



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة أكلي محند أولحاج-البويرة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم التاريخ

الموضوع:

إتجاهات المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية في الفضاءات  
العربية المتخصصة  
دراسة إستطلاعية على عينة نساء من منطقة البويرة

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال  
تخصص: إتصال وعلاقات عامة

تحت إشراف الأستاذة  
د/ أوشن جميلة

إعداد الطالبتان  
- بوغربي حفيظة  
- قطاف حسبية

السنة الجامعية: 2018-2019

# الأهداء

الحمد لله الذي سخر لنا من أسباب الهداية و التوفيق ما يصر لنا به  
إنهاء هذا العمل المتواضع ، و شرفه لي أن أهديه إلى من أحبهم القلب و  
ارتاحت لهم الروح

- إلى كل من مكفنا على على تربيتي ، إلى من أطعماني الحب و سقاني  
العطف و غطا يني بغطاء المعرفة ، إلى كل من غرس فيا حب العمل و ظل ينمو  
إلى ان أثمر و نفحت أزهاره.

- إلى روح جدتي الطاهرة ، الوجه الصافح حنانا ن و القلب النابض حبا و خيرا ،  
إلى التي حثتني على القراءة و ماهي بقارنه....إليك إمتنانا عميقا و حبا اعمق.  
جدتي العزيزة رحمتك الله و انعمك بالفردوس

الاعلى

- إلى رفيق دربي و شريك حياتي ، إلى من كان لي نعم السند و شجعني على  
إتمام هذا العمل  
عمرك

- إلى بهيتي و سروري إلى من ساعدوني معنويا لإتمام عملي هذا ، إلى كل  
إخوتي أخواتي - إلى عائلة زوجي ، إلى صديقاتي

- إلى كل الزملاء و الزميلات ن إلى دفعة ماستر إتصال و علاقات عامة

- إليكم جميعا أهدي ثمرة جهدي حبا و تقديرا و عرفانا

حسبة

# الأهداء

- إلى التي ملكتني عرش قلبها ، فتجلى كياني بوجودها ، إلى التي منحتني القوة والإرادة وأرضعتني حنانا جعلتمه أقطعمق المسافات و الزمن .إلى أمي .

- إلى الذي تلقاني حلما فجاهد السنين و الأيام من أجل أن يزورني في أرض الواقع ليصبح الحلم حقيقة . إلى أبي .

- إلى عنوان الكفاح و التحدي و الطموح الذي لا تنتهي أفاقه ، إلى الذي دفعني للنجاح و منحني القوة بدعمه ونصحه . إلى أخي محمد مثلي الأعلى .

- إلى اللواتي تقاسمن معي حب الوالدين ، وطاعتهما إلى أخواتي وأولادهم  
عائلتي الصغيرة

- إلى روعي الذي وهبني إياه الله ، إلى الذي تناثر حبه في جسدي و كان بلسمالجروحي ، إلى نبضات قلبي و نصفي الآخر ، يا زوجي و رفيق دربي في الدنيا و الجنة بإنشاء الله .إليك "عمرو"

- إلى فلذة كبدي ووردتأحياتي ، وشمعة عمري أنسج لكما من حبي تاجا مرصعا بأجمل القبلاط إلى اللتان جعلتا بيتنا روضة من رياض الجنة .

إلى قررتا عيني بناتي "أنفال" " أريج"

- إلى صديقاتي .....

- إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي ، وهذا العمل المتواضع مع كل

الحب و التواضع .  
مفيدة .

# شكر و عرفان

نشكر الله عز وجل الذي وفقنا لإنهاء هذا العمل ، وإنطلاقنا من قول رسولنا صلى الله عليه وسلم " من لا يشكر الناس لا يشكر الله "

فإننا نتقدم بالشكر والعرفان إلى الدكتوراة أوشن جميلة ، لقد كانت أختنا لنا قبل أن تكون مشرفة ، والتي ساعدتنا طيلة فترة إنجاز هذا العمل بنصائحها النيرة ، و توجيهاتها التي كانت بمثابة مفاتيح لنا ، اقتدينا بها.

كما نتقدم بالشكر لجميع أصدقائنا وهم كثيرون الذين ساعدونا في إنجاز هذه المذكرة.

و في الأخير نتقدم بالشكر لكل من ساهم من قريب أو من بعيد لإتمام هذا العمل المتواضع.

حفيظة - حسيبة

## خطة الدراسة

### الفصل الأول البناء المنهجي للدراسة

- 01- الإشكالية
- 02- التساؤلات
- 03- أسباب إختيار الموضوع
- 04- أهداف الدراسة
- 05- أهمية الدراسة
- 06- تحديد المصطلحات ومفاهيم الدراسة
- 07- الدراسات المسابقة
- 08- منهج الدراسة
- 09- أدوات جمع البيانات والمعلومات
- 10- مجالات الدراسة
- 11- مجتمع الدراسة وعينته
- 12- الخلفية النظرية للدراسة

### الفصل الثاني مقارنة معرفية للفضائيات العربية

تمهيد

### المبحث الأول : مدخل إلى الفضائيات العربية والبرامج التلفزيونية

- 01- نشأة الفضائيات العربية
- 02- أنواع الفضائيات العربية

- 03- تطور القنوات الفضائية العربية
- 04- واقع الفضائيات العربية
- 05- البرامج التلفزيونية (تعريفها، أنواعها، مكوناتها)

#### المبحث الثاني: الفضائيات الدينية المتخصصة

- 01- تعريف الفضائيات الدينية
- 02- تصنيف الفضائيات الدينية
- 03- السمات الإيجابية والسلبية للقنوات الفضائية الدينية المتخصصة
- 04- واقع الفضائيات الدينية

#### المبحث الثالث: مدخل نظري للإتجاهات

- 01- مدخل نظري للإتجاهات
- 02- مراحل تكوين الإتجاهات
- 03- وظائف الإتجاهات
- 04- أهمية الإتجاهات

#### الفصل الثالث الإجراءات الميدانية للدراسة

تمهيد

المبحث الأول : البيانات الشخصية

المبحث الثاني : إقبال المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية في الفضائيات الدينية (العادات و الأنماط)

المبحث الثالث : دوافع مشاهدة المرأة الجزائرية للبرامج الدينية في الفضائيات الدينية

المبحث الرابع : اتجاهات المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية في الفضاءات الدينية

الخاتمة

الإقتراحات



مقدمة:

تعتبر وسائل الإعلام و الإتصال السمعية والبصرية من أهم وسائط الإتصال الحديثة ، التي تسيطر على الأفراد والجماعات والدول في غالبية أنحاء العالم في عصرنا الحالي ، وذلك مما يتميز به من مميزات لا تتوفر في الوسائل الأخرى ، خاصة في ظل التنامي المتسارع للتكنولوجيا الحديثة والانفتاح الإعلامي ، وقد كان البث الفضائي ، ومن ثمة القنوات الفضائية تطورات، حيث لعبت الأقمار الصناعية في البث المباشر دورا هاما فلا وجود للحدود الجغرافية أو الزمانية أو المكانية أو السياسية ، إذا أصبح لها تأثير في التواصل بين أمم العالم حيث تحول العالم إلى قرية صغيرة تربطها شبكة إتصالات واحدة عبر الأقمار الصناعية ، من خلال ما تبث من علوم ناطقة.

ومن بين هذه الفضائيات نجد الفضائيات المتخصصة في الجانب الديني، فالتخصص كسمة من سمات المجتمع المعاصرة ، جاءت لتبرز القيم والمبادئ الإسلامية من خلال البرامج الدينية التي تبثها. وعلى ضوء ما سبق قوله ،جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء في معرفة اتجاهات المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية التي تبثها الفضائيات المتخصصة ،حيث سنتعرف على أهم دوافع وإقبال المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية في الفضائيات الدينية ، والكشف عن الإشباع المحققة، بعد مشاهدة هذه البرامج وصولا إلى اتجاهاتها .

وقد قسمت هذه الدراسة على ثلاثة فصول مبينة كما يلي:

الفصل الأول ممثلا في الإطار المنهجي والذي كان عنوانه إشكالية الدراسة، التساؤلات ، أسباب اختيار الموضوع ثم أهداف الدراسة و أهميتها وتحديد المصطلحات ومفاهيم الدراسة، ثم الدراسات السابقة ،كما تناولنا منهج الدراسة ، أدواته ، مجالاته ، مجتمع الدراسة وعينته وأخيرا تطرقنا إلى مدخل نظري للدراسة الإستخدامات والإشباع.

أما الفصل الثاني يتمثل في المقاربة المعرفية للفضائيات العربية ، المبحث الأول تناولنا فيه مدخل إلى الفضائيات العربية و البرامج التلفزيونية ، ثم أنواع هذه الفضائيات و كذا تطور ها وواقعها، و أخيرا البرامج التلفزيونية (تعريفها، أنواعها، مكوناتها).

أما المبحث الثاني تطرقنا فيه إلى الفضائيات الدينية المتخصصة ،من خلال التعريف والتصنيف وكذا السمات الإيجابية والسلبية للفضائيات الدينية المتخصصة ،وواقعها، وفي المبحث الثالث تطرقنا إلى مدخل نظري للإتجاهات وعناصرها و مراحل تكوينها و وظائفها و أخيرا أهميتها .



وأخيرا الفصل الثالث والذي يتمثل في الإجراءات الميدانية للدراسة ، والذي تناولنا فيه المبحث الأول البيانات الشخصية ، المبحث الثاني إقبال المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية في الفضائيات الدينية (العادات و الأنماط) ثم المبحث الثالث دوافع مشاهدة المرأة الجزائرية للبرامج الدينية في الفضائيات الدينية ، أما المبحث الرابع إتجاهات المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية في الفضائيات الدينية ، التعرف على نتائج الدراسة وصولا إلى خاتمة الدراسة و أخيرا الإقتراحات.

### الفصل الأول : البناء المنهجي للدراسة

#### 01- إشكالية الدراسة :

شهد العقد الأخير من القرن الماضي و بداية القرن الحادي والعشرين طفرة هائلة في تقنيات الإعلام و الاتصال استطاعت الأقمار الصناعية استخدام التقنية الرقمية، التي اتبعتها الإنجاز الكبير في عمليات الضغط الرقمي مما أتاح مضاعفة قرارات الاستخدام الفعلي الطيف الترددي إلى نحو عشرين ضعفا وكان من نتيجة هذه الإنجازات المتتالية خلال فترة زمنية وجيزة إختزال المسافات فوق الكرة الأرضية و تلاشي المسافات بين الدول و تحقق مفهوم الكونية .

وقد شكلت المنظومة التلفزيونية الإعلامية في الساحة العربية خلال الفترة الأخيرة معادلة صعبة في الإعلام بصفة عامة ، ما جعله يشهد إقبالا كبيرا بالنسبة لمجموعة من الفئات من الجمهور مثلما نشير بذلك نتائج أبحاث إماءات الجمهور ، وهو ما جعل ذات السياق الإعلامي يشهد بروزقنوات متخصصة سواء في الجمهور أو المواضيع.

وفي هذا الإطار جاءت الفضائيات الدينية تشغل حيزا من الإعلام العربي مبدؤها في ذلك دمج المنظمة من القيم الإسلامية، و العودة إلى أنوار القرآن الكريم و السنة من اجل إنتاج إعلامي هادف ملبية متطلبات المواطن المسلم العربي ، و يطرح قضايا المهمة من منظور إسلامي، زيادة للبرامج المنظمة من القيم الإسلامية.

وانطلاقا من هذا أوجدت لها جمهور عريضا يثق بقدرات من يقف على برامجها خاصة المرأة باعتبارها جزء هام لما تتعرض له من أنشطتها و برامجها و حصصها اليومية ، و باعتبار اعتمادها على الفضائيات الدينية التي تسعى المرأة الجزائرية دائما على تحديد مصارفها للإطلاع أكثر فأكثر على أمور دينية، خاصة أننا نعيش في عصر شهد فيه اختلاف الآراء و الأفكار ما يدفع المرأة دائما للاستفسار و الإطلاع أكثر و البحث عن الأصدق و الأشمل أي يحزم إتجاهاتها و دوافعها و ميولاتها نحو هذه البرامج الدينية.

حيث أننا سنحاول في هذه الدراسة التعرف عن إتجاهات المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية كمشاهدة للقنوات الفضائية الدينية من خلال طرح التساؤل التالي:

**ماهي إتجاهات المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية في الفضائيات العربية المتخصصة؟**

### 02- التساؤلات :

وعلى ضوء هذا طرحنا عدة تساؤلات والمتمثلة في :

- 1- ماهي عادات وأنماط مشاهدة المرأة الجزائرية في الفضاءات العربية المتخصصة؟
- 2- مامدي مشاهدة المرأة الجزائرية للفضائيات الدينية؟
- 3- ماهي دوافع إقبال المرأة الجزائرية على مشاهدة البرامج الدينية في الفضاءات العربية المتخصصة ؟
- 4- ماهوتقييم المرأة الجزائرية للفضائيات الدينية وبرامجها؟
- 5- ماهي القنوات الدينية التي تحظي باهتمام و متابعة المرأة الجزائرية لها؟

### 03- أسباب إختيار الموضوع:

#### الموضوعية :

يرتكز موضوع دراستنا حول برامج المرأة في الفضاءات العربية وما تحمله من قيم أخلاقية و تربوية و دينية موجهة إلى أهم شريحة في المجتمع ، و هي المرأة والتي بدورها تساهم في رسم معالم البناء و المصالحة له .  
اهتمام الواضح للفضائيات العربية بالعنصر النسوي، من خلال تخصيص برامج موجهة لها وإنشاء قنوات فضائية متخصصة .

#### الذاتية :

بحكم أننا موظفات بالعمل و لدينا احتكاك مع باقي الموظفات أردنا معرفة اتجاهات المرأة العاملة تجاه البرامج الدينية في الفضاءات المتخصصة منجهة ومن جهة أخرى يسهل علينا جمع المعلومات و البيانات إضافة إلى المرأة غير العاملة التي لها نفس الاهتمام.  
تدعيم المكتبة الجزائرية ببحوث ميدانية يتناول المجتمع الجزائري، وخاصة المرأة الجزائرية وعلاقتها بالإعلام الفضائي الديني.

### 04-أهداف الدراسة :

للقيام بأي دراسة علمية يجب على الباحث تحديد أهداف يسعى من خلالها لتحقيق مجموعة من المبادئ والأهداف التي تكون لها مصداقية ،لان للدراسة أهداف لا تتحقق و لا تؤدي إلى التحكم في الموضوع الذي حددنا أهدافنا و التي نرجو الوصول إليها من خلال هاته الدراسة و المتمثلة في:

- مدي إقبال المرأة الجزائرية على البرامج الدينية
- معرفة اتجاهات المرأة الجزائرية نحو هذه الفضائيات وبرامجها.
- معرفة اتجاهات المرأة الجزائرية نحو محتوى البرامج في الفضائيات الدينية .

- التعرف على دوافع إقبال المرأة الجزائرية على البرامج و الإشباعات المحققة لها.
- الكشف عن نوعية البرامج التي تسعى العينة متابعتها .

### 05-أهمية الدراسة:

وجدت الكثير من الأبحاث و الدراسات الميدانية ،التي حاول الباحثون مرارا وتكرارا الخوض فيها والباحثفي الكثير من جوانبها ،و من بين الدراسات التي لاقى اهتماما بالغا وأهمية قصوى هي تلك الدراسات التي تتناول برامج المرأة في الفضائيات العربية .  
عن هذا الميدان الحيوي أي موضوع برامج المرأة في الفضائيات العربية ،أسأل الكثير من الخبر نظرا لأن المرأة تمثل نقطة أساسية في المجتمع و لهذا اخترنا هذا الموضوع لأهميته المتمثلة في:

- التعرف على اتجاهات المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية باعتبارها عنصر مهم في بناء المجتمع أو

- التعرف على دوافع إقبال المرأة الجزائرية على البرامج الدينية باعتبارها عنصر مهم في بناء مجتمع.
- ### 06- تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة :

#### - تعريف الإتجاهات :

#### لغة:

الوجه معروف والجمع وجوه...وقال الزمخشري :ووجه كل شيءٍ مستقبلة وفي الترتيل العزيز (فأينما تولوا فثم وجه الله)<sup>(1)</sup>، فالإتجاه يعني الطريق والمذهب.

#### إصطلاحا:

في نظر علم النفس الإجتماعي هي إستعداد عقلي كامن ،يتكون نتيجة تآثر الفرد بمثيرات مختلفة في محاطه،تجعله يتخذ موقفا معينا ،نحو شيء مادي أو معنوي أو شخص أو فكرة تكون موضع خلاف بحسب قيمتها الخلقية والإجتماعية...ويتم اكتساب الإتجاهات عن طريق التفاعل وبالتنشئة الإجتماعية تبني الإستعدادات النفسية والإنفعالات العميقة التي تترسب في الوجدان مع العواطف...<sup>(2)</sup>

1. ابن منظور،لسان العرب المحيط،دار لسان العرب ،بيروت،ج6،د.ظ.1988ص884.

2. خضير شعبان ،مصطلحات في الإعلام والاتصال ،دار اللسان العربي ،الجزائر ،ظ1 ،1422هـ،ص1.

### - البرنامج:

**لغة:** جمع برامج سلسلة من العمليات الحسابية المعقدة تجري على الحاسب أي له مسالة ما. **اصطلاحا:** يمكن تعريف البرنامج على أنه مجموعة من التعليقات و الأوامر التي توضع للحاسب تسلسل الخطوات التي تنبغي للقيام بها. لأداء مهام معينة لكل مشكلة مطروحة و استخراج النتائج ويخزن البرنامج في الذاكرة الرئيسية من إدارة و مراقبة و تنظيم مكوناته المادية لتحقيق المهمة المطلوبة<sup>(1)</sup>.  
**إجرائيا:** حصرناهم في البرامج الدينية التي تبثها القنوات الفضائية الدينية

### - الفضائيات:

**لغة:** من الفضاء وهو ما بين الكواكب و النجوم ، من مسافات و الفضائية جهاز كبير معلق بالفضاء.<sup>(2)</sup> **إصطلاحا:** هي الخطات التي تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية، التي تتجاوز الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لدول الإرسال ، حيث يمكن استقباله في الدول ومناطق أخرى عبر أجهزة خاصة وذلك بالتقاط الإشارات الواحدة من القمر الصناعي ، ويمكن إلتقاط بثها التلفزيوني في مناطق عدة<sup>(3)</sup>.  
**إجرائيا:** هي جميع القنوات الفضائية التي تستقبل من الفضاء الخارجي عبر الأطباق أو الشبكة العنكبوتية أو الجوال أو وسائل الإتصال الأخرى ، وتبث بطريقة رسمية أو غير رسمية مسموعة أو ممنوعة مشفرة أو غير مشفرة ، وهي مجموع القنوات الفضائية العربية الدينية مثل: قناة القرآن الكريم قناة إقرأ، قناة الرسالة<sup>(4)</sup>.

- 1- بنعمر سامية :تأثير البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال على التنشأة الأسرية في المجتمع، دراسة ميدانية على أطفال مدارس بلدية بسكرة كنموذج ،شهادة دكتورة، علوم لإجتماع، جامعة بسكرة محمد خيضر 2002، ص25
- 2- إبراهيم فريد الدر: الأسس البيولوجية سلوك الإنسان ، دار العربية للعلوم ، ط1 ، لبنان ، 1994 ص256.
- 3- عبد الله بوجلل : تحديد مفهوم الوعي الإجتماعي ، المجلة الجزائرية للإتصال ، العدد4 ، 1990 ، ص43.
- 4- أبي الحسين أحمد :معجم مقاييس اللغة ، دار الجبل ، ط2 ، بيروت ، 1992.

### 07-الدراسات السابقة :

تعتبر الدراسات السابقة من أهم العناصر المعينة على حل مشكلة البحث لما لها من إسهامات سواء في التخطيط أو التوجيه أو ضبط المتغيرات ، كما أن الباحث يمكن أن يوظفها في حكم المقارنة أو الإثبات أو النفي ،هذا كله لان البحث العلمي الجيد هو ما تفرعت على إثر القيام به أفاق جديدة للبحث فينتقل بحث جديد على أسس ما وصل إليه سابقا ،و هكذا دواليك و بالتالي فإن مصداقية هذا البحث مرتبط بحجم المراجع التي تم الحصول عليها ،ولا يمكن الجزم بان هذا كل ما هو متوفر إلا أنه يمكن الإشارة إلى نقطة هامة ،و هي أن الدراسات السابقة التي تم الإطلاع عليها استطاعت أن تناول بعض جوانب الموضوع بشكل مفصل و أهم الدراسات :

- **الدراسة الأولى:**نبيل حورة ،إتجاهات الأساتذة الأساتذة الجامعين نحة دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي المعلوماتي ،دراسة مسحية على عينة الدراسة من أساتذة جامعة باتنة،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ،السنة الجامعية 2015/2014 .

تلخصت مشكلة هذه الدراسة في الإجابة على التساؤل التالي :

- ماهي إتجاهات الأساتذة الجامعين الجزائريين نحو دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي المعلوماتي ؟  
بالإضافة إلى أن الدراسة تضمنت الإجابة على أسئلة فرعية هي كمايلي :
- ماهي عادات وأنماط إستخدام الأساتذة الجامعين الجزائريين لتطبيقات الإعلام الجديد ؟
- ماهي دوافع إستخدام الأساتذة الجامعين الجزائريين تطبيقات الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والإشاعات المتحققة منها ؟
- ماهو تقييم الأساتذة الجامعين الجزائريين لدور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي المعلوماتي؟  
وتعود أهمية الدراسة إلى مجموعة من النقاط أهمها :
- أهمية إستخدام التقنية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد من طرف المجتمع والتفاعل مع وسائل الإعلام والاتصال ،ومدى إكتساب الأفراد للمهارات المعلوماتية .
- أهمية موضوعات الإعلام الجديد ،وهو محاولة فهم السياقات المحيطة بالمتفاعلين مع الإعلام الجديد في تشكيل رؤى وتصورات ذاتية ،وإجتماعية لفئة ذات تكوين عال .

### \* منهجية الدراسة :

- إعتمدت الدراسة ووفقا لطبيعتها المنهج المسحي بالعينة، بإعتماد على أداة الإستمارة، وتم توزيعها على الأساتذة الذين يدرسون بجامعة باتنة إذ إحتوت على 32 سؤالاً.
- وتلخصت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة :
- إستخدام الأساتذة الجامعين لمواقع الشبكات الإجتماعية، في المرتلة الأولى من بين تطبيقات الإعلام الجديد لدوافع علمية بحتة، والتي تحقق إشباعات علمية معرفية من خلال هذا الإستخدام.
  - أغلب إتجاهات أفراد العينة إيجابية نحو دور الإعلام الجديد في تشميل الوعي المعلوماتي، وهذا وفق معايير الوعي المعلوماتي، ومؤشرات أدائها<sup>(1)</sup>.

### \* أوجه التشابه والإختلاف :

- أوجه التشابه :
- كلا الدراستين تهدف إلى دراسة جمهور معين من المجتمع، من خلال التعرف على أنماطه، وعاداته وكيف يمكن تحقيق الإشباعات المراد الوصول إليها.
- تتفق الدراستين أن أغلب إتجاهات العينة المدروسة، كانت إيجابية نحو الإعلام من خلال زيادة الوعي المعلوماتي والمعرفي .
- تشابهت الدراستين أن كلا العينتين، كانتا على درجة من العلم ماتؤهلها إلى إستعاب المعلومات والإستفادة منها.
- كلا الدراستين كانت لهما دوافع، وإقبال من أجل إشباع حاجاتهم والسعي وراء تحقيق ميولاتهم وراء الوسائل الإعلامية المتاحة.
- أوجه الإختلاف :
- هناك إختلاف بين الدراستين بحيث نجد دراسته ركزت على إتجاهات عينة الدراسة نحو الإعلام الجديد (الشبكات الإجتماعية )، بينما دراستنا وجهت نحو الإعلام المرئي ( الفضائيات ).
- إختلفت في عينة الدراسة بحيث أن الباحث تنوعت عينته بين الرجال والنساء الجزائريين، بينما دراستنا كانت عينتها على المرأة الجزائرية فقط .
- إختلفت الدراستين في درجة الحصول على المعلومات، بحيث أراد الباحث التسليط على الجانب المعرفي للمعلومات، بينما تنوعت دراستنا بين الجانب المعرفي، التربوي، الديني، الثقافي،... إلخ

1- نبيل حورة : إتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو دور الإعلام الجديد لتشكيل الوعي المعلوماتي، دراسة مسحية على عينة من أساتذة جامعة باتنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال سنة 2014/2015.



**الدراسة الثانية2:** سعيدة عباس، إتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية، دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام، جامعة الحاج لخضر، باتنة، السنة الجامعية 2010/2009 .

تلخصت مشكلة هذه الدراسة في الإجابة على التساؤل التالي :

- ما هي علاقة المرأة الجزائرية، كمشاهد بالقنوات الفضائية الدينية، من خلال الوقوف على عاداتها وأنماط المشاهدة و إتجاهاتها نحو برامج هذه القنوات.

بالإضافة إلى أن الدراسة تضمنت الإجابة على أسئلة فرعية هي كمايلي :

- مامدى مشاهدة المرأة الجزائرية للفضائيات؟
- ماهي القنوات التي تحظى بالمشاهدة ؟
- ماتقييم المرأة لهذه البرامج الدينية ؟
- وتعود أهمية الدراسة إلى مجموعة من النقاط أهمها:
- توعية الجمهور بفكره الإسلامي، ومحو أميته الدينية
- تناول أحد أهم شرائح المجتمع، وهي المرأة لإعدادها إعدادا سليما، يؤدي إلى صلاحه

### \*منهجية الدراسة :

إعتمدت الدراسة ووفقا لطبيعتها على المنهج المسح بالعينة بإعتماد أداة الإستبيان، حيث عمدت إلى إختيار عينة مكونة من 300 مفردة (150 عاملة، 150 غير عاملة) وزعتها الباحثة على منطقتين باتنة ووادي سوف، حيث شملت الإستمارة على 50 سؤالاً.

وتلخصت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة :

- أغلب عينة الدراسة تقبل على مشاهدة الفضائيات الدينية بنسبة 98.66% بصفة دائمة، لكونها تحمل مضامين ذات قيم دينية، إجتماعية وفكرية .
- تقبل عينة الدراسة على مشاهدة قناة إقرأ وقناة الرسالة بشكل كبير، وذلك راجع للبرامج المتميزة.
- البرامج الوعظية وبرامج القرآن الكريم، حصلت على نسبة مشاهدة لنشر الثقافة الإسلامية الصحيحة.
- تقبل عينة الدراسة على مشاهدة الفضائيات الدينية، من أجل إشباع حاجاتها، وتصحيح عقيدتها وختمت الباحثة بتوصيات تبلورت في ضرورة تطوير أداء الفضائيات من خلال مناقشة المواضيع الإجتماعية ذات العلاقة بالواقع، كذلك الإهتمام بالقضايا العربية الإسلامية لتفعيل الشعور بالإنتماء .

1- سعيدة عباس، إتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية، دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام، جامعة الحاج لخضر، باتنة، السنة الجامعية 2010/2009 .

\*أوجه التشابه والاختلاف:

- أوجه التشابه :

- كلا الدراستين تعنى بالجمهور النوعي المتمثل في المرأة الجزائرية، هذه الدراسات تتشابه في كونها تقف على عادات وأتماط المشاهدة للبرامج الدينية في الفضائيات العربية، وإتجاهاتها نحو برامج هذه القنوات.
  - الدراستين حاولت الكشف عن العلاقة بين المرأة الجزائرية، والفضائيات الدينية خاصة مع زيادة القنوات في الآونة الأخيرة، وإقبال الجمهور عليها من أجل إشباع حاجاته.
  - تتفق نتائج الدراستين أن الفضائيات الدينية تحسن إظهار بصورة لائقة، وهي بذلك تفعل دورها في المجتمع.
  - أغلب عينة الدراسة في كلتا المذكرتين إتجهت نحو تأكيد أن العينة المدروسة، من خلال إتجاهاتها نحو القائم بالإتصال في الفضائيات الدينية، أن أغلبها تتفق أن الداعية يملك قدرات وكفاءات دينية وإعلامية خاصة أنهم يتفوقون تمرير الرسائل الدعوية بإستخدام مداخل إقناعية.
  - كلتا الدراستين خلصتا إلى أن المرأة الجزائرية تحقق إشباعاتها، من وراء مشاهدة البرامج الدينية، التي تعتمد طرح مواضيع محورية إجتماعية، تربوية، بيئية، سياسية تستفيد منها المرأة العملية والعائلية والإجتماعية.
- أوجه الاختلاف :

- هناك إختلاف بين الدراستين، الذي يكمن في النتائج والأرقام والنسب المحصل عليها، من خلال أفراد العينة المدروسة حول أوقات و أفضلية المشاهدة، وكذلك الغاية من دوافع وقياس الإتجاهات تختلف حسب نوعية الأفراد.
- الدراسة السابقة المعتمد عليها ركزت كثيرا على الجانب الدعوي (القائم بالإتصال) في غرس القيم الدينية والإسلامية، أما دراستنا فتركزت على تأثير البرامج الدينية على المرأة الجزائرية والحاجات والإشباع التي تحققها لها من حيث قدرة الوسيلة الإعلامية.

### 08- أنواع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية و التي تعرف بأنها محاولة لجمعوصاف عن ظاهرة لغرض استخدام البيانات لتأييد الظروف و الممارسات الراهنة، و هي أكثر طرائق البحث استخداما، فبواسطتها تجمع حقائق و معلومات موضوعية عن ظاهرة معينة أو حادثة ما، يقصد تشخيص الأوضاع التي عليها منهج الدراسة<sup>(1)</sup>.

1- عزيز داود : مناهج البحث العلمي، أسامة المشرق الثقافي، عمان، ط1، 2006، ص17.

### - تعريف المنهج :

المنهج المناسب للدراسة هو المنهج المسحي التحليلي، يعرف بأنه أسلوب من أساليب التحليل المتركز على المعلومات الكافية والدقيقة عن ظاهرة أو موضوع معين، و محدد أو فترة أو قنوات زمنية معينة ، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة.

كما يمكن تعريفه بأنه وصف دقيق و تفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة و يوضح خصائصها ، أما التعبير الكمي فيعطينا و صفا رقميا يوضع مقدار هذه الظاهرة أو حجمها و درجة ارتباطها مع الظواهر المختلفة<sup>(1)</sup>.

### 09- أدوات جمع البيانات و المعلومات :

هي الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في جمع المادة العلمية المتعلقة لموضوع بحثه ،ويمكن للدارس أن يستخدم أكثر من مادة في جمع المادة العلمية ، بشرط أن تكون هذه الأداة متلائمة في الاستخدام مع الطريقة المنهجية التي تعتمد عليها ، وقد أجمع العلماء أن أكثر من أداة علمية في البحث العلمي يحقق نتائج وأدق لموضوع الدراسة ، ومن بين هذه الأدوات إستمارة استبيان و الملاحظة.

1- عزيز داود : نفس المرجع السابق ، ص18.

### إستمارة الإستبيان:

هي مجموعة من الأسئلة المتنوعة و التي ترتبط ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف الذي يسعى إليه الباحث من خلال المشكلة التي يطرحها بحثه، ويرسل الاستبيان بالبريد أو بأي طريقة أخرى إلى مجموعة من الأفراد أو المؤسسات التي إختارها الباحث لبحثه، لكي يتم تعبئتها ثم إعادتها للباحث ويكون عدد أسئلة التي يحتوي عليها الإستبيان كافية ووافية لتحقيق هدف البحث بصرف النظر عن عددها حيث تتميز هذه الأسئلة بأن المبحوث هو الذي سيحجب عليها دونما تدخل للباحث، وإن كان يحبذ تواجده لإيضاح ما تميز بالغموض من أسئلته فيتم معالجة الكثير من مشكلات الإستبيان وتنقسم أسئلة الاستمارة إلى ثلاثة أقسام: أسئلة مفتوحة، أسئلة مغلقة، أسئلة مغلقة مفتوحة وقد مر إعداد الاستمارة بعدة مراحل(1)

و قد طبقنا أداة الإستمارة من أجل جمع المعلومات و المعطيات اللازمة لبحثنا ، وقد إختارنا هذه الوسيلة كونها تمنحنا قدر كبير من المعلومات في وقت قصير وكذا بجهد وتكلفة قليلة ، كما أنها تسهل على أفراد العينة للإجابة بحرية و صراحة في محتوى الأسئلة، حيث أدرجناها في أربعة محاور كانت كالتالي:

**-المحور الأول :**

- يتضمن البيانات الشخصية للمحوثة وهي السن ،المستوى التعليمي ،الحالة المهنية الحالة العائلية .
- المحور الثاني:** إقبال المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية في الفضاءات الدينية .
- المحور الثالث :** دوافع مشاهدة المرأة الجزائرية للبرامج الدينية في الفضاءات الدينية
- المحور الرابع :** إتجاهات المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية في الفضاءات الدينية .

### الملاحظة :

الملاحظة المنهجية المقصودة التي توجه الإنتباه والحواس والعقل إلى طائفة خاصة من الظواهر و الوقائع الإدراك ما بينها من علاقات وروابط ، وقد تم إستخدام الملاحظة البسيطة التي تعتمد على الحواس وهذا في مشاهدة البرامج أو عند توزيع الإستمارة على المبحوثين<sup>(1)</sup> .

### 10- مجالات الدراسة :

إتفق أغلبية الباحثين في مناهج البحث الإجتماعي على أن لكل دراسة ثلاثة مجالات رئيسية وهي :

#### المجال المكاني :

ركزت الدراسة على المرأة الجزائرية في ولاية البويرة

#### المجال الزمني :

بدأت الدراسة في تاريخ : 2019/06/01 وانتهت في 2019/06/30 من ذات السنة حيث قمنا بتوزيع الإستبيان على المبحوثين، أما عن تبويب البيانات الإحصائية ، وإستنتاج أرقامها فقد إمتد من 2019/07/01 إلى غاية 2019/07/15.

#### المجال البشري :

إستهدفت الدراسة المرأة الجزائرية العاملة وغير العاملة ممثلة في منطقة البويرة.

### 11-مجتمع الدراسة وعينته:

المرأة العاملة وغير العاملة من مختلف الفئات العمرية .

#### عينة قصدية :

و يمكن الإطلاع عليها بإسم العينة غير الاحتمالية وهو نوع من المعاينة فيها احتمال انتقاء عنصر من عناصر مجتمع البحث ضمن العينة غير المعروفة والذي لايسمح بتقدير درجة تمثيلية العينة المعدة لهذه الطريقة.

---

1- الكاتب المهندس أمجد قاسم : كتب في أبريل سنة 2011 في التربية و الثقافة.

### 12- الخلفية النظرية للدراسة :

النظرية المستخدمة هي نظرية الإستخدامات و الإشباعات ، تعرف نظرية الاستخدامات والإشباعات بأنها دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة. و يتضح من خلال هذا التعريف أن الجمهور يتعرض لوسائل الإعلام لأنها تهدف إلى إشباع حاجات معينة و ليس لأنها متاحة فقط ، حيث أن الجمهور يشعر أنه بحاجة إلى هذه الوسائل ويمكن تحقيق هذه الحاجات عن طريق التعرض لها.

ويذهب إدلستاى وزملاؤه إلى أن تأسيس نموذج الاستخدامات و الاشباعات، جاء كرد فعل لمفهوم قوة وسائل لإعلام ضمن حلال منظور الاستخدامات ، لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين لرسائل الاتصال الجماهيري و إنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض إليها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية و الاجتماعية من خلال قنوات المعلومات و الترفيه المتاحة<sup>(1)</sup>.

### نشأة نظرية الإستخدامات والإشباعات وتطورها :

أدى إدراك عواقب الفروق الفردية ، والتباين الإجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل لإعلام إلى بداية ظهور منظور جديد للعلاقة بين جماهير وسائل الإعلام ، و كان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر ، كما تفي حتمية تأثير المطلق بوسائل الإعلام على الجمهور ، و تشكيل الرأي العام و القدرة على الإقناع التي جاءت بها النظرية التي ظهرت أثناء الحرب العالمية الثانية مثل: نظرية القذيفة السحرية ، ونظرية الآثار الموحدة . وقد اختلفت النظريات التي تناولت تأثير وسائل الإتصال على سلوكيات وإتجاهات الأفراد ، وتعددت النماذج التي درست التأثير التقليدي لوسائل الإتصال الجماهيري<sup>(2)</sup>، وكان أهمها الإفتاح السيولوجيا الوظيفية على الدراسات الأنثروغرافية للتلقي والمشاهدة أو ما يسمى بالمدخل الوظيفي الذي يحاول تحديد ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام<sup>(3)</sup>، بذلك بان الجمهور يطلب ما يحتاج إليه من مواد إعلامية ، من أجل خدمة أهدافه و إشباع رغباته و في نفس الوقت ظهر مدخل الإستخدامات والإشباعات الذي ركز على كيفية إستجابة وسائل الإتصال لدوافع و إحتياجات الجمهور من موضوع دراسة وظيفية منتظمة<sup>(4)</sup>.

1- حسين عماد مكاوي ،ليلي حسين السيد : الإتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ص240

2- عبد الحميد محمد : نظرية الإعلام وإتجاهات التأثير ، ط3 ، في عالم الكتاب ، مصر ، 2004، ص272

3- أرمان وميشال مارتلاه : تاريخ نظريات الإتصال مترجمة ، نصر الدين العياض، والصادق رابح ، ط2 ، المنطقة العربية للترجمة بيروت ، ص 166.

4- عبد الحميد محمد : نفس المرجع السابق ، ص272.

إن بحوث الإستعمالات و الإشباع الرغبات بكل بساطة تحاول أن تشرح كيف يستعمل الناس وسائل الإعلام و كيف يشبعون رغباتهم من خلال هذا الإستعمال.

فنظرية الإستعمالات تفرض أن الجمهور يستخدم الموارد الإعلامية لإشباع رغبات كاملة لديه ، إن دور وسائل الإعلام هو تلبية هذه الحاجات فقط ، فقد مهدت البحوث التي قام بها لازار سبفيلد و زملاؤه في الأربعينيات من القرن الماضي والتي مهدت الطريق وحددت الإتجاهات وطورت أساليب البحث في ميدان وسائل الإعلام<sup>(1)</sup>.

### - فروض نظرية الإستخدامات والإشباع:

يبنى مدخل الإستخدامات والإشباع على فكرة مؤداها أن حاجات الفرد مرتبطة بوسائل الإتصال والتي تنشأ في ظل بيئة إجتماعية وتفسية معينة تختلف لدى الفرد دوافع التعرف على وسائل الإتصال، فضلا عن مهارات أخرى غير هذه الوسائل ، حيث يتوقع الفرد أن تحقق له هذه المصادر إشباعا لهذه الحاجات ، وقد تنجح وسائل الإيصال في تحقيق هذه الإشاعات وقد لا تنجح في ذلك.

ويقوم هذا المدخل على عدد من الفروض التي تمت مراجعتها لتلائم ما تم التوصل إليه من نتائج حول جمهور وسائل الإعلام ، ويمكن تلخيصها فيما يلي<sup>(2)</sup>

1- أن السلوك الإتصالي سلوك هادف وذو دوافع ، حيث يسعى جمهور وسائل الإعلام بإيجابية لتحقيق أهداف محددة من خلال إستخدام<sup>(3)</sup> ، بمعنى أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الإتصال الجماهيري .

2- يتخذ الجمهور مبادرة انتقاء واستخدام وسائل الإتصال لإشباع حاجاتهم ورغباتهم الشخصية ، فقد يكون استخدام الجمهور لوسائل الإعلام هو استجابة لاحتياجاتهم الأساسية ، ولكن من ناحية أخرى يشبع حاجاتهم ويلبي رغباتهم ، كالبحت عن المعلومات لحل مشكلة ما.

3- يتأثر السلوك الإتصالي لجمهور وسائل الإعلام بمجموعة من العوامل الإجتماعية والنفسية ، التي تعمل بمثابة المتغير الوسيط بين الوسيلة وجمهورها ، فهذه العوامل تعمل بمثابة المرشح أو الفلتر لاستجابات الفرد السلوكية تجاه وسائل الإعلام<sup>(3)</sup>.

4- التأكيد على الأفراد يملكون القدرة الكافية على تشخيصات وأفعالهم وإحتياجاتهم بالطرق المناسبة ، وتتدخل في ذلك الفروق الفردية ، التفاعل الإجتماعي بذلك تختلف الحاجات من شخص إلى آخر<sup>(4)</sup>

1- السعيد بومعزة : أثر وسائل الإعلام على القيم ، والسلوكيات لدى الشباب أطروحة دكتوراة دولة في علوم الإعلام والإتصال كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر ، 2006 ، ص 57.

2- حسن عماد مكاوي ، ليلي حسن حسيت السيد : نفس المرجع السابق ، ص 240.

3- رضاعبد الواحد أمين : نفس المرجع السابق ، ص 69.

4- فضيل دليو : الإتصال مفاهمه ، نظرياته ، وسائله ، ط 1 ، دار العالمية للنشر والتوزيع ، مصر 2003 ، ص 31.



5- قد تؤثر وسائل الإعلام في سمات الفرد من ناحية أو في البناء الاجتماعي والسياسي والثقافي والإقتصادي للمجتمع من ناحية أخرى، ومن ثم يمكن الاستدلال على المعايير الاجتماعية والثقافية السائدة في مجتمع ما، من خلال استخدام لأفراده لوسائل الإعلام.

6- تتنافس وسائل الإعلام مع أشكال أخرى على عملية الإنتباه والإنتقاء والإستخدامات التي يجربها الجمهور لإشباع حاجاته ورغباته، فهناك علاقة مؤكدة بين الإتصال الشخصي والجماهيري، حيث أن الطريقة التي تلبى بها وسائل الإعلام احتياجات تختلف من فرد لآخر، باختلاف الظروف الاجتماعية والنفسية المحيطة بكل فرد<sup>(1)</sup>.

### الإنتقادات الموجهة لمدخل نظرية الإستخدامات والإشباع:

ساهمت نظرية الإستخدامات والإشباع في تقديم إستراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام والإتصال وإشباعاته، ازداد إدراك الباحثين بأهمية الإستخدام البسط للجمهور المتلقن باعتبارها عاملا وسيطا في إحداث الأثر سواء كان كبيرا أو محدودا، بالرغم من تطوير أساليب البحث و الإستقصاءات المنهجية والموضوعية إلا أن صور من الإنتقادات وجهت لهذه النظرية ومن أمثلتها<sup>(2)</sup>

1- يواجه المدخل الوظيفي في وسائل الإعلام العديد من الصعوبات لأولها التداخل في مفهوم كلمة وظيفية، فهو يمكن أن يستخدم بمعنى هدف أو نتيجة أو مطلب أو توقع<sup>(3)</sup>

2- أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين سيولوجية ونفسية وإجتماعية تختلف أهميتها من فرد لآخر وتحقيق تلك الحاجات تتكرر أنماط التعرض لوسائل الإعلام وإختيار المحتوى<sup>(4)</sup>

3- يصف مدخل الإستخدامات والإشباع للجمهور بالنشاط، وهذا النشاط مرتبط بالإنتقائية أو إختيار مضمون من محتوى وسائل الإعلام، ألا أن فكرة نشاط الجمهور قد تتعارض مع افتراض آخر لهذا المدخل، وهو أن الدوافع تتحدد بناء على الظروف والخبرات الاجتماعية، كما أن هناك بعض الدلائل تشير إلى أن عملية التعرض لبعض الوسائل الإعلامية كالتلفزيون مثلا غير انتقائية<sup>(5)</sup>

4- تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام متعددة ومقصودة الواقع، يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك، فهناك أيضا إستخدامات غير هادفة.

1- رضا عبد الواحد أمين: نفس المرجع السابق، ص71.

2- محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الإتصال و نظريات التأثير، ط1، الدار العالمية لنشر والتوزيع، مصر 2003 ص257.

3- رضا عبد الواحد أمين: نفس المرجع السابق، ص84

4- محمود حسن إسماعيل: نفس المرجع السابق، ص257.

5- رضا عبد الواحد: نفس المرجع السابق، ص85.

6- رضا عبد الواحد: نفس المرجع السابق، ص84

5- تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الإستخدامات والإشباع، إلى وظائف وسائل الإعلام من منظور فردي يستخدم الوسائل الإتصالية، في حين أن الرسائل الإتصالية، قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق إختلالا وظيفيا لبعض الآخر<sup>(1)</sup>.

### علاقة النظرية بالموضوع:

تعتبر هذه النظرية مفيدة لفهم موضوع الدراسة ، و يرجع ذلك إلى عدة أسباب أهمها هو أن موضوع البرامج الموجهة للمرأة الجزائرية في الفضائيات العربية المتخصصة يدعمهم نظرا لتأكيد العديد من الدراسات، أن تأثير وسائل الإعلام بتحديد بكيفية استخدام الجمهور المتلقي لها، و تلك الاستخدامات هي التي تحدد متى و ماذا يتعرضون له من مضامين بجانب ذلك فإن المرأة في غالبية الوقت تفسر وتقبل وتستجيب لما تشاهد تبعا لاحتياجاتها و قدرتها العقلية، و بالنسبة لموضوع هذه الدراسة فمن المهم دراسة كيفية استخدام المرأة للفضائيات العربية المتخصصة و كيفية استجاباتها لها للوصول إلى تأثيرها عليها بعمق و دقة .  
فهذه النظرية تمكننا من الإجابة على الأسئلة<sup>(2)</sup>:

- ماهي الفضائيات العربية المتخصصة التي يتعرضون لها؟
  - ماهي الظروف المحيطة بهذا التعرض؟ وأية نتائج تأتي بها؟
- ضف إلى ذلك تقوم نظرية الاستخدامات والإشباع بتكوين تصور التعرض المرأة على أنها شخص واع وذهنه نشط و مثقف لما يشاهده .
- و تأتي الاستفادة من هذه النظرية في موضوع هذه الدراسة أيضا أنها تنظر إلى الفضائيات العربية المتخصصة على أنها الوسيلة الأولى في كل الدول النامية من ناحية المصدقية و الإقناع و الاستخدام كذلك تري هذه النظرية أن فهم ما يسعى الشخص لتحقيقه من تعرض الوسيلة، ماهو أساس ضم التأثيرات و السلوك الاجتماعي الذي ينتج من هذا التعرض؟
- و بذلك فاتخاذ نظرية الاستخدامات والإشباع في إطار نظري في الدراسة ممكن لتفسير السلوك الذي ينتج على تعرض المرأة الجزائرية على برامج دينية لا تتوافق مع قيمهم.

1 - رضا عبد الواحد : نفس المرجع السابق ، ص 84

2- محمود حسن إسماعيل : مبادئ علم الإتصال و نظريات التأثير ، ط 1 ، الدار العالمية للنشر و التوزيع ن مصر 2003 ، ص 257.

تمهيد:

انتشرت القنوات الفضائية العربية ، وصارت جزءا من السياسة ومن حياة الناس، وتشكل آرائهم و أفكارهم ومواقفهم، وهي قبل ذلك أوقعت الوصاية الرسمية على ما يشاهده العرب فقد كانوا قبل ذلك ملزمين بمتابعة ومشاهدة التلفزيون الرسمي في بلدهم ،الذي كان يختار لهم الأخبار والمعلومات والأفلام والمسلسلات والأغاني والثقافة و هذا ماأدى إلى جذب أكبر عدد ممكن من الجمهور الذي وجد نفسه أمام زخم إعلامي خاصة بعد ظهور الفضائيات الخاصة التي رغم اختلاف أهدافها ومنطلقاتها الإيديولوجية إلا أنها تتشابه في مضامينها .

لقد اتجهت الكثير من الفضائيات إلى التخصص سواء في الجمهور أو المضمون و ظهرت قنوات دينية إخبارية،رياضية،برامج أطفال ، الترفيه.....إلخ، هذه الأخيرة التي تزداد يوما بعد يوم وبالأخص تلك الفضائيات المتخصصة في البرامج الدينية، إذ من خلالها يمكن تقديم الفتوي الدينية التي يحتاجها الناس و تبصير الناس بكيفية أداء الشعائر الدينية والتأكيد على الأخلاق التي جاء بها الدين الإسلامي الحنيف من رحمة، وإخاء تواضع وتسامح.

## الفصل الثاني : مقارنة معرفية للفضائيات العربية

المبحث الأول :مدخل إلى الفضائيات العربية والبرامج التلفزيونية.

## 01نشأة الفضائيات العربية:

كانت بداية التخطيط لإنشاء الفضائيات في المنطقة العربية منذ عام 1989، وكان قد سبق هذا التاريخ إطلاق القمر الصناعي العربي عرب سات عام 1985، و الذي لم يقدم الكثير إلا في إرسال البرامج الإخبارية، ولكن إطلاق و امتلاك القنوات الفضائية، قد شهد عقد التسعينات من القرن الماضي سابقا بين هذه الدول الامتلاك و تقدم أحسن البرامج الإخبارية على شاشات الفضائيات و مع ما شهدت هذه الفترة أيضا من أحداث و تطورات المنطقة العربية، و على رأسها حرب الخليج الثانية عام 1991، والتي أخرجت نجاحا إعلاميا لقناة CNN والإعلام ككل هو بيتر أرنيت الذي غطي أحداث الحرب لصالح هذه القناة مكنها من فرض إحتكار شبه كامل على أخبار المعلومات<sup>(1)</sup>.

و قد بدا التفكير في مشروع القمر الصناعي العربي خلال اجتماع مجلس وزراء العرب الذي انعقد في مدينة بنزرت التونسية عام 1968، و في عام 1988 أنشئت المؤسسة العربية للاتصالات الإعلام والثقافة و التعليم، وأسند للمؤسسة مهمة إنشاء وإدارة نظم الأقمار الصناعية، وتقديم الخدمات العامة والخاصة المرتبطة بها، لتلبية احتياجات لدول العربية، و تعتبر عربسات من انجح المؤسسات العمل العربي المشترك، حيث تمكنت خلال فترة قصيرة ربط ارجائها على تواصل مستمر مع بلدانهم في الوطن العربي الكبير، و إتاحة الفرص أمام المواطن العربي للإطلاع على أخبار و ثقافات العرب في كامل أنحاء العالم، وأن يكون هؤلاء مع تواصل مستمر مع بلدانهم عبر خدمات فضائية متميزة و ميسرة من خلال أقمار عربسات العاملة<sup>(2)</sup>.

1- عماد الدين فلاح، فلاح الله بلعيدة: إتجاهات الشباب الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام و الاتصال تخصص سمعي بصري 2007-2008، ص10.

2- عماد الدين فلاح، فلاح الله بلعيدة: نفس المرجع السابق، ص04.

وفي يوم 07 فبراير 1985 تم إطلاق أول صناعي عربي أطلق عليه عرب السات بواسطة صاروخ أرييان من قاعدة كورغيان الفرنسية بتكلفة 23 مليون، و كان بين أفراد المكوك الأمير السعودي سلطان بن عبد العزيز أول رائد عربي، لكن القمر واجه مشكلات فنية متعددة فأصبح قمرا احتياطيا أما القمر الأساسي فهو الذي أطلق في 12 يونيو 1975 من قاعدة كيب كان ميزال الأمريكية بواسطة مكوك الفضاء التابع لوكالة (ناسا)، بينما أطلق القمر الثالث في فبراير 1992.

## 02- أنواع الفضائيات العربية :

- حسب الملكية: قنوات حكومية، قنوات خاصة.
- حسب النوع: نوع البرامج، قنوات عامة.
- حسب التخصص: قنوات متخصصة تسعى لمخاطبة جمهور محدد و يقدر اتحاد الإذاعات العربية عدد القنوات الفضائية بحوالي 520 قناة متعددة الغايات و الأهداف واللغات منها:
- حوالي 130 قناة ذات البرامج متنوعة، أو ما يسمى بالقنوات العامة.
- حوالي 390 قناة متخصصة في المجالات التالية<sup>(1)</sup>.

1- حسين نيازى الصيفي : الفضائيات العربية في عصر العولمة ، ط1، دار الأترك للطبع و النشر والتوزيع ، القاهرة ، ص23.

جدول يوضح عدد القنوات الفضائية العربية<sup>(1)</sup>:

القطاع الخاص	القطاع الحكومي	العدد التقريبي	أصناف القنوات
90	41	131	عاملة (ذات برامج متنوعة)
118	02	119	موسيقي / منوعات
55	03	57	سينما دراما مسلسلات
40	11	51	رياضة
24	01	25	تجارية / اقتصادية
23	03	26	اخبار
13	10	23	تعليمية / ثقافية
11	0	12	وثائقية
12	0	11	تفاعلية
10	03	13	دينية
03	01	04	سياحية
20	01	21	اطفال

## • أسلوب البث إلى:

- قنوات مفتوحة

- قنوات مشفرة

و تعتمد معظم القنوات على نظام البث المفتوح، و يكون بث بعض القنوات مفتوحا على بعض الوسائل، و مشفرة عندما يكون ضمن باقة من القنوات.

1- حسين ننازي الصيفي: نفس المرجع السابق، ص26.

### • اللغة إلى:

قنوات تبث بالعربية وقنوات تبث باللغة الأجنبية، إلا أنه معظم القنوات تبث برامجها باللغة العربية حوالي 80 بالمائة، من حين تبث بعض القنوات برامجها كلياً باللغة الإنجليزية و الفرنسية، و بعض اللغات الأخرى كالإسبانية والفارسية تعتمد بعض القنوات الأخرى على بث جزء برامجها باللغات الأجنبية إضافة إلى اللغة العربية .

### • التغطية الجغرافية إلى:

- قنوات تغطي المنطقة العربية
- قنوات تغطي المنطقة العربية و يمتد إرسالها لمناطق عالمية أحرمن حيث الإعلانات إلى<sup>(1)</sup>:
- \* قنوات لا تذيع إعلانات مثل قناة المجد القرآن الكريم
- \* قنوات يتخلل برامجها بعض الإعلانات، و تمثل 70 بالمائة من القنوات إلى:
- \* قنوات أجنبية موجهة بالعربية، وأغلبها من حكومات غربية كالقناة الألمانية والفرنسية و الروسية الحرة والأجنبية كقناة CNN إضافة إلى العدد الهائل من الباقات و القنوات الفرنسية والإيطالية والبريطانية التي تبث على الأقمار الصناعية التي تغطي من منطقة الشرق الأوسط:

### HOTBIRD-ASTRA-ASTRON

وباقة تتضمن 87 قناة وغيرها<sup>(2)</sup>.

### 03- تطور القنوات الفضائية العربية :

سعت الفضائيات العربية منذ انطلاقتها في عقد التسعينات من القرن العشرون إلى احتلال موقع ما ، في الفضاء الإعلامي الجديد هذا الفضاء الجديد ، الذي شهد تطورا سريعا في مجال تقنيات الاتصال، حيث شهد إطلاق عدة قنوات فضائية بطريقة متواصلة إلى درجة إن عمليات عدة أضححت مستحيلة ، و فيما يأتي سرد تفصيلي لانطلاقة المحطات الفضائية العربية حسب التسلسل الكرونولوجي فكيف كانت الانطلاقة<sup>(3)</sup>.

1- نهى عاطف العبدلي: علاقة الطفل المصري بالقنوات الفضائية العربية، جامعة القاهرة 2003، ص112

2- عبد الوهاب بوحنوقة: تأثير البث الفضائي والوسائط الإلكترونية المتجددة، مجلة الإذاعات العربية 2004، ص121

3- لمياء طالة: الإعلام الفضائي والتعريف الثقافي، عمان دار أسامة للنشر والتوزيع، 2001، ص243.



تعتبر مصر أول من أطلقت قناة فضائية عربية حكومية، حيث بدأ بثها في نوفمبر 1990 وهي القناة المصرية ESC، هذه القناة التي بدأ بثها 24 ساعة / 24 ساعة و التي أمكن إتقاطها في 20 دولة عربية و 27 دولة إفريقية و 23 دولة أوروبية و 11 دولة أسيوية و بالتالي فهي تغطي 514 ربع أنحاء العالم . ثم تمكنت مصر من إطلاق القمر نايلسات NILSAT، الذي إنبثق عنه إنشاء مصر لعدة قنوات تلفزيونية فضائية متخصصة و عامة .

### \*في السعودية:

بدأ رأي رجل المال السعودي بإطلاق قناة تليفزيون الشرق الأوسط MBC في 1991 هذه القناة التي بدأت بثها الفضائي من لندن صوت الوطن العربي أوروبا أمريكا، أستراليا، شرق آسيا، و هي شركة تجارية تعود ملكيتها لمومنين سعوديين هما محمد إبراهيم والشيخ وليد إبراهيم، و قد تمكنت هذه القناة من أن تكون قناة عربية غير عمومية، وأما القنوات الفضائية الحكومية السعودية فقد عرفت هذه الأخيرة 03 قنوات فضائية و هي SOUDI1 التي تبث برامجها باللغة العربية و SOUDI2 التي تبث برامجها باللغة الإنجليزية، و قناة الإخبارية المتخصصة في الأخبار<sup>(1)</sup>.

\*في الإمارات: بدأ البث مع إنشاء قناة دبي DUBAI TV الفضائية في أكتوبر 1992 عبر القمر عرسات-A

2 هو تيرد OTBIRD كلاكسي GALAXY7، أنتلسات INTELSAT اعتمادها البث باللغتين العربية بنسبة 70 بالمائة و الإنجليزية 30 بالمائة، مع تركيزها على البرامج الإخبارية بالاعتماد على مراسلين من مختلف المناطق العالمية. (1)

1- لمياء طالبة: نفس المرجع السابق، ص 244.

كما تم إنشاء قناة أبو ظبي الفضائية ABU DHABIA1 في نوفمبر 1992 عبر القمر عرب سات A-1 و A-2، والتي بالرغم من إنطلاقها بالتركيز على التغطية المحلية و الخليجية أصبحت منذ عام 2000 تعتمد على مراسلين في كل المناطق الساخنة، مع اعتمادها على أحسن الكفاءات الصحفية<sup>(1)</sup>.

كما بادرت الإمارات إلى إنشاء قناة الشارقة الفضائية SHARJAH TV في أكتوبر 1996 والتي تبث عبر القمر عربسات (A-2) و يوتلسات EUTELSAT و هوتبور (4) حيث إستقرت خريطة البث اليومي التلفزيوني الشارقة بعد أن جرى تحديد الهيكله للبرامج على النحو التالي:

#### \* البرنامج العام :

مدته 20 ساعة يبدأ من السادسة صباحا حتي الثانية بعد منتصف الليل.

#### \* البرنامج الديني :

موجه باللغات الفرنسية، الإنجليزية، والفارسية مدته 04 ساعات من الثانية صباحا حتى السادسة صباحا أيضا كذلك قناة عجمان AJMAN TV، التي بدأت بثها في مارس 1998 عبر القمر عربسات (A-2) ثم نايلسات<sup>(2)</sup>.

#### \* في الجزائر:

بدأ البث مع إطلاق القناة الفضائية الجزائرية ALGERIN TV في 20 اوت 1994 لتعطي تسمية أخرى لها هي قناة الجزائر CANAL ALGERIE، حيث عرفت هذه القناة انطلاقة الرسمية في 01 أكتوبر 1994 عبر القمر يوتلسات UTELSAT ليصل بثها إلى 29 دولة نهاية 1994، و في 38 دولة سنة 1997 و 43 دولة سنة 1998، و في سنة 2001 ووصل بث هذه القناة إلى كل الشرق الأوسط، روسيا، إفريقيا، أوروبا، و قد تم تدعيم البث الفضائي الجزائري في 05 جويلية 2001 بإطلاق القناة الجزائرية الثالثة (TVA3) الموجهة إلى دول الوطن العربي<sup>(3)</sup>.

1- لمياء طالة: الإعلام الفضائي والتعريف الثقافي، عمان دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013، ص 246.

2- المرجع نفسه، ص 247

3- الدليمي عبد الرزاق محمد: عولمة التلفزيون، دار جرير، الطبعة الأولى، الأردن، 2005، ص 114

## 04 واقع الفضائيات العربية :

لعل وصف البعض للمشهد الفضائي العربي بسوق عكاظ الفضائي أحدث وصف لحالة الفضائيات العربية اليوم، فقد تسابقت الدول العربية (حكومات و أفراد) لإطلاق القنوات الفضائية، حتى وجدنا الفضاء العربي خلال بعض سنوات يمتلأ بعدد هائل من القنوات قابلة للزيادة يوماً بعد آخر تنافس لاستقطاب ما يزيد عن (300) مليون مشاهد عربي .

فالفضاء العربي يشهد تكاثراً من حيث عدد القنوات التلفزيونية، التي يعجز المشاهد عن متابعتها و تجعل من العسير القيام بعملية حصر دقيقة تمكن من توزيع هذه القنوات حسب توجيهها واهتماماتها باستثناء القنوات الحكومية.

مما يجعل عملية الحصر الدقيق عملية غير سهلة:

\* شروع عدد القنوات في بث شاراتها أو في البث التحريبي، ثم تختفي تماماً دون سابق إعلام و دون تقديم مبرر، أو يتم وقفها من البث كقناة (الأمّة).

\* قنوات تلفزيونية يضم تحت مسمى معين، و يتغير هذا المسمى يواصل البث دون ادني إشارة، مثل تغير اسم قناة (ستار أكاديمي اللبنانية) إلى قناة (نغم) و في هذه الحالة لا يمكن اعتبار الإشكال كبيراً خلافاً لتغير هوية القناة دون سابق إعلام، كقناة (قناتي) التي كانت موجهة إلى الطفل، ثم انقطعت من البث لفترة و عادت من جديد إلى الخريطة التلفزيونية العربية بالمسمى نفسه و لكنهما تحولت إلى قناة ترفيهية ككل و يؤدي تحول و تغيير مضمون القناة إلى صعوبة عملية التصنيف كقناة (خليجية) للأغاني التي تحولت لقناة دينية تابعة لمجموعة (البركة)<sup>(1)</sup>.

1- عبد الوهاب بوخنوقة: نفس المرجع السابق، ص122

ندرة المعلومات المتعلقة بهوية القنوات التلفزيونية العربية سواء كانت المجالات المخصصة، او في مواقعها على الانترنت، و هناك قنوات تدعو المشاهد إلى زيارة موقعها الإلكتروني، و لكن بالدخول إلى الموقع تجد عبارة غير جاهر الآن، كما أن موقع هذه القنوات لها بالفعل مواقع إلكترونية تقدم معلومات عن هوية القناة عادة ما تكون منقوصة، كذكر هوية المالك أو أصحاب رأس المال الممول أو مركز البث لكن بالرغم من هذه العوائق وغيرها فإن التابع للقنوات التلفزيونية العربية يصل إلى مجموعة من الاستنتاجات، منها ما هو كمي بدرجة أقرب إلى المواقع ومنها ما هو كيمي يتعلق بالتصنيفات المختلفة<sup>(1)</sup>.

و يرى فوستر كريستي أن تزايد عدد القنوات الفضائية العربية يعتبر ظاهرة عالمية، لا تنفرد بها الدول العربية وحدها فخلال عام 2002 تم إطلاق 185 قناة تلفزيونية جديدة في أوروبا. و يطرح وجود هذا الرقم من القنوات الفضائية العربية عدة دلالات و هي :

- أنها تطرح مفهوم الأقلية أو الإقليمية في مواجهة العولمة الثقافية، صحيح أن بعض الفضائيات العربية تفيد تقديم المضامين الثقافية الأمريكية، إلا أن أغلبها يقدم مضامين الثقافة الأمريكية أي مضامين ذات اهتمامات عربية في المقام الأول.

ترتبط هذه الفضائيات بازدياد حرية التعبير، و هو ما كاد أن يؤدي إلى زيادة أهمية الرأي العام العربي لأن الآراء التي تطرح في أي قناة عربية تطرح المواطنون العرب على امتداد العالم العربي و خارجه، و هذا الرأي العربي مستقل تماما عن تأثير الحكومات العربية و سيصبح على الحكومات أن تستجيب له بشكل أو بآخر<sup>(2)</sup>.

1- عبد الوهاب بوخنوقة : نفس المرجع السابق، ص123.

2- عبد الوهاب بوخنوقة : نفس المرجع السابق، ص124.

- أما بخصوص مضامين البث الفضائي العربي بحسب إيراد شاكر البكري فيمكن أن نتخلص فيما يلي :
- الترويج للدولة التي تمتلك القناة و النهضة الحضارية فيها .
  - زيادة نسبة المشاهدين للقناة من خلال الانتشار في أكبر رقعة جغرافية.
  - مواكبة التطور التكنولوجي الذي يحدث في أغلب البلدان المتقدمة من خلال الوجود على ساحة البث الفضائي.
  - حفظ و صيانة التقاليد العربية و الإسلامية بعدم ترك المشاهد العربي الموجود في الخارج تحت سيطرة وسائل الإعلام الأجنبية منفرداً، بل تقديم الجيد من البرامج العربية.
  - الالتزام بالقيم و المبادئ الأخلاقية المستوحاة من الشرعية الإسلامية
  - تجسيد الهوية الثقافية العربية، والحفاظ على وحدتها و طرح البديل الثقافي والإعلامي الجماهيري<sup>(1)</sup>.
- و يمكن تقسيم القنوات الفضائية في المنطقة العربية إلى ثلاثة أنماط أوردتها محمد عبد الوهاب كما يلي :
- **النمط الأول :**
  - و هو الأكثر شيوعاً تمثله القنوات الفضائية المملوكة ملكية حكومية ،سواء هذه القنوات معدة خصيصاً للبث الفضائي أو قنوات محلية يتم إرسالها عبر الأقمار الصناعية إلى خارج الحدود.
  - **النمط الثاني :**
  - و تمتلكه القنوات المملوكة ملكية خاصة أو مشتركة عربية ،و يتم إرسالها خارج المنطقة العربية مثل MBC سابقاً أو من داخل المنطقة العربية
  - **النمط الثالث :**
  - و تمثله القنوات التي تبث إلى الوطن العربي دول أخرى<sup>(2)</sup>.

1- لمياء طالة :الإعلام الفضائي والتعريف الثقافي ،عمان ،دار أسامة للنشر والتوزيع ،2013،ص254  
 2- عبد الباسط محمد عبد الوهاب: استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي التلفزيوني،دراسة تطبيقية ميدانية لمكتب الجامل لحديث ،مصر ،2005،ص357.

**05- البرامج التلفزيونية: تعريفها، أنواعها، مكوناتها:****تعريف البرامج التلفزيونية:**

هي المادة التلفزيونية المتنوعة في المادة الإخبارية و الثقافية و الدينية و الترفيهية و التعليمية و غيرها مما يعرض عن شاشة التلفاز.

**أنواعها:****- الأخبار والبرامج السياسية :**

البرامج السياسية في عالم الإعلام الفضائي تشغل شريحة كبيرة من المشاهدين في العالم، وهذه البرامج تشبع حاجة الإنسان إلى الفضول المعرفي السياسي وتؤجج فيه مواقف محددة يقتنع بها، و يميز هذا النوع هو أنها تدافع عن القضايا الوطنية.

**-البرامج الحوارية :**

من أكثر البرامج التلفزيونية انتشارا حيث يقسم هذا النوع من البرامج إلى ثلاثة أقسام:

**\* حوار الرأي :**

ويعتمد على إستطلاع رأي شخصية معينة في موضوع ما

**\* حوار المعلومات :**

و يهدف للحصول على معلومات أدبيات تُخدم هدف معين

**\* حوار الشخصية :**

ويستهدف هذا القالب تسليط الضوء على شخصية ما و تقديم الجوانب المختلفة منها للشاهد، و يعتمد نجاح هذا البرامج على اختيار الشخصية المناسبة<sup>(1)</sup>.

1-http://www.saudimedia education.org/index.php

Option-com-content niew=article=123:2010-10-10-1915

26-03catid=41:2010-10-19-13-51-48lternid=78

**-البرامج الدينية :**

تميزت الفضائيات الدينية بوجود برامج متضمنة خطاب ديني موحد يرمي إلى إبراز حقيقة الدين الذي هو معرفة الخالق ، بيان العقيدة كما أوحى بها الله عزوجل المناسبة<sup>(1)</sup> ، فقد أشارت دراسة نشرت في جريدة الوفد إلى أن 67 بالمائة من عينة البحث راضون عن الخطاب الديني في القنوات وأوضححت الدراسة أن البرامج التي تحمل مضامين و تعرض مبادئ العقيدة الإسلامية في وضوح ويسر جاءت في الترتيب الأول، بين المضامين الواجب تقديمها في الخطاب الديني في الفضائيات و ذلك بنسبة 31 بالمائة<sup>(2)</sup>.

**-البرامج الكوميديّة :**

وهي البرامج التي تختص بمواضيع الاستراحة، والمواقف المضحكة والمسلية، التي فيالنهاية تقصد الكوميديا.

**-البرامج الفنية :**

وهي البرامج التي تقوم على أسس فنية من نشرات إخبارية ولقاءات ومتابعة آخر الأخبار و المستجدات الفنية .

**-البرامج التثقيفية :**

وهي برامج النوعية و الإرشاد التثقيفي

**- برامج الأطفال :**

وهي البرامج التي تختص بالطفل من متابعة و دراسة ،لأن الأطفال هم الأكثر الفئات الجمهور حساسية، ويتعين أن يتم إخضاع كافة البرامج الموجهة لهم بالبحث والدراسة قبل بثها<sup>(3)</sup>.

1- محمد عبد الكافي ،تأملات في الخطاب الديني بالفضائيات العربية ،مجلة الإذاعات العربية ، ع 1 2003 ص86.

2- تطوير الخطاب الديني عبر الفضائيات العربية من موقع <http://www.moheet.com> يوم الزيارة

2009/12/17م.

3-<http://www.saudimedia education.org/index.php>

Option-com-content niew=article=123:2010-10-10-1915

26-03catid=41:2010-10-19-13-51-48ltermid=78



من خلال مفهوم البرامج التلفزيونية، نرى أن البرامج تحتوي على معلومات، أي موضوع يجب أن ينقل من المرسل إلى المستقبل من الموضوع هو ما استصلح عليه بالمحتوي، هذا المحتوى يجب أن يتضمن أهدافا يريد المرسل تحقيقها في المستقبل، وهو ما يستصلح عليه بالأهداف، كما أن عملية نقل الموضوع تحتاج إلى أساليب محددة نستصلح عليها بالطريقة، وكذلك أن الموضوع والطريقة لغرض تحقيقها للأهداف يجب أن يكون مبنية لتلائم ميول، ورغبات المستقبل وقدراته العقلية، ونستصلح على ذلك بطبيعة المستقبل.

### - مكونات البرنامج التلفزيوني<sup>(1)</sup> :

1- طبيعة المستقبل

2- المحتوى

3- الأهداف

4- الطريقة

ومن بديهيات الأمور أن أي أمر لا يكتمل إلا بتوفير مكوناته، لذا فإن البرنامج التلفزيوني لا يكتمل من غير هذه المكونات الأربعة<sup>(2)</sup>

1- فاروق ناجي محمود: البرامج التلفزيونية كتابته ومقومات نجاحاته، ط1، دار الفجر للطبع والنشر، العراق، ص22

2- فاروق ناجي محمود: نفس المرجع السابق، ص23

المبحث الثاني: الفضائيات الدينية المتخصصة:

### 01-تعريف الفضائيات الدينية :

عرف العمي عمر الخير إبراهيم القنوات الفضائية الدينية، بأنها الفضائيات التي أنشأت لتحقيق أهداف إسلامية ، و تنطلق من مرجعيات إسلامية و إن اختلفت تخصصاتها. و عرف منصف العياري القنوات الإيديولوجية الدينية، بأنها قنوات ملتزمة بمنهج عقائدي لا تخرج عنه في كل ما تقدمه إلى مشاهديها من تبني العقيدة أو المذهب أو الخط الإيديولوجي . و يلاحظ أن هذا التعريف أهم من التعريف الأول ، إذ شمل القنوات الإسلامية و الغير الإسلامية و هذا يرجع بنا على التعريف الأول كونه مختصا بالفضائيات الإسلامية ، ليس الفضائيات الدينية أو الإيديولوجية.

و لذا فإن الفضائيات الإسلامية هي التي تكون المرجعية الإسلامية في رسالتها ، كما يشير إلى ذلك عوض إبراهيم وهي الضابط الوحيد الذي يجب توفره لكل البرامج التي تقدمها هذه الفضائيات، وبذلك فمرجعية الإسلام ضروري لوجود رؤية شاملة للقنوات الفضائية الإسلامية و الغير الإسلامية. فهي من أبرز وسائل الإعلام الإسلامي كونها تدعو إلى الأهداف و المضامين نفسها ، و تنطلق من ذات المنهج و تلزم بثوابت مشتركة فيما بينها ، وهناك من عرفها كذلك بأنها محطة فضائية تبني رسالة اجتماعية ذات طابع محافظ و تتخذ من الخطاب الديني الإسلامي كأساس لبرامج و الرسائل الإعلامية التي تثبت أهميتها الخطاب الإسلامي الديني، و دوره الفعلي و الحيوي في تعزيز روح الممانعة للمجتمع المسلم أمام الثقافة الوافدة<sup>(1)</sup>.

1- عبد الرزاق محمد الديلمي:الإعلام الإسلامي ، دار الميسرة ، 2013، ط1، ص270، 271.

## 02 - تصنيف القنوات الفضائية الدينية:

تتنوع الفضائيات وتختلف حسب البرامج التي تقدمها للمشاهدين، فهناك محطات فضائية متخصصة وهناك فضائيات متنوعة، وبالتالي فإن البرامج ستختلف في طبيعتها و عددها حسب تخصص المحطات الفضائية، و اقتصارها على نشاط إعلامي واحد معين أو مسائل إعلامية مختلفة. و ما أكثر الفضائيات العربية هذه الأيام وما أوسع انتشارها، إلا أن جمهورها يتحدد حسب طبيعة برامجها و تخصصها في البث الإعلامي الذي تحدده تلك الفضائيات، و طبعاً تختلف برامج الفضائيات العربية حسب طبيعة الفضائية نفسها و تخصصها، و هذا له ارتباط مباشر و مؤثر في عمليات التكلفة والربح و الإعلام و الإعلان التجاري و عدد التقنيين و العاملين و الموظفين في الفضائية، وكذلك عدد المراسلين الصحفيين التابعين للفضائية، و كذلك نوع الهدف أو الغاية التي ترغب الفضائية في الوصول إليها، و كذلك مدي اهتمام جمهور معين محلي أو عالمي صغير أو كبير في برامج هذه الفضائية<sup>(1)</sup>. و يعود بداية القنوات الفضائية الدينية من خلال ما سعت كل دولة عربية إلى إنشاء قناتها الدينية من أجل فرض فهمها الوطني "للدين و الإسلام تحديداً" ثم بدأ الاتجاه العالمي نحو الإعلام المتخصص في الدول المتقدمة، كذلك زيادة الاستثمارات العربية في الإعلام الفضائي على أيدي بعض رجال الأعمال العرب الذين يستثمرون أموالهم في مجال الإعلام. كما هو الحال "الوليد بن طلال" مع القنوات الغنائية روتانا، ثم اتجاهه نحو إنشاء قناة فضائية دينية الرسالة<sup>(2)</sup>.

فجّل القنوات الإسلامية المنتشرة لأن عبر الأقمار الصناعية، هي وليدة سنوات قليلة فقط، وأول قناة فضائية إسلامية كانت هي:

\***قناة إقرأ:** التي تتبع لشركة ART، فكانت هي البث الأول في مجال الفضائيات الإسلامية عام 1998، هذه المحطة المرموقة استطاعت أن تنشق طريقها إلى العالم، و تكون جمهوراً عريضاً للمسلمين و غيرهم.

1-د.فارس عطوان: الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، دارأسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص133

2- وزارة الشؤون الدينية والأوقاف: إشكالية الفتوى بين الضوابط الشرعية و تحديات العولمة، ص172

لما تقدمه من برامج توعية و برامج هادفة لكافة شرائح المجتمع من الشباب و نساء و اسر و تعالج قضايا اجتماعية إنسانية عبر حوارات عبر دروس دينية ، كما أنها تقوم بتفسير القرآن الكريم كما أنها تبث بلغات غير عربية أهمها الإنجليزية ، و أعتقد أنها أكثر جمهور وانتشارا و قدرة على إعداد برامج دينية مميزة لها تأثير ا ودورا إعلاميا نشيطا<sup>(1)</sup> .

ثم ظهرت قناة المجد الفضائية ، ثم تتبعها بعد ذلك ظهور الفضائيات الإسلامية الكثيرة ، التي زاد عددها حتى الآن إلى أكثر من ستين قناة فضائية<sup>(2)</sup> .

فلو تعرضنا كما ذكرت لعناوين بعض المحطات للتعرف على طبيعة تخصصاتها و برامجها ، فمثلا نجد أن هناك محطات دينية متخصصة ، و لكنها في نفس الوقت تختلف عن بعضها و جمهورها قطاعا من المتدينين في الوطن العربي ، و ربما بعض الأقطار الإسلامية بالإضافة إلى العرب و المسلمين في أنحاء المعمورة ، ولكنها لن تؤثر لنقل بعضها في الجمهور العربي و الغير العربي .  
فعلى سبيل المثال هناك محطة أهلية خاصة باسم :

#### \*قناة العفاسي:

تبث من الكويت مقتصرة على الأناشيد و الأغاني الدينية فقط ، بالإضافة إلى الأدعية مع صور الأماكن الإسلامية المقدسة ، و نجد إقبالا من طائفة كبري من الناس تطرب لسماع الأناشيد (الدينية) والأغاني و الأدعية الدينية ، لكنها ليست بالإعلامية أو الإخبارية ، ثم تحولت هذه المحطة مع مرور الوقت و بعد نجاحها و انتشارها إلى بيع نغمات يتم إنزالها على الهواتف الخلوية والمشاهدين أيضا ليس لها أي هدف سياسي كان يسلط الضوء على الأحداث السياسية الدينية التي تتعلق بالإرهاب و لا تقوم بتغطية أخبار طوائف إسلامية مثل السنة أو الشيعة أو مذاهب إسلامية أخرى .  
فالهدف منها إذن جذب انتباه الراغبين في مشاهدتها إلى ضرورة الصلاة والعبادة و الدعاء ، و لكنها أدخلت جانب الدعاية التجارية وهي إدخال النغمات على الخلويات للراغبين ، ولا اعتقد أن هذه المحطة لها جمهور كبير على مستوى العالمي غير المسلمين .

1-د.فارس عطوان:الفضائيات العربية ودورها الإعلامي،دار أسامة للنشر والتوزيع،عمان،الأردن،ص3- عبد الرزاق محمد الديلمي: الإعلام الإسلامي،دارأسامة ،2013،عمان الاردن،ط1،ص271

**\*قناة الرسالة:**

تختلف عن سابقتها بكونها متخصصة في الدين الإسلامي، لكنها تقوم بإعداد برامج حوارات تخدم المسائل الإسلامية واهتمامات المسلمين، ولكن حيد لو أن هذه الفضائيات تقوم ببث برامج باللغة الأجنبية إلى جماهير غير عربية و غير إسلامية لتعريفهم بالدين الإسلامي و مبادئه و سماحته و تشرح حضارة المسلمين و تسامحهم وأن تقم تمثيلات باللغات الأجنبية تشرح الدين الإسلامي ، كما أنها أحيانا تقدم برامج استفسارات للجمهور مع رجال الدين ، و اعتقد أن جمهورها محدد<sup>(1)</sup>.

ومن المحطات الفضائية المتخصصة ذات الطابع السياسي و الديني و جمهورها محدود ممن يهتمون بالقضايا الدينية و السياسية المحددة مثل :

– محطة المنار التابعة لحزب الله

– محطة الجند

– محطات عراقية بعضها للسنة و بعضها للشيعة مثل الفرات و الأنوار.

وهذه المحطات إنما تعمل لخدمة قضايا فضائية إيديولوجية و ليست ربحية ولا تهتم بالإعلانات التجارية كغيرها من المحطات ، و قد تدخل في برامجها دينية و إرشادية و لقاءات و حوارات هادفة لخدمة قضايا معينة<sup>(2)</sup>

**\*قناة القرآن الكريم الجزائرية :**

تعتبر أول قناة دينية جزائرية ، بحيث تظم كوكبة من الدعاة الجزائريين ، تسعى القناة إلى تعريف بالتراث الديني الجزائري ، وبصمات بعض الدعاة الجزائريين في ميدان الدعوة و العلم الشرعي ، تبث القناة مجموعة من البرامج الدينية مع الإستعانة بدعاة من العالم العربي الإسلامي.<sup>(3)</sup>

1- د. فارس عطوان: الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 134، 135.

2- د. فارس عطوان: مرجع سبق ذكره، ص 136

3- الفضائيات الإسلامية... المولود الجديد. : http://www.asyeh.com/asyeh يوم الزيارة 2009/02/27.

### 03- السمات الإيجابية والسلبية للقنوات الفضائية الدينية :

#### \* السمات الإيجابية :

- تقول الباحثة الجامعية "سنية المنصوري" في تصريحات لموقع "إسلام أون لاين" بأن وجود قنوات فضائية إسلامية، مثل إقرأ، القرآن الكريم... وغيرها، يمثل مصدرا يديلا للمعرفة الإسلامية والفتوى الدينية خصوصا لدى المرأة في ظل غياب الدعاة والوعاظ الدينيين عن المساجد، كما أن الدعاة تحولوا إلى (شخصيات مؤثرة) في أوساط إجتماعية في بلادها.
- البرامج الدينية والفضائيات تتمتع بجمهور عريض، وتلقى إهتماما لدى الناس...<sup>(1)</sup>، لقدرتها على تقديم مضمون جاد، فبعض هذه القنوات مثلت منابر إسلامية متنوعة الثقافات فهي تلعب دور مهما في تثقيف المرأة المسلمة.
- الإقتراب من سياسة إعلامية عادلة لضع في عين الإعتبار أن الإختلاف من سنة الكون، مع محاولات جادة نحو إتاحة برامج دينية وسطية، يتجاوب مع الوسطية الإسلامية كما تفعل قناة إقرأ.
- إستطاعت هذه القنوات الدينية أن تكون جسرا للحوار والتسامح، بين المذاهب الإسلامية والأديان الأخرى لأنها حاملة لمساحات من القيم الإنسانية المشتركة<sup>(2)</sup>.

#### \* السمات السلبية :

- تأثر بعض القنوات بالوضع السياسي العام و تبعيتها في الجانب السياسي لبعض المكونات العربية، مما أفقدها جزءا من المصداقية المطلوبة في العمل الإعلامي.
- القنوات الإسلامية التي تفسح المجال للنساء في التقديم البرامجي تغض النظر عن الإهتمام المبالغ في اللباس وإستخدام المكياج وإختيار شخصيات جميلة وملفتة للنظر.
- إعتماد بعض القنوات على الفنانات المعتزلات برغم جذب الجمهور المشاهدين خاصة المرأة، في الوقت الذي يفتقدون فيه لمهارة التقديم والإعداد، فضلا عن ضعف الخلفية الإسلامية .
- التكرار في عرض البرامج، وأحيانا بأوقات متشابهة مما يسبب الملل، والسأم للمشاهد.
- الإبتعاد ما أمكن عن مناقشة القضايا السياسية أو وضعها في نطاق ضيق، خوفا من التعرض لها، بينما أكثر القنوات لا تتوانى في مناقشة أشد القضايا حساسية.
- الإكتفاء بالضيوف ممن يحمل نفس توجه و التخصص الشدشد من غيرهم.
- التحفظ في معالجة القضايا المعاصرة، والإفتقار للجرأة في الطرح والنقاش والخوف والحذر من بعض المواضيع<sup>(3)</sup>

1- موقع المسلم الفضائيات الإسلامية، مظرة أولية. R moslim.net.node

2- شبكة الأولوية، القنوات الدينية الإسلامية واقعتها ومستقبلها، 2013 <https://www.alukah.net.culture.mars>

3- موقع المسلم الفضائيات الإسلامية، مظرة أولية R moslim.net.node

## 04- واقع الفضائيات الدينية:

أضحت القنوات الدينية أحد مكونات شيكات القنوات الدينية، التي شهدت بدورها تطورا كما مقارنة بنشأتها المحدودة، من حيث عدد القنوات الفضائية المتخصصة، حيث أبدت القنوات الفضائية المتخصصة في المنطقة العربية إهتماما واضحا بالإعلام الديني، وربما جاء هذا الإهتمام لاحقا لنشاطها الترفيهي، لكنه سرعان ما بات أحد مكوناتها الأساسية، حيث شهد عام 1998 إطلاق أول قناة دينية متخصصة من قبل راديو العرب وتلفزيون «art» وهي قناة إقرأ التي حملت شعار متعة الإعلام الهادف .

ثم أطلقت قناة إسلامية أخرى عام 2000 وهي قناة المنار المملوكة لحزب الله، وتولى إطلاق القنوات الدينية بعد ذلك، بوتيرة أسرع قناة المجد والصفوة عام 2003 الرسالة، وهذه قنوات تقدم محتوى ديني في إطار برامج إجتماعية، أسرية، والنوع الآخر قنوات دينية متخصصة مثل الفجر، العفاسي، شدا وهي تقوم محتوى ديني محدد بث القرآن الكريم، أناشيد إسلامية، أو علوم الحديث والقرآن، أما من حيث التوجه فهماك قنوات محايدة كقناة إقرأ الرسالة، أما القنوات السلفية مثل الصوفية، وقنوات شيعية مثل المنار، الأنوار، أهل البيت. ولقد بلغ عدد القنوات الدينية الفضائية 55 قناة حسب إحصاءات عام 2015 .

ولعل هذا الإنقسام مشهد الإعلام الديني على النحو الموضع سابقا، قد أسهم في ظل غياب رقابة فاعلة في ظهور العديد من السليبيات ، هذا الإنقسام مشهد الإعلام الديني على النحو الموضع سابقا، قد أسهم في ظل غياب رقابة فاعلة، في ظهور العديد من السليبيات، وفي هذا الإطار عملت دول عربية على إتخاذ إجراءات من شأنها ضبط النشاط الديني لاسيما، مع إنتشار فوضى الفتاوى، وإنتحال العديد من الأشخاص صفة الداعية. وعلى سبيل المثال في الجزائر، في يناير 2017 إتخذت الجزائر عدة إجراءات لعمل الدعاة الدينين في الإعلام من حظر أي داعية يحمل فكرا تكفيريا أو متطرفا ومنعه من الظهور في أي وسيلة إعلامية<sup>(1)</sup>

1- مركز المستقبل للأبحاث والدراسات، رقابة غائبة، أبريل 2017. [HTTPS://FUTUEUAE](https://futueuae.com).

## المبحث الثالث:

## 01-مدخل نظري للإتجاهات:

إن موضوع الإتجاهات من الموضوعات التي تهتم أي شخص تتطلب عمله التفاعل مع الجمهور، فقد أشارت كثير من الأبحاث في مجال علم النفس أن حوالي 70 بالمائة من الدراسات و الأبحاث تدور حول موضوع الإتجاهات، وذلك لجدلية العلاقة بين الإتجاه و السلوك ، فبعض الأبحاث تقول أن الإتجاه يدل على السلوك ، و بعضها الآخر من السلوك يقول انه السلوك يستدل على الإتجاه.

## أ- نبذة عن مصطلح الإتجاهات :

إن مصطلح الإتجاهات هو الترجمة العربية لمصطلح ATTITUDES اللغة الإنجليزية ، و هذه الكلمة مشتقة من الكلمة اللاتينية APTUS و تعني ADAPTENESS و معناه التوافق ، وقد ظهر مصطلح الإتجاهات في مجال علم النفس منذ سنتي 1909-1910 و لقد كان الفيلسوف الإنجليزي هوربرت سبنسر H.SPENSER أول من استخدمه عام 1862 في كتابه المسمى: "المبادئ الأولى" حيث قال : "إن وصولنا إلى أحكام صحيحة في مسائل مثيرة لكثير من الجدل ، يعتمد إلى حد كبير إلى إتجاهنا الذهني ، ونحن نصغي إلى هذا الجدل أو تشارك فيه. و يقول "جوردن البورث" "GORDON ALLPORT" و هو حجة في علم النفس الاجتماعي في بحثه عن الإتجاهات النفسية عام 1935: "يمكن القول أن أبرز المفاهيم و أكثرها التزاما في علم النفس الاجتماعي المعاصر ، و ليس ثمنه اصطلاح واحد يفوقها في عدد المرات التي استخدم فيها الدراسات التجريبية<sup>(1)</sup>.

1- صديق حسن :لاتجاهات من منظور علم الاجتماع ،مجلة جامعة دمشق ،المجلد 28 ، العدد 3-4 ، ص299.



ب- تعريف الاتجاهات وعناصرها:

- مفهوم الاتجاهات :

إن الاتجاه هو مفهوم متعدد المعاني، حيث اختلف العلماء و المفكرين في تعريفه ، و يعود هذا الاختلاف من حيث زاوية الرؤية إليهمعرفيا و نفسيا و اجتماعيا ، و يعتبر الاتجاه من أهم ميادين علم النفس الاجتماعي و فيما يلي نستعرض أهم المفاهيم و التعريفات :

-تعريف "بوجاردوس " "**BOGARDUS**" :الاتجاه هو نزعة للتصرف سواء إيجابيا أو سلبيا نحو وضع ما في البيئة التي تحدد قيما إيجابيا أو سلبيا لهذا التصرف.

-تعريف "نيوكمب" "**NEWCOMB**" :من خلال مدخل معرفي سلوكي يمثل الاتجاه من وجهة النظر المعرفية تنظيما لمعارف ذات إرتباطات موجبة أو سالبة ،أما من وجهة النظر الدافعية فالاتجاه يمثل حالة من الاستعداد لاستشارة الدافع ،فاستعداد المرء نحو موضوع معين هو استعداد لاستشارة دوافعه فيما يتصل بالموضوع ،وهذا الاستعداد يتأثر بخبرة المرء ،و معارفه السابقة عن هذا الموضوع سلبا أو إيجابيا<sup>(1)</sup>.

- تعريف "هاري بشو" "**UPSHOW**" : فقد عرف الاتجاهات بأنها المواقف التي يتخذها (الفرد)الأفراد في مواجهة القضايا و المسائل و الأمور المحيطة بهم ، بحيث يمكن نستدل على هذه المواقف من خلال النظر إلى الاتجاه على أنه بناء يتكون من ثلاثة أجزاء :

- نظم دائمة من التقسيمات الايجابية أو السلبية ، المشاعر الانفعالية ،ميول الاستجابة مع أو ضد الموضوعات الاجتماعية.

-تعريف "كامبيل" "**KOMPEL**" :يتمثل الاتجاه فيما بين استجابات الفرد للمواقف الاجتماعية

- عرف الاتجاه في الاتجاه في قاموس مصطلحات علم النفس الحديث و التربية بأنه :الشعور بالتأييد أو المعارضة إزاء موضوع معين كجماعة معينة، أو فكرة أو فلسفة<sup>(2)</sup>.

1- صديق حسن :نفس المرجع السابق ،2014،ص301.

2-Vognnet fourboul catherine,2010,Lesattitudes,page1 -1

أو قضية كالاتجاه نحو عمل المرأة مثلا أو نحو القومية العربية.

- جدير بالذكر أن "البورت" ALLPORT " : يذكر سبعة عشر تعريفا لمفهوم الاتجاه و هو يقترح تلخيصها في الاتجاه نحو حالة استعداد عقلي و عصبي ينشأ من خلال التجربة و يؤثر تأثيرا (ديناميكيا) على استعدادات الفرد إزاء جميع الموضوعات والمواقف التي يتصل بها.

## 02-مراحل تكوين الاتجاهات :

-شروط تكوين الاتجاهات : هناك العديد من العوامل يشترط توافرها جميعا حتى يتكون الاتجاه النفسي ،وهي :

- تكامل الخبرة : أي تشابه الخبرات الفردية حتى ينجو الإنسان إلى تعميم الخبرات كوحدة تصدر عنها أحكام الفرد و استجاباته للمرافق المتشابهة

- تكرار الخبرة : يتكون الاتجاه إذا تكررت الخبرات ،فتكرار الفشل في الرياضيات في الرياضيات مثلا يكون الاتجاه سلبي نحوها.

- حدة الخبرة : فالانفعال الحاد يعمق الخبرة و يجعلها أبعد غورا في نفسية الفرد و أكثر ارتباط بنوعه و سلوكه في المرافق الاجتماعية المرتبطة بمحتوى الخبرة.

- تمايز الخبرة : أي أن تكون الخبرة التي يمارسها الفرد محددة الأبعاد واضحة في (المحتوي) محتوى تصدره و إدراكه حتى يربطها بما يماثلها أثناء تفاعله مع عناصر البيئة الاجتماعية.

- انتقال أثر الخبرة : تنتقل الخبرة عن طريق التصور والتخيل و التقليد ، مثل الطفل يكون اتجاهه من الأسرة التي ينشأ فيها من خلال عملية التطبيع الاجتماعي عبر المحاكاة و التقليد<sup>(1)</sup>.

1- سهام إبراهيم كامل محمد : مفهوم الاتجاه ، ماجستير في التربية (رياض الأطفال ) ، جامعة القاهرة ، ص 11.

\* مراحل تكوين الاتجاه :

وعمليا يمر تكوين الاتجاه بثلاث مراحل و هي :

- المرحلة الإدراكية المعرفية :

وهي المرحلة التي يدرك فيها الفرد المثيرات التي تحيط به ويتعرف عليها، و من ثم تتكون لديه الخبرات و المعلومات التي يصبح إطارا معرفيا لهذه المثيرات والعناصر، كتكوين اتجاهات حول مواضيع مادية كالمدرسة مثلا أو المنزل ، أو نحو الأفراد والإخوة الأصدقاء و المدرسين ، أو نحو قيم اجتماعية كالتعاون و الخير و الحق.

- المرحلة التقييمية :

وهي المرحلة التي يقوم فيها الفرد بتقييم (إيجابي أو سلبي) حصيلة تفاعلية مع هذه المثيرات و العناصر (أشخاص، موضوعات )، و يستند في عملية التقييم هذه إلى ذلك الإطار المعرفي بما فيه من متغيرات موضوعية مثل خصائص الأشياء ومقوماتها و من مثيرات ذاتية مثل صورة الذات وأبعاد التطابق والتشابه و التمايز ، هي جميعا تعمد على ذاتية الفرد وأحاسيسه و مشاعره فيصبح هذا الأساس الذي سيبث عليه رفضه و تأييده على موضوع معين.

- المرحلة التقريرية :

وهي مرحلة التقرير أو إصدار الحكم بالنسبة لعلاقة الفرد مع عنصر من عناصر البيئة بمعنى آخر يصبح الاتجاه قابلا للاستقرار و الثبات نحو موضوعات محددة ، ومحيطه به، ويعبر عن طريق الموافقة أو المعارضة<sup>(1)</sup>.

1- شوامرة طالب نادر، (2014): نفس المرجع السابق، ص131، 130.

### 03-وظائف الاتجاهات :

للاتجاهات أدوار هامة في تحديد سلوكنا ، فهي تؤثر مثلا في أحكامنا و إدراكنا للآخرين وفي سرعة كفاية تعلمنا ، كما أنها تساعدنا في تحديد الجماعات التي ترتبط بها و المهن التي نختارها في النهاية بل وحتى الفلسفة التي نعيش بها ، و فيما يلي عدد من الوظائف التي تؤديها الاتجاهات على المستوى الشخصي و الاجتماعي :

- تحدد يلوك الفرد نحو موضوع معين أو موقف معين أو مهنة معينة ن فلكل من الاتجاهات تحدد سلوكه في مواقف معينة مثل المواقف المتصلة بأمور دينية ، وعمله أو طرق تعامله مع الناس أو نشاطه أو نظرتة لأي الأفراد أو أمة من الأمم أو نظرتة لذاته فقد يجد نفسه يحتقرها .

- تستخدم في العلاج النفسي عن طريق تغيير إتجاهات الفرد نحو ذاته،أو نحو الآخرين و نحو البيئة التي يعيش فيها.

- تساعد الفرد على التكيف مع الجماعة التي يعيش فيها ، لأنه يشكل اتجاهات مشابهة لاتجاهات الأشخاص المهمين في بيئته . وقد بين كل من السيد وفرج ومحمود 2003 أن الاتجاه يجعل الفرد قادرا على تغيير المنبهات وتقييمها في ضوء أهدافه واهتماماتها مما يجعله يستطيع تصنيف الأفعال و الموضوعات في البيئة مكونا ميلا في الاستجابة المتاحة الملائمة المرتبطة بهذا الأشياء و هكذا تمتد الاتجاهات الفرد بنظرة عامة للعالم يري من خلالها الآخرين و الأحداث (التي تبرز) بشكل يبرز تصورا طيبا عن ذاته ، مما يعني حماية مفهومه عن ذاته من التشويه ، لذا يطلق بعضهم على هذه الوظيفة بوظيفة الدفاع عن الذات.

- تساعد على اتساق سلوك الفرد و ثباته نسبيا في المواقف المختلفة ن بحيث يسلك اتجاهها على نحو ثابت ، و يتجنب الضياع أو لتشتت في متاهات الخبرات الجزئية المنفصلة . وأشار زهران 1977 إلى أنها تيسر للفرد القدرة على السلوك، واتخاذ القرارات في المواقف النفسية المتعددة في شئ من الاتساق و التوحيد دون تردد أو تفكير في كل موقف في كل مرة تفكيراً مستقلاً.

- تتيح الفرصة للفرد للتعبير عن ذاته و تحديد هويته ومكانته في المجتمع الذي يعيش فيه ، حيث تدفعه اتجاهاته للاستجابة بقوة ونشاط و فعالية المثيرات البيئية المختلفة ، الأمر الذي يضيف على حياته معنى عاما و يجنبه حالة الانعزال و اللامبالاة<sup>(1)</sup>.

1- شوامرة طالب نادر : نفس المرجع السابق، 2014، ص 121، 122.

- يلجا الفرد أحيانا لتكوين اتجاهات معينة لتبرير صراعاته الداخلية أو فشله في أوضاع معينة للاحتفاظ بكرامته و ثقته بنفسه ، و قد يكون الطالب اتجاها سلبيا نحو المنهاج أو المدرس أو النظام التعليمي بحمله عندما يفشل في إنجاز المستوى التحصيلي الذي يرغب فيه.

- للاتجاهات دور مهم في التعليم و الأداء ، فاتجاهات الطلبة نحو المادة الدراسية و النشاطات المدرسية ونحو زملائهم و معلميههم و أنفسهم ، تؤثر في (قدراتهم) على إنجاز المهام التعليمية المرغوب فيها.

- تحقق الرضا المهني للفرد عن طريق تأهيله على نحو يشعر بمتعة العمل الذي يقوم بها.

#### \* الوظيفة الذرائعية :

فالفرد يعبر عن اتجاهاته أما الذي يقدم نفسه للآخرين ممن يشكلون جماعة سواء كانت ينتمي إليها أم لا ، و إما يقوم هؤلاء الآخرين و أفعالهم ، و في كلتا الحالتين يسعى من خلال تعبيره هذا الوصول على عائدتها .

#### \* مصدر المعرفة :

إذ تمكن الاتجاهات الفرد من فهم العالم المحيط به لأنها تمدد بإطار دلالة مرجعي يضفي (معني) معني على الأحداث الجارية مما يجعله قادرا على توقعها وبالتالي يشعر بأنه أكثر كفاية عند التعامل معها وتدمج بعض البحوث وظيفة الاتجاه الذرائعية مع وظيفتها بصفتها مصدرا للمعرفة تحت مسمى النفعي (Utilitarianism).

#### \* الوظيفة التكيفية :

من أهم الوظائف التي تؤديها الاتجاهات الوظيفية المرتبطة بتكييف الفرد مع بيئته ، حيث تزوده بالقدرة على التكيف مع المواقف المتعددة التي يواجهها، وذلك من خلال تفادي الأخطار المتوقعة و محاولة الاستفادة من الأشياء المقبولة .

كما تساعد الإنسان على أن يتعامل مع المواقف السيوكولوجية على نحو (منسق) بحيث يجمع ما لديه من خبرات متنوعة في كل واحد منظم تساعده على أن يصل إلى أهدافه المحددة<sup>(1)</sup>.

1- شوامرة طالب نادر : نفس المرجع السابق، 2014، ص 121، 122.

\*الوظيفة الدفاعية :

تقوم الاتجاهات بوظيفة دفاعية من خلال حماية الفرد لذاته وخفض توتره و دوافعه ، فهي توجه استجابات الفرد نحو مختلف الموضوعات ،وتحددها بشكل ثابت ،و بالتالي تعد موجات عامة لسلوك الأفراد ومن ثم تأخذ صفة الحافز منذ لحظة تحديدها للاستجابة. و تبدأ الاستجابة الدفاعية من داخل الشخص نو الموضوعات والمواقف التي تنصب عليها هذه الاتجاهات تكون وسائل تنفيس أو مخرج مناسبة للتعبير ن وحينها لا توجد هدف مناسب فإن الشخص يخلق هذا الهدف ن كما هو الحال في اتجاهات التعصب العنصري ن فقد تثار اتجاهات دفاع الآن عادة عن طريق أي نوقف مهدد للفرد.

تغيير الاتجاهات الدفاعية صعب، وذلك لأن تغييرها يتحقق عن طريق إزالة التهديد الكاهن. - إتجاه يحمل الفرد أن يحس ويدرك ويفكر بطريقة محددة إزاء موضوعات البيئة الخارجية. -إتجاهات المعلنة تعبر عن إنصياح الفرد لما يسود مجتمعه من معايير و قيم و معتقدات<sup>(1)</sup>.

04-أهمية الاتجاهات :

تظهر أهمية الاتجاهات النفسية في سلوك التنظيمي لأسباب نذكر أهمها :

- الاتجاهات النفسية تؤثر في سلوك الفرد داخل العمل في مجالات معينة أهمها الغياب و ترك العمل والرضا و الانتماء للوظيفة أو المنظمة.

- الاتجاهات النفسية هدف مطلوب تحقيقه بشكل ايجابي فأى منظمة مطالبة بتحسين مشاعر العاملين فيها إتجاه قضايا واتجاه كل ما يسمي العمل وذلك لأنه جزء كبير حياتنا و على كل منظمة إذن أن تقوم بتحسين جودة حياة الناس في العمل وبالتالي تحسين الاتجاهات النفسية هو هدف في حد ذاته.

- أنها تكمن من التنبؤ بالسلوك

- أنها تمثل وظيفة دفاعية ، مثال اتجاه العاملين نحو (اتحاداتهم) واتحاداتهم و رؤوساتهم تكون لديهم اتجاهات إيجابية أو سلبية معارضة أو رافضة أو قبول .

- أنها تساعد الأفراد والجماعات على التعبير عن ثقافتهم ومثلهم

- الاتجاهات تلعب دورا مهما في تنظيم المعارف والمدرجات والإنفعالات بصورة أكثر تحديدا و تكاملا<sup>(2)</sup>.

1- شوامرة طالب نادر : نفس المرجع السابق، 2014، ص 123.

2- عبد المعصي محمد : نفس المرجع السابق ، 1999 ، ص 132.

**تمهيد :**

بعد ان قمنا بعرض الإطار المنهجي والإطار النظري للدراسة ، سنحاول من خلال الجانب الميداني ترجمة هذه الحقائق إلى معطيات ملموسة، وذلك بتحويل المعطيات النظرية إلى حقائق واقعية في ضوء البيانات والمعلومات المتحصل عليها في الميدان .

سنحاول من خلال المبحث عرض الدراسة، وذلك من خلال جمع البيانات للمرور إلى تحليل البيانات من خلال جدول بسيطة وأخري مركبة والوصول إلى نتائج التساؤلات والاستنتاج العام.

المبحث الأول: البيانات الشخصية

جدول رقم 01 يوضح نسبة أعمار عينة الدراسة :

النسبة	التكرار	السن
%21	21	]30-25]
%29	29	]35-30]
%14	14	]40-35]
%36	36	40 فما فوق
%100	100	المجموع

تبين من خلال الجدول أن الفئة الأربعين (40 فما فوق الفئة) هي الأكثر مشاهدة للبرامج الدينية عبر الفضائيات الدينية المتخصصة ، لكون هذه الفئة لديها حسب الإطلاع على أمور الدين أكثر رزانة و تمسكا بالوازع الديني .  
فيما جاءت فئة (30-35) هي الفئة أكثر من فئة (25-30) نتيجة إرتباطات الفئة الأخيرة بالدراسة أو إنشغالات أخرى.

جدول رقم 02 يوضح المستوي التعليمي لعينة الدراسة :

النسبة	التكرار	المستوي التعليمي
%07	07	أمية
%93	93	متعلمة
%100	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن فئة المتعلمات هي النسبة الأكبر قدرات بـ93% ، وذلك يعود على قدرتهن على تحصيل المعلومات المرتبطة بمجال الدين ، ضف إلى ذلك التعليم أصبح ضرورة لكل فرد بغض النظر عن مركزها أو سنها.



جدول رقم 03 يمثل الحالة المهنية لعينة الدراسة :

النسبة	التكرار	المهنة
50%	50	عاملة
50%	50	غير عاملة
100%	100	المجموع

يبين الجدول رقم 03 توزيع العينة حسب المهنة كالتالي :

المرأة العاملة 50 مفردة بنسبة 50 %

المرأة الغير العاملة (مأكنة في البيت) 50 مفردة بنسبة 50%

وجاءت هذه النسب طبقا لنوعية العينة المختارة.

جدول رقم 04 يمثل الحالة العائلية لعينة الدراسة

النسبة	التكرار	الحالة العائلية
29%	29	عزباء
61%	61	متزوجة
08%	08	مطلقة
02%	02	أرملة
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 04 أن نسبة المتزوجات تمثل 61% من المستويات ، و هي الفئة الأكثر

متابعة للبرامج الدينية ، وذلك لإهتمامهن الشديد لما تقدمه من مواضع مفيدة ، لتأتي بعد ذلك نسبة 29% تمثل

الفئة العزباء.

المبحث الثاني: إقبال المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية  
جدول رقم 01 يمثل درجة متابعة المرأة الجزائرية للفضائيات الدينية :

النسبة	التكرار	متابعة الفضائيات
15%	15	دائما
76%	76	أحيانا
09%	09	نادرا
100%	100	المجموع

نشاهد من خلال الجدول رقم 01 أن نسبة 76% أحيانا ما تتابع البرامج الدينية، وذلك بحكم إرباطهم و إنشغالهم اليومية، سواء إتجاه العمل أو الأسرة ، إضافة إلى كثرة إهتماماتهم بمجالات أخرى.

جدول رقم 02 يمثل القنوات المفضلة :

النسبة	التكرار	القنوات المفضلة
37%	37	قناة إقرأ
28%	28	قناة الرسالة
60%	60	قناة القرآن الكريم
33%	33	أخرى
100%	100	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم 02 أن الإجابة عن التساؤل الخاص بالقنوات المفضلة أن قناة القرآن الكريم الجزائرية هي الأكثر مشاهدة بنسبة 60%، وهذا يعود لما تبثه هذه القناة من مضامين ومواضيع تتوافق مع إهتمامات المرأة الجزائرية ، تليها قناة إقرأ الفضائية بنسبة 23.40% وقنوات أخرى بنسبة 20.90% و بدرجة أقل قناة الرسالة بنسبة 17.70% .

جدول رقم 03 يوضح درجة مشاهدة البرامج الدينية المفضلة :

النسبة	التكرار	مشاهدة البرامج الدينية
23%	23	دائما
71%	71	أحيانا
06%	06	نادرا
100%	100	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة 71 % أحيانا ما تفضل مشاهدة البرامج ، وهذه حسب الوقت المتاح لديهم.

جدول رقم 04 يمثل تفضيل مشاهدة البرامج الدينية :

النسبة	التكرار	مشاهدة البرامج الدينية
76%	76	مسجلة
24%	24	إعادة
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم 04 تبين لنا أن النسبة التي تفضل مشاهدة البرامج الدينية المسجلة هي، نسبة 76% وهذا راجع إلى فضول المرأة في مشاهدتها مسجلة عكس المعادة التي تتحتم عليها بسبب إلتزامات شخصية

جدول رقم 05 يمثل توقيت مشاهدة البرامج الدينية :

النسبة	التكرار	أوقات المشاهدة
15%	15	صباحا
14%	14	ظهرا
55%	55	مساء
16%	16	ليلا
100%	100	المجموع

يمثل الجدول رقم 05 الأوقات المناسبة لمشاهدة البرامج الدينية، وهي الفترة المسائية بنسبة 55% ، لأن أغليتهن تفرغن من إلتزامهن طوال اليوم ، وأقل الأوقات مشاهدة هي الفترة الصباحية ، و هذا يعود إلى إنشغال المرأة و إهتماماتها الأسرية.

جدول رقم 06 مركب توقيت مشاهدة البرامج الدينية حسب متغير الحالة المهنية:

المجموع	المرأة غير العاملة		المرأة العاملة		الحالة المهنية
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	%46.70	7	%53.30	8	صباحا
%100	%64.30	9	%35.70	5	ظهرا
%100	%41.80	23	%58.20	32	مساء
%100	%43.80	7	%56.30	9	ليلا
% 100	%46	46	% 54	54	المجموع

يوضح الجدول التالي أفضلية الأوقات مشاهدة البرامج الدينية عبر الفضايات الدينية المتخصصة حسب متغير الحالة المهنية ، ويلاحظ من خلال النسب المقدمة ان أكثر الأوقات مشاهدة البرامج بالنسبة للمرأة العاملة هي الفترة المسائية والليلية بنسبة 58.20 % و 56.30%، في حين وصلت نسبة الفترة الصباحية 53.30% وأوقات الظهر 35.70% .

وهذا يبين ان المرأة العاملة تتفرغ أكثر بعد الخروج من الدوام العمل ، و نسبة المشاهدة في الفترة الصباحية هي نسبة لا بأس بها ، فقد تحطفت من أوقات العمل لمشاهدة برنامج مفضل لديها ، وهذه الاوقات تختلف لدي المرأة غير العاملة حيث أن نسبة المشاهدة لديها تزداد في الفترة الصباحية بـ 46.70% والظهرية بـ 64.30% وهي أعلى نسبة مشاهدة لأنه الوقت الذي تتفرغ فيه المرأة الماكثة بالبيت من واجباتها المنزلي .

جدول رقم 07 يمثل تفضيل مشاهدة البرامج :

مع من تفضيل المشاهدة	التكرار	النسبة
بمفردك	25	%25
مع العائلة	31	%31
حسب الظروف	44	%44
المجموع	100	%100

من خلال الجدول أعلاه نجد أن مشاهدة هذه البرامج حسب الظروف هي النسبة الأكثر 44% ، وأقل الطرق المشاهدة هي التي تكون المرأة مع العائلة بنسبة 31% ، وهذه نتيجة إجتماعية بأن المرأة تحب تشارك هذه المواضيع مع غيرها.

جدول رقم 08 يمثل فترة مشاهدة البرامج الدينية :

النسبة	التكرار	مشاهدة البرامج
11%	11	أقل من 05 سنوات
26%	26	من 05 إلى 10 سنوات
63%	63	10 سنوات فأكثر
100%	100	المجموع

نلاحظ حسب الإحصائيات المبينة أعلاه أن فترة 10 سنوات فما أكثر هي التي عرفت أعلى نسبة ب 63% نظرا لما تحضي بها هذه البرامج من إهتمامات ومتابعة وإشباع المرأة ، بينما 26% عادت إلى الفترة من 05 سنوات إلى 10 سنوات ، تليها أخيرا نسبة 11% عادت على فترة أقل من 05 سنوات.

جدول رقم 09 مركب يمثل فترات مشاهدة البرامج الدينية حسب متغير السن:

المجموع	40 فما فوق		من 35 إلى 40		من 30 إلى 35		من 25 إلى 30		السن
	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	
100%	18.20%		18.20%		9.10%		54.50%		أقل من 05 سنوات
11		2		2		1		6	
100%	34.60%		11.50%		34.60%		19.20%		من 05-10 سنوات
26		9		3		9		5	
100%	39.70%	25	14.30%		30.20%		15.90%		من 10 سنوات فأكثر
63		25		9		19		10	

يوضح الجدول التالي توزيع فترات مشاهدة البرامج الدينية حسب متغير السن حيث نلاحظ:

أن الفئة العمرية من (25-30) حصدت نسبة 54.50% في فترة أقل من 05 سنوات ، في حين تعادلت النسب للفئة العمرية من (35-40) إلى 40 فما فوق على 18.20% وأقل نسبة سجلت بـ 09.10% للفئة العمرية من (30-35).

- تعادلت الفئة العمرية (30-35) و 40 فما فوق بنسبة 34.60% خلال فترة من 05-10 سنوات وفئة (25-30) سجلت نسبة 19.20% ، وتأقي في الأخير الفئة العمرية من (35-40) بنسبة 11.50% أفضلية .

- الفئة العمرية من 40 فما فوق عرفت أكثر نسبة مشاهدة في فترة 10 سنوات فكثر بـ 39.70% تليها الفئة العمرية (30-35) بنسبة 30.20% ثم فئة (25-30) بنسبة 15.90% وأقل نسبة مشاهدة في العشر السنوات فكثر من نصيب الفئة العمرية (35-40) بنسبة 14.30%.

جدول رقم 10 يمثل الوقت المفضل في مشاهدة البرامج الدينية :

النسبة	التكرار	الوقت الذي تفضلين في مشاهدة البرامج
07%	07	أقل من ساعة
05%	05	من ساعة إلى ساعتين
41%	41	حسب مدة البرنامج
47%	47	حسب تفرغي
100%	100	المجموع

نشاهد من خلال الجدول أن نسبة 47% بأن المرأة الجزائرية تقضي وقتها في مشاهدة البرامج الدينية بحسب تفرغها ، وهذا راجع إلى إنشغالها إتجاه العمل بالنسبة للعاملة وأعباء البيت بالنسبة للمرأة غير العاملة .

جدول رقم 11 مركب يمثل مدة مشاهدة البرامج الدينية حسب متغير الحالة المهنية:

المجموع	المرأة غير العاملة	المرأة العاملة	أوقات المشاهدة	
%100	%71.40	5	%28.60	2
%100	%20	1	%80	4
%100	%46.30	19	%53.70	22
%100	%44.70	21	%55.30	26
% 100	%46	46	% 54	54

يقدم هذا الجدول الحجم الساعي للوقت التي تقتضيها المرأة الجزائرية سواء كانت عاملة أو غير عاملة في مشاهدة البرامج الدينية حسب متغير الحالة المهنية ، ويلاحظ أن نسبة 80% من النساء العاملات تشتغل من ساعة إلى ساعتين من الوقت في مشاهدة البرامج الدينية ، و بنسبة 55.30% حسب أوقات تفرغها في حين 53.70% حسب مدة البرنامج و النسبة الأدنى 28.60% تشاهد أقل من ساعة هذه البرامج.

بالمقابل نجد نسبة 71.40% بان المرأة غير العاملة التي تشاهد البرامج الدينية تستهلك أقل من ساعة من الوقت ، وهي النسبة الأعلى وتتقارب النسب من 46.30% إلى 44.70% أجابت بحسب مدة البرنامج و أوقات التفرغ ، و أن المرأة الماكثة بالبيت تقضي أوقات أخرى في القيام بزيارات عائلية و الذهاب إلى المسجد للتعلم ، التسوق ، في حين أن المرأة العاملة تعوض بعد الخروج من العمل الأعمال تؤخرها لآخر عطلة الأسبوع.

جدول رقم 12 يمثل أهم البرامج الدينية التي تشاهدها المرأة الجزائرية :

النسبة	العدد	أهم البرامج مشاهدة
%22.40	62	الوعظ و الإرشاد
%20.90	58	برامج الفتوي
%13.40	37	القرآن الكريم (أحكام و تجويد)
%10.80	30	الحياة الزوجية من منظور الدين
%6.90	19	أخري
%100	277	المجموع

نجد من خلال الجدول رقم 12 أن برامج الوعظ والإرشاد بلغت أعلى نسبة مشاهد بنسبة 22.40% لكون المرأة لها ميولات نحو هذه البرامج تقتدي بها لما تقدمه من نصائح وإرشادات وتوجيهات ، أما المرتبة الثانية عادت إلى برامج الفتوي بنسبة 20.90% ، و تليها المرتبة الثالثة والتي تتمثل في برامج القرآن الكريم (أحكام و تجويد) أما المرتبة الرابعة فكانت من نصيب البرامج المتعلقة بالحياة الزوجية من منظور الدين بنسبة 80.10% ، وجاءت البرامج المختلفة في المرتبة الأخيرة بنسبة 6.90%.

### المبحث الثالث :دوافع مشاهدة المرأة الجزائرية للبرامج الدينية

جدول رقم 01 يمثل دوافع مشاهدة البرامج الدينية :

النسبة	التكرار	دوافع المشاهدة
88%	88	الحصول على معلومات جديدة
4%	4	تمضية وقت الفراغ
8%	8	الإعجاب بشيوخ البرنامج
100%	100	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم 01 أن دوافع مشاهدة المرأة للبرامج الدينية يعود لدرجة الأولى إلى الحصول على معلومات جديدة بنسبة 88% ،فبحكم عصرنا المتطور أصبحت تبحث عن الجديد خاصة في فهم أمور دينها في حين الإعجاب بشيوخ البرنامج بنسبة 8% وهذا راجع إلى تغلب مضمون البرنامج ،بينما جاءت نسبة 4% دافع لمن لمشاهدة البرنامج وهو تمضية وقت الفراغ.

جدول رقم 02 يمثل التفاعل مع البرنامج :

النسبة	التكرار	دوافع المشاهدة
56%	56	لا
44%	44	نعم
100%	100	المجموع

يمثل الجدول أعلاه أن نسبة عدم التفاعل وصلت نسبة 56% ،وجاءت نسبة التفاعل بـ 44% ،ربما قد تعود ذلك إلى إمكانيات مفردات العينة ،أو عدم القدرة على التحكم في إستخدام وسائل الإتصال.



جدول رقم 03 يمثل الإقتداء بالنصائح المقدمة على مستوى البرامج الدينية :

النسبة	التكرار	دوافع المشاهدة
3%	3	لا
97%	97	نعم
100%	100	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أن الإقتداء بالنصائح المقدمة على مستوى البرامج الدينية بنسبة 97%، مما يدل أن المرأة الجزائرية تستوعب ما تقدمه هذه البرامج في الاستفادة منها في أمور مجالات حياتها.

جدول رقم 04 يمثل توافق البرامج الدينية مع إهتمامات المرأة :

النسبة	التكرار	دوافع المشاهدة
7%	7	لا
93%	93	نعم
100%	100	المجموع

يظهر لنا من خلال الجدول رقم 04 أن نسبة 93% ترى أن هذه البرامج تتوافق مع إهتماماتها كإمرأة، مما يفسر أن هذه البرامج الدينية تولي أهمية كبيرة للمرأة، وتعطيها مكانة هامة تليق بها

جدول رقم 05 يمثل الغاية من تفضيل البرامج الدينية :

النسبة	التكرار	تفضيل البرامج الدينية
23.20%	55	لتزويد معلوماتي الدينية
33.80%	80	الاستفادة منها في حياتي الشخصية والإجتماعية
18.10%	43	الإستفادة من النصائح لحل مشكلاتي
20.30%	48	تعلمي لأمر الدين
4.60%	11	أخرى
100%	237	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 05 أن نسبة 33.80 % ترى أن الغاية من تفضيل هذه البرامج الدينية هو الاستفادة منها في الحياة الشخصية والاجتماعية، وهذا يدل أن المرأة تسعى من خلال المشاهدة إلى إشباع حاجاتها سواء الجانب الروحاني أو الاجتماعي، في حين أن نسبة 23.20% عادت إلى غاية إثراء معلوماتها الدينية، وتعلم أمور الفقه بنسبة 20.30% و 18.10% لغاية الاستفادة من النصائح التي تفيدها في حل المشكلات.

جدول رقم 06 مركب يمثل الغاية من تفضيل البرامج الدينية حسب متغير الحالة العائلية:

المجموع	الحالة العائلية								تفضيل البرامج الدينية	
	أرملة		مطلقة		عزباء		متزوجة			
%	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	
55%	55	2%	2	5.1%	5	13.10%	13	35.4%	35	لتزويد معلوماتي الدينية
80.8%	80	1%	1	7%	7	24.20%	24	48.5%	48	الاستفادة منها في حياتي الشخصية والاجتماعية
43.4%	43	2%	2	3%	3	12.1%	12	26.3%	26	الاستفادة من النصائح لحل مشكلاتي
48.5%	48	2%	2	4%	4	12.1%	12	30.3%	30	تعلمي لأمر الدين
11.1%	11	1%	1	1%	1	1%	1	8.1%	8	أخرى
100%										المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ، أن المرأة المتزوجة احتلت المرتبة الأولى في تفضيلها للبرامج الدينية ذات المواضيع المختلفة بحيث نجد الغاية الأولى لها هي الاستفادة منها في حياتها الشخصية والاجتماعية بـ 48.50% ونسبة 35.4% تفضلها لكي تزيد من معلوماتها الدينية، في حين عادت نسبة 30.3% تعلم أمور دينها، ونسبة 26.30% تفضلها لكي تستغلها في حل مشكلاته ، أما المرأة العزباء احتلت المرتبة الثانية إذ نجد نسبة 24.20% تفضلها لكي تستفيد منها في حياتها الشخصية والاجتماعية، تليها نسبة 13.10% تفضلها حتى تزيد من معلوماتها الدينية، فيما تعادلت النسب في غايتها من مشاهدة البرامج بين الاستفادة من النصائح وتعلم أمور دينها بنسبة 12.1% .

## المبحث الرابع: إتجاهات المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية في الفضاءات الدينية

جدول رقم 01 يمثل مساهمة المرأة الجزائرية في تنمية قدرات الإبداع لدى المرأة :

النسبة	التكرار	الإتجاه
68%	68	موافقة
4%	4	معارضة
28%	28	محايدة
100%	100	المجموع

توضيح البيانات الإحصائية المبوبة في الجدول رقم 01 مايلي :

تتجه المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة نحو العبارة "مساهمة المرأة الجزائرية في تنمية قدرات الإبداع لدى المرأة"

موافقة بنسبة 68%

معارضة بنسبة 4%

محايدة بنسبة 28%

نستخلص أن المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة تتجه إيجابيا نحو العبارة السابقة، بحيث ترى أن البرامج الدينية ساهمت فعليا في تنمية قدراتها الإبداعية.

جدول رقم 02 يمثل مساهمة البرامج الدينية في تمسك بالعتيدة الإسلامية :

النسبة	التكرار	الإتجاه
86%	86	موافقة
3%	3	معارضة
11%	11	محايدة
100%	100	المجموع

توضيح البيانات الإحصائية المبوبة في الجدول رقم 02 مايلي :

تتجه المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة نحو العبارة "مساهمة البرامج الدينية في تمسك بالعتيدة الإسلامية"

موافقة بنسبة 86%

معارضة بنسبة 3%

محايدة بنسبة 11%

نستخلص أن المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة تتجه إيجابيا نحو العبارة السابقة، بحيث ترى أن البرامج الدينية ساهمت بنسبة كبيرة في تمسكها بعقيدتها الإسلامية.

جدول رقم 03 يمثل الخلفية الجمالية لديكور البرامج الدينية التي أعطت لمسة إضافية لنجاح البرنامج :

النسبة	التكرار	الاتجاه
34%	34	موافقة
35%	35	معارضة
31%	31	محايدة
100%	100	المجموع

توضيح البيانات الإحصائية المبوبة في الجدول رقم 03 مايلي :

تتجه المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة نحو العبارة "الخلفية الجمالية لديكور البرامج الدينية التي أعطت لمسة إضافية لنجاح البرنامج"

موافقة بنسبة 34%

معارضة بنسبة 35%

محايدة بنسبة 31%

نستخلص أن المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة تتجه إيجابيا نحو العبارة السابقة، بحيث ترى العينة أن نجاح البرنامج لا يمد بأي صلة فيما يتعلق بجمالية الديكور.

جدول رقم 04 يمثل تميز الدعاة والإعلاميون الذين يقدمون البرامج الدينية بالكفاءة الدينية :

النسبة	التكرار	الاتجاه
59%	59	موافقة
06%	06	معارضة
35%	35	محايدة
100%	100	المجموع

توضيح البيانات الإحصائية المبوبة في الجدول رقم 04 كمايلي :

تتجه المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة نحو العبارة "يتميز الدعاة والإعلاميون الذين يقدمون البرامج الدينية بالكفاءة الدينية"

موافقة بنسبة 59%

معارضة بنسبة 6%

محايدة بنسبة 35%

نستخلص أن المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة تتجه إيجابيا نحو العبارة السابقة، بحيث ترى أغلب عينة الدراسة، أن الدعاة يمتلكون من الكفاءة الإعلامية، ما يجعلهم يتقنون أساليب الحوار والتشويق والإقناع.

جدول رقم 05 يمثل ملائمة البرامج الدينية في طرح القضايا التي تعالجها مع المرجعية الدينية (المذهب المالكي):

النسبة	التكرار	الاتجاه
56%	56	موافقة
14%	14	معارضة
30%	30	محايدة
100%	100	المجموع

توضيح البيانات الإحصائية المبوبة في الجدول رقم 05 كمايلي :

تتجه المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة نحو العبارة "تلائم البرامج الدينية في طرح القضايا التي تعالجها مع المرجعية الدينية (المذهب المالكي) "

موافقة بنسبة 56%

معارضة بنسبة 14%

محايدة بنسبة 30%

نستخلص أن المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة تتجه إيجابيا نحو العبارة السابقة.

جدول رقم 06 يمثل البرامج الدينية أكسبت مهارات مفيدة إستغلتها في تربية الأولاد:

النسبة	التكرار	الإتجاه
76%	76	موافقة
07%	07	معارضة
17%	17	محايدة
100%	100	المجموع

توضيح البيانات الإحصائية المبوبة في الجدول رقم 06 كمايلي :

تتجه المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة نحو العبارة " البرامج الدينية أكسبت مهارات مفيدة إستغلتها في تربية الأولاد"

موافقة بنسبة 76%

معارضة بنسبة 07%

محايدة بنسبة 17%

نستنتج أن المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة تتجه إتجاهها إيجابيا نحو العبارة السابقة، بحيث أن هذه البرامج أكسبتها مجموعة من الخبرات والتوجيهات، والإرشادات التربوية إستعانت بها في تلقين الأولاد.

جدول رقم 07 يمثل دفعتني مشاهدة البرامج الدينية لتعلم أحكام القرآن الكريم و التجويد:

النسبة	التكرار	الإتجاه
56%	56	موافقة
14%	14	معارضة
30%	30	محايدة
100%	100	المجموع

توضيح البيانات الإحصائية المبوبة في الجدول رقم 07 كمايلي :

موافقة بنسبة 56%

معارضة بنسبة 14%

محايدة بنسبة 30%

تتجه المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة نحو العبارة "دفعني مشاهدة البرامج الدينية لتعلم أحكام القرآن الكريم والتجويد"

نستخلص أن المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة تتجه إيجابيا نحو العبارة السابقة، بحيث ترى أغلبية العينة أن المرأة الجزائرية لها دافع كبير لتعلم أحكام القرآن الكريم و التجويد و هذا لتستغله في قرائتها للمصحف الشريف و تفسيره.

جدول رقم 08 يمثل يتقن معظم المقدمين والدعاة للبرامج الدينية فن الحوار والإقناع و الأداء

النسبة	التكرار	الاتجاه
57%	57	موافقة
14%	14	معارضة
29%	29	محايدة
100%	100	المجموع

توضيح البيانات الإحصائية المبوبة في الجدول رقم 08 كمايلي :

موافقة بنسبة 57%

معارضة بنسبة 14%

محايدة بنسبة 29%

تتجه المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة نحو العبارة : "يتفق معظم المقدمين والدعاة للبرامج الدينية فن الحوار والإقناع و الأداء "

نستنتج أن المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة تتجه إيجابيا نحو العبارة السابقة، بحيث يري هؤلاء الدعاة و المقدمين أنهم يمتلكون مهارات فن الحوار والخطابة، والذي يتميز بالقدرة على التأثير والإقناع.

جدول رقم 09 يمثل معظم دعاة الدين يقدمون البرامج ليس لهم الكفاءة والإحترافية الإعلامية

النسبة	التكرار	الإتجاه
12%	12	موافقة
42%	42	معارضة
45%	45	محايدة
100%	100	المجموع

توضيح البيانات الإحصائية المبوبة في الجدول رقم 09 كمايلي :

موافقة بنسبة 12%

معارضة بنسبة 42%

محايدة بنسبة 45%

نستنتج أن المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة نحو العبارة "معظم دعاة الدين يقدمون البرامج ليس لهم الكفاءة والإحترافية الإعلامية " ، تتجه إتجاهها محايدا نحو العبارة السابقة، فهي ربما تري عكس ذلك بحيث يتميزون بالكفاءة الدينية وبسعة ثقافتهم الإسلامية.

جدول رقم 10 يمثل وجود تشابه في معالجة قضايا المرأة بين البرامج:

النسبة	التكرار	الإتجاه
47%	47	موافقة
21%	21	معارضة
32%	32	محايدة
100%	100	المجموع

توضيح البيانات الإحصائية المبوبة في الجدول رقم 10 كمايلي :

تتجه المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة نحو العبارة "هناك تشابه في معالجة قضايا المرأة بين البرامج"

موافقة بنسبة 47%

معارضة بنسبة 21%

محايدة بنسبة 32%



نستنتج أن المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة تتجه إيجابيا نحو العبارة السابقة، بحيث أصبحت البرامج الدينية في مختلف الفضائيات مقلدة عن بعضها البعض في معالجة مختلف القضايا التي تطرحها.

جدول رقم 11 يمثل تنافس البرامج الدينية فيما بينها من أجل التنافس لا غير:

النسبة	التكرار	الاتجاه
13%	13	موافقة
42%	42	معارضة
45%	45	محايدة
100%	100	المجموع

توضيح البيانات الإحصائية المبوبة في الجدول رقم 11 كمايلي :

تتجه المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة نحو العبارة "تتنافس البرامج الدينية فيما بينها من أجل التنافس لا غير"

موافقة بنسبة 13%

معارضة بنسبة 42%

محايدة بنسبة 45%

نستخلص أن المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة تتجه اتجاها محايدا نحو العبارة السابقة، بحيث لم تبدي رأيها الإيجابي أو السلبي.

جدول رقم 12 يمثل ساهمت البرامج الدينية في تقديم فنانات معتزلات وأعطت لهم ميزة

إيجابية في القدوة

النسبة	التكرار	الاتجاه
27%	27	موافقة
22%	22	معارضة
51%	51	محايدة
100%	100	المجموع

توضيح البيانات الإحصائية المبوبة في الجدول رقم 12 كمايلي :

تتجه المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة نحو العبارة "ساهمت البرامج الدينية في تقديم فنانات معتزلات وأعطت لهم ميزة إيجابية في القدوة "

موافقة بنسبة 27%

معارضة بنسبة 22%

محايدة بنسبة 51%

نستنتج أن المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة تتجه إتجاهها محايدا نحو العبارة السابقة، ثم لا تبدي رأيها لا بالإيجابي ولا بالسليبي.

جدول رقم 13 يمثل معظم المعلومات التي تقدم في البرامج الدينية بسيطة وسطحية:

النسبة	التكرار	الإتجاه
20%	20	موافقة
55%	55	معارضة
25%	25	محايدة
100%	100	المجموع

توضيح البيانات الإحصائية المبوبة في الجدول رقم 13 كمايلي :

تتجه المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة نحو العبارة "معظم المعلومات التي تقدم في البرامج الدينية بسيطة و سطحية"

موافقة بنسبة 20%

معارضة بنسبة 55%

محايدة بنسبة 25%

نستنتج أن المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة تتجه إتجاهها سلبيا نحو العبارة السابقة، فهي ترى أن المعلومات التي تقدم ثرية بمعانيها مفيدة بمفاهيمها وجليه بمواضيعها.

جدول رقم 14 يمثل المواضيع التي تطرح في البرامج الدينية مملة وساذجة

النسبة	التكرار	الإتجاه
10%	10	موافقة
68%	68	معارضة
22%	22	محايدة
100%	100	المجموع

توضيح البيانات الإحصائية المبوبة في الجدول رقم 13 كمايلي :

تتجه المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة نحو العبارة "المواضيع التي تطرح في البرامج الدينية مملة وساذجة"

موافقة بنسبة 10%

معارضة بنسبة 68%

محايدة بنسبة 22%

نستنتج أن المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة تتجه إتجاهها سلبيا نحو العبارة السابقة، فهي ترى أن هذه البرامج تهتم بمشاكل و قضايا المجتمع ، كما أنها تقدم توجيهات و إرشادات و نصائح في تعلم و فهم أمور الدين و إصلاح المجتمع.

جدول رقم 15: "كثرة الدعاة في البرامج الدينية أدي إلى إختلاف الفتوي الموجهة للمرأة"

النسبة	التكرار	الإتجاه
55%	55	موافقة
16%	16	معارضة
29%	29	محايدة
100%	100	المجموع

توضيح البيانات الإحصائية المبوبة في الجدول رقم 15 كمايلي :

تتجه المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة نحو العبارة " كثرة الدعاة في البرامج الدينية أدى إلى إختلاف الفتوي الموجهة للمرأة"

موافقة بنسبة 55%

معارضة بنسبة 16%

محايدة بنسبة 29%

نستنتج أن المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة تتجه إيجابيا نحو العبارة السابقة، فهي ترى أن تعدد الدعاة في الفضائيات الدينية وكل واحد له طرحه الخاص أدى إلى إختلافات بمسائل تتعلق بالمرأة (كالحجاب خروجها للعمل ، قيادة السيارة...إلخ).

جدول رقم 16 يمثل بعض مقدمات البرامج الدينية تهتم إهتماما مبالغا بالمظهر (اللباس والمكياج)"

النسبة	التكرار	الإتجاه
51%	51	موافقة
21%	21	معارضة
28%	28	محايدة
100%	100	المجموع

توضيح البيانات الإحصائية المبوبة في الجدول رقم 16 كمايلي :

تتجه المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة نحو العبارة " بعض مقدمات البرامج الدينية تهتم إهتماما مبالغا بالمظهر (اللباس والمكياج)"

موافقة بنسبة 51%

معارضة بنسبة 21%

محايدة بنسبة 28%

نستنتج أن المرأة الجزائرية ممثلة في عينة الدراسة تتجه إيجابيا نحو العبارة السابقة فهي ترى أن بعض مقدمات البرامج الدينية تهتم بمظهر اللباس ، وكثرة المساحيق التي تضعها على وجهها مما أصبح المشاهد يركز على شكلها أكثر من الطريقة التي تقدم بها البرنامج.

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية التي قمنا بها مايلي :

### المبحث الأول: البيانات الشخصية :

- بينت نسبة مشاهدة البرامج الدينية لدى الفئة العمرية من الأربعين فما فوق ،هي الفئة الأكثر تدينا وتمسكا بالعقيدة ،حيث وصلت إلى 36 % ،في حين وصلت نسبة 29% بالنسبة للفئة العمرية من 30 إلى 35 ،وبالمقابل 21 % لفئة 25 إلى 30 وتنخفض نسبة المشاهدة إلى 14 % لفئة أعمار من 35 لفئة أعمار من 35 إلى 40 ،حيث سجلت الفئة الشبابية نسبة لا بأس بها ،ومن أهم أسباب المشاهدة من حاجتهم إلى زيادة الثقافة والمعرفة الدينية ومعرفة أحكام الشريعة.
- تعود الأغلبية الساحقة لنسبة مشاهدة المرأة الجزائرية المتعلمة للبرامج الدينية 93 % ،في حين المرأة الأمية بنسبة 7 % لأن هذه البرامج الدينية تتفق مع النظرة الشمولية التي يتمتع بها الدين لتناوله مختلف الموضوعات والقضايا في كافة المجالات ،إجتماعية ،إقتصادية ،ثقافية ،سياسية ،علمية ،وهذا يدل على مدى وعي المرأة المتعلمة بالفائدة الكبيرة التي تعود إليها.
- تعادلت نسبة مشاهدة البرامج الدينية بين المرأة العاملة وغير العاملة وإتضح أن أهم دوافع إستخدام المرأة للقنوات الفضائية ،هو إكتساب المعلومات الدينية ،ومعرفة أحكام الشريعة ،والترويج عن عن النفس هو إضافة لما توفرة هذه البرامج من إشباعات تتمثل في زيادة المعرفة الدينية ،وإكتساب القيم الإسلامية.
- تشاهد المرأة المتزوجة البرامج الدينية بصفة أكثر من غيرها 61 % لكونها تهتم بالإستماع إلى النصائح والإرشادات ،وإكتساب القيم وتعلم السلوك الحسن بفيدها في الحياة الإجتماعية والأسرية ،خاصة في تربية الأولاد ومعاملاتها اليومية ،لأن المرأة مدرسة ولها دور كبير في وقاية المجتمع من الرذيلة ،في حين العازبات 29 % ،المطلقة % والأرملة 2% .

### المبحث الثاني: إقبال المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية في الفضائيات الدينية ( العادات والأنماط)

- تتابع المرأة الجزائرية البرامج الدينية ،حيث يكون الإقبال أحيانا بسبة 76 % بحكم إلتزامات المرأة سواء كانت عاملة أو مائكة بالبيت بمشاغل أخرى ،دوام العمل بالنسبة للعاملات وأعمال المنزل وتربية الأولاد للمائكة بالبيت ،في حين عبرت نسبة 15 % على أعلى تقبل مشاهدة البرامج الدينية بصفة دائمة و9 % عبرت بنادرا ماتكون المتابعة .

- تتصدر قناة القرآن الكريم (الجزائرية) المرتبة الأولى من حيث المشاهدة لعينة الدراسة بنسبة 38 % نظرا لتوافق برامج هذه القناة مع المرجعية الدينية، تليها قناة إقرأ بنسبة 23.40 %، وقنوات أخرى بنسبة 20.90 %، وقناة الرسالة 17.70 % .
- أغلبية المشاهدات للبرامج الدينية تفضل متابعتها أحيانا بـ 71% لتعدد إهتمامات المرأة، بينها 23 % تفضل متابعة هذه البرامج بصفة دائمة .
- معظم البرامج الدينية التي تبثها الفضائيات يفضل متابعتها مسجلة بـ 76%، في حين المعادة 24 %
- تعد الفترة المسائية من أكثر الأوقات المناسبة لمشاهدة البرامج الدينية حيث وصلت نسبة 55 % في المساء و16% ليلا عكس الفترة الصباحية التي تقل فيها نسبة المشاهدة، فالفترة المسائية من هي الأكثر الأوقات التي تتفرغ فيها المرأة لعد نهاية دوام العمل وترتيب أمور البيت .
- وعندما نربط الأوقات التي تفضل فيها المرأة الجزائرية في مشاهدة البرامج الدينية حسب متغير الحالة المهنية حيث نجد الفترة المسائية والليلية للمرأة العاملة هي أفضل الأوقات لديها، والتي قدرت بنسبة 58.20 % و 56.30 %، وصباحا بـ 53.30% أما ظهرا بنسبة 53.30%، في حين المرأة غير العاملة نجد فترة الظهيرة تفضلها بنسبة 64.30% والفترة الصباحية بنسبة 46.70 % وليلا بـ 43.80% أما مساء فقدرت بـ 41.80%
- تتابع المرأة البرامج الدينية حسب الظروف المتاحة بحوزتها بلغت نسبة 44 %، في حين 31 % تشاهدها مع العائلة و25% تتابعها إنفراديا .
- وعندما نربط الوقت الذي تقضيه المرأة الجزائرية في مشاهدة البرامج الدينية حسب متغير الحالة المهنية نجد أن المرأة العاملة الوقت الذي تقضيه في المشاهدة كان من ساعة إلى ساعتين بنسبة 80 %، وحسب تفرغها بنسبة 55.30 % وحسب مدة البرنامج بـ 53.70 % وأقل من ساعة 28.60 %، بينما المرأة غير عاملة الوقت الذي تقضيه في مشاهدة البرامج الدينية كان أقل من ساعة بـ 70.71 % وحسب مدة البرنامج بـ 46.30% وحسب تفرغها بـ 44.70% ومن ساعة لساعتين بنسبة 20 %
- عبرت نسبة 63 % من فئات العينة المدروسة على أن الفترة التي قضتها في متابعة البرامج الدينية تزيد عن 10 سنوات، بينما نسبة 26 % قضت ما بين 5 إلى 10 سنوات، وهذا يدل على إعجاب المرأة بهذه البرامج .

وعندما نربط فترات المشاهدة البرامج الدينية حسب متغير السن نجد أن الفترة أقل من 05 سنوات كانت تشاهد كالاتي من 25 إلى 30 سنة قدرت بنسبة 54.50 %، و من 30 إلى 35 بـ 9.10 % وتعادلت النسب بين الفئة العمرية ومن 35 إلى 40 بنسبة 18.20 % والفئة من 40 إلى مافوق بـ 18.20 % .

ونجد الفترة من 05 إلى 10 سنوات ، كانت تشاهد كالاتي ، من 25 إلى 30 بنسبة 20.19% و من 30 إلى 35 بنسبة 34.60% و 35 إلى 40 بنسبة 11.50 % ، أما الفئة من 40 إلى مافوق بنسبة 34.60 %

ونجد الفترة من 10 سنوات فأكثر كانت تشاهد كالاتي ، من 26 إلى 30 بنسبة 15.90 % وفئة من 30 إلى 35 بنسبة 30.20 % ، وفئة 35 إلى 40 بنسبة 14.30 % ، أما الفئة 40 فما فوق كانت بنسبة 39.70 % .

- بفضل أفراد عينة الدراسة متابعة البرامج الدينية حسب أوقات التفرغ ، بحيث لأبدت نسبة معتبرة أي بـ 47% أيدت هذه الفكرة ، في حين يفضل 41% مشاهدتها حسب مدة البرنامج .

- تميل نسبة 22.40% إلى متابعة البرامج الدينية ذات طابع الوعظ والإرشاد، نظرا لحاجة أفراد العينة إلى الاستفادة من النصائح و التوجيهات والإرشادات من أجل إكتساب قيم و معتقدات جديدة ، وتأتي في المرتبة الثانية برامج الفتوى بنسبة 20.90 % لزيادة فهم الدين .

### المبحث الثالث :دوافع مشاهدة المرأة الجزائرية للبرامج الدينية في الفضائيات الدينية

- ترى أفراد عينة الدراسة ، أن دوافع مشاهدتها للبرامج الدينية هو الحصول على معلومات جديدة بنسبة 88 % ، وبلغت الإعجاب بشيوخ البرنامج بـ 8 % للإقتداء بهم وزيادة الثقافة والمعرفة الدينية ، ومعرفة الأحكام الشرعية .

- قالت الدراسة أن نسبة 56 % من أفراد العينة لا يتفاعلون مع البرامج الدينية ، بحيث تكتفي فقط بإشباع حاجاتها من خلال المشاهدة ، بالمقابل أجابت 44 % أنها تتفاعل مع البرنامج للتخلص من الملل والروتين .

- أجابت نسيه 97% من النساء على موافقتها أن البرامج الدينية تعد نموذج القدوة الحسنة بالنصائح التي تقدمها ، في حين ترى نسبة ضئيلة بـ 3 % عكس ذلك لإبتعادها الدين .

- ترى المرأة الجزائرية أن محتوى البرامج الدينية يتوافق مع اهتماماتها بـ 93 % ، وذلك من أجل الحصول على فتاوى دينية تهتم بشؤون الحياة ومستجداتها .
- تمثلت الغاية من تفضيل البرامج الدينية التي تقبل المرأة الجزائرية على مشاهدتها في الاستفادة منها في الحياة الشخصية والإجتماعية بنسبة بلغت 33.80 % ، في حين ترى نسبة 23.20 % أن الغاية من ذلك هو إثراء المعلومات الدينية ، أما تعلم أمور الفقه بـ 20.30 % بينما نسبة 18.10 % تستفيد من مضمون هذه البرامج في إستخلاص نصائح تساعد في حل المشاكل التي تصدم بها في الواقع المعاش .

وعندما نربط تفضيل البرامج الدينية حسب متغير الحالة العائلية ، نجد المرأة المتزوجة لديها إهتمام كبير لمتابعة البرامج الدينية ، وهذا لتستفيد منها في حياتها الشخصية والإجتماعية والتي قدرت بـ 48.50 % بينما عادت نسبة 35.4 % لتزيد معلوماتها الدينية ، وتعلم أمور الفقه بنسبة 30.3 % ، بينما نسبة 26.3 % تفضلها لكي تستفيد منها في حل مشاكلها ، أما المرأة العزباء نجد أنها تفضل البرامج الدينية وهذا لكي تستفيد منها في حياتها الشخصية والإجتماعية بنسبة 24.20 % و 13.1 % لتزيد من معلوماتها الدينية ، في حين تعادلت وجهة نظر العزباء بنسبة 12.1 % بين تعلمها لأمر الفقه وإستفادتها من النصائح لحل مشاكلها .

#### المبحث الرابع : إتجاهات المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية في الفضائيات الدينية

- مساهمة المرأة الجزائرية في تنمية قدرات الإبداع لدى المرأة  
إتجاه أفراد العينة كان إيجابيا نحو مساهمة المرأة الجزائرية في تنمية قدرات الإبداع لدى المرأة بنسبة تقدر بـ 68 % .
- مساهمة المرأة الجزائرية في تمسك بالعقيدة الإسلامية  
إتجاه أفراد العينة كان إيجابيا بغالبية كبيرة قدرت بنسبة 86 % ، بحيث أثبت على مساهمتها في التمسك بالعقيدة الإسلامية .
- الخلفية الجمالية لديكور البرامج الدينية التي أعطت لمسة إضافية لنجاح البرنامج  
كان هناك تقارب نحو العبارة السابقة بحيث موافقة بـ 34 % ومعارضة بـ 35 % .
- يتميز الدعاة الإعلاميون الذين يقدمون البرامج الدينية بالكفاءة الدينية  
يؤكد أفراد العينة بنسبة 59 % بتميز الدعاة الإعلاميون الذين يقدمون البرامج الدينية بالكفاءة الدينية .



- تتلائم البرامج الدينية في طرح القضايا التي تعالجها المرجعية الدينية (المذهب المالكي) ملائمة البرامج الدينية في طرح القضايا التي تعالجها بموافقة أفراد العينة بنسبة 56 %
- البرامج الدينية أكسبت مهارات مفيدة إستغلتها في تربية الأولاد أكبر نسبة أفراد العينة كان موقفا بنسبة 76 %
- دفعتني مشاهدة البرامج الدينية لتعلم أحكام القرآن الكريم والتجويد نسبة 56 % من النساء الجزائريات كان دافعهم لمشاهدة البرامج الدينية هو تعلم أحكام القرآن الكريم والتجويد.
- يتقن معظم المقدمين والدعاة للبرامج الدينية فن الحوار والإقناع والإداء وافقت عينة الدراسة على معظم المقدمين والدعاة البرامج الدينية فن الحوار والإقناع والإداء بنسبة 57 %
- معظم دعاة الدين يقدمون البرامج ليس لهم الكفاءة والإحترافية الإعلامية كانت أفراد عينة الدراسة محايدة بنسبة 45 % نحو العبارة السابقة.
- هناك تشابه في معالجة قضايا المرأة بين البرامج يوافق أفراد العينة بنسبة 47 %، أن القضايا التي تطرحها البرامج الدينية تتشابه في معالجتها.
- تتنافس البرامج الدينية فيما بينها من أجل التنافس لا غير نسبة من أفراد العينة كان موقفها محايدا نحو عبارة التنافس المتواجد بين البرامج الدينية بنسبة 45 %
- ساهمت البرامج الدينية في تقديم فنانات معتزلات وأعطت لهم ميزة إيجابية في القدوة موقف الحياد غلب على أفراد العينة بنسبة 51 % نحو مساهمة البرامج الدينية في تقديم فنانات أعتزلن الساحة الفنية، بحيث هذه البرامج أعطت لهم ميزة إيجابية في القدوة.
- معظم المعلومات التي تقدم في البرامج الدينية بسيطة وسطحية عارضت أفراد العينة بنسبة 55 % نحو المعلومات التي تقدم في البرامج الدينية كونها بسيطة وسطحية.
- المواضيع التي تطرح في البرامج الدينية مملة وساذجة الموقف المعارض كان بنسبة كبيرة قدرت بـ 68 %، بحيث كان إتجاهها معارض نحو العبارة السابقة
- بعض مقدمات البرامج الدينية تهتم إهتماما مبالغا بالمظهر (اللباس والمكياج) كان إتجاه أفراد العينة إيجابيا نحو العبارة السابقة، بحيث وافقت على أن بعض مقدمات البرامج الدينية تهتم إهتماما مبالغا بالمظهر بنسبة 51 %.

## الخاتمة

كشفت النتائج النهائية للدراسة أن البرامج الدينية تعتبر تجربة ناجحة على حد كبير، فهي متمسكة بالطابع الإعلامي الديني في سبيل نشر الإسلام والدعوة له في الداخل والخارج، وترسيخ القيم والعادات إذ تضطلع هذه البرامج الدينية بدور توضيح وتقديم صورة الإسلام الحقيقي.

كما أن إقبال الجماهير خاصة المرأة الجزائرية على هذه البرامج جاء نتيجة عدم وجود بديل ملائم يشبع إحتياجاتها وإحتياجات الجماهير خاصة الشباب من خلال تقديم مادة إعلانية تبني وليست مخربة للعقول فالبرامج الدينية عبر القنوات الفضائية تأتي لإجتذاب المشاهدين من خلال تقديم برامج دينية، تجيب على أسئلتهم و إستفساراتهم، وتوضح لهم أمور دينهم ودنياهم، كما تنافس في الوقت نفسه هموم المرأة وإنشغالاتها، بالإضافة إلى قضايا الناس عامة في إطار الشريعة الإسلامية بالإستعانة بمجموعة من العلماء والدعاة .

إن هذه البرامج الدينية ومن خلال دراستنا أتاحت للمرأة الجزائرية تحقيق الكثير من الإشاعات لحاجاتها الدينية ومن هنا كانت الدراسة التي قمنا بها تؤكد وجود إهتمام واسع وملحوظ بالمواد الدينية التي تقدمها الفضائيات العربية، وما تؤديه من دور في خدمة المجتمع والأفراد يقع على عاتقها مسؤولية إجتماعية كبيرة تحسن السلوك وتؤدي دورا مهما في مجال التثقيف الديني للمجتمع .

وبناء على ما سبق نقدم مجموعة من الإقتراحات:

- التوسع في إنشاء القنوات الفضائية الدينية تعنى بمناقشة المواضيع الإجتماعية، التربوية والدينية ذات العلاقة بالواقع، بحيث تؤدي دور السفارة الدعوية والحضارية عن الأمة الإسلامية.
- تحديد مقاييس نجاح تقويم البرامج الدينية، من حيث جذب المشاهدين والتعبير عن قضايا المرأة ومشاكلها، وإنشغالها خاصة في مجال الفنوى.
- تكثيف البرامج التي تعنى بالتاريخ الإسلامي، من أجل المحافظة على الهوية، وتلبية إحتياجات أفراد المجتمع
- إعداد برامج فيها خطاب ديني، وترقيته في الأسلوب والمضمون والوسيلة بأسلوب شيق ومقنع، مع الإلتزام بالإعتدال والوسطية.
- فتح المجال للنساء (المرشدات) أكثر، وهذا حتى تتمكن المرأة من خلال تواصلها مع البرامج بطرح الإشغالات دون أية عقد.
- تبسيط اللغة المستعملة من طرف دعاة هذه البرامج، لكي تكون مفهومة للمتعلمة وغير المتعلمة.
- فتح باب الإنخراط للمرأة في القنوات الدينية، لتعبير عن آرائها ومواقفها تجاه هذه البرامج .
- فتح مجال تبادل المعلومات والمواضيع بين القنوات الدينية، عبر برامجها الدينية، وإذكاء روح التعاون والتكامل، بما يقدم البديل الإسلامي للإعلام السلبي المنفلت.

### قائمة المصادر والمراجع

#### • أولاً: الكتب

- 1- إبراهيم فريد الدر، الأسس البيولوجية لسلوك الإنسان، دار العربية للعلوم، ط1، لبنان، سنة 1994.
- 2- حسن عماد مكاوى، ليلى حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة،الدار المصرية اللبنانية الطبعة 01، القاهرة، سنة 1998.
- 3- حسن نياري الصيفي، الفضاءات العربية في عصر العولمة الفرص والتحديات ..الواقع والطموحات إيتراك للنشر والتوزيع، الطبعة 01، القاهرة، سنة 2011.
- 4- فضيل دليو، الإتصال، مفاهيمه، نظرياته، وسائله، الطبعة 01، دار العجزلنشر و التوزيع،مصر 3.
- 5- رضا عبد الواحد أمين
- 6- شوامرةطالب نادر، علم النفس الإجتماعي، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1 سنة 2014.
- 7- عبد الباسط محمد عبد الوهاب، إستخدام تكنولوجيا الإذاعي والتلفزيوني، دراسة تطبيقات، الطبعة 01، مصر، سنة 2005.
- 8- عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الإسلامي، دار الميسرة للطباعة والنشر، الطبعة 01،الأردنسنة 2013.
- 9- عبد الرزاق الدليمي، عولمة التلفزيون، دار جرير للنشر والتوزيع، الطبعة 01 الأردن،سنة 2005.
- 10- عبد المعطي محمد عساف، السلوك التنظيمي في المنظمات المعاصرة، دار الزهران للنشر، عمان الأردن، سنة 1999.
- 11- عزيز داود، مناهج البحث العلمي، دار أسامةللنشر والتوزيع، الطبعة 01 عمان، سنة 2006.
- 12- فاروق ناجي محمود،البرامج التلفزيونية، كتابة ومقومات نجاحه دار الفجر للطبع والنشر، الطبعة1،العراق.
- 13- لمياء طالة الإعلام الفضائي والتعريب الثقافي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة 01، عمان، سنة 2014

- 14- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع الأهرام، الطبعة 01، مصر، سنة 2003.
- 15- عبد الحميد محمد، نظرية الإعلام وإتجاهات التأثير، الطبعة 03، في علم الكتاب، مصر، سنة 2004.
- 16- أرمان وميشال مارتلارة، تاريخ نظريات الإتصال، مترجمة، نصر الدين العياض والصادق رابح، الطبعة 02، المنطقة العربية، بيروت.

### ● ثانيا: الرسائل الجامعية

- 1- بن عمر سامية، تأثير البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال على التنشأة الأسرية في المجتمع، دراسة ميدانية على أطفال مدارس بلدية بسكرة كنموذج، مقدمة لنيل شهادة دكتوراة علوم الإجتماع، جامعة بسكرة، محمد خيضر، سنة 2002.
- 2- سعيده عباس، إتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية، دراسة في العادات والأنماط والإتجاهات مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام، جامعة الحاج لخضر باتنة، سنة 2010/2009.
- 3- سهام إبراهيم كامل محمد، إتجاهات معلمات الرياض نحو العمل مع الطفل في ضوء بعض المتغيرات النفسية والديمغرافية، مذكرة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في التربية، جامعة القاهرة، سنة 2008.
- 4- عماد الدين فلاح، فلاح الله بلعيدة، إتجاهات الشباب الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، سنة 2008/2007.
- 5- السعيد بومعزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراة دولة في علوم الإعلام والإتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، سنة 2006.
- 6- نبيل حورة، إتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو الإعلام الجديد في تشكيل الوعي المعلوماتي دراسة مسحية على عينة من أساتذة جامعة باتنة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، سنة 2015/2014.

### ● ثالثا: الدراسات العربية

- 1- نهي عاطف عدلي، علاقة الطفل المصري بالقنوات الفضائية العربية، جامعة القاهرة، سنة 2003.

### ● رابعا:المجلات

- 1-عبد الوهاب بوخنوفة ،تأثير البث الفضائي والوسائط الإلكترونية المتجددة ،مجلة الإذاعات العربية سنة2004.
- 2-عبد الله بوجلال،تحديات مفهوم الوعي الإجتماعي ،المجلة الجزائرية للإتصال ،العدد 4،سنة 1990.
- 3-محمد عبد الكافي ،تأملات في الخطاب الديني على الفضائيات العربية ،مجلة الإذاعات العربية عدد1سنة 2003.

### ● خامسا :المواقع الإلكترونية

- 1-الكاتب المهندس أمجد القاسم،كتب في أبريل في التربية والثقافة ،سنة 2011.
- 2-تطوير الخطاب الديني عبر الفضائيات العربية من موقع <http://www.nohe.com>
- 3-وزارة الشؤون الدينية والأوقاف إشكالية الفتوى بين الضوابط الشرعية ونحديت العولمة ،تظاهرة تلمسان عاصمة الثقافة الإسلامية 2011 ،موقع شبكة ضياء للمؤتمرات والدراسات والأبحاث [http : diae.net](http://diae.net)
- 4الفضائيات الإسلامية...المولود الجديد.: <http://www.asyeh.com/asyeh> يوم الزيارة2009/02/27
- 5موقع المسلم الفضائيات الإسلامية ، مظرة أولية . [R moslim.net.node](http://R.moslim.net/node)
- 6-شبكة الأولوية،القنوات الدينية الإسلامية واقعها ومستقبلها،2013 <https://www.alukah.net/culture/mars>
- 7 مركز المستقبل للأبحاث و الدراسات ، رقابة غائبة ، أبريل 2017 [HTTPS//FUTUEUAE](https://FUTUEUAE)

-Vognnetfourboul catherine,2010,Lesattitudes,page18

<http://www.saudimedia education.org/index.php>

Option-com-content niew=article=123:2010-10-10-1915

26-03catid=41:2010-10-19-13-51-48lternid=78

## المحور الأول: البيانات الشخصية

- السن من 30-25  35- 30  40- 35  من 40 فما فوق
- المستوى التعليمي متعلمة  غير متعلمة
- الحالة المهنية عاملة  غير عاملة
- الحالة العائلية عزباء  متزوجة  مطلقة  أرملة

## المحور الثاني: إقبال المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية في الفضائيات الدينية

1 هل تتابعين الفضائيات الدينية ؟

دائماً

2 ماهي القنوات المفضلة لديك ؟

قناة القرآن الكريم الجزائرية  قناة إقرأ  قناة الرسالة

أخرى أذكرها

.....؟

3 هل تفضلين مشاهدة البرامج الدينية ؟

دائماً  أحياناً  نادراً

4 هل تفضلين متابعة البرامج الدينية ذات مضامين إرشادية ؟ ولماذا ؟

.....  
.....

5 هل تفضلين مشاهدة البرامج الدينية ؟

مباشرة  إعادة

6 ماهي الأوقات التي تفضلين مشاهدة البرامج الدينية ؟

صباحاً  ظهراً  مساءً  ليلاً

7 مع من تفضلين مشاهدة البرامج الدينية ؟

بمفردك  مع العائلة  حسب الظروف

8 منذ متى وأنت تشاهدين البرامج الدينية ؟

أقل من 05 سنوات  من 05 إلى أقل من 10 سنوات  من 10 سنوات فأكثر

9 كم من الوقت تقضينه في مشاهدة البرامج الدينية ؟

أقل من ساعة  من ساعة إلى ساعتين  حسب مدة البرنامج  حسب تفرغي

10 ماهي البرامج الدينية التي تشاهدها في الفضائيات الدينية ؟

برامج الوعظ والإرشاد  برامج الفتوى  برامج القرآن الكريم ( أحكام التجويد )   
برامج الإنشاد والمدائح الدينية  برامج السيرة النبوية  برامج متعلقة بالحياة الزوجية من منظور الدين   
أخرى أذكرها ؟

.....

.....

.....

11 أذكر أهم الدعاة الذين تتابعينهم ؟

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

ولماذا لفت إنتباهك ؟

.....

.....

.....

12 هل تفضلين مشاهدة البرامج الدينية المحلية أم العربية ؟ ولماذا ؟

.....

.....

.....

.....

المحور الثالث : دوافع مشاهدة المرأة الجزائرية للبرامج الدينية في الفضائيات الدينية ؟

1 ما هي دوافع مشاهدتك للبرامج الدينية ؟

الحصول على معلومات جديدة  تمضية وقت الفراغ  الإعجاب بشيوخ البرنامج

أخرى تذكر

2 هل سبق لك أن تفاعلت مع البرامج الدينية ؟

نعم  لا

إذا كانت إجابتك بنعم ما طبيعة التفاعل

.....

وإذا كانت إجابتك بـ لا لماذا ؟

.....

3 هل إقتديت بالنصائح المقدمة على مستوى البرامج الدينية ؟

نعم  لا



إذا كانت إجابتك بنعم في أي مجال ؟

4 هل تتوافق البرامج الدينية مع اهتمامك كمرأة ؟

نعم  لا

5 لماذا تفضلين البرامج الدينية ؟

لتزيد من معلوماتي الدينية  الاستفادة منها في حياتي الشخصية والاجتماعية

الاستفادة من النصائح لحل مشكلاتي  تعلمي لأمر الفقه

أخرى

أذكرها.....

المحور الرابع : إتجاهات المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية في الفضائيات الدينية ؟

رقم العبارة	المعبارة	موافقة	معارضة	محايدة
01	ساهمت البرامج الدينية في تنمية قدرات الإبداع لدى المرأة			
02	ساهمت البرامج الدينية في تمسك بالعقيدة الإسلامية			
03	الخلفية الجمالية لديكور البرامج الدينية أعطت لمسة إضافية لنجاح البرنامج			
04	يتميز الدعاة والإعلاميون الذين يقدمون البرامج الدينية بالكفاءة الدينية			
05	تتلائم البرامج الدينية في طرح القضايا التي تعالجها مع المرجعية الدينية (المذهب المالكي)			
06	البرامج الدينية أكسبني مهارات مفيدة إستغلالها في تربية الأولاد			
07	دفعني مشاهدة البرامج الدينية لتعلم أحكام القرآن الكريم والتجويد			
08	يتقن معظم المقدمين والدعاة للبرامج الدينية فن الحوار والإقناع والإلقاء			
09	معظم الدعاة الذين يقدمون البرامج ليس لهم الكفاءة والإحترافية الإعلامية			
10	هناك تشابه في معالجة قضايا المرأة بين البرامج			
11	تنافس البرامج الدينية فيما بينها من أجل التنافس لا غير			
12	ساهمت البرامج الدينية في تقديم فنانات معتزلات وأعطت لهم ميزة إيجابية في القدوة			

			معظم المعلومات التي تقدم في البرامج الدينية بسيطة وسطحية	13
			المواضيع التي تطرح في البرامج الدينية ساذجة ومملة	14
			كثرة الدعاة في البرامج الدينية أدى إلى إختلاف الفتوى الموجهة للمرأة	15
			بعض مقدمات البرامج الدينية تهنيئتها مبالغاً بالمظهر ( ) اللباس والمكياج)	16

فهرس الموضوعات	
	الإهداء
	التشكرات
	خطة الدراسة
	مقدمة
الفصل الأول: البناء المنهجي للدراسة	
01	الإشكالية
02	التساؤلات
02	أسباب إختيار الموضوع
02	أهداف الدراسة
03	أهمية الدراسة
03	تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة
05	الدراسات السابقة
08	أنواع الدراسة ومناهجها
09	أدوات جمع البيانات و المعلومات
11	مجالات الدراسة
11	مجتمع الدراسة وعيناته
12	الخلفية النظرية للدراسة
الفصل الثاني: مقارنة معريفية للفضائيات العربية	
16	تمهيد
المبحث الأول: مدخل إلى الفضائيات العربية	
17	نشأة الفضائيات العربية
18	أنواع الفضائيات العربية
19	جدول يوضح عدد القنوات الفضائية العربية
20	تطور القنوات الفضائية العربية
23	واقع الفضائيات العربية
27	تعريف البرامج التلفزيونية
27	أنواع البرامج التلفزيونية
28	مكونات البرنامج التلفزيوني

المبحث الثاني: الفضاءات الدينية المخصصة	
29	تعريف الفضاءات الدينية
30	تصنيف قنوات الفضاءات الدينية
33	السمات الإيجابية و السلبية للقنوات الفضائية الدينية
34	واقع الفضاءات الدينية
المبحث الثالث: مدخل نظري للإتجاهات	
35	مدخل نظري للإتجاهات
35	نبذة عن مصطلح الإتجاهات
36	مفهوم الإتجاهات
37	مراحل تكوين الإتجاهات
39	وظائف الإتجاهات
41	أهمية الإتجاهات
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة	
42	تمهيد
43	المبحث الأول: البيانات الشخصية
45	المبحث الثاني: إقبال المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية الفضائية الدينية
51	المبحث الثالث: دوافع مشاهدة المرأة الجزائرية للبرامج الدينية في الفضاءات الدينية
54	المبحث الرابع: إتجاهات المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية في الفضاءات الدينية
64	نتائج الدراسة الميدانية
69	الخاتمة
70	الإقتراحات
71	قائمة المراجع
74	الملاحق
78	الفهرس
80	فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
<b>المبحث الأول: البيانات الشخصية</b>		
43	جدول يمثل أعمار عينة الدراسة	01
43	جدول يمثل المستوى التعليمي لعينة الدراسة	02
44	جدول يمثل الحالة المهنية لعينة الدراسة	03
44	جدول يمثل الحالة العائلية لعينة الدراسة	04
<b>المبحث الثاني: إقبال المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية و الفضاءات الدينية</b>		
45	جدول يمثل درجة متابعة المرأة الجزائرية للفضائيات الدينية	01
45	جدول يمثل القنوات المفضلة	02
46	جدول يمثل درجة مشاهدة البرامج الدينية المفضلة	03
46	جدول يمثل تفضيل مشاهدة البرامج الدينية	04
46	جدول يمثل توقيت مشاهدة البرامج الدينية	05
47	جدول مركب يمثل توقيت مشاهدة البرامج الدينية حسب متغير الحالة المهنية	06
47	جدول يمثل تفضيل مشاهدة البرامج الدينية	07
48	جدول يمثل فترة مساهدة البرامج الدينية	08
48	جدول مركب يمثل فترات مشاهدة البرامج الدينية حسب متغير السن	09
49	جدول يمثل الرقت المفضل في مشاهدة البرامج الدينية	10
50	جدول مركب يمثل مدة مشاهدة البرامج الدينية حسب متغير الحالة المهنية	11
50	جدول يمثل أهم البرامج الدينية التي تشاهدها المرأة الجزائرية	12
<b>المبحث الثالث : دوافع مشاهدة المرأة الجزائرية البرامج الدينية في الفضاءات الدينية</b>		
51	جدول يمثل دافع مشاهدة البرامج الدينية	01
51	جدول يمثل التفاعل مع البرامج الدينية	02
52	جدول يمثل الإقتداء بالنصائح المقدمة على مستوى البرامج الدينية	03
52	جدول يمثل توافق البرامج الدينية مع إهتمامات المرأة الجزائرية	04
52	جدول يمثل الغاية من تفضيل البرامج الدينية	05
53	جدول مركب يمثل الغاية من تفضيل البرامج الدينية	06
<b>المبحث الرابع : إتجاهات المرأة الجزائرية نحو البرامج الدينية في الفضاءات الدينية</b>		
54	جدول يمثل مساهمة المرأة الجزائرية في تنمية قدرات الإبداع لدي المرأة	01

54	جدول يمثل مساهمة البرامج الدينية في تمسك بالعقيدة الإسلامية	02
55	جدول يمثل الخلفية الجما 80 ج الدينية التي أعطت لمسة إضافية لنجاح البرنامج	03
55	جدول يمثل تميز الدعاة الإعلاميون الذين يقدمون البرامج الدينية بالكفاءة الدينية	04
56	جدول يمثل ملائمة البرامج الدينية في طرح القضايا التي تعالجها مع المرجعية الدينية	05
57	جدول يمثل البرامج الدينية أكسبت مهارات مفيدة إستغلتها في تربية الأولاد	06
57	جدول يمثل دفعتي مشاهدة البرامج الدينية لتعلم أحكام القرآن الكريم والتجويد	07
58	جدول يمثل تقن معظم المقدمين والدعاة للبرامج الدينية فن الحوار والإقناع والأداء	08
59	جدول يمثل معظم دعاة الدين يقدمون البرامج ليس لهم الكفاءة والإحترافية الإعلامية	09
59	جدول يمثل وجود نشابه في معالجة قضايا المرأة	10
60	جدول يمثل تتنافس البرامج الدينية فيما بينها من أجل التنافس لاغير	11
60	جدول يمثل ساهمت البرامج الدينية في تقديم فنانات معزلات وأعطت لهم ميزة إيجابية	12
61	جدول يمثل معظم المعلومات التي تقدم في البرامج بسيطة وسطحية	13
62	جدول يمثل المواضيع التي تطرح في البرامج الدينية مملة وساذجة	14
62	جدول يمثل كثرة الدعاة في البرامج الدينية أدى إلى إختلاف الفتوى الموجهة للمرأة	15
63	جدول يمثل بعض مقدمات البرامج الدينية تهتم إهناما مبالغا بالمظهر واللباس	16