

جامعة الشهيد حمّـه لخضر - الوادي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية



قسم العلوم الإنسانية
شعبة العلوم الإسلامية

إتجاهات طلبة جامعة الوادي نحو قناة إقرأ الفضائية - دراسة ميدانية -

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم

الإسلامية - تخصص: دعوة و إعلام و إتصال

المشرف:

مصطفى بلقاسمي

الطالبة:

نجعي أسمهان

لجنة المناقشة

رئسا	جامعة الوادي	أستاذ محاضر	د/ رشيد خضير
مناقش	جامعة ورقلة	أستاذ محاضر	أ/ بوزيان
مشرف	جامعة باتنة	أستاذ محاضر	أ/ مصطفى بلقاسمي

السنة الجامعية: 1435هـ - 1436هـ / 2014م - 2015م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

اقْرَأْ بِسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمِ

الإهداء

إلى أعز وأغلى ما في الوجودإلى من أدين لهما بكل ما حققته في حياتي و أدعوا الله أن

يحفظهما لي ويطيل في عمرهما

إلىمن أنارت دربي بوجودها * أمي الحبيبة *

إلى من علّمني الدين والعطاء..... * إليك أبي الغالي *

إلى إخوتي و أخواتي كل واحد باسمه حفظهم الله ورعاهم

خاصة * أميرة *

إلى الدكتور "مصطفى بلقاسمي " المشرف على مذكرتي

إلى كل الأساتذة الكرام الذين قدموا لي المساعدة من أجل إنجاز هذا البحث

إلى كل الأصدقاء وزملاء الدراسة.....

أسمهان

شكر وتقدير

الحمد لله حمدا كثيرا الذي وفقني على إكمال هذا الموضوع وصلى الله على عبده المصطفى

ونبيه المجتبي والذي بذكره تتم الصالحات

وبعد : أتوجه وبكل عبارات التقدير والاحترام بالشكر الجزيل والإمتنان الكبير

إلى الأستاذ المشرف " مصطفى بلقاسمي "

على إرشاداته ونصائحه و توجيهاته العلمية والتي من خلالها تم بعون الله إنجاز هذا العمل

كذلك أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل الأساتذة اللذين قدموا لي يد المساعدة وأخص بالذكر

الأستاذ * رشيد خضير * و الأستاذ * هشام ميسه *

لكم مني فائق الإحترام والتقدير

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة للتعرف على اتجاهات طلبة جامعة الوادي نحو قناة إقرأ الفضائية و معرفة عادات و أنماط المشاهدة للقناة و دوافع التعرض لها و كذلك الإشباعات المحققة منها، إضافة إلى نسبة التعرض لقناة إقرأ الفضائية. و قد تضمنت الدراسة مقّمة و ثلاث فصول: حيث تناولت في الفصل الأول: الإطار المنهجي من حيث الإشكالية والدراسات السابقة، ومنهج الدراسة وإجراءاتها، وفي الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة، حيث ضم أربعة مباحث، المبحث الأول كان حول الإتجاهات و المبحث الثاني نظرية الإستخدامات والإشباعات، وفي المبحث الرابع القنوات الفضائية الإسلامية، والمبحث الرابع فتناولت فيه قناة إقرأ الفضائية مع عرض القناة أهداف وبرامج القناة، أما الفصل الثالث فاشتمل على الدراسة الميدانية، حيث تكون مجتمع الدراسة من الطلبة الملتحقين بجامعة الوادي المسجلين للعام 2014م -2015م وبلغ عدد الاستبيانات الموزعة (200) و تم استرداد 177 استمارة صالحة للدراسة والتحليل، و ثلاثة استمارات لا يشاهدون قناة إقرأ الفضائية. و قد توصلت الدراسة إلى ما يلي :

- ✓ أغلب أفراد عينة الدراسة يقبلون على مشاهدة قناة إقرأ الفضائية "أحيانا".
 - ✓ تفضّل عينة الدراسة مشاهدة قناة إقرأ الفضائية " عند برنامج معين " .
 - ✓ يفضل الطلبة الممثلون في عينة الدراسة الداعية "محمد العريفي" بنسبة 14.95%
 - ✓ جاءت برامج "السيرة النبوية" في المرتبة الأولى حيث سجلت أعلى نسبة مشاهدة من قبل المبحوثين.
 - ✓ أغلب أفراد عينة الدراسة تقبل على مشاهدة قناة إقرأ الفضائية بدافع " أتعلم من خلالها الأحكام الشرعية " .
 - ✓ اتجاهات الطلبة نحو قناة إقرأ الفضائية إيجابية.
- الكلمات المفتاحية :**

الاتجاهات - طلبة الجامعة - جامعة الوادي - قناة إقرأ الفضائية.

Abstract

The study aimed to detect El-Oued University orientations about Iqraa TV channel, and learn about the habits and ways in the terms of watching Iqraa TV channel programs , as well as saturation achieved through the channel. In addition to the rate of watching the channel.

The study included an introduction and three chapters.

The study dealt with in th e in terms of problems studies, the methodology of the study and procedures.

In the second chapter : the theoretical frame work for the study ; it included for sections. The first topic was about the Islamic orientations. The second topic on the theory of uses and gratification. In the third section satellite channels, and the fourth which dealt with: the channel, channel shows, and it's goals and programs.

The third chapter includes study field, when it included a group of students attending at the University registered for the year 2014-2015 .

The total number of questionnaires distributed was (200) .

(117) valid from for study and analysis was recovered, and three forms for students do not watch Iqraa TV channel.

The study found the following:

*The most of the study sample are watching Iqraa TV channel sometimes. the study sample prefer to watch Iqraa TV channel through a particular program.

*Students participants in the study sample preferred Dr. Mohammed Al Arifi program , by 14.95 percent.

*Biography of the prophet programs classified the first and recorded .

The highest rate of watching show by participants.

*The most of the study samples are watching the channel motivated by " I'm learning Islamic legitimacy provisions through the channel.

Key words: Orientations – University Students – El-Oued University – Iqraa TV channel.

فهرس الموضوعات

الموضوع	رقم الصفحة
. إهداء	
. شكر وعرهان	
. ملخص باللغة العربية	
. ملخص باللغة الإنجليزية	
. فهرس المحتويات	
. فهرس الجدول	
. المقدمة	أ - ب
الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة	
أولا : إشكالية الدراسة	03
ثانيا : تساؤلات الدراسة	04
ثالثا : أهداف الدراسة	04
رابعا : أهمية الدراسة	04
خامسا : دوافع اختيار الموضوع	05
سادسا : تحديد مفاهيم الدراسة	05
سابعا : الدراسات السابقة	06
ثامنا : منهج الدراسة	11
تاسعا : مجتمع الدراسة وعينته	11
عاشرا : أدوات جمع البيانات وتحليلها	18

الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة	
22	المبحث الأول : الاتجاهات
22	المطلب الأول : مفهوم الإتجاه و خصائصه
22	أولا : تعريف الاتجاه
23	ثانيا : خصائص الاتجاه
24	المطلب الثاني : أنواع الاتجاهات ووظائفها
24	أولا : أنواع الاتجاهات
25	ثانيا : وظائف الاتجاهات
26	المطلب الثالث : تكوين الاتجاهات
26	أولا : مكونات الاتجاهات
27	ثانيا : العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات
28	ثالثا : مراحل تكوين الاتجاهات
29	المطلب الرابع : قياس الاتجاهات وتغييرها
29	أولا : قياس الاتجاهات
31	ثانيا : تغيير الاتجاهات
34	المبحث الثاني : نظرية الإستخدامات و الإشباعات
34	المطلب الأول : أصول نظرية الإستخدامات و الإشباعات
34	أولا : تعريف و نظرية الإستخدامات الإشباعات
35	ثانيا : نشأة نظرية الإستخدامات و الإشباعات
36	المطلب الثاني : فروض نظرية الإستخدامات و الإشباعات وأهدافها
36	أولا : فروض نظرية الإستخدامات و الإشباعات

37	ثانيا : أهدافها
37	المطلب الثالث : عناصر نظرية الإستخدامات و الإشباعات و إنتقاداتها
37	أولا : عناصر نظرية الإستخدامات و الإشباعات
42	ثانيا : إنتقادات النظرية
45	المبحث الثالث : القنوات الفضائية الإسلامية
45	المطلب الأول : نشأة الفضائية الإسلامية وأسباب ظهورها
45	أولا : تعريف الإعلام الإسلامي
46	ثانيا : ظهور الفضائية الإسلامية
48	ثالثا : أسباب ظهورها
49	المطلب الثاني : أنواع الفضائية الإسلامية وخصائصها
49	أولا : أنواع الفضائية الإسلامية
50	ثانيا : خصائص الفضائية الإسلامية
51	المطلب الثالث : سمات الفضائيات الإسلامية وأهدافها
51	أولا : سمات الإيجابية
52	ثانيا : سمات السلبية
53	ثالثا : أهداف الفضائيات الإسلامية
55	المبحث الرابع : قناة إقرأ الفضائية
55	المطلب الأول : ظهور قناة إقرأ الفضائية
55	أولا : نشأة قناة إقرأ الفضائية
56	ثانيا : شخصية القناة
57	المطلب الثاني : نطاق بث قناة إقرأ الفضائية و تمويلها

57	أولا : نطاق بث قناة إقرأ الفضائية
58	ثانيا : مصادر تمويل قناة إقرأ الفضائية
58	المطلب الثالث: أهداف قناة إقرأ الفضائية وبرامجها
58	أولا : أهداف قناة إقرأ الفضائية
59	ثانيا : برامج قناة إقرأ الفضائية
الفصل الثالث : الدراسة الميدانية	
62	أولا : عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية
66	ثانيا : عادات وأنماط مشاهدة قناة إقرأ الفضائية
95	ثالثا : إتجاهات عينة الدراسة نحو قناة إقرأ الفضائية
116	نتائج الدراسة الميدانية
116	. الخاتمة
118	. التوصيات
120	. الملاحق
135	. الفهارس
135	فهارس الملاحق
136	فهارس المصادر والمراجع

فهرس الجداول

الجدول	رقم الصفحة
الجدول رقم (01) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	14
الجدول رقم (02) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب السن	15
الجدول رقم (03) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب التخصص العلمي	16
الجدول رقم (04) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي	17
الجدول رقم (05) يوضح نسبة مشاهدة الفضائيات الإسلامية لدى المبحوثين	62
الجدول رقم (06) يوضح فترات مشاهدة الفضائيات الإسلامية لدى المبحوثين	63
الجدول رقم (07) يوضح الساعات التي يقضيها المبحوثين في مشاهدة الفضائيات الإسلامية	64
الجدول رقم (08) يوضح الفضائيات الإسلامية المفضلة لدى المبحوثين	65
الجدول رقم (09) يوضح نسبة مشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الجنس	66
الجدول رقم (10) يوضح نسبة مشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الكلية	67
الجدول رقم (11) يوضح أقدمية مشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الجنس	68
الجدول رقم (12) يوضح أقدمية مشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الكلية	69
الجدول رقم (13) يوضح الأيام المفضلة لمشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الجنس	70
الجدول رقم (14) يوضح الأيام المفضلة لمشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الكلية	71
الجدول رقم (15) يوضح الفترات المفضلة لدى المبحوثين لمشاهدة قناة إقرأ الفضائية حسب متغير الجنس	72
الجدول رقم (16) يوضح الساعات التي يقضيها المبحوثين في مشاهدة قناة إقرأ الفضائية حسب متغير الجنس	74
الجدول رقم (17) يوضح الساعات التي يقضيها المبحوثين في مشاهدة قناة إقرأ الفضائية حسب متغير الكلية	75

فهرس الجداول:

76	الجدول رقم(18) يوضح دوافع مشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الجنس
78	الجدول رقم (19) يوضح دوافع مشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الكلية
80	الجدول رقم(20) يوضح أنواع البرامج المفضلة في قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الجنس
82	الجدول رقم(21) يوضح أنواع البرامج المفضلة في قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الكلية
84	الجدول رقم(22) يوضح أسماء البرامج المفضلة في قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الجنس
85	الجدول رقم(23) يوضح أسماء البرامج المفضلة في قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الكلية
86	الجدول رقم(24) يوضح أسباب تفضيل البرامج لدى المبحوثين حسب متغير حسب متغير الجنس
88	الجدول رقم(25) يوضح أسباب تفضيل البرامج لدى المبحوثين حسب متغير الكلية
89	الجدول رقم(26) يوضح أسماء الدعاة المفضلين لدى المبحوثين في قناة إقرأ الفضائية حسب متغير الجنس
91	الجدول رقم.(27) يوضح أسماء الدعاة المفضلين لدى المبحوثين في قناة إقرأ الفضائية حسب متغير الكلية
93	الجدول رقم(28) يوضح أسباب تفضيل الدعاة من قبل المبحوثين حسب متغير الجنس
94	الجدول رقم(29) يوضح أسباب تفضيل الدعاة من قبل المبحوثين حسب متغير الكلية
95	الجدول رقم(30) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة " تهتم قناة إقرأ الفضائي بنشر السلوك لإيجابي "
96	الجدول رقم(31) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة " تقدم قناة إقرأ الفضائية برامج شاملة و متنوعة"
97	الجدول رقم(32) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة" البرامج المعروضة في قناة إقرأ مكررة"
98	الجدول رقم(33) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة " علمنتي برامجها التلاوة الصحيحة"
99	الجدول رقم(34) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة " لا أتق في برامج الإفتاء لاختلاف المفتين في ذلك"
100	الجدول رقم(35) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة "القضايا المطروحة للمناقشة تهمل مشاكل العالم الإسلامي الحقيقية"

فهرس الجداول:

101	الجدول رقم(36) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة " تساهم القناة في حل مشكلات الشباب"
102	الجدول رقم(37) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة "عرفتني قناة اقرأ الفضائية بدعاة وعلماء لم أكن أعرفهم "
103	الجدول رقم(38) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة " يتميز الدعاة و الإعلاميون في قناة اقرأ بالكفاءة الدينية "
104	الجدول رقم(39) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة " يركز معظم مقدمي البرامج على أسلوب التفاعل مع المشاهد"
105	الجدول رقم(40) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة "لغة معظم مقدمي البرامج سهلة و مفهومة "
107	الجدول رقم(42) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب إتجاهاتها نحو العبارة "تهتم قناة اقرأ الفضائية بديكورات برامجها مما يزيد من جودة أعمالها "
108	الجدول رقم(43) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة "وجود الموسيقى المرافقة لبرامج قناة اقرأ يشد إنتباهي أكثر "
109	الجدول رقم(44) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة "تظهر قناة اقرأ العديد من وجهات النظر و تناقشها دون تعصب "
110	الجدول رقم(45) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة " تستخدم قناة اقرأ الفضائية فنون الإخراج المؤثرة بإتقان"

المقدمة

شهدت الساحة العربية انتشارا واسعا في وسائل الإعلام الجماهيرية خاصة منها الفضائيات، التي تعتبر من أكثر الوسائل الاتصالية التي يتعرض لها المجتمع، حيث أدى هذا التطور التكنولوجي المتزايد إلى توجه مسار الإعلام الفضائي نحو التخصص هادفاً بذلك إلى كسب جمهور أكبر و تقديم مواد تلفزيونية جديدة، بطرق مختلفة و قد جاء هذا التخصص بالمحطات العربية مواكبا للنمط الجديد في عالم الإعلام فنشطت بذلك الفضائيات الإسلامية، أين كانت أول تجربة للإعلام الهادف حين أطلقت الشبكة الإعلامية العربية، قناة إقرأ الفضائية لتحمل الرؤى والمفاهيم الإسلامية، موجهة جمهورها نحو إعلاما هادفاً ، حيث مثلت القناة منبر الإسلام الصافي الوسطي.

و من هنا بدأت أول قناة دينية إسلامية ، تهتم بالجانب الديني للفرد و أتاحت له فرصة الإطلاع على نوع آخر من البرامج و إظهار مفهوم آخر للتميز و الإبداع، فتمكنت من تسخير مستجدات التكنولوجيا في خدمة الدين الإسلامي ونشر الوعي و الثقافة الإسلامية بأساليب فنية و علمية مبتكرة و استطاعت بذلك تكوين قاعدة من الجمهور الذي اتجه نحو برامجها المتنوعة و الشاملة لمختلف شؤون الحياة .

و من الأهمية بمكان تخصيص دراسة تبحث في عادات و أنماط و دوافع تعرض طلبة جامعة لقناة إقرأ الفضائية، و من هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لتكشف عن اتجاهات طلبة جامعة الوادي نحو قناة إقرأ الفضائية، و من أجل معالجة هذا الموضوع اتبعت، خطة تتكون من مقدمة وثلاثة فصول: الفصل المنهجي والفصل النظري، وفصل في الجانب التطبيقي .

يشكل الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة، و يندرج تحته إشكالية الدراسة أهدافها أهميتها ودوافع اختيار الموضوع و تساؤلات الدراسة و تحديد مفاهيم الدراسة و الدراسات السابقة ، ومنهج الدراسة و مجتمعه و عينة ثم أدوات جمع البيانات.

أما الفصل الثاني يمثل الإطار النظري للدراسة و يشتمل على أربعة مباحث:

المبحث الأول خاص بالاتجاهات، ويندرج تحته أربعة مطالب استعرضت في المطلب الأول مفهوم الإتجاهات وخصائصها وفي المطلب الثاني أنواع الاتجاهات ووظائفها وفي المطلب الثالث تكوين الإتجاهات، والمطلب الرابع قياس الإتجاهات وتغييرها.

أما المبحث الثاني خاص بنظرية الاستخدامات و الإشباعات، وقد اشتمل على ثلاثة مطالب تناولت في المطلب الأول أصول نظرية الاستخدامات و الإشباعات و في المطلب الثاني فروض النظرية وأهدافها، أما المطلب الثالث يحتوي على عناصر نظرية الاستخدامات و الإشباعات و الإنتقادات الموجهة لها.

والمبحث الثالث فتناولت فيه القنوات الفضائية الإسلامية وقد تم تقسيمه إلى ثلاثة مطالب حيث مثل المطلب الأول نشأة القنوات الفضائية الإسلامية وأسباب نشأتها، وفي المطلب الثاني أنواع الفضائيات الإسلامية وخصائصها، المطلب الثالث سمات الفضائيات الإسلامية وأهدافها.

وتناولت في المبحث الرابع قناة إقرأ الفضائية، وقد قسمت هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب حيث استعرضت في المطلب الأول نشأة قناة إقرأ الفضائية وشخصية القناة أما المطلب الثاني اشتمل على نطاق بث قناة إقرأ الفضائية ومصادر تمويلها، وفي المطلب الثالث تم عرض أهداف القناة إضافة إلى أنواع البرامج المعروضة في قناة إقرأ الفضائية.

أما فيما يخص الفصل التطبيقي للدراسة تناولت فيه عادات وأنماط المشاهدة وكذلك دوافع المشاهدة والإشاعات المحققة منها و إتجاهات عينة الدراسة نحو قناة إقرأ الفضائية ونتائج الدراسة الميدانية.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

الفصل الأول : الإطار المنهجي

- _ الإشكالية .
- _ تساؤلات الدراسة .
- _ أهداف الدراسة .
- _ أهمية الدراسة .
- _ دوافع اختيار الموضوع .
- _ تحديد مفاهيم الدراسة .
- _ الدراسة السابقة .
- _ منهج الدراسة .
- _ مجتمع الدراسة و العينة .
- _ أدوات جمع البيانات .

1/ الإشكالية :

أدى تطور تكنولوجيا الاتصال إلى ظهور التلفزيون كأحدى أهم الوسائل الإعلامية الأكثر التصاقاً بالحياة الاجتماعية، لكونه يخاطب جميع فئات المجتمع بمختلف شرائحه الاجتماعية، خاصة مع ظهور القنوات المتخصصة، حيث ظهرت القنوات الإخبارية والاقتصادية، والرياضية، والثقافية والغنائية، كل هذه الفضائيات تطل علينا من جوانب متعددة، وفي ظل هذه المنافسة الشديدة ظهر نوع آخر من الإعلام يقوم على تدعيم القيم الإسلامية وإشباع حاجات الجمهور المسلم وفق مرجعية إسلامية، وقد كان أول انطلاق لإعلام إسلامي الهادف متمثل في قناة إقرأ الفضائية التي عملت على نشر القيم والمبادئ الإسلامية والتعريف للثقافة الإسلامية، بأساليب متنوعة ومتعددة في طرق الإنتاج والتقديم لتتنوع برامجها بين توعية وإرشاد وفتاوى وتعليم لكتاب الله تعالى وسنة نبيه عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم، لتصبح القناة تعرض مجالات مختلفة اقتصادية، اجتماعية، تاريخية وعلمية من وجهة نظر إسلامية هادفة بذلك إلى بناء الشخصية الإسلامية المتوازنة وتكوين رأي عام واضح الفكر والاعتقاد فاستطاعت أن تؤثر في جمهورها خاصة الشباب، من خلال ما تقدمه من مواد إعلامية شاملة ومتنوعة ومن هذا المنطلق جاءت دراستي لتسلط الضوء على هذه الشريحة من المجتمع وتمثلة في طلبة جامعة الوادي، فكان لابد من معرفة عادات وأنماط مشاهدة قناة إقرأ الفضائية عند طلبة جامعة، ومن هنا يمكن صياغة الإشكالية التالية:

- ما هي اتجاهات طلبة جامعة الوادي نحو قناة إقرأ الفضائية ؟

2/ تساؤلات الدراسة :

تطرح الدراسة التساؤلات التالية :

- ❖ ما هي عادات و أنماط مشاهدة طلبة جامعة الوادي لقناة إقرأ الفضائية؟
- ❖ ما هي دوافع تعرض طلبة جامعة الوادي لقناة إقرأ الفضائية ؟ و ما هي الإشباعات المحققة منها ؟
- ❖ ما هي البرامج و الدعاة الأكثر متابعة من طرف عينة الدراسة لقناة إقرأ الفضائية ؟
- ❖ ما هي اتجاهات طلبة جامعة الوادي نحو البرامج و الدعاة في قناة إقرأ الفضائية ؟

3/ أهداف الدراسة :

يهدف بحثي هذا إلى دراسة اتجاهات طلبة جامعة الوادي نحو قناة إقرأ الفضائية و ذلك من أجل الأهداف التالية:

- ❖ التعرف على عادات و أنماط مشاهدة طلبة جامعة الوادي لقناة إقرأ الفضائية.
- ❖ التعرف على دوافع تعرض طلبة جامعة الوادي لقناة إقرأ الفضائية.
- ❖ التعرف على اتجاهات طلبة جامعة الوادي نحو قناة إقرأ الفضائية من خلال:
 - ✓ التعرف على اتجاهاتهم نحو برامج قناة إقرأ الفضائية و محتواها .
 - ✓ الكشف عن البرامج المفضلة لدى عينة الدراسة وأسباب التفضيل .
 - ✓ معرفة اتجاهاتهم نحو الدعاة و مقدمي البرامج " القائم بالاتصال" في القناة.

4/ أهمية الدراسة :

ترجع أهمية الدراسة إلى كونها تتناول واحدة من أهم الفضائيات الدينية التي تحظى بالمتابعة و الاهتمام من قبل الجماهير و هي قناة إقرأ الفضائية كما تبين الإشباعات المحققة من تعرض طلبة جامعة الوادي لهذه القناة سواء المعرفية منها و السلوكية.

5/ دوافع اختيار الموضوع :

الدوافع الموضوعية :

- ❖ الازدياد الملحوظ للفضائيات الإسلامية ، على اعتبار أن قناة إقرأ الفضائية واحدة من هذه الفضائيات، وما لها من دور فعال في خدمة الدعوة الإسلامية و بالتالي أصبحت تشكل واقعا قابلا للدراسة العلمية.
- ❖ أهمية قناة إقرأ الفضائية حيث أضحت مصدرا للمعلومات الدينية و الفتاوى لكثير من المشاهدين.
- ❖ إجراء دراسة ميدانية وفق أسس علمية ممنهجة.

الدوافع الذاتية:

وجودي في الوسط الطلابي دفعني إلى اختيار موضوع يعكس توجهات الطلبة نحو الفضائية الإسلامية، ووقع اختيار قناة إقرأ الفضائية نظرا لتنوع برامجها، وكذلك طرحها للمواضيع التي تتناول إهتمامات الشباب.

6/ تحديد مفاهيم الدراسة:

❖ الاتجاهات :

هو حالة إستعداد عقلي و انفعالي للسلوك، نحو موقف أو أشخاص أو شيء معيّن.¹ و بالتالي " هو الحالة النفسية القائمة وراء رأي الفرد ، فيما يتعلق بموضوع معيّن من حيث رفضه لهذا الموضوع أو قبوله، و درجة هذا الرفض أو القبول ".²

¹ - شفيق رضوان ، علم النفس الاجتماعي ، بيروت ، مجد المؤسسة الجامعية للدراسة و التوزيع ، ط 2 ، 1429 هـ / 2008 م ، ص 151.

² - مجدي أحمد ، مقدمة في سيكولوجية الاتصال و الإعلام ، مصر ، دار المعرفة الجامعية ، ط 1 ، 2008 م ، ص 114.

❖ الطالب الجامعي :

هو الشخص المسجل لنيل درجة علمية، وفق القوانين المعمول بها في الجامعة التي يدرس فيها.

❖ التعريف الإجرائي لجامعة الوادي :

وهي مؤسسة تابعة لوزارة التعليم العالي و البحث العلمي و إحدى الجامعات الجزائرية، يقبل عليها الطلبة بعد مرحلة الثانوية للحصول على شهادات جامعية بعد التّخّرج، و تشمل جامعة الشهيد حمّه لخضر على مجموعة من التخصّصات العلمية و الأدبية .

قناة إقرأ الفضائية:

هي أول قناة عربية متخصصة في الإعلام الإسلامي، بدأ إرسالها من غزة في شهر رجب 1419هـ الموافق 21 أكتوبر 1998 م تحت شعار متعة الإعلام الهادف ، تقدّم قناة باقة متنوّعة من البرامج، و تهتم بمختلف شؤون الحياة، دينية، ثقافية إجتماعية، إعلامية سياسية، إقتصادية و ترويجية¹.

7 / الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى : "الجمهور القسنطيني و برامج قناة إقرأ الفضائية"²
تبلورت إشكالية الدراسة في معرفة عادات و أنماط و شدّة إتجاهات الجمهور القسنطيني نحو قناة إقرأ الفضائية، حيث هدفت الدراسة إلى:

¹ - هبة شاهين ،التلفزيون الفضائي العربي ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 2 ، 1431 هـ - 2010 م ، ص 255 .

² - وردة بوجلال ، الجمهور القسنطيني و برامج قناة إقرأ الفضائية ، دراسة في العادات و الأنماط و الإتجاهات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الدعوة و الإعلام ، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية ، قسنطينة ، 2002 م - 2003 م .

- ❖ قياس اتجاهات الجمهور القسنطيني نحو القناة.
 - ❖ تقييم نوعية البرامج التي تقدمها القناة.
 - ❖ الخروج ببعض المقترحات التي من شأنها رضع كفاءة عمل مثل هذه القنوات.
 - ❖ ضرورة استعمال القنوات الفضائية في الدعوة إلى الله.
- و قد اعتمدت الباحثة على منهج المسح لجمهور وسائل الإعلام ، حيث استعانت بأداة الاستبيان لجمع البيانات، و تم توزيعها على ثلاثة أنواع من الأحياء:
- أحياء شعبية: و هي باردوا و المنشار و بومرزوق.
 - أحياء متوسطة: وهي بو الصوف و الدقسي.
 - أحياء راقية: سيدي مبروك، جيل الوحش.
- و من أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة:
- ❖ يتساوى الذكور و الإناث في مشاهدة 14 قناة .
 - ❖ بلغ عدد المشاهدين لبرامج قناة إقرأ الفضائية 152 مفردة بنسبة 91.01 %.
 - ❖ أظهرت الدراسة أن الحصة الأكثر إعجابا، برنامج تلقي الأحبة.
 - ❖ كما توصلت الدراسة إلى أن هنا تزايد مستمر في مشاهدة قناة إقرأ الفضائية عند برنامج معين، و أن أعلى نسبة لوقت المشاهدة كان على " حسب وقت البرنامج "
- الدراسة الثانية:** " آراء الأساتذة و الطلبة في البرامج الدعوية لقناة إقرأ الفضائية "
- دراسة استطلاعية بجامعة الأمير عبد القادر¹:
- جاءت هذه الدراسة للتعرف على رأي الأساتذة و الطلبة في جامعة الأمير عبد القادر للبرامج الدعوية في قناة إقرأ الفضائية، حيث هدفت الدراسة إلى:

¹ - بلعربي ناديا ، آراء الأساتذة و الطلبة في البرامج الدعوية لقناة إقرأ الفضائية دراسة استطلاعية بجامعة الأمير عبد القادر ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الدعوة و الإعلام ، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة ، 2008/2007 م .

- ❖ توضيح العلاقة بين قناة إقرأ الفضائية و جمهور الطلبة و الأساتذة الذين يتعرضون لبرنامج "على خطى الحبيب" و برنامج "الميزان".
- ❖ التعرف على الأثر الدعوي للقناة، و ذلك من خلال الوقوف على مدى قدرة القناة في تفعيل الدعوة إلى الله .
- ❖ و قد اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، ثم الاستعانة بأداة الاستبيان و إتبع أسلوب العينة العمدية.
- ❖ وقد تواصلت الدراسة إلى النتائج إلى النتائج التالية:
- ❖ جاء عامل الثقافة من أهم دوافع التعرض لبرامج القناة ثم يليها دافع التنمية الثقافية.
- ❖ إحتلت برامج القرآن الكريم في المرتبة الأولى، ثم برامج الفتاوى في المرتبة الثانية ثم البرامج الدعوية في المرتبة الثالثة.

الدراسة الثالثة : "إتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية"¹.

تمحورت إشكالية الدراسة حول معرفة عادات و أنماط و إتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية.

حاولت الباحثة في هذه الدراسة تحقيق جملة من الأهداف:

- ❖ معرفة عادات و أنماط مشاهدة المرأة الجزائرية للفضائيات الدينية.
- ❖ معرفة إتجاهات عينة الدراسة نحو الدعاة و مقامي البرامج في الفضائيات الدينية.
- استخدمت الباحثة في دراستها المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم تطبيق الدراسة الميدانية في منطقتين من الجزائر، منطقة من الشمال ولاية باتنة، منطقة من الجنوب ولاية الوادي.
- و قد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:
- ❖ يُفضّل أغلبية أفراد عينة الدراسة مشاهدة الفضائيات الدنية دائماً.
- ❖ تقبل أغلبية أفراد عينة الدراسة على مشاهدة الفضائيات الدنية " حسب مدة البرنامج .

¹ عباس سعيدة ، إتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية ، دراسة في العادات و الأنماط و الاتجاهات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الدعوة و الإعلام ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2009م/2010 م .

- ❖ أغلبية أفراد عينة الدراسة تُقبل على مشاهدة الفضائيات الدّنية " منذ أكثر من 10 سنوات " .
- ❖ تُقبل عينة الدراسة على مشاهدة برامج الفتاوى.
- ❖ جاءت قناة إقرأ و الرسالة في المرتبة الأولى.

الدراسة الرابعة:

عادات و أنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية قناة الرسالة " أنموذجا "1.

استهدفت الدراسة الكشف عن عادات و أنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الإسلامية و خصوصا قناة الرسالة الفضائية ، وتكوّن مجتمع الدراسة من الطلبة الملتحقين بالجامعات الأردنية (اليرموك، الأردنية، مؤتة، حداراء، البتراء) حيث بلغ عدد الاستبيان الموزع 550 تم إسترداد 508 إستبيانا.

و توصلت الدراسة إلى ما يلي:

- ❖ جاء نوع البرامج الشاملة و المتنوعة الأكثر مشاهدة من قبل الطلبة.
- ❖ جاء نوع برامج الإرشاد و التّوعية الأكثر تفضيلا من قبل الطلبة.
- ❖ يشاهد معظم الطلبة التلفزيون "من ساعة إلى أقل من ساعتين" و القنوات الإسلامية من نصف " ساعة إلى ساعة " .
- ❖ الهدف الأبرز للطلبة من المشاهدة هو التّوعية الدّينية.
- ❖ دوافع الطلبة من المشاهدة هو سماع القرآن الكريم.

¹ إبراهيم ناصف ناصر عبد الله ، عادات و أنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية قناة الرسالة " أنموذجا " رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام ، الأردن ، جامعة شرق الأوسط للدراسات العليا ، 2009 م .

أوجه تشابه و اختلاف الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية:

من خلال استعراض أهم الدراسات السابقة و النتائج التي توصلوا إليها يتّضح أن هناك أوجه تشابه و اختلاف و هي على النحو التالي:

- ❖ اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة وردة بو جلال الجمهور القسنطيني و برامج قناة إقرأ الفضائية، كذلك دراسة بلعربي نادية آراء الأساتذة و الطلبة في البرامج الدعوية لقناة إقرأ الفضائية، حيث تناولوا دراسة قناة إقرأ الفضائية.
- ❖ في حين اختلفت عنها دراسة عباس سعيدة إتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية حيث تناولت الدراسة الفضائية الدينية عامة في حين تناولت الدراسة الحالية قناة إقرأ الفضائية.

و دراسة إبراهيم ناصف ناصر عبد الله عادات و أنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية قناة الرسالة " أنموذجاً "

حيث تناولت الدراسة الفضائية الإسلامية عامة و ركزت على قناة الرسالة " أنموذجاً".

❖ إستخدمت الدراسة السابقة المنهج الوصفي و هو المنهج الذي سيتم استخدامه في الدراسة الحالية.

❖ إستخدمت الدراسة السابقة أداة الإستبيان، و هي نفس الأداة التي ستستخدمها الدراسة الحالية.

8/ منهج الدراسة:

تتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث «التي تركز على الوصف الحقيقي و التفصيلي لموضوع محدد على صورة نوعية أو كمية أو رقمية، و بالتالي فهو عبارة عن طريقة لوصف

الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة، و تصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معوّدة يمكن تغييرها ¹ «

و من هنا يتبين أن المنهج المناسب لهذه الدراسة هو المنهج الوصفي، على إعتباره أنسب الطرق لمعالجة الإشكالية المطروحة في بحثي و المتمحورة أساساً حول إتجاهات طلبة جامعة الوادي نحو قناة إقرأ الفضائية، و تحديداً عادات و أنماط المشاهدة و الإشباعات المحققة منها.

محددات الدراسة :

في إطار الأهداف التي تسعى الدراسة لتحقيقها فإن نتائجها تحدد إتجاهات طلبة جامعة الوادي نحو قناة إقرأ الفضائية.

و بناءً على ذلك تلتزم الدراسة بالمحددات الآتية:

❖ الحد المكاني: تم تطبيق الدراسة على طلبة جامعة الوادي.

❖ الحد البشري: اقتصرت الدراسة على دراسة طلبة جامعة الوادي

المسجلة لعام 2014 م / 2015 م.

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

9/ مجتمع الدراسة و عينته :

1- مجتمع الدراسة :

يتم إختبار عينة الدراسة من مجتمع الدراسة و الذي نعني بها: "مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، و يمثل هذا المجتمع الكل أو المجموعة الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته، و يتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته"²، و يمثل مجتمع هذه الدراسة في طلبة و طالبات جامعة الوادي.

¹ - محمد عبيدات ، محمد أبو نصار ، عقلية مبيضين ، منهجية البحث العلمي القواعد و المراحل و التطبيقات ، عمان ، دار وائل للنشر ، ط 2 ، 1999 ، ص 46

² محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، عالم الكتاب ، ط 1 ، 2000 م ، ص 130 .

2- عينة الدراسة و خصائصها :

يعتبر أسلوب العينة من أدوات البحث العلمي، التي يلجأ إليها الباحث نظراً لكبر مجتمع الدراسة.

فالعينة هي "عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة، يتم اختيارها بطريقة معينة، و إجراء الدراسة عليها، ومن ثم استخدام تلك النتائج و تعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلية"¹.

و تتألف عينة الدراسة من مجتمع الدراسة ، و هو طلبة جامعة الوادي من ذكور و إناث و من مختلف التخصصات و المستويات الدراسية، و يبلغ العدد الكلي لعينة الدراسة (200) و قد تم الإعتماد في هذه الدراسة على أسلوب العينة " العشوائية الطبقيّة ".

و هي نوع من العينات يستعمل في الحالات التي يكون معروفا فيها أن في المجتمع اختلافات منتظمة ، و في هذا النوع من العينات ، يضع الباحث شروطا معينة لإختبار أفراد العينة بحيث تمثل العن جميع فئات المجتمع المدروس، و بنفس نسبة وجودها. و بعد تقسيم المجتمع لفئات مختلفة، يعتمد الباحث الطريقة المتبعة في إختيار العينة العشوائية ضمن فئات (طبقات) المجتمع المدروس.

و لكي يتم الاختيار، يحدد الباحث الفئات المختلفة في المجتمع الأصلي بناء على خاصية معينة و بطريقة تناسبه، أي أن الباحث يختار لكل طبقة و بطريقة عشوائية عددا من المفردات، يتناسب مع حجمها الحقيقي في المجتمع الأصلي"².

و على هذا الأساس تم إختيار عينة الدراسة، حيث قمت بتقسيم طلبة جامعة الوادي، الممثلون في عينة الدراسة إلى كلايتين، كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية

¹ محمد عبيدات ، محمد أبو نصار ، عقلة مبيضين ، مرجع سابق ، ص 46.

² رجاء وحيد دويدري ، البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارسته العلمية، دمشق ، دار الفكر ، ط 1 ، 1461 هـ/2000 م ، ص 311 .

و كلاً من العلوم و التكنولوجيا، و بالتالي يسهل توزيع الإستمارة على أفراد العينة واختصار الوقت.

و قد تم توزيع الاستمارة على الطلبة و الطالبات في ساحة الجامعة، و تم إختيار الطريقة التطبيقية متساوية في الجنس و التخصصات العلمية و هي موزعة كآآتي:

100 إستمارة لكلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية.

100 إستمارة لكلية العلوم و التكنولوجيا.

بمختلف التخصصات الموجودة في الكليتين و حسب المستوى الجامعي ليسانس

و ماستر، مقسمة بالتساوي بين الجنسين 50 ذكور و 50 إناث .

و تم استرجاع (177) استمارة قابلة للتليل و الدراسة و 3 إستمارات لا يشاهدون

قناة إقرأ الفضائية.

خصائص العينة :

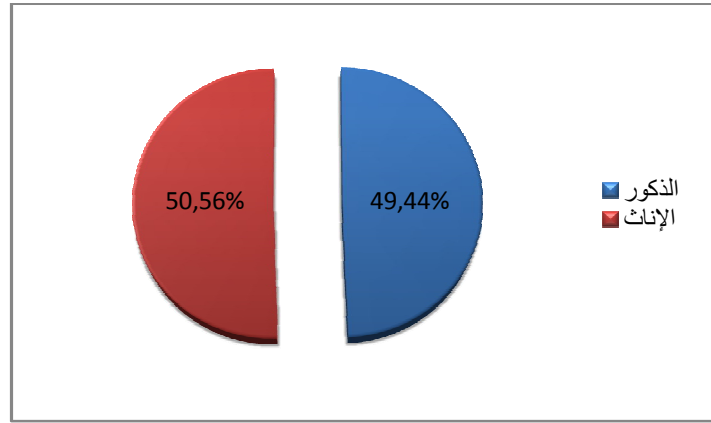
تتوزع العينة المختارة حسب الخصائص المميزة لها على النحو الآتي:

1- حسب الجنس:

الجدول رقم (01) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس :

النسبة	التكرار	حسب الجنس
49.44%	89	الذكور
50.56%	91	الإناث
100%	180	المجموع

الرسم البياني رقم (01)



يبين الجدول رقم (01) و الرسم البياني رقم (01) توزيع العينة حسب الجنس كالآتي:

❖ ذكور 89 مفردة بنسبة 49.44% .

❖ إناث 91 بنسبة 50.56% .

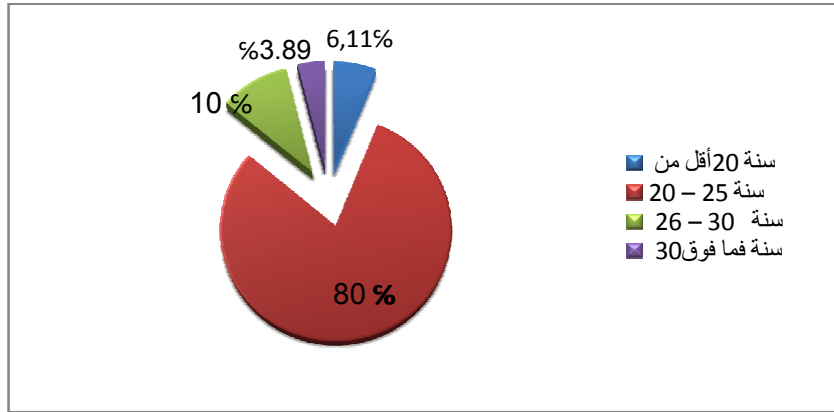
❖ مجموع العينة 180 .

2- حسب السن:

الجدول رقم (02) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب السن :

النسبة	التكرار	حسب السن
6.11%	11	أقل من 20 سنة
80%	144	20 - 25 سنة
10%	18	26 - 30 سنة
3.89%	07	30 سنة فما فوق
100%	180	المجموع

الرسم البياني رقم (02)



يبين الجدول و الرسم البياني رقم (02) توزيع العينة حسب السن كالآتي:

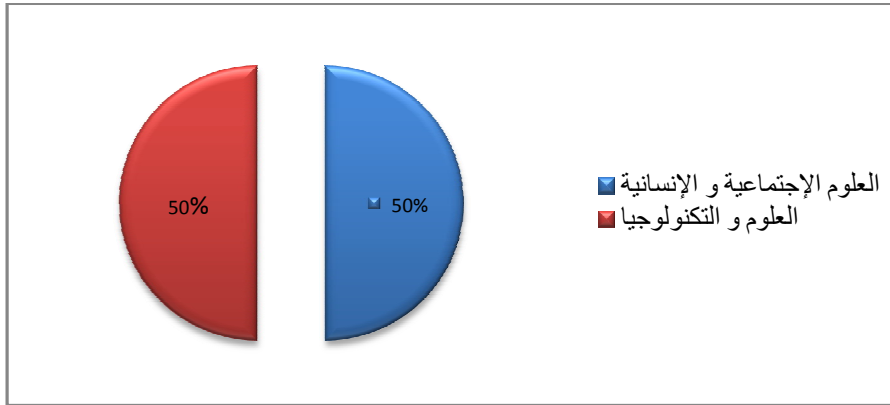
- ❖ أقل من 20 سنة: 11 مفردة بنسبة 6.11%.
- ❖ 20 - 25 سنة: 144 مفردة بنسبة 80%.
- ❖ 26 - 30 سنة: 18 مفردة بنسبة 10%.
- ❖ 30 سنة فما فوق: 07 مفردة بنسبة 3.89%.

3- حسب التخصص العلمي :

الجدول رقم (03) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب التخصص العلمي :

النسبة	التكرار	التخصص العلمي
50%	90	العلوم الإجتماعية و الإنسانية
50%	90	العلوم و التكنولوجيا
100%	180	المجموع

الرسم البياني رقم (03)



يبين الجدول و الرسم البياني رقم (03) توزيع العينة حسب التخصص العلمي كالاتي:

❖ العلوم الإجتماعية و الإنسانية: 90 مفردة بنسبة 50%.

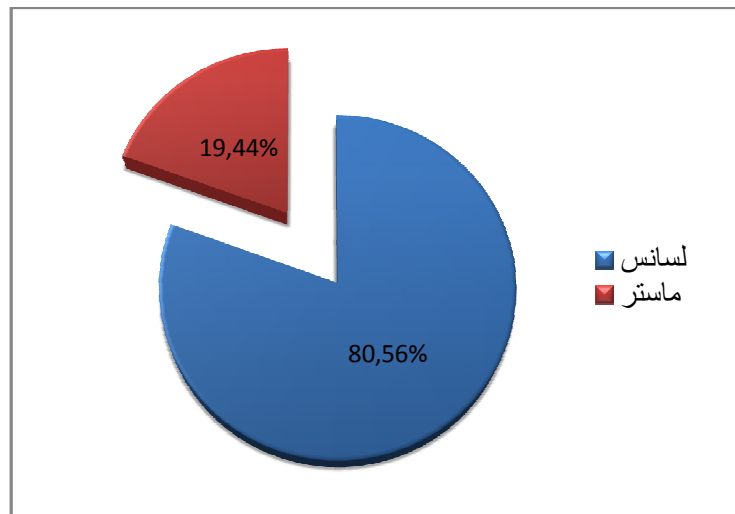
❖ العلوم و التكنولوجيا : 90 مفردة بنسبة 50%.

4- حسب المستوى الدراسي :

الجدول رقم (04) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي:

النسبة	التكرار	التخصص العلمي
80.56%	145	لسانس
19.44%	35	ماستر
100%	180	المجموع

الرسم البياني رقم (04)



يبين الجدول و الرسم البياني رقم (04) توزيع العينة حسب المستوى الدراسي كالتالي:

❖ لسانس : 145 مفردة بنسبة 80.56%.

❖ ماستر : 35 مفردة بنسبة 19.44%.

10/ أداة جمع البيانات و تحليلها:

1- أداة جمع البيانات: تم الاعتماد في هذه الدراسة على أداة الاستبيان لجمع البيانات

المطلوبة ، حيث تعتبر هذه الأداة من أكثر الأدوات استعمالا في بحوث الإعلام و الاتصال، و الأكثر ملائمة لدراسة جمهور وسائل الإعلام .

" فالاستبيان هو عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة ، التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معيّن "1.

" و يعد الاستبيان من أكثر الأدوات شيوعا و استخداما في جمع المعلومات عن موضوع معيّن من عدد كبير من الأفراد "2.

و قد مر إعداد الاستمارة بعدة مراحل:

إعداد مجموعة من الأسئلة المبدئية و ذلك بعد تقسيم الاستمارة إلى ثلاث محاور :

- محور عادات و أنماط مشاهدة الفضائيات الإسلامية.

- محور عادات و أنماط مشاهدة قناة إقرأ الفضائية.

- محور اتجاهات عينة الدراسة نحو قناة إقرأ الفضائية.

و قد شملت الاستمارة على (32) سؤال موزع على المحاور الثلاثة المذكورة و خضع

الاستبيان للإجراءات المنهجية وفق الأسس العلمية ، حيث تم عرض الاستمارة على

¹ محمد عبيدات ، محمد أبو نصار ، عقلة مبيضين ، المرجع السابق ، ص 63 .

² محمد عبد الحميد ، المرجع السابق ، ص 353 .

مجموعة من الأساتذة من ذوي الاختصاص للتّحكيم، الذين قاموا بوضع بعض الملاحظات و الاقتراحات.

و قد تم تحكيم الاستمارة من طرف:

الأساتذة : رشيد خضير، مؤمن بكوش جموعي ، هشام ميسة، لامية بوبيدي، نسبية فريجات ، مؤمن بكوش الجموعي.

و قد تم الأخذ بأرائهم و اقتراحاتهم و صياغة الاستمارة في صورتها النهائية ثم توزيعا على أفراد عينة الدراسة.

❖ صدق أداة الدراسة:

و لتأكد من صدق الأداة و صلاحيتها قامت الباحثة بتوزيع الاستبيان على عينة تجريبية قدرها (30) مفردة على مختلف التخصصات المعتمدة في عينة الدراسة و التأكد من سلامة صياغة الأسئلة و الفقرات ، بحيث تكون مفهومة من قنل المبحوثين.

كما تم عرض الاستبيان على مجموعة المحكمين الذين سبق ذكرهم

(أنظر الملحق 02) و الأخذ بتوصياتهم و مقترحاتهم حول محتوى الاستبيان.

2/ أدوات تحليل البيانات :

لقد استخدمت هذه الدراسة أساليب إحصائية متمثلة في التكرار و النسب المئوية، و تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس اتجاه الطلبة نحو قناة إقرأ الفضائية.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول : الاتجاهات

المطلب الأول : مفهوم الاتجاهات و خصائصها.

أولاً : تعريف الاتجاه .

ثانياً : خصائص الاتجاه .

المطلب الثاني: أنواع الاتجاهات و وظائفها.

أولاً : أنواع الاتجاهات.

ثانياً : وظائف الاتجاهات.

المطلب الثالث: تكوين الاتجاهات .

أولاً : مكونات الاتجاهات .

ثانياً : العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات.

ثالثاً : المراحل المؤثرة في تكوين الاتجاهات.

المطلب الرابع : قياس الاتجاهات و تغييرها.

أولاً : قياس الاتجاهات .

ثانياً : تغيير الاتجاهات .

المبحث الأول: الاتجاهات

يعد موضوع الاتجاهات من المواضيع الرئيسية التي لعبت دورا هاما في تاريخ علم النفس الاجتماعي و هو أيضا من أكثر المفاهيم انتشارا في هذا المجال نظرا لاعتبارها من أهم دوافع سلوك الفرد التي تؤدي دورا أساسيا في ضبطها و توجيهها .

المطلب الأول : تعريف الاتجاهات و خصائصها .

أولا : تعريف الاتجاهات

1- لغة: الوجه معروف والجمع وجوه ، قال الزمخشري و وجه كل شيء مستقبلة.¹

2- اصطلاحا: تناول العديد من الباحثين الاتجاه بتعريفات مختلفة يمكن إبراز بعضها:

تعريف كرتش و كرتشفيلد: ينص على أن الاتجاه هو تنظيم مستمر للعمليات الانفعالية والإدراكية و المعرفية إزاء بعض جوانب المجال الذي يعيش فيه الفرد.²

تعريف بوجاردوس: يرى أن الاتجاه هو نزعة للتصرف سواء إيجابية أو سلبية نحو وضع ما في البيئة التي تحدد قيما إيجابية أو سلبية لهذا التصرف.³

و هناك تعريف أخرى للاتجاه على " أنه حالة استعداد عقلي انفعالي للسلوك نحو موقف ، أو شخص أو شيء معنٍ"⁴

كما عرّف الاتجاه على أنه " ميل الفرد للاستجابة بشكل إيجابي أو سلبي إتجاه مجموعة من المثيرات"¹

¹ - ابن منظور ، لسان العرب ، دار لسان العرب ، بيروت ، ج.6 ، ذ.ط ، 1988 ، ص 884

² - سليمان عبد الواحد يوسف إبراهيم ، مبادئ علم النفس الاجتماعي القاهرة ، مؤسسة طيبة ، ط1 ، 2005 ، ص 303.

³ - دويدار عبد الفتاح ، علم النفس الاجتماعي بيروت ، دار النهضة العربية ، ط 1 ، د.ت ص 301 .

⁴ - شفيق رضوان ، علم النفس الاجتماعي، بيروت، المؤسسات الجامعية للدراسات، ط2، 1429 هـ/2008 م، ص 151 .

ثانيا : خصائص الاتجاهات :

تتميز الاتجاهات بجملة من الخصائص منها :

- 1- الاتجاهات المكتسبة و المتعلمة و ليست ولادية و لا وراثية ، ترتبط بميراث و مواقف اجتماعية.
- 2- لا تتكون من فراغ ولكنها تتضمن دائما علاقة بين الأفراد و موضوع من موضوعات البيئة.
- 3- قابلة للقياس و التقويم بأدوات و أساليب مختلفة .²
- 4- الاتجاه محوري أي أنه مستقطب و له محوران، مع أو ضد، تفضيل أو لا تفضيل، التحبيذ أو الرفض .³
- 5- أن الاتجاهات تتسم بالثبات النسبي و من ثم يمكن تعديلها أو تغييرها، و خاصة التي تشبع حاجة نفسية لدى الفرد .⁴
- 6- التناقض: فقد تتصارع الاتجاهات الشخصية مع التوقعات الاجتماعية بحيث ينشأ التناقض بين اتجاهات الشخص التي تكونت من خلال خبراته، و الاتجاهات التي يجب أن يعتنقها تبعا لمعايير ثقافية .⁵

المطلب الثاني: أنواع الإتجاهات و وظائفها .

أولا: أنواع الإتجاهات:

هناك عدة أنواع للاتجاهات

¹- أحمد بن الحبيب ، علم النفس الاجتماعي ، القاهرة ، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع ، ط 1 ، ص 94.

²- خليل عبد الرحمان المعاينة ، علم النفس الاجتماعي ، الأردن ، عمان ، دار الفكر ، ط3 ، 2010م - 1430هـ ، ص 147 .

³- من الموقع الإلكتروني : <http://www.socia-team.com/forum/choutnread.php?t=7201> : يوم الزيارة : 2015/02/19 ، 11:30 ص 1 .

⁴- إبراهيم عيد ، علم النفس الاجتماعي ، مصر ، القاهرة ، مكتبة زهراء الشرق ، ط 1 " 200 " ص 89.

⁵- عبد الفتاح محمد دويدار ، علم النفس الاجتماعي ، أصوله و مبادئه ، الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ط 1 ، 2005 ص 174 .

1- إتجاهات جماعية و أخرى فردية:

✓الاتجاهات الجماعية:هي تلك الاتجاهات المشتركة بين العديد من الأفراد.
 ✓الاتجاهات الفردية:هي تلك الاتجاهات التي تميز الفرد عن الآخرين كإعجابه
 بشخصية معينة .

2- إتجاهات علنية و أخرى سرية أو مخفية :

✓إتجاه علني: هو الذي يتحدث به الفرد أمام الناس.
 ✓إتجاه سري: هو الذي يجد الفرد حرجا في إظهاره، و يحاول إخفائه و الاحتفاظ بهي
 لنفسه.¹

3- إتجاهات إيجابية و أخرى سلبية:

✓اتجاه ايجابي: هو الذي يوجه و يقرب الفرد نحو الموضوع .
 ✓اتجاه سلبي: التي تجنب بالفرد بعيدا عن الموضوع .

4- إتجاهات عامة و أخرى خاصة :

✓الاتجاه العام: الذي يكون معمما نحو موضوعات متعددة .
 ✓الاتجاه الخاص: هو الاتجاه الذي يكون محددنا نحو موضوع نوعي محدد .

5- إتجاهات قوية و أخرى ضعيفة:

✓إتجاهات قوية: هي التي تسيطر على جانب كبير من حياة الإنسان و تجعله في
 بعض الموافق يسلك سلوكا جادا مثل الاتجاه نحو الدين .²

✓إتجاهات ضعيفة: أما من يقف من الاتجاه موقفا ضعيفا لا يستطيع مقاومته لأنه
 لا يشعر بشدة الاتجاه .³

6- إتجاهات معنوية و أخرى مادية:

¹- من خلال الموقع الالكتروني : ww.cairodar.com ، يوم الزيارة 2015/02/24 ، 13:30 . ص 17 .
²- سهير كامل أحمد، علم النفس الاجتماعي بين النظرية و التطبيق ، الإسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب ، د.ط،
 2001، ص103 .
³- سهير كامل أحمد ، مرجع سابق ، ص 104 .

- ✓ إتجاه معنوي: كالاتجاه نحو الصدق و الإخلاص.
- ✓ إتجاه مادي: و تتمثل في الحرص على الأشياء المادية.
- 7- إتجاهات عملية و أخرى لفظية:
- ✓ الإتجاهات عملية: و تتجلى هذه الاتجاهات في الأفعال و الإجراءات السلوكية .

✓ إتجاهات لفظية: و هي التعبير عن الاتجاهات في شكل أحكام و استنتاجات عقلية.¹
ثانيا: وظائف الإتجاهات:

تؤدي الإتجاهات عددا من الوظائف على المستوى الشخصي و الاجتماعي أهمها :

- 1- تحدد سلوك الفرد نحو موضوع معين، أو موقف أو مهنة معينة .
- 2- تساعد الفرد على التكيف مع الجماعة التي يعيش فيها.²
- 3- تنظم العمليات الدفاعية، و الانفعالية، والإدراكية و المعرفية للفرد.
- 4- تبلور وتوضح العلاقة بين الفرد و عالمه الاجتماعي .
- 5- تساعد الاتجاهات في تفسير كثير من الظواهر و إعطائها المعنى المناسب لها .
- 6- تساعد الفرد على تحقيق أهدافه الاجتماعية و الاقتصادية و ذلك لأنه حينما يعبر الفرد على اتجاهه الخاص إنما يعبر على إنسيافه لما يسود مجتمعه من قيم و معايير .
- 7- تحقق الاتجاهات الرضا العاطفي للفرد.³

المطلب الثالث: تكوين الاتجاهات .

أولا : مكونات الاتجاهات:

يتكون الاتجاه من ثلاثة عناصر أو مكونات أساسية ، حتى تعطي الشكل العام للاتجاه و هذه المكونات تتمثل في:

1- المكون العاطفي أو الانفعالي:

¹ - سليمان عبد الواحد يوسف إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 309 .

² - جودة بني جابر ، علم النفس الاجتماعي ، عمان ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، ط 1 ، 2004 ، ص 269 .

³ - عبد الفتاح دويدار ، مرجع سابق ، ص 286 .

يتكون هذا المكون من مجموعة من العواطف و المشاعر التي تظهر لدى صاحب الاتجاه في تعامله مع موضوع الإتجاه أي تظهر من خلال حبه لذلك الموضوع من درجة ما، أو نفوره منه من درجة ما كذلك.¹

2- المكون العقلي أو المعرفي:

ينطوي المكون المعرفي على المعلومات و الحقائق الموضوعية، حيث يتمثل في كل ما لدى الفرد من عمليات إدراكية و معتقدات، و أفكار تتعلق بموضوع الإتجاه، و يشمل ما لديه من حجج تقف وراء تقبله لذلك الموضوع.²

3- المكون السلوكي:

و هي طريقة الاستجابة التي يقوم بها الفرد و التي تتضمن جميع الاستعدادات السلوكية المرتبطة بالاتجاه.³

ثانيا : العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاه:

تلعب العوا مل بما تشمله من التّظم الدّينية، الأخلاقية، الاقتصادية و السياسية دورا مهما في تحديد اتجاهات الفرد .

1- الإطار الثقافي و الاجتماعي :

فكل مجتمع يتميّز بمجموعة من العادات و التقاليد و الاتجاهات التي تكوّن إطارا ثقافيا يؤثر في الفرد من خلال تعامله مع الآخرين و تمثل دورا هاما في تحديد اتجاهات الفرد.

2-العوامل النفسية:

و تتضمن كل ما يتعلق بالفرد من قوّة مسيطرة عليه و موجهة لسلوكه بشكل عام مثل: سماته الشخصية، استعداداته، قدراته العقلية و النفسية، خبراته، و حاجاته حيث تمثل مكانة في تكوين اتجاهاته .

3- العوامل الوراثية :

¹- سليمان عبد الواحد يوسف إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 305 .

²- جودة بني جابر ، مرجع سابق ، ص 268 .

³- سليمان عبد الواحد يوسف إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 306 .

قد أوضح شارلي موريس أهمية بعض الملامح الجسمية كحجم الجسم و الطول و الوزن في علاقتها بتوجيهات الفرد .¹

4- طبيعة النظام السياسي:

أي أن كل توجه سياسي يحاول أن يشكل اتجاهات الأفراد و معتقداتهم تبعاً لمعتقداته وما يؤمن به من توجهات سياسية و اقتصادية و هنا تلعب وسائل الإعلام دوراً سياسياً في تشكيل اتجاهات الأفراد.

5- طبيعة الطبقة الاجتماعية:

فالانتماء الطبقي يتبعه انحياز لاتجاهات الطبقة و معاييرها و قيمها .²

ثالثاً : مراحل تكوين الإتجاهات:

تمر عملية تكوين الإتجاهات بالمراحل التالية:

1- **مرحلة التعرف :** و فيها يدرك الفرد مثيرات البيئة، و يتصرف بموجهات فيكتسب

خيارات و معلومات تكون بمثابة إطار مرجعي له .³

2- **مرحلة الميل نحو الاتجاه:** و تتميز هذه المرحلة بميل الفرد نحو أشياء أو

أشخاص أو ظواهر معينة .⁴

3- **مرحلة الثبوت و الاستقرار:** تبدأ المكونات الثلاثة للاتجاه في الظهور و البلورة

بشكل واضح.⁵

حيث يصبح للفرد معرفة و مشاعر تبعث السلوكيات المحددة من الاتجاه

و تستطيع عندها القول، أن الاتجاه أصبح على درجة جيدة من الاستقرار

النسبي و الاستمرارية الزمنية لفترات طويلة.⁶

¹ - المرجع نفسه ، ص 311

² - إبراهيم عيد ، مرجع سابق ، ص 89 .

³ - خليل عبد الرحمان المعاينة ، مرجع سابق ، ص 155 .

⁴ - عدنان يوسف العتوم ، المرجع السابق ، ص 202 .

⁵ - المرجع نفسه ، ص 203 .

⁶ - خليل عبد الرحمان المعاينة ، مرجع سابق ، ص 155 .

المطلب الرابع: قياس الاتجاهات و تغيرها.

أولاً: قياس الاتجاهات :

تعتبر عملية قياس الإتجاهات على قدر كبير من الأهمية، حيث توضح مدى تقبل الأفراد لموضوع معين، أو رفضهم لهم¹ و تقييمهم لذلك الموضوع سواء بطريقة إيجابية أو سلبية " حسن أو رديء " "قبول أو رفض".²

و بالتالي يمكن عرض أهم المقاييس التي يمكن من خلالها قياس الاتجاهات :

1- مقياس بوجاردس: Bocardas

تعتمد هذه الطريقة لقياس البعد الاجتماعي، أو المسافة الإجتماعية بين الجماعات العنصرية أو القومية.³

و يبنى هذا المقياس على أساس مستقيم متدرج يتألف من سبع وحدات حيث يمثل الطرف الأول فيها أقصى درجات التقبل الاجتماعي، بينما يمثل الطرف السابع أقصى درجات التبعاد الاجتماعي.⁴

2- مقياس ثرستون : Thurstone

حاول ثرستون بالتعاون مع زميله شيف Chave بناء مقياس بحيث يتجنب عدم تساوي المسافات المتباعدة، و يستخدم أسلوب المسافات المتساوية الظهور و التي تتكون من إحدى عشر "11" فئة بحيث يمثل الطرف الأيمن أقصى درجات التأييد و يمثل الطرف الأيسر أقصى درجات الرفض و يمثل الرقم "6" الوسط.⁵

¹ - عبد العزيز السيد الشخصي ، علم النفس الاجتماعي ، مصر ، مكتبة القاهرة للكتاب ، ط1 ، 2001 ، ص 12

² - سيد محمود الطواب ، علم النفس الاجتماعي الفرد و الجماعة ، الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، د.ط ، 2007 ، ص 215 .

³ - إبراهيم عيد ، مرجع سابق ، ص 104.

⁴ - كامل علوان الزيدي ، علم النفس الاجتماعي ، الأردن ، مؤسسة الوراق ، د.ط ، 2003 ، ص 133 .

⁵ - المرجع نفسه ، ص 134 .

و تتطلب هذه الطريقة جمع عدد كبير من العبارات التي يفترض أنها تقيس الاتجاه المطلوب و يتم عرضها على عدد من المحكمين ، ثم يتم وضع كل فقرة في القسم المناسب حسب درجة تعبير الفقرة في التأييد أو المعارضة لموضوع الاتجاه¹ .
و بعد التأكد من ثباتهم من وضوح العبارات يوضع سلم الاتجاهات في صورته النهائية² .

3- مقياس ليكرت: Likert اقترح ليكرت طريقة أبسط تقوم على إختيار عدد من العبارات تتناول الاتجاه الذي يريد قياسه ، و أفراد عينة البحث يدلون بإجاباتهم، إما يوافقون بشدة على العبارة أو يوافقون فقط، أو أنهم غير متأكدين أو لا يوافقون على العبارة أو أنهم لا يوافقون إطلاقاً عليها³.

و تدرج النقاط على النحو التالي " موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة"⁴

4- مقياس جثمان: Gutmann:

حاول جثمان إنشاء مقياس تجمعي متدرج يحقق فيه شرطا هاما أنه إذا وافق المفحوص على عبارة معينة فلا بد أن يعني أنه قد وافق على العبارات التي هي أدنى منها و لم يوافق على كل العبارات التي تعلوها، و درجة الشخص هي التي تفصل بين كل العبارات السفلى التي وافق عليها و العليا التي لم يوافق عليها⁵ .

5- مقياس أوزجود :

¹- أحمد يعقوب النور ، القياس و التقويم في التربية و علم النفس ، الأردن ، عمان ، دار الجنادر للنشر و التوزيع ، ط 1 ، د.ت ، ص 289 .

²- حسين صديق ، الاتجاهات من منظور علم الاجتماع ، مجلة جامعة دمشق ، المجلة 28 ، العدد 3 و 4 ، 2012 ، ص 317 .

³- عباس محمد عوض و رشاد صالح المنصوري ، علم النفس الاجتماعي نظرياته و تطبيقاته ، الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ط 1 ، د.ت ، ص 45

⁴- كامل علوان الزبيدي ، مرجع سابق ، ص 135 .

⁵- محمد جاسم العبيدي و بسام محمد ولي ، المدخل إلى علم النفس الإجتماعية ، الأردن ، دار الثقافة ، ط 1 ، 2009 ، ص 144 .

يتميز هذا الأسلوب الذي وضعه أوزجود و زملاؤه لقياس الاتجاهات بأنه يتطلب من الأفراد أن يزودونا بتقدير مباشر لتقييمهم لموضوع الاتجاه، و يتكون هذا المقياس من مجموعة أزواج من الصفات المشهورة أحدها موجبة و الأخرى سالبة مثل " حسن قبيح"، "سار غير سار"، و كل زوج من الصفات يفصل بينهما مقياس يتكون من سبع مسافات و المطلوب من الأفراد أن يحددوا أين يقع شعورهم في هذا الاتجاه.¹

ثانيا : طرق تغيير الاتجاهات :

هناك العديد من الطرق التي قد تساعد في تغيير الاتجاهات منها:

- 1- **تغير الإطار المرجعي:** إن اتجاه الفرد نحو أي موضوع يتوقف على الإطار المرجعي، فالإتجاه لا يتكون من فراغ بل أنه يتأثر بالإطار المرجعي الذي يتضمن المعايير و القيم و المدركات و يؤثر فيه.
- 2- **تغيير الجماعة المرجعية:** إذا غير الفرد الجماعة المرجعية التي ينتمي إليها فإنه مع مضي الوقت سوف يميل إلى تغيير أو تعديل اتجاهاته القديمة.²
- 3- **تأثير رأي الأغلبية و رأي الخبراء:** تتأثر الاتجاهات باستخدام رأي الأغلبية و رأي ذوي الخبرة و الشهرة و المكانة الذين يثق الفرد فيهم بدرجة كبيرة.
- 4- **تأثير الأحداث الهامة:** يؤثر تغير الأحداث في تغيير الإطار المرجعي و هذا يعمل بدوره على تغيير الاتجاهات .
- 5- **أثر وسائل الإعلام:** تعمل وسائل الإعلام المختلفة بتقديم المعلومات و الأخبار حول موضوع الاتجاه و هذا من شأنه أن يساعد على تغيير الإتجاه إما إلى الإيجاب أو السلب.³
- 6- **التغيير القسري في السلوك:** قد يضطر الفرد أحيانا إلى تغيير اتجاهاته نتيجة لتغير الظروف الحياتية.⁴

¹ - سيد محمود الطواب ، مرجع سابق ، ص 217 .

² - عدنان يوسف العتوم ، علم النفس الاجتماعي ، الأردن ، إثراء للنشر و التوزيع ، ط 1 ، 2009 ، ص 212 .

³ - جودة بني جابر ، مرجع سابق ، ص 279 - 280 .

⁴ - خليل عبد الرحمان المعاينة ، مرجع سابق ، ص 264 .

7- التغيير في موضوع الاتجاه: إذا حدث تغيير في موضوع الاتجاه نفسه

و أدرك الفرد ذلك فإن اتجاهه نحوه يتغير.

8- الاتصال المباشر بالموضوع: إن الاتصال المباشر بموضوع الاتجاه يسمح

للفرد بأن يتعرف على الموضوع من جوانب عديدة، مما يؤدي إلى تغيير

إتجاه الفرد نحوه.¹

¹ - عدنان يوسف العتوم ، مرجع سابق ، ص 214 .

المبحث الثاني: نظرية الإستخدامات و الإشباعات .

المطلب الأول: أصول نظرية الإستخدامات و الإشباعات.

أولاً: تعريف نظرية الإستخدامات و الإشباعات.

ثانياً: نشأة نظرية الإستخدامات و الإشباعات.

المطلب الثاني: فروض نظرية الإستخدامات و الإشباعات و أهداف .

أولاً: فروض نظرية الإستخدامات و الإشباعات .

ثانياً: أهدافها .

المطلب الثالث: عناصر نظرية الإستخدامات و الإشباعات و انتقاداتها.

أولاً: عناصر نظرية الإستخدامات و الإشباعات.

ثانياً: الإنتقادات الموجهة للنظرية.

المبحث الثاني: نظرية الإستخدامات و الإشباعات .

في إطار الدراسات الخاص بوسائل الإعلام، و التعرض لها و تأثيرها على الجمهور توجه الباحثون نحو الإهتمام بنظرية الإستخدامات و الإشباعات، و كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع و احتياجات الجمهور الإنسانية، و يرجع الإهتمام بهذه النظرية إلى بداية بحوث الاتصال الجماهير حيث ارتفع الإهتمام بها في السنوات الأخيرة في الدراسات الإعلامية من أجل الوصول إلى العلاقة بين الفرد و الوسيلة الإعلامية .

المطلب الأول: أصول نظرية الإستخدامات و الإشباعات .

أولاً: تعريف نظرية الاستخدامات و الإشباعات :

1- التعريف اللغوي:

الاستخدام في اللغة من استخدم استخداماً، أي اتخذ الشخص خادماً و منه يخدمه خدمة فهو خادم و خدام .

أما الإشباعات في اللغة فهي مأخوذة من الشَّبَع بفتح الشَّين و فتح الباء و الشَّبَع بكسر الشين تدل على الامتلاء في الأكل و غيره، و شبيع العقل أي وافره و التشبع من يرى أنه شبعان و ليس كذلك ¹.

2- التعريف الاصطلاحي:

انطلق مفهوم النظرية من خلال تعرض الجمهور للمنتج الإعلامي لإشباع رغبات معيّنة استجابة لدوافع الحاجات الفردية.²

و لقد عرفت نظرية الإستخدامات و الإشباعات على أنها : ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معيّنة، من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات حاجات و دوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة، و يتعرض لتلك المادة.¹

¹ - صلاح محمد عبد الحميد ، الإعلام الجديد ، القاهرة ، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع ، ط1 ، 2011 ، ص 61 .

² - بسام عبد الرحمان المشاقبة ، نظريات الإعلام ، عمان ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، ط1 ، 2011 ، ص 84 .

ثانيا: نشأة نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

خلال الأربعينات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية و التباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد في العلاقة بين الجماهير و وسائل الإعلام.²

و كان هذا بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال ، فقد مثل النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدية، الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الإعلام و الاتصال على تغيير المعرفة و الاتجاه و السلوك.³

كما يعد كاتز و بلوم Katz et Blumer أول من طرح هذه الرؤية الجديدة لدراسة الاتصال الجماهيري في كتابهما " استخدامات وسائل الاتصال الجماهيري " سنة 1974 و هي رؤية تفترض أن يكون التساؤل الأساسي هو، ما الذي يفعله الناس بوسائل الإعلام ؟ و ليس ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالناس ؟ و علما أن هذه الرؤية لم تكن جديدة إلا منذ صدور هذا الكتاب الذي اعتبره العديد من الباحثين نقطة بداية للبحوث و الدراسات الحديثة.⁴

و يشير ويرنر تانكرد إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي تحققها استخدام وسائل الإعلام، قد بدأت منذ وقت مبكر في الثلاثينات حيث أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور لتعرف على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام و خلال الحرب العالمية الثانية أصبح هناك كم هائل من المعلومات حول استخدام وسائل الإعلام و الإشباعات المحققة منها.⁵

¹ - محمد منير حجاب ، الموسوعة الإعلامية ، المجلد 1 ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، د ط ، 2003 ، ص 214 .

² - حسن عماد مكاوي ، نظريات الإعلام ، القاهرة ، دار العربية للنشر و التوزيع ، ط 1 ، 2009 ، ص 156 .

³ - سهيلة بوضياف ، المدونات الالكترونية في الجزائر دراسة في الإستخدامات و الإشباعات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر ، باتنة ، 2009 - 2010 م ص 30 .

⁴ - نصيرة إقبيبي ، جمهور التلفزيون و نظرية الاستعلامات و الإشباعات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر ، 2002 - 2003 م ص 85 .

⁵ - لامية صابر ، الحملات الإعلامية في باقة و دورها في التوعية الدينية للشباب ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2009 - 2010 ، ص 53 .

و استمر الإهتمام بهذه الدراسات في أعمال لازر سلفيد و ستاتون و برلسون و في الخمسينات في أعمال "بريلز" و "ماك كوبي"، و في الستينات في أعمال " شرام" و "ليل" و "باركو".¹

هذا و بإضافة إلى بحوث أخرى كانت تحاول البحث في أسباب التعرض أو أهمية وسائل الإعلام و محتواها بالنسبة للفرد.²

المطلب الثاني: فروض نظرية الإستخدامات و الإشباعات و أهداف.

أولاً: فروضها نظرية الإستخدامات و الإشباعات:

بعد أن بدأت تتضح المداخل الرئيسية لنظرية الإستخدامات و الإشباعات عند الباحثين قاموا بمحاولة وضع الفرضيات التي تنطلق منها هذه النظرية لذا يرى كاتز و زملائه أن هذا المنظور قائم على خمسة فروض و هي الآتي:

- 1- الجمهور هو جمهور مشارك فعال في عملية الاتصال الجماهيري و يستخدم الوسيلة التي تحقق حاجاته.³
- 2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور و يتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، و عوامل التفاعل الاجتماعي و تنوع الحاجات.
- 3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل و المضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال و ليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد .

¹- صالح أبو أصبع ، الاتصال الجماهيري ، الأردن ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، ط1 ، د.ت ، ص 215 .

²- محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام و إتجاهات التأثير ، القاهرة ، عالم الكتاب ، ط1 ، 1998 ، ص 211 .

³- صلاح محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص 65 .

- 4- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم و دوافعهم و بالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- 5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال و ليس من خلال محتوى الرسائل فقط.¹

ثانياً: أهداف نظر الإستخدامات و الإشاعات:

- و يحقق منظور الإستخدامات و الإشاعات ثلاثة أهداف رئيسية هي:
- ✓ الكشف عن كيفية استخدام الفرد لوسائل الإعلام حيث أنهم أعضاء في جمهور نشط يختار و يستخدم الفرد الوسائل التي تشبع حاجاته.²
 - ✓ شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال و التفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.³
 - ✓ التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.⁴

المطلب الثالث : عناصر نظرية الاستخدامات و الإشاعات و انتقاداتها . أولاً: عناصر نظرية الاستخدامات و الإشاعات .

و لنشرح أبعاد نظرية الإستخدامات و الإشاعات نعرض عناصرها الآتي:

- 1- **إفتراضات الجمهور النشط:** إفترضت النظريات القديمة أن الجمهور متلقي سلبي أمام قوة الرسالة و تأثيرها الفعال حتى ظهر مفهوم الجمهور الإيجابي الذي يبحث عما يريد التعرض إليه و يتحكم في اختبار الوسائل التي تلبي احتياجاته و تحقق إشباعاته.⁵

¹- حسن عماد مكاوي و ليلي السيد ، مرجع سابق ، ص 241 .

²- يوسف محمد ، مصر القاهرة ، النظريات النفسية و الإجتماعية في وسائل الاتصال المعاصر و الالكتروني ، دار الكتاب الحديث ، ط 1 ، 2013 ، ص333

³- همت حسن ، دراسات في نظريات الإعلام ، القاهرة ، مصر العربية للنشر و التوزيع ، ط1 ، 2009 ، ص298 .

⁴- حسن عما مكاوي ، ليلي السيد ، مرجع سابق ، ص241 .

⁵- بارعة حمزة شقير ، استخدام أستاذ جامعة دمشق للإنترنيت و الاشباعات المحققة منها ، مجلة جامعة دمشق ، المجلة 25، العدد 1-2-2009 ، ص 458

و هذا ما يؤكد عليه باحثوا الإستخدامات و الإشباعات أن أفراد الجمهور إيجابيين و نشطين.¹

و يرجع الفضل إلى اليهو كاتز في تحويل أبحاث الاتصال إلى تقليل الإهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالناس و زيادة الإهتمام بما يفعله الناس بتلك الوسائل، فمنذ ذلك الحين تم إدراك جماهير وسائل الاتصال باعتبارهم نشطين و يختارون التعرض للوسائل التي تلبى حاجاتهم و المضمون الذي يتفق مع توقعاتهم.²

و يرى بلمغرين أن الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية هي:

- ✓ **الانتقاء:** حيث ينتقي وسائل الإعلامية و المضامين وفقا لما يتفق مع احتياجاته و اهتماماته .
- ✓ **الاستغراق:** و يتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.
- ✓ **الإيجابية:** بمعنى الدخول في المناقشات و التعليق على مضمون الاتصال.³

2- الأصول الاجتماعية و النفسية :

تؤدي العوامل النفسية و الفروق الفردية دورا مهما في اختلاف الأفراد في اختيار الرسائل الإعلامية، الأمر الذي أدى إلى مفهوم الإدراك الإنتقائي لدى الباحثين.⁴

حيث يؤكد الباحثون في هذا المجال على أن الإنسان ليس حالة سلبية يتأثر بتلقائية ساذجة بكل الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها و إنما تتدخل في ذلك متغيرات كثيرة بعضها نفسي و بعضها اجتماعي، فالفرد يختار المضمون الذي يتلاءم مع استعداده

¹ - مديحة القحطاني ، إستخدام الشباب الجامعي للمواقع الاسلامية. دراسة في العادات و الأنماط و الإتجاهات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الدعوة و الاعلام ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2009 - 2008 م ، ص 38 .

² - حسن عماد مكاوي ، ليلي السيد ، مرجع سابق ، ص 243 .

³ - باديس لوينس جمهور الطلبة الجزائرية و الانترنت ، دراسة في الاستخدامات و الاشباعات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2007 ، 2008 ، ص 35

⁴ - صلاح محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص 70 .

النفسي و ظروفه الاجتماعية و يلتفت إلى الرسالة الموافقة مع دوافعه و احتياجاته و خبراته و توقعاته.¹

و على هذا فإن العوامل النفسية و الاجتماعية تلعب دورا في تحديد أصول كثيرة من استخدام وسائل الإعلام.²

3- دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام:

تختلف دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال وفق عوامل عديدة منها العوامل الديموغرافية " السن، الجنس، اللغة، و المنطقة الجغرافية "، الأصول النفسية، نوع الوسيلة و نوع المضمون، الاتجاه نحو الوسيلة، معدل و كيفية التعرض للوسيلة.³

و تتفق معظم الدراسات على أن هناك نوعين من الدوافع هما:

- ✓ دوافع منفعيية: و يهدف أفراد الجمهور على التعرف على ذواتهم و اكتساب المعارف و المعلومات من خلال تعرضهم لوسائل الاتصال.
- ✓ دوافع طقوسية: و ترتبط هذه الدوافع برغبة الفرد في الاسترخاء و الصداقة و الهروب من مختلف أنواع المشاكل سواء كانت اجتماعية أو نفسية.⁴

4- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام :

تختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقا للفروق الفردية و كذلك وفقا لمختلف الثقافات.⁵

¹ - سهيلة بوضياف ، مرجع سابق ، ص 34 .

² - سوزان يوسف أحمد الفليني ، الاتصال ووسائله نظرياته ، مصر ، دار النهضة العربية ، ط 2 ، 1999 ، ص 184 .

³ - المرجع نفسه ، ص 185 .

⁴ - نور الدين هادف ، تكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال الاستخدامات و الاشباعات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة بن يوسف بن خده ، الجزائر ، 2007 - 2008 ، ص 96 .

⁵ - حسن عماد مكاوي و ليلي السيد ، مرجع سابق ، ص 147 .

فالفرد يتعرض لرسالة و وسيلة يتوقع منها إشباع بعض أو كل حاجاته¹.

كما تعد التوقعات سببا في عملية التعرض لوسائل الإعلام.²

5- التعرض لوسائل الإعلام :

أشارت دراسات عديدة إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن الإشباع و التعرض لوسائل الإعلام ، حيث يعبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام، عن نشاط هذا الجمهور و قدرته على إختيار المعلومات التي تلبي احتياجاته.³

و قد أظهرت دراسات عديدة في الولايات المتحدة أن للبرامج الجادة مثلا ارتباطا كبيرا بمستوى التعليم حيث أن هناك ارتباط إيجابي بين مقدرة الفرد الذهنية و درجة الاستجابة للرسالة الاتصالية.⁴

6- إشباع وسائل الإعلام:

وفقا لنظرية الإستخدامات و الإشباع يتم وصف الجمهور بأنه مدفوع بمؤثرات نفسية و اجتماعية على نتائج معينة يطلق عليها الإشباع حيث اهتمت دراسات الإستخدامات و الإشباع بضرورة التمييز بين الإشباع التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض و الإشباع التي تتحقق للجمهور بالفعل نتيجة التعرض.⁵

و يفرق لورانس وينر Winner نوعين من الإشباع هما :

✓ **إشباع المحتوى:** و تنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام و تنقسم إلى

نوعين:⁶

¹ - صلاح محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص 77 .

² - حسن عماد مكاوي ، مرجع سابق ، ص 164 .

³ - حسن عماد مكاوي و ليلي السيد ، مرجع سابق ، ص 248 .

⁴ - حسن عماد مكاوي ، مرجع سابق ، ص 164 .

⁵ - صلاح محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص 79 .

⁶ - حسن عماد مكاوي ، مرجع سابق ، ص 165 .

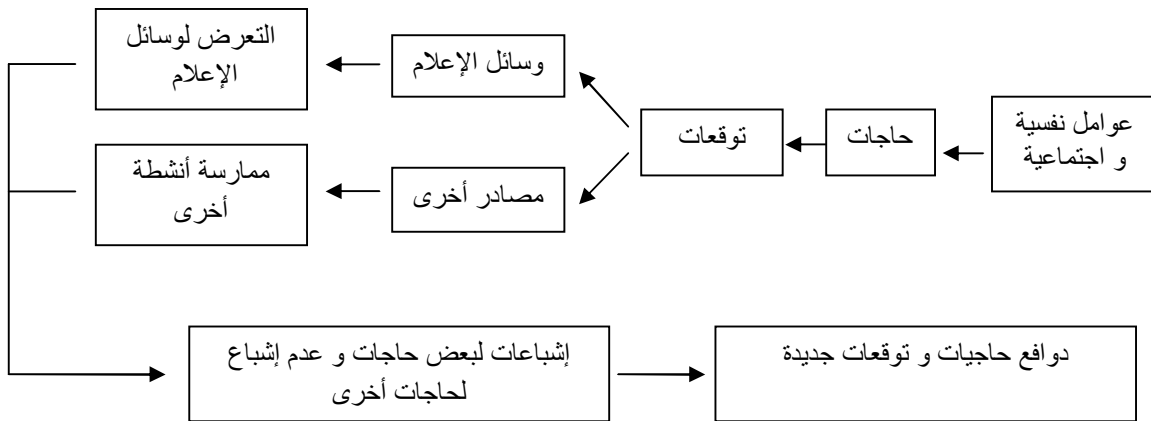
إشباعات توجيهية: و يقصد بها اكتساب الفرد لمعلومات جديدة أو مهارات عامة أو متخصصة و تأكد الذات و التعلّم من بعض المعلومات .

إشباعات اجتماعية: وهي التي تربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد وشبكة العلاقات الاجتماعية مثل التحدث مع الآخرين والإحساس بالتميز والقدرة على حل المشكلات.¹

✓ إشباعات علمية: و تنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة و لا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل و تنقسم إلى نوعين :

إشباعات شبه توجيهية: و تحقق من خلال تحقيق الإحساس بالتوتر و الدفاع عن الذات و تنعكس في برامج التسلية و الترفية و الإثارة.

إشباعات شبه اجتماعية: و تتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام و تزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية و زيادة إحساسه بالعزلة. و يعبر " كاتر وزملاؤه" عن نموذج الإستخدامات و الإشباعات في شكل التالي:²



¹ - همت حسن ، مرجع سابق ، ص 302 .

² - حسن عماد مكايي ، مرجع سابق ، ص 166 .

ثانيا : الإنتقادات الموجّهة لنظرية الإستخدامات و الإشباعات:

بعد تطور البحوث الخاصة بالنظرية منذ السبعينات، و حتى يومنا هذا و بعد و تقديم النظرية لإستراتيجية جديدة لدراسة استخدامات الجمهور و إشباعاته و تفسيرها و على الرغم من هذا التطور إلا أن هناك صورا من النقد وجهت للنظرية و من أبرز هذه الإنتقادات ما يلي:

- 1-يركز دنيس ماكويل على أن نتائج هذه البحوث يمكن أن تتخذ ذريعة لإنتاج محتوى الهابط لأنه تلبية لحاجات الجمهور في مجالات التسلية و الترقية.
- 2- يرى بعض الباحثين أن النظرية لا تعد و كونها إستراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الاستقصاء.¹
- 3- عدم تحديد مفهوم النشاط الذي يوصف به المتلقون هل هو العمد أو المنفعة أو الانتقاء.²
- 4- أنها تشابهت في استخدام نفس المنهج الذي يحتوى على الأسئلة المفتوحة للباحثين حول الإشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام.³
- 5- صعوبة قياس طرق إشباع الحاجات و قد يرجع ذلك إلى طبيعة مفهوم الإشباع نفسه فهو مفهوم يعتمد على الجمهور أكثر من اعتماده على الباحث نفسه.⁴
- 6-تعتبر مقارنة نفسية حدية و مبالغ فيها فهي تلغي احتمالات التواصل مع تغيرات أخرى.⁵

¹- صلاح محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص 80 .

²- المرجع نفسه ، ص 81 .

³- بسام عبد الرحمان المشاقبة ، مرجع سابق ، ص 87 .

⁴- يوسف أحمد الفليني ، مرجع سابق ، ص 189 .

⁵- حسن عماد مكاوي و ليلي السيد ، مرجع سابق ، ص 249 .

المبحث الثالث: القنوات الفضائية الإسلامية .

المطلب الأول: نشأة القنوات الفضائية الإسلامية و أسباب ظهورها.

أولاً: نشأة القنوات الفضائية الإسلامية.

ثانياً: أسباب الظهور.

المطلب الثاني: أنواع الفضائيات الإسلامية و خصائصها.

أولاً: أنواع الفضائيات الإسلامية.

ثانياً: خصائص الفضائيات الإسلامية.

المطلب الثالث: سمات الفضائيات الإسلامية و أهدافها.

أولاً: السمات الإيجابية للفضائيات الإسلامية.

ثانياً: السمات السلبية .

ثالثاً: أهداف الفضائيات الإسلامية.

المبحث الثالث: القنوات الفضائية الإسلامية .

لقد تعددت و تنوعت القنوات الفضائية مع التطورات الكبيرة في المجال العلمي و تقنيات الاتصال، و هذا أدى بدوره إلى ظهور فضائيات متخصصة في مجالات مختلفة من الحياة ،و مواكبة لهذه التطورات المتسارعة و تلبية لرغبات المشاهد المسلم ظهرت القنوات الفضائية الإسلامية التي تسعى إلى تقديم إعلام إسلامي هادف، جاملت الرؤى و المفاهيم الإسلامية و تبليغ الرسالة الخاتمة للبشرية بوسائل عصرية.

المطلب الأول: نشأة القنوات الفضائية الإسلامية و أسباب ظهورها.

تعد الفضائيات الإسلامية وسيلة من وسائل الإعلام الإسلامي، التي تسعى إلى تحقيق الأهداف الإسلامية و نشر قيمها و مبادئها، فالإعلام الإسلامي و الفضائيات الإسلامية و إن اختلفت طرق و أساليب طرحهم و تقديمهم للمادة الإعلامية يبقى المضمون واحد و على هذا الأساس كان لابد لي من الإشارة إلى مفهوم الإعلام الإسلامي.

أولاً: تعريف الإعلام الإسلامي:

هو تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله و سنة رسوله صلى الله عليه وسلم، من خلال وسيلة إعلامية دينية بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية و يدركها و يتأثر بها في معتقداته و عباداته و معاملاته.¹

و هناك من يعرفه على أنه الإعلام الذي يعكس الروح و المبادئ و القيم الإسلامية و يتناول المعلومات و الحقائق و الأخبار المتعلقة بنواحي الحياة كافة، السياسية الاقتصادية، الاجتماعية، القانونية، الدينية و الأخلاقية.²

¹- خيرى رمضان يوسف ، خصائص الإعلام الإسلامي ، دعوة الحق ، العدد 97 ، 1410 هـ 1989 م ، ص 12 .
محمد منير حجاب ، الإعلام الإسلامي ، المبادئ .. النظرية .. التطبيق ، القاهرة ، دار الفجر ، ط 1 ، 2002 ص

24-² .

ثانيا: ظهور القنوات الفضائية الإسلامية :

1- تعريف الفضائيات الإسلامية:

لقد تعددت و تتوعت تعاريف الفضائيات الإسلامية فمنهم من يعرفها على أنه: القنوات التي تلتزم بالضوابط الشرعية الإسلامية،و التي يكون المضمون الغالب لبرامجها المضمون الإسلامي و تعود لجهات حكومية أو دينية أو سياسية.¹ كما أن هناك تعريف آخر على أنها الفضائيات التي أنشئت لتحقيق أهداف إسلامية، و تنطلق من مرجعية إسلامية و إن اختلفت تخصصاتها.² و عُوِّفت القنوات الإسلامية بأنها القنوات الفضائية التي تقدم إعلاما له هدف و فيه قيمة يلبي حاجة المشاهد من خلال مجموعة متنوعة من البرامج التي تشبع رغباته الإنسانية من منظور إسلامي،وتقدمها بأسلوب تقني حديث ضمن ضوابط الشريعة الإسلامية.³

2- نشأة الفضائيات الإسلامية:

تعد تجربة القنوات الفضائية الإسلامية ، تجربة حديثة تعود إلى التسعينات من القرن العشرين⁴، و ذلك عندما أطلقت شبكة ART في عام 1998 م قناة إقرأ الفضائية،لتكون أول قناة تحمل الرؤى و المفاهيم الإسلامية للعرب و المسلمين في كافة أرجاء العالم.

¹- إياد محمد خزعل ، تعرض الشباب للقنوات الفضائية الإسلامية و دورها في غرس الثقافة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة بغداد للدراسات العليا ، 2013 ، ص 22 .

²- المرجع نفسه ص 121 .

³- إبراهيم ناصف ناصر عبد الله ، عادات و أنماط مشاهدة طلبة الجامعة الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية ، قناة الرسالة "نموذجاً " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ،الأردن ، 2009 م/2010م ، ص 6 .

⁴- رعد جاسم الكعبي و بشرى داود السنجري ، التعرض للقنوات الفضائية الإسلامية و علاقته بمقروئية الكتاب ، مجلة كلية الآداب ، العدد 102 ، ص 625 .

و في عام 2000 م تم إطلاق الفضائية الثانية، وهي قناة المنار التي يمتلكها حزب الله اللبناني.

وشهد عام 2003 م إطلاق قناتين إسلاميتين: الأولى قناة المجد الفضائية و الثانية قناة الصفة الفضائية.¹

و هكذا تنامت الأفكار ليزيد عدد القنوات الفضائية الإسلامية عن الثمانين قناة عام 2010.²

حيث نشطت الفضائية الإسلامية و تطورت و تعددت طرق و أساليب العرض و التقديم في ظل التطورات المتسارعة في مجال الاتصال و التكنولوجيا.³

و بالتالي استطاع الإعلام الإسلامي فرض وجوده بين وسائل الإعلام الأخرى و حق لها أن تفخر بما قدمته و تقدمه، فقد أطلق هذا النمط فضاء من الدعوة الواعية في سماء مشحونة بالبهث الفاسد، و استطاعت الصمود و الاستمرار و التأثير الوجداني و الخلقى و الدني و العلمي.⁴

ثالثاً: أسباب ظهور الفضائيات الإسلامية:

هناك العديد من العوامل و الأسباب التي طرحت نفسها على الساحة الإعلامية و التي كان لها تأثير في نشأة و ظهور الفضائيات الإسلامية و لعل من أهم هذه العوامل نذكر:

¹- مروة الصفي ، القنوات الفضائية الإسلامية ، من خلال الموقع الالكتروني :

http://www.ahramdigital.org.eg/articles.aspx?serial=6045 يوم الزيارة 03-03-2015، 14:50 .

2-Ali Mohamed Al-Omar, the reality of Islamic channels is the Arab world, in international journal of west Asian studies, vol.3h02, 2011pp103.

³- طه أحمد الزيدي و حسين عليوي الطائي و يسري خالد إبراهيم ، دراسات في تأثير القنوات الفضائية عل المجتمع و فئاته ، الأردن ، دار النفائس ، ط 1 ، 2012 ، ص 183 .

⁴- خضر بن كامل محمد اللحياني ، أثر الفضائيات على المراهقين و المراهقات في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر التربويين و التربيات، رسالة دكتوراه غير منشورة ، قسم الإعلام ، كلية التربية ، جامعة كولمبس ، و.م. الأمريكية ، 1429 هـ / 2008 م ، ص 83 .

- 1- ظهور التخصص كإحدى سمات المجتمع الحديث ، ثم بدأ الاتجاه العالمي نحو الإعلام المتخصص فقد ظهرت قنوات متخصصة في الرياضة و لاقت نجاحا و تلتها قنوات متخصصة داخل التخصص مثل القنوات المتخصصة في لعبة رياضية واحدة.¹
- 2- زيادة الاستثمارات العربية في الإعلام الفضائي ، على يد رجال الأعمال العرب الذين يستثمرون أموالهم في مجال الإعلام عامة و المتخصص على وجه التحديد .
- 3- تحرير الإعلام من سيطرة الحكومات و احتكارها لوسائل الإعلام.²
- 4- تعرّض الإسلام خاصة في السنوات الأخيرة إلى الكثير من التشويه و الحروب الإعلامية، التي ألصقت صفات لا تنتمي إلى الإسلام بأي شكل من الأشكال، فقد أصبح النظر إلى الفكر الإسلامي هو فكر إرهابي و دعوة إلى العنف و القتل فضلا على محاولات الإساءة اليومية و المستمرة إلى الإسلام.³
- 5- نشر الاسلام أمر مفروض على الأمة بالأنصوص القطعية .
- 6- عمق الثقافة الإسلامية و عموميتها لبني الإنسان ثم شموليتها لمجالات الحياة يقتضي توضيحها بشكل دقيق لمن لم يقفوا عليها.⁴

المطلب الثاني: أنواع الفضائيات الإسلامية و خصائصها.

أولاً: أنواع الفضائيات الإسلامية:

هناك عدة أنواع للقنوات الفضائية الإسلامية و بالتالي يمكن تقسيم هذه الفضائية من حيث مضمونها إلى:

¹- حسن على محمد ، القنوات الدينية الإسلامية واقعا و مستقبلا ، شبكة الألوكة ، يوم الزيارة : 03-03-201 ، 12:00 ، ص 4 .

²-حسن على محمد ، مرجع سابق ، ص 4 .

³- يسري خالد إبراهيم ، الفضائيات الإسلامية بين الخبرة الإعلامية و التأصيل العلمي ، مجلة الجامعة العراقية ، العدد 1/28 ، ص 439 .

⁴- إبراهيم ناصف ناصر عبد الله ، مرجع سابق ، ص 18 .

- 1- الفضائيات الإسلامية الدعوية أو التبليغية: و هي الفضائيات التي تركز على جانب الدعوة و التبليغ، و تهتم بتنقيف المجتمع المسلم،أو دعوة غير المسلمين لاعتناق الدين الإسلامي، و نشر التعاليم الإسلامية ، فتركز على البرامج الدينية البحتة، و يطغي على مضمونها المحاضرات الدينية و نقل الشعائر و الاحتفالات الدينية والبرامج الفقهية و تلاوة القرآن و الأذكار و الأدعية.¹
- 2- قنوات إسلامية عامة: و هي القنوات التي تخصص في جانب محدد من البرامج فهي موجهة إلى الجمهور العامة.²
- 3- الفضائيات الإسلامية الثقافية الاجتماعية: و هي التي تتحرك بإطار أوسع من الفضائيات التبليغية من حيث تنوع مضمونها و برامجها فهي تقدم فضلا عن المواد الدينية التقليدية،البرامج الثقافية و الاجتماعية و الترفيهية النافعة،و تبتث الأفلام و المسلسلات التاريخية و الدينية.³
- مثل قناة إقرأ الفضائية،فهي تقدم بالإضافة إلى البرامج الدينية و الثقافية مسلسلات تاريخية و برامج ناطقة باللغة الإنجليزية و بين الحين و الآخر تقدم الأناشيد .⁴
- 4- قنوات إسلامية متخصصة،وهي القنوات التي تخصص في نوع محدد من البرامج الدينية مثل : سلسلة قنوات المجد.⁵

¹- إياد محمد خزعل ، مرجع سابق ،ن ص 124 .

² - Ali Mohamed Al-Omar,the reality of Islamic Ghannels is the Arab world,op .cit.pp106

³- إياد محمد خزعل ، مرجع سابق ، ص125 .

⁴- إبراهيم ناصف ناصر عبد الله ، مرجع سابق ، ص 20 .

⁵ - Ali Mahmud Al-Omar,the reality of Islamic Channels is the Arab world,op .cit.pp106

ثانياً: خصائص الفضائية الإسلامية:

إن الإعلام الإسلامي و منه القنوات الفضائية الإسلامية تمتاز بميزات و خصائص عتة جعلته مغايرة عن مثيلاتها من الفضائيات و وسائل الإعلام الأخرى¹ لعل من أهم هذه الخصائص نذكر:

- 1- الإعلام الإسلامي عقائدي فهو على الإيمان و يرتبط بأحكام الإسلام و تعاليمه و هديه و أخلاقه.²
- 2- إعلام له عموميته التي تتبع من عمومية الإسلام كدين لجميع البشر. إعلاما رباني خالص قاعدته الحرية قمته المسؤولية.³
- 3- يستمد الإعلام الإسلامي مبادئه من مصدرين أساسيين هما القرآن الكريم و السنة المطهرة.
- 4- إعلام هادف يهدف إلى الدعوة إلى الله تعالى و إعلاء كلمته و إقامة شرعه بين العباد.
- 5- إعلام إيجابي ينقي نفسه دائما من مسببات الضعف و الدمار و يركز على أن يكون التغيير و التطوير دائما نحو الأفضل في إطار مبادئ الإسلام و قيمه.
- 6- يعتمد الإعلام الإسلامي نظرية المثل و القدوة الحسنة الذي ينسجم فيه قول الإعلامي مع سلوكه و عمله.

¹- طارق البكري ، أثر الفضائيات الإسلامية في الأفراد و المجتمعات من خلال الموقع الإلكتروني:

<http://www.grenc.com/a/dabakri/showMgarticle?id=6852> تاريخ الزيارة : 09-03-2015 ،

16:33

-إنصاف بنت أيوب بن حمدان المومني ، إسهام الإعلام في استقرار الأسرة الأردنية في ضوء أهداف التربية غير منشورة ، قسم الإعلام، كلية التربية ، جامعة أم القرى ، 2011 ، ص 45 الإسلامية ، رسالة دكتوراه

³- طارق البكري ، مرجع سابق .

7- يتسم بالمرونة و تتمثل في قدرته على مواجهة مختلف التحوّلات التي تحدث في العالم أو في المجتمع الذي يتوجه إليه و إيجاد الطريقة المناسبة لمواجهة تلك التحديات.¹

المطلب الثالث: سمات الفضائيات الإسلامية و أهدافها.

اتسمت الفضائيات الإسلامية بكثير من السمات الايجابية منها و السلبية². فلا بد من الإشارة هنا إلى أن الفضائيات ما هي إلا وسيلة و أن الحكم عليها مرتبط بطبيعة استخدامها و أن مكانتها فيما يتعلق بالإيجابيات مرهونة بطريقة توظيفها لهذه الوسيلة و بالتالي يمكن رصد مجموعة من السمات للقنوات الفضائية الإسلامية على النحو الآتي:

أولاً: السمات الإيجابية:

- 1- الإسهام في تطوير التبادل العلمي و الثقافي ، فالأمة الإسلامية يمكن أن تستثمرها في تجذير مفهوم الأمة الواحدة،و أن تنطلق سياسة إعلامية مشتركة يتحرك في إطارها كل من أراد إعلاء كلمة الله بواسطة القنوات الفضائية الإسلامية.
- 2- إتاحة فرصة غير محدودة لجميع الفئات،فعلى سبيل المثال يمكن للطالب من الاستفادة من أعظم العلماء.
- 3- فرصة عظيمة للدعاة لنشر دين الإسلام في ربوع الكرة الأرضية.³
- 4- قيام تلك القنوات بدور مهم في خدمة المجتمع و ذلك من خلال الحفاظ على ثوابته و قيمه و الدفاع عليها.⁴
- 5- إن بعض هذه القنوات مثلت منبرا إسلامي متنوع الثقافات مثل قناة إقرأ الفضائية.¹

¹- محمد الطيب زاوي ، الإعلام الإسلامي الالكتروني المعاصر ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر ، 2003 م / 2004م ، ص 52 .

²- حسن على محمد ، مرجع سابق ، ص 4 .

³- منير الحوشاني ، الفضائيات بين الإيجابيات و السلبيات ، شبكة الألوكة ، يوم الزيارة 10-03-2015 ، 11:26 .

⁴- حسن نيازي الصفي، الفضائيات العربية في عصر العولمة و التحديات، الواقع و الطموحات، إيتراك للطباعة و النشر و التوزيع، ط1، 2010 .

6- توفير بديل من المواد الإعلامية المباحة الملتزمة بالضوابط الشرعية.

7- إبراز أهم الأحداث و المناسبات الدينية و التفاعل معها.²

ثانياً: السمات السلبية:

1- التآرجح بين الرسالة و أغراض أخرى فمن المؤسف أن تتحول القنوات الإسلامية إلى

باحثة عن المال و الإثارة على حساب الرسالة.³

2- ضعف التنسيق و التكامل فنحن بحاجة إلى التنسيق الذي يُمكن من المراقبة للجودة

تارة و الانضباط بميثاق الفضائيات الإسلامية تارة أخرى.⁴

3- لم تستطع بعض القنوات أن تتخلص من الطابع المحلي للبلد الذي تبث منه.

4- تسود هيمنة الطابع الشخصي لمالكيها أو القائمين عليها فتؤثر على السمة العامة

لبرامجها وعلى مستواها المهني.

5- التقليد في الخطاب والإنتاج وهي تعكس الضعف في الإعداد والإخراج.

6- البعض يخاطب نفسه بمعنى أنه غير معني بخطاب الأخر "إهمال خطاب غير

المسلمين".⁵

ثالثاً: أهداف الفضائيات الإسلامية :

تتعدد أهداف الفضائيات الإسلامية و تتسع، لتضم نواحي كثيرة من النشاط

الإعلامي، و ذلك تبعاً للمسؤولية الخاصة لهذه الفضائيات، و يمكن تلخيص أهداف

القنوات الإسلامية على النحو الآتي:

¹- حسن علي محمد ، المرجع السابق ، ص 7 .

²- حسن علي محمد ، المرجع السابق ، ص 7 .

³- محمد يسري ، الفضائيات الإسلامية رؤية نقدية من خلال الموقع الإلكتروني :

<http://www.msh.org/Vb/shouthowthread.php371508> تاريخ الزيارة : 09-03-2015 ، 16:33

⁴- محمد يسري إبراهيم ، الفضائيات الإسلامية... سليات و توجيهات ، شبكة الألوكة ، يوم الزيارة 03-03-2015 ،

11:35 .

⁵- حسن علي محمد ، المرجع السابق ، ص 5 .

المبحث الرابع: قناة إقرأ الفضائية.

المطلب الأول: ظهور إقرأ الفضائية.

أولاً: نشأة قناة إقرأ الفضائية.

ثانياً: شخصية القناة.

المطلب الثاني: نطاق بث قناة إقرأ و تمويلها.

أولاً: نطاق بث قناة إقرأ الفضائية.

ثانياً: مصادر تمويل قناة إقرأ الفضائية .

المطلب الثالث: أهداف قناة إقرأ و برامجها.

أولاً: أهداف القناة .

ثانياً: برامج قناة إقرأ الفضائية.

المبحث الرابع: قناة إقرأ الفضائية.

لقد كانت بداية الإعلام الفضائي الإسلامي الهادف عندما قررت شبكة ART إنشاء أول فضائية إسلامية في العالم العربي و التي تم تسميتها قناة إقرأ الفضائية، جاءت القناة لتؤكد ريادتها دائما من خلال سعيها الحثيث لتقديم إعلام عربي يلبي حاجة المشاهد، وذلك بتقديم مجموعة مختارة من البرامج الجادة و المتنوعة، الملتزمة بتقاليد الأسرة العربية و الإسلامية و التي تلبي حاجة المشاهد و تمس حياته، و بذلك أضحت مرجعا لكثير من المسلمين في العالم.

المطلب الأول: ظهور إقرأ الفضائية.

أولا: نشأة قناة إقرأ الفضائية:

تعد قناة إقرأ الفضائية أول قناة عربية متخصصة في الإعلام الإسلامي ، بدأ إرسالها في غرة رجب عام 1419 هـ الموافق 21 أكتوبر 1998 م تحت شعار متعة الإعلام الهادف، تتبع القناة شبكة راديو و تلفزيون العرب، ويقع مركزها الرئيسي في جدة المملكة العربية السعودية¹ جاءت قناة إقرأ الفضائية كبديل للقناة شبكة العامة غير المشفرة ضمن باقة ART.²

و قد استمر التخطيط لها مدة خمسة سنوات تقريبا، و يعتبر الشيخ صالح كامل رئيس مجموعة ART، ومجموعة " دلہ البركة " الممول الرئيسي لها³، وهكذا انطلقت قناة إقرأ الفضائية على خريطة الفضائيات في بادرة رائدة و مميزة لترسم الملامح العربية الأصيلة، و الهوية الإسلامية السمحة و مناقشة مختلف القضايا الدينية و

¹ - هبة شاهين ، التلفزيون الفضائي العربي ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 1 ، 1429 هـ / 2008 م ، ص 253

² - سامي الشريف ، الفضائيات العربية رؤية نقدية ، دار النهضة العربية ، ط 1 ، 2004 ، ص 183 .

³ - عباس سعيدة ، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الدعوة و الإعلام كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الإسلامية ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2009 م ، ص 95 .

الاجتماعية و التربوية و الاقتصادية و السياسية بموضوعية انطلاقا من القرآن الكريم و السنة النبوية.¹

لينطلق بعد إنشائها عهد القنوات الفضائية الإسلامية حتى تجاوز عددها الثمانين قناة تساهم في نشر الدعوة الإسلامية و خدمة المسلمين في أنحاء العالم.²

ثانيا: شخصية القناة:

و يمكن تحديد شخصية القناة في الآتي:

شارة القناة التي تعبر عن اسمها بوضوح وجمال.

1- شعارها الممثل في متعة الإعلام الهادف.

2- استعمال اللغة العربية الفصحى.³

3- تقديم إعلام إسلامي يلبي حاجة المشاهد من خلال مجموعة متنوعة من البرامج التي تمس حياته و تتناول اهتماماته الروحية و الثقافية و الاجتماعية

و الاقتصادية، و تشبع رغباته الإنسانية من منظور إسلامي و تقدمها برؤية عصرية.⁴

4- التفاعل مع رغبات المشاهدين و كسر الجمود.

5- كما تطمح القناة إلى العالمية في التوجه و وسطية المنهج و شمولية الأهداف

و تحاول الابتعاد عن الموضوعات المثيرة للجدل.⁵

¹- سامي الشريف ، المرجع السابق ، ص 183 .

²- من خلال موقع : <http://www.sudatess.com/alahdath/19237> يوم الزيارة 08-03-2015 ، 20:40

³- عباس سعيدة ، مرجع سابق ، ص 88 .

⁴- من خلال موقع : <http://www.sudatess.com/alahdath/19237> يوم الزيارة 08-03-2015 ، 20:40 .

⁵- طه أحمد الزيدي و حسين عليوي الطائي و يسري خالد إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 195 .

المطلب الثاني : نطاق بث قناة إقرأ و تمويلها.

أولاً: نطاق بث قناة إقرأ الفضائية:

يغطي بث قناة إقرأ الفضائية أكثر من 80 % من العالم عبر عدة أقمار صناعية :

عربسات Arab Sat – نايلسات Nile Sat – هوت برد Hot Bird – أسياسات Asia Sat – أنتلسات Antil Sat¹.

حيث تبث في العالم عبر قمرين عربسات A5 بتردد 4176 شمالاً و 30.5 شرقاً و نايلسات 101 بتردد 12034 أفقي و 7 غرب.

و تغطي شمال إفريقيا عبر القمر الصناعي نايلسات Nile Sat 101 بتردد 12034 أفقي و 7 غرب ، كما يمكن استقبالها عبر القمر الصناعي عربسات Arab Sat A5 بتردد 41 76 شمالاً و 30.5 شرقاً.

و تبث في أوروبا عبر القمر الصناعي هوت برد Hot Bird 8 بتردد 12015 أفقي و 13 شرق .

كما تبث في أمريكا من خلال القمر الصناعي أنتلسات Antil Sat 21 بتردد 4120 عمودي و 38.5 غرب .

و تبث في كلاً من آسيا و أستراليا عبر القمر أسياسات Asia Sat 5 بتردد 3760 أفقي و 100.5 شرق².

¹ - مروة الصفي ، مرجع سابق .

² - من خلال الموقع الإلكتروني .: iqraa.com/ar/iqraatVfrequencies.aspx ، يوم الزيارة 2013-03-08 ،

ثانياً: مصادر تمويل قناة إقرأ الفضائية:

تتبع قناة إقرأ شبكة راديو تلفزيون العرب و تُمول من خلال ميزانية الشبكة.¹ كما تمتلك القناة لتحقيق أهدافها بنية تقنية و بشرية و إنتاجية كبيرة من خلال مكتبها الرئيسي في جدة أو مكاتبها المنتشرة في فلسطين و رام الله و الأردن و دبي و القاهرة الذي يعد أكبر المراكز من حيث كم المادة المنتجة و المسجلة و المذاعة على الهواء.² كما تعتمد القناة على الإعلانات التجارية التي لا تتعارض مع رسالتها و ضوابطها الدينية و الأخلاقية. كذلك من خلال رعاية البرامج كلياً أو جزئياً ، إضافة إلى اشتراكات رجال الأعمال و المؤسسات ممن يتفقون مع أهداف القناة و يدعمون رسالتها.³

المطلب الثالث: أهداف قناة إقرأ الفضائية و برامجها.

أولاً: أهداف قناة إقرأ الفضائية:

- 1- ترسيخ المنهج الوسطي للإسلام، عقيدة و شريعة و تعامل.
- 2- إبراز الجوانب المشرقة للحضارة الإسلامية و إظهار الإسلام في خدمة الإنسان.
- 3- المساهمة في تعزيز اللغة العربية الصحيحة لدى المشاهدين بنشر علمها في مختلف أنحاء العالم لأنها لغة القرآن الكريم .
- 4- إظهار الصورة الحقيقية السمة للإسلام، و دحض الشبهات و الاتهامات المثارة حوله.
- 5- غرس روح التفاهم و الحوار و فتح قنوات التواصل الحضاري مع ثقافات الأمم الأخرى.

¹ - هبة شاهين ، مرجع سابق ، ص 254 .

² - سامي الشريف ، مرجع سابق ، ص 184.

³ - وردة بوجلل ، مرجع سابق ، ص 146 .

- 6- الإهتمام بفكر المرأة و تأكيد دورها في المجتمع.¹
- 7- إشباع احتياجات المسلم المعاصر، من منظور إسلامي شامل الأهداف في ثوب عصري مشرق، و تحقيق متعة الإعلام الهادف.
- 8- التعريف بالشعوب و الدول العربية و الإسلامية، و تسليط الضوء على أحوال الجاليات المسلمة في العالم.
- 9- الوصول إلى المسلمين في مختلف أنحاء العالم و المساهمة في علاج المشكلات و حل القضايا التي تواجه العرب و المسلمين.²
- 10- تقديم القيم الروحية لكل مسلم و تعاليم الإسلام إلى بيت عربي و مسلم حول العالم.³

ثانيا: برامج قناة إقرأ الفضائية:

تسعى قناة إقرأ الفضائية إلى تقديم إعلام إسلامي هادف يلبي حاجة المشاهد من خلال مجموعة متنوعة من البرامج الجادة التي تمس واقع الحياة و تتناول الاهتمامات الروحية و الثقافية و الاجتماعية و الاقتصادية و تشبع رغبات المشاهد الإنسانية من منظور إسلامي و تقدمه برؤية عصرية⁴ و تتمثل برامج قناة إقرأ في ما يلي:

1- برامج تلاوة القرآن: مثل برنامج "كيف نقرأ القرآن" مع الدكتور أيمن رشدي و كذلك "برنامج الإتقان لتلاوة القرآن" حيث تتواصل مسيرة الدكتور في تعليم القرآن من خلال هذا البرنامج الذي يأتي استكمالا لسلسلة برامج القرآن الكريم.

¹ من خلال الموقع الالكتروني : iqraa.com/ar/iqraatVfrequencies.aspx يوم الزيارة 15-03-2013 ، 16:00 .

² هبة شاهين ، مرع سابق ، ص 254 .

³ سامي الشريف ، مرجع سابق ، ص 184 .

⁴ من خلال الموقع الالكتروني : <http://www.deel.com/page/com taclus.aspx> يوم الزيارة : 15-03-2015 ، 16:00 .

- 2- **برامج السيرة النبوية:** و من ذلك برنامج "من حياة النبي" مع الشيخ عبد الباعث وعطر السنّة مع الدكتور محمد راتب النابلسي و برنامج "ليلة في بيت النبي" مع محمود المصري، برنامج "يا جمال النبي" مع خالد عبد الكافي¹.
- 3- **برامج الفتاوى:** مثل برامج "مشكلات من الحياة" مع الشيخ عبد الله المصلح.
- 4- **برامج الأسرة و المرأة:** من ذلك برنامج "جّتي" نظرح محاوره إيمان رياض مع أهل الاختصاص من علماء الشريعة و خبراء يجيبون على تساؤلات المرأة و الأسرة في شؤون الدنيا و الآخرة، وكذلك برنامج "الأسرة السعيدة" مع الدكتور جاسم المطوع.
- 5- **برامج الدراما الأفلام و المسلسلات:** مثل مسلسل عمر بن عبد العزيز و مسلسل إمام الدعوة².
- 6- **برامج الوعظ و الإرشاد:** مثل برامج "أجمل ما قالوا" مع إبراهيم الفقي و كذلك برامج "إشراقات" في آيات مع أيمن رشدي.
- 7- **برامج علمية:** برنامج العرجون القديم مع الشيخ صالح بن عواد المغامسي برنامج فلنتدبر مع خالد عبد الكافي برنامج "آية و غاية" مع الداعية أم حذيفة³.
- 8- **برنامج الشباب:** مثل برنامج "ضع بصمتك" مع الداعية محمد العريفي⁴.

¹ - من خلال الموقع الإلكتروني :

اليوم الزيارة 17-04-2015 ، 16:18 <http://www.nshrs.com/e/news-action-shou-id-2830.htm>

² - من خلال الموقع الإلكتروني : <http://www.nshrs.com/e/news-action-shou-id-2830.htm> يوم الزيارة : 17-04-2015 ، 18:18.

³ - من خلال الموقع الإلكتروني : <http://mobile.twitter.com/iqraa> tv يوم الزيارة : 08-03-2015 ، 19:55.

⁴ - عباس سعيدة ، مرجع سابق ، ص 90.

الفصل الثالث

الدراسة الميدانية

عادات وأنماط مشاهدة الفضائيات الإسلامية لدى عينة الدراسة.
الجدول رقم (05) يوضح نسبة مشاهدة الفضائيات الإسلامية لدى المبحوثين:

النسبة	التكرار	نسبة المشاهدة
18.33 %	33	دائما
65 %	117	أحيانا
15 %	27	نادرا
1.67 %	03	أبدا
100 %	180	المجموع

تبين النتائج الإحصائية المبوبة في الجدول رقم (05) ما يلي:

- أغلب أفراد عينة الدراسة تشاهد الفضائيات الإسلامية أحيانا بنسبة 65%.
 - تقبل عينة الدراسة على مشاهدة الفضائيات الإسلامية دائما بنسبة 18.33%.
 - و بلغت نسبة الطلبة الممثلون في عينة الدراسة الذين يتابعون الفضائيات السلامية نادرا بنسبة 15 % .
 - في حين أن نسبة الذين يشاهدون الفضائيات الإسلامية أبدا بنسبة 1.67%.
- و يلاحظ هنا أن أغلب أفراد عينة الدراسة يشاهدون الفضائيات الإسلامية، نظرا لأهمية هذه القنوات في حياتهم، الأمر الذي يوحي أن طلبة الجامعة الممثلون في عينة الدراسة يبحثون عن الفضائيات التي توعيتهم بالقيم و المبادئ الإسلامية
- جدول (06) يوضح فترات مشاهدة الفضائيات الإسلامية لدى المبحوثين:

النسبة	التكرار	فترات المشاهدة
16.95 %	30	الفترة الصباحية
5.65 %	10	فترة الظهيرة
27.68 %	49	الفترة المسائية
11.30 %	20	فترة السهرة
38.42 %	68	غير محددة
100 %	177	المجموع

تبين النتائج الإحصائية المبوبة في الجدول (06) ما يلي:

- أغلب أفراد عينة الدراسة ليس لديهم وقت محدد لمتابعة القنوات الإسلامية بنسبة 38.42%.
 - جاءت الفترة المسائية في المرتبة الثانية بنسبة 27.68%.
 - احتلت الفترة الصباحية المرتبة الثالثة بنسبة 16.95%.
 - جاءت فترة السهرة في المرتبة الرابعة بنسبة 11.30%.
 - و في المرتبة الخامسة فترة الظهيرة بنسبة 5.65%.
- نلاحظ هنا أن مشاهدة عينة الدراسة للفضائيات الإسلامية غير محدد، و هذا أمر طبيعي نظرا لكثرة إنشغالات الطالب و التزاماته الدراسية.

جدول (07) يوضح الساعات التي يقضيها المبحوثين في مشاهدة الفضائيات الإسلامية:

النسبة	التكرار	ساعات مشاهدة الفضائيات الإسلامية
28.25 %	50	أقل من ساعة
19.21 %	34	من ساعة إلى ثلاث ساعات
4.52 %	08	أكثر من ثلاث ساعات
48.02 %	85	حسب مدة البرنامج
100 %	177	المجموع

- تبين النتائج الإحصائية المبوية في الجدول (07) ما يلي:
- يشاهد أغلب أفراد عينة الدراسة الفضائيات الإسلامية حسب " مدة البرنامج " بنسبة 48.02%.
 - تشاهد عينة الدراسة الفضائيات الإسلامية " أقل من ساعة " بنسبة 28.25%.
 - تُقبل عينة الدراسة على متابعة الفضائيات الإسلامية " من ساعة إلى ثلاث ساعات " بنسبة 19.21%.
 - و التي تتابع الفضائيات الإسلامية " أكثر من ثلاث ساعات " بنسبة 4.52%.

نلاحظ هنا أن أعلى نسبة مشاهدة الفضائيات الإسلامية كانت حسب مدة البرنامج، و هذا أمر يؤكد على أن الطالب يٌحسن إختيار المواضيع المطروحة.

جدول (08) يوضح الفضائيات الإسلامية المفضلة لدى المبحوثين:

أسماء القنوات	ك	%
إقرأ	129	21.57 %
الرسالة	105	17.56 %
الرحمة	87	14.55 %
المجد	72	12.04 %
أخرى	205	34.28 %
المجموع	*598	100 %

تبين النتائج الإحصائية المبوبة في الجدول (08) ما يلي:

- أغلب أفراد عينة الدراسة تفضل مشاهدة قناة إقرأ الفضائية بنسبة 21.57%.
- جاءت قناة الرسالة في المرتبة الثانية من حيث التفضيل بنسبة 17.56%.
- جاءت قناة الرحمة في المرتبة الثالثة بنسبة 14.55%.
- حصلت قناة المجد على المرتبة الرابعة بنسبة 12.04%، في حين أن هناك فضائيات إسلامية أخرى تحظى بالمتابعة من قبل عينة الدراسة بنسبة 34.28%.

تأسيساً على النتائج أعلاه، فإن أغلب أفراد العينة يفضلون مشاهدة قناة إقرأ الفضائية نظراً لتنوع برامجها التي جذبت اهتمام الجماهير.

و قناة الرسالة في المرتبة الثانية نظراً لبرامجها المتميزة و اعتمادها على التنوع في أساليب الطرح، و قناة الرحمة و المجد في المرتبة الثالثة و الرابعة على التوالي فهذان القنواتان يتمتعان بشعبية كبيرة نظراً لبرامجهم المتنوعة.

ثانياً: عادات و أنماط مشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى عينة الدراسة
جدول (09) يوضح نسبة مشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير
الجنس:

الجنس مدى المشاهدة	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	13	14.94 %	10	11.11 %	23	12.99 %
أحياناً	55	63.22 %	63	70 %	118	66.67 %
نادراً	19	21.84 %	17	18.89 %	36	20.34 %
أبداً	00	00 %	00	00 %	00	00 %
المجموع	87	100 %	90	100 %	177	100 %

يوضح الجدول رقم (09) نسبة مشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير
الجنس:

أغلب أفراد عينة الدراسة يـُقبلون على مشاهدة قناة إقرأ الفضائية أحياناً بنسبة 66.67%
حيث سجلت الإناث أعلى نسبة 70% وبلغت نسبة الذكور 63% .

تقبل عينة الدراسة على متابعة قناة إقرأ الفضائية نادراً بنسبة 20.34 % في المرتبة
الثانية بنسب متقاربة بين الذكور والإناث .

جاءت مشاهدة عينة الدراسة لقناة إقرأ الفضائية دائماً في المرتبة الثالثة بنسبة
12.99%، حيث سجل الذكور أعلى نسبة 14.94% في حين بلغت نسبة الإناث
11.11% .

تأسيساً على النتائج أعلاه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة تقبل على مشاهدة قناة إقرأ الفضائية
أحياناً خاصة فئة الإناث، هذا راجع إلى ظروف الحياة ناهيك عن التنوع الكبير في مجال
الفضائيات التي أتاحت البدائل الكثيرة.
وعموماً فهي نسبة مقبولة تؤكد أن هناك إقبال لطلبة الجامعة الممثلون في عينة الدراسة
على مشاهدة قناة إقرأ الفضائية على الرغم من ظهور قنوات إسلامية أخرى و بمختلف
التخصصات.

جدول (10) يوضح نسبة مشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الكلية:

الكلية مدى المشاهدة	العلوم والإجتماعية والإنسانية		العلوم والتكنولوجيا		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
دائما	09	10.23%	14	15.73%	23	12.99%
أحيانا	62	70.45%	56	62.92%	118	66.67%
نادرا	17	19.32%	19	21.53%	36	20.34%
أبدا	00	00%	00	00%	00	00%
المجموع	88	100%	89	100%	177	100%

يوضح الجدول رقم (10) نسبة مشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الكلية:

- تقبل عينة الدراسة على مشاهدة قناة إقرأ الفضائية دائما بنسبة 10.23% لكلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية، و بنسبة 15.73% لكلية العلوم و التكنولوجيا.
 - أغلب أفراد عينة الدراسة من كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية يقبلون على مشاهدة قناة إقرأ الفضائية أحيانا بنسبة 70.45% و كلية العلوم و التكنولوجيا بنسبة 62.92%.
 - تشاهد عينة الدراسة قناة إقرأ الفضائية نادرا بنسبة 19.32% لكلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية، و بنسبة 21.35% لكلية العلوم و التكنولوجيا.
- لوحظ أن هناك إقبال على مشاهدة القناة من قبل طلبة العلوم و التكنولوجيا رغم ميلهم إلى الجانب العلمي، و إن كانت قناة إقرأ الفضائية تتناول بعض الأمور العلمية.

بلا جدول (11) يوضح أقدمية مشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الجنس:

الجنس أقدمية المشاهدة	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنة	15	%17.24	07	%7.78	22	%12.43
من سنة إلى خمسة سنوات	25	%28.74	30	%33.33	55	%31.07
خمس سنوات فأكثر	47	%54.02	53	%58.89	100	%56.50
المجموع	87	%100	90	%100	177	%100

يوضح

الجدول رقم (11) نسبة مشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الجنس:

- أغلب أفراد عينة الدراسة تقبل على مشاهدة قناة إقرأ الفضائية منذ " خمس سنوات فأكثر " بنسبة %56.50، حيث سجلت الإناث أعلى نسبة %58.89 في حين بلغت نسبة الذكور %54.02.

- و في المرتبة الثانية المدة الزمنية الممتدة " من سنة إلى خمس سنوات " بنسبة %31.07، سجلت الإناث النسبة الأعلى %33.33، في حين بلغت نسبة الذكور %54.02.

- في المرتبة الثالثة جاءت المدة الزمنية " أقل من سنة " بنسبة %12.43 حيث سجل الذكور أعلى نسبة %17.24 وكانت نسبة الإناث %7.78 وهي أقل نسبة.

تأسيساً على النتائج، فإن هناك إختلاف بين الذكور و الإناث في ترتيب أقدمية المشاهدة لقناة إقرأ الفضائية حيث أن أغلب الإناث يقبلن على مشاهدة القناة "من سنة إلى خمس سنوات" في المرتبة الأولى و "منذ خمس سنوات فأكثر" في المرتبة الثانية، و هذا يؤكد إهتمام قناة إقرأ الفضائية بالمرأة المسلمة و بث برامج خاصة بها منذ نشأتها، كما نلاحظ أن أغلب الذكور يتعرضون لقناة إقرأ الفضائية "منذ أقل من سنة " و هذا يدل على أن مشاهدة الذكور لقناة إقرأ الفضائية في تزايد مستمر و هذا راجع إلى تطور القناة و تنوع برامجها.

جدول (12) يوضح أقدمية مشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الكلية:

المجموع		العلوم والتكنولوجيا		العلوم الإجتماعية والإنسانية		الكلية
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	أقدمية المشاهدة
10.73%	19	11.24%	10	10.23%	09	أقل من سنة
31.64%	56	35.96%	32	27.27%	24	من سنة إلى خمسة سنوات
57.63%	102	52.80%	47	62.50%	55	خمس سنوات فأكثر
100%	177	100%	80	100%	88	المجموع

يوضح الجدول رقم (12) نسبة مشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الكلية:

- تشاهد عينة الدراسة قناة إقرأ الفضائية منذ " أقل من سنة " بنسبة متقاربة بين الكليتين وهي أقل نسبة.
 - تقبل عينة الدراسات على متابعة قناة إقرأ الفضائية " من سنة إلى خمس سنوات " بنسبة 27.27% لكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية وبنسبة 35.96% لكلية العلوم و التكنولوجيا 52.80%.
 - أغلب أفراد عينة الدراسة تقبل على مشاهدة قناة إقرأ الفضائية منذ " خمسة سنوات فأكثر " بنسبة 62.50% لكلية العلوم و الإجتماعية والإنسانية و هي أعلى وبنسبة 52.80% لكلية العلوم والتكنولوجيا.
- عموما فقد لوحظ تقارب في النسب بين الكليتين، وهذا يدل على عدم وجود علاقة بين أقدمية المشاهدة لقناة وبين متغير الكلية.

جدول (13) يوضح الأيام المفضلة لمشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الجنس:

الجنس	الذكور		الإناث		المجموع
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	
كل يوم	10	11.49%	06	6.64%	16
أيام العطلة	13	14.94%	19	21.11%	32
عند برنامج معين	34	39.08%	41	45.56%	75
في رمضان	30	34.48%	24	26.66%	54
المجموع	87	100%	90	100%	177

وضح الجدول رقم (13) الأيام المفضلة لمشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الجنس:

- يشاهد أغلب أفراد عينة الدراسة قناة إقرأ الفضائية " عند برنامج معين" في المرتبة الأولى بنسبة 42.73%، حيث سجلت الإناث أعلى نسبة 45.56%، والذكور بنسبة 36.08%
 - بينما تشاهد عينة الدراسة قناة إقرأ الفضائية "في رمضان" في المرتبة الثانية بنسبة 30.54% وقد سجل الذكور أعلى نسبة 34.48% وبلغت نسبة الإناث 26.66%.
 - و في المرتبة الثالثة جاءت المتابعة أيام العطلة بنسبة 18.08% وكانت أعلى نسبة للإناث 21.11% في حين بلغت نسبة الذكور 14.94%.
 - أما مشاهدة قناة إقرأ " كل يوم " جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة 9.04% وسجلنا أدنى نسبة لدى الإناث 6.64% وبلغت نسبة الذكور 11.49%.
- وبعد استقراء النتائج أعلاه نلاحظ أن هناك إختلاف في ترتيب الأيام المفضلة لمشاهدة قناة إقرأ بين الذكور و الإناث، فأغلب الإناث يتعرضن للقناة أيام العطلة كون الطالبة يكون لديها الوقت الكافي لمتابعة التلفزيون، مقارنة بالذكور الذين سجلوا أقل نسبة للمشاهدة في أيام العطلة، ويرجع هذا إلى إنشغالاتهم في أيام العطلة الدراسية بالعمل، وعموما فإن أغلب أفراد عينة الدراسة يتمنون بعادات المشاهدة

"حسب مدة البرنامج" و هذا راجع إلى ظهور الجمهور الإنتقائي « الذي يبحث عما يريد أن يتعرّض إليه، و يتحكم في إختيار الوسائل التي تقدّم هذا المحتوى»¹
 ول (14) يوضح الأيام المفضّلة لمشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الكليّة :

المجموع	العلوم والتكنولوجيا		العلوم الإجتماعية والإنسانية		الكليّة أيام المشاهدة
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	
%9.04	16	%7.87	70	%10.23	09
%18.08	32	%20.22	81	%15.91	41
%42.37	75	%41.57	37	%43.18	83
%30.51	54	%30.34	72	%30.68	27
%100	177	100%	89	%100	88

يوضح الجدول رقم (14) الأيام المفضّلة لمشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الكليّة:

- سجلت كلية العلوم والتكنولوجيا أدنى نسبة للمتابعة " كل يوم " %7.87 ونسبة %10.23 لكلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية.
 - تقبل كلية العلوم والتكنولوجيا على متابعة قناة إقرأ الفضائية "أيام العطلة" بنسبة % 20.22 وهي النسبة الأعلى مقارنة بكليّة العلوم الإجتماعية و الإنسانية بنسبة %15.91.
 - أما المشاهدة " عند برنامج معين" كان بنسبة %43.18 كليّة العلوم الإجتماعية و الإنسانية و بنسبة %41.57 كليّة العلوم و التكنولوجيا.
- جاءت مشاهدة قناة إقرأ الفضائية في "رمضان" بنسبة متقاربة بين الكليتين.

¹ حسن عماد مكايي و ليلي السيد ، الاتصال و نظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط7 ، 2008 ، ص 243 .

نلاحظ أن هناك إقبال على متابعة قناة إقرأ الفضائية في رمضان و بنسب متقاربة بين الكلايتين، وهذا أمر إيجابي « إذ يلجأ الناس في مثل هذه الأوقات إلى ما يقربهم إلى الله تعالى و يقوي إيمانهم و يحافظ على صيامهم»¹

جدول (15) يوضح الفترات المفضلة لدى المبحوثين لمشاهدة قناة إقرأ الفضائية حسب متغير الجنس:

الجنس	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الفترة الصباحية	18	20.69%	13	14.44%	31	17.51%
فترة الظهيرة	12	13.79%	14	15.56%	26	14.69%
الفترة المسائية	27	31.03%	37	41.11%	64	36.16%
فترة السهرة	30	34.49%	26	28.89%	56	31.64%
المجموع	87	100%	90	100%	177	100%

يوضح الجدول رقم (15) الفترات المفضلة لدى المبحوثين لمشاهدة قناة إقرأ الفضائية حسب متغير الجنس:

- أغلب أفراد عينة الدراسة تفضل مشاهدة قناة إقرأ في "الفترة المسائية" بنسبة 36.16% و سجلت فئة الإناث أعلى نسبة 41.11%، و بلغت نسبة الذكور 31.03% .
- إختارت عينة الدراسة "فترة السهرة" في المرتبة الثانية بنسبة 31.64% حيث سجل الذكور أعلى نسبة للمتابعة الليلية 34.48% ونسبة الإناث 28.89% .
- و في المرتبة الثالثة "الفترة الصباحية" بنسبة 17.51% وسجلنا أدنى نسبة لدى الإناث 14.44% وبنسبة 20.69% لذكور .
- و في المرتبة الرابعة "فترة الظهيرة" بنسبة 14.69% و بنسبة متقاربة بين الذكور والإناث.

¹ وردة بوجلال ، مرجع سابق ، ص 175 .

- نلاحظ أن "الفترة الصباحية" و "فترة الظهيرة" جاءت في المرتبة الأخير، وهذا راجع لإرتباط طلبة الجامعة بمقاعد الدراسة خلال هذه الفترتين ،و أن أعلى نسبة للمتابعة في "الفترة المسائية" كانت للإناث، وهذا راجع إلى أن أغلب البرامج التي تتناول إهتمامات المرأة تبث في هذه الفترة ، في حين أن أعلى نسبة للمتابعة الليلية كانت للذكور و هذا مطابق لدراسة أجريت عن قناة إقرأ بعنوان "الجمهور القسنطيني و برامج قناة إقرأ الفضائية " حيث توصلت الباحثة إلى أن الذكور يفضلون المتابعة الليلية، في حين أن الإناث يفضلن المتابعة المسائية ، و ذلك أن الذكور أكثر قدرة على السهر من الإناث .¹

جدول (16) يوضح الساعات التي يقضيها المبحوثين في مشاهدة قناة إقرأ الفضائية حسب متغير الجنس:

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	ساعات المشاهدة
25.42%	45	%14.44	13	%36.78	32	أقل من ساعة
13.56%	24	%13.33	12	%13.79	12	من ساعة إلى ثلاث ساعات
6.78%	12	%7.78	07	%5.75	05	أكثر من ثلاث ساعات
54.24%	96	%64.44	58	%43.68	38	حسب مدة البرنامج
%100	177	%100	90	% 100	87	المجموع

الجدول يوضح رقم (16) الساعات التي يقضيها المبحوثين في مشاهدة قناة إقرأ الفضائية حسب متغير الجنس:

- تُقبل أغلب أفراد عينة الدراسة على مشاهدة قناة إقرأ "حسب مدة البرنامج" بنسبة 54.24 % حيث سجل الإناث أعلى نسبة 64.44 % في حين بلغت نسبة الذكور 43.68 %.

¹ وردة بوجلال ، مرجع سابق ، ص 175 .

- و في المرتبة الثانية " أقل من ساعة " بنسبة 25.42% حيث سجّل الذكور أعلى نسبة 36.78% وكانت نسبة الإناث 14.44%.
- و في المرتبة الثالثة جاءت المدة الزمني " من ساعة إلى ثلاث ساعات " بنسبة 13.56% وبنسب متقاربة بين الذكور والإناث.
- و في المرتبة الرابعة جاءت مدة المشاهدة " أكثر من ثلاث ساعات " بنسبة 6.78%.

و يتبين لنا مما تقدّم أن أكبر نسبة للمتابعة كانت " حسب مدة البرنامج " و سجل الإناث النسبة الأعلى، ذلك أن فترة المشاهدة لدى المبحوثين مرتبطة بالوقت المتاح و المناسب لهم ، وعموما فإن إهتمام المبحوثين ببرنامج معين يجعلهم يحددون فترة المشاهدة بفترة بث ذلك البرنامج، في حين سجل الذكور أعلى نسبة لمتابعة "أقل من ساعة "، وهذا راجع إلى إهتمامات المبحوثين بمضامين متعددة كالمضمون الرياضي و الإخباري بالنسبة للذكور، و برامج الطبخ و الأسرة بالنسبة للإناث، أما أقل نسبة متابعة كانت بمعدل " أكثر من ثلاث ساعات " و هذا راجع إلى طبيعة أفراد عينة الدراسة فكلاهم طلبة جامعيين بحيث لا يستطيعون تخصيص مدة زمنية طويلة لمشاهدة التلفاز نظرا لالتزاماتهم الدراسية.

جدول (17) يوضح الساعات التي يقضيها المبحوثين في مشاهدة قناة إقرأ الفضائية حسب متغير الكلية:

المجموع		العلوم والتكنولوجيا		العلوم الإجتماعية والإنسانية		الكلية
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	ساعات المشاهدة
25.42%	45	28.09%	25	22.73%	20	أقل من ساعة
13.56%	24	13.48%	12	13.64%	12	من ساعة إلى ثلاث ساعات
6.78%	12	6.74%	06	6.82%	06	أكثر من ثلاث ساعات
54.24%	96	51.69%	46	56.81%	58	حسب مدة البرنامج
100%	177	100%	89	100%	88	المجموع

يوضح الجدول رقم (17) الساعات التي يقضيها المبحوثين في مشاهدة قناة إقرأ الفضائية حسب متغير الكلية:

- بلغت نسبة المتابعة "أقل من ساعة" 22.73% لكلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية و بنسبة 28.09% لكلية العلوم و التكنولوجيا.
- و نسب متقاربة بين الكليتين جاءت مدة المتابعة " من ساعة إلى ثلاث ساعات" 13.64% لكلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية وبنسبة 13.48% لكلية العلوم و التكنولوجيا.
- أما المتابعة " حسب مدة البرنامج " بنسبة 6.82% لكلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، و بنسبة 6.74% لكلية العلوم و التكنولوجيا وهي نسبة متقاربة.
- نلاحظ أن هناك تقارب في النسب بين كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية وكلية العلوم و التكنولوجيا وهذا راجع إلى طبيعة أفراد عينة الدراسة.

الجدول رقم (18) يوضح دوافع مشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الجنس :

دوافع المشاهدة	الذكور		الإناث		المجموع
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	
أتعلم من خلالها الأحكام الشرعية	56	30.94%	48	23.41%	104
تحقق لي الشعور بالراحة النفسية	26	16.02%	51	24.88%	80
أجد فيها المتعة والترفيه	17	9.39%	22	10.73%	39
التعرف من خلالها على التاريخ الإسلامي	26	14.36%	23	11.22%	49
التعرف على أحوال المسلمين في العالم	19	10.50%	23	11.22%	42
النظر للقضايا بمنظور إسلامي	23	12.71%	27	13.17%	50
أخرى	11	6.08%	11	6.37%	22
المجموع	181	100%	205	100%	386*

يوضح الجدول رقم (18) دوافع مشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الجنس :

*- إختيار المبحوث أكثر من إجابة

- جاء دافع "أتعلم من خلالها الأحكام الشرعية" في المرتبة الأولى بنسبة 26.94% حيث سجل الذكور أعلى نسبة 30.94% والإناث 23.41%.
- بينما جاء دافع "تحقق لي الشعور بالراحة النفسية" في المرتبة الثانية بنسبة 20.73%، حيث بلغت نسبة الإناث 24.88% ونسبة الذكور 16.02%.
- و في المرتبة الثالثة دافع "النظر للقضايا بمنظور إسلامي" بنسبة 12.95% حيث لوحظ تقارب في نسبة بين الذكور والإناث .
- _ و المرتبة الرابعة دافع "التعرف من خلالها على التاريخ الإسلامي" بنسبة 12.69% حيث سجل الذكور النسبة الأعلى 14.36% في حين كانت نسبة الإناث 11.22%.
- وبنسبة متقاربة بين الذكور والإناث جاء دافع "التعرف على أحوال المسلمين في العالم" بنسبة 10.88% في المرتبة الخامسة.
- _ في المرتبة السادسة دافع "أجد فيها المتعة والترفيه" بنسبة 10.10% حيث سجل الإناث النسبة الأعلى 10.73%.
- _ كما أن هناك دوافع أخرى للتعرض لقناة إقرأ الفضائية ، حيث بلغت نسبته 5.70% بنسبة متقاربة بين الذكور والإناث.
- و تأسيساً على النتائج أعلاه فإن تفضيل عينة الدراسة لدافع "أتعلم من خلالها الأحكام الشرعية" حيث سجلت أعلى نسبة لفئة الذكور، وهذا يشير إلى تمسك المبحوثين بالقيم الدينية و الإهتمام بالجوانب المرتبطة بالدين الإسلامي و أحكامه.
- كما لوحظ أن أقل نسبة لدافع "أجد فيها المتعة والترفيه" بنسب متقاربة بين الذكور والإناث و هذا أمر طبيعي نظراً لقلّة البرامج الترفيهية في قناة إقرأ مقارنة بالبرامج الوعظية و التعليمية

لجدول رقم (19) يوضح دوافع مشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الكلية:

المجموع		العلوم والتكنولوجيا		العلوم الإجتماعية والإنسانية		الكلية
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	دوافع المشاهدة
%26.94	104	%26.79	56	%27.12	48	أتعلم من خلالها الأحكام الشرعية
%20.73	80	%21.05	44	%20.34	26	تحقق لي الشعور بالراحة النفسية
%10.10	39	%9.57	20	%10.73	19	أجد فيها المتعة والترفيه
%12.69	49	%13.40	28	%11.86	21	التعرف من خلالها على التاريخ الإسلامي
%10.88	42	%7.66	16	%14.69	26	التعرف على أحوال المسلمين في العالم
%12.95	50	%14.35	30	%11.30	20	النظر للقضايا بمنظور إسلامي
%5.70	22	%7.18	15	%3.95	07	أخرى
%100	* 386	%100	209	%100	177	المجموع

يوضح الجدول رقم (19) يوضح دوافع مشاهدة قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الكلية:

_ بنسبة متقاربة بين الكليتين جاء دافع "أتعلم من خلالها الأحكام الشرعية" سجلت كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية نسبة 20.34% لدافع "تحقق لي الشعور بالراحة النفسية" وبنسبة 21.05% لكلية العلوم و التكنولوجيا.

_ في حين أن أقل نسبة لدافع "أجد فيها المتعة والترفيه" بنسبة 10.73% لكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية وبنسبة 9.57% لكلية العلوم و التكنولوجيا.

_ أما بالنسبة إلى مشاهدة قناة إقرأ بدافع "التعرف من خلالها على التاريخ الإسلامي" جاء بنسبة 11.86% لكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية وبنسبة 13.40% لكلية العلوم و التكنولوجيا، وهي النسبة الأعلى على الرغم من ميولهم العلمي وهذا أمر جيد حتى لا يكون الطالب بعيدا عن تاريخ أمته نظرا لتخصصه الدراسي.

_ سجلت كلية العلوم و التكنولوجيا أدى نسبة لدافع " التعرف على أحوال المسلمين

*- إختيار المبحوث أكثر من إجابة

في العالم " 7.66% و كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية بنسبة 14.69%، حيث كانت النسب متفاوتة بشكل كبير بين الكليتين .
 _ وبنسبة 11.30% من كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية تميل إلى مشاهدة قناة إقرأ بدافع "النظر إلى القضايا بمنظور إسلامي " وبنسبة 14.35% من كلية العلوم و التكنولوجيا وهي نسبة متقاربة .

جدول (20) يوضح أنواع البرامج المفضلة في قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الجنس :

الجنس	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
أنواع البرامج	46	22.33%	35	14.17%	81	17.88%
برامج تلاوة القرآن	37	17.96%	49	19.84%	86	18.98%
برامج السيرة النبوية	18	9.39%	39	10.73%	57	12.58%
برامج الأسرة والمرأة	31	8.74%	34	13.76%	65	14.35%
برامج الوعظ والإرشاد	35	16.99%	45	18.22%	80	17.66%
برامج الفتاوى	24	11.65%	35	13.77%	58	12.80%
برامج العلمية	15	6.08%	11	6.37%	26	5.74%
برامج الدراما الأفلام والمسلسلات	00	00%	00	00%	00	00%
أخرى	00	00%	00	00%	00	00%
المجموع	206	100%	247	100%	453*	100%

يوضح جدول (20) أنواع البرامج المفضلة في قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الجنس :

- جاءت برامج السيرة النبوية في المرتبة الأولى من حيث تفضيل البرامج لدى عينة الدراسة بنسبة 18.98% حيث سجل الإناث أعلى نسبة 19.84%.
 _ وفي المرتبة الثانية برامج " تلاوة القرآن " بنسبة 17.88%، وكانت النسب متفاوتة ، حيث سجل الذكور أعلى نسبة 22.33% في حين كانت نسبة الإناث 14.17%.
 _ وفي المرتبة الثالثة " برامج الفتاوى " بنسبة 17.66% حيث سجل الذكور نسبة 16.99% والإناث 18.22% وهي نسبة متقاربة.

*- إختيار المبحوث أكثر من إجابة

_ وفي المرتبة الرابعة " برامج الوعظ والإرشاد " بنسبة 14.35 % وبنسبة متقاربة بين أفراد الدراسة 15.05 % ذكور و 13.76 % إناث.

_ وفي المرتبة الخامسة البرامج العلمية بنسبة 12.80 % والنسبة الأعلى كانت لإناث 13.77 % والذكور بنسبة 11.65 %.

_ أما " برامج الأسرة والمرأة " في المرتبة السادسة بنسبة 12.58 % حيث سجل الإناث أعلى نسبة 15.79 % مقارنة بالذكور الذين سجلوا اقل نسبة 8.74 %.

_ وفي المرتبة الأخيرة " برامج الدراما " 5.74 % وكانت النسب متفاوتة بين الذكور والإناث "أعلى نسبة 13.77 % و أدنى نسبة 7.28 %". وهكذا نلاحظ أن الإهتمام بالبرامج يرتبط بمتغير الجنس، حيث نسجل إختلافا واضحا بين البرامج التي يفضلها كل من الذكور والإناث، بحيث يفضل الذكور برامج تلاوة القرآن، نظرا لفائدة هذا النوع من البرامج وما تحويه من توجيهات حول كيفية القراءة الصحيحة لكتاب الله تعالى ، في حين سجلت الإناث النسبة الأعلى لبرامج الأسرة والمرأة، كون أن هذا النوع من البرامج يتناول إهتمامات المرأة المسلمة سوى الأسرية أو الاجتماعية أما تدني نسبة البرامج الدرامية تعود إلى قلتها في قناة إقرأ الفضائية مقارنة بالبرامج الأخرى.

جدول (21) يوضح أنواع البرامج المفضلة في قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الكلية:

أنواع البرامج	العلوم الاجتماعية والإنسانية		العلوم والتكنولوجيا		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
برامج تلاوة القرآن	40	18.35%	41	17.45%	81	17.88%
برامج السيرة النبوية	42	19.27%	44	18.7%	86	18.98%
برامج الأسرة والمرأة	27	12.39%	30	12.77%	57	12.58%
برامج الوعظ والإرشاد	29	17.88%	26	11.06%	65	14.35%
برامج الفتاوى	36	16.51%	44	18.72%	80	17.66%
برامج العلمية	23	10.55%	35	14.89%	58	12.80%
برامج الدراما الأفلام والمسلسلات	11	5.05%	15	6.38%	26	5.74%
أخرى	00	00%	00	00%	00	00%
المجموع	206	100%	247	100%	453*	100%

يوضح الجدول (21) نوع البرامج المفضلة في قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الكلية :

تقبل عينة الدراسة على مشاهدة "برامج تلاوة القرآن" بنسبة 18.35% من كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية وبنسبة 17.45% لكلية العلوم و التكنولوجيا .

أما برامج السيرة النبوية فسجل كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية نسبة 19.27% وبلغت نسبة كلية العلوم و التكنولوجيا 18.73%، وهي أعلى نسبة في الكليتين.

وبنسبة شبه متطابقة جاءت برامج الأسرة والمرأة 12.39% من كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، وسجلت كلية العلوم و التكنولوجيا نسبة 12.77%.

سجلت كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية النسبة الأعلى لبرامج الوعظ والإرشاد 17.88% في حين كانت نسبة العلوم و التكنولوجيا 11.06%.

*- إختيار المبحوث أكثر من إجابة

_ يقبل أفراد عينة الدراسة على مشاهدة برامج الفتاوى ،حيث سجلت كلية العلوم و التكنولوجيا أعلى نسبة 18.72% وبلغت نسبة كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية 16.51%.

_ حظيت البرامج العلمية على أعلى نسبة من كلية العلوم و التكنولوجيا 14.89% في حين كانت نسبة كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية 10.55%.

_ أما برامج الدراما جاءت بأقل نسبة مسجل في الكليتين 5.05% لكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية،و6.33% لكلية العلوم و التكنولوجيا.

جاءت النسب متقاربة بين الكليتين في مختلف أنواع البرامج،وإن كانت فروق بسيطة في ترتيب أنواع البرامج الأكثر متابعة،كما لوحظ أن أغلب أفراد عينة الدراسة من كلية العلوم و التكنولوجيا تميل إلى البرامج ذات المضمون العلمي نظرا لصيلائها بتخصصهم العلمي،وهذا يشير إلى أن التخصص العلمي له دورا في تحديد إتجاهات الطلبة الجامعيين.

جدول (22) يوضح أسماء البرامج المفضلة في قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الجنس:

الجنس أسماء البرامج	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الإنتقان لتلاوة القرآن	26	15.66%	19	8.88%	45	11.84%
مشكلات من الحياة	17	10.24%	29	15.55%	46	12.11%
ضع بصمتك	27	16.27%	21	12.77%	48	12.63%
ليلة في بيت النبي	16	9.64%	25	11.68%	41	10.79%
أخرى	80	48.19%	120	56.08%	200	52.63%
المجموع	166	100%	214	100%	380*	100%

يوضح جدول (22) أسماء البرامج المفضلة في قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الجنس :

_ إختارت عينة الدراسة برنامج " ضع بصمتك " في المرتبة الأولى بنسبة 12.63% و كانت النسب متفاوتة حيث سجل الذكور أعلى نسبة 16.27% والإناث بنسبة 9.81%

*- إختيار المبحوث أكثر من إجابة

_ وفي المرتبة الثانية برنامج " مشكلات من الحياة " بنسبة 12.11% حيث سجل الإناث أعلى نسبة 13.55% في حين كانت نسبة الذكور 10.24%.
 _ وفي المرتبة الثالثة "الإتقان لتلاوة القرآن " بنسبة 11.84% وسجلنا أدنى نسبة لدى فئة الإناث 8.88%، والذكور بنسبة 15.66%. _ جاء برنامج "ليلة في بيت النبي "في الرتبة الرابعة بنسبة 10.79% وبلغت نسبة الذكور 9.64% والإناث 11.68%.
 تأسيساً على النتائج أعلاه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة إختارت برنامج "ضع بصمتك " كأفضل البرامج، حيث سجل الذكور أعلى نسبة ، كون البرنامج يهتم بمعالجة قضايا الشباب ، في حين أن الإناث سجلوا أعلى نسبة لمشاهدة برنامج "مشكلات من الحياة " الذي يجيب عن تساؤلاتهم الفقهية ومشكلاتهم الإجتماعية وعموما نلاحظ أن أغلب أفراد عينة الدراسة يميلون إلى البرامج التي يكون فيها نوع من التفاعل مع المشاهدين "برامج حوارية" عن طريق إستقبال إتصالاتهم.

جدول (23) يوضح أسماء البرامج المفضلة في قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الكلية:

المجموع		العلوم والتكنولوجيا		العلوم الإجتماعية والإنسانية		الكلية
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	أسماء البرامج
11.84%	45	13.64%	21	10.62%	42	الإتقان لتلاوة القرآن
12.11%	46	13.55%	21	11.06%	25	مشكلات من الحياة
12.63%	48	13.64%	21	11.95%	27	ضع بصمتك
10.79%	41	12.34%	19	9.73%	22	ليلة في بيت النبي
52.63%	200	46.74%	72	56.64%	128	أخرى
11.84%	* 380	13.64%	154	10.62%	226	المجموع

يوضح جدول (23) أسماء البرامج المفضلة في قناة إقرأ الفضائية لدى المبحوثين حسب متغير الكلية:

*- إختيار المبحوث أكثر من إجابة

_تشاهد عينة الدراسة برنامج الإتقان لتلاوة القرآن بنسبة 10.62% لكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية ونسبة 13.64% لكلية العلوم و التكنولوجيا.
_وبنسبة متقاربة تقبل عينة الدراسة على مشاهدة " برنامج مشكلات من الحياة " بنسبة 11.06% لكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية ونسبة 13.64% لكلية العلوم و التكنولوجيا.
_ وبنسب متقاربة تقبل عينة الدراسة على مشاهدة برنامج " ضع بصمتك " حيث سجلت كلية العلوم و التكنولوجيا نسبة 13.64% وكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية بنسبة 11.95%.
_في حين أن أقل نسبة سجلتها كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية 9.73% لبرنامج " ليلة في بيت النبي " و بنسبة 12.34% لكلية العلوم و التكنولوجيا. نلاحظ هنا أن هناك تقارب في النسب بين الكليتين، مما يدل على عدم وجود علاقة بين البرامج المفضلة لدى المبحوثين ومتغير الكلية.
جدول (24) يوضح أسباب تفضيل البرامج لدى المبحوثين حسب متغير حسب متغير الجنس :

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	أسباب تفضيل البرامج
19.24%	87	25.10%	41	22.01%	46	تصح لي بعض المفاهيم الخاطئة
23.67%	107	25.10%	61	22.01%	46	تزيد من تمسكي بالقيم الإسلامية
17.04%	77	25.10%	39	18.18%	38	تعلمني الأحكام الشرعية
9.29%	42	10.29%	25	8.13%	71	الأسلوب الشيق للمقدم
11.95%	54	12.76%	31	11.01%	23	تمنحني حلا لمشكلاتي
12.17%	55	11.52%	28	12.92%	27	تعلمني أحكام التلاوة الصحيحة
6.64%	30	7.41%	18	5.94%	12	أخرى
100%	* 452	100%	243	100%	209	المجموع

الجدول رقم (24) يوضح أسباب تفضيل البرامج لدى المبحوثين حسب متغير الجنس: _ جاء إختيار عينة الدراسة لسبب "تزيد من تمسكي بالقيم الإسلامية" في المرتبة

*- إختيار المبحوث أكثر من إجابة

الأولى بنسبة 23.67% حيث سجل الإناث أعلى نسبة 25.10% وبلغت نسبة الذكور 22.01% وفي المرتبة الثانية "تصحح لي بعض المفاهيم الخاطئة" بنسبة 19.24% و سجل الذكور أعلى نسبة 22.01% وبلغت نسبة الإناث 16.87%.

_السبب الثالث "تعلمي الأحكام الشرعية" بنسبة 17.04% بنسب متقاربة، الذكور بنسبة 18.18% والإناث بنسبة 16.05% .

_السبب الرابع "تعلمي أحكام التلاوة الصحيحة" بنسبة 12.17% بنسبة متقاربة الذكور بنسبة 12.92% والإناث بنسبة 11.52%.

_السبب الخامس "تمنحي حلا لمشكلاتي" بنسبة 11.95% حيث سجل الذكور 11.01% و الإناث بنسبة 12.76%.

_السبب السادس "الأسلوب الشيق للمقدم" بنسبة 9.29% حيث سجل الذكور أقل نسبة 8.13% في حين بلغت نسبة الإناث 10.29%. وهكذا نلاحظ أن أسباب المشاهدة لا تختلف حسب متغير الجنس، فنجد الذكور والإناث يفضلون بالدرجة الأولى البرامج كونها "تزيد من تمسكي بالقيم الإسلامية" وأيضا "تصحح لهم بعض المفاهيم الخاطئة" أما الاختلاف يكون بين أفراد العينة من الذكور في حد ذاتهم في دوافع المشاهدة، ونفس الشيء بالنسبة للإناث، هذا ما يجعلنا نفكر بأن الدافع هو شخصي يتعلق بالفرد في حد ذاته قبل أن نربطه بالمتغيرات الأخرى كالجنس.

جدول (25) يوضح أسباب تفضيل البرامج لدى المبحوثين حسب متغير الكلية :

المجموع	العلوم والتكنولوجيا		العلوم الإجتماعية والإنسانية		الكلية	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية		
النسبة المئوية					أسباب تفضيل البرامج	
19.24%	87	20.80%	47	17.69%	40	تصحح لي بعض المفاهيم الخاطئة
23.67%	107	21.24%	48	26.11%	59	تزيد من تمسكي بالقيم الإسلامية
17.04%	77	19.47%	44	14.61%	33	تعلمي الأحكام الشرعية
9.29%	42	8.85%	20	9.73%	22	الأسلوب الشيق للمقدم
11.95%	54	13.27%	30	10.62%	24	تمنحي حلا لمشكلاتي
12.17%	55	10.62%	24	13.72%	31	تعلمي أحكام التلاوة الصحيحة
6.64%	30	5.75%	13	7.52%	17	أخرى
100%	* 452	100%	226	100%	226	المجموع

*- إختيار المبحوث أكثر من إجابة

يوضح الجدول رقم (25) أسباب تفضيل البرامج لدى المبحوثين حسب متغير الكلية: حيث نجد أن أغلبية أفراد العينة من كليتين يفضلون هذه البرامج بدافع "تزيد من تمسكي بالقيم الإسلامية" حيث سجلت كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية نسبة 26.11% وهي أعلى نسبة وكلية العلوم و التكنولوجيا بنسبة 21.24%.

_ أما دافع " تصحح لي بعض المفاهيم الخاطئة "كانت أعلى نسبة لكلية العلوم و التكنولوجيا 20.80%.

_ ودافع "تعلمي الأحكام الشرعية " سجلت كلية العلوم و التكنولوجيا النسبة الأعلى 19.47% وكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية بنسبة 14.61%.

_ في حين نلاحظ أن أقل نسبة لمشاهدة هذه البرامج بدافع " الأسلوب الشيق للمقدم " سجلتها كلية العلوم و التكنولوجيا 8.85%.

_ أما دافع " تمنحني حلا لمشكلاتي " بنسبة 10.62% لكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية وبنسبة 13.27% لكلية العلوم و التكنولوجيا. _ وسجل دافع " تعلمني أحكام التلاوة الصحيحة " 13.72% لكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية وبنسبة 10.62% لكلية العلوم و التكنولوجيا. وهكذا نلاحظ أن النسب متقاربة بين الكليتين في أسباب تفضيل برنامج معين ،

جدول (26) يوضح أسماء الدعاة المفضلين لدى المبحوثين في قناة إقرأ الفضائية حسب متغير الجنس :

الجنس	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
محمد العريفي	32	15.53%	39	14.50%	71	14.95%
عبد الله المصلح	24	11.68%	26	9.67%	50	10.53%
مصطفى حسني	21	10.19%	39	14.50%	60	12.63%
أيمن سويد	27	13.11%	23	8.55%	50	10.53%
أخرى	102	49.51%	142	52.78%	244	51.36%
المجموع	206	100%	269	100%	475*	100%

*- إختيار المبحوث أكثر من إجابة

يوضح جدول (26) أسماء الدعاة المفضلين لدى المبحوثين في قناة إقرأ الفضائية حسب متغير الجنس :

_ أغلب أفراد عينة الدراسة يفضلون الداعية " محمد العريفي "في المرتبة الأولى بنسبة 14.95% حيث سجل الذكور أعلى نسبة 15.53% وبلغت نسبة الإناث 14.50% .
 _ وفي المرتبة الثانية الداعية "مصطفى حسني " بنسبة 12.63% ولوحظ تسجيل أعلى نسبة لدى الإناث 14.50% في حين كانت نسبة الذكور 10.19% وهي أقل نسبة.
 _ ونسبة متطابقة إختارت عينة الدراسة الشيخ "عبد الله المصلح " و الشيخ " أيمن سويد " في المرتبة الثالثة بنسبة 10.53% حيث سجل الذكور أعلى نسبة لشيخ "أيمن سويد " 13.11% مقارنة بالإناث الذين سجلوا أقل نسبة 8.55% في حين بلغت نسبة الذكور الذين اختاروا الشيخ "عبد الله المصلح " 11.68% والإناث 9.67%.

_ في حين سجلت إجابة المبحوثين دعاة آخرين يحظون بالمتابعة من قبل عينة الدراسة بنسبة 51.36% وهي نسبة عالية، وهذا راجع إلى كثرة الدعاة في قناة إقرأ الفضائية ، حيث قدمت القناة على مدى تاريخها العديد من الأسماء والوجوه التي أثرت الإعلام الإسلامي.

وهكذا نلاحظ أن تفضيل بعض الدعاة يرتبط بمتغير الجنس ،حيث نسجل إختلافا واضحا بين الدعاة الذين يفضلهم كل من الذكور والإناث، بحيث يفضل الذكور الداعية " محمد العريفي " بالدرجة الأولى إذ يهتم كثيرا ببرامج الشباب ،فيما تفضل الإناث الداعية "مصطفى حسني " نظرا إلى المواضيع التي يطرحها والتي تتناول إهتمام المرأة المسلمة كموضوع الحجاب مثلا، كما لوحظ أن أغلب أفراد عينة الدراسة لا تميل إلى الداعيات على الرغم من ظهورهن في قناة إقرأ الفضائية.

جدول (27) يوضح أسماء الدعاة المفضلين لدى المبحوثين في قناة إقرأ الفضائية حسب متغير الكلية :

الجنس أسماء الدعاة	العلوم الاجتماعية والإنسانية		العلوم والتكنولوجيا		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
محمد العريفي	41	16.14%	03	14.50%	71	14.95%
عبد الله المصلح	30	11.81%	02	9.05%	50	10.53%
مصطفى حسني	27	10.63%	33	14.93%	60	12.63%
أيمن سويد	28	11.03%	22	9.96%	50	10.53%
أخرى	281	50.39%	101	52.49%	244	51.36%
المجموع	542	100%	221	100%	475*	100%

يوضح جدول (27) أسماء الدعاة المفضلين لدى المبحوثين في قناة إقرأ الفضائية حسب متغير الكلية:

_حضي الداعية " محمد العريفي " على أعلى نسبة في كلية العلوم الاجتماعية والإنساني 16.14%، في حين بلغت النسبة في كلية العلوم و التكنولوجيا 13.57% .
_ حصل الشيخ " عبد الله المصلح " على نسبة 11.81% من كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية في ، حين سجلت كلية العلوم و التكنولوجيا نسبة 9.05% وهي أقل نسبة.

_ تفضل أفراد عينة الدراسة من كلية العلوم و التكنولوجيا الداعية " مصطفى حسني " بنسبة 14.93% مقارنة بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية حيث سجلت أقل نسبة 10.63%.

*- إختيار المبحوث أكثر من إجابة

_ أما الداعية " أيمن سويد " فكان بنسبة 11.03% من كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية ، وبنسبة 9.96% من كلية العلوم و التكنولوجيا .
 _ كما أن هناك دعاة آخرين سجلتها إجابة المبحوثين في الكليتين بنسبة 50.39% من كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية و بنسبة 52.49% من كلية العلوم و التكنولوجيا وهي نسبة متقاربة.

وهكذا نلاحظ أن هناك إختلافا في درجة تفضيل بعض الدعاة حسب متغير الكلية فنجد أن كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية سجلت أعلى نسبة للداعية " محمد العريفي " وأقل نسبة للداعية " مصطفى حسني "، الذي حضي على أعلى نسبة في كلية العلوم و التكنولوجيا وكذلك الشيخ " عبد الله المصلح " على أقل نسبة، وبالتالي ينتج إختلافا في تفضيل بعض الدعاة حسب متغير الكلية.

جدول (28) يوضح أسباب تفضيل الدعاة من قبل المبحوثين حسب متغير الجنس:

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
28.20%	86	25.61%	42	13.21%	44	أسباب تفضيل الدعاة
37.37%	114	9.05%	64	35.46%	50	طريقة تقديمهم لبرامج مميزة وفيها لديهم القدرة على الإقناع
27.54%	84	30.49%	50	24.11%	34	اعتمادهم لغة سهلة و مفهومة
6.89%	21	4.88%	08	9.22%	13	أخرى
100%	305*	100%	164	100%	141	المجموع

جدول (28) يوضح أسباب تفضيل الدعاة لدى المبحوثين حسب متغير الجنس:
 _ جاء السبب " لديهم القدرة على الإقناع " في المرتبة الأولى بنسبة 37.37% حيث سجل الذكور نسبة 31.21% في حين بلغت نسبة الإناث 25.61%.

*- إختيار المبحوث أكثر من إجابة

_ السبب الثاني " طريقة تقديمهم لبرامج مميزة وفيها إبداع " بنسبة 28.20%، حيث سجلت الإناث أعلى نسبة 39.02% والذكور 35.46%.

_ السبب الثالث " اعتمادهم لغة سهلة و مفهومة " بنسبة 27.54% حيث سجل الذكور نسبة 24.11% والإناث نسبة 30.49%._ وهناك من المبحوثين من يفضل هؤلاء الدعاة لأسباب أخرى حيث سجلت نسبة 6.89%.

وهكذا نلاحظ أن تفضيل بعض الدعاة يرتبط بمتغير الجنس ، حيث أن هناك إختلاف بين الذكور والإناث في أسباب تفضيل هؤلاء الدعاة ، نظرا لإهتماماتهم المختلفة، إذ أن كل داعية من هؤلاء الدعاة يركز على جانب معين في برامجهم قد يستقطب إهتمام فئة معينة دون الأخرى .

جدول (29) يوضح أسباب تفضيل الدعاة من قبل المبحوثين حسب متغير الكلية :

المجموع	العلوم والتكنولوجيا		العلوم الإجتماعية والإنسانية		الكلية	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية		
28.20%	86	29.75%	47	26.53%	39	طريقة تقديمهم لبرامج مميزة وفيها
37.37%	114	36.08%	57	38.78%	57	لديهم القدرة على الإقناع
27.54%	84	26.58%	42	28.57%	42	إعتمادهم لغة سهلة و مفهومة
6.89%	21	7.59%	12	6.12%	09	أخرى
100%	305	100%	158	100%	147	المجموع

يوضح جدول (29) أسباب تفضيل الدعاة لدى المبحوثين حسب متغيرالجنس:

_ بنسبة 26.53% تميل أفراد عينة الدراسة من كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية إلى سبب " طريقة تقديمهم إلى البرامج مميزة وفيها إبداع " وهي أقل نسبة في حين سجلت كلية العلوم والتكنولوجيا نسبة 29.75%.

_ أما سبب " لديهم القدرة على الإقناع " بنسبة 38.78% من كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية و 36.08% من كلية العلوم والتكنولوجيا .

_ وسبب "إعتمادهم لغة سهلة ومفهومة بنسبة 28.57% من كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية وفي حين أن أقل نسبة في كلية العلوم والتكنولوجيا.

ثالثاً: اتجاهات عينة الدراسة نحو قناة إقرأ الفضائية

الجدول (30) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة " تهتم قناة إقرأ الفضائي بنشر السلوك إيجابي "

تهتم قناة إقرأ الفضائية بنشر السلوك الإيجابي					العبارة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاختيارات
1	2	3	2	5	شدة
00	01	07	109	60	الإجابات
%00	%0.56	%3.95	%61.58	%33.90	النسبة المئوية
00	2	21	218	300	حاصل الضرب
3.06 = 177 / 541					شدة الاتجاه

في هذه العبارة تحصلنا على 60 إجابة " موافق بشدة " مما يمثل نسبة 33.90 % و 109 إجابة " موافق "، وهذا يمثل نسبة 61.58 %، وعلى 7 إجابات " محايد " مما يمثل 3.95 %، وعلى إجابة واحدة " معارض " وهذا يمثل نسبة 0.56 % وعلى 00 إجابة " معارض بشدة " و شدة الاتجاه كانت (3.06).

نستخلص مما سبق أن عينة الدراسة تتجه إتجاها إيجابيا نحو العبارة " تهتم قناة إقرأ الفضائية بنشر السلوك الإيجابي " فطلبة الجامعة الممثلون في عينة يرون أن قناة إقرأ الفضائية تساهم في نشر السلوك الإيجابي.

الجدول (31) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة " تقدم قناة إقرأ الفضائية برامج شاملة و متنوعة "

تقدم قناة إقرأ الفضائية برامج شاملة و متنوعة					العبارة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاختيارات
1	2	3	2	5	شدة
00	07	20	111	39	الإجابات
00	% 0.56	%11.29	%62.71	%22.03	النسبة المئوية
00	14	60	222	195	حاصل الضرب
2.77 = 177 / 491					شدة الاتجاه

في هذه العبارة تحصلنا على 39 إجابة " موافق بشدة " مما يمثل نسبة 22.03 % و 111 إجابة " موافق "، وهذا يمثل نسبة 62.71 %، وعلى 20 إجابة " محايد " ما يمثل نسبة 11.29 %، وعلى 07 إجابات " معارض " وهذا يمثل نسبة 0.56% وعلى 00 إجابة " معارض بشدة " و شدة الاتجاه كانت (2.77).

نستنتج مما سبق أن طلبة الجامعة الممثلون في عينة الدراسة يتجهون إتجاهاً سلبياً نحو العبارة السابقة، إذ ترى أن قناة إقرأ الفضائية تبث برامج شاملة ومتنوعة .

الدراسة الجدول (32) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة " البرامج المعروضة في قناة إقرأ مكررة"

البرامج المعروضة في قناة إقرأ مكررة					العبارة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاختيارات
5	4	3	2	1	شدة
10	43	70	45	09	الإجابات
%5.64	%24.29	%39.54	%25.42	%5.08	النسبة المئوية
50	172	210	90	9	حاصل الضرب
3 = 177 / 531					شدة الاتجاه

في هذه العبارة تحصلنا على 9 إجابات " موافق بشدة " مما يمثل نسبة 5.08 % و 45 إجابة " موافق "، وهذا يمثل نسبة 25.42 %، وعلى 70 إجابة " محايد " ما يمثل نسبة 39.54 %، وعلى 43 إجابة " معارض " وهذا يمثل نسبة 24.29 % وعلى 10 إجابات " معارض بشدة " بنسبة 5.64 %.

نستنتج أن عينة الدراسة تتجه اتجاهها إيجابياً نحو العبارة السابقة ، وذلك بشدة الاتجاه (3)، إذ ترى أن البرامج المعروضة في قناة إقرأ فيها نوع من التكرار .

الجدول (33) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة " علمتني برامجها التلاوة الصحيحة "

علمتني برامجها التلاوة الصحيحة					العبرة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاختيارات
1	2	3	4	5	شدة
07	16	33	92	29	الإجابات
%3.95	%9.04	%18.64	%51.98	%16.38	النسبة المئوية
7	32	99	368	145	حاصل الضرب
3.67 = 177 / 651					شدة الاتجاه

يوضح هذا الجدول أن أكبر عدد من المبحوثين وافقوا على الرأي القائل " علمتني برامجها التلاوة الصحيحة " وبلغت نسبته %51.98 بتكرار 92 وبنسبة %18.64 وتكرار 33 " محايد " وعلى 29 إجابة " موافق بشدة " ما يمثل نسبة %16.38 وعلى 16 بنسبة %9.04 " معارض " و7 إجابات بنسبة %3.95 " معارض بشدة " نستنتج مما سبق أن طلبة الجامعة الممثلين بعينة الدراسة يتجهون اتجاها إيجابيا نحو العبارة السابقة إذ ترى أن قناة إقرأ الفضائية ومن خلال برامجها ساهمت في تعليم أحكام التلاوة الصحيحة لكتاب الله تعالى

الجدول (34) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة " لا أتق في برامج الإفتاء لاختلاف المفتين في ذلك "

لا أتق في برامج الإفتاء لاختلاف المفتين في ذلك					العبرة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاختيارات
5	4	3	2	1	شدة
18	36	75	39	09	الإجابات
%10.17	%20.34	%42.37	%22.03	%5.08	النسبة المئوية
90	144	225	78	9	حاصل الضرب
3.08 = 177 / 546					شدة الاتجاه

يوضح هذا الجدول أن أكبر نسبة من المبحوثين محايدون على الرأي القائل " علمتني برامجها التلاوة الصحيحة " وبلغت نسبتهم %42.34 بتكرار 75 وبنسبة %22.03 وتكرار 39 " موافق "، وعلى 36 إجابة " معارض " ما يمثل نسبة %20.34 وعلى 18 إجابة " معارض بشدة " بنسبة %10.17 و9 إجابات " موافق بشدة بنسبة %5.08.

نستنتج مما سبق أن أفراد عينة الدراسة تتجه اتجاهها سلبيا نحو العبارة السابقة بشدة اتجاه (3.08) إذ ترى أنه ليس هناك إختلاف بين المفتين الذين تعرضهم القناة في الفتاوى

الجدول(35) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة " القضايا المطروحة للمناقشة تهمل مشاكل العالم الإسلامي الحقيقية "

القضايا المطروحة للمناقشة تهمل مشاكل العالم الإسلامي الحقيقية					العبارة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاختيارات
2 -	1 -	0	1+	2 +	شدة
15	47	50	43	22	الإجابات
%8.47	%26.55	%28.25	%24.29	%12.43	النسبة المئوية
- 30	- 47	00	43	44	حاصل الضرب
0.05 = 177 / 77 - 87					شدة الاتجاه

يوضح هذا الجدول أن أكبر نسبة من المبحوثين محايدون على الرأي القائل " القضايا المطروحة للمناقشة تهمل مشاكل العالم الإسلامي الحقيقية " وبلغت نسبتهم %28.25 بتكرار 50 وبنسبة %26.55 وتكرار 47 " معارض " وعلى 43 إجابة " موافق " ما يمثل نسبة %24.29 وعلى 22 إجابة " موافق بشدة " بنسبة %12.43 و 15 إجابة " معارض بشدة " بنسبة %8.47.

نستنتج مما سبق أن طلبة الجامعة الممثلون في عينة الدراسة تتجه اتجاهها إيجابيا نحو العبارة السابقة بشدة اتجاه (0.05) حيث يرون أن القضايا المطروحة للمناقشة في قناة إقرأ الفضائية لا تهتم بمشاكل العالم الإسلامي الحقيقية.

الجدول (36) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة " تساهم القناة في حل مشكلات الشباب "

تساهم القناة في حل مشكلات الشباب					العبارة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاختيارات
1	2	3	2	5	شدة
04	10	28	87	48	الإجابات
%2.26	%5.65	%15.82	%49.15	%27.12	النسبة المئوية
4	20	84	174	240	حاصل الضرب
2.94 = 177 / 522					شدة الاتجاه

يوضح هذا الجدول أن 49.15% من المبحوثين أيدوا الرأي القائل " تساهم القناة في حل مشكلات الشباب " بتكرار 87، و 48 إجابة " موافق بشدة " ما يمثل نسبة 27.12% وعلى 28 إجابة " محايد " ما يمثل نسبة 15.82%، و 10 إجابات " معارض " بنسبة 5.65% و 4 إجابات " معارض بشدة " ما يمثل نسبة 2.26%.

نستنتج مما سبق أن طلبة الجامعة الممثلون في عينة الدراسة تتجه اتجاهها سلبيا نحو العبارة السابقة بشدة اتجاه (2.94) حيث يرون أن قناة إقرأ الفضائية تساهم في حل مشكلات الشباب .

الجدول (37) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة "عرفتني قناة اقرأ الفضائية بدعاة وعلماء لم أكن أعرفهم "

عرفتني قناة إقرأ الفضائية بدعاة وعلماء لم أكن أعرفهم					العبارة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاختيارات
1	2	3	4	5	شدة
03	06	25	90	53	الإجابات
%1.69	%3.39	%14.12	%50.85	% 29.94	النسبة المئوية
3	12	75	360	265	حاصل الضرب
4.04 = 177 / 715					شدة الاتجاه

تشير العبارة إلى أن 53 من المبحوثين، أي ما يمثل نسبة 29.94% وافقوا بشدة "على الرأي القائل " عرفتني قناة إقرأ الفضائية بدعاة وعلماء لم أكن أعرفهم " و 90 إجابة " موافق "

بنسبة 50.85%، و 25 إجابة "محايد" بنسبة 14.12% وعلى 6 إجابات "معارض" وهو ما يمثل نسبة 3.39%، و 3 إجابات "معارض بشدة" بنسبة 1.69%.

نستنتج مما سبق أن عينة الدراسة تتجه اتجاهها إيجابيا نحو العبارة السابقة بشدة اتجاه 4.04، فهي ترى أن قناة إقرأ الفضائية كانت السبب في تعريفها على علماء ودعاة وذلك من خلال برامجها الدينية التي تقدمها.

الجدول (38) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة " يتميز الدعاة و الإعلاميون في قناة إقرأ بالكفاءة الدينية "

يتميز الدعاة و الإعلاميون في قناة إقرأ بالكفاءة الدينية					العبارة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاختيارات
1	2	3	4	5	شدة
03	09	33	96	36	الإجابات
%1.69	%5.08	%18.64	%54.24	%20.34	النسبة المئوية
3	18	99	384	180	حاصل الضرب
3.86 = 177 / 684					شدة الاتجاه

تشير العبارة إلى أن 36 من المبحوثين، أي ما يمثل نسبة 20.34% وافقوا بشدة " على الرأي القائل " يتميز الدعاة و الإعلاميون في قناة إقرأ بالكفاءة الدينية " و 96 إجابة " موافق " بنسبة 54.24%، و 33 إجابة "محايد" بنسبة 18.64% وعلى 9 إجابات "معارض" وهو ما يمثل نسبة 5.08%، و 3 إجابات "معارض بشدة" بنسبة 1.6% نستنتج مما سبق أن عينة الدراسة تتجه اتجاهها إيجابيا نحو العبارة السابقة، إذ كانت بشدة اتجاهها 3.86، فهي ترى أن الدعاة والإعلاميون يتميزون بالكفاءة الدينية

الجدول (39) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة " يركز معظم مقدمي البرامج على أسلوب التفاعل مع المشاهد"

يركز معظم مقدمي البرامج على أسلوب التفاعل مع المشاهد					العبارة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاختيارات
1	2	3	4	5	شدة
03	06	35	90	43	الإجابات
%1.69	%3.39	%19.77	%50.85	%24.29	النسبة المئوية
3	12	105	360	215	حاصل الضرب
3.92 = 177 / 695					شدة الاتجاه

تشير العبارة إلى أن 43 من المبحوثين، أي ما يمثل نسبة 24.29% وافقوا بشدة " على الرأي القائل " يركز معظم مقدمي البرامج على أسلوب التفاعل مع المشاهد " و 90 إجابة " موافق " بنسبة 50.85%، و 35 إجابة "محايد " بنسبة 19.77% وعلى 6 إجابات "معارض" وهو ما يمثل نسبة 3.39%، و 3 إجابات "معارض بشدة " بنسبة 1.69% نستنتج مما سبق أن عينة الدراسة تتجه اتجاهها إيجابيا نحو العبارة السابقة وذلك ب(3.92) إذ ترى أغلب عينة الدراسة أن مقدمي البرامج في قناة إقرأ يركزون على التفاعل مع الجمهور.

الجدول (40) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة "لغة معظم مقدمي البرامج سهلة و مفهومة"

لغة معظم مقدمي البرامج سهلة و مفهومة					العبارة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاختيارات
1	2	3	4	5	شدة
05	14	18	93	47	الإجابات
%2.82	%7.91	%10.17	%52.54	%26.55	النسبة المئوية
5	28	54	372	235	حاصل الضرب
3.92 = 177 / 694					شدة الاتجاه

يوضح هذا الجدول أن 47 إجابة " موافق بشدة " أي ما يمثل نسبة 26.55% نحو الرأي القائل أن " لغة معظم مقدمي البرامج سهلة و مفهومة " و 93 إجابة " موافق " ما يمثل

52.54% و 18 إجابة " محايد " بنسبة 10.17% و 14 إجابة " معارض " أي ما يمثل 7.91% وعلى 5 إجابات " معارض بشدة " وذلك بنسبة 2.82%. نستنتج مما سبق أن عينة الدراسة تتجه إتّجاهها إيجابيا نحو العبارة السابقة بشدة اتجاه (3.92) فأغلب العينة ترى أن مقدمي البرامج في قناة إقرأ يستعملون لغة سهلة ومفهومة.

الجدول (41) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة " تظهر معظم مقدمات البرامج إهتماما كبيرا باللباس "

تظهر معظم مقدمات البرامج إهتماما كبيرا باللباس					العبارة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاختيارات
1	2	3	4	5	شدة
15	23	57	55	27	الإجابات
8.47%	12.99%	32.20%	31.07%	15.26%	النسبة المئوية
15	46	171	220	135	حاصل الضرب
3.31 = 177 / 587					شدة الاتجاه

يوضح هذا الجدول أن 27 إجابة " موافق بشدة " أي ما يمثل نسبة 15.26% نحو الرأي القائل أن " تظهر معظم مقدمات البرامج إهتماما كبيرا باللباس " و 55 إجابة " موافق " ما يمثل 31.07% و 57 إجابة " محايد " بنسبة 32.20% و 23 إجابة " معارض " أي ما يمثل 12.99% وعلى 15 إجابات " معارض بشدة " وذلك بنسبة 8.47%.

نستنتج مما سبق أن عينة الدراسة تتجه إتّجاهها إيجابيا نحو العبارة السابقة إذ ترى أن مقدمات البرامج في قناة إقرأ الفضائية يظهرن إهتماما باللباس.

لجدول(42) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب إتجاهاتها نحو العبارة "تهتم قناة إقرأ الفضائية بديكورات برامجها مما يزيد من جودة أعمالها " إقرأ الفضائية بديكورات برامجها مما يزيد من جودة أعمالها "

تهتم قناة إقرأ الفضائية بديكورات برامجها مما يزيد من جودة أعمالها					العبارة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاختيارات
1	2	3	4	5	شدة
13	29	50	57	28	الإجابات
%7.34	%16.38	%28.25	%32.20	%15.82	النسبة المئوية
13	58	150	228	140	حاصل الضرب
3.32 = 177 / 589					شدة الاتجاه

يوضح هذا الجدول أن 28 إجابة " موافق بشدة " أي ما يمثل نسبة 15.82% نحو الرأي القائل أن " تهتم قناة إقرأ الفضائية بديكورات برامجها مما يزيد من جودة أعمالها " و 57 إجابة "موافق " ما يمثل 32.20% و 50 إجابة " محايد "بنسبة 28.25% و 29 إجابة " معارض " أي ما يمثل 16.38% وعلى 13 إجابة " معارض بشدة " وذلك بنسبة 7.34%. نستنتج مما سبق أن عينة الدراسة تتجه إتجاها إيجابيا نحو العبارة السابقة بشدة إتجاه 3.32 إذ ترى أن قناة إقرأ الفضائية تظهر إهتماما كبيرا بديكورات برامجها مما يزيد من جودة أعمالها .

الجدول(43) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة "وجود الموسيقى المرافقة لبرامج قناة إقرأ يشد إنتباهي أكثر " المرافقة لبرامج قناة إقرأ يشد إنتباهي أكثر "

وجود الموسيقى المرافقة لبرامج قناة إقرأ يشد إنتباهي أكثر					العبارة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاختيارات
1	2	3	4	5	شدة
25	33	53	50	16	الإجابات
%14.12	%18.64	%29.94	%28.25	%9.04	النسبة المئوية
25	66	159	200	80	حاصل الضرب
2.99 = 177 / 530					شدة الاتجاه

يوضح هذا الجدول أن 16 إجابة " موافق بشدة " أي ما يمثل نسبة 9.04% نحو الرأي القائل أن " وجود الموسيقى المرافقة لبرامج قناة إقرأ يشد إنتباهي أكثر " و 50 إجابة

"موافق" ما يمثل 28.25% و 53 إجابة " محايد "بنسبة 29.94% و 33 إجابة " معارض " أي ما يمثل 18.64% وعلى 25 إجابة " معارض بشدة " وذلك بنسبة 14.12%. نستنتج مما سبق أن عينة الدراسة تتجه إتجاهها سلبيا نحو العبارة السابقة بشدة إتجاه (2.99) إذ ترى أن وجود الموسيقى المرافقة لبرامج القناة لا يلفت إنتباههم . الجدول (44) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة "تظهر قناة إقرأ العديد من وجهات النظر و تناقشها دون تعصب "

تظهر قناة إقرأ العديد من وجهات النظر و تناقشها دون تعصب					العبارة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاختيارات
1	2	3	4	5	شدة
08	12	36	99	22	الإجابات
% 4.52	%6.78	%20.34	%55.93	%12.43	النسبة المئوية
8	24	108	396	110	حاصل الضرب
3.64 = 177 / 646					شدة الاتجاه

يوضح هذا الجدول أن 22 إجابة " موافق بشدة " أي ما يمثل نسبة 12.43% نحو الرأي القائل أن " تظهر قناة إقرأ العديد من وجهات النظر و تناقشها دون تعصب " و 99 إجابة "موافق" ما يمثل 55.93% و 36 إجابة " محايد "بنسبة 20.34% و 12 إجابة " معارض " أي ما يمثل 6.78% وعلى 8 إجابات " معارض بشدة " وذلك بنسب 4.52%. نستنتج مما سبق أن عينة الدراسة تتجه إتجاهها إيجابيا نحو العبارة السابقة بشدة إتجاه 3.64 إذ ترى أن قناة إقرأ الفضائية تناقش وجهات النظر المختلفة وتناقشها دون أي تعصب لرأي معين .

الجدول (45) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اتجاهاتها نحو العبارة "تستخدم قناة إقرأ الفضائية فنون الإخراج المؤثرة بإتقان"

تستخدم قناة إقرأ الفضائية فنون الإخراج المؤثرة بإتقان					العبارة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاختيارات
1	2	3	4	5	شدة
08	15	52	80	22	الإجابات
%4.52	%8.47	%29.38	%45.20	%12.43	النسبة المئوية
8	30	156	320	110	حاصل الضرب
3.52 = 177 / 624					شدة الاتجاه

يوضح هذا الجدول أن 22 إجابة " موافق بشدة " أي ما يمثل نسبة 12.43% نحو الرأي القائل أن "تستخدم قناة إقرأ الفضائية فنون الإخراج المؤثرة بإتقان " و 80 إجابة "موافق" ما يمثل 45.20% و 52 إجابة " محايد "بنسبة 29.38% و 15 إجابة " معارض " أي ما يمثل 8.47% وعلى 8 إجابات "معارض بشدة " وذلك بنسبة 4.52%. نستنتج مما سبق أن عينة الدراسة تتجه إتجاها إيجابيا نحو العبارة السابقة بشدة إتجاه إذ 3.52 ترى أن قناة إقرأ الفضائية تستخدم فنون الإخراج بإتقان .

نتائج الدراسة الميدانية

توصلت الدراسة الميدانية إلى عدة نتائج من أبرزها:

أولا : عادات وأنماط مشاهدة عينة الدراسة للفضائيات الإسلامية

- 1- تفضل عينة الدراسة مشاهدة الفضائيات الإسلامية دائما بنسبة 18.33 % و أحيانا بنسبة 65 % ونادرا بنسبة 15% و أبدا بنسبة 1.67 %.
- 2- أغلب أفراد عينة الدراسة تفضل مشاهدة الفضائيات الإسلامية " حسب مدة البرنامج"
- 3- تفضل عينة الدراسة قناة إقرأ في المرتبة الأولى بنسبة 21.57 % والرسالة في المرتبة الثانية بنسبة 17.56 % و الرحمة في المرتبة الثالثة بنسبة 14.55 % والمجد في المرتبة الرابعة بنسبة 12.04 %.

ثانيا : عادات وأنماط مشاهدة عينة الدراسة للقناة إقرأ الفضائية

- 1- أغلب أفراد عينة الدراسة تشاهدقناة إقرأ أحيانا بنسبة 66.67% ونادرا بنسبة 20.34 % ودائما بنسبة 12.99 %.

- 2- أغلب أفراد عينة الدراسة تفضل مشاهد قناة إقرأ" حسب مدة البرنامج "بنسبة 54.24%.
- 3- تقبل عينة الدراسة على مشاهد قناة إقرأ الفضائية " منذ خمسة سنوات فأكثر " بنسبة 56.50% وتليها المدة الممتدة من " سنة إلى خمسة سنوات " بنسبة 31.07% ثم " أقل من سنة " بنسبة 12.43% .
- 4- تفضل عينة الدراسة مشاهدة قناة إقرأ الفضائية " عند برنامج معين " بنسبة 42.37%.
- 5- أغلب أفراد عينة الدراسة تقبل على مشاهدة قناة إقرأ في " الفترة المسائية " بنسبة 36.16%.
- 6- أغلب أفراد عينة الدراسة تقبل على مشاهدة قناة إقرأ الفضائية بدافع " أتعلم من خلالها الأحكام الشرعية " بنسبة 26.94% في المرتبة الأولى ودافع " تحقق لي الشعور بالراحة النفسية " بنسبة 20.73% في المرتبة الثانية وجاء دافع " النظر للقضايا بمنظور إسلامي " في المرتبة الثالثة بنسبة 12.95%، أما دافع " التعرف من خلالها على التاريخ الإسلامي " في المرتبة الرابعة بنسبة 12.69% وفي المرتبة الخامسة دافع "التعرف على أحوال المسلمين في العالم" بنسبة 10.88% وفي المرتبة السادسة دافع " أجد فيها المتعة والترفيه " بنسبة 10.10%.
- 7- إختارت عينة الدراسة "برامج السيرة النبوية " في المرتبة الأولى بنسبة 18.98% و " برامج تلاوة القرآن " في المرتبة الثانية بنسبة 17.88% و" برامج الفتاوى "في المرتبة الثالثة بنسبة 17.66% أما في المرتبة الرابعة كانت " برامج الوعظ والإرشاد " بنسبة 14.35% وفي المرتبة الخامسة " البرامج العلمية " بنسبة 12.80% و" برامج الأسرة والمرأة " بنسبة 12.58% وفي المرتبة الأخيرة " برامج الدراما " بنسبة 5.74% .

8- إختارت عينة الدراسة برنامج " ضع بصمتك " في المرتبة الأولى بنسبة 12.63% وفي المرتبة الثانية برنامج " مشكلات من الحياة " بنسبة 12.11% وفي المرتبة الثالثة برنامج " الإتقان لتلاوة القرآن " بنسبة 11.84% و جاء برنامج " ليلة في بيت النبي " في المرتبة الرابعة بنسبة 10.79%.

9- أغلب أفراد عينة الدراسة يفضلون الداعية " محمد العريفي " في المرتبة الأولى بنسبة 14.95% وفي المرتبة الثانية الداعية "مصطفى حسني " بنسبة 12.63% وبنسبة متطابقة إختارت عينة الدراسة الشيخ "عبد الله المصلح " و الشيخ " أيمن سويد " في المرتبة الثالثة بنسبة 10.53%.

ثالثا :إتجاهات عينة الدراسة نحو قناة إقرأ الفضائية .

1- تتجه عينة الدراسة إتجاها إيجابيا نحو العبارة " تهتم قناة إقرأ الفضائية بنشر السلوك الإيجابي " فهم يوافقون بشدة ،فقد دلت النتائج على أن شدة إتجاه العينة نحو العبارة السابقة تقدر ب (3.06).

2- تتجه عينة الدراسة إتجاها إيجابيا نحو العبارة " تقدم قناة إقرأ الفضائية برامج شاملة و متنوعة " فهم يوافقون بشدة حيث دلت النتائج على أن شدة إتجاه العينة نحو العبارة السابقة تقدر ب(2.77) .

3- تتجه عينة الدراسة إتجاها إيجابيا نحو العبارة" البرامج المعروضة في قناة إقرأ مكررة " فهم محايدون لهذه العبارة بشدة إتجاه (3).

4- يتجه أفراد عينة الدراسة إتجاها إيجابيا نحو العبارة " علمتني برامجها التلاوة الصحيحة " فهم موافقون على العبارة السابقة بشدة إتجاه تقدر ب (3.67).

5- يتجه أفراد عينة الدراسة إتجاها سلبيا نحو العبارة " لا أثق في برامج الإفتاء لإختلاف المفتين في ذلك " فهم محايدون لها بشدة إتجاه (3.08)

6- يتجه أفراد عينة الدراسة إتجاها إيجابيا نحو العبارة "القضايا المطروحة للمناقشة تهمل مشاكل العالم الإسلامي الحقيقية" فهم محايدون بشدة إتجاه (0.05).

- 7 - تتجه عينة الدراسة إتجاها إيجابيا نحو العبارة "تساهم القناة في حل مشكلات الشباب " فهم موافقون عليها بشدة إتجاه (2.94) .
- 8- تتجه عينة الدراسة إتجاها إيجابيا نحو العبارة " عرفتني قناة إقرأ الفضائية بدعاة وعلماء لم أكن أعرفهم "فهم موافقون عليها، حيث قدرة شدة اتجاها عينة الدراسة نحو العبارة السابقة ب(4.04).
- 9- يتجه أفراد عينة الدراسة إتجاها إيجابيا نحو العبارة " يتميز الدعاة و الإعلاميون في قناة إقرأ بالكفاءة الدينية " فهم موافقون عليها وذلك بشدة إتجاه (3.86).
- 10- أغلب أفراد عينة الدراسة يوافقون على العبارة " يركز معظم مقدمي البرامج على أسلوب التفاعل مع المشاهد " بشدة إتجاه (3.92).
- 11- يتجه أفراد عينة الدراسة إتجاها إيجابيا نحو العبارة " لغة معظم مقدمي البرامج سهلة و مفهومة "فهم موافقون عليها بشدة إتجاه (3.92).
- 12- يتجه أفراد عينة الدراسة إتجاها إيجابيا نحو العبارة "تظهر معظم مقدمات البرامج إهتماما كبيرا باللباس " فهم محايدون بشدة إتجاه(31.3).
- 13-أغلب أفراد عينة الدراسة محايدون على العبارة " تهتم قناة إقرأ الفضائية بديكورات برامجها مما يزيد من جودة أعمالها " بشدة إتجاه (323).
- 14- يتجه أفراد عينة الدراسة إتجاها سلبيا نحو العبارة " وجود الموسيقى المرافقة لبرامج قناة إقرأ يشد إنتباهي أكثر " فهم محايدون بشدة إتجاه (2.99)
- 15-أغلب أفراد عينة الدراسة يوافقون على العبارة "تظهر قناة إقرأ العديد من وجهات النظر و تناقشها دون تعصب " بشدة إتجاه (3.64) .
- 16- يتجه أفراد عينة الدراسة إتجاها إيجابيا نحو العبارة "تستخدم قناة إقرأ الفضائية فنون الإخراج المؤثرة بإتقان " فهم موافقون عليها بشدة إتجاه (5.23) .

الخاتمة

الخاتمة:

وفي خاتمة هذا البحث ومن خلال تساؤلات الدراسة والإشكالية المطروحة فقد تبين أن الفضائيات الإسلامية لها دورا بارزا في تجسيد روح الإسلام الأصيلة، و ينابيعه الصافية، حيث كانت قناة إقرأ الفضائية منطلقا لهذه الفضائيات، لترسم الملامح العربية الأصيلة وتناقش مختلف القضايا التي تهم المجتمع، وتطرح قيم وأفكار الرسالة الإسلامية مخاطبة مختلف شرائح المجتمع.

ومن خلال دراستي لموضوع إتجاهات طلبة جامعة الوادي نحو قناة إقرأ الفضائية، وبعد القيام بالدراسة الميدانية على عينة من طلبة الجامعة، فقد أوضحت الدراسة أن نسبة معتبرة من طلبة الجامعة الممثلون في عينة الدراسة يشاهدون قناة إقرأ الفضائية ويتعرضون إلى برامجها، كما دلت الدراسة على أن قناة إقرأ الفضائية، تساهم في نشر الأحكام الشرعية وتزيد من التمسك بالقيم الإسلامية لدى الطلبة الممثلون في عينة الدراسة، وذلك من خلال برامجها الشاملة والمتنوعة، إضافة إلى كون القناة ساهمت في إبراز دعاة وعلماء جدد في الساحة الإعلامية وفي الأخير فقد أثبتت الدراسة الميدانية أن طلبة جامعة الوادي يقبلون على مشاهدة قناة إقرأ الفضائية بصورة لا بأس بها نظرا لتنوع برامجها وشموليتها، كذلك وخطابها الموجه لمختلف شرائح المجتمع .

التوصيات

التوصيات :

بناء على نتائج الدراسة الميدانية، وما تم استنتاجه من خلال العمل على موضوع البحث و بهدف زيادة تفعيل دور قناة إقرأ الفضائية و غيرها من القنوات الإسلامية في خدمة الدين الإسلامي و الأمة الإسلامية ، و التقليل من الجوانب السلبية التي تشكل عائق أمام تحقيق أهداف هذه القنوات توصي الطالب بما يلي :

- عرض البرامج الأكثر تفضيلا لدى مشاهدي قناة إقرأ الفضائية مثل برامج الفتاوى و برامج السيرة النبوية و برامج تلاوة القرآن .
- التركيز على البرامج التفاعلية و التي يكون فيها نوع من التواصل مع الجماهير من خلال الاتصالات، لأن هذا النوع من البرامج يجذب إهتمام الجماهير و يخلق لهم فرصة لإبداء آرائهم و إقتراحاتهم، و عرض قضاياهم .
- ضرورة الاهتمام بالقضايا المعاصرة التي تشغل الرأي العام المسلم، و مناقشتها من المنظور الإسلامي، و طرحها بكل موضوعية .
- البحث عن البرامج التي تهتم بالشباب، و تزيد من تنشيطهم حتى تكون لهم بصمة إيجابية في الحياة و حتى لا يصبحوا ضحايا الإعلام الفاسد الذي يسعى إلى تجريدهم من قيمهم و مبادئهم الإسلامية .
- الاهتمام بالبحوث و الدراسات التي تتناول اهتمامات الجماهير للإستفادة منها و لضمان إحداث التغيير المطلوب .
- فتح المجال أمام الدعاة الشباب، و تفعيلهم لأجل خدمة الدعوة الإسلامية ، بحيث تكون لديهم القدرة على مخاطبة الشباب و التفاعل معهم، لأن تقارب الأعمار يعطي النجاح للخطاب الدعوي.
- على الفضائيات الإسلامية عموما، و قناة إقرأ الفضائية خصوصا، العمل على تخصيص مساحة أوسع للأعمال الدرامية، و استثمارها في غرس الأخلاق و القيم الإسلامية و عرض تاريخ الأمة الإسلامية و أعلامها للجماهير في أنحاء العالم.

الملاحق

الملحق رقم (01)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية

تخصص : دعوة وإعلام واتصال

قسم : العلوم الإسلامية

استمارة استبيان حول

إتجاهات طلبة جامعة الوادي نحو قناة إقرأ الفضائية
دراسة ميدانية

هذه استمارة بحث ميداني لإنجاز مذكرة الماستر في الدعوة و الإعلام و الاتصال
بعنوان : " إتجاهات طلبة جامعة الوادي نحو قناة إقرأ الفضائيات ."

أرجو التكرم بالإجابة على التساؤلات المتضمنة في هذه الدراسة بدقة و ذلك خدمة
لأغراض البحث العلمي.

إشراف الأستاذ :

إعداد الطالبة :

مصطفى بلقاسمي

إسمهان نجعي

السنة الجامعية : 1435هـ / 1436هـ _ 2014م / 2015م

أجب بوضع علامة (X)

البيانات الشخصية :

1/ الجنس :

أنثى _

ذكر _

2/ السن :

- أقل من 20 سنة
- 20 - 26
- 25 - 30
- 30 فما فوق

3/ الكلية :

- كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
- كلية علوم التكنولوجيا

4/ المستوى :

- ليسانس - ماجستير

أولاً : عادات و أنماط مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية :

س1/ هل تشاهد (ين) القنوات الفضائية الإسلامية ؟

- دائماً أحياناً أبداً نادراً

س2/ ما هي الفترات التي تفضل فيها مشاهدة الفضائيات الإسلامية؟

- الفترة الصباحية فترة الظهر
الفترة المسائية فترة السهرة

س3/ كم عدد الساعات التي تشاهد (ين) فيها الفضائيات الإسلامية ؟

- أقل من ساعة من ساعة إلى 3 ساعات
أكثر من 3 ساعات حسب مدة البرنامج

س4/ ما هي القنوات الفضائية الإسلامية المفضلة لديك بالترتيب ؟

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

ثانياً : عادات و أنماط مشاهدة قناة اقرأ الفضائية :

س5/ هل تشاهد (ين) قناة إقرأ الفضائيات ؟

دائما أحيانا أبدا نادرا

س6/ منذ متى و أنت تشاهد (ين) قناة إقرأ الفضائيات ؟

أقل من سنة من سنة إلي 5 سنوات 5 سنوات فأكثر

س7/ ما هي الأيام المفضلة لديك لمشاهدة قناة إقرأ الفضائية ؟

كل يوم أيام العطلة عند برنامج معين في رمضان

س8/ ما هي الفترات التي تقضيها في مشاهدة قناة إقرأ الفضائية ؟

الفترة الصباحية فترة الظهر غير محددة

الفترة المسائية فترة السهرية

س9/ كم عدد الساعات التي تقضيها في مشاهدة قناة إقرأ الفضائية؟

أقل من ساعة من ساعة إلى 3 ساعات

أكثر من 3 ساعات حسب مدة البرنامج

س10/ ما هي دوافع مشاهدتك (ي) لقناة إقرأ الفضائية؟

_ أتعلم من خلالها الأحكام الشرعية

_ تحقق لي الشعور بالراحة النفسية

_ أجد فيها المتعة والترفيه

_ التعرف من خلالها على التاريخ الإسلامي

_ التعرف على أحوال المسلمين في العالم

_ النظر للقضايا بمنظور إسلامي

.....أخرى

س11/ ما هي البرامج التي تشاهدها (بينها) عادة في قناة إقرأ الفضائية ؟

- _ برامج تلاوة القرآن. _ برامج الفتاوى.
- _ برامج السيرة النبوية. _ برامج العلمية.
- _ برامج الأسرة والمرأة. _ برامج الدراما "الأفلام و المسلسلات".
- _ برنامج الوعظ والإرشاد.

.....أخرى

س12/أذكر أسماء لبرامج تفضلها (بينها) في قناة اقرأ ؟

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

- س13/ لماذا تفضل (بين) هذه البرامج ؟
- _ تزيد من تمسكي بالقيم الإسلامية
- _ تعلمني الأحكام الشرعية
- _ الأسلوب الشيق للمقدم
- _ تمنحني حلا لمشكلاتي
- _ تعلمني أحكام التلاوة الصحيحة

.....أخرى

س14/ أذكر أهم الدعاة الذين تتابعهم (ينهم) في قناة اقرأ بالترتيب ؟

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

س15/ ما سبب اختيارك لهؤلاء الدعاة بالتحديد ؟

- _ طريقة تقديمهم لبرامج مميزة وفيها
- _ لديهم القدرة على الإقناع
- _ إعتادهم لغة سهلة و مفهومة

.....أخرى

ثالثا : الاتجاهات :

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارة
					16/ تهتم قناة إقرأ الفضائية بنشر السلوك الإيجابي
					17/ تقدم قناة إقرأ الفضائية برامج شاملة و متنوعة
					18/ البرامج المعروضة في قناة إقرأ مكررة
					19 / علمتني برامجها التلاوة الصحيحة
					20/ لا أثق في برامج الإفتاء لإختلاف المفتين في ذلك
					21/ القضايا المطروحة للمناقشة تهمل مشاكل العالم الإسلامي الحقيقية
					22/ تساهم القناة في حل مشكلات الشباب
					23/ عرفتني قناة إقرأ الفضائية بدعاة وعلماء لم أكن أعرفهم
					24/ يتميز الدعاة و الإعلاميون في قناة إقرأ بالكفاءة الدينية
					25/ يركز معظم مقدمي البرامج على أسلوب التفاعل مع المشاهد.
					26/ لغة معظم مقدمي البرامج سهلة و مفهومة
					27/ تظهر معظم مقدمات البرامج إهتماما كبيرا باللباس
					28/ تهتم قناة إقرأ الفضائية بديكورات برامجها مما يزيد من جودة أعمالها
					29/ وجود الموسيقى المرافقة لبرامج قناة إقرأ يشد إنتباهي أكثر
					30/تظهر قناة إقرأ العديد من وجهات النظر و تناقشها دون تعصب
					31/تستخدم قناة إقرأ الفضائية فنون الإخراج المؤثرة بإتقان

وفي الأخير تقبل(ي) مني فائق الشكر والتقدير

الملحق رقم (02)

قائمة بأسماء المحكمين:

تم إجراء اختبار الصدق لأداة الاستمارة عن طريق تحكيم الاستبيان من قبل الأساتذة وقد تم الأخذ باقتراحاتهم و ملاحظتهم وهم :

الرقم	أسماء الأساتذة	الجامعة التدريس
01	رشيد خضير	كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية جامعة الوادي
02	هشام مسه	كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية جامعة الوادي
03	بويدي لامية	كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية جامعة الوادي
04	نسيبة فرجات	كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية جامعة الوادي
05	مؤمن بكوش الجموعي	كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية جامعة الوادي

الملحق رقم (03)

أسماء القنوات المتبعة من طرف عينة الدراسة

التكرار	أسماء القنوات
06	قناة الندى
03	قناة البصيرة
07	قناة الحقيقة
12	قناة السعودية للقرآن
03	قناة النور
07	قناة الأقصى
03	قناة المديح
02	قناة التوبة
04	قناة الفجر
02	قناة الفتح للقرآن
40	قناة الناس
19	قناة العفاسي
17	4 قناة شباب
15	قناة الفتح
10	قناة الجزائرية للقرآن
09	قناة أهل القرآن
10	قناة المعالي
04	قناة صفاء
05	قناة آيات
01	قناة الأزهري

10	قناة البداية
01	قناة الهداية
04	قناة المجد للقرآن
16	قناة مكة
01	قناة محمد السادس
04	قناة الحكمة
04	قناة إبن العثيمين
02	قناة كيف
01	قناة الهدى
01	قناة الصفا 01
02	قناة المديح

الملحق رقم (04)

أسماء البرامج التابعة من طرف عينة الدراسة

التكرار	أسماء البرامج
07	مودة ورحمة
06	قصص القرآن
02	عقد الياسمين
12	عطر السنة
15	صناع الحياة
08	البيئة
15	عمار الأرض
05	أمة المطر
04	كرسي العلماء
02	ومحياتي
03	العرجون القديم
05	أتعرف على دنياك
02	ذكريات
09	الأسرة السعيدة
14	الطريق إلى مكة
04	سحر الدنيا
04	عيش الحج
02	لو كان بيننا محمد
08	جنتي
02	المسافرون
13	يا بني
04	محاضرات
10	علمه البيان

09	مسابقات رمضانفة
15	فتوى على الهواء
09	حدثنا البحر
04	قناة ابن العثمفن
02	قناة كفف
01	قناة الهدف
01	قناة الصفا01
02	قناة المرفح

الملحق رقم (05)

أسماء الدعاة المتابعفن من طرف عفة الدراسة

التكرار	أسماء الدعاة
28	محمود المصري
22	عائض القرنف
05	محمد عوض
21	محمد حسان
20	عمر خالد
07	عمر عبد الكافف
05	محمد أوف
20	محمد راتب النابلسف
19	أحمد الشقرفف
04	لبنة الحمص
05	خالد الراشد
26	إبراهفم الفقف
02	محمد متولف الشعراوف
02	صفوة الحجازف
01	صالح المنجد
04	وطف غنم
01	أم حذيفة
01	رففة حبش
23	نبفل عوض
01	محمد الجعفرف
01	ماهر المغلفف

الفهارس

رقم الصفحة	عنوان الملحق
121	ملحق رقم (01) استمارة الاستبيان
127	ملحق رقم (02) قائمة بأسماء المحكمين
128	ملحق رقم (03) أسماء القنوات المتبعة من قبل عينة الدراسة
130	ملحق رقم (04) أسماء القنوات المتبعة من قبل عينة الدراسة
132	ملحق رقم (05) أسماء القنوات المتبعة من قبل عينة الدراسة

فهرس الملاحق

فهرس المصادر و المراجع

أولا: القرآن الكريم

برواية حفص عن عاصم.

ثانيا: الكتب

- 1- ابن منظور ، لسان العرب ، دار لسان العرب ، بيروت ، ج.6 ، ذ.ط ، 1988.
- 2- سليمان عبد الواحد يوسف إبراهيم ، مبادئ علم النفس الاجتماعي القاهرة، مؤسسة طيبة ، ط1 ، 2005 .
- 3- دويدار عبد الفتاح ، علم النفس الاجتماعي بيروت ، دار النهضة العربية ، ط 1 ، د.ت.
- 4- شفيق رضوان، علم النفس الاجتماعي، بيروت، المؤسسات الجامعية للدراسات، ط2، 1429 هـ/2008.
- 5- أحمد بن الحبيب، علم النفس الاجتماعي، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع، ط 1.
- 6- خليل عبد الرحمان المعاينة، علم النفس الاجتماعي، الأردن، عمان، دار الفكر، ط3، 2010م - 1430هـ.
- 7 - إبراهيم عيد، علم النفس الاجتماعي، مصر، القاهرة، مكتبة زهراء الشرق، ط 1 "200".

- 8- عبد الفتاح محمد دويدار، علم النفس الاجتماعي، أصوله و مبادئه ، الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية، د ط ، 2005 .
- 9- سهير كامل أحمد، علم النفس الاجتماعي بين النظرية و التطبيق، الإسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب، د .ط، 2001.
- 10- جودة بني جابر، علم النفس الاجتماعي، عمان، دار الثقافة للنشر و التوزيع، ط 1 ، 2004 .
- 11- عبد العزيز السيد الشخصي ، علم النفس الاجتماعي ، مصر ، مكتبة القاهرة للكتاب ، ط1 ، 2001 .
- 12- سيد محمود الطواب ، علم النفس الاجتماعي الفرد و الجماعة ، الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، د.ط ، 2007 ،
- 13- كامل علوان الزيدي، علم النفس الاجتماعي، الأردن، مؤسسة الوراق الأردنية، د.ط، م2003
- 14- أحمد يعقوب النور، القياس و التقويم في التربية و علم النفس، الأردن ، عمان، دار الجنادر للنشر و التوزيع ، ط 1 ، د.ت.
- 15- عباس محمد عوض و رشاد صالح المنصوري، علم النفس الاجتماعي نظرياته و تطبيقاته، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية ، ط 1 ، د.ت ،
- 16- محمد جاسم العبيدي و بسام محمد ولي، المدخل إلى علم النفس الإجتماعية ، الأردن دار الثقافة ، ط 1 ، 2009.
- 17- عدنان يوسف العتوم، علم النفس الاجتماعي، الأردن، إثراء للنشر و التوزيع، ط 1 ، 2009
- 18- صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، القاهرة، مؤسسة طبية للنشر و التوزيع، ط1، 2011.¹
- 19- بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، عمان، دار أسامة للنشر و التوزيع ، ط 2011.

- 20- حسن عماد مكاوي ، نظريات الإعلام ، القاهرة ، دار العربية للنشر و التوزيع ، ط 1 ، 2009 .
- 21- صلاح محمد عبد الحميد ، الإعلام الجديد ، القاهرة ، مؤسسة طبية للنشر و التوزيع ط 1 ، 2011 .
- 22 - محمد منير حجاب ، الموسوعة الإعلامية ، المجلد 1 ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، د ط ، 2003 م .
- 23-صالح أبو أصبع ، الاتصال الجماهيري ، الأردن ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، ط 1 ، د.ت ، ص 215 .
- 24- محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام و إتجاهات التأثير ، القاهرة ، عالم الكتاب ، ط 1 ، 1998.
- 25- همت حسن ، دراسات في نظريات الإعلام ، القاهرة ، مصر العربية للنشر و التوزيع ط 1 ، 2009 .
- 26- يوسف محمد ، مصر القاهرة ، النظريات النفسية و الإجتماعية في وسائل الاتصال المعاصر و الالكتروني ، دار الكتاب الحديث ، ط 1 ، 2013 .
- 27- سوزان يوسف أحمد الفليني ، الاتصال ووسائله نظرياته ، مصر ، دار النهضة العربية ط 2 ، 1999.
- 28- فيصل دليو ، الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله ، القاهرة ، دار الفجر للنشر و التوزيع ط 1 ، 2003.
- 29- طه أحمد الزيدي و حسين عليوي الطائي و يسري خالد إبراهيم ، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع و فئاته ، الأردن ، دار النفائس ، ط 1 ، 2012
- 30- حسن نيازي الصفي ، الفضائيات العربية في عصر العولمة و التحديات، الواقع و الطموحات، إيتراك للطباعة و النشر و التوزيع، ط 1.
- 31- هبة شاهين ، التلفزيون الفضائي العربي ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 1 ، 1429 هـ / 2008 م.

- 32- سامي الشريف ، الفضائيات العربية رؤية نقدية ، دار النهضة العربية، ط 1، 2004 .
- 33- محمد منير حجاب ، الإعلام الإامي ، المبادئ .. النظرية .. التطبيق ، القاهرة ، دار الفجر ، ط 1 ، 2002 ص 24 .
- 34- شفيق رضوان ، علم النفس الاجتماعي ، بيروت ، مجد المؤسسة الجامعية للدراسة و التوزيع ، ط 2، 1429 هـ / 2008 م.
- 35- مجدي أحمد ، مقدمة في سيكولوجية الاتصال و الإعلام ، مصر ، دار المعرفة الجامعية ، ط 1 ، 2008 م.
- 36- هبة شاهين ، التلفزيون الفضائي العربي ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 2 ، 1431 هـ - 2010 م.
- 37- محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، عالم الكتاب ، ط 1 ، 2000 م.
- 38- رجاء وحيد دويدري ، البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارسته العلمية، دمشق ، دار الفكر ، ط 1 ، 1461 هـ/2000 م.
- 39- فاطمة عوض صابر، ومرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مصر، جامعة الإسكندرية: كلية التربية الرياضية، 2002م.
- 40_ حسن عماد مكايي وليلى السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2008.
- 41_ طه أحمد الزيدي وحسين عليوي الطائي و يسري خالد إبراهيم، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفئاته، الأردن، دار النفائس، ط1، 2012.
- 42- محمد عبيدات ، محمد أبو نصار ، عقلية مبيضين ، منهجية البحث العلمي القواعد و المراحل و التطبيقات ، عمان ، دار وائل للنشر ، ط 2 ، 1999 ، ص 46
- ثالثا: الرسائل الجامعية**
- 1- سهيلة بوضياف ، المدونات الالكترونية في الجزائر دراسة في الإستخدامات و الاشباعات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر ، باتنة ، 2009 - 2010 م .

- 2- نصيرة إعقوبي ، جمهور التلفزيون و نظرية الاستعلامات و الاشباعات ، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2002 -2003 م.
- 3- لامية صابر ، الحملات الإعلامية في باقة و دورها في التوعية الدينية للشباب ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2009 - 2010.
- 4 - مديحة القحطاني ، إستخدام الشباب الجامعي للمواقع الاسلامية. دراسة في العادات و الأنماط و الإتجاهات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الدعوة و الاعلام ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2009 - 2008 م .
- 5- باديس لوينس جمهور الطلبة الجزائرية و الانترنت ، دراسة في الاستخدامات و الاشباعات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2007 ، 2008 .
- 6- إبراهيم ناصف ناصر عبد الله ، عادات و أنماط مشاهدة طلبة الجامعة الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية ، قناة الرسالة "تمودجا " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ،الأردن ، 2009 م/2010.
- 7- نور الدين هادف ، تكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال الاستخدامات و الاشباعات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة بن يوسف بن خده ، الجزائر ، 2007 - 2008 .
- 8- إياد محمد خزعل ، تعرض الشباب للقنوات الفضائية الإسلامية و دورها في غرس الثقافة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة بغداد للدراسات العليا ، 2013 ، ص 22 .

- 9- خضر بن كامل محمد اللحياني ، أثر الفضائيات على المراهقين و المراهقات في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر التربويين و التريبات، رسالة دكتوراه غير منشورة قسم الإعلام ، كلية التربية ، جامعة كولمبس ، و.م. الأمريكية ، 1429 هـ / 2008 م .
- 10-إنصاف بنت أيوب بن حمدان المومني ، إسهام الإعلام في استقرار الأسرة الأردنية في ضوء أهداف التربية الإسلامية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ،قسم الإعلام، كلية التربية جامعة أم القرى ، 2011 .
- 11- محمد الطيب زاوي ، الإعلام الإسلامي الالكتروني المعاصر ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر 2003 م / 2004م.
- 12-ياسين صالح على ، أثر القنوات الإسلامية في التوعية الدينية ، رسالة ماجستير في قسم الدعوة و أصول الدين ، جامعة المدينة العالمية ، كلية العلوم الإسلامية ، ماليزيا 1433 هـ ، 2013 م .
- 13-عباس سعيدة ، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الدعوة و الإعلام ، كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الإسلامية ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2009 م .
- 14-وردة بوجلال ، الجمهور القسنطيني و برامج قناة إقرأ الفضائية ، دراسة في العادات و الأنماط و الإتجاهات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الدعوة و الإعلام ، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية ، قسنطينة ، 2002 م – 2003 م .
- 15- بلعربي ناديا ، آراء الأساتذة و الطلبة في البرامج الدعوية لقناة إقرأ الفضائية دراسة استطلاعية بجامعة الأمير عبد القادر ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الدعوة و الإعلام ، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة ، 2008/2007 م .

رابعاً: المجالات

- 1-حسين صديق ، الاتجاهات من منظور علم الاجتماع ، مجلة جامعة دمشق ، المجلة 28 ، العدد 3 و 4 ، 2012.
- 2- بارعة حمزة شقير ، استخدام أستاذ جامعة دمشق للإنترنت و الأشباعات المحققة منها مجلة جامعة دمشق ، المجلة 25، العدد 1-2-2009 .
- 3-رعد جاسم الكعبي و بشرى داود السنجري ، التعرض للقنوات الفضائية الإسلامية و علاقته بمقروئية الكتاب ، مجلة كلية الآداب ، العدد 102.
- 4-يسري خالد إبراهيم ، الفضائيات الإسلامية بين الخبرة الإعلامية و التأصيل العلمي مجلة الجامعة العراقية ، العدد 1/28 ، ص 439 .
- 5- Ali Mohamed Al-Omar, the reality of Islamic channels is the Arab world, in international journal of west Asian studies, vol.3h02, 2011pp103.
- 6- خيرى رمضان يوسف ، خصائص الإعلام الإسلامي ، دعوة الحق ، العدد 97 ، 1410 هـ 1989 م

خامساً: المقالات

- 1- مروة الصفي ، القنوات الفضائية الإسلامية ، من خلال الموقع الالكتروني : <http://www.ahramdigital.org.eg/articles.aspx?serial=6045> يوم الزيارة 03-03-2015، 14:50 .
- 2- طارق البكري ، أثر الفضائيات الإسلامية في الأفراد و المجتمعات من خلال الموقع الإلكتروني: <http://www.grrenc.com/a/dabakri/showMgarticle?id=6852> تاريخ الزيارة : 09-03-2015 ، 16:33

-
- 3- منير الحوشاني ، الفضائيات بين الإيجابيات و السلبيات ، شبكة الألوكة ، يوم الزيارة 10-03-2015 ، 11:26 .
- 4- محمد يسري ، الفضائيات الإسلامية رؤية نقدية من خلال الموقع الالكتروني :
تاريخ الزيارة [http://www.msh.org /Vb/shouthowthread.php371508](http://www.msh.org/Vb/shouthowthread.php371508) : 09-03-2015 ، 16:33 .
- 5- محمد يسري إبراهيم ، الفضائيات الإسلامية... سلبيات و توجيهات ، شبكة الألوكة ، يوم الزيارة 03-03-2015 ، 11:35 .
- خامسا : المواقع إلكترونية**
- 1- من الموقع :
[http:// www.socia /-team.com/forum/choutnread ,php?t=7201](http://www.socia/-team.com/forum/choutnread.php?t=7201)
يوم الزيارة : 2015/02/19 ، 11:30 .
- 2 - من خلال الموقع : [ww.cairodar.com](http://www.cairodar.com) ، يوم الزيارة 2015/02/24 ، 13:30 .
- 3- من خلال الموقع : <http://www.sudatess.com/alahdath/19237> يوم الزيارة 08-03-2015 ، 20:40 .
- 4- من خلال الموقع :
<http://www.sudatess.com/alahdath/19237> يوم الزيارة 08-03-2015 . 20:40
- 5- من خلال الموقع : iqraa.com/ar/iqraatVfrequencies.aspx يوم الزيارة 15-03-2013 ، 16:00 .
- 6- من خلال الموقع : http://www.deel.com/page/com_taclus.aspx يوم الزيارة : 15-03-2015 ، 16:00 .
- 7- من خلال الموقع :
<http://wwwnshrs.com/e/news-action-shou-id-2830.htm>
يوم الزيارة 17-04-2015 ، 16:18

8- من خلال الموقع الالكتروني : [http://www.nshrs.com/e/news-action-](http://www.nshrs.com/e/news-action-shou-id-2830.htm)

[shou-id-2830.htm](http://www.nshrs.com/e/news-action-shou-id-2830.htm) يوم الزيارة : 17-04-2015 ، 18:18.

9 - من خلال الموقع الالكتروني : [http://mobile.twitter.com/iqraa tv](http://mobile.twitter.com/iqraa_tv)

يوم الزيارة : 08-03-2015 ، 19:55 .