



جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علوم الإعلام والاتصال
الميدان: العلوم الانسانية
الشعبة: علوم الإعلام والاتصال
التخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

بعنوان:

اتجاهات الجمهور نحو البرامج الدينية على قناة الشروق الجزائرية
دراسة وصفية ميدانية لعينة من طلبة ماستر اعلام واتصال جامعة قاصدي
مرباح ورقلة

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

نوقشت بتاريخ: 12 جوان 2022

إعداد:

بن الشحم خضرة

بن علي مروة

لجنة المناقشة:

رئيسا	أستاذ محاضر أ	د. بودريالة عبد القادر
مشرفاً ومقرراً	أستاذ مساعد أ	أ. صانع رابح
مناقشا	أستاذ مساعد أ	أ. بوكرموش عيسى

السنة الجامعية: 2022/2021

شكر وتقدير

بعد أن من الله علينا بإنجاز هذا العمل ، فإننا نتوجه الى الله سبحانه وتعالى أولاً وأخراً بجميع ألوان الحمد والشكر على فضله وكرمه الذي غمرنا به فوفقنا إلى ما نحن فيه راجين منه دوام نعمه وكرمه ، وانطلاقاً من قوله صلى الله عليه وسلم : "من لا يشكر الناس لا يشكر الله" ، فإننا نتقدم بالشكر والتقدير والعرفان إلى الأستاذ المشرف " صانع رابح " ، على إشرافه على هذه المذكرة وعلى الجهد الذي بذله معنا ، وعلى نصائحه القيمة التي مهدت لنا الطريق لإتمام هذه الدراسة، فله منا فائق التقدير والاحترام ، كما نتوجه في هذا المقام

بالشكر الخاص لكل من ساعدنا من عائلاتنا و إخوتنا، وأصدقائنا جزيل الشكر .

وفي الختام نشكر كل من ساعدنا وساهم في هذا العمل سواء من قريب أو بعيد حتى ولو بكلمة طيبة أو ابتسامة عطرة.

إهداء

إلى أول من تلفظ لساني باسمها نبض قلبي إلى التي لو أهديتها حياتي لن تكفي في حقها إلى رفيقتي وأماني بطلتي ومعلمتي.... من علمتني معنى الحنان والعطاء... إلى من كان دعاؤها ورضاها بوصلتي في المسير..... أمي ثم أمي الحبيبة حفظها الله لنا

إلى الذي لا مثيل له وكان وراء كل خطوة خطوتها في طريق العلم إلى من علمني مبادئ الحياة ورباني على الصدق والإخلاص أبي العزيز حفظه الله لنا

إلى كل أفراد عائلتي الصغيرة وإلى أخي سليمان ومازن ابن اختي وإلى عائلة الكبيرة كل باسمه الذين وقفوا معي دعماً وسنداً حتى أكملت دراستي وخاصة إخوتي .

إلى أعز الصديقات اللواتي جمعتني بهن الذكريات خاصة كلن بإسمها

إلى التي شاركتني في إعداد هذه المذكرة صديقتي الغالية مروة

إلى أستاذي الذي لم يكل ولن يمل وكان مجتهداً معنا في إعدادها أستاذي صانع رابح حفظه الله.

إلى كل من حملته ذاكرتي ولم تحمله مذكرتي إلى هؤلاء اهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع.
خضرة بن الشحم



إهداء

أهدي هذا العمل إلى من قال فيهما

"واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا" سورة الإسراء

الآية 24.

إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله وأطال في عمرهما ،

إلى إخوتي الأعزاء الذين ساعدوني بكل خطوة أخطوها في هذه الدراسة

إلى جميع الأصدقاء الذين شاركوني في مسيرة الدراسية وصديقتي التي شاركتني في انجاز

هذا العمل خضرة

إلى أستاذي الفاضل الذي أشرف على هذا العمل وساعدنا ونصحنا في كل خطوة نخطوها

الأستاذ صانع رابع

إلى كل من عرفته من قريب أو بعيد،

إلى من رفعوا رايات العلم والتعليم

إلى كل من سقط سهوا من قلبي ولم يسقط من قلبي.

بن علي مروة



الملخص

تهدف الدراسة الى معرفة اتجاهات الجمهور نحو البرامج الدينية التي تعرضها قناة الشروق الجزائرية من خلال دراسة عينة من طلبة الماستر قسم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة. كما اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج الوصفي التحليلي باستخدام عينة قصدية، وذلك باستخدام اداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين حيث قسمت الدراسة الى جانب منهجي، وجانب تطبيقي التي تمت فيه الاجابة على الاسئلة المطروحة في الاستبيان، حيث تم تقسيم الاستمارة الى ثلاث محاور المحور الاول: عادات و انماط مشاهدة البرامج الدنية و الاشباعات المحققة منها، اما المحور الثاني: دوافع الجمهور لمشاهدة البرامج الدينية لقناة الشروق، والمحور الثالث و الاخير: تأثير البرامج الدينية على الجمهور.

كما توصلت الدراسة الى مجموعة من نتائج أهمها:

ان أفراد العينة أحيانا ما يشاهدون قناة الشروق الجزائرية، لتتوع برامجها من أجل اشباع حاجاتهم، و رغباتهم، و ميولاتهم كما ان الدافع الذي دفعهم لمشاهدتها هو اهتمامهم بالمواضيع التي تطرحها القناة، واهتمامهم بالجانب الديني، وتزويدهم بالمعلومات الدينية من خلال جهاز التلفزيون الذي يعتبر الوسيلة الانسب لمشاهدتهم للبرامج الدينية، مع أفراد عائلتهم، وتفضيلهم للمسابقات، وتلاوة القرآن، كما ساعدت البرامج الدينية على تغيير بعض السلوكيات لديهم، وتنمية الجانب الديني، اضافة السلوك الايجابي، وزيادة التمسك بأخلاقيات، وتعاليم الدين الاسلامي، و اعطاء القدرة لمناقشة الآخر، وتعزيز مبدأ القبول.

كما ان افراد العينة يتفاعلون مع البرامج الدينية لقناة الشروق الجزائرية، وذلك عبر الصفحات الخاصة بها في مواقع التواصل الاجتماعي التي يرونها الوسيلة الاسهل للتفاعل ومشاركة آرائهم فيها، وطرح تساؤلاتهم للإجابة عنها. كما يعتبر أفراد العينة أن البرامج الدينية التي تبثها قناة الشروق مقبولة نوعا ما.

الكلمات المفتاحية: اتجاهات . الجمهور . البرامج - الدينية - قناة الشروق

Abstract:

The study aims to know the public's attitudes towards the religious programs presented by the Algerian Al-Shorouk channel, through a sample of master's students in the Department of Media and Communication at the University of Kasdi Merbah, Ouargla.

In this study, we also relied on the analytical descriptive approach using an intentional sample, and we used the questionnaire tool to collect data from the respondents, where the study was divided into a methodological side and an applied side, in which the questions asked in the questionnaire was answered. The questionnaire was divided into three parts The first part: The customs and patterns of watching religious programs and the rumors verified from them. The second part: the audience's motives for watching the religious programs of Al-Shorouk channel, and the third part and the goodness: the impact of religious programs on the audience.

The study also reached a set of results, the most important of which are: The sample members sometimes watch the Algerian Al-Shorouk channel, due to the diversity of its program in order to satisfy their needs, desires and inclinations, and the motive that prompted them to watch it . Their interest in the topics raised by the channel, the religious aspect, and providing them with religious information through the television set. Which is the most appropriate way to watch them religious programs, with their family members, their preference for competitions and Quran recitation. Religious programs also helped to change some of their behaviors, develop the religious side, add positive behavior, increase adherence to morals, and Islamic teaching. Also give the ability to discuss the other, and enhance the principle of acceptance. Also, the sample members interact with the religious programs of the Algerian Al-Shorouk channel, through its pages on the social network sites, They see as the easiest way to interact and share their views in them, and ask their questions to answer them. The sample members also consider that the religious programs broadcast by Al-Shorouk channel are somewhat acceptable.

Keywords:

-Religious programs -Al-Shorouk channel -The audience -Public's attitudes.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مقدمة

مقدمة:

شهد العالم ثورة إعلامية كبيرة أحدثت تغييرات في الحياة البشرية منها انتشار الواسع لوسائل الإعلام الجماهيري، والتي لها أهمية كبيرة فهي تساهم في تطوير المجتمع، وتشكيل المعارف وتنقيفه دينيا، واجتماعيا، واقتصاديا، وسياسيا كما لها دور أيضا في زيادة وعيه تجاه قضايا التي تسيئ وتهدد الحضارة البشرية بحيث تعد هذه الوسائل الملاذ الذي يلجأ إليه أفراد المجتمع لأخذ المعلومة منه، وكذلك من أجل التسلية والترفيه كما تعد نافذة لاطلاع على آخر أخبار العالم والانفتاح أكثر لمعرفة العالم الخارجي دون مجهود أو سفر فقط عبر الأقمار الصناعية التي جعلت العام قرية صغيرة.

في ظل التطور العلمي والتكنولوجي تزايدت عدد الفضائيات العالمية والعربية بشكل كبير بحيث تشهد نوعا من التنافس لإرضاء مشاهديها، والحصول على عدد أكبر من المشاهدين من خلال ما تبثه من برامج متنوعة لكي ترضي متابعيها، وبالأخص الفضائيات العربية؛ والتي تشهد تنافسا كبيرا لكسب اهتمامات الجمهور، وذلك باستعمال جميع أساليب الجذب بالصوت والصورة والمصادقية في نشر الحقيقة للجمهور حيث أصبحت هذه الفضائيات مدار اهتمام صناع القرار والرأي العام؛ وهذا لتمييزها في سرعة انتشار المعلومة، ونشر الأخبار أولا بأول، كما عملت أيضا على جلب وتحويل بعض البرامج الأجنبية إلى نسخ عربية تلبية لرغبات و ميولات الجمهور وكذلك تأثيرها على القيم، والأفكار، والاتجاهات، والسلوكيات لدى المشاهدين من كل الفئات العمرية، وخاصة فئة الشباب التي هي محور دراستنا.

شهد الإعلام العربي تنوعا كبيرا في الفضائيات منها: الإخبارية، والغنائية، والدرامية، والفضائيات الخاصة بالطبخ، والدينية التي شهدت حيزا كبيرا في الإعلام العربي من أجل نشر مقومات، و تعاليم الدين الإسلامي، وتقادي الانحرافات، ومعالجة الآثار التي تركتها العولمة، ومخلفاتها من سلوكيات، و أفكار دخيلة على العالم العربي التي تقصد المجتمع، وخاصة فئة الشباب بحيث يعتبرون الأكثر فئة متأثرا بمظاهر العولمة لكونهم شباب يتميز بالفضول وحب الانفتاح على العالم، والاستكشاف، وتجريب كل ما هو جديد فهم الفئة الأكثر استهلاكاً لتلك الثقافات الجديدة.

عرف الإعلام الجزائري في الآونة الأخيرة انفتاحا كبيرا بعدما كان يعيش في معزل عن العالم، وذلك بإنشاء العديد من القنوات الخاصة، والمتنوعة في محتواها، منها البرامج الدينية التي كانت بارزة في الآونة

الأخيرة، وحظيت بانتشار واسع في القنوات الجزائرية التي تسعى لتلبية حاجات الجمهور، واتجاهاتهم وإشباع رغباتهم و الإجابة على جميع استفساراتهم، من خلال برامجها المتنوعة الهادفة لزرع القيم الدينية في نفوس البشرية، وتصحيح السلوكيات الخاطئة، والمشي على درب مستقيم يرضي الله تعالى.

ومن هذا المنطلق جاءت دراستنا التي تسعى لمعرفة اتجاهات طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة نحو البرامج الدينية التي تعرضها قناة الشروق الجزائرية، ومن أجل معرفة دوافع وعادات وأنماط، والآثار الناتجة عن مشاهدة البرامج الدينية، ومن أجل معالجة هذه الدراسة اتبعنا الخطة التالية:

الدراسة تتكون من جانبين جانب منهجي، وجانب تطبيقي.

الجانب المنهجي للدراسة يندرج أسفله إشكالية الدراسة، والأسئلة المندرجة عنها وأهمية الدراسة، وأهدافها، وأسباب اختيار الموضوع: الأسباب الذاتية، والموضوعية، والمجال المكاني، والزمني، والبشري، ثم تطرقنا إلى منهج الدراسة، وأدوات الدراسة استعملنا أداة الاستبيان قسمناها إلى ثلاث محاور المحور الأول: عادات، وأنماط مشاهدة البرامج الدينية، والإشباع المحققة منها. أما المحور الثاني: دوافع الجمهور لمشاهدة البرامج الدينية لقناة الشروق الجزائرية. والمحور الثالث: تأثير البرامج الدينية على الجمهور.

وتطرقنا أيضا إلى مجتمع البحث، وعينة الدراسة، والدراسات السابقة، والنظرية، وانتقاداتها، ثم تحديد مصطلحات والمفاهيم المتعلقة بالدراسة. أما الجانب التطبيقي فقد خصص لتفريغ بيانات الاستمارة في جداول إحصائية، وتفسير وتحليل النتائج لمعرفة اتجاهات الطلبة نحو البرامج الدينية لقناة شروق، وفي الأخير توصلنا إلى نتائج الدراسة، وخاتمة للموضوع.

الإطار المنهجي

1. الإشكالية
2. التساؤلات
3. أسباب اختيار الموضوع
4. مجال الدراسة
5. أهمية الدراسة
6. أهداف الدراسة
7. منهج الدراسة
8. أدوات الدراسة
9. مجتمع البحث وعينة الدراسة
10. الدراسات السابقة
11. نظرية الدراسة
12. تحديد المصطلحات والمفاهيم

1-تحديد الإشكالية:

شهد العالم العديد من التطورات في شتى المجالات مما ساهمت في إحداث العديد من التغيرات في الحياة البشرية منها ظهور وسائل الإعلام والتي كان لها دور كبير في تزويدنا بالمعارف والمعلومات وتعريفنا بمختلف ثقافات والشعوب ومن بين هذه الوسائل التلفزيون الذي يعد أحد أهم الوسائل الإعلامية الجماهيرية فهو يجمع بين مزايا الراديو من حيث الصوت والسينما من حيث الصورة والمسرح من حيث الحركة والحيوية للفت انتباه الجمهور في نقل المعارف بسرعة في كل أنحاء العالم عبر القنوات الفضائية.

جاء التلفزيون كوسيلة سمعية بصرية يقدم معلومات وأفكار وسلوكيات بصورة حية أكثر واقعية وإقناعا للمشاهد وهذا ما أدى إلى جذب واستقطاب الجمهور له وهذا الأخير أكسبه صفة الجماهيرية كما أنه يعمل على بث برامج ومادته الإعلامية بصفة آنية ومباشرة يعد نافذة في نقل كل مجريات وأحداث العالم، وهذا ما جعل العالم قرية صغيرة بصفته وكما يعد مصدرا أساسيا للحصول على المعلومات لدى مشاهديه وهو الوسيلة الأكثر انتشارا وتأثيرا على الجمهور نظرا لتغطيته لعدد كبير من الأفراد في مختلف المستويات ومختلف الفئات العمرية.

تبرز أهمية هذه الوسيلة الجماهيرية من خلال تعدد قنواتها الفضائية التي شهدت تنافسا كبيرا في الفترة الأخيرة في إنشاء العديد من القنوات الخاصة التي تتضمن اتجاهات فكرية وجوانب ثقافية واقتصادية وسياسية ودينية من أجل تقديم محتوى إعلامي هادف ومتنوع بهدف استقطاب أكبر عدد من المشاهدين والمتابعين من أجل تلبية رغباتهم وحاجاتهم و كل ما يتوافق مع اتجاهاتهم و ميولاتهم من خلال التنوع في برامجها منها ما هو ثقافي الذي يهدف إلى تثقيف الجماهير وتزويدهم بالمعلومات، ومختلف الثقافات، ومنها ما هو اجتماعي الذي يعمل على التنشئة الاجتماعية وحل مشكلات التي تعيق المجتمع، وكذلك البرامج السياسية التي تطرح مشكلات متعلقة بالسياسة، والبرامج الصحية التي لها مكانة في خلق حالة من الوعي بضرورة الاهتمام بالصحة الجسمانية والنفسية للأفراد و منها البرامج الدينية التي شهدت انتشارا واسعا في مختلف الفضائيات كما لقيت إقبالا كبيرا من قبل الجمهور فهي تعمل على زيادة وتحسين الوعي الديني والعقائدي للأفراد، ونصحهم و ارشادهم إلى الطريق المستقيم.

عرفت الجزائر تنوعا في قنواتها الفضائية منها الخاصة والعامة والمتخصصة ومن بين هذه القنوات قناة الشروق الجزائرية، والتي تعرف تنوعا كبيرا في برامجها منها: البرامج المتعلقة بالثقافة والفن و الأدب، والمسابقات الفكرية و البرامج الإخبارية، والسياسية، والاجتماعية والصحية، والبرامج الدينية التي كان مبدأها العودة إلى القرآن، والسنة النبوية من خلال تقديم اعلام هادف ملئ بالقيم كالمسابقات التي يتنافس فيها الصغار والكبار وكذلك بعض الفتاوى التي يقدمها بعض المشايخ للإجابة على بعض استفسارات الجمهور من أجل تقديم إنتاج إعلامي هادف ملئ بالقيم الإسلامية.

وبناء على ذلك جاءت هذه الدراسة لتعرف على اتجاهات الجمهور نحو البرامج الدينية التي تعرضها قناة الشروق الجزائرية ومنها نطرح الإشكال التالي:

ما هي اتجاهات طلبة الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح للبرامج الدينية على قناة الشروق الجزائرية؟

الأسئلة الفرعية:

1. ماهي دوافع الجمهور لمشاهدة البرامج الدينية على قناة الشروق الجزائرية؟
2. ما هي الإشباعات التي تحققها مشاهدة البرامج الدينية بالنسبة للمبحوثين؟
3. ما تأثير البرامج الدينية على الجمهور؟

أسباب اختيار الموضوع:

الأسباب الذاتية:

1. الاهتمام بدراسة الجمهور والرغبة في معرفة اتجاهاته.
2. الرغبة في معرفة اتجاهات الجمهور نحو البرامج الدينية.
3. الميل لمعرفة مدى إقبال الجمهور على البرامج الدينية.
4. الاهتمام الشخصي بالموضوع بحد ذاته.
- 5- اهتمامنا بالبرامج المتعلقة بالجانب الديني.

الأسباب الموضوعية:

- 1 - قلة الدراسات العلمية المتعلقة بالمواضيع الدينية في مجال الاعلام والاتصال.
- 2 - مدى إقبال الجمهور نحو البرامج الدينية لقناة الشروق في ظل انتشار الواسع للقنوات العربية الأخرى.
- 3 - نقص البرامج الدينية في القنوات الجزائرية.

مجال الدراسة:

يعتبر مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي، كونه يساعد على قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان، وقد اتفق العديد من مستعملي مناهج البحث الاجتماعي أن لكل دراسة ثلاث حدود رئيسية وهي: المجال المكاني، المجال الزمني، المجال البشري.¹

المجال المكاني:

تمت هذه الدراسة في جامعة قاصدي مرباح ورقلة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال.

المجال الزمني:

تم الشروع في عملية البحث في هذه الدراسة بجمع المعلومات بداية شهر فيفري الى غاية شهر ماي.

المجال البشري:

تمت على مجموعة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لجامعة ورقلة البالغ عددهم 784 حيث أخذنا منهم 59 طالب وطالبة من مستوى الماستر.

¹ محمد سفيان عطوات، اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية عبر قناة الشروق الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة ورقلة 2020-2021، ص 5.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في أهمية الموضوع بحد ذاته ومعرفة اتجاهات الجمهور حول البرامج الدينية لما لها من أهمية وانعكاسات في الواقع المعاش ومعرفة خصائص الجمهور وميولاته من أجل تنقيفه دينيا كما تكمن أهمية دراستنا في تناولها لأهم ركائز المجتمع ألا وهو الطالب الجامعي بصفة خاصة ومعرفة العلاقة بين متغيرات دراستنا في ظل الانتشار الواسع للقنوات الخاصة ومدى إقبال الجمهور على مشاهدة قناة الشروق الجزائرية من أجل إشباع حاجاتهم

أهداف الدراسة:

- 1- معرفة دوافع الجمهور نحو مشاهدة البرامج الدينية التي تبثها قناة الشروق الجزائرية.
- 2- التعرف على الإشباعات والحاجات التي تحققها البرامج الدينية لقناة الشروق.
- 3- التعرف على دور البرامج الدينية التي تبثها قناة الشروق الجزائرية ومدى نجاحها في تشكيل وزيادة الوعي الديني لدى متابعيه.

منهج الدراسة وأدواتها:

يعتبر المنهج معيارا أساسيا لجمع المعلومات التي يحتاجها الباحث في دراسته، وقد عرف بأنه: "مجموعة من القواعد العامة التي يتم وضعها بقصد الوصول الى الحقيقة في العلم، كما أنه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة، والمناهج أو الطرق البحث عن الحقيقة تختلف باختلاف المواضيع"¹.

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي.

يعرف المنهج الوصفي بأنه: "مجموعة الطرق التي تمكن الباحثون بوصف الظواهر العلمية، والظروف المحيطة بها، والمجال العلمي الذي ينتمي إليه وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثرة

¹ محمد الغريب عبد الكريم، البحث العلمي: التصميم والمنهج والجراءات، د ط، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1982، ص 77.

والمتأثرة فيها، وكما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب، وأدوات البحث العلمي التي تلازم الأهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها من خلال هذه البحوث".¹

"كما أن المنهج الوصفي تستخدمه كلتا من العلوم الطبيعية والعلوم الاجتماعية، ويعتمد على الملاحظة بأنواعها بالإضافة إلى عمليات التصنيف، والإحصاء مع بيان، وتفسير تلك العمليات، ويعد المنهج الوصفي أكثر مناهج البحث ملائمة للواقع الاجتماعي كسبيل لفهم ظواهره، واستخلاص سماته² ويعرف المنهج المسحي: " ذلك النوع من البحوث الذي يتم بواسطته استجواب جميع أفراد مجتمع البحث أو عينة كبيرة منهم، وذلك بهدف وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها فقط، دون ان يتجاوز ذلك دراسة العلاقة أو استنتاج لأسباب.³

أداة الدراسة:

تعتبر أداة جمع البيانات الوسيلة التي يقوم من خلالها الباحث لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة حيث تساهم بشكل كبير في تحليل الظاهرة ووصفها وتفسيرها في إطار الدراسة.

الاستبيان:

يعد الاستبيان وسيلة من وسائل جمع المعلومات، وقد يستخدم على إطار واسع ليشمل الأمة أو في إطار ضيق على نطاق المدرسة، وبطبيعة الحال فهو يختلف في طوله ودرجة تعقيده. إن الجهد الأكبر في الاستبيان ينصب على بناء فقرات جيدة والحصول على استجابات كاملة. ومن الأهمية بمكان أن تكون أسئلة الدراسة، وفرضياتها واضحة ومعرفة كيف يكون بالإمكان بناء الفقرات بشكل جيد.⁴

ويستخدم الاستبيان لجمع المعلومات بشأن معتقدات ورغبات المستجيبين، وكذلك الحقائق التي هم على علم بها، ولهذا تستخدم الاستبيانات بشكل رئيسي في مجال الدراسات التي تهدف لاستكشاف حقائق عن الممارسات الحالية، واستطلاعات الرأي وميول الأفراد.

¹ منال هلال مزاهرة، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط1، دار الكنوز للمعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 105 .

² محمد محمد قاسم، المدخل إلى مناهج البحث العلمي، ط1، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1999، ص 60 .

³ محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط 3، دار الكتب، اليمن، 2019، ص 52.

⁴ منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2007، ص91.

ويقصد به كذلك الاستبيان يعتبر وسيلة ناجحة لدراسة الحياة الشخصية للأفراد، وخاصة تلك الجوانب من الحياة الخاصة التي لا يمارسها الأفراد إلا عندما ينفردون بأنفسهم بعيدا عن أعين المراقبين.¹

كما قسمنا الاستبيان إلى ثلاث محاور:

المحور الأول: عادات وأنماط مشاهدة البرامج الدينية والإشباعات المحققة منها، وكان عدد الأسئلة فيه 9.

المحور الثاني: دوافع الجمهور لمشاهدة البرامج الدينية لفنائه الشروق، وكان عدد الأسئلة فيه 8.

المحور الثالث: تأثير البرامج الدينية على الجمهور، وكان عدد الأسئلة فيه 12.

مجتمع البحث وعينة الدراسة:

أ مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة يعني التعرف على حدود جسد المحتوى الذي ستنم دراسته وهذا بدوره يتطلب وضع تعريف مناسب للمجتمع، موضع الدراسة أي يجب أن تكون هناك بيانات محددة وواضحة عن المطلوب فمجتمع البحث هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة كما يشير إلى المجموعات الكلية من الأفراد أو الظواهر أو الأشياء التي نأمل أن نعتم نتائج بحثنا عليها²

ويعتبر مجتمع دراستنا في طلبة الماستر قسم علوم الاعلام والاتصال جامعة ورقلة.

عينة الدراسة: تعتبر العينة جزء هام في نجاح البحث العلمي لما توفره من جهد على الباحثين، كما توفر الوقت فهي تحتوي على بعض العناصر التي يتم اختيارها منه بطريقة معينة، وذلك بقصد دراسة خصائصها في المجتمع الأصلي.³

¹ عيود عبدالله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ط 1، دار النمير، دمشق – سوريا، 2004، ص 172.
² عنانة تهاني، اتجاهات الشباب الجامعي نحو البرامج الاذاعية الدينية، إذاعة الجزائر من أم بواقي انموذجا، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهدي، أم بواقي، 2014-2015، ص 16.
³ محمد عبد الفتاح وآخرون، البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين، ط 1، دار وائل للنشر، الأردن، 2006، ص 186.

وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية¹ وفيها يقصد الباحث اختيار عينته بحيث يتحقق في كل منهم شروط معينة ويعتقد الباحث عند اختياره هذه العينة أنها تمثل المجتمع أفضل تمثيل، أي يختار الوحدة أو الوحدات التي تكون مقاييسها مماثلة أو مشابهة لمقياس المجتمع الأصلي، ولكن الدراسات التي أجريت على هذا النوع من العينات ترى أنه إذا لم تتوافر لدى الباحث أساس موضوعي يستند إليه حكمه بأن هذه الحالات نمطية وإذا لم يتوافر لديه محك خارجي يؤكد سلامة حكمه فإنه لا يمكن قبول التعميم من نتائج بحثه، ولهذه العينة عيوب منها عدم وجود طريقة إحصائية لمعرفة دقة النتائج وقياسها وعدم إمكانية التخلص من التحيز في العينة القصدية أحيانا¹.

وكما " يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم، ولكون تلك الخصائص هي الأمور الهامة بالنسبة للدراسة، ويتم اللجوء إلى هذا النوع من الفئات في حالة توفر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي².

الدراسات السابقة:

الدراسة 1:

دراسة الطالبة لمونس زينب، مذكرة تحت عنوان اتجاهات الجمهور نحو البرامج الثقافية على القنوات الفضائية، سنة 2018-2019، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال، صحافة مكتوبة، جامعة محمد بوضياف المسيلة.

وطرح سؤال إشكاليته المتمثل في: ما طبيعة اتجاهات الجمهور نحو البرامج الثقافية في القنوات الفضائية؟

كما طرح بعض التساؤلات الفرعية متمثلة في:

. ما هي عادات وأنماط تعرض الجمهور للبرامج الثقافية؟

. ما هي دوافع تعرض الجمهور للبرامج الثقافية؟

. ما مدى تأثير البرامج الثقافية على الجمهور؟

¹ رديم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط 1، دار الدجلة، عمان، 2008، ص 173.
² محمد عبيدات، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999، ص 96.

. هل هناك علاقة بين متغير التخصص علمي /أدبي والبرامج الثقافية المفضلة؟

وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصف، الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على نقاط ضعفها وقوتها.

واستخلصت هذه الدراسة النتائج التالية:

. اهتمت البرامج الثقافية بموضوعات ثقافية تنوعت بين الأدب والفن والفكر مع تفاوت في نسبها من برنامج لآخر وذلك حسب هدف ونوع البرامج.

. امتازت البرامج الثقافية في القنوات الفضائية بالحفاظ على قوالب ثابتة للحصص وذلك حسب نوع البرامج.

. أثبتت الدراسة ان لدى هذه البرامج الثقافية أدوار ايجابية من بينها نشر القيم الثقافية والأخلاقية.

. تمثل البرامج الثقافية الخيار الأمثل الذي يقبل أفراد العينة على مشاهدتها التي لم تتمتع بهذه البرامج من خصائص ومميزات تتفرد بها عن بقية البرامج الأخرى.

الاهتمام الكبير بالجانب المعرفي والمعلوماتي وزيادة نسبة الثقافة.¹

ركزت هذه الدراسة على اتجاهات الجمهور نحو البرامج الثقافية تختلف هذه الدراسة مع دراستنا في المتغير الثاني نحو البرامج الثقافية بشكل عام ودراستنا نحو البرامج الدينية الخاصة بقناة الشروق كما تتمثل أوجه التشابه مع دراستنا في نوع العينة حيث اعتمدت صاحبة الدراسة على العينة القصدية، وعلى أداة الاستبيان واستفدت من هذه الدراسة في صياغة كل من الإشكالية وأسئلة الاستبيان.

الدراسة 2:

دراسة هدى قرفي مذكرة تحت عنوان اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية سنة: 2014/2013 مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم الإسلامية بجامعة الوادي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، وتمثلت إشكالية الدراسة في ماهية اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية؟ كما اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسح الوصفي، واعتمدت على العينة التطبيقية العشوائية كما استعانت بالاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتمثلت نتائج هذه الدراسة كالتالي:

¹ زينب لمنوس، اتجاهات الجمهور نحو البرامج الثقافية على القنوات الفضائية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر اكايمي، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية علوم الانسانية والاجتماعية، جامعة بوضياف، المسيلة، 2018-2019.

- أن أفراد عينة هذه الدراسة يفضلون مشاهدة الفضائيات العربية دائما بنسبة 35.30%، وأحيانا 63.63%، وأبدا 01.01%.
 - يفضل عينة هذه الدراسة تفضيل القنوات الدينية في المرتبة الأولى بنسبة 41%، والقنوات الإخبارية في المرتبة الثانية بنسبة 16.26%، وفي المرتبة الثالثة القنوات الوثائقية والرياضية بنسبة 15.87%.
 - أغلب أفراد عينة هذه الدراسة يفضلون مشاهدة الفضائيات الدينية بنسبة 94.39%.
 - كما فضل أفراد العينة قناة اقرأ كأفضل قناة دينية بنسبة 33.15%.
 - دوافع مشاهدة أفراد عينة هذه الدراسة هو الحرص على زيادة الثقافة الدينية كأكثر نسبة 25.36%.
 - كما فضلت عينة هذه الدراسة برنامج الفقه، ولقناتوي في المرتبة الأولى بنسبة 18.08% كأفضل برنامج ديني ثم المرتبة الثانية برنامج الأناشيد الدينية بنسبة 16.13%.
 - كما يرى أفراد العينة أن كثرة الفضائيات الدينية مفيدة بنسبة 61.62%.
 - تأثر أغلبية أفراد عينة هذه الدراسة بالقنوات الفضائية الدينية بنسبة 87.02%¹.
- ركزت هذه الدراسة على اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية تختلف هذه الدراسة مع دراستنا في المتغير الثاني نحو الفضائيات الدينية بشكل عام ودراستنا نحو البرامج الدينية الخاصة بقناة الشروق كما تختلف عن دراستنا في نوع العينة حيث اعتمدت صاحبة الدراسة على العينة الطبقية العشوائية، ودراستنا على العينة القصدية، وتتمثل أوجه التشابه في اعتماد صاحبة الدراسة على أداة الاستبيان واستفدت من هذه الدراسة في صياغة كل من الإشكالية وأسئلة الاستبيان، وكذلك الجانب المنهجي.

¹ هدى قرفي، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، قسم العلوم الإسلامية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الوادي، 2013-2014.

الدراسة 3:

دراسة زاوي الحاج سعد بعنوان اتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة سنة 2012-2013 مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع بجامعة محمد خيضر بسكرة وتم طرح الاشكال التالي:

ما هي اتجاهات الجمهور نحو قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية؟

وتندرج تحتها الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي أنماط وعادات مشاهدة قناة الجزيرة الإخبارية عند جمهور الدراسة.
- ما هي دوافع اقبال الجمهور على متابعة برامج قناة الجزيرة؟
- ما هي انعكاسات تأثير القناة على القيم الاجتماعية والثقافية لدى جمهور الدراسة وما هي المحددات الديمغرافية التي ترتبط بهذا التأثير؟
- ما المنهج الذي استعمل في هذه الدراسة هو المنهج المسح الوصفي كما استعان صاحب الدراسة بأداة الاستبيان في جمعه للمعلومات.
- وكانت نتائج الدراسة كالتالي:
- استقطاب المشاهدة نحو الخدمة الإعلامية الإخبارية وأهم أسباب هذا الاستقطاب هي المعرفة والاطلاع على الأحداث اليومية، وان أبرز البرامج المفضلة في التلفزيون عند مفردات العينة هي الإخبارية، والرياضية، والدينية.
- ضعف الخدمة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري.
- تصدر قناة الجزيرة الإخبارية نسبة متابعة ب 55.10% من بين أهم خمس قنوات إخبارية وبكثافة قصوى 34.01% ومشاهدة عالية من يوم الى ثلاث أيام 41.48%
- ارتفاع متابعة قناة الجزيرة لدى الفئات العمرية الصغيرة (20-29) وان أفضل أوقات المشاهدة هو وقت الذروة (20:00 مساء فما فوق).
- كانت متابعة النشرة بشكل دائم متوسط بلغت الكثافة بالمجمل 57.82% ومثلت المشاهدة المتقطعة حسب الظروف أعلى المتوسطات ب 76.37%¹.

¹ الحاج سعد زاوي، اتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012-2013.

- حظيت البرامج الإخبارية الحوارية لقناة الجزيرة بمتابعة مقبولة لبعض البرامج وضعيفة لبرامج أخرى وكان، وكان المتوسط في حدود 33% والبرامج الوثائقية بمتابعة مقبولة الى مرتفعة متوسطها عند الذكور أكثر من 40%.
- إن أبرز محدد يؤثر في عادات، وأنماط المتابعة هو حالة النشاط، كما تعود أسباب الإقبال على برامج قناة الجزيرة بخصوص الذاتية للعوامل المعرفي أكثر من الوجدانية، وبخصوص الأسباب التي تخص أساليب العمل، والتغطية كان النقل الحي بالصورة عبر المراسلين أهمها، وعلى مستوى المعالجة كانت جرأة الطرح، والتغطية الشاملة أهم عاملي جذب الجمهور لمتابعة برامج قناة الجزيرة.
- وساهم في توجه الجمهور نحو برامج قناة الجزيرة مهنية أداء مقدمي البرامج، والتكنولوجيا العالية التي تطبقها في الإخراج، والاستديوهات، كما كانت الانعكاسات السلبية في هذه الدراسة لمتابعة ضعيفة لدى مفردات العينة.¹

ركزت هذه الدراسة على اتجاهات الجمهور نحو قناة الجزيرة الإخبارية إلا أن دراستنا تختلف معها في المتغير الثاني ألا وهو البرامج الدينية لقناة الشروق، وتتمثل أوجه التشابه في الأداة والمتغير الأول اتجاهات الجمهور كما استندت من هذه الدراسة في صياغة الإشكالية، وصياغة أسئلة الاستبيان.

الدراسة 4:

دراسة الطالبة سعيدة عباس، تحت عنوان اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية سنة 2009.2010، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام بجامعة الحاج لخضر باتنة، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام.

وطرح في مذكرته بعض التساؤلات الفرعية المتمثلة في:

. ما مدى مشاهدة المرأة الجزائرية للفضائيات الدينية؟

. ما هي القنوات الدينية التي تحظى باهتمام ومتابعة المرأة الجزائرية لها؟

. ما دوافع مشاهدة المرأة الجزائرية لهذه لقنوات؟

. ما تقييم المرأة الجزائرية للفضائيات الدينية ولبرامجها؟

الفرضيات المتمثلة في:

. تقبل المرأة الجزائرية على مشاهدة الفضائيات الدينية بكثافة نظرا لتنوع برامجها وفائدتها في حياتها

اليومية

. تشاهد المرأة الجزائرية الفضائيات الدينية الأسبق في الظهور بكثافة من غيرها.

¹ الحاج سعد زاوي، اتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة، المرجع سبق ذكره.

. تعد برامج تعليم القرآن والفتوى من أهم البرامج المشاهدة من طرف المرأة الجزائرية.

وقد اتبعت هذه الدراسة المنهج المسحي الوصفي باعتباره الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك.

وكانت نتائج هذه الدراسة كالتالي:

أن أغلب عينة الدراسة تقبل على مشاهدة الفضائيات الدينية وذلك بنسبة 98.66 وهذه النتيجة توافق الفرضية الأولى لهذه الدراسة فالعينة تتعرض لبرامج القنوات الفضائية الدينية بصفة دائمة لكونها تحمل مضامين ذات قيم دينية واجتماعية وفكرية تتوافق واتجاهات المجتمعات الإسلامية.

تقبل عينة الدراسة على مشاهدة قناة "اقرأ" وقناة "الرسالة" بشكل كبير وذلك راجع للبرامج المتميزة التي يتم عرضها في هاتين القناتين إضافة إلى كوكبة من الدعاة المبدعين والحاملين لواء التغيير والايجابية وهذه النتيجة أيضا توافق الفرضية الثانية لهذه الدراسة إذ أن قناة "اقرأ" وقناة "الرسالة" تعتبران من أوائل القنوات الفضائية الدينية ظهورا فقناة "اقرأ" أول باكورة فضائية دينية وكان ذلك عام 1998م ورسالتها تهدف إلى الارتقاء بالفرد المسلم وتفعيل حركته في مجتمعه من أجل إعلاء راية الإسلام.

لوحظ وجود فوارق بين أفراد عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو الفضائيات الدينية وبرامجها وذلك حسب متغير السن والمهنة وهي النتيجة التي توافق الفرضية لهذه الدراسة.

تقبل عينة الدراسة على مشاهدة الفضائيات الدينية من أجل إشباع حاجاتها الثقافية خاصة منها الإسلامية ولتصحيح عقيدتها وتفعيل دورها الاجتماعي وسلوكها الإيجابي.

ترى عينة الدراسة أن القنوات الدينية تسير على خطة واضحة وهدف محدد كان بالرغم من ذلك فإنه يتوجب على القائمين بالاتصال في هذه القنوات التجديد في استخدام الأساليب الفنية ومواكبة الصورة الضوئية واستخدام الخلفيات الإبداعية للبرامج الدينية 1.....

اسعيدة عباس، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية، المرجع سبق ذكره. سعيدة عباس، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم الدعوة والاعلام، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009-2010.

ركزت هذه الدراسة على اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية تختلف هذه الدراسة مع دراستنا في المتغير الثاني نحو الفضائيات الدينية بشكل عام ودراستنا نحو البرامج الدينية الخاصة بقناة الشروق كما تختلف عن دراستنا في نوع العينة حيث اعتمد صاحب الدراسة على العينة الطبقية العشوائية، ودراستنا على العينة القصدية، وتتمثل أوجه التشابه في اعتماد صاحب الدراسة على أداة الاستبيان واستفدت من هذه الدراسة في صياغة كل من الإشكالية وأسئلة الاستبيان، وكذلك الجانب المنهجي.

نظرية الدراسة:

سنحدد في هذه المرحلة أهم التصورات النظرية التي سننطلق بها في هذه الدراسة في تبيان أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية.

مفهوم نظرية الاستخدامات و الاشباعات:

يطلق عليها البعض نموذج، و البعض الآخر مدخل، و يطلق عليها آخرون منظور، و يشعر بعض النقاد أن أسلوب المنافع، و الإشباع أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذات هو ما هو إلا صياغة معادة محدودة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي... كما يرون أن البحث باستخدام منظور المنافع، و الإشباع لم يولد حتى الآن سوى القليل من القوائم من الأسباب التي يبررها الناس انتقائهم، و اهتمامهم بأنواع مختلفة من المضمون الإعلامي، أو قوائم من الاشباعات يقول الناس أنهم يحصلون عليها من اهتمامهم بالإعلام، ولا يضيف المنظور الكثير على طريق التفسير المنظم وراء ذلك.¹

وظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" تأليف كاتر بلومر 1974، و دار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام، و محتواها من جانب، و دوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.

- ومن جهة نظر "كاتر بلومر" فإن مدخل الاستخدامات، و الاشباعات يعني كما يلي:

- الأصول الاجتماعية، والسيكولوجية.

- الاحتياجات التي يتولد عنها.

¹ملفين ديفلير وساندر واكيش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، د ط، دار الدولية للنشر وتوزيع، القاهرة، 1992، ص 267.

- توقعات.

- من وسائل الإعلام أو أي مصادر أخرى تؤدي إلى:

- أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام ينتج عنها:

- اشباع احتياجات.

- ونتائج أخرى في الغالب غير مقصودة.1

كما تهدف هذه النظرية إلى:

- 1- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار، ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته، وتوقعاته.
- 2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، وتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- 3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري²

فرضيات النظرية:

- أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل، والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه، وبدوافعه، واهتماماته فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه وسائل الإعلام.

¹محمود حسن إسماعيل ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، دار العالمية للنشر والتوزيع، 2003، ص267.
²حسن مكايي وآخرون، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص241.

أهم الانتقادات الموجهة للنظرية:

- 1- أن هذه النظرية تبني مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدافع، الإشباع، الهدف الوظيفية، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات.
- 2- أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية، نفسية، واجتماعية، و تختلف أهميتها من فرد لآخر، ولتحقيق تلك الحاجات تعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام، و اختيار المحتوى.
- 3- تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعمد و مقصود، و هادف، والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك فهناك أيضا، استخدامات غير هادفة.
- 4- تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد، وتحقيق اختلالا وظيفيا للبعض الآخر.¹

إسقاط النظرية:

تساعد هذه النظرية في موضوع الدراسة على أنها تساهم في التعرف على مشاهدة الجمهور أو الطلبة على البرامج الدينية التي تعرضها قناة الشروق الجزائرية، ومعرفة مدى اشباع حاجاتهم ورغباتهم وميولاتهم.

. ان افراد العينة مواكبون على مشاهدة البرامج الدينية لقناة الشروق الجزائرية بقصد الحصول على ما يلبي حاجاتهم، ورغباتهم.

. افراد العينة هم الذين يختارون الوسيلة، والمضامين التي تناسبهم من خلال قناة الشروق الجزائرية، و بالتالي هم من يتحكمون في المضمون من خلال الميولات، والحاجات التي يودون اشباع حاجاتهم منها.

. استخدام أفراد العينة التلفزيون لكونه الوسيلة الأفضل للمشاهدة من أجل اشباع حاجاتهم المتولدة لهم.

¹ محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، المرجع السابق، ص 257.

تحديد المصطلحات والمفاهيم:

تعريف الاتجاهات:

لغة: الوجه المعروف والجمع وجوه، وقال الزمخشري: ووجه كل شيء مستقبلي¹

اصطلاحاً: يمثل حالة لاستثارة الدافع فاتجاه المرء نحو موضوع معين هو الاستعداد لاستثارة دوافعه فيما يتصل بالموضوع، وهذا الاستعداد يتأثر بخبرة المرء ومعارفه السابقة عن هذا الموضوع سلباً أو إيجاباً.²

كما يعرفه كرينش و كريتشفيلد بأنه "العمليات الدافعة و الإدراكية والمعرفية التي انتظمت في صورة دائمة وأصبحت تحدد استجابة الفرد لجانب من جوانبه".³

التعريف الاجرائي:

هو اتجاه ورأي شخص نحو موضوع معين وهذا من خلال خبرته ومعارفه السابقة ويكون موقفه إما بالإيجاب أو بالسلب.

تعريف الجمهور:

يعرفه علي قسايسية على أنه اشتراك مجموعة من الناس في التعرض للرسائل التي تقدمها وسائل الاعلام بمختلف أشكالها وفي مختلف مراحل تطورها.⁴

التعريف الاجرائي:

هو مجموعة من الأشخاص الذين يشتركون في مشاهدة رسالة إعلامية أو برنامج معين في وقت قياسي محدد.

¹ابن المنظور، لسان العرب، د ط، دار لسان العرب، بيروت، 1988، ص 477.

²حسن صديق، مجلة جامعة دمشق، المجلة 28، العدد3+4، 2012، ص 301.

³السيد الشحات أحمد حسن، الصراع القيمي لدى الشباب ومواجهته من منظور التربية الاسلامية، د ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1986، ص 55.

⁴ علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور بالجزائر، أطروحة لشهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005/2006، ص 36

تعريف البرنامج الديني: هو الذي يقوم بأشكال مختلفة من الخدمة الدينية وما يشبهها من برامج الروحية التي تؤدي إلى النمو بروح المستمع أو المشاهد.¹

التعريف الإجرائي:

هو مجموعة من البرامج التي تقوم على الشعائر الدينية من أجل غرس روح الإيمان في النفوس وتعديل السلوكيات الأخرى

¹عبد المجيد شكري، الاعلام الاسلامي- الواقع- التحديات- المستقبل، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999، ص 35.

الجانب التطبيقي

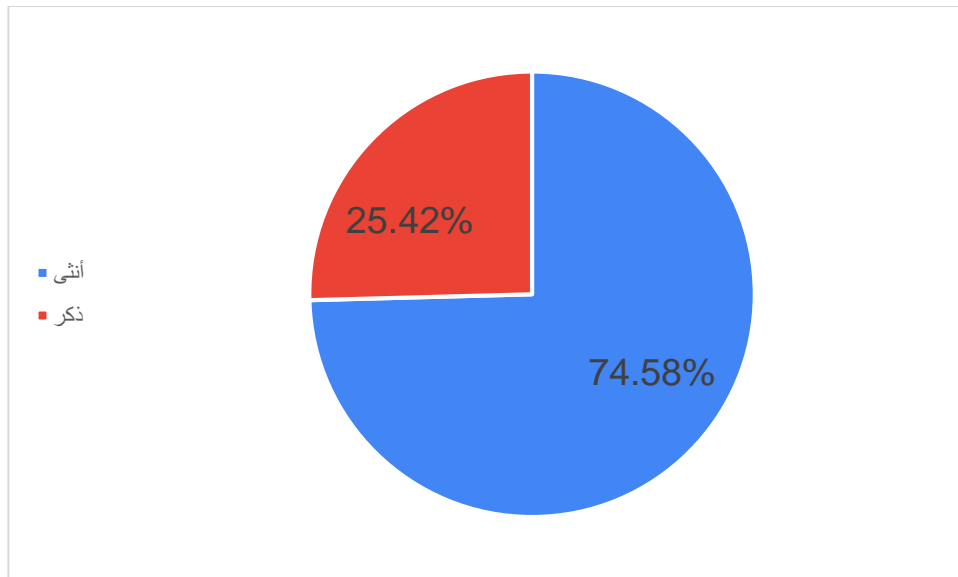
تمهيد:

اعتمدنا في هذا الاطار على تحليل البيانات المتحصل عليها من الاستمارات الموزعة على العينة 59 طالبا وطالبة، وقد تم تفريغ هذه البيانات على 38 جدولاً. إجراءات الصدق والثبات: بما أن أداة بحثنا هي استمارة فكان علينا اختبار مدى صلاحيتها وعرضها على أستاذة مختصين في علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة منهم الأستاذ: (قندوز عبد القادر).

تفريغ البيانات:

جدول رقم:01 يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

النسب	التكرار	الجنس
74.58%	44	أنثى
25.42%	15	ذكر
100.00%	59	المجموع

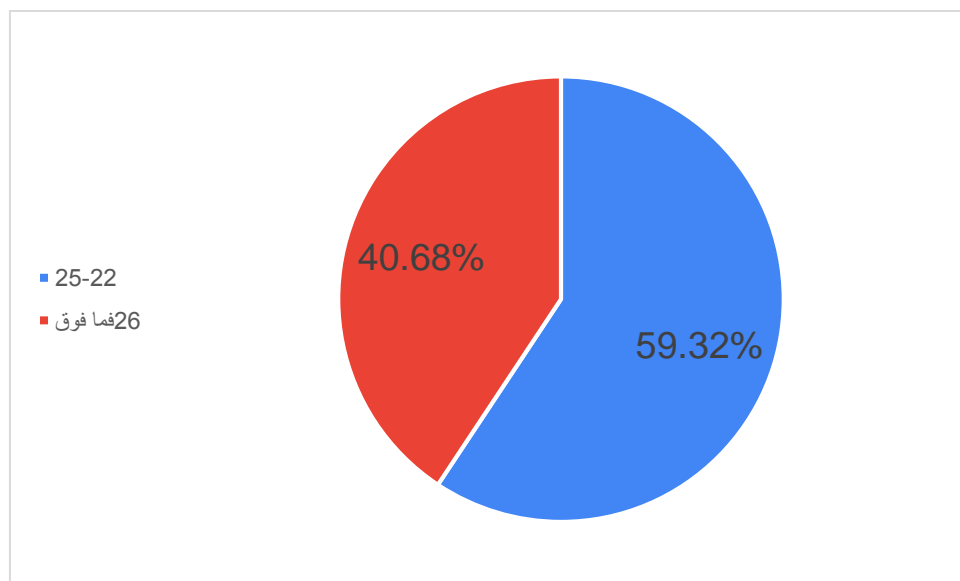


شكل رقم: 01 يمثل دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 01 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس حيث نلاحظ أن نسبة الإناث هي أعلى نسبة من الذكور بحيث بلغت نسبة الإناث 74.58%، ونسبة الذكور ب 25.42%، ويرجع ارتفاع نسبة الإناث هنا إلى وجود نسبة كبيرة من الإناث في قسم علوم الاعلام والاتصال، وكذلك راجع لتصادفنا مع فئة الإناث عند توزيع الاستمارة أكثر من فئة الذكور.

جدول رقم:02 يمثل توزيع افراد العائلة حسب متغير السن.

النسب	التكرار	السن
59.32%	35	20-25
40.68%	24	فما فوق 26
100.00%	59	المجموع

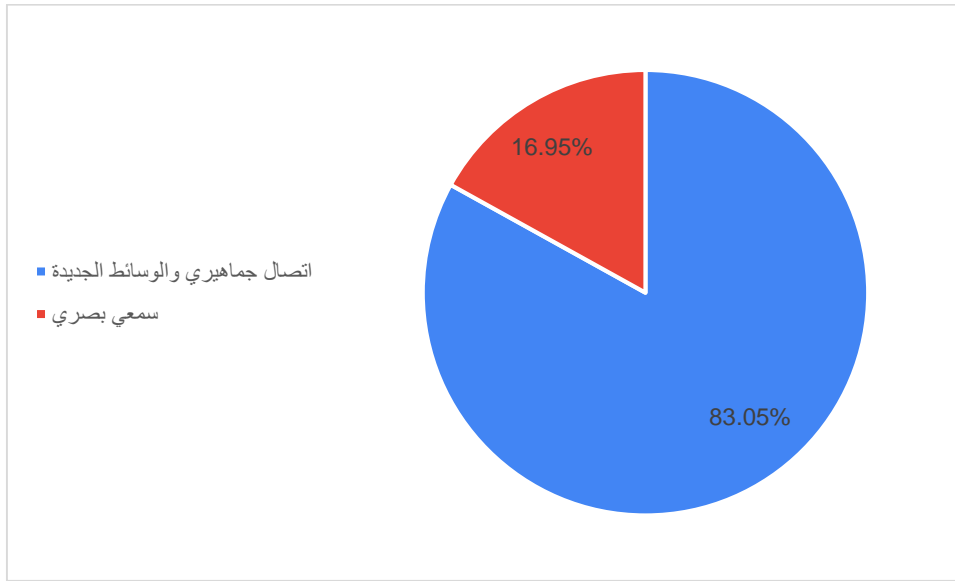


شكل رقم 02: يمثل دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة على حسب متغير السن.

نلاحظ من خلال جدول رقم 02 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن حيث نلاحظ أن الفئة العمرية المتراوحة بين 25-22 هي أعلى نسبة من الفئة العمرية المتراوحة بين 26 فما فوق في دراستنا بحيث بلغ عدد الفئة العمرية بين 25-22 بلغ عددهم 35 مفردة أي 59.32% أما الفئة الثانية 26 فما فوق بلغ عددهم 24 بنسبة 40.68%. 59.32% بنسبة

جدول رقم: 03 يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص.

النسب	التكرار	التخصص
83.05%	49	اتصال جماهيري
16.95%	10	سمعي بصري
100.00%	59	المجموع

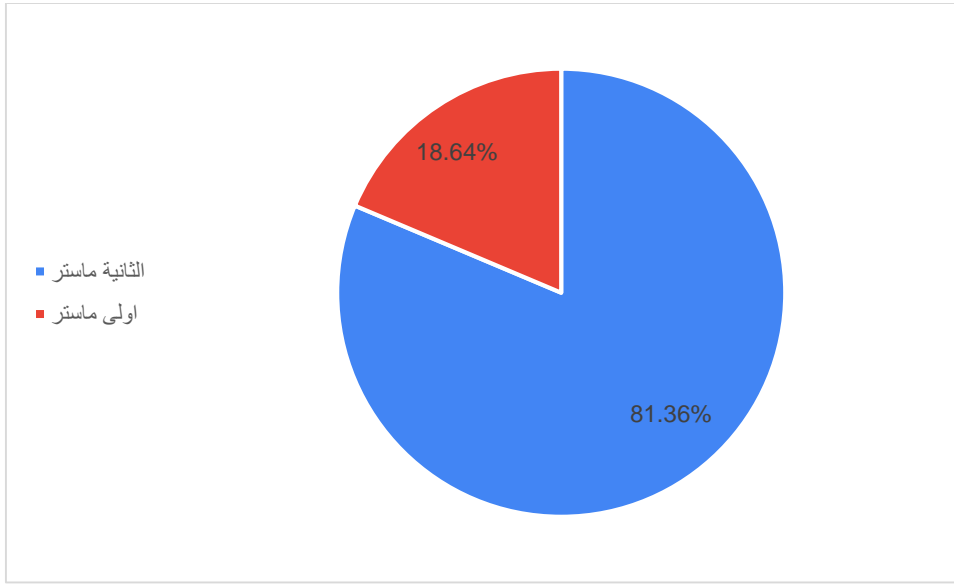


الشكل رقم: 03 يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص.

جدول رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص، حيث نلاحظ أن تخصص اتصال الجماهيري والوسائط الجديدة هو أعلى نسبة من تخصص السمع البصري فنسبة تخصص الاتصال الجماهيري كانت 83.05% أما السمع البصري فكانت نسبته 16.95%، وراجع لتصادفنا مع طلبة تخصص الاتصال الجماهيري أكثر من طلبة السمع البصري، وراجع أيضا إلى أن عدد الطلبة في تخصص اتصال جماهيري يفوق عدد طلبة السمع البصري في قسم علوم الاعلام والاتصال.

جدول رقم: 04 يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى.

النسب	التكرار	المستوى
81.36%	48	ثانية ماستر
18.64%	11	أولى ماستر
100.00%	59	المجموع



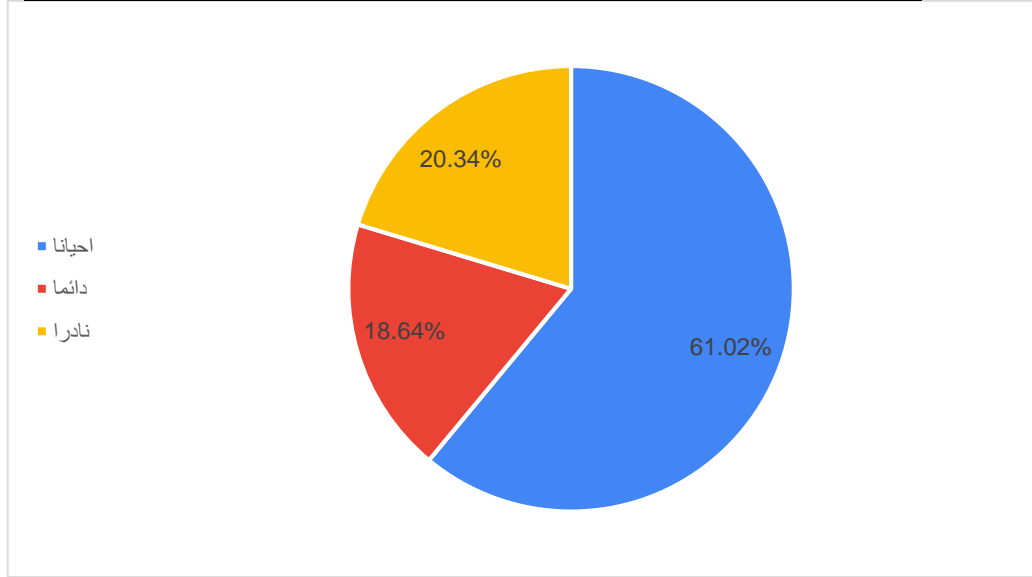
شكل رقم: رقم: 04 يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى.

الجدول رقم: 04 يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي، حيث نلاحظ أن السنة ثانية ماستر هي أعلى نسبة من سنة أولى ماستر ففي المرتبة الأولى سنة ثانية ماستر بلغ عددهم 48 أي بنسبة مئوية 81.36%، وفي المرتبة الثانية سنة أولى ماستر بلغ عددهم 11 وبنسبة المئوية 18.64%، وهذا راجع إلى تصادفنا مع طلبة سنة ثانية ماستر أكثر من طلبة سنة أولى ماستر، وكذلك فارق التوقيت و التفويج من أجل تقادي جائحة كورونا.

المحور الأول: عادات وأنماط مشاهدة البرامج الدينية والاشباعات المحققة منها.

جدول رقم: 05 يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما إذا كان أفراد العينة يشاهدون قناة الشروق.

النسب	التكرار	مشاهدة قناة الشروق
61.02%	36	أحيانا
18.64%	11	دائما
20.34%	12	نادرا
100.00%	59	المجموع



شكل رقم: 05 يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما إذا كان أفراد العينة يشاهدون قناة الشروق.

جدول رقم: 05 يمثل توزيع أفراد العينة حسب مشاهدتهم لقناة الشروق، نلاحظ هنا أن الطلبة التي كانت إجابتهم ب"أحيانا" كانت أعلى نسبة ب61.02% ثم يليها في المرتبة الثانية الطلبة الذين يشاهدونها بصفة نادرة بنسبة 20.34%، وفي المرتبة الأخيرة الطلبة الذين يشاهدونها بصفة دائمة، وهي أقل نسبة ب18.64%، ويرجع ارتفاع نسبة المشاهدة أحيانا إلى تعدد وسائل الإعلام، والقنوات الخاصة بالطلبة لا يتوقفون عن مشاهدة قناة واحدة فقط بل ينوعون في مشاهدتهم لقنوات أخرى غير قناة الشروق، و اطلاعهم على الصحف والمجلات، وكذلك الأنترنت، ويمكن تفسير ذلك أيضا أنه راجع لضيق الوقت أي أنه ليس لديهم وقت للمشاهدة فمعظم أوقاتهم مشغولة إما بالدراسة أو بالعمل، ولا يملك الوقت الكافي للمشاهدة، أما الأفراد الذين كانت اجابتهم ب "دائما" فهم على الأغلب يفضلون قناة الشروق، ولديهم الوقت الكافي لمتابعتها، وأنها توفر لهم ما يحتاجونه، أما بالنسبة للطلبة الذين نادرا ما يشاهدون قناة الشروق راجع لتفضيل بعض القنوات عن قناة الشروق أو تفضيلهم استخدام الأنترنت.

المجموع		الذكور		الإناث		متغير الجنس
% ن	ت	% ن	ت	% ن	ت	
61.06%	36	46.66%	7	65.90%	29	أحيانا
18.64%	11	20%	3	18.18%	8	دائما
20.33%	12	33.33%	5	15.90%	7	نادرا
100.00%	59	100%	15	100%	44	المجموع

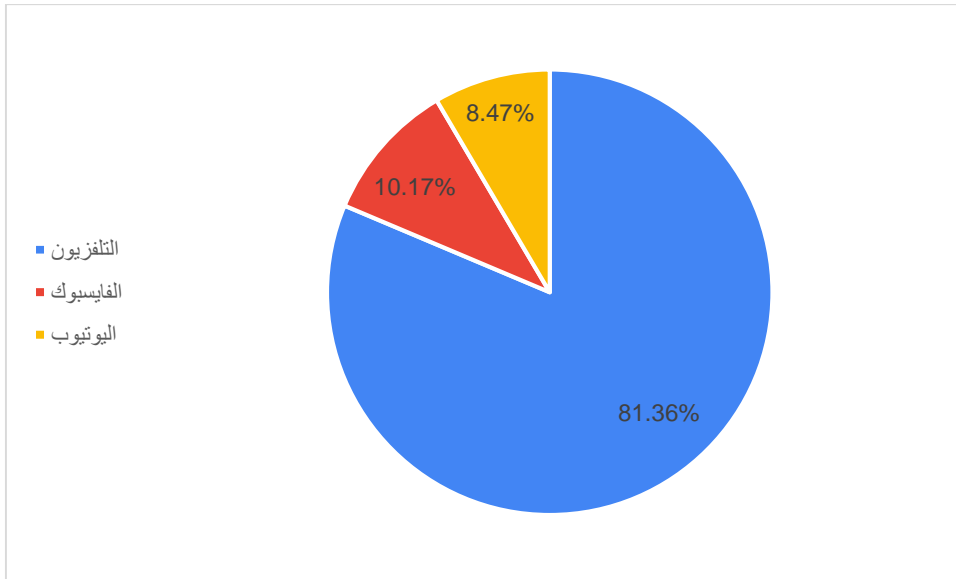
جدول رقم: 6 يمثل توزيع أفراد العينة لمشاهدة لقناة الشروق حسب متغير الجنس:

نلاحظ من خلال الجدول أن فئة الإناث يشاهدون قناة الشروق أحيانا كأعلى نسبة بنسبة 65.90، ثم تليها دائما بنسبة 18.18، ونادرا كأقل نسبة 15.90. أما فئة الذكور يشاهدون قناة الشروق أحيانا بنسبة 46.66، ونادرا بنسبة 33.33، ودائما كأقل نسبة 20.

نلاحظ هنا أن فئة الإناث هي الأكثر مشاهدة لقناة الشروق من فئة الذكور، وهذا راجع أن قناة الشروق أغلب محتوياتها تخص فئة الإناث، وملبية لاحتياجاتهم ورغباتهم أكثر من الذكور، وهنا راجع أيضا إلى تصادفنا مع فئة الإناث أكثر من فئة الشباب.

جدول رقم: (07) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة التي يشاهد بها أفراد العينة قناة الشروق.

النسب	التكرار	الوسيلة التي تشاهد بها قناة الشروق
81.36%	48	التلفزيون
10.17%	6	الفايسبوك
8.47%	5	اليوتيوب
00%	0	انستغرام
100.00%	59	المجموع

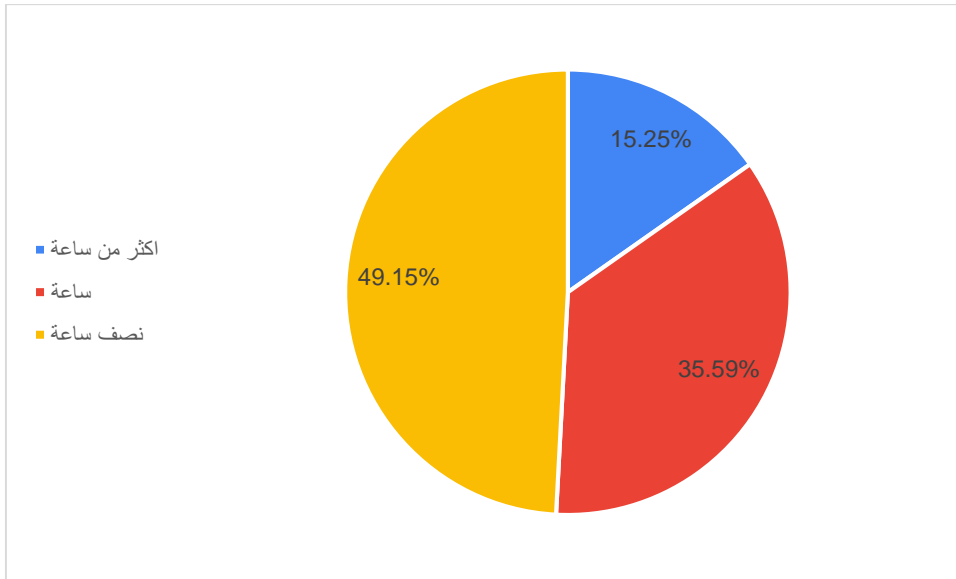


شكل رقم: 06 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة التي يشاهد بها أفراد العينة قناة الشروق.

جدول رقم: 07 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة التي يشاهد بها الطلبة قناة الشروق، فيتضح لنا أن أعلى نسبة هي أن الطلبة يفضلون مشاهدة قناة الشروق عبر شاشة التلفاز بنسبة 81.36% ثم يأتي الفاييسبوك في المرتبة الثانية بنسبة 10.17%، وفي المرتبة الثالثة اليوتيوب بنسبة 8.47% أما الانستغرام فلم يختره أي واحد منهم، وهذا راجع أنهم لا يفضلون مشاهدة قناة الشروق فيه، كما يفسر تفضيل الطلبة لمشاهدة قناة الشروق عبر التلفاز لأنهم يرون أنه الوسيلة الأفضل للمشاهدة، وكذلك مشاركة العائلة، فمكانة التلفاز تبقى رغم تطور كل وسائل الأخرى المتنوعة فهم يجدون متعة المشاهدة في التلفاز أفضل من وسيلة غيره أما الطلبة الذين اختاروا الفاييسبوك فهم من الأشخاص الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة بحيث تغنيهم عن مشاهدة البرامج في التلفزيون ومشاهدتها في الفاييسبوك واليوتيوب نظرا لسهولة استخدامها ومشاهدة البرامج بأي زمان و مكان.

جدول رقم: 08 يمثل توزيع أفراد العينة على حسب الساعات التي يقضيها في مشاهدة البرامج الدينية

النسب	التكرار	المدة التي تقضيها في مشاهدة البرامج الدينية
15.25%	9	أكثر من ساعة
35.59%	21	ساعة
49.15%	29	نصف ساعة
100.00%	59	المجموع

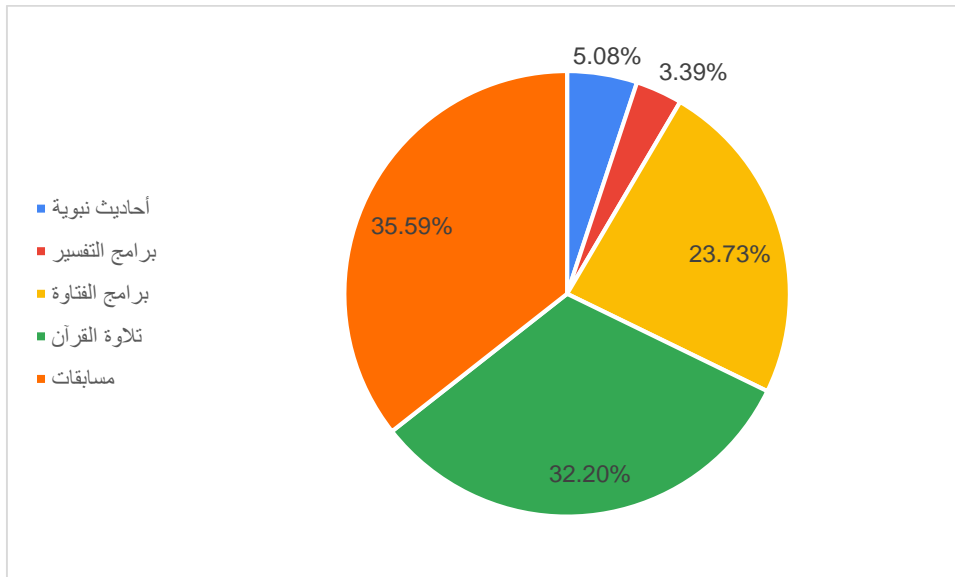


الشكل رقم 07: يمثل توزيع أفراد العينة على حسب الساعات التي يقضيها في مشاهدة البرامج الدينية.

الجدول رقم 08: يمثل توزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة لمشاهدة البرامج الدينية يتضح لنا من خلال الجدول أن أعلى نسبة للمشاهدة عند أفراد العينة كانت بنصف ساعة حيث بلغ عددهم 29 مفردة بنسبة مئوية بلغت 49.15% ثم تليها المجموعة الثانية كانت مشاهدتهم للبرامج الدينية لمدة ساعة بلغ عددهم 21 بنسبة 35.59% أما المجموعة الثالثة فكانت اجابتهم بأكثر من ساعة بنسبة 15.25%، و نفس مشاهدة الأفراد للبرامج الدينية لمدة نصف ساعة أن البرامج التي يفضلونها تبث لمدة نصف ساعة أو قد يكون وقت بث البرنامج غير مناسب لأفراد العينة، ولا يمكن متابعة البرنامج كاملا لظروف معينة أما الأفراد الذين يشاهدون البرامج لأكثر من ساعة فغالبا ما يكون لديهم الوقت للمشاهدة، ووقت بث البرنامج مناسب لهم أو يتابعون البرامج عبر الأنترنت، ويشاهدون كل الحلقات كما يريدون عكس التلفاز الذي تكون البرامج فيه مضبوطة بأوقات معينة.

جدول رقم:09 يمثل توزيع أفراد العينة على حسب نوع البرنامج المفضل لدى أفراد العينة.

نوع البرنامج المفضل لديك	التكرار	النسب
أحاديث نبوية	3	5.08%
برامج التفسير	2	3.39%
برامج الفتاوى	14	23.73%
تلاوة القرآن	19	32.20%
مسابقات	21	35.59%
نقل الشعائر	0	00%
المجموع	59	100.00%

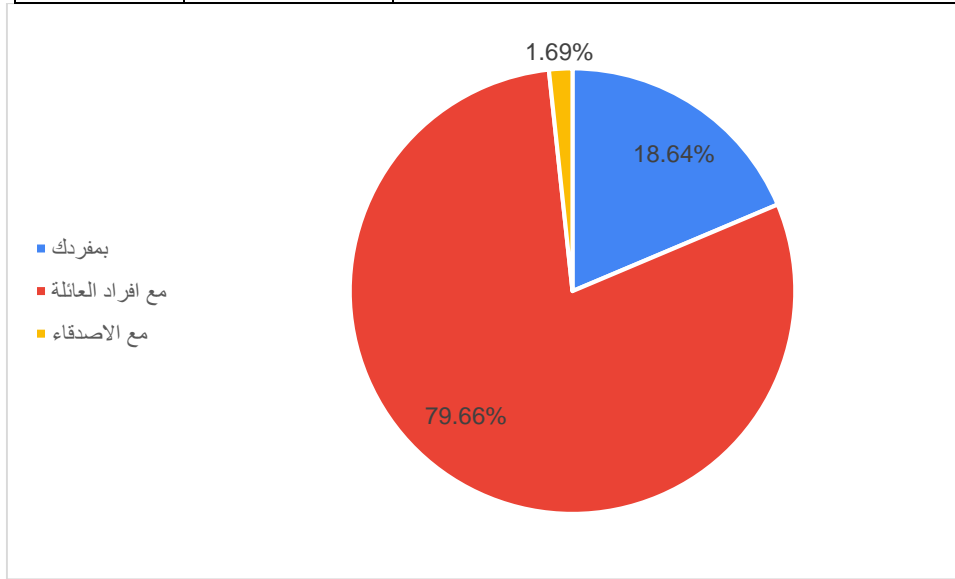


شكل رقم:08 يمثل توزيع أفراد العينة على حسب نوع البرنامج المفضل لدى أفراد العينة.

يتضح أن الطلبة يفضلون نوع البرامج الدينية على شكل مسابقات، وكانت أعلى نسبة حيث بلغ عددهم 21 مفردة بنسبة 35.59% ثم تليها في المرتبة الثانية تلاوة القرآن بنسبة 32.20% ثم في المرتبة الثالثة برنامج الفتاوى بنسبة 23.73% ثم في المرتبة الرابعة الأحاديث النبوية بنسبة 5.08% وخامسا برامج التفسير بنسبة 3.39%، نلاحظ أن أفراد العينة يفضلون المسابقات التي يكون فيها نوع من التشويق، والمتعة، وأيضا لمعرفة واكتشاف المواهب الجديدة خاصة في تلاوة القرآن، وأن المسابقات تزودهم وترسخ في أذهانهم بعض القيم، والمعلومات الدينية القيمة.

جدول رقم: 10 يمثل توزيع أفراد العينة على حسب الأشخاص الذين يشاهدون معهم البرامج الدينية.

النسب	التكرار	مع من تشاهد هذه البرامج
18.64%	11	بمفردك
79.66%	47	مع أفراد العائلة
1.69%	1	مع الأصدقاء
100.00%	59	المجموع

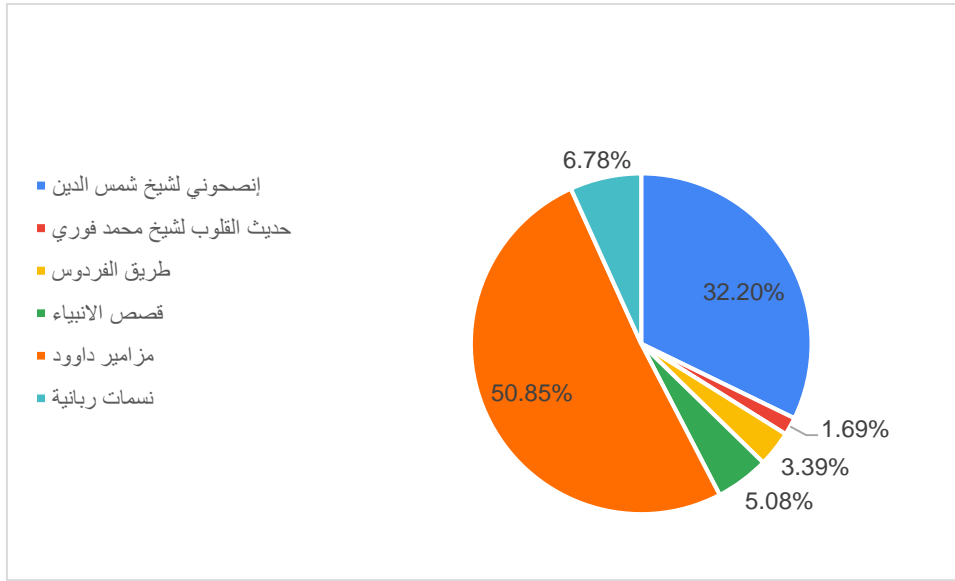


شكل رقم: 9 يمثل توزيع أفراد العينة على حسب الأشخاص الذين يشاهدون معهم البرامج الدينية.

جدول رقم: 10 نلاحظ من خلال هذا الجدول أن الطلبة يشاهدون البرامج الدينية مع أفراد عائلتهم بنسبة كبيرة قدرت ب 79.66% ثم تأتي في المرتبة الثانية من يفضلون مشاهدة البرامج الدينية بمفرده بنسبة 18.64%، وأما في المرتبة الثالثة والأخيرة هي مشاهدة مع الأصدقاء بنسبة 1.69%، ويرجع تفسير المشاهدة مع أفراد العائلة أنه يكون أكثر متعة، وأكثر استفادة للجميع، وغالبا ما يكون وقت بث البرامج في وقت الذروة حيث تكون العائلة مجتمعة لمشاهدة البرنامج.

جدول رقم: 11 يمثل البرامج التي يشاهدها أفراد العينة.

النسب	التكرار	البرنامج الذي تشاهده
32.20%	19	انصحوني لشيخ شمس الدين
1.69%	1	حديث القلوب لشيخ محمد فوري
3.39%	2	طريق الفردوس
5.08%	3	قصص الانبياء
50.85%	30	مزامير داوود
6.78%	4	نسمات ربانية
100.00%	59	المجموع

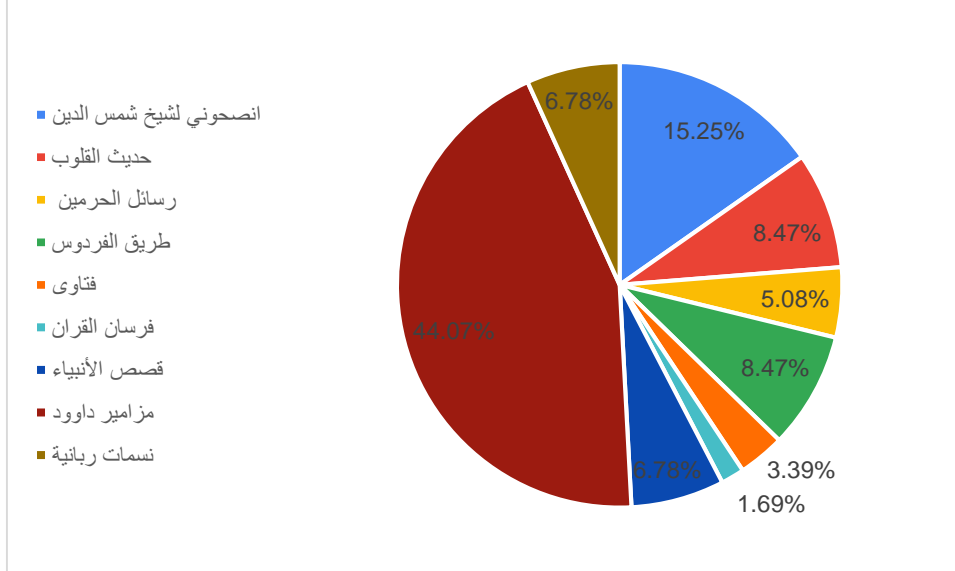


شكل رقم: 10 يمثل البرامج التي يشاهدها أفراد العينة.

الجدول رقم: 11 نلاحظ من الجدول أن أغلبية الطلبة يشاهدون برنامج مزامير داوود بنسبة 50.85% ثم يليه في المرتبة الثانية برنامج انصحوني لشيخ شمس الدين بنسبة 32.20%، وفي المرتبة الثالثة نسمات ربانية بنسبة 6.78%، والمرتبة الرابعة قصص الأنبياء بنسبة 5.08%، وفي المرتبة الخامسة طريق الفردوس بنسبة 3.39%، وفي المرتبة السادسة والأخيرة حديث القلوب للشيخ محمد فوري.

الجدول رقم: 12 يمثل الجدول البرامج المفضلة لدى أفراد العينة.

النسب	التكرار	البرنامج المفضل لديك
15.25%	9	انصحوني لشيخ شمس الدين
6.77%	4	قصص الأنبياء
1.69%	1	فرسان القران
8.47%	5	حديث القلوب
44.06%	26	مزامير داوود
6.77%	4	نسمات ربانية
8.47%	5	طريق الفردوس
5.08%	3	رسائل الحرمين
3.38%	2	فتاوى
100.00%	59	المجموع



الشكل رقم: 11 يمثل الجدول البرامج المفضلة لدى أفراد العينة.

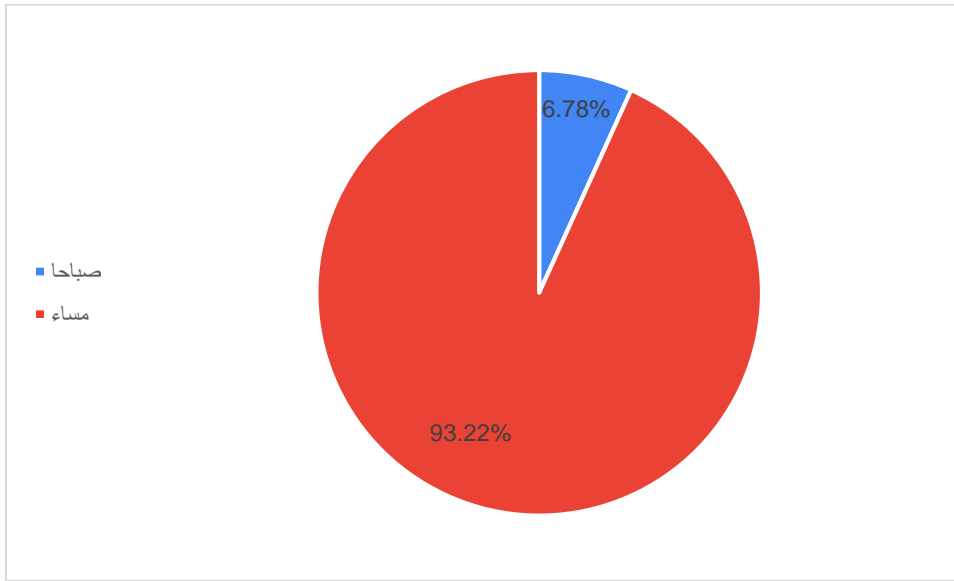
الجدول رقم: 12 نلاحظ من خلال الجدول البرامج المفضلة لدى أفراد العينة بحيث نرى أن برنامج مزامير داوود هو أفضل برنامج بنسبة 44.06% ثم يليه في المرتبة الثانية برنامج انصحوني لشيخ شمس الدين بنسبة 15.25% ثم يليه في مرتبة الثالثة البرنامجين طريق الفردوس، وحديث القلوب بنسبة 8.47% ثم

الجانب التطبيقي

في المرتبة الرابعة البرنامجين نسما ت ربانية، و قصص الأنبياء بنسبة 6.77%، وفي المرتبة الخامسة برنامج رسائل الحرمين بنسبة 5.08%، وفي المرتبة السادسة فتاوى بنسبة 3.38%، و أخيرا برنامج فرسان القرآن بنسبة 1.69%.

جدول رقم: 13 يمثل الوقت المناسب لأفراد العينة لمشاهدة البرامج الدينية.

النسب	التكرار	الوقت المناسب لمشاهدة هذه البرامج
6.78%	4	صباحا
93.22%	55	مساء
100.00%	59	المجموع



الشكل رقم: 12 يمثل الوقت المناسب لأفراد العينة لمشاهدة البرامج الدينية.

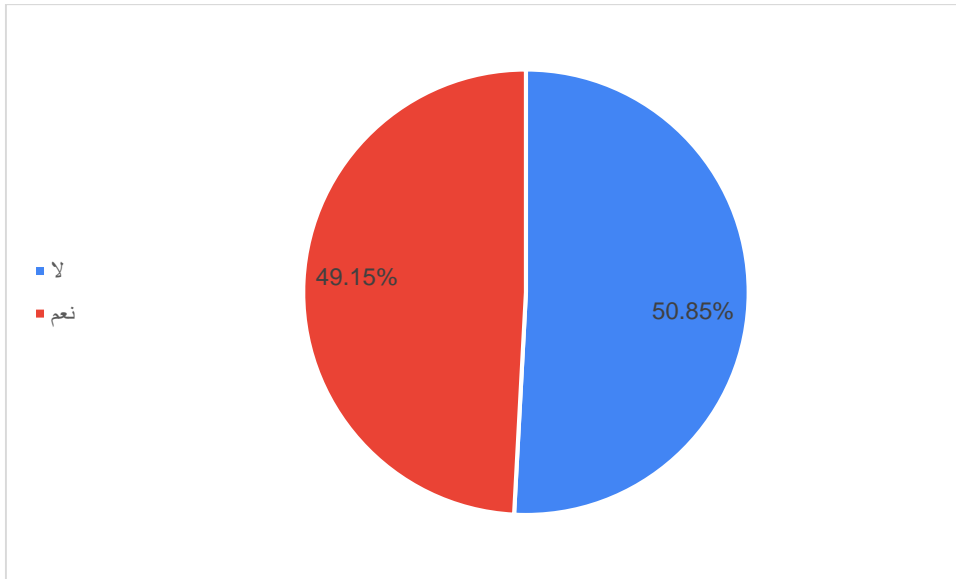
الجدول رقم: 13 يمثل توزيع أفراد العينة على حسب الوقت الذي يناسب أفراد العينة لمشاهدة البرامج الدينية، حيث نلاحظ أن أفراد العينة اختاروا مشاهدة البرامج مساء بنسبة 93.22%، ويليها الطلبة الذين اختاروا مشاهدة البرامج الدينية صباحا بنسبة 6.78%.

الجانب التطبيقي

ويتضح لنا أن أغلبية الطلبة يفضلون مشاهدة البرامج الدينية مساء حيث يكون لديه وقت فراغ عكس الفترة الصباحية يكون فيه الأفراد منشغلون إما بالدراسة أو بالعمل أو بأشياء أخرى أما في الفترة المسائية يكون أغلب الأفراد في بيوتهم، وتكون العائلة مجتمعة.

الجدول رقم: 14 يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما إذا استطاعت قناة الشروق أن تلبي اشباعات واهتمامات أفراد العينة.

النسب		التكرار	قناة الشروق تلبي احتياجاتك واشباعاتك واهتماماتك	
50.85%		30	لا	
49.15%	1.69%.	1	لبت رغباتي	نعم
	33.89%	20	تنمية الزاد المعرفي في الجانب الديني	
	3.38%	2	الراحة والمتعة	
	6.77%	4	معرفة فتاوى عن الدين كنت أجهلها	
	1.69%	1	توفير برامج من اهتماماتي	
	1.69%	1	الاستماع لمختلف التلاوات العذبة	
100%		59	المجموع	



الشكل رقم: 13 يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما إذا استطاعت قناة الشروق أن تلبي اشباكات واهتمامات أفراد العينة.

الجدول رقم: 14 يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما إذا كانت قناة الشروق تلبي احتياجات واشباكات واهتمامات الأفراد أم لا، نلاحظ هنا أن النسب متقاربة بحيث في المرتبة الأولى الإجابة ب (لا) بنسبة 50.85%، وفي المرتبة الثانية الإجابة ب(نعم) بنسبة 49.15%، نرى هنا أن النسب متقاربة جدا أما عن الأشخاص الذين أجابوا ب (لا) بأن الشروق لا تلبي احتياجاتهم، واشباكاتهم، ويرون بأن برامجها ليست من اهتمامهم أو أنها لم تستطع أن توصل رسالتها بالشكل المطلوب أما الأفراد الذين أجابوا (بنعم) فيرون أنها لبت احتياجاتهم واشباكاتهم من خلال برامجها المتنوعة التي لقيت رضا مشاهديها ومن متابعيها كما أنها أيضا نمت لهم المعارف في الجانب الديني، ووفرت لهم برامج كانت من صلب اهتمامهم، وساعدتهم في معرفة الفتاوى عن الدين كانوا يجهلون، والاستماع لمختلف الأصوات والتلاوات العذبة، و أيضا الراحة، والمتعة في مشاهدة البرامج.

نتائج المحور الاول:

نستنتج من المحور الأول المعنون بعبادات وأنماط مشاهدة البرامج الدينية والاشباكات المحققة منها أن أفراد العينة يشاهدون قناة الشروق "أحيانا" بنسبة 61.02%، و"نادرا" بنسبة 20.34%، و"دائما" بنسبة 18.64%، أما الوسيلة التي يفضلونها في مشاهدة قناة الشروق هو التلفزيون حيث حاز على نسبة كبيرة قدرت ب 81.36% ثم يليه الفايبيوك بنسبة 10.17%.

الجانب التطبيقي

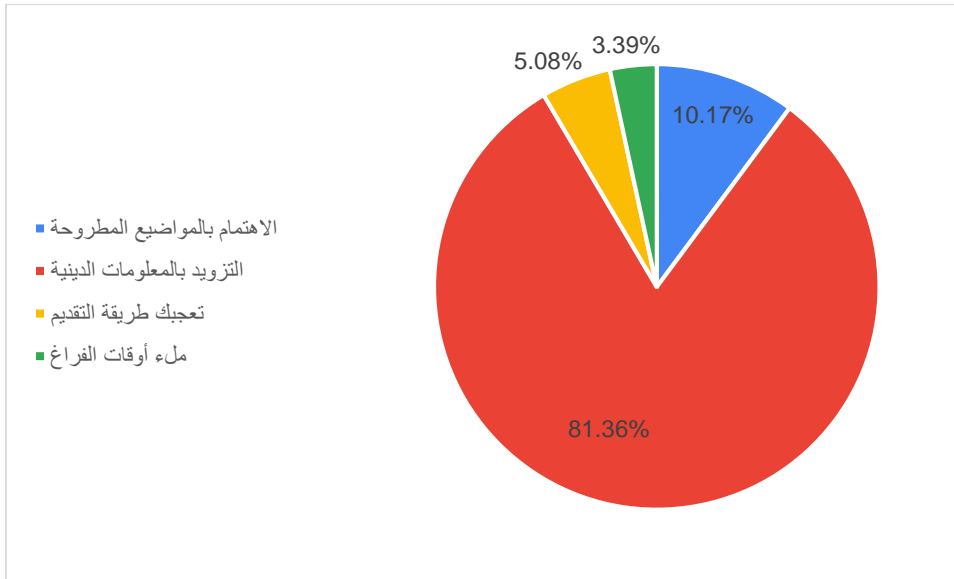
أما بالنسبة لعدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في مشاهدة البرامج الدينية كانت أغلب الإجابات بنصف ساعة بنسبة %49.15، ولمدة ساعة بنسبة %35.59، ويفضل الطلبة البرامج التي تكون على شكل مسابقات بنسبة %35.59، وتلاوة القرآن بنسبة %32.20، كما يفضل أفراد العينة مشاهدة البرامج الدينية مع العائلة بنسبة %79.66، و بمفرده بنسبة %18.64

يشاهد أفراد العينة برنامج مزامير داوود بنسبة %50.85، وبرنامج انصهوني بنسبة %32.20، أما البرنامج المفضل لأغلب أفراد العينة هو برنامج مزامير داوود كأعلى نسبة %44.06، والوقت المناسب لمشاهدة البرامج الدينية لأفراد العينة هو مساء بنسبة %93.22 لبت قناة الشروق اشباعا و رغبات الجمهور بنسبة %49.15، وأجاب البعض ب "لا" بنسبة %50.85.

المحور الثاني: دوافع الجمهور لمشاهدة البرامج الدينية لقناة الشروق.

الجدول رقم: 15 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الدافع لمشاهدة البرامج الدينية.

النسب	التكرار	الدافع لمشاهدة البرامج الدينية
10.17%	6	الاهتمام بالمواضيع المطروحة
81.36%	48	التزويد بالمعلومات الدينية
5.08%	3	تعجبك طريقة التقديم
3.39%	2	ملء أوقات الفراغ
100.00%	59	المجموع



الشكل رقم: 14 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الدافع لمشاهدة البرامج الدينية.

الجدول رقم: 15 نلاحظ من خلال الجدول السبب الذي دفعهم لمشاهدة البرامج الدينية، نلاحظ في المرتبة الأولى الإجابة ب"التزويد بالمعلومات الدينية" بنسبة 81.36%، وفي المرتبة الثانية "الاهتمام بالمواضيع المطروحة" بنسبة 10.17%، وفي المرتبة الثالثة ب"تعجبك طريقة التقديم" بنسبة 5.08%، وفي المرتبة الخامسة ب"ملئ أوقات الفراغ" بنسبة 3.39%، يتضح لنا أن الدافع لمشاهدة البرامج الدينية كان من أجل التزويد بالمعلومات الدينية، والتثقيف أكثر في الجانب الديني ليعوضوا النقص الذي لديهم في هذا المجال.

الجدول رقم (16) يمثل الأسباب التي دفعتهم لمشاهدة البرامج الدينية حسب متغير الجنس.

المجموع		الذكور		الاناث		متغير الجنس
ت	ن	ت	ن	ت	ن	
6	10.16%	1	6.66%	5	11.36%	الاهتمام بالمواضيع المطروحة
48	81.35%	12	80.00%	36	81.81%	التزويد بالمعلومات الدينية
3	5.08%	1	6.66%	2	4.54%	تعجبك طريقة التقديم
2	3.38%	1	6.66%	1	2.27%	ملئ أوقات الفراغ
59	100%	15	100.00%	44	100.00%	المجموع

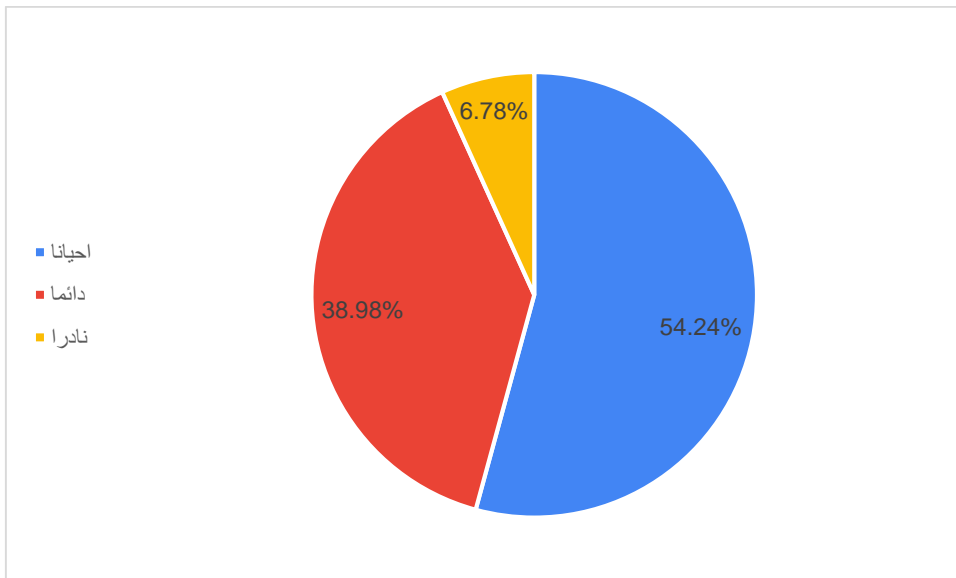
الجانب التطبيقي

نلاحظ من خلال الجدول أن "التزويد بالمعلومات الدينية" لكلا الجنسين تمثل أعلى نسبة، بحيث تمثل نسبة الإناث فيها بـ 81.81% ونسبة الذكور 81.35% ثم تليها "الاهتمام بالمواضيع المطروحة" لدى الإناث بنسبة 11.36% ونسبة الذكور فيها بـ 6.66% ثم تليها "تعجبهم طريقة التقديم" وطمئى أوقات الفراغ" بتكرارات متساوية ونسب متساوية لدى الذكور بنسبة 6.66% وتكرارات متقاربة لدى الإناث.

نستنتج أن الأسباب التي دفعت أفراد العينة لمشاهدة البرامج الدينية التزويد بالمعلومات الدينية لدى أفراد العينة من إناث وذكور لتوطيد علاقتهم أكثر بالدين ورغبة في التثقف في الأمور الدينية.

جدول رقم: 17 يمثل توزيع أفراد العينة على حسب ما إذا كانت شخصية المقدم تدفع أفراد العينة لمشاهدة البرامج.

النسب	التكرار	شخصية المقدم تدفعك لمشاهدة البرنامج
54.24%	32	أحيانا
38.98%	23	دائما
6.78%	4	نادرا
100.00%	59	المجموع

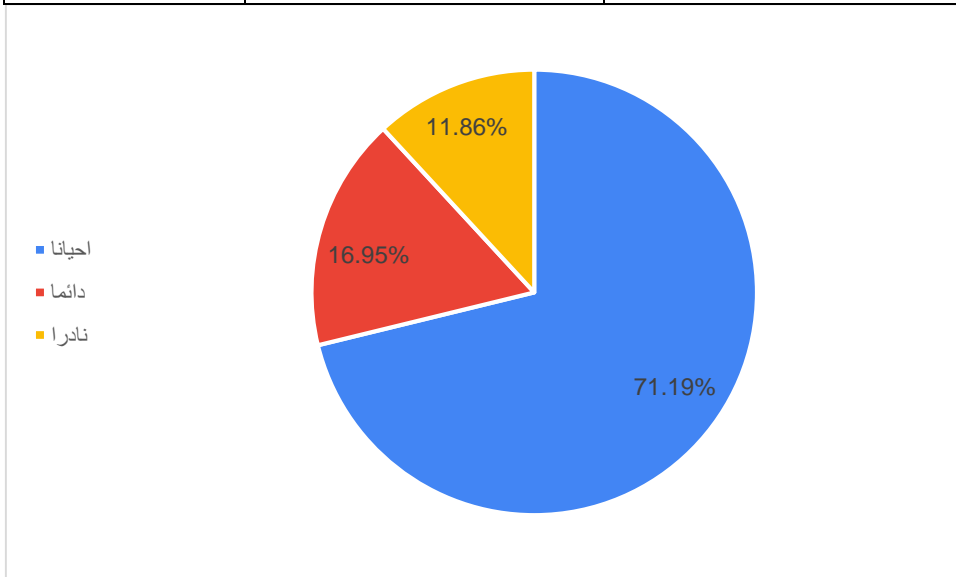


شكل رقم: 15 يمثل توزيع أفراد العينة على حسب ما إذا كانت شخصية المقدم تدفع أفراد العينة لمشاهدة البرامج.

جدول رقم: 17 نلاحظ من خلال هذا الجدول توزيع أفراد العينة على حسب ما إذا كانت شخصية المقدم تدفع أفراد العينة لمشاهدة البرامج فكانت الإجابة كالاتي ففي المرتبة الأولى أحيانا بنسبة 54.24%، ودائما بنسبة 38.98%، ونادرا بنسبة 6.78%، نلاحظ هنا أن شخصية المقدم لدى أفراد العينة لها دور كبير في متابعة الافراد للبرامج، وهذا راجع لكاريزما المقدم، وكذلك أدائه، وشعبيته بين الناس، وكذلك اتقانه، ومعرفته الواسعة في الجانب الديني.

جدول رقم: 18 يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما إذا كانت البرامج الدينية تناسب وقت فراغ أفراد العينة.

النسب	التكرار	وقت بث البرامج الدينية لقناة الشروق تناسب وقت فراغك
71.19%	42	أحيانا
16.95%	10	دائما
11.86%	7	نادرا
100.00%	59	المجموع



الشكل رقم: 16 يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما إذا كانت البرامج الدينية تناسب وقت فراغ أفراد العينة.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم: 18 يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما إذا كانت البرامج الدينية تتناسب وقت فراغ أفراد العينة فكانت أعلى نسبة هي ب أحيانا بنسبة 71.19%، ودائما بنسبة 16.95%، ونادرا بنسبة 11.86%. نلاحظ هنا أن قناة الشروق تسعى دائما إلى إرضاء جماهيرها في بث برامجها في الأوقات التي يكون فيها الجمهور متفرغا، وفي أوقات الذروة.

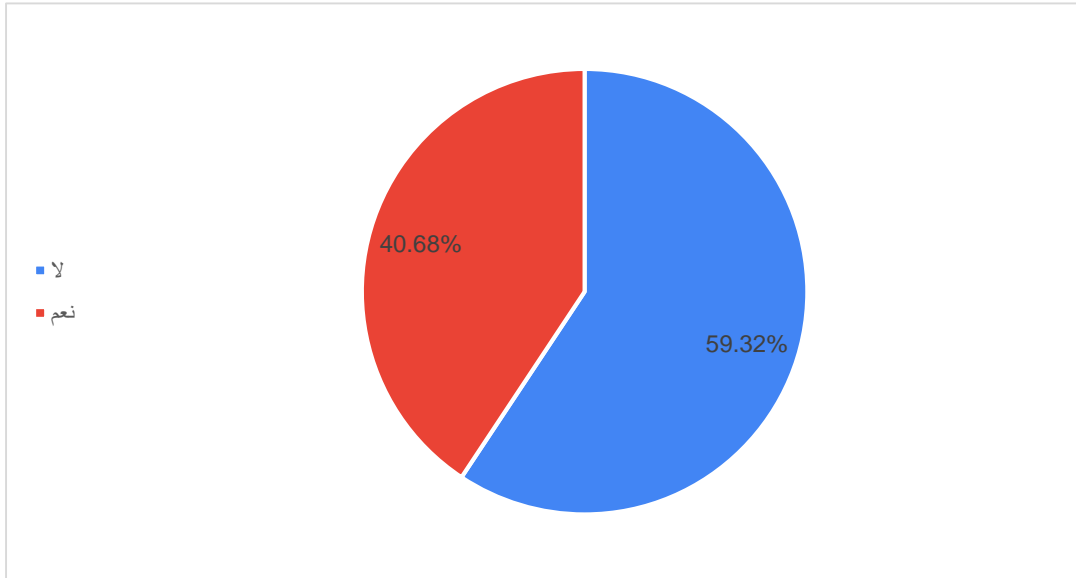
جدول رقم: 19 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الدوافع التي جعلت أفراد العينة يفضلون قناة الشروق.

النسب	التكرار	دوافع تفضيلك للقناة
22.03%	13	تنوع برامجها
10.16%	6	تنقيفية ترفيهية
10.16%	6	محترمة
15.25%	9	تزويد بالمعلومات الدينية
1.69%	1	ملئ وقت الفراغ
3.38%	2	المصداقية
33.89%	20	اهتمامي بالمواضيع المطروحة
3.38%	2	تشبع حاجاتي وورغباتي
100.00%	59	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 19، والذي يمثل دوافع تفضيل أفراد العينة لقناة الشروق، حيث نلاحظ أن الدافع الرئيسي هو "الاهتمام بالمواضيع المطروحة" بنسبة 33.89%، ثم يليها الدافع الثاني، وهو "تنوع برامجها" بنسبة 22.03% ثم يليها "تزويد بالمعلومات الدينية" بنسبة 15.25% ثم يليها الدافع الخامس، وهو أنها "قناة تنقيفية ترفيهية"، و"محترمة" بنسبة 10.16%، ودافع السادس هو "أن القناة تشبع حاجاتهم وورغباتهم"، وكذلك مصداقية القناة بنسبة 3.38%، وآخر دافع هو "ملئ أوقات الفراغ" بنسبة 1.69%.

جدول رقم: 20 يمثل توزيع أفراد العينة على حسب ما إذا كان نقص البرامج الدينية في القنوات الجزائرية كان سبب في مشاهدة أفراد العينة لقناة الشروق.

النسب	التكرار	نقص البرامج الدينية في القنوات الجزائرية كان سبب في مشاهدة لقناة الشروق
59.32%	35	لا
40.68%	24	نعم
100.00%	59	المجموع

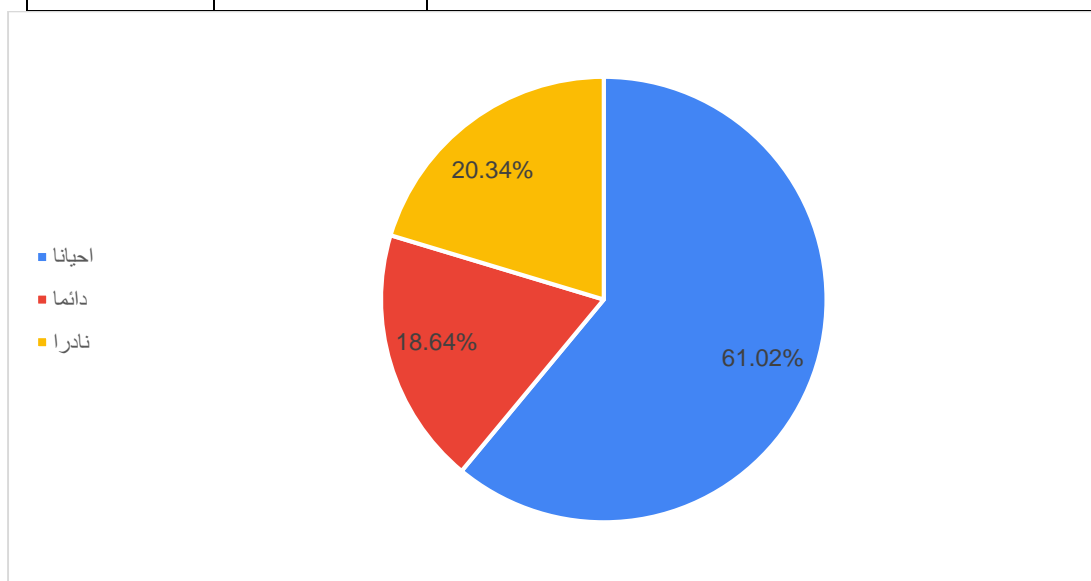


الشكل رقم: 17 يمثل توزيع أفراد العينة على حسب ما إذا كان نقص البرامج الدينية في القنوات الجزائرية كان سبب في مشاهدة أفراد العينة لقناة الشروق.

الجدول رقم: 20 يمثل توزيع أفراد العينة على حسب ما إذا كان نقص البرامج الدينية في القنوات الجزائرية كان سبب في مشاهدة أفراد العينة لقناة الشروق حيث نلاحظ أن نسبة كبيرة أجابوا ب (لا) بنسبة 59.32%، وبنسبة قليلة أجابوا ب (نعم) بنسبة 40.68% يتضح لنا أن القنوات الجزائرية ليس لديها نقص في البرامج الدينية، وإنما تفضيل أفراد العينة لقناة الشروق عن بقية القنوات الأخرى وهذا راجع لتنوع برامجها، وامتلاكها لأفضل الشخصيات والمقدمين.

الجدول رقم (21): يمثل توزيع أفراد العينة حسب تفاعلهم مع البرامج الدينية لقناة الشروق .

النسب	التكرار	هل تتفاعل مع البرامج الدينية لقناة الشروق
61.02%	36	أحيانا
18.64%	11	دائما
20.34%	12	نادرا
100%	59	المجموع



الشكل رقم: 18 يمثل توزيع أفراد العينة حسب تفاعلهم مع البرامج الدينية لقناة الشروق.

نلاحظ من خلال الجدول (21) أن أفراد العينة يتفاعلون "أحيانا" مع البرامج الدينية لقناة الشروق بنسبة 61.02% ، و"نادرا" بلغت نسبة 20.34% "ودائما بلغت نسبة 18.64%.

ويعود هذا إلى أن أفراد العينة متوسطي التفاعل، وذلك لبلوغها أعلى نسبة أو ربما أنهم يشاهدون هذه البرامج لكسب المعرفة، وزيادة في تثقيفهم دينيا والأقلية التي تتفاعل دائما يعود هذا أنهم فعلي المشاهدة من خلال تفاعلهم الدائم معها، ونادري التفاعل إلى أن لديهم اهتمامات أخرى تجعلهم يشغلون بها

الجانب التطبيقي

جدول رقم: 22 يمثل توزيع أفراد العينة حسب تفاعلهم مع البرامج الدينية لقناة الشروق حسب متغير التخصص:

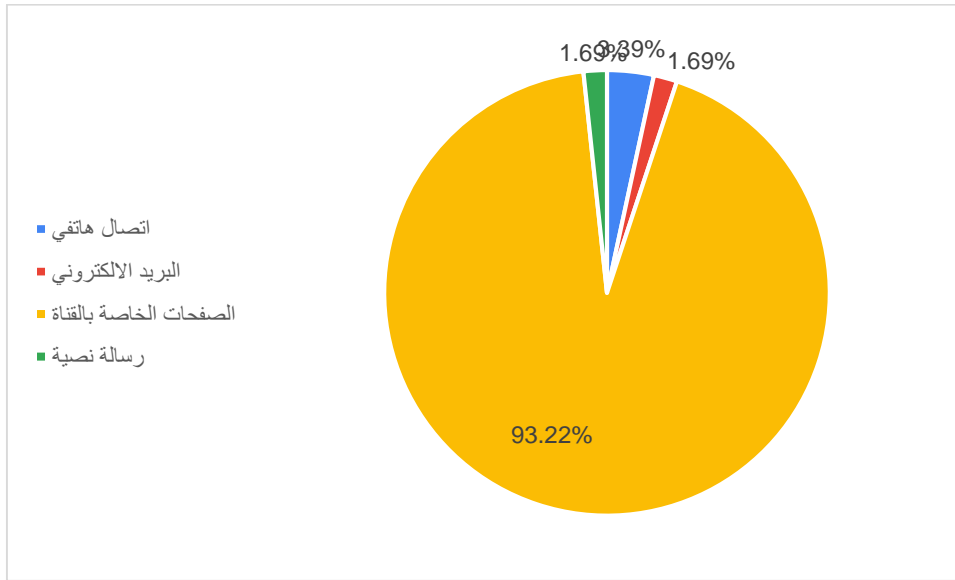
المجموع		السمعي البصري		اتصال جماهيري والوسائط الجديدة		متغير التخصص
ت	%	ت	%	ت	%	
36	61.06%	5	50%	31	63.26%	أحيانا
11	18.64%	2	20%	9	18.39%	دائما
12	20.33%	3	30%	9	18.39%	نادرا
59	100.00%	10	100%	49	100%	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن تخصص الاتصال الجماهيري يتفاعل أحيانا مع البرامج الدينية لقناة الشروق كأعلى نسبة 63.26%، ودائما بنسبة 18.39%، ونادرا بنفس النسبة 18.39%.

أما تخصص السمي البصري يتفاعل مع البرامج الدينية لقناة الشروق بنسبة 50% أحيانا، ونادرا بنسبة 30%، ودائما كأقل نسبة 20%. ونلاحظ هنا أن تخصص الاتصال الجماهيري هو الأكثر تفاعلا من تخصص السمي البصري، وهذا راجع أن عدد طلبة تخصص اتصال جماهيري أعلى من تخصص السمي البصري، وكذلك راجع لتصادفنا طلبة اتصال الجماهيري أكثر من طلبة السمي البصري.

الجدول رقم (23): يمثل توزيع أفراد العينة حسب تفاعلهم مع القناة.

النسب	التكرار	فيما يتمثل تفاعلك مع قناة الشروق
3.39%	2	اتصال هاتفي
1.69%	1	البريد الالكتروني
93.22%	55	الصفحات الخاصة بالقناة
1.69%	1	رسالة نصية
100.00%	59	المجموع



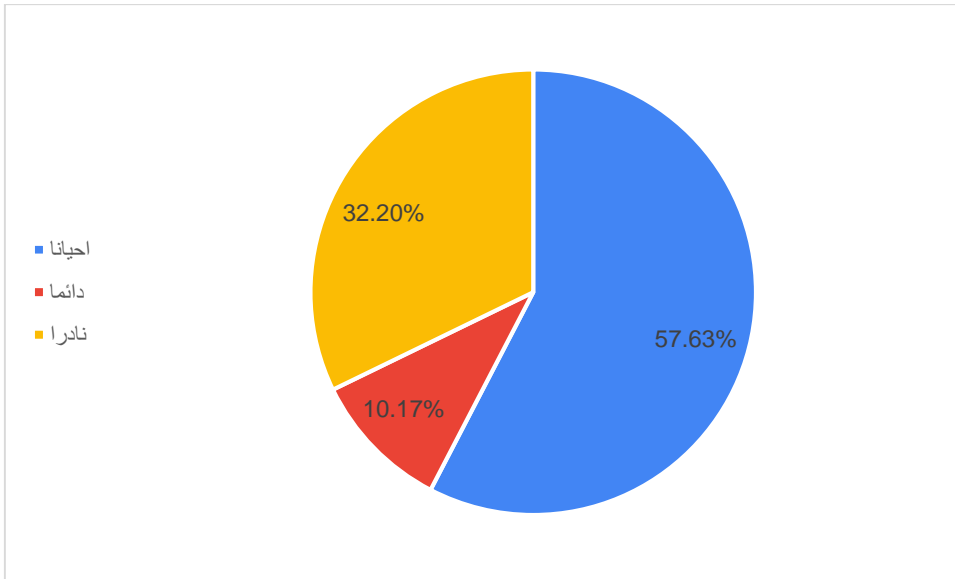
الشكل رقم: 19 يمثل توزيع أفراد العينة حسب تفاعلهم مع البرامج الدينية لقناة الشروق.

نلاحظ من خلال الجدول (24) والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب تفاعلهم مع القناة أن أفراد العينة يتفاعلون مع قناة الشروق عبر الصفحات الخاصة بالقناة بنسبة 93.22% وهي أعلى نسبة ثم تليها التفاعل بواسطة الاتصال الهاتفي بنسبة 3.39%، وتفاعل بواسطة البريد الإلكتروني، والرسالة النصية كانت نسبة متماثلة، ومتشابهة كليهما تكرر 1 ونسبة 1.69%.

يعود تفاعل أفراد العينة عبر الصفحات الخاصة بالقناة بأعلى نسبة، والأغلبية إلى أنهم كثير التفاعل لكونهم يملكون مواقع تواصل الاجتماعي، وهي الوسيلة الأسهل والأنجح في عملية التفاعل لديهم والاتصال الهاتفي والرسائل النصية يعود تضائل النسبة إلى أنها تكلفهم وتعمل على تأخر في الرد عليهم.

الجدول رقم (24): يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما إذا كان مكان التصوير دافع لمشاهدتهم للبرامج.

النسب	التكرار	خلفية ومكان تصوير البرامج كان دافعا لمشاهدتك للبرنامج
57.63%	34	أحيانا
10.17%	6	دائما
32.20%	19	نادرا
100.00%	59	المجموع



الشكل رقم: 20 يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما إذا كان مكان التصوير البرامج دافع

لمشاهدتهم البرامج الدينية.

نلاحظ من خلال الجدول (24) والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب دوافع مشاهدتهم للبرامج الدينية أن أفراد العينة أحيانا ما تدفعهم رغباتهم لمشاهدة البرامج الدينية وقد بلغت نسبتهم 57.63% كما تليها نادرا ما تدفعهم لمشاهدتها بنسبة 32.20% ، و أخيرا 10.17%.

يعود هذا أن أفراد العينة أحيانا ما تدفعهم رغباتهم، و ميولاتهم لمشاهدة البرامج الدينية، وهذا راجع لتنوع خلفية ومكان التصوير لما يجلب انتباه المشاهد ،و استمتاعه أثناء المشاهدة ،ويعود نادرا ما يدفع أفراد العينة إلى مشاهدة البرامج أنهم لا يهتمون بالديكور، وإنما يهتمون بالمحتوى أكثر.

نتائج المحور الثاني: دوافع الجمهور لمشاهدة البرامج الدينية لقناة الشروق.

الدافع لمشاهدة البرامج الدينية لدى أفراد العينة هو التزويد بالمعلومات الدينية بنسبة 81.36%، والاهتمام بالمواضيع المطروحة بنسبة 10.17%، إجابة أفراد العينة عن السؤال هل شخصية المقدم تدفعك لمشاهدة البرامج؟ أجابوا ب "أحيانا" بنسبة 54.24%، و"دائما" بنسبة 38.98%، وقت بث البرامج الدينية يناسب "أحيانا" أفراد العينة بنسبة 71.19%، و "دائما" بنسبة 16.95%.

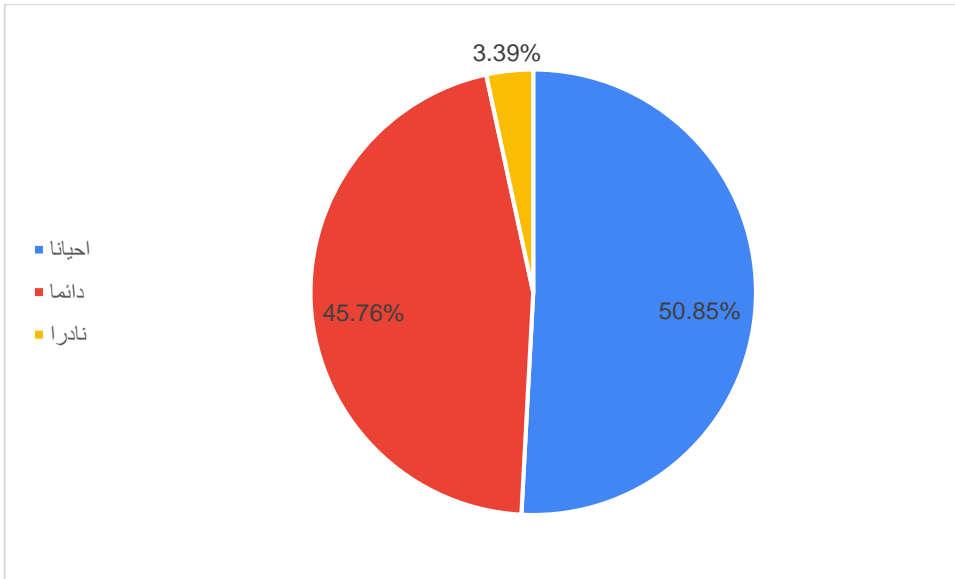
دوافع تفضيل أفراد العينة لقناة شروق هو اهتمامهم بالمواضيع التي تطرحها القناة بنسبة 33.89%، و أيضا لتنوع برامجها بنسبة 22.03%، والتزويد بالمعلومات الدينية 15.25% أجاب أفراد العينة بلا بنسبة 59.32% على سؤال نقص البرامج الدينية في القنوات الجزائرية كان سبب في مشاهدة أفراد العينة للبرامج الدينية لقناة الشروق، ب "نعم" بنسبة 40.68%، يتفاعل أفراد العينة مع البرامج الدينية لقناة الشروق أحيانا بنسبة 61.02%، و"نادرا" بنسبة 20.34%، ودائما بنسبة 18.64%.

يتفاعل أفراد العينة مع البرامج الدينية لقناة الشروق عبر الصفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالقناة بنسبة 93.22%، وبتاتصال هاتفي بنسبة 3.39% أجاب أفراد العينة ب "أحيانا" ما يكون مكان التصوير دافعا لمشاهدة البرامج الدينية بنسبة 57.63%، وب "نادرا" بنسبة 32.20%، و"دائما" بنسبة 10.17%.

المحور الثالث: تأثير البرامج الدينية على الجمهور.

الجدول رقم (25): يمثل توزيع أفراد العينة حسب تغير سلوك الأفراد في حياتهم اليومية من خلال البرامج الدينية.

النسب	التكرار	هل تغير البرامج الدينية من سلوكياتك في حياتهم اليومية
50.85%	30	أحيانا
45.76%	27	دائما
3.39%	2	نادرا
100.00%	59	المجموع



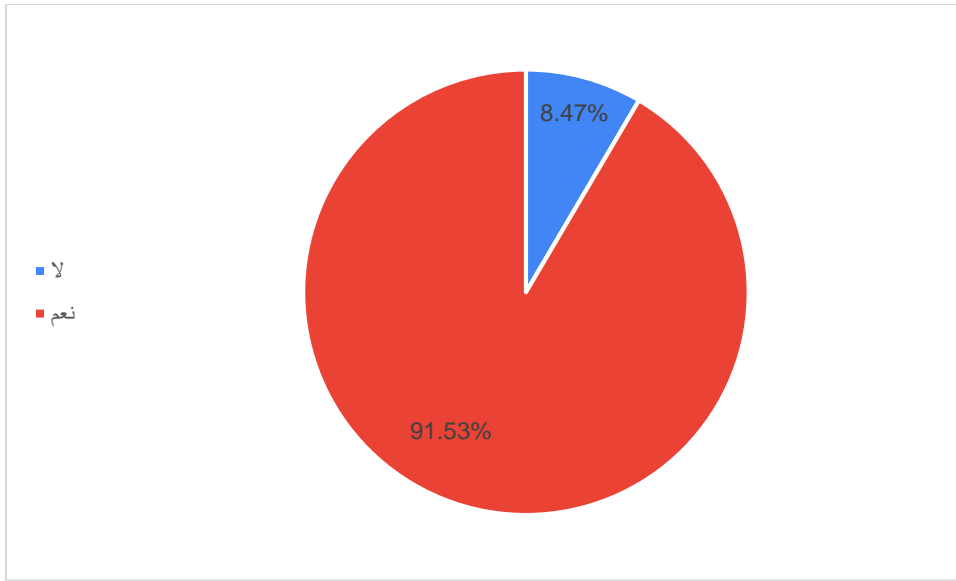
الشكل رقم: 21 يمثل توزيع أفراد العينة حسب تغير سلوك الأفراد في حياتهم اليومية من خلال البرامج الدينية.

نلاحظ من خلال الجدول (25) أن أفراد العينة أحيانا تغير البرامج الدينية من سلوكياتهم أجابوا بنسبة 50.85% وتليها في مرتبة الثانية دائما بنسبة 45.76%، وأخيرا نادرا بنسبة 3.39%.

نستنتج أن البرامج الدينية غيرت من سلوكيات الأفراد في حياتهم اليومية، وهذا يعود إلى قوة تأثير محتوى البرامج المعروضة، وتأثرهم بها، وقدرة مقدمي البرامج إلى التوجيه، وطريقة عرضهم لهذه المادة الإعلامية.

الجدول رقم (26): يمثل توزيع أفراد العينة حسب تعديل البرامج الدينية لسلوك مع أفراد المجتمع.

هل عدلت البرامج الدينية من سلوكياتك مع أفراد المجتمع	التكرار	النسب
لا	5	8.47%
نعم	54	91.53%
المجموع	59	100.00%



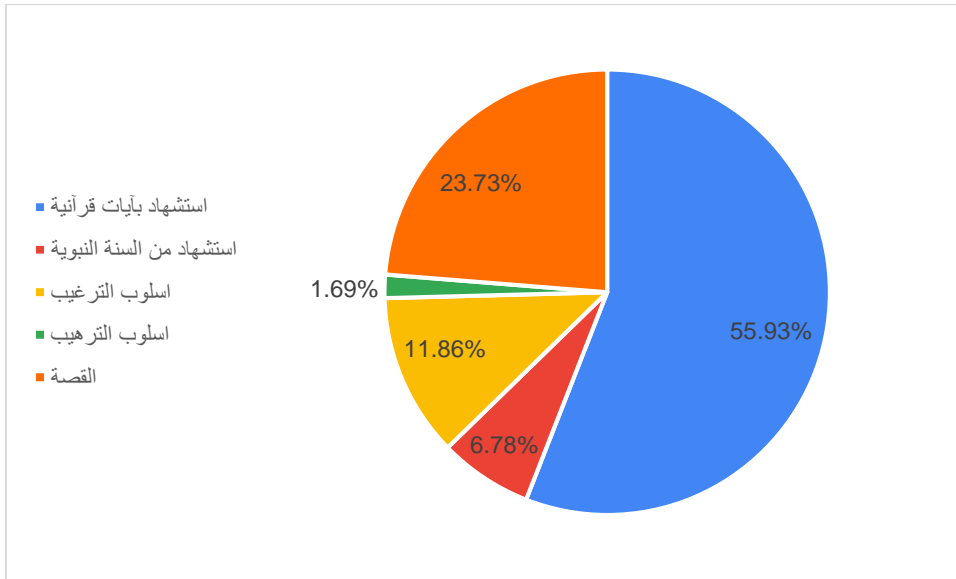
الشكل رقم: 22 يمثل توزيع أفراد العينة حسب تعديل البرامج الدينية لسلوك مع أفراد المجتمع.

نلاحظ من خلال الجدول (26)، والذي يمثل تعديل البرامج الدينية لسلوك الفرد مع أفراد المجتمع حيث نلاحظ أن أفراد العينة عدلت من سلوكياتهم بنسبة 91.53%، والأقلية كانت إجاباتهم ب "لا" بنسبة 8.47% مما يعادل تكرار 5.

يعود هذا إلى أن البرامج الدينية عملت على تغيير من سلوك الأفراد إلى الأفضل والعمل على توجيههم من خلال تنوع برامجها، أو إلى أن هذه البرامج تعالج قضايا، أو جوانب ذات طابع ديني اجتماعي.

لجدول رقم (27): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأسلوب الأكثر إقناعا وتأثيرا في البرامج الدينية.

النسب	التكرار	الأسلوب الذي يقنعك ويأثر فيك أكثر في البرامج الدينية
55.93%	33	استشهاد بآيات قرآنية
6.78%	4	استشهاد من السنة النبوية
11.86%	7	أسلوب الترغيب
1.69%	1	أسلوب الترهيب
23.73%	14	القصة
100%	59	المجموع



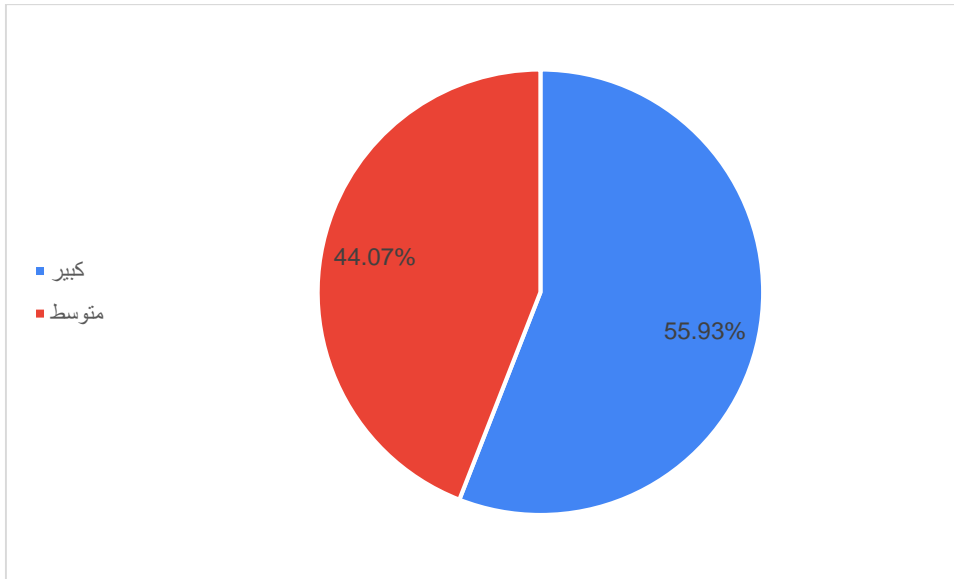
الشكل رقم: 23 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأسلوب الأكثر إقناعا وتأثيرا في البرامج الدينية.

نلاحظ من خلال الجدول (27)، والذي يمثل توزيع الأفراد حسب الأسلوب الأكثر تأثيرا في البرامج الدينية أن الاستشهاد بالآيات القرآنية هي النسبة الأعلى والتي قدرت ب 55.93% وتليها القصة بنسبة 23.73%، ويأتي القصة أسلوب الترغيب بنسبة 11.86% ثم الاستشهاد من السنة النبوية بنسبة 6.78%، وأخيرا أسلوب الترهيب، والذي حصل على تكرار 1 ونسبة 1.69%.

يعود هذا الترتيب أو الاختلاف في النسب إلى أن الاستشهاد بالآيات القرآنية هو الأسلوب الأكثر إقناعا، وتأثيرا لأفراد العينة لكون القرآن الكريم هو الثابت الذي يخلو من الأخطاء، وخالي من أي شكوك وأسلوب القصة يعود أن البعض منهم يلجأ لهذا الأسلوب للتأثر بالقصص والخوض فيها، وأخذة إلى الخيال لكسب العبرة منها.

الجدول رقم (28): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساهمة البرامج الدينية في تنمية الجانب الديني لديهم.

النسب	التكرار	هل ساهمت البرامج الدينية في تنمية الجانب الديني لديك
55.93%	33	كبير
44.07%	26	متوسط
00	0	ضعيف
100%	59	المجموع



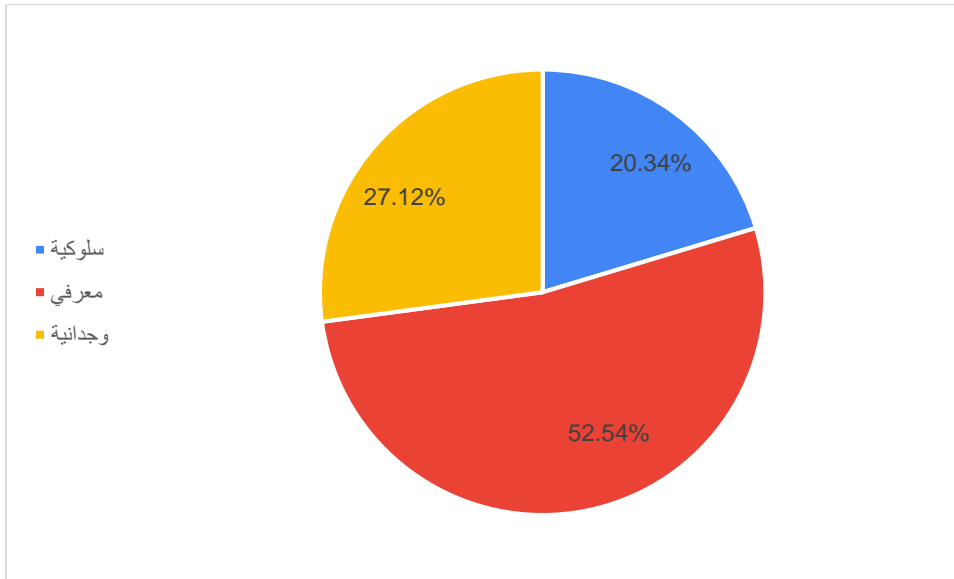
الشكل رقم: 24 يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساهمة البرامج الدينية في تنمية الجانب الديني لديهم.

نلاحظ من خلال الجدول (28) أن البرامج الدينية ساهمت بشكل كبير لتنمية الجانب الديني لديهم بنسبة 55.93% ثم تليها نسبة 44.07% ساهمت بشكل متوسط وبشكل ضعيف، لا تكرار ولا نسبة أي منعدم.

نستنتج من خلال ما سبق أن البرامج الدينية التي تعرضها قناة الشروق قد زادت في تنمية الجانب الديني لتنوع برامجها، واختلاف طريقة عرضها لهذه البرامج في تشبيح حاجاتهم وتلبية رغباتهم.

الجدول رقم (29): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الآثار الناتجة عن البرامج الدينية.

النسب	التكرار	ما هي الآثار الناتجة عن هذه البرامج الدينية
20.34%	12	سلوكية
52.54%	31	معرفي
27.12%	16	وجدانية
100.00%	59	المجموع



الشكل رقم: 25 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الآثار الناتجة عن البرامج الدينية.

نلاحظ من الجدول (29) أن الآثار المعرفية الناتجة عن البرامج الدينية هي الأعلى بنسبة 52.54% لما تليها الآثار الوجدانية بنسبة 27.12%، وأخيرا الآثار السلوكية بنسبة 20.34%.

نستنتج أن الآثار الناتجة عن البرامج الدينية آثار معرفية لأن أعضاء الجمهور يميلون للجانب المعرفي أكثر لزيادة الوازع الديني لديهم، وحصولهم على معارف، وزاد معرفي لمناقشة الآخرين على غرار الجانب السلوكي والوجداني.

الجدول رقم (30) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الآثار الناتجة عن البرامج الدينية حسب متغير السن.

المجموع		26 فما فوق		25-22		متغير السن
ت	ن	ت	ن	ت	ن	
12	20.33%	7	29.16%	5	14.28%	سلوكية
31	52.54%	10	41.66%	21	60.00%	معرفية
16	27.11%	7	29.16%	9	25.71%	وجدانية
59	100.00%	24	100.00%	35	100.00%	المجموع

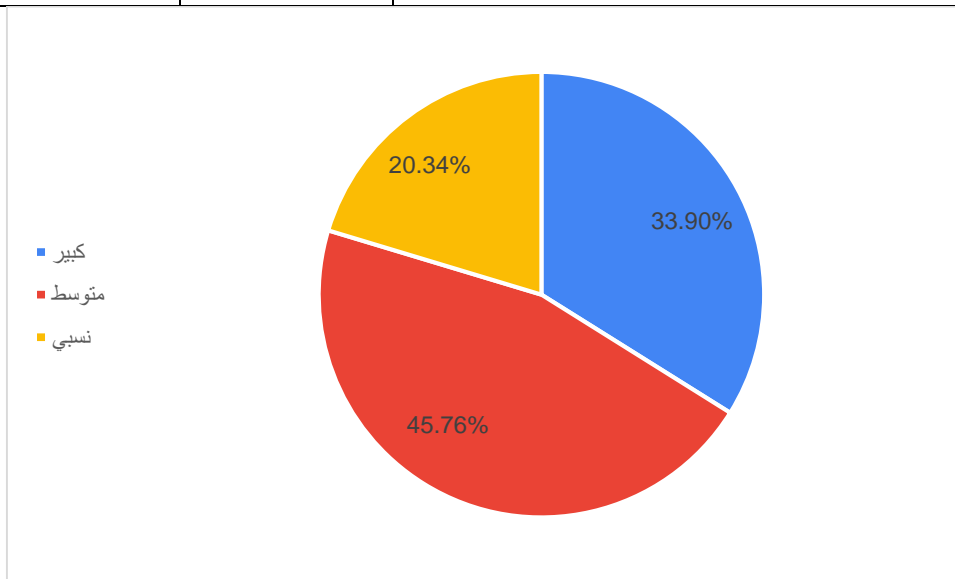
الجانب التطبيقي

نلاحظ من خلال الجدول (30) أن الآثار المعرفية الناتجة عن البرامج الدينية هي الأعلى نسبة لأصحاب الأعمار التي تتراوح ما بين (22-25) سنة بنسبة 60% والسن 26 سنة فما فوق بنسبة 41.66% كما تليها الآثار الوجدانية بنفس ترتيب السن (22-25) 71.25% والسن (26) فما فوق بنسبة 29.16% ونفس النسبة في الآثار السلوكية ونسبة 14.28% آثار سلوكية لسن 25-22.

نستنتج أن الآثار المعرفية ناتجة على البرامج الدينية لكلتا المستويين في السن وهذا راجع أن أفراد العينة يبحثون عن المعرفة على غرار الآثار السلوكية التي تمثل أقل نسبة لكليهما لكون أفراد العينة قد استوفوا سن الرشد.

الجدول رقم (31): يمثل توزيع أفراد العينة حسب تغير القيم السلبية لديهم.

هل غيرت في بعض قيمك السلبية بشكل	التكرار	النسب
كبير	20	33.90%
متوسط	27	45.76%
نسبي	12	20.34%
المجموع	59	100.00%



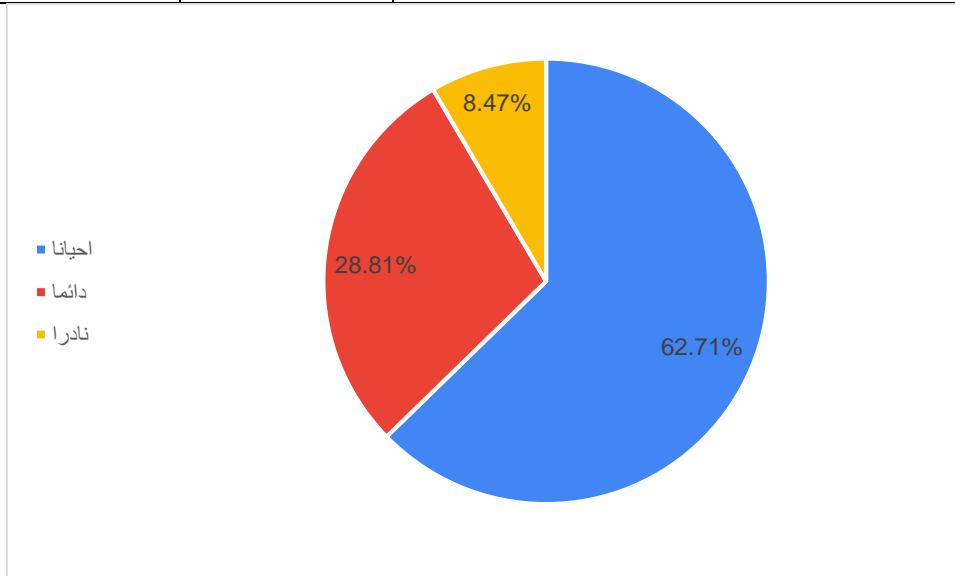
الشكل رقم: 26 يمثل توزيع أفراد العينة حسب تغير القيم السلبية لديهم.

نلاحظ من خلال الجدول (31) أن البرامج الدينية غيرت بعض القيم السلبية للأفراد بشكل متوسط قدرت بنسبة 45.76%، وبشكل كبير بنسبة 33.90%، وتليها بشكل نسبي بنسبة 20.34%.

نستنتج أن البرامج الدينية لقناة الشروق غيرت بشكل متوسط القيم السلبية لدى أعضاء الجمهور، و يعود هذا أن القناة لا تبث برامج دينية ذات طابع نصحي وإرشادي تجعل المشاهد يغير ما هو عليه من أفعال، وأقوال أو أنها تعرض محتوى متوسط لا يلبي ما يفضله أعضاء الجمهور.

الجدول رقم(32): يمثل توزيع أفراد العينة حسب نجاح البرامج الدينية لقناة الشروق في تجسيد القيم الإسلامية.

النسب	التكرار	هل نجحت البرامج الدينية لقناة الشروق في تجسيد القيم الإسلامية
62.71%	37	أحيانا
28.81%	17	دائما
8.47%	5	نادرا
100.00%	59	المجموع



الجانب التطبيقي

الشكل رقم: 27 يمثل توزيع أفراد العينة حسب نجاح البرامج الدينية لقناة الشروق في تجسيد القيم الإسلامية.

نلاحظ من خلال الجدول (32) أنه "أحيانا" ما يتم نجاح البرامج الدينية لقناة الشروق في تجسيد القيم الإسلامية بنسبة %62.71 ثم تليها "دائما" ما يتم نجاحها بنسبة %28.81، و "نادرا" بنسبة %8.47 ما يتم نجاحها بتكرار 5 مرات.

نستنتج أن قناة الشروق لم تكن متفوقة دائما في تجسيد القيم الإسلامية، وهذا لاختلاف برامجها منها ما يحبه ويرغب في مشاهدته الجمهور لهذا لاحظنا أنهم أجابوا بنسبة كبيرة أحيانا.

يمثل الجدول (33): يمثل توزيع أفراد العينة حسب نجاح البرامج الدينية لقناة الشروق في تجسيد القيم الإسلامية حسب متغير الجنس.

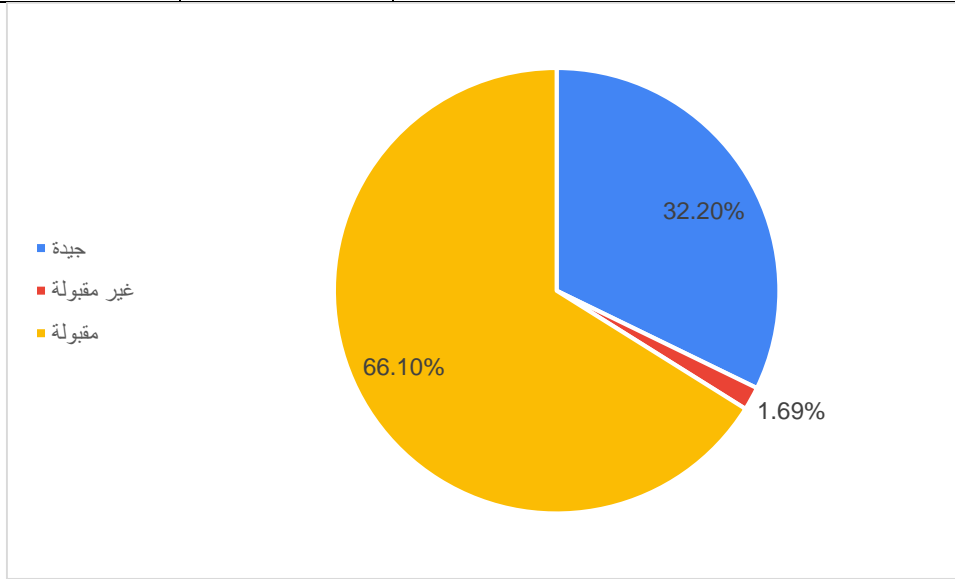
المجموع		الذكور		الإناث		متغير الجنس
ت	%	ت	%	ت	%	
37	62.71%	10	66.66%	27	61.36%	أحيانا
17	28.81%	2	13.33%	15	34.09%	دائما
5	8.47%	3	20.00%	2	4.54%	نادرا
59	100.00%	15	100.00%	44	100.00%	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول 33 أن أحيانا نجاح البرامج الدينية لقناة الشروق في تجسيد القيم الإسلامية للإناث بنسبة %61.36 ونسبة الذكور %66.66 كما تليها دائما للإناث بنسبة %34.09 والذكور بنسبة %13.33 و نادرا ما تتجح قناة الشروق في تجسيد القيم الإسلامية لدى الإناث بنسبة %4.54 والذكور بنسبة %20.00

نستنتج أن البرامج الدينية لقناة الشروق أحيانا ما تتجح في تجسيد القيم الإسلامية لدى أفراد العينة من جنس الذكر والأنثى وهذا راجع الى أن قناة الشروق تعمل على تنوع هذه البرامج، وتطوير محتواها من أجل تجسيد القيم الإسلامية للجمهور .

الجدول رقم (34): يمثل توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول البرامج الدينية التي تقدمها قناة الشروق.

النسب	التكرار	ما هو رأيك في البرامج الدينية التي تقدمها قناة الشروق الجزائرية
32.20%	19	جيدة
1.69%	1	غير مقبولة
66.10%	39	مقبولة
100.00%	59	المجموع



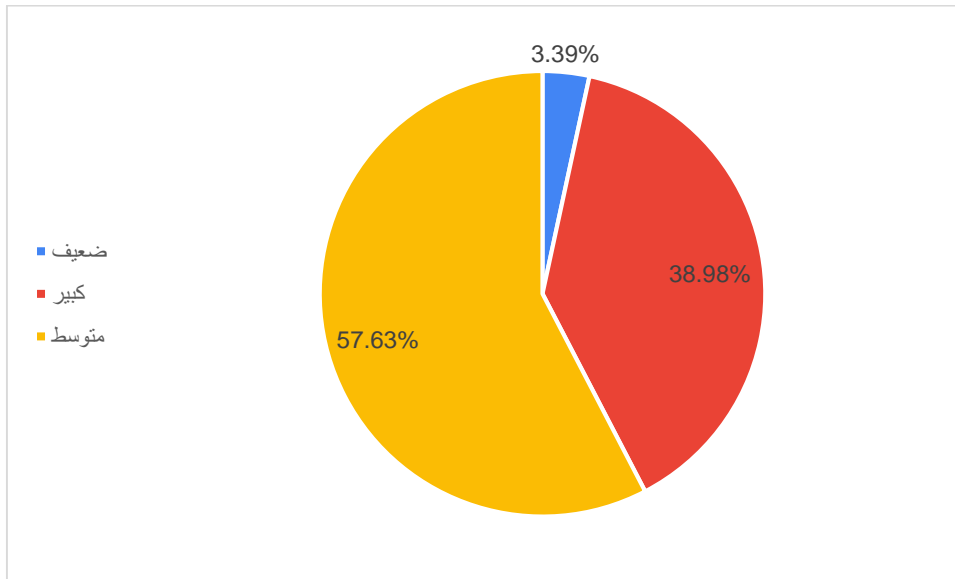
الشكل رقم: 28 يمثل توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول البرامج الدينية التي تقدمها قناة الشروق.

نلاحظ من خلال الجدول (34) أن البرامج التي تقدمها قناة الشروق حسب رأي أفراد العينة أنها برامج مقبولة بنسبة 66.10% في المرتبة الأولى كما تليها برامج جيدة بنسبة 32.20% ثم غير مقبولة بنسبة 1.69% وبتكرار 1.

نستنتج أن البرامج الدينية التي تعرضها قناة الشروق هي برامج ملبية لرغبات، ومطالب الجمهور لكونها برامج جيدة، ومقبولة في نظر مشاهديها، وأنها حسنت من سلوكياتهم، وعملت على تأثير فيهم بصفة مقبولة غالباً.

الجدول رقم (35) يمثل توزيع أفراد العينة حسب انخراطهم في الأمور الدينية.

النسب	التكرار	هل البرامج الدينية جعلتك أكثر انخراطاً في الأمور الدينية بشكل
3.39%	2	ضعيف
38.98%	23	كبير
57.63%	34	متوسط
100.00%	59	المجموع



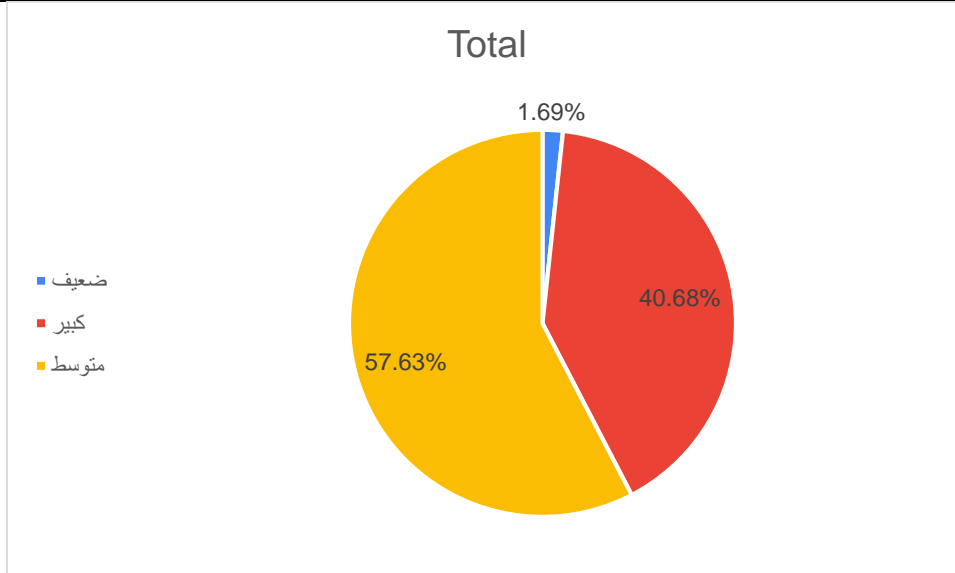
الشكل رقم: 29 يمثل توزيع أفراد العينة حسب انخراطهم في الأمور الدينية.

نلاحظ من خلال (35) أن الانخراط في الأمور الدينية بشكل متوسط قدرت ب 57.63% ثم تليها بشكل كبير بنسبة 38.98%، و بشكل ضعيف بنسبة 3.39% بتكرار 2.

نستنتج أن البرامج الدينية جعلت أفراد الجمهور متوسطي الانخراط في الأمور الدينية، وهذا راجع إلى تنوع المادة الإعلامية و البرامج المعروضة منه ما هو إخباري، و اجتماعي و سياسي.

الجدول رقم (36): يمثل توزيع أفراد العينة حسب ترسيخ البرامج الدينية تعاليم الدين الإسلامي وتنميت الفكر الإصلاحي والأخلاقي.

النسب	التكرار	هل رسخت لك البرامج الدينية تعاليم الدين الإسلامي ونمت لك الفكر الإصلاحي والأخلاقي بشكل
1.69%	1	ضعيف
40.68%	24	كبير
57.63%	34	متوسط
100.00%	59	المجموع



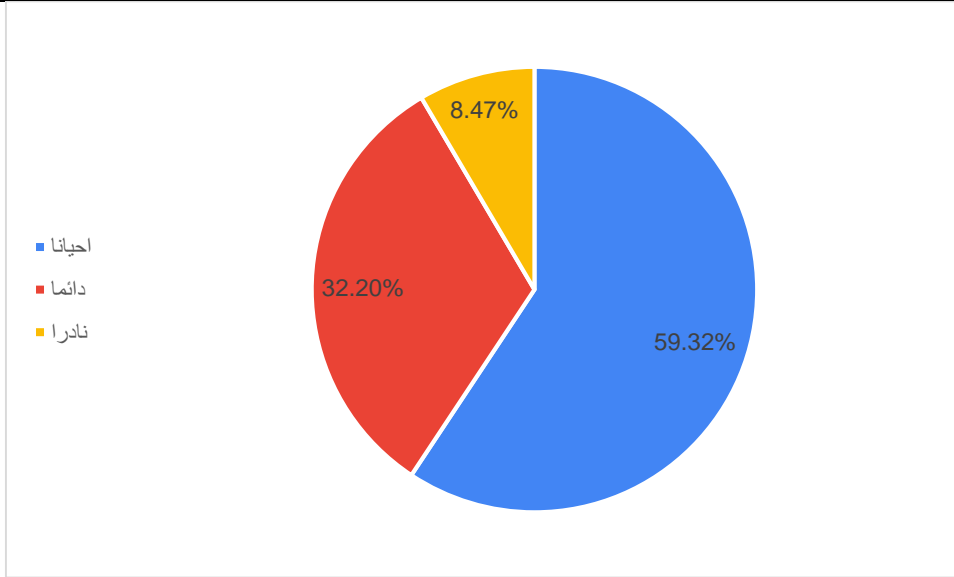
الشكل رقم: 30 يمثل توزيع أفراد العينة حسب ترسيخ البرامج الدينية تعاليم الدين الإسلامي وتنميت الفكر الإصلاحي والأخلاقي.

نلاحظ من خلال الجدول 36 أن البرامج الدينية التي تعرضها قناة الشروق عملت بشكل "متوسط" في ترسيخ تعاليم الإسلام، وتنميت الفكر الإصلاحي والأخلاقي بنسبة 57.63% كما تليها بشكل "كبير" بتكرار 24 ونسبة قدرت ب 40.68%، وأخيرا وبشكل "ضعيف" بتكرار 1 ونسبة 1.69%.

نستنتج أن البرامج الإسلامية عالجت وعملت بشكل مقبول على تجسيد القيم وتعاليم الدين الإسلامي وزيادة في تحسين الفكر الأخلاقي، والإصلاحي لمعالجتها لما هو متعايش مع حياتنا اليومية.

الجدول رقم (37): توزيع أفراد العينة حسب تعرض الأفراد للبرامج الدينية وامتلاكهم القدرة والحجة لمناقشة الآخرين.

هل جعلتك تمتلك القدرة والحجة لمناقشة الآخرين	التكرار	النسب
أحيانا	35	59.32%
دائما	19	32.20%
نادرا	5	8.47%
المجموع	59	100.00%

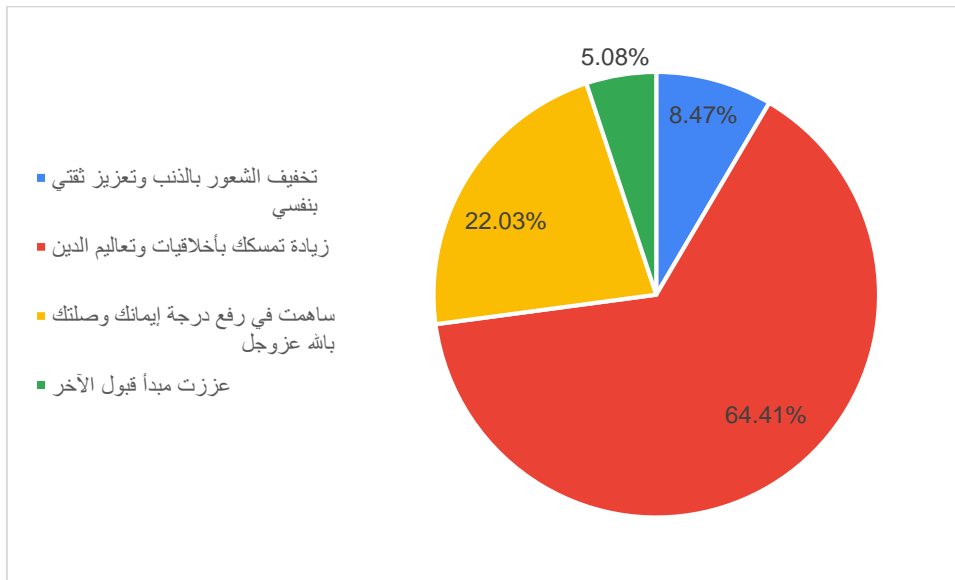


الشكل رقم: 31 توزيع أفراد العينة حسب تعرض الافراد للبرامج الدينية وامتلاكهم القدرة والحجة لمناقشة الآخرين.

نلاحظ من خلال الجدول (37) أن نسبة 59.32% قد يمتلكون أحيانا القدرة والحجة لمناقشة الآخرين عند تعرضهم للبرامج الدينية، بينما كانت البرامج الدينية تجعل الأفراد عند تعرضهم لهذه البرامج يمتلكون دائما حجج أثناء المناقشة بنسبة 32.20%، وأن أقل نسبة كانت 8.47% والتي تمثل عدم امتلاكهم القدرة على مناقشتهم للأفراد عند تعرضهم لهذه البرامج الدينية.

الجدول رقم (38): يمثل توزيع أفراد العينة حسب السلوك الإيجابي الذي أضافته البرامج الدينية.

النسب	التكرار	السلوك الايجابي الذي أضافته البرامج الدينية
8.47%	5	تخفيف الشعور بالذنب وتعزيز ثقتي بنفسي
64.41%	38	زيادة تمسكك بأخلاقيات وتعاليم الدين
22.03%	13	ساهمت في رفع درجة إيمانك وصلتك بالله عز وجل
5.08%	3	عززت مبدأ قبول الآخر
100.00	59	المجموع



الشكل رقم: 32 يمثل توزيع أفراد العينة حسب السلوك الإيجابي الذي أضافته البرامج الدينية.

نلاحظ من خلال الجدول (38) أن البرامج الدينية أضافت سلوك إيجابي متمثل في "زيادة التمسك بأخلاقيات وتعاليم الدين" بنسبة 64.41% بينما ساهمت في "رفع درجة الإيمان والصلة بالله عز وجل" بنسبة 22.03% إلى أنها أضافت أيضا سلوكا ايجابيا بنسبة 8.47% والمتمثل في "تخفيف الشعور بالذنب وتعزيز الثقة بالنفس" وإلى "تعزيز مبدأ قبول الآخر" بنسبة 5.08%.

نستج من خلال الجدول أن البرامج الدينية لقناة الشروق زادت في تمسك الجمهور بتعاليم الدين الإسلامي، وزرع القيم النبيلة، والايجابية والمساهمة في رفع درجة الإيمان و تقوية الصلة بالله عز وجل.

نتائج المحور الثالث: تأثير البرامج الدينية على الجمهور.

فيما يتعلق بتغير سلوك الفرد في حياته اليومية عند مشاهدة البرامج الدينية أجابت الأغلبية ب "أحيانا" بنسبة 50.85%، وتليها "دائما" بنسبة 45.76% ما يتم تغيير في سلوكياتهم، و أخيرا "نادرا" بنسبة 3.39% .

أما فيما يتعلق بتعديل سلوكيات الأفراد مع أفراد المجتمع أجابت الأغلبية أن البرامج الدينية قد عدلت من سلوكياتهم بنسبة 91.53%، والأقلية كانت إجاباتهم ب "لا" بنسبة 8.47%.

بنسبة للأسلوب الذي يقنع أفراد العينة ويأثر فيهم عند مشاهدة البرامج الدينية اختار الطلبة "الاستشهاد بالآيات القرآنية" بنسبة 23.73%، ويلي القصة، و أسلوب الترغيب بنسبة 11.86% ثم الاستشهاد من السنة النبوية بنسبة 6.78%. وأخيرا أسلوب التهيب، والذي حصل على نسبة 1.69%.

وعن مساهمة البرامج الدينية في تتميت الجانب الديني فكانت تتميته لديهم بنسبة كبيرة.

وفيما يتعلق بالآثار الناتجة عن البرامج الدينية أن الآثار المعرفية الناتج عنها هي الأعلى بنسبة 52.54% ثم تليها الآثار الوجدانية بنسبة 27.12%، وأخيرا الآثار السلوكية بنسبة 20.34%.

وفيما يتعلق بالتغيير في القيم السلبية كانت أعلى نسبة بشكل "متوسط" قدرت ب 45.76%، وبشكل "كبير" بنسبة 33.90%، وتليها بشكل "نسبي" بنسبة 20.34%.

وعن نجاح البرامج الدينية لقناة الشروق في تجسيد القيم الإسلامية فقد أجابت أغلب أفراد العينة ب "أحيانا" بنسبة 62.71% ثم تليها "دائما" ما يتم نجاحها بنسبة 28.81%، وأخيرا نادرا ما يتم نجاحها بنسبة 8.47%.

وعن البرامج التي تقدمها قناة الشروق حسب رأي أفراد العينة أنها برامج "مقبولة" بنسبة 66.10% في المرتبة الأولى كما تليها برامج جيدة بنسبة 32.20% ثم غير مقبولة بنسبة 1.69%.

وفيما يتعلق بالانخراط في الأمور الدينية بشكل متوسط قدرت بنسبة 57.63% ثم تليها بشكل "كبير" بنسبة 38.98% بشكل "ضعيف" بنسبة 3.39%.

الجانب التطبيقي

أن البرامج الدينية التي تعرضها قناة الشروق عملت بشكل "متوسط" في ترسيخ تعاليم الإسلام، وتتميت الفكر الإصلاحى الأخلاقى بنسبة 57.63% كما تليها بشكل "كبير" بنسبة قدرت ب 40.68%، وأخيراً وبشكل "ضعيف" بنسبة 1.69%.

أن نسبة 59.32% قد يمتلكون أحياناً القدرة والحجة لمناقشة الآخرين عند تعرضهم للبرامج الدينية بينما كانت البرامج الدينية تجعل الأفراد عند تعرضهم لهذه البرامج يمتلكون دائماً القدرة على المناقشة بنسبة 32.20%، وأن أقل نسبة كانت 8.47% والتي تمثل الطلبة الذين لا يملكون القدرة على مناقشة الأفراد عند تعرضهم لهذه البرامج الدينية .

أن البرامج الدينية أضافت سلوك إيجابى متمثل فى زيادة التمسك بأخلاقيات، وتعاليم الدين بنسبة 64.41% بينما ساهمت فى رفع درجة الإيمان والصلة بالله عز وجل بنسبة 22.03% إلى أنها أضافت أيضاً سلوكاً إيجابياً بنسبة 8.47% والمتمثل فى تخفيف الشعور بالذنب وتعزيز الثقة بالنفس وإلى تعزيز مبدأ قبول الآخر بنسبة 5.08%.

الاستنتاجات العامة:

من أهم النتائج التي توصلنا إليها ما يلي:

. تقبل أفراد عينة الدراسة على مشاهدة البرامج الدينية أحيانا من أجل إشباع حاجاتهم، ورغباتهم، وميولاتهم، وزيادة تثقيفهم دينيا .

. وجود فوارق بين أفراد عينة الدراسة في مشاهدة البرامج الدينية لقناة الشروق، وذلك حسب متغير السن والجنس.

أما فيما يخص مشاهدة البرامج الدينية فقد أجابت أفراد العينة أن أغلبهم يشاهدونها مع أفراد العائلة وهذا عائد إلى محافظة الجمهور على المبادئ والقيم.

. دوافع تفضيل أفراد العينة لقناة شروق الجزائرية هي اهتمامهم بالمواضيع التي تطرحها القناة.

. امتازت البرامج الدينية لقناة الشروق بتنوع عرضها من أجل استقطاب، وجلب أكبر عدد من المشاهدين من مسابقات، وتلاوات و فتاوي، وغيرها.

. الاهتمام الكبير بالجانب الديني لدى أفراد العينة هو من أجل نشر القيم الإسلامية، والأخلاقية و اهتمامها بالجانب المعرفي و المعلوماتي، والتثقيف في أمور الدين.

. تعمل شخصية المقدم أحيانا في دفع أعضاء الجمهور إلى مشاهدة البرامج الدينية.

. أن اتجاه الجمهور نحو مشاهدة البرامج الدينية على قناة الشروق الجزائرية أنها قد عملت على نشر الإيجابية كما تعد في نظرهم المصدر الأساسي للمعلومات والمعارف الدينية.

. عملت البرامج الدينية على البعد عن كل مظاهر التعصب والتطرف والتحلي بالأخلاقيات الدين الإسلامي.

. تعمل هذه البرامج على إعطاء القدرة لمناقشة الآخر وتعزيز مبدأ القبول.

. يتفاعل الجمهور مع القناة عبر الصفحات الخاصة بها بشكل كبير لسهولة التفاعل، و امتلاكهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

. ساهمت البرامج الدينية في تنمية الجانب الديني بشكل مقبول لدى الجمهور.

. الآثار المعرفية هي الآثار الناتجة لدى الجمهور من أجل زيادة الوازع الديني.

. ساهمت في جعل أفراد الجمهور أكثر انخراطا في الأمور الدينية.

. يفضل أغلب أفراد العينة برنامج مزامير داوود لأنهم يرغبون في مشاهدة البرامج الدينية على شكل مسابقات.

. تسعى البرامج الدينية لقناة الشروق إلى إضافة السوك الإيجابي، وزيادة التمسك بأخلاقيات وتعاليم الدين الإسلامي.

خاتمة

خاتمة

تعددت الفضائيات الدينية في العالم العربي بشكل كبير حيث امتازت بالتنافس في عرض برامجها و محتوياتها لجلب أكبر عدد من المشاهدين، وكسب رضا المتابعين لها بعرض برامج هادفة، ومفيدة في الحياة، وتزويد الناس بمعارف دينية تخص العقيدة الإسلامية.

كما حاولنا في هذه الدراسة معرفة اتجاهات الجمهور نحو البرامج الدينية عبر قناة الشروق الجزائرية التي عملت على تحقيق المعرفة الدينية اذ تطرقنا إلى ثنائية الجمهور، والإعلام الديني في دراستنا هذه حيث أزلنا الغموض عليها، وذلك من خلال الإجابة على مجموعة من التساؤلات التي تضمنتها دراستنا حيث نستنتج أن قناة الشروق استطاعت أن تلبي رغبات، و احتياجات الجمهور، وذلك من خلال قدرتها على بث برامجها الدينية التي يرغب في مشاهدتها الطلبة، وتزويدهم بالمعلومات الكافية وزيادة تثقيفهم في أمور الدين، وتغيير سلوك أفرادها إلى كل ما هو إيجابي، كما اتسمت برامجها بالفتوى والتلاوات القرآنية والمسابقات الدينية وغيرها من البرامج المتنوعة إلا أنها استطاعت أن تكون اتجاهات ايجابية لتدعيمها للقيم الإسلامية، والعقيدة الإسلامية و تصحيح السلوكيات الخاطئة، والمنحرفة

الا أن هناك اتجاهات مختلفة حول القناة من ناحية الاسلوب الذي يؤثر ويقنع الطلبة في البرامج الدينية التي تعرضها القناة، منهم من يفضل أن تكون بأساليب ترفيهية، ومنهم من يفضل أن تكون مستشهادة بآيات قرآنية، و في نوعية البرامج منهم من يفضل ان تكون البرامج عبارة عن مسابقات، ومنهم من يفضل التلاوات القرآنية، وأيضا من ناحية رأيهم في البرامج ككل نسبة كبيرة رأَت انها مقبولة، ونسبة قليلة رأَت بأنها جيدة.

وفي الأخير يمكن القول بأن البرامج الدينية لقناة الشروق استطاعت أن تلبي احتياجات، واشباكات الطلبة من خلال برامجها المتنوعة، والهادفة، و كذلك اقبال الطلبة عليها، حيث لاقت قبول من طرف أغلب أفراد العينة، وأن هذه الدراسة تبقى حلقة من حلقات البحث المتواصل لاستكشاف كل ما هو جديد من اتجاهات الجمهور نحو مختلف القنوات الأخرى، وتتافس القنوات بهدف إرضاء الجمهور، وتوفير لهم كل ما يتوافق مع اتجاهاتهم، وميولاتهم.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر:

المعاجم:

1. ابن المنظور، لسان العرب، د ط، دار لسان العرب، بيروت، 1988.

قائمة المراجع:

الكتب:

2. السيد الشحات أحمد حسن، الصراع القيمي لدى الشباب ومواجهته من منظور التربية الإسلامية، د ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1986.

3. الضامن منذر، أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2007 .

4. المقدادي خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس، الأردن ، 2013 .

5. شكري عبد المجيد، الاعلام الاسلامي- الواقع- التحديات- المستقبل، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.

6. بوحوش عمار، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 2002.

7. عمارة محمد، مخاطر العولمة على الهوية الثقافية، ط1، دار نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.

8. علي المحمودي محمد سرحان، مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، اليمن، 2019.

9. قسايسية علي، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور بالجزائر، أطروحة لشهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005/2006.

10. مكاوي حسن عماد، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصر، ط2، دار المصرية اللبنانية، مصر، 2001 .

11. مكايي حسن وآخرون ،الاتصال ونظرياته المعاصرة ،ط1 ، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
12. محمد عبد الفتاح و اخرون، البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين ،ط1، دار وائل للنشر، الأردن، 2006.
13. محمد محمد قاسم، المدخل إلى مناهج البحث العلمي، ط1، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1999.
14. محمود حسن إسماعيل ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1 ،دار العالمية للنشر والتوزيع، 2003 .
15. ملفين ديفليروساندر واكيش ، نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف، د ط ، دار الدولية للنشر وتوزيع، القاهرة ، 1992.
16. هلال مزاهرة منال ،بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط1، دار الكنوز للمعرفة للنشر والتوزيع ،الأردن، 2011 .
17. محمد الغريب عبد الكريم، البحث العلمي: التصميم والمنهج والاجراءات، د طن المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية
المذكرات:
18. زاوي الحاج سعد، اتجاهات الجمهور نحو البرامج الاخبارية لقناة الجزيرة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012-2013.
19. عباس سعيدة، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم الدعوة والاعلام، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الاسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009-2010.
20. عطوات محمد سفيان، اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية عبر قناة الشروق الجزائرية ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر ،في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة ورقلة 2020-2021 ،ص 5.

21. عنانة تهاني، اتجاهات الشباب الجامعي نحو البرامج الاذاعية الدينية، إذاعة الجزائر من أم بواقي انموذجا، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم بواقي، 2014-2015.
22. قرفي هدى، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الفضائيات الدينية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، قسم العلوم الاسلامية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الوادي، 2013-2014.
23. كريمة بن حمودة، العنف في برامج الأطفال الكرتونية في قناة سببس تون، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016-2017، ص 24.
24. لمنوس زينب، اتجاهات الجمهور نحو البرامج الثقافية على القنوات الفضائية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر اكايمي، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية علوم الانسانية والاجتماعية، جامعة بوضياف، المسيلة، 2019-2018.

المجلات:

حسن صديق، مجلة جامعة دمشق، المجلة 28، العدد 3+4، 2012.

الملاحق

السمات العامة:

- الجنس: أنثى ذكر
- السن: 25-22 30-26 فما فوق
- 3- المستوى: أولى ماستر ثانية ماستر
- 3- التخصص: اتصال جماهيري سمعي بصري

المحور الأول: عادات وانماط مشاهدة البرامج الدينية والاشباعات المحققة منها.

4- هل تشاهد قناة الشروق tv؟

- دائما أحيانا نادرا

5- ماهي الوسيلة التي تشاهد من خلالها برامج قناة الشروق؟

- الفيسبوك
- التلفزيون
- اليوتيوب
- انستقرام

6- ما هي المدة التي تقضيها في مشاهدة البرامج الدينية؟

- نصف ساعة
- ساعة
- أكثر من ساعة

7- ما هو نوع البرنامج المفضل لديك؟

قائمة الملاحق

- تلاوة قرآنية

- أحاديث نبوية

- نقل الشعائر

- مسابقات

- برامج التفسير

- برامج الفتاوة

8- مع من تشاهد هذه البرامج؟

- بمفردك

- مع الأصدقاء

- مع افراد العائلة

9- ما هو البرنامج الذي تشاهده ؟

- مزامير داوود

- حديث القلوب لشيخ محمد فورين

- قصص الأنبياء

- نسيمات ربانية

- انصحني في الحياة لشيخ شمس الدين

- طريق الفردوس

10- ما هو البرنامج المفضل لديك؟

,,,

11- ما هو الوقت المناسب لك لمشاهدة هذه البرامج؟

صباحا مساء

12- هل تلبى قناة الشروق احتياجاتك واشباعتك واهتماماتك؟

نعم لا

إذا كانت اجابتك بنعم ماهي الاشباع التي حققتها لك؟

.....

المحور الثاني: دوافع الجمهور لمشاهدة البرامج الدينية لقناة الشروق tv.

13- ماهي الأسباب التي دفعتك لمشاهدة البرامج الدينية؟

- تزويد بالمعلومات الدينية

- الاهتمام بالمواضيع المطروحة

- تعجبك طريقة التقديم

- شغل أوقات الفراغ

14- هل شخصية المقدم تدفعك لمشاهدة البرنامج؟

- دائما - أحيانا - نادرا

15- هل يناسب وقت بث البرامج الدينية لقناة الشروق وقت فراغك؟

- دائما - أحيانا - نادرا

16- ماهي دوافع تفضيلك لهذه القناة؟

.....

17- هل نقص البرامج الدينية في القنوات الجزائرية كان سبب في مشاهدتك لبرامج قناة الشروق؟

قائمة الملاحق

- نعم لا

18- هل تتفاعل مع البرامج الدينية لقناة الشروق؟

- دائما أحيانا - نادرا

19- فيما يتمثل تفاعلك مع قناة الشروق؟

- البريد الالكتروني - رسالة قصيرة - اتصال هاتفي

- الصفحات الخاصة بالقناة

20- هل خلفية ومكان تصوير البرنامج كان دافعا لمشاهدتك للبرنامج؟

- دائما - أحيانا - نادرا

المحور الثالث: تأثير البرامج الدينية على الجمهور.

21- هل تغير البرامج الدينية من سلوكياتك في حياتك اليومية؟

- دائما - أحيانا - نادرا

22- هل عدلت البرامج الدينية من سلوكياتك مع افراد المجتمع؟

- نعم لا

23- ما هو الأسلوب الذي يقنعك ويأثر فيك أكثر في البرامج الدينية؟

- أسلوب الترغيب

- أسلوب الترهيب

- استشهد بآيات قرآنية

- استشهد من السنة النبوية

قائمة الملاحق

- القصة

24- هل ساهمت البرامج الدينية في تنمية الجانب الديني لديك بشكل؟

- كبير - متوسط - ضعيف

25- ما هي الآثار الناتجة عن هذه البرامج الدينية؟

- آثار وجدانية آثار معرفية سلوكية

26- هل غيرت في بعض قيمك السلبية بشكل:

- كبير متوسط سلبى

27- هل نجحت البرامج الدينية لقناة الشروق في تجسيد القيم الإسلامية؟

- دائما أحيانا دأ

28- ما هو رأيك في البرامج الدينية التي تقدمها قناة الشروق؟

- مقبولة - غير مقبولة - جيدة

29- هل البرامج الدينية جعلتك أكثر انخراطا في الأمور الدينية بشكل:

كبير - متوسط - ضعيف

30- هل رسخت لك البرامج الدينية تعاليم الدين الإسلامي ونمت لك الفكر الإصلاحى والأخلاقى بشكل:

كبير متوسط ضعيف

31- من خلال تعرضك للبرامج الدينية هل جعلتك تمتلك القدرة والحجة لمناقشة الآخرين؟

دائما - أحيانا - نادرا

32- ما هو السلوك الإيجابى الذى أضافته لك هذه البرامج؟

- زيادة تمسك بأخلاقيات وتعاليم الدين
- ساهمت في رفع درجة ايمانك وصلتك بالله عز وجل
- عززت مبدأ قبول الاخر
- تخفيف الشعور بالذنب وتعزيز ثقتي بنفسي

فهرس الجداول

الصفحة	العبارة	رقم الجدول
19	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
20	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
20	يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى	03
21	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص	04
22	يمثل توزيع أفراد العينة حسب مشاهدتهم لقناة الشروق الجزائرية	05
24	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس لمشاهدتهم لقناة الشروق الجزائرية	06
24	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة التي يشاهد بها قناة الشروق	07
25	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الساعات التي يقضونها في مشاهدة البرامج الدينية لقناة الشروق	08
27	يمثل توزيع افراد العينة حسب نوع البرنامج المفضل لديه	09
28	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص الذين يشاهدون معهم البرامج الدينية	10
29	يمثل البرامج التي يشاهدها أفراد العينة	11
30	يمثل البرامج المفضلة لدى أفراد العينة	12
31	يمثل الوقت المناسب لأفراد العينة لمشاهدة البرامج الدينية	13

32	يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما اذا استطاعت قناة الشروق ان تلب اشباعاتهم واهتماماتهم	14
----	---	----

34	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الدافع لمشاهدة البرامج الدينية	15
35	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الدافع لمشاهدة البرامج الدينية حسب متغير الجنس	16
36	يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما اذا كانت شخصية المقدم تدفعه لمشاهدة البرامج	17
37	يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما اذا كانت البرامج الدينية تناسب وقت فراغهم	18
38	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الدوافع التي جعلت أفراد العينة يفضلون قناة الشروق الجزائرية	19
39	يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما اذا كان نقص البرامج الدينية في القنوات الجزائرية كان سبب في مشاهدتهم لقناة الشروق الجزائرية	20
40	يمثل توزيع أفراد العينة حسب تفاعلهم مع البرامج الدينية لقناة الشروق	21
41	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص في تفاعلهم مع البرامج الدينية لقناة الشروق	22
41	يمثل أشكال تفاعل أفراد العينة مع قناة الشروق	23
42	يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما اذا كان مكان تصوير البرامج دافع لمشاهدتهم للبرامج الدينية لقناة الشروق	24

44	يمثل توزيع أفراد العينة حسب تغير سلوك الأفراد في حياتهم اليومية من خلال البرامج الدينية	25
45	يمثل توزيع أفراد العينة حسب تعديل البرامج الدينية لسلوك الافراد مع أفراد المجتمع	26
46	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأسلوب الأكثر اقناعا وتأثيرا في البرامج الدينية	27
47	يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساهمة البرامج الدينية في تنمية الجانب الديني لديهم	28
48	يمثل الاثار الناتجة عن البرامج الدينية لأفراد العينة	29
49	يمثل الاثار الناتجة عن البرامج الدينية لأفراد العينة حسب متغير السن	30
50	يمثل توزيع أفراد العينة حسب تغير القيم السلبية لديهم	31
51	يمثل توزيع أفراد العينة حسب نجاح البرامج الدينية لقناة الشروق الجزائرية في تجسيد القيم الإسلامية	32
52	يمثل توزيع أفراد العينة حسب نجاح البرامج الدينية لقناة الشروق الجزائرية في تجسيد القيم الإسلامية حسب متغير الجنس	33
53	يمثل توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول البرامج الدينية التي تقدمها قناة الشروق	34
54	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الانخراط في الأمور الدينية	35

55	يمثل توزيع أفراد العينة حسب ترسيخ البرامج الدينية تعاليم الدين الإسلامي وتنمية الفكر الإصلاحي والأخلاقي	36
56	يمثل توزيع أفراد العينة حسب تعرض الافراد للبرامج الدينية وامتلاكهم القدرة والحجة لمناقشة الاخرين	37
57	يمثل توزيع أفراد العينة حسب السلوك الإيجابي الذي اضافته لهم البرامج الدينية	38

فهرس الأشكال

رقم الشكل	العبرة	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	19
02	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	20
03	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص	21
04	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى	22
05	يمثل توزيع أفراد العينة حسب مشاهدتهم لقناة الشروق الجزائرية	23
06	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة التي يشاهد بها قناة الشروق	25
07	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الساعات التي يقضونها في مشاهدة البرامج الدينية لقناة الشروق	26
08	يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع البرنامج المفضل لديه	27
9	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص الذين يشاهدون معهم البرامج الدينية	28
10	يمثل البرامج التي يشاهدها أفراد العينة	29
11	يمثل البرامج المفضلة لدى أفراد العينة	30
12	يمثل الوقت المناسب لأفراد العينة لمشاهدة البرامج الدينية	31
13	يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما اذا استطاعت قناة الشروق ان تلبى اشباعاتهم واهتماماتهم	33

14	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الدافع لمشاهدة البرامج الدينية	35
15	يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما اذا كانت شخصية المقدم تدفعهم لمشاهدة البرامج	36

37	يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما اذا كانت البرامج الدينية تناسب وقت فراغهم	16
39	يمثل توزيع افراد العينة حسب ما اذا كان نقص البرامج الدينية في القنوات الجزائرية كان سبب في مشاهدتهم لقناة الشروق الجزائرية	17
40	يمثل توزيع افراد العينة حسب تفاعلهم مع البرامج الدينية لقناة الشروق	18
42	يمثل أشكال تفاعل أفراد العينة مع قناة الشروق	19
43	يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما اذا كان مكان تصوير البرامج دافع لمشاهدتهم للبرامج الدينية لقناة الشروق	20
45	يمثل توزيع أفراد العينة حسب تغير سلوك الأفراد في حياتهم اليومية من خلال البرامج الدينية	21
46	يمثل توزيع أفراد العينة حسب تعديل البرامج الدينية لسلوك الافراد مع أفراد المجتمع	22
47	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأسلوب الأكثر اقناعا وتأثيرا في البرامج الدينية	23
48	يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساهمة البرامج الدينية في تنمية الجانب الديني لديهم	24
40	يمثل الاثار الناتجة عن البرامج الدينية لأفراد العينة	25
50	يمثل توزيع أفراد العينة حسب تغير القيم السلبية لديهم	26
51	يمثل توزيع أفراد العينة حسب نجاح البرامج الدينية لقناة الشروق الجزائرية في تجسيد القيم الإسلامية	27
53	يمثل توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول البرامج الدينية التي تقدمها قناة الشروق	28
54	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الانخراط في الأمور الدينية	29

55	يمثل توزيع أفراد العينة حسب ترسيخ البرامج الدينية تعاليم الدين الإسلامي وتنمية الفكر الإصلاحي والأخلاقي	30
56	يمثل توزيع أفراد العينة حسب تعرض الافراد للبرامج الدينية وامتلاكهم القدرة والحجة لمناقشة الاخرين	31
57	يمثل توزيع أفراد العينة حسب السلوك الإيجابي الذي اضافته لهم البرامج الدينية	32

الصفحة	المحتوى
I	الشكر
II	الإهداء
IV	الملخص
أ	مقدمة
الإطار المنهجي	

فهرس المحتويات

1	إشكالية
2	التساؤلات
2	أسباب الدراسة
3	مجال الدراسة
4	أهمية الدراسة

4	أهداف الدراسة
4	منهج الدراسة
5	أداة الدراسة
6	مجتمع البحث و العينة
7	الدراسات السابقة
13	نظرية الدراسة
15	مفاهيم ومصطلحات الدراسة
الإطار التطبيقي	
19	تفريغ البيانات
61	الاستنتاجات العامة
64	خاتمة
66	قائمة المراجع
70	الملاحق
73	فهرس الجدوال
77	فهرس الاشكال
79	فهرس المحتويات