

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم

كلية العلوم الإجتماعية

قسم علوم إنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص وسائل الإعلام والاتصال



مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر أكاديمي

## واقع الإعلام الديني في القناة الفضائية الخاصة

دراسة ميدانية لمتتبعي حصة انصحوني على قناة النهار تي في

من اعداد الطالبتين :

\_ بن عورة فاطمة

\_ شناف صورية

إسم ولقب الأستاذ	الرتبة	الصفة	الجامعة الأصلية
العربي بوعمامة	دكتور	مؤطر	مستغانم
مرواني محمد	أستاذ	مناقش	مستغانم
فقيير رشيد	أستاذ	مناقش	مستغانم

السنة الجامعية: 2016 - 2017

# شكر وعرفان

الحمد لله من قبل ومن بعد حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه، الحمد لله كما ينبغي الشكر كله والإمتنان لله عز وجل الذي وفقنا وأماننا وبلغنا أمانينا التي ترضيه " ولا تنسوا الفضل بينكم "

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم " من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

ونحن نجنبي ثمرة عملنا لا يفوتنا أن نشكر على أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا

نظرة فكانت حارسا لنا حين فترة

فكلمة فكانت لنا مشجعا حين اليأس

ثم عملا فكان لنا الثمرة الحلوة التي ما بعدها يخلو

ونخص بالشكر:

الأستاذ المشرف الدكتور العربي بوعمامة الذي أشرف على توجيهنا لتحضير هذه المذكرة ولم يبخل علينا بعونه وحسن مشورته وتوجيهاته القيمة ومتابعته لنا في سبيل إنجاز هذا العمل المتواضع منذ ان كان فكرة إلى أن أصبح في شكله الحالي

الأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة على تشريفهم لنا بحضورهم وقبولهم مناقشة هذا العمل

كما نشكر والدينا أطل الله في عمرهم الذين كانوا مدفزين ومشجعين لنا في كل خطوة من خطوات

تحضير هذا العمل

كما نشكر الأخت فتية والأخ يحيى عبد الرزاق وصلاي لخير و كبير محمد الذين ساعدونا

إلى كل من تفضل علينا بجزء من إهتمامه، ولحظة من تفكيره، وإلى كل من ساعدنا من قريب أو

بعيد في إنجاز هذا العمل

لكم منا ألف شكر وتقدير

# إهداء

لا يطيب اللليل إلا بشرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ولا  
تطيب الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برويتك الله جل جلاله

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة إلى الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد عليه  
الصلاة والسلام

إلى من اتمنى له في الجنة سلسبيل إلى من أورثني كرامة وعزة النفس إلى نبض قلبي والدي  
العزیز

إلى من لا أنسى لها ليالي السهر إلى من اتمنى لها في الجنة مياه الكوثر إلى حبيبة الفؤاد أمي  
الغالية

إلى من ضمنني معهم حضن واحد إلى أعز ما في في الوجود إخوتي أحمد، إسماعيل، سفيان  
بدون إستثناء

وإلى عمي محمد وكل عائلته الكريمة

إلى كل من وقف معي من قريب أو من بعيد

صورته

# إهداء

الحمد لله وبالله نستعين والصلوة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى أصحابه  
والتابعين ومن بعدهم بالإخلاص إلى يوم الدين

لولا فضل الله تعالى الذي منا علينا بكرمه ووفقنا لما وصلنا إليه والذي أعطانا القوة في إتمام مشوارنا الله عز وجل

إلى نبي العالمين... وسيد الأمة وحبیب المتقين.... ونور المهتدين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

إلى من كلله الله بالصيبة والوقار... إلى من علمني العطاء بدون إنتظار.. إلى من أحمل إسمه بكل إفتخار.. إلى من  
أفتقده منذ الصغر.. إلى من يرتعش قلبي لذكره... يا من أودعني... إلى روح أبي الغالي رحمه الله وأدخله فسيح  
جنانه

إلى ملاكي في الحياة.. إلى معنى العنان والتفاني.. إلى بسمه الحياة وسر الوجود.. إلى من كان دعائها سر  
نجاحي.. إلى من ربتي وأنارت دربي إلى أغلى إنسانة في الوجود أمي الحبية فاطمة أطل الله في عمرها ورزقها  
الصحة والعافية

إلى توأما روحي صاحبتا القلب الطيب والنوايا الصادقة إلى أختاي يمينة ونصيرة

إلى كتاتيب الصغار.. الوجوه المفعمة بالبراءة.. إلى سر إبتسامتي.. أم كلثوم، بن حورة، نور الصدي، فاطمة، سلامة

إلى شريكي وسندي في الحياة زوجي مستقبلي يحيياوي عبد الله

إلى كل عائلة زوجي يحيياوي وخاصة الوالدين حفظهما الله وأطل في عمرهما

إلى من تحلو معهم الأيام... إلى من تميزن بالوفاء والعطاء.. إلى يذابيح الصدق الصافي.. إلى صديقاتي إيمان،  
صورية، فتية، رشيدة. فتية.

إلى كل طلبة علوم الإعلام والاتصال إلى كل من وسعهم قلبي ولم يسعهم قلبي

إلى كل هؤلاء أهدي عملي

## فاطمة

-شكر وعرفان

-إهداء

-فهرس المحتويات

-فهرس الجداول

-ملخص

-مقدمة

-الإطار المنهجي: إشكالية الدراسة، مداخلها ومنهجيتها

-تمهيد

1-إشكالية الدراسة

1-1-تحديد المشكلة

1-2-الفرضيات

1-3-أسباب إختيار الموضوع

1-4-أهداف الدراسة

1-5-تحديد المفاهيم

1-6-الدراسات السابقة

## 2-المدائل النظرية

2-1-نظرية إستخدامات وإشباعات

2-2-نظرية الغرس الثقافي

## 3-الإجراءات المنهجية

3-1-مجال الدراسة

3-2-مجتمع البحث

3-3- منهج الدراسة

3-4-أدوات جمع المعلومات

## -الإطار النظري

-الفصل الأول: الإعلام الديني

تمهيد

## 1-1-ماهية الإعلام الديني

1-1-1-تعريف الإعلام الديني

1-1-2-تطور الإعلام الديني

1-1-3-بروز ظاهرة الإعلام الديني

## 1-2-وظائف وخصائص الإعلام الديني

1-2-1-وظائف الإعلام الديني

1-2-2-خصائص الإعلام الديني

1-3-3-1 دور ومعوقات الإعلام الديني

1-3-1 دور الإعلام الديني

1-3-3-1 معوقات الإعلام الديني

خلاصة

الفصل الثاني: القنوات التلفزيونية الخاصة

تمهيد

2-1-1 ماهية القنوات التلفزيونية

2-1-1-1 نشأة القنوات التلفزيونية وتطورها

2-1-2 أهمية القنوات التلفزيونية الخاصة

2-1-3 إيجابيات وسلبيات القنوات التلفزيونية الخاصة

2-2 ماهية الفضائيات الجزائرية الخاصة

2-2-1 تعريف القنوات الخاصة

2-2-2 أنواع الفضائيات الخاصة

2-2-3 أسباب ودوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة

خلاصة

الإطار التطبيقي

تمهيد

1-تعريف قناة النهار tv

2-تحليل نتائج إستبيان

3-إختبار الفرضيات

4-النتائج العامة

خلاصة

-خاتمة

-قائمة المراجع

-الملاحق

## مقدمة

مرت وسائل الإعلام والاتصال بمجموعة من الثورات والإكتشافات أتاحت بث الصورة والصوت لأحدث الأخبار والمعلومات بمستوى عالي من الدقة والسرعة إلى كل المستخدمين والمستفيدين في المعمورة مما نتج عنه إنهيار وذوبان حاجز المسافات بين الدول والقارات، حيث أصبح مصدر تنافس بين الدول والمجتمعات.

فكل فرد في عالمنا معرض للإعلام لأن يكون جزءا من جمهوره إعلامي متفاعل مع الإعلام مهما كان نوع وتغطية وشكل المتابعة، هذا ما يقوله خبراء الإعلام والاتصالات وقد إنطلقوا في ذلك من دراسة حجم تأثير الإعلام عامة والفضائيات خاصة على المجتمع، حيث لم يعد الفرد في عالمنا اليوم نسيج نفسه او نتاج تربية أسرية أو ثقافته المحلية أو محيطه الضيق، إنما يميز أي إعلام عن غيره هو الرؤية والحظ والتخصص والمراجعة العقائدية والفكرية التي يتبناها وما تحمله مضامين رسائله والتي يسعى لنقلها والتنقيف بها.

إن الحديث عن الإعلام والدين وعلاقة ترابطية بينهما بإعتبار أن الدين هو مادة لتزويد الناس بعلم الدين والفقهاء وغرس القيم السامية وبالتالي قائم على التبليغ.

وهنا تبرر الرسالة بإيجابياتها في تدعيم القيم والتعبير عن الأنماط الثقافية السائدة بالمجتمع في حالة ما غذا كان المحتوى محلي داخلي يتعلق بالمتلقي أما إذا كان العكس فتصبح الرسالة سلبية تستعمل ثقافة مغايرة في القيم والأدب والفلسفة والعادات والتقاليد والدين الذي يعتبر أساس بناء المجتمع وقيمه وإحدى المكونات تطوره لذلك يعتبر هذا المعيار وعلاقته بالإعلام ذوأهمية بالغة والتحدث عنه أمر حساس ولابد من مميزات تحدد أسس الرسالة الإعلامية الدينية التي تبثها الوسيلة الإعلامية وتحديد إطار خطابها الديني الذي له تأثير كبير في التوجيه وتشكيل السلوك والفكر والوجدان المجتمع لذلك يظهر الإعلام الديني بإختلاف مضامينه كشكل من أشكال التواصل مع الناس ويعتبر قضية وإشكالية منحيث جدته لأن مفهومه هو اداة التبليغ والتواصل والحوار لذلك فعلى وسائل الإعلام الدينية الإسلامية مراعاة أسس الرسالة الدينية

## مقدمة

والقيام بالمهمة وأداة الوظيفة على أكمل وجه لأنها تساهم في ترسيخ القيم وبناء الأمة واستقرارها.

هذا الإعلام الديني الذي لا بد أن يكون قوي وذو مستوى عالي في الجزائر أو في أي دولة إسلامية أخرى لينجح في تكريس القيم والثقافة لدى الجمهور، وهذا من خلال مشاهدته للقنوات التلفزيونية الخاصة التي تبث البرامج الدينية وأخرى مختلفة أصبح لها معنى وأثر واضح، ولقد تأثرت وسائل الإعلام وافتتال بالتطور التكنولوجي الإتصالي وكانت القنوات التلفزيونية من أكثر الوسائل الإعلامية إستفادفة من هذا التطور وتأثيراته وهو تكنولوجيا القنوات الفضائية، إذ دخلت الحسابات الإلكترونية وقوة البث والمواكبة مع تطبيقات تكنولوجيا الإتصال في كل مراحل العمل التلفزيوني والبث الفضائي.

ولقد إنتشرت الفضائيات في كافة أنحاء العالم سواءً على مملوكة الأفراد أو مؤسسات الدولة أ والخاصة، كم تعتبر الفضائيات أفضل أنواع الإتصال مع الجماهير محليا أو عالميا فلم يعد الجمهور يعتمد على البث واحد.

وبإعتبار التكنولوجيا الحديثة متغير أساسي نجد الفضائيات الجزائرية الخاصة ظاهرة جديدة وفريدة في الجزائر ونوعية الإعلام التي تتناول مواضيعه، لهذا إرتدينا أن نقوم بدراسة موضوع الإعلام الديني في القنوات الخاصة دراسة حول تأثير حصة دينية إنصحوني على المشاهدين، لذا سنحاول في دراستنا هذه التركيز على تأثير حصة إنصحوني عل مشاهدين ومن أجل هذا قسمنا بحثنا إلى ثلاث إطارات (الإطار المنهجي، الإطار النظري، الإطار التطبيقي) وهي كالتالي:

تضمن الإطار المنهجي إشكالية الدراسة ومداخلها النظرية ومنهجيتها بدءا بتحديد المشكلة والفرضيات، أسباب إختيار الموضوع، أهداف الدراسة وأهميتها مرورا بتحديد المفاهيم والدراسات السابقة، ولنخرج بعد ذلك إلى اهم المداخل النظرية للدراسة والتي حددت في نظرية إستخدامات

## مقدمة

---

وإشباعات ونظرية الغرس الثقافي، ثم سنتناول في نقطة أخرى إجراءات منهجية بدءا بمجال الدراسة، فمجتمع البحث والعينة وأخيرا المنهج وأدوات الدراسة.

أما الإطار النظري فقد جمع بين فصلين، الفصل الأول تطرقنا فيه إلى ماهية الإعلام الديني إبتداءا بمفهومه وأهم خصائصه وأهدافه وأهم أدوار التي يقوم بها وبعض المعوقات التي تأتي في طريقه، أما الفصل الثاني فتعلق بالقنوات الفضائية الخاصة من حيث نشاتها وتطورها وكذلك أنواعها وأهميتها وإيجاباتها وسلبياتها.

لنصل في الأخير إلى الإطار التطبيقي والذي تضمن معرفة مدى تأثير حصة إنصحوني على متبعيها من خلال ولاية غليزان ومستغانم، بداية بالتعرف على قناة النهار ورصد أهم نتائج التي توصلنا إليها بخصوص مدى تأثير هذه الحصة على متبعيها.

### تمهيد

أحطنا في هذا الفصل بإشكالية الدراسة من خلال تحديد المشكلة ووضع الفرضيات الخاصة بالدراسة، مروراً بتوضيح أسباب إختيار الموضوع، بإضافة إلى أهداف الدراسة وأهميتها ثم تحديد المفاهيم وعرض الدراسات السابقة، لننتقل في نقطة ثانية للإحاطة بأهم مداخل النظرية للدراسة، فالإجراءات المنهجية المتبعة بدءاً بتحديد مجالات الدراسة، فمجتمع البحث والعينة وصولاً إلى منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات.

### 1 - إشكالية الدراسة:

#### 1-1 تحديد المشكلة:

يشهد العالم اليوم ثورة إتصالية وإعلامية حولته إلى أكثر من قرية كونية، أين أصبحت وسائل الإعلام من أكثر المنابر تأثيراً في السلوكيات وبناء التصورات وتشكيل الإتجاهات تعكس رغبة الإنسان الدائمة في إيصال أفكاره بكافة الوسائل المتاحة.

لما كان الإسلام دين دعوة وإعلام بطبيعته ورسالة شاملة تحترف كافة مجالات الحياة، كانت الحاجة ماسة إلى ظهور الإعلام الديني الذي يمثل فاعلية الصدارة في بناء الإنسان والجمعية البشرية مستمداً مبادئه المنهجية وظوابطه الشرعية من روح الشريعة الإسلامية بالحكمة والموعظة الحسنة والجدل بالتالي هي الأحسن.

تسجل تجربة الإعلام الديني منذ البعثة المحمدية بأشكاله المختلفة حضوراً لافتاً ضمن تطور التواصل الإنساني لا يمكن التغاضي عنه خاصة في السنوات الأخيرة في ظل الإنفتاح

الإعلامي، ما أثار العديد من تساؤلات البحثية حول طبيعة هذا الإعلام وواقع فاعلية رسالته عبر الوسائل المختلفة على المستوى الفردي المجتمعي ومدى بلوغ الطموحات التي تصنع المغايرة والاختلاف في الوقت الذي تحولت فيه وسائل الإعلام الحديثة إلى مقاوم للهدم والإعتراب الديني والثقافي داخل الأمة، ومن بين أهم هذه الوسائل التلفزيون الذي يعد من أهم الوسائل التي تزيح عن المجتمع ومختلف الأفراد عن الدين المتاح في البلد وذلك من خلال تنوع مختلف قنوات التي تتنوع وتختلف حسب البرامج التي تقدمها للمشاهدين، فهناك قنوات متخصصة وهناك قنوات متنوعة وبالتالي فإن البرامج تتنوع حسب تخصص القنوات التلفزيونية واقتصارها على النشاط الإعلامي معين أو وسائل إعلامية مختلفة، مما أدى إلى إنتشار أوسع للقنوات التلفزيونية هذه الأيام إل أن جمهورها يتحدد حسب طبيعة برامجها إنطلاقا من وظائف التلفزيون من خلال الشبكة البرمجية التي يقدمها بهدف إستقطاب المشاهدين متزايدة الحجم يتزايد عدد القنوات وتعاضم تأثيرها سواء من أفراد المجتمع فيما بينهم أو من خلال علاقاتهم، من هذه الأخيرة خاصة أن مضامين هذه البرامج أصبحت تتباين من حيث المحتوى والأهمية للمتلقى.

وكما يقوم على عاتق القنوات الجزائرية الخاصة دور الإعلام الهام للتأثير في الإعلام الديني سواء الدين اليهودي، الإسلامي وغيرها في كافة أنحاء المعمورة، ويمكن أن تستطيع القنوات الجزائرية الخاصة أن تحقق أهدافها المنشودة في الإعلام وتخدم قضايا الشعوب العربية والمؤسسات والهيئات والمنظمات الدينية إذ تمكنت من فهم الدين وكيفية السيطرة عليه والتأثير

فيه، بين القنوات الجزائرية التي سنسلط عليها الضوء لدراستها قناة النهار tv وهي القناة الخاصة والوحيدة التي تبث حصة "إنصحوني"، وفي هذا السياق نطرح الإشكال التالي : ما

مدى تأثير الحصة الدينية "إنصحوني" على المشاهدين؟

ويندرج تحت هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

- ✓ كيف تساهم حصة "إنصحوني" في ترقية القيم الدينية لدى المجتمع الجزائري؟
- ✓ ما أهمية القيم الموجودة في حصة إنصحوني؟

## 1-2 الفرضيات:

إن الفرضية عبارة عن إجابة إحصائية لسؤال مطروح في الإشكالية وتخضع للاختبار الميداني وللفرضيات علاقة مباشرة بنتيجة الحدث، إذ إرتأينا أن نضع ثلاثة فرضيات التي حاولنا الكشف عن مدى صحتها من خلال هذه الدراسة ومتمثلة في:

- ✓ إقبال الجمهور على الحصة ليس له غرض إلا لمعرفة الواقع الديني الجزائري.
- ✓ تحمل حصة إنصحوني عدة قيم منها دينية، إجتماعية، أخلاقية.
- ✓ للحصة الدينية "إنصحوني" تأثير على متبعيها.

## 1-3-1 أسباب إختيار الموضوع:

## 1-3-1-1 الأسباب الذاتية:

- ✓ الإعجاب الشخصي بحصة إنصحوني.
- ✓ الرغبة في معرفة محتوى حصة إنصحوني.
- ✓ محاولة معرفة آراء المشاهدين وانطباعاتهم عن هذه الحصة.

1-3-2- الأسباب الموضوعية :

- ✓ ندرة الدراسات السابقة حول حصة إنصحوني.
- ✓ كون الحصة جديدة في البث التلفزيوني الجزائري على قناة النهار TV.
- ✓ رصد أهم تأثيرات حصة إنصحوني .

1-4- أهداف الدراسة:

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى الوصول إلى الأهداف التالية:

- ✓ معرفة الدور الحيوي الذي تلعبه حصة إنصحوني.
- ✓ معرفة الأساليب والإستراتيجيات المتبعة في هذه الحصة التلفزيونية.
- ✓ التعرف على الخصائص ونوعية المواضيع المقدمة في هذه الحصة.
- ✓ الكشف عن الأحكام والتعميمات التي تسعى إليها حصة إنصحوني وربطها بالمجتمع الجزائري.

1-5 أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراسة في دور القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في توجيه الرأي العام

الجزائري فيمايلي:

✓ الدور الحيوي الذي تلعبه هذه الحصة على الساحة الإعلامية في الآونة الأخيرة حتى

صارت الظاهرة الإعلامية أكثر إستقطاب للجمهور.

✓ الإهتمام المتزايد الذي تكتسيه الحصة سواءً على المستوى الوطني والدولي العلمي

والعملي.

✓ إكتساب المتلقي أو الجمهور للرسالة الإعلامية كثقافة سلوكية حضارية تقدمها الوسيلة

الإعلامية.

✓ إثراء البحث العلمي بهذا النوع من الدراسات في إيطار تخصص وسائل الإعلام

والمجتمع.

## 1-6- تحديد المفاهيم:

## ❖ الإعلام:

**لغة:** الإعلان، الإخبار ويقال أجهزة الإعلام بمعنى أجهزة التوجيه والإرشاد العامة في الدولة.<sup>(1)</sup>

**إصطلاحاً:** الإعلام هو مصطلح يطلق على أية وسيلة أو تقنية أو منظمة أو مؤسسة تجارية أو أخرى غير ربحية عامة أو خاصة، رسمية أو غير رسمية مهمتها نشر الأخبار ونقل المعلومات، إلا أن الإعلام يتناول مهاما متنوعة أخرى تعدت موضوع نشر الأخبار إلى موضوع الترفيه والتسلية خصوصاً بعد ثورة تلفزيونية وانتشارها الواسع، تطلق على التكنولوجيا التي تقوم بمهمة الإعلام والمؤسسات التي تديرها إسم وسائل الإعلام، كما يطلق على هذه الأخيرة تعبير السلطة الرابعة للإشارة إلى تأثيرها العميق والواسع.<sup>(2)</sup>

-الإعلام هو شيوخ الخبر ونشر الوقائع، فهو يجعلها معروفة عند عدد كبير من الناس ومعنى هذا أن هناك أحداثا ووقائع تبقى سرّية ولا تنشر بين الناس كالمساعي الدبلوماسية والإستعداد العسكري وبعض الأحداث التي يرى أصحابها قاعدة في عدم نشرها والحدود بين ما ينشر وما لا ينشر غير واضحة تتكيف حسب ظروف المكان والزمان.<sup>(3)</sup>

1- جميل أبو نصرى وآخرون، زاد الطلاب قاموس مصور بالألوان: عربي.عربي، ط1، دار الراتب الجامعية، لبنان،

ص53.

<sup>2</sup>- سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ص25.

<sup>3</sup>- زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والإتصال، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص14.

التعريف الإجرائي للإعلام: هو تزويد الناس بالأخبار ومعلومات والحقائق الثابتة ونشر الوقائع والأحداث في صيغة مناسبة بواسطة الألفاظ وأصوات أو صور بصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور.

### ❖ مفهوم الدين:

لغة: الدين بالكسرة العادة والشأن ودانه ديناً بالكسر أذله واستبعده .. (1)

إصطلاحاً: إن الدين من الظواهر التي يصعب وضع مدلول، وهذا يرجع إلى العديد من الإعتبارات كتعريفه في علم الاجتماع.

-أحمد الخشاب يرى الدين أنه مجموعة من الظواهر الإعتقادية والعاملة التي تتصل بالعالم المقدس أو تنظيم سلوك الإنسان حيال العالم. (2)

التعريف الإجرائي للدين: هو مجموعة من العقائد تختلف من بلد إلى آخر بحيث يمثل العقيدة التي يتبعها أي متدين إتجاه دينه.

<sup>1</sup> -مراد زعيمي، نظرية علم الاجتماع بروية إسلامية ، رسالة دكتوراه، 1997، ص228.

<sup>2</sup> -مراد زعيمي، نظريات علم الاجتماع الديني، مجموعة محاضرات للدراسات العليا، 2007/2006، ص190.

## ❖ الإعلام الديني:

-إصطلاحاً: يعني تزويد الجماهير بصفة المسلمين بصفة خاصة بحقائق الدين والعقيدة المستمدة من كتاب الله القرآن وسنة نبيه محمد صلى الله عليه وسلم بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة بواسطة القائم بالإتصال لديه خلفية دينية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها وذلك بغية تنوير رأي أو إتجاه صائب، يعني الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملته.<sup>(1)</sup>

**التعريف الإجرائي للإعلام الديني :** الإعلام الديني هو الإعلام الذي يخاطب الجمهور عامة من خلال العمليات الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية عبر مختلف وسائل الإعلام ومستجداته ضمن منهج قواعد التقويم الإعلام الديني.

## ❖ القناة:

تعتبر ممر إلكتروني لنقل البرامج الإذاعية أو التلفزيونية، ويشار إليها عادة برقم معين

على جهاز الإستقبال حتى يتبين للمشاهد معرفة رقم القناة التي يرغب في مشاهدتها.<sup>(2)</sup>

**إجرائياً:** هي الوسيلة التي من خلالها يتم نقل المعلومات من خلال البرامج المبتة عبر الأقمار الصناعية عن طريق الساتلايت أو الأطباق اللاقطة.

<sup>1</sup> محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العلمية، ط1، دار الرفاعي، القاهرة، 1981، ص144.

<sup>2</sup> أحمد زكي، أحمد خليفة، معجم المصطلحات للإعلام، ط1، دار الجيل، القاهرة، 1985، ص43.

## ❖ قناة النهار:

قناة جزائرية إخبارية مستقلة تابعة لجريدة النهار الجزائرية، إنطلق البث التجريبي سنة 2012 وكان مقرها الرئيسي بالعاصمة الأردنية، عمان ليبدأ البث من هناك على قمر نايلسات، تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر. (1)

**القناة المتخصصة:** تقابل القناة الجامعة أو الشمولية وهي التي تخلت عن الشمولية، لتختص في مجال البرامج منفرد أو لتتوجه إلى جمهور محدد. (2)

**إجرائيا:** هي القناة أو القنوات التي تركز على فرع من فروع التخصصات التي يهتم بها جمهور معين ويكون في غالب الأحيان رأس مالها تابع للقطاع الخاص.

## ❖ التلفزيون:

**لغة:** كُون من مقطعين: télé ومعناها عن بعد و vision معناها الرؤية. (3)

**إصطلاحا:** يعتبر ثالث الوسائل الإعلام وأخطرها، حيث جمع بين ثلاث عناصر أساسية وهي الصوت، الصورة والحركة، وهو يعتبر من وسائل الإتصال الجماهيرية وهي أكثر تأثيرا وقوة ، وكلمة تلفزيون يعني الرؤية عن بعد. (4)

<sup>1</sup> www.star7arab.com/f.asp?t=1960.95 2017/01/12 10:37 صباحا.

<sup>2</sup> مجلة ستاتلات ART تفجر الجدل بين أفراد بين كأس العالم، 2006 ع11، 2004/12/575، ص12-13.

<sup>3</sup> - سليم عبد النبي، المرجع نفسه، ص24.

<sup>4</sup> - بلقاسم بن روان، وسائل الإعلام والمجتمع، دراسة في الأبحاث المجتمعية والمؤسسية، ط1، دار الخلدونية، الجزائر، ص19.

إجرائيا: يعتبر التلفزيون من أهم وسائل الإتصال الجماهيري العاصرة التي تطورت بتطور التكنولوجيا، بحيث يتفوق على جميع الوسائل الإعلامية الأخرى من حيث قدرته على جذب الإنتباه والإبهار وشدة التأثير.

### 1-7 الدراسات السابقة:

من المهم جدا لأي باحث أن يطلع على البحوث التي سبقت بحثه، لأن إطلاع على ما سبق يجنبه التكرار، ويمكنه من تفادي أخطاء الآخرين وقد يسمح له ذلك بفهم موضوع بحثه أكثر، وإختيار الطرق والإجراءات المنهجية الملائمة لدراسته، فضلا أن هذه الدراسات تتضمن قوائم بالمراجع الهامة التي إعتمدت عليها، فتفيد الباحث في التعرف على الكثير من المراجع والمصادر، لذلك حاولنا قدر الإمكان الحصول على دراسات سابقة أو مشابهة لدراستنا وقد أسفر جهدنا هذا على حصول على أربع دراسات:

#### • الدراسة الأولى: دراسة بعنوان القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال

العمومي لـ: نعيمة مليكة وبوحزام نوال

تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول المجال العام وعلاقته بالقنوات الخاصة وربط الإعلام بالسياسة، وكانت إشكالية الدراسة ما مدى إعتداد الشباب الجزائري على الفضائيات الخاصة في جلب الأخبار والمعلومات السياسية وتعزيز آليات التغيير المدني والإجتماعي؟

وكانت الفرضية هذه الدراسة: ساهم الإعلام الخاص في الجزائر بقنوانه الفضائية ( الشروق والجزائرية) في تشكيل المجال العموي للشباب الجزائري.

وقد إستخدم الباحثان المنهج المسح، وإعتمدت في جمع المعلومات على المقابلة والإستبيان، وقد شملت العينة البحث 60 شابا تتراوح أعمارهم ما بين 20/30 أما المقابلات فكانت بين 12 شابا من ولاية معسكر.

ومن أهم النتائج التي توصلنا إليها أن الفضاء العام تحول إلى فضاء للتلاعب السياسي والإيديولوجي الذي يسيطر على عقول الجماهير، وبالتالي نفسر أن مستلزمات الفضاء العام مازالت تعاني من قصور، وهذا يفسر غياب الجتمع المدني وضعف المشاركة السياسية للمواطن في الحياة السياسية، ولهذا وجب على الإعلام الجزائري أن يساهم في صنع القرار وتأثير المباشر على الوطن الذي سار واعيا لأنتمائه المطلق على أوسع ما يكون في الإنتقالية.

وتلتقي دراستنا مع هذه الدراسة في دراسة القنوات الخاصة الجزائرية و قد ساعدتنا في طريقة صياغة افشكالية وكذا المعلومات عن القنوات الخاصة.

- **الدراسة الثانية:** البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ل: محمد أحمد هاشم سنة 2005.

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على نوعية البرامج الدينية ودراسة المضمون الديني والخطاب الديني الإعلامي بعد 11 سبتمبر، فهي تعد من الدراسات الحديثة في هذا المضمار إذ اعتدت على مسح الإعلامي بأداة تحليل المضمون بالتطبيق على عينة من البرامج الدينية في الفضائيات العربية.

توصلت هذه الدراسة إلى إهتمام البرامج الدينية في الفضائيات العربية الخاصة بالموضوعات في مجال القضايا المختلفة للقطاع الإجتماعي في الإسلام وكشفت الدراسة عن المستوى اللغوي السائد في البرامج تقدمها الفضائيات العربية الحكومية.

- **الدراسة الثالثة:** جاءت هذه الدراسة تحت عنوان دور وسائل الإتصال والإعلام الديني في تشكيل الهوية السياسية لدى الشباب الجزائري، تمحورت إشكالية هذه الدراسة في ما مدى تأثير وسائل الإعلام والإتصال على تشكيل الهوية السياسية لدى الشباب الجزائري؟ هل الهوية السياسية لدى للتيار السلفي في الجزائر هي إستجابة للإعلام الديني أم ظاهرة إجتماعية وسياسية منفصلة؟

وقد إقتضت المعالجة المنهجية لموضوع الدراسة على منظورين سوسيوولوجي هما المدخل البنائي الوظيفي والمدخل الفينولوجي بحيث كانت العينة قصدية فأما أدوات البحث المستخدمة في هذه الدراسة هي المقابلة و تحليل المضمون.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

فقد كان الأغلبية المبحوثين آراء وإتجاهات ومواقف حول السياسة وما يتعلق بها من مظاهر سياسية وكانت مجملها تميل إلى ما نجده متضمنا ومنشورا في وسائل الإتصال والإعلام الديني، غير أن الملاحظ في هذه المواقف والآراء والإتجاهات التي تمثل عناصر هامة في هذه الهوية السياسية لدى هذا الجمهور أنها تبتعد كثيرا عن بنية السياسية التي يخضع لها أفراد المجتمع.

• **الدراسة الرابعة:** جاءت هذه الدراسة تحت عنوان الإعلام الديني وأثره في الرأي العام وتمحورت إشكالية هذه الدراسة حول تأثير الإعلام الديني في الرأي العام من خلال دراسة ميدانية لعينة من الريف المصري كان قوامها 600 مبحوث ون أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

إرتفاع معدلات التعرض لوسائل الإتصال الجماهيرية الثلاث الراديو ، التلفزيون، الصحف في مناطق البحث الثلاث و تأتي الإذاعة على رأس هذه الوسائل إذا بلغت نسبة الذين يستمعون إلى الراديو بين مجموعة الدراسة 90.2% وجاء التلفزيون بعد ذلك بنسبة 67% ثم كانت نسبة 58.8%.

ومن خلال إطلاعنا على الدراسات سألفة الذكر إتضح لنا أن كما ساعدتنا هذه الدراسات في ضبط الخطة، كذلك معرفة المراجع والمصادر التي نعتمد عليها.

## 2- المداخل النظرية

تحدد النظرية إتجاه الدراسة وتساهم بدورها في تحديد إطار البيانات المطلوبة وكذا النتائج والحقائق المستهدفة، ولذلك سنحاول في هذا العنصر عرض أهم التصورات النظرية التي سنتطرق منها الدراسة في حيث إستخدمنا نظرية الإستخدامات والإشباعات ونظرية الغرس الثقافي.

## • نظرية الإستخدامات والإشباعات:

تهتم نظرية الإستخدام والإشباع بدراسة الإتصال الجماهيري دراسة وظيفية، فخلال الأربعينيات القرن 20 أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الإجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، إذ صار الإهتمام منصباً على رضا المستخدمين وذلك بطرح تساؤل جديد هو: ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟

من خلال هذا التساؤل الذي يطرحه نظرية الإستخدامات والإشباعات على أنقاض الذي كان سائداً قبل وهو ماذا تفعل وسائل الإعلام بجهاور هام؟ ويمكننا أن ندرك بأن محور العملية الإتصالية حسب النظرية يتمثل في المتلقي الذي يعتبر نقطة البدء وليس الرسالة الإعلامية أو الوسيلة الإتصالية.

فمن خلال منظور الإستخدامات والإشباع لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الإتصال الجماهيري وإنما تختار الأفراد بوعي وسائل الإتصال التي يرغبون في التعرض لها ونوع المضمون الذي يلي حاجاتهم النفسية والإجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة.<sup>(1)</sup>

ويلخص كاتز وزملائه إفتراضات هذه النظرية في النقاط التالية:

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط وإستخدامه لوسائل الإعلام هو إستخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات وإختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

- تنافس وسائل الإعلام مصادر بأخرى لإشباع الحاجات مثل الإتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها.

- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لإستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد إهتماماته وحاجاته ودوافعه وبالتالي إختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.

<sup>1</sup>- مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية: دراسة في الإستخدامات والإشباع، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2004، ص126.

- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور وإستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.

وتحقق نظرية الإستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية:

-محاولة تحديد كيفية إستخدام الأفراد لوسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاته.

-شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة من هذا الغرض.

-التأكيد على نتائج إستخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الإتصال الجماهيري.<sup>(1)</sup>

### • نظرية الغرس الثقافي:

ترجع أصول النظرية إلى العالم الأمريكي "جورج جورنبرج" حيث بحث حول تأثير وسائل الإتصال الجماهيرية على البيئة الثقافية في إطار مشروع خاص بالمؤشرات الثقافية .. بحوث المؤشرات الثقافية على ثاثة قضايا متداخلة هي:

- دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.

- دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر على إنتاج الرسائل الإعلامية.

- دراسة المشاركة المستقلة للرسائل الجماهيرية على غدراك الجمهور للواقع الإجتماعي.

<sup>1</sup>- مرزوق عبد الحكيم العادلي، نفس المرجع، ص127.

وتعتبر نظرية الغرس الثقافي تصوراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى وتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعلم من خلال الملاحظة والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات حيث تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها النظريات السابقة وهي قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعالم المحيطة بها خصوصاً بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة كبيرة.

وقد نشأت هذه النظرية في مواجهة الظروف الاجتماعية الخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، تمثلت في ظهور موجات من العنف والجرائم والإغتيالات في المجتمع الأمريكي في نهاية الستينات وربط الناس بين ظهور هذه الموجات والإنتشار الواسع للتلفزيون، مما أدا بالباحثين والمؤسسات البحثية في أمريكا لإجراء العديد من البحوث حول علاقة مشاهدة التلفزيون وارتفاع معدلات الجريمة والسلوك العدواني.<sup>(1)</sup>

ضمن نتائج تلك البحوث وضع "جرين" مشروعاً الخاص بالمؤشرات الثقافية، وقد توصل إلى هذه نظرية التي ترى أن الأشخاص كثيفي التعرض لبرامج التلفزيون يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي من الأفراد قليلي التعرض، وإن التلفزيون وسيلة فريدة للغرس لدى الأشخاص خاصة الأطفال، لتمتعه بخصائص منها قيامه بدور راوي الحكاية وإمداد الطفل بالمعلومات وتكرار الصور الذهنية، وتفترض النظرية أن تقديم التلفزيون للواقع الاجتماعي يؤثر على معتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي.

<sup>1</sup> - محمد منير حجاب، نظريات الإتصال، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص306.

كما تفترض نظرية الغرس الثقافي أن من هم قليلوا المشاهدة للتلفزيون يتعرضون لمصادر معلومات متنوعة وكثيرة أخرى غير التلفزيون، بعضها شخصي وأخرى جماهيري، في حين أن من هم كثيرون المشاهدة للتلفزيون فيعتمدون التلفزيون أكثر من غيرهم في الحصول على المعلومات.

ومن أهم الإنتقادات الموجهة إلى نظرية الغرس الثقافي نجد:

- لم تأخذ النظرية في إعتبارها المتغيرات الأخرى غير كثافة المشاهدة التي تدخل في عملية التأثير التلفزي مثل العوامل الديمقراطية.
- يرى كل من "هاركنز و بنجري" أن العلاقة بين مشاهدة التلفزة والغرس الثقافي وعند مشاهدته يمكن أن ترجع إلى بعض محتوى مواداً وبراج التلفزة ولا تنطبق على مشاهدة محتوى جميع التلفزيون في عمومها ولكنها قد تحدث نتيجة مشاهدة برامج مهددة.
- إن المادة المقدمة من خلال التلفزة من الممكن أن تتعرض إلى القلب والتزيين من قبل المشاهدين كما ان إستجابات المشاهد قد تكون متغيرة وبالتالي تصبح الأسس التي تبنى عليها مفاهيم أبعاد العلاقة بين المشاهدة والتأثير طبق لمنظور الغرس الثقافي مفاهيماً وأبعاد غير دقيقة.<sup>(1)</sup>

<sup>1</sup> - نفس المرجع، ص307.

3-الإجراءات المنهجية

3-1 مجالات الدراسة: تصب هذه الدراسة في معرفة مدى تأثير حصة إنصحووني على

متتبعيها على قناة النهار.tv.

المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة بولاية غليزان.

المجال الزمني: تم الشروع في هذه الدراسة مع بداية نوفمبر 2016 وانقسمت هذه الفترة حسب:

-الجانب النظري: إستمر البحث فيه خلال الفترة الممتدة من نوفمبر 2016 إلى غاية

مارس 2017 .

-الجانب الميداني: إبتداءا من شهر مارس إلى أبريل .

## 2-3 مجتمع البحث والعينة:

على الباحث في أي دراسة ما أن يحدد مجتمع بحثه حسب الموضوع المختار وهو يمثل جميع الأفراد والأشخاص الذين يكونون مشكلة البحث، وقد يكون هذا المجتمع ضخما لا يستطيع الباحث السيطرة عنه، وبالتالي يجب على الباحث أن يختار جزءا من مجتمع البحث العلمي نسميه عينة البحث.

عرفه موريس أنجرس على أنه "مجموعة من العناصر لها عدة خصائص مشتركة لهذه الخصائص خاصة بهذا المجتمع تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث وغالبا ما يكون كثيرا وغير متجانس".<sup>(1)</sup>

يعرف مجتمع البحث على أنه جميع المفردات التي لها صفة أو صفات مشتركة وجميع هذه المفردات خاضعة للدراسة أو للبحث من قبل الباحث.<sup>(2)</sup>

كما يعرف أيضا حسب "مادالين قرافيت" أنه "مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث أو التقصي".<sup>(3)</sup>

<sup>1</sup> - موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية (ت، بوزيد صحواري و آخرون)، ط2، دار القصبية، الجزائر، 2006، ص62.

<sup>2</sup> - دلال القاضي، محمود البياتي، منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي spss، دار الحامد، عمان، 2008، ص148.

<sup>3</sup> - موريس أنجرس، نفس المرجع. ص62.

وبما أن دراستنا تهدف إلى معرفة مدى تأثير حصة إنصحوني على المشاهدين وذلك من حيث معرفة آراء المشاهدين حول هذه الحصة ومدى تأثرهم بها، ولذلك سيكون مجتمع البحث متتبعين حصة إنصحوني على قناة النهار TV.

### -العينة:

- العينة: تعرف على أنها مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة.

ويعرفها محمد عبد الحميد على أنه: "عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا ويسجل هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع".<sup>(1)</sup>

وتم إختيارنا للعينة القصدية التي يقوم فيها الباحث بإختيار مفرداته بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، حيث كان عدد مفردات مجتمع البحث 100 عينة من بلدية مديونة ولاية غليزان.

<sup>1</sup> - عبد الحميد محمد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص19.

## 3-3 منهج الدراسة

عند القيام بأي دراسة علمية لا بد من إتباع خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما، وذلك بإتباع منهج معين يتناسب وطبيعة الدراسة التي سنتطرق لها.

حيث يعرف المنهج بأنه: "جملة من الخطوات المنظمة التي يجب على الباحث إتباعها في إطار الإلتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة".<sup>(1)</sup>

كما يعرف المنهج على انه "مجموعة من الإجراءات التي يتبعها الباحث لإكتشاف الحقيقة والبرهنة عليها".<sup>(2)</sup>

بما أن الظاهرة التي سندرسها تنتمي للحاضر سننتهج المنهج الوصفي لأنه المنهج المناسب لدراستنا، حيث يعرف منهج الوصفي على أنه "طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية إجتماعية أو مشكلة إجتماعية أو إنسانية ويستخدم هذا المنهج في عدة مجالات في علوم الإعلام والإتصال لأنه يساعد على تدعيم الدراسة بالمعلومات والتحقق من الفرضيات المطروحة".<sup>(3)</sup>

<sup>1</sup>-موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، مرجع سبق ذكره، ص75.

<sup>2</sup>-صلاح شروخ، منهجية البحث العلمي، دار العلوم، الجزائر، 2003، ص90.

<sup>3</sup>-عمار بوحوش، محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات، الجزائر، 2007، ص34.

## 4-4 أداة جمع المعلومات:

إن دقة أي بحث علمي تتوقف إلى حد كبير على إختيار الأدوات المناسبة التي تتماشى وطبيعة الموضوع وإمكانيات الباحث للحصول على البيانات والمعطيات التي تخدم أهداف الدراسة، حيث تعتبر أداة الدراسة أو أداة جمع البيانات الوسيلة التي يستخدمها الباحث قصد جمع البيانات من الميدان وذلك لتحليلها والوقوف على دلالتها ومعاينتها بمعطيات نظرية المقدمة ولطبيعة الموضوع المدروس إعتدنا التقنية المنهجية التالية:

**الإستبيان:** هو أداة بحث تُستخدم في الحصول على معلومات دقيقة وملاحظتها بنفسه في مجال البحوث، فهو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث في تعبيرها عن موضوع البحث في إطار الخطة الموضوعية تقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الدراسة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة بعناية كبيرة مع كتابة الأجوبة شخصيا من طرف المبحوث وذلك في إطار التقيد التام بطرحها وفق الصيغة المرسومة لها في الإستمارة.

أما الغرض الأساسي الذي كان وراء استخدامنا لأداة الإستبيان هو الحرص على أن التحليل الموضوعي من خلال إتباع خطوات علمية ودقيقة تسمح للوصول إلى النتائج ومع حصر جميع عناصر الموضوع المدروس منهجيا في إتباع قولعد مضبوطة غير قابلة للتغيير.<sup>(1)</sup>

---

<sup>1</sup> - بن مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص220.

## تمهيد

الإنسان المسلم في أي مكان من هذه المعمورة، لا يستطيع أن يعيش بمنأى عن الدين الإسلامي وقيمه في حياته اليومية، فهو بحاجة متواصلة ومنتزيدة للمعرفة الدينية، خاصة مع تطور البشرية وظهور مستجدات فقهية وأخلاقية، لم تعهدها المجتمعات الإسلامية من قبل. ولهذا فالمسلم بحاجة دوماً للبرامج الدينية التي يتناول قضايا الإجتماعية، وتزيد من ثقافته ووعيه الديني، لا بد من الإشارة إلى أنّ هناك دوافع لمشاهدة البرامج الدينية في التلفزيون.

1-1- ماهية الإعلام الديني

1-1-1- مفهوم الإعلام الديني

- هو عملية تشمل جميع الإعلام في المجتمع الإسلامي فهو ليس مجرد بعض الدروس والمواعظ تلقى من خلال أجهزة الإعلام، ولا تلك المسلسلات عن التاريخ التي تعرض ضمن برامج التلفزيونية أو الإذاعات وإنما هو مواد ووسائل وحقائق وندوات وبرامج موجهة إقتصادية واجتماعية، سياسية.....إلخ.

- هو تزويد الجماهير بصفة عامة والمسلمين بصفة خاصة بحقائق الدين الإسلامي والعقيدة الإسلامية المستمدة من كتاب الله القرآن والسنة رسوله محمد عليه الصلاة والسلام بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خلال وسيلة إعلامية، لديه خلفية دينية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها بغية تكوين رأي أو إتجاه صائب.<sup>(1)</sup>

والإعلام الديني يعتمد على الخبراء والإخصائيين والفنيين والكتاب والمؤلفين الملتزمين بالإيمان إيماناً وعملاً ويعيشون على هذا النظام بعقولهم وأفكارهم.

الإعلام الديني هو وجود التفاعل والحركية والإستجابة بين المرسل والمستقبل وهو يؤدي وظائف على المستوى الوطني والدولي، فهو موجه لكافة الناس.

<sup>1</sup> - محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العلمية، ط2، دار الرفاعي، القاهرة، 1984، ص24.

كما يستعمل الإعلام الديني كل أجهزة الإعلام المتخصصة والعامّة في المجتمع الإسلامي في أنحاء العالم، فهو يستعين بوكالات الأنباء الإسلامية والعالمية المختلفة، ويستخدم الأقمار الصناعية والعربية والغير العربية وينشر في التلفزيونات العالمية ومثل غيره من الأنشطة واجه عقبات لها علاقة بتحديد الجانب التطبيقي للمصطلح ونطاق عمله، والمشكلة هي عدم إيجاد آلية تطبيق ووضعه موضع التنفيذ بسبب تعقد النشاط الإعلامي ومن الذي يمثله، هل هو شيخا أم شخصا محسوب على الوسيلة الإعلامية بالضرورة؟.

تحول النشاط الإعلامي إلى صناعة معقدة متجاوزا لمفهوم البدائي للإعلام وأدرك خبراء الإعلام أنه لا يمكن توفر شيخ في كل برنامج وإذا كان ذلك فيصعب تحقيقه في الدراما.<sup>(1)</sup>

وهنا يتم التركيز على مضمون الرسالة الإعلامية الدينية من جانب حتمية مراعاة العنصر البشري المؤهل والمؤدي والناقل، وبذلك يصبح الجمهور المتأثر في المرتبة الأولى والمؤدي في المرتبة الثانية، كون أن الرسالة هي الأهم وهنا يطرح السؤال ماهي الرسالة الإعلامية التي يمكن أن يعبر عنها بأنها إعلام ديني؟ هل من نصوص القرآنية الكريمة أو السنة أو السلوكيات المرتبطة بهما؟ وبين هذا الجدل في ماهية الإعلام الديني، نقر بأنهم قول أو ممارسة مباشرة.

<sup>1</sup> -قارة نعيمة، دور الإعلام الديني في ترقية القيم لدى الجمهور الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة مستغانم، 2016/2015، ص18.

أولاً: القرآن الكريم: يعتبر المصدر الأول وذلك لما يتضمنه من أحكام وتعاليم وآداب وأخلاق فيلتزم الإعلام بكل ذلك، وكذلك كل شخص وكل مؤسسة إعلامية دينية، وهذا المصدر يجعل الرسالة تتسم بالثبات لأن مصدرها الإله ولا يكون الإلتزام بالقول فقط بل بالعمل.

يعتبر هذا الأصل المثل الأعلى مما يدعو الناس إلى الإلتزام بالتشريع من خلال وسائل الإعلام.

ثانياً: السنة والسيرة النبوية: من المعروف أن القرآن شامل لكن التفصيل والبيان جاء في السنة وهناك آيات كثيرة يأمرنا فيها الله بطاعة رسول الله صلى الله عليه وسلم، كما يعتبر القرآن مصدر للإعلام كذلك السنة من إلتزام وأحكام وبث ذلك من خلال مختلف الوسائل الإعلامية ورفع الناس إلى المثل العلى وإفادتهم من القصص والعبر التي تساهم في تنشئتهم وبعث سلوكيات إجتماعية خالصة في ترقية القيم....

ثالثاً: التجارب والقصص والإنتاج البشري: وهي تجارب من سبقونا بالإيمان، وهي عرض أمثال وعبر وتلتزم فيها القواعد الشرعية، أما الإنتاج البشري فهو يحتاج إلى الضبط والقواعد الخلقية والقيم.<sup>(1)</sup>

الإعلام الديني هو الإعلام الذي يقدم مادة دينية لعقيدة ما إسلامية أو غير إسلامية.

<sup>1</sup> - حسين علي محمد، دراسات في الإعلام الديني (إسلامي، مسيحي، يهودي)، دار اللبيان للنشر والتوزيع، 2001، ص28.

## 1-1-2- تطور الإعلام الديني

مرت الصحوة الإسلامية في العالم العربي بمراحل متعددة وجريت حركات وأساليب متنوعة للتأثير في المجتمع، في أول كانت التربية الفردية صورة راسخة لدى مدارس دعوية متعددة وكانت الخدمات الإجتماعية وسيلة لدى فئات إسلامية للوصول للمستهدف وإقناعه بالفكرة الإسلامية.

أما في ما بعد جاء وعي الصحوة الإسلامية بالإعلام وأهميته ودوره متأخرا قليلا مما سبب فوات الكثير من المصالح والتعرض لكثير من الإقصاء، فحتى يستفيد الدين من الإعلام والصحوة الإسلامية في إيصال الفكر وإحداث تأثير لا بد من عملية تدريبية ونظرية تأصيلية وهذا ما كان يفتقده الإعلام الديني في الفترات السابقة التي كانت تفتقر للكوادر البشرية والمادية وروح الرغبة.<sup>(1)</sup>

ومن خلال التدرج التاريخي للدعوة الإسلامية وإمتدادها شّخص المختصون في الإعلام والإتصال أهم الوسائل الإعلامية في الدعوة الإسلامية بما يأتي : القرآن الكريم، السنة النبوية الشريفة، الأقطار الأخرى، اللقاءات ، المحاضرات، المسجد، الخطبة وإستقبال الوفود الرسائل إلى الوفود بوصفها إعلاما دوليا، الحج، الفتوحات الإسلامية، رحلات التجار والمسلمين إلى أماكن لم تصلها الفتوح.

<sup>1</sup> - أحمد محمد العسال، النظام الإقتصادي في الإسلام، دار وهبة، القاهرة، 1977، ص146.

ومع تطور استخدام وسائل الإتصال ومع مرور الزمن وإستمرار الإنسان في إكتشاف وسائل الإتصال بأنواعه الشخصي والجمعي والجماهيري الحضاري إتسعت الوسائل المستخدمة في الإعلام الديني وإختلفت عن رسائل الدعوة في إيصال الفكرة بشكل مباشر أو غير المباشر إلى ما ينبغي للإعلام الديني من تصور.<sup>(1)</sup>

وهنا يتضح الهدف الرئيسي للإعلام الديني إلى تقديم الصورة الصحيحة للسلوك الإسلامي بموضوعية وقيم المجتمع المسلم.

### 1-1-3- بروز ظاهرة الإعلام الديني

الإعلام الديني وسائل متعددة منذ نشأته وتطوره وكان له الأثر الكبير في إثراء المكتبة الإسلامية بكم معتبر من المؤلفات الدينية ومباحث الفكر الإسلامي، مما نجده الآن بين أيدينا من المصادر والمراجع الفقهية وكتب الحديث والسيرة النبوية وغير ذلك.<sup>(2)</sup>

ولقد إعتد الإعلام الديني في عصور الإسلام الأولى على وسيلة الإتصال الشخصي والجماعي وخاصة في المساجد، فقد كانت وسائل الرسول صلى الله عليه وسلم كلها عمل وقول وإنتقال وخطابه مع إرسال المبعوثين والدعاة إلى جهات مختلفة بدءاً من المدينة المنورة إلى مواطن القبائل ومنابر الأسواق والإتصالات الشخصية في المواسم...إلخ.<sup>(3)</sup>

<sup>1</sup> - أحمد محمد العسال، المرجع نفسه، ص 146.

<sup>2</sup> - جمال محمد أبو شب، أشرف محمد فوجة، الدعاية والإعلان، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص194-195.

<sup>3</sup> - عبد المنعم الميلادي، الإعلام، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2007، ص206.

وإلى جانب الإعلام بوسيلة الإتصال الشخصي والجمعي كانت هناك وسيلة تدوين المخطوطات ونقلها وكانت هذه الوسيلة بديلا لوسائل الطباعة الحديثة المعروفة الآن، وكثير من أمهات الكتب الدينية الموجودة اليوم نقلت وطبعت في العصر الحديث عن أصول مخطوطات قديمة كتب في عصورها بأي كتيبيها من العلماء.

وكذلك فقد حرص المسلمون في كل العصور على تزيين جدران المساجد بآيات القرآن وكانوا بذلك أسلف إلى الإعلام بإستخدام اللافتات أو الصحف الجدرانية.

الإعلام الديني لظهور المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر ميلادي بإنتشار الكتب المطبوعة وإقتناء الناس لها وإزداد إعداد طلاب العلم وتعدد المعاهد الدراسية الدينية في مختلف المجتمعات الإسلامية، كما أسهمت المجالات الإسلامية المتخصصة في نشر الإعلام الديني بشكل كبير خاصة بعد إنتقال المطبعة إلى البلاد الإسلامية، فالمطبعة كوسيلة إتصال يمكن القول أنها حولت الخطاب الديني من خطاب نخبوي إلى خطاب ديني جماهيري.<sup>(1)</sup>

إتخذ الإعلام الديني مكانة متواضعة جدًا في البداية مع ظهور الإذاعات والتلفزيون في القرن العشرين، وكان ذلك في شكل برامج دينية كانت تتمثل غالبا في أحاديث وقراءات دينية إلى جانب تلاوة بعض الآيات القرآن الكريم، ثم تنوعت محتويات الإعلام الديني وأساليبه لتأخذ صيغًا مختلفة مثل الندوة الإذاعية، المسلسل الديني، خطبة الجمعة وغيرها، ثم إتجه الرأي للإعلام الديني فأنشأت إذاعة القرآن الكريم في مصر وفي المملكة العربية السعودية و إذاعة

<sup>1</sup> - محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط1، ج1، دارالفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص313.

نداء الإسلام في مكة المكرمة، وأخذت الجزائر هذا الحد وبإنشائها في الشعبيات من القرن العشرين إذاعة القرآن الكريم.<sup>(1)</sup>

ويمكن الحديث عن تنامي الفضائيات الدينية في المجتمع الإسلامي بداية من الألفية الثالثة مع ظهور قنوات المسجد والرسالة والمنابر وقبلها بظهور قناة إقرأ التي مهدت لظهور هذه القنوات الفضائية الدينية وأعطت صيغة وتصور جديدين للإعلام الديني في وسائل الإعلام، وأثير في الثمانيات من القرن العشرين جدلا بين الباحثين عن ماهية الخطاب الديني وعلاقته بنظرية الإعلام الإسلامي وأيهما يحوي الآخر الإعلام الديني أم الإعلام الإسلامي؟.

يرى الدكتور محمد سيد محمد بأن الإعلام الإسلامي في ظروفنا المعاصرة هو صورة الإعلام المتخصص وهو الإعلام الديني بمعنى أن الإعلام الديني هو الجزء المتخصص في قضايا الوعظ والإرشاد والتبليغ وتعليم الناس الأمور الخاصة بدينهم أي هو الإعلام والخطاب الديني المرتبط بالفروع وليس بالأصول، لأن الأصول هي من مهمة الإعلام الإسلامي ككل، والإعلام الإسلامي شامل وكامل بشمول وكمال العقيدة الإسلامية، ولا يرتبط فحسب بالقضايا الدينية وإنما يتعداها إلى جميع مناحي الحياة السياسية، الإقتصادية، الإجتماعية، والثقافية... إلخ.<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup>- تيسير أبو عرجة، قضايا ودراسات الإعلامية، ط1، دارجر لل نشر والتوزيع، 2006، ص19.

<sup>2</sup>- تيسير أبو عرجة، المرجع نفسه، ص19.

## 1-2- وظائف الإعلام وخصائص الإعلام الديني

### 1-2-1- وظائف الإعلام الديني

كون أن الإعلام له نشاطه وعمله الإعلامي المتميز فإنه يملك عدة وظائف تساهم في إتمام العملية الإعلامية الدينية وتقديم خدمته للجمهور على أكمل وجه وتشمل هذه الوظائف ما يلي:

- ✓ وظيفة دعوية: وهي جزء من الأمانة التي تحملها أمة محمد عليه الصلاة والسلام ويسعى الإسلام الديني إلى نشر عقيدة التوحيد، كما يتبنى الدعوة إلى العبودية الخالصة لله وحده دون سواه، فكل الإعلام دعوة.
- ✓ وظيفة إخبارية: ينقل الإعلام الدني الخبر والمعلومات والأحداث والوقائع ويتبنى قضايا المسلمين ويبرزها ويحللها ويقدم الحلول المناسبة لها وفق المنظور الإسلامي.
- ✓ وظيفة علمية وتربوية: ترمي إلى الإرتقاء بإهتمامات الناس والسمو بعقولهم ووجدانهم وسلوكهم وتزويدهم بعلم الشريعة وغيرها من العلوم النافعة وغرس المعاني الخلاقية.
- ✓ وظيفة تثقيفية: الثقافة مفهوم واسع يتضمن معارف وعلوم متنوعة في الشأن السياسي والإقتصادي والإجتماعي والعسكري ويتضمن أخبار وتقارير ومعلومات التي تؤدي دورا تكميليا ولا بد اهتمام به.

- ✓ وظيفة إجتماعية: تعمل على بناء الشخصية الإسلامية المتوازنة والقوية وبناء المجتمع المتماسك وتعميق الشعور الإنساني مع روح الآخرين وبث الألفة والمودة وتحقيق الإنسجام داخل المجتمع، كما يساهم من خلال برامجها على التنشئة الإجتماعية.
- ✓ وظيفة توعوية: التوعية بواقع الأمة الإسلامية وعلاقتها بالأمم الخرى ذات التأثير بقضايا المسلمين سواء في الجانب السياسي أو الإقتصادي.<sup>(1)</sup>
- ✓ وظيفة تنموية: المساهمة في تنمية المجتمع إقتصاديا وإجتماعيا وعلى أسس سليمة راسخة تعتمد على الأرقام والمعلومات وتؤدي دورا موازيا ومكملا لجهود الدولة.
- ✓ وظيفة تقويمية: أن اهم وظائف الإعلام الديني عملية التقويم لإدابة الناس وانشطتهم وأعمالهم وأقوالهم وهذا لا يحقق إلا في ظل إعتلاء منابر العلم والإيمان والصلاح.
- ✓ وظيفة ترفيهية: الترفيه الهادف الذي يروح على النفس وبعث النشاط فيها وإسعادها.

<sup>1</sup> - محمد محمد يونس، وظائف الإعلام الإسلامي، القاهرة، 1998، ص20.

1-2-2- خصائص الإعلام الديني

للإعلام الديني خصائص متعددة تجعله يتميز على غيره من أنواع الإعلام، وسنذكر بعض الخصائص أوردها الدكتور محمد منير سعد الدين في كتابه "قراءة في الإعلام المعاصر والإعلام الديني" وكانت كالتالي:

- إعلام قاعدته الحرية وقيمه المسؤولية: في النظام الإسلامي الحرية هي أساس النظام السياسي وفطرة لا يصادرها الإسلام وهي قاعدة لنظامه الإعلامي، إذن في الإعلام الديني القاعدة هي الحرية والقيمة هي المسؤولية فلا حرية بدون ضوابط؟
- للإعلام الديني حرمان وحقوق: فهو يحترم العرض، حرمة النفس، حرمة العقل وحرمة المال.
- إعلام ملتزم بالإسلام وأخلاقه.
- إعلام مستقل رافض للتبعية.
- إعلام يدعو إلى السلوك الحضاري والعمل الصالح.
- إعلام قائم على إقناع لا إكراه: يعتمد الإعلام الديني في مخاطبته للناس من خلال مضامين رسائله على خاصية الإقناع لا الإكراه.<sup>(1)</sup>

<sup>1</sup> - أحمد محمد العسال، المرجع نفسه، ص 145.

أما الدكتور الأحمد مالك فقد حدد خصائصه في:

- التدرج: يعتبر الإعلام الجماهيري غزير التأثير فلا بد من التدرج والتأني وهذا يعني عدم حمل الناس على كل قضايا الدين جملة واحدة.
- الحكمة: ومن الحكمة أن نقدم للناس ما تتحملة العقول ولا نفترض في الناس الفهم العميق والثقافة العالية بل نأخذ أكثر الناس وأغلبهم.
- الإقناع: قدر الإسلام العقل وجعله مناط التكليف وخاطب العقول وميز بين أصحاب العقل الصحيح والعقل الفارغ، وإن كان الإقناع أصلاً بالمحتوى لكنه قد يعمق بالأسلوب والطريقة والقالب الفني الذي يقدم من خلاله.
- الإثارة: ليست مقصودة لذاتها بل لحشد الناس تجاه قضية معينة وتوجيه إنتباههم لها والغرض التعاطف والدعم والمؤازرة والمشاركة.<sup>(1)</sup>

كما نجد هناك خصائص أخرى:

- الوعي التام بكل الأطر المرجعية القرآن والسنة وعمل الصحابة وإجتهدات التابعين.
- التدريب على تقنيات الحديثة التي تمكنه من متابعة ما يدور حوله من أحداث واكتشافات علمية ومعطيات عصرية.
- فهم طبيعة الحوار مع الآخر وطبيعة العلاقات الدولية والإقتصادية العالمية.<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup>- أحمد محمد العسال، مرجع سبق ذكره، ص147.

<sup>2</sup>- عبد الله الخزامي، الفقيه الفضائي، ط1، مركز الثقافي العربي، 2001، ص24.

1-3-1 دور ومعوقات الإعلام الديني

1-3-1 دور الإعلام الديني

لم يعد دور الإعلام التعريف بما يحدث فقط ولا حتى التعبير عن الموقف مما يحدث بل تجاوز ذلك إلى ما هو أهم، حيث أصبح تريبويا.

فالإعلام اليوم لا يعبر عن خياراتنا بل يحرض عليها وهو لا يعكس آرائنا بل يكوّنها، وهو أصبح لا يشرح أو يبيّن قناعاتنا الإيمانية بل يصنعها.

يستمد الإعلام مغزاه وأهميته من الحاجة إليه، ليس فقط لأغراض إعلامية مجردة وإنما لأغراض تربوية وثقافية تتضمن معنى وكيفية تكوين الشخصية وبلوة الهوية وحتى ضبط السلوك الفردي وتربية الناس، أو إعادة تربيتهم تألّفاً أو تنافراً، وكلما توسعت أشكال التواصل الإعلامي وتطورت تتخذ مناهج التربية الإجتماعية لنفسها عبر الإعلام أبعادا جديدة أعمق أثرا، ولأن للدين موقعا أساسيا وجوهريا في شخصيتنا الفردية وفي شخصيتنا الجماعية، فإن الإعلام الديني يتبوأ موقعا متقدما في مجتمعاتنا ويمارس دورا مؤثرا في بلورة ثقافتنا وفي رسم معالم هويتنا.

إن الإعلام بكل فروع له لم يعد مجرد وسيلة من وسائل الإتصال والتواصل، كما كان في السابق بل أصبح وسيلة، بل الوسيلة الأشدّ فعالية للمعرفة والتعارف، ولذلك فإنه يقع في القلب من كل مجتمع، إن تأثيره على العقول بلغ شأوا عظيما في المجتمعات الحديثة حتى أنه

يصعب بل يستحيل إنكار حقيقة أن الإعلام يؤثر في تحديد الخيارات العامة للناس، ويعيد ترتيب سلم أولوياتهم الإجتماعية والفكرية وهو يصنع قناعات ويفرز معسكرات ويرسم مواقف متباينة حتى داخل المجتمع الواحد وعندما يكون الدين أداة بيد الإعلام أو وسيلة من وسائل مهامه ونشاطاته، فإن دوره يصبح أعمق أثراً، لما للدين من قدسية في ثقافتنا العامة ولما له من دور فعّال في تكوين هويتنا الفردية والمجتمعية.<sup>1</sup>

يجدر بنا أن نحدد دور هذا الإعلام الديني في ترسيخ القيم وتأصيلها ومن أهم الأدوار التي يقوم بهذا هذا الإعلام هي:

-الإسهام في ترسيخ القيم الإسلامية في الحياة الاجتماعية من خلال الإلتزام هذه المادة الإعلامية بالفكر الإسلامي .

-التصدي للحملات المغرضة ولسموم الإعلامية التي يبثها أعداء الإسلام والجاهلون به والعمل على إبراز صورة الإسلام من خلال منهج إعلامي متطور .

-العناية بتطوير الرسائل الإعلامية الموجهة إلى الأقليات المسلمة في المجتمعات الغير الإسلامي لأنها جد متطورة .

<sup>1</sup> - محي الدين عبد الحليم، المسؤولية في الإسلام: الأصل والقواعد والأهداف، مؤسسة إقرأ الخيرية، القاهرة، 1999، ص35.

ولينجح هذا الدور لابد من تأسيس إعلام يوازي ذلك الإعلام المغاير الذي أصبح يملك قوة تأثير داخل وخارج الدول الإسلامية من خلال استخدامه لتكنولوجيا الإتصال العالية المستوى وأصبحت تلك المجتمعات تتخذ الإعلام سلاحاً قوياً لضرب الإعلام الداخلي خاصة الديني وعليه فلا بد من إستراتيجية محكمة من أجل صناعة إعلام في مستوى عالي يستطيع حماية المجتمع من الفكر الهدام.<sup>(1)</sup>

<sup>1</sup> - محي الدين عبد الحليم، المسؤولية في الإسلام: الأصل والقواعد والأهداف، نفس المرجع، ص 36.

1-3-2- أهداف الإعلام الديني

- تحصين المسلمين بحقائق الدين الإسلامي لحماية المجتمع من أخطار الجهل بحقائق الدين.
- تعديل سلوك المدنيين بما يتلائم مع جوهر هذا الدين الذي تمثله العقيدة السلفية والإسهام في التقويم الخلفي للناس ولاسيما بين الشباب بخلق أخیال مؤمنة بريها وأوطانها وإرساء قواعد الحق والفضيلة وغير ذلك من القيم التي يدعو إليها الدين.
- الوقوف أمام الطغيان المادي الذي أصبح سمة من سمات العصر يسيطر على تفكير الناس ويدفعهم إلى إتخاذ المواقف نحو الأمور.
- تحسين المعاملات بين الناس ببعضهم البعض.
- دعم وتقوية الإتجاه إلى أداء العبادات الإسلامية.
- القضاء على المعتقدات الخاطئة بين بعض الناس من خلال التفسير الصحيح للدين.
- إستخدام المفاهيم الدينية في الإقناع بالأفكار المستحدثة والقضايا العصرية التي لا تتنافى مع جوهر الإسلام.
- الإستعانة بالحقائق العلمية الدينية لتوجيه الجماهير في المجتمعات الإسلامية وغير إسلامية التوجيه الصحيح من خلال التأثير على عقول وقلوب الناس في هذه المجتمعات.(1)

<sup>1</sup> - محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العلمية، ط2، دار الرفاعي، القاهرة، ص19-20.

1-3-3 معوقات الإعلام الديني:

لا يخفي على احد ما يواجه إعلامنا الديني من عقبات ومعوقات سواء المعتمدة أو التي تكون صدفة وسنذكر بعض منها:

**الدعم المادي:** يعتبر الدعم المادي من أبرز مقومات النجاح، ولعل قلة الدعم في إعلامنا يكون عائقا في تقدم هذا الإعلام وتحقيق أهدافه.

**النقد لغرض النقد:** لا يتعب العامل من قضية بقدر تعبه من ناقده غرضه النقد فقط ولكن تبقى نية الناقد هي الأساس والأيدي المتخصصة.

**قلة الخبرات:** الخبرة والتخصص مطلب لنجاح اي عمل ولعل قلتها في العالم الإسلامي يعد تعطيلاً لنجاح الإعلام المرئي الديني.

**حادثة الإعلام الديني المرئي:** كون الإعلام المرئي جديد على افلام الديني فهذا يشكل عائق كبير، وبكفي من هذا المعوق أن يجعل الأعين تركز عليه وتتنظر فشله لتحل محله بثقافة خارجية مغايرة.<sup>(1)</sup>

<sup>1</sup> - محي الدين عبد الحليم، مرجع سابق، ص35.

## خلاصة

يعتبر الإعلام الديني من بين أهم الرسائل التي تؤدي دورها في التأثير وتغيير الفكر وتغذية العقول ورغم ذلك فلقد واجه عدة إشكاليات من حيث المفهوم والتطبيق والممارسة وتعددت الآراء والتوجهات في طرح هذا المفهوم كنشاط ثابت، ولكن يبقى لهذا المصطلح أهمية وذلك من خلال وظائفه وأهدافه التي يسخرها من أجل ترسيخ القيم الدينية الإسلامية داخل المجتمع والتي تساهم في بناء ومواجهة معوقاته سواء الداخلية أو الخارجية، وعليه فإن الإعلام الديني أصبح يملك قوة النشاط والتأثير من خلال قواعده ومعالمه التي يبني عليها الأساس في صحة الرسالة القيمية.

## تمهيد:

الفضائيات اليوم هي الوسيلة المثلّية للاتصال وعرض الأفكار والثقافات وهي الوسيلة الناجحة للتواصل الفكري والثقافي والعقائدي مع العالم، رغم ان الساحة افسلامية مليئة بالقنوات المتاحة للمشاهد العربي إلا أنّ الأمة العربية والإسلامية عامة تحتاج إلى إنشاء قناة تلفزيونية شاملة تختص لموضوع عرض الديني الإسلامي والدعوة إليه والدفاع عن قضايا الأمة العربية المسلمة وهذا ما أدى التطرق للتطور التاريخي للشبكة الفضائية العربية وخصائصها وواقع هذه الفضائيات، كما أن الحديث عن الفضائيات التلفزيونية يقودنا بالضرورة إلى الحديث عن القنوات أو البرامج التي تقدمها، حيث تستخدم كوسيلة إعلامية ذات أهمية كبرى للتأثير على الجماهير باعتبارها أهم وسائل الإتصال في الوقت الراهن.

## 2-1- القنوات التلفزيونية

## 2-1-1- نشأة القنوات التلفزيونية وتطورها

كانت بدايتها الولى في سنة 1945م، حيث قام كاتب قصص الخيال العلمي "آرتر كلارك" بنشر مؤلفة أوديسة الفضاء 2001، ومن خلاله وصف نظامها للإتصال عبر الأقمار الصناعية، ومن هنا جاءت فكرة إستخدام الأقمار الصناعية في مجال الإتصال لتظهر عدّة محاولات لإطلاق أقمار صناعية قادرة على نقل الغتارات التلفزيونية والهاتفية.

وأنت الفترة التي إستغل فيها الإنسان الفضاء إتصاليا وإعلاميا لتمثيل متغيرا كبيرا في حياة الأفراد والشعوب والدول نتج عنه متغيرات بجميع وسائل الإتصال ودعمت مركزية التلفزيون والصورة المرافقة للأحداث على مستوى العالم كله ومع مرور الوقت وإطلاق الصواريخ الحاملة للأقمار الصناعية المتخصصة بنقل الرسائل الإعلامية المصورة إلى مدارتها فقط ظهر التلفزيون الفضائي في كل من الإتحاد السوفيائي والولايات المتحدة الأمريكية كما لحق بهذا الركب العديد من الدول الأخرى مثل: فرنسا، الصين، اليابان.<sup>(1)</sup>

وقد أدت أقمار البث الفضائي التلفزيوني في الثمانيات إلى حدوث تغييرات مملوسة على الإتصال التلفزيوني الذي أطلق عام 1988م وبيث إرسال القناة TDF، وهناك العديد من أقمار البث التلفزيوني في أوروبا منها: القمر الفرنسي سنة 1993م، القمر الألماني للبث سنة

<sup>1</sup> - هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص12.

1989م، وانتشرت بشكل كبير وعرف تطوراً يتيح إيصال البث مباشرة كونه يتيح بثاً ذو نوعية

جيدة ووضوحاً فائقاً، فإن جهاز البث الفضائي كونه مستقبلاً ومفسراً لشفرة البث الرقمي.<sup>(1)</sup>

ولقد تطور استخدام القنوات الفضائية بعد ذلك حيث أدخلت عليها تحسينات كبيرة وسارعت الدول في إنقاذها معجزة القرن، حيث بدأت التأثيرات علة المشاهد بشكل واضح متأثر في تفكيره وعلى ثقافته وسلوكه، وأصبحت القنوات الفضائية هي وسيلة إيصال الأكثر إنتشاراً والأوسع والأكثر جذبا وإغراءً لجمعها بين الصوت والصورة والضوء واللون والحركة، وقد حاولت الفضائيات الإعلام اليومي من مجرد نقل المعلومات والأفكار إلى الإسهام الفعلي في تكوين الحياة في أبعادها السياسية والثقافية والاجتماعية والإقتصادية لما لها من قدرة على التأثير في الإتجاهات لدى الأفراد والجماعات أو تعديلها أو تغييرها.<sup>(2)</sup>

## 2-1-2- أهمية الفضائيات التلفزيونية وتأثيرها على المجتمع

تتبع أهمية القنوات الفضائية من قدرتها على إحتواء أفراد المجتمع بجميع طبقاته وأطباقه فهي تقدم ما يريده الصغير وما يرغبه الكبير في أي مكان وزمان، وهي تلبي أهداف النسق الإجتماعي السياسي والتربوية والصحية وتكمن أهمية الفضائيات التلفزيونية فيما يلي:

- إن الفضائيات تجمع بين الكلمة والصورة المرئية مما يريد من قوة تأثيرها.

<sup>1</sup>- سعد لبيب، العرب والأقمار البث التلفزيوني، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص38.

<sup>2</sup>- هناء السيد، المرجع نفسه، ص39.

- إن الفضائيات التلفزيونية تتميز بقدرتها على جذب المشاهد وتحقيق درجة عالية من المشاركة من خلال ما تقدمه من مواد تعليمية وترفيهية إضافة إلى التأثير الذي تقوم به.

- تتعامل مع المشاهد مباشرة فالمرسل في هذه الوسيلة يخاطب المستقبل وجها لوجه حيث يحزن الوقائع والصور ويختصر الزمن بين وقوع الأحداث وعرضها على المشاهدين مباشرة.

- الصور المتحركة الناطقة التي تقدمها القنوات الفضائية تجعل المشاهد يتابع الأحداث في مكانه دون أن يكلف نفسه عنادا لسفر أو الخروج من منزله للبحث عنها ما يوفر الجهد والمال.<sup>(1)</sup>

- تتميز الفضائيات التلفزيونية بقدرتها على تحويلها المحردات إلى محسوسات وتعد وسيلة جذابة للكبار والصغار فهي تمتلك القدرة الفنية التي تمكنه من تحويل الخيال إلى صورة واقعية والواقع إلى الخيال.

- أصبحت القنوات الفضائية ضرورة إعلامية لعالمنا.

- تقع القادة للتأثير الذي تقوم به القنوات الفضائية كوسيلة مهمة لإدارة الشعوب سياسيا وإجتماعيا.<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup> - جلال عبد الفتاح، البث الإذاعي والتلفزيوني، الهيئة المصرية، القاهرة، 1994، ص105.

<sup>2</sup> - براهيمية حكيم، الفضائيات التلفزيونية وتأثيرها على الإتصال الشخصي في الأسرة الجزائرية، رسالة الماجستير، تبسة، 2004، ص112.

## 2-1-3- إيجابيات وسلبيات القنوات الفضائية التلفزيونية

### ➤ إيجابيات القنوات الفضائية التلفزيونية

إن الفضائيات ما هي إلا وسيلة وان الحكم عليها مرتبط بطبيعة الإستخدام أو مكانتها فيها

تتعلق بالإيجابيات مرهونة بطريقة توظيفها لهذه الوسيلة ومن أهم إيجابياتها:

- الحصول على المعلومات مفيدة عن دول العالم من مختلف القارات خاصة تلك البعيدة.
- الإسهام في تطوير التبادل العلمي والثقافي.
- إتاحة فرص غير محدودة لجميع الفئات وفي مختلف الأوقات.
- تداول المزيد من الأنباء وتوسيع رفعة التغطية الحية المهمة للأحداث.
- التوسع في إمكانيات المواصلات السلكية واللاسلكية ومن نطاقها.<sup>1</sup>

### ➤ سلبيات القنوات الفضائية التلفزيونية

إن القنوات الفضائية وما تحمله من إبصار في الصور والصوت معاد ما نملكه من

ذيع وإنتشار إلا أنها لها أخطار وسلبيات على المستوى الثقافي والاجتماعي ويمكن حصرها

في:

- إنشغال الفرد والأمة على أداء واجباتها فإدمان مشاهدة الفضائيات التلفزيونية أشد خطر خاصة على من يعتمد سياسة قتل الوقت وإضافة العمر.

<sup>1</sup>- سمير لعرج، دور القنوات الفضائية في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي، اطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2006/2007، ص29.

- إدخال كثير من العادات الغربية إلى بيوت المسلمين ونقل أخلاق البيئات المنحرفة إلى مجتمعنا خصوصا ما يتعلق بالأزياء والإختلاط وتقليد نمط الحياة.
- التعود على رؤية المنكرات وعدم إنكارها وتعويد الناس على إختلاط الجنسين بلا حدود شرعية وأخلاقية.
- تقليل فرص الإحتكاك بين المراهقين ووالديهم وإبعادهم عن المسؤوليات الأسرية.
- الإسهام في نشر الرذيلة والإباحية والأمراض النفسية والإجتماعية وسلبيات سلوكية من خلال التركيز على أفلام العنف والإغراء.<sup>(1)</sup>

## 2-2- ماهية الفضائيات الجزائرية الخاصة

### 2-2-1- تعريف القنوات الخاصة

بما أن القنوات الفضائية هي محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية وهذا الإرسال يتجاوز الدولة المرسله إلى دول أخرى عبر الأقمار الصناعية ليلتقط من خلال أجهزة خاصة للإستقبال وأطباق اللاقطة، فإن ظهور ما كان من سمات مواكبة العصر وقد تميزت هذه القنوات بكونها شمولية وجامعة، حيث إمتازت شبكة برامجها بالتوجه نحو الجمهور عريض من مختلف الأعمار ومختلف الأذواق كما أنه من مختلف الأذواق الإجتماعية والفكرية والثقافية ويتقدم تكنولوجيا وسائل الإعلام وتطورها والتي مرت بعدة مراحل إبتداءا بمرحلة الصفوة حيث تميز جمهورها بصغر حجمه وإرتفاع مستواه المادي والتعليمي، ثم جاءت مرحلة الحشد

<sup>1</sup>- سمير لعرج، المرجع نفسه، ص30.

أين واصل الإعلام إلى جميع الفئات العمرية وكل القطاعات المجتمع أما مرحلة التخصص ففي هذه المرحلة التي نعيشها والتي تتميز بظهور جماعات مفككة من الجمهور العريض والذي تسعى وسائل الإعلام لمخاطبيه.

ظهرت القنوات المتخصصة وهي عبارة عن تلك القنوات الفضائية التي تخلت عن شمولية المضمون والمقصد لتعطي كامل إهتمامها في فرع واحد وتتولد منه جزيئات، كما في القنوات الرياضية المختصة في رياضة كرة القدم، إذن هذه القنوات قنوات عصر تميز بالتخصص في أكثرية المجالات، وأصبح التلفاز أشبه بمعرض يتجول في الشخص ليختار ما يناسب ومنظومته القيمية وهويته الفكرية أيضا هوياته وإهتماماته.<sup>(1)</sup>

## 2-2-2- أنواع الفضائيات الخاصة

➤ **قنوات متخصصة في المضمون:** وهي تلك التي تقدم نوعية معينة من المواد و البرامج المتخصصة، وتتوجه نحو جمهور عام، كما في قنوات الدراما، قنوات الموسيقى، القنوات الدينية.

➤ **قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه:** وهي تلك التي تخاطب جمهور محدد يشترك في صفات معينة، وتتميز ببرامجها وموادها بما يلائم هذه التوعية من الجمهور كقنوات الأطفال.<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup> - هناء السيد ، الفضائيات وقادة الرأي، المرجع نفسه، ص37.

<sup>2</sup> - عاطف عدلي، القنوات المتخصصة: أنواعها، جمهورها، بحوثها وأخلاقياتها، دار الإيمان للطباعة، بيروت، ص8-9.

## -فضائيات الجزائرية الخاصة:

كانت أولى التجارب لجريدة النهار الجديد التي أطلقت قناتها" تي في" في بدايات 2012 لتتبعها صحف أخرى كالشروق والبلاد والأحواء ووقت دزير TV والخبر Kbc والمستقبل وغيرها من الصحف التي تسعى للتحويل إلى قنوات فضائية، حيث لم يعد الأمر يحتاج إلى إجراءات كثيرة ومعقدة أو إلى ميزانيات طائلة، كما في السابق، فالمدن الإعلامية العربية كما هو مثلا"المدينة الإعلامية الأردنية" البحرينية، وكذلك دبي للإعلام .

توفر خدمة مميزة بتكاليف معقولة ودون إجراءات إدارية معقدة وطويلة حيث تضمن البث الفضائي على كل من الأقمار arab sat badr والقمر Nile sat 103 بمعدل نقل بيانات عال وذلك مقابل مبلغ لا يتجاوز الـ30 ألف دولار شهريا بالإضافة إلى تكاليف إيجار مكتب داخل حرم المدينة الإعلامية لغايات التحكم والمتابعة، ليبقى الأمر الآخر هو توفير مقر بالجزائر كأستوديو لتسجيل بعض الحصص ونشرات افخبار لتتحول أي مؤسسة صحفية أو مجموعة صحفيين إلى قناة فضائية تخاطب العالم.

وسنعرض بعض الفضائيات الجزائرية الخاصة في الساحة الإعلامية الجزائرية:

## • قناة النهار:

قناة جزائرية إخبارية مستقلة تابعة لجريدة النهار الجديد الجزائرية إنطلق بثها التجريبي يوم 6 مارس 2012 إتخذت القناة مقرها الرئيسي بالعاصمة الأردنية عمان ليبدأ البث من هناك

على قمر نايل سات، تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر حيث أن برامجها ستكون مزيجا بين الخبار والرياضة و اخبار الإقتصاد في الجزائر، ووكذا أخبار الصحف الوطنية والعديد من البرامج وأخرى (وثائقيات، احوال جوية...<sup>(1)</sup>)

تردد القناة على النايل سات

10922v	27500	3/4
DVB-SIMPEG-2		

#### • قناة الشروق:

هي قناة جزائرية مستقلة تابعة لمؤسسة الشروق، إنطلق البث التجريبي في عيد الثورة وذكرى تأسيس الشروق اليومي حيث إتخذت مكتبا بالجزائر بينما بدأ البث من عمان وبيروت وتوسع إلى دبي والدوحة على نايل سات، أطلقت مؤسسة الشروق بداية من الساعة الصفر ليوم الأول نوفمبر وجاءت هذه الإطلاقة في الذكرى الـ 57 لإندلاع ثورة 2011.

قناة الشروق ستبث بمرحلة أولى من العاصمة الأردنية عمان وبيروت على أن يتوسع البث إنطلاقا من المدينة الإعلامية بدبي في الإمارات العربية المتحدة والعاصمة القطرية الدوحة في إنتظار فتح مكتب للقناة قريبا بالجزائر العاصمة وعدد من ولايات الوطن بعد إنطلاق البث الرسمي وترددات القناة.

<sup>1</sup> - 11:30 <http://www.star7arab.com/fas?t=19805-21/02/2017>

11623v	
DVB-SIMPG-2	27500 3/4
DVB-SIMPG-4	

Hotbirt

12399V	27500 3/4
DVB-SIMPG-2	

أوتلسات

### • قناة الجزائرية:

الجزائرية قناة جزائرية خاصة تم إطلاقها على القمر الصناعي إتلانتيك سرت 7، إنطلق بثها التجريبي شهر فيفري من عام 2012 بشبكة برمجية ثرية جداً وبعدها إنطلق البث الرسمي ابتداء من يوم 5 جويلية 2012، تهدف القناة من خلال برامجها إلى إيصال صورة أكثر إشراقا عن الجزائر غير أن خرجها نوعا ما عن التقاليد الجزائرية المحافظة طرح أكثر من تساؤل حول ماهية قناة من هذا النوع وفي مثل هذا الوقت وحول مصادر تويلها لكن تبقى الكلمة لمالكي القناة الذين أكدوا أنها من تمويل جزائري 100%.<sup>(1)</sup>

<sup>1</sup> - نفس الموقع

تردها

11392V	27500 3/4
DVB-SIMPG-2	

حيث سعت الجزائر لتطوير الإنتاج الوطني في ظل المنافسة الشديدة ودليل إستخدام الأقمار الصناعية، وبدأت التلفزة الجزائرية في بث برامجها بإتجاه دول الشمال إفريقيا، جنوب أوروبا بواسطة القمر الصناعي الأوروبي (أوتلسات) الذي يحمل تغطية شمال الصحراء ابتداء من 1994/08/20، وبذلك ستمكن الجالية المقيمة بأوروبا والمغرب العربي من إلتقاط البرامج التلفزيونية عن طريق هوائيات مقعرة، وتزامن هذا البث مع مشروع في تطبيق الشبكة البرمجية الجديدة المتنوعة والتي تهدف لتلبية حاجيات الشباب بوجه خاص.<sup>1</sup>

وقد تم إختيار 20 أوت 1994 لإطلاق البث التجريبي للقناة الجزائرية لأنه يصادف يوم الإحتفال بذكرى المولد النبوي الشريف وكذلك ذكرى يوم المجاهد من أجل تعزيز الروابط والعلاقات مع الجالية بالخارج.

وأهم إنجازات المؤسسة العمومية للتلفزيون في هذا المجال إنشاء قنوات تعبر الحدود وتكون أداة تواصل ولهذا كان ميلاد قناة الجزائرية canal algéré في أكتوبر 1994م ، بدأت

<sup>1</sup> - نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الحدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص124-125.

القناة ببث نشرة الأخبار واحدة على الساعة سابعة مساءً، واليوم عدد 03 نشرات، أما الحصص فهي أكثر من 11 حصة تلفزيونية وبذلك تطورت القناة وأصبح بثها يتم عبر الناظم الثماني في 28 اوت 2001م وفي 5 جويلية 2001 كان ميلاد الرسمي للقناة التلفزيونية الثالثة عبر القمر الصناعي عربسات والمتوجه إلى العالم العربي لتمتين لغة التواصل الجزائري العربي حيث تتخفف نسبة الأخبار في قناة الجزائرية % canal algérie من مجمل زمن بثها الموجه إلى الجزائريين المقيمين في الدول الغربية خاصة فرنسا.<sup>(1)</sup>

#### • قناة الهقار TV

هي قناة جزائرية مستقلة تم إفتتاحها في شهر ماي 2012 يوجد مقرها في لندن، حسان بومعروف هو صاحب شركة المشروعات "فلاش" وشركة "محمد مولدي" صاحب دار نشر الوعي القناة ملك لمحمد مولدي، درس شريعة إسلامي في سوريا ، لبنان، وأغلب إصدارات دار الوعي للنشر عامة ناطقة بالعربية، محافظة بإعتبار الناشر الوعي يهتم بالجانب الديني، القناة تعرض أغاني والعديد من الأفلام الجنبية المدبلجة بالفرنسية وكذلك تعرض مسلسلات كورية أمريكية مترجمة بالفرنسية أخبار يومية، برامج إجتماعية وسياسية وثقافية وأخرى دينية.

تردد القناة على نايل سات

11392V	27500 3/4
DVB-SIMPG-2	

<sup>1</sup>- نصر الدين العياضي، التدفق الإتصالي في عالم متغير: البرمجة التلفزيونية في القنوات العربية، دراسة تحليلية للأسس والدلالات، ص373.

## • قناة نوميديا نيوز: (1)

قناة جزائرية إخبارية دولية إنطلق بثها في أكتوبر 2012 تتناول القناة مختلف القضايا الراهنة في العالم تُعد لمشاهديها بالإحترافية والموضوعية، لها مراسلين ومكاتب في مختلف دول العالم (فلسطين، إسرائيل، أمريكا، البرازيل، مصر، سوريا، الصحراء الغربية، تونس، ليبيا، الأردن، اليمن، بلجيكا، تركيا، فرنسا، بريطانيا، الصين، كندا، الإمارات).

تردد القناة على النايل سات

11392V	27500 3/4
DVB-SIMPG-2	

<sup>1</sup> - الموقع سبق ذكره.

## 2-2-3- الأسباب ودوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة

سمحت الدولة بتجربة التعددية السياسية أي عدّة أحزاب تتنافس من أجل الوصول إلى الحكم من خلال تعديل الدستور الذي تم عام 1991، خاصة بعد تراجع حزب جبهة التحرير الوطني كحزب طليعي فشل في تحقيق التعبئة الشاملة كذلك ما شهدته الجزائر من ازيمات قوية عام 1988، مما ولد الوعي السياسي والوطني، وبهذا أصبح التحول أمر فرضه الواقع المعاش آنذاك، وهناك من المفكرين من يرى أن هذا التحول أمر لا بد منه فهو عبارة عن ديناميكية مرت بها جميع المجتمعات البشرية.<sup>(1)</sup>

وهكذا فإن خنق الفردية والعامّة مع التصنيف إلى درجة حرية إلغاء التعبير وفرض قوالب الجاهزة وتأكيد أحادية متعسفة في كل شئ يضاف إلى ذلك التعسف في إستعمال السلطة وإحتكار الإمتيازات وتصلب الجهاز البيروقراطي وفشله في أداء مهامه كأداة إتصال هذا ما أدى إلى توسيع الفجوة بين الحكام والمحكومين وفقدان مؤسسات الدولة لمصداقيتها، وبهذا إنفجرت أزمة 1989 بالرغم أن معظم التحليلات التي قدمت لأبعاد تلك الفترة أرجعت للبعد الإقتصادي في حين أن النظام السياسي هو الحاضر بقوة.

ويمكن القول هنا أن الجزائر كانت سابقة عهدها في التحول الديموقراطي وعرفت ثورة عنيفة وكما شهدت غياب ثقافة الديمقراطية في الجزائر بفعل ميلاد عنيف للديمقراطية والذي لم

<sup>1</sup>-سليمان الرياشي وآخرون، الأزمة الجزائرية: الخلفيات السياسية والإجتماعية والثقافية، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1999، ص57.

يكن عن قناعة سياسية، وإنطلاقاً من هذه التحليلات يمكن القول أن الجزائر من الدول الأولى التي شهدت ثورة الربيع العربي التي تبشر عن خطابها التحول الديمقراطي والسياسي، فالجزائر بعد مرور خمسين سنة من تبني سياسة الإعلام المسيس و المؤدلج (إعلام الدول) الذي فقد مصداقيته لدى مختلف فئات المجتمع خاصة فئات الشباب التي تعتبر هامة ذلك أنه تتبناه وتعمل على تطويره فقد فتحت باب الحوار مع الأفراد من خلال مبدأ حرية الإعلام والصحافة وإستدعى إنشاء مجموعة من الفضائيات التي تأمل حملة البرامج التي تبثها على نشرة الأخبار والحل الرمزي للصراعات بنوعها الداخلية والخارجية وذلك من منطلق الفضاء العام الذي يسمح بالحوار العقلاني والنقدي.<sup>(1)</sup>

وبهذا فقد بدأت لعبة الديمقراطية في المجتمع الجزائري لأسباب متعددة بعضها داخلي والمتمثل في حاجة النظام إلى فاعلين سياسيين جدد لهم مصداقية وإمتداد داخل الأوساط الشعبية ، حيث كانت البداية في عام 1989 الذي أعطى إثارة الإنطلاق نحو التحول الديمقراطي بالإعتماد على التعددية الحزبية مع التأكيد على حرية الرأي والتغيير للجمعيات الأمر الذي ولد مع مرور عدة سنوات حرية الإعلام وهذا عام 2012.

ولعل أحداث الربيع العربي وما سنته من قنوانين ومبادئ تحويله في السياسة الدولة الجزائرية وللوصول إلى الديمقراطية الشعارية التي تطمح إليها أفرادها كانت نصوصها فتح قنوات فضائية خاصة تبرز السلطة الفضائية الخاصة وهكذا فإن الإتصال الجماهيري وأدواته

<sup>1</sup>-عنصر العياشي، سوسيولوجيا الديمقراطية والتمرد بالجزائر، دار الأمين للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1999، ص25.

جعلته مسرحا تدور من خلاله أحداث الحياة السياسية هذه الأخيرة التي إعتبرت شكلا من أشكال الطابو السياسي.<sup>(1)</sup>

---

<sup>1</sup>-محمد بوضياف، الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني في الجزائر: دراسة تحليلية نقدية، دار المجد للنشر والتوزيع، سطيف، 2010، ص.6.

## خلاصة:

لقد حتم التطور السريع في مجال تكنولوجيا الإتصال والأقمار الصناعية إنتشار الفضائيات العربية كنتيجة لهذا التطور فزادت إعدادهـا ومساحات بثها وتخصصاتها وغازرة إنتاجها وبرامجها لكنها إختلفت بأهدافها وسياستها وحرفية عملها وبمضامينها وأصبحت من أكثر وسائل الإعلام الجماهيرية إنتشارا منها العامية، الخاصة، المفتوحة، المشفرة، وهي تلبى إحتياجات قطعت عريضة من المتلقين بمختلف فئات ومستويات المجتمع.

### تمهيد:

يشمل الفصل الثالث والمتمثل في الإقتراحات الميدانية مجموعة إجراءات التطبيق قصد الإجابة عن تساؤلات البحث حيث حاولنا تقسيمه إلى ثلاث محاور ففي المحور الأول تم التعريف بقناة النهار والشيخ الشمس الدين والمحور الثاني حولنا تلخيص المعطيات في صورة جداول بإعتماد على أساليب الإحصائية وحساب التكرارات والنسب المئوية وذلك لتسهيل عملية التحليل والتأويل، لنتوصل في الأخير إلى نتائج البحث ثم إنتاج العام والذي يصمم الإجابة النهائية للإشكالية.

### 1-التعريف بقناة النهار TV

قناة النهار قناة جزائرية مستقلة أنشأها مجموعة من الإعلاميين والصحفيين الجزائريين ، حيث أطلق عليها تسمية النهار على القمر الصناعي نيل سات بدءا من اليوم الأربعاء 29 فيفري 2012، وإن كانت القناة الفضائية الجديدة لا توجد لها أي صلة قانونية بيومية "النهار" على إعتبار أن نشاط التلفزة في الجزائر لا يزال محتكرا من طرف وسائل الإعلام العمومية فإن فضائية " النهار" ستكون تجربة جديدة من الخارج لفائدة الجزائريين، ويمكن إتقاط أمواج القناة الفضائية الجديدة على التردد 11603 أي التردد العمومي ضمن القمر الصناعي نيل سات.

وستكشف الفضائية " النهار" خلال أيام قليلة عن شبكة برامجها ومنهجيتها الإعلامية لتعزيز الساحة الجزائرية بإضافة جدية في مستوى تطلعات الجزائريين ورغبتهم في بروز قناة مستقلة تستجيب لإنشغالاتهم اليومية.

-إنطلق البث التجريبي يوم 6 مارس 2012 بأول نشرة إخبارية قدمت من طرف الثنائي الإعلامي رياض بن عمر ونور اليقين مغريش، إتخذت القناة مقرها الرئيس بالعاصمة الأردنية عمان ليبدأ البث من هناك على قمر نايلست، تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر، حيث أن برامجها كانت مزيجا بين نشرات الأخبار والرياضة وأخبار الإقتصاد في الجزائر وكذا أخبار الصحف الوطنية وهذا من خلال برنامج بين السطور، عرفت القناة بعدم حيادها في الطرح خاصة أثناء الحملة الإنتخابية للإنتخابات الرئاسية سنة 2014، فقد شنّ عليها وعلى الجريدة التابعة لها بعض من الناشطين الإلكترونيين حملات مقاطعة سبب ما وصفوه تفاهة القناة وتصغيرها لعقول المشاهدين والتحيز لجهة على حساب أخرى.<sup>1</sup>

## السمات العامة:

## جدول 1: توزيع أفراد المجتمع وفقاً للجنس

الجنس	التكرار	نسبة المئوية
ذكر	49	49%
أنثى	51	51%
المجموع	100	100%

يتضح لنا أن إجمال عدد الإناث يزيد على عدد العدد الذكور إذ تبلغ نسبة الإناث 51% في حين أن نسبة الذكور قدرت 49% وهذه الزيادة في نسبة الإناث تعكس مدى الإستجابة والتفاعل من النساء مقارنة بالرجال برغم من الحرص على توزيع الإستبيانات بنسب أكثر على العنصر الذكري بغية الحصول على العدد المطلوب من الإجابات بمتساوي بين الجنسين.

## جدول 2: توزيع أفراد المجتمع حسب السن

العمر	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 20	21	21%
20-25	34	34%
26-31	20	20%
32 فما فوق	25	25%
المجموع	100	100%

يتضح لنا من خلال النظر في بيانات جدول إرتفاع نسبة الفئة العمرية من (20/34) من بين الفئات المبحوثين إذ بلغ عدد هذه الفئة بنسبة 34% وهي فئة عادة ما تكون مشكلة من القطاع

العام والعمل الحر وتليها الفئة العمرية 32 فما فوق، حيث قدرت بـ25% ثم الفئة العمرية أقل من 20 بنسبة 21% تم تليها الفئة العمرية 20-25 بنسبة 20%

نلاحظ أن النسب متقاربة فيما بينهم.

### جدول 3: توزيع أفراد مجتمع البحث وفق المستوى التعليمي

النسب المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
00%	00	أمي
22%	22	متوسط
24%	24	ثانوي
45%	45	جامعي
09%	09	دراسات عليا
100%	100	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن فيما يخص المستوى التعليمي لفئات المبحوثين وجود تنوع واضح من حيث مستوى فنجد فئة جامعي أكبر حيث قدرت بـ45 مبحوث أي نسبة 45% من مجموع المبحوثين تليها مباشرة فئة ثانوي إذ بلغ عددها 24 مبحوث بنسبة تقدر بـ24% وهنا نلاحظ فارق كبير بين فئتين سواء من حيث العدد أو من حيث النسبة وتليها نسبة المتوسط إذ بلغ عددها 22 أي بنسبة 22% ثم نجد دراسات عليا عددها 9 أي بنسبة 9% وفي الأخير نجد نسبة أمي منعدمة تماما.

## جدول 4: توزيع أفراد مجتمع البحث وفق الحالة المدنية

الحالة المدنية	التكرار	النسبة المئوية
أعزب	67	67%
متزوج	32	32%
مطلق	01	01%
أرمل	/	/
المجموع	100	100%

من خلال جدول أعلاه تبين لنا أن فئة العزاب أكثر حيث تقدر بـ 67 مبحوث أعزب و عزباء أي بنسبة 67% وهي الأكثر فئة من حيث مبحوثين وهذا ما يفسر ..... ،أما فئة المتزوجين فنقدر بـ 32 مبحوثا أي بنسبة 32%، ثم تاليها فئة المطلقين بـ 01% وفي الأخير فئة الأراامل وهي فئة منعدمة.

## جدول 05: توزيع أفراد المجتمع البحث وفق المهنة

النسبة المئوية	التكرار	المهنة
36%	36	موظف في قطاع العام
22%	22	عمل حر
17%	17	طالب
7%	7	ربة بيت
17%	18	عاطل عن العمل
100	100	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن الفئات القطاع العام جاءت في مرتبة الأولى بعدد 36 مبحوث و مبحوثة أي بنسبة 36 %، تليها فئة العمل الحر بـ 22 مبحوث و مبحوثة أي بنسبة 22 %، ثم تأتي الفئات المهنية الثلاث الأخرى، وهي الطلاب بعدد 17 أي بنسبة 17 %، ثم فئة عاطل عن العمل بعدد 18 أي بنسبة 18 %، ثم فئة ربوات البيوت بعدد 7 أي بنسبة 7 % وهي الضئيلة.

جدول 06: توزيع المبحوثين حول مدى مشاهدة حصة إنصهوني وفق متغي الجنس.

المجموع	نادرا	أحيانا	دائما	مدة المشاهدة	
				الجنس	
100	12	71	17	التكرار	ذكر
%100	%12	%71	%17	النسبة	
100	26	45	29	التكرار	أنثى
%100	%26	%45	%29	النسبة	

يتبين من الجدول أن مدى مشاهدة حصة إنصهوني بين الذكور والإناث تكون عادة مشاهدة بصفة أحيانا مرتفعة عند الذكور بنسبة 71 % أكثر منها عند الإناث حيث بلغت نسبة المشاهدة بـ45 بينما ترتفع عند الإناث بصفة دائما بنسبة 29 % وعند الذكور بـ17 ثم في الحالة المتبقية نادرا فتجدها مرتفعة عند البنات بنسبة 26 % بينما تنخفض عند الذكور بـ12.

جدول 07: توزيع أفراد مجتمع البحث وفقا للوقت الذي يمضوه في مشاهدة الحصة الدينية وفقا للمهنة.

المجموع	أكثر من 15 دقيقة	من 10 إلى 15 دقيقة	أقل من 10 دقائق	الوقت	
				المهنة	
	8	11	17	التكرار	موظف في قطاع عام
	%8	%11	%17	النسبة	
	6	12	4	التكرار	عمل حر
	%6	%12	%4	النسبة	
	2	11	4	التكرار	طالب
	%2	%11	%4	النسبة	
	5	1	1	التكرار	ربت بيت
	%5	%1	%1	النسبة	
	10	5	3	التكرار	عاطل عن العمل
	%10	%5	%3	النسبة	

تشير بيانات الجدول لمشاهدة الحصة الدينية إنصحوني في قناة النهار tv نجد بالنسبة لفئة موظف قطاع العام أكبر نسبة قدرت بـ 17 % وهي مشاهدة الحصة في أقل من 10 دقائق، وهذا راجع لعدم إمتلاك الوقت، ثم بعد ذلك تليها بنسبة 11 % وهي مشاهدة الحصة من 10 إلى 15 دقيقة، ثم بعد ذلك نسبة المشاهدة أكثر من 15 دقيقة وهذا راجع إلى أن الحصة تبث في أوقات فراغهم وتقدر بـ 8 % وهي أصغر نسبة، أما فئة عمل الحر نجد أكبر نسبة تقدر بـ 12 % وهي المشاهدة من 10 إلى 15 دقيقة وهي أوقات مناسبة لبث الحصة ثم تليها نسبة 6 % وهي المشاهدة أكثر من 15 دقيقة ونسبة أقل من الأولى ثم تليها نسبة 4 % وهي مشاهدة الحصة أقل من 10 دقائق وهي أصغر نسبة وهذا راجع لعدم إمتلاك الوقت.

أما فئة الطلبة نجد أكبر نسبة هي 11 % وهي المشاهدة من 10 دقيقة وهي أكبر نسبة ثم تليها نسبة 4 % وهي المشاهدة أقل من 10 دقائق وهي أصغر نسبة مقارنة بالأولى ثم بعدها 2 % وهي المشاهدة أكثر من 15 دقيقة والملاحظات التي توصلنا إليها أن الطلبة ليس لديهم الوقت الكافي في مشاهدة الحصة.

أما بالنسبة لفئة ربات البيوت: نجد أكبر نسبة تقدر 5 % وهي مشاهدة أكثر من 15 % بعدها المشاهدة أقل من 10 دقائق ومن 10 إلى 15 دقيقة كانت متساوية حيث قدرت بـ 1 % وهي نسبة صغيرة بل ضئيلة مقارنة بالنسب الأخرى وهذا راجع للحجم الساعي لربات البيوت لا يمتلكن الوقت.

أما فئة عاطل عن العمل نجد أكبر نسبة تقدر بـ 10 % وهي مشاهدة الحصة أكثر من 15 دقيقة بعدها تليها 5 % وهي مشاهدة من 5 إلى 10 بعدها نسبة 3 % وهي مشاهدة أقل من 10 دقائق وهذا راجع إلى ملء الفراغ ومحاولة الترفيه واكتساب المعلومات الدينية.

جدول 08: توزيع أفراد مجتمع البحث وفقا للفترة التي يرونها مناسبة لبحث حصة إنصحوني

الفترة	التكرار	النسبة المئوية
في صباح	06	%06
منتصف النهار	13	%13
الفترة المسائية	81	%81
المجموع	100	%100

تكشف نتائج الجدول رقم 08 أن المبحوثين يفضلون الفترة المسائية بنسبة 81 % لمشاهدة الحصة إنصحوني وهذا طبعا يرجع إلى عدّة إعتبارات أهمها أنه في المساء يكون الجميع تقريبا في بيوتهم وبالتالي يمكنهم مشاهدة البرامج الدينية في التلفزيون بكل راحة، ثم نجد في المقام الثاني الفترة منتصف النهار بنسبة 13 % وهذا حسب ظروف كل فئة، أما في المقام الثالث بنسبة 6 % وذلك راجع إلى ذهاب إلى العمل في الفترة الصباحية .

## جدول 09: توزيع أفراد مجتمع البحث وفقا للحجم الساعي والأوقات التي تبث فيها

المهنة	الوقت			
	مناسبة	غير مناسبة	كافي	غير كافي
موظف في قطاع عام	التكرار	05	20	09
	النسبة	%05	%20	%09
عمل حر	التكرار	08	02	10
	النسبة	%08	%02	%10
طالب	التكرار	09	03	02
	النسبة	% 09	% 03	% 02
ربت بيت	التكرار	03	02	01
	النسبة	% 03	% 02	% 01
عاطل عن العمل	التكرار	08	06	01
	النسبة	% 08	% 6	% 01

يتضح من خلال الجدول رقم 09 بأن نسبة فئة موظف في قطاع العام غير مناسبة أكبر من نسبة مناسبة أي ما يعادل 05/20 % على التوالي وذلك راجع بأن الوقت لا يناسب مع موظف في القطاع العام، ونجد نفس الفئة في حجم الساعي الكافي والغير الكافي بحيث نجد نسبة 09 % كافي و 02 % غير كافي، ويعود هذا إلى حصول أفراد مجتمع هذه على رغباتهم ومتطلباتهم من هذه الحصة أما بالنسبة لفئة العمل الحر في أوقات التي تبث فيها الحصة فنجدها بنسبة 08 % مناسبة وذلك لوقت فراغهم من الشغل أما غير مناسبة فنجد نسبة 2 % وهي أصغر من فئة الأخرى.

أما الحجم الساعي فنجده 10 %كافي وذلك لتوفيرهم على رغباتهم وتربية متطلباتهم أما نسبة 02 % فتعود إلى غير كافي وذلك ربما راجع إلى وقت الذي تبث فيه الحصة يكون غير مناسب.

أما فئة الطلبة تراوحت نسبتهم إلى 09 % مناسبة و03 % غير مناسبة ويعود إلى بلوغ المعرفة.

أما الحجم الساعي فنجد نسبة غير كافي ب03 % وذلك راجع لكونهم بحاجة ماسة إلى المزيد في الحصول على المعلومات والمواضيع الدينية التي تتعلق بأفراد المجتمع، أما نسبة غير كافي نجدها 2 % وهي نسبة أقل بالمقارنة مع غير كافي.

أما فئة ربات البيوت في الوقت فنجد النسبة الأكثر تعود إلى مناسبة 03 % ويعود إلى كونهم أن الحجم الساعي كافي في بيوتهم مما يجعلهن أوقات فراغهم أكثر، أما نسبة غير مناسبة قدرت ب02 % ويعود إلى أن بعض النساء عاملات لا يساعدهم بث وقت الحصة.

أما الحجم الساعي الكافي وغير الكافي كانت نسبتهم متساوية حيث قدرت 01%

أما فئة عاطل عن العمل فنجد النسبة الأكثر 08 % لسد فراغهم اليومي و06 % غير مناسبة وهذا راجع لكونهم يهتمون بمشاغل أخرى.

أما الحجم الساعي فتعود النسبة الأكبر إلى كافي بنسبة 03 % لتأثرهم بالحصة وبلوغ المعرفة الدينية أما غير كافي تراوحت النسبة 01 % وسبب أن بعض الأشخاص لعدم بلوغهم المعرفة الدينية.

جدول 10: توزيع أفراد مجتمع البحث وفق معلومات التي يرغبون في حصول عليها من خلال متابعة حصة إنصحوني

النسبة المئوية	التكرار	المعلومات الدينية المرغوب في حصول عليها
23%	23	أحاديث دينية
43%	43	قضايا الأسرة وأحوال الشخصية
34%	34	أحكام المجتمع
100%	100	المجموع

جاءت نتائج الجدول رقم 10 بخصوص المعلومات التي يرغب أفراد مجتمع البحث في الحصول عليها من خلال متابعة الحصة الدينية إنصحوني في قناة النهار tv، حيث جاء في ترتيب الأول قضايا الأسرة والأحوال الشخصية بنسبة 43 % وهي النسبة أكبر بالمقارنة مع النسب الأخرى نظرا لطبيعة المجتمع الجزائري المسلم يرغب في حصول على إستفسارات لقضايا الأسرية والأحوال الشخصية، في حين نجد في ترتيب الثاني أن نسبة 34% التي تتعلق بأحكام المجتمع وذلك راجع للتعرف على الأحكام التي تجعله يتواصل مع مختلف المجتمعات الأخرى وتطبيق الشريعة الإسلامية في حين نجد ان أصغر نسبة تعود إلى احاديث دينية أي نسبة 23 % وذلك راجع للمستوى التعليمي والمعرفة الدينية.

## جدول 11: توزيع أفراد مجتمع البحث وفقا للأسلوب

النسبة المئوية	التكرار	نوع الأسلوب
59%	59	الأسلوب الجدي
41%	41	الأسلوب التهكمي
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الأسلوب الجدي تقدر بنسبة 59% وذلك راجع إلى أنه الأسلوب المناسب للحصة الدينية وحل المشاكل المطروحة والوضوح وهو الأسلوب الأنسب للدين كما أنه الأسلوب للإستفسار الديني وهذه الإجابات كانت من خلال إجابات المبحوثين.

أما الأسلوب التهكمي وهو أصغر نسبة بالمقارنة مع الأسلوب الجدي، حيث نجد نسبته 41% وحسب إجابات المبحوثين كانت الإجابة منها للبساطة لبلوغ الرسالة وسهلة الفهم وهو أسلوب هادف يتناسب مع جميع شرائح المجتمع وكذا التأثير على المتلقي.

## المحور الثاني:

## جدول 12: توزيع أفراد مجتمع حسب أسباب مشاهدة الحصة إنصحووني

النسب المئوية	التكرار	الأسباب
34%	34	تساعد على فهم معاملات الدينية في المجتمع
25%	25	تثريك بالثقافة الإسلامية
41%	41	معرفة الواقع الديني
100%	100	المجموع

جاءت نتائج الجدول رقم 12 على النحو التالي:

في الترتيب الأول بنسبة 41% من أفراد مجتمع البحث يرجعون السبب الرئيسي لمشاهدة الحصة الدينية هي أنها تساعدهم على معرفة الواقع الديني كدين شامل لكل شؤون الحياة، وخاصة في مجتمعات المسلمة، ثم تليها نسبة 34% أن سبب مشاهدتهم للحصة الدينية تساعدهم على فهم المعاملات الدينية في المجتمع وهذا راجع إلى أخلاق ومعاملات المسلمون وتطبيق أحكامها بينهم ، أما لترتيب الثالث كانت نسبته 25% للمشاهدين الذين يرغبون بإثراء ثقافتهم الإسلامية وهذا راجع لتعلق بديننا الحنيف الإسلام دين الطيبة والمعاملات.

نلاحظ من خلال ما تقدم أن أهم سبب من بين الأسباب الأخرى التي تدفع مجتمع البحث للتعرض للحصص الدينية التي يرضها التلفزيون الجزائري هو محاولة فهم قيم الدين الإسلامي كدين حياة يغيش به مسلم في كل حركاته وسكناته بل ويتخذ دستور حياة يسعد في الدنيا وينجيه يوم القيامة.

جدول 13: توزيع أفراد مجتمع البحث وفق المعلومات التي يرغبون في الحصول عليها من خلال متابعة الحصة.

النسب المئوية	التكرار	المعلومات المرغوب الحصول عليها
51%	51	معلومات دينية
43%	43	معلومات أخلاقية
6%	6	معلومات ثقافية
100%	100	المجموع

جاءت نتائج جدول رقم 13 والمتعلقة بخصوص المعلومات التي يرغب أفراد مجتمع البحث في الحصول عليها من خلال متابعة حصة إنصحوني في القناة النهار على النحو التالي:

نجد في الترتيب الأول 51 % من أفراد مجتمع البحث يرغبون في الحصول على معلومات دينية وهذا راجع إلى معرفة الشريعة الإسلامية وأصول تطبيقها لأننا مجتمع مسلم.

ثم نجد في الترتيب الثاني من أفراد مجتمع البحث يرغبون في الحصول على معلومات الأخلاقية بنسبة 43 % وذلك راجع إلى ان المجتمع المسلم معروف بالمعاملات الأخلاقية ومحاولة معرفة تطبيقها داخل المجتمع من أجل تماسكه.

وجاء في الترتيب الثالث معلومات ثقافية بنسبة 6 % من أفراد مجتمع البحث يرغبون في الحصول على معلومات ثقافية من اجل إكتساب ثقافة عامة تترفيه عن أنفسهم في آن واحد

## جدول 14: توزيع أفراد مجتمع البحث وفقا لنوعية مشاهدة الحصة

النسب المئوية	التكرار	نوعية مشاهدة الحصة
37%	37	تشاهد كل الحصة
36%	36	تشاهد جزء من الحصة
10%	10	تركز على نقاط التي تراها مهمة
17%	17	حسب الموضوع المطروح في الحصة
100%	100	المجموع

يتبين من خلال هذا الجدول أن مشاهدة كل الحصة جاءت في الترتيب الأول بنسبة 37 % ونجد في الترتيب الثاني مشاهدة جزء من الحصة الدينية إنصحوني بنسبة 36 في حين جاء في الترتيب الثالث من حيث مشاهدة الحصة حسب الموضوع المطروح بنسبة 17% أما بالنسبة للتركيز على بعض النقاط التي يراها مهمة من خلال مشاهدة الحصة جاءت بنسبة 10%

تظهر النتائج أن أفراد مجتمع البحث يشاهد الحصة الدينية حسب إهتمامات وقناعات كل فرد فهناك فئة تكفي بمشاهدة كل الحصة وهذا ما ترجمته نسبة 37 % وفئة أخرى تشاهد جزء من الحصة أي بنسبة 36 % حيث وجدنا الفرق واحد بين النسبتين وهي نسبة متقاربة في حين نجد فئة تركز على الموضوع المطروح بنسبة 17 % التي نرى أنها تخدم إستفساراتها وتحقق لها إشباعا للحصول على المعرفة الدينية، بينما تفضل فئة الأخرى التركيز على بعض النقاط المهمة في الحصة بنسبة 10% وهذا راجع لرغبتهم في الحصول على بعض النقاط في المواضيع التي تهمهم في حياتهم اليومية.

## جدول 15: توزيع أفراد مجتمع البحث حسب العوامل التي تدفع الجمهور لمتابعة الحصة

النسب المئوية	التكرار	العوامل التي تدفع المشاهدين للمتابعة حصة إنصحوني
68%	68	المواضيع الدينية المطروحة تعكس الواقع الاجتماعي
24%	24	شخصية وطريقة تقديم المنشط
8%	8	التصوير والإخراج للحصة وطريقة تقديمها
100%	100	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 15 والمتضمن العوامل التي تدفع مجتمع البحث لمتابعة الحصة الدينية إنصحوني حيث جاءت هذه العوامل على النحو التالي:

نجد في المرتبة الأولى المواضيع الدينية المطروحة التي تعكس الواقع الاجتماعي بنسبة 68% من أجل زيادة الفهم ومعرفة الأحكام الشرعية وهذه الحصة تكسبهم ثقافة دينية متنوعة يدعمون بها وجهات نظرهم في بعض القضايا.

أما النسبة الثانية قدرت 24% من مجتمع البحث يرون أن منشط الحصة وشخصيته في التقديم وهذا راجع إلى المواضيع التي يتطرق إليها مما سهل عليهم الاستفادة أكثر وهذا يدفعهم لمشاهدة الحصة.

أما نسبة التصوير والإخراج للحصة وطريقة تقديمها قدرت بـ 8% وهي أصغر نسبة ويعود ذلك إلى التصوير والإخراج الجيد للحصة وطريقة تقديمها.

## جدول 16: اللغة المفضلة في التواصل ما بين المشاهد ومنشط الحصة في قناة النهار

نوع اللغة المفضلة	التكرار	النسب المئوية
العامية	80	%80
اللغة العربية الفصحى	20	%20
المجموع	100	%100

ويتضح من الجدول رقم 16 أن نسبة 80% من أفراد مجتمع البحث يفضلون اللغة العامية خلال عرض الحصة وهذا راجع لكون مشاهدين بعضهم لا يفهمون اللغة العربية الفصحى وهذا ما أدى بهم إلى تفضيل العامية ، أما نسبة اللغة العربية الفصحى بـ20% خلال مشاهدة عرض الحصة وهذا راجع إلى مستوى الرفيع لديهم في اللغة العربية كما يعتبرونها هي اللغة الأنسب والأسلوب الجاد الذي من خلال يستطيع المنشط تبسيط المعلومة.

جدول 17: توزيع أفراد الجتمع حسب الهدف من إعادة حصة إنصحوني 4 مرات في اليوم

المجموع	كافي	غير مناسبة	مناسبة	المستوى التعليمي	
	14	05	17	التكرار	متوسط
	%14	%05	%17	النسبة	
	14	09	12	التكرار	ثانوي
	%14	%09	%12	النسبة	
	10	02	05	التكرار	جامعي
	% 10	% 02	% 05	النسبة	
	02	03	08	التكرار	دراسات عليا
	% 02	% 03	% 08	النسبة	
	00	00	00	التكرار	أمي
% 100	% 00	% 0	% 00	النسبة	

نلاحظ من خلال جدول أعلاه أن الهدف من إعادة الحصة الدينية إنصحوني 4 مرات في اليوم تتباين بين فئات المستوى التعليمي فنجد نسبة فئة المتوسط 17% وهي أكبر قيمة بالمقارنة مع الأهداف الأخرى وذلك راجع لحبهم للحصة والمواضيع التي تتناولها وكذا رؤيتهم لأفراد بيئتهم على الحرص على المشاهدة أما نسبة 05% عند المتوسط في الهدف من تقديمها مقابل مبلغ مالي وتعود إلى أن بعض التلاميذ لأنه مجرد إقتراح في حين نسبة سد فراغ الشبكة البرمجية فقد بلغت من نفس الفئة 14% وذلك راجع إلا انه يوجد حصص وبرامج تبث على النهار TV وبذلك ملء أوقاتها بإعادة حصة إنصحوني.

أما في فئة ثانوي فنجد أكبر نسبة تعود إلى سد فراغ الشبكة البرمجية التي قدرت 14% وهي أكبر قيمة بالمقارنة مع الأهداف الأخرى والسبب راجع إلى نقصها للبرامج ولذلك فهي تسعى إلى إعادة حصة إنصحوني.

أما في فئة المستوى الجامعي نجد نسبة 10% من سد فراغ الشبكة البرمجية في حين أن نسبة 5% تعود إلى كثرة الطلب عليها، وذلك راجع إلى كثرة المشاهدة في البيئة التي يعيشون فيها.

أما فئة دراسات عليا فنجد النسبة الأكبر تعود إلى كثرة الطلب عليها حيث بلغت نسبتها 8% بالمقارنة مع تقديمها مقابل مبلغ مالي الذي وصلت نسبة إلى 3% في حين قدرت نسبة سد فراغ الشبكة البرمجية بـ2% وذلك راجع إلى النقص في البرامج وكذا وبث البرامج ذات حجم ساعي قليل.

أما فئة الأميين فنجد في كل الحالات وذلك لعدم إتقاننا بالأميين.

## جدول 18: توزيع أفراد مجتمع البحث حسب محاولة الإتصال بالحصّة

النسب المئوية	التكرار	الإتصال بالحصّة
1%	1	نعم
99%	99	لا
100%	100	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 18 والمتضمن محاولة أفراد مجتمع البحث الإتصال بالحصّة التي تعرض على القناة النهار حيث أوضح أن نسبة 99% من أفراد مجتمع البحث أنهم لم يحاولوا الإتصال بالحصّة وهذا راجع إلى ان أفراد مجتمع البحث يختلفون في طريقة الوسيلة المستخدمة في الحصول على المعلومات الدينية، أما فئة التي إتصلت بالحصّة قدرت بـ 1% وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالنسبة الولى وهذا راجع إلى أن الشخص أو المشاهد المتصل كانت لديه إهتمام بالموضوع المطروح في الحصّة من أجل الإستفسار أكثر وتؤكد من المعلومة التي كان يبحث عنها.

## جدول 19: توزيع أفراد المجتمع حسب القيم السامية لديهم

المجموع	لا	نعم	الجنس	
			التكرار	النسبة
	10	39	التكرار	ذكور
	%10	%39	النسبة	
	14	37	التكرار	إناث
	%14	%37	النسبة	

يوضح الجدول رقم 19 توزيع أفراد مجتمع البحث وفق القيم السامية على مستوى الحصة الدينية إنصحووني وفق الجنس بالنسبة للذكور نجد أعلى نسبة 39 % وهذا راجع إلى القيم السامية لها علاقة بالمعتقدات وذات بعد ديني نتيجة للخوف وهذا بحكم طبيعة الجزائري الذي يتميز بالخوف من الأمور الدينية.

أما النسبة المنخفضة قدرت بـ 10 % أي أن بعض المشاهدين يرون أن الحصة ذات بعد إجتماعي أكثر من بعد الديني لذا لا تغرس أي قيم دينية سامية لديهم.

أما بالنسبة للإناث أعلى نسبة قدرت بـ 37 % وهذا راجع إلى ان المشاهدات في أغلبهم يوافقون على ان الإعلام الديني المنشور في القنوات التلفزيونية ساعدهن على الإرتباط بالقيم السامية أكثر، أما بالنسبة للنسبة الضئيلة قدرت بـ 14 % وهذا يعود إلى المستوى التعليمي يلعب دورا في غرس القيم وطبيعة المشاهد.

## جدول 20: توزيع أفراد مجتمع البحث حسب الإلتزام بهذه القيم

المجموع	إحترام العلماء	الطموح والمسؤولية	التقوى والإلتزام الديني	القيم	
				الجنس	
100	9	23	17	التكرار	ذكر
%100	%9	%23	%17	النسبة	
100	11	25	15	التكرار	أنثى
%100	%11	%25	%15	النسبة	

جاءت نتائج الجدول رقم 20 بخصوص الإلتزام بهذه القيم من خلال التعرض حصة الدينية إنصحوني على النحو التالي:

بالنسبة لفئة الذكور كانت أكبر نسبة عندهم في الطموح والمسؤولية حيث قدرت بـ 23% ثم تليها النسبة المتوسطة قدرت بـ 17% كانت التقوى والإلتزام الديني ثم أصغر نسبة قدرت بـ 9% وكانت الملاحظات العامة هي أن الشباب يشاهدون الحصة من أجل تعلم المسؤولية وتحملها من خلال التعاليم الدين الإسلامي والإقتداء بها ودعوة إلى إحترام العلم ومن دعا إلى العلم.

أما بالنسبة للإناث كانت أكبر نسبة قدرت بـ 25% عند الطموح والمسؤولية بعدها تلتها التقوى والإلتزام الديني بـ 15% ثم بعدها إحترام العلماء وهي أصغر نسبة قدرت بـ 11% وهذا راجع إلى أن النساء الجزائريات من طبعهم مسؤولين عن جميع المجالات وقادرين على الإلتزام الديني والتمسك به والقيم الدينية الأصيلة وإحترام الجميع من مقام العلم.

## المحور الثالث

جدول 21: توزيع أفراد مجتمع البحث حسب الإستشارات التي تحدثها فيهم الحصة

النسب المئوية	التكرار	الإستشارات التي تحدثها الحصة الدينية
10%	10	الشعور بالرضا والطمأنينة والأمان
21%	21	حب الله ورسوله
20%	20	حب الدين وعمل بشرائعه
49%	49	التمسك بالقيم الدينية الفضيلة
100%	100	المجموع

جاءت نتائج الجدول 21 بخصوص الإستشارات التي تحدثها الحصة الدينية إنصحوني في

أفراد مجتمع البحث من خلال التعرض للحصة في قناة النهار على النور التالي:

جاء في الترتيب الأول 49 % من أفراد مجتمع البحث يدفعهم مشاهدة الحصة الدينية التي تبثها

التلفزيون الجزائري في قناة النهار إلى التمسك بالدين الأصيلة وهذا راجع إلى أخلاق

المسلمين من أجل التمسك بالدين الإسلامي في الحياة للمعاملات اليومية.

أما الترتيب الثاني 21% من أفراد مجتمع البحث يدفعهم مشاهدة الحصة حب الله ورسوله وهذا

دليل على مجتمعات المسلمة التي تحب رسول الله وتعلق به بأمر التي تتعلق بالمعاملات

الدينية، اما الترتيب الثالث تقدر نسبة بـ 20% من أفراد مجتمع البحث حب الدين والعمل

بشرائعه وهذا راجع إلى الدين الإسلامي دين المعاملات وتمسك المسلمين به وشرائعه.

وجاء في الترتيب الخير من أفراد المجتمع 10% من البحث فئة الشعور بالرضا والطمأنينة والأمان وهذا راجع للتأثر بهذه الحصة وقيمها.

**جدول 22: توزيع أفراد البحث حول تأثير حصة إنصحوني على الجمهور**

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة المواضيع
15%	15	دينية
29%	29	إجتماعية
56%	56	معا
100%	100	المجموع

جاءت نتائج الجدول رقم 22 والمتعلقة بخصوص المواضيع المقدمة في الحصة التي يرغب أفراد مجتمع البحث في الحصول عليها من خلال متابعة حصة إنصحوني في قناة النهار على النحو التالي:

نجد في الدينية 15% لأن الحصة الدينية في حد ذاتها تعالج مواضيع الدينية وهي أصغر نسبة ثم بعد ذلك نجد إجتماعية بنسبة 29% لأن الحصة الإجتماعية مستمدة من الواقع المجتمع المعاش وتهتم بالقضايا الإجتماعية وهي نسبة متوسطة ثم نجد طبيعة الحصة الدينية والإجتماعية معا بنسبة 56% نسبة وهي أكبر نسبة لأنها تدرس الواقع الإجتماعي وتهتم بالدين لأن الدين هو الذي يفسر مشاكل الحياة والواقع الإجتماعي للمسلمين

## جدول 23: توزيع أفراد مجتمع البحث حول تأثير الحصة على الفرد

المجموع	لا	نعم	تأثير الحصة	
			الجنس	
100	12	37	التكرار	ذكر
			النسبة	
%100	%12	%37		
100	5	46	التكرار	أنثى
			النسبة	
%100	%5	%46		

جاءت نتائج الجدول رقم 23 بخصوص التأثير التي تحدثه الحصة الدينية إنصحوني في أفراد مجتمع البحث من خلال التعرض لها في قنوات التلفزيونية الجزائرية على النحو التالي:

بالنسبة لفئة الذكور كانت نسبة عندهم تقدر بـ 37% الإجابة بنعم وذلك راجع إلى معرفة القيم الإنسانية ومعاملات التي تعكس الواقع الاجتماعي الجزائري من خلال مضمون التي تناوله أما الذين أجابو "لا" طبيعة مواضيع التي طرحها الحصة عُلجت في حصص دينية أخرى في القنوات الأخرى وقدرت نسبتها بـ 12% .

أما بالنسبة لفئة الإناث أكبر نسبة 46% وهذا راجع إلى التأثير الكبير الذي أحدث على مستوى الإناث وهذا من خلال التمسك بالقيم الدينية الأصيلة ومضمون حصة فعال التأثير، أما اللواتي أجبن بـ "لا" كانت نسبتهم بـ 5% وهذا راجع لعدم التأثير بهذه الحصة ويعود هذا الشعور والرضا لهذه الحصة من خلال المواضيع المعالجة.

جدول 24: توزيع أفراد مجتمع البحث حسب آرائهم للمستوى اللغوي المستخدم في الحصة.

المستوى	التكرار	النسبة المئوية
مقبول	29	29%
صعب	01	01%
سهل	28	28%
بسيط	42	42%
المجموع	100	100%

يتضح من الجدول رقم 24 أن 42% من أفراد مجتمع البحث يرون أن اللغة المستخدمة في الحصة الدينية إنصحوني لغة بسيطة وذلك لأنها لغة يفهمها الأمي والمتعلم حيث يكون لفهم الجميع، ثم يليها المستوى المقبول بنسبة 29% يرون ان اللغة المستعملة في حصة مقبول وهذا راجع لمنشط الحصة في تسيير هذه الحصة ثم نجد المستوى اللغوي السهل قدر 28% وهذا راجع لتبسيط المعلومة للمشاهد مما ساهم في إيصال الفكرة للجميع.

وفي الأخير نجد المستوى الصعب قدرت نسبة 1% لأن منشط الحصة لا يستعمل مصطلحات فيها غموض بل يتحدث بكل ببساطة وهي نسبة ضئيلة جدًا مقارنة مع المستويات الأخرى

جدول 25: آراء أفراد المجتمع البحث حول قدرة منشط الحصة على التواصل الجيد في تأثير على المشاهدين

النسبة المئوية	التكرار	رأي أفراد مجتمع البحث
85%	85	نعم
15%	15	لا
100%	100	المجموع

يتضح من الجدول رقم 25 أن نسبة 85 % من أفراد مجتمع البحث يرون أن منشط الحصة يلعب دوراً فعالاً في تنشيط الحصة وهذا راجع إلى كيفية التواصل الجيد مع المشاهدين من خلال طرح القضايا التي تلبي حاجاتهم وإهتماماتهم ومما جعل الحصة تأتي فيهم والسبب أن منشط الحصة يستعمل أساليب إقناعية أثناء تنشيط مما ساهم في التواصل الجيد لتأثير في المشاهدين.

أما في المرتبة الثانية نجد نسبة 15% وهي أصغر من نسبة الأولى حيث يرون أفراد البحث بأن منشط الحصة الدينية ليست له القدرة الكافية في التواصل الجيد لتأثير على المشاهدين وهذا راجع إلى عدم الإهتمام ببعض النقاط في التنشيط كإستعمال العامية والخروج عن الموضوع في بعض الأسئلة.

## جدول 26: توزيع أفراد مجتمع البحث حول تأثير حصة إنصحووني على الجمهور

المجموع		عالية	متوسطة	ضئيلة	منعدمة		
100	49	11	20	13	5	التكرار	ذكور
	49	11	20	13	5	النسبة	
100	51	30	10	9	2	التكرار	إناث
	51	30	10	9	2	النسبة	

نلاحظ من خلال الجدول رقم 26 الذي يمثل أفراد مجتمع البحث حول تأثير حصة إنصحووني على الجمهور من خلال النسب التي تحصلنا عليها أن أكبر نسبة عند الذكور فكانت فئة قدرت عالية قدرت بـ 11% وهذا راجع إلى أن الذكور لهم إرادة في معرفة واقع الديني داخل المجتمع المسلم ثم تليها الفئة المتوسطة قدرت بـ 20% بعدها الضئيلة قدرت بـ 13% وهذا راجع إلى أن بعض الأفراد أو المشاهدين لا يهتمون كثيرا بحصة ربما لكون بعض المشاهدين لهم إهتمامات بحصص دينية أخرى، أما الفئة المنعدمة قدرت بـ 5% وهذا لكون بعض المشاهدين ليست لهم أي إنفعال أو تأثير من خلال الحصة .

أما بالنسبة للإناث قدرت النسبة العالية بـ 30% وهذا راجع لكون بعض النساء لا يعملون ربات بيوت، الحجم الساعي كافي لديهم يشاهدونها كثيرا وهذا ما أحدث تأثيرا كبيرا عليهن وتمسك النساء الجزائريات بالدين الإسلامي والمحافظة على العقيدة الإسلامية من أجل إنشاء أسر محافظة بمعنى الكلمة وتربية أولادهم على طريق المستقيم على حسن الطاعة والدين.

ثم تليها نسبة المتوسطة قدرت بـ 10% من فئة الإناث كون بعض النساء عاملات لا يكفيهم الوقت لمشاهدة الحصة إلا في أوقات الفراغ لكن لديهم تأثير من خلال الحصة ثم فئة الضئيلة قدرت بـ 9% وهذا راجع إلى أن بعض النساء لا يشاهدونها بكثرة ولهذا لم يحدث تأثير من خلال الحصة.

ثم النسبة الضئيلة قدرت بـ 2% وهنا ليست للحصة أي تأثير على متبعيها.

### ❖ الإقتراحات التي تجعل الحصة ذات خدمة في المجتمع

- ✓ أن يكون التواصل أوسع غير مواقع التواصل الإجتماعي.
- ✓ أن يخصص لكل موضوع حصة.
- ✓ أن يكون هناك علمية تواصل بين الحصة والمجتمع.
- ✓ الزيادة في حجم الساعي.
- ✓ مواضيع واقعية تخص المجتمع.
- ✓ الحفاظ على التقدم وإستخدام اللغة البسيطة.
- ✓ عدم الخروج عن المواضيع المطروحة في الحصة.
- ✓ التقليل من إستخدام الأسلوب التهكمي.
- ✓ على المقدم أن يكون ليناً أثناء رده على التساؤلات.
- ✓ التركيز على القيم الدينية أكثر من الإجتماعية.

### 3- إختبار الفرضيات:

من خلال تحليلنا للإستبيان نلاحظ أن إقبال الجمهور على مشاهدة حصة إنصحوني وكانت الإجابات من طرف المبحوثين للتعرف على الواقع الديني في الجزائر من خلال المواضيع المطروحة، وعليه فالفرضية التي تقول بأن إقبال الجمهور على حصة إنصحوني لسي له غرض إلا لمعرفة الواقع الديني فقد تحققت.

أما بالنسبة للفرضية الثانية نستنتج أن حصة إنصحوني تحظى بمشاهدة كبيرة إذ تلعب دور مهم في ترسيخ القيم لدى الجمهور الجزائري وذلك من خلال حصصها المقدمة عبر التلفزيون، كما أنها تساهم في تغيير سلوكيات سلبية عديدة كما ذكر من طرف المبحوثين وذلك للتفاعل الجمهور مع المواضيع المطروحة من خلال الحصة، وبالتالي الفرضية التي تقول أن تحمل حصة إنصحوني عدة قيم منها دينية، إجتماعية، أخلاقية تحققت.

أما بالنسبة للفرضية الثالثة التي تقول بأن الحصة الدينية إنصحوني تأثير على متبعيها، فمن خلال إجابات المبحوثين نلاحظ أن الحصة الدينية إنصحوني تأثير كبير على أفراد المجتمع من خلال المواضيع المقدمة والقضايا المطروحة وطريقة الإلقاء والأسلوب وكذا اللغة، وعليه فالفرضية الثالثة قد تحققت.

### 4- النتائج العامة:

من خلال الإطار التطبيقي تمكنا من رسم صورة حول رأي الجمهور في حصة إنصحوني كونها حصة حديثة النشأة، غنية بالمعلومات الدينية.

ومن أهم النتائج التي تحصلنا عليها مايلي:

✓ توجد أغلبية واضحة في رأي المبحوثين في مشاهدة حصة إنصحوني وذلك من خلال إجاباتهم، وكانت نسبة المشاهدة أحيانا نظرا لإنتغال المبحوثين بأمر أخرى بنسبة 71% وهذا نظرا لما تقدمه من مواضيع دينية تميزها عن باقي الحصص، أجاب أغلب أفراد العينة بأن دوافع مشاهدتهم لهذه الحصة هي معرفة الواقع الديني في المجتمع بنسبة 41% ثم يليها عامل اللغة بنسبة 80% وهذا ما يثبت لنا أن الإعلام الجزائري تطور وخاصة الإعلام السمعي البصري.

✓ بينت النتائج بشأن الوقت الذي يمضيه أفراد مجتمع البحث في مشاهدة الحصة الدينية إنصحوني من حيث الهنة يشاهدون من أقل من 10 دقائق بنسبة 17% عند موصف في القطاع العام بينما كانت الأقلية عند ربات البيوت بنسبة 1% وذلك بإنشغالهن في البيت.

✓ كما بينت بشأن الفترة المفضلة لأفراد مجتمع البحث في مشاهدة البرامج الدينية أن 81% يحبذون الفترة المسائية وهذا راجع لعدة أسباب يمكن ذكر بعضها كون أغلب أفراد مجتمع البحث إما يدرسون أو يعملون طوال النهار لذا لا يتسنى لهم مشاهدة كل الحصة التي تعرض في شاشة التلفزيون في الفترة الصباحية ومنتصف النهار، إلا إذا عادوا إلى البيت.

✓ كما بينت النتائج بخصوص الحجم الساعي لأفراد مجتمع البحث نجد أن نسبة 10% من فئة عمل حر بحجم ساعي كافي وذلك لحصولهم على معرفة دينية مقارنة بنسبة قليلة عند ربات البيوت حيث قدرت النسبة بـ 01%.

- ✓ تبين من خلال نتائج الدراسة بخصوص الأسلوب المستخدم من طرف المنشط، يحظى الأسلوب الجدي بنسبة 59% بالمقارنة مع الأسلوب التهكمي الذي حظي بنسبة 41% وأرجع أفراد العينة السبب لذلك للبساطة وبلوغ الرسالة وسهل الفهم حتى على الأمي.
- ✓ يظهر من خلال نتائج الدراسة أن المواضيع المفضلة من طرف المبحوثين تعود إلى الدينية التي بلغت نسبتها 51% لأنها تساهم بشكل كبير في توزيع الوازع الديني والروحي لدى أغلب المشاهدين من خلال تقوية المواضيع في تتبع كل ما هو ديني على وجه الخصوص ثم في المقام الثاني المواضيع الأخلاقية بنسبة 43% بعدها المواضيع الثقافية بنسبة 6% وذلك لإرساء المعالم الثقافية.
- ✓ بينت نتائج بشأن نوعية مشاهدة الحصة أن نسبة مشاهدة كل الحصة قدرت بـ37% لأن أفراد مجتمع البحث يرغبون في حصول على المعرفة الدينية كما تتناول الحصة مواضيع تخص الأحوال الشخصية للأسرة، ثم تليها مشاهدة جزء من حصة بـ36% بعدها تركز على بعض المواضيع بنسبة 10% حسب الموضوع المطروح في الحصة بـ17% وهذا راجع لكون المشاهدين مختلفون في المشاهدة.
- ✓ تبين أن العنصر الذي يجذب لمشاهدة الحصة الدينية إنصحوني هو المواضيع الدينية المطروحة والتي تعكس الواقع الاجتماعي بنسبة 68% ، يأتي في مقام الثاني شخصية وطريقة تقديمها بنسبة 8%، وهذا يوضح حرص أفراد المجتمع على حب الإطلاع وزيادة المعرفة من خلال التعرض لحصص التلفزيون الجزائري.
- ✓ أظهرت النتائج أن نسبة 80% من أفراد مجتمع البحث يحبذون العامية أثناء عرض الحصة الدينية بينما هناك من يطالب بإستعمال اللغة العربية الفصحى قدرت بنسبة 20% كأداة التواصل الاجتماعي والفكري والثقافي أثناء عرض الحصة بمعنى آخر تنويع إستعمال لغة عرض الحصة.
- ✓ بينت النتائج بشأن الهدف ممن إعادة حصة إنصحوني أربع مرات في اليوم من خلال أفراد مجتمع البحث من حيث المستوى التعليمي أن 17% من أفراد المجتمع وهذا يعود

إلى كثرة الطلب عليها بالنسبة لأصحاب المستوى المتوسط وهذه النتيجة توضح أن هناك إهتمام من طرف فئات المجتمع البحث على حسب مستواه المعرفي، ثم تليها فئة أصحاب المستوى الثانوي بنسبة 12% ، ثم الجامعي بنسبة 5% ثم دراسات عليا بنسبة 8% ، ثم الأمي وهي نسبة منعدمة قدرت بـ0% ليس له أي هدف من هذه الحصة.

✓ بينت نتائج بشأن الإتصال والمشاركة في الحصة من طرف أفراد مجتمع البحث أن نسبة 99% لم يتصلوا بالحصة ولم يشاركوا فيها وهذا راجع لعدة أسباب منها عدم توفر الوسائل اللازمة لإجراء الإتصال بها أو الإزدحام الإتصال عبر الخط في حين أن نسبة 1% إتصال بالحصة.

✓ بينت النتائج بشأن القيم السامية لدى الفرد من خلال مشاهدة الحصة نجد نسبة 39% بنعم عند الذكور وذلك راجع إلى التعرف على المعتقدات الدينية والعقيدة الإسلامية في حين كانت نسبة 10% الإجابة بلا وذلك من خلال بثها لمواضيع إجتماعية أكثر أما عند الإناث فنجد نسبة 37% أكبر مقارنة مع إجابة بلا التي قدرت 14%.

✓ بينت نتائج الدراسة من خلال الإلتزام بهذه القيم من خلال المتابعة للحصة أن نسبة 23% من حيث جنس الذكور الطموح والمسؤولية في حين التقوى والإلتزام الديني بـ17% ثم إحترام العلماء بـ9% وهذا راجع لأسباب منها إرساء معنى المسؤولية والطموح وتكيف مع جميع أنماط المجتمع الجزائري، في حين عند الإناث نجد نسبة 25% من طموح المسؤولية ثم التقوى و الإلتزام الديني بـ15% وإحترام العلماء بـ11%.

✓ بينت نتائج بشأن إستشارات عواطف لدى المشاهد من خلال تعرضه للحصة أن نسبة 49% من أفراد مجتمع البحث التمسك بالقيم الدينية الفضيلة لأنها تساعدهم على الفهم الصحيح للدين الإسلامي كدين شامل لكل شؤون الحياة بعدها حب الرسول صلى الله عليه وسلم بنسبة 21% ، ثم حب الدين وعمل شرائعه بنسبة 20% بعد ذلك الشعور

بالرضا والطمأنينة بنسبة 10% وهذا راجع كون المشاهدين لهم أذواق مختلفة في الإنفعال.

✓ بينت نتائج بشأن كيفية تسيير المنشط للحصة وتبسيط المعلومة وتوصيلها للمشاهد أن 85% الإجابة بـ"نعم" و15% الإجابة بـ"لا" وذلك لكثرة زاده المعرفي ويلراعي كل مستويات المجتمع.

✓ بينت نتائج المتعلقة بطبيعة المقدمة في الحصة بنسبة 56% بدمجها معا(دينية، إجتماعية) بحيث لا يمكن الفصل الديني عن المجتمع.

✓ لوحظ من نتائج الدراسة أن نسبة 46% عند الإناث تكون الإجابة بـ"نعم" وذلك لتأثرهن بطبيعة النصائح المقدمة في الحصة في حين بلغت 37% عند الذكور وذلك من خلال معرفة التعامل والقيم الإنسانية.

✓ بينت النتائج أن 42% من أفراد مجتمع البحث يرون أن المستوى اللغوي الذي تقدم به الحصة الدينية إنصحوني في قناة النهار أنه سهل، وهذه النتيجة تتباين من فرد إلى آخر حسب الخلفية الثقافية والمعرفة لكل شخص.

✓ لوحظ من خلال النتائج النسبة الأكبر هي نسبة 30% تعود إلى عالية عند الإناث وذلك راجع لكثرة المشاهدة في حين تحظى الحصة بنسبة 20% عند الذكور بقدر متوسط بحيث الشباب لا يتأثر بمضامين الحصة إلا فئة قليلة منهم.

✓ أظهرت النتائج من خلال السؤال المفتوح الذي يخص الإقتراحات التي تجعل الحصة ذات خدمة في المجتمع فكانت الإجابات تتباين من مبحوث إلى آخر منها عدم السخرية من المواضيع المطروحة، التركيز على القيم الدينية أكثر من الإجتماعية وكذا أن يخصص لكل موضوع حصة والزيادة في الحجم الساعي.

### خلاصة

من خلال الدراسة نستخلص في الأخير أن قناة النهار TV إستطاعت أن تغطي جميع الأخبار المحلية والعالمية بكل صدق ومصداقية من خلال جلب عدد كبير من الجماهير كمتابع ومحلل لهذه الأخبار، وهذا راجع لعدة أسباب جعلتها قادرة على تصوير المجتمع في أحسن الصور لما تعرضه ويتوافق والحياة الإجتماعية للفرد الجزائري ومواكبة كل ما هو جديد، خصوصا وأن هذه القناة ذهبت بمشاهد نحوى همومه وإلقاء الضوء على بعض المشاكل التي يعاني منها المجتمع وبالأخص المواضيع الحساسة وهذا من خلال البرامج التي تعرضها كحصة "إنصحوني" مما أكسبها إقبال كبير لدى الجمهور.

إستطاعت قناة النهار أن تغطي جميع الأخبار المحلية والعالمية بكل صدق ومصداقية من خلال جلب عدد كبير من الجماهير كمتابع ومحلل من خلال برامجها متعددة ومن بين هذه البرامج حصة إنصحوني وهي حصة دينية إجتماعية ذات أهمية بالغة تعالج مواضيع حساسة تهم الأسرة ككل والأسرة الجزائرية بصفة خاصة، ولا يسعنا إلا أن نقول أن الإعلام الديني هو إعلام يهدف إلى توجيه رسائل للمجتمع بمختلف شرائحه كما يهدف إلى ترسيخ قيم نبيلة وإيجابية ترمي إلى بعث الثقافة وتكريس مبادئها، إنه رسالة لها وزن ثقيل ومكانتها التاريخية لأنه متعلق بالعقيدة ولا يمكن لأي فرد من المجتمع سواء كان متعلم أو أمي ان لا يستغني عن الرسالة لأنها من عمق الكتاب والسنة.

إن التلفزيون الجزائري وفق إلى حد ما في مواكبة التغيرات الإجتماعية حيث شرعت إدارة التلفزيون في بث برامج خاصة مباشرة تعالج القضايا الإجتماعية الآنية بفتح أجهزة اعلام السمعية والبصرية على انشغالات المواطن ومشاكله اليومية وذلك من أجل إسترجاع المصداقية التي فقدها التلفزيون الجزائري كوسيلة إعلامية ثقيلة لها وزن على الساحة الوطنية والدولية.

وأخيرا عملت التلفزة الجزائرية ومن خلال البرامج نموذجاً حصة إنصحوني على رفع الستار على الحقيقة ما المجتمع الجزائري يكشف عن إنحرافات الإختلالات ويبرز ويظهر حقيقة قضايا غامضة ألغى لغة الكلام وأبعد المشاهد عن اخيال ليبرز الصورة ويظهر العروض الواقعية ليعيش المشاهد الأحداث فعلا يجعله طرفاً في النقاش كما يجعله طرفاً في تقديم الحلول للآفات الإجتماعية وتمير رسالة إعلامية مفادها توصيل معلومة صحيحة للناس.

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع أفراد المجتمع وفقا للجنس	
02	توزيع أفراد المجتمع حسب السن	
03	توزيع أفراد مجتمع البحث وفق المستوى التعليمي	
04	توزيع أفراد مجتمع البحث وفق الحالة المدنية	
05	توزيع أفراد المجتمع البحث وفق المهنة	
06	توزيع المبحوثين وفق مدى مشاهدة حصة إنصحووني	
07	توزيع أفراد مجتمع البحث وفقا للوقت الذي يمضوه في مشاهدة الحصة الدينية وفقا للمهنة.	
08	توزيع أفراد مجتمع البحث وفقا للفترة التي يرونها مناسبة لبت حصة إنصحووني	
09	توزيع أفراد مجتمع البحث وفقا للحجم الساعي والأوقات التي تبت فيها	
10	توزيع أفراد مجتمع البحث وفق معلومات التي يرغبون في حصول عليها من خلال متابعة حصة إنصحووني	
11	توزيع أفراد مجتمع البحث وفقا للأسلوب	
12	توزيع أفراد مجتمع حسب أسباب مشاهدة الحصة إنصحووني	
13	توزيع أفراد مجتمع البحث وفق المعلومات التي يرغبون في الحصول عليها من خلال متابعة الحصة.	
14	توزيع أفراد مجتمع البحث وفقا لنوعية مشاهدة الحصة	
15	توزيع أفراد مجتمع البحث حسب العوامل التي تدفع الجمهور لمتابعة الحصة	
16	اللغة المفضلة في التواصل ما بين المشاهد ومنشط الحصة في قناة النهار	

17	توزيع أفراد المجتمع حسب الهدف من إعادة حصة إنصحوني 4 مرات في اليوم
18	توزيع أفراد مجتمع البحث حسب محاولة الإتصال بالحصة
19	توزيع أفراد المجتمع حسب القيم السامية لديهم
20	توزيع أفراد مجتمع البحث حسب الإلتزام بهذه القيم
21	توزيع أفراد مجتمع البحث حسب الإستشارات التي تحدثها فيهم الحصة
22	توزيع أفراد البحث حول تأثير حصة إنصحوني على الجمهور
23	توزيع أفراد مجتمع البحث حول تأثير الحصة على الفرد
24	توزيع أفراد مجتمع البحث حسب آرائهم للمستوى اللغوي المستخدم في الحصة
25	آراء أفراد المجتمع البحث حول قدرة منشط الحصة على التواصل الجيد في تأثير على المشاهدين
26	توزيع أفراد مجتمع البحث حول تأثير حصة إنصحوني على الجمهور

➤ المعاجم:

1. أحمد زكي، أحمد خليفة، معجم المصطلحات للإعلام، ط1، دار الجيل، القاهرة، 1985.

➤ الكتب:

1. أحمد محمد العسال، النظام الإقتصادي في الإسلام، دار هبة، القاهرة، 1977.

2. بلقاسم بن روان، وسائل الإعلام والمجتمع: دراسة في الأبحاث المجتمعية والمؤسسية، ط1، دار الخلدونية، الجزائر، 2001.

3. بن مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.

4. ابو عرجة تيسير، قضايا ودراسات الإعلامية، ط1، دار جرجر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.

5. علي محمد حسين، دراسات في الإعلام الديني (إسلامي، مسيحي، يهودي)، دار اللبيان للنشر والتوزيع، بيروت، 2001.

6. عبد الفتاح جلال، البث الإذاعي والتلفزيوني، الهيئة المصرية، القاهرة، 1994.

7 أبو شب محمد جمال، أشرف محمد فوجة، الدعاية والإعلان، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2007.

القاضي دلال، محمود البياتي، منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، دار الحامد، عمان، 2008.

7. عبد الحميد محمد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1993.

10. عبد المنعم الميلادي، الإعلام، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2003.

11. عبد الله الخزامي، الفقيه الفضائي، ط1، مركز الثقافي العربي، القاهرة، 2001.

12. عادل عاطف، القنوات المتخصصة: أنواعها، جمهورها، بحوثها وأخلاقياتها، دار الإيمان للطباعة، بيروت، 2010 .
13. بوحوش عمار، محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات، الجزائر، 2007 .
14. العياشي عنصر، سوسيولوجيا الديمقراطية والتمرد بالجزائر، دار الأمين للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1999 .
15. سعد لبيب، العرب والأقمار البث التلفزيوني، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
16. عبد النبي سليم، الإعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2006 .
17. الرياشي سليمان وآخرون، الأزمة الجزائرية: الخلفيات السياسية والاجتماعية، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1999 .
18. بوضياف محمد، الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني في الجزائر: دراسة تحليلية نقدية، دار المجد للنشر والتوزيع، سطيف، 2010 .
19. محمد محمد يونس، وظائف الإعلام الإسلامي، القاهرة، 1998 .
20. محمد منير حجاب، نظريات الإتصال، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010 .
21. محي الدين عبد الحلیم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العلمية، ط1، دار الرفاعي، القاهرة، 1981 .
22. محي الدين عبد الحلیم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العلمية، ط2، دار الرفاعي، القاهرة، 1984 .

23. محي الدين عبد الحليم، المسؤولية في الإسلام : الأصل والقواعد والأهداف، مؤسسة إقرأ الخيرية، القاهرة، 1999 .

24. مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية: دراسة في الإستخدامات والإشباع، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2004 .

25. موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية (ت، بوزيد صحراوي وآخرون)، ط2، دار القصة، الجزائر، 2006 .

26. صلاح شروخ، منهجية البحث العلمي، دار العلوم، الجزائر، 2003 .

27. العياضي نصر الدين ، التدفق الإتصالي في عالم متغير: البرمجة التلفزيونية في القنوات العربية، دراسة تحليلية للأسس والدلالات.

28. نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008 .

29. هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي، العربي للنشر والتوزيع، 2005 .

30. إحدادن زهير، مدخل لعلوم الإعلام والإتصال، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

31. أبو عرجة تيسير ، قضايا ودراسات الإعلامية، ط1، دار جرجر للنشر والتوزيع، 2006.

#### ➤ المجالات:

1. مجلة ستاتلات تفجر الجدل بين أفراد بين كأس العالم، ع575، 2006،

. 2004/12/11

➤ الرسائل الجامعية:

1. براهيمية حكيمة، الفضائيات التلفزيونية وتأثيرها على الإتصال الشخصي في الأسرة الجزائرية، رسالة الماجستير، تبسة، 2004.
2. سمير لعرج، دور القنوات الفضائيات في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والإتصال، الجزائر، 2007/2006 .
3. مراد زعيمي، نظرية علم الإجتماع برؤية إسلامية، رسالة دكتوراه، 1997 .
4. مراد زعيمي، نظريات علم الإجتماع الديني، مجموعة محاضرات للدورات العليا، 2007/2006 .
5. قارة نعيمة، دور الإعلام الديني، في ترقية القيم لدى الجمهور الجزائري، مذكرة ماجستير، مستغانم، 2016/2015 .

➤ المواقع :

1. [http:// www .star7arab.com/f .asp ?t =12/01/2017](http://www.star7arab.com/f.asp?t=19805)
2. <http://www.star7arab.com/f.asp?t=19805> \_21/02/2017
3. <http://www.alhatali.com/ltems> -12/04/2017

## السمات العامة:

- الجنس: ذكر  أنثى
- العمر: أقل من 20 سنة  20-25  26-31  32 فما فوق
- المستوى التعليمي: أمي  متوسط  ثانوي  جامعي  دراسات عليا
- الحالة المدنية: أعزب(ة)  متزوج(ة)  مطلق(ة)  أرمل(ة)
- المهنة: موظف(ة) في القطاع العام  عمل حر  طالب(ة)  ربة بيت
- عاطل عن العمل  مهنة أخرى.....

## المحور الأول: إقبال الجمهور على حصة إنصحوني.

س1: هل تتابع حصة إنصحوني؟

- دائما  أحيانا  نادرا

س2: هل الأوقات التي تبث فيها حصة إنصحوني

- مناسبة  غير مناسبة

إذا كانت غير مناسبة، ماذا تقترح؟.....

س3: ما هي المدّة الزمنية التي تقضيها لمشاهدة الحصة؟

- أقل من 15 دقيقة  من 15-20 دقيقة  أكثر من 15 دقيقة

س4: في أي فترة ترغب في مشاهدة الحصة؟

- الفترة الصباحية  منتصف النهار  الفترة المسائية

س5: هل الحجم الساعي كافي للحصة؟

- كافي  غير كافي

س6: ما نوعية المعلومات التي ترغب في الحصول عليها من خلال متابعتك للحصة؟

أحاديث دينية  قضايا الأسرة والأحوال الشخصية  أحكام المجتمع

مواضيع أخرى أذكرها:.....

س7: هل تفضلون الأسلوب الجدي أو الأسلوب الساخر التهكمي؟

الأسلوب الجدي  الأسلوب الساخر التهكمي

ولماذا؟.....

### المحور الثاني: أسباب مشاهدة حصة إنصحوني

س1: ما هو السبب أو الدافع لمشاهدة حصة إنصحوني؟

تساعد على فهم المعاملات الدينية في المجتمع  تثريك بالثقافة الإسلامية

معرفة الواقع الديني في المجتمع  التعرف على أحكام أذكرها.....

س2: ماهي المواضيع التي تفضلها من خلال متابعتك للحصة؟

دينية  أخلاقية  ثقافية  مواضيع أخرى أذكرها:.....

س3: ما نوعية مشاهدتك للحصة؟

تشاهد كل حصة  تشاهد جزء من الحصة

تركز على بعض النقاط التي تراها مهمة  حسب الموضوع المطروح في الحصة

س4: ما هو العنصر الذي يجذبك لمشاهدة الحصة الدينية إنصحوني؟

المواضيع الدينية المطروحة تعكس الواقع الاجتماعي  شخصية وطريقة تقديم المنشط

التصوير والإخراج الجيد للحصة وطريقة تقديمها

شيء آخر أذكره:.....

س5: ماهي اللغة الأنسب في تقديم الحصة؟

العامية  اللغة العربية الفصحى

ولماذا؟.....

س6: برأيك ما هو المبتغى أو الهدف من إعادة حصة إنصحوني أربع مرات في اليوم؟

كثرة الطلب عليها من قبل الجمهور  تقديمها مقابل مبلغ مالي

سد فراغ الشبكة البرمجية

رأي آخر.....

س7: من خلال مشاهدتك للحصة، هل سبق لك أن شاركت فيها؟

نعم  لا

وإذا كان الجواب نعم هل عن طريق: الهاتف  الرسائل  الإيميل

س8: هل يمكن للحصة الدينية إنصحوني أن تغرس القيم السامية لديك؟

نعم  لا

كيف ذلك.....

س9: هل ساعدتك حصة إنصحوني على الإلتزام بهذه القيم؟

التقوى والإلتزام الديني  الطموح والمسؤولية  إحترام العلماء

### المحور الثالث: تأثير حصة إنصحوني

س1: من خلال متابعتك للحصة إنصحوني التي تعرض على قناة النهارTV، هل سبق وإن

إستثارت عواطفك في قضية ما؟

الشعور بالرضا والطمأنينة والأمان  حب الله ورسوله  حب الدين والعمل بشرائعه

التمسك بالقيم الدينية الأصيلة

س2: هل طبيعة المواضيع التي تقدمها الحصة دينية أم إجتماعية أكثر؟

دينية  إجتماعية  لا

س3: هل أثر عليك مضمون حصة إنصحوني؟

نعم  لا  وكيف.....

س4: هل المستوى اللغوي المستخدم في الحصة؟

مقبول  صعب  بسيط  سهل

س5: هل يملك مقدم الحصة القدرة على التواصل الجيد في تأثير على المشاهدين؟

نعم  لا  ولماذا.....

س6: برأيك ما نسبة تأثير حصة إنصحوني على الجمهور؟

منعدمة  ضئيلة  متوسطة  عالية

س7: ماهي إقتراحاتك التي من شأنها أن تجعل هذه الحصة ذات خدمة في المجتمع؟

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة -عبد الحميد بن باديس-مستغانم

كلية العلوم الإجتماعية<sup>1</sup>

قسم علوم الإعلام و الإتصال

تخصص وسائل الإعلام والمجتمع

أخي الكريم/ أختي الكريمة

هذه إستمارة إستبيان لتحضير مذكرة ماستر في علوم الإعلام والإتصال تحت عنوان الإعلام

الديني في القنوات الخاصة دراسة لمتتبعي حصة إنصحوني على قناة النهار TV.

لذا نرجوا منكم التعاون معنا بملء هذه الإستمارة بصدق وإخلاص ودقة دون ذكر الإسم، كما

أن إجابتك تبقى سرية وتستغل لغرض علمي فقط، حيث لا يطلع عليها أحد بإستثناء الباحث،

ونحيطكم علما أنه ليس هناك إجابة صحيحة أو إجابة خاطئة، فكل إجابات تأخذ بعين الإعتبار.

ملاحظة: ضع علامة (x) أمام الإجابة الصحيحة.

تحت إشراف الأستاذ:

د.لعربي بوعمامة

-من إعداد الطالبتين:

بن عورة فاطمة

شناف صورية

السنة الجامعية : 2017/2016

هدفت هذه الدراسة الى التعريف بواقع الإعلام الديني في الجزائر، خاصة في الفضائيات الجزائرية الخاصة وقمنا بدراسة حصة إنصوني في القناة الفضائية الخاصة النهار و قد قمنا بتوزيع إستمارة على المبحوثين في بلدية مديونة بولاية غليزان، حيث تكون مجتمع البحث من عدد من مشاهدي الحمص الدينية في الفضائيات الجزائرية الخاصة- حصة إنصوني- والبالغ عدده 100 مفردة، وتم إختيار عينة الحصر الشامل في الفترة الممتدة من 2017/03/15 إلى 2017/04/04و إعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى النتائج، وأظهرت نتائج الدراسة أن الحمص الدينية في الفضائيات الجزائرية الخاصة تعالج بهذه طرق منها الحوارية والإتصالية، من خلال تغير الإتجاهات والمواقف إزاء قضايا المجتمع كأن تؤثر فيهم من خلال سلوكهم الفردي.