

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المركز الجامعي بالوادي

تخصص دعوة وإعلام وإتصال

معهد العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإسلامية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في العلوم الإسلامية

القنوات الفضائية الإسلامية ودورها الدعوي

قناة الرسالة أنموذجا- دراسة ميدانية لطلبة المركز الجامعي بالوادي-

إشراف الأستاذ:

رشيد خضير

إعداد الطالبتين:

❖ خولة رشدان

❖ هند قدودة

السنة الجامعية: 1433/1432هـ

2012/2011م

"القنوات الفضائية الإسلامية ودورها الدعوي" قناة الرسالة أنموذجاً

* إعداد: رشان خولة - هند قدودة

* إشراف الأستاذ: رشيد خضير

* الملخص *

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على القنوات الفضائية الإسلامية ودورها الدعوي، خصوصاً قناة الرسالة الفضائية، وهدفت أيضاً إلى تقييم طلبة وطالبات المركز الجامعي بالوادي لمشاهدتهم لقناة الرسالة الفضائية.

تكون مجتمع الدراسة من الطلبة الملتحقين بالمركز الجامعي بالوادي، المسجلين لعام 2011-2012م، حجم العينة يبلغ مئة طالب وطالبة (علوم إسلامية، علوم اجتماعية).

وكانت أداة الدراسة إستبائية مكونة من ثلاثة عشر سؤالاً للإجابة. وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الثالثة:

إن أنماط المشاهدة عند طلبة المركز الجامعي للقنوات الفضائية الإسلامية، قناة الرسالة، كانت كما يلي:

- أن القناة المفضلة للمشاهدة من طرف الطلبة هي قناة الرسالة الفضائية.
- تبين لنا من خلال الدراسة أن أفراد العينة يشاهدون القناة عند برامج معينة بنسبة كبيرة.
- توصلت النتائج إلى أن الطلبة يفضلون برنامج السيرة النبوية بالدرجة الأولى ثم برنامج روائع من السيرة ثم برنامج قصة بني ثم برنامج حوار في النور بنسبة أقل.
- تدل النتائج على أن الفترة الغالبة في المشاهدة هي فترة السهرة، وكذلك الفترة المسائية.
- أكبر نسبة في وقت المشاهدة هي: من ساعة إلى ثلاث ساعات، وكذلك أقل من ساعة تحتل مرتبة عالية.
- بالنسبة لسبب المشاهدة دلت النتائج على أن أكثر نسبة في زيادة معارف الدينية ثم يليها سبب التثقيف بنسبة معتبرة.
- الدافع لمشاهدة القناة هي التوعية الدينية وتحتل المرتبة الأولى، ثم تليها مرتبة الفتاوى الشرعية.
- أوضحت النتائج أن مشاهدة الطلبة للقناة كانت مشاهدة جماعية.
- الداعية المفضل لدى طلبة المركز الجامعي هو محمد العريفي ثم الداعية عائض القرني.

* الكلمات المفتاحية:

الإعلام - الدعوى - القنوات الفضائية

شكر وتقدير

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لو لا هدايه والحمد لله الذي أعاننا ووفقنا لإتمام هذا العمل وما كنا لنتمه لو لا توفيقه لنا.

قال تعالى: ﴿وَمَا بِكُمْ مِنْ نِعْمَةٍ فَمِنَ اللَّهِ﴾ سورة النحل الآية [53].

الشكر.... كل الشكر وكل الحمد لله تبارك وتعالى.

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: «من لم يشكر القليل يشكر الكثير، ومن لم يشكر

الناس لم يذكر الله»

كما نتوجه بالشكر الجزيل للأستاذ المشرف "خضير رشيد" الذي كان خير العون في إنجاز هذا البحث فجزاه الله خير الجزاء.

كما نتقدم بخالص الشكر وفائق الاحترام إلى الأستاذ "ميسة هشام" الذي ساعدنا كثيرا بإرشاداته المميزة وتوجيهاته الصائبة وصبره علينا فكان لنا السند العظيم في مرافقته ومتابعته لكل جزئية من جزئيات البحث بدءاً من اختيار الموضوع إلى أن أصبح على النحو المقدم فنتمنى له التوفيق والنجاح الدائم.

إلى كل من ساعدنا ولو بكلمة طيبة في إنجاز هذا البحث، وإلى السيد رئيس قسم العلوم الإسلامية "محمد رشيد بوغزالة"

نسال الله التوفيق والسداد، لكل محبي الخير وأن يوفق الجميع في خدمة هذا الدين وإعلاء رأيه وهو حسبنا ونعم الوكيل.

فهرس المحتويات

| الصفحة | الموضوع |
|--------|--|
| | شكر وتقدير |
| | ملخص الدراسة |
| | فهرس المحتويات |
| | فهرس الجداول والأشكال |
| | الإهداء |
| أ-ب | المقدمة |
| | القسم النظري |
| 17-11 | الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة |
| 12 | أولا: مشكلة الدراسة |
| 12 | ثانيا: تساؤلات الدراسة |
| 13 | ثالثا: أهداف الدراسة |
| 13 | رابعا: أهمية الدراسة |
| 13 | خامسا: دوافع اختيار الموضوع |
| 14 | سادسا: مفاهيم الدراسة |
| 16 | سابعا: الدراسات السابقة |
| 17 | ثامنا: نوع الدراسة ومنهجها |
| 22-18 | الفصل الثاني: ماهية الإعلام الإسلامي |
| 19 | تمهيد |
| 19 | أولا: تعريف الإعلام الإسلامي |
| 19 | ثانيا: خصائص الإعلام الإسلامي |
| 21 | ثالثا: وظائف الإعلام الإسلامي |
| 22 | رابعا: أسس الإعلام الإسلامي |
| 28-23 | الفصل الثالث: القنوات الفضائية الإسلامية |
| 24 | أولا: القنوات الفضائية الإسلامية |
| 24 | تمهيد |
| 24 | 1- تعريف الفضائيات الإسلامية |
| 24 | 2- نشأة الفضائيات الإسلامية |
| 24 | 3- أسباب ظهور الفضائيات الإسلامية |
| 25 | 4- أهداف القنوات الفضائية الإسلامية |
| 25 | 5- إيجابيات وسلبيات القنوات الفضائية الإسلامية |
| 26 | ثانيا: قناة الرسالة الفضائية |
| 26 | 1- تعريف قناة الرسالة |
| 27 | 2- أهداف قناة الرسالة |
| 27 | 3- سياسات وقيم قناة الرسالة |

| | |
|-------|---|
| 28 | 4-برامج القناة |
| | القسم الميداني |
| 43-30 | الفصل الرابع: الدراسة الميدانية وإجراءاتها المنهجية |
| 30 | تمهيد |
| 31 | أولاً: مجال الدراسة |
| 31 | ثانياً: مجتمع الدراسة والعينة |
| 32 | ثالثاً: أداة جمع البيانات |
| 32 | رابعاً: خصائص العينة |
| 33 | خامساً: تحليل نتائج الدراسة الميدانية |
| 41 | سادساً: خلاصة نتائج الدراسة الميدانية |
| 44 | الخاتمة |
| 45 | المصادر والمراجع |
| | الملاحق |

فهرس الجداول

| الصفحة | عنوان الجدول | الرقم |
|--------|---|-------|
| 31 | توزيع عينة الدراسة حسب الجنس | 1 |
| 32 | توزيع عينة الدراسة حسب التخصص | 2 |
| 32 | توزيع عينة الدراسة حسب السن | 3 |
| 33 | توزيع عينة الدراسة حسب الجنس ودرجة مشاهدة الطلبة للقنوات الفضائية | 4 |
| 33 | توزيع عينة الدراسة حسب النوع والقنوات الإسلامية المفضلة | 5 |
| 34 | توزيع عينة الدراسة حسب الجنس وأيام مشاهدة القناة | 6 |
| 35 | توزيع عينة الدراسة حسب الجنس والبرامج المفضلة | 7 |
| 36 | توزيع عينة الدراسة حسب الجنس وفترات المشاهدة | 8 |
| 36 | توزيع عينة الدراسة حسب الجنس وحجم المشاهدة | 9 |
| 37 | توزيع عينة الدراسة حسب الجنس وسبب المشاهدة | 10 |
| 37 | توزيع عينة الدراسة حسب الجنس والدافع لمشاهدة القناة | 11 |
| 38 | توزيع عينة الدراسة حسب الجنس ومعية المشاهدة | 12 |
| 39 | توزيع عينة الدراسة حسب الجنس والدعاة المفضلون | 13 |

فهرس الأشكال

| الصفحة | عنوان الشكل | الرقم |
|--------|---|-------|
| 31 | توزيع عينة الدراسة حسب الجنس | 1 |
| 32 | توزيع عينة الدراسة حسب التخصص | 2 |
| 32 | توزيع عينة الدراسة حسب السن | 3 |
| 34 | توزيع عينة الدراسة حسب النوع والقنوات الإسلامية المفضلة | 4 |
| 39 | توزيع عينة الدراسة حسب الجنس والدعاة المفضلون | 5 |

المقدمة

أصبح من مكرر القول أن نقر بأن عصرنا الحاضر هو عصر الإعلام، من حيث أنه يعيش انتشاراً واسعاً وكبيراً لوسائل الإعلام السمعية والبصرية، وكذلك كثرة الفضائيات بنوعها العربية والدينية، كما هو واقع حالياً أي أن أساليبه متنوعة في مجالات كثيرة مؤثرة، حيث استولت هذه الرسائل الإعلامية على أوقات الناس واستقطبت اهتماماتهم وغدت ظاهرة عالمية لا تقتصر معالمها على مجتمع دون آخر ثم إن الإعلام وسيلة إعلامية لا يستغني عنها في هذا العصر الذي تعيش فيه الأمة من الشتات والتفرق، وتواجهها تيارات مغرضة، صيرت الأمة على غير حقيقتها ولصقت التهم الباطلة بالإسلام في محاولة لتفجير صراع حضاري، وإدخال المسلمين في معارك ثقافية تستنزف طاقاتهم وتشتت جهودهم وتشق صفوفهم.

وقد تطورت وسائل الإعلام وانتشرت القنوات الفضائية التي تدعو بعضها إلى الفساد ومساوئ الأخلاق وما تعرضه من أغاني هابطة وفن ماجن مثلاً، فكانت الأمة بحاجة إلى من يخلصها من هذه البلوى التي أصابتها.

وإن هذه الوقائع المؤلمة التي تمر بها الأمة الإسلامية لا تنقص من قيمتها، فهي تقاوم وتتألم بمبادرات إعلامية إسلامية تسهم في توحيد الصف الإسلامي بالنهج الأصيل التي تحافظ فيه الأمة على خيريتها.

فمن الواجب على المسلمين أن ينهضوا إلى التعاون في بناء إعلام إسلامي قوي يساهم في التعريف بحقائق الإسلام وبيان مواقفه الخالدة من قضايا العصر.

وإبراز دعوته إلى الإسلام، وحرصه على التعايش السلمي بين الأمة الواحدة جمعاء ولهذا السبب برزت قنوات بتوجهات الإسلامية، تحاول أبعاد الشباب المسلم من الضياع المحتوم، فحملت على عاتقها مسؤولية البحث عن بديل إسلامي، بديل يتماشى مع طبيعة الناس ويراعي تباين ظروفهم وطبائعهم وأعرافهم، لا سيما أن الإسلام رسالة إلى الناس كافة وللزمن كله وقد كانت قناة الرسالة الفضائية هي محل للدراسة.

وتسعى قناة "الرسالة" لتقديم إعلام عربي هادف ومميز يلبي حاجة المشاهد من خلال مجموعة متنوعة من البرامج الجادة التي تمس حياته وتتناول اهتماماته الروحية والثقافية

والاجتماعية والاقتصادية، وتشبع رغباته الإنسانية من منظور إسلامي وتقدمها برؤية
عصرية.

ونظراً لقلّة البحوث السابقة التي تستهدف معرفة العلاقة بين المتلقي والوسيلة
الإعلامية، جاءت هذه التي هي بعنوان "القنوات الفضائية الإسلامية ودورها الدعوي -
قناة الرسالة أنموذجاً".

ولقد استخدمنا منهج "المسح".

و قسمنا الدراسة إلى أربعة فصول:

الفصل الأول وهو الإطار المنهجي للدراسة ويتضمن مشكلة الدراسة ودوافع اختيار
الموضوع وأهمية وأهداف الدراسة وعرض مختصر لبعض الدراسات السابقة، وكذلك
تناول نوع الدراسة ومنهجها ومجتمع ومفاهيم الدراسة والعينة.

أما الفصل الثاني فقد تناولنا فيه ماهية الإعلام الإسلامي (تعريف الإعلام الإسلامي،
خصائصه، وظائفه، أسسه).

أما الفصل الثالث قسمناه إلى مبحثين، المبحث الأول القنوات الفضائية الإسلامية
(تعريف الفضائيات الإسلامية، نشأتها، أسباب ظهورها، أهدافها، أهميتها)، أما المبحث
الثاني فقد تحدثنا فيه عن قناة الرسالة الفضائية (تعريفها، أهدافها، سياسات وقيم القناة،
مواضيع وبرامج القناة).

أما الفصل الرابع فقد اشتمل على (توصيف مجتمع الدراسة، أداة جمع البيانات،
خصائص عينة الدراسة، تحليل نتائج الدراسة، خلاصة النتائج) مستعينين باستمارة
الاستبيان والتي تضمنت ثلاثة عشرة سؤالاً.

كما ذيلت الدراسة بخاتمة وقائمة المصادر والمراجع ثم الملاحق.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة

يعتبر البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية ظاهرة إعلامية مهمة خاصة في وقتنا الحاضر فهو عصر الفضائيات الذي ساعد على ظهور كم هائل من القنوات الفضائية الإسلامية وهي في تزايد¹ والتي تمثل أكثر الوسائل انتشاراً وأقدرها على الوصول إلى عدد كبير من الجماهير باعتبارها وسيلة لاختصار المسافات والأزمنة ونقل المعلومات والأخبار المختلفة وتضمن به نوعاً من الجاذبية والواقعية في التأثير على المجتمع الإسلامي.

ففي ظل التحديات التي تواجه الأمة الإسلامية على كافة الأصعدة والحصار الإعلامي الشامل الذي يحيط بالمجتمعات أظهرت قنوات فضائية متخصصة ذات المضمون الإسلامي، في سبيل أداء الدور الفعال في توعية وتنقيف الجماهير من ينابيع العقيدة الإسلامية الصافية.

ومن هنا هيئت ظروف خصبة لظهور قناة خصبة حصل لها الشرف أن تبني أطروحة الإعلام الإسلامي، ولقد لقيت إقبالا كبيرا من طرف الجمهور وهي قناة "الرسالة" الفضائية التي كان شعارها "الرسالة إبداع وأصالة".

وكما كانت لها مكانة مرموقة في الفضاء الإعلامي ومن هنا جاءت هذه الدراسة تدور حول: ما دور قناة الرسالة الفضائية؟.

¹ جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال والوظائف، الهياكل، الأدوار، دط، دد، بن عكنون، الجزائر، 2010م، ص: 161.

ثانيا: التساؤلات

للإجابة عن إشكالية دراستنا ارتأينا إلى أن نطرح مجموعة من الأسئلة والتي تسعى الدراسة للإجابة عنها وتمثلت فيما يلي:

- 1- فيما تتمثل أهمية القنوات الفضائية؟
- 2- ما هي أهم ايجابيات وسلبيات القنوات الفضائية الإسلامية؟
- 3- ما هي الأهداف التي تسعى قناة الرسالة الفضائية لتحقيقها؟
- 4- ما أهم برامج قناة الرسالة الفضائية؟
- 5- ما هي القنوات الفضائية الإسلامية التي يقبل طلاب الجامعة على مشاهدتها؟
- 6- ما هو حجم مشاهدة الطلاب للقنوات الفضائية الإسلامية؟
- 7- ما هي الإشاعات المحققة من مشاهدة برامج قناة الرسالة؟

ثالثا: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور قناة الرسالة الدعوي ويتفرع عن ذلك جملة من الأهداف تتمثل فيما يلي:

- 1- معرفة الأهداف التي تسعى قناة الرسالة لتحقيقها.
- 2- معرفة البرامج التي تقدمها القناة.
- 3- أهم القنوات الفضائية الإسلامية التي يقبل طلاب الجامعة على مشاهدتها.
- 4- معرفة أوقات مشاهدة الطلاب للقناة.
- 5- التعرف على أهم الإشاعات التي تحققها قناة الرسالة الفضائية.

رابعا: أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة كونها ركزت على قناة الرسالة الفضائية والقنوات الفضائية الإسلامية من خلال:

- 1- الدراسة الحالية لها أهمية كبيرة في الإعلام الإسلامي والتي تدور حول القنوات الفضائية الإسلامية ودورها الدعوي، قناة الرسالة الفضائية نموذجا.
- 2- وجود أنواع جديدة من المحطات الفضائية على الساحة الإعلامية.
- 3- قضاء الطلبة كثيرا من أوقاتهم أمام شاشة التلفزيون.
- 4- الازدياد الملحوظ بعدد المحطات الفضائية الإسلامية.

خامسا: دوافع اختيار الموضوع

أن دوافع الاختيار لموضوع بحثنا هذا، يتمثل في مجموعة من النقاط:

1- دوافع موضوعية:

- * نظرا لأهمية الإعلام في حياتنا وقدرته على بناء مجتمع متماسك وسليم وهذا ما دفعنا إلى البحث عن حقيقة الإعلام المثالي.
- * ضرورة استخدام وسائل الدعوة في الإعلام وخاصة القنوات الفضائية.
- * إثراء المكتبة الجامعية بمثل هذه المواضيع.

2- دوافع ذاتية:

- * رغبتنا الشخصية في معرفة هذه القناة ومحبتنا للتخصص في حد ذاته "دعوة وإعلام واتصال".
- * رغبتنا في معرفة مدى نجاح الإعلام الإسلامي وتطبيقه في الواقع.

سادسا: مفاهيم الدراسة

1- مفهوم الدعوة:

- * **الدعوة في اللغة:** دعوة بالكسر أي قرابة وإخاء والدعوة بالفتح في الطعام اسم من دعوت الناس إذا طلبتهم ليأكلوا عندك، يقال نجد في دعوة فلان ومدعاته ودعاته، ادعيت الشيء تمنيته وادعيته أي طلبته لنفسه، قال ابن فارس الدعوة المرة وبعض العرب يؤنثها بالألف فيقول الدعوى وقد يتضمن الادعاء بمعنى الإخبار، يقال فلان يدعي بكرم فعاله أي يخير بذلك عن نفسه وجميع الدعوى هي الدعوى بكسر الواو وفتحها.²

- * **الدعوة في الاصطلاح:** تبليغ وبيان لما جاء به الإسلام.³ أو هي وصف بعض الوعاظ الذين يرفقون القلوب ويذكرون بالخير ويعينون على العبادة⁴، والدعوة أنها برنامج نظم في أطوائه جميع المعرف التي يحتاج إليها جميع الناس ليبتتر الغاية من محياهم وليستكشف معالم الطريق التي تجمعهم راشدين.⁵ كما تعرف أيضا على أنها النداء إلى فعل ما أمر الله به من الأقوال والأعمال وترك ما نهى الله عنه من الأقوال والأعمال⁶، فمقام الدعوة إلى الله أفضل مقامات العبد.⁷

² أحمد بن محمد بن علي الفيومي المقرئ، المصباح المنير، د ط، د، لبنان، 1987/هـ 770م، ص: 74.

³ محمد أبو الفتح البيانوني، المدخل إلى علم الدعوة، ط 2، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1415/هـ 1995م، ص: 14.

⁴ محمد الغزالي، الدعوة الإسلامية تستقبل قرنها الخامس عشر، ط 2، مكتبة وهبية، القاهرة، 141/هـ 1990م، ص: 8.

⁵ محمد الغزالي، مع الله دراسات في الدعوة والدعاة، ط 6، دار النهضة، مصر، 2005، ص: 13.

⁶ فوزين هليل بن رباح السحيمي، أسس منهج السلف في الدعوة إلى الله، ط 1، دار ابن عفان، السعودية، القاهرة، 1423/هـ 2003م، ص: 31.

⁷ صادق أمين، الدعوة الإسلامية طريق الخلاص، ط 1، مؤسسة الأهرام، القاهرة، 1414/هـ 1993م، ص: 8.

* تعريف الدعوة إجرائيا: وهي الحث على الهدى والخير والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بتحقيق الفوز في العاجل والأجل، وتبليغ الإسلام للناس وتعليمهم.

2- مفهوم الإعلام:

* **الإعلام في اللغة:** الإعلام هو الترجمة العربية لكلمة (information) التي تعني في اللغة الإنجليزية (خبر أو نبأ أو إشعار أو إنباء) ومنها (informer) والتي تعني (مخبر، مبلغ، فتان، وقاع) ومنها أيضا (informed) و (inform) والتي تعني أعلم، يعلم. والإعلام في اللغة العربية مشتق من الفعل أعلم يعلم إعلاما ويأتي بمعنى الأثر أي الشيء، فالإعلام يختص بالأخبار السريعة والإعلام بمعنى التبليغ، وأصل كلمة إعلام أنها مصدر من أعلم ومعناها وضع علامة على كل شيء.⁸ ومادة (علم) و (أعلم) و (إعلام) في المعاجم العربية تقابل مفهوم معلومات أو استعلامات بمعنى الإخبار أو الإبلاغ.⁹

* **تعريف الإعلام إجرائيا:** هو أداة للتعبير عن حرية الفرد من خلال حقه في ممارسة حريته السياسية والمدنية وحقه في التعبير عن أفكاره وآراءه، وهو نشاط اجتماعي يقوم على نشر المعلومات التي تهم الرأي العام من خلال وسائل الإعلام المختلفة

3- مفهوم القنوات الفضائية:

* **القنوات في اللغة:** جمع قناة والمراد بها في اللغة الرمح و(قناة) الظهر و(القناة) المحفورة بجمع الكل على (قنى) مثل حصاة وحصى و(قناء) مثل جبال و(قنوات) و(قنو) على فعول و(قنيت) (القناة) بالتشديد احتقرتها و(قنوت) الشيء (اقنوه) (قنوا).

* **الفضائية في اللغة:** بالمد المكان الواسع و(فضا) المكان (فضوا) من باب قعدا إذا اتسع فهو فضاء، (فضا المكان فضاء وفضو) كعلو (اتسع) فهو فاض.¹⁰

* **القنوات الفضائية:** هي القنوات التي تبث عبر أقمار الاتصال الفضائية برامجها وسياساتها ومحتواها.¹¹ فهي تعد أدوات للإعلام والتنقيف. ونشر المعرفة وتعميم نفعها، وهي وسيلة لخدمة الأهداف الدينية والوطنية والإنسانية العامة.¹²

* **تعريف القنوات الفضائية إجرائيا:** وهي القنوات التي تبث للمشاهد برامج باللغة العربية سواء عن طريق الكتب، الجرائد، الراديو، التلفزيون.

سابعا: الدراسات السابقة

من خلال إطلاعنا على الدراسات التي أجريت في هذا الموضوع وجدنا بعض الدراسات على بعض القنوات الأخرى وهي:

⁸ ابن منظور ، لسان العرب المحيط ، دار العرب ، م ج...، ص...
⁹ خضر بن كامل محمد اللحياني، دور الإعلام التربوي في تربية طلاب المرحلة الابتدائية بتعليم العاصمة المقدسة، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة كولومبس، الولايات المتحدة الأمريكية، 1427/2006م، ص: 9.
¹⁰ سالم بن علي القحطاني، أثر القنوات الفضائية، د ط، د د، أم درمان، السودان، 1427/2006م، ص: 4.
¹¹ أثر وسائل الدعوة وأساليب الاتصال في زيادة تدين طلبة قسم الدعوة والإعلام الإسلامي في كلية الشريعة، إبراهيم أبو عرقوب، إبراهيم محمد الجوارنة، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، مجلد 7، العدد 3، 1432/2011م، ص: 217.
¹² عبد الملك الدناني، البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية، د ط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006م، ص: 173.

1- الدراسة الأولى: تتمثل إشكالية الدراسة في:

ما عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الإسلامية ولقناة الرسالة الفضائية؟¹³

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 2010/2009م.¹⁴

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 عرى متغير الجنس ولصالح الإناث.¹⁵

2- الدراسة الثانية: تتمثل إشكالية الدراسة في:

إلى أي مدى تسهم بعض البرامج الدينية في قناة المجد الفضائية في تحقيق أهداف التربية الإسلامية؟

والمنهج الذي اعتمده الباحثة في دراستها هو منهج تحليل المحتوى.¹⁶ ومن أهم نتائج هذه الدراسة:

- * تعد القنوات الفضائية من أهم الوسائل في إكساب الشباب القيم الإسلامية.
- * تعتبر قناة المجد الفضائية من القنوات الرائدة في مجال العناية بالقيم الإسلامية وغرسها في نفوس المشاهدين.
- * بناء القيم الإسلامية ليست مسؤولية الإعلام فحسب، بل مسؤولية مشتركة بين جميع مؤسسات المجتمع الرسمية وغير الرسمية.
- * يفقد الشباب على قنوات إسلامية متعددة تحتوي على برامج علمية وثقافية مدروسة تواجههم فكريا وعلميا وعقليا.¹⁷

¹³ إبراهيم ناصف ناصر عبد الله، عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية قناة الرسالة أنموذجا، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2010/2009م، ص: 3.

¹⁴ إبراهيم ناصف ناصر عبد الله، المرجع نفسه، ص: 57.

¹⁵ إبراهيم ناصف ناصر عبد الله، المرجع نفسه، ص: ف.

¹⁶ فائزة بنت حميدان الصاعدي، إسهام بعض البرامج الدينية في قناة المجد الفضائية في تحقيق أهداف التربية الإسلامية، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم التربية الإسلامية المقارنة، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 1428/1429هـ، ص: 8-9.

¹⁷ فائزة بنت حميدان الصاعدي، المرجع نفسه، ص: 16.

ثامنا: نوع الدراسة ومنهجها

النهج هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن الحقيقة أو من أجل البرهنة عليها¹⁸ أو هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة.¹⁹

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي وهو عملية تقدم بها المادة العلمية كما هي في الواقع²⁰ ويعرفه علماء البحث الوصفي بأنه كل استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر التربوية أو النفسية كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها.²¹ ومن أنسب المناهج العلمية الملائمة للدراسة الوصفية هو منهج المسح أي (مسح الجمهور) وهو دراسة نقوم بها بقصد الكشف عن مشاكل المجتمع ويعرفه "برجس" بأنه دراسة علمية لظروف المجتمع واحتياجاته بقصد تصميم برنامج بنائي لتقدمه الاجتماعي.²²

¹⁸ عبد العزيز بن عبد الرحمن بن ربيعة، البحث العلمي، ط 2، د د، د م، 1420 هـ/2000 م، ج 1، ص: 173.
¹⁹ عبد الهادي الفضلي، أصول البحث، ط 1، دار المؤرج العربي، بيروت، 1412 هـ/1992 م، ص: 50.
²⁰ فريد الأنصاري، أجديات البحث في العلوم الشرعية، ط 1، الدار البيضاء، د م، 1417 هـ/1997 م، ص: 66.
²¹ إعداد هيئة التأطير بالمعهد، منهجية البحث، سند تكوين لفائدة المفتشين في مختلف الأطوار التعليمية، 2005 م، ص: 23.
²² مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط 1، د د، د م، 2000 م، ص ص: 129-130.

الفصل الثاني

ماهية الإعلام الإسلامي

تمهيد

الإعلام الإسلامي هو أساس تنظيم الحياة والمجتمعات الإسلامية الأخرى، والذي يمكن الناس من التعامل والتكافل والتعارف فيما بينهم ويتأثر بمجموعة النظم الاجتماعية ويتميز إعلام المسلمين عن غير المسلمين باختلاف عقائدهم وسلوكهم وعاداتهم وثقافتهم.

1- تعريف الإعلام الإسلامي

* يعرفه الدكتور منير حجاب بقوله: الإعلام الإسلامي هو جهد فني وعلمي مدروس ومستمر وصادق من قبل قائم باتصال هيئة كانت أم جماعة أم فردا لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغرض تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته.²³

* كما يعرفه الدكتور محي الدين عبد الحليم بقوله: هو تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة، بواسطة قائم الاتصال، لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها.²⁴

* ويعرفه الشنقيطي بأنه: حمل مضامين الوحي الإلهي، ووقائع الحياة البشرية المحكومة بشرع الله إلى الناس كافة.²⁵

* تعريف الإعلام الإسلامي إجرائيا: الإعلام الإسلامي: هو تزويد الناس بحقائق الدين الإسلامي والأخبار الصحيحة والصادقة بأسلوب فني إعلامي وبمنهج إسلامي بواسطة وسائل الإعلام المختلفة، بهدف ترسيخ وتعميق فكرة الإسلام في نفوس وقلوب المسلمين جميعا وتوعيتهم وتوجيههم وإرشادهم.

2- خصائص الإعلام الإسلامي

جعلت النظرية الإعلامية الإسلامية للإعلام الإسلامي مجموعة من الخصائص العامة التي ميزته بها عن الإعلام المعاصر ويمكن أن نحدد هذه الخصائص على النحو التالي:

* يعتبر كل أفراد المجتمع الإسلامي قائمين بالاتصال ومسؤولين عن تبليغ الدعوة. كل على حسب قدرته وعلمه، والتمثلة في قوله تعالى: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ﴾²⁶.

* الإعلام الإسلامي إعلام هادف موجه لتحقيق هدف واحد وهو إعلاء كلمة الله.

* الإعلام الإسلامي قائم على الإقناع لا على أساس الإكراه.

²³ مصطفى إبراهيم، الصحافة في ضوء الإعلام، مكتبة الطالب الجامعي، مكة المكرمة، 1988/1987م، ص: 17-19.

²⁴ محمد خبير رمضان يوسف، من خصائص الإعلام الإسلامي دعوة الحق، تصدرها رابطة العالم الإسلامي، السنة الثامنة، العدد 97، مكة المكرمة، 1989/1410م، ص: 12.

²⁵ إنصاف بنت أيوب بن حمدان المومني، إسهام الإعلام في استقرار الأسرة الأردنية في ضوء أهداف التربية الإسلامية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، في الأصول الإسلامية للتربية، قسم التربية الإسلامية والمقارنة، جامعة أم القرى السعودية، 1432هـ/2011م، ص: 13.

²⁶ سورة يوسف الآية [108].

* تتسم الرسالة الإسلامية في الإسلام بالثبات حيث أن مصدرها الله رب العالمين بخلاف رسالات الإعلاميين الأخرى.

* اعتمد الإعلام الإسلامي نظرية المثل والقدرة الحسنة.

* اعتمد الإعلام الإسلامي الأسلوب الموضوعي القائم على التحليل والوضوح والتأمل.²⁷

* عقدي مسلكي: ونعني بهذا أنه قائم على العقيدة والإيمان، مرتبط بأحكام الإسلام وتعاليمه وهدية وأخلاقه، فإن أول ما نزل على الرسول ﷺ قوله تعالى: ﴿ اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ

الَّذِي خَلَقَ (1) خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ (2) اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ (3) الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ (4) عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ (5) ﴾²⁸.

* إنه حسبة لله عز وجل: أي يقوم به العبد تقرباً إلى الله، محتسباً أجره عنده، لا يبتغي غير وجه الله، في ذلك. لا يريد من الخلق جزاء ولا شكوراً، عن سهل ابن سعد - ﷺ - أن رسول الله ﷺ قال لعلي ﷺ: «فَوَ اللَّهُ لَأَنْ يَهْدِيَ اللَّهُ بِكَ رَجُلًا وَاحِدًا خَيْرٌ لَكَ مِنْ حَمْرٍ النَّعَمِ».²⁹

* إنه إعلام موثق، لأنه مبني على قواعد التثبت الذي أمر الله تعالى بها، كما في قوله تعالى: ﴿وَأَسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ﴾³⁰.

* إعلام منهجي هادف يقوم على منهج الإسلام وبيانه من خلال القرآن الكريم، والسنة المطهرة.

* عام شامل: عموم الإسلام وشموله، فهو صوته ولسانه وقلمه وبيانه المعبر عن عقيدته وأحكامه وشرائعه، المبين لأدابه وأخلاقه.

* بابه مفتوح لجميع المسلمين، لا يختص بفئة معينة أو بجماعة دون أخرى.

* تنوع أساليبه على مختلف وسائله.³¹

3- وظائف الإعلام الإسلامي

²⁷ محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص ص: 128-129.

²⁸ سورة العلق الآيات [1-5].

²⁹ صحيح البخاري، فضائل الصحابة، مناقب علي ﷺ، 3701، ج 7، ص: 87.

³⁰ سورة البقرة الآية [282].

³¹ محمد عجاج الخطيب، أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، ط 2، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1987م، ص ص: 13-17.

يمكن تقسيم وظائف الإعلام إلى مجموعتين كبيرتين هما: مجموعة الوظائف البنائية ومجموعة الوظائف المعيارية، فيدخل في نطاق مجموعة الوظائف البنائية كل وظيفة أو واجب أو مهمة أنيطت بوسائل الإعلام.³²

وتختلف تلك الوظائف وأبعادها وتتمحور أساليب الوظيفة الإخبارية في التلقين والتعريض والتخويف والتهديد والإنكار.

وهناك قواعد أساسية للأخبار يمكن على ضوءها وضع سياسة إعلامية تحقق لإعلامنا الأصالة والتميز تتمثل في أن الأخبار ينبغي أن ينصب على الشخصية العامة للأمة.³³

أما الوظائف المعيارية فيقصد بها في هذه النظرة جمع الضوابط والحدود التي تضبط حركة وظائف البناء لكي تؤدي وظيفة الإخبار دورها في توعية الناس وتنويرهم وتبصرهم.

ويلاحظ أن هذا التقسيم لوظائف الإعلام قد يكون تقسيما تعسفا الصعوبة الفصل بينها، لذا فإن الواقع يشهد أنه ليس بالإمكان تأدية الوظائف البنائية بمعزل عن الوظائف المعيارية، فالإخبار قد يكون بعضه تعليما والتعليم قد يكون بعضه إخبارا، وهكذا الإرشاد والتوجيه.

ويمكن محاولة حصر وظائف الإعلام الإسلامي حصرا دقيقا ومع ذلك يمكن ذكر نماذج أساسية لتلك الوظائف في باب الوظائف البنائية من مثل:

* الوظيفة الإخبارية بأبعادها المختلفة، الوظيفة الاجتماعية، الوظيفة الحضارية، وظيفة التنمية، الوظيفة الإنسانية، وظيفة التسرية، وظيفة تحصين الرأي العام، وظيفة هدم العقائد الفاسدة، وإقامة العقيدة الصحيحة مكانها، وظيفة التثبت وبت الطمأنينة في قلوب المؤمنين.³⁴

4- أسس الإعلام الإسلامي:

³² محمد سداتي الشنقيطي، الإعلام الإسلامي الأهداف والوظائف، ط 2، دار الفضيلة، ص: 67.

³³ فائزة بنت حمدان الصاعدي، مرجع سابق، ص: 39.

³⁴ محمد سداتي الشنقيطي، مرجع سابق، ص: 67-73.

* احترام الجمهور عند إمداده بالمعلومات: لو نظرنا إلى الجانب الإعلامي الذي كان يمارسه الرسول ﷺ نجد أنه كان يعمد إلى إذاعة البيانات على الناس متضمنة أخبار ونتائج المعركة وهو يعلم مدى تأثيرها عليهم، ويعلم أن أخبار المعارك ونتائج الحروب أمور يتعلق الناس بها ويحرصون على معرفتها وفي ندرة المعلومات عنها ما يفسح المجال لظهور الشائعات وسريانها.

* توفير قنوات اتصال يكون لكل فرد في الجمهور حق استعماله: إذا كان احترام الجمهور يقتضي إمداده بالمعلومات ليتشكل الرأي العام على أساس سليم فإن هذا الاحترام يقتضي أيضا أن تتاح لهذا الجمهور دون تفریق، استعمال قنوات اتصال تحمل إلى القائمين بالإعلام مختلف الآراء والاتجاهات التي تجعل للجمهور دورا بارزا في صناعة القرار والتعبير عن رضاه إزاء مختلف القضايا التي تعرض نفسها على ساحة المجتمع.³⁵

* الدقة في استقاء الأنباء ونشرها: احترام وتقدير الناس يقتضيان أن تكون المعلومات التي يتعرض لها صادقة وأن تكون مصدرها متأكدا من صحتها وصدقها. ومن مواصفات الخبر وفقا للمفهوم الإسلامي أن يكون صادقا قد تيقن راويه من صدقه قال تعالى: ﴿وَجِئْتُكَ مِنْ سَبَإٍ بِنَبَأٍ يَقِينٍ﴾³⁶.

تجنب خداع الجماهير: الرأي العام في الإسلام له مكانته، ولذلك حارب الإسلام كل من حاول خداع الرأي العام وغشه، وأقام الإسلام أسس التعاون بين البشر على أساس الوضوح والصراحة فحرم كل ما من شأنه التغرير بالناس وخداعهم بأي صورة من الصور، وإنما لنجد تحريم الإسلام للخداع واستغلال عقول الناس في آيات كثيرة من كتاب الله وأحاديث صحيحة من سنة رسول الله ﷺ قال تعالى: ﴿قُلْ لَا أَمْلِكُ لِنَفْسِي نَفْعًا وَلَا ضَرًّا إِلَّا مَا شَاءَ اللَّهُ وَلَوْ كُنْتُ أَعْلَمُ الْغَيْبَ لَأَسْتَكْثَرْتُ مِنَ الْخَيْرِ وَمَا مَسَّنِيَ السُّوءُ﴾³⁷، وقال تعالى: ﴿قُلْ لَا أَقُولُ لَكُمْ عِنْدِي خَزَائِنُ اللَّهِ وَلَا أَعْلَمُ الْغَيْبَ وَلَا أَقُولُ لَكُمْ إِنِّي

³⁵ إبراهيم إسماعيل، الإعلام الإسلامي ووسائل الاتصال الحديثة، دعوة الحق، بصدور عن رابطة العالم الإسلامي، السنة 13، العدد 133، ص ص: 26-27.

³⁶ سورة النمل الآية [22].

³⁷ سورة الأعراف الآية [188].

الفصل الثالث

القتوات الفضائية الإسلامية

تمهيد

في ظل التطور الإعلامي والتنافس الحاصل والمشهود في العالم الإسلامي ظهر ما يسمى بالقنوات الفضائية الإسلامية، التي تشهد تطوراً وتزايداً ملحوظين يشيران بمستقبل أكثر تنوعاً وافتتاحاً في مجال الإعلام الإسلامي، بعد ظهور الأقمار الصناعية، مما مكن هذه القنوات إلى إبراز الثقافة الإسلامية وتحسين صورة الإسلام والمسلمين، ففكرة السعي إلى وجود هذه القنوات، تعد فكرة صائبة في ظل توجه الإعلام الإسلامي إلى التخصص أكثر مشجعا المنابر الإعلامية والثقافية الهادفة إلى ترسيخ المفاهيم الإسلامية في ظل العولمة.

1- تعريف الفضائيات الإسلامية:

أنشأت الفضائيات لتحقيق أهداف إسلامية وتنطلق من مرجعيات إسلامية وإن اختلفت تخصصاتها، فهي قنوات ملتزمة بمنهج عقائدي لا تخرج عنه في كل ما تقدمه إلى مشاهديها، ولذا فإن الفضائيات هي التي تكون المرجعية الإسلامية في رسالتها وهي الضابط الوحيد الذي يجب توفره لكل البرامج التي تقدمها هذه الفضائيات.³⁸

2- نشأة الفضائيات الإسلامية

إن الإعلام الإسلامي مازال إعلاماً ناشئاً، فجل القنوات الإسلامية المنتشرة الآن عبر الأقمار الصناعية هي وليدة سنوات قليلة، وأول قناة فضائية إسلامية كانت قناة اقرأ، فكانت قناة اقرأ الأولى في مجال الفضائيات الإسلامية في أكتوبر عام 1998³⁹، ثم تبعها بسنوات قناة المجد الفضائية المتخصصة في شتى المجالات الشرعية والدينية.⁴⁰ وقد

³⁸ إبراهيم ناصف ناصر عبد الله، عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية قناة الرسالة أنموذجاً، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الدعوة والإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2010/2009 م، ص: 16.

³⁹ <http://www.iqraa-tv.net/>, le: 17/03/2012.

⁴⁰ إبراهيم ناصف ناصر عبد الله، مرجع سابق، ص: 17.

أصبحت الفضائيات من ضرورات الحياة ومتطلباتها الأساسية⁴¹، لأنها شهدت تحولات إعلامية ملموسة.⁴²

3- أسباب ظهور الفضائيات الإسلامية

تعد الفضائيات الإسلامية كغيرها من وسائل الإعلام الإسلامي، لها أسباب وعوامل أدت إلى ظهورها وساعدت على انتشارها وزيادة عددها، وتتمثل فيما يلي:

* تعرض الإسلام في السنوات الأخيرة خصوصاً بعد انهيار المعسكر الاشتراكي لتشويه الكثير، وأكاذيب حقيقته وانتقادات لاذعة من أعدائه تحتاج للرد عليها بالقوة نفسها.

* طغيان الماديات خلال القرن العشرين وما تلاه وكثافة التبشير بالعلمانية في مختلف الدول.

* ليس الإسلام دين عبادة فقط، وإنما هو دين حث على العمل بشكلية الدنيوي والأخروي.

* نشر الإسلام أمر مفروض على الأمة بالنصوص القطعية.

* عمق الثقافة الإسلامية وعموميتها لبني الإنسان، ثم شموليتها لمجالات الحياة الإنسانية.

* دحض المفتريات العديدة التي أفرزها بعض النظريات التي سميت بالعلمية.⁴³

4- أهداف القنوات الفضائية الإسلامية

* تحقيق الأغراض الإسلامية التي ينبغي أن تصبغ المجتمع كله.

* مواجهة الأفكار المنحرفة وتثقيف المجتمع من الشوائب.

* درء المفساد التي يمكن أن ترد على الإعلام نفسه أو من إعلام آخر.

* صناعة رأي عام واضح الفكر والاعتقاد والدعوة والإرشاد.

* الذود عن حياض الدين الإسلامي بأسلوب مليء بالحكمة والموعظة الحسنة.

* التربية الصحيحة والتعليم المستنير الواعي، والتنشئة السليمة، وشرح الإسلام الصحيح.⁴⁴

5- إيجابيات وسلبيات القنوات الفضائية الإسلامية

⁴¹ نديم ربحي محمد الحسن، اتجاهات طلبية الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2008م، ص: 62.

⁴² لامية صابر، الحملات الإعلانية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010/2009 م، ص: 111.

⁴³ إبراهيم ناصف ناصر عبد الله، مرجع سابق، ص: 17-18.

⁴⁴ الطاهر الرشيد إسماعيل، دور القنوات الفضائية وأثرها على الشباب، مركز دراسات الإسلام والعالم المعاصر، قاعة الشهيد الزبير الدولية للمؤتمرات، الخرطوم، السودان، 2008م، ص: 12.

5-1- الأيجابيات:

* نشر الخير وتعميمه.⁴⁵

* سطوة الإعلام الفاجر وطوفان المعلومات غير السوية وأثره على بصائر البشر وبصيرتهم.

* استثمار طاقات القنوات الفضائية في الدعوة إلى الله وتزكية جذوة الإيمان.

* المساهمة في بناء مجتمع فاضل وأمة ملتزمة.⁴⁶

* التعرف على الثقافات العالمية والتعرف على ما يدور في العالم من أحداث ووقائع.

* متابعة التطورات العالمية وتحفيز القنوات على تطوير موادها.

* الاطلاع على حضارة وثقافة بعض الدول العربية ومتابعة الأحداث والأخبار العالمية.

* زيادة الوعي والثقافة الدينية لدى عامة الجمهور.⁴⁷

* توفير بديل من المواد الإعلامية المباحة الملتزمة بالضوابط الشرعية.

* إنشاء جيل من الإعلاميين الملتزمين بضوابط الإعلام الإسلامي.

* نحسب عامة الجمهور بالدعاة والعلماء من خلال مشاركتهم عبر الشاشة.

5-2- السلبيات:

* انتشار الجانب المادي التجاري لدى بعض القائمين على القنوات الفضائية الإسلامية.

* إحداث نوع من الاضطرابات في ذهن المشاهد المسلم بسبب تعدد أنواع هذه الفضائيات.

* اختلاف الأهداف الفرعية للفضائيات الإسلامية مما يساهم في تكريس أهداف فرعية ضيقة.

* وجود بعض مظاهر التشدد في خطاب بعض الفضائيات مثل: منع ظهور المرأة.⁴⁸

* محتكرة من قبل ثقافة أجنبية.⁴⁹

⁴⁵ <http://uqu.sa/page/ar/73063>, le: 29/03/2012.

⁴⁶ خضر بن كامل محمد اللحائي، أثر الفضائيات على المراهقين والمراهقات في المملكة العربية السعودية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة كولومبس، الولايات المتحدة الأمريكية، 1429هـ/2008م، ص: 21.

⁴⁷ فائزة بنت حميدان الصاعدي، إسهام بعض البرامج الدينية في قناة المجد الفضائية في تحقيق أهداف التربية الإسلامية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، قسم التربية الإسلامية المقارنة، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 1428هـ/1429هـ، ص: 116.

⁴⁸ إبراهيم ناصف ناصر عبد الله، مرجع سابق، ص: 21-22.

⁴⁹ خالد عبد الرحمان الشايع، القنوات الفضائية وأثارها العقدية والثقافية الاجتماعية والأمنية، د ط، دار بلسنية، د م، د س، ص: 12.

* أضرار على العقيدة والتصورات، ومخاطر على الأخلاق والآداب، والأمن والاستقرار.⁵⁰

1- تعريف قناة الرسالة

بدأ البث التجريبي لقناة الرسالة الفضائية، في أول فبراير 2006 بتقديم حملة النصر التي دنستها لنصرة النبي تحت شعار (إلا تتصروه فقد نصره الله). كما بدأ البث الرسمي لقناة الرسالة الفضائية في 1 مارس 2006 والتي تحمل شعار "الرسالة إبداع وأصالة".⁵¹

شهدت قناة الرسالة الفضائية تطور مستمرا سواء في بلورة هويتها البصرية أو نشر الوعي بشخصيتها الوسطية بين القنوات الدينية وقد بذلت جهود كبيرة في بدايات تأسيس القناة لرفع الوعي بالقناة (awareness) لدى المشاهد العربي، وقد تطورت قناة الرسالة عبر ثلاث قفزات أساسية:

* شهدت انطلاقة القناة في سماء الإعلام العربي عام 2006، تطورا كبيرا في مفهوم الإعلام الإسلامي، وقادته نحو مناطق جديدة من الإبداع البصري، كما أصبحت قناة الرسالة أيقونة للقنوات الجديدة التي جعلت من القناة مثلا يحتذى.

* في دورة رمضان 2007 ركزت القناة على الهوية الدينية وقدمت برامج تعبر عن الهوية.

* في دورة مارس 2009 شهدت قناة الرسالة ارتفاعا ملحوظا في نسب المشاهدة.⁵²

2- أهداف قناة الرسالة

تهدف قناة الرسالة في المساهمة في التأثير الإيجابي في فكر الأمة العربية والمحافظة على وسطية شبابها⁵³، والتي تركز على الأهداف التالية:

* **تغيير المبادئ الخاطئة: (principles)** الأفكار، الهوية، القناعات، القيم، المنطقية.

* **ترشيد الاهتمام: (interests)** ويمكن معرفة اهتمامات الإنسان من خلال متابعة كيف يقضي وقت فراغه.

⁵⁰ نديم ربحي محمد الحسن، مرجع سابق، ص: 61-62.

⁵¹ هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، ط 2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1431هـ/2010م، ص: 276.

⁵² إبراهيم ناصف ناصر عبد الله، مرجع سابق، ص: 22-23.

⁵³ <http://www.alresalah.net>, le: 23/03/2012.

* **تنمية المهارات:** (skills) وهي باختصار ما يتقنه الإنسان من أمور تساعد على الإنتاج، وهي: مهارات إدارية، وشخصية، وفنية، وتقنية، اجتماعية وإنسانية.

* **تطوير العلاقات:** (relations) فالإنسان يتأثر كثيراً بالعلاقات، وقناة الرسالة تستطيع أن تساهم في تطوير العلاقات وبناءها بشكل سليم ومن ذلك: العلاقات الأسرية والزوجية....

* **التعريف بالقدرات:** (role models) تعمل قناة الرسالة على تعريف المشاهدين بالقدرات الجيدة وتوجيههم للإقتداء بها ومن بين هذه القدرات: العلماء، الملتزمون والمبدعون.⁵⁴

لذا فإن هدف قناة الرسالة هو الاهتمام بقضايا الأمة العربية الإسلامية والوطنية.⁵⁵

وتطوير المهارات والدعوة من خلال اتخاذ الأساليب المتطورة في الخطاب الديني.⁵⁶

3- سياسات وقيم قناة الرسالة

* عدم المخالفة لعقيدة الإسلام مع السماح بالحوار العقائدي العلمي.

* عدم طغيان جنسية معينة على القناة والحرص على الكفاءات بغض النظر على انتماءاتها.

* السماح بالموسيقى والأغاني التي تحمل القيم الدينية والأخلاقية والوطنية.

* الابتعاد عن السياسة ومراعاتها (عدا القضية الفلسطينية).

* عدم النيل من الطوائف والمذاهب الإسلامية وعدم التوسع في البرامج. التنوع في برامج القناة وعدم طغيان اتجاه معين كبرامج الحوار.⁵⁷

4- برامج القناة

| عنوان البرنامج | الزمن | الداعية |
|----------------|-------|--------------|
| ضاعف وزنك | 00:00 | محمد الثويني |

⁵⁴ هاشم كفاوين، تجربة قناة الرسالة الفضائية، مركز دراسات الإسلام والعالم المعاصر، مركز الشهيد الزبير الدولي للمؤتمرات، الخرطوم، السودان، 2008م، ص ص: 2-4.

⁵⁵ <http://www.alresalah.net>, le: 14/03/2012.

⁵⁶ نصر شيرين، قناة الرسالة، لن أعيش في جلباب أقرأ، شبكة الدهشة، 2007م، بموقع: <http://www.dahsha.com>, le: 20/03/2012.

⁵⁷ أحمد البدوي الفاضل، البرامج الإسلامية في القنوات الفضائية والقنوات الإسلامية المتخصصة، مركز دراسات الإسلام والعالم المعاصر، قاعة الشهيد الزبير للمؤتمرات، الخرطوم، السودان، 2008م، ص: 7.

| | | |
|----------------------------------|-------|--|
| رسالتي | 01:00 | حنان القطان |
| نداء الحرية | 01:30 | سلطان العجلوني |
| أحلى بيت | 02:30 | غازي الشمري |
| يستفتونك | 04:00 | مجموعة علماء |
| رسائل النور | 05:00 | سالم الشخي |
| الجواب الشافي | 06:30 | عبد الله المصلح |
| أسماء الله الحسنى | 07:30 | محمد راتب النابلسي |
| فقرة عن فلسطين | 08:00 | وثائقي |
| قصة نبي | 09:00 | خالد المصلح |
| السيرة النبوية | 09:30 | مجموعة مقدمين |
| ورتل القرآن ترتيلا | 10:00 | منوع |
| حوار في النور | 10:30 | لينا الحمصي، نداء البناء، فاطمة النجار |
| أطفال مزعجون ولكن | 11:00 | مصطفى أبو سعد |
| صحابيات | 12:40 | لينا الحمصي |
| خواطر الشعراوي | 13:30 | محمد الشعراوي |
| روائع من السيرة | 14:00 | عائض القرني |
| سهرة (لستم وحدكم) لدعم شعب سوريا | 15:00 | طارق السويدان |
| قصة عماد | 20:30 | راغب السرجاني |
| أمة وسطا | 23:30 | عصام البشير |
| بدون إحراج | 01:00 | خالد العتيبي |
| سحر القرآن | 08:00 | طارق السويدان |

| | | |
|---------------------|-------|-----------------------------|
| مسافرون | 09:00 | محمد العريفي |
| أروع القصص | 15:30 | نبيل العوضي |
| جولة في حوارى القدس | 20:30 | رائد فتحي |
| أعلى بيت | 21:00 | غازى الشمري |
| النبأ العظيم | 23:30 | أحمد نوفل |
| رياحين | 23:30 | محمد حسن عاشور |
| فى حب آل البيت | 23:30 | نواره هاشم |
| تأملات قرآنية | 23:30 | يوسف القرضاوى |
| لقاء الجمعة | 01:30 | مجموعة علماء |
| نصرة النعيم | 23:30 | صالح المغامسى ⁵⁸ |

المصدر: http://www.alresalah.net/#_programs.isp

⁵⁸ http://www.alresalah.net/#_programs.isp, le: 15/03/2012.

الفصل الرابع

الدراسة الميدانية وإجراءاتها المنهجية

تمهيد

تعتبر مرحلة البحث الميداني مرحلة أساسية من مراحل البحث الاجتماعي، والتي تتضمن القيام بإجراءات وخطوات منهجية أساسية تسمح بالحصول على البيانات اللازمة، والتزام إجراءات معينة يقتضيها المنهج العلمي الصحيح، والتي تعد مصدرا أساسيا للباحث للوصول إلى النتائج المرجوة وتحقيق الأهداف المسطرة، وتتناول الإجراءات

المنهجية لهذا الفصل، دراسة مجتمع البحث بما فيه من مجالات جغرافية وزمنية وبشرية، وكذا العينة وتوصيفها وخصائصها وأدوات جمع البيانات.

أولاً: مجال الدراسة

نعني بمجتمع الدراسة جميع مفردات الظاهرة التي نرغب في دراستها ويتحدد المجتمع الأصلي لهذه الدراسة، من مجموعة طلبة من المركز الجامعي.

- 1- **المجال الجغرافي:** المركز الجامعي بالوادي.
- 2- **المجال الزمني:** "كان زمن انجاز هذه الاستمارة في شهر أفريل 2012".
- 3- **المجال البشري:** "استهدفت هذه الدراسة عينة من طلبة المركز الجامعي، بالوادي".

ثانياً: مجتمع الدراسة والعينة

1- مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من طلبة وطالبات المركز الجامعي بالوادي (تخصص علوم إسلامية، علوم اجتماعية) وكان انتقاء العينة بطريقة عشوائية، ولقد اخترنا أن يكون عدد الطلبة مساوياً لعدد الطالبات.

2- العينة:

وهي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة، وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.⁵⁹ وبلغ عدد الاستبيانات التي تم توزيعها على الطلبة 100 استبياناً وتم استرجاعها كاملاً وكان الصالح منها 95 استبياناً.

ثالثاً: أداة جمع البيانات

إن طبيعة موضوع البحث والمنهج المتبع يفرضان على البحث استعمال أدوات معينة لقياس الظاهرة بدقة البيانات تتوقف على حسن اختياره واستعماله لهذه الأدوات وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة واحدة لجمع البيانات تتمثل في الاستبيان والذي يعتبر

⁵⁹ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط 2، دار وائل، الأردن، 1999م، ص: 14.

من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في علوم الإعلام والاتصال ويعرف الاستبيان بأنه وسيلة من وسائل جمع البيانات، تعتمد أساساً على استمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة ترسل بواسطة البريد أو تسلم إلى الأشخاص الذين تم اختيارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل إجاباتهم عن الأسئلة الواردة فيه وإعادته ثانية، ويتم كل ذلك بدون مساعدة الباحث للأفراد سواء في فهم الأسئلة أو تسجيل الإجابات عنها.⁶⁰

وتتكون استمارة الاستبيان في هذه الدراسة من مجموعة من الأسئلة:

- * أسئلة تتعلق بالبيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة.
- * أسئلة تتعلق بالمشاهدة (القنوات المفضلة ووقت المشاهدة).
- * أسئلة تتعلق بأنماط المشاهدة (البرامج المفضلة).

رابعاً: خصائص العينة

من المعلوم أن البحوث العلمية التي تعتمد على منهج المنهج الوصفي تتم بطريقتين:

طريقة المسح الشامل وطريقة المسح بالعينة وقد تم إختيار المسح بالعينة في هذه الدراسة وتمثل في العينة العشوائية والتي تعرف بأنها: تلك العينة التي يكون فيها لكل عنصر من عناصر المجتمع فرصة متكافئة مع بقية عناصر المجتمع للظهور في العينة .

أي أن الوحدات المكونة لمجتمع الدراسة تعامل كلها باحتمال متساو، ولا تعطي أي منها أي نوع من الترويج.⁶¹

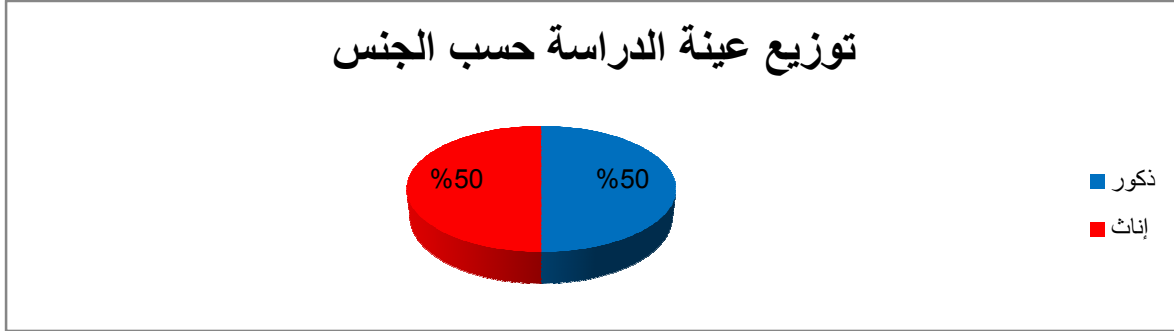
خامساً: تحليل نتائج الدراسة الميدانية

جدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

⁶⁰ عبد الله محمد الشريف، مناهج البحث العلمي، ط 1، مكتبة الأشعاع، د م، 1996م، ص: 123.
⁶¹ محمد عبد الفتاح حافظ الصيرفي، البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين، دار وائل للنشر، عمان ، الأردن، 2001-2002م، ص: 190.

| النسبة المئوية % | التكرار | الجنس |
|------------------|---------|---------|
| 50% | 50 | ذكور |
| 50% | 50 | إناث |
| 100% | 100 | المجموع |

رسم بياني رقم (1) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب الجنس



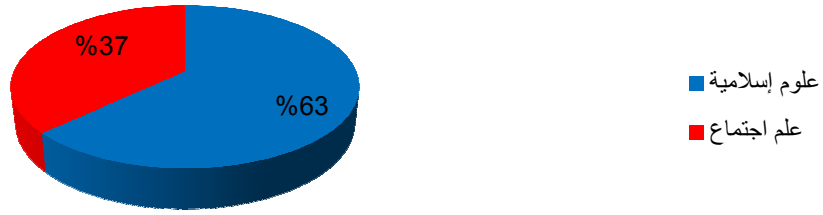
يتضح من الجدول والرسم البياني رقم (1) أعلاه أن عينة الدراسة تشكل نسبة (50%) ذكور ونسبة (50%) إناث وكانت العينة متساوية بين الذكور والإناث عمداً وهذا راجع لاختيارنا.

جدول رقم (2) توزيع عينة الدراسة حسب التخصص

| النسبة المئوية % | التكرار | التخصص |
|------------------|---------|--------------|
| 63% | 63 | علوم إسلامية |
| 37% | 37 | علم اجتماع |
| 100% | 100 | المجموع |

رسم بياني رقم (2) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب التخصص

توزيع عينة الدراسة حسب التخصص

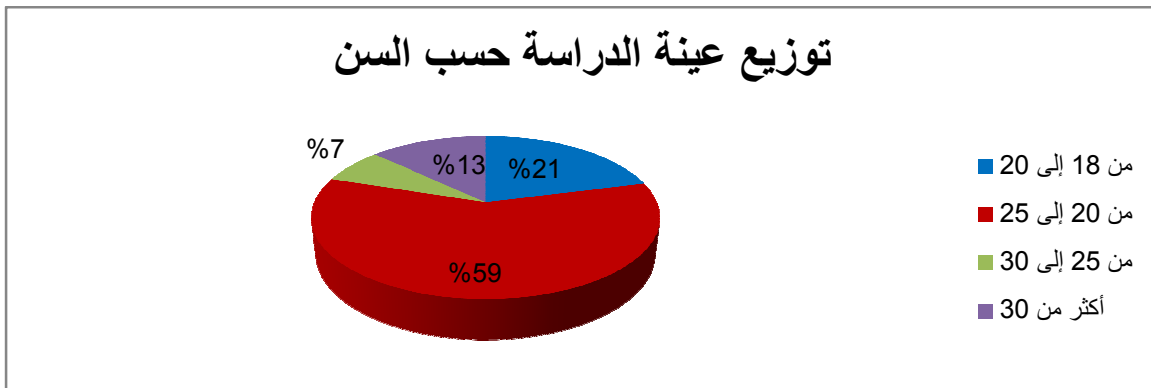


يتضح من الجدول والرسم البياني رقم (2) أن تخصص علوم إسلامية كان أكثر ظهوراً بنسبة (63%) ثم تخصص علم اجتماع بنسبة (37%) رغم محاولتنا جمع جميع السنوات.

جدول رقم (3) توزيع عينة الدراسة حسب السن

| النسبة المئوية % | التكرار | السن |
|------------------|---------|--------------|
| 21% | 21 | من 18 إلى 20 |
| 59% | 59 | من 20 إلى 25 |
| 07% | 07 | من 25 إلى 30 |
| 13% | 13 | أكثر من 30 |
| 100% | 100 | المجموع |

رسم بياني رقم (3) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب السن



يوضح الجدول والرسم البياني رقم (3) أن الفئة العمرية (من 20 إلى 25) أكبر فئة لمشاهدة القناة بنسبة (59%)، ثم الفئة العمرية الثانية (من 18 إلى 20) بنسبة (21%)، ثم الفئة العمرية الثالثة بنسبة (13%)، وأخيراً الفئة (أكثر من 30) بنسبة (7%) ونفس ذلك أن الفئة من (20 إلى 25) هي الفئة الأكثر تتبع ربما يدفعها إلى التطلع أكثر من الفئات الأخرى على قناة الرسالة الفضائية والفئات الأخرى ربما يفضلون قنوات إسلامية أخرى.

جدول رقم (4) توزيع عينة الدراسة حسب الجنس ودرجة مشاهدة الطلبة للقنوات الفضائية

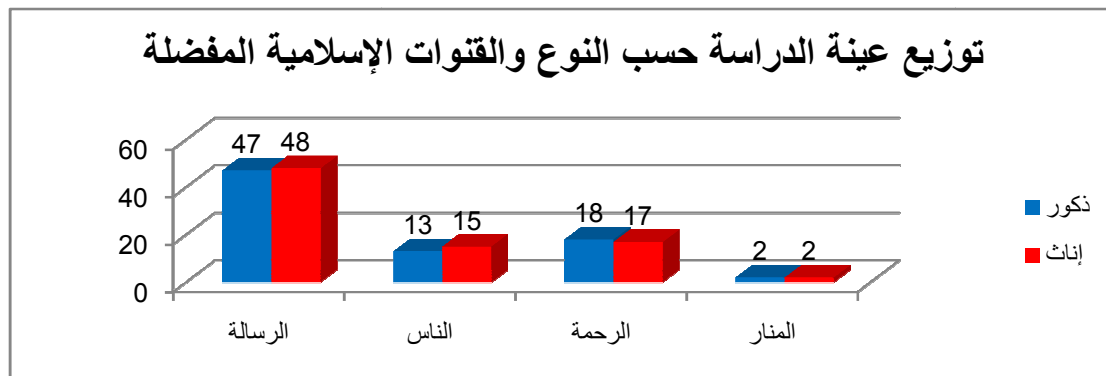
| المجموع | | إناث | | ذكور | | الجنس |
|---------|-----|------|----|------|----|---------|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| %95 | 95 | %96 | 48 | %94 | 47 | نعم |
| %05 | 05 | %04 | 02 | %06 | 03 | لا |
| %100 | 100 | %100 | 50 | %100 | 50 | المجموع |

يوضح الجدول رقم (4) أن الذين يشاهدون قناة الرسالة ب(نعم) بنسبة (95%) من المجموع العام، للذكور (94%) من مجموع الذكور، والإناث (96%) من مجموع الإناث تكاد تكون النسبة متساوية، والذين لا يشاهدون قناة الرسالة بنسبة (05%) من المجموع العام، الذكور (06%) من مجموع الذكور، والإناث (04%) من مجموع الإناث، فالذين أجابوا ب(نعم) ربما لأهمية البرامج المقدمة عبر القناة والذين أجابوا ب(لا) ربما لا يهتمون بها أو يفضلون مشاهدة قنوات أخرى أو لا تعجبهم برامجها .

جدول رقم (5) توزيع عينة الدراسة حسب النوع والقنوات الإسلامية المفضلة

| المجموع | | إناث | | ذكور | | الجنس |
|---|----|--------|----|--------|----|---------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| %58,64 | 95 | %58,54 | 48 | %58,75 | 47 | تفضيل القنوات |
| %17,28 | 28 | %18,29 | 15 | %16,25 | 13 | الرسالة |
| %21,64 | 35 | %20,73 | 17 | %22,5 | 18 | الناس |
| %02,47 | 04 | %02,44 | 02 | %02,5 | 02 | الرحمة |
| %100 | 95 | %100 | 82 | %100 | 80 | المنار |
| مجموع من سئلا | | | | | | |
| نسمح بالإجابة عن السؤال بأكثر من اقتراح | | | | | | |

رسم بياني رقم (4) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب النوع والقنوات الإسلامية المفضلة



يبين الجدول والرسم البياني رقم (5) أن القناة المفضلة لدى الطلبة هي قناة الرسالة بنسبة (58,64%) من المجموع العام، الذكور بنسبة (58,75%) من المجموع الذكور والإناث (58,54%) من مجموع الإناث تكاد تكون النسبة متساوية، ثم في المرتبة الثانية قناة الناس بنسبة (17,28%) من المجموع العام، الذكور بنسبة (16,25%) من مجموع الذكور والإناث بنسبة (18,29%) من مجموع الإناث، ثم قناة الرحمة بنسبة (21,64%) من المجموع العام، الذكور بنسبة (22,5%) والإناث بنسبة (20,73%) من مجموع الإناث وهي نسبة متقاربة بين قناة الرحمة والناس، وفي المرتبة الأخيرة قناة المنار بنسبة (02,47%)، الذكور (02,5%) من مجموع الذكور والإناث بنسبة (02,44%) من مجموع الإناث والنسبة الكبيرة لقناة الرسالة نظرا لأهمية برامجها.

جدول رقم (6) توزيع عينة الدراسة حسب الجنس وأيام مشاهدة القناة

| المجموع | | إناث | | ذكور | | الجنس |
|---------|----|--------|----|--------|----|----------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| %16,84 | 16 | %12,50 | 06 | %21,28 | 10 | كل يوم |
| %09,47 | 09 | %08,33 | 04 | %10,64 | 05 | أيام العطل |
| %11,58 | 11 | %16,67 | 08 | %06,38 | 03 | في رمضان |
| %62,11 | 59 | %62,50 | 30 | %61,70 | 29 | عن برامج معينة |
| %100 | 95 | %100 | 48 | %100 | 47 | المجموع |

يوضح الجدول رقم (6) على أن عدد الذين يشاهدون القناة عن برامج معينة بنسبة (62,11%) من المجموع العام وهي النسبة الأكثر ظهوراً، الذكور بنسبة (61,70%) من مجموع الذكور والإناث بنسبة (62,50%) من مجموع الإناث، وهذا راجع إلى أن الطلبة بنسبة (16,84%) من المجموع العام، الذكور بنسبة (21,28%) من مجموع الذكور والإناث بنسبة (12,50%) من مجموع الإناث وهذا راجع إلى أن هناك نسبة معتبرة يشاهدون القناة كل يوم رغم أن نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث، أما المشاهدة في رمضان بنسبة (11,58%) من المجموع العام، الذكور بنسبة (06,38%) من مجموع الذكور والإناث (16,67%) من مجموع الإناث، وهذا راجع إلى أن الطلبة يفضلون قنوات أخرى بما فيها من برامج تكثر في شهر رمضان، أما النسبة الأقل ظهوراً كانت في أيام العطل بنسبة (09,47%) من المجموع العام، الذكور بنسبة (10,64%) من مجموع الذكور والإناث بنسبة (08,33%) من مجموع الإناث وهذا راجع لانشغالهم بأشياء أخرى.

جدول رقم (7) توزيع عينة الدراسة حسب الجنس والبرامج المفضلة

| المجموع | | إناث | | ذكور | | الجنس |
|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-----------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | البرامج المفضلة |
| %41,05 | 39 | %43,75 | 21 | %38,30 | 18 | السيرة النبوية |
| %23,16 | 22 | %20,83 | 10 | %25,53 | 12 | قصة نبي |
| %11,58 | 11 | %10,42 | 05 | %12,77 | 06 | حوار في النور |
| %24,21 | 23 | %25 | 12 | %23,40 | 11 | روائع من السيرة |
| %100 | 95 | %100 | 48 | %100 | 47 | المجموع |

يتضح من الجدول رقم (7) أن البرامج المفضلة لدى الطلبة هو برنامج السيرة النبوية بنسبة (%41,05) من المجموع العام، الذكور (%38,30) من مجموع الذكور والإناث (%43,75) من مجموع الإناث وهذا يعبر عن ميلهم إلى مثل تلك البرامج التي تحي جدوة الإيمان بدينه وحضارته الإسلامية، ثم المرتبة الثانية برنامج روائع السيرة بنسبة (%24,21) من المجموع العام، الذكور (%23,40) من مجموع الذكور والإناث (%25) من مجموع الإناث وهذا فإن النسب متقاربة بين الذكور والإناث، ثم برنامج قصة نبي بنسبة (%23,16) من المجموع العام، الذكور (%25,53) من مجموع الذكور والإناث (%20,83) من مجموع الإناث، كما أن الطلبة لهم إقبال على برنامجي قصة نبي وروائع من السيرة بنسبة متقاربة، وفي المرتبة الأخيرة برنامج حوار في النور بنسبة (%11,58) من المجموع العام، الذكور (%12,77) من مجموع الذكور والإناث (%10,42) من مجموع الإناث، وهذا راجع إلى عدم اهتمامهم بهذا البرنامج أو عدم رغبتهم في الاستفادة منه.

جدول رقم (8) توزيع عينة الدراسة حسب الجنس وفترات المشاهدة

| المجموع | | إناث | | ذكور | | الجنس |
|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-----------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | فترات المشاهدة |
| %15,79 | 15 | %18,75 | 09 | %12,77 | 06 | الفترة الصباحية |
| %15,79 | 15 | %14,58 | 07 | %17,02 | 08 | فترة الظهر |
| %28,42 | 27 | %41,67 | 20 | %14,89 | 07 | الفترة المسائية |
| %40 | 38 | %25 | 12 | %55,32 | 26 | فترة السهرة |
| %100 | 95 | %100 | 48 | %100 | 47 | المجموع |

يتبين من الجدول رقم (8) أن كثافة المشاهدة في فترة السهرة بنسبة (40%) من المجموع العام، الذكور (55,32%) من مجموع الذكور والإناث (25%) من مجموع الإناث وذلك لأن وقت السهرة يتفرغ فيه الطلبة عن انشغالهم فيختارون السهر مع قناة فضائية إسلامية والمفضلة قناة الرسالة، وفي المرتبة الثانية تكون المشاهدة في الفترة المسائية بنسبة (28,42%) من المجموع العام، الذكور (14,29%) من مجموع الذكور والإناث (41,67%) من مجموع الإناث والتي لها إقبال من قبل الطلبة وفي المرتبة الأخيرة فترة الظهر والفترة الصباحية بنسب متساوية (15,19%) من المجموع العام وهذه الفترة تكون انشغالات الطلبة والتي تجعلهم لا يشاهدون القناة في هذه الفترة.

جدول رقم (9) توزيع عينة الدراسة حسب الجنس وحجم المشاهدة

| المجموع | | إناث | | ذكور | | الجنس حجم المشاهدة |
|---------|----|--------|----|--------|----|-----------------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| %44,21 | 42 | %43,75 | 21 | %44,68 | 21 | أقل من ساعة |
| %49,47 | 47 | %50 | 24 | %48,94 | 23 | من ساعة إلى 3 ساعات |
| %06,32 | 06 | %06,25 | 03 | %06,38 | 03 | أكثر من 3 ساعات |
| %100 | 95 | %100 | 48 | %100 | 47 | المجموع |

يتضح من الجدول رقم (9) أن أكبر حجم للمشاهدة في المدة (من ساعة إلى 3 ساعة إلى ثلاث ساعات) بنسبة (49,47%) من المجموع العام، الذكور (48,94%) من مجموع الذكور والإناث (50%) من مجموع الإناث، ثم المرتبة الثانية (أقل من ساعة) بنسبة (44,21%) من المجموع العام ومتقاربة بين الذكور والإناث، وفي المرتبة الثالثة ولأخيرة (أكثر من ثلاث ساعات) بنسبة (06,32%) ومتساوية بين الذكور والإناث، إذ نلاحظ أن الطلبة لهم رغبة في مشاهدة برامج أخرى وقنوات أخرى، نلاحظ نفس حجم المشاهدة مع دراسة إبراهيم ناصف.

جدول رقم (10) توزيع عينة الدراسة حسب الجنس وسبب المشاهدة

| المجموع | | إناث | | ذكور | | الجنس |
|---------|----|--------|----|--------|----|----------------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | سبب المشاهدة |
| 20% | 19 | 20,83% | 10 | 19,15% | 09 | زيادة معلوماتي |
| 11,58% | 11 | 04,17% | 02 | 19,15% | 09 | للترفيه |
| 22,11% | 21 | 20,83% | 10 | 23,40% | 11 | للتثقيف |
| 46,31% | 44 | 54,17% | 26 | 38,30% | 18 | زيادة معارفي الدينية |
| 100% | 95 | 100% | 48 | 100% | 47 | المجموع |

يوضح الجدول رقم (10) أن الأسباب التي جعلت الطلبة يشاهدون القناة متقاربة والسبب الذي أخذ النسبة العالية هو زيادة معارفي الدينية بنسبة (46,31%) من المجموع العام، الذكور (38,30%) من مجموع الذكور والإناث (54,17%) من مجموع الإناث، ثم التثقيف بنسبة (22,11%) من المجموع العام، الذكور (23,40%) من مجموع الذكور والإناث (20,83%) من مجموع الإناث وهذا راجع إلى أن الطلبة (ذكور وإناث) يريدون التفقه في اختيار قناة الرسالة الفضائية لكونها تحتوي على موضوعات وحوارات وبرامج مهمة، ثم زيادة معلوماتي بنسبة (20%) من المجموع العام فالنسبة متقاربة بين الذكور والإناث وآخر مرتبة هي الترفيه بنسبة (11,58%) من المجموع العام، الذكور (19,15%) من مجموع الذكور والإناث (04,17%) من مجموع الإناث، ونسبة الذكور تفوق الإناث.

جدول رقم (11) توزيع عينة الدراسة حسب الجنس والدافع لمشاهدة القناة

| المجموع | | إناث | | ذكور | | الجنس |
|---------|----|--------|----|--------|----|-----------------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | دافع المشاهدة |
| 14,74% | 14 | 04,17% | 02 | 25,53% | 12 | كسب الحسنات |
| 17,89% | 17 | 20,83% | 10 | 14,89% | 07 | معرفة الفتاوى الشرعية |
| 67,37% | 64 | 75% | 36 | 59,57% | 28 | التوعية الدينية |
| 100% | 95 | 100% | 48 | 100% | 47 | المجموع |

يوضح الجدول رقم (11) أن الدافع لمشاهدة الطلبة للقناة هو التوعية الدينية بنسبة (67,37%) من المجموع العام، الذكور (59,57%) من مجموع الذكور والإناث (75%)

من مجموع الإناث وهذا راجع إلى أن الطلبة يريدون التفقه في دينهم وتوعية أنفسهم وغيرهم، وفي المرتبة الثانية معرفة الفتاوى الشرعية بنسبة (17,89%) من المجموع العام، الذكور (14,89%) من مجموع الذكور والإناث (20,83%) من مجموع الإناث وآخر مرتبة وهي كسب الحسنات بنسبة (14,74%) من المجموع العام وهذا راجع إلى أن الطلبة يشاهدون القناة ليس لكسب الحسنات فقط وإنما لتنمية قدراتهم الدينية والتوعية والتفقه أكثر والتعمق في دينهم الإسلامي.

جدول رقم (12) توزيع عينة الدراسة حسب الجنس ومعية المشاهدة

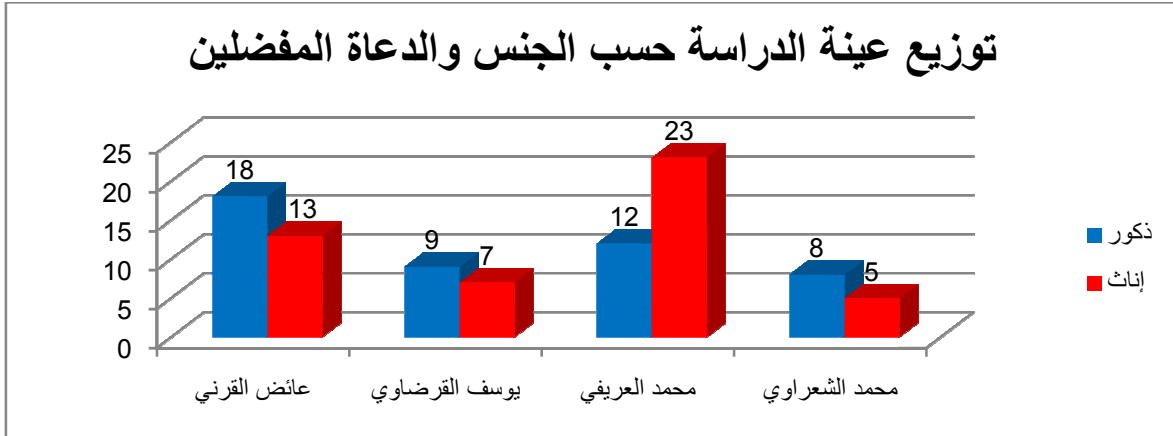
| المجموع | | إناث | | ذكور | | الجنس |
|---------|----|--------|----|--------|----|----------------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| %29,47 | 28 | %25 | 12 | %34,04 | 16 | معية المشاهدة بمفردك |
| %65,26 | 62 | %72,92 | 35 | %57,45 | 27 | مع العائلة |
| %05,26 | 05 | %02,08 | 01 | %08,51 | 04 | مع الأصدقاء |
| %100 | 95 | %100 | 48 | %100 | 47 | المجموع |

اتضح من الجدول رقم (12) أن أكبر نسبة للمشاهدة بنسبة (65,26%) من المجموع العام، الذكور (57,45%) من مجموع الذكور والإناث (72,92%) من مجموع الإناث وهذا يدل على أن الطلبة يشاهدون القناة جماعيا مع العائلة لكون القناة إسلامية وبرامجها أخلاقية تعليمية فلا يجد الإنسان حرجا في مشاهدتها وفي المرتبة الثانية بمفردك بنسبة (29,47%) من المجموع العام، الذكور (34,04%) من مجموع الذكور والإناث (25%) من مجموع الإناث وهذا راجع إلى أن هناك مجموعة من الطلبة يشاهدون القناة بمفردهم وهذا من أجل راحتهم، وفي المرتبة الأخيرة مع الأصدقاء بنسبة (05,26%) من المجموع العام، الذكور (08,51%) من مجموع الذكور والإناث (02,08%) من مجموع الإناث.

جدول رقم (13) توزيع عينة الدراسة حسب الجنس والدعاة المفضلين

| المجموع | | إناث | | ذكور | | الجنس |
|---------|----|--------|----|--------|----|---------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| %32,63 | 31 | %27,08 | 13 | %38,30 | 18 | عائض القرني |
| %16,84 | 16 | %14,58 | 07 | %19,15 | 09 | يوسف القرضاوي |
| %36,84 | 35 | %47,92 | 23 | %25,53 | 12 | محمد العريفي |
| %13,68 | 13 | %10,42 | 05 | %17,02 | 08 | محمد الشعراوي |
| %100 | 95 | %100 | 48 | %100 | 47 | المجموع |

رسم بياني رقم (5) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب الجنس والدعاة المفضلين



اتضح من الجدول والرسم البياني رقم (13) أن الداعية المفضل هو محمد العريفي بنسبة (36,84%) من المجموع العام، الذكور (25,53%) من مجموع الذكور والإناث (47,92%) من مجموع الإناث وهذا راجع لحدائثة برامجه ورغبة الطلبة في مشاهدتها وفي المرتبة الثانية عائض القرني بنسبة (32,63%) من المجموع العام، الذكور (38,30%) من مجموع الذكور والإناث (27,08%) من مجموع الإناث، وهذا راجع إلى ما يقدمه من برامج دعوية إسلامية، ثم الداعية يوسف القرضاوي بنسبة (16,84%) من المجموع العام وأخيرا الداعية محمد الشعراوي بنسبة (13,68%) من المجموع العام.

خامسا: خلاصة نتائج الدراسة الميدانية

في نهاية هذه الدراسة سنتناول أهم النتائج التي توصلنا إليها في البحث الميداني الذي من خلاله نتعرف على عادات وأنماط طلبة المركز الجامعي في مشاهدة قناة الرسالة الفضائية ويمكن إبراز هذه النتائج في النقاط الآتية:

* تدل النتائج على أن عدد المشاهدين لقناة الرسالة الفضائية الإجابة ب(نعم) والتي تمثل (95) مفردة من إجمالي عينة الدراسة وأن عدد الذين لا يشاهدون (5) مفردات.

* يتبين من خلال الدراسة أن القناة الإسلامية المفضلة للمشاهدة من طرف الطلبة هي قناة الرسالة الفضائية بنسبة (58,64%) من المجموع العام، الذكور بنسبة (58,75%) والإناث بنسبة (58,54%).

يتبين من خلال الدراسة الميدانية أن أفراد العينة يشاهدون القناة عند برامج معينة بنسبة (62,11%) وهي أكبر نسبة، وهذا راجع إلى أن الطلبة تضبطهم ارتباطات والتزامات

أخرى دون تحديد وقت مخصص لمتابعة القناة، إضافة إلى وجود نسبة معتبرة يشاهدون القناة كل يوم بنسبة (16,84%) والتي تكون فيها نسبة الذكور تفوق الإناث أما الذين يشاهدون القناة في رمضان بنسبة (11,58%) وهي نسبة متفاوتة بين الجنسين الذكور (06,38%) والإناث (16,67%) وهذا يدل على أن الطلبة يلجؤون إلى تغيير القناة في هذا الشهر لكثرة القنوات الدينية والإسلامية وذات برامج راقية، بل وإقبال الكثير منهم إلى مشاهدة الأفلام والمسلسلات على مختلف القنوات الفضائية الأخرى، أما بالنسبة لأيام العطل كانت المشاهدة بنسبة (09,74%) وهذا راجع إلى انشغالهم بأشياء أخرى.

* نلاحظ أن تفضيل برامج السيرة النبوية عند الجنسين هو بنسبة (41,05%) أما برامج روائع من السيرة بنسبة (24,21%) وأما برامج قصة نبي بنسبة (23,16%) وكل من البرنامجين متقاربين في النسبة، ثم برنامج حوار في النور بنسبة (11,58%) ومن خلال الدراسة توصلنا إلى أكبر نسبة في برنامج السيرة النبوية لأن موضوعاتها مهمة.

* تدل النتائج على أن الفترة الغالبة في المشاهدة هي فترة السهرة بنسبة (40%) لأنها فترة تفرغ وراحة بالنسبة لبعض الطلبة وكذلك الفترة المسائية بنسبة (28,42%).

* اتضح من خلال الدراسة أن أكبر نسبة في وقت المشاهدة هي من ساعة إلى ثلاث ساعات بنسبة (49,47%) وهي متقاربة عند الجنسين غير أن أقل من ساعة أيضا تحتل مرتبة عالية بنسبة (44,21%).

* أما ما يخص سبب المشاهدة فقد أوضحت النتائج المدروسة أن أكثر نسبة في زيادة معارف الدينية (46,31%)، وكذلك التنقيف بنسبة (22,11%) متقاربة بين الجنسين ذكور وإناث.

* نلاحظ أن دافع المشاهدة لقناة الرسالة الفضائية هي التوعية الدينية بنسبة (67,37%)، أما بالنسبة لمعرفة الفتاوى الشرعية بنسبة (17,37%) متقاربة بين الذكور والإناث.

* من خلال الدراسة وجدنا الفروق متباينة ولها دلالة إحصائية بين المشاهدة مع العائلة والمشاهدة بمفردك، مع العائلة بنسبة (65,26%) وبمفردك بنسبة (29,47%) ثم مع الأصدقاء وهذا يدل على أن مشاهدة الطلبة للقناة مشاهدة جماعية وهذا يعطي الرؤية الحقيقية لترباط وتماسك الأسرة.

يتبين من خلال الدراسة أن الداعي المفضل لدى عينة الدراسة بالوادي هو محمد العريفي

لما يقدمه من برامج دينية إسلامية بنسبة (36,84%) ثم يليه الداعية عائض القرني بنسبة (32,63%).

وفي ختام هذه الجولة في رحاب قناة الرسالة الفضائية نخلص إلى القول بأن قناة الرسالة الفضائية من القنوات التي أخذت الريادة والصدارة في مجال الإعلام الإسلامي، حتى وإن كانت هناك قنوات إسلامية أخرى أتاحت البديل أمام المشاهدين.

الخاتمة

إن المدرك لحملات التشويه لصورة الإسلام في مختلف وسائل الإعلام الغربية، سواء منها المكتوبة أو المرئية أو المسموعة، يلاحظ أن ثمة جهات معينة تسهم في تمييع صورة الإسلام وحضارته فيجب على المسلمين أن يحرصوا على كل هذه المكائد وأن يسارعوا في بناء وإظهار الإعلام الذي يدافع عن كيان هذا الدين بكل قوة وبكل الوسائل التي تعيد له عزته وهيبته وأن يكون له أثر في أنحاء العالم.

والإعلام الإسلامي هو الإعلام المؤهل في الصدارة بأن يجسد روح الإسلام الأصلية والصحيحة بكل وسائله السمعية والبصرية، وقناة الرسالة الفضائية من بين هؤلاء الوسائل التي نادت بالوسطية في الفكر والموضوعية في الحوار والتي حملت شعار "الرسالة إبداع وأصالة" حتى تصل صورتها إلى كل العالم.

حيث أن نتائج الدراسة الميدانية كشفت على أن طلبة المركز الجامعي بالوادي يتابعون القناة بصفة كبيرة، أما الذين لا يتابعونها فذلك ناتج عن أسباب راجعة إلى ظروف الحياة ومشاغلاها، وأوضحت الدراسة أن مشاهدتها في تزايد مستمر، وأن أفراد العينة أكثر ما يشاهدون القناة عند برامج معينة وأن فترة المشاهدة أكثر ما تكون في فترة السهرة والفترة المسائية.

والظاهر أن مشاهدة هذه القناة جماعية بدرجة أولى، وهذا ما يدل على أن برامجها دينية دعوية فلا حرج من مشاهدتها جماعيا. فقد أخذت أعلى نسبة للمشاهدة هي مع العائلة كما أكدت النتائج على ارتفاع الأذواق، ودليل هذا متابعتهم الكثيفة لبرامج السيرة النبوية وبرنامج قصة نبي إذ أنها أتاحت للكثير (ذكور وإناث) من زيادة معارفهم الدينية بصفة كبيرة.

وأخيرا فهذه الدراسة ما هي إلا جهد بشري قاصر لا يخلو من الأخطاء والنقائص إذ أن مثل هذه المواضيع جديدة.

فهذه خلاصة ما توصلنا إليه في بحثنا المتواضع حول موضوع القنوات الفضائية الإسلامية وقناة الرسالة خصوصا.

قائمة المصادر والمراجع

المصادر والمراجع:

*القرآن الكريم

- 1- أحمد بن محمد بن علي الفيومي المقرئ، المصباح المنير ، لبنان، 770هـ/1987م.
- 2- إعداد هيئة التأطير بالمعهد، منهجية البحث، سند تكوين لفائدة المفتشين في مختلف الأطوار التعليمية، 2005م
- 3- الإمام البخاري، فضائل الصحابة، ج 7.
- 4- جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال والوظائف، الهياكل، الأدوار، بن عكنون، الجزائر، 2010م.
- 5- خالد عبد الرحمان الشايع، القنوات الفضائية وأثارها العقدية والثقافية الاجتماعية والأمنية، دار بلسنية.
- 6- خير الدين على عويس ،عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، ج1، ط 1، القاهرة، 1998.
- 7- سالم بن علي القحطاني، أثر القنوات الفضائية، أم درمان، السودان، 1427هـ/2006م.
- 8- سيد محمد ساداتي الشنقيطي، القنوات الفضائية، ج 1، وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، المملكة العربية السعودية، 1420 هـ/1999 م.
- 9- صادق أمين، الدعوة الإسلامية طريق الخلاص، ط 1، مؤسسة الأهرام، القاهرة، 1414هـ/1993م.
- 10- عبد العزيز بن عبد الرحمان بن ربيعة، البحث العلمي، ط 2، 1420هـ/2000م، ج1.
- 11- عبد الله القاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، ط 2، دار البشر للثقافة والعلوم الإسلامية، 1414هـ/1994م.
- 12- عبد الله محمد الشريف، مناهج البحث العلمي، ط 1، مكتبة الأشعاع، 1996م.
- 13- عبد الملك الدناني، البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية، المكتبة الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006م.

- 14- عبد الهادي الفضلي، أصول البحث، ط 1، دار المؤرج العربي، بيروت، 1412هـ/1992م.
- 15- فريد الأنصاري، أبجديات البحث في العلوم الشرعية، ط 1، الدار البيضاء، 1417هـ/1997م.
- 16- فوزين هليل بن رباح السحيمي، أسس منهج السلف في الدعوة إلى الله، ط 1، دار ابن عفان، السعودية، القاهرة، 1423هـ/2003م.
- 17- محمد أبو الفتح البيانوني، المدخل إلى علم الدعوة، ط 2، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1415هـ/1995م.
- 18- محمد الغزالي، الدعوة الإسلامية تستقبل قرنها الخامس عشر، ط 2، مكتبة وهيبة، القاهرة، 141هـ/1990م.
- 19- محمد الغزالي، مع الله دراسات في الدعوة والدعاة، ط 6، دار النهضة، مصر، 2005.
- 20- محمد خبير رمضان يوسف، من خصائص الإعلام الإسلامي، مكة المكرمة، 1989م.
- 21- محمد سداتي الشنقيطي، الإعلام الإسلامي الأهداف والوظائف، ط 2، دار الفضيلة.
- 22- محمد عبد الفتاح حافظ الصيرفي، البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين، ط 1، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2001-2002م.
- 23- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط 2، دار وائل، الأردن، 1999م.
- 24- محمد عجاج الخطيب، أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، ط 2، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1987م.
- 25- محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي المبادئ- النظرية- التطبيق، ط 1، دار الفجر، القاهرة، 2002م.
- 26- مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط 1، 2000م.
- 27- مروان كجك، الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون، ط 2، دار طيبة، الرياض، 1408هـ/1988م.
- 28- مصطفى إبراهيم، الصحافة في ضوء الإعلام، مكتبة الطالب الجامعي، مكة المكرمة، 1988/1987م.

29- منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، الإسكندرية، 2001-2002م.

30- هاشم أحمد مغنيش، الإعلام في الجامعات الإسلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، بغداد، العراق، ط 1، 1427هـ/2007م.

31- هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، ط 2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1431هـ/2010م.

المذكرات:

32- إبراهيم ناصف ناصر عبد الله، عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية قناة الرسالة أنموذجا، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2009/2010م.

33- إنصاف بنت أيوب بن حمدان المومني، إسهام الإعلام في استقرار الأسرة الأردنية في ضوء أهداف التربية الإسلامية، رسالة دكتوراه في الأصول الإسلامية للتربية، غير منشورة، قسم التربية الإسلامية والمقارنة، جامعة أم القرى، 1432هـ/2011م.

34- خضر بن كامل محمد اللحياني، أثر الفضائيات على المراهقين والمراهقات في المملكة العربية السعودية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة كولومبس، الولايات المتحدة الأمريكية، 1429هـ/2008م.

35- خضر بن كامل محمد اللحياني، دور الإعلام التربوي في تربية طلاب المرحلة الابتدائية بتعليم العاصمة المقدسة، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة كولومبس، الولايات المتحدة الأمريكية، 1427هـ/2006م.

36- فايزة بنت حمدان الصاعدي، إسهام بعض البرامج الدينية في قناة المجد الفضائية في تحقيق أهداف التربية الإسلامية، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم التربية الإسلامية المقارنة، جامعة أم القرى، 1432هـ/2011م.

37- لامية صابر، الحملات الإعلانية في باقة mbc ودورها في التوعية الدينية للشباب، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009/2010م.

38- نديم ربحي محمد الحسن، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2008م.

المجالات:

39- أثر وسائل الدعوة وأساليب الاتصال في زيادة تدين طلبة قسم الدعوة والإعلام الإسلامي في كلية الشريعة، إبراهيم أبو عرقوب، إبراهيم محمد الجوارنة، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، مجلد 7، العدد 3، 1432هـ/2011م.

40- إبراهيم إسماعيل، الإعلام الإسلامي ووسائل الاتصال الحديثة، دعوة الحق، يصدر عن رابطة العالم الإسلامي، السنة 13، العدد 133

ملتقيات ومؤتمرات:

41- أحمد البدوي الفاضل، البرامج الإسلامية في القنوات الفضائية والقنوات الإسلامية المتخصصة، مركز دراسات الإسلام والعالم المعاصر، قاعة الشهيد الزبير للمؤتمرات، الخرطوم، السودان، 2008م.

42- الطاهر الرشيد إسماعيل، دور القنوات الفضائية وأثرها على الشباب، مركز دراسات الإسلام والعالم المعاصر، قاعة الشهيد الزبير الدولية للمؤتمرات، الخرطوم، السودان، 2008م.

43- هاشم كفاوين، تجربة قناة الرسالة الفضائية، مركز دراسات الإسلام والعالم المعاصر، مركز الشهيد الزبير الدولي للمؤتمرات، الخرطوم، السودان، 2008م.

مواقع إلكترونية:

44- نصر شيرين، قناة الرسالة، لن أعيش في جلباب أقرأ، شبكة الدهشة، 2007م، بموقع: <http://www.dahsha.com>, le: 20/03/2012.

45- <http://www.alresalah.net>, le: 14/03/2012.

46- <http://www.alresalah.net/#programs.isp>, le: 15/03/2012.

47- <http://www.iqraa-tv.net//>, le: 17/03/2012.

48- <http://www.alresalah.net>, le: 23/03/2012.

49- <http://uqu.sa/page/ar/73063>, le: 29/03/2012.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المركز الجامعي بالوادي

قسم الدعوة والإعلام والاتصال

الملحق رقم (1)

استمارة استبيان

بعنوان:

القنوات الفضائية الإسلامية ودورها الدعوي

دراسة ميدانية: قناة الرسالة

هذه استمارة بحث ميداني لتحضير لنيل شهادة ليسانس في الدعوة والإعلام والاتصال. الرجاء التكرم بالإجابة لمن استلمها دون ذكر الاسم، مع الإشارة أن هذه الإجابة تستغل في مجال البحث العلمي.

ملاحظة:

توضع علامة (x) بداخل المربع أمام الإجابة المناسبة. وفي الأخير تقبلوا منا فائق الشكر والتقدير والاحترام على حسن تعاونكم في انجاز هذا البحث.

إشراف الأستاذ:

رشيد خضير

إعداد الطالبتان:

خولة رشدان

هند قدودة

الموسم الجامعي: 2011/2012م

* البيانات الشخصية:

1- الجنس

ذكر أنثى

2- التخصص

علم اجتماع علوم إسلامية

3- السن

ما بين 18 و 20 ما بين 20 و 25

ما بين 25 و 30 أكثر من 30

* عادات وأنماط المشاهدة:

4- هل تشاهد(ين) القنوات الفضائية الإسلامية؟

نعم لا

5- ما هي القنوات الفضائية المفضلة لديك؟

الناس الرسالة

الرحمة المنار

6- متى تشاهد قناة الرسالة الفضائية؟

كل يوم أيام العطل

في رمضان عند برامج معينة

7- ما هي أفضل البرامج التي تشاهدها(ينها) على قناة الرسالة الفضائية؟

السيرة النبوية قصة نبي

حوار في النور روائع من السيرة

8- ما هي الفترات التي تشاهد(ين) فيها القناة؟

الفترة الصباحية فترة الظهر

الفترة المسائية فترة السهرة

9- كم ساعة تقضيها (ينها) في مشاهدة القناة؟

أقل من ساعة من ساعة إلى ثلاث ساعات أكثر من ثلاث ساعات

10- لماذا تشاهد (ين) قناة الرسالة الفضائية؟

لزيادة معلوماتي للترفيه
 للتثقيف لزيادة معارفي الدينية

11- ما الدافع لمشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية؟

كسب الحسنات معرفة الفتاوى الشرعية التوعية الدينية

12- مع من تشاهد (ين) قناة الرسالة الفضائية؟

بمفردك مع العائلة مع الأصدقاء

13- من هم الدعاة الذين تفضل (ين) مشاهدتهم على قناة الرسالة الفضائية؟

عائض القرني يوسف القرضاوي
 محمد العريفي محمد الشعراوي

