جامعة محمد بوضياف – المسيلة –
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال

عنوان المذكرة

اتّجاهات الشّباب الجزائري نحو الفضائيّات الإسلاميّة العربية

شباب المسيلة – أنموذجاً –

مذكرة مكملـــة لنيل شهادة الماستـر في علـوم الإعلام والاتصـال

تخصـص: اتصـال

إعداد الطالبة:
بوجملين جهاد

اشراف الاستاذ:
صاولي عبد المالك

لجنة المناقشة:

1-.....

2-.....

3-.....

4-.....

جوان 2015

المحـتويات

إهداء

ملخص الدراسة بالعربية

ملخص الدراسة بالإنجليزية

مقدمة

الإجراءات المنهجية للدراسة

إشكالية الدراسة وتساؤلاتها..... 1

المدخل النظري للدراسة..... 1

أهمية الدراسة..... 4

أسباب اختيار موضوع الدراسة وأهدافها..... 5

مصطلحات الدراسة..... 5

منهج الدراسة ومجالها..... 7

مجتمع الدراسة وعينته..... 8

أدوات جمع البيانات وتحليلها..... 10

الصدق والثبات..... 11

الدراسات السابقة..... 12

الفصل الأول: واقع البث الفضائي العربي وظهور الفضائيات العربية

المبحث الأول: تطور الأقمار الصناعية والبث الفضائي في العالم والوطن العربي

المطلب الأول: نشأة الأقمار الصناعية ومراحل تطورها..... 17

المطلب الثاني: أنواع الأقمار الصناعية..... 19

المطلب الثالث: تجارب البث الفضائي المباشر في العالم والوطن العربي..... 20

المبحث الثاني: ظهور الفضائيات العربية وانتشارها..... 24

المطلب الأول: أنظمة الأقمار الصناعية العربية..... 24

المطلب الثاني: نشأة الفضائيات العربية..... 24

المبحث الثالث: الفضائيات العربية المتخصصة وانعكاساتها على الأداء الإعلامي..... 27

المطلب الأول: نشأة الفضائيات العربية المتخصصة..... 27

المطلب الثاني: انعكاسات الفضائيات العربية المتخصصة على الأداء الإعلامي..... 30

الفصل الثاني: الفضائيات الإسلامية العربية

المبحث الأول: نشأة الفضائيات الإسلامية العربية 34
المطلب الأول: أسباب ظهور الفضائيات العربية الإسلامية 35
المطلب الثاني: أهداف الفضائيات الإسلامية العربية 36
المطلب الثالث: خصائص الفضائيات الإسلامية..... 36
المطلب الرابع: أنواع الفضائيات الإسلامية العربية 37
المطلب الخامس: وظائف الفضائيات الإسلامية العربية 44
المبحث الثاني: واقع أداء الفضائيات الإسلامية العربية 51
المطلب الأول: محتوى البرامج والقضايا المطروحة 51
المطلب الثاني: القائمين على البرامج (القائم بالاتصال) 55
المطلب الثالث: الأداء الإعلامي للفضائيات الإسلامية العربية 56

الفصل الثالث: اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الإسلامية العربية

المبحث الأول: عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجزائري للفضائيات الإسلامية العربية 62
المبحث الثاني: دوافع تعرض الشباب الجزائري للفضائيات الإسلامية والإشباعات المحققة من ذلك 69
المبحث الثالث: تقييم الشباب الجزائري للفضائيات الإسلامية العربية 78
المطلب الأول: القنوات الإسلامية بشكل عام 78
المطلب الثاني: البرامج الإسلامية 85
المطلب الثالث: القائم بالاتصال 91
النتائج 95
توصيات 98
خاتمة 99
قائمة المراجع 100
ملاحق.....

الإهداء

إلا من سهرت من أجل راحتي، وبكت لفرحتي و للأحزاني، إلا مثلي الأعلى أمي الغالية

إلا من أعتز بوجوده، و أسعى إلا إرضائه و آمل أن أكون فخر له، أبي الغالي

إلا من أسعد بوجوده، و أفرح للقائه، و أتوجه له بالشكر الجزيل على وقفته إلا جانبي

و ساعدني في إنجاز هذا العمل، إلا زوجي الغالي.

إلا اخوتي و أخواتي: كنزة، راضية، خير الدين، سفيان و محمد زين الدين.

اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الإسلامية العربية

"شباب المسيلة أنموذجا"

من إعداد الطالبة: بوجملين جهاد

تحت إشراف الأستاذ: صاولي عبد المالك

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الإسلامية العربية، من حيث عادات وأنماط المشاهدة، أسباب ودوافع التعرض للفضائيات الإسلامية العربية والإشباعات التي تتحقق من ذلك.

واستهدفت الدراسة فئة الشباب من المرحلة العمرية 18-24 سنة ومن 25-35 سنة، من كلا الجنسين ذكورا وإناثا، ومن مستوى تعليمي ثانوي فأقل، جامعي وبدون شهادة.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- بالنسبة إلى عادات وأنماط المشاهدة، فكانت النتيجة:
  - إن معظم الشباب يشاهدون الفضائيات الإسلامية العربية من حين إلى آخر أو "أحيانا" ومن ساعة إلى ساعتين.
  - الفترة المفضلة للمشاهدة هي الفترة الليلية(السهرة)، مع الأسرة.
- يفضل معظم الشباب الفضائيات الإسلامية الشاملة بالإضافة إلى مشاهدة برامج الفتاوى.
- معظم الشباب يشاهدون الفضائيات الإسلامية بدافع التعرف على الدين أكثر، وأن البرامج الإسلامية تزيد من إحساسهم بحقوقهم وواجباتهم الدينية.
- معظم الشباب يعملون بنصائح الدعاة في الفضائيات الإسلامية.
- بالنسبة لتقييم الشباب للفضائيات الإسلامية، فمعظم الشباب يرون أن:
  - الفضائيات الإسلامية ضرورية للمسلم في الوقت الراهن.
  - تمتاز البرامج بالشمولية، وتعالج جميع القضايا التي تهم كل شرائح المجتمع.
  - الأداء الإعلامي للفضائيات الإسلامية يؤول إلى الاحترافية، سواء على مستوى القناة ككل أو بالنسبة للقائمين بالاتصال فيها.

وفي الأخير توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد فروق بين الجنسين في عادات المشاهدة وأيضا الدوافع والإشباعات، فكانت النسب متساوية تقريبا.

The attitudes of young Algerian Islamic toward Arab satellite channels

"Young tear model"

The student :Boudjemline Djihad

Under the supervision of Professor: Saouli Abd al Malik

Summary of the study:

This study aimed to attempt to identify the trends in Algerian youth toward Arab and Islamic satellite channels, in terms of habits and patterns of viewing, the causes and motives of exposure to Arab satellite channels and Islamic the lust achieved.

The study targeted young people in the age group 18- 24 years old and from 25-35 years, of both sexes, male and female, and secondary level of education or less, a university professor and without a certificate.

The study found the following results:

- for viewing habits and patterns, the result was:
  - Most of the young people watching satellite channels of Arab Islamic while to another or "sometimes" from one to two hours.
  - The favorites to watch is the period nightlife) evening), with the family
- Most of the young people prefer comprehensive Islamic satellite channels, as well as to watch programs of advisory opinions.

- Most of the young people watching satellite channels motivated by identifying the Islamic religion more, and that the programs more than their sense of their Islamic and religious duties.

- Most of the young people working with advice of preachers in Islamic satellite channels
- for the evaluation of youth Islamic satellite channels , most of the young people see that:
  - Islamic satellite channels are necessary Muslim in the time being.
  - Feature programs comprehensive, addressing all issues of interest to all segments of society.
  - MEDIA PERFORMANCE Islamic satellite channels to be construed as professional, whether on the level of the channel as a whole or for MIF to contact.

And in the latter study found that there were no differences between the sexes in viewing habits, as well as the motives and the lust, was almost equal proportions.

مُقَدِّمَة

لقد تطورت وسائل الإعلام الجماهيرية العربية خاصة منها القنوات الفضائية – خاصة مع تقنية البث الفضائي المباشر–؛ التي تعتبر من أهم الوسائل الاتصالية الأكثر التصاقا بالحياة الاجتماعية؛ لما لها من دور هام في تشكيل المعارف والثقافات لدى الفرد، ولما تحمله من أساليب الجذب من خلال الصورة الواقعية والصوت الحقيقي، اللذان يمنحان للحقائق بعدا آخر أكثر مصداقية، فقد حاولت الفضائيات العربية كسر الحواجز بين المشاهد والعالم الخارجي، وأعطت للإعلام العربي بعدا عالميا، وغدا الفرد العربي عرضة لتأثيرات هذه القنوات التي تنوعت مضامينها، وأهدافها بتنوع مموليها والقائمين عليها.

ومع تزايد نسبة المشاهدة التلفزيونية للقنوات العربية ، فقد بات ملحوظا ظهور العديد من المحطات المتخصصة، فقد نجد محطات رياضية تبث المباريات الرياضية بشكل مباشر، كما تبث الاخبار الرياضية و كل ما يخص العالم الرياضي، كما نجد قنوات متخصصة في الاقتصاد و اخرى غنائية ، درامية، و دينية، هذه الاخيرة التي جعلتنا نلاحظ ما تبثه برامج القنوات الفضائية العربية و بعدها عن المقومات الإسلامية والقيم الأصيلة في كثير من الأحيان، إلا ما كان من برامج أسبوعية تهتم بالجانب الديني، لذا فقد أدرك الغيورون على هذا الدين ضرورة إيجاد قنوات ذات طابع إسلامي تذود عن القيم والمبادئ الإسلامية وتكون بديلا عما يبث في القنوات العربية، خاصة مع امتداد آثار العولمة الإعلامية وبروز التخصص كسمة من سمات المجتمعات المعاصرة، والتي أتاحت له فرصة الاطلاع على نماذج أخرى من البرامج، واستطاعت إعطاء مفهوم آخر للتميز والإبداع، وكسبت قاعدة من الجمهور الذي اتجه نحوها، ونحو طرحها الشمولي.

كما تسعى الفضائيات الاسلامية الى التخصص في العديد من المجالات ، حيث ظهرت قنوات دينية خاصة بالقرآن الكريم و علومه ، الحديث الشريف و علومه، قنوات دينية علمية و اخرى ترفيهية كالقنوات الخاصة بالأناشيد و المسابقات الإنشادية و مسابقات حفظ القرآن الكريم و غيرها من الامور التي تهم المجتمع الاسلامي و العربي و تلبي رغباته الروحية ، خاصة فئة الشباب على اعتبار انها اكثر فئات المجتمع تأثرا بالتغيرات التقنية و التحولات الثقافية و الاجتماعية، و ذلك بحكم وضعهم الاجتماعي من حيث انهم فئة تعيش مرحلة انتقالية نحو تغيير وضعهم الفكري و الاجتماعي ، من خلال تحصيل العلم و المعرفة من شتى المنابع المتاحة لهم، فالشباب هم الاكثر قدرة على فهم التقنية الحديثة و تطبيقها و بالتالي هم الاكثر اقبالا على الاستفادة منها و التأثر بها، وقد يكون هذا

التأثر ايجابي او سلبي، و على هذا الاساس تسعى الفضائيات الاسلامية الى تعليمهم امور دينهم و تصحيح بعض المعتقدات الخاطئة التي باتت متداولة في المجتمع العربي.

ونظرا لحداثة الفضائيات الاسلامية وقلة الدراسات حولها خاصة في الجزائر وامام كل الجهود التي تقوم بها هذه الفضائيات تجاه الشباب، فقد جاءت هذه الدراسة لمعرفة اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الاسلامية العربية وشباب المسيلة أنموذجا.

وقد قسمت الدراسة الى:

- **مقدمة:**

تحدثت فيها الباحثة عن انتشار الفضائيات العربية وبعدها عن بعض القيم الاسلامية، كما تحدثت عن ظهور الفضائيات الاسلامية لتقف امام هذا البعد متجهة بذلك على وجه الخصوص نحو فئة الشباب.

- **الاجراءات المنهجية للدراسة:**

وتضمن اشكالية الدراسة وتساؤلاتها، المدخل النظري للدراسة (نظرية الاستخدامات والإشباعات)، بالإضافة الى اهمية الدراسة واسباب اختيارها واهدافها واهم مصطلحات الدراسة. وتضمنت ايضا نوع الدراسة ومنهجها ومجالها، ومجتمع وعينة الدراسة (نوعها، حجمها وخصائصها)، ادوات جمع البيانات وتحليلها، صدق وثبات الاداة، وفي الاخير تم عرض بعض الدراسات السابقة التي كانت قريبة من الدراسة واهدافها.

- **الإطار النظري للدراسة: ينقسم الى:**

- **الفصل الاول:** بعنوان " واقع البث الفضائي العربي وظهور الفضائيات العربية"، ويتضمن ثلاثة مباحث: **الاول** حول تطور الاقمار الصناعية والبث الفضائي في العالم والوطن العربي ومنها خلفية تاريخية عن تطور الاقمار الصناعية بالإضافة الى تجارب البث الفضائي في العالم والوطن العربي، **الثاني:** حول ظهور الفضائيات العربية وانتشارها من حيث انظمتها الصناعية وسماتها، اما **الثالث** حول ظهور الفضائيات العربية المتخصصة وانعكاساتها على الاداء الاعلامي.

- **الفصل الثاني**: بعنوان" الفضائيات الاسلامية العربية"، وقسم الى مبحثين: الاول حول نشأة الفضائيات الاسلامية العربية، وتضمن اسباب تطورها وظهورها، اهدافها، اما الثاني فكان حول واقع اداء الفضائيات الاسلامية العربية من حيث محتوى البرامج والقائمين بالاتصال فيها والاداء الاعلامي لها.
- **الفصل الثالث**: بعنوان " اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الاسلامية العربية"، وتضمن تحليل نتائج الدراسة من خلال تساؤلاتها، وقسم الى ثلاثة مباحث: **الاول** حول عادات وانماط مشاهدة الشباب للفضائيات الاسلامية العربية، من حيث عدد ساعات المشاهدة والفترات المفضلة للمشاهدة ...الخ، **الثاني** حول اسباب ودوافع مشاهدة الشباب الجزائري للفضائيات الاسلامية والإشباعات المحققة من ذلك من حيث نوع الفضائيات المفضلة والبرامج والقائمين بالاتصال. اما **الثالث** فكان حول تقييم الشباب الجزائري للفضائيات الاسلامية من حيث محتوى البرامج والقائمين بالاتصال فيها وتقييم للفضائيات الاسلامية العربية بشكل عام.

الإجراءات المنهجية للدراسة

1. الاشكالية وتساؤلاتها.
2. المدخل النظري للدراسة (نظرية الاستخدامات والإشباعات).
3. اهمية الدراسة.
4. اسباب اختيار موضوع الدراسة واهدافها.
5. مصطلحات الدراسة
6. منهج الدراسة ومجالها.
7. مجتمع الدراسة وعينته وخصائصها.
8. ادوات جمع البيانات وتحليلها.
9. صدق وثبات الاداة.
10. الدراسات السابقة.

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

1-1 الاشكالية:

تعتبر الفضائيات الاسلامية العربية ظاهرة جديدة تزامن انتشارها مع ظهور الفضائيات المتخصصة، هذه الظاهرة التي تستند الى المرجعية الدينية، فهي قنوات تقدم اعلاما اسلاميا هادفا من خلال ما تحويه من برامج جادة ومتنوعة بما فيها من برامج ترفيهية، علمية وغيرها من الامور التي تلبي حاجات المشاهد وتشبع رغباته، وتتناول اهتماماته الروحية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية بمنظور اسلامي.

كما تتجه هذه الفضائيات في خطاباتها بشكل كبير نحو الشباب على اعتبار انهم العنصر الاهم داخل المجتمع لما يحملونه من طاقات ايجابية تتمثل في الافكار البناءة، وطاقات سلبية قد تنعكس على السلوك الاجتماعي للشباب، لذا فإن هذا الاخير بحاجة الى الفضائيات الاسلامية التي بدورها تعلمه امور دينه وتزوده بثقافة دينية صحيحة.

امام كل هذه المحاولات التي تقوم بها القنوات الاسلامية تجاه الشباب يبقى الاشكال المطروح: ماهي اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الاسلامية العربية؟

1-2 تساؤلات الدراسة:

1. ما هي عادات وانماط مشاهدة الشباب الجزائري للفضائيات الاسلامية العربية؟
2. ما هي دوافع الشباب الجزائري من التعرض للفضائيات الاسلامية والإشباعات المحققة من ذلك؟
3. ما هو تقييم الشباب الجزائري للفضائيات العربية الاسلامية بشكل عام؟

2- المدخل النظري للدراسة (نظرية الاستخدامات والإشباعات)

2-1خلفية النظرية:

تهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الثلاثينيات والاربعينيات من القرن العشرين، ادى إدراك عواقب الفروق الفردية والفروق الاجتماعية الى إدراك السلوك المرتبط بوسائل الاعلام الى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الاعلام، وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على انها عنصر سلبي غير فعال، الى رؤيتها على

انها فعالة في انتقاء افرادها لمضمون مفضل من وسائل الاعلام[1].

ويعد مدخل الاستخدامات والإشباعات بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاعلام، حيث يعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الاعلام والاتصال على تغيير المعرفة، الاتجاه والسلوك، بينما يرتكز مدخل الاستخدامات والإشباعات على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور.

ويتميز الجمهور في هذا المدخل بالنشاط والايجابية، والقدرة على الاختيار الواعي والتفكير، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير؛ والذي يعنى بما تفعله وسائل الاعلام بالجمهور، الى دراسة ما يفعل الجمهور بوسائل الاعلام[2].

من خلال التساؤل الذي طرحته النظرية على أنقاض السؤال القديم الذي كان سائدا، يمكننا ان ندرك بان محور العملية الاتصالية، يتمثل في المتلقي–حسب النظرية–الذي يعتبر نقطة البدء، وليس الوسيلة الاعلامية او الاتصالية[3].

فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الاتصال الجماهيري، وانما يختار الافراد بوعي الوسائل التي يرغبون بالتعرض لها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة[4].

وتعد نظرية الاستخدامات والإشباعات اتجاها اتصاليا سيكولوجيا، يبحث ويستقصي استخدامات الافراد لوسائل الاعلام، ويحدد اسباب استعمال نوع محدد دون آخر، وكذلك الاشباعات التي يحققها الفرد من وراء تعرضه او استهلاكه لوسيلة اعلامية معينة، حيث تقوم النظرية على مسلمات مفادها ان الجمهور ايجابي، وان تفاعله مع وسائل الاعلام يهدف الى تحقيق عدد الاحتياجات. بالإضافة الى ان مستهلكي وسائل الاعلام يعرفون لماذا يستعملونها، وان الاشباعات

---

[1] حسن عماد مكاوي ، ليلى حسين السيد : **الاتصال ونظرياته المعاصرة** ، ، ط3 ، الدار المصرية اللبنانية ، 2003 ، ص 239 .

[2] رضا عبد الواجد أمين :**الصحافة الالكترونية** ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ،2007 ، ص 255 .

[3] صالح خليل أصبع: **الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة** ، ط4 ، دار الآرام ، الأردن ،2004 ، ص140

[4] حسن عماد مكاوي ، ليلى حسين السيد :مرجع سابق ، ص240

[5] **ثقافة الانترنت وأثرها على الشباب** :ندوة علمية ، إصدارات دائرة الثقافة والإعلام ، الشارقة ،2006 ، ص 56

تظهر في الاساس في محتوى وسائل الاعلام وفي التعرض لها وفي المجال الاقتصادي والاجتماعي للتعرض.[1]

2-2 تطور مدخل الاستخدامات والإشباعات:

بعد نهاية الحرب العالمية الثانية، وتزامنا مع تطور تكنولوجيا الاتصال ازدادت حاجة الناس لاستخدام وسائل الاعلام والاتصال، في تلك الاثناء وبالضبط في سنة 1959 طرح (اليهو كاتز) Alihu Katz مقالا رد فيه عن رؤية (بيرنارد بيرس)Bernard Berlson بموت حقل ابحاث الاعلام، وقال ان حقل الابحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات، حيث استهدفت اغلب الابحاث – في ذلك الوقت-اختبار تأثير الحملات الإقناعية على الجمهور بمعرفة ماذا ستفعل الوسيلة بالناس؟ واظهرت نتائج الابحاث ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في اقناع الجمهور، واقترح (كاتز) التحول الى التساؤل: ماذا يفعل الناس بالوسيلة الاتصالية؟ وتطور مفهوم الاستخدامات والإشباعات في دراسة(بلومر)و(كاتز) 1969 حول الانتخابات العامة البريطانية التي جرت سنة 1964 والتعرف الى اسباب مشاهدة او تجنب الحملات الانتخابية، وحدد الباحثان سنة 1974 ما اختصاص الاستخدامات والإشباعات بالأصول النفسية والاجتماعية للاحتياجات والتوقعات من وسائل الاتصال، والمصادر الاخرى، والتي تؤدي الى نماذج مختلفة للتعرض للوسيلة والاندماج في انشطة تنتج من الاحتياجات والإشباعات بالإضافة الى نتائج اخرى لم يكن مخططا لها.[2]

وتطورت ابحاث الاستخدامات والإشباعات في فترة الثمانيات في إطار المنهج التجريبي من خلال دراسات (ريكوميني وستاند فورد)Riccomini and Stand Ford ، و (زيلمار وبرينت) Zillmar and Braint، حيث افادت النتائج بارتفاع تفضيل المبحوثين للوسيلة والتعرض لها في حالة توافق الاشباعات المتوقعة مع الاشباعات التي تم الحصول عليها.

2-3 فروض مدخل الاستخدامات والإشباعات:

يلخص (كاتز) وزملاؤه افتراضات هذه النظرية في النقاط الآتية:

[1] رضا عبد الواجد أمين: مرجع سابق، ص 255.

[2] **ثقافة الانترنت وأثرها على الشباب**: مرجع سابق، ص :57،58

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الاعلام هو استخدام موجه لتحقيق اهداف معينة.
- يمتلك اعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين اشباع الحاجة واختيار وسائل معينة يرى انها تشبع حاجاته.
- تنافس وسائل الاعلام مصادر اخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي او المؤسسات الاكاديمية او غيرها.
- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه لوسائل الاعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته، وحاجاته ودوافعه وبالتالي اختيار الوسائل التي تلبي حاجته.
- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور، واستخدامه لوسيلة او محتوى معين، يجب ان يحددها الجمهور نفسه، لان الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة، بالإضافة الى ان المحتوى يمكن ان يكون له نتائج مختلفة.

وتحقق نظرية الاستخدامات والإشباعات ثلاث اهداف رئيسية هي:

- محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر الى الجمهور النشط الذي يستطيع ان يختار ويستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاته.
- شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام والإشباعات المحققة من هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

3- أهمية الدراسة:

تأخذ الدراسة أهميتها من كونها تتناول أهم الظواهر الاتصالية و المتمثلة في الفضائيات الدينية التي تقوم على الأسس الموضوعية للإعلام ، و المنطلقة من الأسس الاعلامية الاسلامية المتكاملة المنهج ، و الرؤية الواضحة المعالم و الأهداف المنشودة ، ذلك لكونها بديلا عن الإعلام الموجود على الساحة الإعلامية ، من اجل توعية الجمهور بقضاياه الاسلامية و بفكره الديني الاسلامي ، ومحو اميته الدينية و محاولة ادخال الفرد المسلم في عجلة الاصلاح بإثارة الحوافز الدينية لديه ، و تثقيفه بدينه ، كما تكمن اهميتها في كونها تتناول احد اهم شرائح المجتمع الا وهي الشباب باعتباره ركيزة المجتمع و كونه يحمل طاقات إيجابية و افكار ومبادئ واسعة ونيّرة بإمكانها ان تساهم في ترقية بلاده و ان يحذو بها الى الدرجات العليا في العالم.

4- أسباب اختيار موضوع الدراسة وأهدافها:

4-1 أسباب اختيار موضوع الدراسة:

لم يكن اختيار الموضوع بالأمر الاعتباطي؛ بل كان اختيار عن قصد وذلك للأسباب التالية:

الاسباب الموضوعية:

1. كون ظاهرة الفضائيات الاسلامية متنامية الظهور والتي اصبحت مصدرا بديلا للمعرفة الاسلامية لجمهور عريض خاصة مع تنامي الظاهرة الدينية في الكثير من الدول والمجتمعات.
2. قلة الدراسات التي تتناول الشباب الجزائري والفضائيات الاسلامية في الجزائر.

الاسباب الذاتية:

1. الحاجة الماسة لمعرفة اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات العربية الاسلامية.
2. وكذلك تزويد المكتبة الجزائرية بدراسات وبحوث تتناول المجتمع الجزائري وخاصة الشباب وعلاقته بالإعلام الفضائي العربي الاسلامي.

4-2 اهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الى تحقيق مجموعة من النقاط اهمها:

- معرفة كيف يتعرض الشباب الجزائري للفضائيات الاسلامية العربية اي معرفة عادات وانماط مشاهدة الشباب لجزائري للفضائيات الاسلامية.
- محاولة التعرف على اسباب تعرض الشباب للفضائيات الاسلامية والإشباعات المحققة من ذلك.
- معرفة تقييم الشباب لجزائري للفضائيات الاسلامية العربية بشكل عام.
- معرفة تقييم الشباب للدعاة والاعلاميين في الفضائيات الاسلامية العربية.

5- مصطلحات الدراسة:

الاتجاهات:

لغة: " الوجه المعروف والجمع وجوه...، وقال الزمخشري: " ووجه كل شيء مستقبله، وفي الترتيل العزيز (فأينما تولّوا فثمّ وجه الله).[1]

فالاتجاه يعني الطريق والمذهب.

[1] ابن منظور: **لسان العرب**، دار لسان العرب: بيروت، ج6، د.ط، 1933، ص:884.

اصطلاحا: في نظر علم النفس الاجتماعي:" هي استعداد عقلي كامن ويتكون نتيجة تأثر الفرد بمثيرات مختلفة في محيطه، تجعله يتخذ موقفا معينا نحو شيء مادي أو معنوي أو شخص أو فكرة تكون موضع خلاف بحسب قيمتها الخلفية والاجتماعية ...، ويتم اكتساب الاتجاهات عن طريق التفاعل. وبالتنشئة الاجتماعية تبنى الاستعدادات النفسية والانفعالات العميقة التي تترسب في الوجدان مع العواطف.[1]

كما يعرفه (كريتش فيلد) بأنه: " العمليات الدافعة والادراكية والمعرفية التي انضمت في صورة دائمة واصبحت تحدد استجابة الفرد لجانب من جوانبه."[2]

أو هو " حالة استعداد عقلي كونته التجارب أو الظروف التي مرت بالفرد في الماضي، ويؤثر هذا الاستعداد تأثيرا توجيهيا على استيعاب الفرد لجميع المواقف والاشياء، ويرتبط الاتجاه بتأهب الفرد واستعداده لأنه يتأثر بمثير ما في موقف ما فيتصرف تصرفا معينا "[3]

التعريف الاجرائي:

أمّا معنى الاتجاه حسب الدراسة فهو " الحالة النفسية القائمة وراء رأي الشخص أو اعتقاده فيما يتعلق بموضوع معين، من خلال رفضه لهذا الموضوع أو قبوله، ودرجه هذا الرفض أو القبول، ويحمل كل شخص نوعين من الاتجاه:

1. اتجاهات خاصة وشخصية.
2. اتجاهات عامة واجتماعية.

الفضائيات الاسلامية العربية:

الفضائيات الاسلامية هي فضائيات ناتجة عن التلفزيون الاسلامي باعتباره " الاداة الاساسية في جمع كلمة الامة على إقامة شعائر الاسلام و تحكيمه في حياة المجتمع الاسلامي و اخلاص العبودية لله وحدة بتحقيق التوحيد و نبذ الشرك بكل صوره و اشكاله ، و البعد عن الخرافات و الاوهام و الضلالات و فساد الآراء و الاعتقادات ، ليكون بذلك اداة لتنوير البصر و البصيرة ، و يستهدف غرس الربانيّة و ترسيخ الإيمان في النفوس و إعلاء كلمة الله و تحقيق السيادة لشرعة ، و تبليغ كلمة الله على أوسع نطاق من خلال ثباته و استقلاله ، إيجابية ، عموميته و قيامه على الإقناع

---

[1] خضير شعبان : **مصطلحات في الاعلام والاتصال** ، دار لسان العربي : الجزائر ،1422هـ ، ص :11 .

[2] السيد الشحات احمد : **الصراع القيمي لدى الشباب ومواجهة منظور التربية الاسلامية** ، دار الفكر العربي : القاهرة ، 1986 ، ص :55 .

[3] محمد جمال الفار ، **المعجم الاعلامي** ، دار اسامة للنشر : الاردن ، عمان ، ط6 ، 2006 ، ص :6 .

و التجرد به من الهوى ، و موضوعيته و احترامه لعقل الإنسان و حراسته و تنبيه ملكاته الفكرية و الابداعية.[1]

فالفضائيات الدينية وسيلة من وسائل الدعوة الاسلامية التي تتغير وتتطور من عصر لآخر، أيضا هي أداة من أدوات الاعلام الديني الاسلامي، التي تخدم أهداف تربوية، دينية، اجتماعية وترفيهية.

التعريف الاجرائي:

المقصود في هذه الدراسة بالفضائيات الاسلامية هي تلك القنوات المتعددة والمتنوعة التي تستند الى المرجعية الدينية الاسلامية في اعلامها، وهي اما عامة أو متخصصة وتحتوي برامج دينية من خلالها يتم توجيه خطابها الديني الى جميع شرائح المجتمع المسلم والعربي وحتى الاجنبي.

6- منهج الدراسة ومجالها:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي " تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة او موقف معين يغلب عليه صفة التحديد...، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة[2]، أي أن الهدف من هذه البحوث الوصفية هو تشخيص الحالات الواقعية كما هي دونما تدخل، وذلك خدمة للأهداف المتوخاة من الدراسة من حيث تحليل العينة والخروج بنتائج يمكن تعميمها على الحالات المشابهة، وفي ظروف مشابهة.

6-1 منهج الدراسة :

أما عن المنهج فهو: " الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة والاجابة على الاسئلة والاستفسارات التي يثيرها موضوع البحث، وهو البرنامج الذي يحدد لنا السبيل للوصول الى تلك الحقائق وطرق اكتشافها. "[3]

من هنا يتبين أن المنهج المناسب للدراسة هو منهج المسح الوصفي ؛ باعتباره " الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها و العلاقات السائدة داخلها و كما هي في الحيز الواقعي و ضمن الظروف الطبيعية غير المصطنعة من

---

[1] صالح بن غانم السدلان : **الفضائيات الاسلامية ضوابط ومحاذر** ، كلية الشريعة : جامعة تونس ،2007 ، ص : 6 .

[2] سمير محمد حسين : **دراسات في مناهج البحث العلمي** ، عالم الكتب : القاهرة ، 1999 ، ص : 131 .

[3] محمود شفيق : **البحث العلمي . الخطوات المنهجية للبحوث العلمية** ، المكتب الجامعي الحديث : القاهرة ، 1985 ، ص : 78 .

خلال جمع المعلومات و البيانات المحققة لذلك"[1]، كما اعتمدت في الجانب الميداني للدراسة على منهج المسح بالعينة ، باعتباره المنهج الذي يوصلنا الى جمع المعلومات عن العينة الخاصة بالبحث ؛ من حيث عادات و انماط مشاهدتها للفضائيات الدينية و تقييمها لها و لبرامجها ، من حيث قياس اتجاهها لهذه الفضائيات .

فمنهج المسح بالعينة هو: " الذي يقوم على مسح جزء من مجتمع البحث (عينة البحث) والذي يستخدم في أبحاث علوم الاعلام والاتصال وفي مجالات متنوعة؛ كمجال الرأي العام الذي يستهدف التعرف ميدانيا على الآراء والأفكار والاتجاهات والقيم والمفاهيم..."[2]

6-2 مجال الدراسة :

المجال الجغرافي: تم تطبيق الدراسة الميدانية على بعض المناطق من ولاية المسيلة، منها بلدية برهوم ومدينة المسيلة.

المجال الزمني: استغرقت الدراسة السنة الجامعية 2014_ 2015 اي من شهر اكتوبر2014 الى غاية بدايات شهر ماي 2015.

المجال البشري: استهدفت الدراسة شباب وشابات من جميع المستويات مع حصر السن من 18_ 24و من25_ 35 سنة وهذا على اعتبار ان هذه المرحلة من الشباب هي مرحلة الادراك والاحساس بالتغيير.

7- مجتمع الدراسة وعينته:

7-1 مجتمع الدراسة:

يتم اختيار العينة من مجتمع الدراسة والذي نعني به":مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة "[3](1)، ويتمثل مجتمع هذه الدراسة في الشباب الجزائري (شباب المسيلة أنموذجا)، وقد استخدمت أسلوب العينة للأسباب الآتية:

*ضخامة مجتمع الدراسة وعدم إمكانية حصر مفرداته.

*ارتفاع التكاليف المادية.

*ضيق الوقت

---

[1] احمد بن مرسلي: **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر، 2005، ص: 286.

[2] **نفس المرجع**، ص: 289، 290.

[3] محمد عبد الحميد: **البحث العلمي في الدراسات الاعلامية**، عالم الكتب: القاهرة، 2000، ص: 130.

7-2 عينة الدراسة:

تعتبر عينة الدراسة من أدوات البحث العلمي التي يستعملها الباحث في حالة كون مجتمع الدراسة كبيرا، فيتعين عليه اللجوء إلى أسلوب العينة والتي تعني" :اختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث اختيارا عشوائيا، أو منتظما-المعروف لدى بعض الباحثين-بأسلوب العدد العشوائي، أو تحكميا قصديا، ليشكل هذا الجزء من وحدات مجتمع البحث المادة الأساسية للدراسة،... فالعينة تعني الجزء الذي يختاره الباحث، وفق طرق محددة، ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما[1].

وتم اختيار العينة بالطريقة العشوائية: وهي تلك العينة التي يكون فيها لكل عنصر من عناصر المجتمع فرصة متكافئة للظهور مع بقية العناصر، بمعنى تساوي فرصة الاختيار لكل مفردات المجتمع[2].

وقد تم تحديد العينة بـ 90 مفردة لتمثيل مجتمع البحث وهي نسبة مقبولة نظرا لكبر مجتمع البحث والتزام الباحثة بمدة زمنية محددة، وقد تم توزيع المفردات على الشباب من الجنسين (ذكر، انثى) لمن يحمل شهادة الابتدائي، المتوسط، الثانوي، الجامعي وايضا لمن لا يملكون اية شهادة، وقد كان التوزيع عشوائي بسيط ومتساوي بين الجنسين بحيث 45 مفردة للإناث و45 اخرى للذكور. وسبب التوزيع بالتساوي راجع للأسباب التالية:

- ان الدراسة هدفها الحصول على معلومات كيفية أكثر منها كمية.
- حتى يتسنى للباحثة معرفة اتجاهات الذكور واتجاهات الاناث.
- صعوبة الحصول على العدد الاجمالي لشباب المسيلة.

7-3خصائص العينة:

1. **الجنس:** يمثل الجدول التالي توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس

جدول رقم(1)

يمثل توزيع العينة حسب الجنس

[1] احمد بن مرسلي: **مرجع سابق**، ص: 169 ، 170 .

[2] محمد عبد الفتاح: **البحث العلمي . الدليل التطبيقي للباحثين**، دار وائل للنشر: عمان ، 2001، ص: 90 .

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	45	%50
انثى	45	%50
المجموع	90	%100

2. **السن:** يمثل الجدل الآتي توزيع العينة حسب السن:

الجدول رقم(2)

توزيع العينة حسب السن

السن	التكرار	النسبة المئوية
24 -18	28	%31.1
35 -25	62	%68.9
المجموع	90	%100

3. **المستوى التعليمي:** يبين الجدول الآتي توزيع العينة حسب المستوى التعليمي:

الجدول رقم(3)

توزيع العينة تبعا للمستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي فأقل	35	%38.9
جامعي	48	%52.3
بدون شهادة	7	%7.8
المجموع	80	%100

8- أدوات جمع البيانات وتحليلها:

- **ادوات الدراسة:**

تعتمد هذه الدراسة على أداة الاستمارة التي هي" وسيلة من وسائل التقرير الذاتي وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة ترسل للمبحوثين عن طريق البريد أو تسلم باليد أو تنشر بالجرائد أو المجلات

أو عن طريق الأنترنيت للإجابة عنها ويعيدوها للباحث، وتتميز هذه الأسئلة بأن المبحوث هو الذي يجيب عليها دونما تدخل للباحث، وإن كان يحبذ تواجده لتوضيح ما تميز بالغموض من أسئلته فيتم معالجة الكثير من مشكلات الاستبيان، وتنقسم أسئلة الاستمارة إلى ثلاثة أقسام أسئلة مفتوحة، أسئلة مغلقة، أسئلة مغلقة مفتوحة[1].

كما تنقسم الاستمارة الى ثلاث محاور بالإضافة الى البيانات الديمغرافية:

المحور الاول بعنوان "عادات وانماط مشاهدة الشباب الجزائري للفضائيات الاسلامية العربية" ويحتوي على خمسة اسئلة حول عدد ساعات المشاهدة والفترة المفضلة لها...الخ

المحور الثاني يتمثل في "دوافع تعرض الشباب الجزائري للفضائيات الاسلامية والإشباعات المحققة من ذلك"، ويحتوي على سبعة اسئلة حول انواع الفضائيات الاسلامية والبرامج التي يتعرض لها الشباب بالإضافة الى دوافع التعرض لها.

اما المحور الثالث فكان حول تقييم الشباب الجزائري للفضائيات الاسلامية من خلال محتوى البرامج والقائم بالاتصال والاداء الاعلامي للفضائيات الاسلامية العربية ويحتوي على 17 سؤال.

9- الصدق والثبات:

8-1الصدق:

لقد تم تقييم الاستمارة من طرف الاستاذ المشرف: صاولي عبد المالك، الذي بدوره اعطى ملاحظات وتم تصحيحها وفقا لمشورته، ومن ثمّ تم عرض الاستمارة على مجموعة من الاساتذة المحكمين من قسم علوم الاعلام والاتصال وفقا للوقت المتاح وهم: الاستاذ زواوي مهدي، والاستاذ بوعزيز بوبكر (رئيس قسم علوم الاعلام والاتصال)، والاستاذ بوقرة رضوان والاستاذ سعيداني سلامي. بعد استرجاع الاستمارة من المحكمين تم تغيير بعض الاسئلة واضافة محور حول دوافع الشباب الجزائري من التعرض للفضائيات الاسلامية والإشباعات التي تتحقق لهم من المشاهدة.

8-2الثبات:

بعد استرجاع الاستمارة واجراء التعديلات عليها حسب ما يتناسب والهدف منها والعينة المراد اجراء الدراسة حولها، تم توزيع الاستمارة على عينة قوامها 10 شباب وشابات من اجل

[1] موفق الحمداني وآخرون: **مناهج البحث العلمي**، ج1، اساسيات البحث العلمي، جامعة عمان للدراسات العليا: عمان، 2006، ص: 236، 237.

استدراك النقائص الموجودة من حيث اللغة ومدى وضوح الفكرة، وايضا قصد اختبارها مبدئيا وقياس درجة ثباتها.

بعد الانتهاء من عملية اختبار الثبات واسترجاع الاستمارة من افراد العينة، لاحظنا انه لم يتم الاجابة على ثلاث اسئلة وهي: ما هي القنوات الاسلامية التي تتعرض لها؟ اختر البرامج التي تشاهدها؟ فتم الغاء هذه الاسئلة واضافة سؤال وهو: ما نوع الفضائيات الاسلامية التي تتعرض لها؟

وقد قامت الباحثة بحساب قيمة الثبات بالاستعانة بمعادلة قياس معامل الارتباط من خلال المعادلة التالية:

$$\frac{[\text{ص مج} \times \text{س مج}] - [(\text{ص} \times \text{س})\text{مج} \times \text{ن}]}{\sqrt{[(\text{ص مج})^2 - (\text{ص}^2\ \text{مج} \times \text{ن})][(\text{س مج})^2 - (\text{س}^2\ \text{مج} \times \text{ن})]}}$$

ن= عدد مفردات القيمة التجريبية.

س= نتائج الاختبار الاول.

ص= نتائج الاختبار الثاني.

فتحصلنا على معامل الثبات بدرجة 0.85، وهذا يدل على ان الاداة على درجة عالية من الثبات، ومعناه ان الباحثة بإمكانها الاعتماد على هذه الاداة في دراستها.

10- الدراسات السابقة:

1. "اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الإسلامية ودورها في توعيته ضد التطرف والتعصب"[1].

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

*مدى مساهمة الفضائيات الدينية في إبراز الشكل الصحيح للتدين.

*مدى تزويد الفضائيات الدينية الشاب الجزائري بالثقافة الإسلامية الرصينة.

*دور الفضائيات الدينية في إعادة الشاب الجزائري إلى ساحات الفكر النيّر وابعاده عن طروحات التعصب والتطرف، كما اعتمدت الباحثة على منهج المسح بالعينة واستعانت بأداة الاستبيان وذلك

[1] رحيمة الطيب عيساني: **اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الاسلامية ودورها في توعيته ضد التطرف والتعصب**، جامعة باتنة: الجزائر، 2008.

لضخامة الجمهور المستهدف الذي تم اختياره بالطريقة الحصصية، و وزعت الاستمارة على شباب من جامعتين في الجزائر؛ واحدة في الشمال والأخرى في الجنوب، ووصل عددها 218 مفردة.

توصلت الباحثة إلى نتائج أهمها:

أغلب أفراد العينة يشاهدون الفضائيات الدينية بنسبة% 80.28 ، ولقد احتلت قناة اقرأ الفضائية المرتبة الأولى في المشاهدة بنسبة% 23.78 ، تليها في الترتيب قناة المجد العامة بنسبة مشاهدة تقدر ب% 14.93 ، ثم قناة الرسالة بنسبة% 13.89 ، وحصلت الفترة الليلية على أكثر نسبة متابعة للفضائيات الدينية خاصة عند الذكور في كلا المدينتين، وسجلت الفترة الصباحية أعلى نسبة مشاهدة بالنسبة للإناث، أما فترات الذروة فتختلف عند الجنسين بحكم اختلاف الانشغالات، أما من حيث البرامج المفضلة فقد احتلت البرامج الدينية المرتبة الأولى بنسبة44,77% والبرامج الاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة20.66% ، تلتها البرامج الأخرى بنسب ضعيفة، بالمقابل فقد اتفق أفراد العينة على أن الفضائيات الدينية تثري المعلومات الدينية بنسبة 86.29%، وانها تطرح أسس التدين الصحيح بنسبة% 85.14 ، وتعالج القضايا والمشكلات المهمة في حياة الناس بنسبة 84%، وفي ذات السياق أكدت عينة البحث أن الفضائيات الدينية لا تعرفهم بالبلاد والشعوب الإسلامية بنسبة% 55.43 ، وانها تقليدية في طرحها بنسبة65.71% و بعض مذيعيها ليسوا من الكفاءات بنسبة% 58.29 ، وانها تتحدث في قضايا معروفة بنسبة68 %، وفي الأخير اتجهت % 63.43 من العينة إلى أن الفضائيات الدينية كان لها دورها الإيجابي في التوعية ضد التطرف والتعصب وسجل الذكور أعلى نسبة.

2. دراسة":مشاهدة طلبة جامعة جيجل للفضائيات العربية الدينية الإسلامية"[1]

تناولت هذه الدراسة عادات وأنماط وآثار مشاهدة طلبة جامعة جيجل-باعتبارهم جمهور يتعرض للبرامج بانتقائية-ببرامج الفضائيات العربية الدينية.

حاول الباحث تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

*معرفة عادات وأنماط مشاهدة برامج الفضائيات العربية الدينية لدى جمهور طلبة وطالبات جامعة جيجل.

- معرفة الآثار المحتملة على ثقافة ومراجعة الدروس لدى عينة الدراسة.

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

– معرفة علاقة المشاهدة ببعض المتغيرات (النوع، مكان الإقامة، التخصص العلمي).

اعتمد الباحث على منهج المسح بالعينة وتم الاستعانة بأداة الاستمارة، وتم تطبيق البحث على عينة نوعية تمثلت في جمهور طلبة وطالبات جامعة جيجل، وقد خلصت الدراسة إلى نتائج أهمها:

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

الفصل الأول

الفصل الأول

واقع البث الفضائي العربي وظهور الفضائيات العربية

المبحث الاول: تطور الاقمار الصناعية والبث الفضائي في العالم والوطن العربي

المطلب الأول: نشأة الأقمار الصناعية ومراحل تطورها

المطلب الثاني: انواع الاقمار الصناعية

المطلب الثالث: تجارب البث الفضائي المباشر في العالم والوطن العربي

المبحث الثاني: ظهور الفضائيات العربية وانتشارها

المطلب الأول: أنظمة الفضائيات العربية

المطلب الثاني: نشأة الفضائيات العربية

المبحث الثالث: الفضائيات العربية المتخصصة وانعكاساتها على الأداء الاعلامي

المطلب الأول: نشأة الفضائيات العربية المتخصصة

المطلب الثاني: انعكاسات الفضائيات العربية المتخصصة على الاداء الاعلامي

المبحث الاول: تطور الاقمار الصناعية والبث الفضائي في العالم والوطن العربي

المطلب الأوّل: نشأة الأقمار الصناعية ومراحل تطورها:

يعرف القمر الصناعي على انه محطة صغيرة توضع على بعد 22,300 ميل خارج الكرة الارضية، و هذا على خط الاستواء الذي يعتبر أقرب نقطة تزامن دوران القمر مع دوران الارض[1]، كما يظهر القمر الصناعي على شكل جسم متحرك و عائم في الفضاء، و تعمل هذه المحطة على موجات متناهية الصغر، كما تقوم بإرسال الموجات الدقيقة التي تحمل الرسائل الى مناطق المشتركين عن طريق هوائيات مثبتة على سطح القمر الصناعي العلوي المواجه لسطح الارض[2]، و هو ليس مجرد وسيلة اتصال عادية مثل باقي الوسائل، بل هو وسيلة لهذه الوسائل خاصة منها البرامج التلفزيونية و الاذاعية[3]، و هي الميزة التي اضفتها الاقمار الصناعية للتلفزة الفضائية حيث اتاحت وصول عدة قنوات الى المتلقي و منحه فرصة الاختيار[4].

تعتبر الاقمار الصناعية احد اهم الاكتشافات التي توصل اليها الانسان من خلال عدة مراحل من التجارب العلمية، و احد اهم الانجازات في مجال الاتصالات خاصة مع تطور استخداماتها و التي تؤكد مدى سيطرة الانسان على البيئة[5]، و جاء تطورها نظرا لجهود العلماء في ذلك، حيث بدأت مع الألمان الذين ساهموا في تطوير سلاح الصواريخ بعد الحرب العالمية الاولى، و نجحوا بفضل قدرتهم على زيادة سرعة الصواريخ عبر مسافات طويلة، إضافة الى تحميلها برؤوس حربية و سيطرتهم على اتجاهاتها بدقة فائقة للوصول الى الهدف المرجو، ثم جاء بعدها مقال "آرثر كلارك" البريطاني الذي تم نشره سنة 1945م حيث اوضح فيه نظريته التي تميزت بالعلاقة بين الزمن و المسافة و الارتفاع، دعا فيها الى وضع ثلاثة اقمار صناعية مأهولة، محملة بالمعدات و الاجهزة اللازمة التي مهمتها تأمين الاتصال بين ارجاء الكرة الارضية، و اكد "آرثر كلارك" ان كل ما تنبأ به هو امتداد منطقي للتطورات التي حصلت في السنوات الاخيرة.[6]

---

[1] زكريا البرادعي: **سفن الفضاء**، دار الفكر العربي، القاهرة، د. ط، 1970م، ص: 20.

[2] مصطفى عليان: **وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم**، دار الصفاء، عمان، الاردن، 1991م، ص: 113م.

[3] فضيل ديليو: **مقدمة في وسائل الاتصال الجماهرية**، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998م، ص: 151.

[4] فريال مهنا: **علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية**، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2002م، ص: 390.

[5] عبد الله محمد عبد الرحمان: **سيسيولوجيا الاتصال والاعلام**، دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، 2002م، ص: 37.

[6] امين سعد عبد الغني: **الثقافة العربية والفضائيات**، ايزاك للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2003م، ص: 112.

توجت هذه المحاولات باختراع "الترانستور" من قبل الدكتور " ويليام شوكلي" في ديسمبر1984م وكان اهم اختراعات القرن، خاصة بعد التمكن من اختراع شريحة صغيرة تحمل عددا من الترانزستورات، وكانت هذه المجهودات المذكورة آنفا بمثابة قاعدة ارتكز عليها العلماء في اختراعاتهم للأجرام الفضائية التي تجاوزت الفضاء الجوي الى الفضاء الخارجي[1].

والاتحاد السوفييتي-سابقا-كان من السباقين في إطلاق الاقمار الصناعية وكان ذلك عام 1957م، حيث أطلق قمرا صناعيا تحت اسم " سبوتنيك1" [2]الذي استطاع ان يبث اشارات راديو الى الارض على تردد يبلغ 31,05 ميغا هيرتز(MHZ) ، وبذلك اعتبر انجازا علميا حقق طفرة خاصة انه كان يدور 16 دورة حول الارض كل 24/سا[3]، ثم "سبوتنيك2" الذي حمل اول كائن الى الفضاء وهو الكلبة "لايكا"[4].

وفي هذا الوقت كانت الولايات المتحدة الامريكية غائبة عن التطورات الحاصلة، الى غاية عام 1958م حيث اطلقوا "اكسبلورر" و " سكور" عام 1959م، الذي تحطم بعد تسعة ايام و سقط في المحيط الهادي[5]، بعدها استطاعت بالتعاون مع علماء اوروبيين اطلاق قمرين صناعيين تحت اسم "ايكو1" و ايكو2"(Echo1 and Echo2)، الا انهما كانا متخلفين مقارنة بالقمر السوفييتي sbutnik اضافة الى كونهما قمرين سالبين، و توالت الجهود حتى عام 1962م العام الذي اطلقت فيه الولايات المتحدة الامريكية قمرين نشيطين من قاعدة cape Canaveral و هما تلستار1 و تلستار2 (Telestar1 and telestar2)،و خلال هذه المرحلة تميزت الاقمار المبتكرة بكونها غير متوافقة و غير فعالة ؛ اي لا تدور بسرعة دوران الارض و تقوم بعكس الاشارات الى ان جاءت سنة 1963م حيث اطلقت الولايات المتحدة الامريكية القمر "سينكوم2، و كان قمرا تجريبيا ، اما اول قمر فعلي كان القمر الطائر المبكر Early bird على مدار ثابت عام 1965م ووضع للاستخدام التجاري.[6]

---

[1] علي محمد شمو: تكنولوجي الفضاء والاقمار الاتصالية، مكتبة الاشعاع، الاسكندرية، 2002م، ص: 33. 34.

[2] جيهان احمد رشتي: الاعلام الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ط، 1979م، ص: 309.

[3] علي محمد شمو: مرجع سابق، ص: 35.

[4] احمد عبد الماك: قضايا اعلامية، مجد لاوى للطبع والنشر، عمان، 1999م، ص:99.

[5] احمد عبد المالك: المرجع نفسه، ص: 99.

[6] امين سعد عبد الغني: مرجع سابق، ص: 112.

هذه التطورات كلها لم تقتصر على الدولتين لعظيمتين في ذلك الوقت و انما تعدتها للدول الاخرى منها الاوروبية، حيث تظافرت جهود عدة دول و كانت نتاج هذه المجهودات وجود مجمعات و شبكات اتصالية جهوية و عالمية، كما كان الحال مع فرنسا، الصين، انجلترا، المانيا الغربية –سابقا– ايطاليا، اسبانيا، بلجيكا، استراليا، الدانمارك، هولندا و السويد، و كان نتاج هذه التعاونية الصاروخ EUROPAالذي حمل القمر الصناعي ESRO[1]، و هكذا اخذ هذا المجال في التطور و كانت النتيجة اقمار صناعية في كل من فرنسا(TDF) الذي اطلق عام 1988م، و القمر الالمانيTVSTAR2 عام 1988م، و القمر الاوروبي Olympusعام 1989م، و القمر البريطاني BSB عام 1989م[2].

اما اليابان فبدأ مشروع القمر التجريبي الخاص بالإذاعة المباشرة عام 1972م، وعند اطلاقه عام 1978م واجه عدة مشاكل ادت الى تعطيله وتوقفه، واجريت تعديلات على الجيل الثاني من هذا القمر وأطلق منه قمران عام 1984م ، 1985م، وكان الجيل الثالث عام 1989م، ودخلت الدول العربية هذا المجال بعدما استيقنت ضرورة اللحاق بالركب التكنولوجي.

المطلب الثّاني: انواع الأقمار الصناعية:

1- الاقمار السالبة Négative Satellites:

وهي عبارة بالون كبير ذو سطح معدني يقوم بعكس الاشارات المرسلة واعادتها الى الارض مرة اخرى، ومن أشهر انواعها القمر الصناعي سكور SCOR الذي أطلقته الولايات المتحدة الامريكية عام 1958م، والقمر الصناعي **كوربر** الذي تم اطلاقه عام 1960م، اضافة الى القمر الصناعي الذي تمكن من ربط امريكا بالاتحاد السوفييتي–سابقا–عبر انجلترا وهو ايكو2 (ECHO2).

ومن عيوب هذه الاقمار تواجدها على مسافة قريبة من سطح الارض مما يحد من المسافة التي تغطيها، اضافة الى تأثرها بالعوامل الجوية الامر الذي يعوقها من اداء مهامها[3].

2- الاقمار الموجبة ACTIVE SATELLITES

[1] نصير بوعلي: أثر البث التلفزيوني المباشر على الشباب الجزائري، اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2003م، ص: 53.

[2] امين سعيد عبد الغني: مرجع سابق، ص: 118.

[3] انشراح الشال: الاعلام الدولي عبر الاقمار الصناعية، دار الفكر العربي، القاهرة، ط2، 1993م، ص: 84.

وتأخذ مدار على مستوى خط الاستواء يبعد عن سطح الارض 3600كلم[1]، وتحتوي على اجهزة استقبال وارسال وتسجيل، وكل ما يحتاجه العمل الاذاعي، لذلك فغن الاقمار الصناعية الموجبة تحتاج الى طاقة تشغيل تستمدها من مجموعة البطاريات الشمسية الموجودة على سطحها. ومن هذه الاقمار Telestar1و Telestar2 واقمار Relay.

ولهذه الاقمار عيوب تتمثل في سرعة دورانها على الارض اذ هي أكبر من سرعة دورانها حول نفسها مما يؤدي الى عدم تمكن المحطات الارضية من اداء عملها بدقة[2].

ولاستخدام هذه الاقمار هناك ثلاثة انماط:

أ- **النمط الاول:** يقوم على اساس نظام الاتصال من نقطة الى اخرى، وذلك ببث الاشارات التلفزيونية عن طريق المحطات الارضية الى القمر الصناعي، ثم تعاد الى المحطة الارضية بعدما يتم استقبالها من القمر الصناعي ثم يتم توزيع الاشارات عن طريق شبكة الاتصالات المحلية[3].

ب- **النمط الثاني:** ويتمثل في اقمار التوزيع التي تقوم بتوزيع الاشارات التلفزيونية الى مناطق متفرقة واسعة بأقل تكلفة، وذلك باعتمادها على محطات صغيرة متنقلة، وفي هذا النمط تقوم هذه الاخيرة على نقل الاحداث المهمة وتبثها الى القمر الذي بدوره يعيد الاشارة الى المحطات الارضية. وتعتبر شبكة اقمار "مولينا" التي تغطي مناطق الاتحاد السوفييتي-سابقا- من بين الانواع التي تستخدم هذه النوع من النظام.

ت- **النمط الثالث:** يتمثل في اقمار البث المباشر التي تقوم على نظام ارسال الاشارات التلفزيونية وغيرها دون الحاجة الى محطات ارضية[4].

المطلب الثّالث: البث الفضائي المباشر في العالم والوطن العربي

يعتبر البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية أكبر نجاح حققه التفكير العلمي والتكنولوجي في مجال تطوير وسائل الاتصال الجماهيري، وقد ساعد هذا التطور على ظهور عشرات القنوات التلفزيونية

---

[1] محمد شطاح: قضايا الاعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، د.ط، 2000م، ص: 15.

[2] محمد هاشم الهاشمي: الاعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، د.ط، 2001م، ص: 57.

[3] اياد شاكر البكري: عام 2000 حرب المحطات الفضائية، دار الشروق، عمان، 1999م، ص: 19

[4] محمد هاشم الهاشمي: الاعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2006م، ص: 127.

الفضائية، فلا يكاد يمر يوما الا ونشهد فيه ميلاد قنوات فضائي جديدة، او اعلان عن الشروع في البث عبر الأقمار الصناعية وتحديد كيفية التقاط البث لهذه القنوات ومشاهدة برامجها.

لقد تم طرح موضوع اقمار البث المباشر لأول مرة عام 1971م على المؤتمر الاذاعي الاداري العالمي[1]، اما التجارب التي تمت في هذا المجال كانت من طرف الاتحاد السوفييتي –سابقا–، من خلال شروعها في البث المباشر عبر مناطق من سيبيريا ، حيث تم اطلاق سلسلة من الاقمار الصناعية "أكران" و كان اولها عام 1976م هذا القمر الذي بث قناة واحدة عامة نشطة، و توقف هذا البرنامج عام 1988م بعدما بلغ عدد اقمارها 19 قمرا صناعيا، و قد اعيد اطلاق اولى الاقمار الروسية الجديدة للبث التلفزيوني المبار فوق "سيبيريا" عام 1992م باسم "غلاس تلكون"، اما المبادرة الامريكية فكانت بانطلاق اول قمر تجريبي للإذاعة المباشرة و ذلك في اطار سلسلة من الاقمار الصناعية للتطبيقات التكنولوجية(ats6) الذي وضع من طرف NAZA لتقديم خدمات تلفزيونية مباشرة ، ثم اعقب بقمر آخر في ذات السلسلة خصص للمشاريع التعليمية بين "الاسكا" و "الكاريبي".

وتسعى الولايات المتحدة الامريكية الى انتهاج سياسة خاصة في هذا المجال بعدم فرض قيود ساعية لتوفير خدمات تلفزيونية بديلة او خدمات باجر، بالرغم من ذلك فان تقنية الاقمار الصناعية لم تتطور الا في السنوات الاخيرة من عقد الثمانينات بشكل جعلها مربحة اقتصاديا، ومن ذلك ما كان في بداية عام 1990م حينما تم الاعلان عن اتفاقية من قبل أربع مؤسسات اتصالية في الولايات المتحدة الامريكية بموجبها تم إطلاق قمر للبث المباشر بطاقة عالية جدا، له امكانية توفير 150 قناة وبعدها توالت التطورات[2].

اما في اوروبا فقد شهد عام 1976م انطلاق مشروع قمر صناعي خاص بالبث الفضائي وتبعتها مبادرات فردية وثنائية[3]، وذلك عقب المؤتمر الذي انعقد في "جنيف" حيث قامت عدة دول بإطلاق امار مخصصة للبث المباشر، وكان لها قمر "لوكسمبورغ وكسات" الذي بدا عام 1980م.

اما اوروبا الغربية فكان اول مشاريعها عام 1986م بمشاركة 9 دول اوروبية إثر اعدادها لبرنامج مكثف "H.SAT"وتوالت التجارب في هذا الميدان خاصة من قبل بريطانيا التي استغلت التطورات

---

[1] اياد شاكر البكري: مرجع سابق، ص:23.

[2] اياد شاكر البكري: تقنيات الاتصال بين زمنيين، دار الشروق، عمان، الاردن، 2003م، ص: 113.

[3] محمد شطاح: قضايا الاعلام والاتصال بين التكنولوجيا والايديولوجيا، مرجع سابق، ص: 16.

الحاصلة في ميدان البث الفضائي عبر الاقمار الصناعية ووسعت محطة "سكاب نيوز" وطورت محطة BBC، واتبعتها بشبكة عالمية عام 1991م " الخدمة العالمية"، وكذلك كان الامر بالنسبة لفرنسا التي حاولت تطوير محطة TVS.

وفي القارة الآسيوية تميزت الدول بالعمل بنظام يتم تحديده من طرف السياسيين كما تم توسيع الاتصال المباشر بين هيئات الاذاعة في شبكة " آسيا فيزيون" ASIAVISION وبين "الاختلاسات"[1] Intelsat.

وبذلك بدأت الاقمار الصناعية الوافدة من كل الدول تنفرد بموقع لها في الفضاء، واخذت المحطات التلفزيونية التقليدية تتخوف من ظهور التنافس لما يعطي هذا الانفتاح من حرية في تعاطي المواضيع ومعالجتها، اضافة الى ما يلاحظ من تطورات مست وسائل البث المباشر من اجل زيادة الكفاءة والوصول الى أكبر قدر من الجماهير وفرض الهيمنة والغزو الاعلامي.

ومازالت العمليات التكنولوجية جارية لتسهيل وصول البث التلفزيوني المباشر الى دول العالم بوسائل سهلة ورخيصة، إذ تسعى الشركات لإتمام البث التلفزيوني الفضائي عن طريق الهوائيات الاعتيادية دون الاستعانة بالأطباق الهوائية، الأمر الذي دفع إياد شاكر البكري الى التوقع بأن العالم سيشهد أكبر صراع وتنافس بين الشركات والقنوات التلفزيونية أكثر مما هو عليه وأن ذلك سيؤدي إلى حرب تلفزيونية في الفضاء.

اما بالنسبة للبث الفضائي العربي، فلم تكن المنطقة العربية بمعزل عما يجري في العالم من تطورات في استخدام تكنولوجيا الاتصال، و يرجع عهدها الى البدايات الاولى لشبكات الفضاء الدولية، حيث شاركت12 دولة عربية في تأسيس منظمة Intelsat و قد سمحت لها اسهمها التي بلغت 1.72% من اجمال رأس المال من الحصول على مقعد واحد مثلته الجزائر لمدة طويلة ،و انتشرت بعد ذلك المحطات الارضية بمختلف انواعها في معظم الدول العربية ،الا ان الحاجة الى تنظيم الشبكة الفضائية العربية دفع الدول العربية للتفكير في كيفية انشاء منظمة عربية في مجال الاتصال عن طريق وزراء الاعلام و الثقافة الى الاجماع سنة 1967م في تونس ،وكللت الفكرة في 14 أفريل 1976م بنجاح ،اذ تم في هذه السنة انشاء المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية السعودية مقرا لها و تم بعدها انشاء مركز تبادل تابع لاتحاد اذاعات العرب في تونس عام 1981م.اذ استطاعت المؤسسة السابقة من توقيع اتفاقية مع الشركة الفرنسية

[1] اياد شاكر البكري: مرجع سابق، ص:117.

Aerospatiale لصناعة الاقمار الصناعية ، اطلق عليها اقمار الجيل الاول و كانت اهداف هذه المؤسسة من خلال اتفاقيتها :

- النقل الاذاعي والتلفزي بين الهيئات المختصة في الدول العربية.
- استكمال القنوات المخصصة للإذاعة والتلفزيون.
- استثمار قطاع فضائي عربي للخدمة العامة والمتخصصة في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية لجمع الدول الاعضاء في جامعة الدول العربية.

وفي عام 1985م تم إطلاق اول قمر صناعي عربي ArabSat، ثم ArabSat2، وتمكنت الدول العربية بفضلهما الوصول الى ابعد نقطة في العالم، اذ تم استغلالها بنسبة 100%. وبدء من التسعينات انتقل العالم العربي الى التوجه نحو التضخم والخوض في مجال البث الفضائي، اذ صارت كل دولة عربية تريد قناة فضائية خاصة بها.

المبحث الثاني: ظهور الفضائيات العربية وانتشارها

المطلب الأوّل: نظم الأقمار الصناعية العربية

هناك نظامان فضائيان في العالم العربي:

1. عربسات ArabSat:

كانت الانطلاقة الاولى للقمر الصناعي عربسات في مجال التشغيل الفضائي في22 اوت 1985م، مستهلة نشاطها ببث تلفزيوني لشعائر الحج من الاراضي المقدسة الى كافة الدول العربية التي كانت تمتلك محطات ارضية مؤهلة للاستقبال[1].

2. نايلسات Nilesat:

يتكون نظام النايلسات من قمرين صناعيين، أطلق الاول في أفريل 1998م والثاني في جوان 2000م، ويتكون القمرين من 12 قناة قمرية، تتحول تكنولوجيا بالضغط الرقمي الى 84 قناة تلفزيونية و400 قناة اذاعية ليغطي القمرين كل من دول الرق الاوسط وجنوب اوروبا ز جزء كبير من شمال افريقيا[2].

المطلب الثّاني: نشأة الفضائيات العربية

تعتبر مصر الرائدة في مجال البث الفضائي المباشر، اذ بدأ البث المنظم لقناتها الفضائية في 12 ديسمبر 1990م[3] ليغطي عددا كبيرا من الدول منها: ليبيا، الجزائر، تونس وما يقارب 20 دولة افريقية و 10 دول آسيوية و اوروبية، كما شهد عام 1991مو بالضبط في 18 سبتمبر ميلاد اول قناة فائية يملكها القطاع الخاص و هي قناة mbc، و تبث برامجها باللغة العربية لتغطي اوروبا و الشرق الاوسط و شمال افريقيا ووصلت الى الولايات المتحدة الامريكية مستخدمة بذلك مجموعة من الاقمار : عربسات 26A2 شرقا، الخدمة 20 لتغطية المنطقة العربية، الشبكة الاوروبية "بوسات11F1" و الشبكة الامريكية و كذا الشبكة البريطانيةBMT، ووسعت القناة خدمتها عبر الكابل فاصبح لها خمس قنوات:mbc1 التي تبث برامج متنوعة ، عامة ، وثائق و ندوات و برامج اقتصادية بالإضافة الى

---

[1] نصير بوعلي: البث التلفزيوني المباشر والحضارة القادمة، مجلة الاذاعة العربية، عدد04، 2000، ص: 10.

[2] راسم محمد جمال: الاتصال والاعلام في العالم العربي في عصر العولمة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006م، ص: 134.

[3] راسم محمد جمال: المرجع نفسه، ص: 135.

استعمالها للمعلومات المكتوبة Télétexte.و mbc4،mbc2 اللتان تختصان ببث البرامج و الافلام الاجنبية و MBC3 التي تختص في برامج الاطفال.

وإذا انتقلنا الى عام 1993م وبالذات في 18اكتوبر، نجد ان راديو وتلفزيون العرب بدأ ببث قناة من مركز "فوشينو" بإيطاليا وهو مركز دولي للمحطات الارضية المتصلة بالعديد من الاقمار الصناعية، تقوم القناة على اساس تجارب ولا تقدم نشرات اخبار باستثناء برنامج وحيد مع "حمدي قنديل" بدأ عرضه في سبتمبر 1996م، وقد نشطت هذه القناة تحت اسم ART وانبثقت عنها عدة قنوات متخصصة:

- ART2 للرياضة في نوفمبر1993م.
- ART3 للأطفال في ديسمبر 1993م.
- ART4 للأفلام في جانفي 1994م.
- ART5 للموسيقى في جويلية 1994م.

وبتاريخ 25 ماي 1994م بدأ البث الرسمي لقناة "اوربيت Orbite" وهي عضو من مجموعة شركة الموارد السعودية التي تضم مجموعة تتألف من 17 قناة تلفزيونية عربية واجنبية، وللشبكة قناتين خاصتين لها تبث مجموعة من القنوات المشفرة، واتخذت قناة orbite روما مركزا لها، ويتم نقل برامج القمر الصناعي عربسات A2 ويغطي منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقيا. وقد قامت Orbite بتأجير ثلاث اقمار صناعية اخرى من Intelsat الدولية، ومن القنوات العربية تدخل في الخدمة: القناتين المصريتان 1 و2، السورية، دبي، الكويت، السودان، قطر، ابوظبي، الاردن، تونس، الجزيرة، اقرأ والشبكة العربية للأخبار ANN.

وفي 1 نوفمبر 1996م، تم بث قناة الجزيرة وهي قناة غير حكومية انطلقت من دولة قطر وترسل برامجها عبر القمر الصناعي عربسات A2 والقمر الاوروبي يوتلسات Eutelsat، وتستخدم القناة اللغة العربية وتشغل صحفيين ومراسلين من انحاء العالم، وبعد ما تخصصت هذه الاخيرة في الاخبار اصبحت حاليا تملك مجموعة من القنوات المتخصصة؛ للأطفال، الرياضية، وجزيرة مباشر للأخبار.

وفي السنة نفسها وبالتحديد في شهر مارس بدأت لبنان ببث قناتها الفضائية الحكومية LBCعلى مدار 24/سا يوميا، وتشمل تغطيتها جميع اقطار الوطن العربي واجزاء من آسيا وافريقيا وجنوب اوروبا.

وإذا عدنا الى مصر عام 2001م وبفضل تسهيلات المنطقة الحرة الاعلامية تأسست بناء على قرار وزاري تحت رقم 411-2000، وهي أكبر منطقة حرة بالشرق الاوسط ومقرها "السادس من اكتوبر" تضم الشركة المصرية لمدينة الانتاج الاعلامي والشركة المصرية للأقمار الصناعيةNilesat والشركة المصرية للقنوات الفضائية NCN.

ثم ظهور اولى القنوات الفضائية المصرية الخاصة وهي قناة المحور ويديرها القطاع الخاص بنسبة 79% مقابل21% للقطاع الحكومي، كما تم تشغيل قناتي Dream1and2 الفضائية الخاصة التي ملكها رجل الاعمال المصري "احمد بهجت"[1].

ويعتبر القمرين ArabSat وNilesat من اهم العوامل المشجعة لظهور الفضائيات العربية بشكل سريع، اذ اكدت الاحصائيات ان عدد القنوات سنة 2004م قد بلغ 150 قناة اي معدل قناة واحدة لكل مليون عربي، وتعد هذه النسبة تطورا كبيرا مقارنة لما كان سائدا قبل 10 سنوات اذ كانت نسبة حوالي قناة واحدة لكل 20 مليون عربي، اما في السنوات الاخيرة فقد عرفت نموا كبيرا ليس فقط على مستوى العدد بل حتى بالنسبة للمحتوى، اذ تم الانتقال بسرعة من القنوات الحكومية العامة الى القنوات الموضوعية المتخصصة thématique.

[1] حسن عماد مكاوي: الفضائيات العربية الخاصة ومردودها الاعلامي، اتحاد اذاعات الدول العربية، جامعة الدول العربية، ع1، 2003م، ص: 5

المبحث الثالث: الفضائيات العربية المتخصصة وانعكاساتها على الأداء الإعلامي

المطلب الأوّل: نشأة الفضائيات العربية المتخصصة

تعريف الفضائيات المتخصصة

هي تلك الفضائيات التي تخلت عن شمولية المضمون والمقصد لتعطي كامل اهتماماتها في مجال برامجي واحد ونحو جمهور محدد، كما تعني تلك القناة التي تركز الاهتمام في فرع واحد وتتولد منه جزيئات[1]، كما في القنوات الرياضية المتخصصة في رياضة كرة القدم، هذه القنوات المتخصصة اصبحت أكثر استيعابا لميولات المشاهد ورغباته في عصر تميز بالتخصص في الكثير من المجالات. وأصبح التلفاز اشبه بمعرض يتجول فيه الشخص ليختار ما يتناسب ومنظومته القيمية وهويته الفكرية وايضا هواياته واهتماماته.

1- أسباب ودوافع ظهور الفضائيات العربية المتخصصة

يمكن ارجاع ظهور الفضائيات المتخصصة الى:

- الحيز الزماني الذي تحتله البرامج اضافة الى التوقيت غير الملائم، كذا الحاجة المعرفية المتزايدة للمشاهد ورغبته في إثراء البرامج الخاصة الحوارية بالآراء المخالفة او المعارضة له، ادلى الى ظهور الفضائيات المتخصصة بالرغم من ان التلفزيون ومنذ ظهوره عمد الى ايجاد نوع من البرامج لجمهور متخصص من اجل اشباع حاجاته وميولاته.
- تراكم المخزون السمعي والبصري الذي كان نتاج سنوات تمثل في الكثير من الافلام السينمائية المصرية والعربية والعديد من الحفلات الموسيقية والبرامج الوثائقية، هذا المخزون ساهم في ايجاد نوع من الانتاج القابل لإعادة البث[2].
- زيادة رؤوس الاموال المستثمرة والممولين في مجال الاعلام الذي ادى الى ظهور الاعلام الخاص الذي كان له اهدافه ونظرته للإعلام، بعد ما كان الاعلام الحكومي هو المسيطر ولمدة طويلة والذي تميز بالشمولية، اضافة الى ظهور التخصص كسمة من سمات العصر سارع في ظهور القنوات المتخصصة.

---

[1] المنصف العياري، محمد عبد الكافي: القنوات التلفزيونية المتخصصة، سلسلة بحوث ودراسات، اتحاد اذاعات الدول العربية، تونس، 2006م، ص:11.

[2] المنصف العياري: المرجع نفسه، ص: 13.14

- العوامل التكنولوجية الحديثة التي ساهمت في تطور تقنيات البث خاصة منها تقنية البث المباشر والوسائل الحديثة في مجال انتاج الصورة تسويقها[1].

2- انواع الفضائيات المتخصصة:

تنقسم الفضائيات المتخصصة الى قسمين[2]:

أ. **قنوات متخصصة في المضمون:** هي تلك التي تقدم نوعية معينة من المواد والبرامج المتخصصة وتتوجه نحو جمهور عام كما في القنوات الدرامية، الموسيقى والقنوات الدينية.

ب. **قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه:** وهي تلك التي تخاطب جمهور محدد يشترك في صفات معينة، وتتميز برامجها وموادها بما لا يلائم هذه النوعية من الجمهور كقنوات الاطفال.

وعلى هذا الاساس يمكن تصنيف الفضائيات العربية كالآتي:

1- **قنوات الموسيقى والمنوعات:** وتهتم اساسا بالموسيقى سواء العربية او الاجنبية، وخاصة تلك التي تصور بتقنية الفيديو كليب وجمهورها ينتمي الى الجمهور العريض الذي يهتم بالموسيقى، ويلاحظ انها الاكثر من الناحية العددية بالنسبة للقنوات العربية المتخصصة، وهذه القنوات في تزايد وهدفها الترفيه غير المدروس، خاصة انها تذيع حفلات موسيقية ومهرجانات فنية واغاني مصورة دونما تقييم لهذا النوع من الفن ولا مناقشة للمحتوى، ومن امثلتها مجموعة قنوات روتانا وقناة music plus وStrike ويقدر عددها 119 قناة.

2- **قنوات الدراما والسينما العربية والاجنبية:** تعرض البرامج والمسلسلات العربية والاجنبية والمدبلجة سواء كلاسيكية بالأبيض والاسود او الحديثة ويقدر عددها 58 قناة.

3- **قنوات رياضية:** تعنى ببرامج الاحداث الرياضية العربية والعالمية بمختلف الرياضات، كما تقدم نقل مباشر للعديد من المباريات، سواء في كرة القدم او كرة السلة او انواع المسابقات والملاكمة. هذا بالإضافة الى برامج تعليق خبراء ومختصين في المجال الرياضي؛ ويقدر عددها ب 51 قناة.

---

[1] رضا عبد الواجد امين: اتجاهات النخبة الدينية نحو واقع ومستقبل الفضائيات الاسلامية، بحث مقدم الى مؤتمر الفضائيات العربية والهوية الثقافية، جامعة الشارقة، الامارات العربية المتحدة، 2007، ص: 13.

[2] عاطف عدلي العبد: القنوات المتخصصة: انواعها، بحوثها واخلاقياتها، دار الايمان للطباعة، 2006م، ص: 8.9.

4-**قنوات التعليم والبحث العلمي:** تهتم مثل هذه القنوات ببث دروس منهجية لمختلف المراحل التعليمية، مستعملة في ذلك أحدث الاساليب والتقنيات. كما تعنى بتعليم اللغات الاجنبية وتلقين المشاهد بعض الهوايات المفيدة وابراز اهم ما توصلت اليه الابحاث العلمية وانجازات التكنولوجية في مجالات متعددة مع بث ندوات ومؤتمرات علمية، واهم هذه القنوات: قنوات النيل التعليمية وقناة الانارة، ويقدر عددها ب 23 قناة.

5-**قنوات الاسرة والطفل والمرأة:** يتم فيها تقديم برامج تهتم بكل ما يتعلق بالأسرة من اجل بناء هدف لها من خلال النوعية الصحية والبيئية والنفسية وغيرها، اضافة الى البرامج الطبخ والجمال والموضة في مجال عرض الازياء والديكور، كما انها تقدم برامج الاطفال، وتتميز ايضا بالترفيه وبالمسابقات المثيرة اضافة الى افلام الكرتون وبرامج وثائقية وتعليمية ومغامرات تعليمية، ومن امثلتها قناة النيل للأسرة والطفل وقناة المرأة العربية "هيّ" وقناة الجزيرة للأطفال.

6-**قنوات اخبارية:** تقوم بتغطية الاحداث عن طريق بكة من المراسلين المنتشرين عبر مختلف دول العالم، وتقديم برامج حوارية وتحليلات اخبارية.

7-**قنوات دينية:** هي قنوات التزمت بمنهج عقدي يعتمد على مذهب او عقيدة ضمن إطار مرجعي ايديولوجي، تقدم هذه القنوات برامج متعددة في اساليب مختلفة تطرح فيها قضايا من اجل مناقشتها ومعالجتها.

8- **قنوات الخدمات:** تقدم خدمات عقارية.

9- **قنوات الثقافة والفنون:** هي قنوات اختصت بالمجال الثقافي من فن ورسم وتراث، تذاع برامجها على شكل تقارير توضح ترث الشعوب وعاداتهم وتقاليدهم في احياء المناسبات او ما يميزهم في اشكال الاحتفالات، اضافة الى التعريف بشخصيات ثقافية وفنية برزت وتميزت في ميدان من ميادين الثقافة.

10- **قنوات تفاعلية:** هي قنوات تبث ارسال قصير للمشاهدين وهو ما يوفر فرصة التخاطب بينهم واغلبها برامج التسلية والالعاب.

11- **قنوات خاصة بتلفزيون الواقع:** قنوات تهتم بنقل تفاصيل مجموعة من الاشخاص يعيشون في بيت واحد ضمن تلفزيون الواقع هؤلاء الشباب يتنافسون بجائزة البرنامج التي تتنوع حسب نوعيته ومثال عن هذه القنوات قناة نغم.

12- **قنوات علمية وطبية:** قنوات تهم بصحة الفرد عموما وبذلك صحة الاسرة والمجتمع فتبرز من خلال برامجها الامراض التي تهدد حياة الانسان وكيفية الوقاية منها كذا تهتم بأهم الاكتشافات في مجال الطب والجراحة والتجميل.

13- **قنوات اقتصادية:** تهتم هذه النوعية من القنوات بأخبار السوق والبورصات وكل ما يهم الاقتصاد والمبادلات المالية والمعلومات التجارية.

المطلب الثّاني: انعكاسات الفضائيات العربية المتخصصة على الأداء الإعلامي

1- **الانعكاسات الايجابية:** ولعل اهم مزايا الفضائيات العربية[1]:

- التجرد نوعا ما من النظم والقيود الحكومية.
- التعمق في تغطية الاحداث والسرعة في الوصول اليها والدقة في ايصالها عن طريق شبكة من المندوبين والمراسلين المحترفين في مختلف بقاع العالم، وقد وفقت بعض القنوات العربية في المجال ومنها قناة الجزيرة والشبكة العربية للأخبار ANN.
- تحقيق القدرة التنافسية وتقديم وجهات النظر المعدة حول القضايا العامة ولعل قناة المستقلة أبرز مثال على ذلك.
- استخدام كل ما وصلت اليه تكنولوجيا الاتصال خاصة وان القنوات المتخصصة تزيد من استثمارات المؤسسات والخواص كلما اتفقوا في مجال التكنولوجيا الاعلامية.
- ضمان الاستقلال المالي والاداري.
- ترويج السلع والخدمات التي تنعش المؤسسات الاقتصادية، اذ لا تخلو قناة خاصة من عرض الاستثمارات التي تعود على المؤسسة الاعلامية بالربح وعلى القناة كذلك.

[1] حسن عماد مكاوي: مرجع سابق، ص: 9.

2- الانعكاسات السلبية:

تركيز الملكية وادارة القنوات الفضائية المتخصصة في يد حفنة قليلة من المستثمرين ورجال الاعمال العرب، يجعل الاعلاميون يتخوفون من وجود الطابع النفعي من رجال الاعمال لإدارة القنوات وفق مصالحهم الخاصة.

1-انتشار كم هائل من برامج الحوار والمناقشات والمناظرات الكلامية التي فرضتها الكلفة العالية للاستثمارات في مجال الانتاج للمواد الاعلامية وهدفها اساسا ملأ وقت الفراغ.

2-ولملا وقت الارسال اعتمدت الفضائيات الخاصة على نشر الثقافات الدخيلة على الثقافات العربية من خلال عرض الافلام الخليعة او الفيديو كليبات او البرامج المقتبسة من الغرب star academy في القنوات اللبنانية.

3-لا يزال الاتفاق على تغيل الفضائيات الخاصة يفوق كثيرا مردودها المادي وتعاني بعض القنوات من المديونية، وعلى سبيل المثال تصل استثمارات شبكة mbc نحو 300 مليون دولار بالإضافة الى ما بين 10 الى 15 مليون دولار نفقات سنوية في حين يحقق عائد الاعلانات والتشفير ما بين 20 % الى 40% من النفقات في الشرق الاوسط.

4-وجود قصور شديد في الاهتمام بتأهيل الكوادر البشرية المدربة على ممارسة العمل الدرامي بشكل احترافي، وهناك عدم يقين في معرفة حجم الجماهير المستهدفة وخصائصهم الديمغرافية والسيكولوجية[1].

وإذا رجعنا الى واقع الفضائيات المتخصصة، فإنه يسير ببطء مقارنة بالسرعة المطلوبة وسبب هذا – حسب الخبراء – الى عدد من المشاكل الشائعة بين الدول بدرجات متفاوتة بعضها بالمؤسسات بحد ذاتها وبعضها الآخر في الوضع العام الاقتصادي والاجتماعي، ولعل غياب النصوص القانونية العربية التي من شأنها أن تنتقل من نقل ملكية المؤسسات العامة الى القطاع الخاص وكذلك نظرا للهيمنة البيروقراطية على الاجراءات والقرارات الحكومية.

[1] حسن عماد مكاوي: المرجع السابق، ص: 10

الفصل الثاني

الفصل الثاني

الفضائيات الاسلامية العربية

المبحث الاول: نشأة الفضائيات الاسلامية العربية

المطلب الاول: اسباب ظهور الفضائيات الاسلامية العربية

المطلب الثاني: اهداف الفضائيات الاسلامية العربية

المطلب الثالث: خصائص الفضائيات الاسلامية العربية

المطلب الرابع: انواع الفضائيات الاسلامية العربية

المطلب الخامس: وظائف الفضائيات الاسلامية العربية

المبحث الثاني: واقع اداء الفضائيات الاسلامية العربية

المطلب الاول: محتوى البرامج والقضايا المطروحة

المطلب الثاني: القائمين على البرامج (القائم بالاتصال)

المطلب الثالث: الأداء الإعلامي للفضائيات الاسلامية العربية.

المبحث الاول: نشأة الفضائيات الاسلامية العربية:

منذ عهد قريب كان ايجاد فضائية اسلامية لمواجهة المد الاعلامي الغربي بكافة الوانه حلما طالما راود الكثيرين، و اليوم اضحت الشاشة العربية تزخر بالعشرات من القنوات الفضائية الاسلامية التي استطاعت – و لو جزئيا – ان تسد الحاجة المشاهد العربي من الاعلام الهادف ، ففي التسعينات اعلنت الشبكة العربية للراديو و التلفزيون '' ART'' عن انشاء قناة اقرأ الفضائية كأول فضائية اسلامية متخصصة، معلنة بذلك دخول نوع جديد من الفضائيات للمشاهد العربي، بعد ذلك تنامت الافكار ليزيد عدد الفضائيات الاسلامية عن ثمانون قناة في عام 2010م و عن مئتي قناة في عام 2014م.

فرض الاعلام الاسلامي وجوده بين وسائل الاعلام الاخرى من خلال نسب المشاهدة العالية، وتسابق المشايخ ورجال الاعمال على تدشين القنوات الواحدة تلوى الاخرى بدافع نشر الخير من قبل البعض والتجارة والربح من البعض الآخر.

ومما لا شك فيه ان هذه القنوات الاسلامية احدثت أثرا ايجابيا ملموسا لدى الكثير من المشاهدين، وشغلت حيزا من الفراغ الاعلامي ظل شاغرا لعقود عديدة، وعملت جاهدة في حدود إمكانياتها المتفاوتة الى تثقيف المسلمين في دينهم واظهار الوجه المشرق الوضاء لديننا الحنيف[1].

لقد كانت بداية الاعلام الفضائي الاسلامي في رجب عام 1429هـ الموافق ل: 21 اكتوبر 1998م عندما قررت شبكة راديو العرب ART انشاء اول فضائية اسلامية في العالم العربي، والتي اتفق على تسميتها قناة اقرأ وحملت شعار " متعة الاعلام الهادف" وقد اتخذت من مدينة جدة والسعودية مقرا لها.

وفي عام 2000م تم إطلاق الفضائية الاسلامية الثانية في العالم العربي، وهي قناة المنار التي يمتلكها حزب الله اللبناني الشيعي الذي يرأسه " حسن نصر الله"، وتهدف هذه القناة الى الترويج للحزب ونشر ايديولوجيته من خلال البرامج التي تنتجها القناة بنفسها، حيث تنتج القناة ما نسبته 80% من برامجها.

[1] حسن علي محمد، **نظريات الاتصال المعاصرة**. عربية وغربية، دار الهدف: القاهرة، 2005م، ص:30.

وشهد عام 2003م إطلاق قناتين اسلاميتين احدثت ضجة في سماء الاعلام المتخصص في ذلك الوقت، اما الاولى فهي " قناة المجد " التي اسستها " علاء نجد " السعودية التي يرأسها الشيخ " عبد الرحمان الشميري ". وتبث القناة برامجها من المدينة الاعلامية في دبي. اما الفضائية الثانية التي أطلقت عام 2003م فكانت قناة " الصفوة " الفضائية؛ وهي قناة فضائية اسلامية تابعة لمجموعة "Orbit" التي يرأسها الامير السعودي "خالد بن عبد الرحمان آل سعود" وهي باقة تضم مجموعة من القنوات الفضائية المشفرة[1].

والجدير بالذكر ان قناة المجد الفضائية قد تحولت فيما بعد الى شبكة من القنوات الفضائية المشفرة والمفتوحة، وتضم ثمانية قنوات متخصصة.

المطلب الاول: اسباب ظهور الفضائية الاسلامية:

تعد الفضائيات الاسلامية كغيرها من وسائل الاعلام الاسلامي، لها اسباب وعوامل ادت الى ظهورها وساعدت على انتشارها وزيادة عددها، يمكن تحديدها فيما يلي:

- تعرض الاسلام خاصة بعد انهيار المعسكر الاشتراكي ونهاية الحرب الباردة وتدهور الاوضاع في الدول الاسلامية الى التشويه كثيرا، واكاذيب حول حقيقته وانتقادات لاذعة من اعدائه تحتاج للرد عليها بالقوة نفسها.
- طغيان الماديات خلال القرن العشرين وما تلاه وكثافة التبشير بالعلمانية في مختلف الدول التي فيها الاعلام وتداخل الشعوب، يقتضي تعزيز العنصر الروحي للإنسان حتى انتشر لدى المسلمين أنفسهم. وهذا الامر الذي جعل انه من الضروري توضيح حقيقتها وخطورة الذين يريدون توظيفها ضد خصومهم من المسلمين، ثم التبشير بما يناقضها من السلوك واحكام تعتقد على المنطق والعقل.
- ليس الاسلام دين عبادة فقط، وانما هو دين يحث على العمل بشكليه الدنيوي والآخرون وجعل الثواب عليها امر مرغوبا ومنصوصا عليه.
- نشر الاسلام امر مفروض على الامة الاسلامية بالنصوص القطعية ومأجور عليها، ويرد على سبيل التبشير او المزاج الفردي.

[1] عوض ابراهيم عوض: **القنوات الفضائية الاسلامية. رؤية تقويمية**، ورقة مقدمة في ندوة (الفضائيات الاسلامية، رؤية تقويمية)، مركز دراسات الاسلام والاعلام المعاصر، السودان: الخرطوم.

- عمق الثقافة الاسلامية وعموميتها لبني الانسان، ثم شمولية مجالات الحياة الانسانية كافة يقتضي توضيحها بشكل واضح ودقيق لمن لا يقف على ذلك.
- دحض المقتربات العديدة التي افرزتها بعض النظريات التي سميت بالعلمية، وهي ضد وجود الخالق وضد عملية التدين برمتها، مما يقتضي تبيانها وتوضيح الحقيقة.

ونظرا لكل هذه الاسباب وارتباط امر الدعوة بقضية الانسان في كيانه البشري وتحفيز طاقاته العقلية، فإن الواجب يقتضي تكثيف العمل الذكي عبر القنوات الفضائية، وتكثيف الحملات الدعوة وبرامجها عبر كل الوسائل الالكترونية والمكتوبة. ولابد ان يتم عبر الفضائيات على وجه الخصوص توضيح رؤية الاسلام في كل ما يطرح ضده بتصحيح المفاهيم الخاطئة وتوضيح الحقائق المتعلقة بالعقيدة الاسلامية

المطلب الثاني: اهداف الفضائيات الاسلامية:

1- تحقيق الاغراض الاسلامية التي ينبغي ان التي ينبغي ان تسود المجتمع كله، وهي مهمة الاعلام الاولى وهدفه.
2- مواجهة الافكار المنحرفة وتنقية المجتمع من الشوائب.
3- درء المفاسد التي يمكن ان ترد على الاعلام نفسه او من اعلام آخر.
4- صناعة راي عام واضح الفكرة والاعتقاد.
5- الدعوة والارشاد.
6- الابتعاد قدر الامكان عن المكانية والحزبية.
7- التربية الصحيحة والتعليم المستنير.

المطلب الثالث: خصائص الفضائيات الاسلامية:

ان الاعلام الاسلامي ومنه الفضائيات الاسلامية يمتاز بخصائص عدة جعلته مغاير لمثيله من الفضائيات ووسائل الاعلام الاخرى. ويمكن اجمال تلك الخصائص فيما يلي:

- اعلام عقائدي بالدرجة الاولى مرتبطة ارتباطا راسخا بالعقيدة الاسلامية.
- اعلام مسؤول لأنه قائم على الايمان بالجزاء مما يؤثر في اخلاق الناس وعملهم وشخصياتهم.
- اعلام له غاية وهدف ورسالة.

- اعلام مرن يتفاعل مع قضايا الامة المصيرية تفاعلا حقيقيا.
- اعلام متزن لا يقول الا خيرا.
- اعلام عام لعموم البشر من منطلق ان الدين الاسلامي للناس كافة.
- الوضوح والكمال من حيث المصدر والعطاء[1].

المطلب الرابع: انواع الفضائيات الاسلامية:

يرى (ابراهيم عوض) ان انواع الفضائيات الاسلامية من حيث المضمون تنقسم الى اربعة انواع:

النوع الاول: فضائيات دعوية فقط، مثل قناة الناس وميزتها انها تهتم بتثقيف الامة الاسلامية ونشر العلم الديني والدنيوي وتبتعد عن السياسة وصراعاتها.

النوع الثاني: دعوية اجتماعية: مثل قناة اقرا، فهي تقدم بالإضافة الى البرامج الدينية والثقافية مسلسلات تاريخية وبرامج ناطقة باللغة الانجليزية والفرنسية وبين الحين والآخر تقدم ومضات إنشاديه.

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

النوع الرابع: دعوية سياسية، مثل قناة المنار، فهي تنتهج الموضوعية في تبني القضايا العادلة والمحقة للامة جمعاء، بالاعتماد على المعايير المهنية والاعلامية الاحترافية في اخبارها وبرامجها ضمن القوانين والاعراف والانظمة المعمول بها دوليا[2].

وترى الباحثة ان هذا التصنيف غير دقيق لأن النوع الثالث يشمل القنوات الدعوية السياسية وكما ذكر في النوع الرابع فان هذه القنوات كقناة المنار تقدم البرامج الدينية الاجتماعية بالإضافة الى المواد السياسية، وبهذا فقد اصبحت قناة شاملة، وعلى حد علم الباحثة انه لا توجد قنوات دعوية سياسية بحتة.

---

[1] حسن علي محمد: المرجع السابق، ص: 6.

[2] ابراهيم عوض: المرجع السابق، ص: 13.

لقد تجاوز عدد الفضائيات الاسلامية العربية 200 قناة كما ذكرنا آنفا، وهذه الفضائيات وان كانت جميعها تحمل لقب الاسلامية الا ان هناك اختلاف كبير فيما بينها، ولعل من الصعب بمكان وضع ضوابط لتقسيم القنوات الاسلامية، ولكننا بعد الاستقراء ارتأينا تقسيم الفضائيات الاسلامية الى ما يلي:

حسب نوعية البرامج المقدمة:

- **قنوات اسلامية عامة:** وهي القنوات التي تتضمن برامجها مختلف الاهتمامات الدينية للأسرة العربية، ولا تتخصص في جانب محدد من البرامج. ومن اهمها: قناة اقرأن الرسالة، الصفوة، المجد العامة، قناة الهدى، المنار وقناة الناس[1].
- **قنوات اسلامية متخصصة:** وهي القنوات التي تتخصص في نوع محدد من البرامج الدينية، ومن اهمها:

سلسلة قنوات المجد المتخصصة وهي المجد للقرآن الكريم، المجد للحديث الشريف، للأطفال، المجد الوثائقية، العلمية وقناة شدا.

بالإضافة الى قناة الفجر، العفاسي، الحكمة، قناة فتوى، وقناة الامة.

1- **حسب توجهات القائمين عليها:**

- **فضائيات عامة التوجه:**

القنوات التي لا تتميز بتوجه محدد، بل تعرض ضمن بثها البرامج الصوفية، والوهابية، والسلفية، من أهم هذه القنوات: قناة اقرأ، قناة الرسالة وقناة الصفوة.

- **قنوات سلفية:** وهي القنوات التي تسعى إلى نشر أفكار ومبادئ الفكر السلفي، وذلك بالاعتماد على عرض برامج لرموز هذا الفكر في العالم العربي أمثال الشيخ محمد العريفي، "الشيخ محمد حسان"، و"الشيخ أبي اسحاق الحويني "وغيرهم، ومن أهم هذه القنوات:

قنوات المجد الفضائية جميعها، قناة الناس، قناة الحكمة، قناة الهدى، قناة الخليجية وقناة الرحمة.

- **قنوات صوفية:** مثل قناة الصوفية

[1] ابراهيم ناصف ناصر عبد الله: **عادات وانماط مشاهدة طلبة الجامعات الاردنية للفضائيات الاسلامية: قناة الرسالة أنموذجا**، رسالة ماجستير تخصص الاعلام، 2009.2010، ص: 20.

- **قنوات شيعية:**

قناة المنار، قناة الأنوار، وهي قناة شيعية كويتية تم اطلاقها عام 2006 م .قناة الفرات، وهي قناة عراقية تابعة للمجلس الأعلى للثورة الإسلامية في العراق .

قناة أهل البيت، وهي قناة عراقية تابعة لمكتب العالم الشيعي "هادي المدرسي".

وقد تم في هذا البحث إيراد بعض المعلومات المتاحة حول بعض الفضائيات الاسلامية على النحو الآتي:

1- **قناة إقرأ :**

انطلق أول بث تجريبي للقناة في رجب عام 1419 هـ الموافق لـ:21أكتوبر1998م، وتعتبر أول قناة فضائية إسلامية، وقد استمر التخطيط لها مدة 5 سنوات تقريبا، يعتبر الشيخ صالح كامل رئيس مجموعة **AR T** ومجموعة" دله البركة "الممول الرئيسي لها .وتعتبر قناة إقرأ الفضائية بادرة رائدة ومتميزة؛ عن طريقها يتم رسم ملامحنا العربية العريقة، وتؤكد هويتنا الإسلامية السمحة، وقد أوضحت الكثير من الدراسات أن قناة إقرأ تتقدم بشكل متسارع في سلم المشاهدة.[1]

تتحدد شخصية القناة من خلال عدة مقاييس أهمها:

- شارة القناة التي تعبر عن اسمها بوضوح.
- شعارها المتمثل في متعة الإعلام الهادف.
- استعمالها للغة العربية الفصحى الميسرة.

إضافة إلى نخبة من المقدمين المتميزين ومجموعة من البرامج ذات المضامين الهادفة.

رسالة القناة :حددت رسالتها من خلال موقعها الإلكتروني على انها: قناة تعمل على تكوين شخصية المجتمع الإسلامي المعاصر وذلك عبر البرامج التفاعلية الهادفة؛ التي تقدم فكرا وسطيا شموليا موضوعيا بأسلوب ممتع ومتنوع ومشوق. كما انها تخاطب في برامجها مختلف شرائح الأسرة من خلال مجموعة برامجها، التي تميزت بقيمها المحافظة على تقاليد الأسرة العربية الإسلامية والملتزمة بتعاليم الدين الإسلامي والتي تنور العقل والفكر.

[1] انظر موقع القناة:**www.iqraa-tv.net** ، يوم الزيارة: 28 مارس 2015، الساعة 09:00ص.

أهداف القناة: تسعى القناة إلى تكوين المجتمع الإسلامي المعاصر المؤمن بعمق ومحبة الله ورسوله والكتاب والسنة والاقتداء بالصالحين، وتطبيق الإسلام بشموليته لكل جوانب الحياة التي تحث على الإيمان بالحوار الوسطي السمح المتقبل للرأي الآخر، مما يؤهل على تكوين مجتمع إسلامي إيجابي بناء قادراً على التفاعل داخلياً وخارجياً بكل فئاته، والوصول إلى المسلمين في مختلف أنحاء العالم، كما تهدف إلى تعريف الإسلام لشعوب العالم الغربي التي لربما لم يتح لهم إعلامهم معرفة مدى سماحته. كما تسعى القناة إلى تحقيق جملة من الأهداف نورد بعضها :

- ترسيخ المنهج الوسطي السمح للإسلام.
- تقوية مشاعر الانتماء للهوية الحضارية الموحدة للأمة، وتحصينها ضِدَّ محاولات الاستلاب الثقافي، عن طريق إبراز الجوانب المشرقة للحضارة العربية الإسلامية، وإظهار الصورة الحقيقية للإسلام.
- الاهتمام بفكر المرأة، والبرامج الترويحية والأقليات المسلمة في شتى أنحاء العالم.
- بعث الايجابية وإحياء فروض الكفاية، والتعاون، والتفاعل مع الآخرين والتفهم لهم.

برامج القناة: تقوم القناة بإذاعة مختلف البرامج الجادة التي تلبي حاجة المشاهد وتمس حياته وتتناول اهتماماته الروحية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية، كما انها تشبع رغباته الإنسانية من منظور إسلامي وتقدمها برؤية عصرية، وقد حاولت القناة تطوير خدمة الرسائل القصيرة.

2- قناة المجد العامة:

تعتبر قناة المجد التابعة لشركة المجد للبث الفضائي المحدودة من أولى القنوات في باقة قنوات المجد التي بدأت بثها الرسمي في الأول من ربيع الأول 1424 هـ الموافق لـ: 2 ماي 2003م، وهي قناة خاصة يملكها" فهد بن عبد الرحمن الشميري "وهو مديرها ورئيس ادارتها، وتبث القناة من مدينة دبي الإعلامية ومن استوديوهات المدينة الإعلامية في مدينة 6 أكتوبر في مصر استوديوهات القناة في الرياض.[1]

أهداف القناة: تسعى القناة إلى تحقيق جملة من الأهداف من أهمها:

- تناول جميع القضايا والأمور التي تهتم بشؤون العالم الإسلامي.

[1] الموقع الالكتروني للقناة: **www.almajd tv.net**، يوم الزيارة: 2015/03/28، الساعة 23:00.

- فتح الحوار الفكري الإسلامي الواعي بين مختلف الفئات.
- ضبط مختلف البرامج والقوالب بالضوابط الإسلامية.
- تقديم الترفيه والتسلية لكافة الأفراد.

3- قناة المجد للقرآن الكريم :

تعتبر القناة الرائدة في تلاوة القرآن وشعارها في ذلك (قرآن يتلى آناء الليل وأطراف النهار)، تذيع تلاوات متعددة لمشاهير القرآن الكريم وذلك على مدار اليوم، ويتم تحديد الختمات بداية كل شهر .وتهدف هذه القناة[1] الى:

- الاهتمام بتعميق الصلة والفهم لكتاب الله عز وجل.
- التنويع في تقديم تلاوة القرآن صوتاً وأداء.

4- قناة المجد للحديث النبوي الشريف:

وظهرت هذه القناة بعد الرسوم الكاريكاتورية المستهزئة بالرسول عليه الصلاة والسلام، وكانت مهمتها نصرته عليه السلام. كما سطرت القناة لنفسها مجموعة من الأهداف اهمها:

- تقريب السنة النبوية ومنه الحديث النبوي إلى أسماع بني الأمة.
- الدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة المستندة للنص النبوي.
- تشخيص سيرة الرسول صلى الله عليه وسلم للناس؛ حيث يعرفون عن نبيهم كما يعرفون عن أنفسهم وأقربائهم.

5-قناة المجد الوثائقية:

بدأت بثها التجريبي في أول ذو القعدة عام 1426 هـ، تبث القناة مواد ثقافية من انتاجها الخاص، كما اهتمت القناة بعدة أهداف:

- إظهار قدرة الخالق عز وجل وبديع صنعه تعالى.
- نقض النظريات والفرضيات والمعتقدات الخاطئة عن الخالق عز وجل.

---

[1] بيوسف مسعودة، **الوظيفة الترفيهية للفضائيات الإسلامية قناة المجد أنموذجا**، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الامير عبد القادر للعلوم الاسلامية: قسنطينة، 2006.2007، ص: 56.

- نشر الوعي المعرفي للمشاهدين متبعة في ذلك شعارها" عين على الحياة، بكل تطور الحياة، بكل علوم الحياة، بكل صراعات الحياة، بكل حضارات الحياة."...

6-قناة المجد للأطفال:

بدأت بثها التجريبي في الأول من ذو القعدة من عام 1424 هـ الموافق لـ: 23 جانفي2004م، وكان شعارها في ذلك" من أجل أطفالنا العرب والمسلمين على امتداد الوطن العربي"، تتميز القناة بغزارة برامجها المسجلة منها أو المباشرة، وتقدم مسلسلات كارتونية وأناشيد، كما لديها مراكز في عدة دول (مصر، الأردن، الإمارات العربية المتحدة...)، وتتمثل أهداف القناة في صقل مواهب الأطفال وإشباع رغباتهم النفسية وتدريبهم على تقنيات التنشيط والتقديم الاعلامي.

7- قناة المجد العلمية:

انتهجت القناة منهج القنوات الأخرى؛ حيث تقوم بتقديم برامج مختصة في العلوم الشرعية؛ من خلال بث محاضرات يوميا، مدة كل محاضرة ساعتين في إطار برامج الأكاديمية الإسلامية، وتتميز هذه القناة بالبث الإلكتروني والمباشر.

8- قناة الفجر :

أول قناة متخصصة في علوم القرآن الكريم، بدأت بثها في 2004 م، وتذيع تلاوات قرآنية لبعض القراء كما تذيع وتبين أحكام التلاوة توقفت القناة لفترة وذلك لأسباب اقتصادية، ثم عاودت بثها من جديد بفضل المتبرعين. [1]

من برامجها برنامج القرّاء الذي يذيع تلاوات كاملة للقرآن الكريم، لكبار القراء المتقنين في العالم كـ" الشيخ الحصري "و"الشيخ الطبلاوي "وغيرهم، برنامج مزامير داوود، وبرنامج الأفلام الوثائقية ذات الموضوعات المختلفة والمتعلقة بعلوم القرآن الكريم وفنونه.

9- قناة الرسالة :

قناة فضائية تأسست من طرف سمو الأمير الوليد بن طلال بن عبد العزيز سنة2006 م، تعمل على تدعيم القيم الإسلامية والإنسانية، وجمع الأسرة العربية على شاشتها، وذلك بتقديم ثروة فكرية مرئية من البرامج التربوية الهادفة والمتنوعة الجوانب؛ الاجتماعية والتنموية والشرعية والترفيهية...،

[1] المواقع الالكتروني للقناة:**www.fajr.tv**، 2015/03/19، الساعة 09:30 صباحا.

بأسلوب هادئ وطرح متميز في إطار الالتزام بالمبادئ المهنية الإعلامية، وبشكل متناغم ومتكامل، من أجل تقديم كل البرامج التي تحتاجها الأسرة العربية .ويقف وراء هذا العمل المتميز مجموعة من المبدعين على رأسهم مدير القناة طارق السويدان إضافة إلى لجنة استشارية تقف وراءه.

10- قناة العفاسي :

يملكها القارئ" راشد العفاسي "بدأت بثها عام 2005 م، تذيع القناة تلاوات للشيخ المقرئ صاحب القناة، ونتج عن القناة باقة أخرى متخصصة في القرآن الكريم وأخرى للأناشيد وبعض الأذكار.[1]

11- قناة الناس :

بدأت قناة الناس بثها كقناة خفيفة تذيع الأغاني، والفقرات الترفيهية، وإذاعة لبعض تسجيلات حفلات الأعراس، وطلبات التعارف بين الجنسين إضافة لبعض الومضات اعلانية لمرشحين في الانتخابات المصرية وكان شعارها في ذلك قناة الناس لكل الناس"، وكان ذلك في جانفي2006م، يملك القناة رجل الأعمال السعودي" منصور بن كدسة"، ويديرها عاطف عبد الرشيد"، وتحولت القناة إلى قناة ذات صبغة دينية بعدها بعام. بدأت قناة الناس بثها باستبدال الأغاني بالأناشيد، كما التزمت المذيعات بلبس الحجاب اثناء تقديم البرامج، إضافة إلى استقدام بعض الدعاة المعروفين على الساحة الإعلامية لتقديم برامج وعظيه وحوارية فكرية تستهدف القلوب أولا والسلوك ثانيا، وتستند إلى الأصول الشرعية أمثال "الشيخ محمد حسين يعقوب" و"الشيخ أبو اسحاق الحويني"، و"الشيخ محمود المصري"، والشيخ محمد حسان "والتزمت القناة بشعار" شاشة تأخذك إلى الجنة[2]."

12- قناة الحكمة :

قناة فضائية تقدم إعلاماً إسلامياً متميزاً متخصصاً في علوم السنة النبوية برؤى إبداعية، وبرامج متميزة، مهمتها إبلاغ السنة النبوية مطرة نقية واطلاع غير المسلمين عليها بطريقة معلوماتية وحوارية تفاعلية، تذيع برامج كثيرة منها برامج المرأة المسلمة في ضوء السنة النبوية، وبرامج للأطفال إضافة إلى الوثائقيات وآيات الإعجاز الكونية والعلمية في السنة النبوية، وبدأ بثها في رمضان 1427 هـ(2006م)، ويمتلكها شيوخ من اللّجنة العلمية وهم الشيخ أبو إسحاق الحويني ومحمد حسان

[1] الموقع الالكتروني للقناة: http://www.alafasy.tv، يوم الزيارة: 2015/03/29: الساعة 20:03.

[2] الموقع الالكتروني للقناة:http://www.alnas.tv ، يوم الزيارة:2015/03/28، الساعة: 22:18.

ومحمد حسين يعقوب ومحمود المصري، وهكذا جعلوا من القناة منارة لبرامجهم التي تقدم إعلاماً اسلاميا متخصصاً في علوم السنة النبوية، برؤى إبداعية وبرامج متميزة وفقا للمعايير الإعلامية متبعة المنهج الإسلامي، وتعتمد القناة على اللغة العربية في بث برامجها مع ترجمة بعض المواد إلى اللغة الإنجليزية[1].

13- قناة شدى:

اول قناة فضائية اختصت في بث الأناشيد الإسلامية والفن الملتزم تحت شعار "وللنفس بهجة"، بدأت بثها الفضائي عام 2006 م تابعة لقنوات المجد الفضائية، تقوم بإعداد برامج لتنمية واكتشاف المواهب المتميزة في الإنشاد الديني وتسعى من خلالها إلى بث المعاني الفاضلة والمضمون النبيل من خلال الكلمة الطيبة المعبرة واللّحن والأداء الجميلين، لتكون بديلا عماّ يستخف بالعقول ويشوه الأمزجة[2].

14- قناة الرحمة :

بدأت بثها الفضائي عام 2007 م، يشرف عليها الشيخ" محمد حسان"، تعنى بالتركيز على السنة النبوية والتخصص في علومها فقط، مخاطبة في ذلك كل فئات المجتمعات الإسلامية من أجل إنشاء جيل إسلامي صحيح لهذه الأمة، متبعة في خطابها الديني المنظور السلفي دونما تدخل في السياسة[3].

المطلب الخامس: وظائف الفضائيات الدينية:

تعتبر القنوات الدينية من أهم وسائل الإعلام الإسلامي التي سدّت حيزا كبيرا من الفراغ الذي تشكوه الساحة الإعلامية فيما يختص بالإعلام الديني، وأسهمت في تجديد الخطاب الديني ودعمت جهود الدعوة الإسلامية، وساعدت على تزايد التوعية الاستهلاكية للمادة الدينية والترويج لأبعادها العقائدية والسياسية.

ان الدين الإسلامي هو دين للبشر كافة باعتبار حركيّته الشاملة إذ هو عقيدة وعبادة، وهو نظام سياسي وتنظيم اجتماعي، ومنهج خلقي فيما يتعلق بالفرد المسلم بينه وبين نفسه، ثم بينه وبين

[1] الموقع الالكتروني للقناة: http://www.alhekmah.tv/about.aspx ، يوم الزيارة: 2015/03/29، الساعة: 20:40.

[2] http://wikipidia.org ، الساعة 18:50، يوم الزيارة: 2015/02/15.

[3] الموقع الالكتروني للقناة: http: www.shadatv.com، الساعة: 16:01، 2015/03/26.

الذين تجمعه بهم طريقة الحياة سواء كانوا على منهج واحد وعقيدة واحدة أو كانوا مخالفين له[1]، فهو دين الدعوة لقوله تعالى:﴿ **و من احسن قولا ممن دعا الى الله وعمل صالحا و قال انني من المسلمين)**[2] ، والمسلمون معنيون بالدعوة لإيصال هذا الدين إلى اقصى مكان في الأرض ومغاربها، ومنذ أن بدأت الصحوة تمتد بين المجتمعات الإسلامية، أخذ بعض الدعاة والعلماء والعاملين في حقل الدعوة بزمامها، حيث توجهت للناس كافة دونما انغلاق أو انحصار على فئة دون أخرى لقوله تعالى:﴿ **وما ارسلناك الا كافة للناس بشيرا و نذيرا لكن اكثر الناس لا يعلمون)** [3]وقد كانت الدعوة في بداية الأمر محصورة في المساجد والمدارس القرآنية، لكن تطور الوسائل الإعلامية وانفتاح العالم على بعضه ألزم الواقفين على أمر الدعوة والإعلام الإسلامي باعتباره" استخدام منهج إسلامي، بأسلوب فني إعلامي، يقوم به مسلمون عاملون بدينهم، متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة "[4].تمّلك الوسائل التي تعينهم وتيسر عليهم انتشار الإسلام وخدمته، واستغلالها وإعطائها الصبغة الإسلامية التي تتوافق ومنهجية الدعوة.

ومن أهم تلك الوسائل، الإعلام الفضائي الذي تستخدم فيه أرقى أنواع القوالب والأساليب الفنية التي تضفي على الرسالة الإعلامية الكثير من المميزات والتي تجعله أكثر تأثيرا.

من هذا يتبين أن للإعلام الديني الذي هو جزء من الإعلام الإسلامي- المنطلق من المنظومة القيمية الإسلامية – والذي هو الأداة التي تلبي وتشبع تعطش الجماهير للمعرفة الحقيقية، وهو النظام الذي يكرس الحرية والتطور الحضاري.

وللفضائيات الاسلامية عدة وظائف لعل اهمها[5] ما يلي:

1-**تكوين النسق المعرفي الديني** :فالمشاهد أصبح يعتمد كثيرا على أجهزة الإعلام ليس فقط في نقل الخبر إنما في نقل المعلومة الثقافية[6]، لذا فإن الفضائيات الإسلامية مدعوّة الآن أكثر من ذي قبل بالقيام بمهامها خاصة ما يتعلق بـ:

---

[1] عمر فروخ، **الثقافة الإسلامية**، المكتبة العصرية للطباعة والنشر والتوزيع، صيدا، بيروت، ط 1 ،1988م، ص:.17

[2] الآية 33 من سورة فصلت.

[3] الآية 28، سورة سبأ.

[4] عبد الوهاب كحيل، **الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي**، عالم الكتب، مكتبة القدسي: بيروت، ط1، 1985م، ص: .29

[5] أديب خضور، **البرامج الدينية في البرمجة الرمضانية العربية، مجلة الإذاعات العربية**، ع1، 2003م، ص: 63.

[6] عبد الوهاب كحيل: المرجع نفسه، ص: 67.

- تبليغ الدعوة ونشر رسالة الإسلام :فالإسلام دين لجميع الناس مصدقا لقوله تعالى مخاطبا رسوله الكريم (**فاصدع بما تؤمر واعرض عن المشركين**)[1] ومنوط بحملة هذه الرسالة تبليغها لغيرهم من الأمم، وتوضيحها لبني الإسلام متبعين في ذلك منهجه صلى الله عليه وسلم، فالفضائيات الاسلامية وسيلة من وسائل الدعوة الأساسية في هذا العصر ومن واجبنا تثبيت عقيدة المسلمين وإبراز عظمتها[2]، والإعلام أسلوب لتبليغ مضامين الدعوة الثابتة التي تتبع أهدافا محددة وفق المقاصد الشرعية، ويتم فيها مخاطبة جميع المكلفين[3]، لذا فإن على القائمين على الفضائيات الدينية نشر وتبليغ الدين الإسلامي من خلال برامج توعوية وهادفة.

- **تقديم الإسلام بحقيقته ناصعا مشرقا** :فتعمل الفضائيات الاسلامية على ترسيخ مبادئ وقيم الإسلام، من خلال تقديمه في أحسن صورة وهي صورته الحقيقة﴿ قل **ان صلاتي ونسكي ومحياي ومماتي لله رب العالمين**) (الآية 162ـ الانعام)، كما أن من واجب الفضائيات الدينية بيان الأمور الفقهية والعقائدية للجمهور بأساليب إعلامية مختلفة، لتصل إلى جميع الشرائح الاجتماعية فتبصّرهم بالمعلوم من الدين بالضرورة[4].

- **شرح الإسلام الصحيح** :وذلك بإبراز مفاهيم الإسلام وكشف زيف الأفكار وتناقضها مع روح الدين الإسلامي[5]، خاصة وأن الإعلام قادر على تقوية الأبنية الفكرية ووضعها في إطارها الطبيعي وبيان الحق الذي جاء به وبلغات مختلفة لغير المسلمين، وإعلاء كلمة الله ونشر كلمة التوحيد، وتثبيت عقيدة المسلمين وإبراز عظمتها لغير المسلمين حتى يصبح من الممكن جذبهم للدخول في الإسلام.

- **بيان قدرة الخالق عز وجل** :وإبداعه في صنع هذا الكون، بإبراز أبجديات الجمال الرباني، الذي يهذب النفس ويمتع الحس، ويبين التنسيقية الذوقية، وهذا يكون بالبرامج العلمية لكونها واقعية

---

[1] الآية:94، سورة الحجر.

[2] طارق البكري، **أثر الفضائيات الإسلامية في الأفراد والمجتمعات**، بحث مقدم إلى مؤتمر الفضائيات الإسلامية واقعها وأفاقها من خلال موقع http://www.grenc.com/a/docbakri/show، يوم الزيارة:2015/01/01، الساعة: 10:00.

[3] محمد كمال الدين إمام: **الإعلام الإسلامي**، دار الجامعة الجديدة: الأزاريطة، 2004م، ص: 28.

[4] مصطفى أحمد كناكر: **الدعوة الإسلامية في القنوات الفضائية الواقع والمرتجى**، دار أفنان، د.ط، د.ت، ص: 371.

[5] عبد الحليم محمد الرمحي: **مفاهيم في فقه الدعوة وأساليبها**، دار الحامد للنشر والتوزيع: عمان، ط1، 2002م، ص:129.

وتعطي حقائق علمية ملموسة؛ ويتم ذلك بالاستعانة إلى ما توصل إليه العلم من اكتشافات تكلم عنها القرآن الكريم منذ قرون، فإذا أخذنا آية الخلق مثلا، قال الله تعالى: ﴿**ثم خلقنا النطفة علقة فخلقنا العلقة مضغة فخلقنا المضغة عظاما فكسونا العظام لحما ثم انشأناه خلقا آخر فتبارك الله احسن الخالقين**﴾ـ الآية 14 سورة المؤمنون ـ، فهذه الآية فيها من أساليب الإبداع البياني ما يؤّثر في النفوس، و ينبّه العقول، ويوقظ الإحساس ويحرك الوجدان، وإذا أضيف إلى ذلك تعضيد معناها بما توصل إليه العلم من تفسيرات، كان لها الاثر الكبير والسبب القوي في استجابة الكثيرين، فالخالق عز وجل يقول في كتابه الكريم :﴿**سنريهم آياتنا في الافاق و في انفسهم حتّى يتبيّن لهم انه الحق او لم يكفي بربك انه على كل شيء شهيد**﴾ــ **الآية 53 سورة فصلت** ــ، مما يدل على أن هذا الكون عبارة عن فسيفساء ومجال فسيح لمن أراد التدبر في قدرته عز وجل. ففي مؤتمر الإعجاز العلمي الاول للقرآن الكريم والسنة المطهرة الذي عقد في محاضرته "(Keith Moore) القاهرة عام 1986 م وقف الدكتور" **كيث مور**" واعترف بأن إسلامه كان نتيجة لما عاينه بنفسه من إعجاز القرآن في علم الأجنة خاصة وأنه من المتخصصين في ذلك[1].

2-**تكوين النسق الفكري الديني**: وذلك بتحليل وتفسير القضايا الدينية المختلفة

- **بعث الفكر الإسلامي**: من أجل إصلاح الفرد المتلقي من خلال تبني سياسة تتفق مع ثورة المعلومات التي تحاول الاختراق والغزو العقائدي والفكري، وتشويه الشخصية الاسلامية، ونشر تقاليد الغرب، فتعمد القنوات الدينية إلى إعداد وإنتاج برامج تساعد الناس على تبني الأفكار الإيجابية وتفعيلها في مجالات الحياة، هذه الأفكار المنطلقة من المنظومة الفكرية الإسلامية من خلال تجارب علماء الأمة ومفكريها، ونحن كمسلمين لدينا من أسباب الحضارة ما يجعلنا نؤسس لمشروع حضاري.
- **نشر الوعي الفقهي** :بإذاعة بعض البرامج الفقهية التربوية، والتي تعرف بأئمة الفقه الإسلامي ومذاهبهم، كما انها تشير إلى أصول هذه المذاهب واختلافاتها، وهذا لا يكون الا من أشخاص متخصصين وبأشكال إعلامية جذابة تعتريها مواد علمية ومناقشات وحوارات تثقيفية، واستشهاد بقضايا عصرية وكيفية التعامل معها.

[1] محمد جميل الحبال: **العلوم المعاصرة في خدمة الداعية الإسلامي**، دار المنهاج القويم للنشر والتوزيع: دمشق، ط1، 2006م، ص:.62

- **نشر التراث الإسلامي** :فالتراث هو ماضي الامة عبر أزمنة طويلة، مفعم بالمعطيات والصور والوقائع التي توحي إلينا بفيض من الأفكار والمشاعر والانطباعات ، لتكون بيئة ثقافية توّلد فينا القوة وتصوغ طريقتنا في التفكير، وتمد جهودنا بالمستندات الادبية البنائية، فالطريقة الشيقة والمناقشة البناءة تجعل المشاهد يستمد منه" مقومات اليقظة وإعادة صنع الحياة وفق وواقعنا المعاصر"[1]، فالعقول الجبارة هي التي تكافح من أجل دمج معطيات التراث في مركب شامل هو الحياة الحضارية النامية والمتطورة، وفق الأصول الربانية وفي خدمة الأهداف السامية، بذلك تستمر ذاتنا الحضارية[2] .

3-**تكوين النسق القيمي الديني**" :من غير الممكن تنمية الحس الخلقي لدى الناس من غير أطر ومؤسسات؛ تخصص جهودها لنشر الفضيلة والأخلاق السامية، وترسيخ التلاحم الاجتماعي " وتحسين وعي الناس وهذا يتم بـ:

- **إذاعة برامج تربوية وجذابة** :تنسجم فيه الطاقات والملكات بالأهداف، فيتم فيها تمرير صور إيجابية بعيدة عن الجمود والآلية، وهذا يتم بطريقتين :

أولا: بإنتاج البرامج الإسلامية النافعة من محاضرات، ومؤتمرات، وندوات، ومسرحيات وغيرها في قوالب جادة وفكاهية

ثانيا: تقديم الترفيه النافع المستند إلى الدين الإسلامي، وهذه البرامج هي التي تستطيع تذويب المعلومات وترويجها[3].

- **الزاد الروحي الذي يحمل الواقعية** :الفضائيات الدينية تجلب مادتها من الواقع ومن خلال متابعة الظواهر الاجتماعية بمختلف أنواعها، فتحاول من خلال معالجتها ربط الحلول المستمدة من الدين الإسلامي بالواقع المعاش، وهذه الخاصية أي الواقعية في البرامج وطرح المواضيع ناتجة عن اجتياح الإنسان بحكم تكوينه الفطري، كما تعني إمكانية تحّقق هذا الشرع في واقع الناس إذا ما أخلص توجهه إلى الله[4].

- **عكس الروح والمبادئ والقيم وتدعيم الهوية الإسلامية**: التي هي في الأساس عنوان كائناتها الإعلامية على كافة ما تتناوله الفضائيات من خلال البرامج، اما على شكل معلومات

[1] ابراهيم جعفر: **في الفلسفة الإسلامية**، مكتبة الفلاح: الكويت، ط1، 1986م، ص:.308

[2] عبد الكريم بكار: **تجديد الوعي**، دار القلم: دمشق، الدار الشامية: بيروت، ط1، 2000م، ص158

[3] مصطفى أحمد كناكر: **الدعوة الإسلامية في القنوات الفضائية الواقع والمرتجى**، مرجع سابق، ص:378 .

[4] محمد كمال الدين إمام، **مرجع سابق**، ص:144.

وحقائق وأخبار، أو على شكل قوالب فنية، خاصة وأن الأنساق المعرفية للبشر بحاجة إلى تلك المبادئ والقيم الراقية في ظل الامية الثقافية المنتشرة حول الإسلام ومفهومه، فالفضائيات الدينية تلعب دورا فعالا في نشر الوعي والعمل على تعزيز الشعور بالانتماء إلى هذا الدين، وتثبيت المفاهيم الصحيحة للجماهير والمساهمة في التنمية الشاملة لهم، وبيان القيم الايجابية وزرعها فيهم

4- **ربط الدين بقضايا العصر** :إن ما يجري في العالم من تحولات كونية في العقود الأخيرة؛ خاصة ما صار يعرف بنهاية الايديولوجيا وسقوط الروايات الكبرى، وما تبع ذلك أو ترتب عليه من تعاظم حضور الدين في الفضاء العام الذي صار علمانيا بحتا مع تأسيس الدولة الحديثة. من خلال:

- **التفاعل مع القضايا المصيرية للأمة تفاعلا حقيقيا** :فيعيش واقعها، فهو إعلام عقائدي مرتبطا ارتباطا راسخا وثابتا بالعقيدة الإسلامية وبالدين الذي ارتضاه الله لعباده﴿ ان **الدين عند الله الاسلام وما اختلف الذين أوتوا الكتاب اِلاَّ مِن بعد ما جاءهم العلم بغيا بينهم ومن يكفر بآيات الله فإن الله سريع الحساب**)، لذلك فهو إعلام هادف وذو هوية (**ومن أحسن ممن دعا إلى الله وعمل صالحا وقال إنني من المسلمين**)، وهو إعلام مرن يخضع لما تقتضيه المصالح العامة[1].

ان الفضائيات الدينية تسعى لطرح ومعالجة القضايا المهمة للفرد المسلم من أجل بناء جسر بينها وبين الجمهور، فتكون بذلك صوته الذي يسمع به غيره.

- **تصحيح صورة الإسلام** :ويكون هذا بإعادة بناء السياسات الإعلامية أولا في العالم الإسلامي، وهذا بالانطلاق من تصحيح أوضاع الأمة الإسلامية، وترشيد أحوالها، وتكييفها وفق المبادئ الأساسية، التي تقوم على العدل والمساواة والشورى، وتقوية التضامن الإسلامي، وتعزيز التضامن بين الدول الإسلامية[2]، ثم تكون المرحلة الثانية في تصحيح هذه الصورة في الغرب، ولا يتم ذلك الا بتظافر الجهود بين المؤسسات الإسلامية في إبراز نقاء وسماحة الدين الإسلامي، والوقوف في وجه الحملات المغرضة التي تعمل على تشويهه ووضع الحواجز بينه وبين الشعوب الأخرى[3].

---

[1] طارق البكري، مرجع سابق.

[2] عبد العزيز بن عثمان التويجري: **العالم الإسلامي في عصر العولمة**، دار الشروق: القاهرة، د.ط، د.ت، ص: 213.

[3] المرجع نفسه، ص:214.

- **ربط العالم الإسلامي بشؤون وقضايا العالم** :يعاني العالم من الكثير من الأوبئة والكوارث، لذا على الفضائيات الاسلامية بيان وإيضاح هذه التغيرات ليكون الفرد المسلم دائما على علم ومعرفة بما يجري من حوله، ومرتبط بالتغييرات العالمية السياسية منها والاجتماعية والعلمية.

ذلك لأنه يعيش في عالم تحكمه أنظمة سياسية مختلفة، وتعتريه أمراض مختلفة، فتقديم المساعدة لشعوب محتاجة هي من الإيجابية التي يدعو إليها الدين الإسلامي ويسعى الإعلام الديني لتثبيتها.

- **التوعية بالتحديات** :خاصة ما يتصل بالصراع الإسلامي العربي بالصهيونية فقد اعتمدت هذه الأخيرة على وسائل الإعلام في تفكيك الأخلاق وتسهيل سبل الشهوات و تزيينه للناس بفلسفة مقنعة ومبررة، فاستطاعوا السيطرة والتحكم في وسائل الإعلام ومن ثم توجيه الرأي العام، وتكشف اللثام عن الوجه الحقيقي للاستعمار الحديث، وأباطيله وهمجيته، فتدافع عن المقدسات الإسلامية في فلسطين، وتظهر أعمال التخريب والتشويه التاريخي الذي يحاك ضد القدس والمدن الفلسطينية، كذا إظهار دور الصهيونية في تشويه صورة المسلمين وتأليبها للرأي العالمي ضد القضايا المصيرية خاصة قضايا الشرق الأوسط، ويكون ذلك بحنكة إعلامية[1].

[1] طه عبد الله محمد السبعاوي: **أساليب الإقناع في المنظور الإسلامي**، دار الكتب العلمية: بيروت، ط1، 2005م، ص:65.

المبحث الثاني: واقع أداء الفضائيات الاسلامية العربية:

تثير ظاهرة الفضائيات الدينية والبرامج الدينية كثيرا من النقاش؛ إذ تبدو وكأنها تؤطر لجيل جديد، ليس من الناحية العمرية فقط ولكن من الناحية الفكرية من حيث تأثيراتها في خلق توجيهات فكرية دينية، كان مكانها الانفعالي محصورًا- سابقا - في المساجد و المدارس الدينية لتضحى بفضل استخدام هذه الوسيلة الجديدة، أكثر عمومية وشمولية، وهي تخلق نوعا من العادات الجديدة التي تصنع التعاملات اليومية بمرجعية تلفزيونية دينية، لذا كان الواقع يفرض محاولة بيان ما لهذه القنوات وما عليها من خلال تصفح برامجها وتقييم أداء مقدميها ومعدي برامجها، وإظهار محاسنها وبيان نقائصها كالآتي:

المطلب الاول: من حيث محتوى البرامج والقضايا المطروحة:

إن التأثير الإيجابي للفضائيات الدينية على الجمهور يبدو واضحا لدى كل دارس ومهتم بالدراسات الإعلامية؛ لكونه واقع ينسجم مع الظاهرة الدينية المتنامية، ومن ذلك يمكن القول إن هذا الإقبال راجع إلى ما تحمله مضامين البرامج من مميزات ومقومات جعلتها تجذب إليها جماهير متفاوتة ومتنوعة، منها ما يلي:

- تميزت الفضائيات الدينية بوجود برامج متضمنة خطاب دعوي موحد يرمي إلى إبراز حقيقة الدين الذي هو معرفة الخالق، وبيان العقيدة كما اوحى الله عز وجل، ويتدرج هذا الخطاب إلى بيان مجالات الإيمان ومسالك اليقين والطمأنينة، فقد أشارت دراسة نشرت في جريدة الوفد إلى أن% 67 من عينة البحث راضون عن الخطاب الديني في القنوات، وأوضحت الدراسة أن البرامج التي تحمل مضامين وتعرض مبادئ العقيدة الإسلامية في وضوح ويسر جاءت في الترتيب الأول بين المضامين الواجب تقديمها في الخطاب الديني في الفضائيات وذلك بنسبة 31%[1].

كما استطاعت الفضائيات الدينية أن تؤسس إعلاماً بديلاً، وأن تمنح فرصة الاختيار أمام الخيارات المفتوحة، خاصة للجاليات المسلمة عبر أنحاء العالم، والتي تعتبر البرامج الدينية برامج وقائيّة للمسلم ومصدر للمعلومات، كما أنّها ساهمت في نشر علوم اللّغة وتطوير بعض القدرات المعرفية و المنهجية، وأن تتعرض في برامجها للعديد من المجالات؛ كالسياسة العامة والعلاقات الاجتماعية، وكذا

[1] محمد عبد الكافي، **تأملات في الخطاب الديني بالفضائيات العربية**، مجلة الإذاعات العربية، ع1، 2003م، ص:86.

الشؤون العامة والخاصة للمشاهد، واستطاعت من خلال برامجها أن تتعرض للعلاقات الاقتصادية التي تأخذ حيزا من المعالجات التي تضفي على التعامل المادي أبعاداً روحانية تؤطرها وتنظمها ،حتى غدا الشأن الديني لا يمس البرامج المتخصصة فقط؛ ولكن يتعرض للبرامج ذات الصفة الدنيوية بوجه عام.

لوحظ أيضا وجود برامج خاصة بالشباب والتي تحوي فكرة جذابة تعالج بصورة عصرية بعض المشكلات، مع استخدام القصة والمشاهد المتلفزة وطرح الرأي على الشباب داخل الأستوديو وخارجه، إضافة إلى برامج شبابية أخرى تعرض بلغات اجنبية لعرض الإسلام وطرحه بصورة مبسطة[1].

لقد حاولت الفضائيات الدينية تطوير هذه البرامج المستحدثة من حيث طريقة تقديمها ولو بشكل بطيء، فتم الاستعانة بمختلف الأساليب والقوالب الفنية الإعلامية لتمرير الرسالة الإسلامية، كأسلوب جديد يتيح للمتواجدين داخل الأستوديو المشاركة والتفاعل مع ضيوف الحلقة، ومن البرامج التي استخدمت هذا النوع من القوالب برنامج" صناع الحياة " في قناة اقرأ الفضائية[2]. كما استحدثت برامج لطرح قضايا جوهرية تستند إلى فهم عميق للقرآن الكريم والثابت من السنة النبوية مع إعادة فتح باب الاجتهادات في جوانب الخطاب الفقهي[3].

- بروز عدد من الدعاة الذين يتبعون منهج الوسطية في طرح القضايا، والموازنة بين العقل والنقل في طرحهم، والذين أحاطوا بكثير من التوفيق للمنظومة القيمية الإسلامية التي بها تتوازن العلاقات الإنسانية.
- لقد أدرك الغيورون على الدين الإسلامي ما للفن من دور في الرقي بالذوق العام، وما للنشيد الإسلامي من إثبات لهوية الأمة الإسلامية في الوقت الراهن ومراعات للنفس البشرية، فاستطاعت الفضائيات الدينية المساهمة في رواج النشيد الإسلامي وتحويله إلى ذوق جماعي وكان بحق بديلا للأغاني السافرة التي تذاع عبر الفضائيات المتخصصة في ذلك، وما برنامج منشد الشارقة إلا دلالة على ذلك.

---

[1] عبلة الكحلاوي، **البرامج الدينية في القنوات الإذاعية والتلفزيونية العربية**، مجلة الاذاعات العربية، ع4، 2004م، ص:31.

[2] عزة عبد العظيم محمد، **رؤية نقدية للحوارات الدينية في الفضائيات العربية**، مجلة الإذاعات العربية، ع3، 2006م، ص: 61.

[3] محمد عبد الكافي، **تأملات في الخطاب الديني بالفضائيات العربية**، مجلة الإذاعات العربية، ع1، 2003م، ص: 86.

- قامت الفضائيات الدينية بدور أساسي في الدعوة للعودة إلى تحجب النساء المسلمات في المجتمعات التي كانت قد خاضت تجربة الحداثة مبكراً، وكانت نسبة الحجاب فيها قد انخفضت إلى مستويات دنيا، وتستغل هذه القنوات التبعية البصرية من خلال استقدامها لفنانات معتزلات اخترن الحجاب واستخدامهن كمقدمات للبرامج.

لقد عملت الفضائيات الدينية على إيصال رسالة الإسلام ومبادئه إلى الآخر وبلغته الأم، وحاولت تكوين جسر بين المسلمين عبر العالم وبلغات مختلفة.

بالرغم مما قيل إلا أن بعض الفضائيات الدينية تفتقد في عملها للموضوعية وتتجه إلى تسييس الدين، خاصة وأنها ابتعدت كثيرا عن التمييز بين الإسلام كرسالة سماوية تدعو إلى المحبة والتسامح والعدل، وبين الممارسات ذات الغطاء الديني التي يختفي وراءها البعض لتحقيق مآرب سياسية وسلطوية[1]، خاصة انها تابعة لسياسة المكسب والخسارة، ويأتي مبدأ الربح على حساب المادة المنتقاة لخدمة نخبة معينة هم أصحاب رؤوس الأموال، وهذا ما يؤّثر في مصداقيتها.

كما انها من خلال ما قيل آنفا ساعدت على تزايد النزعة التعبوية لمستهلكي المادة الإعلامية الدينية وترويج أبعادها السياسية والعقائدية والنزاعيّة بين أبناء المذاهب والأديان بعضهم بعض، تحت مظلات الدين أو المذهب الواحد أو المدرسة الفقهية الواحدة، وساعدت أجهزة الإعلام الديني أيضا في اتساع النزعات السجالية والازدراء الديني، ومن ثم نمو الكراهية على أساس ديني، والمساهمة في تنميط المعرفة والوعي الديني شبه الجماعي.

إضافة إلى انها تعاني الكثير من عدم وجود رؤية واضحة وهدف معين، فأحيانا تكون مجرد برامج لملء ساعات البث بأي طريقة حتى أنه يلاحظ برامج على قناة واحدة يناقض بعضها الآخر، وأكثر ما يكون ذلك في اضطراب الفتاوى خاصة مع ازدياد عدد المصادر الخاصة بها، فأصبح الجمهور يعاني الآن هوس إعلامي في مجال الفتوى، وهذا راجع إلى الارتباك في تحديد المرجعية، والذي يظهر في الحكم على الكثير من المسائل الاجرائية والسلوكية، هذا الذي يؤّثر على تماسك الرسالة الدينية، بالإضافة إلى مشكلة بعض الدعاة وهي صراعه الداخلي بين حصوله على الشعبية – نتيجة

[1] نصر الدين العيَّاضي، **البرمجة الرمضانية في القنوات التلفزيونية العربية :ملاحظات نقدية**، مجلة الإذاعات العربية، ع1، 2003م، ص:50.

إثارة الجماهير و تهيجها-، وبين الاتجاه للاستغلال الأمثل لوسائل الإعلام، هذا التضارب والتناقض يؤدي إلى نوع من البلبلة الفكرية واضطراب في نفسية المستفتي[1].

ويلاحظ أن البرمجة في الفضائيات الدينية تغلب عليها برامج الرقائق على حساب تناول القضايا الحيوية، حيث يتم الاكتفاء بتقديم برامج ايمانية ناعمة تتناول التدين اللذيذ، من أجل تغذية الجوانب العاطفية دون حفز للصيد الثقافي والمعرفي للمسلم، كما حصرت البرامج في مجال العقيدة والفقه وجمّدت باقي المجالات بالرغم من أهميتها، إضافة إلى تركيز غالبية البرامج الدينية على المضمون الديني الذي يعتمد على المعلومة الدينية والتوجيه المباشر، كما تعمد معظم البرامج الدينية إلى تقديم مضمونها ومادتها في قوالب تقليدية.

تعاني البرامج الدينية المعروضة على الفضائيات الدينية من كثرة الوعظ المرئي مع ما يعانيه من اجترار للمعلومات الفقهية والتي يزيد عمرها أكثر من ألف وأربعمئة عام، والجمود والتقوقع الذي لا يأخذ بعين الاعتبار الوسيلة المرئية (التلفزيون)؛ إذ انها تنقل دون تحوير الأحاديث الدينية التي تجري في فضاء الاتصال الشفوي المباشر إلى حقل الاتصال المرئي، وهذا ما ادى بالبعض الى وصفها بالرداءة الفنية[2].

كما انها تعاني من الجمود والرتابة، وإغفالها لعناصر التشويق التلفزيونية والاكتفاء بالبرامج الحوارية والمواجهات، فالبرامج الحوارية ليست القالب الوحيد الذي يفترض أن تعتمد عليه ولابد من تقديم الأعمال الدرامية المعاصرة والمسابقات.

- عرض البرامج الهادفة الداعية إلى الاستقامة والهداية خارج الذروة، حيث يلاحظ أنه من الضروري اختيار الأوقات المناسبة التي تسمح باستقطاب جمهور عريض من أجل متابعتها[3] ،خاصة وأن البرمجة التلفزيونية شهدت تطورا كبيرا، وأصبحت تستند إلى دراسات ميدانية اجتماعية نفسية؛ هذه الأخيرة التي تسعى للغوص في أعماق نفسية المتلقي والاطلاع على تفاصيل الإيقاع الاجتماعي، من أجل خلق عادات جديدة للمشاهدة[4]، لكن البرمجة في الفضائيات الدينية كثيرا ما تخضع

[1] اديب خضور، مرجع سابق، ص:67.

[2] المرجع نفسه، ص: 64،65.

[3] محمد كامل عبد الصمد، **التلفزيون بين الهدم والبناء**، مرجع سابق، ص: 29.

[4] نصر الدين العياضّي، **البرمجة الرمضانية في القنوات التلفزيونية العربية :ملاحظات نقدية**، مرجع سابق، ص: 47.48.

للارتجال والفوضى وعدم التحكم فيها، فيلاحظ إعادة برامج لأكثر من مرة في اليوم وفي أوقات متقاربة.

المطلب الثاني: القائمين على البرامج (القائم بالاتصال)

من المتعارف عليه أن العمل الإعلامي لا يرقى إلى المستوى المطلوب إلا إذا كان هناك قائم بالاتصال ومعد برامج ومخرج وغيرهم من التقنيين والفنيين يمتازون بالتمكن والتميز والقدرة على إخراج هذا العمل بحلة تبهر الجمهور، والفضائيات الاسلامية كغيرها من الوسائل الإعلامية تسعى إلى جذب أكبر قدر من الجماهير خاصة وأن برامجها تتسم بالتجدد والتأصيل، لذلك سعت إلى الاستعانة بدعاة ومشايخ لضمان نجاحها الإعلامي.

ولقد لوحظ وجود الكثير من الدعاة ممن يتبعون أسلوبًا مميزًا ومنهجًا حديثًا للتواصل مع فئات الشباب، حتى الذين ليست لديهم قاعدة ثقافية ولا خلفية عن مثل هذه البرامج تجدهم ينبهرون لأسلوب الحوار العلمي ومنهجية التواصل التي تنطوي على أرقى أساليب مخاطبة الآخر.

وقد تجلى ذلك التجانس من خلال الكثير من البرامج والدعاة الذين زادت شعبيتهم وأصبح ظهورهم غير مقتصر على الفضائيات الاسلامية فقط، وإنما صرنا نشاهدهم في قنوات أخرى، وبهذا الأسلوب استطاع هؤلاء المشايخ والعلماء كسر الحاجز الذي كان قائمًا بينهم وبين الكثير من القنوات، وأثبتوا حقيقة أن المسلم أينما وجد فهو أحق الناس بالحكمة متى ما عثر عليها، خاصة وأن بعض المشايخ تميز أيضا بالأسلوب الدعوي المرن، والنهج السهل والفكر العميق والطرح الوسطي، كذلك المعالجة العصرية لقضايا الشباب.

بالرغم مما قيل فإن هؤلاء الدعاة قد يعتري عملهم النقص في الكثير من المجالات وفي العديد من الجوانب على النحو الآتي:

- تفتقر الفضائيات الاسلامية للأطر المدربة المتخصصة في المجال الذي تختص القناة بتقديمه للجمهور، خاصة معدي ومقدمي البرامج أنه يغلب عليهم عدم الخبرة المهنية في قواعد وأساليب الإعداد التلفزيوني وتقديم البرامج المرئية[1]، ويعتريهم النقص في امتلاك أساليب إدارة الحوار، ويظهر ذلك أثناء قيام هذا الأخير بمقاطعة الضيوف وهم يجيبون على أسئلة المشاهدين، أو بصدد بيان

[1] أنور بن علي العسيري، **الإعلام الإسلامي في القنوات الفضائية**، من خلال الموقع http://islamtoday.net، يوم الزيارة 04/11/ 2015، الساعة 12:25 صباحا.

وتوضيح قضية فيها من الإشكالات الكثيرة، بحجة ضيق الوقت أو إضافة تعليق بعيد عن القضية الأساسية، كما تفتقد هذه الكوادر للوعي الكامل والصحيح للإسلام، بل انّها أحيانا تسوق لبضاعة تجارية وليس لمادة اعلامية قائمة على الثقافة الدينية، فترى بعض القنوات تلجأ وتبحث عن أسماء اعلامية شهيرة، دون أن تضع بعين الاعتبار تحليها بالدراية العلمية الواسعة، وبمدى توافق ثقافة الداعية مع أهداف القناة.

وهذا ما لوحظ أيضا من خلال دخول الدعاة والفنانات المعتزلات الصراع بين القنوات، فأخذت كل قناة تنافس القناة الأخرى لاستقطابهم كونهم أصبحوا ورقة في هذا الصراع وتحاول الفوز بهم، ومعظم القنوات الاسلامية الآن أصبحت تعلن عن نفسها من خلال هذه الأسماء وليس من خلال المضمون الذي يذاع للناس، ولا للخدمة الدينية التي يمكن تقديمها للجمهور.

المطلب الثالث: الاداء الاعلامي للفضائيات الاسلامية العربية

ما يلاحظ على برامج الفضائيات الدينية أنّها لا تراعي خصائص وأساليب الاتصال، و تفتقد إلى انتقاء الوسيلة والمدح المقنع وآليات التأثير المناسبة، واستخدام الشكل الفني المناسب للموضوع والجمهور المستهدف للوسيلة أيضا، والهدف المتوخى تحقيقه، ومثال ذلك استخدام مدخل إقناعي ذهني مناسب للتأثير على الأطفال، أو استخدام برنامج ما مدخلا إقناعي عاطفيا للتأثير على جمهور المثقفين، وهذا يستدعي ممارسة الإعلام الديني وفق قوانين علم الإعلام ونظرياته، كما انها تفتقر للكثير من المقومات المطلوبة لإيصال الرسالة الإعلامية لجمهور المشاهدين على اختلاف مستوياتهم الثقافية والاجتماعية.

يلاحظ على الفضائيات الاسلامية الفوضى الجمالية والهشاشة الحرفية في الأداء الإعلامي، فالمتأمل يرى ويحس بأن هناك خلل واضح للعيان، فاللغة البصرية للشاشة رديئة ومبتذلة، وتناسق الإضاءة يعاني فقرا بصريا واضحا، وحركات الكاميرا وانتقالات المونتاج مفاجئة وفوضوية[1].

كما يلاحظ على الديكور المعتمد في غالبية البرامج الدينية عبر الفضائيات الاسلامية أنه ديكور يوحي بالصورة النمطية لبرنامج ديني، يفتقد إلى روح الإبداع والتجدد والحيوية التي وجب أن يتحلى بها المقدم، والإضافات الفنية التي تزين خلفية المقدم وتظهر مدى ملاءمتها للعصر ومواكبتها

[1] **الفضائيات العربية...خطاب أصولي وتضليل إعلامي**، من موقع **http://www.alhurriatv.com/articles**، الساعة 23:23 مساء، يوم الزيارة 2015/04/16.

للتطورات خاصة وأن الصورة التلفزيونية الآن أصبحت من بين أساليب الإقناع وحمل الآخر على كسب معتقدات وأفكار قد يكون مخالفا لها في يوم من الأيام.

لذا فعلى الفضائيات الاسلامية لكي تتجنب الإخفاق الإعلامي الذي أصاب البعض أن تعمد على إجراء إصلاحات جذرية على مستوى المضمون والخطاب، وتتجاوز الآليات التقليدية إلى نوع من المنهج العلمي، وحكم كهذا يستند إلى قراءة اولية تتمثل في كون أي وسيلة تتبع خطابا موجها تمتاز بثبوتها على منحى واحد نادرا ما تجد التجديد على عكس المتلقي المتجدد بطبعه والباحث عن التغيير المقيم على الساحة الإعلامية، ولا يزال المتتبع يلمس قصور المادة الإعلامية في مسح جغرافية الانتشار ذات التعدد المتشعب ثقافيا لذلك عليها:

- عزل رغبات وسياسات جهات التمويل عن الخط التحريري وذلك من خلال اعتماد آليات التوازن والموضوعية بدل السطحية في التعامل مع المتلقي، وإيجاد صيغة تجعل الوعي الديني يتفق ويتناسب مع عقلية الشباب المسلم في القرن المعاصر؛ الذي يريد التفتح على دينه، والعمل به وهذا لا يكون إلا إذا استخدمنا معه أساليب الإقناع العلمية، فيكون مقتنعا عندما نقدم له الإسلام المستنير، وليس أن نلهيه بكثرة برامج المسابقات والكاميرا الخفية.
- الاستعانة بالأفلام التسجيلية والمواد التعليمية الأخرى واستخدام الموسيقى المتناسبة مع طبيعة المادة المعروضة، مع ضرورة الإكثار من إنتاج البرامج المباشرة وعدم الاقتصار على البرامج المسجلة أو البرامج ذات المواضيع الدينية المعينة، ومنح المتابع فرصة كافية للاستراحة والترفيه تتناسب مع معدلات المرونة ولا تتجاوزها إلى الخطوط الحمراء، والاستعانة بالكاريكاتور وبرامج الاطفال وتزيين ذلك بألوان الفكر الإسلامي مع التركيز على المواضيع العقائدية أكثر من طقوس العبادة.
- تحسين بيئة العمل للموظفين والعاملين في تلك القناة عن طريق إقامة دورات للكوادر العاملة بغية مواكبة المستجدات في عالم الإعلام والتكنولوجيا الاتصال الجماهيري والاهتمام بالكفاءات العاملة في حقلها إدارةً واعدادا وتقديما.
- تناول المواضيع والقضايا الحساسة دينيا بروح بعيدة عن التشنج وأساليب احتكار الحقيقة لئلا تبقى ساحة الخوض في نقاش تلك المواضيع حكرا على الفضائيات ذات الطابع العلماني، وبذلك نكوّن رأي يحس بالانتماء ويتابع القضايا والمشكلات المطروحة ويساهم في مناقشتها[1].

[1] عماد الدين الرشيد: **الإعلام المعاصر: رؤية نقدية**، نحو القمة للنشر والتوزيع: حمص، سوريا، ط1، 2009م، ص:50.

- تقديم فقرات دينية تتخلل البرامج المختلفة خاصة للشباب والمراهقين، تكون متخصصة في الآداب والأخلاق الإسلامية، تكون على شكل إعلانات تقدم بشكل جذّاب من أجل نشر ثقافة فن التعامل الإسلامي بين الناس وترسيخها وتتم رعايتها من طرف شركات تضمن تمويل البرامج الدينية وتقديمها بشكل ديني لائق، كما أن ضرورة تجديد مضامين الخطاب الإسلامي تظهر بصورة جلية؛ وهذا في إطار التمسك بالثوابت وحسن فهم المتغيرات المعاصرة والتعامل معها، فيتجدد الخطاب ويرتقي إلى المستوى الذي يجعله مسايرا للتغيرات، مستجيبا للطموحات، ومنسجما مع هوية الامة ومعبراً عن خصوصياتها ومدافعا عن مصالحها، وبذلك نكوّن خطاباً متناسقاً موضوعياً يستجيب لآفاق الفكر الإنساني.
- تضمين البرنامج العام نشرات الأخبار وبرامج سياسية تحليلية تحاول بقدر الإمكان فتح الملفات المغلقة أمام متابعيها لما لهذه البرامج من جمهور واسع تصل نسبته في العالم العربي حسب الإحصائيات حوالي% 40 ، مع استحداث أو زيادة مشروع الأكاديمية الرصينة لطرح قضايا الدين مما يصب في فكرة ومقولة دأب البعض على تسويقها جزافا على انّها من قبل المسلمات.
- اعتماد اللغة العربية المعاصرة التي تمتاز؛ بالبساطة وتخلو من اللكنة واللحن والتعقيدات اللغوية غير المناسبة للوضع العربي، وترك حيّز معقول للّغات الأجنبية للتعريف بالحقيقة الثقافية والقيم الحضارية والعربية الإسلامية من جهة، والرد على الحملات المستمرة ضد الإسلام من جهة أخرى، بسبب وجود فجوة معرفية بين الشعوب، كل ذلك باستخدام وتوظيف الابتكار والإبداع في الإخراج بالاستعانة بأحدث التقنيات في مجالات الصورة والصوت، سواء في الشكل أو المضمون.
- تعاون المنظمات الإعلامية كاتحاد إذاعات الدول العربية، واتحاد وكالات الأنباء العربية، وغيرها من المؤسسات من أجل تقديم ما يحتاجه الإعلام العربي وتطويره وتنميته وترقية مستواه[1]، إضافة إلى الاهتمام باحتياجات المسلم الفكرية والاجتماعية والرياضية وكافة شؤون حياته، وذلك بوضع استراتيجية واضحة للبرامج الدينية، خاصة إذا استطاعت أن تثير هذه البرامج كوامن العواطف وشهية الاطلاع ورغبة المتابعة التي تكون من خلال الإلقاء الجيد، وحسن اختيار المواضيع وجدية مناقشتها، مع إعطائها الجدية والوقت المناسبين[2]، و تقديم برامج يكون طابعها تثقيفي، بمعنى انّها

[1] عبد القادر طاش، **مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي**، كتاب الأمة(28) ، مركز البحوث والمعلومات برئاسة المحاكم الشرعية والشؤون الدينية، ط1، قطر، 1991م، ص:56.

[2] زوبير زرزايحي، **مشاهدة طلبة جامعة جيجل الفضائيات العربية الدينية الإسلامية**، مرجع سابق، ص: 60.

تقدم الأديان بغرض التعريف بها، وبماهيتها، و المقارنة بين التفسيرات المختلفة من أجل جذب الطبقة المثقفة.

- إعطاء دور مهم للمرأة في إدارة المقابلات وصناعة البرامج الميدانية، والاعتماد على كوادر اعلامية رجالية ونسائية تمتاز بقابلية عقد روابط ألفة ومحبة مع الجمهور وهو المصطلح الذي أطلق عليه (الكاريزما أو الحضور).
- قياس مدى التأثير الذي تحدثه الفضائيات الاسلامية على الجمهور؛ من خلال اتباع طرق استطلاع الرأي و الاستبيانات، لأن ذلك من أهم مؤشرات النجاح بالنسبة للوسيلة الإعلامية فيتجلى من خلال ذلك مدى القدرة في تشكيل التفكير، والسلوك، وتغير مسارات الوعي الجماهيري، أو كما يقول عالم الاجتماع الألماني "نيكولاس لومان" بأن" نجاح الإعلام قائم أولاً وأخيراً على قدرته على فرض أجندة جديدة المحتوى والأسلوب على المجتمع"، كما أن احتمالات الفشل والإخفاق يكمن في الإصابة بمرض التوهم بإحراز مستويات كافية من النجاح خاصة لدى القائمين على إدارة تلك الفضائيات.
- الاعتماد على أسلوب الدورات التكوينية للقائمين بالاتصال في القنوات الاسلامية؛ من حيث الأساليب الإدارية، العمل الإعلامي، التأهيل الديني.
- تصحيح المفاهيم الخاطئة ومخاطبة العقل والوجدان وتنمية المشاعر الحضارية الموحدة لدى المسلمين جميعا، وتحصينها ضد الاستجلاب الثقافي، فيجب أن يتحلى بالمصداقية، والإقناع والتقنية الحرفية، والموضوعية والغنى المعلوماتي، والاستقلالية، والوضوح البصري واللغوي ودقة المعلومات.
- إنتاج برامج تدخل إصلاحات على الثقافة الشعبية، وتغربلها من التشوهات البدعية والخرافية التي لحقت بها جراء النكبات التي مرت بها الأمة الإسلامية، ومحاولة محاصرة الأفكار المنحرفة التي يقوم البعض بنشرها عن طريق قنوات فضائية معروفة، من أجل إغراق الفرد المسلم في متاهات الإفلاس الروحي والحضاري، وهذا يكون بعرض المنهج الرباني والسني في كثير من القضايا الاجتماعية التي تهم الجمهور.

الفصل الثالث

الفصل الثالث

اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الاسلامية العربية

المبحث الأول: عادات وانماط مشاهدة الشباب الجزائري للفضائيات الاسلامية العربية.

المبحث الثاني: دوافع تعرض الشباب الجزائري للفضائيات الإسلامية والإشباعات المحققة من ذلك.

المبحث الثالث: تقييم الشباب الجزائري للفضائيات الإسلامية العربية:

المطلب الأوّل: القنوات بشكل عام.

المطلب الثّاني: البرامج الاسلامية.

المطلب الثّالث: القائم بالاتصال.

المبحث الأول: عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجزائري للفضائيات الاسلامية العربية

1. هل تشاهد الفضائيات الإسلامية (دائماً، أحياناً، نادراً)

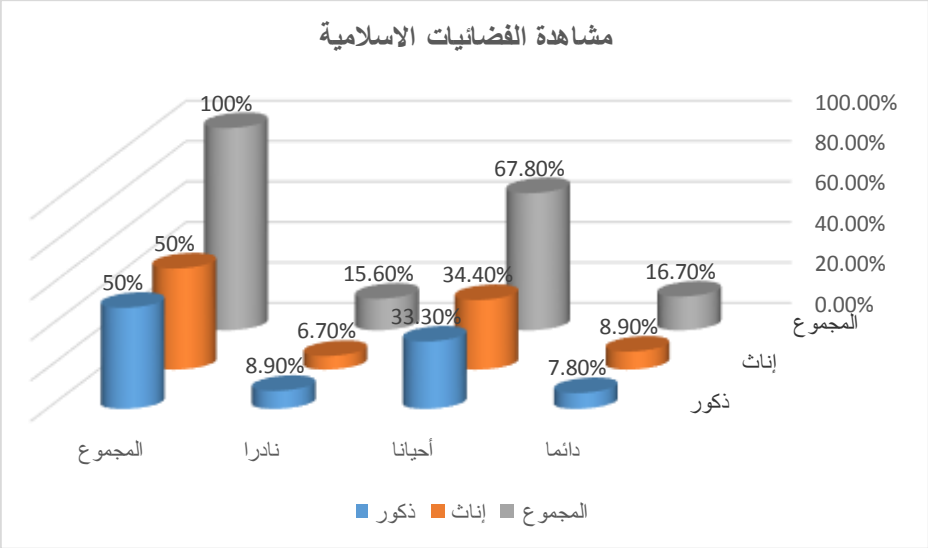
يمثل الجدول التالي تكرارات ونسب مشاهدة الشباب للفضائيات الاسلامية –دائما، احيانا أو نادرا–حسب متغير الجنس.

الجدول رقم (4): توزيع عينة الدراسة حسب عادات المشاهدة مع متغير الجنس.

	دائما		أحيانا		نادرا		المجموع	
	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%
ذكور	7	%7.8	30	%33.3	8	%8.9	45	50%
إناث	8	%8.9	31	%34.4	6	%6.7	45	%50
المجموع	15	%16.7	61	%67.8	14	%15.6	90	%100

يوضح الجدول اعلاه ان اعلى نسبة مشاهدة تقدر بـ 67.8% لمن يشاهدون الفضائيات الاسلامية " احيانا" بحيث تشاهد الاناث بنسبة 34.4% اما الذكور بنسبة 33.3%. اما مشاهدة الفضائيات الاسلامية "دائما" بنسبة 16.7% بحيث للإناث 8.9% و7.8% للذكور، في حين يشاهد الذكور "نادرا" بنسبة 8.9% اما الاناث بنسبة 6.7%.

الرسم البياني رقم (1): يوضح النسب المئوية لمشاهدة الشباب للفضائيات الاسلامية، دائما، احيانا ونادرا.



من خلال الجدول والرسم البياني نستنتج ان نسبة 16.7% فقط من الشباب يشاهدون الفضائيات الاسلامية دائما، في حين نسبة 15.6% نادرا ما يشاهدون الفضائيات الاسلامية، و67.8% يشاهدون من حين الى آخر اي احيانا.

2. كم عدد ساعات مشاهدتك للفضائيات الإسلامية العربية

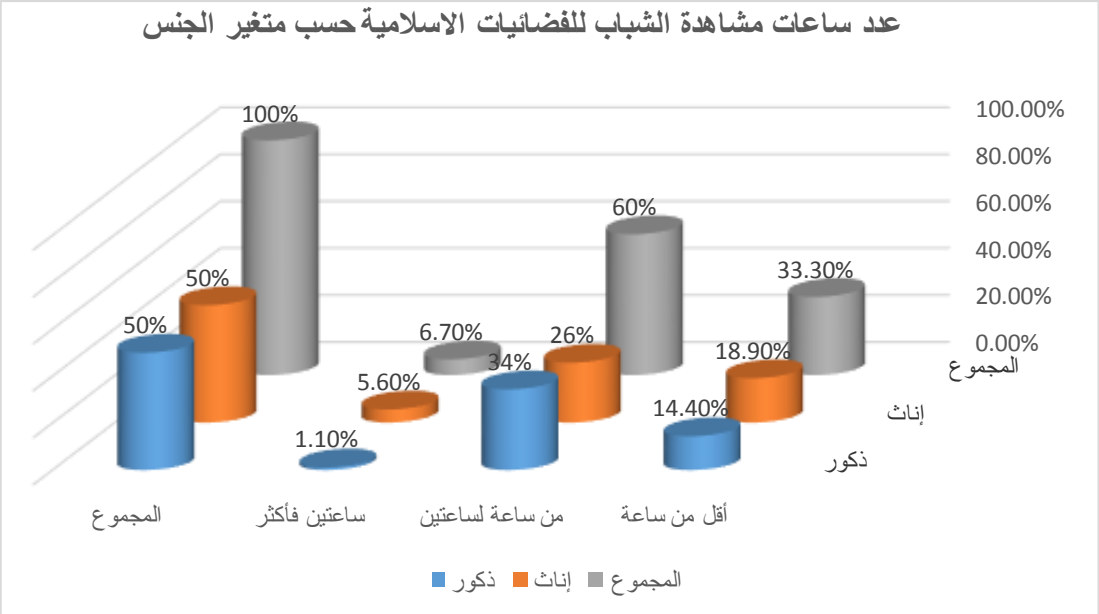
يمثل الجدول التالي عدد ساعات مشاهدة الشباب الجزائري للفضائيات الاسلامية حسب متغير الجنس:

الجدول رقم(5): عدد ساعات مشاهدة الشباب للفضائيات الاسلامية حسب متغير الجنس

	أقل من ساعة		من ساعة لساعتين		ساعتين فأكثر		المجموع	
	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%
ذكور	13	%14.4	31	%34.4	1	%1.1	45	%50
إناث	17	%18.9	23	%25.5	5	%5.6	45	%50
المجموع	30	%33.3	54	%60	6	%6.7	90	%100.0

يبين لنا الجدول اعلاه ان أكبر نسبة مشاهدة للفضائيات الاسلامية هي "من ساعة الى ساعتين" بحيث تقدر بـ 60%، مقسمة على الذكور والاناث، فالذكور بنسبة 34.4% اما الاناث 25.5%، اما أدنى نسبة هي 5.6% و1.1% بالنسبة للمشاهدة ساعتين فأكثر للإناث والذكور.

الرسم البياني رقم (2): عدد ساعات مشاهدة الشباب للفضائيات الاسلامية حسب متغير الجنس



من هنا نستنتج ان الشباب يشاهدون الفضائيات الاسلامية من ساعة الى ساعتين بنسبة 60%، والذكور أكثر من الإناث بنسبة 34.4%. وهذا ما يفسر ان الذكور يميلون أكثر الى مشاهدة الفضائيات الدينية في ساعات طويلة، اما أدنى نسبة مشاهدة فهي "من ساعتين فأكثر" حيث تقدر بـ 1.1%.

3- ماهي الفترة التي تفضلها لمشاهدة الفضائيات الإسلامية؟

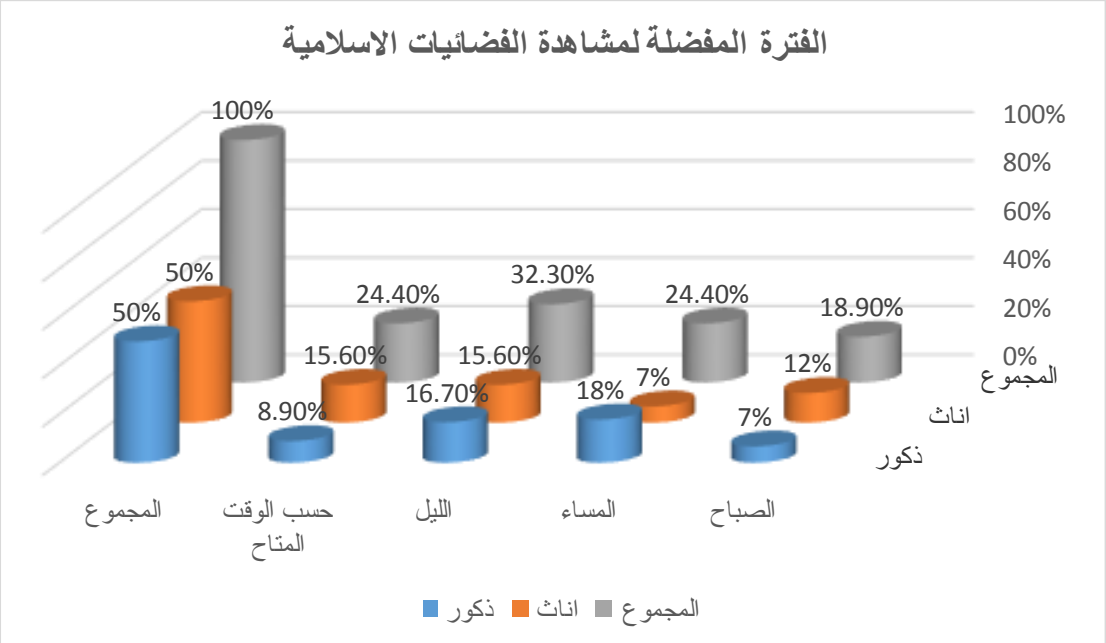
يمثل الجدول التالي الفترة المفضلة لمشاهدة الشباب الجزائري للفضائيات الإسلامية حسب متغير الجنس.

الجدول رقم(06): تكرارات ونسب مشاهدة الفضائيات الإسلامية حسب متغير الجنس.

	الصباح		المساء		الليل		حسب الوقت المتاح		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
ذكور	6	%6.7	16	%17.8	15	%16.7	8	%8.9	45	%50
اناث	11	%12.2	6	%6.7	14	%15.6	14	%15.6	45	%50
المجموع	17	%18.9	22	%24.4	29	%32.3	22	%24.4	90	%100

من خلال الجدول يتضح لنا ان معظم الشباب يفضلون مشاهدة الفضائيات الاسلامية في الليل بنسبة 32.3%، بنسب متقاربة بين الذكور والاناث؛ 16.7% و15.6%، تليها الفترة المسائية بنسبة 24.4% مقسمة بين الذكور 17.8% والاناث 6.7%. والمشاهدة حسب الوقت المتاح بنسبة 24.4%، 15.6% للإناث و8.9% ذكور. اما بالنسبة للفترة الصباحية فتقدر النسبة بـ 18.9%، مقسمة بين الاناث 12.2% والذكور 6.7% وهي أدنى نسبة.

الرسم البياني رقم (3): الفترة المفضلة لمشاهدة الفضائيات الإسلامية



ومن هذا الوصف للجدول رقم (4) نستخلص ان الفترة الليلية(السهرة) هي الفترة المفضلة لدى الشباب لمشاهدة الفضائيات الاسلامية سواء عند الذكور او الاناث، اما الفترة المسائية فنجد الذكور أكثر اقبالا للمشاهدة من الاناث، في حين يشاهد الاناث الفضائيات الاسلامية حسب الوقت المتاح بنسبة 15.6%.

4- لماذا تفضل هذه الفترة للمشاهدة؟

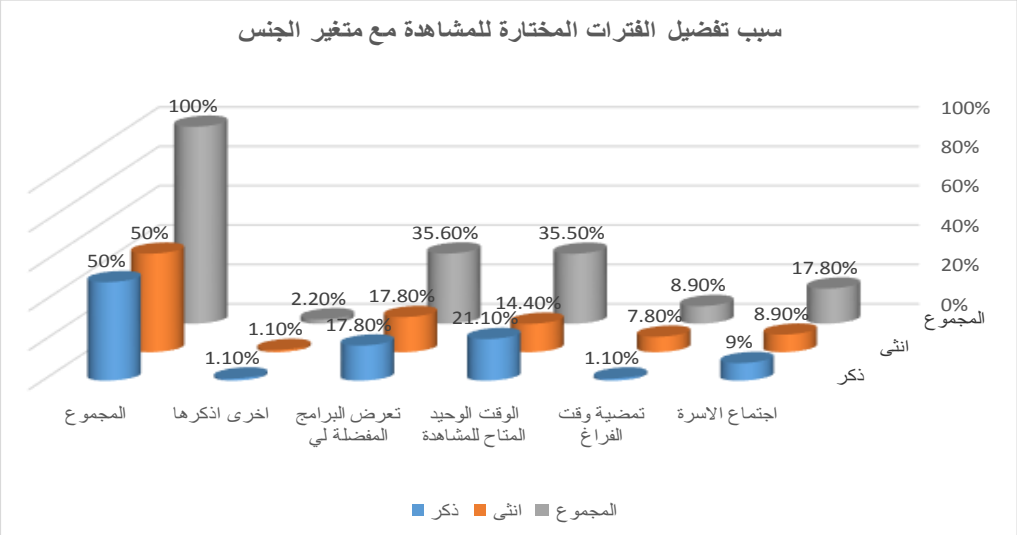
يمثل الجدول ادناه نسب وتكرارات توضح سبب رغبة الشباب في مشاهدة الفضائيات الاسلامية في الفترات التي تم اختيارها حسب متغير الجنس.

الجدول رقم(7): سبب تفضيل الفترات المختارة للمشاهدة مع متغير الجنس

	ذكر		انثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
اجتماع الاسرة	8	%8.9	8	%8.9	16	%17.8
تمضية وقت الفراغ	1	%1.1	7	%7.8	8	%8.9
الوقت الوحيد المتاح للمشاهدة	19	%21.1	13	%14.4	32	%35.5
تعرض البرامج المفضلة لي	16	%17.8	16	%17.8	32	%35.6
اخرى اذكرها	1	%1.1	1	%1.1	2	%2.2
المجموع	45	%50	45	%50	90	%100

يبين الجدول اعلاه ان سبب رغبة الشباب في مشاهدة الفضائيات الاسلامية في هذه الفترات بالذات هو انها الوقت الوحيد المتاح للمشاهدة بنسبة 35.5% واتفق الذكور على هذا السبب بنسبة 21.1% اما الاناث 14.4%، وايضا 35.6% لمن اجاب لأن فيها تعرض البرامج المفضلة والمميزة لدي واتفق الجنسين من الذكور والاناث على هذا السبب بنسبة 17.8%. اما بالنسبة لأنه الوقت الذي تجتمع فيه الاسرة فتقدر النسبة بـ 17.8%(8.9% للذكور والاناث)، في حين كانت أدنى نسبة هي لتمضية وقت الفراغ بنسبة 8.9%(1.1% للذكور و7.6% للإناث).

الرسم البياني رقم (4): سبب تفضيل الفترات المختارة للمشاهدة مع تغيير الجنس



من خلال هذا الجدول نستنتج ان السبب الرئيسي لاختيار هذه الفترات للمشاهدة هو لأن البرامج المفضلة للشباب تعرض في هذه الفترة المختارة وكذا لأنها الوقت الوحيد المتاح للمشاهدة.

كما نستنتج انه لا يوجد اختلاف كبير في سبب اختيار الفترة بين الذكور والاناث لأن النسب كانت متقاربة جدا.

5- مع من تشاهد الفضائيات الاسلامية؟

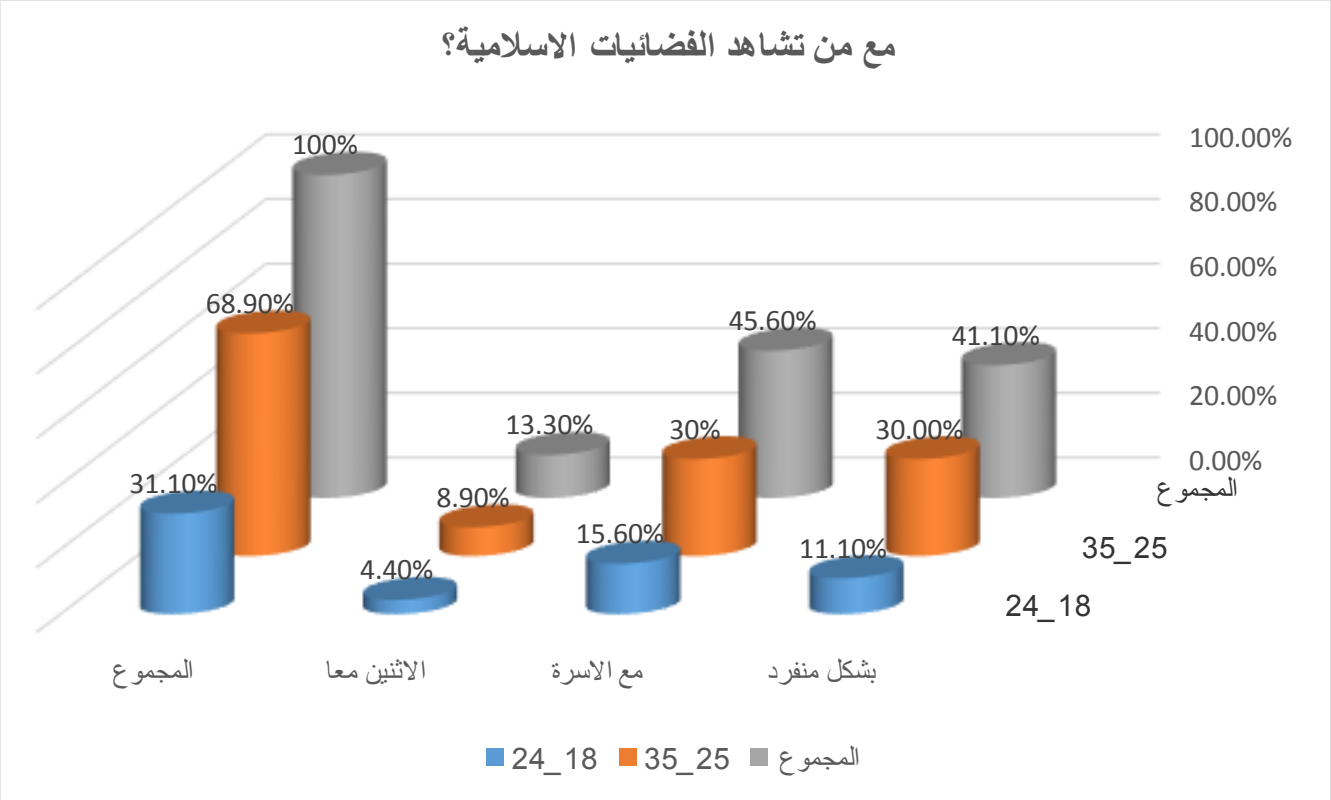
يوضح الجدول ادناه نسب وتكرارات حول مع من يفضل الشباب مشاهدة الفضائيات الاسلامية حسب متغير الجنس.

الجدول رقم(8): يوضح مع من يشاهد الشباب الفضائيات الاسلامية حسب متغير السن

	بشكل منفرد		مع الاسرة		الاثنين معا		المجموع	
	تك	%	تك	%	تك	%	تك	%
24_18	10	%11.1	14	%15.6	4	%4.4	28	%31.1
35_25	27	%30	27	%30	8	%8.9	62	%68.9
المجموع	37	%41.1	41	%45.6	12	%13.3	90	%100

يبين لنا الجدول اعلاه ان اعلى نسبة مشاهدة الشباب للفضائيات الاسلامية تتراوح بين 45.6% لمن يشاهدون مع الاسرة و41.1% يشاهدون بشكل منفرد، بحيث اغلب الشباب هم من الفئة العمرية من 25 الى 35 سنة بنسبة 30% سواء مع الاسرة او على انفراد، اما بالنسبة للفئة العمرية من 18 الى 24 سنة فأغلبهم يشاهدون الفضائيات الاسلامية مع الاسرة.

الرسم البياني رقم (5): مع من تشاهد الفضائيات الإسلامية.



المبحث الثاني: أسباب تعرض الشباب الجزائري للفضائيات الإسلامية والإشباعات المحققة من ذلك

1- ما نوع الفضائيات الإسلامية التي يتعرض لها الشباب الجزائري؟

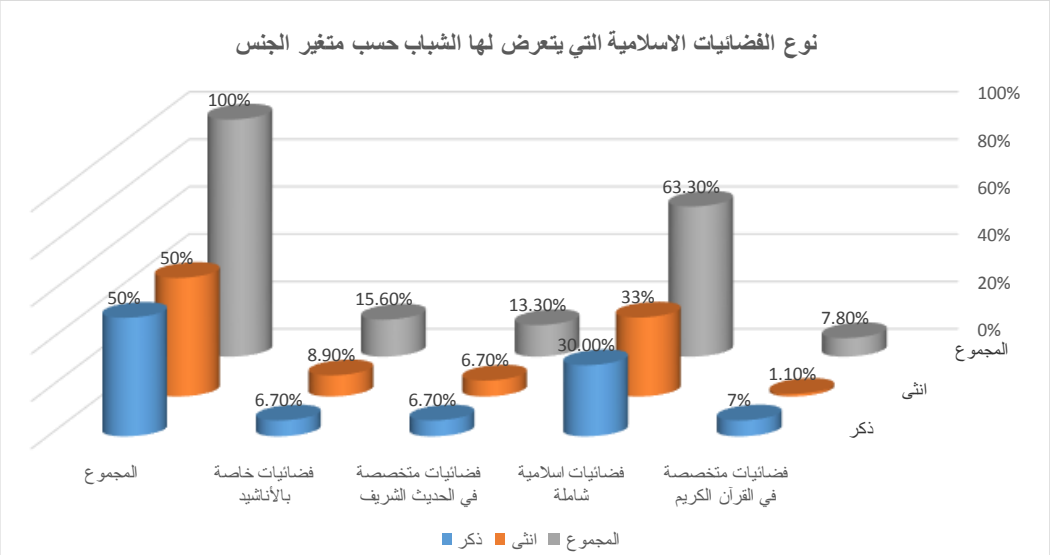
يمثل الجدول أدناه تكرارات ونسب نوع الفضائيات الإسلامية التي يتعرض لها الشباب الجزائري حسب متغير الجنس.

الجدول رقم (9): نوع الفضائيات الاسلامية التي يتعرض لها الشباب حسب متغير الجنس

	ذكر		انثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
فضائيات متخصصة في القرآن الكريم	6	%6.7	1	%1.1	7	%7.8
فضائيات اسلامية شاملة	27	%30	30	%33.3	57	%63.3
فضائيات متخصصة في الحديث الشريف	6	%6.7	6	%6.7	12	%13.3
فضائيات خاصة بالأناشيد	6	%6.7	8	%8.9	14	%15.6
المجموع	45	%50	45	%50	90	%100

من خلال الجدول اعلاه يتضح لنا جليا ان معظم الشباب يفضلون الفضائيات الاسلامية الشاملة بنسبة 63.3% مقسمة على الاناث 33.3% والذكور 30% وهي نسب متقاربة جدا، تليها الفضائيات الخاصة بالأناشيد الدينية بنسبة 15.6 %، اما بالنسبة للفضائيات الخاصة بالحديث الشريف وعلومه والفضائيات المتخصصة في القرآن الكريم وعلومه فتتراوح نسبها بين 13.3% و7.8%.

الرسم البياني رقم (6): نوع الفضائيات الإسلامية التي يتعرض لها الشباب حسب متغير الجنس



2- ما نوع البرامج الإسلامية التي تتعرض لها؟

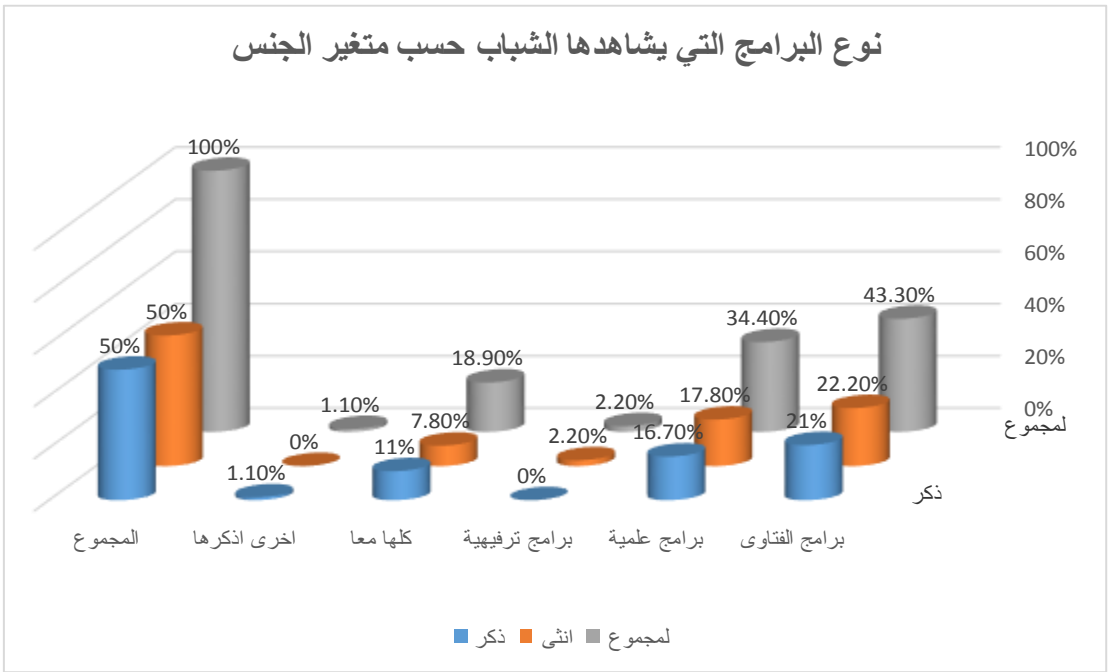
يوضح الجدول التالي النسب المئوية والتكرارات لنوع البرامج التي يفضل الشباب مشاهدتها

الجدول رقم(10): التكرارات والنسب المئوية لنوع البرامج التي يشاهدها الشباب حسب متغير الجنس

	ذكر		انثى		مجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
برامج الفتاوى	19	%21.1	20	%22.2	39	%43.3
برامج علمية	15	%16.7	16	%17.8	31	%34.4
برامج ترفيهية	0	0	2	%2.2	2	%2.2
كلها معا	10	%11.1	7	%7.8	17	%18.9
اخرى اذكرها	1	%1.1	0	0	1	%1.1
المجموع	45	%50	45	%50	90	%100

يبين الجدول اعلاه ان البرامج الفتاوى استحوذت على اعلى نسبة مشاهدة بسبة 43.3% مقسمة بين الذكور والاناث بنسب متقاربة جدا 21.1% و22.2%، تليها البرامج العلمية بنسبة 34.4% وايضا مقسمة على الذكور والاناث بنسب متقاربة جدا 16.7% و17.6%. وأدنى نسبة فهي للبرامج الترفيهية 2.2%، في حين اختارت نسبة 18.9% كل هذه البرامج.

الرسم البياني رقم (7): نوع البرامج التي يشاهدها الشباب حسب متغير الجنس



3-لماذا ترغب في مشاهدة هذه البرامج؟

يوضح الجدول التالي تكرارات ونسب سبب رغبة الشباب في مشاهدة البرامج الاسلامية

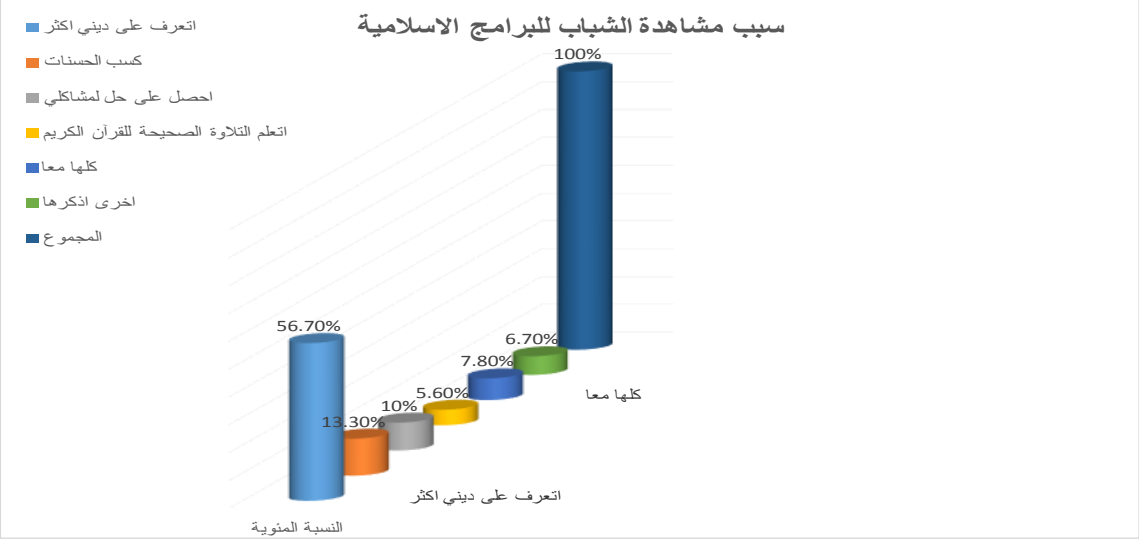
الجدول رقم (11): التكرارات والنسب المئوية لسبب مشاهدة الشباب للبرامج الاسلامية

	التكرار	النسبة المئوية
اتعرف على ديني أكثر	51	%56.7
كسب الحسنات	12	%13.3
احصل على حل لمشاكلي	9	%10
اتعلم التلاوة الصحيحة للقرآن الكريم	5	%5.6
كلها معا	7	%7.8
اخرى اذكرها	6	%6.7
المجموع	90	%100

من خلال الجدول اعلاه يتضح لنا ان معظم الشباب يشاهدون البرامج الاسلامية من اجل التعرف على دينهم أكثر بنسبة 56.7%، تليه نسبة 13.3% يشاهدون البرامج بهدف كسب الحسنات، في حين يحاول 10% من الشباب الحصول على حل لمشاكلهم من خلال البرامج الاسلامية، اما نسبة 7.8% يرغبون في مشاهدة البرامج الاسلامية لتلبية الرغبات المذكورة اعلاه، اما نسبة 6.7% اجابوا لأسباب اخرى تمثلت في:

- اشاهد البرامج الاسلامية للتسلية فقط وتمضية وقت الفراغ.
- اشعر بالارتياح والاطمئنان.

الرسم البياني رقم (8): سبب مشاهدة الشباب للبرامج الإسلامية.



4-ما هو السلوك الذي يظهر عليك بعد مشاهدتك لهذه البرامج؟

يبين الجدول التالي تكرارات والنسب المئوية للسلوك الذي يظهر على الشباب بعد مشاهدتهم للبرامج الاسلامية.

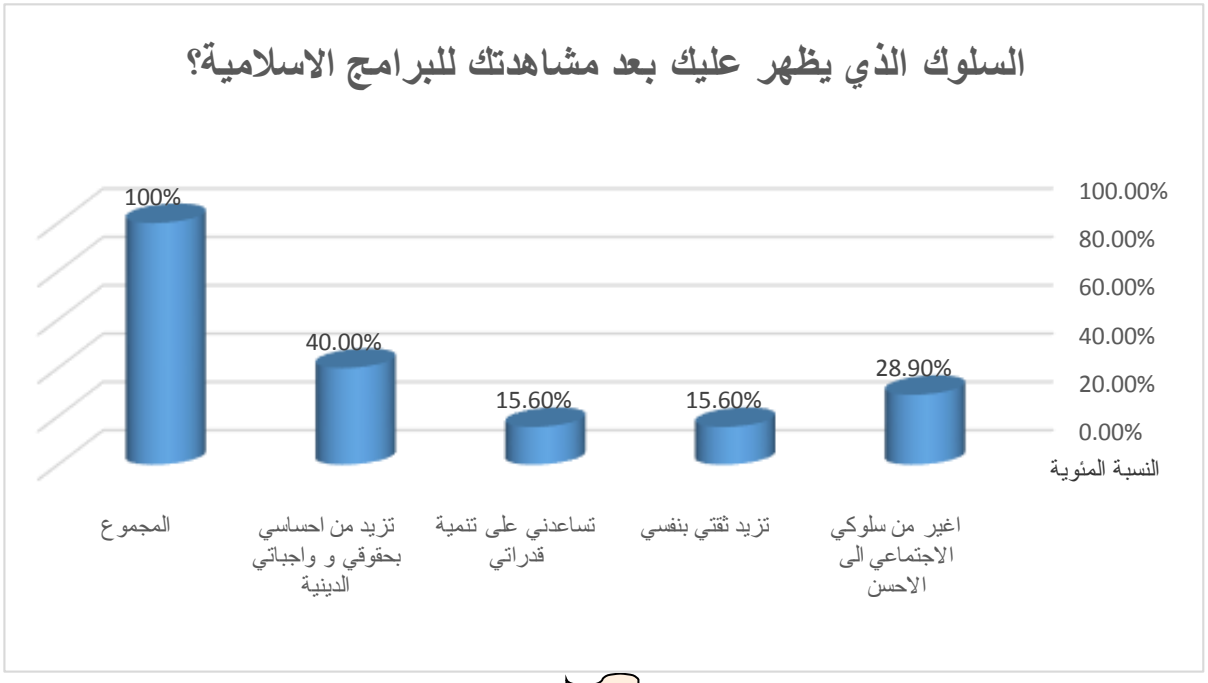
الجدول رقم(10): السلوك المفضل الذي يظهر على الشباب بعد مشاهدة البرامج الاسلامية

	التكرار	النسبة المئوية
اغير من سلوكي الاجتماعي الى الاحسن	26	%28.9
تزيد ثقتي بنفسي	14	%15.6
تساعدني على تنمية قدراتي	14	%15.6
تزيد من احساسي بحقوقي وواجباتي الدينية	36	%40
المجموع	90	%100

من خلال الجدول اعلاه يتضح ان نسبة 40% من اجابوا على عبارة" تزيد من احساسي بحقوقي وواجباتي الدينية"، تليها نسبة 28.9% يغيرون من سلوكهم الاجتماعي الى الاحسن، اما نسبة 15.6% فهي للعبارتين: "تزيد ثقتي بنفسي" و " تساعدني على تنمية قدراتي".

من هنا نستنتج ان البرامج الاسلامية تزيد من احساس الشباب الجزائري بالحقوق والواجبات الدينية وتساهم في تغيير سلوكهم الاجتماعي في التعامل مع الاخرين من خلال الرفق بهم ومساعدتهم، وهذا معناه ان البرامج الاسلامية تساهم في توعية الشباب ونشر الخير والمحبة والمودة بين افراد المجتمع.

الرسم البياني رقم (9): السلوك الذي يظهر عليك بعد مشاهدتك للبرامج الإسلامية.



5- اختر الدعاة الذين تفضل متابعتهم؟

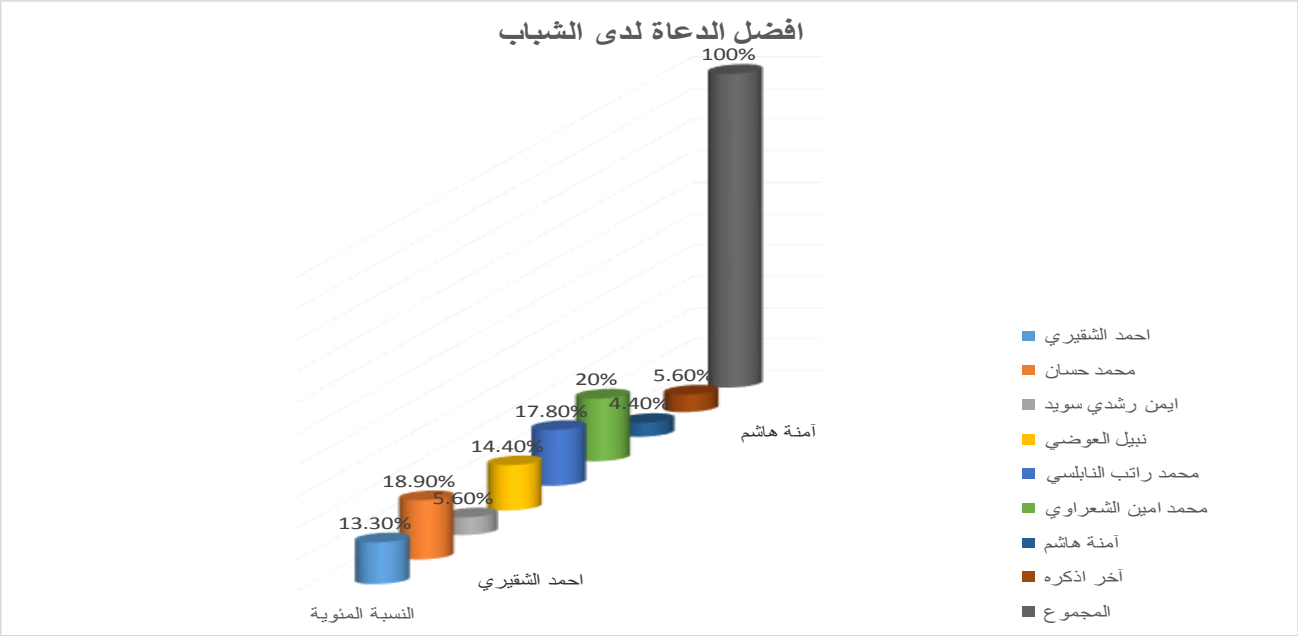
الجدول التالي يبين تكرارات والنسب المئوية لأفضل الدعاة الذين يتابعهم الشباب الجزائري

الجدول رقم(11): يمثل أفضل الدعاة لدى الشباب

	التكرار	النسبة المئوية
احمد الشقيري	12	%13.3
محمد حسان	17	%18.9
ايمن رشدي سويد	5	%5.6
نبيل العوضي	13	%14.4
محمد راتب النابلسي	16	%17.8
محمد امين الشعراوي	18	%20
آمنة هاشم	4	%4.4
آخر اذكره	5	%5.6
المجموع	90	%100

من خلال الجدول اعلاه يظهر لنا جليا ان الشباب يفضلون متابعة الشيخ محمد امين الشعراوي بنسبة 20% يليه 18.9% للشيخ محمد حسان، ثم نسبة 17.8% للشيخ محمد راتب النابلسي، ثم نبيل العوضي بنسبة 14.4% واحمد الشقيري بنسبة 13.3 %، وأدنى نسبة هي للداعية احمد رشدي السويد وآمنة هاشم بنسبتين متقاربتين 5.6% و4.4%، ويفضل البعض بنسبة 5.6% متابعة دعاة آخرين منهم: محمود المصري، مصطفى حسني، عمرو خالد، شمس الدين الجزائري والداعية محمد العريفي.

الرسم البياني رقم (10): أفضل الدعاة لدى الشباب



من خلال الجدول رقم(11) نستنتج ان معظم الشباب يميلون للدعاة والمشايخ الكبار والمشهورين امثال محمد حسان، امين الشعراوي ومحمد راتب النابلسي، بالإضافة الى الداعية احمد الشقيري صاحب برنامج خواطر وهو برنامج شبابي بحت يعمل على تحفيز الشباب ومساعدتهم على تنمية قدراتهم وطاقاتهم والاستفادة منها.

6- لماذا ترغب في متابعة هؤلاء الدعاة بالذات؟

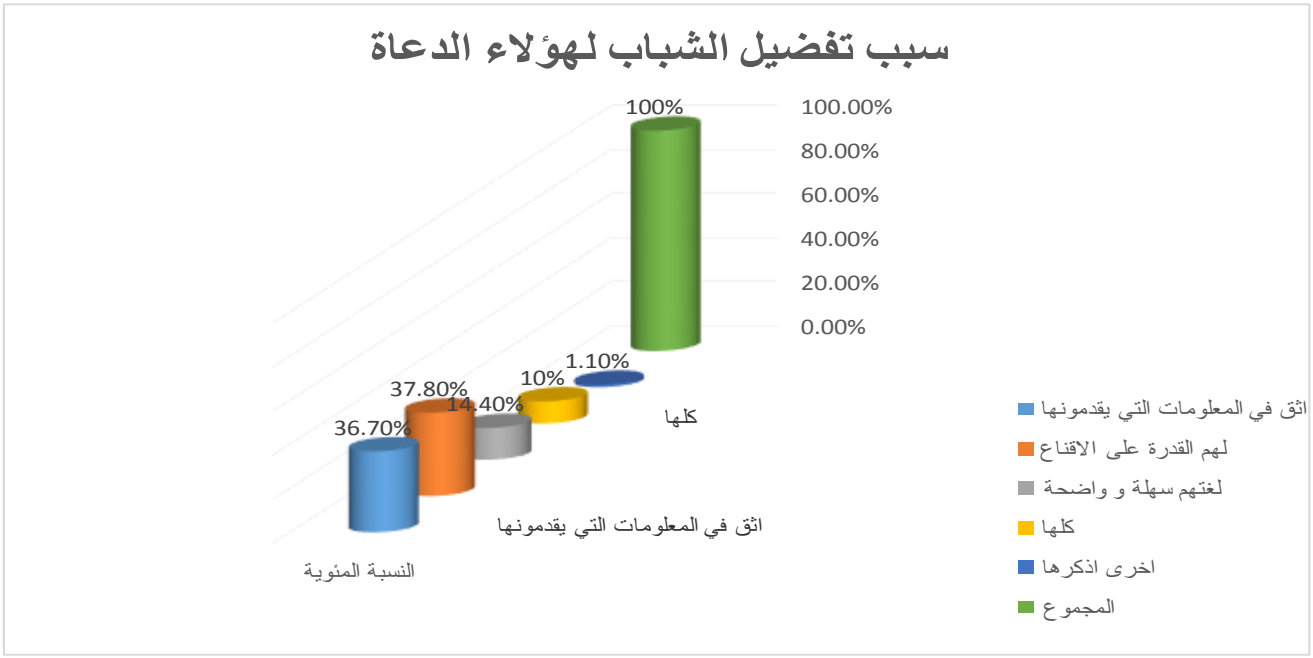
يمثل الجدول التالي سبب متابعة الشباب الجزائري للدعاة في البرامج الإسلامية

الجدول رقم (12): التكرارات والنسب المئوية لسبب تفضيل الشباب لهؤلاء الدعاة

	التكرار	النسبة المئوية
اثق في المعلومات التي يقدمونها	33	%36.7
لهم القدرة على الاقناع	34	%37.8
لغتهم سهلة وواضحة	13	%14.4
كلها	9	%10
اخرى اذكرها	1	%1.1
المجموع	90	%100

من خلال الجدول اعلاه ان معظم الشباب يفضلون هؤلاء الدعاة لان لهم القدرة على الاقناع بنسبة 37.8%، ولأنهم يثقون في المعلومات التي يقدمونها بنسبة 36.7%، تليها نسبة 14.4% لأن لغتهم سهلة وواضحة.

الرسم البياني رقم (11): سبب تفضيل الشباب لهؤلاء الدعاة



من هنا نستنتج ان الشباب يرون ان الدعاة لهم القدرة على الاقناع وايصال المعلومات، كما انهم يثقون في المعلومات التي يقدمونها.

7- ما هو الانطباع الذي يتركه فيك هؤلاء الدعاة؟

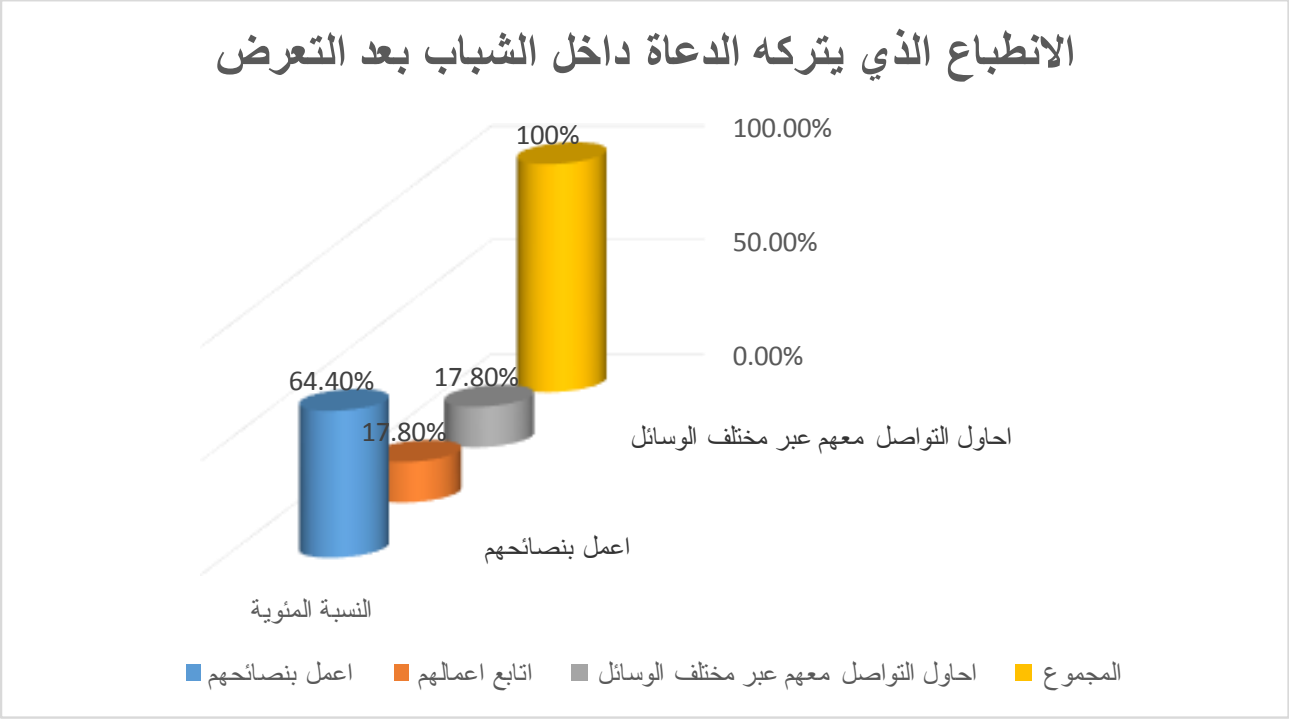
يمثل الجدول التالي نسب وتكرارات الانطباع الذي يتركه الدعاة في الشباب بعد المشاهدة او التعرض لهم

الجدول رقم (13): الانطباع الذي يتركه الدعاة داخل الشباب بعد التعرض

	التكرار	النسبة المئوية
اعمل بنصائحهم	58	%64.4
اتابع اعمالهم	16	%17.8
احاول التواصل معهم عبر مختلف الوسائل	16	%17.8
المجموع	90	%100

من خلال الجدول ظهر لنا جليا ان نسبة 64.4% يعملون بنصائح الدعاة، في حين نسبة 17.8% يتابعون اعمالهم ويحاولون التواصل معهم.

الرسم البياني رقم (12): الانطباع الذي يتركه الدعاة داخل الشباب بعد التعرض



في الاخير نستنتج ان نسبة كبيرة من الشباب يعملون بنصائح الدعاة، وهذا راجع لأنهم يثقون في المعلومات التي يقدمونها لهم، وايضا يمكن ان نستخلص ان الدعاة لهم القدرة على الاقناع وبالتالي التأثير في الشباب.

المبحث الثالث: تقييم الشباب الجزائري للفضائيات الاسلامية العربية

1. تقييم الشباب الجزائري للقنوات الاسلامية بشكل عام:

- "الفضائيات الاسلامية ضروري للمسلم في الوقت الراهن

الجدول رقم (14): يمثل النسب المئوية والتكرارات ودرجة اتجاه الشباب نحو عبارة" الفضائيات الاسلامية ضرورية للمسلم في الوقت الراهن"

	التكرار	النسبة المئوية	شدة الاتجاه
موافق بشدة	46	%51.1	1.46
موافق	41	%45.6	
محايد	2	%2.2	
معارض	1	%1.1	
معارض بشدة	0	0	
المجموع	**90**	%100	

من خلال الجدول اعلاه يتضح ان اتجاه الشباب نحو عبارة " الفضائيات الاسلامية ضرورية للمسلم في الوقت الراهن " موجب بدرجة قوية تقدر بـ(1.46)، وبنسبة موافقة تقدر بـ: 96.7%.

من خلال ما سبق نستنتج ان الشباب يوافقون على ان الفضائيات الاسلامية ضرورية للمسلم في الوقت الراهن، فتقنية تكنولوجيا الاعلام الحديثة باتت منفتحة جدا وبلا حدود خاصة على العالم الغربي، وبالتالي هذا ما جعلنا نلحظ تغيرات كثيرة على تصرفات الشباب، وهذا ما قد يفسر ان الفضائيات الاسلامية ضرورية للمسلم في الوقت الراهن.

- **تقييم الشباب لعبارة" لا تحظى الفضائيات الاسلامية بإعجاب المشاهدين خاصة الشباب"**

الجدول رقم(15): يمثل تكرارات ونسب تقييم العبارة" لا تحظى الفضائيات الاسلامية بإعجاب المشاهدين خاصة الشباب"

	التكرار	النسبة المئوية	شدة الاتجاه
موافق بشدة	4	%4.4	−0.17
موافق	30	%33.3	
محايد	15	%16.7	
معارض	28	%31.1	
معارض بشدة	13	%14.4	
المجموع	**90**	%100	

يبين الجدول اعلاه ان اتجاه الشباب نحو العبارة "**الفضائيات الاسلامية لا تحظى بإعجاب المشاهدين خاصة الشباب**" سالب بدرجة ضعيفة تقدر بـ(−0.17)، بنسبة معارضة 45.4%، في حين يفضل 16.7% الحياد وبنسبة موافقة 37.7%.

من هنا نستنتج ان تقييم الشباب لعبارة "الفضائيات الاسلامية لا تحظى بإعجاب الشباب" ضعيف، وهذا ربما راجع الى وجود بدائل اخرى تغنيه عن الفضائيات الاسلامية.

- **تقييم الشباب لعبارة " الفضائيات الاسلامية مصدر للإرهاب"**

الجدول رقم(16): يمثل نسب وتكرارات العبارة "الفضائيات الاسلامية مصدر للإرهاب"

	التكرار	النسبة المئوية	شدة الاتجاه
موافق بشدة	2	%2.2	−1.23
موافق	2	%2.2	
محايد	17	%18.9	
معارض	21	%23.3	
معارض بشدة	48	%53.3	
المجموع	**90**	%100	

يبين الجدول اعلاه ان اتجاه الشباب سالب بدرجة متوسطة نحو عبارة " الفضائيات الاسلامية مصدر للإرهاب" عند المستوى (1.23-) وبنسبة مئوية تقدر بـ 76.6%، في حين نسبة 18.9% محايد، واما باقي النسب فكانت ضعيفة الى حد أدنى 2.2%.

نستنتج من هذا ان الفضائيات الاسلامية في نظر الشباب الجزائري ليست مصدرا للإرهاب بنسبة 76.6%.

- **تقييم الشباب لعبارة" تعتبر الفضائيات الاسلامية من مصادري في الفتوى"**

الجدول رقم(17): يمثل تكرارات ونسب ودرجة اتجاه الشباب نحو عبارة" تعتبر الفضائيات الاسلامية من مصادري في الفتوى"

	التكرار	النسبة المئوية	شدة الاتجاه
موافق بشدة	15	%16.7	0.81
موافق	55	%61.1	
محايد	12	%13.3	
معارض	4	%4.4	
معارض بشدة	4	%4.4	
المجموع	90	%100	

من خلال الجدول اعلاه يظهر لنا جليا ان الشباب يتجه اتجاها موجبا بدرجة متوسطة (0.81) وبنسبة موافقة 77.8% يوافقون على عبارة" تعتبر الفضائيات الاسلامية من مصادري في الفتوى"، في حين 13.3% يفضلون الحياد، وباقي النسب ضعيفة الى حد أدنى 4.4%.

من خلال ما سبق نستنتج ان الشباب قد اعطى درجة متوسطة لعبارة " **تعتبر الفضائيات الاسلامية من مصادري في الفتوى"**، وهذا يدل على ان الفضائيات الاسلامية من المصادر الأولى للشباب في الفتوى.

- **تقييم الشباب لعبارة" تساهم الفضائيات الاسلامية بنشر التعصب المذهبي"**

الجدول رقم(18): يمثل تكرارات ونسب ودرجة اتجاه الشباب نحو تقييم عبارة" تساهم الفضائيات الاسلامية بنشر التعصب المذهبي"

	التكرار	النسبة المئوية	شدة الاتجاه
موافق بشدة	2	%2.2	-0.82
موافق	12	%13.3	
محايد	20	%22.2	
معارض	22	%24.4	
معارض بشدة	34	%37.8	
المجموع	**90**	%100	

من خلال الجدول اعلاه يتضح ان اتجاه الشباب سالب بدرجة متوسطة تقدر بـ (0.82-)، نحو عبارة" تساهم الفضائيات الاسلامية بنشر التعصب المذهبي" بنسبة معارضة 62.2%، في حين نسبة 22.2% يفضلون الحياد.

منه نستخلص ان اتجاه الشباب سالب بدرجة متوسطة نحو عبارة "الفضائيات الاسلامية تساهم في نشر التعصب المذهبي"، وهذا معناه ان الشباب لا يوافق على هذه العبارة بنسبة 62.2%.

- **تقييم الشباب لعبارة" تتمتع الفضائيات الاسلامية بأداء اعلامي سيء"**

الجدول رقم(19): يمثل تكرارات ونسب ودرجة اتجاه الشباب لتقييم عبارة" تتمتع الفضائيات الاسلامية بأداء اعلامي سيء"

	التكرار	النسبة المئوية	شدة الاتجاه
موافق بشدة	1	%1.1	-1.03
موافق	6	%6.7	
محايد	9	10	
معارض	47	%52.2	
معارض بشدة	27	%30	
المجموع	**90**	%100	

يبين الجدول ان اتجاه الشباب سالب بدرجة متوسطة (1.03-) نحو العبارة " تتمتع الفضائيات الاسلامية بأداء اعلامي سيء" وبنسبة معارضة 82.2%.

نستنتج ان الشباب يعارضون على عبارة " تتمتع الفضائيات الاسلامية بأداء اعلامي سيء"، وهذا معناه ان الفضائيات الاسلامية لها اداء اعلامي جيد وينال اعجاب الشباب.

- **تقييم الشباب لعبارة "تنافس الفضائيات الاسلامية الفضائيات العربية الاخرى"**

الجدول رقم(20): يمثل تكرارات ونسب ودرجة اتجاه الشباب لتقييم عبارة " تنافس الفضائيات الاسلامية الفضائيات العربية الاخرى"

	التكرار	النسبة المئوية	شدة الاتجاه
موافق بشدة	1	%1.1	0.52
موافق	59	%65.6	
محايد	19	%21.1	
معارض	8	%8.9	
معارض بشدة	3	%3.3	
المجموع	**90**	%100	

من خلال الجدول يتضح ان اتجاه الشباب موجب بدرجة متوسطة(0.52) نحو عبارة "الفضائيات الاسلامية تنافس الفضائيات العربية الاخرى" بنسبة موافقة تقدر بـ 66.7%ن في حين يفضل نسبة 21.1% الحياد وعدم ابداء رأي حول العبارة.

من خلال ما سبق نستنتج ان الشباب يوافقون على ان الفضائيات الاسلامية تنافس الفضائيات العربية الاخرى.

2. تقييم الشباب للفضائيات الاسلامية من حيث محتوى البرامج:

– تقييم الشباب لعبارة" البرامج المعروضة في الفضائيات الاسلامية مكررة"

الجدول رقم(21): يمثل تكرارات ونسب ودرجة اتجاه الشباب نحو العبارة" البرامج المعروضة في الفضائيات الاسلامية مكررة"

	التكرار	النسبة المئوية	شدة الاتجاه
موافق بشدة	2	%2.2	0.14
موافق	41	%45.6	
محايد	16	%17.8	
معارض	30	%33.3	
معارض بشدة	1	%1.1	
المجموع	90	%100	

من خلال الجدول اعلاه يتضح ان اتجاه الشباب موجب بدرجة ضعيفة (0.14) نحو عبارة " البرامج المعروضة في الفضائيات الاسلامية مكررة"، بنسبة موافقة تقدر بـ 47.8%، 17.8% يفضلون الحياد، و34.4% يعارضون على هذه العبارة.

نستنتج ان الشباب يقيم البرامج المعروضة في الفضائيات الاسلامية على انها مكررة.

- **تقييم الشباب لعبارة" تمتاز البرامج الاسلامية بالشمولية"**

الجدول رقم(22): يمثل تكرارات ونسب ودرجة اتجاه الشباب نحو تقييم العبارة " تمتاز البرامج الاسلامية بالشمولية"

	التكرار	النسبة المئوية	درجة الاتجاه
موافق بشدة	8	%8.9	0.58
موافق	56	%62.2	
محايد	9	%10	
معارض	15	%16.7	
معارض بشدة	2	%2.2	
المجموع	**90**	%100	

يبين الجدول اعلاه ان اتجاه الشباب موجب بدرجة ضعيفة (0.58) نحو العبارة " البرامج الاسلامية تمتاز بالشمولية"، بنسبة موافقة تقدر بـ 71.1%، وبقية افراد العينة يعارضون بنسب ضعيفة.

نستنتج ان الشباب يوافق على عبارة" البرامج الاسلامية تمتاز بالشمولية" ولكن بشدة اتجاه ضعيفة

- **تقييم الشباب لعبارة" تطورت البرامج الاسلامية بشكلها ومضمونها عما كانت عليه سابقا"**

الجدول رقم(23): يمثل تكرارات ونسب وشدة اتجاه الشباب لتقييم العبارة" تطورت البرامج الاسلامية بشكلها ومضمونها عما كانت عليه سابقا"

	التكرار	النسبة المئوية	درجة الاتجاه
موافق بشدة	20	%22.2	1.03
موافق	60	%66.7	
محايد	3	%3.3	
معارض	7	%7.8	
معارض بشدة	0	0	
المجموع	90	%100	

يبين الجدول اعلاه ان اتجاه الشباب موجب بدرجة متوسطة(1.03) نحو عبارة " البرامج الاسلامية تطورت بشكلها ومضمونها عما كانت عليه سابقا"، بنسبة تقدر بـ 88.9%، في حين 7.8% فقط يعارضون على هذه العبارة.

- **تقييم الشباب لعبارة " المواضيع المطروحة في البرامج الاسلامية مملة"**

الجدول رقم(24): يمثل تكرارات ونسب وشدة اتجاه الشباب نحو عبارة" المواضيع المطروحة في البرامج الاسلامية مملة"

	التكرار	النسبة المئوية	شدة الاتجاه
موافق بشدة	3	%3.3	-0.95
موافق	5	%5.6	
محايد	13	%14.4	
معارض	43	%47.8	
معارض بشدة	26	%28.9	
المجموع	90	%100	

من خلال الجدول يتضح ان اتجاه الشباب سالب بدرجة متوسطة (0.95-) نحو عبارة" المواضيع المطروحة في البرامج الاسلامية مملة" بنسبة معارضة 76.7%ن في حين نسبة 14.4% تفضل الحياد.

- **تقييم الشباب لعبارة " تناقش البرامج الاسلامية كل ما يخص الشباب وتهمل الفئات الاخرى"**

الجدول رقم(25): يمثل تكرارات ونسب وشدة الاتجاه نحو عبارة " تناقش الفضائيات الاسلامية كل ما يخص الشباب وتهمل الفئات الاخرى"

	التكرار	النسبة المئوية	شدة الاتجاه
موافق بشدة	4	%4.4	-0.68
موافق	12	%13.3	
محايد	7	%7.8	
معارض	52	%57.8	
معارض بشدة	15	%16.7	
المجموع	90	%100	

من خلال الجدول اعلاه يتضح ان الشباب يتجه اتجاها سالبا بدرجة متوسطة (0.68-) نحو العبارة "تناقش البرامج الاسلامية كل ما يخص الشباب وتهمل الفئات الاخرى"، بنسبة معارضة تقدر بـ 74.5% في حين نسبة 17.7% يوافقون على العبارة.

نستخلص مما سبق ان الشباب يعارضون على ان البرامج الاسلامية تهتم بالشباب فقط وتهمل الفئات الاخرى من المجتمع من خلال عرضها لبرامجها.

- **تقييم الشباب لعبارة" تساهم البرامج الاسلامية بتعليم التلاوة الصحيحة للقرآن الكريم"**

الجدول رقم(26): يمثل تكرارات ونسب وشدة اتجاه الشباب نحو عبارة " تساهم البرامج الاسلامية بتعليم التلاوة الصحيحة للقرآن الكريم"

	التكرار	النسبة المئوية	درجة الاتجاه
موافق بشدة	35	%38.9	1.26
موافق	48	%53.3	
محايد	3	%3.3	
معارض	2	%2.2	
معارض بشدة	2	%2.2	
المجموع	**90**	%100	

من خلال الجدول اعلاه يتضح لنا ان اتجاه الشباب موجب بدرجة متوسطة (1.26) نحو عبارة" تساهم البرامج الاسلامية في تعليم التلاوة الصحيحة للقرآن الكريم" بنسبة موافقة 92.2%.

من خلال ما سبق نستنتج ان اتجاه الشباب ايجابي نحو العبارة السابقة، لأنه يرى ان البرامج الاسلامية تساهم في تعليم التلاوة الصحيحة للقرآن الكريم، من خلال عرضها للبرامج التي تساهم في تعليم احكام التجويد وتعليم القراءة الصحيحة للقرآن الكريم.

3. تقييم الشباب للفضائيات الاسلامية من حيث القائم بالاتصال (الدعاة والاعلاميين)

- **تقييم الشباب لعبارة " لا يحفزني وجود مقدم شاب على متابعة الدروس الدينية"**

الجدول رقم(27): يمثل تكرارات ونسب وشدة اتجاه الشباب نحو العبارة" لا يحفزني وجود مقدم شاب على متابعة الدروس الدينية"

	التكرار	النسبة المئوية	شدة الاتجاه
موافق	8	%8.9	-0.8
موافق بشدة	2	%2.2	
محايد	17	%18.9	
معارض	42	%46.7	
معارض بشدة	21	%23.3	
المجموع	90	%100	

من خلال الجدول اعلاه يتضح لنا ان اتجاه الشباب سالب بدرجة ضعيفة (0.8-) نحو العبارة" لا يحفزني وجود مقد شاب على متابعة الدروس الدينية" بنسبة معارضة تقدر بـ 70%، في حين نسبة 18.9% تفضل الحياد وعدم ابداء رأيها تجاه العبارة السابقة.

نستنتج ان الشباب يحفزهم وجود مقدم شاب على متابعة الدروس الدينية.

- **تقييم الشباب لعبارة" أفضل الدعاة الملتحين في الفضائيات الاسلامية"**

الجدول رقم(28): يمثل تكرارات ونسب وشدة اتجاه الشباب نحو عبارة" أفضل الدعاة الملتحين في الفضائيات الاسلامية "

	التكرار	النسبة المئوية	شدة الاتجاه
موافق بشدة	3	%3.3	-0.06
موافق	29	%32.2	
محايد	24	%26.7	
معارض	27	%30	
معارض بشدة	7	%7.8	
المجموع	90	%100	

من خلال الجدول اعلاه يتضح لنا ان الشباب يتجه اتجاها سالبا بدرجة ضعيفة جدا (-0.06) نحو العبارة" أفضل الدعاة الملتحين في الفضائيات الاسلامية "بنسبة موافقة تقدر بـ 35.5%، وبنسبة معارضة 37.8%، في حين نسبة 26.7% تفضل الحياد.

- **تقييم الشباب لعبارة" معظم الدعاة ليس لديهم الكفاءة والاحترافية الاعلامية"**

الجدول رقم(29): يمثل تكرارات ونسب وشدة اتجاه الشباب نحو العبارة" معظم الدعاة ليس لديهم الكفاءة والاحترافية الاعلامية"

	التكرار	النسبة المئوية	شدة الاتجاه
موافق بشدة	5	%5.6	-0.58
موافق	11	%12.2	
محايد	14	%15.6	
معارض	46	%51.1	
معارض بشدة	14	%15.6	
المجموع	90	%100	

يبين الجدول اعلاه ان الشباب يتجه اتجاها سالبا بدرجة ضعيفة (0.58-) نحو العبارة " معظم الدعاة ليس لديهم الكفاءة والاحترافية الاعلامية"، وبنسبة معارضة 66.7%، ونسبة 15.6% يفضلون الحياد.

نستنتج مما سبق ان معظم الدعاة في الفضائيات الاسلامية يتميزون بالكفاءة والاحترافية الاعلامية.

- **تقييم الشباب لعبارة " أفضل ان يكون لباس مقدم البرامج عصري"**

الجدول رقم(30): يمثل تكرارات ونسب وشدة اتجاه الشباب نحو العبارة" أفضل ان يكون لباس مقدم البرامج عصري"

	التكرار	النسبة المئوية	شدة الاتجاه
موافق بشدة	4	%4.4	-0.11
موافق	16	%17.8	
محايد	30	%33.3	
معارض	29	%32.2	
معارض بشدة	11	%12.2	
المجموع	90	%100	

يوضح الجدول اعلاه ان اتجاه الشباب سالب بدرجة ضعيفة جدا (0.11-) نحو العبارة" أفضل ان يكون لباس مقدم البرامج عصري"، وبنسبة معارضة 44.4%، في حين نسبة 33.3% يفضلون الحياد وعدم ابداء رأيهم على هذه العبارة.

من خلال ما سبق يتضح ان معظم الشباب لا يهتمون كثيرا بلباس مقدم البرامج سواء كان عصري او تقليدي.

النتـــــائج

نتائج الدراسة:

1-نتائج المحور الاول: عادات وأنماط مشاهدة الشباب للفضائيات الاسلامية العربية:

-لا يقبل شباب المسيلة كثيرا على مشاهدة الفضائيات الاسلامية، اذ ان نسبة 16.7% فقط يشاهدونها دائما، في حين نسبة 67.8% يشاهدونها احيانا، اما نسبة 15.6% نادرا ما يشاهدون الفضائيات الاسلامية، وهذه النتيجة المتوصل اليها هي عكس النتيجة التي توصلت اليها رحيمة عيساني، حيث وجدت ان نسبة 80.28% من الشباب الجزائري يقبلون على هذه الفضائيات، في حين توصل زبير زرزايحي ان 99% من شباب جيجل يشاهدون الفضائيات الدينية، وهذا ما يفسر التراجع الكبير في المشاهدة من قبل الشباب.

-يفضل الشباب الجزائري مشاهدة الفضائيات الاسلامية من ساعة الى ساعتين وكانت اعلى نسبة لصالح الذكور؛ كما يفضل معظم الشباب الفترة الليلية للمشاهدة خاصة منهم الذكور، اما الاناث فيفضلون الفترة الصباحية، وكان سبب تفضيلهم لهذه الفترات هو انها تعرض البرامج المميزة بالنسبة لهم كما انه الوقت الوحيد المتاح للمشاهدة، كما ان اغلب الشباب في سن 25-35 سنة يفضلون مشاهدة الفضائيات السلامية مع الاسرة، وقد نفسر سبب هذا الاختلاف في المشاهدة باختلاف الانشغالات والظروف لكلا الجنسين.

2-نتائج المحور الثاني: اسباب مشاهدة الفضائيات الاسلامية والإشباعات المحققة من ذلك:

-توصلت الدراسة الى ان الشباب يفضلون مشاهدة الفضائيات الاسلامية الشاملة بنسبة 63.3% وكانت النسبة متقاربة بين الذكور والاناث، في حين نسبة 15.6% من الشباب يفضلون مشاهدة الفضائيات الاسلامية الخاصة بالأناشيد الدينية، كما سجلت برامج الفتوى الدينية اعلى نسبة مشاهدة 43.3%، تليها البرامج العلمية بنسبة 34.4%.

-معظم الشباب يشاهدون الفضائيات الاسلامية بدافع التعرف على الدين أكثر بنسبة 56.7 %، في حين باقي افراد العينة يشاهدونها بدافع الحصول على حل لمشاكلهم وكسب الحسنات. كما

خلصت هذه الدراسة الى ان الشباب يتابع الدعاة في البرامج الاسلامية لأنهم يثقون في المعلومات التي يقدمونها.

-اما بالنسبة للإشباعات المتحققة من التعرض للفضائيات الاسلامية، فمعظم الشباب يتعرضون لهذه الاخيرة، لأنها تزيد من احساسهم بحقوقهم وواجباتهم الدينية بنسبة 40%، اما نسبة 28.9% يغيرون من سلوكهم الاجتماعي الى الاحسن من خلال تعاملهم مع الناس ومساهمتهم في عمل الخير. كما ان نسبة كبيرة من الشباب يعملون بنصائح الدعاة، وهذا راجع لأنهم يثقون في المعلومات التي يقدمونها لهم، وايضا يمكن ان نستخلص ان الدعاة لهم القدرة على الاقناع وبالتالي التأثير في الشباب.

3-نتائج المحور الثالث: تقييم الفضائيات الاسلامية العربية:

-بشكل عام:

-يتجه افراد العينة اتجاها ايجابيا نحو العبارة" الفضائيات الاسلامية ضرورية للمسلم في الوقت الراهن" أي انهم يوافقون على ان الفضائيات الاسلامية لازمة والمسلم في حاجة لها، نظرا لانتشار الآلاف من القنوات التي يغلب عليها الطابع الغربي سواء في محتوياتها او في شكلها حتى باتت المجتمعات العربية تستقبل وتقلد كل ما تتعرض له.

-كما ان معظم الشباب يعارضون على ان الفضائيات الاسلامية مصدرا للإرهاب، ذلك لأنها تحاول جاهدة نشر الاسلام بطريقته الصحيحة والوقوف امام الاعلام الغربي الذي بات مترصدا للإسلام وينشر بين الحين والآخر بدعة ابتدعها، مثل الصور المسيئة التي نشرتها الجريدة الدانماركية حول سيد الخلق وخاتم المرسلين. وخلصت الدراسة الى ان الفضائيات الاسلامية تعتبر من المصادر الاولى في الفتوى للشباب.

-تقييم الفضائيات الاسلامية من حيث محتوى البرامج:

-توصلت الدراسة الى ان الشباب يرى ان البرامج الاسلامية مكررة، وهذا يدل على قلة رصيد الفضائيات الاسلامية من حيث البرامج وبالتالي تضطر الى تكرارها. لكن معظم الشباب يتفق على ان البرامج الاسلامية شاملة بحيث تعالج كل مناحي الحياة، وهذا دليل على انها تطورت بشكلها

ومضمونها عما كانت عليه سابقا. كما ان معظم الشباب يرى بان البرامج الاسلامية ليست مملة، هذا لأنها تبث امورا ترفيهية كالأناشيد والمسابقات وايضا البرامج المباشرة.

-تقييم الفضائيات الاسلامية حسب القائم بالاتصال:

توصلت الدراسة الى ان الشباب يفضلون وجود مقدم شاب في البرامج الاسلامية لان هذا الامر يحفزهم على متابعة الدروس الدينية، كما ذهب معظم الشباب الى ان الدعاة يتميزون بالكفاءة والاحترافية الاعلامية بنسبة 66.7%، في حين ان الشباب لا يهتمون كثيرا بلباس مقدم البرامج سواء كان عصري او تقليدي.

التوصيات

ومن خلال دراستنا لاتجاهات الشباب نحو الفضائيات الاسلامية، نوجه هذه الاخيرة الى مجموعة من التوصيات:

- التركيز على البرامج الشاملة والمنوعة والمسابقات، وبثها على القنوات الفضائية الاسلامية.
- على الاعلام الفضائي الجزائري البحث عن البرامج التي تجذب المشاهدين مثل البرامج الحوارية، والتركيز على فئة الشباب.
- الخد من استغلال الدين في الاعلانات التجارية.
- ضرورة الاهتمام بالقضايا المعاصرة التي تشغل المسلمين.
- ضرورة اجراء دراسات الجمهور لمعرفة اتجاهاته نحو الفضائيات الاسلامية العربية، ومعرفة احتياجاته ورغباته.
- العمل على تدريب العاملين والمقدمين في العلام الاسلامي والفضائيات الاسلامية بشكل دوري ومستمر على أحدث تقنيات الاعلام الحديثة، والاهتمام بالشكل الإخراجي، وتحسين اداء الجودة في الفضائيات الاسلامية.
- توفير برامج الترفيه والتسلية في الفضائيات الاسلامية، لأنه السبب الرئيسي في استقطاب أكبر قدر من المشاهدين.

الخاتمة

تعتبر الفضائيات الاسلامية وجها آخر للإعلام الإسلامي، في ظل النوافذ الإعلامية الكثيرة، وقد أثبتت تواجدها في عصر تميز بالسموات المفتوحة، خاصة وأنها انطلقت من أسس نفسية واجتماعية ودينية وعلمية ذات صلة بالمجتمع الإسلامي، ولقد حاولت هذه الفضائيات تحقيق المعرفة الدينية للجماهير العربية، من أجل المساهمة في تكوين فرد قادر على مواجهة التحديات، وتحمل المسؤولية الحضارية الملقاة على عاتقه، في خضم التشويه الإعلامي لكل ما هو إسلامي عن قصد أو عن دونه.

حاولت في هذه الدراسة ربط الفضائيات الاسلامية مع جمهورها النوعي الجزائري المتمثل في الشباب من خلال معرفة عاداته انماطه واتجاهاته نحوها؛ خاصة وأن الدراسة ركزت على الفئة العمرية من 18-24 ومن25-35 على اعتبار ان الشباب يتميز بمراحله الانتقالية في محاولة منه الى بناء شخصيته.

وقد أثبتت الدراسة الميدانية ان الشباب الجزائري المتمثل في شباب المسيلة كعينة تمثيلية، يقبل هذا الاخير على مشاهدة الفضائيات الاسلامية من حين الى آخر، ومن ساعة الى ساعتين، كما تفضل عينة الدراسة مشاهدة الفضائيات الشاملة وبرامج الفتاوى، وبدافع التعرف على الدين أكثر.

ويجدر القول إن هذا النوع من الدراسات مازال في بداياته، وهي بذلك تفتح آفاق للباحثين من أجل التوغل أكثر في حيثيات البحث الإعلامي وربطه بمجال الدعوة من أجل خدمة واقعنا.

في الختام فإن هذه الدراسة عبارة عن جهد بشري لا ينأى عن الخطأ والزلل، ونرجو من كل باحث اطلع عليه تقويم نقائصه وتقديم اقتراحاته.

قائمة المراجع

الكتب:

- ابراهيم جعفر: **في الفلسفة الإسلامية**، مكتبة الفلاح: الكويت، ط1، 1986م.
- ابن منظور: **لسان العرب**، دار لسان العرب: بيروت، ج6، د.ط، 1933م.
- احمد بن مرسلي: **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر، 2005م.
- احمد عبد المالك: **قضايا اعلامية**، مجد لاوي للطبع والنشر: عمان، 1999م.
- السيد الشحات احمد: **الصراع القيمي لدى الشباب ومواجهة منظور التربية الاسلامية**، دار الفكر العربي: القاهرة، 1986م.
- الهاشمي محمد هاشم: **الاعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل**، دار المستقبل للنشر والتوزيع: عمان، د.ط، 2001م.
- الهاشمي محمد هاشم: **الاعلام المعاصر وتقنياته الحديثة**، دار المناهج للنشر والتوزيع: عمان، الاردن، 2006م.
- إمام محمد كمال الدين: **الإعلام الإسلامي**، دار الجامعة الجديدة: الأزاريطة، 2004م.
- امين سعد عبد الغني: **الثقافة العربية والفضائيات**، ايزاك للطباعة والنشر والتوزيع: مصر، 2003م.
- انشراح الشال: **الاعلام الدولي عبر الاقمار الصناعية**، دار الفكر العربي: القاهرة، ط2، 1993م.
- اياد شاكر البكري: **عام 2000 حرب المحطات الفضائية**، دار الشروق: عمان، 1999م.
- اياد شاكر البكري: **تقنيات الاتصال بين زمنيين**، دار الشروق: عمان، الاردن، 2003م.
- احمد رشتي جيهان: **الاعلام الدولي**، دار الفكر العربي: القاهرة، د.ط، 1979م.
- عماد مكاوي حسن، حسين السيد ليلى :**الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط3 ، الدار المصرية اللبنانية، 2003م.

- خضير شعبان: **مصطلحات في الاعلام والاتصال**، دار لسان العربي: الجزائر،1422هـ، ص:11.
- راسم محمد جمال: **الاتصال والاعلام في العالم العربي في عصر العولمة**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006م.
- رضا عبد الواجد أمين :**الصحافة الإلكترونية**، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، 2007 م.
- زكريا البرادعي: **سفن الفضاء**، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ط، 1970م.
- سمير محمد حسين: **دراسات في مناهج البحث العلمي**، عالم الكتب: القاهرة، 1999م.
- أصبع صالح خليل :**الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة**، ط4 ، دار الآرام، الأردن، 2004
- بن غانم السدلان صالح: **الفضائيات الاسلامية ضوابط ومحاذر**، كلية الشريعة: جامعة تونس،2007م.
- محمد السبعاوي طه عبد الله: **أساليب الإقناع في المنظور الإسلامي**، دار الكتب العلمية: بيروت، ط1، 2005م.
- عدلي العبد عاطف: **القنوات المتخصصة: انواعها، بحوثها واخلاقياتها**، دار الايمان للطباعة، 2006م.
- محمد عبد الرحمان عبد الله: **سيسيولوجيا الاتصال والاعلام**، دار المعرفة الجامعية: الأزاريطة، 2002م.
- الرمحي عبد الحليم محمد: **مفاهيم في فقه الدعوة وأساليبها**، دار الحامد للنشر والتوزيع: عمان، ط1، 2002م.
- طاش عبد القادر، **مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي** كتاب الأمة(28) ، مركز البحوث والمعلومات برئاسة المحاكم الشرعية والشؤون الدينية، ط1، قطر، 1991م، ص:56.

- بن عثمان التويجري عبد العزيز: **العالم الإسلامي في عصر العولمة**، دار الشروق: القاهرة، د.ط، د.ت.
- كحيل عبد الوهاب، **الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي**، عالم الكتب، مكتبة القدسي: بيروت، ط1، 1985م.
- بكار عبد الكريم: **تجديد الوعي**، دار القلم: دمشق، الدار الشامية: بيروت، ط1، 2000م.
- علي محمد شمو: **تكنولوجيا الاتصال والاقمار الصناعية**، مكتبة الاشعاع: الاسكندرية، 2002م.
- الرشيد عماد الدين: **الإعلام المعاصر: رؤية نقدية**، نحو القمة للنشر والتوزيع: حمص، سوريا، ط1، 2009م.
- فروخ عمر، **الثقافة الإسلامية**، المكتبة العصرية للطباعة والنشر والتوزيع، صيدا: بيروت، ط 1، 1988م.
- مهنا فريال: **علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية**، دار الفكر المعاصر: بيروت، 2002م.
- ديليو فضيل: **مقدمة في وسائل الاتصال الجماهرية**، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998م.
- محمد عبد الفتاح: **البحث العلمي. الدليل التطبيقي للباحثين**، دار وائل للنشر: عمان، 2001م.
- محمد جمال الفار: **المعجم الاعلامي**، دار اسامة للنشر: الاردن، عمان، ط6، 2006م.
- محمد عبد الحميد: **البحث العلمي في الدراسات الاعلامية**، عالم الكتب: القاهرة، 2000،
- محمد جميل الحبال: **العلوم المعاصرة في خدمة الداعية الإسلامي**، دار المنهاج القويم للنشر والتوزيع: دمشق، ط1، 2006م.
- شطاح محمد: **قضايا الاعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا**، دار الهدى: عين مليلة، الجزائر، د.ط، 2000م.

- شفيق محمود: **البحث العلمي. الخطوات المنهجية للبحوث العلمية**، المكتب الجامعي الحديث: القاهرة، 1985م.
- كناكري مصطفى أحمد: **الدعوة الإسلامية في القنوات الفضائية الواقع والمرتجى**، دار أفنان، د.ط، د.ت.
- عليان مصطفى: **وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم**، دار الصفاء، عمان، الاردن، 1991م.
- موفق الحمداني وآخرون: **مناهج البحث العلمي**، ج1، اساسيات البحث العلمي، جامعة عمان للدراسات العليا: عمان، 2006

○ المجلات والمذكرات

- **ثقافة الانترنت وأثرها على الشباب** :ندوة علمية، إصدارات دائرة الثقافة والإعلام، الشارقة، 2006م.
- رضا عبد الواجد أمين، **اتجاهات النخبة الدينية نحو واقع ومستقبل الفضائيات الإسلامية**، بحث مقدم إلى مؤتمر الفضائيات العربية والهوية الثقافية، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، 2007م.
- رحيمة الطيب عيساني: **اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الاسلامية ودورها في توعيته ضد التطرف والتعصب**، جامعة باتنة: الجزائر، 2008
- زبير زرزايحي:" **مشاهدة طلبة جامعة جيجل الفضائيات العربية الدينية الإسلامية**"، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2009 م.
- بيوسف مسعودة: "**الوظيفة الترفيهية للفضائيات الإسلامية – قناة المجد أنموذجا–**"، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2006_ 2007

- عبد القادر طاش، **مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي** كتاب الأمة (28)، مركز البحوث والمعلومات برئاسة المحاكم الشرعية والشؤون الدينية، ط1، قطر، 1991م.
- عبد الكافي محمد، **تأملات في الخطاب الديني بالفضائيات العربية**، مجلة الإذاعات العربية، ع1، 2003م.
- الكحلاوي عبلة، **البرامج الدينية في القنوات الإذاعية والتلفزيونية العربية**، مجلة الاذاعات العربية، ع4، 2004م.
- عزة عبد العظيم محمد، **رؤية نقدية للحوارات الدينية في الفضائيات العربية**، مجلة الإذاعات العربية، ع3، 2006م.
- عبد الكافي محمد، **تأملات في الخطاب الديني بالفضائيات العربية**، مجلة الإذاعات العربية، ع1، 2003م.
- نصر الدين العياضي، **البرمجة الرمضانية في القنوات التلفزيونية العربية :ملاحظات نقدية**، مجلة الإذاعات العربية، ع1، 2003م.
- أديب خضور، **البرامج الدينية في البرمجة الرمضانية العربية، مجلة الإذاعات العربية**، ع1، 2003م
- عوض ابراهيم عوض: **القنوات الفضائية الاسلامية. رؤية تقويمية**، ورقة مقدمة في ندوة (الفضائيات الاسلامية، رؤية تقويمية)، مركز دراسات الاسلام والاعلام المعاصر، السودان: الخرطوم
- العياري المنصف، محمد عبد الكافي: **القنوات التلفزيونية المتخصصة**، سلسلة بحوث ودراسات، اتحاد اذاعات الدول العربية، تونس، 2006م
- بوعلي نصير: **أثر البث التلفزيوني المباشر على الشباب الجزائري**، اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2003م.
- بوعلي نصير: **البث التلفزيوني المباشر والحضارة القادمة**، مجلة الاذاعة العربية، عدد04، 2000م.

- حسن عماد مكاوي: **الفضائيات العربية الخاصة ومردودها الاعلامي**، اتحاد اذاعات الدول العربية، جامعة الدول العربية، العدد 1، 2003م.

المواقع الالكترونية:

- الموقع الالكتروني لقناة اقرأ: **www.iqraa.net**، 2015/3/8.
- الموقع الالكتروني لقناة المجد للحديث الشريف: **www.hadeeth.tv**، 19/ 3/ 2015.
- الموقع الالكتروني لقناة الناس: **http://www.alnas.tv**، 29/ 2015/03.
- الموقع الالكتروني لقناة الفجر: **www.fajr.tv**، 19/ 2015/03.
- الموقع الالكتروني لقناة العفاسي: **www.alafasy.tv**، 29/ 2015/03.
- الموقع الالكتروني لقناة الحكمة: **http://www.alhekmah.tv/about.asp**
- طارق البكري، **أثر الفضائيات الإسلامية في الأفراد والمجتمعات**، بحث مقدم إلى مؤتمر الفضائيات الإسلامية واقعها وأفاقها من خلال موقع:

http://www.grenc.com/a/docbakri/show

يوم الزيارة:2015/01/01، الساعة: 10:00.
- أنور بن علي العسيري، **الإعلام الإسلامي في القنوات الفضائية**، من خلال الموقع:

http://islamtoday.net

يوم الزيارة 11افريل 2015، الساعة 12:25 صباحا
- **الفضائيات العربية...خطاب أصولي وتضليل إعلامي**، من موقع:

http://www.alhurriatv.com/articles

الساعة 23:23 مساء، يوم الزيارة 2015/04/16

المَلاحِقُ

جامعة محمد بوضياف- المسيلة

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

عنوان المذكرة:

اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الاسلامية العربية

" شباب المسيلة أنموذجا "

اعداد الطالبة:

- **بوجملين جهاد**

تحت اشراف الاستاذ:

- **صاولي عبد الملك**

ملاحظة: هذه الاستمارة معدة من اجل الحصول على شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص: اتصال. ولنعلمكم ان هذه الاستمارة سرية ولن تستخدم الا لغرض علمي بحت وليس لأغراض اخرى.

نجروا منكم التركيز في الاجابة برأيكم الخاص. وشكرا

السنة الجامعية: 2014-2015

البيانات الديمغرافية

- الجنس:

ذكر ☐ انثى ☐

- السن:

24_18 ☐ 35_25 ☐

- المستوى التعليمي:

ثانوي فأقل ☐ جامعي ☐ بدون شهادة ☐

المحور الاول: عادات وانماط المشاهدة

1. هل تشاهد الفضائيات الاسلامية؟

دائما ☐ احيانا ☐ نادرا ☐

2. كم عدد ساعات مشاهدتك للفضائيات الاسلامية؟

اقل من ساعة ☐ من ساعة الى ساعتين ☐ ساعتين فأكثر ☐

3- ما هي الفترة التي تفضلها لمشاهدة الفضائيات الاسلامية؟

الصباح ☐ المساء ☐

الليل ☐ حسب الوقت المتاح ☐

4- لماذا تفضل هذه الفترة للمشاهدة؟

اجتماع الاسرة ☐ تمضية وقت الفراغ ☐

الوقت الوحيد المتاح للمشاهدة ☐ تعرض البرامج المميزة والمفضلة لي ☐

اخرى اذكرها: .....

5- هل تشاهد الفضائيات الاسلامية:

بشكل منفرد ☐ مع الأسرة ☐ الاثنين معا ☐

اخرى اذكرها.....

المحور الثاني: اسباب مشاهدة الفضائيات الاسلامية والإشباعات المحققة

6- ما نوع القنوات الاسلامية التي تتعرض لها؟

- قنوات اسلامية خاصة بالقرآن الكريم وعلومه ☐
- قنوات خاصة بالحديث الشريف وعلومه ☐
- قنوات اسلامية شاملة ☐
- قنوات اسلامية خاصة بالأناشيد الدينية ☐

7- ما نوع البرامج الاسلامية التي تتعرض لها؟

☐ فتاوى ☐ برامج علمية ☐ برامج ترفيهية

☐ كلها

اخرى اذكرها: .....

8- لماذا ترغب في مشاهدة هذه البرامج؟

☐ اتعرف على ديني أكثر ☐ كسب الحسنات

☐ احصل على حل لمشاكلي ☐ اتعلم التلاوة الصحيحة للقرآن الكريم

☐ كلها معا

اخرى اذكرها.....

9- ما هو السلوك الذي يظهر عليك بعد مشاهدتك لهذه البرامج؟ (السلوك المفضل)

- اغير من سلوكي الاجتماعي (الى الاحسن) ☐
- تزيد ثقتي بنفسي ☐
- تساعدني على تنمية قدراتي ☐
- تزيد من احساسي بحقوقي وواجباتي الدينية ☐

10_ اختر الدعاة الذين تفضل متابعتهم؟

- محمد حسان ☐ احمد الشقيري ☐
- نبيل العوضي ☐ محمد متولي الشعراوي ☐
- محمد راتب النابلسي ☐ أيمن رشدي سويد ☐
- آمنة هاشم ☐
- آخر اذكره.....

10- لماذا ترغب في متابعة هؤلاء الدعاة بالذات؟

- اثق في المعلومات التي يقدمونها ☐
- لهم القدرة على الاقناع ☐
- لغتهم سهلة وواضحة ☐
- كلها معا ☐
- اخرى اذكرها: .....

12-ما هو الانطباع الذي يتركه فيك هؤلاء الدعاة؟

- اعمل بنصائحهم ☐
- اتابع اعمالهم ☐
- احاول التواصل معهم عبر مختلف الوسائل ☐
- اخرى اذكرها.....

المحور الثالث: تقييم شباب المسيلة للفضائيات الاسلامية العربية

	موافق	موافق بشدة	محايد	معارض	معارض بشدة
13- الفضائيات الاسلامية ضرورية للمسلم في الوقت الراهن					
14- لا تحظى الفضائيات الاسلامية بإعجاب المشاهدين خاصة الشباب					
15-الفضائيات الإسلامية مصدر للإرهاب					
16-تعتبر الفضائيات الاسلامية من مصادري في الفتوى					
17-تساهم الفضائيات الاسلامية بنشر التعصب المذهبي					
18-تتمتع الفضائيات الاسلامية بأداء اعلامي سيء					
19-تنافس الفضائيات الاسلامية الفضائيات العربية الأخرى					
20-البرامج المعروضة في الفضائيات الاسلامية مكررة					
21-تمتاز البرامج الاسلامية بالشمولية					
22-تطورت البرامج الاسلامية بشكلها ومضمونها عما كانت عليه سابقا					
23-المواضيع المطروحة مملة					
24-تناقش البرامج الاسلامية كل ما يخص الشباب وتهمل الفئات الأخرى					
25-تساهم البرامج بتعليم التلاوة الصحيحة للقرآن الكريم					
26-لا يحفزني وجود مقدم شاب على متابعة الدروس الدينية					
27-أفضل الدعاة الملتحين في الفضائيات الإسلامية					
28-معظم الدعاة ليس لديهم الكفاءة والاحترافية الإعلامية					
29-أفضل ان يكون لباس مقدم البرامج عصري					

في الاخير تقبل(ي)مني فائق الشكر والتقدير والامتنان على تعاونك.

الطالبة: بوجملين جهاد