بن عبد الرحمن الشايع، القنوات الفضائية و آثارها العقدية و الثقافية الإجتماعية و الأمنية، ط1، دار بلنسية، ج1، 17/09/2012، 1433 هـ.
22. الدمييري د.مصطفى، الصحافة في ضوء الإسلام، ط2، مكتبة الطالب الجامعي، مكة المكرمة، العزيزية، السعودية، 1988م.

23. الدناني عبد المالك، البث الفضائي العربي و تحديات العولمة، ط1، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، ج1، 1/01/2006.
24. رحيمة الطيب عيساني، اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الاسلامية ودورها في توعية ضد التطرف والتعصب، دراسة ميدانية في جامعات الجزائر 2008، المدينة المنورة، 27. 30 مارس 2010 المحور الرابع القسم الأول .
25. شفيق محمود عبد اللطيف، وكالة الأنباء رؤية جديدة ، ط1، دار المعارف، كورنيش النيل، القاهرة، 1978.
26. شلال حميد سليمان قنوات البث الفضائي وتأثيرها المحتملة على منظومة الفكر الاجتماعي (دراسة ميدانية على طلبة جامعة الموصل)، شباط 2009م.
27. شمو علي محمد، تكنولوجيا الفضاء و أقمار الاتصالات، ط1، الاسكندرية، مكتبة الاشعاع، 2002.
28. الشنقيطي سيد محمد ساداتي، القنوات الفضائية المآخذ و الإيجابيات، لا ط، لا ن، د ت .
29. الشنقيطي سيد محمد ساداتي، نحو تأصيل للدراسات الإتصالية ، ط1، عالم الكتب للطباعة و النشر و التوزيع، الرياض، السعودية، 1994م.
30. صابر د. حلمي عبد المنعم، منهجية البحث العلمي و ضوابطه في الاسلام، لا ط، لا م، 1997م .
31. العاني توفيق فؤاد، الصحافة الاسلامية و دورها في الدعوة، ط1 ، بيروت ، مؤسسة الرسالة، 1414هـ/1993م.
32. العباد البدر د. عبد الرزاق بن عبد المحسن، القنوات الفضائية شرور وسموم، لا ط ، لا ن، 26/07/2010.
33. عبد الحليم د. محي الدين، الدعوة الاسلامية و الاعلام الدولي، لا ط، دار الفكر العربي القاهرة، د ت.

34. عبد الحليم علي عمر د. نادر، الاقمار الصناعية للهواة، لا ط، د ت.
35. عبد الكافي إسماعيل عبد الفتاح، معجم مصطلحات عصر العولمة، لا ط، الدار الثقافية للنشر و التوزيع، لا م ، 2004.
36. عبد المجيد إبراهيم د. مروان، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، عمان، مؤسسو الوراق للنشر و التوزيع، الأردن ، 2000م.
37. عبد الواحد أ.حامد، الإعلام في المجتمع الإسلامي، ط1، رابطة العالم الاسلامي، مكة، السعودية، 1984/08/27 م.
38. عرجون د.محمد بهي الدين، الفضاء الخارجي و إستخداماته السلمية، عالم المعرفة، الكويت، أكتوبر 1996.
39. فرحان الشمري د. طالب عبد الحسين، الإعلام الإسلامي و تربية النزاهة ، ط1، قسم الاذاعة و التلفزيون، كلية الاعلام، الجامعة العراقية، 1434هـ/2013م .
40. الفيروز أبادي، مجد الدين محمد بن يعقوب (ت 718هـ-1414م)، القاموس المحيط، ط1، مؤسسة فن الطباعة، مصر، ج4، 1914م، ص 117
41. الفيومي أحمد بن محمد بن علي المقرئ، قاموس اللغة كتاب المصباح المنير، نوبيليس، ج6، لا ط ، د ت .
42. قطف مراد سلامة، البث الفضائي العربي، لا ط رسالة غير منشورة، 2009/02/24.
43. كاي حافظ و فيليب سيب، القنوات الفضائية العربية (دور الشبكات الاخبارية العابرة للحدود في التحول السياسي)، ط1، المركز الدولي للدراسات المستقبلية و الاستراتيجية، القاهرة ، 2011.
44. لطفي د. عبد المجيد، علم الاجتماع، ط7، القاهرة، دار المعارف، 1976م.
45. مجد الدين محمد بن يعقوب، (ت 718هـ/1414 م) ، القاموس المحيط للفيروز أبادي، مؤسسة فن الطباعة، مصر ، 1914م، ج3.

46. مجموعة من الباحثين اللغويين العرب، المعجم العربي الأساس، عالم الكتب، ج 12، رجب 1412هـ.

47. محمد مبارك د. محمد الصاوي، البحث العلمي أسسه و طريقة كتابته، ط1، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، مؤسسة الاهرام للنشر و التوزيع، مصر، 1992م.

48. محمود بن عبد الرزاق، الفضائيات و الغزو الفكري. د ت

49. هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، ط1 ، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008.

50. الوشلي عبد الله قاسم، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، ط2، دار عمار للنشر والتوزيع، صنعاء اليمن، 1994.

ثانيا : الجرائد و المجلات

1. أحمد إسماعيل حسين محمد، القمر الاصطناعي العربي و دوره في تطوير الخدمة الاخبارية للقنوات الفضائية التلفزيونية، (قناة الشروق الفضائية انموذجا)، مجلة العلوم الانسانية و الاقتصادية، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، جامعة غرب كردفان، ع13، 2012/11/02.

2. حمدي محمد الفاتح، البث الفضائي العربي الواقع الراهن و اشتراق المستقبل، مجلة المستقبل العربي ، كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية، جامعة الاغواط ، الجزائر، 2013.

3. الرفاعي د.محمد خليل، دور الاعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الاسرة العربية، (دراسة تحليلية) ، مجلة جامعة دمشق، سوريا، ج27، ع1+2، 2011.

4. صدقي موسى، الفضائيات العربية ضخامة العدد و ضمور المضمون، مجلة تصدر عن المركز الفلسطيني للتنمية و الحريات الاعلامية (مدى الاعلام)، ملف العدد: الفضائيات الفلسطينية في دائرة الضوء، 2013.

5. عبد الله الدبوبي و علي أمير ، اتجاهات طلبة جامعة العلوم التطبيقية نحو القنوات الفضائية(دراسة اجتماعية تربوية)، مجلة جامعة النجاح للابحاث(العلوم الانسانية)، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، ج25، ع3، 2011.
6. علي محمود العمري، واقع الفضائيات الإسلامية في العالم العربي، مجلة جنوب آسيا الطلابية الدولية، جامعة ماليزيا، ع2 + 3، رقم 105895، ديسمبر 2011 .
7. عيسى الشماس، تأثير الفضائيات التلفزيونية الاجنبية في الشباب، دراسة ميدانية على طلبة كلية التربية بجامعة دمشق، مجلة جامعة دمشق، سوريا، ج1، ع2 ، 2005.
8. محمد المسفر ، تأثير الفضائيات على الشباب العربي، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، ع3، د ت .

ثالثا : المذكرات و الرسائل :

1. إبراهيم ناصف ناصر عبد الله، عادات و أنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الاسلامية (قناة الرسالة أنموذجا)، مذكرة ماجستير في الاعلام، كلية الاعلام ، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2009/2010.
2. أسماء غريب ، عبد الحميد بلول ، أثر القنوات الفضائية العربية على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة ، مذكرة لنيل شهادة ليسانس (ل،م،د) في علم الاجتماع والاتصال المركز الجامعي بالوادي (2010. 2011)
3. آلاء أحمد هشام، مصباح عمار ، الإعلام مقوماته ضوابطه اساليبه في ضوء القرآن الكريم، رسالة ماجستير، كلية أصول الدين، عماد للدراسات العليا، الجامعة الاسلامية، غزة، فلسطين، 1430هـ/2009م.
4. أمل عجيل إبراهيم الحسناوي، الإعلام عند العرب قبل الإسلام ، دراسة تاريخية مذكرة لنيل الماجستير في تاريخ العرب قبل الإسلام، جامعة الكوفة، قسم التاريخ، كلية الآداب ، العراق، 1431هـ-2010م.

5. إيمان جبالي ، دلال مراد ، نسبية مباركى ، إتجاهات المرأة غير العاملة نحو الفضائيات الاسلامية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في العلوم الاسلامية (ل، م، د) المركز الجامعي بالوادي (2010. 2011)
6. رزيقة رحال ، صليحة مناصير ، مريم بوطي ، استخدامات طلاب الجامعة للقنوات الفضائية العربية والاشباكات المحققة منها ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس (ل.م.د) في علم الاجتماع والاتصال . المركز الجامعي بالوادي (2010. 2011)
7. أعمال مؤتمر الارهاب بين تطرف الفكر وفكر التطرف، الجامعة الاسلامية رحيمة الطيب عيساني ، الآثار الاجتماعية و الثقافية للعولمة الاعلامية على جمهور الفضائيات الاجنبية، (الشباب الجامعي بالجزائر أنموذجا)، أطروحة دكتوراة في علوم الاعلام و الاتصال ، كلية العلوم السياسية و العلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2006/2005.
8. زويبر زرزايحي، "مشاهدة طلبة جامعة جيجل الفضائيات العربية الدينية الإسلامية"، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2009 م.
9. سعيدة عباس، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية (دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات)، مذكرة ماجستير في الدعوة والإعلام، قسم الدعوة و الاعلام ، كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الاسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 1431هـ/2010م.
10. عبد الله حسين الصفار إتجاهات الطلبة الجامعيين الكويتيين نحو المسلسلات المدبلجة في القنوات العربية .لاستكمال الماجستير في الاعلام .كلية الاعلام جامعة الشرق الأوسط 2011-2012.
11. الطرابلسي أمينة، إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال، مذكرة ماجستير، قسم علوم الاعلام و الاتصال، كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية، جامعة منتوري ، قسنطينة، الجزائر، 2009/2010.

12. نديم ربحي محمد الحسن، إتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، رسالة ماجستير في الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية العلوم الانسانية ، الأردن، حزيران 2008.

13.

14. ياسين صالح علي، أثر القنوات الفضائية الاسلامية في التوعية الدينية، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم دعوة و اصول الدين، كلية العلوم الاسلامية، جامعة المدينة العالمية، ماليزيا، 1433هـ/2013م.

15. فوزية عبد الله العلي، استخدام المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية دراسة ميدانية، الإمارات المتحدة العربية. د ت

رابعا : المواقع الالكترونية

1. البث الفضائي العربي، دراسة غير منشورة، ص 2 ،
<http://mgoogle.com/saurl?http://cmceducationgerc> يوم الزيارة،
2014/05/01 .

2. الأصفهاني، مفردات غريب القرآن، (ت 502هـ)، ، ط2، islamicbook.com

3. عن الموقع <http://women.shmas.edu.eg/introne-learn/chapter04htm>

4. <http://www.startimes.com> يوم 2014/05/19 ، على الساعة 16:00

5. سهيل سات <http://ar.wikipedia.org/wiki> ، يوم 2014/05/19 ، على
الساعة 16:30 .

6. www.facebook.com/Media.Future.In.Egypt

7. الموقع الرسمي لجريدة الشرق القطرية www.al.charg.com/article/printphp

8. <http://ar.wikipedia.org>

9. <http://www.alanwar.tv>

10. www.alafasy.tv

11. www.alhekmah.tv
12. www.almajdtv.net
13. www.almustafa.tv
14. www.alnas.tv
15. www.alomma.tv
16. www.alresalah.net
17. www.el-khalijiya.com
18. www.fajr.tv
19. www.huda.tv
20. www.iqra-tv.net
21. www.islamonline.com
22. www.najah.tv
23. www.shadatv
24. www.tayba.tv

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة الوادي

لكلية العلوم الاجتماعية و الانسانية

قسم دعوة و اعلام و اتصال

أخي الفاضل أختي الفاضلة:

في إطار التحضير لمذكره ماستر على مستوى كليه علوم الاجتماعية

والانسانية، تخصص دعوة و اعلام و اتصال ، وذلك تحت عنوان :

القنوات الفضائية العربية و الاسلامية عند طلبة الجامعة

دراسة في العادات و الأنماط

- طلبة جامعة الوادي أنموذجا -

نقدم لكم هذا الاستبيان ونرجو منكم الإجابة على الاسئلة الوارده بكل موضوعيه

وهذا دون ذكر اسمكم علما ان اجابتم لن تستخدم إلا لغرض علمي، كما أنها

ستساهم في تطوير البحث العلمي .

نشكركم مسبقا على تعاونكم معنا لانجاز هذه الدراسة.

إستبيان

I. المعلومات الشخصية

1. الجنس ☐ أنثى ☐ ذكر ☐ مطلق
2. الحالة الإجتماعية ☐ أعزب ☐ متزوج ☐
3. الكلية : كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية ☐
- كلية التكنولوجيا و علوم الطبيعة و الحياة ☐
- كلية العلوم الادارية و القانونية و العلوم السياسية ☐
- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير ☐
- كلية الآداب و اللغات الأجنبية ☐

4. السكن : ☐ مع الأسرة ☐ في الإقامة الجامعية ☐ منفردا ☐

II. عادات و أنماط المشاهدة

5. هل يتوفر عندك جهاز اللاقط الهوائي (الدش) ☐ نعم ☐ لا
6. هل تشاهد القنوات الفضائية ☐ نعم ☐ لا
7. مانوع المحطات التي تشاهدها ☐ متخصصة ☐ شاملة ☐ دينية اسلامية ☐ تلفزيون الواقع ☐ تفاعلية ☐
8. عدد ساعات المشاهدة يوميا ☐ أقل من ساعة ☐ من 1-2 ساعة يوميا ☐
- ☐ من 2-3 ساعة يوميا ☐ أكثر من 3 ساعات يوميا ☐
9. هل تشاهد الفضائيات الاسلامية ☐ نعم ☐ لا
10. عدد ساعات المشاهدة يوميا ☐ أقل من 15 دقيقة ☐ من 30 دقيقة - 1 ساعة ☐
- ☐ من 1-2 ساعة ☐ أكثر من 2 ساعة ☐
11. الفترة المفضلة لمشاهدة الفضائيات العربية ☐ في الصباح الباكر ☐ من 7-10 صباحاً ☐ فترة الظهيرة ☐

☐ من 15:00 – 13:00 ☐ من 18:00 – 15:00 ☐ من 20:00 – 18:00
☐ من 00:00 – 20:00 ☐ بعد منتصف الليل

12. الفترة المفضلة لمشاهدة الفضائيات الإسلامية

☐ في الصباح الباكر ☐ من 7-10 مساءً ☐ فترة الظهر
☐ من 15:00 – 13:00 ☐ من 18:00 – 15:00 ☐ من 20:00 – 18:00
☐ من 00:00 – 20:00 ☐ بعد منتصف الليل

13. أفضل مشاهدة المحطات العربية

☐ وحدي ☐ مع الأسرة ☐ مع الأصدقاء ☐ مع الاخوة ☐ في أي مكان

14. أفضل مشاهدة المحطات الإسلامية

☐ وحدي ☐ مع الأسرة ☐ مع الأصدقاء ☐ مع الاخوة ☐ في أي مكان

15. ما الدافع لمشاهدة المحطات الإسلامية

☐ كسب الحسنات ☐ لمعرفة العلم الشرعي ☐ التاريخ الإسلامي
☐ الثقافة و التوعية ☐ للترفيه و التسلية في وقت الفراغ ☐ غير ذلك

16. البرامج التي تفضلها رتبها حسب الأهمية بوضع الأرقام من 1-12

☐ الاخبار ☐ رياضة و شباب ☐ مقابلات و حوارات
☐ درشة و مسابقات ☐ أغاني و كليبات ☐ أشرطة علمية و ثقافية
☐ تاريخ وثائقي ☐ برامج اطفال ☐ دراما و مسلسلات و أفلام
☐ أكاديمية و تعليمية ☐ صحة و طب ☐ أخرى

17. أكثر عشر قنوات فضائية تشاهدها رتبها حسب الأهمية من 1-10

1 2 3
 4 5 6
 7 8 9
 10

18. أكثر 10 قنوات اسلامية تشاهدها رتبها حسب الأهمية من 1-10

1 2 3
 4 5 6
 7 8 9
 10

19. أذكر خمسة قنوات تعتبرها دون القيمة الاعلامية ان وجدت

1 2 3
4 5

20. أذكر خمس قنوات اسلامية غير مفيدة للاسلام مع التعليل

1 2 3
4 5

III. تقييم القنوات العربية و الإسلامية

الرقم	الأنشآت بشكل عام	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	مشاهدة القنوات الفضائية جزء من حياتي					
2	قنواتي المفضلة تشبع حاجياتي كلها					
3	تعتبر المحطات الإسلامية بديلا عن محطاتي					
4	أجد في القنوات الإسلامية أشباعاتي كلها					
5	القنوات الدينية متحجرة لا يمكن أن تسير الواقع					
6	افتقار المحطات الإسلامية لبعض البرامج و عدم طرحها البديل أدى الى عزوفي عنها					
7	القنوات الإسلامية لا تهتم ببرامج الشباب و الرياضة					
8	القنوات الإسلامية لا أجد فيها أشباعاتي العاطفية و النفسية					
9	اختلاط العقائد و الأفكار و المبادئ في القنوات الإسلامية أكسبها عدم المصادقية					
10	بعضها يثير التعصب و الطائفية و هذا بعيد عن الإسلام					
11	أساند القنوات الإسلامية في كشفها الطوائف الضالة					
12	تطورت القنوات الإسلامية بشكلها و مضمونها عما كانت عليه في السابق					
13	القنوات الإسلامية طرحها صائب إلا أن أشباعاتي الذاتية تدفعني الى غيرها					
14	ضعف الوازع الديني أخذ بي الى القنوات غير الإسلامية					
15	البرامج التي تبث في القنوات الإسلامية توجد في غيرها و تزيد عنها					
16	مقدمو البرامج في الفضائيات غير الإسلامية أقرب الى قلب الطلبة من مقدمي البرامج الإسلامية					
17	مقدمو البرامج الإسلامية راديكاليون و معظم برامجهم تكرارية (بعيدون عن التجديد و المواكبة العصرية)					
18	الدعاة الذين يظهرون عبر الشاشات الإسلامية غير مؤثرين و لا ينالون المصادقية و لا شعبية					
19	حتى اكون ضمن العصر لابد أن اتابع النجوم و أستفيد منهم					
20	الآخراج و الشكل و الديكور في القنوات الإسلامية غير جذاب للمشاهد					
21	تتفوق المحطات العربية عن الإسلامية بالتصاميم الجديدة و الآخراج و الديكور					
22	الاشهار في القنوات الإسلامية جعلها رسالة تجارية بعيدة عن مضمونها و هذا يؤثر عليها					
23	المالكون للمحطات الإسلامية يبعدونها عن واقع المسلمين في العالم و هذا ما يجعلني انفر منها بعض الشيء					
24	في حال حذف القنوات الغير اسلامية فاني سأكتفي بالقنوات الإسلامية و تلبي رغباتي					

IV. ما هو اقتراحك للإعلام العربي بشكل عام و الإعلام الإسلامي بشكل

خاص

.....

.....

.....

.....

.....

.....

لجنة أعضاء تحكيم الاستبيان

العضو	الدرجة العلمية و التخصص
خالد حباسي	دكتورة في العقيدة و أستاذ في قسم الشريعة
خصير رشيد	ماجستير في الاعلام و الاتصال و أستاذ في قسم الشريعة
ميسة هشام	ماجستير في الاعلام و الاتصال و أستاذ في قسم الشريعة
الأدغم طاهر عمارة	ماجستير دراسات إسلامية و أستاذ في قسم الشريعة

فنا در این
بهر راسخ
ناما سر سنا

المواظبون
على الصلوة
والنوافل
والحج
والزكاة
والصيام
والاعتقاد
بالحق

فهرس الموضوعات

الصفحة	العنوان
	الإهداء
	شكر و عرفان
	ملخص
أ	مقدمة
	الفصل الأول المفاهيم و الإجراءات المنهجية للدراسة
5	أولا : الإطار المفاهيمي للدراسة
5	مشكلة الدراسة.
6	مبررات الدراسة.
7	أهداف الدراسة.
8	أهمية الدراسة
9	تساؤلات الدراسة
9	فرضيات الدراسة.
10	تحديد مفاهيم الدراسة(المصطلحات).
14	ثانيا :الإجراءات المنهجية للدراسة. (الإطار المنهجي للدراسة).
14	منهج الدراسة.
16	عينة الدراسة.
16	مجال الدراسة.

17	أدوات جمع بيانات الدراسة و تحليلها
18	الدراسات السابقة
29	موقع الدراسة من الدراسات السابقة.
	الفصل الثاني مظاهر الإتصال و نشوء الإعلام في الحضارات القديمة
32	تعريف الإعلام
34	الإعلام قبل الإسلام
37	الإعلام بعد الإسلام
38	أهم مراكز و محطات الإعلام
39	ظهور المطبعة
39	ظهور الطباعة في البلاد العربية
	الفصل الثالث ١٠ قمار الصناعية و البث الفضائي
43	الخلفية التاريخية عن تطور الأقمار الصناعية
47	أنواع الأقمار الصناعية
49	تجارب البث الفضائي المباشر في العالم
54	البث الفضائي في المنطقة العربية
	الفصل الرابع القنوات الفضائية
60	ظهور الفضائيات العربية
62	سمات الاعلام في القنوات الفضائية العربية
63	أنواع الفضائيات العربية
67	الفضائيات المتخصصة
68	أنواع القنوات المتخصصة
69	دوافع ظهور الفضائيات المتخصصة

70	تأثير الفضائيات العربية
80	الفضائيات الإسلامية
80	نشأة الفضائيات الإسلامية العربية
81	أهميتها
82	بعض القنوات الإسلامية
92	واقع الفضائيات الإسلامية و مستقبلها
94	أنواعها
95	سمات القنوات التليفزيونية الإسلامية بصفة عامة
95	السمات السلبية
97	السمات الايجابية
98	مشروع الفضائيات الإسلامية
102	مستقبل الفضائيات الاسلامية والفرص الدعوية المتاحة
	الفصل الخامس
	الدراسة الميدانية و تحليل البيانات
106	امتغيرات و البيانات الديمغرافية
106	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس
107	توزيع عينة الدراسة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية
108	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الكلية
108	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السكن
109	عادات و أنماط المشاهدة
109	توزيع عينة الدراسة حسب توفر جهاز اللاقط الهوائي
110	مشاهدة القنوات الفضائية و متغير الجنس و الكلية
111	توزيع عينة الدراسة حسب نوع المحطات الفضائية العربية و متغير الجنس
113	توزيع عينة الدراسة حسب عدد ساعات المشاهدة و متغير الجنس
114	توزيع عينة الدراسة حسب لمشاهدة القنوات الاسلامية ومتغير الجنس والكلية

116	توزيع عينة الدراسة حسب عدد ساعات مشاهدة القنوات الاسلامية و متغير الجنس
117	توزيع عينة الدراسة حسب الفترة المفضلة لمشاهدة الفضائيات العربية ومتغير الجنس
118	توزيع عينة الدراسة حسب الفترة المفضلة لمشاهدة الفضائيات الاسلامية ومتغير الجنس
120	توزيع عينة الدراسة حسب المكان المفضل لمشاهدة الفضائيات العربية ومتغير الجنس
121	توزيع عينة الدراسة حسب المكان المفضل لمشاهدة الفضائيات الاسلامية ومتغير الجنس
123	توزيع عينة الدراسة حسب الدافع لمشاهدة المحطات الاسلامية ومتغير الجنس
125	توزيع عينة الدراسة حسب البرامج المفضلة ومتغير الجنس
127	القنوات العربية موزعة حسب متغير الجنس
130	القنوات الاسلامية موزعة حسب متغير الجنس
133	القنوات التي تعتبرها العينة دون القيمة الاعلامية حسب متغير الجنس
134	القنوات التي تعتبرها العينة غير مفيدة للإسلام حسب متغير الجنس
136	تقييم القنوات العربية و الإسلامية
140	قترحات عينة الدراسة للإعلام العربي و الإسلامي
140	الاقتراحات للإعلام العربي
141	الاقتراحات للإعلام الإسلامي
143	خاتمة
146	فهرس الآيات
148	فهرس الأحاديث
150	فهرس الجداول
153	قائمة المصادر و المراجع

163	الملاحق
171	فهرس الموضوعات

تم بحمد الله