

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الرقم التسلسلي

كلية أصول الدين

رقم التسجيل

قسم الدعوة والإعلام والاتصال

تخصص : إعلام إسلامي

البرامج الدينية في إفواعة أم البواقي المحلية وراسة تحليلية وميرانية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام الإسلامي

إشراف :
د. نور الدين سكحال

الطالب :
جمال الدين مدفوني

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الصفة	الدرجة العلمية	الجامعة الأصلية
أ.د/ عمر لعويوة	رئيسا	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية- قسنطينة-
د/ نور الدين سكحال	مقررا	أستاذ محاضر	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية- قسنطينة-
أ.د/ أبو بكر عواطي	عضوا	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية- قسنطينة-
د/ أحمد عبدلي	عضوا	أستاذ محاضر	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية- قسنطينة-

السنة الجامعية 2013/2014

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة الأمير

العلوم الإسلامية

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أمي ثم أمي ثم أمي ثم أبي

وإلى كل أفراد الأسرة على دعمهم وتشجيعهم

شكر وتقدير

كلمة لا بد منها كلمة شكر وامتنان إلى الأستاذ المشرف الدكتور نور الدين سكحال على طيب معاملته ورفيع أخلاقه وصبره وحرصه على اتمام هذا العمل .
إلى كل من ساهم في إنجاح هذا العمل من قريب أو بعيد وأخص بالذكر السيد عابد كريم و جميع عمال ملحقة متحف المجاهد أم البواقي وإلى عمال إذاعة أم البواقي المحلية وعلى رأسهم السيد عمار ناصري والأخ محمد صبيحي .
كما لا يفوتني تقديم كامل شكري وامتناني لأساتذتي الكرام بقسم الإعلام والاتصال بجامعة العربي بن مهيدي، الأستاذ بوعزيز زهير، الجمعي حجام، محمد مليك، الأستاذة لعبدلي شهناز، ومن جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية الأستاذ عبد الله بوجلال، أحمد عبدلي، بلهامل مفيدة، كما لا يفوتني شكر الأستاذ فضيل دليو، حسين خريف، محمد مراح.

وفي الأخير لعمال مكتبة الدكتور أحمد عروة أجمل تحية وإجلال على رحابة صدورهم وتفانيهم في تقديم يد المساعدة خاصة عمال قسم الدوريات .

فهرس الموضوعات

الصفحة

أ-ب-ج	مقدمة
36-1	الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية
2	1.1. إشكالية الدراسة و تساؤلاتها
4	2.1. أهمية الموضوع وأسباب اختياره
5	3.1. أهداف الدراسة
6	4.1. الدراسات السابقة
14	5.1. تحديد مفاهيم الدراسة
18	6.1. نوع الدراسة ومنهجها
20	7.1. مجالات الدراسة
21	8.1. أدوات جمع البيانات
30	9.1. مجتمع البحث وعيناته
89-37	الفصل الثاني: البرامج الدينية الإذاعية
58-39	1.2. الإذاعة كوسيلة اتصالية
39	1.1.2. نشأة وتطور الإذاعة في العالم
42	2.1.2. خصائص ومميزات الإذاعة
44	3.1.2. وظائف الإذاعة
47	4.1.2. البرامج الإذاعية
71-59	2.2. البرامج الدينية في وسائل الإعلام
59	1.2.2. الحاجة إلى البرامج الدينية

63	2.2.2. الخطاب الديني في وسائل الإعلام
65	3.2.2. أهداف البرامج الدينية
69	4.2.2. سمات البرامج الدينية
90-71	3.2. البرامج الدينية في الإذاعات الجزائرية
71	1.3.2. تاريخ الإذاعة في الجزائر وأنواعها
76	2.3.2. الإذاعات المحلية في الجزائر (تعريفها، خصائصها، ووظائفها)
84	3.3.2. واقع البرامج الدينية في الإذاعات المحلية الجزائرية (السياسة الإعلامية+ البرمجة)
110-91	الفصل الثالث: عرصة وتفسير نتائج الدراسة التحليلية
91	1.3. عرض وتحليل بيانات فيات ماذا قيل؟ - عرض وتحليل بيانات فيات كيف قيل؟
108	2.3. الخلاصة والاستنتاجات
210-111	الفصل الرابع : عرصة وتفسير نتائج الدراسة الميدانية
112 162 185	1.4. عرض وتحليل البيانات - عادات وأنماط أفراد العينة للبرامج الدينية وعادات الاستماع لها - الإشباع المحققة من متابعة البرامج الدينية - رأى الجمهور في البرامج الدينية
211	2.4. نتائج الدراسة الميدانية
219	آفاق الدراسة وتوصياتها
221	خاتمة

222	قائمة المراجع
230	ملاحق الدراسة
	ملخص الدراسة
	ملخص الدراسة باللغة الأجنبية
	فهرس الجداول والأشكال

مقدمة:

تعتبر وسائل الإعلام في وقتنا الحاضر من أهم أدوات التأثير، التوجيه والتثقيف، خاصة في ظل العولمة الاتصالية، وما تتميز به من زخم في بث المضامين والرسائل الإعلامية عبر مختلف وسائلها وقنواتها. الأمر الذي أدى إلى انخيار البعد الزماني والمكاني بين حضارات وثقافات مختلف الأمم، حيث نشهد نهاية الجغرافية، وذلك من حيث لا مكان منعزل ولا وطن مستقل، ولا ثقافة محصنة، لكن السرعة والسهولة والانتشارية للأنماط الثقافية المختلفة تكون لصالح الأقوى، ذلك الذي يمتلك الوسائل، ولديه الإمكانيات، وأضحى العالم قرية صغيرة على حد قول ماركسهايم في ستينيات القرن الماضي، فماذا يقول مارشال لو عاصر زمن ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال؟ والملاحظ أن ظاهرة العولمة أثرت كثيرا على مضامين وسائل الإعلام العالمية والعربية الإسلامية، فزاد التركيز على القيم الإباحية والمحتوى الثقافي الاجتماعي الهابط، فانتشرت قيم الفساد والانحلال الأخلاقي داخل المجتمعات الغربية والعربية الإسلامية على حد سواء، في المقابل نلاحظ ابتعاد وسائل الإعلام العربية في عرض برامجها عن المقومات الإسلامية والقيم الأصيلة في كثير من الأحيان (مضامين تغريبية)، مما يهدد أكثر معالم هويتنا الثقافية العربية الإسلامية. ولا يخفى على أحد أن الدين يعتبر عنصرا أساسيا في بناء هذه الهوية والثقافة، وديننا الإسلامي هو المرجعية الأولى لتحديد النسق القيمي، الاجتماعي والثقافي. لذا لابد من الاستثمار في وسائل الإعلام بمختلف تكنولوجياتها الحديثة، لخدمة هذا الدين ولخدمة مجتمعاتنا العربية الإسلامية تعزيزا وتفعيلا لدور الدين في حياتنا حتى نسترجع بعضا من بريق ووهج حضارتنا.

والإعلام يؤدي دورا مزدوجا سواء على الصعيد الدولي أو المحلي، إذ يمكن أن يعبر عن الهيمنة الكونية للغرب أو الأمركة، كما يمكن أن يكون وسيلة لإحياء وإنعاش الثقافات القومية والمساهمة في رقي وتطور المجتمعات النامية، وأداة من أدوات التحديث في الوقت ذاته.

وتبرز الإذاعة كوسيلة من أبرز وسائل الإعلام الجماهيري والمحلي في المجتمعات النامية، وأكثرها انتشارا وتأثيرا، رغم المنافسة الشديدة التي تفرضها عليها باقي وسائل الإعلام، فالإذاعة

تربعت على عرش وسائل الإعلام الجماهيري باعتبارها الوسيلة الأكثر تأثيراً وشعبية وانتشاراً لمدة قاربت نصف قرن من الزمن.¹ وتوظف الإذاعة المحلية إلى جانب وسائل الاتصال المحلية أو الحوارية في الدول النامية من أجل تحقيق تماسك المجموعات وتعبئة الموارد المحلية وحل المشكلات وتنمية الثقافات وإثارة المناقشات وروح التغيير على المستوى المحلي. غير أن تحديد مجموعة الأهداف التي يمكن أن تسعى إذاعة محلية إلى تحقيقها ليس واحداً في كل المجتمعات، ولكنه يتعلق أساساً بالبيئة المحلية التي تخدمها، ولذلك يستوجب هذا دراسة البيئة المحلية بحقائقها الجغرافية، الديموغرافية، الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، وعندما يتم هذا توضع وتسطر الأهداف. ويبرز المجال الديني في الواجهة، نظراً لخطورته وأهميته في نفس الوقت، في ظل ما يعيشه العالم الإسلامي عموماً والعربي خصوصاً من فتن وانتشار الأفكار والمذاهب الفاسدة، التي تغذيها الفضائيات الدينية التي طفت على السطح الإعلامي في الوطن العربي، وأخذت في الارتقاء مما جعلها تشكل ظاهرة يميزها غياب الموضوعية في كثير من الأحيان، واتخاذ من يمتلكون هذه الوسائل للدين كغطاء يخفون وراءه لتحقيق مآرب سياسية أيديولوجية أو اقتصادية تسويقية، لذلك نرى أنه من الضروري اهتمام القائمين على الإذاعات المحلية بالجانب الديني لتحسين أفراد المجتمع وتنمية وعيهم الديني. وأن يجعلوا الجانب الديني من أولوياتهم واهتماماتهم. إذا ما أردنا أن تؤدي هذه المؤسسة دوراً في المحافظة على قيمنا المحلية وموروثنا الثقافي.

ومن هنا جاءت فكرة هذه الدراسة التي تتناول البرامج الدينية المقدمة في الإذاعة المحلية، من خلال دراسة تحليلية للبرامج الدينية المذاعة عبر أثر إذاعة أم البواقي المحلية، وميدانية على جمهور هذه البرامج.

ومن أجل الإحاطة بموضوع الدراسة تم تقسيمها إلى **فصل أول** تناولنا فيه الجانب المنهجي للدراسة، أما **الفصل الثاني** للدراسة فجعلنا له عنواناً البرامج الدينية الإذاعية، هذا الأخير تضمن ثلاث مباحث من أجل إعطاء خلفية نظرية لموضوع الدراسة، وتمثلت هذه المباحث في:

1. هاني رضا، رامز عمار: **الرأي العام والدعاية**، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، مصر، 1998، ص148.

المبحث الأول الإذاعة كوسيلة اتصالية ضمنته عناصر هي نشأة وتطور الإذاعة في العالم، خصائص ومميزات الإذاعة، وظائف الإذاعة والبرامج الإذاعية.

المبحث الثاني البرامج الدينية في وسائل الإعلام جاء فيه الحاجة إلى البرامج الدينية، الخطاب الديني في وسائل الإعلام، أهداف البرامج الدينية وسمات البرامج الدينية.

المبحث الثالث البرامج الدينية في الإذاعات الجزائرية ضم تاريخ الإذاعة في الجزائر وأنواعها الإذاعات المحلية في الجزائر تعريفها، خصائصها، ووظائفها وأخيرا واقع البرامج الدينية في الإذاعات المحلية الجزائرية السياسة الإعلامية والبرمجة.

أما الفصل الثالث فتم تخصيصه للدراسة التحليلية، من خلال الاعتماد على فئات المضمون، فئات الشكل، وأخيرا الدراسة الميدانية كفصل رابع عُنون ب عرض وتفسير نتائج الدراسة الميدانية لمعرفة واستطلاع رأي عينة من الجمهور المتابع لهذا اللون من البرامج الإذاعية، بغية التوصل إلى نتائج علمية حول استخدامات (العادات والأنماط) الجمهور والإشباع المحققة.

جامعة الأمير

الفصل الأول

موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

الإسلامية

1.1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

يعكس تاريخ الإعلام والاتصال جهود الإنسانية في بث الرسائل الإعلامية عبر المسافات البعيدة، بأقصى سرعة ممكنة وبأقل تكلفة اقتصادية وأكثر وضوحا عند الاستقبال، بهدف تسهيل حياة الناس والتأثير في اتجاهاتهم ومعتقداتهم وتعزيز قيمهم، كما تساهم في تشكيل الرأي العام وتوجيهه والتحكم فيه في بعض الحالات، من خلال مدّ الناس بالمعلومات والحقائق بأساليب فنية وإقناعية مدروسة تزيد من قدرة هذه الوسائل على اعتلاء سلم المؤسسات المؤثرة في المجتمع. وتعتبر الإذاعة من أبرز الوسائل الاتصالية التي دخلت البيوت واستحوذت على اهتمام الأفراد، وأحدثت نقلة نوعية في مجال الاتصال، حيث احتل البث الإذاعي مكانة متميزة بين وسائل الاتصال التقليدية آنذاك في بلدان العالم عموما وبلدان العالم الثالث خصوصا، حيث تم الاعتماد عليها كأداة ووسيلة للتنمية الوطنية والمحلية ما أدى إلى سرعة انتشارها، مستمدة أهميتها كوسيلة اتصالية جماهيرية من خصائصها المختلفة، كالقدرة على التغطية الجغرافية الواسعة وتخطيها لحاجزي الفقر والأمية، ناهيك على قلة تكلفتها وسهولة استخدامها، مما جعل منها أداة فعالة وُظفت في مجال التعليم والتنمية.

ولتحقيق هذه الأهداف تسهر مختلف الإذاعات على مواءمة برامجها مع حاجات، رغبات واهتمامات الجمهور، من خلال إعداد شبكة برمجية مخطط لها مسبقا، تضم برامج متنوعة تتناول مختلف المواضيع وتعالج مختلف القضايا عبر برامج سياسية، اجتماعية، ثقافية، رياضية، تعليمية وغيرها من البرامج، ولا تخلُ شبكة برمجية إذاعية من برامج دينية، لأنه من الطبيعي أن تتمسك الشعوب بدينها أو يفترض ذلك، مما يحتم على وسائل الإعلام عموما والإذاعات خصوصا السعي لتقديم برامج دينية تساهم في مدّ الناس بالحقائق الدينية الثابتة، مُحاولَةً تبسيط وشرح أحكام الشريعة وتعميق فهم الجمهور لها، تواكب اهتمامات المجتمع وتطلعاته وتساهم في حل مشكلاته. وتكتسي البرامج الدينية في وسائل الإعلام الطابع الدعوي، والتثقيفي الإرشادي الذي يهدف إلى رفع مستوى الوعي الديني والثقافي لأفراد هذه المجتمعات، ودفعهم لإصلاح حالهم مع ربهم والتمسك بدينهم، وتعزيز القيم والمبادئ الإسلامية لديهم والحفاظ على موروّثهم الثقافي.

والجزائر كغيرها من بلدان العالم تسعى إلى توظيف الإذاعة لخدمة مصالح المجتمع ودفع عجلة التنمية، وهو ما تؤكد سياسة إنشاء الإذاعات المحلية التي تهدف إلى مخاطبة مجتمع محلي له خصائصه الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية والدينية التي تميزه عن غيره، وتجعله مختلفا عنها في الاهتمامات

والتطلعات والحاجات، ناهيك عن الأسباب الإعلامية الناتجة عن الكم الإعلامي الهائل الوارد إلينا من السماء وعبر خطوط الكابل الهاتفية سواء كان عربيا أو أجنبيا، والذي لا يخفى على أحد تأثيراته المتعددة والخطيرة على ثقافة وقيم مجتمعاتنا.

وسنحاول من خلال هذه الدراسة تحليل البرامج الدينية المذاعة عبر أثر إذاعة أم البواقي المحلية، ومعرفة استخدامات - العادات والأنماط - الجمهور لهذه البرامج الدينية ومختلف الإشباع التي تحققها له.

تساؤلات الدراسة:

أ. تساؤلات الدراسة التحليلية:

1. ما هي المواضيع التي تعالجها البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية؟
2. ما هي المصادر التي تنسب إليها مضامين المادة الإعلامية الدينية؟
3. ما هي القيم التي تتضمنها المادة الإعلامية الدينية المذاعة عبر أثر إذاعة أم البواقي؟
4. ما هي الأهداف التي تسعى البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي لتحقيقها؟
5. ما هو الجمهور المستهدف من تقديم البرامج الدينية؟
6. ما هي الأشكال الفنية التي تُقدم بها البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي؟
7. ما نوع ومستوى اللغة المستخدمة والمعتمدة في تقديم البرامج الدينية؟
8. ما هي الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي؟

ب. تساؤلات الدراسة الميدانية:

9. ما هي عادات وأنماط استماع الجمهور للبرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية؟
10. ماهي دوافع متابعة الجمهور للبرامج الدينية؟
11. هل تحقق البرامج الدينية المذاعة عبر أثر إذاعة أم البواقي إشباعات الجمهور المتتبع لها؟
12. ما هو رأي الجمهور في البرامج الدينية المذاعة عبر أثر إذاعة أم البواقي؟

2.1. أهمية الموضوع وأسباب اختياره:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته، ذلك أن الدراسة تزواج بين البعد التحليلي والميداني، فهي تجمع بين تحليل المضامين الإعلامية ذات الطابع الديني من أجل معرفة طبيعة المواضيع التي تتناولها وتعالجها، والحجم الزمني الذي تشغله ضمن الشبكة البرمجية، والقوالب الفنية التي تقدم بها، واستطلاع لرأي الجمهور لمعرفة عادات وأنماط استماعه للبرامج الدينية التي تقدم في الإذاعة، لمعرفة كيفية مساهمة هذه البرامج في تنمية الوعي الديني وتعزيز القيم والمبادئ الإسلامية لدى الجمهور، وتقديم دراسة (نتائج علمية) قد تساعد القائمين على إعداد هذا النوع من البرامج تدارك النقائص إن وجدت، كما تتيح لنا هذه الدراسة إمكانية التعايش والتقرب من كواليس تحضير، إعداد وإخراج البرامج الدينية الإذاعية من جهة، وتعتبر فرصة للكشف عن مجال الإعلام الجوّاري ومدى اهتمامه بالبحوث العلمية والأكاديمية وتقبله لها، وهو الأمر الذي أبرزته رحيمة عيساني في تعريفها لبحوث الإعلام: "... فهي الجهود المنظمة الدقيقة التي تستهدف توفير المعلومات عن الجمهور الذي توجه إليه الرسالة الإعلامية وقنوات الاتصال ووسائله، والتي تستخدم كأساس في اتخاذ القرارات وتخطيط الجهود الإعلامية والاتصالية، كما أن مهمتها تبدأ قبل بدء الجهود الإعلامية، وتستمر باستمرارها، وتقيس فعاليتها قياساً مرحلياً وشاملاً، كما تشمل خدماتها كافة عناصر العملية الاتصالية كجمهور، الوسائل، الرسائل، المصادر والتأثيرات المستهدفة بطريقة متوازنة ومتكافئة، وهكذا فإنها تعين مخططي الاستراتيجيات الإعلامية في تحديد المدخلات الإعلامية الصحيحة، كما تساهم في التعرف على المخرجات المتحققة ومدى مطابقتها للأهداف المحددة سلفاً، مما يسهم في تقييم كفاءة الجهود الإعلامية وتطويرها وتنميتها باستمرار".¹

1. رحيمة عيساني: الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة على جمهور الفضائيات الأجنبية، رسالة دكتوراه، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2006، ص 73.

• أسباب اختيار الموضوع:

تم اختيار موضوع الدراسة لعدة أسباب، منها ما هو ذاتي والآخر موضوعي.

أ. الأسباب الذاتية:

- معرفة مدى تطابق معارفنا النظرية مع ما هو موجود في أرض الواقع، من خلال تسليط الضوء على موضوع جد مهم هو الإعلام الجوّاري والبرامج الدينية في هذا الإعلام.
- اهتمام الطالب بالبرامج الدينية في وسائل الإعلام، والرغبة في تقديم بحث علمي حول هذا النوع من البرامج الذي يُفترض أنه يكتسي أهمية في حياة الفرد والجماعة.
- الرغبة في تقديم بحث يترجم فعليا مجهوداتنا ومهاراتنا العلمية التي تحصلنا عليها طيلة سنوات الدراسة خاصة ما تعلق بكيفية استخدام أداتي تحليل المضمون واستمارة الاستبيان في الدراسة.

ب. الأسباب الموضوعية:

- توفر المراجع العلمية مقارنة ببعض المواضيع التي تكاد تنعدم فيها المراجع.
- إدراك الطالب للدور الذي يمكن أن تؤديه البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي في زيادة وتنمية الوعي الديني لدى الأفراد، وللحفاظ على قوة حضور الدين في حياة الفرد والمجتمع.
- قابلية الموضوع للدراسة العلمية خاصة من الناحية الزمنية أو الوقت المستغرق لإنجاز الدراسة.
- بحكم أن الطالب مرتبط بفترة زمنية محدودة.

3.1. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- التعرف على المواضيع التي تتناولها وتعالجها البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية.
- معرفة المصادر التي تنسب إليها ويستشهد بها على مضامين المادة الإعلامية الدينية.
- الكشف عن القيم التي تتضمنها المادة الإعلامية الدينية المذاعة عبر أثر إذاعة أم البواقي المحلية.
- استنباط الأهداف التي تسعى البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية لتحقيقها.
- التعرف على الجمهور المستهدف من تقديم البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية.

- معرفة الأشكال الفنية التي تقدم بها البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية.
- معرفة مستوى و نوع اللغة المستخدمة في البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية.
- الكشف عن الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية.
- معرفة عادات وأنماط استماع الجمهور للبرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية.
- محاولة استكشاف دوافع متابعة الجمهور للبرامج الدينية في إذاعة أم البواقي ومختلف رغباتهم، والإشباعات المحققة واتجاهات هذا الجمهور نحو هذه البرامج.

4.1. الدراسات السابقة:

1. الدراسة الأولى: " البرامج الدينية في إذاعة الصومام " ¹ دراسة تحليلية لعينة برامج 2005.

رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، عام 2005.

انطلقت الباحثة من إشكالية يمكن تلخيص أهم أفكارها في محاولة معرفة الطريقة التي يساهم بها الإعلام الجزائري المحلي في تكوين الفرد الجزائري وتربيته ودفعه للحفاظ على مبادئه وقيمه. وهذا من خلال طرح التساؤل التالي: ما هو مضمون البرامج الدينية في إذاعة الصومام؟ وكيف تعرض البرامج وتبث؟

وأرادت الطالبة من خلال هذه الدراسة:

- التعرف على واقع البرامج الدينية في الإعلام السمعي، وما هي مختلف الصعوبات التي يواجهها معدوا البرامج الدينية.
- التعرف على أهم سمات وخصائص الإذاعة المحلية والوظائف التي تؤديها لخدمة المجتمع.
- محاولة التعرف على دور الإذاعة في حفاظ الفرد على مبادئه وقيمه.
- التعرف على طبيعة المواضيع التي تتناولها البرامج الدينية والمصادر التي يعتمد عليها معدوا البرامج الدينية.
- معرفة حجم الاهتمام الذي توليه الإذاعة للبرامج والمواضيع الدينية.

1. هوارى سميرة: البرامج الدينية في إذاعة الصومام دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، 2005.

- تبيان لأهم الأشكال الفنية التي تقدم بها البرامج الدينية في إذاعة الصومام.
- واعتمدت الباحثة في دراستها هذه على منهج تحليل المحتوى لأنه الأنسب لمعرفة نوع البرامج والكيفية التي تقدم بها واستخراج أهم المواضيع المتناولة في هذه البرامج والأفكار التي يراد ترويجها أو مواجهتها. لتصل الباحثة في الأخير إلى مجموعة من النتائج نذكرها في النقاط التالية:
- واقع البرامج الدينية في الإذاعة لا يختلف كثيرا عن واقع الإعلام في مجتمعاتنا العربية والإسلامية، إذ يكرس هذا الإعلام الرداءة وقلة الفعالية والعجز عن تحقيق الأهداف المسطرة. إذا افترضنا وجود هذه الأهداف.
- رغم التطورات التكنولوجية الهائلة التي يشهدها مجال الإعلام والاتصال إلا أن الإذاعة لا تزال تحافظ على مكانتها من خلال قدرتها على جذب الجمهور والتأثير فيه.
- تنوعت القضايا المعالجة في البرامج الدينية المقدمة بين قضايا عقدية، تشريعية، اجتماعية وسياسية.
- يعتمد معدوا البرامج الدينية على أساليب علمية لتحقيق الأهداف المرجوة من إعداد هذا النوع من البرامج.
- البرامج الدينية في إذاعة الصومام تركز على البعد والواقع المحلي والدليل على هذا التعرض لمواضيع وقضايا محلية.
- ترى الباحثة أن الإذاعة وفقت في اختيار أفضل الأشكال الفنية لعرض برامجها الدينية بين برامج سؤال وجواب، الحديث الإذاعي المباشر والمسجل وأخيرا الندوة الإذاعية.
- مزج معدوا البرامج الدينية بين اللغة العربية الفصحى والأمازيغية في تقديم البرامج الدينية.
- من خلال الحجم المخصص للبرامج الدينية والمقدر بـ 2.4% تستشف الباحثة أن هذا النوع من البرامج غير مهتم به.

2. الدراسة الثانية: " البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية دراسة ميدانية

تحليلية " رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسم الدعوة

والإعلام والاتصال، عام 2011.

1. غراب عز الدين: البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية دراسة ميدانية تحليلية، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد

القادر للعلوم الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، 2011.

يرى الباحث أن وسائل الإعلام والاتصال لها القدرة على تشكيل الاتجاهات ودعم القيم والمبادئ، وأن وسائل الإعلام والاتصال أضحت في ظل التطورات التكنولوجية وتعدد الحياة الاجتماعية من أبرز مؤسسات التنشئة الاجتماعية وبرز وسائل التربية والتثقيف. وانطلاقاً من هذا يرى الباحث أنه من الضروري الاستثمار في مؤسسات الإعلام والاتصال من أجل بناء فرد صالح قادر على صنع الحضارة، والإذاعة من أبرز الوسائل المساعدة على تنمية الفرد في شتى المجالات والتخصصات لما تتميز به من خصائص ولعل أبرز البرامج التي تهدف إلى إصلاح الفرد والمجتمع البرامج الدينية فما هي الموضوعات التي تتناولها البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية؟ وهل تحقق احتياجات وإشباكات جمهور المتلقين؟

ويهدف الباحث من خلال دراسته للموضوع دراسة ميدانية تحليلية إلى:

- معرفة واقع البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس؟
 - التعرف على الأشكال الفنية التي تقدم بها البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس؟
 - محاولة الكشف عن العلاقة بين الاستماع وبين المتغيرات التالية النوع، التخصص العلمي ومكان الإقامة.
 - تقديم بحث قد يساعد إذاعة سوق أهراس على تدارك النقائص الفنية والعلمية في البرامج الدينية المقدمة.
 - التعرف على المواضيع والقضايا التي تناقش من خلال البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس؟
- واعتمد الباحث في دراسته على منهج تحليل المضمون من أجل تحقيق الأهداف المسطرة والوصول إلى نتائج علمية، ولأنه المنهج الأنسب لمعرفة ودراسة المضامين الإعلامية.
- وتوصل الباحث إلى النتائج التالية:

- تعتمد إذاعة سوق أهراس الجهوية في تقديم البرامج الدينية على ثلاث أشكال فنية هي الحديث الإذاعي، برامج سؤال جواب وندوة الإذاعة.
- الاعتماد على اللغة الفصحى مع استخدام اللغة الدارجة من أجل تبسيط الأفكار وتقريب الفهم.

- تحتل البرامج الدينية أسفل ترتيب الشبكة البرمجية بحجم زمني قدره 175 دقيقة ونسبة 3.12%.
- الذكور أكثر استماعا للبرامج الدينية من الإناث.
- يقبل طلبة التخصصات الإنسانية والاجتماعية على متابعة البرامج الدينية أكثر من طلبة التخصصات العلمية.
- يفضل الطلبة الاستماع للبرامج الدينية في الفترة المسائية.
- يعتبر عامل إثراء المعلومات وزيادة الرصيد المعرفي معيار التفضيل بين البرامج الدينية المقدمة في إذاعة سوق أهراس.
- بالرغم من النقص الذي يميز البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس شكلا ومضمنا إلا أن أفراد العينة زاد رصيدهم المعرفي من خلال استماعهم للبرامج الدينية المقدمة.

3. الدراسة الثالثة : دراسة نبيلة جعفري: الإعلام الجهوي وتحسين إشباعات الجمهور،¹ رسالة

- ماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2010.
- انطلقت الباحثة من إشكالية يمكن أن نلخص أهم أفكارها فيما يلي:
- الإعلام الجهوي أصبح ضرورة حتمية في ظل الإفرازات التي أفرزتها ثورة الإعلام والمعلومات، وتهديد العولمة الإعلامية والثقافية لكيان المجتمعات.
- أثبت الإعلام الجوهري أو الجهوي قدرته على حل المشاكل التي يعاني منها الإعلام الوطني أو المركزي، خاصة ما تعلق بمنافسة الإعلام الأجنبي للإعلام الوطني، بعد أن ساهمت التكنولوجيات الحديثة في اختراق سماء الدول.
- تعد الإذاعة المسموعة أبرز أشكال الإعلام الجهوي و المحلي الفعال، بفضل قدرته على معرفة خصائص المجتمع المحلي مما يجعلها وسيلة تعكس هذا الوجود وتناقش قضايا ومشاكله، كما تقدم المعلومات عنه وله، وتقترح الحلول والتوجيه والخدمات، وتلبي الحاجات التي لا تستطيع الإذاعة المركزية أن تلبيها بالنسبة إلى مجتمعات محلية متعددة ومختلفة.

1. نبيلة جعفري: الإعلام الجهوي وتحقيق إشباعات الجمهور، رسالة ماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، قسم الإعلام والاتصال، 2010.

- الجزائر من الدول التي أدركت أهمية الإعلام الجوي عموما والإذاعات الجهوية أو الجوية خصوصا، بدأ بالإذاعات الجهوية، التي انطلقت في السبعينات من وهران في الغرب وقسنطينة في الشرق، ثم في سنوات الثمانينات من ورقلة في الجنوب الشرقي وبشار في الجنوب الغربي. وبعد صدور قانون الإعلام 1990، وسخرت إمكانيات معتبرة، أفضت إلى تجسيد مشاريع خاصة بالإذاعات المحلية، حتى أصبح اليوم لكل ولاية محطة إذاعية خاصة بها. وإذاعة أم البواقي الجهوية واحدة من الإذاعات المستحدثة.

- اختتمت الباحثة إشكالية الدراسة بالتطرق إلى نظرية الاستخدامات والإشباع، والربط بين متابعة الجمهور للإذاعة المحلية، ومختلف الإشباعات المحققة منه، وجاء السؤال الرئيس للبحث كالتالي؛ هل يحقق الإعلام الجهوي من خلال إذاعة أم البواقي الجهوية رغبات

وإشباعات الجمهور بالنظر إلى ما تعرضه من برامج؟

أما عن التساؤلات الفرعية فالباحثة طرحت التساؤلات التالية:

- ما هي عادات وأنماط استخدام الجمهور لإذاعة أم البواقي الجهوية ؟
- ما هي دوافع إقبال الجمهور للاستماع لبرامج إذاعة أم البواقي الجهوية ؟
- ماهي الإشباعات المحققة عن الاستماع ؟
- هل هناك علاقة بين الاستماع لإذاعة أم البواقي الجهوية والإشباعات المترتبة ومتغيرات الجنس، المستوى التعليمي والمهنة ؟

ومن أجل تحقيق هذه الأهداف، اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي، لأنه " يقوم على دراسة الواقع، ويهتم بوصف الظاهرة وصفا دقيقا، ويعبر عنها تعبيرا كفييا أو تعبيرا كميا، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطيها وصفا رقميا، يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى. أما عن أدوات جمع البيانات فاعتمدت الباحثة على أداة الملاحظة والمقابلة المقننة، وعلى أداة الاستبيان كأداة رئيسية في البحث. وانتهى الباحث إلى مجموعة من النتائج هي:

- أكثر من ربع مجموع مفردات العينة يستمعون لإذاعة أم البواقي الجهوية بصفة منتظمة (27%).
- ذوي المستوى التعليمي المنخفض (أو الأميين) أكثر انتظاما في الاستماع من ذوي المستوى التعليمي المرتفع.

- الماكثات بالبيوت أكثر انتظاما في الاستماع من بقية الفئات التي تستمع أحيانا بنسب كبيرة.
 - تعتبر الفترة الصباحية هي الفترة المفضلة لاستماع أغلب المبحوثين للبرامج الإذاعية الجهوية من 41.22%. وتستمع نسبة قدرها 35.11% للإذاعة حسب الظروف، ونسبة 16.79% في الفترة المسائية. وأخيرا فترة الظهر، التي تفضلها نسبة 6.87%.
 - يتعرض أغلب المبحوثين لإذاعة أم البواقي الجهوية لمدة تتراوح بين ساعة وثلاث ساعات. وتستمع نسبة 17% لأكثر من ثلاث ساعات.
 - ذوو المستوى التعليمي المنخفض يستمعون للإذاعة ما بين ساعة وثلاث ساعات يوميا، أكثر من ذوي المستوى المرتفع.
 - يفضل أفراد العينة الاستماع لبرامج الإذاعة الجهوية في الأماكن، السكن أو الإقامة 49.56%، المركبة 40%، مكان العمل 10.43%.
 - يفضل أكثر من نصف مجموع المبحوثين 55.2% الاستماع بمفردهم لبرامج الإذاعة الجهوية، وربع مجموع مفردات العينة 25.43% مع الأصدقاء، ونسبة 19.29% تفضل الاستماع مع أفراد العائلة.
 - فئة الطلبة أكثر تفضيلا للبرامج التي تذاع باللغة العربية، وفئة الماكثات بالبيوت أكثر تفضيلا للبرامج باللغة الشاوية، رغم أن كل الفئات لا فرق لديها في اللغة.
- توصلت الدراسة إلى أن البرامج التي يفضل عينة الدراسة:

النسبة %	البرنامج
16.33	البرامج الترفيهية
14.61	البرامج المنوعة
14.04	البرامج الاجتماعية
13.46	البرامج الإخبارية
12.32	البرامج الثقافية
10.60	البرامج الدينية
04.87	البرامج ذات الطابع الطبي
04.30	البرامج الرياضية
02.58	البرامج التاريخية

- دوافع تعرض الجمهور للإذاعة الجهوية هي كما يأتي:
- 1- الإطلاع على ما يحدث في الواقع 52.41%.
- 2- لأنها توافق الاهتمامات الشخصية للمبحوثين 32.25%.
- 3- إعجاب المبحوثين بشخصية مقدمي البرامج 08.06%.
- الإشباعات المحققة من الاستماع لبرامج إذاعة أم البواقي الجهوية:
- تلبي برامج إذاعة أم البواقي الجهوية رغبات وميولات (الإشباعات) أفراد العينة أحيانا بنسبة 57% ودائما بنسبة 31%.
- تحقق لمفردات العينة من خلال الاستماع لبرامج إذاعة أم البواقي الإشباعات النفسية الآتية:
- 1- الترفيه.
- 2- التخلص من الشعور بالوحدة.
- 3- تخفيف التوتر الناتج عن ظروف الحياة.
- جاء ترتيب الإشباعات المعرفية المحققة من خلال الاستماع لبرامج إذاعة أم البواقي كالاتي:
- 1- زيادة الرصيد الثقافي العام.
- 2- زيادة المعلومات الدينية.
- 3- زيادة المعلومات التاريخية.
- 4- زيادة المعلومات الفنية.
- 5- زيادة المعلومات السياسية.
- 6- زيادة المعلومات الأدبية.
- 7- زيادة المعلومات الرياضية.
- 8- زيادة المعلومات ذات الطابع الطبي.
- كما توصلت الدراسة إلى أن أغلب أفراد العينة يجدون نقائص في البرامج التي يستمعون لها؛ تتمثل في طبيعة المواضيع المعالجة، إضافة إلى المدة الزمنية المخصصة للبرامج، ثم اختيار نوع الضيوف المشاركين بطريقة التنشيط.
- يرى أغلب المبحوثين أن إذاعة أم البواقي تساهم في التعريف بالثقافة المحلية للمنطقة، كما تساهم في جعل الجمهور يتمسك بعبادات وتقاليد المنطقة.
- أغلبية المبحوثين لم يشاركوا في البرامج التي يستمعون إليها من خلال إذاعة أم البواقي الجهوية.

- كل الفئات المهنية ترى بأن هذه البرامج ناجحة، وخاصة الماكثات بالبيت.

وهنا نخلص إلى أن الإعلام الجهوي من خلال ما تعرضه إذاعة أم البواقي الجهوية من برامج، يحقق الإشباع النفسى، المعرفى والاجتماعى المتوقعة من طرف جمهوره.

إن أغلب الدراسات التي تناولت بالدراسة الإذاعة والبرامج الدينية المقدمة فيها اعتمدت على المنهج الوصفى أو منهج تحليل المضمون غير أن هذه الدراسة سنعتمد فيها على المنهج المسحى، أي القيام بعملية مسح لعينة من البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية حسب الأهداف المرجو تحقيقها من جهة، ومسح لعينة نوعية من الجمهور المتابع لهذه البرامج بغية الاطلاع على كيفية استخدام هذا الجمهور للبرامج الدينية، ومختلف الإشباعات المحققة. وتعتبر دراسة كل من هواري سميرة وغراب عز الدين دراستين جد مهمتين بالنسبة لدراستي هذه، رغم وجود اختلافات في المنهج المتبع أو المستخدم في الدراسة بالرغم من أن دراسة غراب عز الدين دراسة تحمل تقريبا نفس العنوان إلا أنه يوجد اختلاف في طريقة التناول والمعالجة منهجيا وتطبيقيا.

واستفاد الطالب من هذه الدراسات وغيرها من الدراسات القريبة والمشباهة أذكر منها دراسة سعيدة عباس اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية، ودراسة اسمهان شارف جمهور البرامج الدينية في التلفزيون الجزائري ونظرية الاستعمالات والإشباعات، بالإضافة إلى دراسات عربية أذكر منها أيضا دراسة دكتوراه محمد بن علي هندية، البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية دراسة تحليلية ميدانية، وناصر عبد الرحمن الهزاني، التعرض لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها، وأخيرا دراسة طارق أحمد البكري الصحافة الإسلامية في الكويت، استفادة منهجية في صياغة استمارة تحليل المحتوى واستمارة الاستبيان بدرجة أولى، كما ساهمت في تزويدنا بالأفكار والرؤى أثناء وضع خطة الدراسة وصياغة الإشكالية واستقاء بعض الأفكار التي تم التطرق لها في الجانب النظري.

5.1. تحديد المفاهيم:

1. الإذاعة:

الإذاعة لغة اسم مشتق من الفعل أذاع، يُذيع، إذاعاً وتعني الإشاعة أي النشر العام حتى أن العرب في القدم تصف الرجل الذي لا يكتُم السر بـ "مذيع" ويقال فلان للأسرار مذيع ولأسباب مضيع.¹

أما اصطلاحاً فيعرفها فضيل دليو على أنها: "ما يث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع".² أما عبد العزيز شرف فيرى بأنها: "عبارة عن تنظيم مُهيكل في شكل وظائف و أدوار، تقوم على بث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي، الثقيفي و الإعلامي، وذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متنثر".³ وتُعرف الإذاعة أيضاً على أنها: "الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية، ثقافية، تعليمية، تجارية وترفيهية وغير ذلك من البرامج لتلتقط في وقت واحد من طرف المستمعين المتواجدين في شتى الأنحاء".⁴ أما محمد منير حجاب فيرى بأنها: "أوسع وسائل الاتصال انتشاراً وأكثرها شعبية، وجمهور عام بجميع مستوياته، فتستطيع الوصول إليه مخترة حواجز الأمية، والعقبات الجغرافية والقيود السياسية، التي تمنع بعض الرسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها، كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ تام".⁵ ولأن المقام هنا ليس سرد كل التعاريف المقدمة، فهي متعددة ومتنوعة ويمكن أن نحمل مختلف أفكارها في النقاط التالية:

- الإذاعة تنظيم مُهيكل في شكل وظائف وأدوار، حيث يسهر على تُسير الإذاعة وإعداد برامجها وإنتاجها ونشرها عبر الأثير مجموعة من الأفراد، لكل واحد منهم وظيفة ومركز محدد.
- تعتبر الإذاعة أكثر وسائل الاتصال انتشاراً وشعبية وجمهورها عام.
- تغطي الإذاعة مجالا جغرافيا محدودا فقد يغطي بثها حيزا جغرافيا محليا وتسمى إذاعة محلية، أو جهويا فتسمى إذاعة جهوية وهكذا إذاعة وطنية، إقليمية ودولية.

1. عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام، ط2، دار الكتاب المصري، مصر، 1989، ص103.

2. فضيل دليو : مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص135.

3. عبد العزيز شرف، مرجع سبق ذكره، ص103.

4. إبراهيم إمام: الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، ط2، دار الفكر العربي، مصر، 1985، ص256.

5. محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دط، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2004 ص40.

- تقدم الإذاعة خدماتها من خلال برامج متنوعة إخبارية، سياسية، اجتماعية، اقتصادية، تثقيفية، ترفيهية، بقوالب فنية متعددة.
- وسنسلط الضوء على الإذاعة المحلية موضوع البحث، باعتبارها من أنواع الإذاعات الموجودة في الجزائر.
- 2. الإذاعة المحلية:

يرى المتخصصون في مجال الإعلام والاتصال أن مفهوم الإذاعة المحلية مشتق من مصطلح المجتمع المحلي، ويعتبرونها من أبرز وسائل الإعلام الجوارية* التي تهدف إلى مخاطبة مجتمع محلي، يُعرفها عبد المجيد شكري على أنها: "جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا، بمعنى أن الإذاعة المحلية تبث برامجها لمخاطبة مجتمعا خاصا، محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، تخاطب مجتمعا متناسقا من الناحية الاقتصادية، الثقافية والاجتماعية، بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة بالرغم من وجود الفروق الفردية التي توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد، فهي تتفاعل مع هذا المجتمع تأخذ منه وتعطيه وتقدم له الخدمات المختلفة فالجمهور المستهدف لكل إذاعة محلية هم أفراد هذا المجتمع المحلي، كأن يكونوا سكان قرية واحدة أو مجموعة قرى متقاربة و متجانسة كبرى".¹

أما من وجهة نظر المجلس الفدرالي السويسري للإذاعة المحلية مصطلح يطلق على الإذاعات التي لا يتعدى نطاق بثها مساحة 20 كلم، والتي تشمل المناطق القريبة من بعضها البعض ثقافيا، سياسيا، اقتصاديا واجتماعيا...²

الإذاعة المحلية حسب تعريف نبيلة جعفري: "وسيلة اتصال جماهيرية، تخاطب جمهورا محليا معيناً، في منطقة جغرافية معينة، عن طريق برامج متنوعة، وبذلك فهي تهتم بكل ما هو محلي".³

*. هو نوع من الإعلام محدود النطاق، يختص بالاهتمام بمنطقة معينة تمثل مجتمعا محليا، ومُثل انعكاسا واقعيا لثقافة ذلك المجتمع المحلي، مُستهدفا خدمة احتياجات سكانه، ومحققا لتفاعلهم ومشاركته.

1. عبد المجيد شكري: **الإذاعات المحلية لغة العصر**، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص 13.

2. غراب عز الدين: **البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية**، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسم الدعوة والاتصال، 2011، ص 29. نقلا عنه

3. نبيلة جعفري: **الإعلام الجهوي وتحقيق إشباع الجمهور**، رسالة ماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، قسم الإعلام والاتصال، 2010، ص 8.

بعد عرض أهم التعاريف للإذاعة المحلية، يمكن أن نقدم **التعريف الإجرائي** الآتي: الإذاعة المحلية هي مؤسسات ووسائل تبث مضامين إعلامية مختلفة باستخدام موجات الراديو، مستهدفة بذلك جمهورا محليا متناسقا فيما بينه من الناحية الاجتماعية، بغية تحقيق أهداف تختلف باختلاف من يمتلكون ويسيطرون هذه المؤسسات.

3. البرامج الدينية:

البرامج لغة جمع برنامج، وتستعمل للدلالة على معاني مختلفة؛ برنامج بمعنى العمل، برنامج بمعنى النقاط الأساسية في الخطاب، برنامج بمعنى المهمات والأرقام التي يلزم بها الحاسوب الآلي.¹ والبرنامج في وسائل الإعلام يعني مجموعة الفقرات المنتقاة، يتولى وضعها مسؤولو التنفيذ في هذه المؤسسات.² أما بخصوص البرامج الإذاعية فيمكن تعريفها على أنها مجموعة من المعلومات السمعية المتداخلة، التي يتم إعدادها وإنتاجها من أجل خدمة أهداف معينة وتختلف المعلومات السمعية وتعدد تبعا لطبيعة المواضيع المقدمة.³

وبخصوص مفهوم البرامج الدينية الذي يعني في الدراسة بدرجة أولى فنجد له تعريفات متعددة، والسبب في هذا راجع إلى الاختلاف في وجهات نظر الباحثين حولها، فهناك من يعرفها على أنها: "أداة للتثقيف والتوجيه بالثقافة الدينية، ونشر الوعي الديني وشرح مبادئ الدين الإسلامي، وتتخذ أشكال الحديث، اللقاء، الندوة، سؤال جواب والتمثيلات والمسلسلات بهدف التوعية والتوجيه".⁴ ويعرفها عادل بن عبد الله الفلاح بأنها: "برامج متخصصة في تقديم المعلومات الدينية والثقافة الإسلامية".⁵

1. سهيل إدريس وجبور عبد النور: المنهل، ط11، دار الأدب، بيروت، لبنان، د سنة، ص 833.

2. السعيد دراجي: عادات وأنماط مشاهدة الطفل للبرامج التلفزيونية، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، 2002، 2003، ص72.

3. ضيف ليندة: دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، قسم الإعلام والاتصال، 2007، ص151.

4. السعيد دراجي، مرجع سبق ذكره، ص 73.

5. عادل بن عبد الله الفلاح: البرامج الإسلامية في الإذاعة الكويتية، رسالة دكتوراه، المعهد العالي للدعوة، جامعة الإمام، المدينة المنورة، 1986، ص ب.

غير أن هنالك تعريفات أخرى للبرامج الدينية كتعريف الباحث عبد القادر بن الشيخ الذي يرى بأنها: " نشاط إعلامي متخصص في إطار الإعلام العام الملتزم بالإسلام.¹ و هو ما يذهب إليه الباحث أحمد فراج الذي يرى بأن للبرامج الدينية الحق في تناول القضايا المختلفة سياسية كانت أم اقتصادية أو فكرية.²

وما يمكن ملاحظته في المجموعة الثانية من التعريفات أنها تعريفات قريبة من مفهوم البرامج المقدمة من منظور الإعلام الإسلامي أو ضمن نظرية الإعلام الإسلامي.

وسنعمد على التعريف الإجرائي التالي للبرامج الدينية؛ هي برامج ذات طابع روحي، موجهة لمختلف فئات المجتمع وطبقاته بألوان فنية متعددة، تتناول القضايا الدينية المتعلقة بفقه العبادات والمعاملات والآداب العامة، من أجل تقريب الناس من ربهم، وفق أسس علمية صحيحة للمساهمة في تطوير المجتمع والنهوض به.

6.1. نوع الدراسة ومنهجها:

بناءً على ما جاء سابقاً من طرح للإشكالية، أسباب وأهمية الموضوع يتضح أن الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية ذات البعد التحليلي التفسيري، هذا النوع من الدراسات يقوم على وصف الظاهرة وصفاً دقيقاً كاملاً، ثم جمع البيانات والمعطيات من أجل تحليلها والانتقاء بتقديم تفسيرات لهذه الظاهرة، وتتسم الدراسات الوصفية بأنها تقرب الباحث من الواقع و تتيح له إمكانية التعبير عن الظاهرة المدروسة كمياً أو كيفياً،³ لأن الدراسات الوصفية تهدف إلى التعمق في دراسة نقطة معينة أو تناولها من زاوية معينة قصد الإحاطة بها وإدراك خباياها من خلال جمع البيانات المتاحة.⁴ كما تستخدم الدراسات الوصفية في التعرف على وسائل الإعلام و ما تبثه من مضامين مختلفة إلى جماهيري متنوعة.⁵

1. عبد القادر بن الشيخ: الإذاعات الدينية في الوطن العربي، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد4، 2004، ص 32.

2. أحمد فراج: المرجعية الإسلامية غائبة في برامجنا... ومتناقضة إذا ظهرت، جريدة الزمان، العدد 788، 2002، ص1.

3. محمد الرفاعي و هبا العبيدي : المرشد العلمي في البحوث النفسية والإعلامية، دط، اليمن، صنعاء، 1996، ص55.

4. محمد شلي: المنهجية في التحليل السياسي، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1997، ص 87.

5. أحمد بن مرسل: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص286.

ومن الضروري في حالة البحوث الوصفية الحصول على وصف كامل ودقيق للموضوع والتأكد من جمع كل البيانات الضرورية التي تكفل التعرض لها وتحليلها بأكبر درجة ممكنة من الدقة وتفادي أي تحيز في جمع هذه البيانات.¹

وأما ما يبرر استخدامي للدراسة الوصفية هو محاولة التعرف على طريقة عمل الإذاعة وكيفية إنتاج البرامج الإذاعية ثم التعمق في جمع البيانات الضرورية لدراسة البرامج الدينية والإشباع التي تحققها لمستمعي هذا النوع من البرامج.

ولكل دراسة **منهج علمي**؛ ويعرف المنهج العلمي على أنه " فن تنظيم الأفكار للكشف عن حقيقة غير معلومة لنا أو لإثبات حقيقة نعلمها ". فهو الطريق الذي يتبعه الباحث أثناء إجراءه للدراسة.² وتعتبر طبيعة الدراسة والأهداف المرجوة منها العاملين الأساسيين المحددان للمنهج المتبع في البحث. ولأن دراستنا تهدف إلى القيام بعملية جرد للبرامج الدينية في إذاعة أم البواقي، ودراستها دراسة تحليلية كمية ونوعياً من جهة، والقيام باستطلاع آراء جمهور الإذاعة المتابع لهذه البرامج الإذاعية من جهة أخرى، فهي دراسة تستلزم المنهج المسحي لما يتيح من إجراءات تسمح بتحقيق هذه الأهداف.

يرى محمد عبد الحميد أن منهج المسح من أنسب المناهج العلمية وأكثرها ملاءمة للدراسات الوصفية التي تُعنى بجمع الحقائق واستخلاص دلالاتها وفقاً لأهداف الدراسة و ذلك بتصنيف دقيق للبيانات وتناولها بالصورة التي تجعلها تفصح عن الاتجاهات الكامنة فيها.³ و يعرف هويتني **Whitney** المنهج المسحي على أنه: " محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي، أو جماعة أو بيئة معينة، وهو ينصب على الموقف الحاضر. كما أنه يهدف للوصول إلى بيانات يُمكن تصنيفها، تفسيرها وتعميمها بغية الاستفادة منها في المستقبل".⁴

1. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي؛ بحوث الإعلام، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 1995، ص123.

2. حمد الصاوي و محمد مبارك: البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، ط1، المكتبة الأكاديمية، د بلد، 1992، ص26.

3. محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 1993، ص122.

4. محمد شفيق: البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، ط1، المكتب الجامعي، الإسكندرية، 1998،

يهدف المنهج المسحي في البحوث الإعلامية إلى وصف خصائص جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه الاتصالي نحو وسائل الإعلام. وقدم الباحثون في مجال استخدام منهج المسح في أبحاث الإعلام والاتصال مجموعة من التصنيفات:

- تحليل مضمون المواد المنشورة في وسائل الإعلام قصد التعرف على ما قدم فيها من موضوعات وكيفية التقديم إلى الجمهور.
- تحليل المادة العلمية المطلوب دراستها للتعرف على ما تضمنته من معلومات وبيانات واتجاهات.
- إجراء قياسات الأثر لما تبثه وسائل الإعلام على جماهيرها.
- يستخدم في مجال وسائل الإعلام للتعرف على شخصية الوسيلة من خلال التعرف على نشاطاتها المختلفة الخاصة بالبث والنشر والتوزيع.¹

7.1. مجالات الدراسة:

أ. مجال الدراسة الميدانية:

تحتوي الدراسة الميدانية على ثلاثة مجالات هي:

1. **المجال الجغرافي:** ويتمثل في مدينة أم البواقي* عاصمة الولاية، وتم اختيارها اعتقاداً بأنها نقطة التقاء القادمين من مختلف مناطق الولاية البالغ عددها 12 دائرة و29 بلدية، هذه الأخيرة أي المناطق تتقارب فيما بينها في أشياء وتختلف في أشياء أخرى، وعلى هذا تم اختيار عينة الدراسة من مدينة أم البواقي عاصمة الولاية.
2. **المجال البشري:** وهو الجمهور أو مجتمع البحث الذي يستهدفه البحث من مستمعي إذاعة الجزائر من أم البواقي، ويمثلون فئات اجتماعية محددة هي الموظفون، التجار، الأساتذة والطلبة الجامعيين.
3. **المجال الزمني:** ينقسم مجال الدراسة الزمني هو الآخر إلى مرحلتين هما:

*. تقع مدينة أم البواقي في الجهة الشمالية الشرقية للبلاد، انبثقت عن التقسيم الإداري سنة 1974، تتربع على مساحة إجمالية تقدر بـ 6187.56 كلم²، تحدها 06 ولايات هي، تبسة، قالمة، قسنطينة، ميلة، باتنة وخنشلة.

1. سمير محمد حسين، مرجع سبق ذكره، ص 153.

أ. مرحلة جمع المعلومات الخاصة بالشق النظري للدراسة، وتصنيفها وتحريرها وانطلق

الطالب في هذا أواخر شهر سبتمبر 2012 بعد التأكد من قبول الموضوع من قبل

اللجنة العلمية وامتدت إلى غاية شهر فيفري 2013.

ب. مرحلة الإعداد للعمل الميداني وتنفيذه، وشرع في هذا بداية شهر فيفري 2013 وانتهت

هذه المرحلة بتحرير الدراسة في شكلها النهائي أكتوبر 2013.

ب. مجال الدراسة التحليلية:

يتمثل مجال الدراسة التحليلية في البرامج الدينية المذاعة ضمن شبكة البرامج العادية لإذاعة

أم البواقي المحلية لعام 2013/2012 والمتمثلة في أربع برامج أسبوعية كما هو موضح في الصفحة 30

وللمزيد راجع قائمة المراجع الملحق الخامس الصفحة رقم 247.

8.1 . أدوات جمع البيانات

أولاً : أداة تحليل المحتوى.

تعد أداة تحليل المحتوى من أهم الأدوات وأكثر الأساليب المستخدمة لفهم طبيعة محتوى وسائل الإعلام، حيث يعرفها **Berlson** " بيرلسون " بأنها: " أسلوب للبحث يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال"¹، وهو ما ذهب إليه الباحث محمد سمير الذي يعتبر تحليل المضمون أداة ووسيلة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمها الباحثون في مجالات بحثية متنوعة خصوصاً في علوم الإعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون.²

وتعتمد هذه الأداة على التحليل الكمي للظاهرة المدروسة - البرنامج - بوصفه وصفاً دقيقاً وجمع كل المعلومات التفصيلية والكافية عنه، ثم الانتقال إلى الكشف عن المعاني الكامنة للقائم بالاتصال وأهداف البرنامج، من خلال فئات الشكل والمضمون وحدات التحليل.

1. MADELEINE GRAWITZ : METHODES DES SCIENCES SOCIALES, 11^{EME}, ED, DALLOZ, PARIS, 2006, P606

2. سمير محمد حسين: تحليل المضمون، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1983، ص70.

أما عن الخطوات المنهجية الواجب إتباعها في تحليل المضمون حسب محمد عبد الحميد فنجدها كالتالي:¹

1. التحليل المبدئي.
2. وضع الفروض (إذا تم الاستعانة بها)
3. اختيار العينات.
4. ترميز بيانات التحليل.
5. تحديد وحدات التحليل.
6. تصميم استمارة التحليل.
7. تفسير النتائج.

كما حدد الباحث شروطا يجب التقيد بها لاختيار الفئات التي تبني على أساسها استمارة تحليل المحتوى هي:

1. **استقلالية الفئات:** بمعنى أن العنصر الموجود في فئة، لا يقبل التصنيف في فئة أخرى، من أجل ضمان عدم تداخل الفئات.
 2. **الشمول:** بمعنى وجود فئة لكل مادة في المحتوى.
 3. **الوفاء باحتياجات الدراسة وأهدافها:** أي أن الفئات التي يتم الاعتماد عليها تتيح للباحث إمكانية السيطرة على موضوعه من أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة.²
- وتم بناء استمارة تحليل المحتوى كالتالي:

فئات التحليل:

تعتبر عملية تحديد فئات التحليل أهم الخطوات في مجال تحليل المضمون، وعليها يتوقف نجاح التحليل أو فشله، وعليه فإن الإعداد الجيد لاستمارة تحليل المضمون وحصر فئاتها التحليلية يمكن الباحث من الوصول إلى نتائج جيدة، ولا يحدث ذلك إلا من خلال التمرن على هذا الأسلوب،

1. ليلي عبد المجيد، عواطف عبد الرحمن و نادية سالم: تحليل المحتوى في الدراسات الإعلامية، دط، دار العربي، القاهرة، 1983، ص 19.20.

2. محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دط، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، د تاريخ، ص 118.

وتحديد الاستمارة بطريقة تضمن الإجابة العملية على الأسئلة التي تهدف الدراسة التوصل إليها.¹ وتعتبر أهداف الدراسة وطبيعة المواد الإعلامية التي تخضع لعملية التحليل من أهم العناصر التي توجه اختيار الباحث لفئات ووحدات التحليل. وتحويل المادة الإعلامية إلى وحدات قابلة للعد والقياس وهذه المرحلة تمثل مرحلة مهمة وأساسية للتحليل الكمي.

أ. فئات المضمون: (فئات ماذا قيل)

وهي المرحلة التي يتم فيها تقسيم مضمون المادة الإعلامية المراد تحليلها إلى أجزاء ذات سمات وصفات مشتركة.² وسنعمد على الفئات الآتية:

- **فئة الموضوع:** وهي الفئة الأكثر استخداما في الدراسات التحليلية، والتي تجيب على التساؤل ما هي المواضيع التي تتناولها وتعالجها البرامج الدينية؟ إن الهدف من الاعتماد على هذه الفئة هو تبيان مراكز الاهتمام (الاهتمام بالقضايا والمواضيع من قبل المؤسسة الإذاعية من خلال المحتوى). ومن خلال الاطلاع على الدراسات السابقة، ومتابعتي لعينة من البرامج ارتأيت الاعتماد على التصنيف الآتي:

- **الموضوعات العقديّة:** القضاء والقدر، التوحيد، الإخلاص، الشرك، البدع، الإيمان.
- **الموضوعات الفكرية:** التطرف، الإرهاب، المذهبية (الطائفية)، الإسلام السياسي، الإعلام الإسلامي.
- **الموضوعات الاجتماعية:** كفالة اليتيم، حقوق المرأة، حقوق الطفل، التحرش الجنسي، احترام الجار، نظافة المحيط، الرشوة.
- **الموضوعات السياسية:** الانتخابات، التشريع الإسلامي، العلاقات الدولي (من منظور إسلامي).....
- **الموضوعات الفقهية:** وبطبيعة الحال تنقسم هي الأخرى إلى **موضوعات خاصة بفقه العبادات:** الصلاة، الصوم، الزكاة، الحج، الكفارة، الحيض والنفاس.

1. محمد شطاح: النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، قسم الإعلام والاتصال، 2004، ص26.

2. يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج كوم، الجزائر، 2007، ص34.

موضوعات خاصة بفقه العائلات: البيوع، العشرة الزوجية، تربية الأبناء والميراث.

• **فئة المصدر:** وتجب هذه الفئة على سؤال إلى من تنسب الأقوال، ومن هو المرجع الذي تنسب إليه الأفكار والمعلومات التي تتضمنها المادة الإعلامية.¹ ويرى سمير محمد حسين في كتابه دراسات في مناهج البحث أن الكتب، الصحف، الأشخاص، الأفلام، الوثائق، المحطات الإذاعية، التلفزيون ووكالات الأنباء من أهم المصادر مع إمكانية وجود مصادر أخرى.² وفي هذا البحث سنعتمد على التقسيم الآتي:

مصادر داخلية: ونعني بها أقوال القائل بالاتصال، أقوال الشخصيات المستضافة، أقوال الجمهور.

مصادر خارجية: وهي المصادر العامة التي يعتمد عليها لإنتاج المضامين الإعلامية ذات الطابع الديني المتخصص (البرامج الدينية). القرآن الكريم، السنة أو الحديث، التفسير، أقوال الصحابة، أقوال الفقهاء، أقوال المفكرين، الأمثال والحكم الشعبية.

• **فئة القيم:** وتمكن هذه الفئة الباحث من تحديد واستنباط نوع القيم التي تتضمنها الموضوعات أو البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية، وانطلاقاً من الواقع المعاش - تراجع هذه القيم في المجتمع وازمحلها - ارتأيت الاعتماد على مجموعة القيم الآتية: قيمة العلم والمعرفة، قيمة التسامح، قيمة التضحية، قيمة الصدق، قيمة حب الوطن، قيمة حب الخير، قيمة حب السلم، قيمة الإرادة، قيمة الصراحة.

• **فئة الهدف:**

تعتبر هذه الفئة من أهم الفئات المساعدة على كشف الأهداف التي يسعى القائمون على انتاج المادة الإعلامية الوصول إليها وتحقيقها، فكما هو معلوم لا يمكن أن نتصور مادة إعلامية تخلو من أهداف معلنة أو ضمنية، فالإعلانات التجارية مثلاً لا تخل من رسائل أو بالأحرى قيم وأفكار من جهات مختلفة قد تكون إيجابية أو سلبية، ويشتمل هذه العنصر على فئتين هما تربوي وعظمي وتعليمي وتثقيفي، فهي الأهداف الغالبة على البرامج الدينية في وسائل الإعلام.

1. محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 130.

2. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي؛ بحوث الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 267.

- فئة الجمهور المستهدف:

إن الحديث عن وسائل الاتصال ومضامينها، يجر الباحث والدارس إلى محاولة الكشف عن جزئية جوهرية في العملية الاتصالية ألا وهي الجمهور، حيث يعتبر هذا الأخير نقطة بداية أي عمل إعلامي، في حال ما أريد لهذا المضمون تحقيق أهداف مرجوة، وتسعى كل وسيلة إعلامية إلى التأثير على جمهور محدد من خلال انتاج مضامين تتوافق مع خصائص ومميزات هذا الجمهور.

تشتمل فئة الجمهور على فئات فرعية هي: الأساتذة، الإداريون، الأئمة، الآباء، الماكثات في البيت، والجمهور العام.

- ب. فئات الشكل: (فئات كيف قيل)

وهي الفئة التي تصنف المحتوى الشكلي للمضمون الإعلامي، لأن الشكل الذي تعرض به المادة الإعلامية من أهم العناصر إذا لم نقل أهمها التي تدفع بالجمهور إلى الإقبال على المضامين ومتابعتها وإمكانية التأثير بها كمرحلة ثانية.¹

- فئة الشكل: وتستخدم عادة للتفريق بين القوالب الفنية التي تعرض وتقدم بها المادة الإعلامية.² وتصنف القوالب والأشكال الفنية في الإذاعة والتلفزيون إلى أخبار، دراما، منوعات، أحاديث، ندوات، لقاءات، مناظرات، وثائقيات إلى آخره.³ وسنعمد على الفئات الآتية:

الحوار: وهو البرنامج الأكثر انتشارا، استعمالا واختيارا من قبل القائمين على المؤسسات الإذاعية، إلا أن نجاحها يتوقف على جودة الإعداد والأسلوب الذي تقدم به حتى تشد وتجذب انتباه المستمع وتدفع به نحو مواصلة الاستماع، ومن أجل تحقيق هذا عادة ما يتم التحضير للبرنامج والحوار بين المحاور وضيف البرنامج، وقد يجرى الحوار بشكل تلقائي دون تحضير مسبق، ويشترط لنجاح هذا النوع :

- أن يتميز المحاور بالقدرة على الاستيعاب وسرعة البديهة والتحكم في الحوار من أجل تقديم أكبر قدر ممكن من المعلومات.

1. يوسف تمار، مرجع سبق ذكره، ص24.

2. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي؛ بحوث الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص268.

3. رشيد طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دط، دار الفكر، القاهرة، دسنة، ص83.

- أن يكون الضيف أو الشخصية المستضافة على إطلاع كافٍ بموضوع الحوار، بل وجب أن يكون ملم بجميع جوانبه قادراً على التعبير عن أفكاره.¹

التحقيق الإذاعي: إن مصطلح التحقيق يعني نقل الحدث أو الحديث أو الصورة بزواياها المختلفة وتقييمها من موقع الحدث، وهو نوع تم استعارته من تسمية الصحافة المكتوبة، وللتحقيق ثلاث زوايا رئيسية هي:

- الحدث: وهو موضوع التحقيق وجوهره.
- الرأي: حيث يتم استطلاع آراء الأطراف المشاركة في الحدث.
- الإخراج: وهو أسلوب تقديم الموضوع بكل جوانبه بشكل جذاب مثير للانتباه.

النزوة الإذاعية: وهي نوع إذاعي يقوم على استضافة بعض الشخصيات الخيرة، ذات الإطلاع الواسع حول القضية المطروحة للنقاش وتحتمل حلولاً واقعية قابلة للتطبيق، ويشترط في طريقة تسيير هذا البرنامج أن تتاح فرص زمنية متساوية للمشاركين، وأن تكون الأسئلة المطروحة للطرفين فيهل نوع من العدل، وهذا من أجل تشخيص الأحداث والظواهر والقضايا بغية توضيح الأسباب والخلفيات ومختلف الحلول والمقترحات.

الفتاوى:

الفتوى لغة اسم مصدر بمعنى الإفتاء، والجمع الفتاوى والفتاوي، قال ابن منظور: فتيا وفتوى؛ اسمان يوضعان موضع الإفتاء، ويقال أفتيت فلانا في رؤيا رأها: إذا عبرتها له، وأفتيته في مسأله إذا أجبته عنها.. يقال أفتاه في المسألة يُفتيه؛ إذا أجابه والاسم الفتوى. والفتيا تبين المشكل من الأحكام، أصله من الفتى، وهو الشاب الحدث الذي شب وقوي، فكأنه يقوي ما أشكل ببيانه، فيشب ويصير فتياً قوياً، والإفتاء مصدر فعله أفتى والفتيا مأخوذة من فتى وفتو، وهي بمعنى الإبانة، يقال: أفتاه في الأمر إذا أبانه له، وأصل الفتوى من الفتى وهو الشاب القوي الحدث فكأنه - أي المفتي - يقوي ما أبهم ببيانه وقوته العلمية، وقد وردت هذه الكلمة بتصاريف مختلفة في كتاب الله، تدور، حول معنى الإبانة والتوضيح، ومنه قوله تعالى: ﴿وَيَسْتَفْتُونَكَ فِي النِّسَاءِ قُلِ اللَّهُ يُفْتِيكُمْ

1. حسن عماد مكاي، عادل عبد الغفار: الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، مرجع سبق ذكره، ص 75، 76.

فِيهِ¹ قال ابن عطية في تفسيره يبين لكم ما سألتكم عنه المحرر الوجيز 04/267. والاستفتاء في اللغة طلب الجواب عن الأمر المشكل، وقال القرطبي عند تفسير قوله تعالى: ﴿فَاسْتَفْتِهِمْ أَهْمْ أَشَدُّ خَلْقًا أَمْ مِنْ خَلْقِنَا﴾² أي بمعنى أسألهم . انظر تفسير القرطبي 68/15.

أما برامج الفتوى اصطلاحاً فيمكن تعريفها أنها البرامج القائمة على استضافة صفوة من العلماء أو طلاب العلم في مجال الشريعة الإسلامية والفقهاء الإسلامي، التي تتناول المعرفة الدينية المتخصصة في قضايا العبادات والمعاملات، ويتولى فيها أحد العلماء أو طلاب العلم الإجابة عن أسئلة المشاهدين واستفساراتهم، كما يناقش مختلف القضايا المعاصرة التي تهم المجتمع الإسلامي من منظور فقهي.³

• **فئة اللغة:** إن للغة أهمية بالغة في العملية الاتصالية، إذ تدخل في نطاق الخبرة المشتركة بين القائم بالاتصال والمتلقي، والتي تزيد في فاعلية الاتصال، من خلال زيادة قدرة الجمهور على فهم المضمون الإعلامي، وكما هو معلوم فإن اللغة التي تقدم بها الرسائل الإعلامية تختلف من وسيلة إلى أخرى ومن موضوع إلى آخر.

ومن خلال ما سبق يمكن تقسيم فئة اللغة إلى الأصناف التالية:

نوع اللغة: عربية، أمازيغية (لهجة شاوية)، لغة أجنبية

مستوى اللغة: سنعتمد على تقسيم مستويات اللغة أربعة مستويات هي؛ لغة فصحي، لغة دارجة، لغة شاوية، لغة أجنبية.

• **فئة الأساليب الإقناعية:** (وتسمى أيضاً فئة أو طريقة تحقيق الأهداف) وهي الفئة التي تتبع الأساليب الإقناعية التي يعتمد عليها معدوا البرامج الدينية من أجل إيصال أفكارهم وإقناع الجمهور بها، وتحقيق الأهداف المرجوة من تقديم هذا النوع من البرامج. ويمكن لنا أن نجزأ هذه الفئة إلى:

1. سورة النساء ، الآية 127.

2. سورة الصافات ، الآية 11.

3. ناصر عبد الرحمن الهزاني: التعرض لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشاعتها، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1430، ص 17.

- فئة أساليب الإقناع العقلية: الدليل والبرهان، الإحصائيات والأرقام، الاستشهاد بالواقع، الحكم الشرعي.

- فئة أساليب الإقناع العاطفية: ترغيب وترهيب، ذكر إيجابيات الشيء وإهمال سلبياته، الاستعانة بالضيوف، الاستشهاد بالشخصيات.¹

و في الأخير تجدر الإشارة إلى أنه تم الاعتماد على هذه الفئات بعد الاطلاع على الدراسات السابقة وبالتشاور مع الأستاذ المشرف من أجل ربط الدراسة التحليلية بأهدافها، بغية الوقوف على صدق أداة التحليل، قمنا بتحديد فئات التحليل تحديدا دقيقا وتعريف كل فئة منها تعريفا إجرائيا واضحا، ثم اختار عينة عشوائية من مجتمع البحث، وأجرينا تفرغ المعلومات في الاستمارة وبعد التعديل على استمارة التحليل وفقا لمعطيات العينة العشوائية. تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين* لبيان صلاحيتها لتحقيق درجة عالية من الصدق في التحليل، وبعد الأخذ بنصائح المحكمين تمت صياغة الاستمارة في شكلها النهائي واخضاعها لاختبار الصدق والثبات.

ثانيا: استمارة الاستبيان.

يعتبر الاستبيان من الأدوات الأساسية لجمع البيانات في مجال بحوث العلوم الاجتماعية والإنسانية عموما وعلوم الإعلام والاتصال خصوصا، بالإضافة إلى أنه من أكثر وسائل وأدوات جمع البيانات شيوعا واستخداما في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين، من عدد كبير من الأفراد مجتمعين أو لا يجتمعون في مكان واحد، حيث يلجأ الباحث إلى هذه الأداة للحصول على المعلومات الدقيقة من عينة كبيرة في وقت قصير وجهد يسير، بالإضافة إلى المعلومات التي لا يستطيع الباحث أن يلاحظها بنفسه، وتضمن عدم تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين، كل هذه العوامل تساعد في رفع درجة الثبات ودقة النتائج.²

1. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي؛ بحوث الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص271.

2. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط3، القاهرة، عالم الكتب، 2008، ص106.

*. الأساتذة المحكمين:

أ.د فضيل دليو، أستاذ التعليم العالي، جامعة منتوري - قسنطينة -

أ.د حسين خريف، أستاذ التعليم العالي، جامعة منتوري - قسنطينة -

أ.د صالح بن نوار، أستاذ التعليم العالي، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي -

يُعرف الاستبيان على أنه: " تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة.¹

وبما أنها الوسيلة المثلى وظفناها كأداة لجمع المعلومات من عينة الدراسة، لأن هدفها يتمثل في احتواء مجموعة من الأسئلة التي توجه للأفراد بطريقة مباشرة أو غير مباشرة كالبريد أو النشر على صفحات الجرائد، أردتها في هذا البحث أن تكون مصاغة صياغة استفهامية تارة، وخبرية تارة أخرى. وهذا للإحاطة بكل من محور العادات والأنماط الخاصة بمستعملي البرامج الدينية المذاعة في إذاعة أم البواقي المحلية، ومحور الحاجات الإشباعية المحققة من التعرض أو متابعة البرامج الدينية في هذه الإذاعة. ليقوم كل مشارك في الدراسة بالإجابة عليها.

وقبل الوصول إلى الشكل النهائي للاستمارة، مرت العملية بمراحل هي:

- تحديد البيانات: وأقصد بها محاولة ربط الدراسة الميدانية بإشكالية الدراسة وتساؤلاتها، بغية الإجابة عليها خاصة ما تعلق بمحوري الاستمارة؛ محور العادات وأنماط استماع عينة الدراسة للبرامج الدينية المذاعة عبر أثر إذاعة أم البواقي الجهوية، ومحور الإشباعيات المحققة من هذا التعرض والمتابعة.
- الإعداد الأولي لاستمارة الاستبيان: بعد تحديد محاور الاستمارة بدأت مرحلة التفكير في أسئلة كل محور انطلاقاً من تصورات الطالب بالرجوع للدراسات السابقة، ثم اللجوء إلى أسئلة مغلقة وأخرى مغلقة تارة وأسئلة متعددة الخيارات تارة أخرى، وهذا طبعا وفق ما يخدم أهداف الدراسة، وبعد الانتهاء تم عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف لمناقشتها وتعديلها من أجل تحسين صياغتها وإعادة ترتيبها واستدراك النقائص

1. أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 286.

- مراجعة الاستمارة وتحكيمها: بعد الأخذ بملاحظات وتوجيهات الأستاذ المشرف، تم إعادة صياغة الاستمارة وعرضها على أساتذة محكمين* لإبداء رأيهم حول هذه الاستمارة، إيماناً من الطالب بخبرة هؤلاء الأساتذة.
- إجراء التطبيق الأولي: ويعرف أكاديمياً هذا الإجراء بالاستبيان التجريبي، حيث بعد استرجاع الاستمارة من الأساتذة المحكمين تم الأخذ بنصائحهم وتوجيهاتهم الدقيقة، وتم توزيع الاستمارة على 15 مفردة من الجمهور المستهدف، وبعد التأكد من سلامة الصياغة وملاءمتها لمستوى الجمهور المستهدف تم توزيع الاستمارة في شكلها النهائي على 150 مفردة بعد أخذ موافقة الأستاذ المشرف.

9.1 مجتمع البحث وعيناته

أ. الدراسة التحليلية:

يُعرف مجتمع البحث على أنه المجتمع الأصلي للدراسة، أو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها للوصول إلى نتائج وتعميمها على كل مفرداته، ويُقصد بمجتمع البحث أيضاً جميع المفردات والأشياء التي نريد معرفة حقائق حولها، فقد تكون أعداد في حالة تقييم مضمون وسائل الإعلام كما قد تكون برامج إذاعية أو نشرات إخبارية وفي حالة دراسة الرأي العام فإن المجتمع هو جميع الأفراد الذين تستهدفهم الدراسة، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف لضخامته فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه، والاقتراب منه لجمع

*. الأساتذة المحكمون:

- أ.د فضيل دليو، أستاذ التعليم العالي، جامعة منتوري - قسنطينة -
- أ.د حسين خريف، أستاذ التعليم العالي، جامعة منتوري - قسنطينة -
- أ.د صالح بن نوار، أستاذ التعليم العالي، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي -

البيانات والذي يعتبر عادة جزءاً ممثلاً للمجتمع المستهدف ويُلبي حاجات الدراسة وأهدافها ونختار منه عينة بحث.¹

تعتبر دراسة العينات من الدراسات الأساسية في بحوث الإعلام خاصة في مجال تحليل المضمون، لأن الدارس يعتمد في إجراء دراسته التحليلية بصفة أساسية على اختيار عينات تمثل مجتمع البحث تمثيلاً صحيحاً.²

ويتمثل مجتمع بحث الدراسة التحليلية في البرامج الدينية المذاعة عبر إذاعة أم البواقي المحلية وهي أربعة ضمن الشبكة البرمجية العادية لسنة 2013. وهي كالآتي:

- **ديره ودينها:** يذاع هذا البرنامج يوم الاثنين ابتداء من الساعة 11:03 وإلى غاية منتصف النهار 12:00.

- **حكم الدير في أسئلة السمعين:** يذاع هذا البرنامج يوم الجمعة ابتداء من الساعة 10:03 وإلى غاية الساعة 11:00.

- **ندوة الجمعة:** تذاع الندوة بتوقيت 14:03 وتمتد الحصة لحوالي ساعة كاملة.

- **بقلب مفتوح:** يذاع هذا البرنامج يوم الجمعة من الساعة 17:15 وإلى غاية الساعة 18:00*

أما بما يخص عينة الدراسة التحليلية وطريقة جمع البيانات الخاصة بها، فقد ارتأينا الاعتماد على أسلوب المسح بالعينة للبرامج الدينية المذاعة في شهر فيفري، مارس، أفريل وماي، من خلال الاعتماد على القرعة لاختيار 16 عدداً، من أجل الحصول على أربعة أعداد لكل برنامج. وبعد جمع المادة السمعية تم إجراء القرعة، بحيث تم تقسيم الشهر إلى أربع أسابيع، في كل أسبوع تم اختيار برنامج بالقرعة فتحصلنا على العينة بالشكل الموضح الجدول المبين في الصفحة الموالية.

1. مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الورق، الأردن، 2000، ص130.

2. سمير محمد حسين: تحليل المضمون، مرجع سبق ذكره، ص 115.

*. المصدر الشبكة البرمجية العادية 2012- 2013 المتحصل عليها من إذاعة أم البواقي، كما تجدر الإشارة هنا إلى أنه تم استبعاد حديث الصباح وهذا بعد المقابلة التي تم إجراؤها مع محمد صبيحي الذي قال بأنه وفق المعايير المهنية والتقنية لا يمكن اعتبار حديث الصباح برنامجاً دينياً.

الشهر	الأسبوع	الحصة
الشهر الأول	الأسبوع الأول	دين ودنيا
	الأسبوع الثاني	ندوة الجمعة
	الأسبوع الثالث	بقلب مفتوح
	الأسبوع الرابع	حكم الدين في أسئلة المستمعين
الشهر الثاني	الأسبوع الأول	حكم الدين في أسئلة المستمعين
	الأسبوع الثاني	ندوة الجمعة
	الأسبوع الثالث	دين ودنيا
	الأسبوع الرابع	بقلب مفتوح
الشهر الثالث	الأسبوع الأول	دين ودنيا
	الأسبوع الثاني	بقلب مفتوح
	الأسبوع الثالث	حكم الدين في أسئلة المستمعين
	الأسبوع الرابع	ندوة الجمعة
الشهر الرابع	الأسبوع الأول	بقلب مفتوح
	الأسبوع الثاني	حكم الدين في أسئلة المستمعين
	الأسبوع الثالث	ندوة الجمعة
	الأسبوع الرابع	دين ودنيا

ب. الدراسة الميدانية:

يتمثل مجتمع بحث الدراسة* الميدانية في فئات نوعية من مستمعي البرامج الدينية تمثلت في العمال الإداريين، أصحاب المحال التجارية، سائقي سيارات الأجرة والحافلات، والطلبة الجامعيين، من أجل معرفة مدى اهتمام هذه الفئات واتجاهاتهم نحو البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية ومختلف الإشباعات المحققة لهم، من خلال الاعتماد على عينة من المستمعين، وتعتبر عملية اختيار العينة من أهم المشكلات التي يواجهها الباحث، لأن عملية الاختيار يتوقف عليها كل القياس أو النتيجة التي يخرج بها الباحث، فالعينة كما هو معلوم تؤدي وظيفة التمثيل للمجتمع الأصلي أو الكلي، فالعينة عبارة عن مجموعة جزئية منتقاة من مجتمع الدراسة، فهي مميزة من حيث لها نفس خصائص المجتمع ومنتقاة من حيث أنه يتم انتقاؤها من مجتمع الدراسة وفق إجراءات وأساليب محددة.

ولاختيار عينة ما يجب أولاً أن نعرف مجتمع الدراسة الذي يمثل المجموعات الكلية من الأفراد أو الظواهر أو الأشياء التي نأمل أن نعمم نتائج بحثنا عليها. ويلجئ الباحث إلى اختيار العينة بدلا من المجتمع لعدة معطيات وأسباب نذكر منها:¹

- اختصار الوقت والجهد، فالطالب مرتبط بفترة زمنية محدودة لإنجاز المذكرة من جهة، والدراسة لها شقان دراسة تحليلية للبرامج الدينية، ودراسة ميدانية تستهدف استطلاع آراء الجمهور المتتبع لهذا النوع من البرامج.
- لا يمكن بأي حال من الأحوال أن ينجز البحوث الشاملة طالب أو شخص واحد، فهي تحتاج إلى مراكز ومخابر البحث، المؤسسات الأكاديمية الخاصة أو العمومية.
- يمكن الحصول من أفراد العينة على بيانات أكثر مما نستطيع الحصول عليه من أفراد المجتمع كله مما يساعد على التعمق في الدراسة.
- يستفاد من أدوات المسح في الدراسات الميدانية الإعلامية لقياس اتجاهات الجمهور وسلوكياتهم نحو مختلف الموضوعات، وذلك قصد وضع برامج جديدة لوسائل الإعلام،

*. إن أول خطوة يخطوها أي باحث في سبيل الوصول إلى نتائج واقعية وموضوعية، تحديد المجتمع الأصلي للدراسة تحديدا دقيقا واضحا، بهدف تحديد نوع العينة المطلوبة للاختبار، وجمع المعطيات من أفرادها عن طريق استخدام الأدوات البحثية المناسبة.

1. عاطف عدلي العبد: استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002، ص 12، 13.

أو تعديل بعض البرامج الأخرى، وتجري دراسة الجمهور في هذا السياق بقصد استكشاف ومعرفة اهتماماته تجاه البرامج الإعلامية وميولاته اتجاه المضامين، وكذلك لجمع بيانات عن عدد المشاهدين، وعادات مشاهداتهم وأذواقهم المتباينة وأنسب أوقات العرض بالنسبة لكل برنامج وكذا لمعرفة الأثر.¹

ولجوء الباحث إلى أسلوب العينة لا يعني أنها عملية واحدة في كل بحث حول كل موضوع وفي أي اختصاص فعملية اختيار عينة الدراسة وحجمها يختلف من بحث إلى بحث، ومن باحث إلى باحث آخر، نظرا لاختلاف الأهداف والقدرات المادية والمهارات العلمية... إلا أنه وبشكل عام توجد عديد الاعتبارات والشروط التي تساهم في إرشاد الباحث وتوجيهه لاختيار العينة وحجمها نذكر منها:²

- درجة تجانس أو تباين وحدات مجتمع الدراسة.
- طبيعة المشكلة أو الظاهرة المدروسة.
- مدى الثقة التي يريد الباحث الالتزام بها.
- الوقت، الجهد والكلفة اللازمة لاختيار العينة.

توجد طريقتان لاختيار مفردات العينة، إما بالاعتماد على الأساليب الاحصائية المعروفة، أو الأساليب التقديرية إن صح تعبيره هنا من خلال استشارة من لهم خبرة واطلاع كالأساتذة المشرف والأساتذة المحكمين.

وبناءً عليه تم الاعتماد على العينة القصدية أو العمدية، التي تُعرف على أنها: " العينة التي يُعتمد عليها في الدراسات الوصفية، خاصة عندما يكون الباحث مرتبطاً بمدة زمنية محددة... فيختار الباحث حالات من الميدان يعتقد أنها ستحقق له أهداف بحثه، وتمثل هذه الحالات مجتمع البحث، فيقرر الباحث بصفة مسبقة عدد مفردات العينة كما يراها ملائمة للدراسة".³ ويُعرفها سمير محمد حسين على أنها " الطريقة التي يتم فيها اختيار المفردات بطريقة عمدية طبقاً

1. نصير بوعلي: أثر البث التلفزيوني 'الفضائي' المباشر على الشباب الجزائري دراسة تحليلية وميدانية، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2003، ص 21.

2. ربحي مصطفى غليان، عثمان محمد غنيم: مناهج وأساليب البحث العلمي، دط، دار الصفاء، الأردن، دسنة، ص 141، 142.

3. JARVEAU Claude: **L'Enquête par Questionnaire**, Manuel à l'Usage du Praticien, édition de l'Université du Bruxelles, Belgique, 2ème édition, 1978, p 26.

لما يراه الباحث من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات، بما يخدم أهداف البحث.¹ طبعاً بعد مناقشتها مع الأستاذ المشرف. وعليه تم اختيار كل من العمال الإداريين، وأصحاب المحال التجارية، وسائقي سيارات الأجرة والحافلات، والطلبة كعينة للدراسة، إيماناً من الطالب بأن هذه الفئات هي الأكثر استماعاً للإذاعة كما تؤكد عدد الدراسات*. وسيتم توزيع استمارة الاستبيان على 150 مفردة والسبب دائماً في الاختيار هو ارتباط الطالب بمدة الانجاز.

وبعد عملية جمع وتفريغ البيانات تحصلت على ما يلي:

البيانات السوسيوديمغرافية:

جدول رقم 01 يبين المستوى التعليمي لأفراد العينة

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
44.66	67	أقل من ثانوي
22.66	34	ثانوي
25.33	38	جامعي
07.33	11	دراسات عليا
100	150	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه، أن المستويات التعليمية لمفردات عينة الدراسة مختلفة، حيث بلغت نسبة من لهم مستوى أقل من ثانوي بـ 44.66%، وهي النسبة الغالبة على عينة الدراسة، بينما تقاربت نسبة الجامعيين والثانويين بـ 25.33% و 22.66% تواليها، أما المرتبة الأخيرة فكانت لذوي الدراسات العليا أين بلغت نسبتهم 07.33%.

1. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي؛ بحوث الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 241.

*. نذكر على سبيل المثال لا الحصر دراسة هواري سميرة، غراب عز الدين، كما تم استبعاد فئة الماكثات بالبيت رغم أنها هي الأخرى من أكثر الفئات استماعاً للإذاعة، بسبب عدم قدرة الطالب على الوصول إلى عدد كافي من مفردات هذه الفئة، فالمنطقة كما هو معروف تتميز بأنها منطقة محافظة.

جدول رقم 02 يبين الحالة الاجتماعية أفراد العينة

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة %
أعزب	48	32
متزوج	93	62
مطلق	02	01.33
أرمل	07	04.66
المجموع	150	100

من خلال القراءة الكمية لمعطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن النسبة الغالبة على عينة الدراسة متزوجون حيث بلغت نسبتهم 62%، ثم فئة العزاب بنسبة 32%، بينما نجد أن نسبة الأراامل والمطلقين لم تتجاوز نسبة 05%، وتعتبر هذه الإحصائيات أو الأرقام المتوصل لها منطقية بالمقارنة مع مجتمع الدراسة والعينة المستهدفة.

جدول رقم 03 يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المهنة

المهنة	التكرار	النسبة
تاجر	45	30
موظف	12	08
أستاذ	03	02
طالب جامعي	27	18
سائق	31	20.66
متقاعد	32	21.33
المجموع	150	100

يتضح من خلال الجدول أعلاه، أن النسبة الكبيرة من أفراد العينة تجار ب 30%، بينما تقاربت نسب المتقاعدين وسائقي السيارات بنسبة 21.33 % و 20.66% تواليا. ويمكن تفسير هذا كون هؤلاء ونظرا لطبيعة نشاطهم يمتلكون الوقت لمتابعة برامج إذاعة أم البواقي، ولا يعتبر عاملا معرقلا لتأدية العمل أو النشاط، بل قد يعتبر استماعهم ومتابعتهم للبرامج الإذاعية عاملا مساعدا على تأدية الأعمال والأنشطة.

الفصل الثانى

البرامج الدينية الإذاعية

تمهيد:

تربعت الإذاعة منذ أيامها الأولى على أعلى سلم وسائل الإعلام، بفضل خصائصها وتقنياتها التي ساعدتها على كسب ود الجمهور واسترعاء اهتمامه، وقصت شريط سباق وسائل الإعلام والاتصال على المضمار الإلكتروني، فأضحت بهذا الوسيلة الأسرع انتشارا والأكثر تأثيرا، و تبين للعام والخاص القدرة التي تتميز بها، فسُخرت ووُظفت من قبل الحكومات والدول والجماعات لخدمة السياسة، الاقتصاد، الثقافة، الرياضة، الدين وغيرها من المجالات الاجتماعية، فأضحت بذلك وسيلة لخدمة التنمية الشاملة والمحلية. وتكتسي الإذاعة أهمية لدى الجزائر شعبا وحكومة، والدليل على هذا الأرقام والاحصائيات المحلية، الإقليمية وحتى الدولية، وشهدت هذه الوسيلة عديد التغيرات والتحويلات على المستوى التقني التكنولوجي، التشريعي والوظيفي؛ فمن كونها وسيلة للدعاية والتضليل الإعلامي، إلى أداة فعالة وجد مؤثرة في مسار الثورة ساهمت في تحقيق أهدافها، لتصبح بعدها من أبرز أدوات البناء والتشييد، وفي المقابل يعتبر الدين من أهم العناصر الثقافية وأكثرها ارتباطا بحياة الأفراد والجماعات، فهو مكون رئيسي لقيم، معايير، عادات وتقاليد المجتمعات قديما وحديثا، فالإنسان يولد صفحة بيضاء فيتعلم ويكتسب اتجاهاته وخبراته من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية. ويبرز الإعلام كأحد أهم هذه المؤسسات، إلى جانب الأسرة، المدرسة والمسجد... إلا أن الملاحظ أن هذه الأخيرة قدّمت استقالة جماعية، فالأسرة استقالة من وظيفة تربية النشأ، فالأب مشغول بتحصيل قوت عائلته، والزوجة إذا لم تكن عاملة خارج بيتها، فهي مشغولة في كثير من الأحيان بأعمال المنزل وفي كثير من الأحيان تشعر بالملل والضجر فتتنفس عن نفسها وعن أولادها من خلال مشاهدة المسلسلات والحصص الترفيهية عبر مختلف وسائل الإعلام، كما أن المدرسة هي الأخرى استقالة من وظيفتها التربوية تماما نتيجة اجتماع جملة من الأسباب يُعتبر المعلم أهم حلقاتها فهو الآخر يمكن وصفه (ضميره) بشمعة أو شعلة انطفأت، والأمر العجيب أن المساجد أُحيلت على التقاعد وقُرم دورها. ما يدفعني لطرح تساؤلات عدة؛ من أين يستقي أبناءنا معلوماتهم؟ وكيف يشكلون اتجاهاتهم وقناعاتهم؟ ومن أين يتشربون دينهم وقيمهم؟ فلم يبق سوى الإعلام، هذا الأخير يمكن اعتباره في ظل الظروف الراهنة المسؤول الأول عن بناء عقل الأمة، وفي الجانب الديني هو المسؤول كذلك على بناء الفكر الديني الصحيح وتنمية الوعي الديني السليم والخروج بالخطاب الديني من متاهات السياسة والدعاية.

1.2. الإذاعة كوسيلة اتصالية

1.1.2. نشأة وتطور الإذاعة:

أخذ الإعلام الإلكتروني مكانته بين وسائل الإعلام نتيجة طفرة في مجال بحوث الكهرباء والمغناطيس، منتجة بذلك عصرا جديدا في مجال وسائل الإعلام، فبعد سيطرة وسائل الإعلام المطبوعة والمقروءة على المشهد الإعلامي، السياسي، الاجتماعي والثقافي لأزيد من خمسة قرون، بزغ فجر جديد لوسائل الإعلام بفضل اختراع الراديو أو الإذاعة ودخل العالم مرحلة الاتصال الإلكتروني الذي منح مزيدا من الأهمية لوسائل الإعلام في التنظيم والحياة الاجتماعية، وسنقدم عرضا لأهم المحطات التاريخية والجهود الإنسانية التي بذلت في سبيل إنشاء الإذاعة كجهاز، محطات ووسائل تقنية ساهمت في تطوير البث الإذاعي، وتشير معظم الكتابات التي تناولت تاريخ الإذاعة رغم الاختلاف الموجود بينها* في تحديد أهم المحطات التاريخية التي ساهمت في ظهور وتطور الإذاعة، حيث يعود الفضل في اكتشاف مبدأ البث الإذاعي إلى العالم الفيزيائي الإيطالي ' Jalelmu Marconi ' "جاليلمو ماركوني" الذي نجح سنة 1894 في إرسال واستقبال أول إشارة صوتية لمسافة أربع أمتار، ومنذ هذا التاريخ عمل ماركوني على تحسين هذا النظام وأنشأ شركة سُميت باسمه، وسرعان ما أثمرت جهوده المتواصلة في إرسال أول إشارة عابرة للقارات بين إنجلترا والولايات المتحدة بتاريخ 14 سبتمبر 1901. لكن ما تجدر الإشارة إليه أن ماركوني لم ينطلق من فراغ بل اعتمد في أبحاثه وتجاربته على نتائج أبحاث ونظريات عدة أبرزها جهود العالم Samuel Morse "سمويل موريس" و James Maxwell "جيمس ماكسويل" وبالخصوص Heinrich Hertz "هنريش هرتز" الذي نجح عام 1886 في إثبات وجود الموجات الكهرومغناطيسية وكيفية قياسها وأهم خصائصها.¹

ونظرا لانبهار الناس بهذه الوسيلة كونها أول وسيلة إعلامية إلكترونية، سعت عديد البلدان الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية وروسيا وأستراليا إلى تطوير الإذاعة وتحسين وتقوية البث الإذاعي، وبدأ التنافس بين الشركات العالمية خصوصا بعد عام 1920 تاريخ ظهور المحطات الإذاعية، بدء بمحطة

*. السبب في رأي راجع إلى التنافس بين الأمم والشعوب من أجل إيجاد قدم أو فسحة في تاريخ الحضارة الإنسانية، وذلك من خلال محاولة كل طرف أن يجعل من نفسه صاحب فضل في ظهور اختراع ما وصاحب فضل على الإنسانية.

1. محمد حسين فلاتة: الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم، دط، مطابع جامعة الملك سعود، الرياض، 1997، ص 17، 19.

موسكو و محطة "ديترويت نيوز" التي تعتبر أول محطة إذاعية تذيع برامج إذاعية بشكل دوري لتُوظف بعدها محطة 'KDKA' الأمريكية لخدمة الحملات الانتخابية، ليتوسع استخدام الإذاعة وتدخل المجال التجاري، ويسجل التاريخ أن إذاعة WCB بولاية 'Massachusetts' ماساشوستس كانت السبقة في هذا، وتوالى المحطات الإذاعية في الظهور وتضاعف عددها عبر مختلف أنحاء العالم وأضحى الراديو ابتداء من الثلاثينيات جهازاً مألوفاً ومتواجداً في غالبية المساكن والأماكن العامة خاصة في المجتمع الغربي أو المستعمر آنذاك.¹ وفي هذا الصدد يقول جون بتنشير 'John Btencir': "رغم أن وسائل الإعلام المطبوعة استمرت في التأثير على الرأي العام العالمي عن طريق إيصال المعلومات والتسلية إلى ملايين الناس إلا أن القرن 20 شهد حقبة الاتصالات الإلكترونية حيث غيرت عادات مستهلكي وسائل الإعلام وبدأ الناس يقضون وقتاً أطول مع بدعة جديدة يسمونها المذياع".² ونتيجة لنجاح الإذاعة في الانتشار بين الأوساط الشعبية، تجلّى للعام والخاص القدرات والخصائص التي تتميز بها وإمكانية توظيفها لخدمة الفرد والجماعة في جميع المجالات ونخص بالذكر التنمية والتعليم في حالة السلم، وأداة جد مؤثرة في الرأي العام واتجاهاته من خلال الدعاية والتضليل أثناء الحرب، وفي هذا يقول أحد أبرز الباحثين في الظاهرة الإعلامية لازار سفيلد 'Azarsfield': "إن قدرة الراديو لا يمكن إلا أن تقارن بقدرة القنبلة الذرية". كما استقطبت اهتمام جميع فئات المجتمع ودفعت بالدول والحكومات ورجال السياسة والاقتصاد إلى الاعتماد على هذه الوسيلة من أجل تحقيق مصالحهم وأهدافهم. مما ساهم في تطوير وتعزيز دور هذه الوسيلة، وترى جيهان رشتي أن حب المنافسة، الاستطلاع العلمي والمصلحة القومية كانت من أهم الأسباب التي أعطت دفعا قويا نحو غزو المذياع لجميع أنحاء العالم.³

وبعد نهاية الحرب العالمية الثانية، عمت المحطات الإذاعية العديد من بلدان العالم ومنها بلدان العالم العربي في فترات متباعدة وفي ظل ظروف مختلفة، وساهم إدخال تقنية الترانزستور الجديدة في تقليص حجم جهاز المذياع بعد ما كانت الأجهزة الأولى تتسم بضخامة حجمها ولا يمكن الاستماع لبرامجها إلى بسماعات الرأس "Head phones" قبل اختراع سماعات "coud"

1. عزى عبد الرحمن وآخرون: عالم الاتصال، سلسلة الدراسات الإعلامية، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص39.

2. هاني رضا، رامز عمار: مرجع سبق ذكره، ص150.

3. جيهان أحمد رشتي: النظم الإذاعية في المجتمعات العربية، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص 67.

speakers " هذا من جهة، ومن جهة أخرى ساهم أيضا اكتشاف موجات البث القصيرة **short waves** " من طرف مجموعة من الهواة الأمريكيين في دعم انتشار الراديو بين الناس داخل حدود الدولة الواحدة وخارجها، وبدأ الاعتماد على موجات **AM** أو **" Amplitude Modulation "** و **FM " Frequently Modulation "**¹، ثم تلاها اكتشاف موجات أكثر قوة وقدرة على الانتشار حول العالم عرفت بموجات المايكرويف، وبهذا دخل العالم مرحلة الإذاعات الدولية، ويقصد بها تلك الإذاعات التي يتجاوز بثها حدود الدولة الواحدة، وهي بذلك موجهة للغير قصد التأثير فيه، أو موجهة للأقليات المتواجدة خارج حدود الدولة الأم،² أو هي: " تلك الإذاعات التي توجه برامجها من دولة إلى أخرى أو يصل إرسالها إلى أنحاء العالم بلغات شعوب الدول التي تستهدفها تلك الإذاعات، ووفقا للزمن الذي يوافق تلك الشعوب، ووفقا لمخططات الدول وسياساتها الإعلامية".³

لم يتوقف تطور هذه الوسيلة عند هذا الحد، بل واكبت الإذاعة مختلف التطورات التكنولوجية واستفادة منها، ففي تاريخ 1962/07/21 تم بث أول برنامج إذاعي عبر الأقمار الصناعية وتميزت فترة الستينيات بالبث الفضائي عبر الأقمار الصناعية، أما عقد الثمانينيات فعرف بثورة التكنولوجيا الجديدة، التي أتاحت وساهمت في ظهور نمط جديد من الاتصال، ودخل العالم عصر "الاتصال الرقمي" الذي تميز باختصار بالجودة ونقاء الرسالة الإعلامية وخلوها التام من عوامل التشويش والتداخل التي كان يعاني منها النمط الاتصالي القديم؛ نمط الاتصال التماثلي **Analogue** أما الألفية الجديدة فنعيش في ظل نوع جديد من الإذاعة أو الراديو " راديو الإنترنت " حيث تتجه العديد من المحطات الإذاعية نحو بث برامجها بواسطة الإنترنت، وساعدت برامج التصفح **Browsers** " على زيادة عدد المحطات الراغبة في بث برامجها عبر شبكة الإنترنت، نتيجة للخصائص المميزة لها، بالإضافة إلى الانتشار الكبير للإنترنت وفي مختلف الأماكن، هذا الواقع الجديد دفع بالإنترنت نحو أخذ مكانة الراديو التقليدي في الاستماع للموسيقى، الأخبار ومتابعة مختلف البرامج الإذاعية الخاصة، ولعل أبرز مثال يقدم هنا لتأكيد على اهتمام الجمهور والقائمين على المحطات والمؤسسات الإعلامية، ما أقدمت عليه هيئة الإذاعة البريطانية **BBC** بإطلاق مشروع لتقديم خدماتها عبر الإنترنت وتحقيق الريادة في مجال تزويد الناس بالمضامين الترفيهية والجادة على حد سواء، بعد أن

1. محمد الهاشمي: تكنولوجيا وسائل الاتصال، ط1، دار أسامة، الأردن، 2004، ص106.

2. فضيل دليو: تاريخ وسائل الاتصال، ط3، دار أقطاب الفكر، د بلد، 2007، ص114.

3. محمد الهاشمي، مرجع سبق ذكره، ص107.

تأكد القائمون على هذه المؤسسة بأن الانترنت أضحت الوسيلة الأكثر منافسة للإذاعة بخصوص الجمهور النوعي.¹

2.1.2. خصائص ومميزات الإذاعة

بما أن الإذاعة المحلية هي نوع من أنواع العمل الإذاعي تأخذ من خصائص ومميزات هذه الوسيلة؛ هذه الخصائص التي تميز وسيلة عن أخرى في طبيعتها وقدرتها على الإقناع والتأثير في المتلقي، حيث أن أهمية أي وسيلة إعلامية تكمن في الوظائف التي تؤديها للفرد والمجتمع، وتحدد الوظائف من خلال الخصائص التي تتميز بها كل وسيلة. وهذا عرض لأبرز الخصائص التي تتمتع بها الإذاعة على سبيل المثال لا الحصر:

- قدرة البث الإذاعي على تخطي الحواجز الجغرافية والصعوبات كالفقر والامية وكسره للقيود السياسية، فالبث الإذاعي قادر على تغطية جميع أنحاء العالم في لمح البصر، وذلك لاعتماده على الفضاء كوسط ناقل لرسائلها، فهي الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي لا يمكن إيقافها والسبب في هذا راجع إلى استحالة تحكم أي طرف في وسطها الناقل لموجات الأثير.²
- سهولة استخدام الإذاعة بحيث لا يتطلب استقبال واستماع البرامج الإذاعية جهدا عضليا أو عقليا كبيرا. إلا أن الباحثين يرون في هذه الميزة نقطة يمكن أن تتحول من إطارها الاجتماعي الإيجابي إلى السلبي فقد تطفئ ظاهرة الاستماع العرضي للبرامج الإذاعية، وبالتالي لا تستطيع الإذاعة في هذه الحالة أن تؤدي ما هو مطلوب منها وتحقق أهداف القائمين عليها.³
- تجمع الإذاعة بين ثلاثة أنواع اتصالية؛ جماهيري، إقليمي وطبقي، فهي تذيب برامجها لملايين الناس في آن واحد غير محطات إقليمية ومحلية ووطنية، وتتضمن برامجها أركاناً خاصة بفئات اجتماعية محددة كالمرأة، الفلاحين و الشباب وغيرها من البرامج.

1. محمد جاسم فلحي الموسوي: اتجاهات إعلامية معاصرة، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، قسم الإعلام والاتصال، دسنة، ص 125، 126.

2. عبد اللطيف حمزة: الإعلام له تاريخه ومذاهبه، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1965، ص20.

3. جبارة عطية جبارة: علم الاجتماع الإعلام، دط، دار الكتاب، الرياض، 1983، ص56.

- تعد الإذاعة من وسائل الإعلام الحارة وهذا وفقا لتقسيم العالم " مارشال ماكלוهان " لأن طبيعة الرسالة الإذاعية تقنيا وفنيا تترك للمستمع مجالا للتخيل والتصور والتفكير أكثر من وسائل الإعلام الأخرى وبالأخص التلفاز.¹
 - إمكانية توظيف الإذاعة في مجال التعليم والتعلم، إذ بمقدورها خلق نوع من العلاقة الثنائية التي تربط المعلم والمتعلم من خلال تصميم وانتاج وتقديم البرامج مع الأخذ بعين الاعتبار مخاطبة المستمع الفرد.*
 - الإذاعة وسيلة إعلانية مقبولة خاصة إذا كان المعلن يهمله في إعلانه بدرجة أولى وصول الإعلان إلى جماهير عريضة.
 - لجهاز الراديو قدرة كبيرة على تحقيق القرب النفسي للجمهور والتأثير فيه وجدانيا من خلال الاعتماد على المؤثرات الصوتية التي توحى للمستمع بالقرب أو البعد، العلو والانخفاض.
 - الإذاعة من أسرع وسائل الاتصال الجماهيري، إذ أن المذيع ليس مطالبا بالاهتمام الزائد بهندامه والمخرج لا يعتمد على مصورين وتقنيين في مجال برامج الصورة، كما أن عملية النشر لا تتطلب أوراقا ولا آلات نسخ وهيئات النشر والتوزيع، فبمجرد وصول الخبر إلى المؤسسة الإذاعية يتم التأكد من صحته ويذاع مباشرة.
 - يتميز أسلوب تقديم البرامج الإذاعية بالتبسيط، التجسيد، التصوير، الواقعية الحية من خلال الاعتماد على مختلف فنون الإخراج الإذاعي.²
- وفي هذا يقول عبد العزيز شرف: " إن الإذاعة بطبيعة الحال وسيلة جماهيرية ولا بد أن تكون كذلك، لأنها ما لم تستطع اجتذاب اهتمام أغلب الناس معظم الوقت والمحافظة عليه، فإنها لن تؤدي وظائفها التي يكتب لها البقاء من أجلها، ولا بد أن تكون لغتها قائمة على التبسيط الذي يجتذب الملايين من المستمعين في كل مكان... فالإذاعة لا تقوم على اللهجات المحلية، وإنما تقوم في أغلب الأحيان على اللغات الغالبة الواسعة الانتشار وهي بعينها اللغة المشتركة ".³

1 . عاطف عدلي العبد: الاتصال والرأي العام، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص173.

* . المستمع الفرد يقصد به أن يكون الجمهور المستهدف من قبل الإذاعة أو البرامج جمهورا معروفا ومحددا مسبقا من حيث خصائصه وسماته الاجتماعية والاقتصادية.

2 . ماجي الحلواني: مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، دط، عالم الكتب، القاهرة، 2002، ص22.

3 . عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 427، 423.

3.1.2. وظائف الإذاعة

لقد تحدث رواد* الإذاعة المسموعة حول ما أسموه بأهداف ووظائف الإذاعة أو الراديو، وما زال الحديث عن تلك الأهداف مستمرا، وقد حددوا تلك الأهداف في الإعلام أو الإخبار "Information"، والإعلان "Advertisment"، والتثقيف "Education"، والترفيه "Entertainmen"، إلا أنه كثيرا ما يقع الخلط بين الأهداف والوظائف، فالوظيفة "Fonction" تعني جميع العمليات الاتصالية التي تؤدي إلى تحقيق نتائج معينة طبقا لأهداف "Targets" سبق تحديدها، بمعنى آخر وسائل الإعلام كلها تؤدي جملة من الوظائف تحقق مجموعة من الأهداف التي يريدها القائم بالاتصال.¹

وعلى العموم يمكن لنا حصر وظائف الإذاعة** في ما يلي:

1. الوظيفة الإخبارية:

إن الوظيفة الإخبارية من الوظائف الأولى التي كانت تؤديها الإذاعة ولا زالت، واليوم تبرز كأهم وظيفة لوسائل الإعلام عموما والإذاعة المحلية خصوصا حيث أن الباحثين يجعلون من قيمة القرب أهم القيم الإخبارية والإعلامية. فهي محور الارتكاز ونقطة الانطلاق لوظائف وسائل الإعلام المختلفة، بل إن الوظائف الأخرى يتم بناء محاورها على أساس ما تحققه الوظيفة الأولى من مصداقية فيما تقدمه من معلومات، وتتمثل هذه الوظيفة في جمع الأنباء والبيانات والصور والتعليقات عن الأحداث وبثها بعد معالجتها ووضعها في إطارها الملائم، من أجل تلبية حاجيات الناس من أخبار في الاقتصاد والسياسة والحروب والرياضة والثقافة وأحوال الطقس والبيئة، وغيرها.

*. يُعتبر العالم الأمريكي "هارولد لازويل" أول من لفت الاهتمام إلى الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام في المجتمع وقد حددها في ثلاثة وظائف تؤديها بصورة ضرورية في أي مجتمع وهي مراقبة البيئة، ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة للبيئة، نقل التراث الاجتماعي عبر الأجيال. أما "ولبرشام" فيرى أن نسبة 70% من التصورات التي يبينها الإنسان عن عالمه مستمدة من وسائل الإعلام وخاصة تلك التي تتصف بالاستمرارية، وتؤدي في النهاية إلى تشكيل الصورة الذهنية التي تؤثر في تصرفات الإنسان وسلوكياته.

1. مالك شعباني: دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، أطروحة دكتوراه، جامعة منتوري، قسم علم الاجتماع والديمقراطية، 2006، ص 87.

** في الحقيقة ما سيتم عرضه من وظائف، إنما هو عرض لوظائف الإعلام بصفة عامة، ولا يمكن بأي حال من الأحوال أن نُفصل بين وسائل الإعلام فيما تقدمه من وظائف. وتختلف هذه الوظائف من بلد إلى آخر نظرا لاختلاف أهداف القائمين عليها.

2. التفسير والتوجيه:

وهي وظيفة تابعة للوظيفة الإخبارية، فالأخبار تحتاج إلى تفسير وتوجيه، فتقوم وسائل الإعلام بوظيفة التوجيه بهدف مساعدة الفرد على فهم الأمور والتفكير بنمط معين، أو انتهاج سلوك معين أو تعديله أو تثبيته - تعديل ، تغيير، تعزيز؛ السلوكيات، الأفكار والاتجاهات هذه العمليات هي جوهر الإقناعية- والغرض من هذه الوظيفة يتمثل في أن شريحة غير قليلة من المجتمع لم تتح لها فرصة التعليم النظامي أو استكمالها، لذلك فإن لوسائل الإعلام دور هام في إكسابهم الاتجاهات الفكرية اللازمة حتى لا تتركهم فريسة سائغة أمام المد الجارف للمعلومات التي تقع علينا من السماء.¹

3. وظيفة التثقيف والترقية:

تؤدي وسائل الإعلام في ظل النمط الاجتماعي الذي نحياه أدوار كثيرة وكبيرة، فمنذ خمسينيات القرن الماضي تراجع دور عديد مؤسسات التثقيف الاجتماعية في عملية بناء الإنسان والمجتمع المثالي نظرا لازدياد اعتماد الناس على وسائل الإعلام عموما والحديث منها خصوصا. فالإنسان اليوم يستغني في كثير من الأحيان على وسائل التثقيف النظامية؛ فالتثقيف يعني المعرفة المكتسبة بغير الأسلوب النظامي المتبع في المدارس، وتساعد هذه المعرفة على اتساع أفق الفرد وفهمه لما يدور حوله، فقد أثبتت دراسات علم النفس وعلم الأنثروبولوجيا وعلم الاجتماع أن التثقيف له أثره الكبير في تشكيل الاتجاهات النفسية للرأي العام.²

4. وظيفة التربية والتعليم

تقوم وسائل الإعلام بوظيفة التربية والتعليم، من خلال الدّفع بالأفراد إلى مزيد من البحث لاكتساب المهارات اللازمة لتطوير الأداء، فالإعلام يساعد على نقل التراث الحضاري والثقافي والطبيعي من جيل إلى آخر مع وضع الصيغة الحديثة لمواكبة التطور دون الإخلال بالأصل، الأمر الذي يؤدي إلى التطور الفكري الذي من شأنه أن ينمي اتجاهات الفرد، وعلى ذكر عملية التعليم³، فإن الراديو يعتبر من أهم وسائل الاتصال الحديثة التي استخدمت في ميدان التعليم، بما اجتمع له

1. فتح الباب عبد الحليم وإبراهيم حفظ الله: وسائل الإعلام والتعليم، دط، دار الولاية للنشر والتوزيع، مصر، 1985، ص66.

2. فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1998، ص58.

3. عبد الرحمن عززي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 12.

من المزايا متنوعة خاصة بعد اكتشاف " الراديو الترانزيستوري"، الذي يتميز بقلّة تكلفته، وصغر حجمه، وبما توفر له من بعث الحيوية، واجتذاب المستمع إليه، والتأثير فيه، ويمكن القول أن لكل برنامج من برامج الإذاعة أثرا تعليميا، حيث أن التطور الذي حدث في مجال البرامج الإذاعية التعليمية، يشير إلى إسهامها في إثراء العملية التعليمية.¹

5. وظيفة الترفيه والتسلية:

لوسائل الاتصال الجماهيرية وظيفة أخرى لا تقل أهمية عن سابقتها، ألا وهي " الترفيه والإمتاع"، وفي هذا يقول محمود فهمي : "تهدف نسبة كبيرة من وسائل الإعلام إلى تسلية الناس، وإيناسهم أو مؤانستهم " ²، وتقوم الإذاعة بهذه الوظيفة آخذة في الاعتبار المنافسة الشديدة بين وسائل الإعلام الأخرى للاستحواذ على الجماهير من خلال ما تقدمه، إن لهذه الوظيفة أثر نفسي حميد للتنفيس عن المتاعب والهموم، ولكنها قد تجعل المجتمع غارقا في الأوهام بعيدا عن الواقع، وليس القول بأن صناعة الترفيه، لا تنطوي على أية قيمة اجتماعية، ثقافية أو سياسية، إلا مجرد خدعة، وتضليل لتمرير " الرسالة": "إن مفهوم الترفيه هو مفهوم شديد الخطورة، إذ تتمثل فكرته الأساسية في أنه لا يتصل، من بعيد أو قريب، بالقضايا الجادة للعالم، وإنما هو مجرد شغل، أو ملء ساعة من فراغ، والحقيقة أنه هناك أيديولوجيا مضمرة بالفعل في كل أنواع القصص الخيالية، عنصر الخيال يفوق في الأهمية العنصر الواقعي في تشكيل آراء الناس.³ كما تتيح الفرصة لظهور الاتجاهات الهروبية، حيث أدرك كل من " لازارسفيلد " و "ميترون " أن وسائل الإعلام يمكن أن تسبب خللا وظيفيا، من خلال إحداث آثارا غير مرغوب فيها للمجتمع، ولكنهما أكدا على نوع مختلف من الخلل الوظيفي وهو ما أسموه " التحذير"، ويحدث ذلك من خلال زيادة مستوى المعلومات للجمهور ويؤدي ذلك إلى الحيلولة دون أن تصبح نشاطات البشر ذات مشاركة فعالة نشيطة، وبالتالي خلق نوع من اللامبالاة تؤدي في النهاية إلى تحذير الجمهور.⁴

1. عبد العزيز شرف :المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 76.

2. محمود فهمي :الصوت والصورة، دط، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، دسنة، ص85.

3. فضيل دليو :مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، مرجع سبق ذكره، ص72.

4. عماد حسن مكاي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دط، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 72.

4.1.2. البرامج الإذاعية

ولد الراديو من رحم وفي أحضان الصحافة المكتوبة، فبمجرد ما رأت الوسيلة الجديدة النور، شعرت الصحافة بخطر يهدد وجودها ومكانتها ضمن البناء الاجتماعي، حتى أن أصحاب المؤسسات الصحفية ظنوا أن عصر القراءة قد ولى وانتهى إلى غير رجعة، وأنه آن أوان ثورة الاستماع، غير أن البعض الآخر من ملاك المؤسسات الصحفية خططوا للاستفادة من الوسيلة الجديدة لا الدخول في منافسة معها، وبادروا إلى إنشاء محطات إذاعية للترويج لمؤسساتهم الصحفية وبث الأخبار من خلالها، فظهر الشكل الأول للبرامج الإذاعية؛ **البرامج الإخبارية**، ولم يمر وقت طويل على ظهور الإذاعة حتى تنبه أصحاب المؤسسات الاقتصادية إلى الإمكانيات التي تتميز بها الإذاعة كوسيلة لنشر الإعلانات والمساهمة في عملية الترويج للمنتجات والخدمات، فظهرت الأشكال الأولى للبرامج **الإعلانية**، حيث يرى المؤرخ الإذاعي "جون سبورنج" أن العام الإذاعي 1928-1929 يمثل الفترة التي تحول الراديو خلالها إلى وسيلة إعلانية جماهيرية، ويرجع ذلك إلى:¹

- التنافس الفني في مجال هذه الصناعة كان قد وصل إلى درجة عالية مما جعل استقبال المحطات يتم بشكل يبعث الثقة لدى المستثمرين للاستثمار في الإذاعي لترويج وتسويق منتجاتهم وخدماتهم.
 - خلق جمهور عريض من المستمعين للراديو على أسس ثابتة منتظمة.
 - رغبة القائمين على الإذاعات في قبول المعلنين كشركاء في إنتاج البرامج.
 - تطور أشكال البرامج بما جعلها وسيلة إعلانية مرضية، ومن هنا كان للاستقرار الاقتصادي الذي بثه الإعلان أثره في تمهيد المسرح لظهور العصر الذهبي لشبكات الإذاعة.
- كما أنه إذا قمنا بإعادة عجلة التاريخ للوراء سنجد أن المعلنين آنذاك كانوا يستهدفون أصحاب القدرات الشرائية المرتفعة، وغالبية هذه الفئة كانت تتميز بدرجة من التعليم والثقافة، فاهتدى القائمون على المؤسسات الإذاعية إلى فكرة **إنتاج برامج ثقافية** ذات مضامين سياسية، اجتماعية،

1. نوال محمد عمر: الإذاعات الإقليمية، دراسة نظرية تطبيقية مقارنة، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص13.

دينية*... تستثير وتستعري اهتمام هذه الطبقة من أجل المحافظة على المعلنين لديهم وهكذا ظهرت البرامج الثقافية، إلا أن هذه البرامج وغيرها لم تفلح في ملأ أوقات الفراغ فلجأ القائمون على المحطات الإذاعية إلى برامج الموسيقى والترفيه من أجل ملأ أوقات الفراغ، ولقيت هذه البرامج الترفيه إقبالا واسعا، بسبب رغبة الجماهير في الترفيه عن نفسها في ظل تواجدها ضمن تشكيلة المجتمع الجماهيري.¹

إذا ما يمكن استخلاصه من هذه الفقرة هو أن البرامج الإذاعية لم تظهر كلها جملة واحدة، وإنما الحاجة التي فرضتها أحداث ووقائع معينة، كانت السبب في ظهورها ثم تطورها لتصل إلى الأشكال والألوان الجديدة المعروفة حاليا، ويعتبر عام 1929 تاريخ بدأ إنتاج البرامج الإذاعية وفق أسس وقواعد علمية مضبوطة بعد تأسيس الإذاعة القومية في الولايات المتحدة الأمريكية والمتخصصة في تقديم الخدمات البرمجية للمحطات الإذاعية التي ترغب في ذلك على غرار إذاعة "NBC".²

• إنتاج البرامج الإذاعية

وقبل التحدث عن الأشكال البرمجية في الإذاعة لا بأس من أن نخرج سريعا عن كيفية إنتاج وإخراج هذه البرامج ومكونات أو عناصر البرنامج الإذاعي، حيث يتم إنتاج البرامج الإذاعية في استوديو خاص يعرف بـ "استوديو البرامج الإذاعية" ويتميز هذا الاستوديو عن غيره بكون حجمه مقارنة مع استوديو المباشر أو استوديو التنفيذ... وينقسم استوديو البرامج إلى:

أ. قسم للمذيع أو مقدم البرامج والضيوف المشاركين في عملية إنتاج مضامين البرامج ويختلف عددهم من برنامج إلى آخر وهذا بحسب الشكل المراد تقديمه ونمط بثه.

ب. قسم خاص بمهندسي الصوت والتسجيل، يُعنى بتحسين الصوت و تقويته وخفضه حسب الحاجة، كما يربط الاتصال بالقائم على البرنامج.

*. يسجل تاريخ الإذاعة أن البرامج الدينية ظهرت مبكرا وبالضبط سنة 1921، ومن أبرز الأمثلة التي تضرب هنا للتأكيد على هذه الفكرة هو حرص إذاعة "ستيرج" على نقل الصلوات الدينية من الكنائس وتقديم برامج دينية انطلقت مع بزوغ فجر عام 1923.

1. عبد المجيد شكري: تكنولوجيا الاتصال، إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996، ص81.

2. طالب فرحان: صناعة الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ط1، دار النفائس، الأردن، 2011، ص 56.

أما بما يخص عملية انتاج البرامج، فبناء البرامج الإذاعية " **Program Structure** " يقوم على أسس وقواعد علمية لجعل البرنامج الإذاعي برنامج ناجحاً ومؤثراً، وتعرف العملية علمياً تركيب العناصر داخل البرنامج " **structure** " و نجد العناصر المشكلة للبرنامج كالتالي:¹

1. الفقرات: **Units**

إن البرامج الإذاعية عبارة عن مجموعة من العناصر المتكاملة، أي مجموعة عناصر صغيرة تكمل بعضها بعضاً، يطلق عليها الوحدة أو الفقرة **Unit** وهو يشبه في ذلك المنزل المكون من عديد الحجرات، والكتاب المكون من عدة فصول وصفحات... والفقرة عبارة عن فترة زمنية تتسم بالوحدة، بمعنى تحقق وحدة الموضوع والمكان ولا يشترط أن تكون متماثلة، فقد تختلف في الشكل والمحتوى عن الفقرات السابقة أو التالية وعادة ما يتراوح حجم الفقرة ما بين نصف دقيقة إلى حوالي 04 دقائق.

2. الإيقاع: **Pace**

وهو عنصر جد مهم، إذ من خلال التحكم في سرعة الإيقاع تتم عملية شد وجذب انتباه المستمع للبرنامج الإذاعي، ولذلك تمتاز في العموم البرامج الجيدة بالتنوع في طول الفقرات وقصرها فتساهم في تغيير الأفكار والقوالب بما يتناسب مع المحتوى المقدم وهذا كله يضيفي إيقاعاً مميز للبرنامج ككل.

3. البداية القوية: **Strang Start**

يُنصح عادة بأن يكون العنصر الأول أو الفقرة الـيبي يتبدأ بها البرنامج شديدة التأثير والفاعلية والإبداع، ثم الانتقال إلى مرحلة التغيير والتضاد في الأفكار والأشكال حتى يصل البرنامج إلى مرحلة الذروة **Climax** والهدف من هذا هو شد وجذب اهتمام المستمع وإثارة الرغبة لديه للمعرفة والتوقع، ولا يعني الاهتمام بالفقرة الأولى إهمال باقي الفقرات، بل وجب أن يتضمن بناء البرنامج الإذاعي تصاعداً للأحداث باتجاه الذروة.

1. حسن عماد مكاي، عادل عبد الغفار: الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص56.

4. التنوع: Varsity

إن التنوع لا يعنى بالضرورة اختلاف الأفكار والموضوعات، بل أيضا ضرورة التنوع في استخدام طرق وأساليب عرض هذه الأفكار، فالبرنامج الذي تعرض أفكاره وفق نمط واحد يشعر المستمع بالملل رغم وجود ما يعرف بالوحدة في البرنامج، والتنوع يمكن أن نعتبره تحصيل حاصل لتنوع العناصر المشكلة للبرنامج من خلال تنوع الموضوعات، الضيوف، الزمن المخصص لل فقرات، أساليب التقديم وتنوع المؤثرات الصوتية....

5. الوحدة: Unity

إن أكثر البرامج نجاحا هي تلك البرامج التي تحظى وتتميز بدرجة عالية من الوحدة وليس بالضرورة أن تعني الوحدة فكرة رئيسة واحدة، فيمكن أن تتجسد الوحدة في إطار عام محتوي ومضمون البرنامج، وخير مثال على ذلك هو أن تصب جميع فقرات البرنامج في خندق واحد ومجرى واحد يؤدي المعنى والهدف في ذهن المستمع.¹

وكخلاصة يمكن أن نقول أن البرنامج الإذاعي الجيد هو الذي يتضمن هذه العناصر أو معظمها، وما يمكن الإشارة إليه أيضا أن توفر هذه العناصر ولو اجتمعت لا يعني بالضرورة نجاح البرنامج فتوجد عوامل أخرى تتعلق باختيار الموضوع والأفكار وتوظيف مهارات الإعداد والتنفيذ والإخراج، كما يرتبط نجاح البرنامج الإذاعي بشكل كبير باحتياجات واهتمامات أكبر عدد من الجمهور. وبعد هذا العرض الموجز سنتحدث عن أكثر البرامج الإذاعية انتشارا واستعمالا، وما تجدر الإشارة إليه هنا هو الاختلاف الموجود بين الكتاب في تصنيف البرامج والفصل بينها، فالفصل بين الأشكال الإذاعية أمر صعب ويسبب الحيرة وذلك راجع إلى التداخل الكبير بينها. وهذا عرض لأهم البرامج الإذاعية.

1. حسن عماد مكاي، عادل عبد الغفار: الإذاعة في القرن الحادي والعشرين المرجع السابق، ص 57، 58.

• البرامج الإذاعية

1. برامج الأحاديث:

تعد برامج الأحاديث من أبسط أشكال الكلمة المذاعة وأكثرها انتشارا، فالحادثات الإذاعية التي يتم إعدادها وتنفيذها بدقة تمثل عصب الإذاعة، وذلك لجمعها بين العمق الذي تحققه الكلمة المطبوعة والدفع الذي يحصل أثناء الاتصال المواجهي، وتندرج أنواع عديدة ضمن برامج الأحاديث:¹

• الحديث المباشر:

ويعتبر هذا النوع أقدم الأشكال الإذاعية على الإطلاق، فنجد شخصا واحدا أمام الميكروفون يتحدث في موضوع يهم أكبر عدد من الجماهير، ويتطلب هذا النوع من البرامج توفر وحدة البناء من أجل استشارة اهتمام المستمع مع استخدام الحجج والأدلة بشكل مبسط، ثم تلخص الفكرة العامة أو الهدف في نهاية البرنامج.

• الحديث المسجل:

وهو الشكل الثاني لبرامج الحديث، ظهر بظهور التكنولوجيات الحديثة و الاكتشافات العلمية في مجال التسجيلات الصوتية، ولنجاح برامج الأحاديث وجب التنوع في إيقاع وعرض الموضوع من عدة زوايا، ضف إليه أيضا التحضير الجيد للأسئلة، لأن السؤال الجيد والهام يكشف للمستمع جوانب الموضوع وأبعاده ويبسط للمستمع الموضوع في أحيان أخرى، مما يدفع بالمستمع إلى مواصلة الاستماع وشد انتباهه وأخيرا من المهم جدا في برامج الحديث توزيع الأفكار والمعلومات توزيعا ذكيا حتى يشمل جميع فترات البرنامج.²

2. برامج الحوار: Interview Programs

وهي البرامج الأكثر انتشارا، استعمالا واختيارا من قبل القائمين على المؤسسات الإذاعية، إلا أن نجاحها يتوقف على جودة الإعداد والأسلوب الذي تقدم به حتى تشد من انتباه المستمع وتدفع به نحو مواصلة الاستماع، ومن أجل تحقيق هذا عادة ما يتم التحضير للبرنامج والحوار بين

1. حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار: الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، مرجع سبق ذكره، ص 73.

2. كرم شلي: فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مرجع سبق ذكره، ص 100، 101.

المحاور وضيف البرنامج، وقد يجرى الحوار بشكل تلقائي دون تحضير مسبق، ويشترط لنجاح هذا النوع :

- أن يتميز المحاور بالقدرة على الاستيعاب وسرعة البديهة والتحكم في الحوار من أجل تقديم أكبر قدر ممكن من المعلومات.
- أن يكون الضيف أو الشخصية المستضافة على إطلاع كافي بموضوع الحوار، بل وجب أن يكون ملم بجميع جوانبه قادرا على التعبير عن أفكاره.
- وتوجد أربع أنواع رئيسية للبرامج الحوارية هي:

• حوار الرأي: Opinion Interview

والهدف من هذه البرامج استقراء رأي الضيف الذي قد يكون خبيراً، مختص في مجال وموضوع الحوار، كما قد يكون شخصية مهمة أو قيادية... وعادة ما تستهدف هذه البرامج فئة معينة من الجمهور.

• حوار المعلومات: Information Interview

يسعى القائمون على المؤسسات الإذاعية من خلال هذا النوع من البرامج تقديم أكبر قدر ممكن من المعلومات حول موضوع، ظاهرة، أحداث. يستخدم عادة هذا النوع في البرامج الإخبارية والبرامج الوثائقية.

• حوار الشخصية: Personality Interview

تستهدف هذه البرامج استثارة الاهتمام الإنساني للجمهور المتلقي من خلال الكشف عن أهم جوانب الشخصية أو الجماعة التي يدور حولها النقاش أو الحوار، بغية الكشف عن الأفكار، الاتجاهات، المواقف بالإضافة إلى التطلعات والاهتمامات.

• حوار الاستدلال أو الشهادة Testimonial

وهي برامج تعتمد على طرح أسئلة بسيطة للمواطن أو المستمع من أجل التعرف على رأيه، تجاربه، اتجاهاته نحو الأشخاص، الأفكار، الموضوعات، الخدمات والسلع... بهدف التأكيد على فكرة البرنامج أو كأداة ووسيلة لاستطلاع الرأي ونوع من أنواع دراسات الجمهور التي يحتاجها القائمون على المؤسسات الإذاعية من أجل وضع الشبكة البرمجية.¹

1. حسن عماد مكاي، عادل عبد الغفار: الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، مرجع سبق ذكره، ص 76، 75.

وما تجدر الإشارة إليه أن البرامج الحوارية في وسائل الإعلام العربية عموما يمكن وصفها بصراع الديكة، حيث يطغى الصراخ بين المتحاورين- إن صح التعبير هنا- أو من طرف الضيف فقط، مدججين بطلقات لغوية وخطابية ومفردات لازعة تهكمية... وغالبا ما نلاحظ أن القائم على البرامج أو مسير البرامج هو من يفتعل أو يخلق هذا الجو، بهدف جذب انتباه المشاهد لأن الطبيعة الإنسانية تتوافق مع هذه الأجواء. حتى أن المتتبع لهذه البرامج يلاحظ أيضا وجود نية مُبَيَّنة أثناء اختيار المسؤولين على هذه البرامج للموضوعات والشخصيات المتحاورين.¹

3. برامج المناقشات: Discussion Programs

برامج النقاش هي برامج يستعين بها القائمون على المؤسسات الإذاعية من أجل الوصول إلى حلول واقعية حول مشكلة أو ظاهرة محل المناقشة من خلال تبادل الآراء بين المتناقشين، وهنا يجب أن نفرق بينها وبين برامج الحوار، فهذه الأخيرة تستهدف الحصول على المعلومات واستنباط الآراء، عكس برامج النقاش التي تستهدف خلق جو لتبادل الأفكار وتفاعل الآراء كما يغلب على برامج المناقشات جو الصراع "Conflict" وهو نتيجة حتمية لاختلاف وجهات النظر والاتجاهات حول موضوع النقاش. ويمكن تشبيه برامج المناقشات بمباراة كرة قدم كل طرف يريد كسب المباراة الفكرية. وتنقسم برامج النقاش إلى:²

• المائدة المستديرة: Round Discussion

يعتبر أكثر الأنواع شيوعا في الإذاعة، ويطلق عليه أيضا الندوة المستديرة "Panel table Discussion"، يعتمد هذا النوع على تقديم عدد من الضيوف حول مائدة مستديرة يتبادلون الأفكار والآراء حول موضوع أو فكرة تهم الجمهور.

• الندوة الأفقية: The Symposium

وهو نوع إذاعي يقوم على استضافة بعض الشخصيات الخبيرة، ذات الاطلاع الواسع حول القضية المطروحة للنقاش وتحتل حولا واقعية قابلة للتطبيق، ويشترط في طريقة تسير هذا البرنامج أن تتاح فرص زمنية متساوية للمشاركين، وأن تكون الأسئلة المطروحة للطرفين فيهل نوع من العدل، وهذا من أجل تشخيص الأحداث والظواهر والقضايا بغية توضيح الأسباب والخلفيات ومختلف الحلول والمقترحات.

1. تيسير أبو عرقية: الإعلام العربي وسائله وقضاياه، ط1، مجد اللاوي، عمان، 2010، ص 79، 78.

2. حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار: الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، مرجع سبق ذكره، ص 77، 78.

• المناقشة الجماعية: **Group Discussion**

يرتكز هذا النوع من المناقشات على بعض القضايا التي تهم فئة معينة من الجمهور أو المجتمع، وتتاح لهم فرصة مناقشة هذه الفكرة لممثلي هذه الجماعات والفئات الاجتماعية.

• المناظرة: **The Debate**

إن ما يمكن أن نصف به هذه البرامج هو ساحة الحرب أين يلتقي المتنافسون أو طرفي الصراع في ساحة، يستخدم كل طرف كل أسلحته ويوظف مختلف مهاراته وقدراته لشرح الأفكار ومحاولة تدعيم اتجاهاته وتغيير قناعات واتجاهات الآخرين.¹

4. **التحقيق الإذاعي: The Reportage**

إن مصطلح التحقيق يعني نقل الحدث أو الحديث أو الصورة بزواياها المختلفة وتقييمها من موقع الحدث، وهو نوع تم استعارته من تسمية الصحافة المكتوبة، وللتحقيق ثلاث زوايا رئيسية هي:

- الحدث: وهو موضوع التحقيق وجوهره.
- الرأي: حيث يتم استطلاع آراء الأطراف المشاركة في الحدث.
- الإخراج: وهو أسلوب تقديم الموضوع بكل جوانبه بشكل جذاب مثير للانتباه.

5. **البرامج الوثائقية:**

تصطبغ البرامج الوثائقية بالصبغة التعليمية الترفيحية، وهو نوع مستقل يضيف الكثير من الحيوية، التشويق والإثارة. كما تعتبر هذه البرامج وصلة لكسر قيد المحادثات الذي يطغى على المضمون الإذاعي، وتنقسم هي الأخرى إلى:

- برامج تستهدف رفع الروح المعنوية للشعوب والجماعات من خلال إبراز أصالتها، قوة حضورها على صعيد الثقافة والحضارة
- برامج تطرح مشكلات حيوية ومفصلية في حياة الفرد والجماعة وفي شتى المجالات والموضوعات ومهما كان نوع البرامج الوثائقية لا بد له من الجمع بين الإمتاع والتعليم، فهي برامج غالبا ما تستكشف لنا أشياء وموضوعات سابقة، عكس القصة الإخبارية والفرق بينها ليس في المحتوى

1. حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار: الإذاعة في القرن الحادي والعشرين المرجع السابق، ص78.

وإنما في أسلوب التناول، فالقصص الإخبارية تتسم بالموضوعية والحيادية عكس البرامج الوثائقية التي تسعى لإبراز وجهة نظر أو رأي أو تغليب رأي.¹

وكنقطة أخيرة في هذا العنصر وجب التنبيه إلى أن البرامج الإذاعية عموما تعاني من نقطة سلبية، قد تُحد من تأثير هذه البرامج أو تؤدي إلى نفور الجمهور وعدم الاستماع لها نهائيا، ففي الغالب جمهور الراديو يستمع للبرامج الإذاعية في أوقات الراحة والاسترخاء، أو يستمع للبرامج الإذاعية لتساعده على الاسترخاء وللمحافظة على الهدوء هذا من جهة، كما نجد البعض من مستمعي الراديو يستمع للبرامج وهو مشغول بأشياء أخرى فلا يولي اهتماما كبيرا لما يستمع له، وتعرف هذه الظاهرة بالاستماع العرضي للبرامج الإذاعية، لذلك ينصح الخبراء والمختصون في الانتاج الإذاعي بتدعيم البرامج الإذاعية المذاعة وهذا عبر اتباع مجموعة من النصائح هي:

- اختيار أعذب الأصوات التي توحى بالألفة والصدقة.
- أن تتصف المادة المذاعة - الموضوع - بالأهمية والقرب من الجمهور، لتكون في حد ذاتها عامل جذب.
- مخاطبة الجمهور المستهدف باللغة واللهجة المألوفة، وعلى المحررين صياغة الجمل بشكل بسيط واضح.
- الاعتماد على الأساليب الفنية التي تستهدف العاطفة لا العقل، فنجد البعض يصف الإذاعة بالوسيلة الانفعالية.
- تعتبر برامج الحوار والمشاركة من أفضل وأنجع البرامج والأشكال الجاذبة للجمهور.²

• أنواع البرامج الإذاعية:

يختلف تصنيف البرامج الإذاعية باختلاف معايير التصنيف المعتمدة في هذه العملية؛ كمعيار الجمهور أو الفئة المستهدفة كبرامج الأطفال، برامج المرأة...، والمعيار الزمني برامج يومية أسبوعية وبرامج نصف شهرية... وسنقدم عرضاً للتصنيف الذي يركز على معيار الموضوع، حيث بدأ الاهتمام بتصنيف وتقسيم البرامج الإذاعية من قبل الهيئات والمنظمات العالمية منذ ستينيات القرن الماضي، فنجد تصنيف منظمة اليونسكو كأكثر التصنيفات شيوعاً في تلك الفترة، تم من خلاله

1. ماجي الحلواني: مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص63.

2. عبد المجيد شكري، مرجع سبق ذكره، ص82.

تقسيم برامج الراديو إلى برامج إخبارية، برامج ترفيهية، برامج تثقيفية والبرامج الخاصة.¹ إلا أن المنظمة سرعان ما أعادت الدراسة والبحث في موضوع الأنواع الإذاعية، ونشرت نتائج الدراسة الجديدة مطلع سبعينات القرن الماضي وجاء التقسيم الجديد كالآتي:²

- **البرامج الإخبارية:** وهي برامج تعنى بتقديم خدمات للمستمع تجعله على إطلاع على ما يجري حوله من أحداث وقضايا في شتى المجالات عبر النشرات الإخبارية، التعليقات
- **البرامج الإعلانية:** وهي برامج تهدف إلى النشر والترويج والدعاية التجارية والإعلامية أو ما يعرف بالحملات الإعلامية.
- **البرامج التعليمية:** وهي برامج تبث لتدعيم البرنامج الدراسي الرسمي للبلاد، كما نجد برامج خاصة بالتعليم غير الرسمي الذي يستهدف جميع الفئات العمرية والاجتماعية من أطفال، شباب وحتى كبار السن.
- **البرامج الترفيهية:** وهي برامج التسلية والهزل، تهدف إلى تحقيق خدمة نفسية من أجل التنفيس والترويج عن المستمع من خلال تقديم برامج موسيقية، الفوازير، الألغاز، الدراما والمسابقات
- **برامج فنية أدبية:** وهي برامج تتشابه مواضيعها مع البرامج التعليمية من ناحية المضمون والبرامج الترفيهية في بعض الأحيان من جانب القلب الذي تقدم من خلاله إلا أن الفرق بينهما يكمن في أن البرامج الفنية والأدبية حسب رأي المنظمة تكتسي طابع العلمي ، التعليمي.
- **برامج الأقليات:** وهي برامج موجهة لتخاطب الأقليات العرقية والدينية الموجودة في بعض الدول، بالإضافة للبرامج الدينية.
- **برامج خاصة بالجمهور النوعي:** وهي برامج تعد خصيصا للتأثير أو الإرشاد أو لإقناع فئات اجتماعية وعمرية محددة، عبر انتاج مضامين تتلاءم مع خصائص الفئة المستهدفة، ويعتبر

1. محمد علي هندية: البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية، رسالة دكتوراه في الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1424هـ، ص83.

2. عبد العزيز شرف وسهير الجاد: البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، دط، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1987، ص49.

عامل الوقت بالنسبة لهذه البرامج جد مهم، من أجل أن تضل الرسالة الإعلامية لهذا الجمهور النوعي.¹

أما الكاتب محمد عوض فيصنف البرامج الإذاعية إلى:

- البرامج الإخبارية:

وتضم النشرة الإخبارية، التحقيقات واللقاءات، وكل البرامج التي تصحب النشرة من تعليق وتفسير، وقد يدخل ضمن هذا الإطار البرامج الخاصة بالمناسبات الوطنية والعالمية، وكذا البرامج التي تهتم بالندوات الصحفية، واللقاءات مع الشخصيات البارزة في المجتمع، وتقديم المعلومات والأحداث والحقائق عن العالم من خلال مراسلين أكفاء، ووكالات أنباء، كما يدخل ضمن هذا البرنامج المواضيع والأحداث الرياضية في الوطن والعالم، المسجلة والمباشرة.

- البرامج الرياضية:

تحتل البرامج الرياضية في غالبية محطات الإذاعة والتلفزيون بالاهتمام، نظرا لما للرياضة من أثر عظيم في بناء الإنسان وتنشئته من جهة، ولأنها برامج ترفيهية بامتياز بالنسبة لغالبية الناس، وتتميز الفقرات الرياضية بالحيوية والحركة، وعادة يتم تقديم الفقرات الرياضية في النشرات الإخبارية أو عبر برامج خاصة.

- البرامج الثقافية التربوية:

يهدف هذا النوع من البرامج إلى إبراز قيم وعادات الشعوب، بغية تنوير الجمهور المستهدف، فقد تكون على شكل مجلة ذات فقرات متنوعة تشمل لقاءات حية، ندوات، معارض أو كل ما من شأنه أن ينشر الثقافة والتعليم.

1. عبد العزيز شرف وسهير الجاد: البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، المرجع السابق، ص 49، 50.

- البرامج الدينية:

يشتمل هذا النوع من البرامج على برامج تلاوة القرآن، الأحاديث النبوية الشريفة، الصلوات، محادثات أو ندوات دينية تهدف إلى تنوير عقول المستمعين وإثراء معلوماته الدينية وتثقيفهم في المسائل الفقهية.¹

- البرامج السياسية:

وهي البرامج التي تهتم بالحياة السياسية الوطنية منها والدولية، كمناقشة القرارات الصادرة عن السلطة، طرح البدائل، إعطاء وجهات النظر، إجراء مقابلات ولقاءات حول موضوع من المواضيع التي تهتم بالحكومة والدولة.

- البرامج الاجتماعية والاقتصادية:

وتهتم بالقضايا الاجتماعية المختلفة للأفراد، والتعريف بالأوضاع الاقتصادية والاجتماعية للدولة أو المجتمعات، والمساهمة في تحريك عجلة التنمية، وهي بذلك تقدم خدمة اجتماعية مميزة للمجتمع، كما تهتم بقضايا الطفولة، حقوق الإنسان، مشاكل الشباب وغيرها.

- البرامج الترفيهية:

وتشمل البرامج المتنوعة التي تتميز في معظم المحطات الإذاعية بالكثرة وطغيانها على الشبكة البرمجية، وتتصدر المنوعات من الأغاني والوجوه الفنية، الألعاب الجماعية، الألغاز والمسابقات...، و تهدف إلى التسلية والترفيه من جهة، وتنشيط فكر المستمع وتثقيفه من جهة أخرى، لذلك فهي تحاول جذب أكبر فئة من الجمهور لها.²

1. محمد عوض: المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000، ص 197، 198.

2. نبيلة جعفري، مرجع سبق ذكره، ص 120.

2.2. البرامج الدينية في وسائل الإعلام

1.2.2. الحاجة إلى البرامج الدينية

تكمن أهمية البرامج الدينية في أهمية الدين في حد ذاته، حيث يرى أغلب المفكرين في جميع أنحاء العالم قديما وحديثا أن الدين هو أساس بناء الحضارات وتماسك المجتمعات¹، ولا يمكن لعقل أن ينكر دور الدين في حياة الفرد والجماعة، فهو مصدر تشكيل القيم السائدة في المجتمع؛ هذه الأخيرة تعد من أهم المعايير الاجتماعية، فالقيم هي معيار للحكم على أفعال وسلوكيات الأفراد والجماعات، وفي هذا يقول الباحث كلاك هون 'Clack Hoon': "الانسان حيوات مُقوّم ومن بين ما يُقوّمه الدين أو المعتقد"². والاعتماد على مقولة الباحث لا يعني بأنها صحيحة تماما وإنما للاستئناس بها ولتأكيد المعنى فنحن نعلم علم اليقين أن الباحث يرى الانسان حيوانا من الناحية البيولوجية، وما يميزه عن الحيوان فعلا هو العقل الذي به يعتقد ويفكر وينتج ويدع . ولأدل كذلك على أهمية الدين في حياة الشعوب كثرة العلوم وبعض فروعها كالعلوم الشرعية في الجامعات الاسلامية؛ علم تاريخ الاديان، مقارنة الاديان، فلسفة الاديان، أنثروبولوجيا الدين، علم الاجتماع الديني... إلا أن مفهوم الدين يختلف من مجتمع إلى آخر، ومن عالم ومفكر إلى آخر فإميل دوركايم 'Emile Durkheim' مثلا يعرف الدين في كتابه "الصورة الأولية للحياة الدينية" بأنه: "مجموعة متساندة من الاعتقادات والأعمال المتعلقة بالأشياء المقدسة". أما سالمون ريناك 'Rinacc Salomon' يرى بأن الدين هو: "مجموعة التورعات التي تقف حاجزا أمام الحرية المطلقة لتصرفات الإنسان"³. والملاحظ أن نظرة غالبية الغربيين للدين نظرة قاصرة تجعل من الدين شيئا ضيقا محدودا في الجانب الروحي فقط.

أما الدين لدى المفكرين والعلماء المسلمين فيعني: "وضع إلهي سائغ لذوي العقول السليمة باختيارهم الصلاح في الحال وفي المآل"، أي أن الدين هو من وضع إلهي رباني خارج عن فعل

1. محمد حمدي زقزوي: الإعلام وقضايا الحوار، ترجمة مصطفى ماهر، المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية، دط، القاهرة، 2002، ص19.

2. أنور الجندي: قضايا العصر ومشكلات الفكر، دط، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1984، ص164.

3. دراز عبد الله: الدين، بحوث معدة في دراسة الأديان، دط، دار القلم، دبلد، 1980، ص32.

الإنسان وإرادته، يُرشد إلى الحق في الاعتقاد وإلى الخير في السلوك والمعاملات. ويقول أبو الأعلى المودودي إن لكل أمة منهجاً في الحياة ينبثق هذا المنهج عن دينها.¹

ومن العبث محاولة إقصاء الدين وعدم اعتباره أحد أهم البنى التركيبية للوعي الوجودي للإنسان فكما قال المفكر مالك بن نبي: "كلما أوغل المرء في الماضي التاريخي للإنسان في الأحقاب الزاهرة لحضارته أو المراحل البدائية وجد سطوراً من الفكرة الدينية."²

إن الإنسان بعقله القاصر وغرائزه الطبيعية وفطرته التي فطره الله عليها لا يمكن بأي حال من الأحوال أن يُسير حياته وحياة الآخرين دون الوقوع في الخطأ، وقد تؤدي به محاولاته إلى الفساد والفناء، إلا أن الله برحمته وفر على الإنسان عناء البحث والتدبير والتخطيط الكامل وترك له بعض الجزئيات من خلال إنزاله سبحانه وتعالى للأديان، فالدين هو أحسن نظام تقوم عليه الحياة الاجتماعية وأكملها. ولنا في التاريخ عبر ودلائل على أن صلاح النظام الاجتماعي عموماً مرتبط بصلاح العقيدة، ولهذا اكتسب الدين أهمية ومكانة لدى مختلف المجتمعات الإنسانية قديماً وحديثاً³، والفرد كالجماعة في أشد الحاجة للدين فكما هو محتاج إلى إشباع رغباته البيولوجية، فهو كذلك بأشد الحاجة إلى إشباع رغباته الروحية التي تعرضها الفطرة.

والدين يقدم جملة من الوظائف تساعد على بقاء واستمرار الحياة الاجتماعية نذكر منها:

- الضبط الاجتماعي: وذلك باعتبار الدين مصدر القيم والمعايير التي تضبط وتوجه السلوك.
- الدين يوفر القوانين الأخلاقية التي تفصل بكل وضوح بين الخير والشر في كل تجارب الحياة الإنسانية.
- الربط بين قلوب أتباع الدين برابط المحبة؛ الاحترام والتراحم بحيث لا نجد له رابط يماثله لا جنس، لا لغة، لا عادات ولا مصالح...
- التذكير بأفاق الحياة بعد الموت، وهي وظيفة جد مهمة حيث تجعل الفرد قادراً على تحمل الخيبات والعثرات والأسى الذي يعترض حياة الإنسان.

1. زوليخة بوقرة: سوسيولوجية الإصلاح الديني في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة باتنة، قسم علم الاجتماع، 2009، ص 39.

2. مالك بن نبي: الظاهرة القرآنية، ترجمة عبد الصبور شاهين، دط، دار الفكر للنشر والتوزيع، دمشق، 1984، ص 69.

3. سامية مصطفى الخشاب: دراسات في علم الاجتماع الديني، ط1، دار المعرفة، د بلد، 1988، ص 88.

- وظيفة التغيير الاجتماعي؛ وهي وظيفة ترتبط ارتباطا وثيقا بالوظائف السابقة.¹
- ولأن مجتمعاتنا العربية الإسلامية بأمس الحاجة لبرامج دينية إعلامية سواء كانت إذاعية أو تلفزيونية أو عبر الإنترنت، نجد في المقابل أن البرامج الدينية تلقى اهتماما لدى المسلمين، فالشعور بالانتماء الديني يدفعهم إلى متابعة هذا النوع من البرامج، وبذل الجهود من أجل فهم موضوعات هذه البرامج.² فالواجب على الجهات الوصية الاجتهاد وعدم الاعتماد على الأساليب التقليدية في الدعوة الإسلامية بل وجب عليها الاستثمار في وسائل الإعلام عموما والتكنولوجيات الحديثة خصوصا. وهو مطلب ملح على المعنيين والقائمين على وسائل الإعلام في بلداننا أن يأخذوه بعين الاعتبار، وأن يولوا له الاهتمام وتوجه نحوه الأبحاث والدراسات في ظل الإفرازات الخطيرة التي أفرزها النظام العالمي الجديد المتسلح بشتى الأسلحة الإعلامية، هذه الإفرازات تهدد بنية مجتمعاتنا وتماسكها، وتهدف إلى إحداث قطيعة بين الأفراد والقيم السائدة في مجتمعاتهم، وغرس قيم وثقافة دخيلة في إطار ما يعرف بالعملة أو الأمركة.
- كما يمكن أن نحمل بعض أهم الأسباب التي تجعل من البرامج الدينية عموما والإذاعية خصوصا مطلبا ملحا وضروريا في مجتمعاتنا العربية الإسلامية:³
- ارتفاع نسبة الأمية في المجتمعات الإسلامية يقابله عزوف عن القراءة لدى المثقف والمتعلم العربي والإسلامي، وبالتالي يمكن الاعتماد على وسائل الإعلام عموما والإذاعة خصوصا بفضل قدرتها على الوصول إلى هذه الفئات ومخاطبتهم.
- بروز عديد القضايا والمشكلات المطروحة على الساحة الإعلامية، وهي قضايا ومشكلات أفرزتها الحضارة، مما يستوجب على المسؤولين والقائمين على شؤون الدعوة أن يستثمروا في وسائل الإعلام والتكنولوجيات الحديثة، لشرح وتبيان موقف الشرع الإسلامي من هذه القضايا انطلاقا من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم.
- ارتفاع معدل الإقبال على الفضائيات الإسلامية والبرامج الدينية عموما وبرامج الإفتاء خصوصا، بالموازاة نجد انتشارا كبيرا لفضائيات تدعي أنها إسلامية لها أهداف سياسية

1. رباحي مراد: الضبط الديني وعلاقته بالسلوك الاجتماعي للشباب الجامعي، رسالة ماجستير في علم الاجتماع الديني، جامعة باتنة، 2010، ص11.

2. إبراهيم إمام: نحو بلاغة تلفزيونية جديدة، دط، جهاز تلفزيون الخليج، الرياض، 1983، ص4.

3. خالد أبو الخير: برامج الأحاديث الدينية التلفازية، ط1، دار المجتمع، جدة، 1409هـ، ص17.

إيديولوجية خبيثة تخدم مصالح الطامعين في البلاد العربية الإسلامية، هذا ومن جهة أخرى عدم إدراك عامة الناس لمسألة اختلاف المذاهب الفقهية، مما أدى إلى شيوع الاختلاف والتناحر بين أبناء البلد الواحد.

- المشاكل العقدية، الأخلاقية والاجتماعية التي تسبب بها البث الإعلامي الأجنبي وحتى المحلي، نذكر أهمها على سبيل المثال لا الحصر:¹

1. خلخلة عقيدة المسلمين والتشكيك فيها وذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام الغربية و المضامين العربية ذات الألوان الغربية.
2. غرس ثقافة التقليد في النشئ، ودفعهم من خلال ما تبثه وسائل الإعلام إلى تقليد عادات النصارى واليهود المناقضة لشرع الله وفي هذا قال سيد المرسلين رسول الله صلى الله عليه وسلم: "... ومن تشبه بقوم فهو منهم"² وقال الألباني في " الإرواء " 5 / 109 ولا أدل على ذلك احتفال بعض المسلمين بعيد الرأس الميلادية الجديدة، أعياد الحب وغيرها.
3. إثارة الفتن بين المسلمين من خلال التدليس والتركيز على القضايا الخلافية بين المذاهب الأربع.
4. تعزيز الاتجاه المادي الذي يعتبر من أهم العوامل التي أدت إلى ضعف الإيمان وغياب الوازع الديني.
5. شيوع الرذيلة بين مختلف فئات المجتمع دون تحديد أو تعيين، وسهلت تكنولوجيات الإعلام الحديثة ارتكابها، بل وأصبحت أمرا عاديا في بعض المجتمعات العربية الإسلامية.
6. الترويج للعنف والجريمة ونشر الإباحية وتغليف وتجميل العلاقات المتناقضة والشرع الإسلامي.
7. تفجير الغرائز وتقديم الطرق والحلول لتصريفها وإشباعها بما يتناقض مع مبادئ وقيم الدين الإسلامي...³

1. إبراهيم الدجيلج: البث المباشر؛ الآثار والمواجهة تربويا وإعلاميا، ط1، دار القبلة، مكة المكرمة، 1415هـ، ص142.

2. محمد ناصر الدين الألباني: إرواء الغليل في تخريج أحاديث منار السبيل، ط2، ج5، المكتب الإسلامي، بيروت، 1985، ص1269.

3. محمد ناصر الدين الألباني: إرواء الغليل في تخريج أحاديث منار السبيل، المرجع السابق، ص 147، 148.

وأخيرا يمكن أن نحمل فنقول إن للبرامج الدينية دورا كبيرا في دعم رسالة الإسلام والدفاع عن المسلمين، وتعزيز قيم أفراد المجتمعات الإسلامية، وتعميق فهمهم للقرآن وتقوية إيمانهم، كما يمكن للبرامج الدينية الحقبة المبنية على أسس علمية وأهداف نبيلة أن تدعم القيم الإنسانية كالتسامح، الأخوة الرفق بالحيوان... والتي يتشدد بها الغرب ويزعم أن الإسلام والمسلمين أعداء بالفطرة لهذه القيم.¹

2.2.2. الخطاب الديني في وسائل الإعلام

يبرز الإعلام بمختلف مؤسساته وتكنولوجياته الحديثة اليوم كواقع يفرض نفسه كأبرز صفة يمكن أن نصف بها العالم الحديث، هذا العالم الذي يعيش حضارة جد متقدمة، ولكن للأسف الشديد في شقها المادي، أما الشق الأخلاقي فالعالم يعيش انحطاطا أخلاقيا ينذر بالكارثة الكبرى، ومما لا شك فيه أن الإعلام بمؤسساته يمثل وجها من أوجه الحضارة المادية وسببا من الأسباب المتعددة للانحطاط الأخلاقي والابتعاد عن الدين.

إن الدين الإسلامي دين قائم على الدعوة، لقوله سبحانه وتعالى: ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾² ، والدعوة الإسلامية تتخذ من وسائل الإعلام والإعلام بصفة عامة أداة ووسيلة رئيسية لممارسة هذه العمل وأداء هذا الواجب. ودعمت وسائل الإعلام والاتصال الحديثة جهود من يمارسون الدعوة، مما ساعد على تزايد النزعة الاستهلاكية للمادة الدينية والترويج لأبعادها العقائدية والسياسية، بعد أن كانت الدعوة (الخطاب الديني) في بداية الأمر محصورة في المساجد والمدارس القرآنية، إلا أن تطور الوسائل الإعلامية وانفتاح العالم على بعضه ألزم الواقفين على أمر الدعوة والإعلام الإسلامي باعتباره منهج إسلامي، بأسلوب فني إعلامي، يقوم به المسلمون العاملون بالعاملون بدينهم، متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة³، ألزمهم التوجه نحو استخدام هذه الوسائل وتحديد الخطاب الديني، وفي هذا يقول عبد الحليم محي الدين: "إن الدعوة عمل إعلامي يخاطب العقل، يستند إلى المنطق والبرهان".⁴

1. محمد كامل عبد الصمد: التلفزيون والبرامج الدينية، مجلة المنار، العدد 1، الإمارات، سنة 1989، ص 118.

2. سورة فصلت، الآية 33.

3. عبد الوهاب كحيل: الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، دط، عالم الكتب، مكتبة القدسي، بيروت، 1985، ص 29.

4. عبد الحليم محي الدين: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، ط2، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1984، ص 140.

إن مفهوم الخطاب الديني لا يقتصر على خطب الجمعة ودروس المساجد كما يعتقد عامة الناس، فمفهوم الخطاب الديني أوسع وأكبر من هذا بكثير، يشتمل على خطب الجمعة، دروس المساجد، المحاضرات، الكتب والمقالات وكل ما يث من برامج دينية عبر أثير الإذاعات والتلفزيون وعبر مختلف خدمات الإنترنت¹، حيث يرى الكاتب علي جمعة أن الخطاب الديني يعني: " ذلك التوجه بالكلام المسموع والمرئي والمقروء في الإذاعة والتلفزيون والصحافة، ويقصد بالديني هنا ما كان متعلقاً بدين الإسلام خاصة"². أما سعيد عبدالله حارب يرى بأن الخطاب الديني هو: " ما استنبطه الفقهاء والعلماء والمفكرون الإسلاميون من النصوص الشرعية الثابتة، أو اجتهاد الفقهاء ليتم التعبير عنه بوسائل اتصال مختلفة"، بمعنى أن الخطاب الديني حسب هذا الأخير يعني عملية تعبير عن رأي ما حول قضية أو مجموع قضايا ولا ينحصر في النص الشرعي فقط، وهي النقطة الجوهرية التي يفرق بها حافظ دياب بين الإسلام والخطاب الديني إذ يقول: " الإسلام والخطاب الإسلامي يتصلان ولا يتساويان، فالإسلام واحد يتجسد في نصوص القرآن الكريم والسنة النبوية، والخطاب الإسلامي (الديني) متعدد ومتباين لأنه يعكس تفسيرات متعددة ومتباينة لهذا النص"³.

يفترض في الخطاب الديني أياً كانت وسيلة بثه إلى الجمهور أن يؤسس على مبادئ وقيم من الحق والصدق والخير، ومراعاة الخلفية الثقافية والعقائدية والاجتماعية للمتلقين فضلاً عن التزام الوضوح والشفافية في جميع الأحوال والظروف. والسبب في كل ذلك ينبع من وصفه خطاب دعوة وإصلاح يستند إلى التعاليم التي بشر بها الإسلام.

وإذا أردنا التحدث عن واقع الخطاب الديني نجده لا يزال قاصراً على أفراد لا يخرج عن حدود الوعظ والإرشاد أي الاعتماد دائماً على نفس الشخصيات وبنفس أساليب الإخراج، أما الخطاب الموجه للآخر فيقتصر على التأكيد على قبوله والنظر إلى المعيار الإنساني في الوقت الذي اقتضت فيه بعض الإذاعات على الدفاع عن الإسلام والرد على شبهات المستشرقين، سالكة سبيل التحفظ في إظهار الهوية الإيمانية، بمعنى أن مستوى العمل الدعوي الموجه لغير المسلمين لا يزال متواضعاً في غالبه خاضع هو الآخر للسياسة.

1. عز الدين بوطرنخ: البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية، رسالة ماجستير، كلية أصول الدين، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، 2011، ص 39.

2. علي جمعة: نقد الخطاب الديني في رمضان، مجلة العربي، العدد 505، 2000، ص 36.

3. عز الدين بوطرنخ، مرجع سبق ذكره، ص 41.

والحقيقة إن الخطاب الديني في وسائل الإعلام يعاني من أمراض كثيرة فما زالت الوجوه هي نفس الوجوه والبرامج نفسها والمخرجون هم المخرجون، بل مازال الكلام هو نفس الكلام الذي نسمعه منذ وقت طويل. ولو نظرنا إلى خارطة توزيع البرامج الدينية في الإعلام العربي والإسلامي فإننا سنجد أن نسبتها لا تعدو في أحسن الأحوال 4% وهذه النسبة الضئيلة من البرامج قياسا بغيرها لا تعرض غالبا في أوقات مناسبة، بل إن 90% من البرامج الدينية تذاع في أوقات لا تمثل ذروة الاستماع. وإلى جانب ذلك نجد أيضا تركيز البرامج الإذاعية عموما على قضايا الصراع الديني والمذهبي، وتجنح في كثير من الأحيان إلى ممارسة الدور الدعائي لجهات وجماعات وشخصيات دينية أو مذهبية متجاهلة ما يحتاج إليه الجمهور من حقائق وأفكار ومعلومات وقيم معرفية وحضارية، متناسية الطبيعة العالمية التي يشتمع بها الإسلام مما يحصر الخطاب الديني الإسلامي في أطر ضيقة ومحدودة تعزله عن الساحة الفكرية عزلا شبه تام ومن دون مسوغ.¹

3.2.2. أهداف البرامج الدينية

يفترض أنه إذا تكلمنا عن أهداف البرامج الدينية، فإننا يجب ألا نخرج عن سياق أو نطاق أهداف الإعلام الديني المتخصص أو الإعلام الإسلامي، مع الإقرار بوجود استثناءات ترتبط إما بواقع وظروف كل مجتمع من جهة أو بالسياسات الإعلامية للدول ومن يمتلك وسائل ومؤسسات الإعلام من جهة أخرى. كما يفترض أيضا في البرامج الدينية، أيا كانت وسيلة بثها أن تؤسس مضامينها على مبادئ وقيم حقة، تركز على الصدق والخير والتزام الوضوح والشفافية في جميع الأحوال تحت أي ظرف، والابتعاد قدر المستطاع عن التحجج بمراعاة الخلفية الثقافية والعقائدية والاجتماعية للجمهور المتلقين، وجعلها غطاءً وسببا لنشر مضامين تشويشية تبث الفرقة وأسبابها بين أبناء الأمة الواحدة، لأن البرامج الدينية المذاعة عبر وسائل الإعلام ما هي إلا أدوات ووسائل لممارسة الدعوة الإسلامية، كما يجب على القائمين على إعداد وإخراج البرامج الدينية الاجتهاد من أجل تقديم برامج جذابة غير منفرة للجمهور لإقناعه بالحكمة والموعظة الحسنة، وألا يجعلوا من هذه البرامج أدوات دعاية وتصفية حسابات سياسية قائمة على التضليل والإشاعة لبث الفرقة والاقتتال والتعصب، وللأسف فالبرامج الدينية اليوم في وسائل الإعلام العربية والإسلامية نجدها تركز على قضايا الصراع الديني والمذهبي، متجاهلة التحديات التي تواجه الأمة الإسلامية وما يحتاجه المتلقي

1. حيدر السلمي: الخطاب الديني عبر الأنترنت، مقال إلكتروني صيغة PDF، ص 06.05 عن موقع Islam2.com ، تاريخ الزيارة 2012/10/24 الساعة 18.12.

والفرد المسلم. ويقول محمد معوض أستاذ الإعلام لو قمنا بتجربة القنوات المتخصصة في مجال الدعوة للإسلام سنجد أن هناك العديد من الإيجابيات والسلبيات، أما الإيجابيات فهي تدعيم الهوية الإسلامية ونشر مبادئ الإسلام وتعاليمه وغير ذلك من الأهداف التي هي في الأصل عنوان القناة أو الغاية من إنشائها وإذا تطرقنا للسلبيات فإننا سنجد أنها تفتقر لوجود كوادر إعلامية مدربة وتفتقر للكثير من المقومات المطلوبة لإيصال الرسالة الإعلامية لجمهور المشاهدين على اختلاف مستوياتهم الثقافية والاجتماعية، كما تفتقد الكوادر القائمة على هذه أغلب الفضائيات الإسلامية للوعي الكامل والصحيح بالإسلام.

ففي هذا المجال نحن لا نسوق لبضاعة وإنما نسوق لمادة إعلامية قائمة على الثقافة الدينية فيجب أن يتحلى من يقدمها بدراية علمية واسعة بهذا الدين، وليس بالضرورة أن يكون هؤلاء من رجال الدين ولكن إعلاميين متخصصين في المجال الذي تختص القناة بتقديمه للجمهور.¹

ويمكن أن نحمل أهم أهداف البرامج الدينية في النقاط التالية:

- محاولة ترسيخ القيم الإسلامية في نفوس وعقول أفراد المجتمع من خلال إعداد برامج تهدف إلى تعميق فهمهم للشرعية الإسلامية.
- حث الجمهور المستهدف بهذا اللون من البرامج والإعلام ودفعه للتمسك بثقافته ومبادئه المشكلة لهويته العربية الإسلامية.
- منافسة الإعلام الوافد إلينا من السماء الحامل لقيم وثقافات تهدد كيان الأمم واستمرار تواجدها ثقافيا وحضاريا.
- دعوة المرأة للمساهمة في تحقيق المبادئ والمثل العليا من خلال تنشئتها للأطفال تنشئة سليمة سوية، محاولة تطعيمهم بأحكام ومبادئ الشريعة، لأن الواقع يؤكد بما لا يدع مجالا للشك أن دور الأسرة وبعض المؤسسات كالمسجد والمدرسة قد تراجع أمام تصاعد دور مؤسسات الإعلام.
- محاولة اقتناع المسلمين أن الفرد المسلم مكلف بدعوة المسلمين وغير المسلمين، كل حسب مستواه ومركزه، وأن من أعظم أساليب الدعوة أن ينعكس الإسلام على جميع تصرفاته وسلوكياته اليومية، مصداقا لقول أم المؤمنين عائشة رضي الله عنها عند وصفها للنبي محمد

1. محمد معوض: واقع البرامج الدينية، مقال بصيغة PDF، ص03. عن الموقع www.arabiyat.com/content/media

بتاريخ 2012/10/27 الساعة 18.36.

عليه السلام حيث تؤكد عديد الدراسات السوسيولوجيا أن الفرد يتأثر ويقتنع ويعتق الأفكار انطلاقاً من الملاحظة.¹

إن هذه الأهداف وغيرها تصب كلها في خندق واحد، خندق دعم رسالة الإسلام وتحسين صورته في الداخل والخارج، خاصة بعد استهداف الإسلام ورموزه من قبل إمبراطوريات الإعلام الدولية، والتي تنم على حقد دفين يرجع إلى بدايات القرن 12 وهو مستمر ولكن بوتيرة متزايدة وشرسة.²

ويرى الكاتب أديب خضور أن الإعلام الديني أو البرامج الدينية تهدف إلى:

1. تكميـه النسـم المعرفي الديني عمـه طريق نشر المعلومات والمقائـم المتعلقة بالجوانب الدينية

المختلفة مـه خلال:³

- تبليغ الدعوة ونشر رسالة الإسلام: فالإسلام دين لجميع الناس مصداقاً لقوله تعالى مخاطباً رسوله الكريم صلى الله عليه وسلم ﴿قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعاً﴾⁴ ومنوط بمحملة هذه الرسالة تبليغها لغير المسلمين من الأمم، وتوضيحها للمسلمين متبعين في ذلك منهجه صلى الله عليه وسلم، فالبرامج الدينية وسيلة من وسائل الدعوة الأساسية في هذا العصر، ومن واجباتها تثبيت عقيدة المسلمين وإبراز عظمتها
- تقديم الإسلام على حقيقته 'ناصعاً مشرقاً': فتعمل البرامج الدينية الإذاعية والتلفزيونية على تقديم الدين الإسلامي الحق، في أحسن الصور الفنية، وتبيان الأمور الفقهية والعقدية للجمهور، بأساليب إعلامية مشوقة، لتصل إلى جميع الشرائح الاجتماعية فتبصرهم بالمعلوم من الدين بالضرورة.

2. تكميـه النسـم الفكري الديني عمـه طريق تحليل وتفسير القضايا والمسائل الدينية المختلفة

من خلال بعث الفكر الإسلامي من أجل إصلاح الفرد المتلقي من خلال تبني سياسة تتفق مع ثورة المعلومات التي تحاول الاختراق والغزو العقائدي والفكري، وتشويه الشخصية

1. محمد عبده يماني: لمحات حول وسائل الإعلام، ج7، المكتبة المصرية، بيروت، 1981، ص560، 561.

2. عبد القادر طاش: صورة الإسلام في العالم الغربي، ط2، الزهراء للإعلام العربي، القاهرة، 1993، ص148.

3 أديب خضور: البرامج الدينية في البرمجة الرمضانية، مرجع سبق ذكره، ص 3، 4.

4. سورة الأعراف، الآية 158.

الإسلامية، ونشر العادات والتقاليد الغربية، فإعداد وإنتاج البرامج الدينية ضرورة لمساعدة الناس على تبني الأفكار الإيجابية وتفعيلها في مجالات الحياة، فالعقول الجبارة هي التي تكافح من أجل دمج معطيات التراث في مركب شامل هو الحياة الحضارية النامية والمتطورة، وفق الأصول الربانية وفي خدمة الأهداف السامية، بذلك تستمر ذاتنا الحضارية.¹

3. **نكوسه النسس القيمي الديني عم طريق نأكيد وترويع وترسيغ المثل والقيم الاخلاقية**
الدينية من أجل تصحيح صورة الإسلام بإعادة بناء السياسات الإعلامية أولاً في العالم الإسلامي، وهذا بالانطلاق من تصحيح أوضاع الأمة الإسلامية، وترشيد أحوالها، وتكييفها وفق المبادئ الأساسية التي تقوم على العدل والمساواة والشورى، وتقوية التضامن الإسلامي، وتعزيز التضامن بين الدول الإسلامية، لتأتي المرحلة الثانية في تصحيح هذه الصورة لدى الغرب، ولا يتم ذلك إلا بتظافر الجهود بين المؤسسات الإسلامية في إبراز نقاء وسماحة الدين الإسلامي، والوقوف في وجه الحملات المغرضة التي تعمل على تشويه الإسلام والمسلمين.²

4. **ربط الدين بقضايا العصر عم طريق تقديم الرؤى وتفسير القضايا من منظور اسلامي شرعي ثابت، ومحاولة إيجاد حلول للمشكلات التي تواجه الانسان المعاصر.**

إن ربط الحياة الاجتماعية المعاصرة بأدب الإسلام الرفيع وأحكامه السامية وقيمه المضيفة وثقافته الخصبة سيؤدي إلى تفعيل دوره الأخلاقي والفكري والسلوكي الزاهي في المجتمع، وسيؤدي لا محالة إلى إيجاد حلول عديدة للمشاكل التي يعيشها الإنسان اليوم، فالدين الإسلامي ليس ديناً غيبياً فقط يحث المنتسبين له على الإيمان بالغيبات والالتزام ببعض الشعائر التعبدية، بل ختم الله سبحانه وتعالى رسالاته السماوية بالديانة الإسلامية لتكون للعالمين النبراس المضيء، فإن وجهة النظر الإسلامية هي اصوب وجهات النظر التي عرفها الإنسان وأعد لها وأعماقها، وتفوق كل ما عرف الإنسان أو توصل اليه من ألوان الفكر والعقائد وألوان القيم والسلوك وألوان التشريعات والنظم وألوان الأخلاق والمبادئ وأنماط الفلسفة،³ فإن الإسلام هو الدين الذي أنزله

1. عبد الكريم بكار، تجديد الوعي، ط1، دار القلم، دمشق، الدار الشامية، بيروت، 2000، ص 157.

2. عبد العزيز بن عثمان التويجري، العالم الإسلامي في عصر العولمة، دط، دار الشروق، القاهرة، 1997، ص 214.

3. أديب حضور: البرامج الدينية في البرمجة الرمضانية، اتحاد الإذاعات العربية، العدد 1، 2003، ص 43.

رب العالمين لهداية البشر وكتب له الكمال والتمام وضمنه كل ما يحتاج اليه الانسان من التنظيم والهداية والرشاد لقوله تعالى: ﴿ما فرطنا في الكتاب من شيء﴾¹ ، وكما هو معلوم ليس في الاسلام جمود وعجز او رغبة في العيش في الظلام او خوف من المتاعب والمصاعب، بل ان الاسلام يدفع الانسان الى الحياة كما يجب ان تكون بالسعي، الجهد، العرق، القدرة، العطاء، النشاط، العمل وفسحة الامل والرغبة في العيش في النور.²

4.2.2. سمات البرامج الدينية

تتميز أساليب ومحتويات معالجة البرامج الدينية في الاذاعة والتلفزيون العربي بسمات هي *

1. المعلومات والمعارف التي تقدمها المواد والبرامج الدينية تتميز بأنها: عامة ومتكررة، جزئية وغير شاملة، مبعثرة وغير متماسكة، معزولة عن السياقات التي أنتجتها، مما يجعل منها معلومات ناقصة أو مضللة للرأي العام.
2. افتقار المواد والبرامج الدينية للمعالجة التفسيرية والتحليلية القادرة على الإحاطة بالحدث أو الظاهرة الدينية من أجل تعميق فهم المتلقي وخلوها من الأساليب الإقناعية المطلوبة.
3. المادة والبرامج الدينية لا تستهدف جمهورا دقيقا محددًا، الأمر الذي يؤدي الى تقديم رسائل اعلامية غير متطابقة كما يجب وحاجيات الجمهور غير ملبية كما يجب لاهتماماته وانشغالاته، وهذا راجع إلى اختلاف حاجات واهتمامات مختلف الفئات الاجتماعية.³

أما من ناحية القائم بالاتصال، فمن المتعارف عليه أن العمل الإعلامي لا يرقى إلى المستوى المطلوب إلا إذا كان هناك قائم بالاتصال ومعد برامج ومخرج وغيرهم من التقنيين والفنيين يمتازون بالتمكن والتميز والقدرة على إخراج هذا العمل بحلة تبهر الجمهور، والفصائيات الدينية كغيرها من الوسائل الإعلامية تسعى إلى جذب أكبر قدر من الجماهير، لذلك سعت إلى الاستعانة بدعاة ومشايخ لهم حضور إعلامي، يتميزون بمهارات اتصالية من أجل ضمان نجاحها، وفي هذا الصدد

1. سورة الأنعام، الآية 38.

2. ملخص لكتاب الإسلام وقضايا العصر، عن الموقع www.aawsat.com، تاريخ الزيارة 2013/06/23 الساعة 17.45 * الحكم هنا ليس مطلقا وإنما الغالب على البرامج الدينية في وسائل الإعلام السمعية والبصرية، فلا يمكن أن ننكر وجود بعض البرامج الجيدة التي تستهوي الجماهير وحققنت نجاحا كبيرا على مستوى المواضيع المعالجة، طريقة الإخراج بالإضافة إلى القدرة على جذب الجمهور والتأثير فيه، ونضرب هنا مثلا على سبيل المثال لا الحصر برنامج خواطر.

3. أديب حضور: البرامج الدينية في البرمجة الرمضانية، مرجع سبق ذكره، ص 4.

ترى ماجي الحلواني أن السبب الحقيقي وراء تراجع البرامج الدينية يرجع بصورة أساسية إلى ضعف المستوى وضعف الحضور والجاذبية الذي يعاني منه مقدموها وضيوفها، وتقول: " في البرامج الدينية يتم كسر كل المحظورات التي يحرص التلفزيون على عدم الوقوع فيها، فالمذيع لا يجرى له اختبار صوت، ولا اختبار كاميرا، ولا يتم تلقينه مبادئ الإلقاء وفن الجاذبية أمام الكاميرا، وكل ما يتم اختباره فيه هو قدرته على الحديث باللغة العربية، وقدرته على قراءة القرآن، ويفضل عادة أن يكون من خريجي الأزهر"¹

أما من ناحية الأساليب التي تقدم بها البرامج الدينية، فالملاحظ أنها لا تراعي خصائص وأساليب الاتصال، وتفتقد إلى انتقاء الوسيلة والمدح الإقناعي وآليات التأثير المناسبة، واستخدام الشكل الفني المناسب للموضوع والجمهور المستهدف وللوسيلة أيضا، والهدف المرجو تحقيقه، ومثال ذلك استخدام مدخل إقناعي ذهني مناسب للتأثير على الأطفال، أو استخدام برنامج ما مدخلا إقناعيا عاطفيا للتأثير على جمهور المثقفين، وهذا يستدعي ممارسة الإعلام الديني وفق قوانين علم الإعلام ونظرياته.²

وفيما يخص مواضيع البرامج الدينية فالملاحظ أنها قائمة على الوعظ والأداء التقليديين وإعادة الكلام مما يبعث الملل في المشاهد، فهي تشبه البرامج السياسية الدعائية والشمولية التي تعرض وجهة نظر أحادية طوال الوقت مما دفع بالجمهور للانسحاب من مشاهدة تلك البرامج، فالكلام الذي يتم مناقشته فيه رتابة ولا يمس الواقع الذي نعيشه. فراها مثلا تكثر من تحذير الجماهير من اقتراف الذنوب وتدعوهم إلى المزيد من التقرب إلى الله، برامج الرقائق على حساب تناول القضايا الحيوية، حيث يتم الاكتفاء بتقديم برامج إيمانية ناعمة تتناول التدين اللذيذ، من أجل تغذية الجوانب العاطفية دون حفز للصيد الثقافي والمعرفي للمسلم، كما حصرت البرامج في مجال العقيدة والفقه، وجمدت باقي المجالات بالرغم من أهميتها، إضافة إلى تركيز غالبية البرامج الدينية على المضمون الديني الصرف والذي يعتمد على المعلومة الدينية والتوجيه المباشر، كما تعتمد معظم البرامج الدينية على تقديم مضمونها ومادتها في قوالب تقليدية.³ في المقابل نجد أن عرض البرامج الهادفة الداعية إلى

1. مقال عن موقع www.islamweb.net/media/index تاريخ الزيارة 2013/02/12، الساعة 17.32.

2. ممدوح الصغير: البرامج والفضائيات الدينية، غائبة... مغيبة...، أم تفتقد للتخطيط عن الموقع www.arabiyat.com تاريخ الزيارة 2013/10/23 الساعة 21.11.

3. حيدر السلامي، مرجع سبق ذكره، ص 11.

الاستقامة والهداية تعرض خارج أوقات الذروة، حيث يلاحظ أنه من الضروري اختيار الأوقات المناسبة التي تسمح باستقطاب جمهور عريض من أجل متابعتها. لإيصال الرسالة وتحقيق الأهداف المرجوة من هذه البرامج.

3.2. البرامج الدينية في الإذاعات الجزائرية

1.3.2. تاريخ الإذاعة في الجزائر وأنواعها

تعد الجزائر من بين الدول العربية الأولى التي ظهرت بها الإذاعة منذ منتصف عشرينيات القرن الماضي على يد بعض المعمرين الفرنسيين، ويمكن تقسيم تاريخ الإذاعة الجزائرية وتطورها إلى 03 مراحل هي:

أ. مرحلة الاستعمار أو ما قبل الثورة التحريرية:

يعود تاريخ الإذاعة في الجزائر بالضبط إلى عام 1920*، عندما بث أحد المعمرين الفرنسيين أول إرسال عبر موجات متوسطة قدرت قوتها بـ 100 واط لترتفع إلى 600 واط بعد عام.¹ أما السلطات الاستعمارية فأنشأت أول محطة إذاعية عام 1929 تم توظيفها في عملية تزييف الواقع ومحاولة القيام بعمليات غسيل لعقول الجزائريين،² إلا أن عزوف الجزائريين عن الاستماع لهذه الإذاعة دفع بالسلطات الاستعمارية إلى إنشاء أول محطة تبث باللغة العربية عام 1943، وبقيت الإذاعة خاضعة لسلطة الاستعمار حتى عام 1945 أين أصبحت الإذاعة تابعة للحكومة الفرنسية وبمشاركة مع الحاكم العام للجزائر، ثم الاعتماد على اللغة القبائلية في إنتاج وبث البرامج المختلفة عام 1948 تحت إشراف اللجنة الجزائرية للإذاعة.³

ويقول زهير إحدادن: "أثناء هذه الفترة الاستثنائية أصبح الإشراف السياسي موزعا بين الحاكم العام للجزائر والحكومة الجزائرية، وأشرف عليها رئيس الحكومة وإدارة مستقلة للشؤون الفنية هذا من

*. توجد العديد من الدراسات التي تشير إلى اختلاف في تحديد تاريخ ظهور الإذاعة بالجزائر بين أعوام 1920، 1924 و 1925

على أيدي خواص فرنسين وتحت إشراف البريد. المصدر أبو القاسم سعد الله في كتابه، التاريخ الثقافي للجزائر، ص30.

2. ماجي الحلواني: الأنظمة الإذاعية والتلفزيونية، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص204.

2. رشيد فريخ: الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري، مذكرة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2008، ص58.

3. عواطف عبد الرحمن: الصحافة العربية في الجزائر، دط، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص59.

جهة، ومن جهة أخرى تم منح الحاكم العام امتيازات خاصة، إذ أصبح يتأثر مجلس أطلق عليه اسم اللجنة الجزائرية للإذاعة، ويتكون هذا المجلس من 06 أعضاء 03 مسلمين و03 أوروبيين وممثلين عن الموظفين والعمال التابعين للإذاعة. و رغم بعض الأرقام حول نسب الاستماع لهذه الإذاعة، إلا أن الإقبال عليها كان ضعيفا بسبب بثها للبرامج باللغة الفرنسية وكان جمهورها من الفرنسيين والمعمرين الأوربيين وسرعان ما اتجهت السلطات الفرنسية إلى إنشاء إذاعات خاصة لإنتاج وبث البرامج باللغة العربية والأمازيغية في كل من قسنطينة، وهران وبجاية وحسنت نوع البث حتى تعدت سرعة وقوة الإرسال 322 واط، وقفز عدد المستمعين من 12000 إلى حوالي 358000 عام 1956.¹

ب. أثناء الثورة التحريرية:

بعد اندلاع الثورة التحريرية الكبرى اعتمدت جبهة التحرير الوطني على إذاعات الدول العربية التي وقفت جنبا إلى جنب مع الشعب الجزائري، فأذيع بيان أول نوفمبر عبر أثر إذاعة صوت العرب في القاهرة، ثم قُدمت برامج وأخبار حول الثورة الجزائرية خاصة بعد عام 1955، حيث تم إنشاء إذاعة صوت الجزائر من تونس عام 1955، وصوت الجزائر النائرة من سوريا، وصوت الثورة الجزائرية من ليبيا، وغلب على البرامج الإذاعية المقدمة ريبورتاجات حول الثورة في الجزائر، نقل الأخبار وإذاعة الأناشيد الوطنية وبعض الحصص الدينية والاجتماعية لنشر الوعي بأهمية الثورة وضرورة تحقيق الاستقلال واسترجاع السيادة.²

بعد انعقاد مؤتمر الصومام 20 أوت 1956 تم الاتفاق على إنشاء إذاعة سرية بدأت نشاطها على الحدود الغربية للجزائر بتاريخ 16 ديسمبر، وكانت عبارة عن سيارة كبيرة الحجم بها معدات ويعمل بها حوالي 10 مناضلين، تميز إرسالها بالقصر حيث لم تتعد مدة بثها ساعتين في المساء وباللغة العربية الفصحى والدارجة، الأمازيغية والفرنسية وفق التقسيم التالي:

- ساعة كاملة باللغة العربية الفصحى، والعامية تشتمل على الأخبار العسكرية، السياسية، وبعض الأحداث الدولية
- نصف ساعة بالقبائلية.

1. زهير إحدادن: تاريخ الإذاعة والتلفزيون، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989، ص100.

2. ليندة ضيف، مرجع سبق ذكره ص161.

- نصف ساعة بالفرنسية.¹

ويقول أمين بشيشي في مقال كتبه أن هذه الإذاعة توقفت عن العمل مدة عام بين عامي 1957، 1958 نتيجة أسباب تقنية بحتة، حتى عام 1959 أين تم إنشاء الإذاعة المستقرة بالحدود المغربية، وتميزت الإذاعة المستقرة بتعدد فترات إرسالها عبر ثلاث موجات، وازداد حجم بثها الساعي ليصل إلى ستة ساعات، واستمرت الإذاعة في العمل حتى الاستقلال.²

ج. مرحلة الاستقلال (الإذاعة في ظل الدولة الجزائرية)

بعد استرجاع السيادة الوطنية، تم تأميم مؤسسة الإذاعة والتلفزيون بتاريخ 28 أكتوبر 1962، بعد أن طُرد العاملون بها بعد حرقهم للأرشيف والمعدات والتجهيزات، وورثت الجزائر شبكة إذاعية شملت أهم المدن الكبرى والمتوسطة. وبتاريخ 17 أوت 1962 تم الإعلان عبر أثر الإذاعة الوطنية عن تكليف شخصيات جزائرية للإشراف على إعداد البرامج الإذاعية، بموجب اتفاق بين الحكومة الجزائرية والسلطات الفرنسية، لكن سرعان ما استقال العمال الفرنسيون من الإذاعة بسبب إذاعة عبارة "هنا إذاعة وتلفزيون الجزائر"، ولم يمر وقت طويل حتى أبرم اتفاق جديد في 13 جانفي 1963 يقضي بتبادل البرامج بين الجزائر وفرنسا مقابل تقديم الفرنسيين مساعدات تقنية وفنية لإذاعة الجزائر.³ بقيت الأمور على هذا الحال حتى صدور مرسوم 2 نوفمبر 1967 المتضمن قرارات تحديث الهيكل التنظيمي للإذاعة والتلفزيون، مسطرا أهداف بارزة وأولويات الفترة، أين تم التركيز على محاولة تغطية جميع مناطق الجزائر دون استثناء، وتقديم الخدمات الإذاعية ليلا ونهارا دون انقطاع، وبالفعل بدأت تتجسد هذه القرارات على أرض الواقع من خلال إنشاء الشبكة الصحراوية للإذاعة، واستحداث دارين للإذاعة بكل من وهران وقسنطينة، لبث البرامج عبر الموجات الطويلة والقصيرة عام 1968 من أجل تغطية أوسع للتراب الوطني والخروج بنطاق التغطية خارج الحدود الجزائرية إلى الدول المجاورة.

دام العمل بالهيكل التنظيمي القديم إلى غاية عام 1979، تاريخ صدور قرار جديد حول إعادة هيكل مؤسسة الإذاعة والتلفزيون، حيث تم الفصل لأول مرة بين الإذاعة والتلفزيون.⁴

1. زهرة بلحاجي: الإذاعة الوطنية الجزائرية وتحقيق مبدأ الحق في الإعلام، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007، ص82.

2. أمين بشيشي: دور الإعلام في معركة التحرير. مجلة الثقافة، نسخة إلكترونية، سبتمبر، أكتوبر 1994، ص55.

3. ماجي الحلواني، عاطف العبد، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص203.

4. مالك شعباني، مرجع سبق ذكره، ص71.

• أنواع الإذاعات في الجزائر:

إن المتتبع لتاريخ الإذاعة في الجزائر يلاحظ أن الإذاعات؛ الوطنية، الجهوية، المحلية، والموضوعاتية... يلاحظ أن هذه الأنواع فرضت وجودها مجموعة من الظروف السياسية والاجتماعية خاصة ما تعلق بنظرة الدولة لوظائف هذه الوسيلة، واعتبارها وسيلة رئيسية لعملية البناء والتشييد وتطوير المجتمع وتحقيق التماسك والوحدة من خلال برامج إذاعية وإذاعات متنوعة تواكب روح العصر ومتطلباته، وتنقسم الإذاعة الجزائرية في الوقت الراهن إلى:

1. الإذاعة الوطنية:

ويطلق عليها أيضا تسمية " الإذاعة المركزية "، وهي إذاعات عادة ما تبث برامجها من عاصمة الدولة، تمتاز بقوة إرسالها الذي يغطي الحيز الجغرافي للبلد، وبرامجها عادة ما تعكس رؤية الدولة حول المواضيع والأحداث التي يتم التعرض لها ومعالجتها، وتعتبر من أهم المؤسسات في الدولة حتى أنه في حالة الانقلابات العسكرية والسياسية يتم السيطرة على الإذاعة المركزية وتذاع عبرها أخبار الانقلاب وأهدافه، كما تمتاز برامجها بالعمومية وتبتعد عن التفاصيل لأنها تخاطب جمهورا عريضا تختلف انتماءاته الاجتماعية والفكرية، وتنقسم الإذاعة الوطنية في الجزائر إلى:

- القناة الإذاعية الأولى: (القناة أو الإذاعة الرئيسية)

تمتد جذور القناة الإذاعية الأولى إلى الفترة الاستعمارية، وبالضبط إلى سنة 1943 تاريخ إنشاء الإذاعة الناطقة باللغة العربية بمنطقة "Berthenzen" شارع الشهداء حاليا، وتم تشييد وبناء استديو هات بكل وهران، تلمسان، بجاية وقسنطينة عام 1945، وبعد الاستقلال ونتيجة لقرارات مرسوم أوت 1963 تم الاعتماد على الإذاعة الناطقة بالعربية كإذاعة وقناة مركزية تتبع لها القناة الإذاعية الثانية الناطقة بالأمازيغية والقناة الإذاعية الثالثة الناطقة بالفرنسية، لأن الرئيس بن بلة اعتبر التعدد الإعلامي مناقضا لاختيارات الدولة الاشتراكية وعائقا أمام تحقيق الأهداف المسطرة لمرحلة ما بعد الاستقلال.¹

1. بن بوزة صالح: السياسة الإعلامية الجزائرية بين 1962، 1988، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، قسم الإعلام والاتصال، 1992، ص 130.

تعزز دور القناة الإذاعية الأولى في فترة السبعينات تزامنا مع سياسة التعريب التي انتهجتها الدولة الجزائرية، وكانت ضمن أولويات المسؤولين في البلاد، وما يؤشر على هذا كثرة النصوص التشريعية المتعلقة بكيفية عمل المؤسسة الإذاعية وضرورة تعريب مؤسسات الدولة عموما ومؤسسات الإعلام خصوصا، ويمكن لنا أن نسوق المثال التالي على سبيل المثال لا الحصر، فالمادة 06 من قانون الإعلام 1990 تنص على : " تصدر النشريات الدورية للإعلام العام باللغة العربية ابتداء من تاريخ صدور هذا القرار".¹

- القناة الإذاعية الثانية:

بدأ البث الإذاعي باللغة القبائلية لأول مرة في الجزائر عام 1948 في شكل حصص وبرامج عرفت آنذاك بـ " ELAKS " عبر محطة البث والإرسال المتواجدة في شارع " Villa De 04 Canon Au Tagra " المعروف حالي بشارع الشهداء، وتم التفكير في هذا النوع من الحصص والبرامج بعد أن أيقن المستعمر الفرنسي عدم متابعة الجزائريين للإذاعة الفرنسية الناطقة باللغة الفرنسية، حاول من خلال هذه الاستراتيجية الجديدة جذب الجمهور الجزائري كمرحلة أولى ثم محاولة اقناعه بأفكار تتماشى مع أطماع المستعمر، وبعد الاستقلال تم استحداث مديرية خاصة بالقناة الإذاعية الثانية الناطقة باللغة الأمازيغية*، وهي مديرية مساعدة لمديرية القناة الأولى وتابعة لها.

مرت القناة الثانية بعدد المحطات التاريخية الهامة، وبفضل نضال الصحفيين العاملين بها ارتقى مستوى أداء القناة، كما استفادت الإذاعة من اصلاحات هامة على المستوى التقني والفني، واستحدثت أقسام مستقلة كقسم الأخبار، قسم الربورتاج وقسم الرياضة. لكن سرعان ما تم إعادة هيكلة القناة الثانية بعد عام 1980، وأصبح بثها** مقتصر على مناطق الشمال الجزائري وبالضبط الوسط الجزائري.²

2. قانون الإعلام 1990، وثيقة صادرة عن لجنة الاتصال والثقافة، الجزائر، مارس 1990.

*. اللغة الأمازيغية تعني بها هنا القبائلية، التارغية، الشاوية والميزابية.

** . رغم أن القنوات الإذاعية الثلاث تابعة للمؤسسة الوطنية للإذاعة السمعية، إلا أنها تختلف في ما بينها في مجال التغطية الجغرافية، وهذا راجع إلى نظرة الدولة لكل قناة على حدا، وتوظيفها لخدمة جماعات معينة محدودة العدد تنتشر ضمن حيز جغرافي معلوم، لتحقيق جملة من الأهداف المسطرة.

2. زهرة بلحاجي، مرجع سبق ذكره، ص 86.

- القناة الإذاعية الثالثة:

وهي الإذاعة الناطقة باللغة الفرنسية، كانت تسمى في السابق بالبرامج الدولية، ولم يقتصر أدائها على اللغة الفرنسية فقط، بل كانت ترسل أموجا أثيرية باللغتين الفرنسية والانجليزية، وتميز مجال بثها بالاقتصار على مناطق محدودة.

2. الإذاعات الموضوعاتية:

ويسمى هذا النوع بالإذاعات الموضوعاتية نسبة إلى كلمة الموضوع بمعنى أنها إذاعات تتخصص في موضوع أو مجال واحد، ظهر هذا النوع من الإذاعات في الجزائر بدء من عام 1990 نتيجة الانفتاح السياسي والإعلامي، ويوجد اليوم في الساحة الإعلامية إذاعة القرآن الكريم التي انطلق بثها صبيحة 12 جويلية 1991، وتعتبر هذه الأخيرة أول إذاعة موضوعاتية في الجزائر بالإضافة إلى الإذاعة الثقافية، إذاعة البهجة الموجهة للشباب، تبث برامجها يوميا من خمس إلى عشر ساعات يوميا.¹

3. الإذاعات المحلية أو الجهوية:

ويطلق عليها أيضا الإذاعات الجوارية، ويوجد تداخل وغموض كبير في تحديد وتعريف هذا النوع، ولأن موضوع البحث يدور حول الإذاعة المحلية فسنفصل فيه أكثر في المبحث الموالي.

2.3.2. الإذاعات المحلية في الجزائر (تعريفها، أنواعها، ودواعي إنشائها)

أ. الإذاعات المحلية في الجزائر:

يتفق الباحثون على أن الإذاعة المحلية من أهم وأبرز أدوات نشر قيم الانتماء للمكان، ونشر ثقافة التضامن بين مختلف أفراد المنطقة، كما يمكن أن تكون أداة تنمية سياسية، اقتصادية واجتماعية بشرط توفر الإرادة السياسية، إلا أن الاتفاق حول أهمية ودور هذه المؤسسة والوسيلة، لم يمنع وجود الاختلاف الكبير بين الباحثين حول مفهوم الإذاعة المحلية خاصة التداخل الكبير بينها وبين الإذاعة الجهوية، الإقليمية والمحلية. ويرجع ذلك إلى صعوبة تقديم تعريف جامع مانع لمفهوم الإقليم "Région"، "Region" لأن المفهوم متشابك ومتداخل مع بعض العلوم الإنسانية مثل: الجغرافيا

1. شعباني مالك: مرجع سبق ذكره ص 115.

والسياسة والقانون، نظرا للصبغة التقديرية التي تتميز بها تلك العلوم في تعريفاتها وأحكامها. إلا أن هناك ثلاثة اتجاهات نحو تحديد الإقليم:

- **الاتجاه الأول:** اتجاه طبيعي جغرافي، ينظر إلى الإقليم على أنه قطعة من الأرض، تتأثر بعوامل الطبيعة من تضاريس ومناخ ورياح.
- **الاتجاه الثاني:** اتجاه وظيفي، متصل بالنشاط الاقتصادي والاجتماعي، فهناك إقليم زراعي وآخر صناعي وثالث رعوي.
- **الاتجاه الثالث:** اتجاه مكاني، يحدد موقع الإقليم حسب مساحته الطبيعية، أو طبقا لحدوده الإدارية.¹

هذا وتشير كلمة إقليم إلى: " منطقة جغرافية تتضمن بعض الخصائص المتجانسة التي تميزها عن الأقاليم الأخرى، أو تسمح بأن تمثل وحدة حكومية وإدارية مستقلة. وهناك استخدامات مختلفة للمصطلح من بينها الأقاليم العنصرية أو الثقافية، الأقاليم الصناعية أو الحضرية، الأقاليم الطبوغرافية أو المناخية والأقاليم الاقتصادية والإدارية والسياسية".²

كذلك فإن الإقليم " عبارة عن منطقة محددة طبقا للتقسيم الإداري للدولة وطبقا لمعايير محددة، إذ يفصل عادة بين الإقليم والآخر حاجز أو أكثر، من حواجز اللغة، الدين، الجنس والحواجز الجغرافية مثل الجبال والبحيرات والأنهار".³

وبناء عليه فإن الإقليم قد يعني وحدة حكومية أو إدارية وفقا للتقسيم الإداري للدولة ما، وقد يعني أيضا مجموعة من الدول كأن نقول الإقليم الآسيوي أو الأوربي. كما نجد أن البعض يستخدم مفهوم الإعلام الإقليمي، حيث قدم الباحث "إبراهيم إمام" تعريفا للإعلام الإقليمي على أنه هو: " الإعلام الذي ينبثق في بيئة معينة ومحددة، ويوجه إلى جماعة بعينها ترتبط ببعضها البعض في هذه البيئة، بحيث يصبح هذا الإعلام مرتبطا ارتباطا وثيقا بحاجة هؤلاء الناس ومتصل بثقافة البيئة المحلية وظروفها الواقعية"، أما الإعلام المحلي فهو نوع من الإعلام محدود النطاق، يختص باهتمام منطقة

1. إبراهيم عبد الله المسلمي: الإعلام الإقليمي، ط2، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004، ص31.

2. نخبة من الأساتذة المصريين والعرب المتخصصين، مراجعة إبراهيم مذكور: معجم العلوم الاجتماعية، دط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1975، ص379.

3. عبد المجيد شكري، مرجع سبق ذكره، ص 22.

معينة تمثل مجتمعا محليا، ويمثل انعكاسا واقعيا لثقافة ذلك المجتمع المحلي، مستهدفا خدمة احتياجات سكانه، ومحققا لتفاعلهم ومشاركتهم.¹

في الجزائر قبل عام 1990 لم يكن هذا المشكل مطروحا، لكن بعد عام 1991 نلاحظ من خلال النصوص القانونية والمواد التشريعية المنظمة لعمل المؤسسة الإذاعية أنها تأتي بصيغة ولفظ الإذاعة الجهوية.²

توجد العديد من التعريفات للإذاعة المحلية، فهناك من يعرفها تقنيا في ضوء البث المنخفض القدرة إلى منطقة سكانية متجانسة، وهناك من يشير إلى مشاركة جمهور المجتمع المحلي في إنتاج البرامج أكثر من مشاركتهم في السياسة والتخطيط، وهناك تعريفات أخرى تصف الوظائف، وتؤكد على الأهداف الجوهرية التي تتعهد بها الإذاعة المحلية، ومن هذه التعريفات نذكر:

تعريف عبد المجيد شكري: "الإذاعة المحلية جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا، تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا، محدود العدد، يعيش فوق أرض محدودة المساحة، تخاطب مجتمعا متناسقا من الناحية الاقتصادية والناحية الثقافية والناحية الاجتماعية، حيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة... فهي تتفاعل مع هذا المجتمع، تأخذ منه وتعطيه، وتقدم له الخدمات المختلفة".³

يعرفها "سعد ليبب" على أنها: "تلك الإذاعات التي تقوم بخدمة مجتمع محدود ومتناسق من النواحي الجغرافية، الاجتماعية والثقافية، على أن لا تحده حدود جغرافية حتى تشمله رقعة الإرسال المحلي، أي أن هذه الإذاعة لا شأن لها بالتقسيمات الإدارية والتخطيطية، التي قد تصطلح عليها الحكومة في فترة زمنية معينة. وتتجه الإذاعة المحلية لتقوية الروابط بين أعضاء المجتمع المحلي المتجانس الذي تخدمه، وتقوم على ربط علاقات وثيقة بين مستمعيها الذين تعرفهم وتوحد بينهم الاهتمامات المشتركة والبيئة الواحدة، وبذلك فإن أهداف الإذاعة المحلية ليست واحدة في كل المجتمعات، وإنما تخضع للمفهوم الذي يعطيه النظام السياسي للإعلام المحلي".⁴

أما الاتحاد العالمي للإذاعة المحلية فيصف الإذاعة المحلية بأنها "تستجيب لاحتياجات المجتمع المحلي الذي تخدمه، كما تساهم في تنميته، وهي تناضل من أجل ديمقراطية الاتصال من خلال

1. طارق سيد أحمد: الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص68.

2. نبيلة جعفري، مرجع سبق ذكره، ص57.

3. عبد المجيد شكري، مرجع سبق ذكره، ص113.

4. سعد ليبب: الإذاعة المحلية ودورها في التنمية الثقافية للمجتمع المحلي، مجلة الإذاعات العربية، تونس، 1985، ص124.

مشاركة المجتمع المحلي، التي تتخذ أشكالا مختلفة وفقا لكل بيئة نوعية".¹ نفهم من ذلك، أن الإذاعة المحلية ذات قوة إرسال منخفضة غالبا، وهي تخدم مجتمعا محليا متجانسا، تحاول أن تشرك أعضاؤه في أنشطتها، في محاولة لتنمية هذا المجتمع، ما يعني أن الإذاعة المحلية أحد أشكال الاتصال الأكثر التصاقا بالمجتمعات الصغيرة المتميزة، تبدأ منها وتنتهي إليها. وميّز بعض الباحثين بين الإذاعة المحلية والإقليمية من خلال بعض التعريفات:

- تعريف طارق سيد أحمد: "إن الإذاعات المحلية تخدم مجتمعا محددا متناسقا من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية، قد يكون هذا المجتمع مدينة واحدة، أو مجموعة قرى، أو مدن صغيرة متقاربة تجمعها وحدة اقتصادية وثقافية، كما تختلف الإذاعة المحلية المرتبطة بالمجتمع الخاص عن الإذاعة الإقليمية المرتبطة بالإقليم المحدد جغرافيا وإداريا، ويضم في داخله مجتمعات محلية متنوعة المعالم و الثقافات".²

انطلاقا مما سبق نستنتج أن الإذاعة إذا كانت تخدم مجتمعا صغيرا فهي إذاعة محلية، وإذا كانت تخدم مجتمعا أكبر يشمل إقليما، فهي إذاعة إقليمية، وبالتالي تصبح الإذاعة الإقليمية إذاعة تخاطب جماهير تعيش داخل إقليم محدد طبقا للتقسيم الإداري للدولة. وأن الإذاعة الإقليمية يمكن أن تكون الإذاعة الأم لإذاعة محلية، فهي تغطي بإرسالها مدينة أو دائرة محددة، تشمل إقليما داخل الدولة، وتستهدف ببرامجها التي تبثها بعض المواطنين في جزء محدد من أجزاء الدولة، بحيث يشكل هذا البعض جمهور مستمعيها.³

لكن في الجزائر، ونظرا لأن الإقليم هو الجهة، ونظرا لأن النصوص التشريعية مازالت تطلق مصطلح الإذاعة الجهوية على الإذاعة المحلية التي ظهرت في بداية التسعينات، فسيستخدم مفهوم الإذاعة الجهوية في هذه الدراسة بنفس معنى الإذاعة المحلية.

1. مالك شعباني، مرجع سبق ذكره، ص 56.

2. طارق سيد أحمد، مرجع سابق، ص 78.

3. نبيلة جعفري، مرجع سبق ذكره، ص 59.

ب. أسباب إنشاء الإذاعات المحلية

تختلف دواعي وأسباب إنشاء الإذاعات المحلية من دولة إلى أخرى ومن مرحلة تاريخية إلى مرحلة أخرى، فبعد ثورة الاتصال الجماهيري الناتجة عن ثورة تكنولوجيا الإعلام والمعلومات، برز اتجاه وتوجه جديد نحو الرجوع إلى المحلية بدءاً من العقد الأخيرة من الألفية السابقة، خاصة بعد فشل وسائل ومؤسسات الاتصال الجماهيري في مواكبة اهتمامات وتطلعات الجمهور العريض بفئاته الاجتماعية المختلفة، في ظل ما يعرف بالمجتمع الجماهيري أو جمهرة الوجود الاجتماعي، لذلك ظهرت الحاجة للاتجاه نحو الوسائل المحلية لمخاطبة جماعات معروفة وفئات اجتماعية محددة.¹

إن الاهتمام المتزايد في المنطقة العربية بالإذاعات المحلية لا يعود بالضرورة إلى استراتيجية موحدة، بل هو اهتمام طبيعي ومنطقي، خاصة إذا علمنا بأن هذا النوع من الإذاعات لا يحتاج إلى إمكانيات تقنية وبشرية كبيرة، ناهيك أن انتاج البرامج الإذاعية الخاصة بها لا تتطلب مبالغ مالية كبيرة، في المقابل نجد أن معظم الدول العربية مساحتها شاسعة وتضاريسها وعرة تفرض على القائمين على شؤون البلاد الاعتماد على الإذاعات المحلية كخيار ملائم وفعال للإعلام الجوّاري، كما أن هذا الاهتمام المتزايد بالإذاعات المحلية راجع إلى الدور الذي يمكن أن تلعبه هذه الأخيرة في المجتمع من خلال قدرتها على توجيه المستمع أو المواطن العربي نحو الاهتمام بقضايا التنمية المستدامة، محاربة الأمية، تعزيز القيم المحلية وتنبية المواطن إلى الأخطار التي تحيط به.² في ظل ما نعيشه من انفتاح إعلامي واستقبال الفرد العربي للكم الإعلامي الهائل الوافد إلينا من السماء وعبر خطوط الكابل الهاتفية، هذا المضمون الإعلامي سواء كان أجنبياً أو عربي فهو بطريقة أو أخرى يهدد تماسك المجتمع ووحدته وينخر عميقاً في المنظومة الأخلاقية والقيمية، ويهدد بطمس ملامح الثقافة الشخصية المحلية، ببساطة لأننا في عالم تتصارع وتتصادم فيه المصالح والأطماع وتكثر فيه المؤامرات والأحقاد.

وبالرجوع إلى الجزائر، فبعد الاطلاع على بعض المصادر من الكتب ورسائل الماجستير، اتضح لي أن أسباب انشاء الإذاعات المحلية في الجزائر راجع إلى عدة أسباب نذكر منها:

1. عباس محمود عوض، رشاد صالح دهوري: علم النفس الاجتماعي، دط، دار المعرفة، الإسكندرية، 2003، ص181.
2. خالد زعموم: الإذاعة في عصر الوسائط المتعددة من التخصص إلى القرب، مجلة إذاعات العرب، 2007، العدد 03، ص30.

- العجز الكبير في مجال الاتصال المؤسسي، الأمر الذي أدى إلى تعميق الهوة بين الدولة والمواطن وفاقم من أزمة غياب الثقة، بسبب الإفرازات السلبية لنظام الحكم الاشتراكي طوال ثلاث عقود.
- غياب تحقيق حق المواطن في الإعلام والذي كفلته نصوص تشريعية عديدة خاصة في المناطق المحرومة.
- عدم قدرة البث الخاص بالإذاعة الوطنية الوصول إلى المناطق النائية خاصة المناطق الحدودية، مما يجعلها عرضة لتأثير وسائل الإعلام الأجنبية.¹
- استحالة تناول ومعالجة الإذاعة المركزية لجميع القضايا التي تم جميع أفراد المجتمع وفئاته بفعل التنوع الكبير داخل المجتمع الجزائري.
- قدرة هذا الإعلام المحلي أو الجوّاري على مساعدة المؤسسات والأجهزة الرسمية التنفيذية في أداء مهامها على أساس من المشاركة الهادفة إلى تحسين الأداء والارتقاء به، تماشياً مع السياسة الوطنية التنموية.
- الحاجة الدائمة والملحة للمعلومات ذات الطبيعة المحلية، فكما هو معلوم أنّ لكل مجتمع محلي اهتماماته وأولوياته في مسيرة التنمية والتقدم المنشود، والوسيلة المحلية بحكم قربها والتصاقها بواقع المجتمع المحلي أسرع استجابة في تلبية هذه الاهتمامات. ومثال ذلك هو أن الباحثين يعتبرون قيمة القرب من أهم القيم الإخبارية في المضامين الإعلامية عموماً، فالإنسان يميل إلى معرفة أخبار وثقافات من هم أقرب إليه.²
- العمل على تنشيط الاقتصاد المحلي في كل مجتمع، والذي يرغب أصحاب الأعمال وبائعو المنتجات ومقدمو الخدمات الوصول إلى جمهور المستهلكين المحليين بطريقة سهلة، وبتكاليف مالية تتفق مع حجم نشاطهم الاقتصادي، دون تحمل أعباء مالية إضافية نتيجة نشر الرسالة الإعلانية على جمهور غير معني بها، مع استفادة هذه الوسيلة المحلية من العائد الإعلامي كمصدر هام من مصادر تمويلها.

1. مجلة جمعية المرأة في اتصال: مجلة فصلية، تعنى بشؤون المرأة، هادف حنان، المرأة والإذاعة، جانفي 2006، ص 03.

2. عبد الرزاق الحمامي: إذاعات القرب، مجلة إذاعات العربية، تونس، العدد 1، 2005، ص 85.

- الرغبة في تفعيل الثقافة المحلية في المنطقة التي تخدمها الوسيلة المحلية، وإتاحة الفرصة للأفكار المبدعة والمواهب المحلية في الظهور والانتشار، مع العناية بالحوار الثقافي المحلي.¹

أما مسعودي جودي فانطلقت من خلال الدراسة التي قامت بها عام 2003 من افتراض نظري، وهو أن أسباب إنشاء الإذاعات المحلية في الجزائر وانتشارها أسباب ثقافية إعلامية تهدف إلى التقرب من المواطن والمحافظة على الموروث الثقافي المحلي لكل منطقة، إلا أن نتائج الدراسة الميدانية أظهرت أن قرار إنشاء الإذاعات المحلية قرار ارتجالي، والدليل على ذلك غياب النصوص التشريعية المنظمة لعمل هذه المؤسسات، بالإضافة أيضا إلى غياب الدراسات العلمية المتعلقة بالإمكانيات التقنية والفنية اللازمة ووضع مقاييس وشروط إنشاء هذه المؤسسات، بل وأكثر من هذا فيرجع سبب إنشاء بعض الإذاعات المحلية إلى رغبة الأولات في تدعيم الولاية بهذا النوع من الإعلام الجوّاري، فإذا توقف الأمر عند هذا الحد فهو أمر جد إيجابي إلا أن الأسباب الحقيقية وراء هذه الرغبة من طرف بعض الأولات راجع إلى اعتبارات شخصية، التباهي، التفاخر والرغبة في تقلد مناصب عليا...²

ج. مراحل تطور الإذاعة المحلية في الجزائر

بعد الأحداث التي شهدتها الجزائر عشية أكتوبر 1988، والتوجهات السياسية والاجتماعية الجديدة التي أقرتها الحكومة الجزائرية، ونتيجة للإصلاحات التي باشرتها الدولة كبديل ضروري للخروج بالبلاد من عنق الزجاجة وللمحافظة على استقرار البلاد، تم استحداث ووضع دستور جديد سنة 1989، والذي يعتبر تاريخ دخول الجزائر مرحلة التعددية السياسية والإعلامية، حيث تم الاعتماد على الإذاعات المحلية كأدوات ضرورية لإدارة البلاد في هذه المرحلة، والقول باعتماد الدولة على هذا النوع من الإذاعات لم يأتي من فراغ فالنصوص التشريعية المختلفة تؤكد على هذا، ونذكر بعض الأمثلة على سبيل المثال لا الحصر المواد 12، 13 و 65 من قانون الإعلام 1990 والتي تنص على إنشاء مؤسسات عمومية لبث مضامين تعنى بالثقافات الشعبية عبر قنوات متخصصة. بالإضافة إلى المراسيم التنفيذية كالمرسوم رقم 91/102 و المرسوم رقم 91/103. ناهيك عن قرارات مجلس الحكومة 1995، 1996، أما حديثا فنجد دفتر الشروط الخاص بمعايير ومقاييس إنتاج البرامج في الإذاعات المحلية الصادر بتاريخ 08 فيفري 2003.³

1. نبيلة جعفري، مرجع سبق ذكره، ص 103.

2. مسعودي جودي: تجربة الإعلام المحلي في الجزائر، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2003، ص 88.

3. جعفري نبيلة، مرجع سبق ذكره، ص 105.

يسجل التاريخ أن أول إذاعة محلية تم تأسيسها في الجزائر يعود إلى 20 أبريل 1991 بمدينة بشار وأطلق عليها تسمية إذاعة "الساورة"، تلاها بعد عام إنشاء كل من إذاعة "متيجة" التي كان بثها يغطي ولاية الجزائر، بومرداس، تيبازة والبليدة، وإذاعة "الواحات" بورقلة مستهدفة كل من بسكرة، غرداية ووادي سوف، وأخيرا إذاعة السهوب التي كان مقرها ولاية الأغواط ويصل إرسالها كل من الجلفة والبيض.

أما في الفترة الممتدة بين أعوام 1992 و1996 فتأسست 10 إذاعات محلية هي: إذاعة الأهقار بولاية تمنراست، إذاعة تلمسان، إذاعة الهضاب بولاية سطيف، إذاعة الباهية بوهران، إذاعة سيرتا بقسنطينة، إذاعة تبسة، إذاعة توات بأدرار، إذاعة الصومام ببجاية وأخيرا إذاعة الواد ولاية واد سوف.¹

كما استفادت الساحة الإعلامية الجوارية بين أعوام 1997 و2002 من تأسيس إذاعة عنابة، إذاعة "الطاسيلي" بولاية إليزي، إذاعة تيارت، إذاعة تندوف، إذاعة النعامة، إذاعة "الزيان" ولاية بسكرة و أخيرا إذاعة غرداية، واطلاقا من عام 2002 تقرر إنشاء إذاعة محلية في كل ولاية ويطلق عليها مرحلة التثيت فعمت تجربة الإذاعات المحلية كامل التراب الوطني.² وكنتيجة لهذا احتلت الجزائر المرتبة الأولى من حيث نسبة الاستماع للإذاعة من خلال إحدى الدراسات الغربية، أنظر قائمة الملاحق؛ ملحق رقم 01 المتعلق بنتائج مسح ميداني حول نسب الاستماع للراديو أجري في خمسين دولة.

2.3.2. واقع البرامج الدينية في الإذاعات المحلية الجزائرية

إن الحديث عن واقع البرامج الدينية في الإذاعة الجزائرية، لا يمكن بأي حال من الأحوال أن نغزله عن المتغيرات التي تساهم أو تتدخل في تحديد ملامحه، وقبل التطرق لهذا سنحدد مفهوم الواقع.

التعريف اللغوي:

الواقع في اللغة معناه الحاصل في الواقع، و هو الشيء الموصوف بالواقع بمعنى الحصول والوجود.³ والواقع هو الشيء في ذاته *la chose en soi* أي هو الموجود ثمة أصلا.⁴

1. www.radioalgerie.dz/DCRR تاريخ الزيارة 27 فيفري 2013 .

2. جعفري نبيلة، مرجع سبق ذكره، ص 106.

3. علي بن هادية: القاموس الجديد الطلاحي، معجم عربي، دط، الشركة التونسية للتوزيع، تونس، 2007، ص 209.

4. سعيد أراق: الحوار المتمدن ، العدد: 1758، 2006/12/08

التعريف الاصطلاحي:

يُعرف الواقع على أنه: " فهم أحوال الناس و الوقائع المعاصرة، والأحداث الجارية سواء كانت عامة أو خاصة، لمعرفة حقيقتها وآثارها ووسائل حماية المجتمع من أضرارها ".
كما أن الواقع هو: خاصية لما هو معطى في التجربة، بمعنى مجموع الأشياء والحوادث الملموسة الماضية والحاضرة.¹

ويمكن أن نعرف الواقع على أنه حالة التحقق الملموس للأشياء والظواهر، من خلال عملية الاحتكاك الواقعي والملموس بالمواضيع والظواهر.

وانطلاقا من هذا فواقع البرامج الدينية في الإذاعة الجزائرية مرتبط حسب وجهة نظري الخاصة بمتغيرين هما البرمجة والسياسة الإعلامية*، وسنقدم لكل منهما عرضا موجزا بغية الخروج بنتيجة منطقية علمية حول واقع البرامج الدينية في الإذاعة الجزائرية.

1. البرمجة:

هي العملية التي تشتمل على ضبط ساعات بث كل حصة أو برنامج من شبكة البرامج، ويوجد نوعان من البرمجة برمجة أفقية و برمجة عمودية، فالبرمجة العمودية تعني برمجة الحصص كل يوم في نفس الساعة وهي تخص محطات الراديو أكثر، أما البرمجة الأفقية فتشتمل على برمجة الحصص بصيغة دورية أسبوعيا أو شهريا. إن القيام بعملية البرمجة يعني وضع قائمة من المواعيد الخاصة بالإذاعة أو التلفزيون.²

غالبا ما يقع الخلط بين مفهومي "البرنامج" و "البرمجة" وبينها حدود فاصلة، فالبرامج ظهرت بظهور الوسائل السمعية والسمعية البصرية، وهو مصطلح يشير الى الأشكال الفنية التي تشغل حيزا ومسافة زمنية محدودة، لها أسماء ثابتة تعرض في مواعيد محددة معروفة ويعرفها " Alain Le Diberder " بأنها : " مجموع الأعمال التي يتم عرضها عبر وسائل الإعلام ". بدأ الاهتمام بعمليات

1. علي بن هادية، مرجع سابق، ص209.

*. السياسة الإعلامية هي مجموع القوانين التشريعية التي تنظم عمل وسيلة إعلامية ما، تجسد رؤية الدولة لهذه الوسيلة، نحو الأدوار والوظائف التي تؤديها لخدمة النظام والمجتمع وتعرف في أدبيات الإعلام بالقوة الحديدية المتحركة في عمل وسائل الإعلام

1. Boon Milon: Lexique de L audio visual, dall02,paris,1990,p196.

البرمجة في ظل ظروف خاصة، بعد تحول وسائل الاعلام من المحلية إلى الجماهيرية، واشتداد المنافسة نتيجة تضاعف عدد مؤسسات الإعلام كمًّا ونوعًا.

إذا فالبرمجة باختصار تعني ملاءمة ساعات البث اليومي من أجل جمهور ملتقط وبتعبير أدق البرمجة هي انتقاء برامج أو عدة برامج من قبل وسيلة ما من أجل بثها خلال ساعات محددة.¹

إن البرمجة تُترجم سياسة افتتاحية وتعتبر ذات أهمية بالنسبة للمؤسسات الإعلامية، فنجدها تُدرس في الجامعات الأمريكية كاختصاص تابع لعلوم الاعلام والاتصال، وفي الأخير يمكن القول أن البرمجة الفعالة تتطلب الوقوف عند طبيعة المجتمع المستهدف ومعرفة مختلف حاجاته وتطلعاته والمستوى الذي وصل اليه.

وكخلاصة يمكن القول أن البرامج هي المنتج والبرمجة تعني التنظيم المنطقي للمنتج عند البث وفق حاجيات الجمهور أو القائمين على المؤسسات.²

2. السياسة الإعلامية الإذاعية:

تشترك النظم الإذاعية في الفضاء الكهرومغناطيسي وفقا للتنظيمات واللوائح الدولية السائدة، وتقدم جميع النظم الإذاعية توليفة وتشكيلة متشابهة من المواد الإذاعية، تصب كلها في ثلاث نقاط رئيسة هي الإعلام، التثقيف والتسلية، كما يتم تنظيم خريطة البرامج اليومية في جميع النظم بصورة متشابهة، وبالرغم من الخصائص المشتركة التي تجمع بين الخدمات الإذاعية في كل أنحاء العالم، إلا أن النظام الإذاعي لكل دولة يعبر عن شخصيتها المستقلة، ويعكس فلسفتها السياسية الخاصة وهويتها الثقافية، فكل دولة تضع نظامها الإذاعي وتجسده لتحقيق الصورة الذهنية التي تهدف إلى تحقيقها بما يتناسب وخططها السياسية، الاجتماعية والثقافية، يعرف هذا في أدبيات الإعلام والاتصال بالسياسة الإعلامية،³ ويقول أنتوني سميث: " إن كل مجتمع يطور نظامه الإذاعي ليحقق الصورة الذهنية التي يتطلع إليها، وربما تتلاءم مع وضعه السياسي، الاقتصادي، الجغرافي. " وتخضع البرمجة الإذاعية إلى العديد من المتغيرات التي تحدد شكلها وأهدافها والوظائف التي تؤديها، وتختلف شدة

2. Jacques Natiaze et Jean Barda: Dictionnaire de Multimedia, 2^{eme} edition, afor, paris, p 90.

2. فوزية بوقرولة: البرمجة التلفزيونية في محيط متغير، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2004، ص26.

3. حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار: الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، مرجع سبق ذكره، ص40.

تأثير هذه المتغيرات من متغير إلى آخر ومن دولة إلى أخرى، لعل أبرز متغير يؤثر التأثير المباشر والكبير وهو السياسة الإعلامية في البلد أو التي يضعها ملاك الوسائل الإعلامية. وإذا أردنا التحدث عن السياسة الإعلامية في التشريع الجزائري، فستبرز للواجهة مرحلتين أساسيتين مر بهما الإعلام في الجزائر، نلاحظ في كل مرحلة كيفية توظيف وسائل الإعلام عموماً والإذاعة خصوصاً،¹ في ظل ما تعيشه البلاد من تحديات على الصعيد الداخلي والخارجي، ففي السنوات الأولى للاستقلال استحوذت الدولة على جميع وسائل الإعلام من أجل توظيفها في مرحلة البناء والتشييد بعد معركة التحرير، وتم تحديد المهام والوظائف الأساسية لوسائل الإعلام في دستوري 1963 و1982.

ففي دستور 1963 مثلاً نجد المواد 22، 23 و26 تضبط حدود الحرية التي نصت عليها المادة 19 من أجل ضمان عدم استخدام وسائل الإعلام في أعمال تضر بمصالح الجزائر والمواطن الجزائري وجبهة التحرير خصوصاً،² وفي ظل هذا الواقع تم اعتبار الإذاعة وسيلة أيديولوجية تعمل على تحقيق التنمية وفق نهج اشتراكي، وهو ما عبر عنه صراحة ميثاق 1976 حيث تم تسخير الإذاعة لمساندة توجهات الدولة من أجل إحداث تغيرات جمة على المستوى الاجتماعي، الاقتصادي والثقافي وتم التركيز على الإذاعة بسبب الخصائص المميزة لها، خاصة إذا علمنا أن حوالي 80% من المجتمع الجزائري كان أمياً وقدراته الشرائية جد محدودة ضف إلى ذلك اتساع مساحة البلاد واختلاف اللغات والعادات والتقاليد.... إلا أن الأحداث التي عاشتها الجزائر عشية أكتوبر 1988 ساهمت في دخول الجزائر مرحلتها الثانية، مرحلة التعددية السياسية والإعلامية، بالرغم من أن الأحداث حسب أغلبية الدارسين كانت السبب الرئيس الذي دفع برجال السياسة في البلاد إلى تغير السياسات والاستراتيجيات، إلا أن البعض الآخر يرى بأن مطالب الناس في تلك الفترة لم تكن سياسية ولا إعلامية بل كانت اجتماعية اقتصادية،³ مما يطرح وجهة نظر جديدة أن التوجه نحو الانفتاح

1. حسن عماد مكاي: إنتاج برامج الراديو، دط، النظرية والتطبيق، مكتبة الأنجلو، القاهرة، 1989، ص 95-96.
2. فوزي أو الصديق: الوافي في شرح القانون الدستوري، النظرية العامة للدساتير، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001، ص 57.
3. الأمين شريط: الوجيز في القانون الدستوري والمؤسسات السياسية المقارنة، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1997، ص 155.

السياسي والإعلامي كان معدا مسبقا وتعتبر أحداث 1988 بمثابة الجسر الذي عبرت من خلاله الإصلاحات التي شهدتها المنظومة السياسية، الاجتماعية، الثقافية... ومنذ صدور قانون الإعلام 1990 تحولت وتغيرت وجهة نظر المسؤولين للإذاعة وأصبحت تؤدي وظائف يمكن حصرها في الإعلام، التثقيف والتسلية من خلال ما تقدمه من برامج متنوعة تمس مختلف جوانب الحياة، وبدأ التركيز على إنشاء الإذاعات المحلية ودخلت الإذاعة مرحلة الخدمة العمومية، وتمحورت السياسة الإعلامية للإذاعة الجزائرية على:

- **الإعانة الحكومية:** وهي الميزانية المخصصة لقطاع السمعي البصري، وهي ميزانيات جد ضخمة إذا ما قورنت مع ميزانية الوسائل المطبوعة، وهذا التفاوت راجع إلى رؤية وفلسفة الدولة.

- **توسيع شبكات الإذاعة:** حيث تركز اهتمام المسؤولين الجزائريين حول تدعيم الشبكات والإرسال من أجل تغطية كامل التراب الوطني وخارجه.

- **انتشار استعمال أجهزة الراديو:** بعد عام 1990 عملت الحكومة الجزائرية على توفير الأجهزة ودعم أسعارها لجعلها في متناول جميع فئات المجتمع الجزائري.

والملاحظ أن السياسة الإعلامية الخاصة بالإذاعة في الجزائر لازالت تعكس مرحلة لها مميزاتها الخاصة، ومن غير المعقول أن هذه السياسة لازالت هي نفسها منذ 1990، فمن الضروري إعادة النظر في هذه السياسات بما يتماشى مع حاجات المجتمع وأفراده خاصة ونحن نعيش عصر القرية الصغير أو العمارة الواحدة.¹ وهو الرأي الذي أبداه وزير الإعلام الجزائري ناصر مهل، حيث صرح الوزير يوم 25 - 06 - 2011، من خنشلة أنه يجب على الإذاعة الوطنية رفع التحدي المزدوج المتمثل في "مواكبة الإصلاحات" التي قررها رئيس الجمهورية، والقيام بـ "إصلاح الذات" في سياق الإصلاحات التي باشرها قطاع الاتصال، وألح الوزير، في مداخلته في افتتاح أشغال ندوة إطارات الإذاعة الجزائرية بحضور المدير العام للإذاعة الوطنية "توفيق خلاوي" وإطارات مركزية لنفس المؤسسة ومسؤولي الإذاعات الجهوية من مختلف المحطات، على ضرورة "الإصغاء والحوار والنقاش الحر والمفتوح مع كل المعنيين ومع القطاعات الأخرى".²

1. نبيلة جعفري، مرجع سبق ذكره، ص 95.

2. www.djazairess.com. تاريخ الزيارة 22 فيفري 2013. عن مقال صحفي في جريدة الخبر.

ومن خلال هذه الأفكار البسيطة نلاحظ تأثير السياسة الإعلامية على إنتاج البرامج الإذاعية، وطريقة إخراجها انطلاقاً من المواضيع التي تركز عليها الحكومة.

وبعد هذه اللوحة الموجزة عن السياسة الإعلامية والبرمجة، يكمن أن نستخلص واقع البرامج الدينية في الإذاعة الجزائرية، وسنبداً بموقع البرامج الدينية ضمن الشبكة البرمجية، والمتتبع لهذا الموضوع يلاحظ ما يلي:

- البرامج الدينية في الإذاعة الجزائرية لا تلقى اهتماماً من قبل المسؤولين، والدليل على ذلك أن الجزائر تحتل المرتبة الأخيرة في نسبة هذه البرامج ضمن شبكتها البرمجية العادية، حيث تؤكد الدراسة التي أجراها عبد القادر طاش والمنشورة في مجلة الإذاعات العربية، العدد 4 لعام 2004 أن نسبة البرامج الدينية في الإذاعة الجزائرية لم تتعدى نسبة 3.33% بحجم 292 ساعة سنوياً، في المقابل نجد أن كل من دولة الأردن، قطر والمغرب تعدى حجم البرامج الدينية في إذاعاتهم 1000 ساعة سنوياً.¹ والأمر لا يتوقف عند هذا الحد فتوقيت بث هذه البرامج رغم قلتها - قليل إذا ما قارناه مع أهمية ومكانة الدين - غير مناسب، فالبرامج الدينية في وسائل الإعلام العربية عموماً والإذاعة خصوصاً تزداد في أوقات غير مناسبة وخارج أوقات الذروة.
- يعاني هذا النوع من البرامج من مشكلة تُعاني منها وسائل الإعلام العربية والإسلامية غير المتخصصة كالإذاعات المحلية في الجزائر، وتتلخص هذه المشكلة في ما يمكن أن نصفه بالازدواجية والتناقض الذي عبر عنه عبد القادر طاش بقوله: "إن مواضيع وطبيعة البرامج الدينية تتناقض مع مواضيع وطبيعة البرامج السابقة واللاحقة".² هذا ما يؤدي إلى التقليل أو حتى تفنيد الدور الذي تقوم وتؤديه البرامج الدينية.
- يلاحظ على البرامج الدينية أنها قائمة على الوعظ والأداء التقليديين وإعادة الكلام مما يبعث الملل في نفوس المستمعين، فهي تشبه البرامج السياسية الدعائية والشمولية التي تعرض وجهة نظر أحادية طوال الوقت وبالتالي نفور الجماهير من متابعة هذا النوع من البرامج، فالكلام الذي يتم مناقشته فيه رتابة ولا يمس الواقع الذي نعيشه، ولا تأخذ البرامج الدينية كثيراً من

1. عبد القادر طاش: الخطاب الديني في البرامج الإذاعية والتلفزيونية، مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد 4، 2004، ص 15.

2. عبد القادر طاش: اضاءات حول الإعلام الإسلامي، كتاب الأمة، قطر، العدد 28، 1991، ص 38.

الأمر الذي يجب مراعاتها في الخطاب الديني المعاصر في أساسه وجوهره والذي يجب أن يقوم على قيم خلقية مستنبطة من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم.

إن دراسة واقع البرامج الدينية من حيث الإنتاج والأشكال الفنية، يزود الباحث والمهتم انشاء الله بتصورات علمية دقيقة إلى حد ما، حول جدوى هذه البرامج وتبيان أوجه قوتها ونقاط ضعفها والقصور الذي يعترئها، في ظل المعطيات والظروف الاجتماعية، الثقافية والسياسية التي تعمل خلالها بغية تحقيق الفائدة المرجوة منها. وبناء عليه فإن البرامج الدينية في الإذاعات المحلية الجزائرية تحتاج إلى إعادة نظر من قبل المسؤولين، إذا ما أُريد لها أن تؤدي وظائفها، لا أن تكون مجرد شكل براجمي يملأ فراغا في شبكة البرامج.

خُلاصة:

لقد حاولنا في هذا الفصل التعرض إلى كل الجوانب المتعلقة بالجانب النظري للدراسة، من إذاعة وبرامج دينية انتهاءً بالبرامج الدينية وواقعها في الإذاعة المحلية الجزائرية، وكخلاصة لهذا الفصل يمكن القول بأنه إذا أردنا أن تؤدي وسائل الإعلام دوراً في تنمية المجتمع، والمساهمة في الحفاظ على هويته ومقومات شخصيته، لا بد من الأخذ بالأسباب والسعي بجهد وإخلاص لتحقيقها، خاصة إذا تعلق الأمر بالدين الإسلامي وفي ظل الظروف الصعبة التي تعيشها مختلف أقطار العالم العربي الإسلامي، لذلك وجب على المعنيين والمهتمين إخضاع الممارسات الإعلامية لمزيد من البحث والدراسة، لاستخلاص القيم والمعايير والقوانين حتى نؤسس لإعلام حق يساهم في البناء والتطوير لا الهدم والتدمير.

الفصل الثالث

عرض وتفسير نتائج الدراسة التحليلية

- عرض وتحليل بيانات
- فئات ماذا قيل؟
- فئات كيف قيل؟
- الخلاصة والاستنتاجات

الفصل الثالث: عرض وتفسير نتائج الدراسة التحليلية

سنحاول في هذا العنصر التوصل إلى نتائج حول البرامج الدينية المذاعة عبر أثر إذاعة أم البواقي المحلية، من خلال عرض وتحليل برامج عينة الدراسة ومحاولة تفسيرها.

1. عرصة وتحليل بيانات فئات ماذا قيل؟

1.1. فئات الموضوع

تم تقسيم محتوى الدراسة التحليلية إلى فئات رئيسية تمثلت في الموضوعات العقدية، الفقهية، الفكرية، الاجتماعية والسياسية، هذه الأخيرة - الموضوعات - تم تقسيمها أيضا إلى موضوعات فرعية، كما هو موضح في الصفحة 23.

ملاحظة:

تم الاعتماد على الموضوع كوحدة تحليلية، أما بخصوص وحدة العد والقياس فتم اللجوء إلى استخدام وحدة الفكرة حسب تكرارها الدالة في مضمون الموضوع.

جدول رقم 04 يوضح فئات الموضوع

النسبة %	المجموع	بقلب مفتوح		ندوة الجمعية		حكم الدين		دينه ودينيا		الحصص الموضوعات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
18.51	25	00	00	41.66	05	16.07	09	20.57	11	الموضوعات العقدية
47.40	64	00	00	16.66	08	67.85	38	33.96	18	الموضوعات الفقهية
11.11	15	25	02	08.33	01	00	00	22.64	12	الموضوعات الفكرية
22.96	31	75	06	03.33	04	16.07	09	22.64	12	الموضوعات الاجتماعية
00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	الموضوعات السياسية
100	135	100	08	100	12	100	56	100	53	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 04 أن بياناته متعلقة بنوع المواضيع التي يتم تناولها في البرامج الدينية المقدمة عبر إذاعة أم البواقي المحلية، ويهدف هذا الجدول إلى الإجابة على تساؤل محوري في الدراسة التحليلية، ما هي المواضيع التي تعالجها وتتركز عليها البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية؟ ومن خلال أرقام الجدول نلاحظ أن مجموع التكرارات بلغ 135 تكرارا، موزع على 05 مواضيع رئيسية، واحتلت البرامج الخاصة بالمسائل الفقهية المرتبة الأولى بنسبة 47.40%، بينما تقاربت نسبة الموضوعات الاجتماعية والعقدية بنسبة 22.96% و 18.51% تواليا، تلاها الموضوعات الفكرية بنسبة 11.11%، بينما لم يتم تناول أي موضوع ساسي خلال فترة الدراسة، ويمكن تفسير هذه الإحصائيات بتركيز كل برنامج على جانب معين من جوانب الحياة، فبرنامج دين ودنيا مثلا برنامج اجتماعي بامتياز تُعالج وتطرح خلاله مواضيع تهم فئات وشرائع واسعة من المجتمع، وتفسرها تفسيراً شرعياً يستند إلى مبادئ الشريعة الإسلامية ومحاولة إيجاد حلول لها، إلا أن الملاحظ هو تكريس النظرة القاصرة للدين وحصره في مواضيع محددة لا يُسمح بتجاوزها إلى الموضوعات السياسية، الاقتصادية، التشريعية ... فالأصل في كلمة الدين الاتساع والشمول لا الضيق والارتباط بجانب أو زاوية من زوايا حياة المجتمع الإسلامي.

ومن خلال الجداول التالية أراد الطالب أن يكشف عن الموضوعات الفرعية للموضوعات الرئيسية الخمس من أجل التوضيح والتفصيل أكثر.

جدول 05: يوضح الموضوعات العقدية في البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية

النسبة %	المجموع	بقلب مفتوح		ندوة الجمعة		حكم الدين		دين ودنيا		الحصص موضوع العقدية
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
20	05	00	00	40	02	22.22	02	09.09	01	التوحيد
24	06	00	00	40	02	22.22	02	18.18	02	الشرك
16	04	00	00	00	00	33.33	03	09.09	01	البدعة والمذاهب الفاسدة
28	07	00	00	00	00	22.22	02	45.45	05	الرزق
12	03	00	00	20	01	00	00	18.18	02	القضاء والقدر
100	25	100	00	100	05	100	09	100	11	المجموع

من خلال قراءة الجدول أعلاه نلاحظ التباين في تركيز البرنامج على الموضوعات الفرعية العقدية، ففي برنامج دين ودنيا نجد النسبة الغالبة تركزت في موضوع الرزق بنسبة 45.45%، بينما في برنامج

حكم الدين تركزت في موضوع البدعة والمذاهب الفاسدة بنسبة **33.33%**، أما في برنامج ندوة الجمعة فالنسب توضح تقارباً في المواضيع العقدية المتناولة في البرنامج.

جدول 06: يوضح الموضوعات الفقهية في البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية

النسبة %	المجموع	بقلب مفتوح		ندوة الجمعة		حكم الدين		دين ودنيا		الخصص الفقهية	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
9.37	06	00	00	00	00	13.15	05	5.55	01	الصلوة	فقه العبادات
17.18	11	00	00	00	00	28.94	11	00	00	الصوم	
07.81	05	00	00	00	00	7.89	03	11.11	02	الزكاة	
15.62	10	00	00	37.5	03	18.42	07	00	00	الكفارة	
6.25	04	00	00	00	00	10.52	04	00	00	الحج والنفاذ	
9.37	06	00	00	00	00	15.78	06	00	00	البيع	فقه المعاملات
10.93	07	00	00	62.5	05	00	00	11.11	02	العشرة الزوجية	
20.31	13	00	00	00	00	00	00	72.22	13	تربية الأبناء	
03.12	02	00	00	00	00	5.26	02	00	00	الميراث	
100	64	100	00	100	08	100	38	100	18	المجموع	

من خلال قراءة أرقام الجدول أعلاه نلاحظ أن برنامج دين ودنيا كان أكثر تنوعاً من ناحية الموضوعات الفقهية التي تم التعرض لها، عكس باقي البرامج التي انحصرت اهتمامها في موضوع أو موضوعين على الأكثر، ويمكن أن نرجع هذا إلى طبيعة كل برنامج، وفي رأي هذا ما يفترض أن تكون عليه البرامج الدينية في وسائل الإعلام، بحيث نخصص لكل موضوع برنامج يقدم بطريقة تتلاءم وطبيعته.

جدول 07: يوضح الموضوعات الفكرية في البرامج الدينية لإذاعة أم البواقي المحلية

النسبة %	المجموع	بقلب مفتوح		ندوة الجمعة		حكم الدين		دينه ودنيا		الحصص الفكرية
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
07.14	01	00	00	00	00	00	00	08.33	01	الإرهاب
14.28	02	00	00	00	00	00	00	16.66	02	المذهبية
28.57	04	00	00	00	00	00	00	33.33	04	التطرف
00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	الإسلام السياسي
50	07	100	02	100	01	00	00	41.66	05	التربية في الإسلام
100	14	100	02	100	01	100	00	100	12	المجموع

من خلال الأرقام المتحصل عليها من الجدول أعلاه، يتضح للقارئ أن الموضوعات الفكرية تكاد تنعدم في البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية، وهذا راجع في رأيي إلى ملكية هذه الوسيلة للدولة، فالأفكار والقضايا المثارة في المضمون الديني الذي تقدمه غالبا ما يرتبط باتجاه النظام السياسي الحاكم نحو هذه القضايا والموضوعات، مما يحد من قدرة هذه البرامج على معالجة قضايا وموضوعات مهمة ومُلحة.

جدول 08: يوضح الموضوعات الاجتماعية في البرامج الدينية لإذاعة أم البواقي المحلية

النسبة %	المجموع	بقلب مفتوح		ندوة الجمعة		حكم الدين		دينه ودنيا		الحصص الاجتماعية
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
3.22	01	00	00	00	00	00	00	08.33	01	كفالة اليتيم
19.35	06	33.33	02	16.66	00	33.33	03	08.33	01	حقوق المرأة
35.48	11	50	03	08.33	00	11.11	01	58.33	07	حقوق الطفل
6.45	02	00	00	25	01	11.11	01	00	00	احترام الجار
12.90	04	16.66	01	00	00	22.22	02	08.33	01	نظافة المحيط
22.58	07	00	00	75	03	22.22	02	16.66	02	الرشوة
100	31	100	06	100	04	100	09	100	12	المجموع

من خلال الأرقام المتحصل عليها من الجدول، يتضح أن البرامج الدينية الأربع تناولت الموضوعات الاجتماعية، إلا أننا نلاحظ أنها متباينة من برنامج إلى آخر، ففي برنامج دين ودنيا وبقلب مفتوح استحوذ موضوع الطفل على النسبة الغالبة قدرت بـ 58.33% و 50% تواليها، أما برنامج حكم الدين في أسئلة المستمعين فتقاربت نسب المواضيع الاجتماعية المطروحة للنقاش.

2.1. فئة مصادر الاستشهاد :

تجيب هذه الفئة على سؤال إلى من تنسب الأقوال، وما هو المرجع أو المصدر الذي تنسب إليه المادة الإعلامية، فكما هو معلوم فإن مصداقية المادة الإعلامية تتوقف بشكل كبير على المصادر التي تعتمد عليها، ويهدف هذا الجدول هو الآخر إلى الإجابة على تساؤل محوري في الدراسة التحليلية ما هي المصادر التي تنسب إليها ويستشهد بها على مضامين المادة الإعلامية الدينية؟ ملاحظة: تم الاعتماد على كل نوع أو مصدر من مصادر الاستشهاد كوحدة تحليلية، وفي نفس الوقت كوحدة للعد والقياس.

جدول رقم 09 يوضح مصادر الاستشهاد

المصدر	الحصة الدينية		دينه ودنيا		حكم الدين		ندوة الجمعة		بقلب مفتوح		المجموع	النسبة %
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
القرآن الكريم	34	23.44	10	16.39	17	50	12	13.63	73	22.25		
السنة أو الحديث	40	27.58	31	50.81	06	17.64	08	09.09	85	25.91		
أقوال الصحابة	13	08.96	03	04.91	02	03.27	05	05.66	23	07.01		
أقوال الفقهاء	22	15.17	11	18.03	02	03.27	00	00	35	10.67		
أقوال المخصصين	11	07.58	02	03.27	00	00	32	36.36	45	13.71		
أقوال الجمهور	03	02.06	00	00	00	00	10	11.36	13	03.96		
أقوال القائل بالاتصال	06	04.13	01	01.63	04	06.55	02	02.27	13	03.96		
أقوال الشخصيات المستضافة	14	09.65	02	03.27	03	04.91	15	17.04	34	10.36		
الأمثال والحكم الشعبية	02	01.37	01	01.63	00	00	04	04.54	07	02.13		
المجموع	145	100	61	100	34	100	88	100	328	100		

يوضح الجدول رقم 09 نوع المصادر التي يُعتمد عليها في صياغة وإخراج المادة الإعلامية الدينية، حيث نلاحظ أن البرامج الدينية الأربع تعتمد على مجموعة متنوعة من المصادر، بلغ عددها 328 مصدرا أو تكرارا، حيث نجد أن النسبة الغالبة على مصادر الاستشهاد تركزت في كل من الحديث أو السنة والقرآن الكريم بنسبة بلغت 25.91% و 22.25% وهذا إن دل عن شيء فإنما يدل على حرص القائمين على هذه البرامج الاعتماد على المصادر التي تتماشى وطبيعة هذه البرامج خاصة تلك المتعلقة بالمسائل العقدية والفقهية، بينما تقاربت نسب الاستشهاد بكل من أقوال المتخصصين، أقوال الفقهاء، الشخصيات المستضافة وأقوال الصحابة، أين تراوحت نسبهم بين 14% و 10%.

وبالرجوع إلى كل برنامج على حدى نجد أن المرتبة الأولى من حيث الاستشهاد تباينت من برنامج إلى آخر، فاحتل القرآن الكريم المرتبة الأولى بالنسبة لبرنامجي دين ودنيا وندوة الجمعة، وتم الاعتماد في برنامج حكم الدين في أسئلة المستمعين بدرجة أولى على السنة أو الحديث، وأخيرا تم الاستشهاد بأقوال المتخصصين في برنامج بقلب مفتوح أكثر من باقي المصادر. وهذه النتائج المتحصل عليها يظهر أنها منطقية بحيث جاءت مصادر الاستشهاد ملائمة إلى حد كبير مع طبيعة كل برنامج وموضوع.

غير أن الطالب لاحظ من خلال عملية تفريغ المادة الإعلامية الخاصة ببرنامج حكم الدين في أسئلة المستمعين تناقصا كبيرا في عملية الاستشهاد بالمصادر الأنفة الذكر إذا ما قارناها مع برنامج دين ودنيا ومقارنة أيضا بطبيعة البرنامج، خاصة ما تعلق بمصادر القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة وأقوال الفقهاء لأن برنامج حكم الدين برنامج للفتاوى، وجمهور الإذاعة جمهور عام أو من عامة الناس يحتاج إلى تفصيل في القضايا أكثر، ويظهر من خلال إجابات الشخصية المستضافة أن فتواه عبارة عن رأي شخصي تغيب عنه مصادر الاستشهاد، هذا من جهة، ومن جهة أخرى توجد بعض المسائل التي تحتاج إلى شرح مستفيض مقرون بأدلة وأقوال الفقهاء حتى يؤدي هذا البرنامج دوره في إزالة اللبس والإشكال عن المواضيع والمسائل التي يطرحها المستمعون، ويساهم في رفع المستوى الثقافي ونشر الوعي لدى المستمعين.

3.1. فئة القيم:

تُمكن هذه الفئة الباحث من تحديد واستنباط نوع القيم التي تتضمنها الموضوعات أو البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية، وهذا بالإجابة على تساؤل رئيسي في الدراسات التحليلية، وهي في هذه الدراسة تجيب على التساؤل ما هي القيم التي تتضمنها البرامج الدينية المذاعة عبر أثر إذاعة أم البواقي؟

ملاحظة:

تم الاعتماد على القيمة كوحدة تحليلية، أما بخصوص وحدة العد والقياس فتم اللجوء إلى استخدام وحدة الفكرة حسب تكراراتها الدالة في مضمون كل برنامج.

جدول رقم 10 يوضح فئة القيم

الحصة الدينية القيم	ديسه ودينيا		حكم الديسه		ندوة الجمعة		بقلب مفتوح		المجموع	النسبة %
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
العلم والمعرفة	12	25	04	44.44	12	35.29	24	66.66	52	40.94
الصدق	09	18.75	00	00	01	02.94	06	16.66	16	12.59
الإرادة	10	20.83	00	00	07	20.58	03	08.33	20	15.74
القناعة	00	00	03	33.33	00	00	01	02.77	04	03.14
التسامح	06	12.50	02	22.22	11	32.35	02	05.55	21	16.53
الصراحة	11	22.91	00	00	03	08.82	00	00	14	11.02
المجموع	48	100	09	100	34	100	36	100	127	100

يكشف الجدول رقم 10 القيم التي يحاول القائمون على البرامج الدينية المذاعة عبر أثر إذاعة الجزائر من أم البواقي تمريرها للمستمعين وإبرازها، ومحاولة غرسها في نفوس وعقول أفراد المجتمع، حيث تبين القيم والأرقام الخاصة بالجدول سعي القائمين على هذا اللون من البرامج تكريس قيمة العلم والمعرفة حيث بلغت نسبتها 40.94%، وهذا إن دل إن شيء فإنما يدل على مكانة وأهمية العلم والمعرفة في حياة الفرد المسلم وأن الدين الإسلامي دين منح للعلم مكانة خاصة والدليل على

ذلك ما جاء في القرآن الكريم والسنة النبوية، وأن الحل في معالجة الكثير من المشاكل التي يتخبط فيها المجتمع اليوم، يعود سببها إلى الجهل أو نقصان العلم والفهم الصحيح للقضايا والأحداث، وحلت في المرتبة الثانية قيمة التسامح بنسبة 16.53%، ويمكن تفسير هذه النتيجة بكثرة اتصالات واستفسارات المتصلين والمتابعين للبرامج حول مسائل تدور حول مشاكل الميراث، الاختلاف الفكري والمذهبي، صلة الأرحام... فما يكون من القائمين على هذه البرامج إلى محاولة إيجاد مكان لقيمة التسامح التي يكمن الحل فيها في رأي الخاص، في ظل طغيان الحقد وآفة الكره والبغض، أما المرتبة الثالثة فكانت لقيمة الإرادة حيث بلغت نسبتها 15.74%، وتقاربت نسب كل من قيمة الصدق والصراحة بـ 12.59% و 11.02% على التوالي، وما يمكن الإشارة إليه أن هذه القيم جد مهمة وضرورية في أي مجتمع، فهي أساس العلاقات الجيدة بين الأفراد، والعلاقات الجيدة هي مفتاح تماسك الجماعات وأداة جد مهمة لحل المشاكل، ولذا يمكن تفسير ظهور هذه القيم بهذا الترتيب، خاصة وأن البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي تأخذ طابعا اجتماعيا بامتياز.

4.1. فئة الهدف:

تعتبر هذه الفئة من أهم الفئات المساعدة على الكشف عن الأهداف التي يسعى القائمون على إنتاج المادة الإعلامية الوصول إليها وتحقيقها، فكما هو معلوم لا يمكن أن نتصور مادة إعلامية تخلو من أهداف معلنة أو ضمنية، ومن خلال هذه الدراسة سنحاول الإجابة على التساؤل ما هي الأهداف التي تسعى البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي لتحقيقها؟

ملاحظة:

تم الاعتماد على الهدف كوحدة تحليلية، أما بخصوص وحدة العد والقياس فتم اللجوء إلى استخدام وحدة الفكرة حسب تكرارها الدالة في مضمون كل برنامج.

جدول رقم 11 يوضح فئة الهدف من الموضوع

الهدف	دينه ودنيا		حكم الدين		ندوة الجمعة		بقلب مفتوح		المجموع	النسبة %
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
تربوي وعظمي	32	50.79	14	29.16	18	45	24	42.85	88	42.51
تعليمي وتثقيفي	31	49.20	34	70.83	22	55	32	57.14	119	57.48
المجموع	63	100	48	100	40	100	56	100	207	100

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن بياناته متعلقة بهدف المواضيع التي يتم تناولها في البرامج الدينية المقدمة عبر إذاعة أم البواقي المحلية، ويهدف هذا الجدول إلى الإجابة على تساؤل محوري في الدراسة التحليلية، ما هي الأهداف التي تسعى البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي لتحقيقها؟ وبعد عملية التفريغ تحصلنا على:

- الهدف التعليمي التثقيفي جاء في المرتبة الأولى بـ 119 تكراراً، بنسبة بلغت 57.48%.
- الهدف التربوي الوعظي بلغت تكراراته في البرامج الدينية الأربع 88 تكراراً، بنسبة 42.51%.

ويمكن تفسير تقارب نسب أهداف البرامج الدينية بطبيعة البرامج في حد ذاتها، فكل من برنامجي حكم الدين في أسئلة المستمعين وندوة الجمعة برامج ذات طابع تعليمي تثقيفي، على غرار برنامجي دين ودنيا وقلب مفتوح فهما برنامجين تربويين بامتياز خاصة أثناء فترة إجراء الدراسة، وهذا التفسير لا يعني أن هدف برنامج معين هو تربوي وعظمي أو تعليمي تثقيفي صرف، فالهدف من البرامج يرجع أولاً وأخيراً إلى موضوع البرنامج.

5.1. فئة الجمهور المستهدف

إن الحديث عن وسائل الاتصال ومضامينها، يجر الباحث والدارس إلى محاولة الكشف على جزئية جوهرية في العملية الاتصالية ألا وهي الجمهور، حيث يُعتبر هذا الأخير نقطة بداية أي عمل إعلامي، في حال ما أريد لهذا المضمون أن يُحقق الأهداف المرجوة، وتسعى كل وسيلة إعلامية إلى التأثير في جمهور محدد من خلال انتاج مضامين تتوافق مع خصائص ومميزات هذا الجمهور، وهذا ما

سيتم الكشف عنه في هذا العنصر، وذلك بالإجابة على التساؤل ما هو الجمهور المستهدف من تقديم البرامج الدينية؟ كما أن الجمهور هو الهدف المقصود من العملية الاتصالية، ولا شك أن فهم الجمهور وخصائصه وظروفه، سيلعب دورا مهما في إدراك معنى الرسالة ودرجة تأثيرها في عقلية ذلك الجمهور (الرأي العام) ، وسنحاول معرفة هذا من خلال الدراسة الميدانية لاحقا

ملاحظة:

تم الاعتماد على فئة الجمهور كوحدة تحليلية، أما بخصوص وحدة العد والقياس فتم اللجوء إلى استخدام وحدة الفكرة حسب تكراراتها الدالة في مضمون كل برنامج.

جدول رقم 12 يوضح فئة الجمهور المستهدف

الحصة الدينية الجمهور	ديره ودنيا		حكم الديره		ندوة الجمعة		بقلب مفتوح		المجموع	النسبة %
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
الآباء	08.25	09	04.56	02	15.38	04	58.44	45	60	23.52
الأئمة	24.77	27	04.56	02	00	00	10.38	08	37	14.50
الإداريون	11.92	13	00	00	00	00	02.59	02	15	05.82
الأساتذة	02.75	03	00	00	00	00	06.49	05	08	03.13
الساكنات في البيت	0.91	01	18.60	08	03.84	01	11.68	09	19	07.45
عموم الناس	51.37	56	72.03	31	80.76	21	10.38	08	116	45.49
المجموع	100	109	100	43	100	26	100	77	255	100

يتضح من خلال الجدول رقم 12 أن بياناته متعلقة بفئة الجمهور المستهدف بالبرامج الدينية الأربع محل الدراسة والمذاعة عبر أثر إذاعة أم البواقي، وذلك بغية الإجابة على التساؤل ما هو الجمهور المستهدف من تقديم البرامج الدينية؟

ومن خلال القراءة الأولية للبيانات، نلاحظ أن مجموع التكرارات بلغ 255 تكرارا، موزع بنسب كالتالي:

- عموم الناس بنسبة 45.49% وبالرجوع إلى البرامج نجد أن برنامج دين ودنيا يخاطب عموم الناس بنسبة 51.37%.
- الآباء بنسبة 23.52%، وبخصوص البرنامج الذي ركز أكثر على فئة الآباء برنامج بقلب مفتوح حيث بلغت نسبة استهداف هذه الفئة 65.21%.
- الأئمة بنسبة 14.50%، والملاحظ أن هذه الفئة استهدفت في برنامج دين ودنيا وحكم الدين في أسئلة المستمعين بـ 24.77% و 04.56% تواليا.

وما يمكن استنتاجه أن البرامج الدينية تستهدف أكبر عدد ممكن من الشرائح والفئات الاجتماعية من أجل توجيهها وتنقيفها وإزالة اللبس والغموض عن بعض المسائل، والمساهمة في وضع خطط وحلول للمشاكل، الظواهر والمستجدات في المجتمع، إلا أن الملاحظ أيضا غياب الحديث عن فئة من يسهر على أمور الرعية من مسؤولين ومنتخبين وغيرهم، لا للتشهير بهم بل كمحاولة لتذكير هؤلاء بما لهم وما عليهم، وأن المسؤولية الملقاة على عاتقهم تكليف لهم لا تشريف فقط، من خلال الاستشهاد ببعض رموز الدولة الإسلامية قديما وحديثا.

2. عرصه وتحليل بيانات فئات الشكل: (فئات كيف قيل)

وهي الفئة التي تصنف المحتوى الشكلي للمضمون الإعلامي، لأن الشكل الذي تعرض به المادة الإعلامية من أهم العناصر إذا لم نقل أهمها التي تدفع بالجمهور إلى الإقبال على المضامين ومتابعتها وإمكانية التأثير بها.

1.2. فئة الشكل: وتستخدم عادة للتفريق بين القوالب الفنية التي تعرض وتقدم بها المادة

الإعلامية، وتصنف القوالب والأشكال الفنية في الإذاعة إلى أخبار، دراما، منوعات، أحاديث، ندوات، لقاءات، مناظرات، وثائقيات... إلا أن الدراسة القبلية والاطلاع على البرامج الدينية الإذاعية تبين أنها تعتمد على ثلاث قوالب أو أشكال إعلامية كما سنبينه في الجدول التالي:

جدول رقم 13 يوضح فئة الشكل

النسبة %	المجموع	بقلب مفتوح		ندوة الجمعة		حكم الدين		دينه ودنيا		الحصة الدينية الشكل
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
56.25	09	100	04	33.33	01	00	00	100	04	برنامج حوار
18.75	03	00	00	66.66	03	00	00	00	00	الندوة الإذاعية
25	04	00	00	00	00	100	04	00	00	برنامج الفتاوى
100	16	100	04	100	04	100	04	100	04	المجموع

يكشف الجدول رقم 13 أن الغالب على البرامج الدينية المقدمة من خلال إذاعة الجزائر من أم البواقي الطابع الحواري، حيث نسبة إنتاج هذه البرامج وفق قوالب حوارية نسبة 56.25%، بمعنى أن برنامجين يقدمان بهذا الشكل الذي يعد من أكثر برامج وسائل الإعلام المعاصرة انتشاراً ونجاحاً في توصيل الرسالة الإعلامية إلى المستمعين والمشاهدين، كما تؤدي البرامج الحوارية سواء أكانت ترفيهية ، سياسية ، اجتماعية، تثقيفية، دينية أو اجتماعية دوراً أساسياً في تشكيل اتجاهات الرأي العام من خلال تناول موضوعات وقضايا تهم هذا الجمهور العام أحياناً وفتحات اجتماعية محددة أحياناً أخرى. وعلى العموم فإن البرامج الحوارية التي تلقى إقبلاً جماهيرياً واسعاً في مختلف أنحاء العالم، ويتوقف نجاح هذه البرامج على عناصر عدة أهمها:

- الإعداد الجيد للأسئلة.
- وقدرة الإذاعي على الحوار والتفاعل مع الضيف
- محاولة توفير الظروف اللازمة لإبقاء حالة التفاعل بين الضيف والمخاور قبل وأثناء إجراء المقابلة.¹

تساعد البرامج الحوارية في كشف عن الحقائق وإعطاء المعلومات حول موضوعات مختلفة تهم الجمهور المتابع للوسيلة التي تبث هذا النوع من البرامج، وبعد عملية تحليل أعداد البرنامجين (البالغ عددهما 08 أعداد بالإضافة إلى عدد من برنامج ندوة الجمعة نظراً لظروف خاصة) لاحظنا توفيقاً إلى حد ما لمقدمي البرنامجين وقدرة الشخصية المستضافة الأستاذ عبد الوهاب العمري في كلا

1. حسن عماد مكاي، عادل عبد الغفار: الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، مرجع سبق ذكره، ص 75.

البرنامجين على التفاعل مع الأسئلة المطروحة من قبل مقدمي البرنامج وحتى مع أسئلة وتدخلات المستمعين من أجل إثراء النقاش والتعرض لمختلف زوايا موضوع محل الدراسة، والدليل على هذا متابعة جمهور عريض لهذين البرنامجين وهم ما أكدت عليه الدراسة الميدانية، وكذلك معدل اتصال الجمهور في كل حصة.

2.2. فئة اللغة: إن اللغة أهمية بالغة في العملية الاتصالية، إذ تدخل في نطاق الخبرة المشتركة

بين القائم بالاتصال والمتلقي، والتي تزيد في فاعلية الاتصال، من خلال زيادة قدرة الجمهور على فهم المضمون الإعلامي، وهي من الفئات الأساسية في بحوث تحليل المضمون، فمن خلالها يمكن الإجابة على التساؤل ما نوع ومستوى اللغة المستخدمة والمعتمدة في تقديم البرامج الدينية؟

ملاحظة:

تم الاعتماد على فئة الشكل كوحدة تحليلية، أما بخصوص وحدة العد والقياس فاخترنا وحدة الجملة وذلك حسب تكراراتها الدالة في مضمون كل برنامج.

جدول رقم 14 يوضح فئة اللغة

النسبة %	المجموع	بقلب مفتوح		ندوة الجمعة		حكم الديرة		ديرة ودنيا		الحصة الدينية اللغة
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
60.57	189	57.37	70	57.44	27	82.92	34	56.31	58	لغة فصحي
36.85	115	37.70	46	40.42	19	12.19	05	43.68	45	لغة دراجة
01.28	04	01.63	02	02.12	01	04.87	02	00	00	لغة شامية
01.28	04	03.27	04	00	00	00	00	00	00	لغة أجنبية
100	312	100	122	100	47	100	41	100	103	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 14 أن بياناته متعلقة بفئة اللغة المستخدمة في البرامج الدينية محل الدراسة والمذاعة عبر أثر إذاعة أم البواقي، وذلك بغية الإجابة على التساؤل ما نوع ومستوى اللغة المستخدمة والمعتمدة في تقديم البرامج الدينية؟ وبعد عملية التفرغ تحصل الطالب على 312 تكرار، وجاءت اللغة الفصحى في المرتبة الأولى بـ 189 تكراراً ونسبة 60.57%، تلاها في المرتبة الثانية

الاعتماد على اللغة العربية الدراجة بـ 115 تكرارا بنسبة 36.85%، بينما لم يتم الاعتماد على اللغة الشاوية والأجنبية بشكل كبير فلم تتجاوز نسبتهما مجتمعين الـ 03%، وبالرجوع إلى البرامج فجميعها يتم عرض مواضيعها باللغة العربية الفصحى ولاحظ الطالب أن استخدام اللغة الدراجة في كثير من الأحيان لتقريب المعنى وتبسيط بعض الأفكار وشرحها أكثر وهذا طبعا لعلم القائمين على البرامج أن المتابعين والمستمعين لهذه البرامج جمهور عام يتميز غالبية بالمستوى العلمي والثقافي المحدود، غير أن الملاحظ أن الاعتماد على اللغة العربية الفصحى في برنامج حكم الدين في أسئلة المستمعين بلغ 82.92%، وهي النسبة الأكبر في كل البرامج، وفي اعتقادي أن هذا البرنامج يفترض أن يستخدم أكثر اللغة الدراجة أو العامية لأنه من خلال متابعة هذا البرنامج لاحظت أن غالبية المتصلين من خلال اللغة التي يطرحون بها أسئلتهم هم من عامة الناس ولديهم مستوى محدود من المعرفة اللغوية.

3.2. فئة الأساليب الإقناعية (طريقة تحقيق الأهداف)

تتيح هذه الفئة للدراسة إمكانية الكشف على أهم الأساليب المستخدمة في أي مادة إعلامية سواء كانت مكتوبة، سمعية، سمعية بصرية. وهذا في سبيل إيصال الأفكار وإقناع الجمهور بها، وتحقيق الأهداف المرجوة من إعداد وتقديم المضامين الإعلامية بمختلف أنواعها. وبعد الإطلاع على المراجع العلمية تم الاعتماد على:

- فئة أساليب الإقناع العقلية: الدليل والبرهان، الإحصائيات والأرقام، الاستشهاد بالواقع، الحكم الشرعي، ضرب الأمثلة.
- فئة أساليب الإقناع العاطفية: ترغيب وترهيب، ذكر إيجابيات الشيء وإهمال سلبياته، الاستعانة بالضيوف، الاستشهاد بالشخصيات

ملاحظة:

تم الاعتماد على فئة الأساليب الإقناعية كوحدة تحليلية، أما بخصوص وحدة العد والقياس فتم الاعتماد وحدة الفكرة حسب تكراراتها الدالة في مضمون كل برنامج.

جدول رقم 15 يوضح فئة الأساليب الإقناعية

النسبة %	المجموع	بقلب مفتوح		ندوة الجمعة		حكم الدين		دين ودنيا		الحصة الدينية الأساليب الإقناعية
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
53.09	163	51.72	60	42.59	23	31.91	15	72.22	65	الأساليب العقلية
47.89	144	48.27	56	57.40	31	68.08	32	27.77	25	الأساليب العاطفية
100	307	100	116	100	54	100	47	100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن بياناته متعلقة بالأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج الدينية المقدمة في إذاعة الجزائر من أم البواقي، ويهدف هذا الجدول إلى الإجابة على تساؤل محوري في الدراسة التحليلية، ما هي الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي؟ ومن خلال القراءة الأولية للبيانات أعلاه، نجد أن المجموع الكلي للأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج الدينية محل الدراسة بلغ 307 تكراراً، توزعت هذه الأساليب على:

- الأساليب العقلية بلغ عدد تكراراتها 163 أي بنسبة 53.09%

- الأساليب العاطفية بلغ عدد تكراراتها 144 أي بنسبة 47.89%

إن أول ما يجذب عين القارئ هو التقارب في نسب الاعتماد على الأسلوبين في البرامج الدينية الأربع، حيث نلاحظ أيضاً من خلال الجدول أن توزيع المرتبة الأولى كان مناصفة بين البرامج؛ فالأساليب العقلية احتلت المرتبة الأولى في برنامجي دين ودنيا بنسبة 72.22% و 51.72% لبرنامج بقلب مفتوح، أما الأساليب العاطفية فاحتلت هي الأخرى المرتبة الأولى في برنامجي حكم الدين و ندوة الجمعة بنسبة 68.08% و 57.40% على التوالي.

وما يمكن أن نفسر به هذه النتائج هو طبيعة وهدف كل برنامج وهو ما تؤكد نتائج الجدول رقم 04 حيث وجدنا أن الهدف من البرامج الدينية جاء تعليمي تثقيفي بنسبة 57.48% وتربوي وعظي بنسبة 42.51%، وهذا يبرر النتائج المتحصل عليها بالنسبة للأساليب الإقناعية، فكلما كان الهدف من البرنامج تعليمي تثقيفي كلما زاد الاعتماد على الأساليب الإقناعية العقلية كالحجج والبراهين، الاستشهاد بالواقع، إعطاء الأمثلة ... والعكس صحيح كلما كان الهدف من البرنامج تربوي وعظي كلما زاد الاعتماد على الأساليب الإقناعية العاطفية.

وهذا تفصيل للأساليب الإقناعية لكل برنامج ديني في إذاعة أم البواقي المحلية:
جدول رقم 16 يوضح تفصيل فئة الأساليب الإقناعية

النسبة	المجموع	بقلب مفتوح		ندوة الجمعة		حكم الدين		دينه ودينه		المخصص الأساليب الإقناعية	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
22.07	69	37.06	43	11.11	06	17.02	08	13.33	12	الدليل والبرهان	الإستمالات العقلية
04.23	13	03.44	04	09.25	05	00	00	4.44	04	الإحصائيات والأرقام	
11.40	35	09.48	11	05.55	03	04.25	02	10	09	الاستشهاد بالواقع	
07.81	24	00	00	14.81	08	08.51	04	13.33	12	الحكم الشرعي	
11.40	35	01.72	02	01.85	01	2.12	01	34.44	31	إعطاء امثلة	
24.40	78	22.41	26	27.77	15	42.55	20	18.88	17	ترغيب وترهيب	الإستمالات العاطفية
05.21	16	04.31	05	12.96	07	08.51	04	00	00	ذكر إيجابيات الشيء وإهمال سلبياته	
06.02	21	12.06	14	12.96	07	00	00	00	00	الاستعانة بالضيوف	
07.46	26	09.48	11	03.70	02	17.02	08	5.55	05	الاستشهاد بالشخصيات	
100	307	100	116	100	54	100	47	100	90	المجموع	

يتضح من خلال الجدول أعلاه، الاختلاف في نسب الاعتماد على الإستمالات الإقناعية في البرنامج الواحد، فمثلا يطغى استخدام الإستمالات العقلية على برنامج دين ودينه، عكس برنامج حكم الدين في أسئلة المستمعين، حيث تم التركيز على الأساليب العاطفية أكثر من الأساليب العقلية، وشد انتباهه الطالب اعتماد كل من برنامجي دين ودينه وقلب مفتوح على الأساليب العقلية، والسبب في رأي راجع إلى بروز شخصية مقدم البرنامج.

الخلاصة والاستنتاجات:

تعتبر مرحلة عرض النتائج مرحلة مهمة وركن أساسي في عملية البحث، بحيث لا يكتفي الدارس أو الباحث بعرض الوقائع والأرقام، وإنما لابد من مناقشتها والتعقيب عليها، ومن خلال عملية عرض البيانات وتفسير أرقام الجداول الخاصة بالدراسة التحليلية يتضح أن:

- البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية تهتم وتركز على الموضوعات الفقهية بنسبة بلغت **41.73%**، وهي نسبة عالية فالفارق بينها وبين المواضيع المتبقية كبيرة، وهذا راجع في رأيي إلى الفهم القاصر للدين، فالإسلام جاء ليكون منهجاً شاملاً للحياة بجميع جوانبها ومجالاتها واضعاً للإنسان معالم لنظمه الاجتماعية المختلفة، لتتوافق هذه النظم مع الغاية الرئيسة لوجوده، وهي استخلاف الله له في الأرض ليُعمِّرها وفق منهج الله وتحقيقاً لعبادته وحده، وارتباط المسلم بإسلامه ليس ارتباطاً عاطفياً روحياً فحسب فهو إلى جانب ذلك ارتباط واقعي علمي من خلال تطبيق شرائع الإسلام وتعاليمه السامية وتوجيهاته الربانية في مجموعة من النظم الإسلامية التي حكمت حياة المسلمين في شؤونهم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والمدنية والعسكرية، وخلاصة القول أن معظم المسلمين تحوّل ارتباطهم بالإسلام في العصر الحاضر إلى مجرد ارتباط عاطفي محدود، يكتفي فيه المسلم بإقامة شعائره التعبدية، وتركيزه نفسه بالرياضيات الروحية والأخلاقية الفردية، ولهذا نجد أن البرامج الدينية تميل لهذه الموضوعات.
- تنوعت مصادر الاستشهاد في البرامج الدينية، وهذا التنوع راجع في اعتقادي إلى تنوع المواضيع الدينية، حيث أن لكل برنامج طابعه الخاص يفرض نوعاً معيناً من المصادر، ونجد أن القرآن الكريم والسنة النبوية احتلا المراتب الأولى، وما يمكن أن نفسر به هذا هو محاولة إضفاء نوع من المصداقية على المادة الإعلامية حتى يتقبلها المستقبل أو الجمهور، في ظل ما نعيشه من انتشار للمذاهب والأفكار الفاسدة.

- كشفت الدراسة أن العلم والمعرفة من أبرز القيم التي يتم إبرازها من خلال البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية، حيث بلغت نسبتها 40.94% وهو أمر منطقي إذا ما عدنا إلى المواضيع التي تتناولها وتعالجها البرامج الدينية محل الدراسة.
- توصلت الدراسة التحليلية فيما يخص أهداف البرامج الدينية المذاعة عبر إذاعة أم البواقي المحلية، أن التعليم والتثقيف والتربية والوعظ من أبرز أهداف هذه البرامج، حيث لاحظنا تقريبا في نسب المهدفين بـ 57.48% و 42.51%، إلا أن الطالب لاحظ من خلال عملية التحليل أنه توجد أهداف ضمنية يمكن استنتاجها من خلال متابعة نوعية الأسئلة المطروحة وطريقة الإجابة واستشارة بعض الأفكار والقضايا، ولعل أبرز هدف يمكن ملاحظته هو التأكيد على ضرورة التمسك بالمذهب المالكي، خاصة ما تعلق بالمسائل الفقهية والعقدية.
- أشارت نتائج الدراسة التحليلية فيما يخص الجمهور المستهدف بهذا اللون من البرامج الإذاعية، إلى أن هذه الأخيرة تستهدف الجمهور العام أو بتعبير آخر عموم الناس، ولكن بالرجوع إلا كل برنامج على حد، وكل حصة أو موضوع على حد، نجد أن كل برنامج يركز على فئة اجتماعية معينة يستهدفها.
- هيمنت القوالب الحوارية على البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية، إذا أن نصف عدد البرامج ينتج وفق هذا الشكل الإعلامي، ويعتبر هذا القالب الأنسب لهذا النوع من البرامج، وذلك مراعاة لخصوصية الرسالة والوسيلة في آن واحد، خاصة وأن الدراسات العلمية المختلفة تؤكد على أن أسلوب الحديث الذي يطبع هذا اللون من البرامج في وسائل الإعلام عموما والتلفزيون خصوصا من أهم أسباب عزوف ونفور الجمهور من متابعة البرامج الدينية.
- يعتمد القائمون على إعداد وتقديم البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية على اللغة العربية الفصحى بدرجة أولى، ثم اللغة العربية الدارجة بدرجة ثانية، لأن بعض النقاط وبعض الشروحات تحتاج إلى استخدام لغة ميسرة أو غالبية على لسان الجمهور

المستهدف، وما يمكن قوله في هذه الجزئية هو أن استخدام والاهتمام بلغة القرآن الكريم أمر جيد يستحق الثناء والتنويه، إلا أن جمهور الإذاعة عموماً يعتبر استثناء ومشكلة، فالغالب على هذا الجمهور المستوى العلمي المحدود ما يطرح تساؤل حول اللغة المناسبة لمخاطبة هذا الجمهور والوصول إلى عقله وقلبه، وهذا يمكن أن يكون موضوع بحث بحد ذاته ضمن سلسلة بحوث اللغة وإشكالية التلقي.

- تشير المعطيات والبيانات الرقمية المتحصل عليها من خلال عملية تحليل البرامج الدينية محل الدراسة، إلى اعتماد القائمين على هذه البرامج على الأساليب الإقناعية وعدم إهمالها، حتى أن النتائج تُظهر تقارب في نسب الاعتماد على الإستمالات العقلية والعاطفية، تنوعت بحسب الموقف وطبيعة الموضوع، فالأساليب الإقناعية كما هو معلوم ضرورية من أجل تثبيت وإيصال الأفكار المتضمنة في المادة الإعلامية إلى عقل وقلب الجمهور المتلقي لها.

الفصل الرابع

عرضه وتفسير نتائج الدراسة الميدانية

• عرض وتحليل بيانات

- عادات وأنماط أفراد العينة للبرامج الدينية وعادات الاستماع لها
- الإشباعات المحققة من متابعة البرامج الدينية
- رأي الجمهور في البرامج الدينية

• النتائج العامة للدراسة

الفصل الرابع : عرصة وتفسير نتائج الدراسة الميدانية

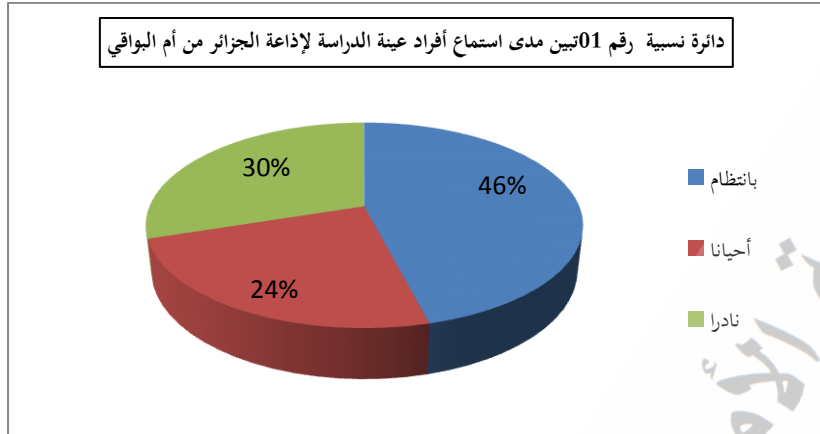
نستعرض في هذا الفصل نتائج الدراسة الميدانية، من خلال شرح النتائج وتفسيرها باستخدام التكرارات ونسبها بواسطة جداول بسيطة وأخرى مركبة، والاعتماد على الرسوم البيانية من أجل تبسيط وتوضيح كيفية استخدام أفراد عينة الدراسة للبرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي، ومختلف الإشباعات المحققة من هذا الاستخدام.

1.4. عادات وأنماط متابعة أفراد العينة للبرامج الدينية

جدول رقم 17: يبين مدى استماع أفراد العينة لإذاعة أم البواقي

النسبة %	التكرار	الفئة
46	69	بانتظام
24	36	أحيانا
30	45	نادرا
100	150	المجموع

يتضح من خلال قراءة الجدول رقم 17 أن مفردات عينة الدراسة يستمعون لإذاعة الجزائر من أم البواقي بانتظام بنسبة بلغت 46 %، فيما تقاربت كل من نسب الاستماع أحيانا ونادرا بـ 24 % و 30 % تواليا، وما يفسر هذه النسب، هو أن عينة الدراسة كانت قصدية، أي تحري الطالب لمفردات تستمع لإذاعة الجزائر من أم البواقي من أجل استخلاص نتائج علمية حول موضوع الدراسة، وما يفسر متابعة أفراد العينة لهذه الوسيلة بانتظام هو خصائصها السوسيوديمغرافية، إذا يتوفر لهذه العينة عامل الوقت، بسبب طبيعة الوظيفة التي يشغلها أفراد العينة؛ إذا كما هو معلوم فإن الاستماع للإذاعة قد يكون نشاطا مصاحبا للنشاط الرئيسي في غالب الأحيان لدى مفردات العينة كسائقي السيارات وأصحاب المحال التجارية، فالاستماع للإذاعة غير مقيد زمانيا ومكانيا وزادت التكنولوجيات الحديثة في سهولة استخدامها، وأخيرا يمكن أيضا تفسير هذه الأرقام بالمستوى التعليمي لمفردات عينة الدراسة وميلها للغة التي يتم بها إنتاج البرامج الإذاعية. وأما الذين يستمعون للإذاعة نادرا فيمكن أن يكون السبب في ذلك راجع إلى أن الإذاعة ليست الوسيلة الإعلامية الأكثر متابعة من قبل هؤلاء، كما يمكن أن يرجع السبب إلى أن مفردات العينة يلجؤون لمتابعة الإذاعة للحصول على معلومات أو أخبار تتلاءم ومحلية هذه الوسيلة.



جدول رقم 18: يبين ترتيب عينة الدراسة للبرامج الإذاعية الأكثر أهمية

البرامج الإذاعية	الترتبة	التكرار	المعامل	المجموع	المجموع	الرتبة
البرامج الإخبارية	1	34	8	272	808	02
	2	17	7	119		
	3	39	6	234		
	4	16	5	80		
	5	11	4	44		
	6	03	3	09		
	7	20	2	40		
	8	10	1	10		
برامج سياسية	1	07	8	56	581	06
	2	19	7	133		
	3	24	6	144		
	4	09	5	45		
	5	31	4	124		
	6	04	3	12		
	7	11	2	22		
	8	45	1	45		
برامج ترفيهية	1	68	8	544	964	01
	2	22	7	154		
	3	19	6	114		
	4	21	5	105		
	5	03	4	12		
	6	05	3	15		
	7	10	2	20		
	8	02	1	02		
برامج صحية	1	00	8	00	534	07
	2	04	7	28		
	3	18	6	108		
	4	07	5	35		
	5	56	4	224		
	6	31	3	93		
	7	12	2	24		
	8	22	1	22		

04	789	152	8	19	1	برامج دينية
		224	7	32	2	
		144	6	24	3	
		80	5	16	4	
		52	4	13	5	
		135	3	45	6	
		2	2	01	7	
		00	1	00	8	
03	801	176	8	22	1	برامج رياضية
		105	7	15	2	
		258	6	43	3	
		105	5	21	4	
		104	4	26	5	
		30	3	10	6	
		00	2	00	7	
		13	1	13	8	
05	703	96	8	12	1	برامج المسابقات
		182	7	26	2	
		114	6	19	3	
		205	5	41	4	
		36	4	09	5	
		21	3	07	6	
		26	2	13	7	
		23	1	23	8	
08	40	40	8	05	1	برامج ثقافية
		00	7	00	2	
		00	6	00	3	
		00	5	00	4	
		00	4	00	5	
		00	3	00	6	
		00	2	00	7	
		00	1	00	8	

يوضح الجدول أعلاه ترتيب البرامج الإذاعية حسب أهميتها لدى عينة الدراسة، حيث احتلت البرامج الترفيهية المرتبة الأولى، تلتها برامج الأخبار، واحتلت البرامج الثقافية المرتبة الأخيرة بعد أن تم اعتمادها كبديل نتيجة تحصلنا على إجابات المبحوثين قدرت بـ 05 تكرارات، وسنوضح الترتيب النهائي في الشكل التالي :

الترتيب	البرنامج
1	البرامج الترفيهية
2	البرامج الإخبارية
3	البرامج الرياضية
4	البرامج الدينية
5	برامج المسابقات
6	البرامج السياسية
7	البرامج الصحية
8	البرامج الثقافية

ومن خلال هذه النتائج المتحصل عليها يتبين أن الجمهور يستمع للإذاعات المحلية وللإذاعة عموماً من أجل الترفيه، حيث ويلجأ الجمهور عادة لمتابعة البرامج الإذاعية للترفيه عن نفسه، وهو أمر مرتبط بالفئات الأكثر استخداماً ومتابعة للبرامج الإذاعية كالتجار، سائقي السيارات والماكثات في البيت. ومن خلال هذه النتائج نلاحظ أيضاً أن البرامج الدينية احتلت المرتبة الرابعة وهي مرتبة قريبة من نتائج كل من دراسة جعفري نبيلة وضيف ليندة، أين أظهرت نتائج دراسة الطالبتين أن البرامج الدينية تحتل المرتبة الثالثة ضمن تحديد عينة الدراسة للبرامج الأكثر تفضيلاً.

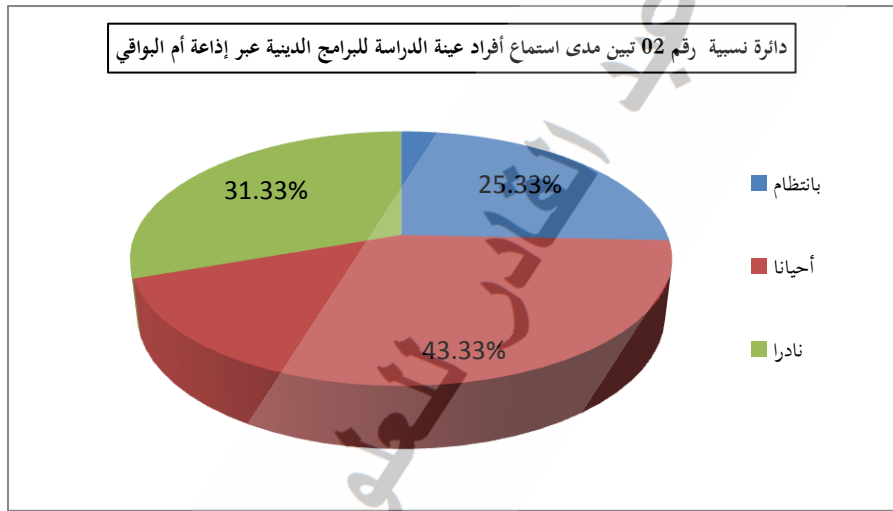
جدول رقم 19: يبين مدى متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية

النسبة %	التكرار	مدى المتابعة
25.33	38	بانتظام
43.33	65	أحيانا
31.33	47	نادرا
100	150	المجموع

يتضح من خلال قراءة الجدول رقم 19 أن من مفردات عينة الدراسة تختلف في متابعتها للبرامج الدينية، حيث يظهر أن النسبة الكبيرة من أفراد العينة أحيانا ما يستمعون للبرامج الدينية بنسبة 43.33%، تلتها نسبة 31.33% من مفردات عينة الدراسة نادرا ما يستمعون للبرامج الدينية، نجد في الأخير نسبة 25.33% يستمعون للبرامج الدينية بانتظام.

وما يمكن استنتاجه من هذه النسب، أن البرامج الدينية لا تلقى اهتماما كبيرا من قبل الجمهور مقارنة بالبرامج الأخرى، حتى أنه يمكن القول أن الجمهور لا يهتم بالبرامج والموضوعات الدينية في

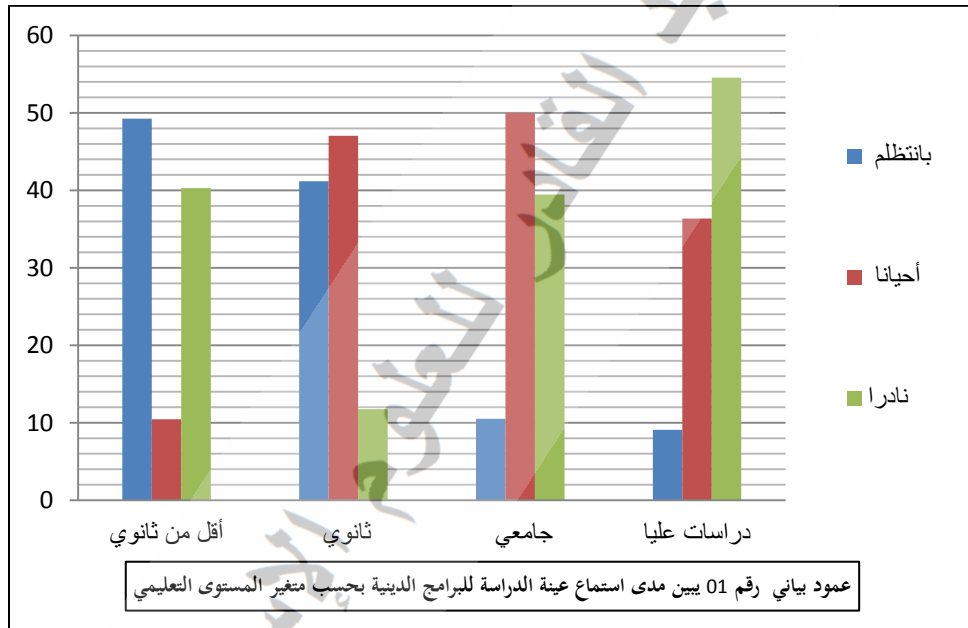
الإذاعة كما يهتم بها في وسائل الإعلام الأخرى. فثلثي العينة لا يستمعون للبرامج الدينية بانتظام بالرغم من أوقات بث البرامج في إذاعة أم البواقي يمكن اعتبارها موائمة إلى حد ما، والسبب في رأي راجع إلى أن المادة الدينية تحتاج أكثر إلى عنصر الصورة المصاحب للصوت، وهذا راجع إلى حساسية هذه المواضيع، فالمضامين الدينية عبارة عن مواد إعلامية جادة تستهدف أفكار، اتجاهات، فئات الأفراد، في المقابل يعد الاستدلال البصري من أهم العوامل المساعدة على اقتناع الناس، حتى أن الدارس لعلوم الإعلام والاتصال لديه جملة من المسلمات "الصورة هي الحقيقة"، كما أن الأشكال الفنية التي تقدم بها البرامج الدينية الإذاعية لا ترتقي ولا تنافس باقي البرامج خاصة البرامج الترفيهية.



جدول رقم 20 يبين مدى استماع عينة الدراسة للبرامج الدينية بحسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي		أقل من ثانوي		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع	
متابعة البرامج الدينية		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
بانتظام		49.25	33	41.17	14	10.52	04	09.09	01	34.66	52
أحيانا		10.44	07	47.05	16	50	19	36.36	04	30.66	46
نادرا		40.29	27	11.76	04	39.47	15	54.54	06	34.66	52
المجموع		100	67	100	34	100	38	100	11	100	150
كا ² المحسوبة: 36.85		د=6				كا ² الجدولية: 12.59					

يبين الجدول رقم 20 تصنيف مفردات العينة إلى فئات حسب مدى استماعها لبرامج إذاعة أم البواقي المحلية، حيث نلاحظ تراجع الاستماع بصفة منتظمة كلما ارتفع المستوى التعليمي، بينما تتقارب نسب استماع عينة الدراسة للبرامج الدينية عند البديل أحيانا. ويمكن تفسير ذلك على أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي للفرد كلما زاد الاعتماد على وسائل إعلامية أخرى وقل اعتماده على الإذاعة، كما يقل الاعتماد على وسائل الإعلام (التقليدية) للحصول على المعلومات الدينية أو الثقافة الدينية ، خاصة لدى الفئات العمرية المتوسطة، فالدراسات¹ تؤكد أن الشباب لا يعتمد على الإذاعة بنفس درجة اعتماده على الإنترنت والتلفزيون وهو ما تؤكد هذه النسب أيضا، بحيث يستمع الجامعي للبرامج الدينية بانتظام بنسبة 10.52% بينما نجد لها لدى فئة أقل من ثانوي تقارب نسبة 50% بـ 49.25%.



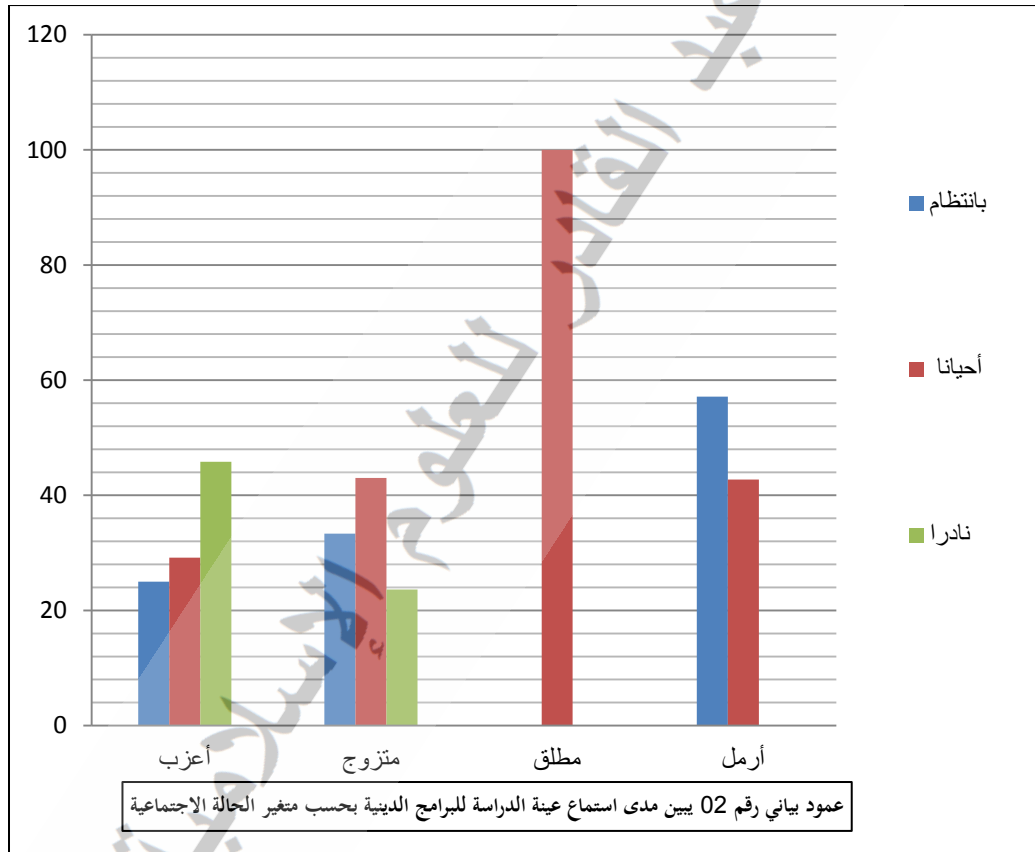
وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن كا² المحسوبة تساوي 38.85 وهي أكبر من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 6 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استماع عينة الدراسة للبرامج الدينية ومتغير المستوى التعليمي

1. نصير بوعلي: أثر البث التلفزيوني المباشر على الشباب الجزائري، دكتوراه، جامعة الجزائر، قسم الإعلام والاتصال، 2003، ص 187.

جدول رقم 21 يبين مدى استماع عينة الدراسة للبرامج الدينية بحسب متغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية		أعزب		متزوج		مطلق		أرمل		المجموع	
متابعة البرامج الدينية	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
بانتظام	12	25	31	33.33	00	00	04	57.14	47	31.33	
أحيانا	14	29.16	40	43.01	02	100	03	42.75	59	39.33	
نادرا	22	45.83	22	23.65	00	00	00	00	44	29.33	
المجموع	48	100	93	100	02	100	07	100	150	100	
كا ² المحسوبة: 14.42		د=6		كا ² الجدولية: 12.59							

من خلال تفحص المعطيات الواردة في الجدول ، يتضح تقارب نسب مجموع تكرارات فئات الاستماع، حيث بلغت نسبة تكرارا فئة أحيانا 39.33% ، وغالبا بنسبة 31.33%، وأما الذين نادرا ما يستمعون للبرامج الدينية بلغت نسبتهم 29.33%. كما نلاحظ أيضا أن أفراد العينة يطغى عليها الحالة الاجتماعية متزوج بنسبة 62% وأعزب بنسبة 32% بمجموع 94% ومن خلال التدقيق في النسب نلاحظ اختلاف في مراتب البدائل الثلاث، مما يدفعني إلى تطبيق اختبار كا²، حيث تبين وجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استماع عينة الدراسة للبرامج الدينية ومتغير الحالة الاجتماعية، فالأرقام المتحصل عليها تشير إلى أن كا² المحسوبة تساوي 14.42 وهي أكبر من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 06 ومستوى ثقة 0.05.



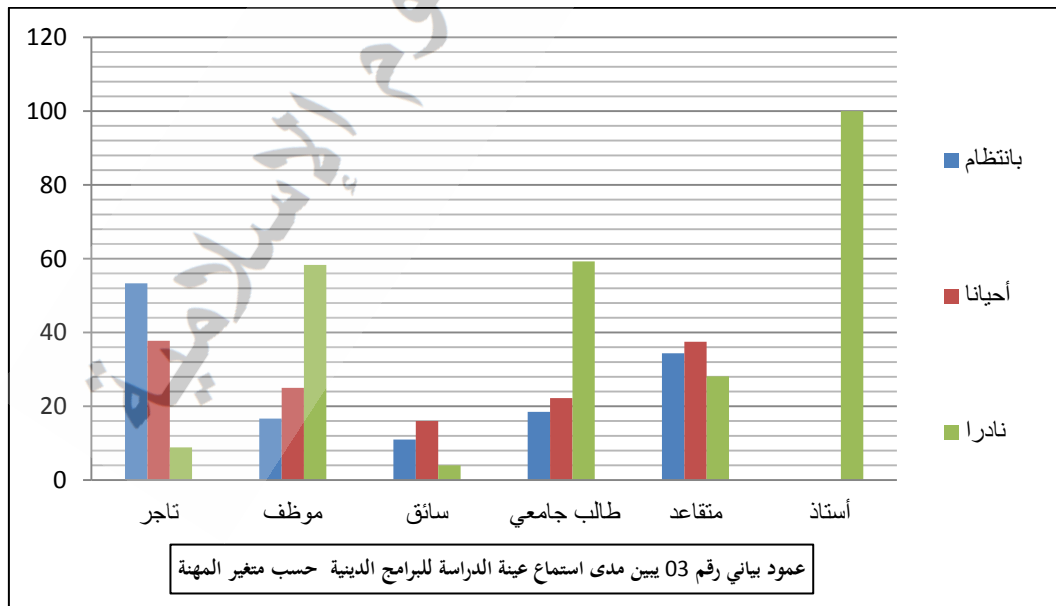
جدول رقم 22 يبين مدى استماع عينة الدراسة للبرامج الدينية بحسب متغير المهنة

المهنة	تاجر		موظف		سائق		طالب جامعي		متقاعد		أستاذ		المجموع	
الاستماع	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
بانتظام	24	53.33	02	16.66	11	35.48	05	18.51	11	34.37	00	00	53	35.33
أحيانا	17	37.77	03	25	16	51.61	06	22.22	12	37.50	00	00	54	36
نادرا	04	08.88	07	58.33	04	12.90	16	59.25	09	28.12	03	100	43	28.66
المجموع	45	100	12	100	31	100	27	100	32	100	03	100	150	100
كا ² المحسوبة: 39.41		د=10		كا ² الجدولية: 18.31										

يبين الجدول رقم 22 تصنيف مفردات العينة إلى فئات حسب مدى الاستماع للبرامج الدينية في إذاعة الجزائر من أم البواقي وعلاقته بمتغير المهنة، حيث نلاحظ أن التجار وسائقي السارات يستمعون لهذه البرامج بانتظام أكثر من الفئات الأخرى بنسبة 53.33% و 35.48%، فيما تقاربت نسب كل من الموظفين والطلبة الجامعيين في استماعهم للبرامج الدينية نادرا بـ 58.33% و 59.25% تواليا، أما بخصوص الأساتذة فهم نادرا ما يستمعون لهذا النوع من البرامج .

وبتطبيق كاي² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن كاي² المحسوبة تساوي 39.41 وهي أكبر من قيمة كاي² الجدولية عند درجة حرية 10 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استماع عينة الدراسة للبرامج الدينية ومتغير المهنة.

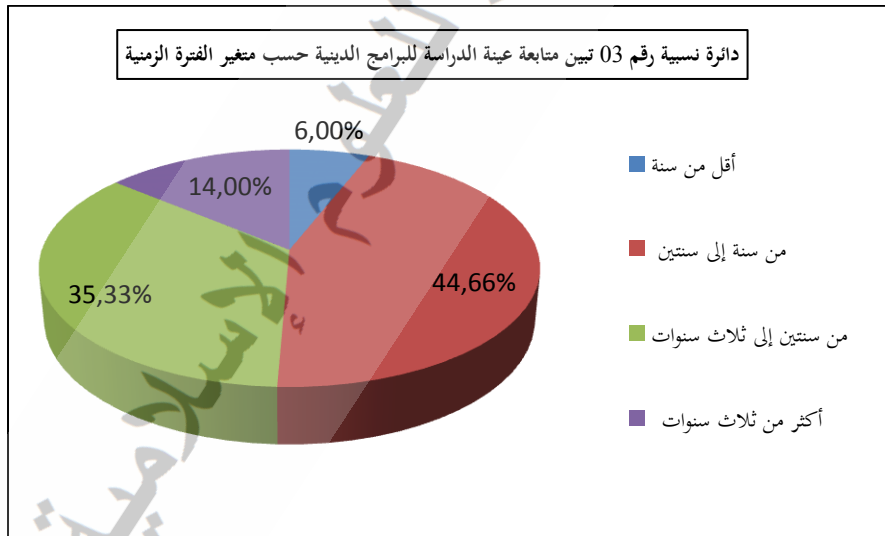
والسبب في ذلك هو طبيعة المهنة فالتاجر والسائق يمارسان نشاطا ومهنة تسمح لهما بالاستماع ومتابعة برامج الإذاعة حتى أثناء تأدية الوظيفة أو القيام بالنشاط، لأن هذه الأخيرة - الإذاعة - نظرا لأنها تستهدف حاسة السمع ولا يتطلب استخدامها جهدا عضليا أو عقليا فيمكن لهذه الفئة أن تتابع البرامج الدينية بانتظام أثناء القيام وتأدية مهامها، عكس الفئات المهنية الأخرى، هذه الأخيرة وبالرغم من أن توقيت برامج الإذاعة في أيام العطلة إلا أنها لا تستمع لهذه البرامج بانتظام، ويمكن أن نفسر هذا بعدم اهتمام هذه الفئة بالبرامج الدينية الإذاعية وتغطية حاجاتهم الروحية الإيمانية بالتعرض لوسائل إعلامية أخرى.



جدول رقم 23: يبين متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية حسب متغير الفترة الزمنية

الفئة	التكرار	النسبة %
أقل من سنة	09	06
من سنة إلى سنتين	67	44.66
من سنتين إلى ثلاث سنوات	53	35.33
أكثر من ثلاث سنوات	21	14
المجموع	150	100

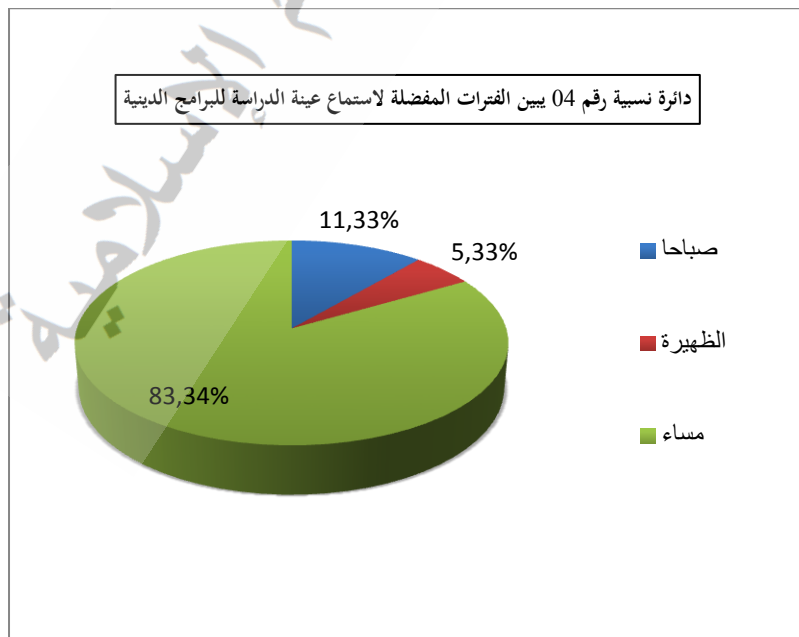
من خلال تفحص المعطيات الواردة في الجدول أعلاه، يتضح أن النسبة الكبيرة من أفراد عينة الدراسة يتابعون البرامج الدينية المذاعة عبر أثر إذاعة الجزائر من أم البواقي منذ سنتين إلى ثلاث سنوات بنسبة بلغت 44.66% و 35.33%، أي أن أفراد العينة بنسبة 80 بالمئة يتوفر فيهم عنصر أو مؤشر تراكم التعرض للإذاعة الذي يمكننا من الحصول على نتائج تكون أكثر مصداقية ونتائجها أقرب إلى الصواب، فلا يمكن مثلاً أن نقيس تحقيق البرامج الدينية لإشباع عينة الدراسة وغالبيتهم مدة تعرضهم ومتابعتهم لهذه البرامج قصيرة وغير كافية.



جدول رقم 24: يبين الفترات المفضلة لاستماع عينة الدراسة للبرامج الدينية

النسبة %	التكرار	الفئة
83.33	125	صباحا
05.33	08	الظهرية
11.33	17	مساء
100	150	المجموع

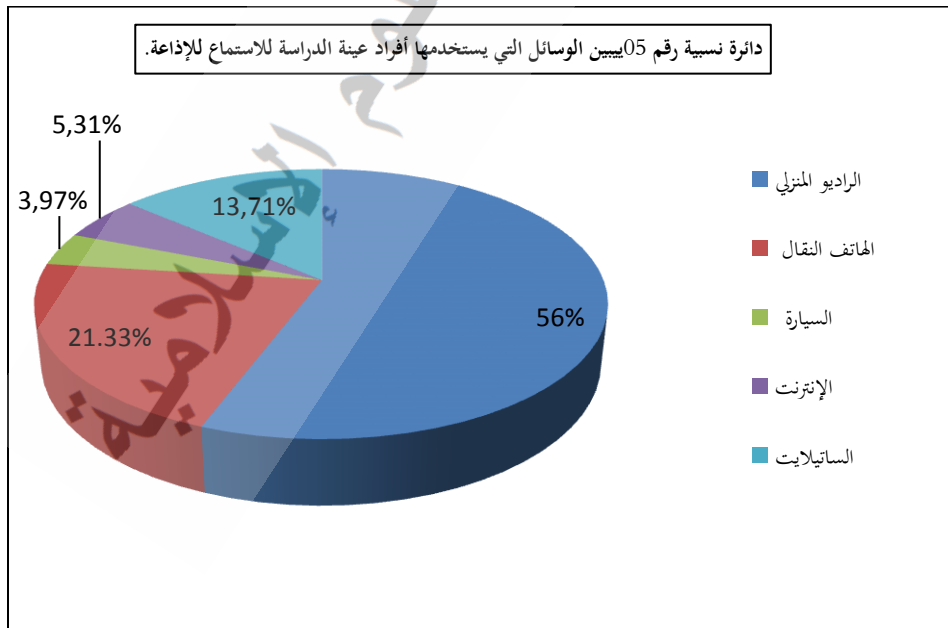
يبين الجدول رقم 24 أن غالبية أفراد العينة يفضلون الاستماع للبرامج الدينية في إذاعة أم البواقي في الفترة الصباحية بنسبة 88.66%، أما الذين يستمعون للبرامج الدينية في الفترة المسائية فبلغت نسبتهم 11.33%، وباقي مفردات العينة البالغة 05.33% يفضلون الاستماع لهذه البرامج في وقت الظهرية، ويمكن تفسير هذه النسب بوقت عرض البرامج في حد ذاته؛ برنامجين صباحيين وبرنامج واحد مسائي والآخر في الظهرية، وثلاث برامج يوم الجمعة وواحد يوم الإثنين، فيوم الإثنين يوم عمل بالنسبة لفئة الموظفين والأساتذة والطلبة الجامعيين، ووقت عرض برنامج دين ودنيا صباحي لا يتناسب مع هذه الفئة، عكس فئة التجار وسائقي السيارات، أما بما يخص يوم الجمعة فالفترة الصباحية هي فترة للراحة والقيام بالواجبات المنزلية كالتسوق الأسبوعي الموافق ليوم الجمعة، كما يمكن أن يكون السبب في ذلك هو البرنامج في حد ذاته الذي يعرض في الفترة الصباحية دين ودنيا وهو ما سيتم الكشف عنه في الجدول رقم 21.



جدول رقم 25 يبين الوسائل التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة للاستماع للإذاعة

المهنة	التكرار	النسبة %
الراديو المنزلي	84	56
الهاتف النقال	32	21.33
الإنترنت	06	03.99
الساتلايت	08	05.33
السيارة	20	13.77
المجموع	150	100

من خلال تفحص المعطيات الواردة في الجدول أعلاه، يتبين لنا أن النسبة الكبيرة من أفراد العينة يستمعون لبرامج إذاعة الجزائر من أم البواقي من خلال أجهزة الراديو المنزلي بنسبة بلغت 56%، ثم تنحدر النسبة بشكل كبير لدى من يستخدم الهاتف النقال والسيارة ومتابعة برامج إذاعة الجزائر من أم البواقي بنسبة 21.33% و 13.77%، وتأتي كل من وسيلة الساتلايت والإنترنت في المرتبة الأخيرة بـ 05.33% و 03.99% على التوالي، وهنا تجدر الإشارة إلى أن استخدام الهاتف النقال ومتابعة البرامج الإذاعية بدأت تنتشر بين أفراد المجتمع بفعل تحسن القدرة الشرائية للمواطن

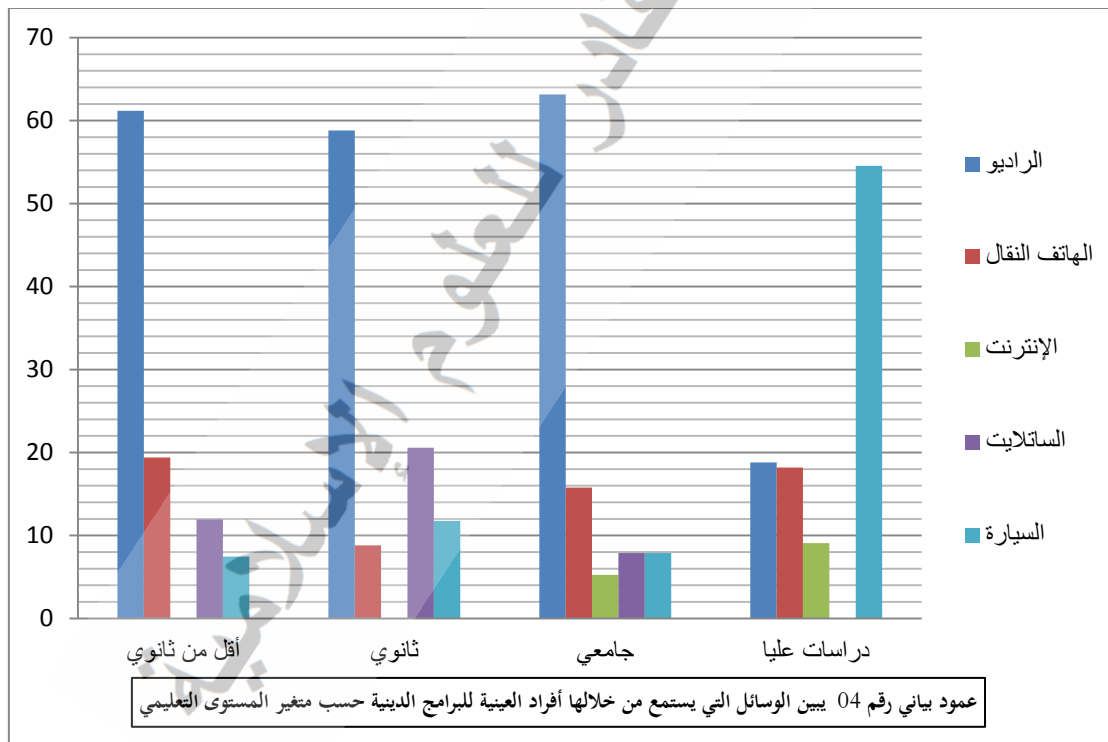


جدول رقم 26: يبين الوسائل التي يستمع من خلالها أفراد العينة للبرامج الدينية حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي		أقل من ثانوي		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع	
وسيلة الاستماع	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
الراديو المنزلي	41	61.19	20	58.82	24	63.15	02	18.18	87	58	
الهاتف النقال	13	19.40	03	08.82	06	15.78	02	18.18	24	16	
الإنترنت	00	00	00	00	02	05.26	01	09.09	03	02	
الساتلايت	08	11.94	07	20.58	03	07.89	00	00	18	12	
السيارة	05	07.46	04	11.76	03	07.89	06	54.54	18	12	
المجموع	67	100	34	100	38	100	11	100	150	100	
كا ² المحسوبة: 31.31		د=12		كا ² الجدولية: 21.03							

من خلال تفحص المعطيات الواردة في الجدول رقم 26، نلاحظ اعتماد أفراد العينة بشكل كبير على جهاز الراديو المنزلي رغم اختلاف مستوياتهم العلمية، حيث بلغت نسبة متابعة الذين لديهم مستوى تعليمي أقل من ثانوي 61.19%، وعند الثانويين 58.82%، ولدى الجامعيين 63.15%، كما يمكن أن نلاحظ أيضا أن الاعتماد أو استخدام الإنترنت لمتابعة برامج إذاعة الجزائر من أم البواقي اقتصر على الجامعيين بنسبة 05.26%، والأساتذة بنسبة 09.09%، وتقاربت نسب الاعتماد على الوسائل الأخرى لدى الجميع، باستثناء أن الأساتذة يعتمدون أكثر على الاستماع للإذاعة أثناء السياقة حيث بلغت نسبة الإجابة لديهم بهذا الخصوص 54.54%.

وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن كا² المحسوبة تساوي 31.31 وهي أكبر من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 12 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الوسائل التي يستمع من خلالها أفراد العينة للبرامج الدينية ومتغير المستوى التعليمي .

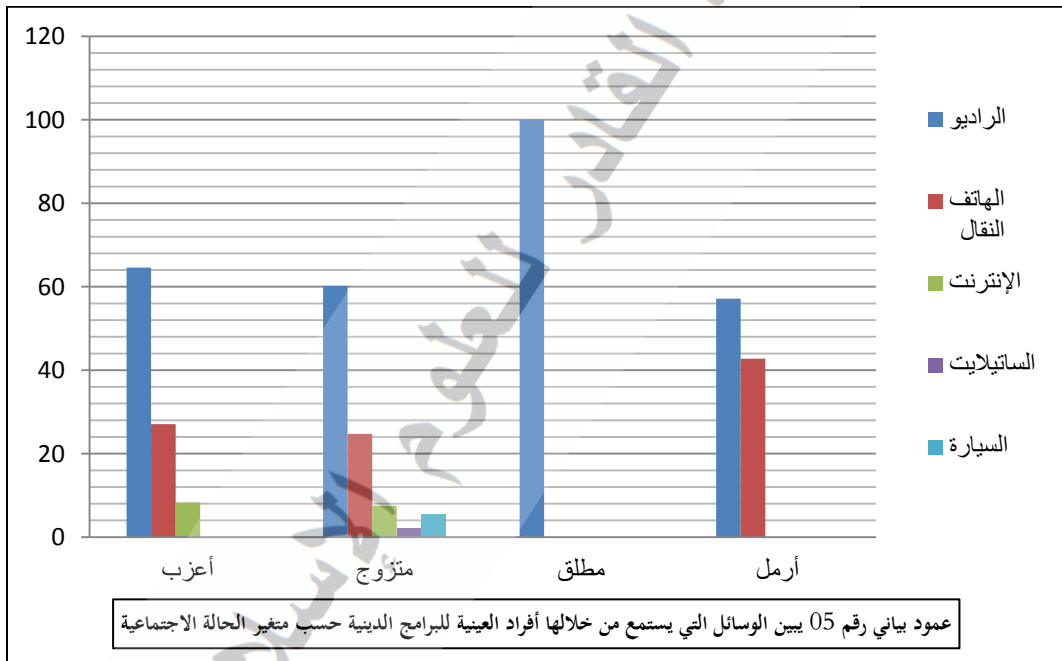


جدول رقم 27: يبين الوسائل التي يستمع من خلالها أفراد العينة للبرامج الدينية حسب متغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية		أعزب		متزوج		مطلق		أرمل		المجموع	
وسيلة الاستماع	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
الراديو	31	64.58	56	60.21	02	100	04	57.14	93	62	
الهاتف النقال	13	27.08	23	24.73	00	00	03	42.75	39	26	
الإنترنت	04	08.33	07	07.52	00	00	00	00	11	07.33	
الساتلايت	00	00	02	02.15	00	00	00	00	02	01.33	
السيارة	00	00	05	05.38	00	00	00	00	05	03.33	
المجموع	48	100	93	100	02	100	07	100	150	100	
كا ² المحسوبة: 14.87		د=12		كا ² الجدولية: 21.03							

من خلال تفحص المعطيات الواردة في الجدول رقم 27، نلاحظ تقارب في نسب مفردات عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية، حيث نجد في مقدمة الوسائل المستخدمة جهاز الراديو المنزلي بنسبة 64.58% لدى فئة العازبين، وبـ 60.21% للمتزوجين، وبنسبة 57.14% لدى فئة الأرملة، وبلغت نسبة 100% لدى المطلقين، وهو نفس الشيء بالنسبة لجهاز الهاتف النقال، الإنترنت، الساتلايت والسيارة.

وبتطبيق اختبار كاي² تبين أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الوسائل التي يستمع من خلالها أفراد العينة للبرامج الدينية ومتغير الحالة الاجتماعية، فالأرقام المتحصل عليها تثبت أن كاي² المحسوبة تساوي 14.87 وهي أقل من قيمة كاي² الجدولية عند مستوى درجة حرية 12 ومستوى ثقة 0.05

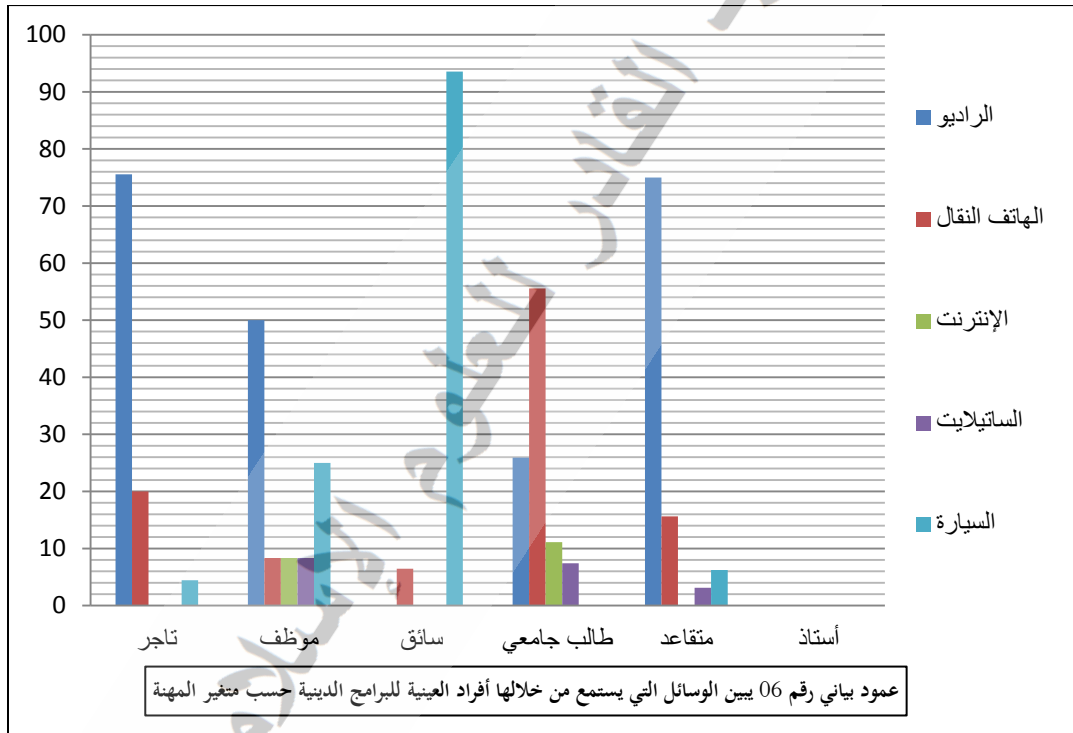


جدول رقم 28 يبين الوسائل التي يستمع من خلالها أفراد العينة للبرامج الدينية حسب متغير المهنة

المهنة		تاجر		موظف		سائق		طالب جامعي		متقاعد		أستاذ		المجموع	
وسيلة الاستماع	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار
الراديو	34	75.55	06	50	00	25.92	07	24	75	00	00	71	47.33		
الهاتف النقال	09	20	01	08.33	02	55.55	15	05	15.62	00	00	32	21.33		
الإنترنت	00	00	01	08.33	00	11.11	03	00	00	00	00	04	02.66		
الساتلايت	00	00	01	08.33	00	07.40	02	01	03.12	00	00	04	02.66		
السيارة	02	4.44	03	25	29	93.54	00	02	06.24	03	100	39	26		
المجموع	45	100	12	100	31	100	27	100	32	100	03	150	100		
كا ² المحسوبة: 122.89		د=0.05		كا ² الجدولية: 31.41											

من خلال تفحص المعطيات الواردة في الجدول رقم 28، نلاحظ تقارب نسب إجابات المبحوثين، وأن أغلب الفئات تستمع للإذاعة عبر أجهزة الراديو، مع وجود اختلاف بسيط لدى فئة الطلبة الجامعيين وسائقي السيارات، حيث نجد الطلبة الجامعيين يستخدمون بدرجة أولى الهاتف النقال بنسبة 55.55%، أما سائقي السيارة فستمون للإذاعة من خلال السيارة بنسبة 93.54% وهذا أمر طبيعي، نتيجة طبيعة عمل هذه الفئة، أما بما يخص فئة الأساتذة فالملاحظ أن أفراد هذه الفئة يستمعون لبرامج إذاعة أم البواقي من خلال السيارات بنسبة 93.54%.

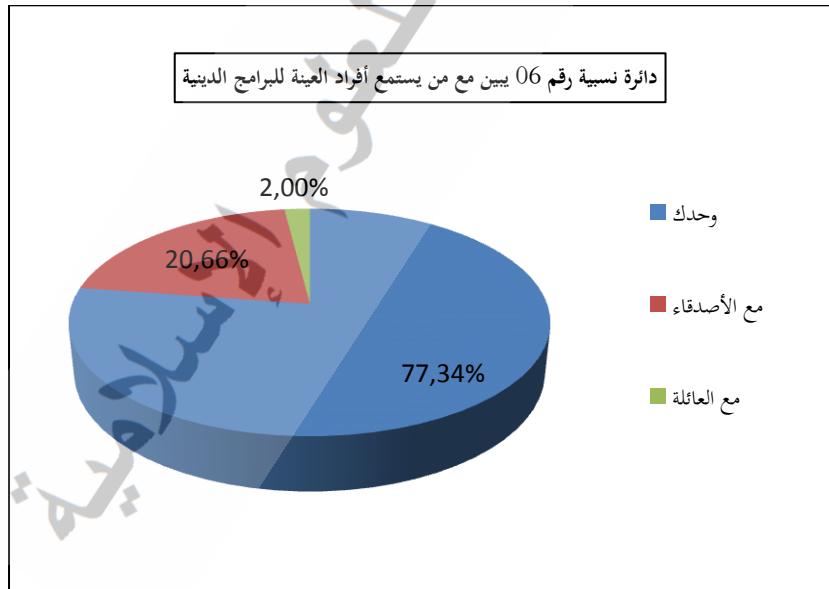
وبتطبيق كاسي على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن كاسي المحسوبة تساوي 122.89 وهي قيمة أكبر من قيمة كاسي الجدولية عند درجة حرية 20 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الوسائل التي يستمع من خلالها أفراد العينة للبرامج الدينية ومتغير المهنة.



جدول رقم 29: يبين مع من يستمع أفراد العينة للبرامج الدينية

الفئة	التكرار	النسبة %
وحدك	116	77.33
مع الأصدقاء	31	20.66
مع العائلة	03	02
المجموع	150	100

يبين الجدول رقم 29 أن غالبية أفراد العينة يستمعون للبرامج الدينية لوحدهم بنسبة 77.33%، أما الذين يستمعون مع الأصدقاء فبلغت نسبتهم 20.66%، فأصحاب سيارات الأجرة أو أصحاب المحلات التجارية، تتطلب طبيعة عملهم تواجدهم مع الأصدقاء أكثر من تواجدهم مع أفراد الأسرة. وهذا ما يجعل تعرضهم للإذاعة مع الأصدقاء أكثر من أفراد العائلة أو لوحدهم، أما الذين يستمعون مع العائلة فبلغت 02%. والسبب في ذلك راجع دائما إلى الخصائص السوسيوديمغرافية لعينة الدراسة والوسيلة في آن واحد، فالراديو كوسيلة إعلامية له خصوصية الاستعمال الفردي، عكس التلفزيون وهذا ما تؤكد الدراسات وحتى بعض النظريات.¹

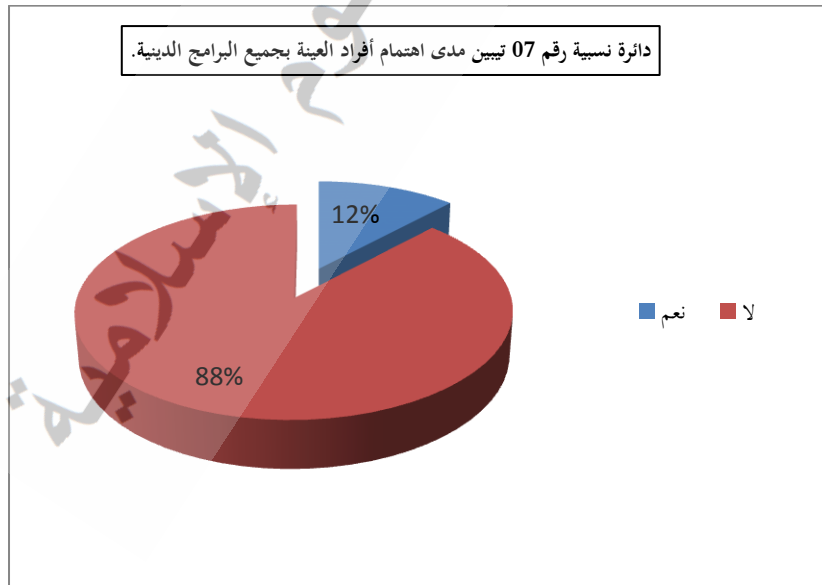


1. عبد العزيز شرف وسهير الجاد: البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، دط، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1987، ص173.

جدول رقم 30: يبين مدى متابعة أفراد العينة لجميع البرامج الدينية المذاعة عبر إذاعة أم البواقي

النسبة %	التكرار	الفئة
12	18	نعم
88	132	لا
100	150	المجموع

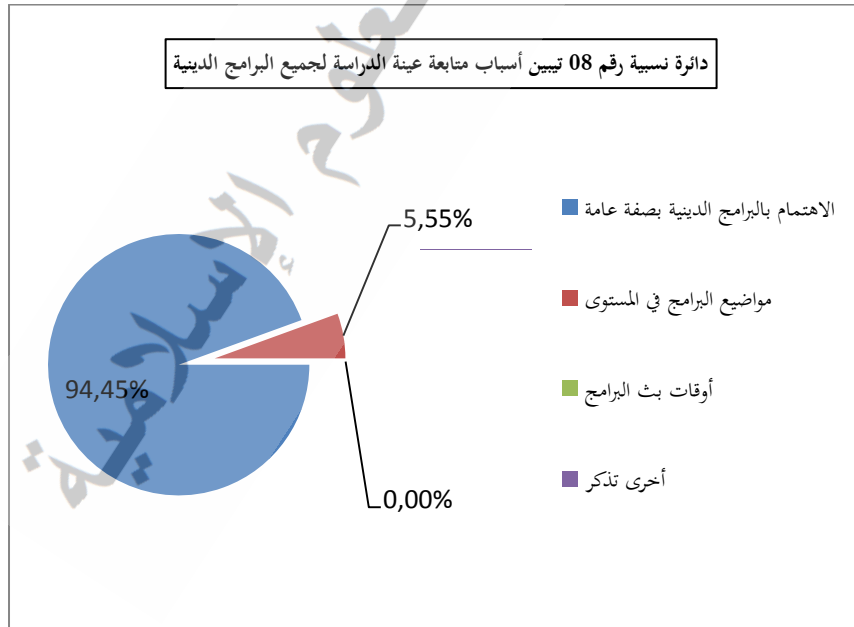
يُوضح الجدول أعلاه أن النسبة الغالبة على أفراد عينة الدراسة لا يتابعون جميع البرامج الدينية، حيث بلغت النسبة 88%، أما الذين يتابعون جميع هذه البرامج فبلغت نسبتهم 12%، ومن خلال هذه الأرقام يمكن أن نستنتج - كما قلنا سابقا - أن البرامج الدينية الإذاعية لا تلقى اهتماما من قبل الجمهور، وأن الذين يتابعون هذا النوع من البرامج عادة ما نجدهم أشخاصا لديهم ميل ديني أو كما يقال متدينون، وفي اعتقادي أنه يمكن أيضا أن يكون لوقت عرض البرامج تأثير في هذه الأرقام، فالبرامج يُذاع أغلبها في يوم واحد، وهو يوم عطل قد تقل فيه نسبة متابعة الجمهور لوسائل الإعلام للتفرغ للزيارات والخرجات أو حتى الراحة... كما يمكن تفسير هذه النتائج المتحصل عليها من خلال الدراسات السابقة التي تؤكد على عزوف الناس عن متابعة البرامج الدينية لأسباب ذكرناها في الفصل الثاني.



جدول رقم 31: يبين أسباب متابعة عينة الدراسة لجميع البرامج الدينية

الفئة	التكرار	النسبة %
الاهتمام بالبرامج الدينية بصفة عامة	17	94.44
مواضيع البرامج في المستوى	01	05.55
أوقات بث البرامج	00	00
أخرى تذكر	00	00
المجموع	18	100

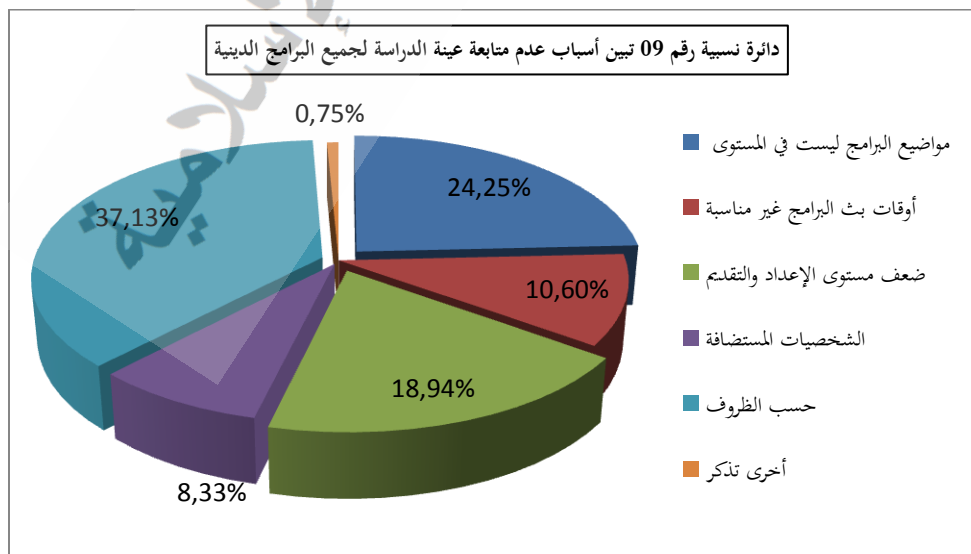
من خلال قراءة الجدول أعلاه، نلاحظ أن أفراد العينة يتابعون جميع البرامج الدينية نتيجة اهتمامهم بهذا النوع من البرامج، حيث بلغت نسبتهم 94.44%، بينما تُتابع باقي العينة هذا النوع من البرامج المذاعة عبر أثر إذاعة الجزائر من أم البواقي بسبب مواضيع البرامج التي يرونها في المستوى بنسبة 05.55%، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أنه بالفعل متابعو هذا النوع من البرامج هم الأشخاص المتدينون أو الذين لهم ميل ديني، ويبحثون عن تحصيل الثقافة الدينية وتنمية الوازع الديني وتحديد وتقوية الإيمان.



جدول رقم 32: يبين أسباب عدم متابعة عينة الدراسة لجميع البرامج الدينية

الفترة	التكرار	النسبة %
مواضيع البرامج ليست في المستوى	32	24.24
أوقات بث البرامج غير مناسبة	14	10.60
ضعف مستوى الإعداد والتقديم	25	18.93
الشخصيات المستضافة	11	08.33
حسب الظروف	49	37.12
أخرى تذكر	01	0.75
المجموع	132	100

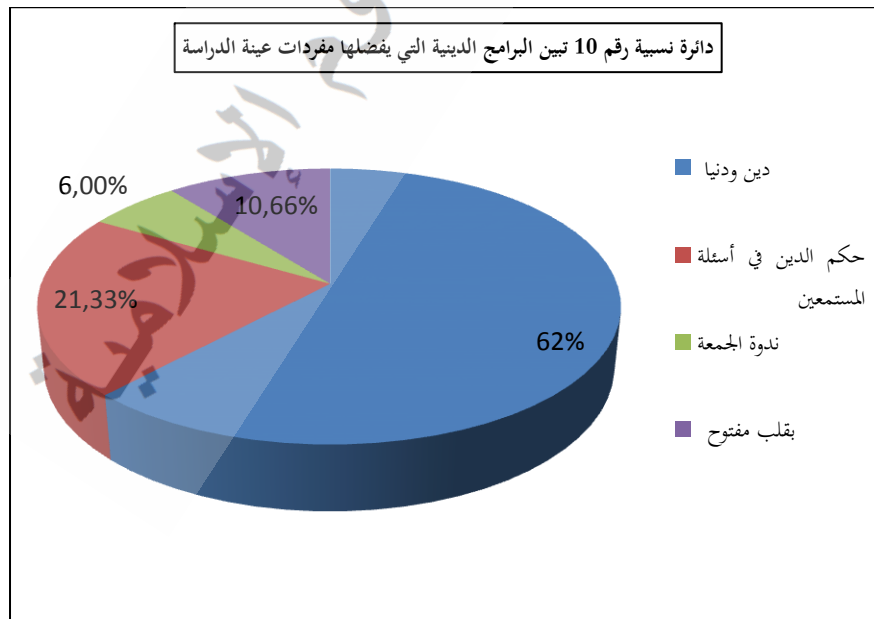
يبين الجدول رقم 32 أن النسبة الكبيرة من مفردات العينة لا يهتمها متابعة جميع البرامج الدينية المذاعة عبر إذاعة الجزائر من أم البواقي، نتيجة الظروف التي تحول بينهم وبين الاستماع لجميع هذه البرامج بنسبة 37.12%، غير أن نسبة الذين يرون بأن مواضيع البرامج الدينية ليست في المستوى هي سبب عدم متابعتهم لهذه البرامج قد بلغت نسبتهم 24.24%، فيما تقاربت نسب باقي الأسباب، حيث نجد أن الشخصيات المستضافة في هذه البرامج ساهمت في عدم متابعة عينة الدراسة بنسبة 08.33%، ويبدو من خلال هذه الأرقام أن المستمع لهذه البرامج غير راض عن المواضيع المطروحة للنقاش أو المعالجة وطريقة تنشيط وإخراج الحصة، والشخصيات المستضافة، هذا إن دل عن شيء حسب رأي فإنما يدل إما على تقصير من طرف القائمين على المؤسسة، أو بسبب الاختلافات في التوجهات الفكرية أو المذاهب العقديّة الذي أصبح ميزة تميز مجتمعاتنا العربية الإسلامية والذي لعب الإعلام دورا كبيرا في إذكائها ولا يزال.



جدول رقم 33: البرامج الدينية التي يفضلها مفردات عينة الدراسة

النسبة %	التكرار	الفئة
62	93	دين ودنيا
21.33	32	حكم الدين في أسئلة المستمعين
06	09	ندوة الجمعة
10.66	16	بقلب مفتوح
100	150	المجموع

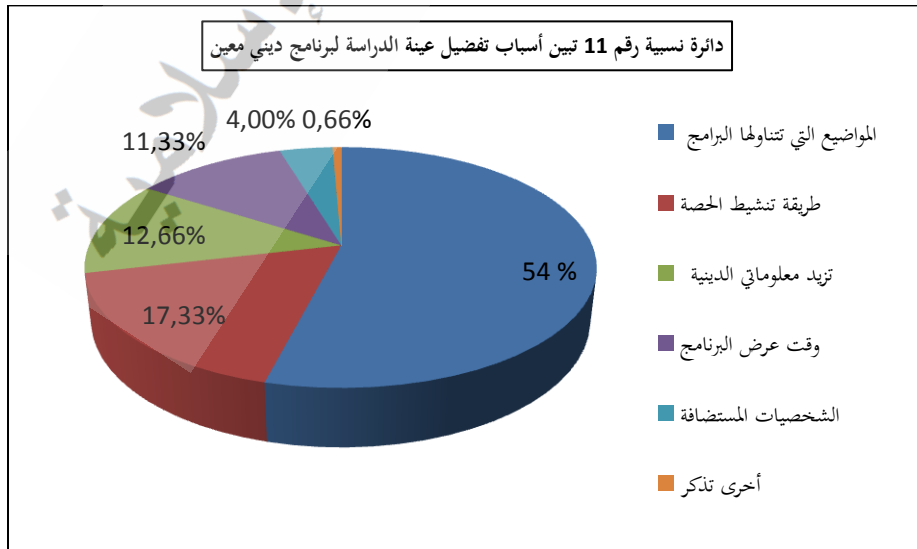
يبين الجدول رقم 33 أن نسبة 62% من مفردات العينة يفضلون برنامج دين ودنيا ، تلاها برنامج حكم الدين في أسئلة المستمعين بنسبة 21.33%، بينما تقاربت نسب كل من برنامج ندوة الجمعة و بقلب مفتوح بـ 10.66% و 06% تواليا، وهذه الأرقام تفسر أيضا تفضيل عينة الدراسة لمتابعة البرامج الدينية في الفترة الصباحية، ومن خلال متابعة الطالب للبرنامج أثناء فترة الدراسة لاحظت إقبال واهتمام الجمهور بهذا البرنامج عن باقي البرامج، وحسب وجهة نظري السبب في هذا راجع بدرجة أول إلى المواضيع المطروحة للنقاش ثم إلى طريقة النقاش الجذابة بين مقدم الحصة وضيفه، والدليل على ذلك هو اتصالات الجمهور بالحصة وتفاعله مع مضمون البرنامج.



جدول رقم 34: يبين أسباب تفضيل عينة الدراسة لبرنامج ديني معين

الفئة	التكرار	النسبة %
المواضيع التي تتناولها البرامج	81	54
طريقة تنشيط الحصة	26	17.33
تزيد معلوماتي الدينية	19	12.66
وقت عرض البرنامج	17	11.33
الشخصيات المستضافة	06	04
أخرى تذكر	01	0.66
المجموع	150	100

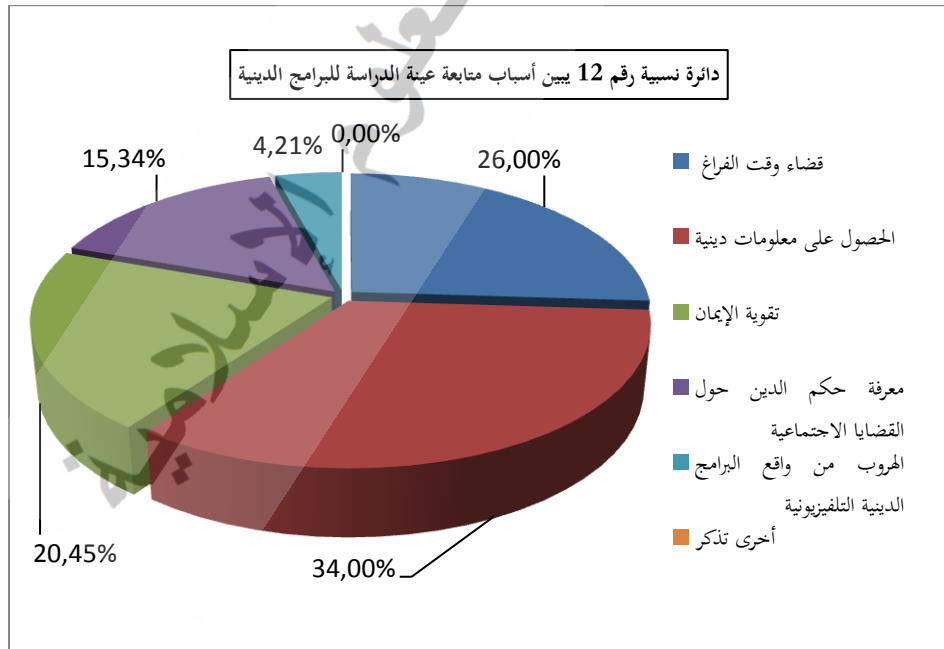
من خلال قراءة الجدول يتضح أن مفردات عينة الدراسة يفضلون برنامج ديني على برنامج آخر، انطلاقاً من المواضيع التي يتناولها البرنامج حيث بلغت نسبة إجابات المبحوثين 54%، هذا إن ذل عن شيء فإنما يدل على أن الجمهور المستمع عادة ما يُفضل بين البرامج انطلاقاً من المواضيع المطروحة والتي يتم مناقشتها، وهو ما يؤكد أن الجمهور اليوم في ظل واقع البرامج الدينية في وسائل الإعلام عموماً الذي يعاني من مشكلة رتابة المواضيع وتكرارها بنفس الأساليب وبنفس الطرح، لذلك نجد الجمهور يفضل البرامج الدينية التي تأتي مواضيعها بأشكال وأساليب وطرح جديد، بالإضافة إلى هذا نلاحظ أيضاً تقارباً في نسب البدائل؛ طريقة تنشيط الحصة، تزيد في معلوماتي الدينية، وقت عرض البرنامج بنسب 17.33%، 12.66% و 11.33% على التوالي.



جدول رقم 35: يبين أسباب متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية

النسبة %	التكرار	الفئة
25.99	39	قضاء وقت الفراغ
33.99	51	الحصول على معلومات دينية
20.44	30	تقوية الإيمان
15.33	23	معرفة حكم الدين حول القضايا الاجتماعية والمسائل الفقهية
4.21	7	الهروب من واقع البرامج الدينية التلفزيونية
00	00	أخرى تذكر
100	150	المجموع

من خلال قراءة الجدول رقم 35 يتضح أن عينة الدراسة تهدف من خلال متابعة البرامج الدينية الحصول على معلومات دينية بدرجة أولى بنسبة 44.66%، تلاها ثانيا قضاء عينة الدراسة لوقت فراغها بنسبة 25.99%، ثم تقوية الإيمان بنسبة 20.44% والرغبة في معرفة حكم الدين في المسائل الاجتماعية والمسائل الفقهية بنسبة 15.33%، وحل في الأخيرة متابعة العينة للبرامج الدينية الإذاعية هروبا من واقع البرامج الدينية التلفزيونية بنسبة 4.21% و 02% تواليا.

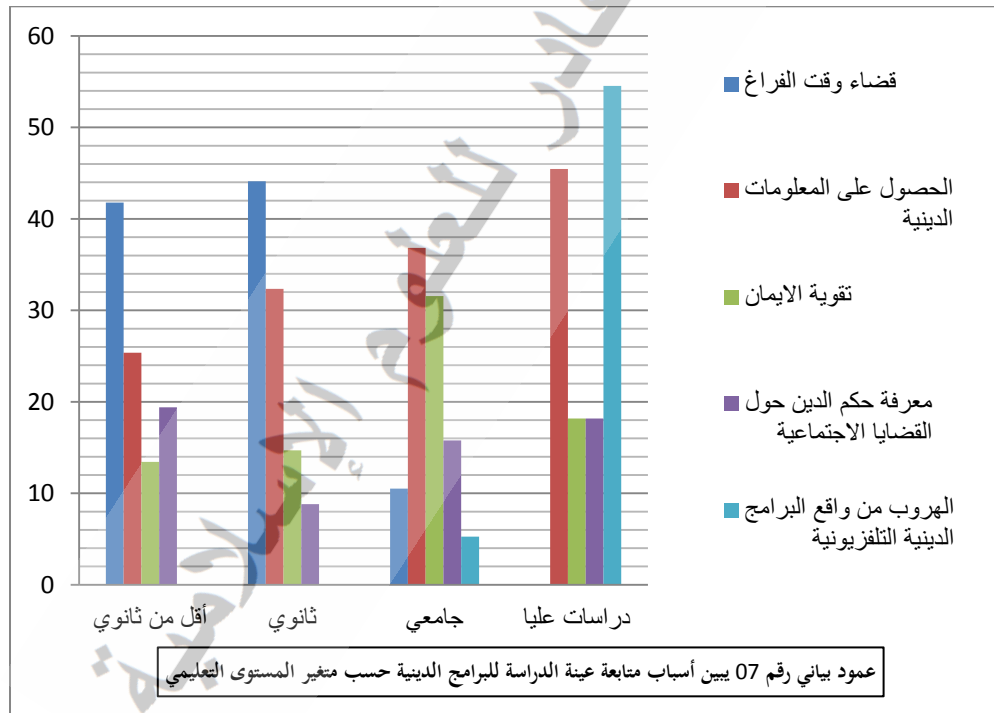


جدول رقم 36 يبين أسباب متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي		أقل من ثانوي		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع	
الأسباب		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
قضاء وقت الفراغ		41.79	28	44.11	15	10.52	04	00	00	31.33	47
الحصول على المعلومات الدينية		25.37	17	32.35	11	36.84	14	45.45	05	31.33	47
تقوية الايمان		13.43	09	14.70	05	31.57	12	18.18	02	18.66	28
معرفة حكم الدين حول القضايا الاجتماعية		19.40	13	08.82	03	15.78	06	18.18	02	16	24
الهروب من واقع البرامج الدينية التلفزيونية		00	00	00	00	05.26	02	18.18	02	02.66	04
أخرى تذكر		00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
المجموع		100	67	100	34	100	38	100	11	100	150
كا ² المحسوبة: 27.91		د=12		كا ² الجدولية: 21.03							

من خلال تفحص المعطيات الواردة في الجدول، يتبين لنا التساوي في نسب مجموع تكرارات كل من البديلين؛ قضاء وقت الفراغ والحصول على المعلومات الدينية بـ 31.33%، مع اختلاف هذه النسب حسب المستوى التعليمي، وهو الأمر نفسه بالنسبة للبديل تقوية الإيمان ومعرفة حكم الدين حول القضايا الاجتماعية بنسب 18.66% و 16% تواليا، أما بخصوص البديل الهروب من واقع البرامج الدينية التلفزيونية فظهر لدى كل من الجامعيين والأساتذة بنسبة 5.26% و 18.18%، ويمكن تفسير هذا بالمستوى التعليمي الذي يُمكن الشخص من معرفة ما هو حق وواقع، وبين ما هو سياسي أيديولوجي إلى حد ما، هذا لأن البرامج الدينية التلفزيونية في أغلبها أيديولوجي تفوح منه رائحة السياسة.

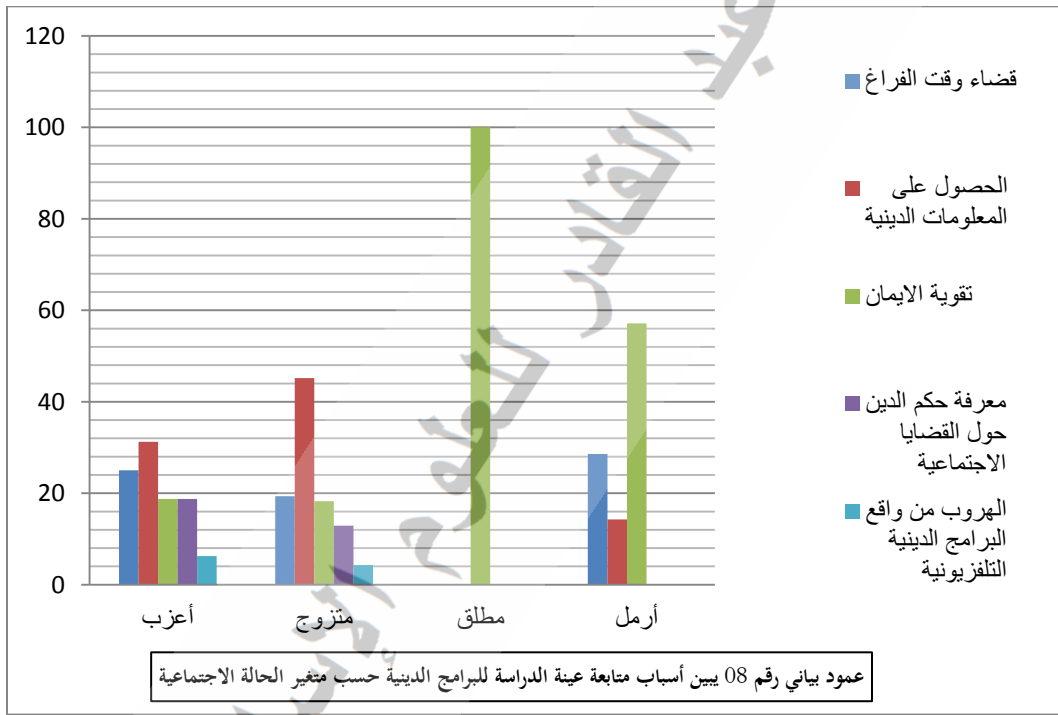
وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن كا² المحسوبة تساوي 27.91 وهي قيمة أكبر من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 12 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية ومتغير المستوى التعليمي .



جدول رقم 37: يبين أسباب متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية حسب متغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية		أعزب		متزوج		مطلق		أرمل		المجموع	
الأسباب		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
قضاء وقت الفراغ		25	12	19.35	18	00	00	28.57	02	21.33	32
الحصول على المعلومات الدينية		31.25	15	45.16	42	00	00	14.28	01	38.66	58
تقوية الايمان		18.75	09	18.27	17	100	02	57.14	04	21.33	32
معرفة حكم الدين حول القضايا الاجتماعية		18.75	09	12.90	12	00	00	00	00	14	21
الهروب من واقع البرامج الدينية التلفزيونية		06.25	03	04.30	04	00	00	00	00	04.66	07
أخرى تذكر		00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
المجموع		100	48	93	100	02	100	07	100	150	100
كا ² المحسوبة: 11.34		د=12				كا ² الجدولية: 21.03					

من خلال تفحص المعطيات الواردة في الجدول أعلاه، يتبين أن نسب مجموع التكرارات متقاربة 21.33%، 38.66% و 21.33% ، في مجموع تكرارات البدائل؛ قضاء وقت الفراغ، الحصول على المعلومات الدينية وتقوية الإيمان، بينما نجد اختلاف في نسب إجابة كل فئة من مفردات عينة الدراسة بخصوص هذه البدائل، فالنسبة الكبيرة من إجابة فئة أعزب بلغت 31.25% للبديل الحصول على المعلومات الدينية ، والأمر نفسه لدى فئة المتزوج فالنسبة الكبيرة بلغت 45.16% للبديل الحصول على المعلومات الدينية، كما نلاحظ أيضا أن إجابة مفردات فئة الأرملة بلغت 100%، فهم يتابعون البرامج الدينية لتقوية الإيمان، أما أصغر نسبة فالملاحظ كذلك أنها تركزت لدى الفئات الأربعة في البديل الهروب من واقع البرامج الدينية التلفزيونية.

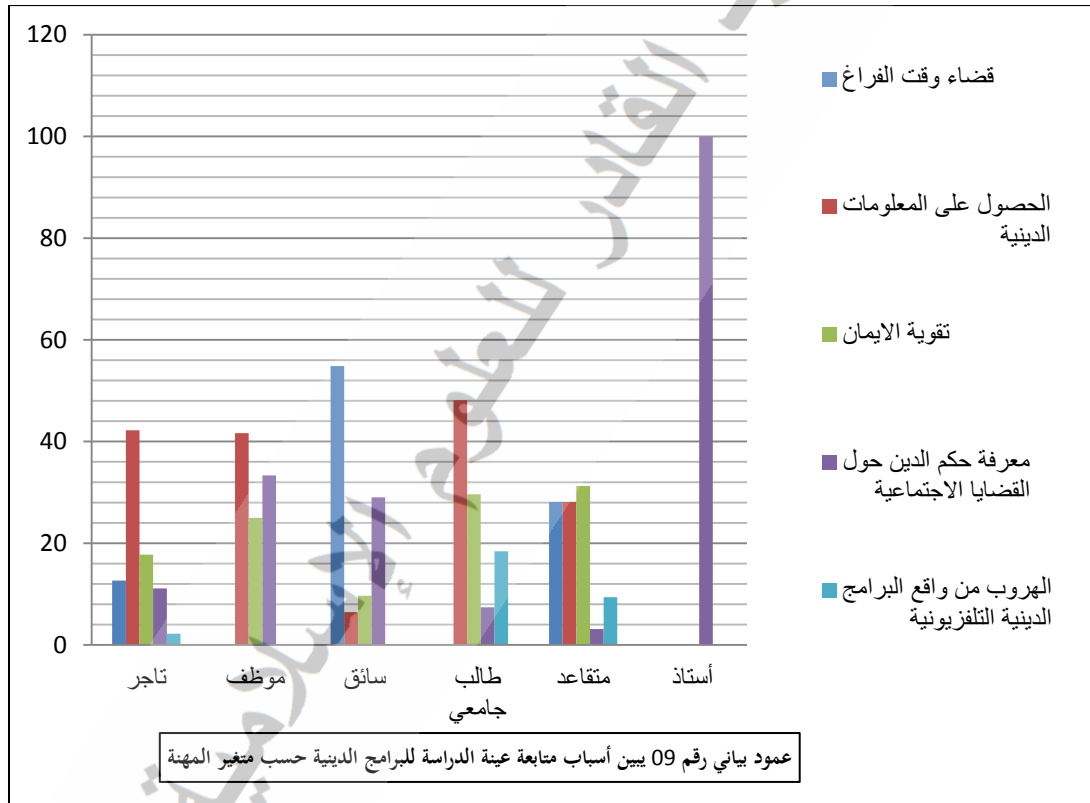


ومن خلال تطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن كا² المحسوبة تساوي 11.34 وهي أقل من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 12 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية ومتغير الحالة الاجتماعية.

جدول رقم 38: يبين أسباب متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية حسب متغير المهنة

المهنة		تاجر		موظف		سائق		طالب جامعي		متقاعد		أستاذ		المجموع	
الأسباب	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
قضاء وقت الفراغ	12	26.66	00	00	17	54.83	00	00	09	28.12	00	00	38	25.33	
الحصول على المعلومات الدينية	19	42.22	05	41.66	02	06.45	13	48.14	09	28.12	00	00	48	32	
تقوية الايمان	08	17.77	03	25	03	09.67	08	29.62	10	31.25	00	00	32	21.33	
معرفة حكم الدين حول القضايا الاجتماعية	05	11.11	04	33.33	09	29.03	02	07.40	01	03.12	03	100	24	16	
الهروب من واقع البرامج الدينية التلفزيونية	01	02.22	00	00	00	00	04	14.81	03	09.37	00	00	08	05.33	
أخرى تذكر	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	
المجموع	45	100	12	100	31	100	27	100	32	100	03	100	150	100	
كا ² المحسوبة: 74.68		د=20		كا ² الجدولية: 31.41											

يوضح الجدول رقم 38 أسباب متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية حسب متغير المهنة، وتبين النتائج أن إجابات المبحوثين كانت متقاربة بشكل واضح، حيث بلغت أعلى نسبة لدى فئة تاجر 42.22% للبديل الحصول على المعلومات الدينية، بينما بلغت نسبة 41.66% لدى فئة الموظفين موظف، و 48.14% عند الطلبة الجامعيين، وتختلف فئة السائقين عن الفئات السابقة، حيث يبرز لديهم سبب قضاء وقت الفراغ بنسبة 54.83%. بينما تظهر النتائج أن الأساتذة يستمعون للبرامج الدينية في إذاعة أم البواقي لمعرفة معرفة حكم الدين حول القضايا الاجتماعية بنسبة 100%. وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن كا² المحسوبة تساوي 74.68 وهي قيمة أكبر من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 20 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية ومتغير المهنة.

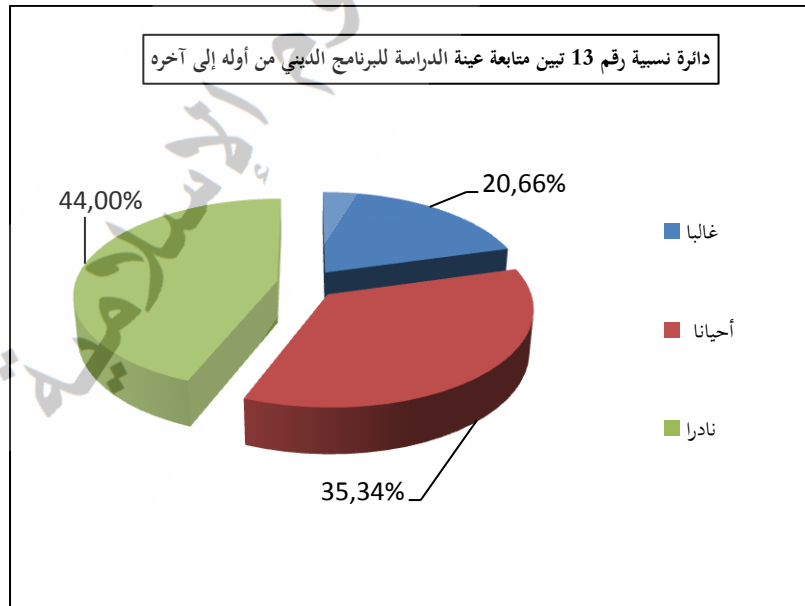


جدول رقم 39: يبين متابعة عينة الدراسة للبرنامج الديني من أوله إلى آخره

الفئة	التكرار	النسبة %
غالباً	31	20.66
أحياناً	53	35.33
نادراً	66	43.99
المجموع	150	100

يوضح الجدول رقم 39 مدى متابعة أفراد عينة الدراسة للبرنامج الديني في إذاعة الجزائر من أم البواقي من أوله إلى آخره ، حيث يبين أن نسبة 43.09% من مفردات عينة الدراسة نادراً ما يتابعون البرنامج من أوله إلى آخره وهي النسبة الغالبة على إجابات المبحوثين، بينما تقاربت إجابات المبحوثين للبديلين غالباً بنسبة 22.66% ثم تلاها 35.33% من مفردات العينة يتابعون أحياناً البرامج الدينية.

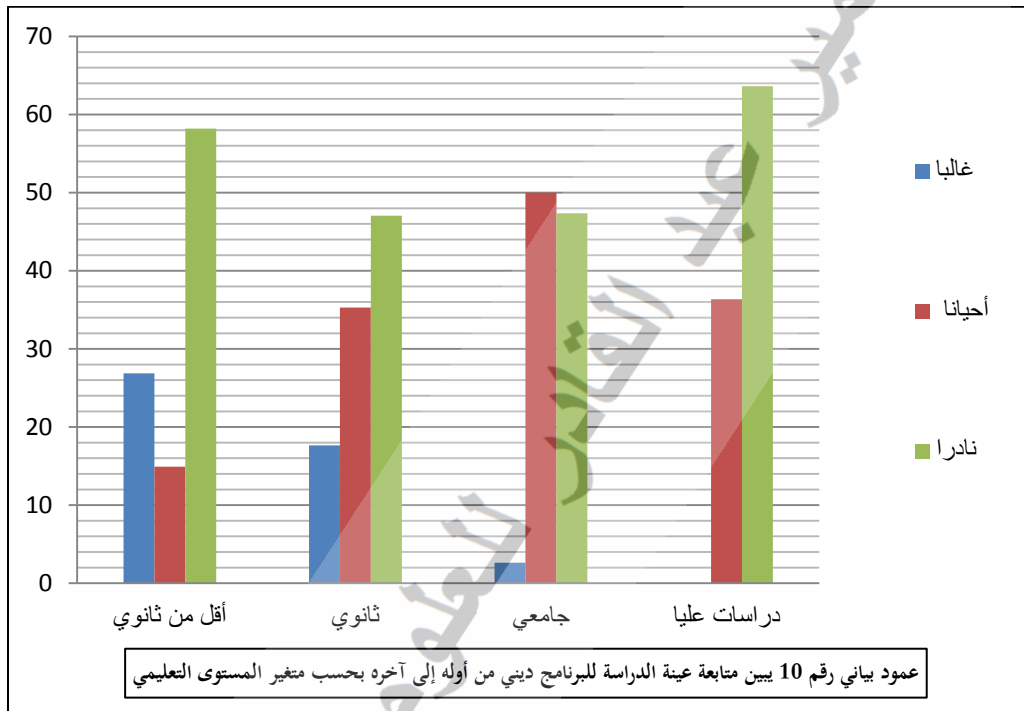
ويمكن أن نفسر ارتفاع نسبة عدم متابعة البرنامج الديني من أوله إلى آخره بأسباب متعلقة بالفرد أو المبحوث، كما قد ترتبط بالبرنامج أو الوسيلة في حد ذاتها، وهو ما يدفعني إلى اختبار العلاقة بين متغيرات المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية والمهنة من أجل معرفة أسباب عدم متابعة أفراد العينة للبرنامج الديني من أوله إلى آخره.



جدول رقم 40 يبين متابعة عينة الدراسة للبرنامج الديني من أوله إلى آخره بحسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي		أقل من ثانوي		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع	
متابعة البرامج الدينية من أوله إلى آخره		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
غالباً		26.86	18	17.64	06	02.63	01	00	00	16.66	25
أحياناً		14.92	10	35.29	12	50	19	36.36	04	30	45
نادراً		58.20	39	47.05	16	47.36	18	63.63	07	53.33	80
المجموع		100	67	100	34	100	38	100	11	100	150
كا ² المحسوبة: 20.03		د=6		كا ² الجدولية: 12.59							

يتضح من الجدول رقم 40 أن أكبر النسب تركزت في البديل نادرا ما يتابع عينة الدراسة للبرنامج الديني من أوله إلى آخره ، حيث بلغت أعلى نسبة لدى فئة الدراسات العليا بـ 63.63%، ولدى فئة من لديهم مستوى أقل من ثانوي 58.20%، بينما بلغت نسبة 47.36% و 47.05% لدى كل من الثانويين والجامعيين، وعلى النقيض نجد أنه من يتابعون البرامج الدينية من أولها إلى آخرها من عينة الدراسة غالبا أتت نسبهم في الأخير لدى الفئات الأربع.

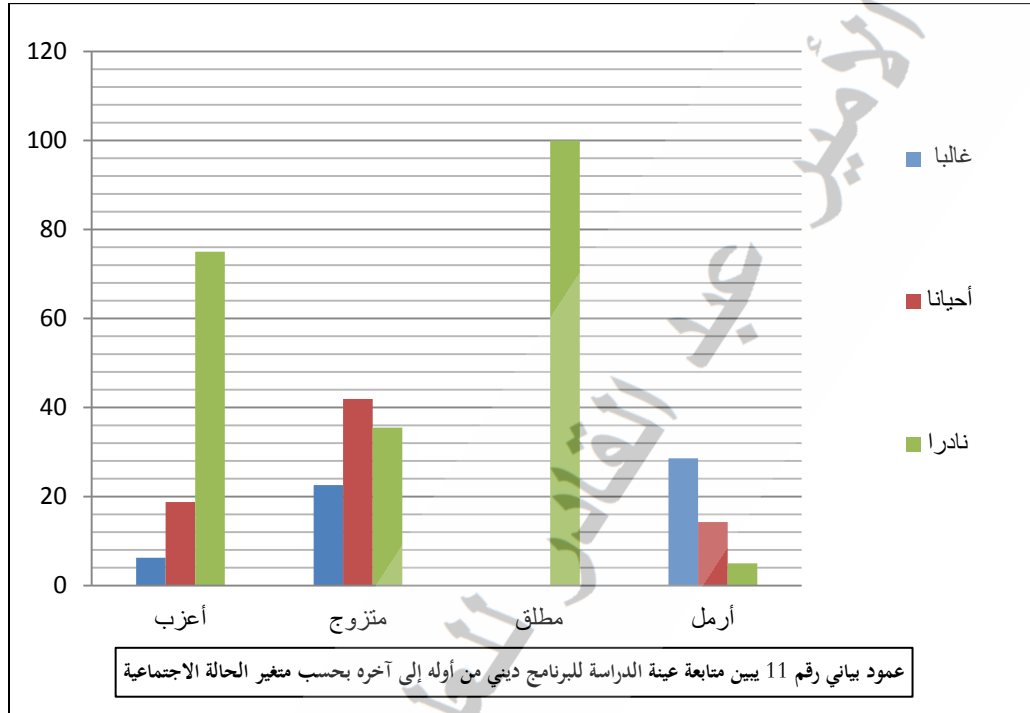


وبتطبيق اختبار كا² تبين أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة عينة الدراسة للبرنامج الديني من أوله إلى آخره ومتغير المستوى التعليمي، فالأرقام المتحصل عليها تثبت أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 20.03 وهي أكبر من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 6 ومستوى ثقة 0.05.

جدول رقم 41 يبين متابعة عينة الدراسة للبرنامج الديني من أوله إلى آخره بحسب متغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية		أعزب		متزوج		مطلق		أرمل		المجموع	
متابعة البرامج الدينية من أوله إلى آخره		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
غالباً		06.25	03	22.58	21	00	00	28.57	02	34	26
أحياناً		18.75	09	41.93	39	00	00	14.28	01	26	49
نادراً		75	36	35.48	33	100	02	57.14	04	40	75
المجموع		100	48	100	93	100	02	100	07	100	150
كا ² المحسوبة: 19.91		د=6		كا ² الجدولية: 12.59							

يتضح من الجدول أن أكبر النسب تركزت مرة أخرى في اجابة المبحوثين في البديل نادرا ما يتابعون البرنامج الديني من أوله إلى آخره، حيث بلغت نسبة 100% لدى المطلقين، و75% لدى فئة العازبين ونسبة 57.14% لدى فئة الأرملة، وأخيرا 35.48% لدى المتزوجين. أما بما يخص متابعة أفراد العينة غالبا وأحيانا فقد تفاوتت في النسب بحسب الحالة الاجتماعية.

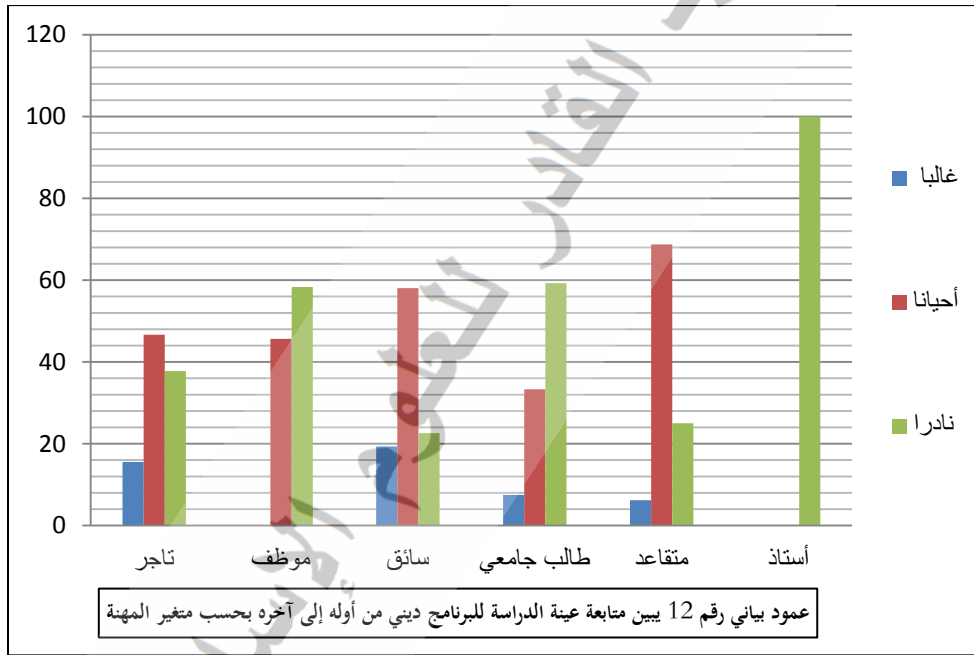


وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 19.91 وهي أكبر من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 06، ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة عينة الدراسة للبرنامج الديني من أوله إلى آخره ومتغير الحالة الاجتماعية.

جدول رقم 42 يبين متابعة عينة الدراسة للبرنامج الديني من أوله إلى آخره بحسب متغير المهنة

المهنة		تاجر		موظف		سائق		طالب جامعي		متقاعد		أستاذ		المجموع	
متابعة البرامج الدينية	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
غالباً	07	15.55	00	00	06	19.35	02	07.47	02	06.25	00	00	17	11.33	
أحياناً	21	46.66	05	41.66	18	58.06	09	33.33	22	68.75	00	00	75	50	
نادراً	17	37.77	07	58.33	07	22.58	16	59.25	08	25	100	03	58	38.66	
المجموع	45	100	12	100	31	100	27	100	32	100	03	100	150	100	
كا ² المحسوبة: 19.21		د=10		كا ² الجدولية: 18.31											

يُظهر الجدول رقم 42 أن إجابات الباحثين حسب متغير المهنة جاءت نتائجها مغايرة لمتغيري الحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي، حيث تركزت أكبر النسب هذه المرة في البديل أحيانا، ففئة المتقاعدون بلغت نسبتها 68.75% تلاها سائقي سيارات الأجرة بـ 58.06% لتتقارب نسب كل من فئة التجار والموظفين بـ 46.66% و 41.66%، كما نلاحظ بعض الأرقام القريبة من هذه النسب ولكن لدى من يتابعون البرامج الديني من أوله إلى آخره بشكل نادر، حيث بلغت لدى الطلبة الجامعيين نسبة 59.25% وهي النسبة الكبيرة لدى هذه الفئة المهنية، كما أن 100% من الأساتذة نادرا ما يتابعون البرامج الديني من أوله إلى آخره. ويمكن أن نفسر هذا على أساس طبيعة العمل ووقت عرض البرامج الدينية، كما أنه سبق وأن رأينا أن الظروف هي التي تتحكم في مدى متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية الأربع في إذاعة أم البواقي.

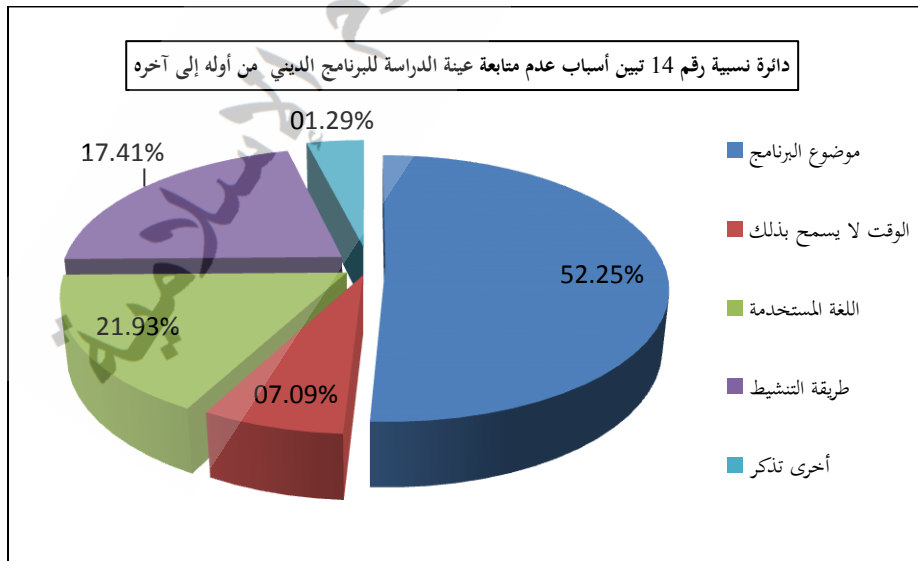


وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن كا² المحسوبة تساوي 19.21 وهي قيمة أكبر من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 10 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة عينة الدراسة للبرنامج الديني من أوله إلى آخره ومتغير المهنة .

جدول رقم 43: يبين أسباب عدم متابعة عينة الدراسة للبرنامج الديني من أوله إلى آخره

الفئة	التكرار	النسبة %
موضوع البرنامج	81	52.25
الوقت لا يسمح بذلك	11	07.09
اللغة المستخدمة	27	17.41
طريقة التنشيط	34	21.93
أخرى تذكر	02	01.29
المجموع	155	100

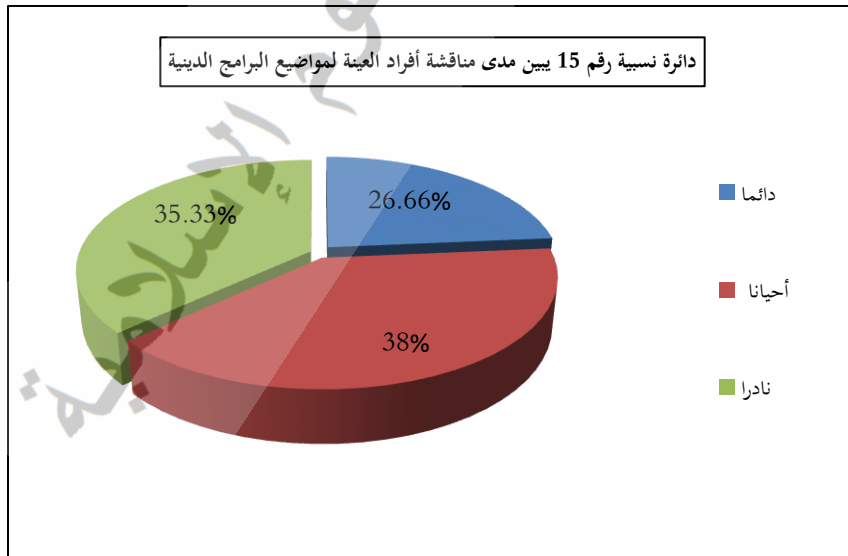
يظهر من خلال الجدول أن المواضيع التي تعالجها البرامج الدينية هي السبب الغالب الذي يدفع بعينة الدراسة لعدم متابعة البرنامج الديني من أوله إلى آخره بنسبة 52.25%، تلاها طريقة التنشيط حيث يرى عينة الدراسة أنها سبب عدم متابعتهم للبرنامج من أوله إلى آخره بنسبة 21.93%، ثم اللغة المستخدمة بنسبة 17.41% و أخيرا الوقت كسبب لا يسمح لعينة الدراسة بمتابعة البرنامج الديني من أوله إلى آخره بنسبة 7.09% وهذا ما يضع مسؤولية كبيرة على عاتق القائمين على مؤسسة الإذاعة لاستطلاع آراء الجمهور والتقرب منه لمعرفة آرائه حول ما تقدمه الإذاعة، فهي وسيلة تستهدف التأثير في هذا الجمهور، وأول مرحلة للتأثير هي استرعاء اهتمام الجمهور ودفعه لمتابعة ما تقدمه الوسيلة الإعلامية من برامج.



جدول رقم 44: يبين مدى مناقشة أفراد العينة لمواضيع البرامج الدينية

الفئة	التكرار	النسبة %
دائما	40	26.66
أحيانا	57	38
نادرا	53	35.33
المجموع	150	100

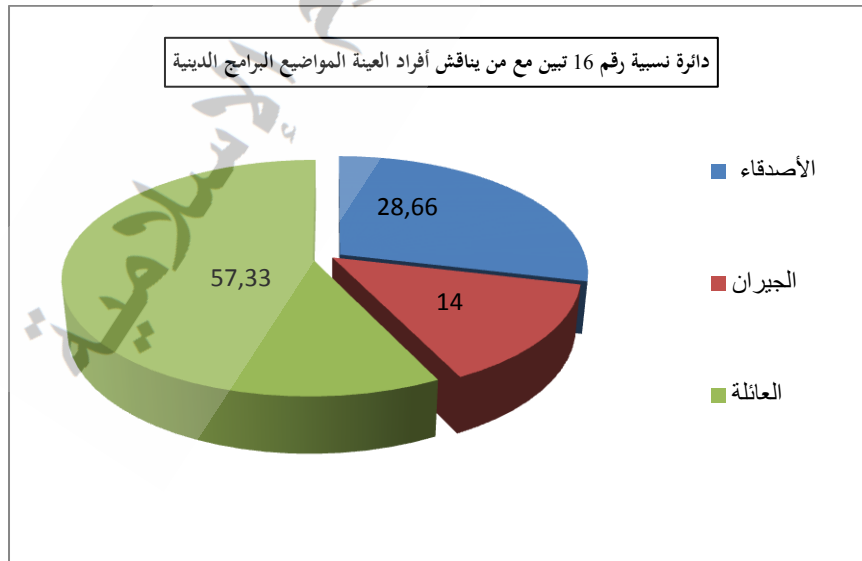
يبين الجدول في الأعلى مدى مناقشة أفراد العينة لمواضيع البرامج الدينية، ومن خلال قراءة النسب المتحصل عليها من طرف المبحوثين نلاحظ تقارب في النسب، فالنسبة الكبيرة من المبحوثين أحيانا ما يناقشون مواضيع البرامج الدينية بنسبة 38%، أما 35.33% من عينة الدراسة فنادرا ما يناقشون المواضيع، عكس 26.66% من أفراد عينة الدراسة الذين يناقشون مواضيع البرامج الدينية دائما. إن الهدف من هذا السؤال معرفة مدى تأثير البرامج الدينية ومواضيعها في عينة الدراسة، إذ كما هو معلوم فإن تبني الأفكار ومحاولة تبليغها هي المرحلة الأخيرة للاقتناع، بتعبير آخر هل تؤثر هذه البرامج في مستمعيها من خلال عينة الدراسة؟ فمناقشة الفرد للأفكار التي يستقيها ويتلقفها من البرامج الدينية دليل على وصول الفكرة أو المعلومة كمرحلة أولى ثم التأثير الذي يظهر من خلال المناقشة كمرحلة ثانية.



جدول رقم 45: يبين مع من يناقش أفراد العينة المواضيع البرامج الدينية

الفترة	التكرار	النسبة %
الأصدقاء	43	28.66
الجيران	21	14
العائلة	86	57.33
أخرى تذكر	00	00
المجموع	150	100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن 57.33% من المبحوثين يناقشون المواضيع مع العائلة، ونصف هذه العينة يناقشون مواضيع البرامج الدينية مع الأصدقاء حيث بلغت نسبتهم 28.66%، لتتصدر النسبة إلى 14% بالنسبة للذين يناقشون مواضيع البرامج الدينية التي تبثها إذاعة الجزائر من أم البواقي مع الجيران، ويمكن تفسير هذه النتائج على أن الأسرة هي من أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية، والمرجعية الدينية هي من أهم الأدوات والمعايير الاجتماعية التي يُحصن بها الآباء أبنائهم، لذلك نجد أنهم يناقشونها مع العائلة بعد الحصول على المعلومات الكافية لإيصالها لهم، أو حتى العكس يمكن للأبناء أن يناقشوا آبائهم في أمور الدين والدنيا انطلاقاً من متابعتهم للبرامج الدينية الإذاعية من أجل تنبيههم وتوعيتهم وإرشادهم، فكما هو معلوم فكثير من اعتقادات آباءنا لا أساس لها من الصحة، بل وتنافي حتى الشرع الإسلامي.



جدول رقم 46: يبين المواضيع الدينية الأكثر جذبا لعينة الدراسة

البرامج الإذاعية	الرتبة	التكرار	المعامل	المجموع	الرتبة
السيرة النبوية	1	51	7	357	02
	2	26	6	156	
	3	15	5	75	
	4	38	4	152	
	5	04	3	12	
	6	16	2	32	
	7	00	1	00	
قصص الأنبياء	1	33	7	231	03
	2	22	6	132	
	3	10	5	50	
	4	28	4	112	
	5	31	3	93	
	6	24	2	48	
	7	02	1	02	
برامج الإفتاء	1	74	7	518	01
	2	21	6	126	
	3	09	5	45	
	4	14	4	56	
	5	11	3	33	
	6	07	2	14	
	7	14	1	14	
البرامج الإيمانية	1	07	7	49	07
	2	26	6	156	
	3	11	5	55	
	4	33	4	132	
	5	18	3	54	
	6	37	2	74	
	7	18	1	18	
التاريخ الإسلامي	1	02	7	14	06
	2	54	6	324	
	3	22	5	110	
	4	04	4	16	
	5	04	3	12	
	6	37	2	74	
	7	27	1	27	
برامج خاصة بمسائل فقهية	1	31	7	217	04
	2	06	6	36	
	3	11	5	55	
	4	45	4	180	
	5	18	3	54	
	6	10	2	20	

		29	1	29	7	
		7	7	01	1	
		204	6	34	2	
		110	5	22	3	
		192	4	48	4	
		39	3	13	5	
		14	2	07	6	
		15	1	15	7	
05	581					العقيدة

يوضح الجدول أعلاه ترتيب مواضيع البرامج الدينية الأكثر تفضيلاً، حيث احتلت برامج الإفتاء المرتبة الأولى، تلاها في المرتبة الثانية برامج السيرة النبوية، وجاء ترتيب مواضيع البرامج الدينية المفضلة لدى عينة الدراسة كالتالي:

الترتيب	البرنامج
1	برامج الإفتاء
2	السيرة النبوية
3	قصص الأنبياء
4	برامج خاصة بمسائل فقهية
5	برامج العقيدة
6	التاريخ الإسلامي
7	البرامج الإيمانية

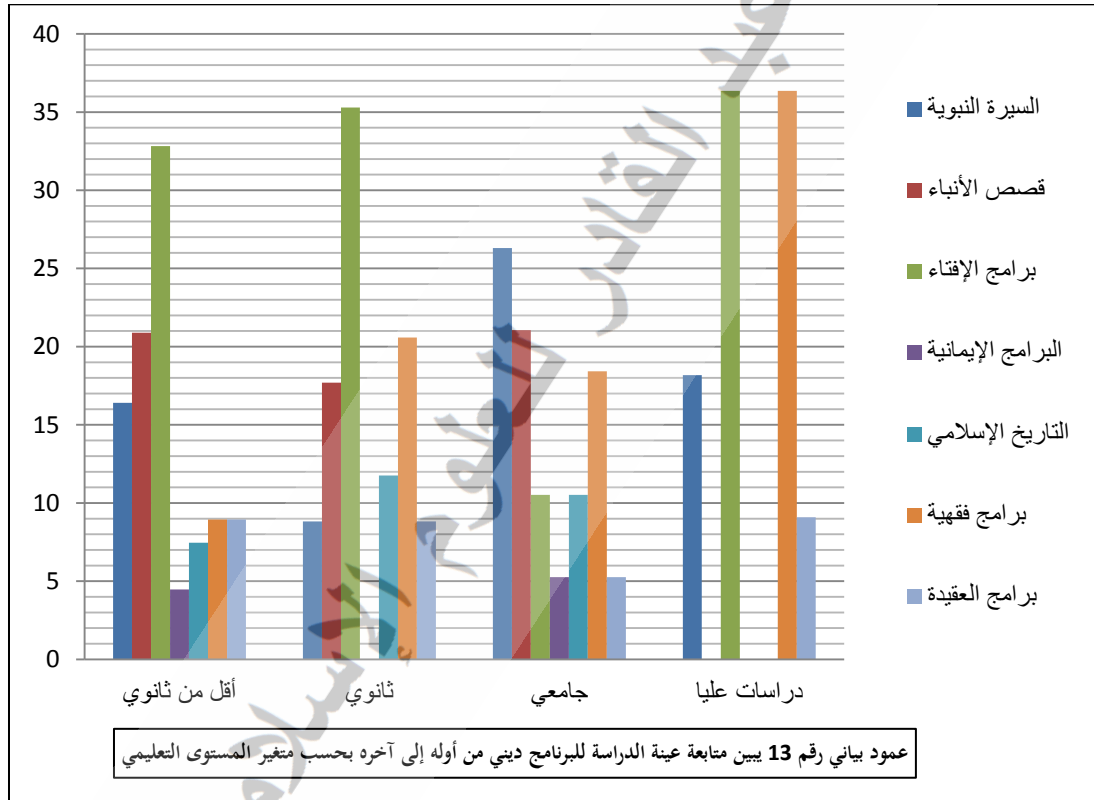
مما سبق نستنتج أن برامج الفتوى هي البرامج الأكثر متابعة من طرف أفراد عينة الدراسة وهذه النتائج توافق ما جاءت به دراسة رمضان بن نجمة¹، ودراسة سعيدة عباس² وذلك دليل على حرص المسلم على تعلم أمور دينه، أما السيرة النبوية و قصص الأنبياء يمكن اعتبارها برامج تعليمية وعظية زاد الاهتمام بها خاصة مع ظهور موجة الدعاة الجدد الذين أعطوا نفساً جديداً للبرامج الدينية، وذلك بغية الاستفادة من تجاربهم ولتأسي بمنهج حياتي خاصة ونحن نعيش اليوم زمن غابت فيه مظاهر اتباع نهج الأنبياء.

1. رمضان بن نجمة: جمهور الفضائيات العربية، دراسة في عادات وأنماط مشاهدة تلاميذ ثانويات ولاية قسنطينة، مذكرة ماجستير في الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2003، ص 129.
2. سعيدة عباس: اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية، مذكرة ماجستير في الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010، ص 148.

جدول رقم 47: يبين المواضيع الدينية الأكثر تفضيلاً لمفردات عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي		أقل من ثانوي		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع	
التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
11	16.41	03	08.82	10	26.31	02	18.18	26	17.33		
14	20.89	05	14.70	08	21.05	00	00	27	18		
22	32.83	12	35.29	04	10.52	04	36.36	42	28		
03	04.47	00	00	02	05.26	00	00	05	03.33		
05	07.46	04	11.76	04	10.52	00	00	13	08.66		
06	08.95	07	20.58	07	18.42	04	36.36	24	16		
06	08.95	03	08.82	02	05.26	01	09.09	12	08		
00	00	00	00	01	02.63	00	00	01	0.66		
67	100	34	100	38	100	11	100	150	100		
كا ² المحسوبة: 19.68		د=21		كا ² الجدولية: 32.67							

يبين الجدول رقم 47 تصنيف مفردات العينة إلى فئات حسب تفضيلها لمواضيع البرامج الدينية المداعة عبر أثر إذاعة أم البواقي وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي، حيث نلاحظ الاختلاف في نسب كل فئة، فمثلا أكبر نسبة لفئة أقل من ثانوي البالغة 32.83% تمثلت في برامج الإفتاء، عكس فئة الطلبة الجامعيين الذين يفضلون بدرجة أولى برامج تناول السيرة النبوية بنسبة 26.31%. وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن كا² المحسوبة تساوي 19.68 وهي قيمة أقل من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 21 ومستوى حرية 0.05 ما يدل على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المواضيع الدينية الأكثر تفضيلا لمفردات عينة الدراسة حسب ومتغير المستوى التعليمي.

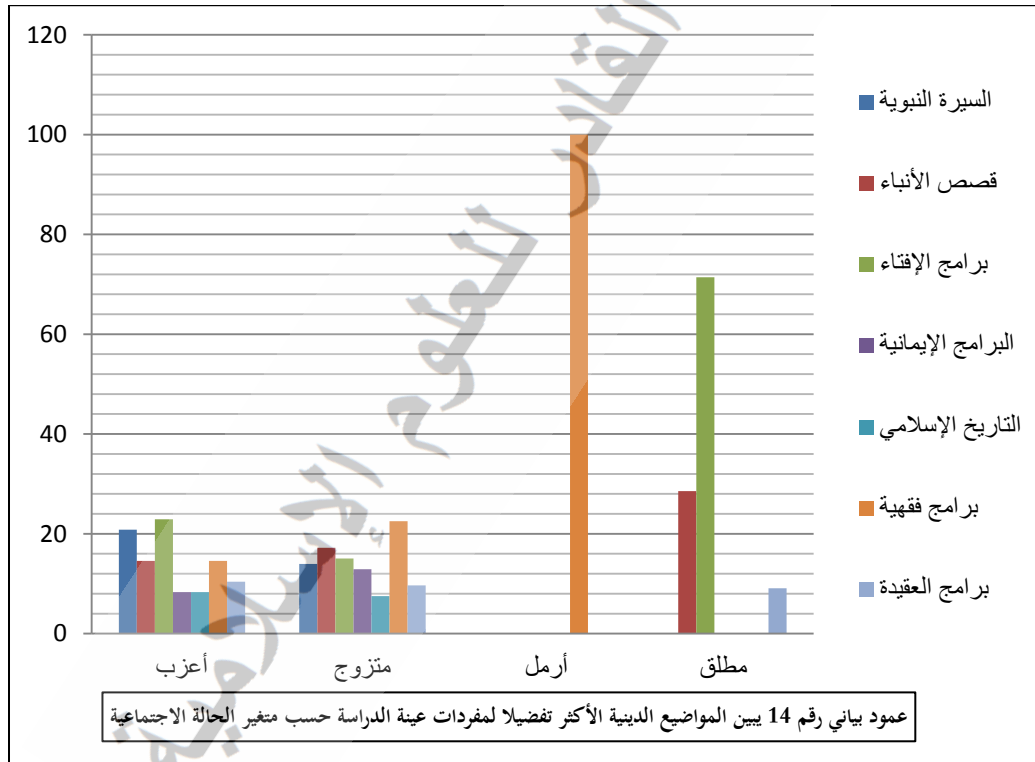


جدول رقم 48 يبين المواضيع الدينية الأكثر تفضيلاً لمفردات عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية		أرمل		مطلق		متزوج		أعزب		المجموع
المواضيع	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
السيرة النبوية	10	20.83	13	13.97	00	00	00	00	23	15.33
قصص الأنبياء	07	14.58	16	17.20	00	00	00	02	28.57	16.66
برامج الإفتاء	11	22.91	14	15.05	00	00	05	71.42	30	20
البرامج الإيمانية	04	08.33	12	12.90	00	00	00	00	16	10.66
التاريخ الإسلامي	04	08.33	07	07.52	00	00	00	00	11	07.33
برامج فقهية	07	14.58	21	22.52	02	100	00	00	30	20
العقيدة	05	10.41	09	09.67	00	00	00	00	14	09.33
أخرى ترتب	00	00	01	01.07	00	00	00	00	01	0.66
المجموع	48	100	93	100	02	100	07	100	150	100
كا ² المحسوبة: 37.39		د=21		كا ² الجدولية: 32.67						

يبين الجدول رقم 48 تصنيف مفردات العينة إلى فئات حسب تفضيلها لمواضيع البرامج الدينية المداعة عبر أثر إذاعة أم البواقي وعلاقته بمتغير الحالة الاجتماعية، حيث تشير الأرقام إلى تقارب في نسب إجابات المبحوثين، مع وجود اختلافات بسيطة، فالمطلقون يفضلون البرامج الخاصة بالمسائل الفقهية بنسبة 100%، أما الأرامل فنسبة 71.42% منهم يفضلون برامج الإفتاء، بينما تقاربت باقي النسب.

وبتطبيق كاي² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن كاي² المحسوبة تساوي 37.39 وهي قيمة أكبر من قيمة كاي² الجدولية عند درجة حرية 21 ومستوى حرية 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المواضيع الدينية الأكثر تفضيلاً لمفردات عينة الدراسة ومتغير الحالة الاجتماعية.

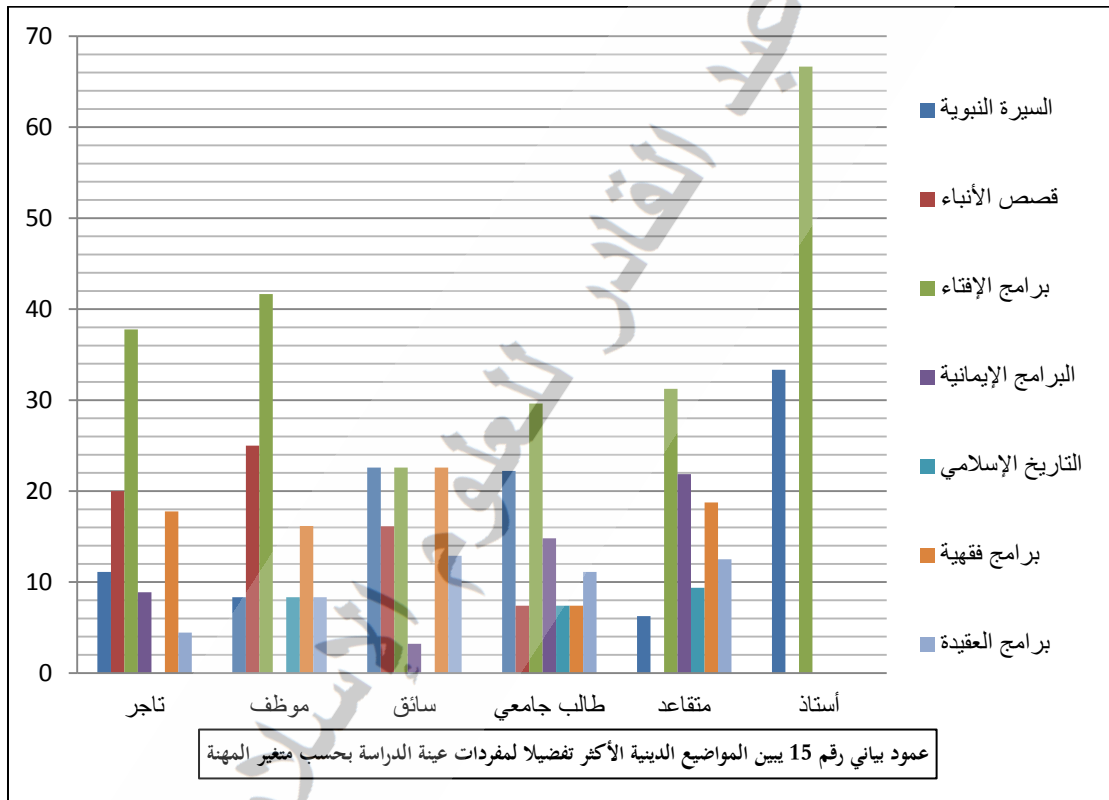


جدول رقم 49 يبين المواضيع الدينية الأكثر تفضيلاً لمفردات عينة الدراسة حسب متغير المهنة

المهنة		تاجر		موظف		سائق		طالب جامعي		متقاعد		أستاذ		المجموع	
المواضيع	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
السيرة النبوية	05	11.11	01	08.33	07	22.58	06	22.22	02	06.25	01	33.33	22	14.66	
قصص الأنبياء	09	20	03	25	05	16.12	02	07.40	00	00	00	00	19	12.66	
برامج الإفتاء	17	37.77	05	41.66	07	22.58	08	29.62	10	31.25	02	66.66	49	32.66	
البرامج الإيمانية	04	08.88	00	00	01	03.22	04	14.81	07	21.87	00	00	16	10.66	
التاريخ الإسلامي	00	00	01	08.33	00	00	02	07.40	03	09.37	00	00	06	04	
برامج فقهية	08	17.77	02	16.66	07	22.58	02	07.40	06	18.75	00	00	25	16.66	
العقيدة	02	04.44	01	08.33	04	12.90	03	11.11	04	12.50	00	00	14	09.33	
أخرى ترتب	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	
المجموع	45	100	12	100	31	100	27	100	32	100	03	100	150	100	
كا ² المحسوبة: 22.32		د=30		كا ² الجدولية: 43.77											

من خلال قراءة الجدول نلاحظ أن أعلى نسب التفضيل تركزت في البديلين برامج الإفتاء والسيرة النبوية، ثم بدرجة أقل قصص الأنبياء والبرامج الخاصة بالمسائل الفقهية، لنتهي بالبرامج المتخصصة في الموضوعات العقدية، التاريخ الإسلامي، وانتهاء بالبرامج الإيمانية، وهذا الترتيب جاء موافقا للجدول رقم 46 الخاص بمواضيع البرامج الدينية الأكثر جذبا لعينة الدراسة.

وبتطبيق اختبار كا² تبين أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المواضيع الدينية الأكثر تفضيلا لمفردات عينة الدراسة ومتغير المهنة، فالأرقام المتحصل عليها تثبت أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 22.32 وهي أقل من قيمة كا² الجدولية عند مستوى درجة حرية 30 ومستوى ثقة 0.05.

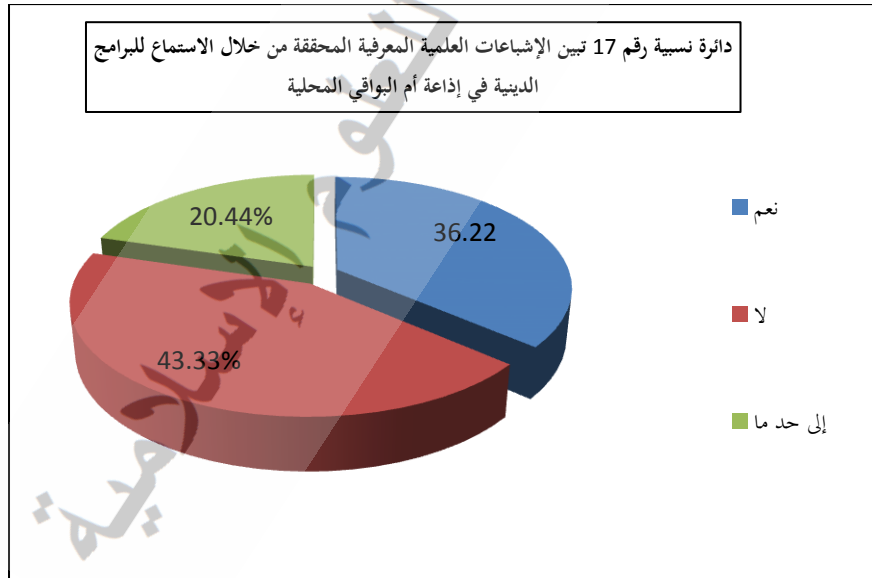


2.4 الإشباع المحققة من متابعة البرامج الدينية

جدول رقم 50: يبين الإشباع العلمية المحققة من خلال الاستماع للبرامج الدينية في إذاعة أم البواقي

النسبة %	التكرار	الفئة
36.22	54	نعم
43.33	65	لا
20.44	31	إلى حد ما
100	150	المجموع

من خلال تفحص المعطيات الواردة في الجدول أعلاه، نلاحظ أن النسبة الغالبة على أفراد عينة الدراسة لا تحقق لهم البرامج الدينية المذاعة عبر أثر إذاعة أم البواقي إشباعاً علمياً معرفياً بنسبة بلغت 43.33%، في حين بلغت نسبة الذين تلبى لهم هذه البرامج إشباعاً علمياً معرفياً 20.44% وأجاب 36.22% من عينة الدراسة بأن البرامج الدينية تحقق لهم هذا الإشباع إلى حد ما.

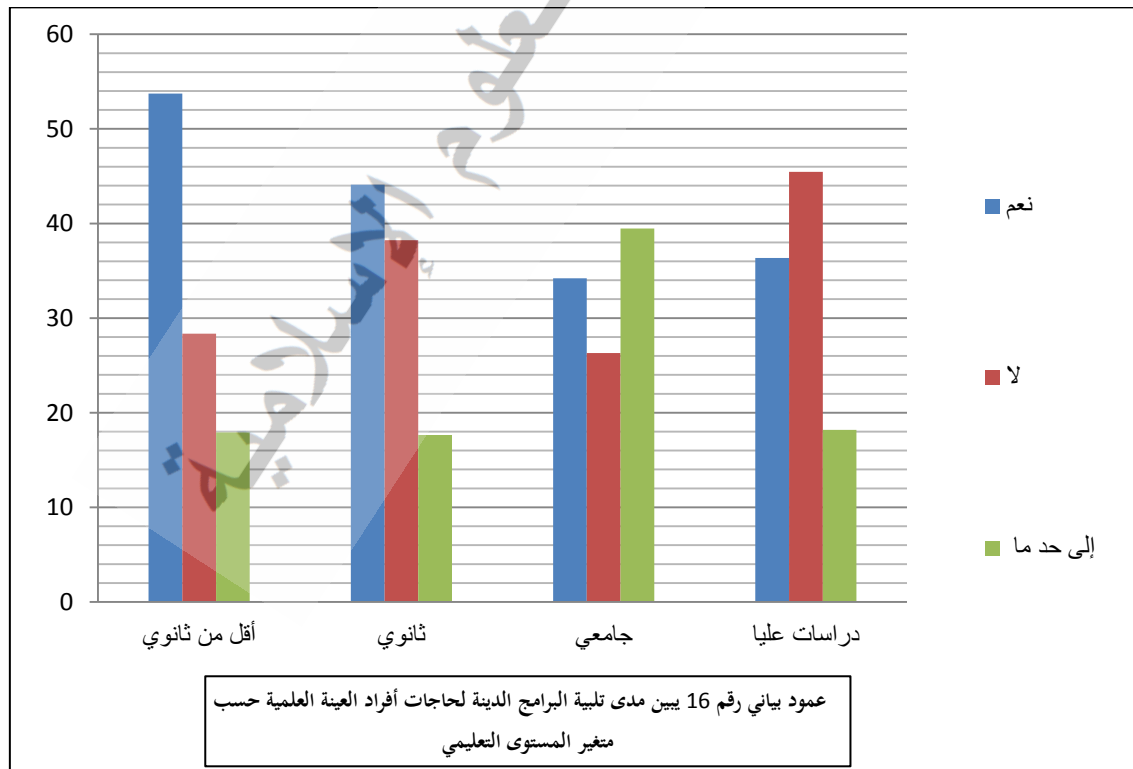


جدول رقم 51: يبين مدى تلبية البرامج الدينية لإشباعات أفراد العينة العلمية المعرفية حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي		أقل من ثانوي		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع	
الإشباع العلمي المعرفي		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
نعم		53.33	36	44.11	15	34.21	13	36.36	04	45.33	68
لا		28.35	19	38.23	13	26.31	10	45.45	05	31.33	47
إلى حد ما		17.91	12	17.64	06	39.47	15	18.18	02	23.33	35
المجموع		100	67	100	34	100	38	100	11	100	150
كا ² المحسوبة: 9.99		د=6		كا ² الجدولية: 12.59							

من خلال قراءة الجدول يتضح أن النسبة الغالبة على أفراد عينة الدراسة تتحقق لهم إشباعات علمية معرفية نتيجة استماعهم ومتابعتهم للبرامج الدينية المذاعة عبر إذاعة الجزائر من أم البواقي بنسبة 45.33%، بينما بلغت نسبة الذين لا تتحقق لهم هذه الإشباعات 31.33%، بينما نجد النسبة الأصغر لمفردات عينة الدراسة تتحقق لهم البرامج الدينية إشباعاتهم العلمية المعرفية إلى حد ما حيث بلغت هذه النسبة 23.33%. ويمكن أن نفسر هذا باختلاف المستوى الثقافي والمعرفي لمفردات عينة الدراسة في الجانب الديني، فكما هو معلوم يوجد من هم مهتمون بالثقافة الدينية أو الذين يعرفون بالمتدينين، تمتاز هذه الفئة بقدر كافي من المعلومات والمعرفة الدينية ولذلك يمكن تفسير أنهم الفئة التي لا تتحقق لهم البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي هذه الإشباعات، وهذا راجع حسب وجهة نظري إلى اعتماد القائمين على هذا النوع من البرامج على التبسيط والسطحية لأن الإذاعة تخاطب جمهورا واسعا عادة ما يكون من الأميين.

وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن كا² المحسوبة تساوي 9.99 وهي أقل من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 06 ومستوى ثقة 0.05، ما يدل على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تلبية البرامج الدينية لحاجات أفراد العينة العلمية ومتغير المستوى التعليمي.



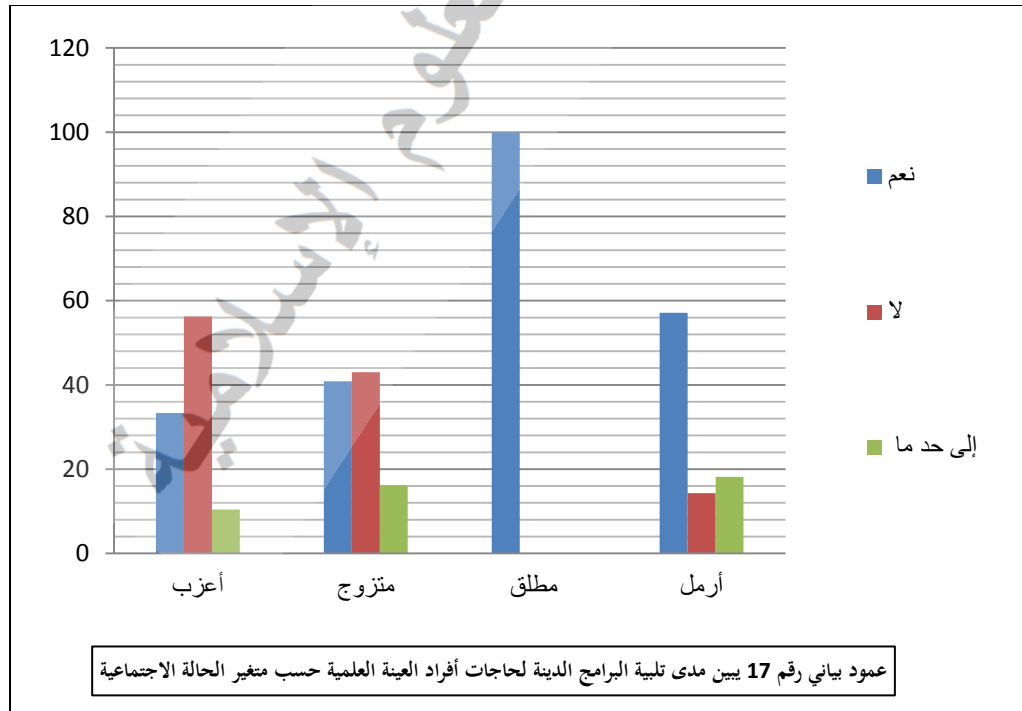
جدول رقم 52: يبين مدى تلبية البرامج الدينية لإشبعات أفراد العينة العلمية المعرفية حسب متغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية		أعزب		متزوج		مطلق		أرمل		المجموع	
الإشباع العلمي المعرفي		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
نعم		33.33	16	40.86	38	100	02	57.14	04	40	60
لا		56.25	27	43.01	40	00	00	14.28	01	45.33	68
إلى حد ما		10.41	05	16.12	15	00	00	28.57	02	14.66	22
المجموع		100	48	93	100	02	100	07	100	150	100
كا ² المحسوبة: 8.05		د=6				كا ² الجدولية: 12.59					

من خلال قراءة الجدول يتضح تقارب نسب إجابات عينة الدراسة خاصة بين فئتي العزاب والمتزوجين، ويظهر هذا أكثر في مجموع نسب التكرارات، حيث نجد أن مجموع نسب الفئات الذين لا تحقق لهم البرامج الدينية حاجاتهم أو إشباعاتهم العلمية المعرفية من عينة الدراسة بلغت 45.33%، لتتقارب مع نسبة الذين تتحقق لهم هذه الإشباعات بنسبة 40%، أما الذين تتحقق لهم هذه الإشباعات نوعاً ما أو لحد ما بلغت 14.66%.

ويمكن تفسير هذه النتائج المتحصل عليها من عينة الدراسة، بالاختلاف الموجود بين الناس في مدى اهتمامهم بالمواضيع من جهة، ومن جهة أخرى كثرة المواضيع والظواهر الاجتماعية التي تفرض نفسها على القارئ على هذه المؤسسة، ولا يمكن بأي حال من الأحوال أن تغطي البرامج الدينية الإذاعية جميع المواضيع والجوانب، لأنها حسب مدير الإذاعة ومنشط برنامج حكم الدين في أسئلة المستمعين أثناء إجراء المقابلة معهم بالإذاعة وسيلة خدمية بالدرجة الأولى، وعليها أن تتطرق في نفس الوقت إلى مختلف جوانب الحياة الاجتماعية عبر برامج قارة وأخرى استثنائية أو موسمية.

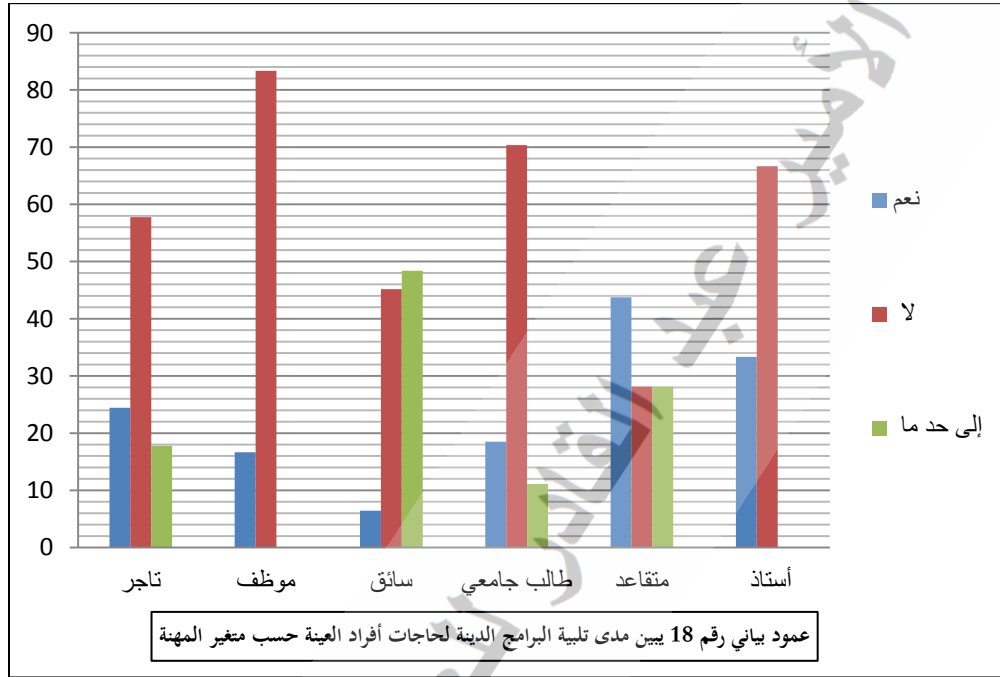
وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 8.05 وهي أقل من قيمة كا² الجدولية عند درجة 06 ومستوى حرية 0.05 ما يدل على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تلبية البرامج الدينية لحاجات أفراد العينة العلمية ومتغير الحالة الاجتماعية .



جدول رقم 53: يبين مدى تلبية البرامج الدينية لإشباعات أفراد العينة العلمية المعرفية حسب متغير المهنة

المهنة		تاجر		موظف		سائق		طالب جامعي		متقاعد		أستاذ		المجموع	
العلمية	المعرفية	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
نعم		11	24.44	02	16.66	02	06.45	05	18.51	14	43.75	01	33.33	35	23.33
لا		26	57.77	10	83.33	14	45.16	19	70.37	09	28.12	02	66.66	80	53.33
إلى حد ما		08	17.77	00	00	15	48.38	03	11.11	09	28.12	00	00	35	23.33
المجموع		45	100	12	100	31	100	27	100	32	100	03	100	150	100
كا ² المحسوبة: 34.18		د=10		كا ² الجدولية: 18.31											

من خلال تفحص المعطيات الواردة في الجدول، نلاحظ أن إجابات المبحوثين تركزت لدى جميع الفئات المهنية أن تعرضهم للبرامج الدينية لم يشبع رغبتهم العلمية المعرفية، بحيث أجاب 83.33% من الموظفين بأنها لا تشبع رغبتهم السابقة الذكر، ولدى الطلبة الجامعيين بنسبة 70.33%، تلاها الأساتذة بـ 66.66% والتجار بـ 57.77% وأخيرا لدى التقاعدين بنسبة 28.12%.

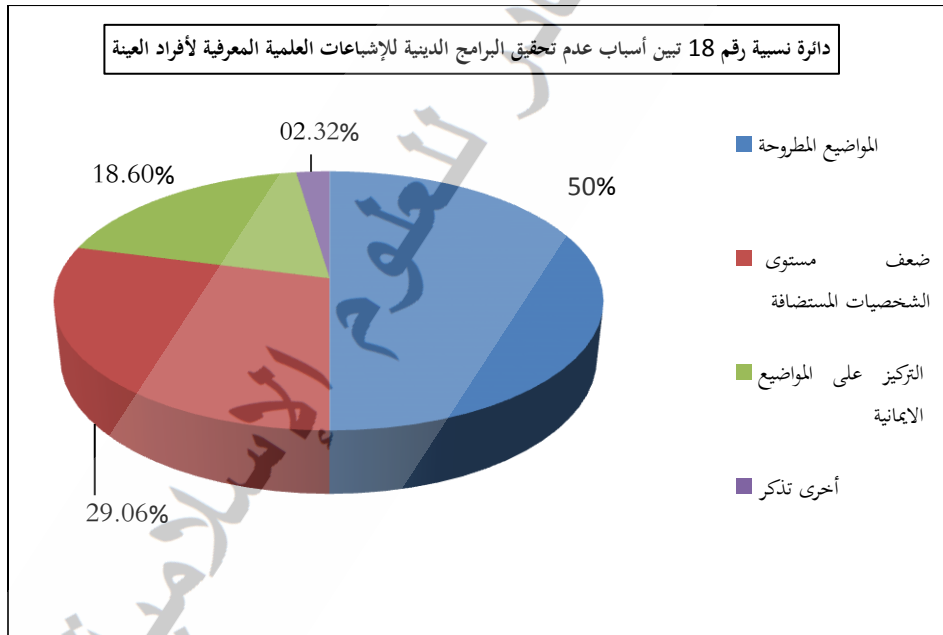


وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 34.18 وهي قيمة أكبر من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 10 ومستوى حرية 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تلبية البرامج الدينية لحاجات أفراد العينة العلمية ومتغير المهنة.

جدول رقم 54: يبين أسباب عدم تحقيق البرامج الدينية للإشباعات العلمية لأفراد العينة

الفئة	التكرار	النسبة %
المواضيع المطروحة	43	50
ضعف مستوى الشخصيات المستضافة	25	29.06
التركيز على المواضيع الإيمانية والاجتماعية	16	18.60
أخرى تذكر	02	02.32
المجموع	86	100

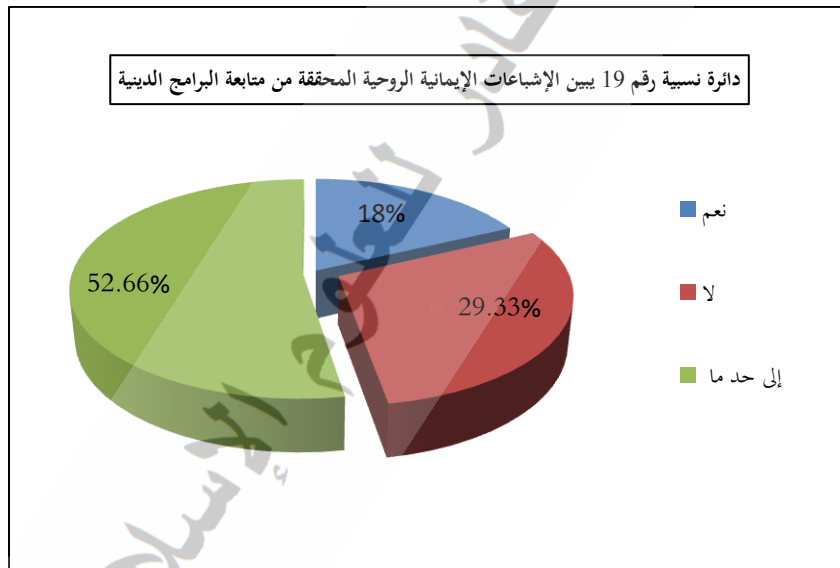
من خلال قراءة الجدول يتضح أن النسبة الغالبة على مفردات عينة الدراسة التي بلغت 50%، لا تلبي لهم البرامج الدينية المذاعة في إذاعة أم البواقي حاجاتهم وإشباعاتهم العلمية المعرفية، نظرا للمواضيع المطروحة، ثم تلاها ضعف مستوى الشخصيات المستضافة بنسبة 29.06%، بينما يرى 18.60% من عينة الدراسة أن البرامج الدينية تركز على الموضوعات الإيمانية والاجتماعية.



جدول رقم 55: يبين الإشباعات الإيمانية المحققة من متابعة البرامج الدينية

النسبة %	التكرار	الفئة
23.77	35	نعم
53.11	79	لا
23.11	34	إلى حد ما
100	150	المجموع

من خلال قراءة الجدول نلاحظ أن النسبة الغالبة على أفراد العينة المقدرة بـ 52.66% لا تحقق لهم البرامج الدينية المذاعة عبر أثر إذاعة الجزائر من أم البواقي إشباعاتهم الإيمانية، أما الذين لا تحقق لهم هذا الإشباع نهائيا فبلغت نسبتهم 23.77%، وقريبا من هذه النسبة نجد أن 23.11% من مفردات تتحقق لهم إشباعات إيمانية إلى حد ما نتيجة استماعهم لهذه للبرامج الدينية.

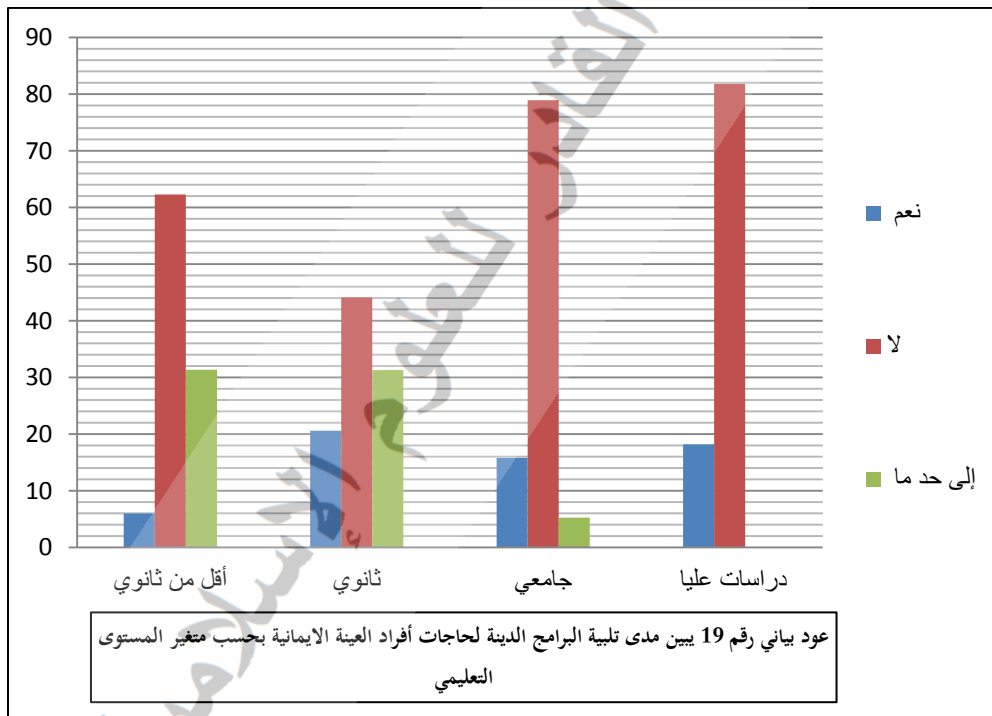


جدول رقم 56: يبين مدى تلبية البرامج الدينية لإشباعات أفراد العينة الإيمانية بحسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي		أقل من ثانوي		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع	
الإشباع الإيماني	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
نعم	04	05.97	07	20.58	06	15.78	02	18.18	19	12.66	
لا	42	62.68	15	44.11	30	78.94	09	81.81	96	64	
إلى حد ما	21	31.34	12	35.29	02	05.26	00	00	35	23.33	
المجموع	67	100	34	100	38	100	11	100	150	100	
كا ² المحسوبة: 15.67		د=6		كا ² الجدولية: 12.59							

يُظهر من خلال الجدول أن أكبر نسب إجابات المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي بلغت 81.81% و 79.94% لدى كل من فئة الدراسات العليا و فئة الجامعيين حول عدم تلبية البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي لحاجاتهم الإيمانية الروحية، غير أن الملاحظ أن فئة الثانويين والذين لديهم مستوى أقل من ثانوي هم أيضا لا تلبي لهم البرامج الدينية إشباعاتهم الإيمانية الروحية حيث بلغت نسبة إجاباتهم بـ لا 44.11% و 62.68%.

وبتطبيق اختبار كاي² تبين أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تلبية البرامج الدينية لإشباعات أفراد العينة الإيمانية ومتغير المستوى التعليمي، فالأرقام المتحصل عليها تثبت أن قيمة كاي² المحسوبة تساوي 15.67 وهي أكبر من قيمة كاي² الجدولية عند مستوى درجة حرية 06 ومستوى ثقة 0.05.

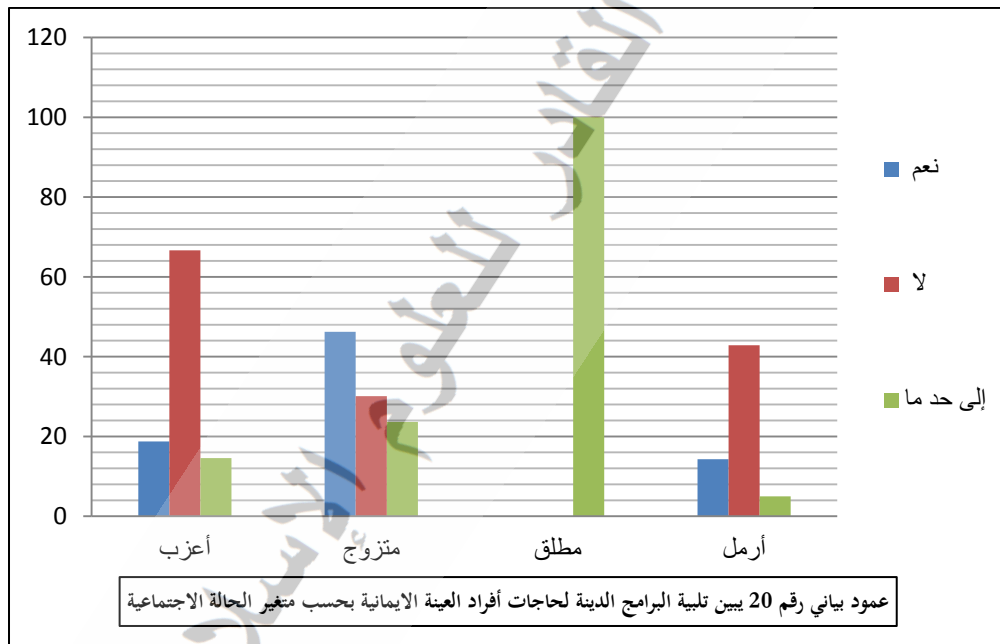


جدول رقم 57: يبين مدى تلبية البرامج الدينية لإشبعات أفراد العينة الإيمانية بحسب متغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية		أعزب		متزوج		مطلق		أرمل		المجموع	
الإشباع الإيماني	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
نعم	09	18.75	43	46.23	00	00	01	14.28	53	35.33	
لا	32	66.66	28	30.10	00	00	03	42.85	63	42	
إلى حد ما	07	14.58	22	23.65	02	100	03	42.85	34	22.66	
المجموع	48	100	93	100	02	100	07	100	150	100	
كا ² المحسوبة: 19.73		د=6		كا ² الجدولية: 12.59							

يُظهر من خلال أرقام الجدول رقم 57، أن النتائج أو النسب المتحصل عليها من إجابات المبحوثين، لم تتغير كثيرا عن الجدول السابق، بحيث أن البرامج الدينية المذاعة في إذاعة أم البواقي لا تلبى ولا تحقق لـ 42% من مفردات عينة الدراسة الإشباع الإيماني حسب الحالة الاجتماعية، أما الذين تحقق لهم هذه الإشباعات فبلغت نسبة 35.33%، وتحقق لـ 22.66% إشباعات إلى حد ما، إلا أنه توجد بعض الاختلافات في نسب كل فئة على حدى، فالنسبة الغالبة عند العزاب 66.66% لا تلبى لهم البرامج الدينية الإشباعات الإيمانية، في حين نجد أن المتزوجين تتحقق لهم هذه الإشباعات بنسبة 46.23%.

وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن كا² المحسوبة تساوي 19.73 وهي قيمة أكبر من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 06 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تلبية البرامج الدينية لإشباعات أفراد العينة للبرامج الدينية ومتغير الحالة الاجتماعية.

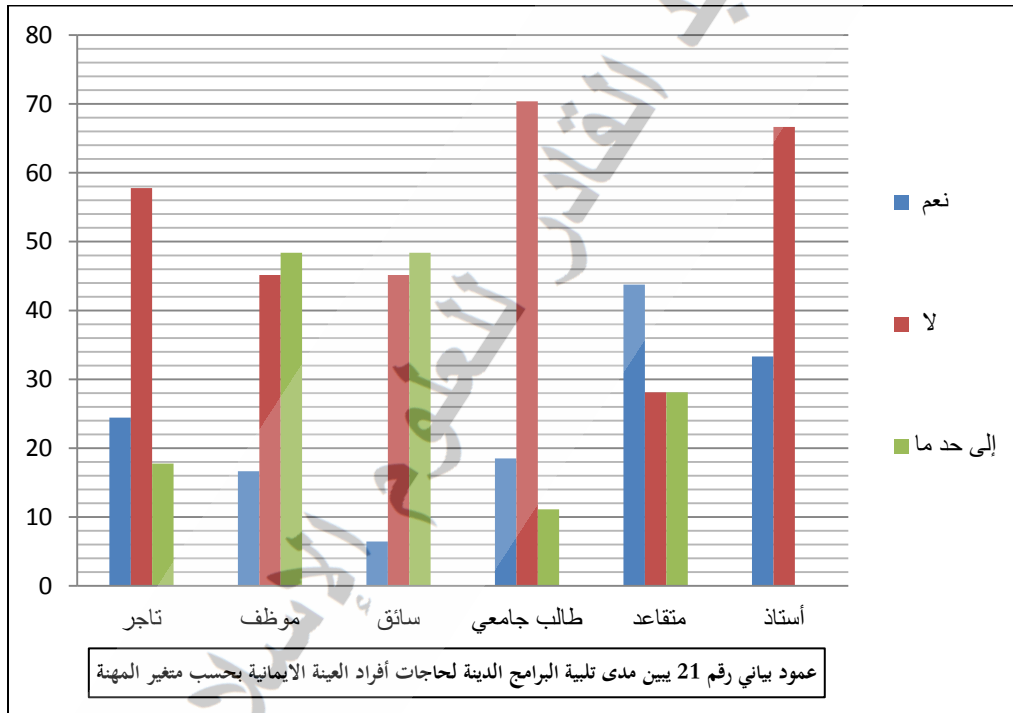


جدول رقم 58: يبين مدى تلبية البرامج الدينية لإشباعات أفراد العينة الإيمانية الروحانية بحسب متغير المهنة

المهنة	تاجر		موظف		سائق		طالب جامعي		متقاعد		أستاذ		المجموع	
الإشباع الإيماني	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
نعم	11	24.44	02	16.66	02	06.45	05	18.51	14	43.75	01	33.33	35	23.33
لا	26	57.77	10	83.33	14	45.16	19	70.37	09	28.12	02	66.66	80	53.33
إلى حد ما	08	17.77	00	00	15	48.38	03	11.11	09	28.12	00	00	35	23.33
المجموع	45	100	12	100	31	100	27	100	32	100	03	100	150	100
كا ² المحسوبة: 28.47	د=10													كا ² الجدولية: 18.31

يتضح من خلال الجدول أن معظم النسب الكبيرة تمحورت حول عدم تلبية البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي للحاجات الروحية الإيمانية لعينة الدراسة حسب متغير المهنة، حيث بلغت لدى الموظفين نسبة 83.33% و 70.37% للطلبة الجامعيين، بينما جاءت نسب من تليي لهم هذه البرامج الحاجات والإشباع الروحية الإيمانية متفاوتة، وهو الأمر نفسه بالنسبة لمن تليي لهم هذه الحاجيات إلى حد ما.

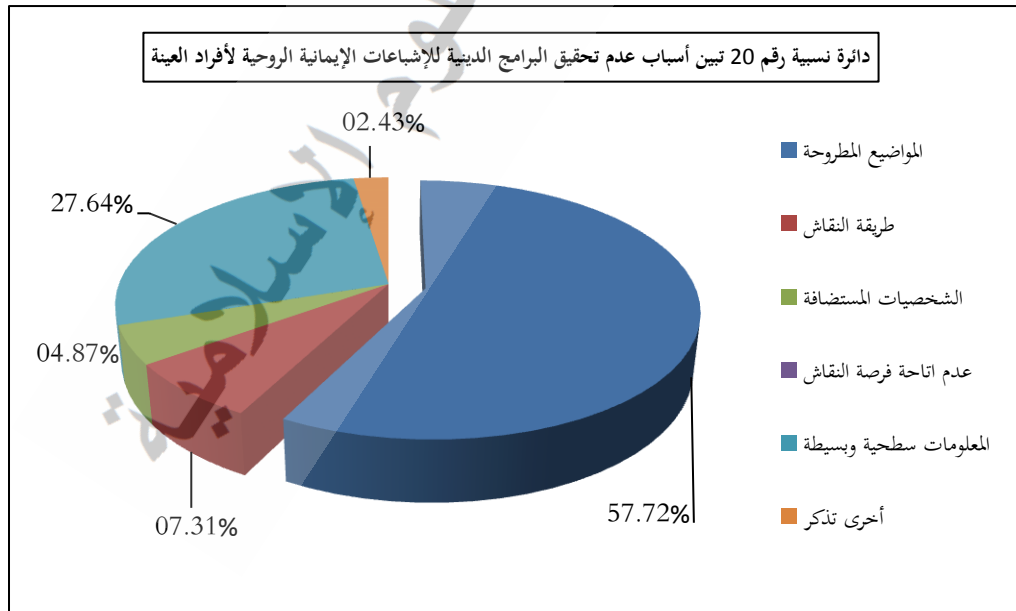
وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 28.47 وهي قيمة أكبر من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 10 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تلبية البرامج الدينية لحاجات أفراد العينة الإيمانية ومتغير المهنة.



جدول رقم 59: يبين أسباب عدم تحقيق البرامج الدينية للإشباعات الإيمانية لأفراد العينة

الفئة	التكرار	النسبة %
المواضيع المطروحة	71	57.72
طريقة النقاش	9	07.31
الشخصيات المستضافة	06	04.87
عدم اتاحة فرصة النقاش	00	00
المعلومات بسيطة وسطحية	34	27.64
أخرى تذكر	03	02.43
المجموع	123	100

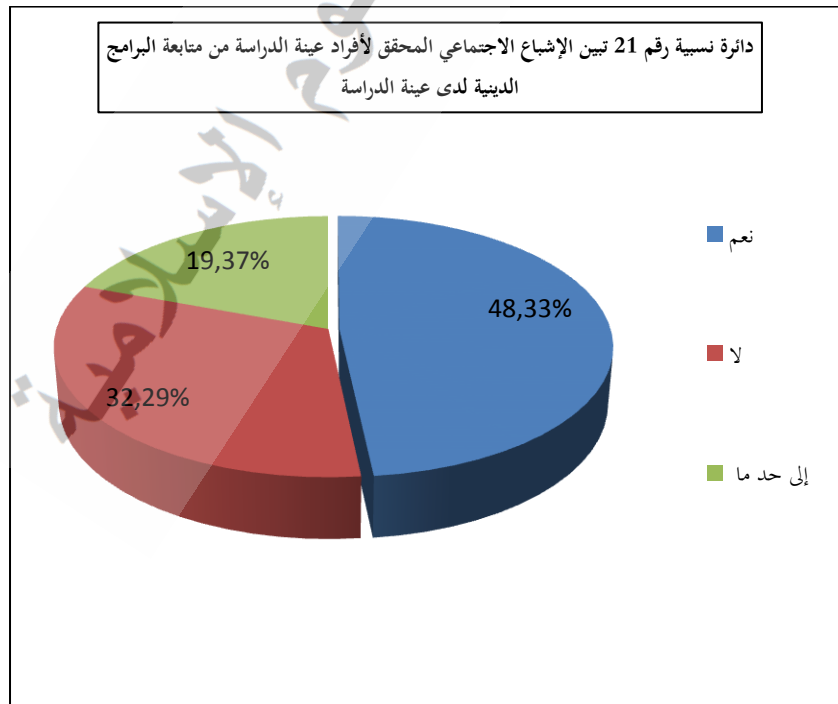
من خلال قراءة الجدول نلاحظ أن النسبة الغالبة على أفراد العينة الذين لا تلبي أو تلبي لهم البرامج الدينية حاجاتهم وإشباعاتهم الإيمانية الروحية إلى حد ما بسبب المواضيع المطروحة بنسبة 57.72%، أما 27.64% من هذه العينة فيرجعون سبب ذلك إلى المعلومات التي يتم تزويد الجمهور بها من خلال البرامج الدينية، حيث يرى هؤلاء بأنها بسيطة وسطحية، وفي الأخير نجد كل من السببين طريقة التنشيط والشخصيات المستضافة بـ 07.31% و 04.87%.



جدول رقم 60: يبين الإشباع الاجتماعي المحقق لأفراد عينة الدراسة من متابعة البرامج الدينية لدى عينة الدراسة

النسبة %	التكرار	الفئة
48.22	73	نعم
32.22	29	لا
19.33	48	إلى حد ما
100	150	المجموع

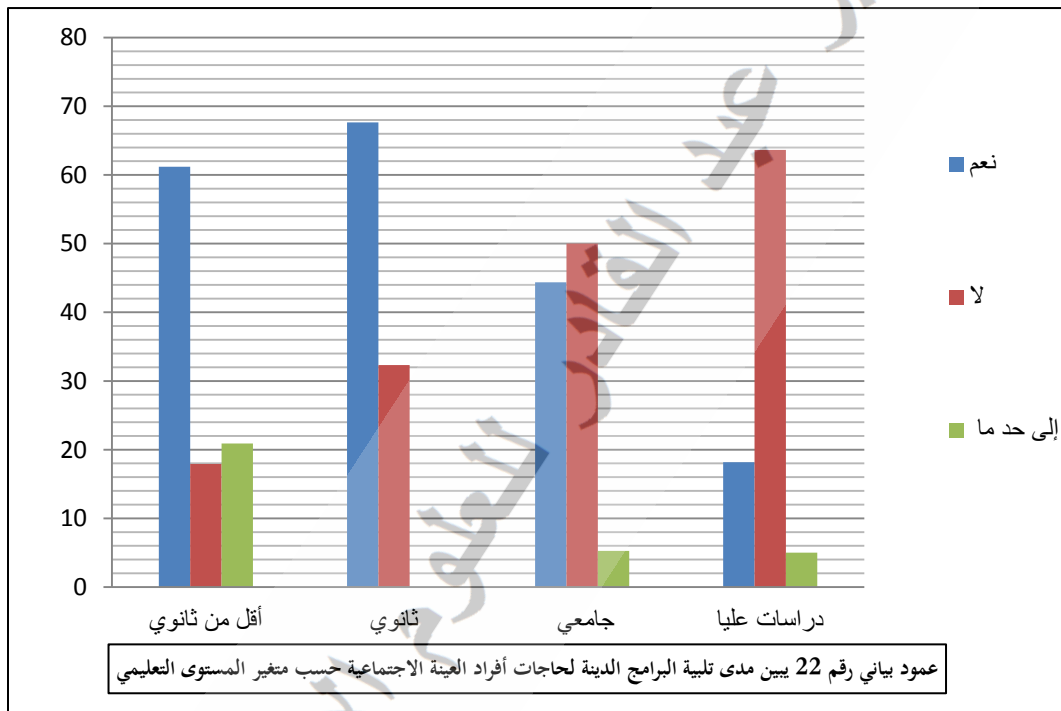
من خلال قراءة الجدول نلاحظ أن النسبة الغالبة على أفراد العينة المقدرة بـ 48.22% تُحقق لهم البرامج الدينية المذاعة عبر أثر إذاعة الجزائر من أم البواقي إشباعاتهم الاجتماعية، أما الذين لا تحقق لهم هذا الإشباع نهائيا فبلغت نسبتهم 32.22%، وأما المتبقي من مفردات العينة المقدرة بـ 19.33% تتحقق لهم الإشباع الاجتماعي إلى حد ما نتيجة استماعهم لهذه البرامج الدينية، وبالرجوع إلى الجدول رقم 20 يمكن أن نفسر تحقيق البرامج الدينية لغالبية عينة الدراسة، فحوالي 75% يفضلون برنامجي دين ودنيا وبقلب مفتوح وهما برنامجين اجتماعيين، ويمكن أيضا تفسير هذا التفضيل بتحقيق هذين البرنامجين لإشباعات الجمهور.



جدول رقم 61: يبين مدى تلبية البرامج الدينية لإشبعات أفراد العينة الاجتماعية حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي		أقل من ثانوي		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع	
الإشبعات الاجتماعية		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
نعم		61.19	41	67.64	23	44.37	17	18.18	02	55.33	83
لا		17.91	12	32.35	11	50	19	63.63	07	32.66	49
إلى حد ما		20.89	14	00	00	05.26	02	18.18	02	12	18
المجموع		100	67	100	34	100	38	100	11	100	150
كا ² المحسوبة: 25.09		د=6		كا ² الجدولية: 12.59							

يُظهر من خلال الجدول رقم 61، أن أكبر نسب إجابات المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي بلغت 67.64% و 61.19% لدى كل من فئة أقل من ثانوي وفئة ثانوي على التوالي، حول تلبية وإشباع البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي لحاجاتهم الاجتماعية، غير أن الملاحظ أن فئة الدراسات العليا وفئة الجامعيين بلغت لديهم نسبة عدم تلبية البرامج الدينية لهذه الإشباعات 63.63% و 50%، كما أن الملاحظ على هذا الجدول أن الفئات تركزت إجاباتها في البديلين "نعم" و "لا" على عكس الجداول السابقة أين برزت نسب لا بأس بها احتلت المرتبة الثانية للبديل إلى حد ما، أين نجدها في هذا الجدول تحتل المرتبة الثانية أو النسبة الأصغر لإجابات المبحوثين،

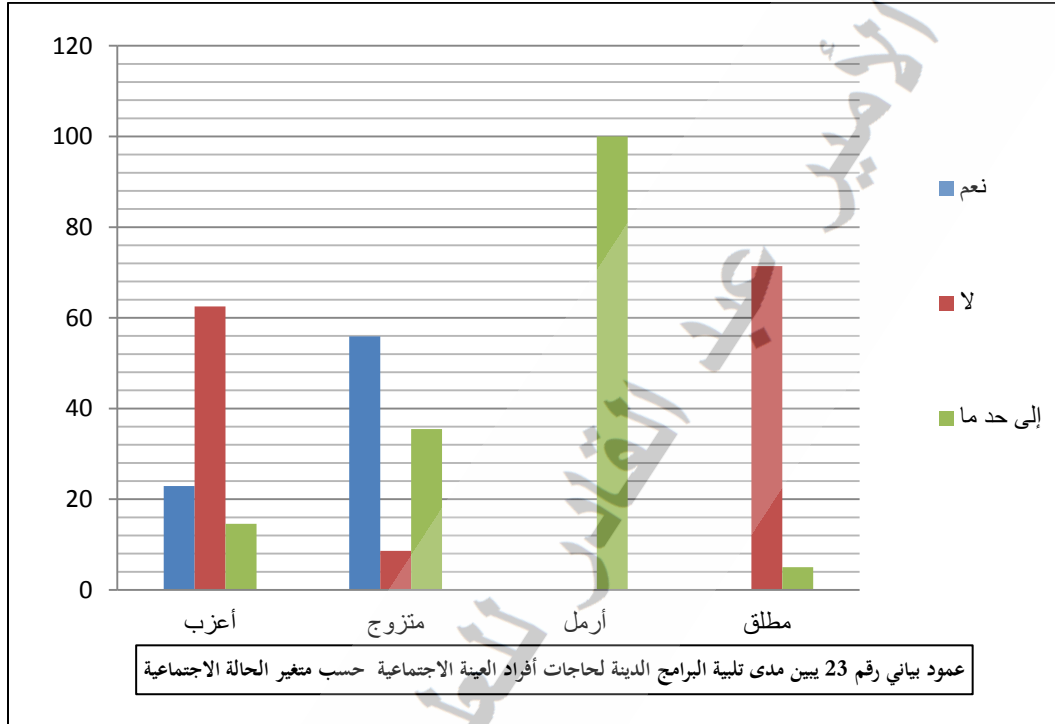


وبتطبيق اختبار كاي² تبين أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تلبية البرامج الدينية لإشباع أفراد العينة الاجتماعية ومتغير المستوى التعليمي، فالأرقام المتحصل عليها تثبت أن قيمة كاي² المحسوبة تساوي 25.09 وهي أكبر من قيمة كاي² الجدولية عند درجة حرية 06 ومستوى ثقة 0.05.

جدول رقم 62: يبين مدى تلبية البرامج الدينية لإشباعات أفراد العينة الاجتماعية حسب متغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية		أعزب		متزوج		مطلق		أرمل		المجموع	
الإشباعات الاجتماعية		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
نعم		22.91	11	55.91	52	00	00	00	00	42	63
لا		62.50	30	08.60	08	00	00	71.42	05	28.66	43
إلى حد ما		14.58	07	35.48	33	100	02	28.57	02	29.33	44
المجموع		100	48	100	93	100	02	100	07	100	150
كا ² المحسوبة: 69.17		د=6		كا ² الجدولية: 12.59							

يُظهر من خلال أرقام الجدول رقم 62، أن النتائج أو النسب المتحصل عليها من مجموع إجابات الباحثين تشير إلى أن النسبة الغالبة من عينة الدراسة تتحقق لهم الإشباع بـ 42%، في حين نجدها تحتل أعلى نسبة لفئة المتزوجين بـ 55.91%، وتقاربت مجموع نسب البديل لا و إلى حد ما ، غير أن نسب فئات عينة الدراسة اختلفت بشكل واضح، كما هو موضح في العمود البياني.

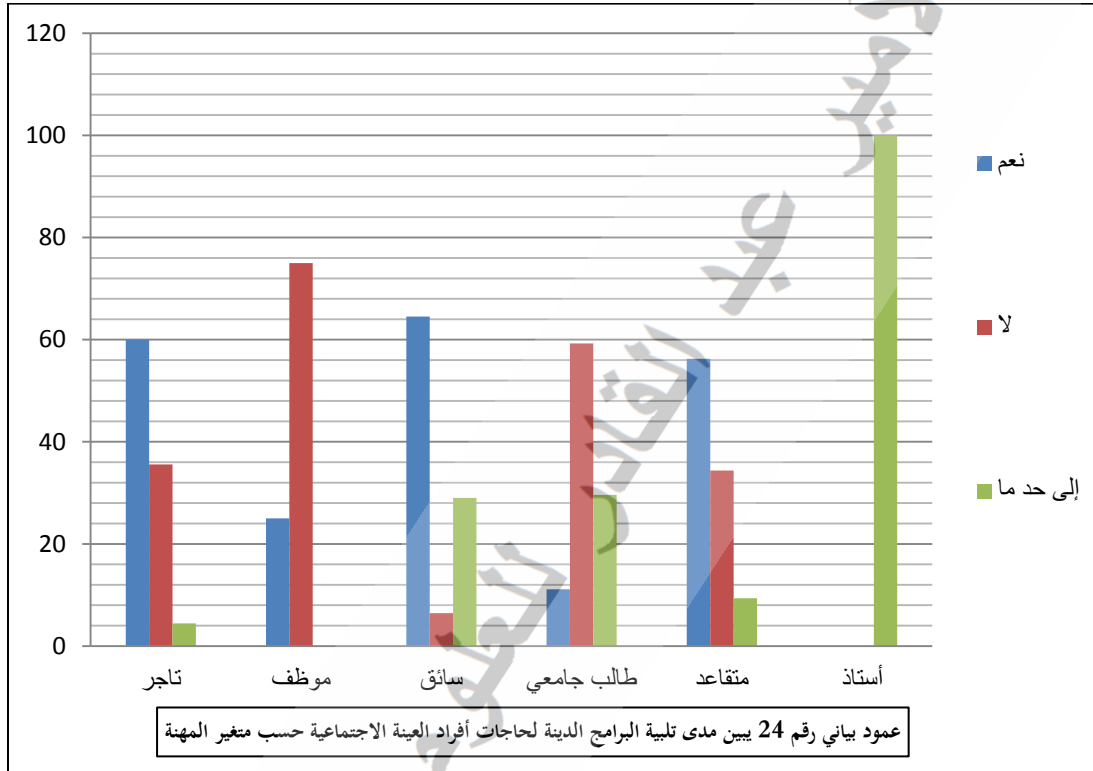


وبتطبيق كا² على أرقام الجدول، استنتجنا أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 69.17 وهي أكبر من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 06 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تلبية البرامج الدينية لإشباع أفراد العينة الاجتماعية ومتغير الحالة الاجتماعية.

جدول رقم 63: يبين مدى تلبية البرامج الدينية لإشباعات أفراد العينة الاجتماعية حسب متغير المهنة

المهنة		تاجر		موظف		سائق		طالب جامعي		متقاعد		أستاذ		المجموع	
الإشباكات الاجتماعية	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
نعم	27	60	03	25	20	64.51	03	11.11	18	56.25	00	00	71	47.33	
لا	16	35.55	09	75	02	06.45	16	59.25	11	34.37	00	00	54	36	
إلى حد ما	02	04.44	00	00	09	29.03	08	29.62	03	09.37	03	100	25	16.66	
المجموع	45	100	12	100	31	100	27	100	32	100	03	100	150	100	
كا ² المحسوبة: 52.25		د=10		كا ² الجدولية: 18.31											

من خلال قراءة الجدول نلاحظ أن معظم فئات عينة الدراسة تتحقق لها الإشباعات الاجتماعية، أين بلغت أعلى نسبة لسائقي السيارات بـ 64.51% و 60% بالنسبة للتجار، و 56.25% لفئة المتقاعدين، في المقابل نجد أن الطلبة بنسبة 59.25% لا تحقق لهم هذه الإشباعات، ويمكن تفسير هذا بالاختلاف في الاهتمام بالمواضيع الاجتماعية حسب الحالة الاجتماعية أو بالأحرى هنا حسب الفئات العمرية.



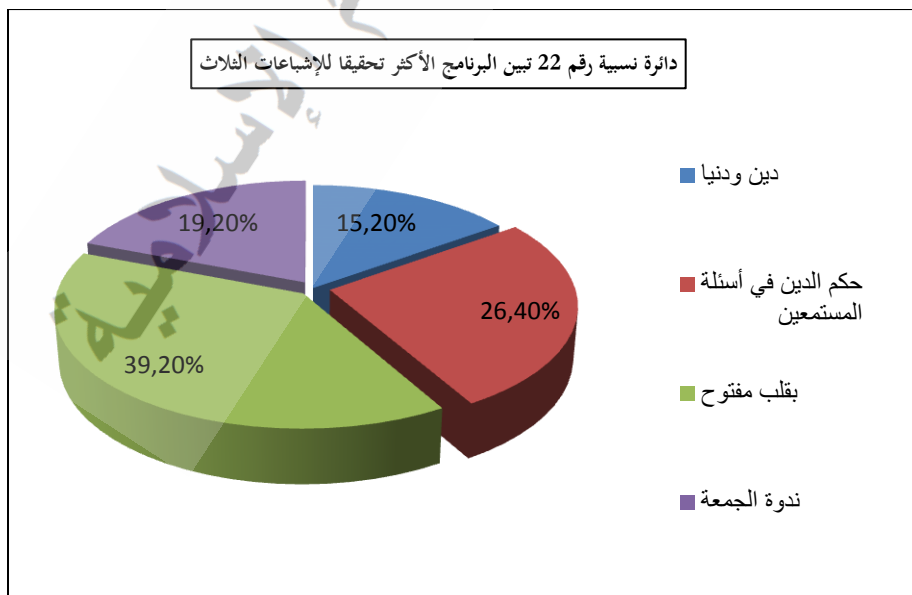
وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 52.25 وهي أكبر من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 10 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية تلبية البرامج الدينية لحاجات أفراد العينة الاجتماعية ومتغير المهنة.

3.4. رأى الجمهور في البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية

جدول رقم 64: يبين البرنامج الأكثر تحقيقا للإشباعات الثلاث

الفئة	التكرار	النسبة %
دين ودنيا	49	39.20
حكم الدين في أسئلة المستمعين	33	26.40
بقلب مفتوح	24	19.20
ندوة الجمعة	19	15.20
المجموع	*125	100

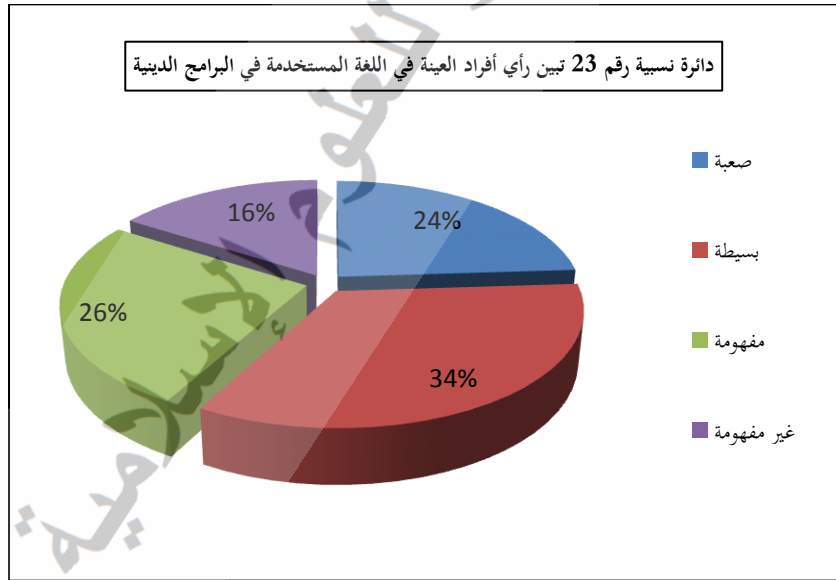
يبين الجدول رقم 64 أن برنامج دين ودنيا يلي لعينة الدراسة الإشباعات الثلاث بنسبة 39.20%، تلاها برنامج حكم الدين في أسئلة المستمعين بنسبة 26.40%، بينما تقاربت نسبة كل من برنامج بقلب مفتوح وندوة الجمعة بـ 19.20% و 15.20% تواليا. وبالرغم من أن برنامج دين ودنيا برنامج ديني اجتماعي إلا أنه يحقق هذه الإشباعات الثلاث وهذا راجع في رأي دائما للمواضيع المطروحة للنقاش وتفاعل المنشط ايجابيا مع ضيف الحصة من خلال استشارته ودفعه إلى تقديم معلومات وآراء تساعد على الفهم من جهة، وتزيد في معلومات الجمهور محققة له هذه الإشباعات.



جدول رقم 65: يبين رأي أفراد العينة في اللغة المستخدمة في البرامج الدينية

النسبة %	التكرار	الفئة
24	36	صعبة
34	51	بسيطة
26	39	مفهومة
16	24	غير مفهومة
100	150	المجموع

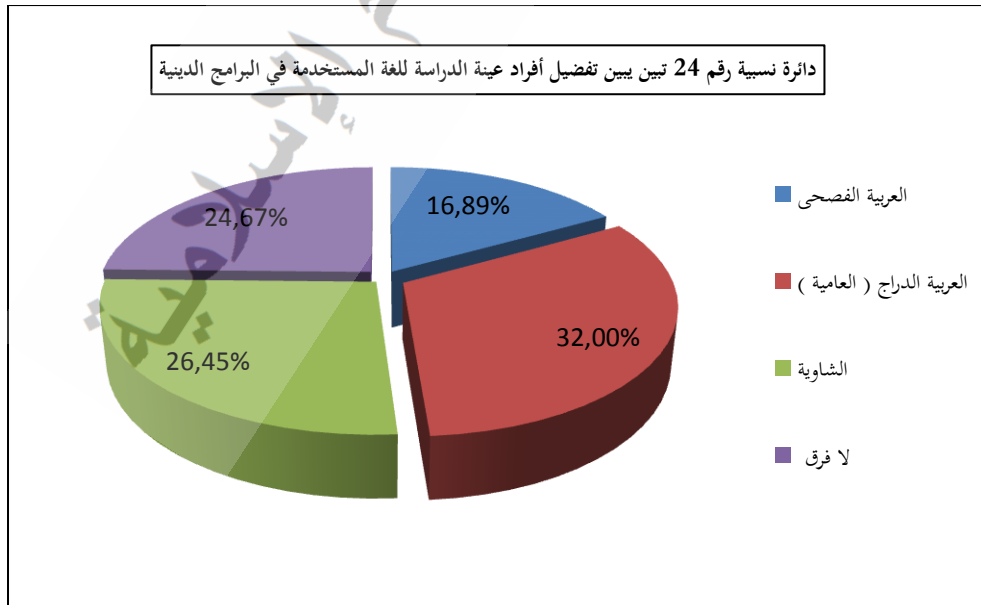
من خلال تفحص المعطيات الواردة في الجدول أعلاه يتبين لنا التفاوت في آراء عينة الدراسة حول مستوى اللغة، وإن كان هذا التفاوت نسبي بسيط إلى حد ما، حيث يرى 34% من هذه العينة أن مستوى اللغة بسيط، و26% مفهومة، أي أن 60% من مفردات العينة يعتبرون اللغة المستخدمة في البرامج الدينية بسيطة ومفهومة، غير أن 24% يرون في اللغة المستخدمة لغة صعبة و16% من عينة الدراسة يؤشرون بعدم فهمهم للغة البرامج الدينية.



جدول رقم 66: يبين تفضيل أفراد عينة الدراسة للغة المستخدمة في البرامج الدينية

الفئة	التكرار	النسبة %
العربية الفصحى	19	16.88
العامية (الدراجة)	73	31.99
الشاوية	28	26.44
لا فرق	30	24.66
المجموع	150	100

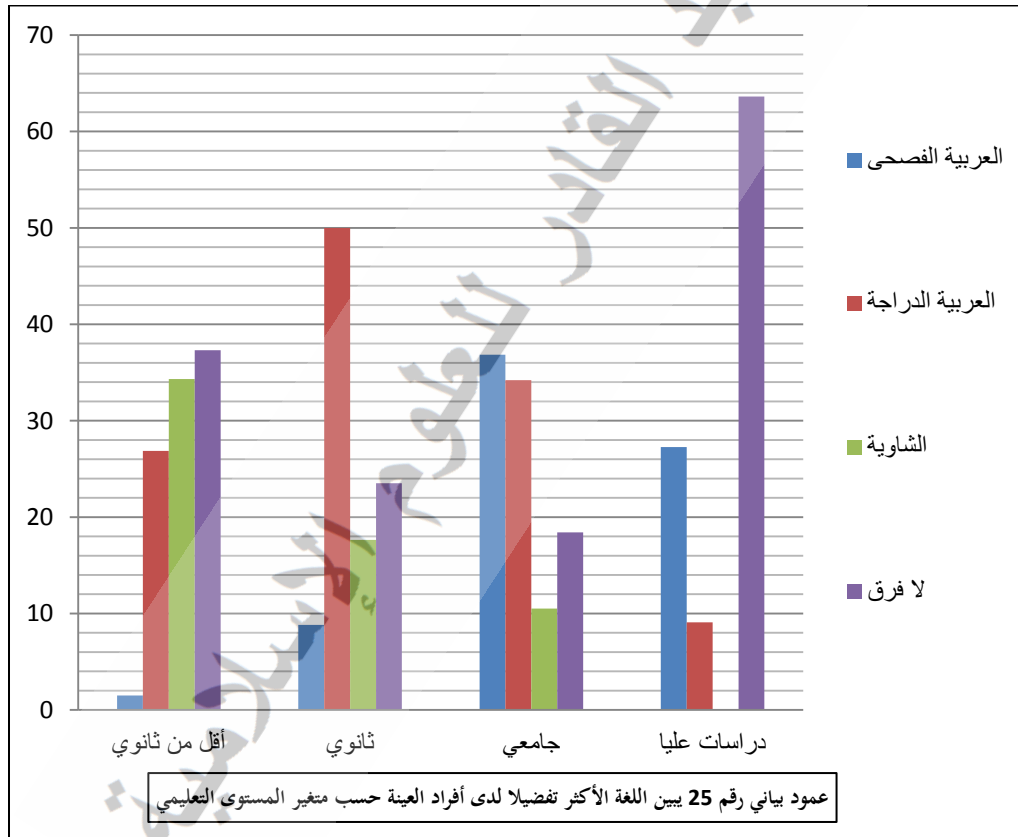
من خلال قراءة الجدول نلاحظ أن النسبة الغالبة على أفراد العينة المقدرة بـ 31.99% يفضلون العامية أو اللغة الدارجة، بينما تقاربت نسب إجابات المبحوثين حول تفضيل اللغة الشاوية و لا فرق في اللغة المستخدمة بـ 26.44% و بـ 24.66% تواليًا، لتأتي اللغة العربية الفصحى في آخر سلم تفضيل عينة الدراسة للغة المستخدمة في البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي بنسبة 16.88%، ويمكن تفسير هذه الأرقام بانتشار استخدام اللغة الدارجة أو العامية في مقابل تراجع الاهتمام باللغة العربية الفصحى وهذا راجع إلى عدة أسباب لوسائل الإعلام نصيب من هذه الأسباب، وبخصوص اللغة الشاوية رغم أن المنطقة يميزها استخدام سكانها لهذه اللغة إلا أنه يمكن القول بأن هذا الاستخدام تراجع بصفة ملحوظة لدى بعض الفئات الاجتماعية .



جدول رقم 67: يبين اللغة الأكثر تفضيلاً لدى أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي		أقل من ثانوي		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع	
اللغة المفضلة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
العربية الفصحى	01	01.49	03	08.82	14	36.84	03	27.27	21	14	
العربية الدارجة	18	26.86	17	50	13	34.21	01	09.09	49	32.66	
الشاوية	23	34.32	06	17.64	04	10.52	00	00	33	22	
لا فرق	25	37.31	08	23.52	07	18.42	07	63.63	47	31.33	
المجموع	67	100	34	100	38	100	11	100	150	100	
كا ² المحسوبة: 52.85		د=9		كا ² الجدولية: 16.92							

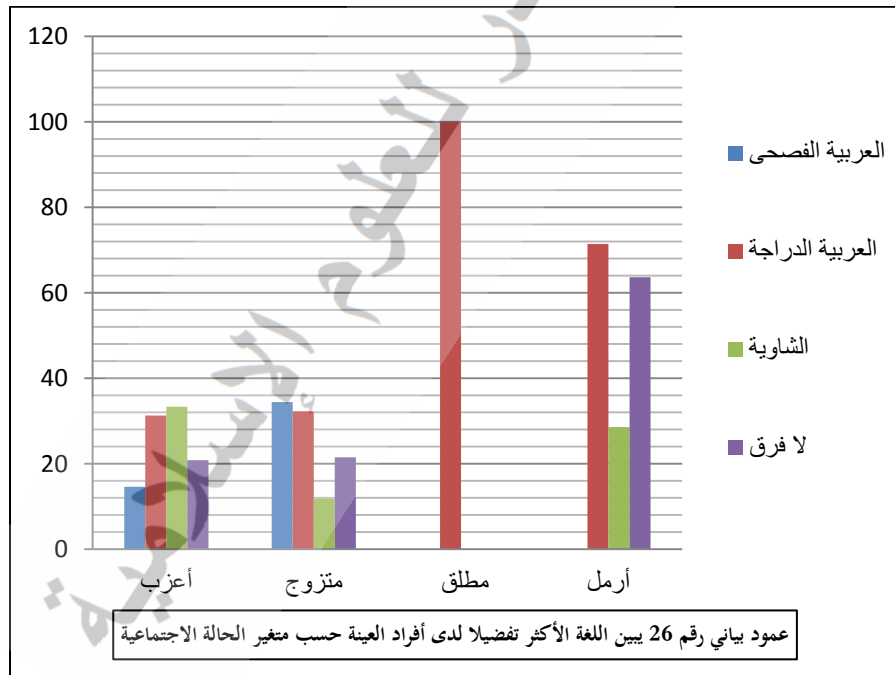
يتضح من خلال الجدول رقم 67 أنه كلما زاد المستوى التعليمي لعينة الدراسة كلما زادت نسبة تفضيل اللغة العربية الفصحى، حيث بلغت للأفراد ذو المستوى أقل من ثانوي 01.49% و 08.82% لمن لديهم المستوى الثانوي، لترتفع النسبة لدى فئة الدراسات العليا و الجامعيين بنسبة 27.27% و 36.84% على التوالي، والعكس بالنسبة للغة الدارجة أو العامية التي ترتفع نسبة من يفضلونها لدى كل من الثانويين والذين لهم مستوى أقل من ثانوي، وهو الأمر بالنسبة للغة الشاوية،. وبتطبيق كا² على أرقام الجدول رقم 64 استنتجنا أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 52.85 وهي أكبر من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 09 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية اللغة الأكثر تفضيلا لدى أفراد العينة للبرامج الدينية ومتغير المستوى التعليمي.



جدول رقم 68: يبين اللغة الأكثر تفضيلاً لدى أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية		أعزب		متزوج		مطلق		أرمل		المجموع	
اللغة المفضلة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
العربية الفصحى	07	14.58	32	34.40	00	00	00	00	39	26	
العربية الدراجة	15	31.25	30	32.25	02	100	05	71.42	52	34.66	
الشاوية	16	33.33	11	11.82	00	00	02	28.57	29	19.33	
لا فرق	10	20.83	20	21.50	00	00	00	00	30	20	
المجموع	48	100	93	100	02	100	07	100	150	100	
كا ² المحسوبة: 33.29		د=9		كا ² الجدولية: 16.92							

من خلال تفحص المعطيات الواردة في الجدول، يتبين التقارب بين مجموع نسب إجابات الباحثين حول مدى تفضيلهم للغة المستخدمة في البرامج الدينية، إلا أنه توجد اختلافات في تفضيل كل فئة من فئات العينة الأربع، حيث نلاحظ مثلاً أن فئة أعزب يفضلون بدرجة أولى اللغة الشاوية بنسبة 33.33% ثم اللغة العربية الدارجة بنسبة 31.25% تلاها عدم تفضيل أي لغة ولا فرق في استخدامها لهذه الفئة دائماً بنسبة 20.83%، وأخيراً جاء تفضيلهم للغة العربية الفصحى، هذا الترتيب المتحصل عليه يختلف لدى فئة المتزوجين، فهم يفضلون بدرجة أولى اللغة العربية الفصحى بنسبة 34.40%، ثم اللغة العربية الدارجة بنسبة 32.25% تلاها عدم تفضيل أي لغة ولا فرق في استخدامها لهذه الفئة دائماً بنسبة 21.50%، وأخيراً أيضاً جاء تفضيل فئة المتزوجين للغة الشاوية. وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 33.29 وهي أكبر من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 10 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اللغة الأكثر تفضيلاً لأفراد العينة للبرامج الدينية ومتغير الحالة الاجتماعية.

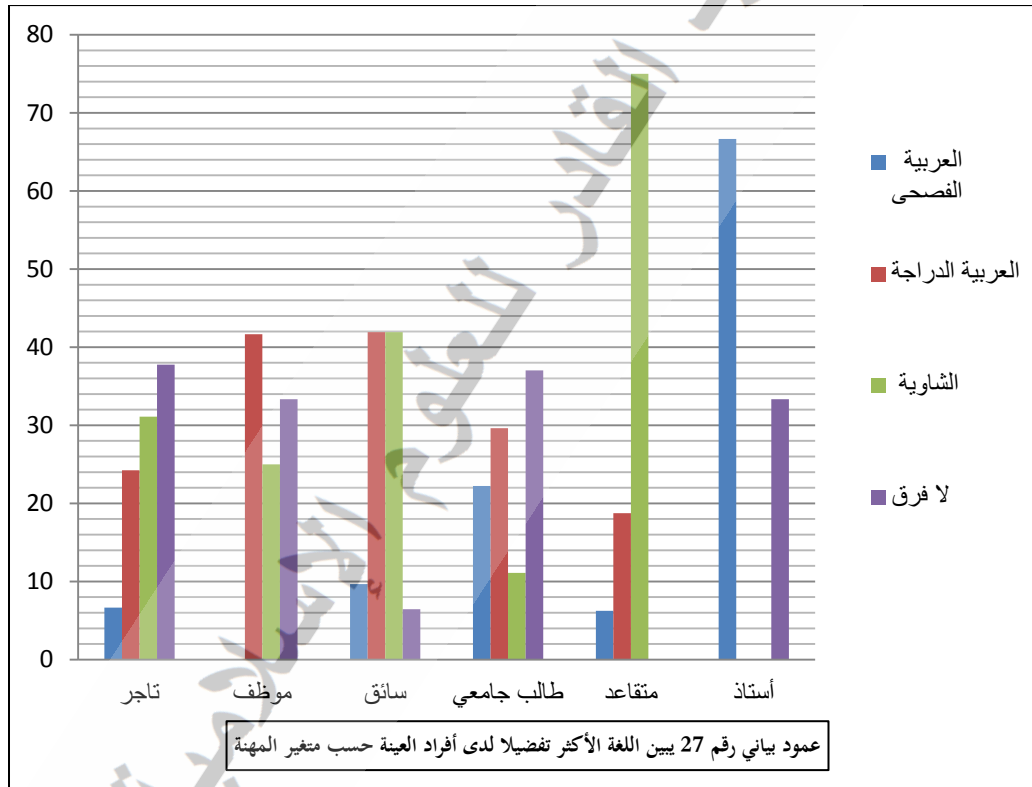


جدول رقم 69: يبين اللغة الأكثر تفضيلاً لدى أفراد العينة حسب متغير المهنة

المهنة		تاجر		موظف		سائق		طالب جامعي		متقاعد		أستاذ		المجموع	
اللغة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
العربية الفصحى	03	06.66	00	00	03	09.67	06	22.22	02	06.25	02	66.66	16	10.66	
العربية الدارجة	11	24.24	05	41.66	13	41.93	08	29.62	06	18.75	00	00	43	28.66	
الشاوية	14	31.11	03	25	13	41.93	03	11.11	24	75	00	00	57	38	
لا فرق	17	37.77	04	33.33	02	06.45	10	37.03	00	00	01	33.33	34	22.66	
المجموع	45	100	12	100	31	100	27	100	32	100	03	100	150	150	
كا ² المحسوبة: 165.68		د=15		كا ² الجدولية: 25.00											

يتضح من خلال الجدول رقم 69 تقارب مجموع نسب كل من البديلين اللغة والدراجة ولا فرق بين اللغات بنسبة 28.66% و 22.66% تواليا، لكن هذا التقارب في مجموع النسب يقابله اختلاف لدى كل فئة من فئات عينة الدراسة، فالنسبة الغالبة على تفضيل المتقاعدين بلغت 75% للغة الشاوية، بينما بلغت لدى من يفضلون اللغة العربية الدارجة النسبة الغالبة لتفضيل لسائقي السيارات بنسبة 41.93% للغة العربية الدارجة، كما نلاحظ احتلال اللغة العربية الفصحى المرتبة الأخيرة في تفضيل عينة الدراسة للغة البرامج الدينية ب مجموع نسب 10.66%.

وبتطبيق اختبار كا² تبين أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اللغة الأكثر تفضيلا لمفردات عينة الدراسة ومتغير المهنة، فالأرقام المتحصل عليها تثبت أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 165.68 وهي أكبر من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 15 ومستوى ثقة 0.05.



جدول رقم 70: يبين مشاركة أفراد عينة الدراسة في البرامج الدينية

الفئة	التكرار	النسبة %
نعم	09	06
لا	141	94
المجموع	150	100

يظهر من خلال الجدول في الأعلى أن غالبية أفراد عينة الدراسة لم يشاركوا في البرامج الدينية المقدمة في إذاعة الجزائر من أم البواقي، حيث بلغت نسبتهم 94%، أما الذين شاركوا في هذا النوع من البرامج فبلغت نسبتهم 06%.

جدول رقم 71: يبين الأسباب التي تدفع بعينة الدراسة المشاركة في البرامج الدينية

الفئة	التكرار	النسبة %
الاستفسار	07	77.77
طلب النصح والارشاد	02	22.22
المطالبة بتحسين المستوى	00	00
تغيير وقت البرنامج	00	00
تغير اللغة المستخدمة	00	00
أخرى تذكر	00	00
المجموع	09	100

يتضح من خلال الجدول أن المشاركين من عينة الدراسة في البرامج الدينية، يشاركون للاستفسار بنسبة 77.77%، وبدرجة أقل لطلب النصح والإرشاد 22.22%.

جدول رقم 72: يبين طريقة مشاركة أفراد العينة في البرامج الدينية

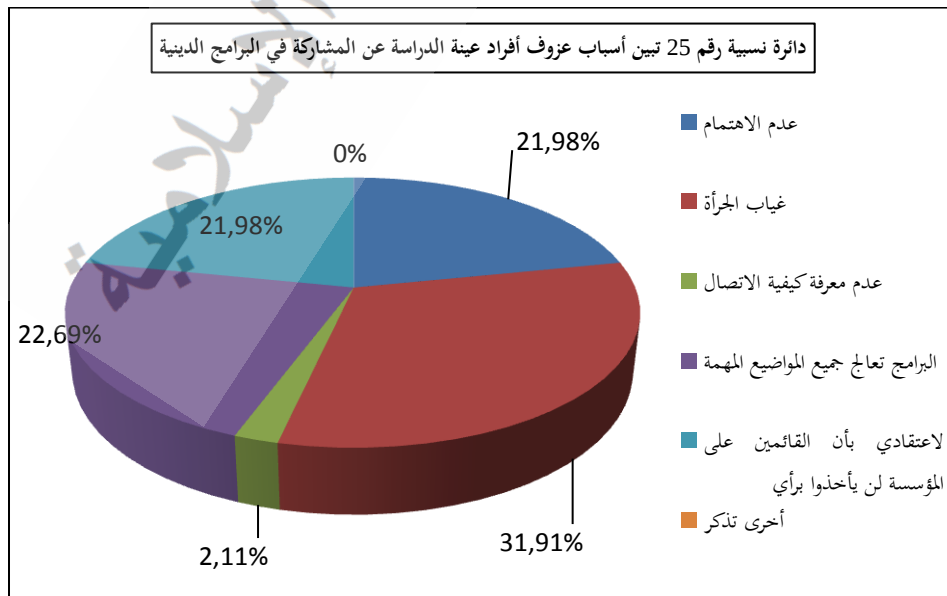
الفئة	التكرار	النسبة %
اتصال مباشر	09	100
بريد إلكتروني	00	00
البريد العادي	00	00
المجموع	09	100

يتضح من خلال الجدول رقم 72 أن من مشاركة مفردات عينة الدراسة في البرامج الدينية تمت من خلال الاتصال المباشر بنسبة 100%.

جدول رقم 73: يبين الأسباب عزوف أفراد عينة الدراسة عن المشاركة في البرامج الدينية

الفئة	التكرار	النسبة %
عدم الاهتمام	31	21.98
غياب المرأة	45	31.91
عدم معرفة كيفية الاتصال	03	2.12
البرامج تعالج جميع المواضيع المهمة	32	22.69
لاعتقادي بأن القائمين على المؤسسة لن يأخذوا برأي	31	21.98
أخرى تذكر	00	00
المجموع	141	100

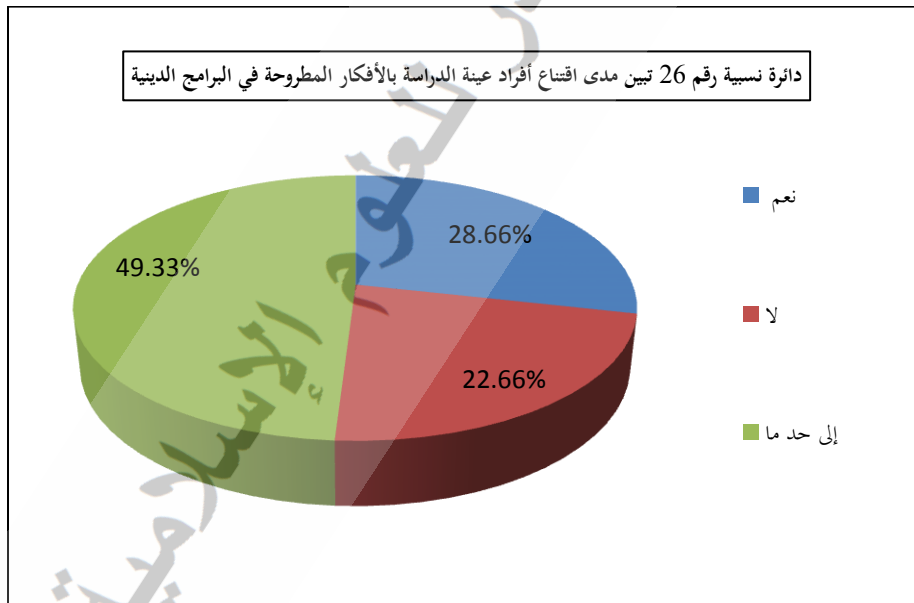
من خلال قراءة الجدول أعلاه، يتضح أن السبب الغالب الذي يدفع بعينة الدراسة للعزوف عن المشاركة في البرامج الدينية، غياب المرأة حيث بلغت النسبة 31.91%، غير أن 22.69% من عينة الدراسة لم يشاركوا لأن البرامج الدينية تعالج جميع المواضيع المهمة ، وعلى النقيض نجد أن 21.98% من نفس العينة لم يشاركوا في البرامج الدينية أن لديهم قناعة بأن القائمين على المؤسسة لن يأخذوا بأرائهم، وبنفس النسبة 21.98% لم يشاركوا عدم الاهتمام، أما ما تبقى من مفردات عينة الدراسة فلم يشاركوا لعدم معرفة كيفية الاتصال بالمؤسسة الإذاعية بنسبة 2.12%.



جدول رقم 74: يبين اقتناع أفراد العينة بالأفكار المطروحة في البرامج الدينية

الفئة	التكرار	النسبة %
نعم	43	28.66
لا	34	22.66
إلى حد ما	74	49.33
المجموع	150	100

يبين لنا الجدول رقم 74 أن نصف عينة الدراسة يقتنعون بالأفكار التي يتم مناقشتها في البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي إلى حد ما بنسبة 49.33%، بينما يقتنع بأفكار هذه البرامج 28.66% ، في حين لا يقتنع 22.66% بالأفكار الواردة في هذه البرامج. وعادة ما يرجع سبب عدم الاقتناع إلى إهمال القائمين على إنتاج هذه المضامين للأساليب العلمية والفنية للإقناع، أو بسبب الاتجاهات والمعارف المسبقة للمتلقي في إطار ما يعرف بنظرية التحصين الثقافي.

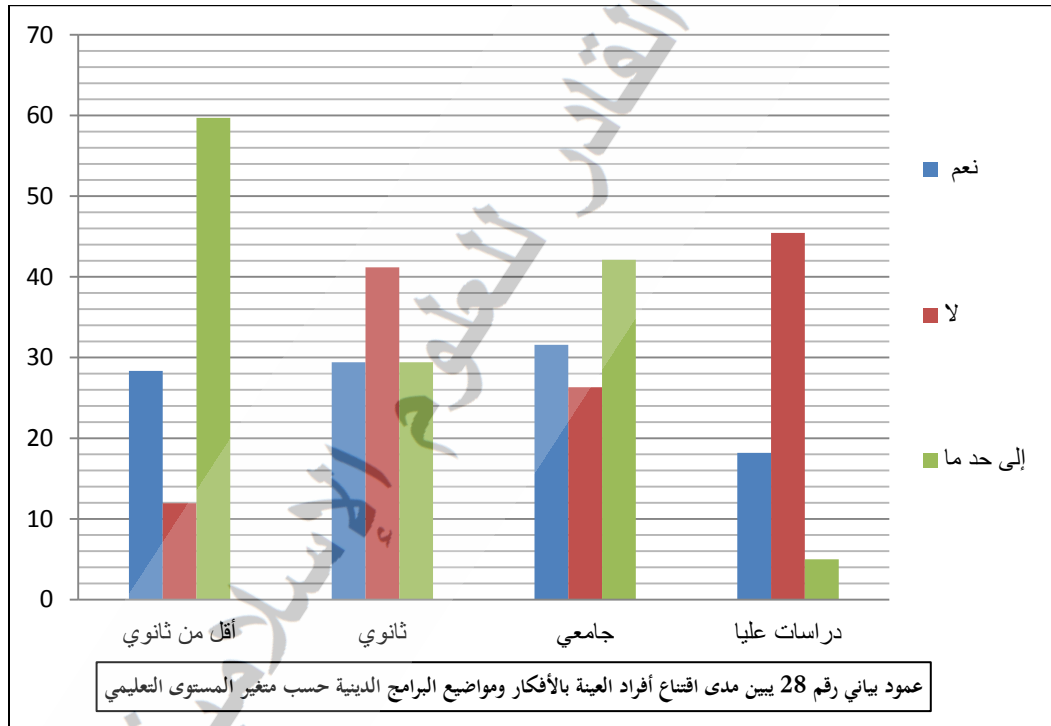


جدول رقم 75: يبين مدى اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي		أقل من ثانوي		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع	
الاقتناع	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
نعم	19	28.35	10	29.41	12	31.57	02	18.18	43	28.66	
لا	08	11.94	14	41.17	10	26.31	05	45.45	37	24.66	
إلى حد ما	40	59.70	10	29.41	16	42.10	04	36.36	70	46.66	
المجموع	67	100	34	100	38	100	11	100	150	100	
كا ² المحسوبة: 16.25		د=06		كا ² الجدولية: 12.59							

يتضح من الجدول رقم 75 أن معظم النسب الكبيرة تمحورت حول اقتناع عينة الدراسة إلى حد ما بالأفكار المطروحة والتي يتم مناقشتها خلال البرامج الدينية، حيث بلغت لدى من لهم مستوى أقل من ثانوي 59.70% وهي النسبة الغالبة لدى هؤلاء، وبلغت لدى الجامعيين نسبة 42.10%، أما النسبة الغالبة على فئة الدراسات العليا والثانويين فكانت حول عدم اقتناعهم بأفكار البرامج الدينية، حيث بلغت 45.45% و 41.17% تواليا.

وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 16.25 وهي أكبر من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 06 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية ومتغير المستوى التعليمي.

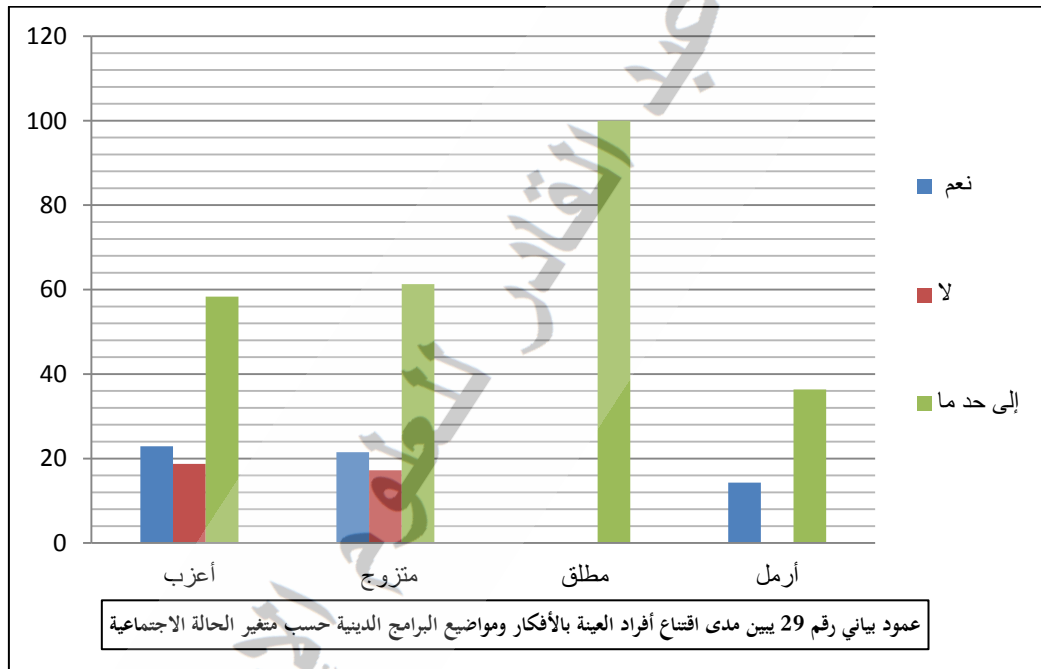


جدول رقم 76: يبين مدى اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية حسب متغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية		أعزب		متزوج		مطلق		أرمل		المجموع	
الاقتناع	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
نعم	11	22.91	20	21.50	00	00	01	14.28	32	21.33	
لا	09	18.75	16	17.20	00	00	00	00	25	16.66	
إلى حد ما	28	58.33	57	61.29	02	100	06	85.71	93	62	
المجموع	48	100	93	100	02	100	07	100	150	100	
كا ² المحسوبة: 1.3		د=06		كا ² الجدولية: 12.59							

يتضح من خلال الجدول رقم 76 أن جميع فئات عينة الدراسة يقتنعون بأفكار البرامج الدينية إلى حد ما بدرجة أولى، وهي نفس نتائج الجدول السابق، إلا أن الملاحظ أن نتائج هذا الجدول جاءت متناسقة ومتقاربة أكثر من الجدول السابق، أين نجد ترتيب النسب من الأكبر إلى الأصغر هو نفسه في مجموع تكرار نسب الفئات الاجتماعية ونسب كل فئة على حدا.

وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 1.3 وهي أقل من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 06 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية ومتغير الحالة الاجتماعية

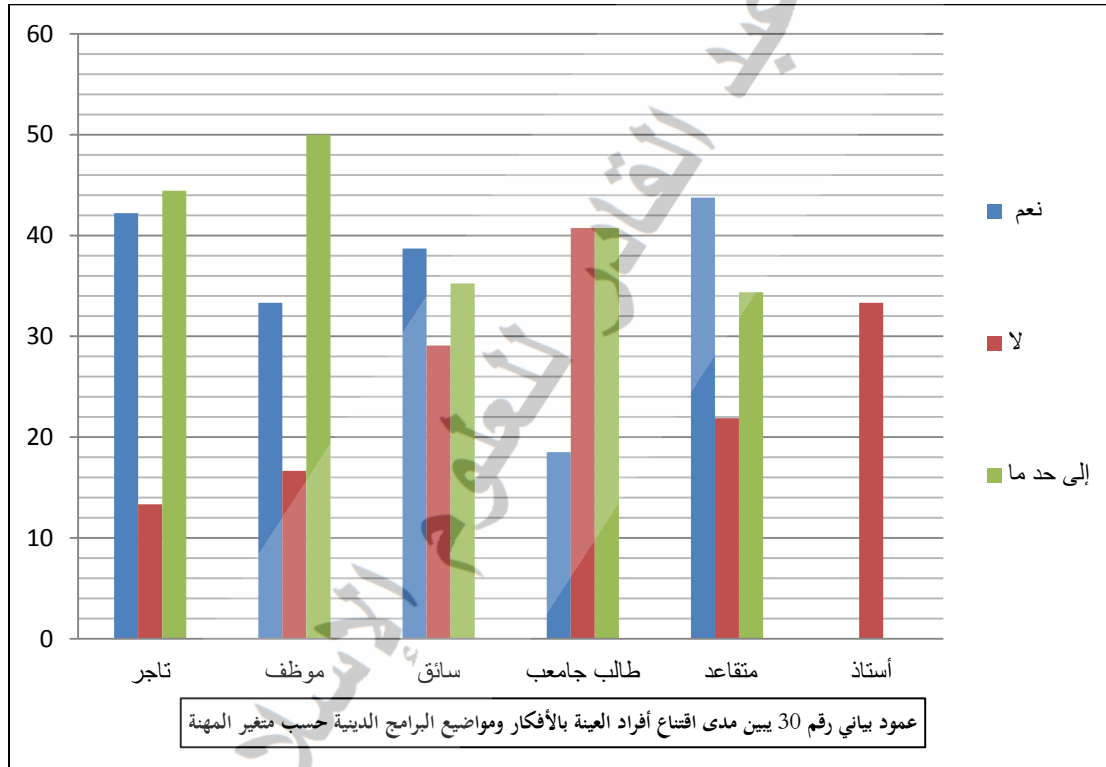


جدول رقم 77: يبين مدى اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية حسب متغير المهنة

المهنة		تاجر		موظف		سائق		طالب جامعي		متقاعد		أستاذ		المجموع	
الاقتناع	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
نعم	19	42.22	04	33.33	12	38.70	05	18.51	14	43.75	00	00	54	36	
لا	06	13.33	02	16.66	09	29.03	11	40.74	07	21.87	01	33.3	36	24	
إلى حد ما	20	44.44	06	50	10	32.25	11	40.74	11	34.37	02	66.66	60	40	
المجموع	45	100	12	100	31	100	27	100	32	100	03	100	150	100	
كا ² المحسوبة: 10.68		د=10		كا ² الجدولية: 18.31											

يتضح من خلال الجدول رقم 77 أن النسب الأكبر لدى غالبية الفئات المهنية تدل على اقتناعهم بأفكار البرامج الدينية إلى حد ما، حيث بلغت لدى الأساتذة نسبة 66.66%، و 50% لدى الموظفين، كما بلغت 44.44% لدى التجار، بينما نجد النسب الأكبر لفئة المتقاعدين والسائقين يقتنعون بما يتم مناقشه وطرحه في البرامج الدينية بنسبة 43.75% و 38.70% على التوالي، إلا أن هذه النسب قريبة من نسب عدم الاقتناع والاقتناع إلى حد ما.

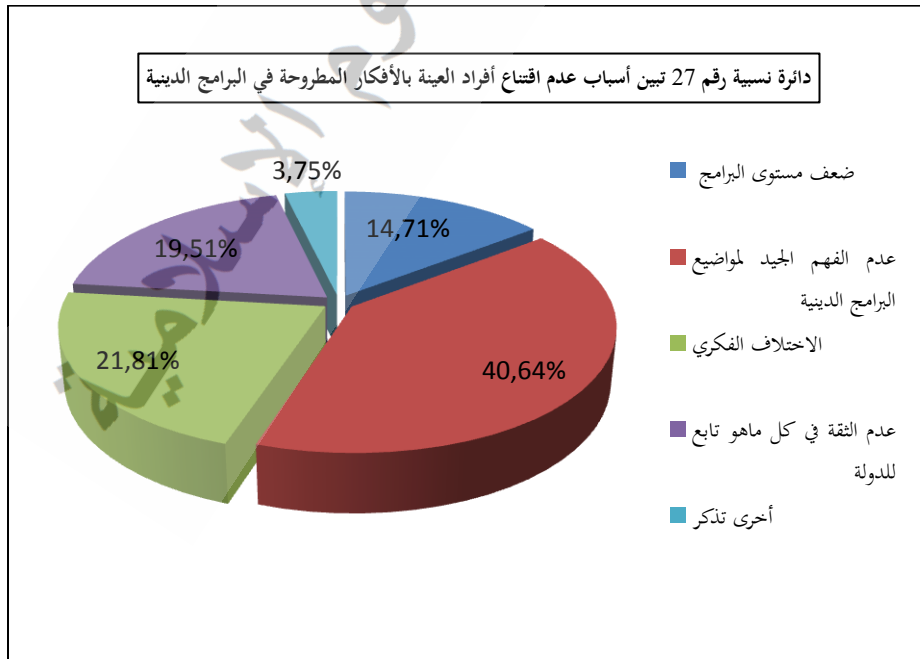
وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 10.68 وهي أقل من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 10 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية ومتغير المهنة.



جدول رقم 78: يبين سبب عدم اقتناع أفراد العينة بالأفكار المطروحة في البرامج الدينية

الفئة	التكرار	النسبة %
ضعف مستوى البرامج	15	14.71
عدم الفهم الجيد لمواضيع البرامج الدينية	39	40.64
الاختلاف الفكري	23	21.81
عدم الثقة في كل ما هو تابع للدولة	44	19.51
أخرى تذكر	02	03.75
مجموع	123	100

من خلال قراءة الجدول نلاحظ أن النسبة الغالبة على أفراد العينة المقدرة بـ 40.64% لا تقتنع بأفكار البرامج الدينية بسبب عدم الفهم الجيد لمواضيعها، ثم بسبب الاختلاف الفكري وانعدام الثقة في كل ما هو تابع للدولة بنسب متقاربة 21.81% و 19.51% تواليا ، وفي الأخير نجد 14.71% من هذه العينة يبررون عدم اقتناعهم بضعف مستوى البرامج، ويمكن أن نفسر عدم اقتناع حوال 82% من العينة الإجمالية بأسباب تتعلق بالفرد في حد ذاته، نتيجة لاختلاف القنوات والاتجاهات من جهة وأسباب تتعلق بمواضيع البرامج الدينية وعملية انتاجها وإخراجها من جهة أخرى ، وتظهر الأرقام تساوي في هذه الأسباب المتعلقة بالفرد والبرامج الدينية.

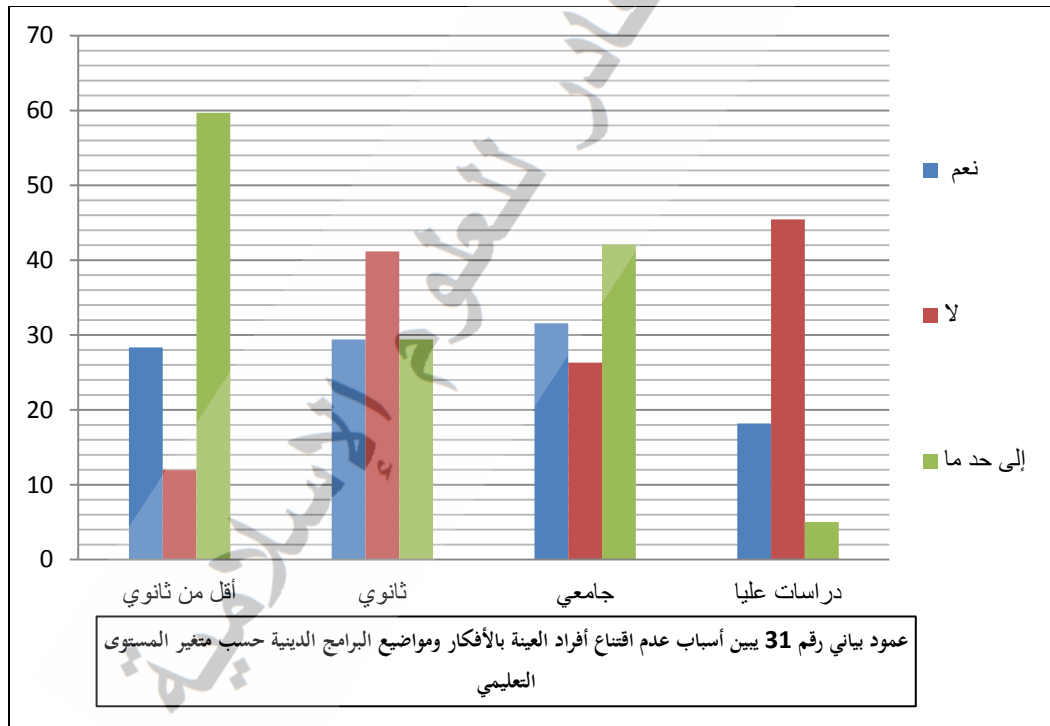


جدول رقم 79: يبين أسباب عدم اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي		أقل من ثانوي		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع	
سبب عدم الاقتناع	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
ضعف مستوى البرامج	04	08.33	02	08.33	04	15.38	04	44.44	04	13.08	14
عدم الفهم الجيد للمواضيع	23	47.91	14	58.33	09	34.61	00	00	00	42.99	46
الاختلاف الفكري	05	10.41	03	12.50	05	19.23	04	44.44	04	15.88	17
عدم الثقة في كل ما هو تابع للدولة	14	29.16	03	12.50	08	30.76	00	00	00	23.36	25
أخرى تذكر	02	04.16	02	08.33	00	00	01	11.11	05	04.67	05
المجموع	48	100	24	100	26	100	09	100	107	100	107
كا ² المحسوبة: 19.65		د=12		كا ² الجدولية: 21.03							

يتضح من الجدول رقم 79 أن معظم النسب الكبيرة لإجابات المبحوثين حول سبب عدم الاقتناع بأفكار البرامج الدينية حسب متغير المستوى التعليمي تركزت في عدم الفهم الجيد لمواضيع هذه البرامج لكل من فئة أقل من ثانوي، ثانوي وجامعي بنسب 47.91% و 58.33% و 34.61% على التوالي، غير أنه من الملاحظ أن فئة الدراسات العليا جاءت اجاباتهم مختلفة تماما عن باقي الفئات الأخرى حيث توزعت نسب إجاباتهم بالتساوي على كل من ضعف مستوى البرامج والاختلاف الفكري بنسبة 44.44%.

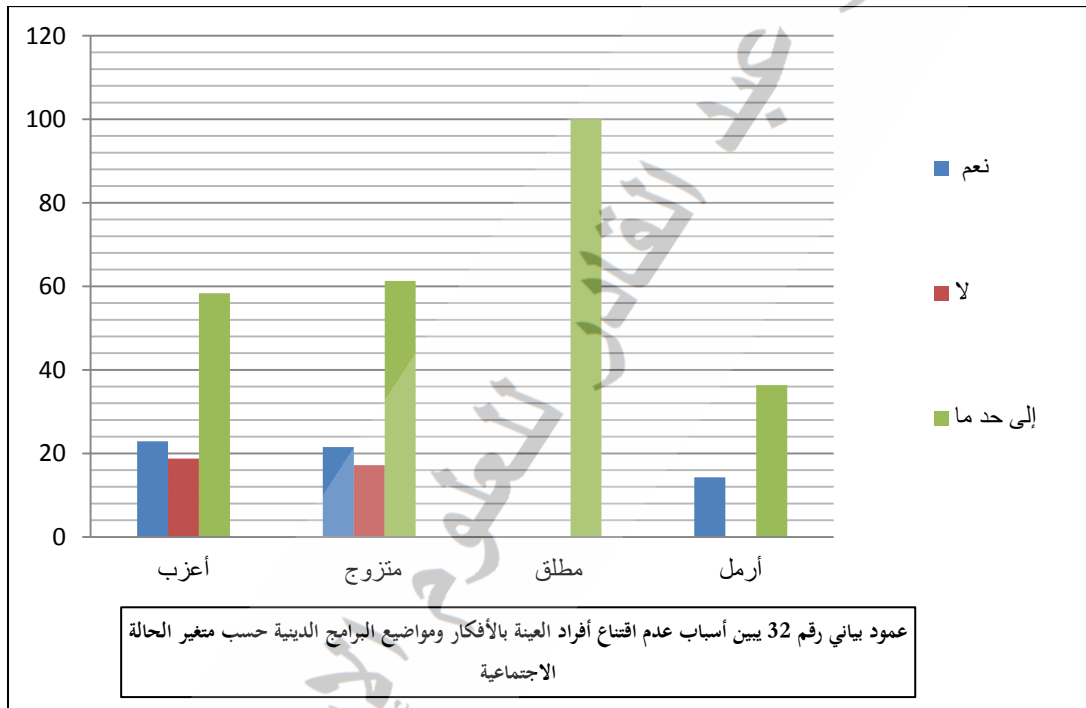
وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 19.65 وهي أقل من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 12 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب عدم اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية ومتغير المستوى التعليمي.



جدول رقم 80: يبين أسباب عدم اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية حسب متغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية		أعزب		متزوج		مطلق		أرمل		المجموع	
سبب عدم الاقتناع		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
ضعف مستوى البرامج		10.81	04	16.43	12	00	00	10.66	01	14.40	17
عدم الفهم الجيد لمواضيع البرامج الدينية		40.54	15	39.72	29	00	00	00	00	37.28	44
الاختلاف الفكري		18.91	07	24.65	18	00	00	66.66	04	24.57	29
عدم الثقة في كل ما هو تابع للدولة		29.72	11	19.17	14	100	02	10.66	01	23.72	28
أخرى تذكر		00	00	00	00	00	00	10.66	01	0.84	01
المجموع		100	37	100	73	100	02	100	06	100	118
كا ² المحسوبة: 08.13		د=12				كا ² الجدولية: 21.03					

يتضح من الجدول رقم 80 أن النسبة الغالبة على مجموع إجابات المبحوثين كانت عدم اقتناعهم بالأفكار التي تتضمنها البرامج الدينية المذاعة عبر أثر إذاعة أم البواقي بنسبة 37.28%، مع ملاحظة تقارب مجموع نسب الأسباب المتبقية، وبالعودة إلى قراءة كل فئة على حد نلاحظ أيضا تقارب كبير بين مجموع النسب ونسب كل فئة، فالنسبة الغالبة على فئة العزاب 40.54% لا يقتنعون بأفكار البرامج الدينية بسبب عدم الفهم الجيد لمواضيع البرامج الدينية، وهو الأمر نفسه لدى المتزوجين حيث بلغت نسبتهم 39.72%، ونلاحظ أيضا أن النسب الأصغر لدى الفئتين جاءت نتيجة ضعف مستوى البرامج بـ 16.43% بالنسبة للمتزوجين، و 10.81% بالنسبة للعزاب.



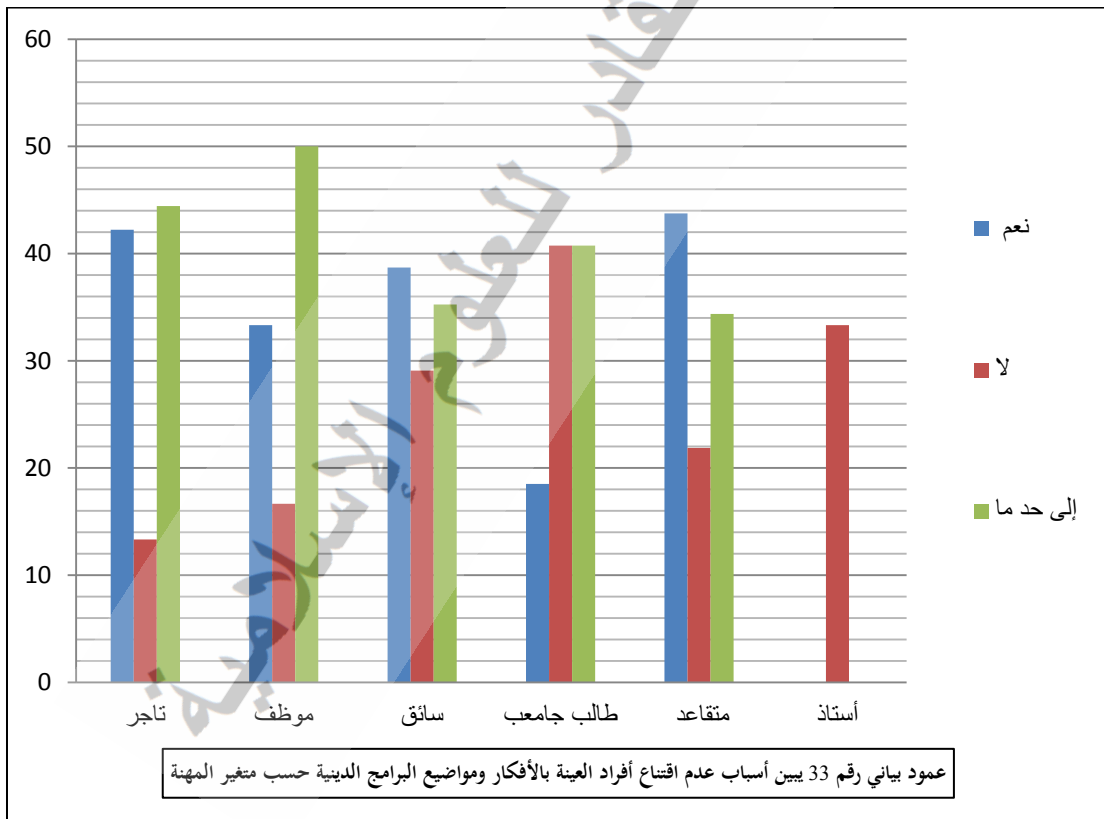
وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 08.13 وهي أقل من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 12 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب عدم اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية ومتغير الحالة الاجتماعية.

جدول رقم 81: يبين أسباب عدم اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية حسب متغير المهنة

المهنة		تاجر		موظف		سائق		طالب جامعي		متقاعد		أستاذ		المجموع	
سبب عدم الاقتناع		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
ضعف مستوى البرامج		19.23	05	50	04	05.26	01	27.27	06	00	00	00	00	16.66	16
عدم الفهم الجيد للمواضيع		65.38	17	00	00	57.89	11	00	00	66.66	12	00	00	41.66	40
الاختلاف الفكري		07.69	02	50	04	10.52	02	45.45	10	22.22	04	66.66	02	25	24
عدم الثقة في كل ما هو تابع للدولة		03.84	01	00	00	21.05	04	22.72	05	05.55	01	00	00	11.45	11
أخرى تذكر		03.84	01	00	00	05.26	01	04.54	01	05.55	01	33.33	01	05.20	05
المجموع		100	26	100	08	100	19	100	22	100	18	100	03	100	96
كا ² المحسوبة: 40.43		د=20										كا ² الجدولية: 31.41			

من خلال قراءة الجدول نلاحظ أن نتائج هذا الجدول جاءت متغيرة بشكل كبير عن الجدولين رقم 65،66 حيث احتل سبب عدم الفهم الجيد لمواضيع البرامج الدينية النسبة الكبيرة من إجابات المبحوثين بـ 41.66%، فيما احتل سبب عدم الثقة في كل ما هو تابع للدولة المرتبة الأخيرة بنسبة 11.45%، إلا أن الملاحظ دائما هو أن السبب دائما في عدم اقتناع عينة الدراسة راجع إلى الفرد في حد ذاته وفي البرامج الدينية. ولهذا لا يمكن القول بوجود علاقة بين عدم اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية ومتغير المهنة

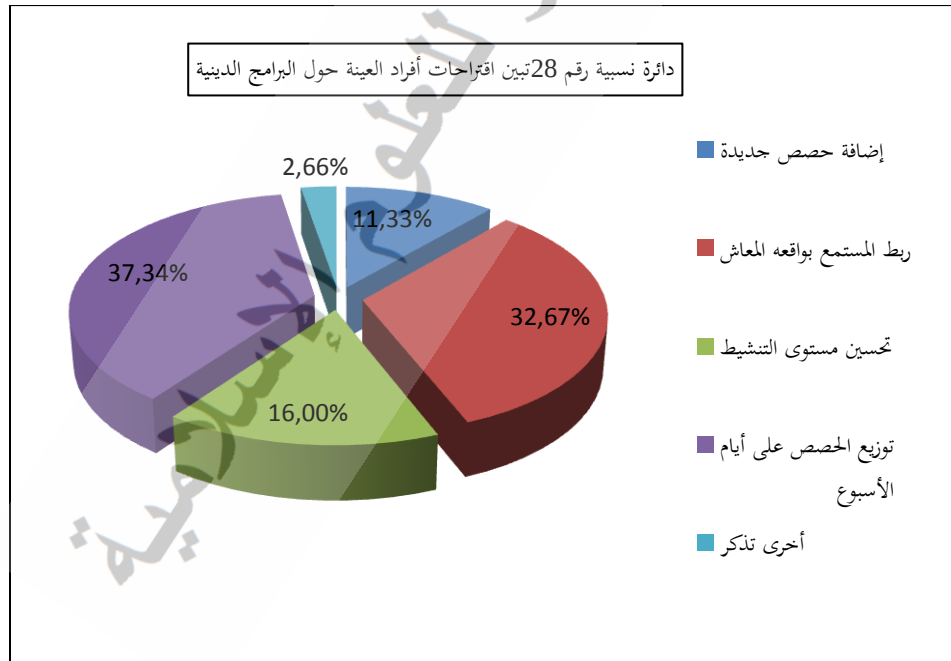
وبتطبيق كا² على أرقام الجدول أعلاه استنتجنا أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 40.43 وهي أكبر من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 20 ومستوى ثقة 0.05 ما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب عدم اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية حسب متغير المهنة.



جدول رقم 82: يبين اقتراحات أفراد العينة حول البرامج الدينية

الفئة	التكرار	النسبة %
إضافة حصص جديدة	17	11.33
ربط المستمع بواقعه الاجتماعي	49	32.66
تحسين مستوى التنشيط	24	16
توزيع الحصص على أيام الأسبوع	56	37.33
أخرى تذكر	04	02.66
المجموع	150	100

تبين أرقام الجدول أن 37.33% من عينة الدراسة، يقترحون على القائمين على المؤسسة الإذاعية توزيع حصص البرامج الدينية على أيام الأسبوع، أما 32.66% فيطالبون ربط مواضيع البرامج الدينية بالواقع الاجتماعي المعاش، ويطلب 16% بتحسين مستوى التنشيط، والنسبة الأصغر 11.33% يريدون إضافة حصص جديدة.



تسائج الدراسة الميدانية:

من خلال الدراسة الميدانية التي تناولت استخدامات الجمهور للبرامج الدينية المذاعة عبر أثر إذاعة الجزائر من أم البواقي، واتجاهاته نحو شكل ومضمون هذه البرامج، تحصل الطالب بعد إتمام مختلف العمليات الإحصائية على النتائج التالية:

1. متابعة أفراد العينة للبرامج الدينية وعادات الاستماع لها

- اتضح من خلال الدراسة أن مفردات عينتها تتابع برامج إذاعة أم البواقي المحلية بانتظام بنسبة بلغت 46 %، في حين يتابع 30% البرامج نادرا، أما من يتابعون أحيانا البرامج الإذاعية الخاصة بالإذاعة محل الدراسة فبلغت نسبتهم 24%، وهذه النتيجة المتحصل عليها يمكن تفسيرها بطريقة اختيار الطالب لعينة الدراسة.

- اتضح من خلال هذا البحث أن البرامج الترفيهية تحتل المرتبة الأولى ضمن البرامج الأكثر أهمية بالنسبة لعينة الدراسة، تلتها البرامج الإخبارية ثم الرياضية، تحتل البرامج الدينية المرتبة الرابعة، وجاء ترتيب باقي البرامج تنازليا برامج المسابقات، البرامج السياسية، البرامج الصحية وأخيرا البرامج الثقافية، ويبدو هذا الترتيب منطقيا إلى حد كبير إذا ما قمنا بربطها بطبيعة الوسيلة من جهة وخصائص مجتمع الدراسة، من جهة أخرى لاحظنا تقارب نتائج هذه الدراسة مع باقي الدراسات التي تم الاطلاع عليها.

- يتابع عينة الدراسة البرامج الدينية أحيانا بنسبة 43.33 %، ونادرا بـ 31.33 %، أما من يتابعونها دائما فبلغت نسبتهم 25.33 %، ويمكن القول أن هذه النسب تتناسب مع تفضيل عينة الدراسة للبرامج الإذاعية. كما أظهرت النتائج علاقة بين متغيري المهنة والمستوى التعليمي، ومتابعة مفردات العينة للبرامج الدينية، في حين أظهرت النتائج أيضا عدم وجود علاقة بين متغير الحالة الاجتماعية ومتابعة مفردات العينة للبرامج الدينية.

- اتضح من خلال العينة المدروسة أنها تتابع البرامج الدينية في فترة امتدت ما بين السنة وستين بنسبة بلغت 44.66 %، تلتها الفترة ما بين سنتين و ثلاث سنوات بنسبة 35.33 %،

بينما من يتابعون هذه البرامج منذ أكثر من ثلاث سنوات بلغت نسبتهم 14%، وأخيرا ونسبة 06% من عينة الدراسة يستمعون لهذا اللون منذ فترة تقل على سنة وما تجدر الإشارة إليه أن هذه النسب والأرقام المتحصل عليها تضيي نوعا من المصادقية لآراء مفردات العينة، وهذا راجع بالطبع إلى توقّر عنصر تراكم التعرض للمادة الإعلامية حتى تكون النتائج أكثر مصداقية.

- يفضل أغلب مفردات عينة الدراسة الفترة الصباحية للاستماع للبرامج الدينية حيث بلغت نسبتهم 83.33%، و11.33% يفضلون الفترة المسائية، وأخيرا 05.33% يفضلون فترة الظهيرة، وفي اعتقادي أن طبيعة البرنامج الديني لها أثر في هذه النتيجة، ففي الفترة الصباحية عادة ما يفضل الناس مشاهدة، قراءة أو استماع برامج ذات طابع جدي نتيجة للراحة عكس الفترة المسائية أين يكثر التعرض للمضامين الترفيهية.

- يستمع 60% من عينة الدراسة للبرامج الإذاعية من خلال أجهزة الراديو المنزلي، بينما يستمع 19.33% عبر الهاتف النقال، وأثناء السياقة بـ 13.33%، وعبر الإنترنت بـ 04.66%، والساتلايت بـ 02.66%، وهذا الاختلاف في وسائل الاستماع لبرامج إذاعة أم البواقي المحلية راجع إلى الاختلاف في خصائص وسعات عينة الدراسة.

وأظهرت الأرقام المتحصل عليها وجود علاقة بين متغير المهنة ووسيلة الاستماع، بينما لم نجد علاقة لكل من متغيري الحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي ووسائل الاستماع لبرامج إذاعة أم البواقي المحلية.

- غالبية أفراد عينة الدراسة يستمعون للبرامج الدينية لوحدهم أو بمفردهم بنسبة 77.33%، أما من يستمع لهذه البرامج رفقة الأصدقاء جاءت نسبتهم ثانيا بـ 20.66%، وأخيرا يستمع 02% من العينة لهذه البرامج رفقة العائلة، ويبدوا أن هذه النتائج تؤكد أيضا على أن من أبرز خصائص ومميزات الراديو الاستخدام الفردي لهذه الوسيلة.

2. أنماط استماع عينة الدراسة للبرامج الدينية

- غالبية مفردات عينة الدراسة لا يتابعون كل البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية حيث بلغت نسبتهم 88%، و الباقي 12% يتابعون البرامج جميعها.
- يعد الاهتمام بالبرامج الدينية السبب في متابعة كل البرامج الدينية بنسبة 94.44%، ويرى البقية 05.55% أن السبب وراء متابعتهم لجميع البرامج هو المستوى الجيد هذه البرامج الأربع.
- يعد تحكم الظروف من أبرز أسباب عدم متابعة جميع البرامج الدينية حيث بلغت نسبته 37.12%، تلى هذا السبب اعتقاد 24.24% من عينة الدراسة بأن البرامج الدينية ليست جميعها في المستوى، بينما دفع ضعف الإعداد والتقديم بـ 18.93% من عينة الدراسة إلى عدم متابعة كل البرامج الدينية المذاعة عبر موجات إذاعة الجزائر من أم البواقي، وجاء توقيت عرض البرامج كسبب مانع لـ 10.60% من عينة الدراسة لمتابعة كل البرامج المقدمة في هذه الإذاعة، وفي الأخير يقر 08.33% من العينة أن الشخصيات المستضافة هي سبب عدم متابعتهم لجميع البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية.
- اختلفت أسباب ودواعي متابعة البرامج الدينية، حيث احتل معرفة حكم الدين حول القضايا الاجتماعية المرتبة الأول بنسبة 44.66%، تلاه الرغبة في الحصول على المعلومات الدينية بنسبة 34%، أما السبب الثالث لمتابعة هذا اللون من البرامج الإذاعية حسب عينة الدراسة فكان قضاء وقت الفراغ، لتتقلص نسب الأسباب الأخرى إلى تقوية الإيمان بنسبة 03.33% و الهروب من واقع البرامج الدينية التلفزيونية بـ 02%.
- يفضل غالبية مفردات عينة الدراسة برنامج دين ودنيا بنسبة 62%، بينما يفضل 21.33% برنامج حكم الدين في أسئلة المستمعين، أما 10.66% فيفضلون برنامج بقلب مفتوح، وجاء في آخر التفضيلات برنامج ندوة الجمعة بنسبة 06%. وما يمكن قوله أن نتائج هذا العنصر تؤكد على نتائج العنصر السابق، لأن برنامج دين ودنيا برنامج اجتماعي بامتياز يشخص المشكلات الاجتماعية التي يعاني منها المجتمع الإسلامي عموما والمجتمع المحلي خصوصا، مع

تقديم آراء وحلول لهذه المشاكل من منظور شرعي أو ديني وهو ما ستؤكدته نتائج العنصر الموالي.

- أكد 54% من المبحوثين أن المواضيع المطروحة هي سبب تفضيلهم لبرنامج على آخر، بينما 17.33% يفضلون بين البرامج انطلاقا من طريقة تنشيط البرنامج، بينما يفضل 12.66% من عينة الدراسة البرامج التي تزيد في معلوماتهم الدينية، وفي الأخير يفضل المبحوثون ونسبة 04% بين البرامج الدينية انطلاقا من الشخصيات المستضافة.
- نادرا ما يستمع ويتابع أفراد عينة الدراسة البرنامج الديني من أوله إلى آخره، حيث بلغت نسبة إجاباتهم حول هذا السؤال 58%، أما 22.66% فغالبا ما يتابعون البرنامج الديني من أوله إلى آخره، وفي الأخير وجدنا أن 19.33% من عينة الدراسة أحيانا ما يتابعون البرنامج الديني من أوله إلى آخره، كما استنتجنا وجود علاقة بين متغير المهنة ومتابعة البرنامج الديني من أوله إلى آخره، فحين لم نجد أو نتوصل إلى علاقة بين متغيري المستوى التعليمي والحالة الاجتماعية و متابعة البرنامج الديني من أوله إلى آخره.
- تعددت أسباب عدم متابعة البرنامج الديني من أوله إلى آخره، لكن من خلال هذه العينة تبين أن أهم سبب في هذا هو موضوع البرنامج الديني بنسبة 52.25%، بينما تقارب كل من طريقة التنشيط ثم اللغة المستخدمة بـ 21.93% و 17.41% تواليا، ويعتبر الوقت أحد الأسباب التي تمنع بعضا من مفردات العينة متابعة البرنامج الديني من أوله إلى آخره بنسبة 07.09%.
- توصلت الدراسة إلى تقاربت نسب مناقشة عينة الدراسة للمواضيع الدينية التي يتابعونها، وجاءت كالتالي:

38% أحيانا ما يناقشون مواضيع البرامج الدينية.

35.33% نادرا ما يناقشون مواضيع البرامج الدينية.

26.66% دائما ما يناقشون مواضيع البرامج الدينية.

- يناقش عينة الدراسة مواضيع البرامج الدينية بدرجة أولى مع عائلاتهم بنسبة 77.33%، ثم بدرجة أقل مع الأصدقاء بنسبة 20.66%، وأخيرا التجار بنسبة 02%.

- تفضيل عينة الدراسة البرامج الدينية وفق الترتيب كالتالي:

المرتبة الأولى: برامج الإفتاء

المرتبة الثانية: السيرة النبوية

المرتبة الثالثة: قصص الأنبياء

المرتبة الرابعة: برامج خاصة بمسائل فقهية

المرتبة الخامسة: برامج العقيدة

المرتبة السادسة: التاريخ الإسلامي

المرتبة السابعة: البرامج الإيمانية

كما أظهرت الأرقام المتحصل عليها بعد مختلف العمليات الإحصائية وجود علاقة بين بين متغير الحالة الاجتماعية ومواضيع البرامج المفضلة، بينما لم نلاحظ أي علاقة بين كل من متغير المستوى التعليمي والمهنة بمواضيع البرامج المفضلة.

3. الإشباعات المحققة من متابعة البرامج الدينية

- إن البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية لا تحقق لـ 42.66% من عينة الدراسة إشباعاتهم المعرفية، بينما أكد 22.66% أنها تحقق لهم هذا الإشباع، غير أن 34.66% تحقق لهم هذه البرامج إلى حد ما إشباعات معرفية، مع عدم وجود أي علاقة لكل من متغير المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، بينما توجد علاقة بين متغير المهنة وتحقيق البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية للإشباعات المعرفية.

- اتضح من خلال الدراسة أن أسباب عدم تحقيق البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية للإشباعات المعرفية جاءت كالتالي:

المواضيع المطروحة بنسبة 50%.

ضعف مستوى الشخصيات المستضافة 29.06%.

التركيز على المواضيع الإيمانية 18.60%.

- لا تحقق البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية الإشباعات الإيمانية لمعظم عينة الدراسة، فالنسبة الغالبة تحقق لهم هذه البرامج إشباعات إلى حد ما بنسبة 52.66%، و29.33% لا يتحقق لهم هذا الإشباع، والنسبة الأصغر من عينة الدراسة المقدرة بـ 18% تتحقق لهم هذه الإشباعات، كما أظهرت الأرقام عدم وجود علاقة بين متغير المهنة، الحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي بتحقيق البرامج الدينية للإشباعات الإيمانية الروحانية لعينة الدراسة.

- اتضح من خلال الدراسة أن أسباب عدم تحقيق البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية للإشباعات الإيمانية الروحانية جاءت بالترتيب التالي:

المواضيع المطروحة بنسبة 57.72%.

المعلومات المقدمة بسيطة وسطحية بنسبة 27.64%.

طريقة النقاش بنسبة 07.31%.

الشخصيات المستضافة بنسبة 04.87%.

- تحقق البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية الإشباعات الاجتماعية لنسبة كبيرة من عينة الدراسة بلغت 48.66%، بينما لا تتحقق هذه الإشباعات لـ 19.33% وهي النسبة الأصغر، غير أن نسبة لا بأس بها تحقق لهم البرامج الدينية إشباعات اجتماعية إلى حد ما. وتؤكد هذه الأرقام على نتائج السؤال الخاص بالبرنامج الديني المفضل، حيث وجد الطالب أن البرنامج الديني المفضل لدى غالبية عينة الدراسة برنامج ديني ذو طابع اجتماعي.

- أظهرت النتائج أن برنامج دين ودنيا هو البرنامج الأكثر تحقيقاً للإشباعات الثلاث بنسبة بلغت 39.20%، تلاه في الترتيب برنامج حكم الدين في أسئلة المستمعين بنسبة 26.40%، أما برنامج بقلب مفتوح فيحقق لـ 19.20% من عينة الدراسة الإشباعات الثلاث، وأخيراً جاء برنامج ندوة الجمعة بنسبة 15.20%. ويمكن القول هنا أن احتلال برنامج دين ودنيا المرتبة

الأولى جاء نتيجة لتوفر البرنامج على مواضيع مطروحة في المستوى، المعلومات المقدمة هامة ومفهومة، طريقة النقاش تضيف مزيدا من التفاعلية، وتعد هذه العناصر أبرز مقومات البرنامج الناجح.

- أظهرت الدراسة تباين في مواقف عينة الدراسة نحو اللغة المستخدمة في البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية، حيث يرى 34% بأنها لغة بسيطة، عكس 24% يرون بأنها لغة صعبة، بينما لا يفهم 26% لغة هذه البرامج، وعلى عكسهم أيضا يعتقد 16% بأنها لغة مفهومة.

- أظهرت نتائج الدراسة أن ما يقارب نصف عينة الدراسة يفضلون اللغة العامية أو الدارجة بنسبة بلغت 48.66%، ثم اللغة الشاوية بنسبة 18.66%، فاللغة العربية الفصحى بنسبة 12.66%، غير أن نسبة لا بأس بها ترى أنه لا فرق في استخدام هذه اللغات 20%. كما أظهرت النتائج أيضا وجود علاقة بين المستوى التعليمي واللغة المستخدمة في البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي، في حين لم نجد علاقة بين متغيري المهنة والحالة الاجتماعية باللغة المستخدمة في البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي التي يفضلها مفردات عينة الدراسة.

- اتضح من خلال الدراسة أن النسبة الغالبة على عينة الدراسة 94% لم تشارك في أي برنامج ديني، في حين شارك 6% فقط في هذه البرامج، ويمكن القول أن السبب يعود في هذه الدراسة إلى طبيعة العينة محل الدراسة، والتي تخلو منها فئة تعتبر من أبرز الفئات وأكثرها استخداما لجهاز الراديو، ذلك أن أكثر من ثلثي المتصلين بالبرامج الدينية أثناء إجراء الدراسة نساء.

- يتصل المشاركون بالبرامج الدينية المذاعة عبر أثير وموجات إذاعة الجزائر من أم البواقي للاستفسار بنسبة 77.77%، والبقية لطلب النصح والإرشاد بنسبة 22.22%.

- يتصل المشاركون من عينة الدراسة بالبرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية مباشرة أو بتعبير آخر عن طريق الهاتف بنسبة 100%.

- أظهرت نتائج الدراسة أن 31.91% من عينة الدراسة لم يشاركوا في البرامج الدينية ولم يتصلوا بسبب غياب الجراحة، بينما تقرت نسب ثلاث أسباب هي البرامج تعالج جميع المواضيع المهمة، عدم الاهتمام، لاعتقاد المبحوثين بأن القائمين على المؤسسة لن يأخذوا برأي المتصل بنسب 22.69%، 21.98% و 21.98% تواليها، في حين أن النسبة الأصغر من المبحوثين لا تعرف كيفية الاتصال 02.12%.
- أشارت النتائج المتحصل عليها أن أكثر من نصف عينة الدراسة يقتنعون إلى حد ما بالأفكار المطروحة في البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية بنسبة 52.66%، و 29.33% لا يقتنعون بما يتلقونه من معلومات وأفكار، غير أن النسبة الأصغر والمقدرة ب 18% يقتنعون بما يتلقونه ويستقبلونه من هذه البرامج. كما أشارت نفس الإحصائيات إلى عدم وجود علاقة بين متغير المهنة، الحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي والاقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية.
- من خلال الدراسة استنتج الطالب أن أسباب عدم الاقتناع جاءت كالتالي
 - عدم الثقة في كل ما هو تابع للدولة بنسبة 35.77%.
 - عدم الفهم الجيد لمواضيع البرامج الدينية بنسبة 31.70%.
 - الاختلاف الفكري بنسبة 18.69%.
 - ضعف مستوى البرامج بنسبة 12.19%.
- لا توجد علاقة بين عدم اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية ومتغير المستوى التعليمي.
- توجد علاقة بين عدم اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية ومتغير الحالة الاجتماعية والمهنة.
- يقترح غالبية أفراد العينة على القائمين على المؤسسة الإذاعية والحصص توزيع البرنامج على سائر أيام الأسبوع بنسبة 37.33%، ثم ربط المستمع بواقعه الاجتماعي بنسبة 32.66%، ثم تحسين مستوى التنشيط بنسبة 16% وأخيرا إضافة حصص جديدة بنسبة 11.33%.

أفاق الدراسة وتوصياتها:

إن من الضروري بعد استعراض نتائج هذه الدراسة بشقها التحليلي والميداني، أخذ هذه النتائج على محمل الجد، وعدم تركها حبيسة رفوف المكتبة، لأن البحث العلمي ما لجعل لهذا فقط، لذا أرجوا من المؤسسة محل الدراسة جعل هذه الدراسة نقطة بداية، لمزيد من الدراسات للتأكيد على هذه النتائج أو تنفيذها، فبهذا نكون قد فعلنا دور البحوث الجامعية وبحوث المؤسسات على حد سواء تحقيقا للتكامل بين الجامعة ومختلف مؤسسات المجتمع، فالبحوث العلمية اليوم تعد ميزة تميز المؤسسات الناجحة والفعالة في المجتمع، ولذلك يمكن الإشارة إلى النقاط التالية:

1. إجراء مزيد من دراسات الجمهور، من أجل معرفة مدى إقباله على البرامج والمضامين الدينية، ومختلف اتجاهات الجمهور الجزائري نحو المادة الإعلامية الدينية المحلية، الوطنية والدولية، حتى تُسهل للمسؤولين على قطاع الإعلام في بلادنا إنتاج برامج دينية تتوافق مع مختلف احتياجات ورغبات الجمهور، في قوالب وأشكال فنية متجددة قادرة على منافسة المضامين الأخرى في جذب انتباه الجمهور نحوها خاصة فئة الشباب، الذي وللأسف انتشرت في أوساطهم سلوكيات وأفعال ليس لها انتماء لعاداتنا، منافية لقيمنا وديننا الإسلامي، حتى نساهم في توعيته وتحسينه من مختلف التيارات الجارفة الناتجة عن العولمة الاتصالية في ظل تدافع وتصادم المصالح والأهداف.
2. إن الإذاعة المحلية بفعل ما تتميز به، يمكن أن تكون مشروعا ناجحا وواعدا للإعلام الإسلامي، حيث يمكن الانطلاق في هذا المشروع وجعله تجربة يتم إخضاعها للدراسة والتقييم والتقويم، للوصول إلى إعلامي هادف أو إعلام إسلامي حق.
3. من المؤسف أن نعيش اليوم واقعا إعلاميا مُرًا، لم يستثنى ولم يترك أي مجال بما فيها المجال الديني، حيث أصبحت مضمارا يُتنافس من خلاله لتشتيت صف الأمة ونشر الأفكار الشاذة والمذاهب المضللة، لتزداد مع هذا مشاكل الأمة الإسلامية عموما، في المقابل

نكاد لا نعثر على دراسات علمية أكاديمية تهتم بدراسة الفضائيات الدينية والمواقع الإلكترونية والجرائد هذه المضامين والبرامج تحتاج فعلا إلى التفاتة الباحثين ومختلف مراكز ومخابر البحث، لإجراء الدراسات المعمقة حول ظاهرة جديدة نسبيا على الساحة الإعلامية العربية والإسلامية، للاستفادة من إيجابياتها وتفادي سلبياتها والأثر المدمر والكارثية المحتملة على الأجيال القادمة.

خاتمة

تعتبر البرامج الدينية في الإعلام العربي عموماً ظاهرة وممارسة إعلامية تحتاج إلى كثير من العلاج، فالبرامج الدينية المقدمة عبر مختلف وسائل الإعلام تعاني من ضعف وتدني في مستوى الخطاب الديني الناتج عن اجتماع جملة من الأسباب لعل أبرزها، ضعف المستوى وضعف الحضور والجاهزية الذي يعاني منه مقدموها وضيوفها، ضف إلى ذلك ضعف ميزانيات الوسائل الإعلامية الدينية المتخصصة وميزانيات إنتاج البرامج الدينية، أما التي تمولها الحكومات فالأفكار والقضايا المثارة في المضمون الديني الذي تقدمه غالباً ما يرتبط باتجاه النظام السياسي الحاكم نحو هذه القضايا والموضوعات، مما يحد من قدرة هذه البرامج على معالجة قضايا وموضوعات ملحة، بل يصل الأمر إلى أن تفرض الأنظمة السياسية على هذه البرامج الدينية اتجاهها واحداً لا ينبغي أن تتجاوزه، انطلاقاً من الدور الذي يحدده هذا النظام السياسي للدين وعلاقته بالأنظمة المختلفة في المجتمع، الأمر الذي يجعل هذه البرامج تركز على قضايا وموضوعات قديمة، تُغرق الجمهور في قصص وبطولات تاريخية، ولا تولى اهتماماً كثيراً بقضايا المجتمع الإسلامي المعاصر.

وإذا ما أردنا أن نجعل من هذه البرامج الدينية والوسائل الإعلامية منابر تذود عن القيم والمبادئ الإسلامية، وبديلاً عن الإعلام الفاسد لا بد من التجرد من كل ما هو ذاتي متعلق بالاتجاهات الفردية، أو السياسية والأيديولوجية تزيد من تشتت الأمة وتشرذمها، مهيدين لممارسة إعلامية إسلامية حققة - إعلام إسلامي - ستساهم لا محالة في حل بعض المشاكل التي يتخبط فيها العالم الإسلامي بل العالم والإنسانية، في ظل ما نعيشه من عولمة إعلامية ذكتها ثورة تكنولوجيا الإعلام والمعلومات.

قائمة المراجع

1. القرآن الكريم

2. القواميس والمعاجم

1. سهيل إدريس وجبور عبد النور: المنهل، ط11، دار الأدب، بيروت، لبنان، د سنة.
2. علي بن هادية: القاموس الجديد الطلابي، معجم عربي، دط، الشركة التونسية للتوزيع، تونس، 2007.
3. لويس معلوف : المنجد في اللغة ، الطبعة الجديدة ،المطبعة الكاثوليكية، مصر، 1960.
4. نخبة من الأساتذة المصريين والعرب المتخصصين، مراجعة إبراهيم مذكور: معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1975.

3. الكتب

1. إبراهيم الدجيلج: البث المباشر؛ الآثار والمواجه تربويا وإعلاميا، ط1، دار القبلية، مكة المكرمة، 1415هـ.
2. إبراهيم إمام: الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، ط2، دار الفكر العربي ، مصر ، 1985.
3. إبراهيم إمام: نحو بلاغة تلفزيونية جديدة، دط، جهاز تلفزيون الخليج، الرياض، 1983.
4. إبراهيم عبد الله المسلمي: الإعلام الإقليمي، ط2، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004.
5. أحمد بن مرسل: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005 .
6. أديب خضور: البرامج الدينية في البرمجة الرمضانية.
7. الأمين شريط: الوجيز في القانون الدستوري والمؤسسات السياسية المقارنة، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1997.
8. أنور الجندي: قضايا العصر ومشكلات الفكر، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1984.
9. تيسير أبو عرقية: الإعلام العربي وسائله وقضاياها، ط1، مجد اللاوي، عمان، 2010.
10. جبارة عطية جبارة: علم الاجتماع الإعلام، دط، دار الكتاب، الرياض، 1983.

11. جيهان أحمد رشتي : النظم الاذاعية في المجتمعات العربية، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
12. حسن عماد مكاوي: إنتاج برامج الراديو، دط، النظرية والتطبيق، مكتبة الأنجلو، القاهرة، 1989.
13. حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار: الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008.
14. حمد الصاوي و محمد مبارك :البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، ط1 ، المكتبة الأكاديمية ، د بلد، 1992.
15. خالد أبو الخير: برامج الأحاديث الدينية التلفازية، ط1، دار المجتمع، جدة، 1409هـ.
16. دراز عبد الله: الدين، بحوث معدة في دراسة الأديان، دط، دار القلم، دبلد، 1980.
17. ربحي مصطفى غليان، عثمان محمد غنيم: مناهج وأساليب البحث العلمي، دط، دار الصفاء، الأردن ، دسنة.
18. رشاد أحمد عبد اللطيف : تنمية المجتمع و قضايا الإعلام التربوي ، مؤشرات التنمية بين التطورات النظرية و الممارسة الميدانية، دط، دارا لمعرفة الجامعية، القاهرة، مصر، 1995.
19. رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
20. رشيد طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دط، دار الفكر، القاهرة، دسنة.
21. زهير إحدادن: تاريخ الإذاعة والتلفزيون، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989.
22. سامية مصطفى الحشاش: دراسات في الاجتماع الديني، ط1، دار المعرفة، د بلد، 1988.
23. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي؛ بحوث الإعلام، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 1995.
24. طارق سيد أحمد: الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، دط، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية، 2004.
25. طالب فرحان: صناعة الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ط1، دار النفائس، الأردن، 2011.
26. عاطف عدلي العبد: استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي القاهرة، 2002.

27. عاطف عدلي العبد: الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.
28. عامر قنديلجي: البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2008.
29. عباس محمود عوض، رشاد صالح دفهوري: علم النفس الاجتماعي، دط، دار المعرفة، الإسكندرية، 2003.
30. عبد الحليم محي الدين: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، ط2، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1984.
31. عبد العزيز بن عثمان التويجري: العالم الإسلامي في عصر العولمة، دط، دار الشروق، القاهرة، 1997.
32. عبد العزيز شرف وسهير الجاد: البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، دط، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1987.
33. عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام، ط2، دار الكتاب المصري، القاهرة، مصر، 1989.
34. عبد القادر طاش: صورة الإسلام في العالم الغربي، الزهراء للإعلام العربي، ط2، القاهرة، 1993.
35. عبد الكريم بكار، تجديد الوعي، ط1، دار القلم، دمشق، الدار الشامية، بيروت، 2000.
36. عبد اللطيف حمزة: الإعلام له تاريخه ومذاهبه، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1965.
37. عبد المجيد شكري: الإذاعات المحلية لغة العصر، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
38. عبد المجيد شكري: تكنولوجيا الاتصال، انتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996.
39. عبد الوهاب كحيل: الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، دط، عالم الكتب، مكتبة القدسي، بيروت، 1985.
40. عزي عبد الرحمن وآخرون: عالم الاتصال، سلسلة الدراسات الإعلامية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
41. علي غربي و آخرون : تنمية المجتمع من التحديث إلى العولمة ، دط، دار الفجر للنشر، دبلد، دسنة.

42. عماد حسن مكاي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دط، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
43. عواطف عبد الرحمن: الصحافة العربية في الجزائر، دط، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.
44. فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1998.
45. فتح الباب عبد الحليم وإبراهيم حفظ الله: وسائل الإعلام والتعليم، دط، دار الولاية للنشر والتوزيع، مصر، 1985.
46. فضيل دليو : مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص135.
47. فضيل دليو: تاريخ وسائل الاتصال، ط3، دار أقطاب الفكر، د بلد، 2007.
48. فوزي أو الصديق: الوافي في شرح القانون الدستوري، النظرية العامة للدساتير، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.
49. ليلي عبد المجيد، عواطف عبد الرحمن و نادية سالم: تحليل المحتوى في الدراسات الإعلامية، القاهرة، دار العربي، 1983.
50. ماجي الحلواني: الأنظمة الإذاعية والتلفزيونية، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
51. ماجي الحلواني: مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، دط، عالم الكتب، القاهرة، 2002.
52. ماجي الحلواني: مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2008.
53. ماجي الحلواني، عاطف العبد، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
54. مالك بن نبي: الظاهرة القرآنية، ترجمة عبد الصبور شاهين، دار الفكر للنشر والتوزيع، دمشق، 1984.
55. مجد الهاشمي: تكنولوجيا وسائل الاتصال، ط1، دار أسامة، الأردن، 2004.
56. محمد الرفاعي و هبا العبيدي : المرشد العلمي في البحوث النفسية والإعلامية، اليمن، صنعاء، 1996.

57. محمد حسين فلاتة: الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم، مطابع جامعة الملك سعود، الرياض، 1997.
58. محمد حمدي زقزوي: الإعلام وقضايا الحوار، ترجمة مصطفى ماهر، المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية، القاهرة، 2002.
59. محمد شفيق: البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، ط1، الإسكندرية، المكتب الجامعي، 1998.
60. محمد شليبي: المنهجية في التحليل السياسي، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1997.
61. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط3 ، القاهرة، عالم الكتب، 2008 .
62. محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دط، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، د تاريخ.
63. محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 1993.
64. محمد عبده يماني: لمحات حول وسائل الإعلام، ج7، المكتبة المصرية، بيروت، 1981.
65. محمد عوض: المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000.
66. محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2004.
67. محمد ناصر الدين الألباني: إرواء الغليل في تخريج أحاديث منار السبيل، ط2، ج5، المكتب الإسلامي، بيروت، 1985، ص1269.
68. محمود فهمي: الصوت والصورة، دط، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، دسنة.
69. مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الورق، الأردن، 2000.
70. مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الورق، الأردن، 2000.
71. نوال محمد عمر: الإذاعات الإقليمية، دراسة نظرية تطبيقية مقارنة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.

72. هاني رضا، رامز عمار: الرأي العام والدعاية، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، مصر، 1998.
73. يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج كوم، الجزائر، 2007.

4. الرسائل والأطروحات

1. رحيمة عيساني: الأثار الاجتماعية والثقافية للعولمة على جمهور الفضائيات الأجنبية، رسالة دكتوراه إلكترونية، قسم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2006.
2. رشيد فريخ: الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري، مذكرة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2008.
3. زهرة بلحاجي: الإذاعة الوطنية الجزائرية وتحقيق مبدأ الحق في الإعلام، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007.
4. زوليخة بوقرة: سوسولوجية الإصلاح الديني في الجزائر، رسالة ماجستير في علم الاجتماع الديني، جامعة باتنة، 2009.
5. السعيد دراجي: عادات وأنماط مشاهدة الطفل للبرامج التلفزيونية، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، 2003.
6. صالح بن بوزة: السياسة الإعلامية الجزائرية بين 1962، 1988، رسالة دكتوراه في الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1992.
7. عادل بن عبد الله الفلاح: البرامج الإسلامية في الإذاعة الكويتية، رسالة دكتوراه، المعهد العالمي للدعوة، جامعة الإمام، المدينة المنورة، 1986.
8. عز الدين بوطرنخ: البرامج الدينية في إذاعة جيجل الجهوية، رسالة ماجستير، كلية أصول الدين، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، 2011.
9. عز الدين غراب: البرامج الدينية في إذاعة سوق أهراس الجهوية، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسم الدعوة والاتصال، 2011.
10. فوزية بوقزولة: البرمجة التلفزيونية في محيط متغير، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2004.

11. ليندة ضيف: دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية ، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، قسم الإعلام والاتصال، 2007.
12. مالك شعباني: دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، أطروحة دكتوراه، جامعة منتوري، قسم علم الاجتماع والديمقراطية، 2006.
13. محمد شطاح: النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه، قسم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2004.
14. محمد علي هندية: البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية، رسالة دكتوراه في الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1424هـ.
15. مراد رباحي: الضبط الديني وعلاقته بالسلوك الاجتماعي للشباب الجامعي، رسالة ماجستير في علم الاجتماع الديني، جامعة باتنة، 2010.
16. مسعودي جودي: تجربة الإعلام المحلي في الجزائر، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2003.
17. ناصر عبد الرحمن الهزاني: التعرض لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشبعاتها، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1430هـ.
18. نبيلة جعفري: الإعلام الجهوي وتحقيق إشباع الجمهور، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2010.
19. نصير بوعلي: أثر البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري دراسة تحليلية وميدانية، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2003.

5. المراجع باللغة الأجنبية

1. Boon Milon: Lexique de L'audio Visual, dall02, paris, 1990.
2. Jacques Natiaze et Jean Barda: Dictionnaire de MultiMedia, 2eme Edition, afor, paris.
3. MADELEINE GRAWITZ : METHODES DES SCIENCES SOCIALES, 11 EME, ED, DALLOZ, PARIS, 2006.
4. JARVEAU Claude: L'Enquête par Questionnaire, Manuel à l'Usage du Pratiquant, édition de l'Université du Bruxelles, Belgique, 2ème édition, 1978.

6. المجلات والمقالات

1. أديب خضور: البرامج الدينية في البرمجة الرمضانية، اتحاد الإذاعات العربية، العدد1، 2003.
2. حيدر السلامي: الخطاب الديني عبر الأثير، مقال إلكتروني صيغة PDF.
3. سعد ليب: الإذاعة المحلية ودورها في التنمية الثقافية للمجتمع المحلي، مجلة الإذاعات العربية، تونس، 1985.
4. عبد الرزاق الحمامي: إذاعات القرب، مجلة إذاعات العربية، تونس، العدد1، 2005.
5. عبد القادر طاش: اضاءات حول الإعلام الإسلامي، كتاب الأمة، قطر، العدد 28، 1991.
6. عبد القادر طاش: الخطاب الديني في البرامج الإذاعية والتلفزيونية، مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد4، 2004.
7. علي جمعة: نقد الخطاب الديني في رمضان، مجلة العربي، العدد 505، 2000.
8. مجلة جمعية المرأة في اتصال: مجلة فصلية، تعنى بشؤون المرأة، هادف حنان، المرأة والإذاعة، جانفي، 2006.

7. المواقع الإلكترونية

1. le quotidien-taakouot.over.blog.com
2. radio-bouira.dz
3. radio-ouargla.dz
4. radio-skikda.dz
5. www.arabiyat.com/arabiyat/culture
6. www.arabiyat.com/content/media
7. www.djazairess.com
8. www.radioalgerie.dz/DCRR

قائمة الملاحق

الملحق رقم 01

TOP 50 Pays

	Pays	Pourcent	Moyenne par jour
1	DZ: Algeria	60.94	13684.16
2	FR: France	19.69	4420.79
3	CA: Canada	3.51	787.23
4	GB: United Kingdom	2.98	668.94
5	US: United States	2.39	537.31
6	DE: Germany	1.25	281.33
7	MA: Morocco	1.20	269.52
8	ES: Spain	0.91	203.42
9	BE: Belgium	0.85	190.84
10	CH: Switzerland	0.48	108.51
11	TN: Tunisia	0.45	100.26
12	IT: Italy	0.42	95.16
13	SA: Saudi Arabia	0.41	93.10
14	EG: Egypt	0.28	62.36
15	SE: Sweden	0.26	59.30
16	AE: United Arab Emirates	0.25	57.10
17	NL: Netherlands	0.25	56.61
18	RU: Russian Federation	0.23	51.75
19	CN: China	0.22	48.84
20	FI: Finland	0.15	33.50
21	QA: Qatar	0.13	29.09
22	IE: Ireland	0.13	28.53
23	NO: Norway	0.10	22.90
24	DK: Denmark	0.10	22.89
25	TR: Turkey	0.10	21.94
26	A1: Anonymous Proxy	0.10	21.63
27	IQ: Iraq	0.09	21.26
28	IN: India	0.09	20.33
29	AT: Austria	0.09	19.92
30	SD: Sudan	0.08	18.66
31	JO: Jordan	0.08	18.66
32	PL: Poland	0.08	18.49
33	MX: Mexico	0.08	17.46
34	CZ: Czech Republic	0.08	17.37
35	PS: Palestinian Territory	0.06	14.48
36	JP: Japan	0.06	13.92
37	LY: Libyan Arab Jamahiriya	0.06	13.45
38	AU: Australia	0.05	12.31
39	HU: Hungary	0.05	12.07
40	EU: Europe	0.05	11.97
41	OM: Oman	0.05	11.66
42	KW: Kuwait	0.05	11.61
43	BR: Brazil	0.05	11.07
44	UA: Ukraine	0.05	10.48
45	PT: Portugal	0.04	10.09
46	ZA: South Africa	0.04	8.80
47	LU: Luxembourg	0.04	8.67
48	MC: Monaco	0.04	8.45
49	MY: Malaysia	0.03	7.82
50	GR: Greece	0.03	7.20

* - استبيان أجري بفرنسا عام 2011 حول نسب الاستماع للإذاعة في خمسين دولة، المصدر

موقع radioalgerie.dz

الملحق رقم 02

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

كلية أصول الدين

قسم الدعوة والإعلام والاتصال

استمارة استبيان

البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية

دراسة تحليلية وميدانية

المشرف:

د. سكحال نور الدين

الطالب:

مدفوني جمال الدين

ملاحظة: هذه المعلومات سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، فنرجو منكم القراءة المتأنية

لأسئلة والإجابة عليها حسب رأيك الخاص.

السنة الجامعية 2012/2013

I - البيانات الشخصية:

1. المستوى التعليمي:

أقل من ثانوي ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐ دراسات عليا ☐

2. الحالة الاجتماعية:

أعزب ☐ متزوج ☐ مطلق ☐ أرمل ☐

3. المهنة :

تاجر ☐ موظف ☐ سائق ☐ متقاعد ☐ أستاذ ☐

II - مدى متابعة أفراد العينة للبرامج الدينية وعادات الاستماع لها.

4. هل تستمع لبرامج إذاعة أم البواقي المحلية ؟:

بانتظام ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

5. ما هي البرامج التي تستمع لها عبر أثر إذاعة أم البواقي ؟ (رتبها حسب أهميتها بالنسبة

لك بوضع الأرقام):

الأخبار ☐ برامج سياسية ☐ برامج ترفيهية ☐ البرامج الصحية ☐
برامج دينية ☐ برامج رياضية ☐ برامج المسابقات ☐

أخرى تذكر

6. هل تتابع البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية ؟:

بانتظام ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

7. منذ متى وأنت تتابع البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي ؟:

أقل من عام ☐ من عام إلى عامين ☐ من عامين إلى ثلاث أعوام ☐
أكثر من ثلاث أعوام ☐

8. ماهي الأوقات التي تستمع فيها للبرامج الدينية؟:

صباحا ☐ الظهيرة ☐ مساء ☐

9. ماهي الوسيلة التي تعتمد عليها لمتابعة برامج إذاعة أم البواقي المحلية؟:

الراديو المنزلي ☐ الهاتف النقال ☐ السيارة ☐ الإنترنت ☐
الساتلايت ☐

10. هل تستمع للبرامج الدينية في إذاعة أم البواقي ؟:

وحدك ☐ مع الأصدقاء ☐ مع العائلة ☐

III - أنماط استماع عينة الدراسة للبرامج الدينية.

11. هل تتابع جميع البرامج الدينية المذاعة عبر إذاعة أم البواقي ؟:

نعم ☐ لا ☐

• إذا كانت إجابتك بـ " نعم " لماذا ؟:

الاهتمام بالبرامج الدينية بصفة عامة ☐ مواضيع البرامج في المستوى ☐
أوقات بث البرامج مناسبة ☐ أخرى تذكر ☐

• إذا كانت إجابتك بـ " لا " لماذا ؟:

مواضيع بعض البرامج ليست في المستوى ☐ أوقات بث البرامج غير مناسبة ☐
ضعف مستوى الإعداد والتقديم ☐ الشخصيات المستضافة ☐
حسب الظروف ☐ أخرى تذكر ☐

12. ما هو البرنامج الديني المفضل لديك؟:

دين ودنيا ☐ بقلب مفتوح ☐
ندوة الجمعة ☐ حكم الدين في أسئلة المستمعين ☐

13. ما هو سبب تفضيلك لبرنامج معين؟:

المواضيع التي يتناولها البرنامج ☐ طريقة تنشيط الحصة ☐ تزيد في معلوماتي الدينية ☐
وقت عرض البرنامج ☐ الشخصيات المستضافة ☐
أخرى تذكر..... ☐

14. ماهي الأسباب التي تدفعك لمتابعة البرامج الدينية؟:

قضاء وقت الفراغ ☐ الحصول على معلومات ☐ تقوية الإيمان ☐
معرفة حكم الدين حول القضايا الاجتماعية ☐
الهروب من واقع البرامج الدينية التلفزيونية ☐
أخرى تذكر ☐

15. هل تتابع البرنامج الديني من أوله إلى آخره ؟ :

غالباً ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

• ما هي أسباب عدم متابعتك للبرنامج الديني من أوله إلى آخره ؟

موضوع البرنامج ☐ الوقت لا يسمح بذلك ☐ اللغة المستخدمة ☐
طريقة التنشيط ☐ أخرى تذكر ☐

16. هل تناقش مواضيع البرامج الدينية؟:

غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

17. مع من تناقش مواضيع البرامج الدينية؟:

الجيران ☐ الأصدقاء ☐ مع العائلة ☐

أخرى تذكر

18. ما هي المواضيع الدينية التي تجذبك أكثر؟:

السيرة النبوية ☐ قصص الأنبياء ☐ برامج الإفتاء ☐ البرامج الإيمانية ☐

التاريخ الإسلامي ☐ برامج خاصة بمسائل فقهية ☐ العقيدة ☐

أخرى تذكر

IV – الإشاعات المحققة من متابعة البرامج الدينية.

19. هل تلي لك البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي حاجاتك العلمية؟:

نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما ☐

• ما هي أسباب عدم تلبية البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي لحاجاتك العلمية؟:

المواضيع المطروحة ☐ ضعف مستوى الشخصيات المستضافة ☐

التركيز على المواضيع الإيمانية ☐ أخرى تذكر

20. هل تلي لك البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي حاجاتك الإيمانية؟:

نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما ☐

• ما هي أسباب عدم تلبية البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي لحاجاتك الإيمانية؟:

المواضيع المطروحة ☐ طريقة النقاش ☐ الشخصيات المستضافة ☐

عدم إتاحة الفرصة للمناقشة ☐ المعلومات بسيطة وسطحية ☐

أخرى تذكر

21. هل تلي لك البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي حاجاتك الاجتماعية؟:

نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما ☐

• ما هي أسباب عدم تلبية البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي لحاجاتك

الاجتماعية؟:

المواضيع المطروحة ☐ طريقة النقاش ☐ الشخصيات المستضافة ☐

عدم إتاحة الفرصة للمناقشة ☐ أخرى تذكر

٧. رأي الجمهور في البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية.

22. ما هو البرنامج الديني الذي يحقق لك الإشباع الثلاث؟ (يمكن ذكر أكثر من برنامج)

.....

23. ما رأيك في اللغة المستخدمة في البرامج الدينية؟:

صعبة ☐ بسيطة ☐مفهومة ☐ غير مفهومة ☐

24. ماهي اللغة التي تفضل استخدامها في البرنامج الديني؟:

العربية الفصحى ☐ الدارجة (العامية) ☐الأمازيغية (الشاوية) ☐ لا فرق ☐

25. هل سبق وشاركت في برنامج ديني؟:

نعم ☐ لا ☐

• إذا كانت إجابتك بـ " نعم " ما السبب الذي دفعك للمشاركة؟:

الاستفسار ☐ طلب النصح والإرشاد ☐ المطالبة بتحسين مستوى البرنامج ☐تغيير وقت البرنامج ☐ تغيير اللغة المستخدمة ☐

أخرى تذكر.....

• ماهي الطريقة التي شاركت بها؟:

اتصال مباشر ☐ البريد العادي ☐ البريد الإلكتروني ☐

• إذا كانت إجابتك بـ " لا " هل هذا راجع إلى؟:

عدم الاهتمام ☐ غياب الجراة ☐ عدم معرفية كيفية الاتصال ☐البرامج تعالج جميع المواضيع التي تهتمك ☐لاعتقادي بأن القائمين على المؤسسة لن يأخذوا برأي ☐

أخرى تذكر.....

26. هل تقتنع بالأفكار التي تستمع لها في البرنامج الديني؟:

نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما ☐

• إذا كانت إجابتك بـ " لا " أو " إلى حد ما " ما هو السبب؟:

ضعف مستوى البرنامج ☐ عدم الفهم الجيد لمواضيع البرامج الدينية ☐الاختلاف الفكري ☐ عدم الثقة في الخطاب الرسمي ☐

أخرى تذكر.....

27. ما هي اقتراحاتك حول البرامج الدينية؟:

- | | | | |
|--------------------------|---------------------|--------------------------|------------------------------|
| ☐ | إضافة حصص جديدة | ☐ | ربط المستمع بواقعه الاجتماعي |
| ☐ | تحسين مستوى التنشيط | ☐ | توزيع الحصص على أيام الأسبوع |
- أخرى تذكر

الملحق رقم 03

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

كلية أصول الدين

قسم الدعوة والإعلام والاتصال

استمارة تحليل المضمون

البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية

دراسة تحليلية وميدانية

المشرف:

د. سكاكhal نور الدين

الطالب:

مدفوني جمال الدين

السنة الجامعية 2012/2013

1. تاريخ البرنامج

2. نوع البث

3. مدة بث البرنامج

أ. فئات ماذا قيل؟

1. فئة الموضوع:

- الموضوعات العقدية

- موضوعات فقهية

- الموضوعات الفكرية

- الموضوعات الاجتماعية

- الموضوعات السياسية

2. فئة مصادر الاستشهاد:

- القرآن الكريم

- السنة أو الحديث

- أقوال الصحابة

- أقوال الفقهاء

- أقوال المتخصصين

- أقوال الجمهور

- أقوال القوائم بالاتصال

- أقوال الشخصيات المستضافة

- الأمثال والحكم الشعبية

3. فئة القيم:

- قيمة العلم والمعرفة
- قيمة التضحية
- قيمة التسامح
- قيمة الصدق
- قيمة حب الوطن
- قيمة حب السلم
- قيمة حب الخير

4. هدف مواضيع البرامج الدينية:

- تربوي وعظمي
- التعليم والتثقيف

5. فئة الجمهور المستهدف:

- الآباء
- التجار
- الإداريون
- الأساتذة والمعلمون
- الشباب
- الطلبة
- المكثات في البيت

II. فئات كيف قيل؟

1. فئة الشكل:

- الندوة الإذاعية
- الفتاوى
- الحوار
- مناظرة

2. فئة اللغة:

- لغة فصحي
- لغة دارجة
- لغة شاوية
- لغة أجنبية

3. فئة الأساليب الإقناعية:

أ. أساليب الإقناع العقلية:

- الدليل والبرهان
- الإحصائيات والأرقام
- إعطاء أمثلة
- الاستشهاد بالواقع
- الدليل الشرعي

ب. أساليب الإقناع العاطفية:

- الاستشهاد بالشخصيات
- ذكر إيجابيات الشيء وإهمال سلبياته
- استثمار صورة ومكانة الضيف
- ترغيب وترهيب

الملحق رقم 04

أسئلة خاصة بالسيد مدير إذاعة أم البواقي الجهوية

- ما مدى اهتمام القائمين على الإذاعة بالبرامج الدينية؟ و ماهي الاسباب ؟
- ماهي الأهداف التي تسعى مؤسسة إذاعة أم البواقي المحلية لتحقيقها من خلال هذا النوع من البرامج ؟
- ماهي المعايير و الشروط الواجب توفرها لإنتاج برنامج ديني ؟
- كيف يتم تخصيص الحجم الزمني للبرامج الدينية ؟
- لماذا تم اختيار هذه الاوقات ؟
- كيف يتم اختيار الشخصيات ؟
- كيف يتم اختيار المواضيع ؟
- ما هو تقييمك لتفاعل الجمهور مع ما يتم تقديمه من مواضيع دينية ؟
- ماهي الوسائل المستخدمة في ذلك ؟
- كيف يتم اختيار أو تعيين مقدمي البرامج الدينية ؟ و ماهي الشروط الواجب توفرها فيهم؟

الملحق رقم 05

بطاقة فنية لإذاعة الجزائر من أم البواقي

أ. نشأة وتطور إذاعة أم البواقي:

انطلقت أشغال أنجاز إذاعة أم البواقي المحلية بداية فيفري 2007، وانطلاق البث صبيحة 18 فيفري 2008 باسم "إذاعة أم البواقي الجهوية" هو الاسم الرسمي لها حتى مطلع 2013، أين تم تغيير هذه التسمية على غرار الإذاعات المحلية على مستوى الوطن ليصبح **إذاعة الجزائر من أم البواقي**، مقرها الحالي شارع يوسف خوجة عمر بجانب المسجد العتيق لولاية أم البواقي، إلا أن الأشغال في مراحلها النهائية للمقر الجديد الواقع بمدخل المدينة الجديدة "ماكوماداس" ويتوقع الالتحاق بالمقر الجديد نهاية 2013.

أما بما يخص البث، شهد هذا الأخير تطورات ملحوظة، حيث كان البث صباحيا فقط، ينطلق على الساعة السادسة صباحا و40 دقيقة إلى غاية الثانية زوالا، حتى تاريخ السادس عشر ماي 2009 ليقفز وقت بث برامج الإذاعة من سبع ساعات و20 دقيقة إلى 13 ساعة و05 دقائق، أي من الساعة السادسة صباحا و خمس وخمسون دقيقة إلى تمام الساعة الثامنة ليلا. تعمل الإذاعة وفق شبكة برامجية متنوعة العادية، الصيفية والرمضانية يمكن التقاطها على الأمواج أو الترددات التماثلية بطاقة إرسال 100 واط ؛ 105.3 ميگاهرتز (في الجهة الغربية للولاية)، 103.3 ميگاهرتز (داخل الولاية) و95.6 ميگاهرتز (خارج الولاية).

أما بخصوص الهيكل التنظيمي للإذاعة، نجد بأن لها خمس أقسام نذكرها باختصار:

- قسم الإنتاج: وهو القسم المسؤول عن إعداد البرامج الترفيهية، الثقافية والتربوية، ويضم المخرجين والمنشطين على حد سواء، فالمخرج الإذاعي هو فنان ذو دراية واسعة وتامة بتقنيات العمل، وبطبيعة الاستوديو الإذاعي وأنواع الميكروفونات وطرق التسجيل والمونتاج، ويبلغ عددهم في إذاعة الجزائر من أم البواقي أربع مخرجين. أما المنشط أو المذيع فهو الذي يربط بين المواد على الهواء في المحطة الإذاعية، ويعمل على تقديم البرامج

إلى الجمهور، وينتقل بهم من فترة لأخرى ومن برنامج لآخر، ويتواجد أيضا في هذه الإذاعة أربعة منشطين.

- القسم التقني: ويضم كل التقنيات والآلات والتجهيزات، ويشرف عليه متخصصون في مجال الصيانة التقنية، ويتوفر على خمسة تقنيين.

- القسم الإداري والمالي: وهو مسؤول عن الإدارة والمالية والإشهار، ويضم بالإضافة إلى المدير، سكرتيرة واحدة، وعاملا مكلفا بالإدارة والمالية. كما يدير القسم أيضا شؤون الأمن والحظيرة ويضم أربعة أعوان أمن، بالإضافة إلى ثلاثة سائقين وعاملة نظافة واحدة.

ب. الجمهور والأهداف:

تبت إذاعة أم البواقي الجهوية إلى جميع مناطق الولاية 29 بلدية و12 دائرة، بالإضافة إلى بعض المناطق من الولايات المجاورة لها. ونشير إلى أن الإذاعة ركزت في برامجها على البحث والتنقيب في التراث والآثار، من خلال برامجها الثقافية والتاريخية، وذلك بغرض استحضار الذاكرة الشعبية، من خلال التطرق إلى تاريخ الولاية ومختلف شخصياتها، وتمريها للجمهور خاصة في البرامج ذات الطابع التفاعلي، والذي يعتبر الأخذ بأرائه، اقتراحاته وحتى انتقاداته من أولويات القائمين على هذه الإذاعة.

أما عن أهدافها، فهي كباقي أهداف إذاعات الوطن، لا تخرج عن التي ذكرناها سابقا. فإذاعة أم البواقي الجهوية تسعى لإعلام جمهورها بما يجري من حوله من أحداث، والترفيه عنه من خلال الأغاني والمنوعات، كما تقوم بتقديم برامج تربوية، ثقافية، اجتماعية... إلى غير ذلك من البرامج المتنوعة التي يتطلع إليها الجمهور.¹

1. نبيلة جعفري، مرجع سبق ذكره، ص 86.

البرامج الدينية في إذاعة الجزائر من أم البواقي

قبل تقديم لمحة عن البرامج الدينية، لا بد أولاً من الإشارة إلى نقطة مهمة، ألا وهي اهتمام إذاعة الجزائر من أم البواقي بهذا النوع من البرامج، بالمقارنة مع باقي الإذاعات المحلية، حيث تم إجراء عملية حسابية على عينة عشوائية من الإذاعات المحلية وتحصلنا على ما يلي:

- إذاعة خنشلة: الحجم الساعي للبث اليومي للإذاعة 440 دقيقة، وفي الأسبوع نجد 3080 دقيقة.

تتوفر الإذاعة على برنامج ديني واحد بعنوان " حكم الدين في أسئلة المستمعين " بالإضافة إلى حديث الصباح، وبعد إجراء عملية حسابية نجد أن نسبة البرامج الدينية في إذاعة خنشلة 1.75%¹.

- إذاعة ورقلة: الحجم الساعي للبث اليومي للإذاعة 970 دقيقة، وفي الأسبوع نجد 6720 دقيقة.

تتوفر الإذاعة على برنامجين الأول بعنوان " أسئلوا أهل الذكر " و الثاني " حديث الجمعة " بالإضافة إلى حديث الصباح، وبعد إجراء عملية حسابية نجد أن نسبة البرامج الدينية في إذاعة ورقلة نجد أن نسبة البرامج الدينية لم تتعدى 1.22%².

- إذاعة سكيكدة: الحجم الساعي للبث اليومي للإذاعة 840 دقيقة، وفي الأسبوع نجد 5800 دقيقة.

تتوفر الإذاعة على برنامجين الأول بعنوان " فتاوى " و الثاني " بين العادة والعبادة " بالإضافة إلى حديث الصباح، وقمنا بنفس العملية الحسابية فتحصلنا على أن نسبة البرامج الدينية في إذاعة سكيكدة بلغت 1.79%³.

1. le quotidien-taakouot.over.blog.com/ 23.04.2013/ 10 :28

2. radio-ouargla.dz / 23.04.2013/ 10 :31

3. radio-skikda.dz / 23.04.2013/ 10 :37

- إذاعة البويرة: الحجم الساعي للبث اليومي للإذاعة 840 دقيقة، وفي الأسبوع نجد 5800

دقيقة.

تُنتج إذاعة البويرة برنامجين هما " دين ودنيا " و برنامج " ورتل القرآن " بالإضافة إلى حديث الصباح، وبعد إجراء العملية الحسابية تبين أن هذا النوع من البرامج بلغت نسبته من الشبكة البرمجية العادية نسبة 2.06%.¹

وبالرجوع للبرامج الدينية في إذاعة أم البواقي فنجد أربع برامج بالإضافة إلى حديث الصباح وهي كالتالي:

- ديره ودينا: يث يوم الإثنين ابتداء من الساعة 11.03 وإلى غاية 12.00، مدة 57 دقيقة.
 - حكم الديره في أسئلة السّمعين: يث يوم الجمعة ابتداء من الساعة 10.03 وإلى غاية 11.00، مدة 57 دقيقة.
 - ندوة الجمعة: يث يوم الجمعة ابتداء من الساعة 10.03 وإلى غاية 11.00، مدة 57 دقيقة.
 - بقلب مفتوح: يث يوم الجمعة ابتداء من الساعة 10.03 وإلى غاية 11.00، مدة 57 دقيقة.
- يبلغ الحجم الساعي للبث اليومي للإذاعة ضمن الشبكة العادية 785 دقيقة، أي 13 ساعة و 05 دقائق، وفي الأسبوع نجد 5495 دقيقة، من ضمن هذه الدقائق 197 دقيقة مخصصة للبرامج الدينية، وبعد إجراء العملية الحسابية تبين أن هذا النوع من البرامج بلغت نسبته من الشبكة البرمجية العادية نسبة 3.58%، وبالرغم أن النسبة لم تتجاوز نسبة 4 %، إلا أنها احتلت؛ أي البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المرتبة الأولى ضمن العينة المختارة.

ملخص الدراسة

تعج الساحة الإعلامية العربية بمئات الفضائيات وآلاف الإذاعات والصحف والمجلات، مع تنامي استخدام الإنترنت في هذه البلدان، إلا أن مضامين هذه الوسائل لم تول اهتماما كبيرا لجوهر الأمة وسبب عزها وتمكينها 'الدين' وانغمست في انتاج كل ماله علاقة باللهو والتسلية من أجل الكسب والتجارة أحيانا، ولتفكيك المنظومة القيمة والأخلاقية للمجتمع وتسطير وتحويل اهتمام الجمهور أحيانا أخرى، وما يحز في النفس ليس اهمال وعدم توظيف هذه الوسائل والتكنولوجيات لخدمة الدين وقضاياه، والدفاع عن الهوية والمقومات الإسلامية في ظل الحرب الشعواء التي أعلنها أعداء الإسلام مستعينين في ذلك بشتى الوسائل، المنابر والمضامين الإعلامية، بل ما يحز في النفس أكثر هو تشويه بعض من لبسوا رداء الإسلام والدين وجعلوا منه مظلة أو قناعا يخفون وراءه أهدافهم وأحقادهم، مستثمرين في وسائل الإعلام عموما والثقيلة منها خصوصا، فظهرت في السنوات القليلة الماضية عديد الفضائيات الدينية بألوان مذهبية متعددة تفوح منها روائح السياسة والاقتصاد ما زاد الطين بلة كما يقال، لأن فئات وقطاعات اجتماعية واسعة وجدت فيها بديلا عن الإعلام الرسمي الميت اكلينيكيًا من جهة، و بديلا أيضا عن مضامين إعلامية نابغة من محيط ثقافي، اجتماعي وديني مخالف تمام عن محيطنا الثقافي، الاجتماعي والديني من جهة أخرى، يمكن أن نجعل له عنوانا **الإعلام الفضائي وتغريب الثقافات في ظل العولمة**، هذا الواقع نتج عنه ضعف في الخطاب الديني وتكريسه للنظرة القاصرة والضيقة لمفهوم الدين، من هنا جاءت فكرة هذه الدراسة، لتُسلط الضوء على واقع البرامج الدينية في الإذاعة المحلية بالجزائر- فهذا الميدان البحثي لا يزال بكرا في الجزائر على حدود ما أعلم- من خلال تحليل مضمون البرامج الدينية المذاعة عبر أثر إذاعة أم البواقي المحلية، ثم دراسة استخدامات واتجاهات جمهور هذه البرامج من أجل تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على المواضيع التي تتناولها وتعالجها البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية
- معرفة المصادر التي تنسب إليها ويستشهد بها على مضامين المادة الإعلامية الدينية

- الكشف عن القيم التي تتضمنها المادة الإعلامية الدينية المذاعة عبر أثر إذاعة أم البواقي المحلية
- استنباط الأهداف التي تسعى البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي المحلية لتحقيقها
- التعرف على الجمهور المستهدف من تقديم البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية
- معرفة الأشكال الفنية التي تقدم بها البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية
- معرفة مستوى و نوع اللغة المستخدمة في البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية
- الكشف عن الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية
- معرفة عادات وأنماط استماع الجمهور للبرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية
- محاولة استكشاف دوافع متابعة الجمهور للبرامج الدينية في إذاعة أم البواقي ومختلف رغباتهم، والإشباعات المحققة واتجاهات هذا الجمهور نحو هذه البرامج

هل تحقق البرامج الدينية المذاعة عبر أثر إذاعة أم البواقي إشباعات الجمهور المتتبع لها؟

ولتحقيق هذه الأهداف تم الاعتماد على المنهج المسحي الذي يتيح للباحث إمكانية استخدام أداتي تحليل المضمون واستمارة الاستبيان، لجمع المعلومات والبيانات الخاصة بالدراسة التحليلية والميدانية.

وبعد إجراء الدراسة التحليلية والميدانية توصل الطالب إلى أن الاهتمام بالبرامج الدينية ضئيل جدا في الإذاعات المحلية بالجزائر، مواضيع هذه البرامج مستهلكة وروتينية تدعم الاتجاه السائد نحو مفهوم الدين والبرامج الدينية، يطغى على البرامج الدينية السطحية، مع بروز الرسمية أين تؤكد الطالب من هذا من خلال المقابلة المقننة التي تم إجراؤها مع مدير الإذاعة بالإضافة إلى مقدم أحد هذه البرامج، تأكدت من أن الهدف من البرامج الدينية في كثير من الأحيان وفي كثير من الحالات والمواقف التأكيد على ضرورة الالتزام بالمذهب المالكي في الأمور الخلافية بل وتضخيم هذه الحالات في بعض الأحيان، وتحولت هذه البرامج إلى وسيلة تستخدم بدرجة أولى للتأكيد على توجهات الدولة أو من هم قائمون على الوزارة الوصية، مع إهمال القضايا الكبرى للمجتمع الجزائري وللأمة الإسلامية ومراكز اهتمام الجمهور.

أما بخصوص الجمهور المتتبع لهذه البرامج فيطمح إلى التجديد في المواضيع وأشكال تقديم هذه البرامج، كما توصل الطالب إلى أن البرامج الدينية المقدمة في إذاعة أم البواقي تحقق إشباعات اجتماعية للجمهور المتتبع لها، في المقابل لا تحقق له الإشباعات العلمية المعرفية والإشباعات الإيمانية، والسبب دائما المواضيع والقوالب الفنية التي تقدم بها هذه البرامج، كما توصلت الدراسة إلى أنه لا بد للقائمين على الإذاعة القيام بدراسات جمهور بين الحين والآخر، من أجل الوقوف عند آرائه واتجاهاته نحو ما تقدمه الإذاعة من برامج، لأن البرامج الإذاعية والإذاعة المحلية عموما مخصصة وموجهة لخدمة جمهور عادة ما يكون متجانس ثقافيا واجتماعية مما يسهل أكثر عملية حصر ما يمكن حصره من اهتمامات وآراء وتطلعات، من أجل تقييم ما يتم تقديمه للجمهور وتقويمه حتى تؤدي هذه المؤسسات دورها الفعلي والمنوط بها، خاصة ما تعلق بالبرامج الدينية لما لها من أهمية وخطورة.

إن الدراسة التي بين أيدينا اهتمت بلون من ألوان البرامج المقدمة في الإذاعة المحلية بالجزائر من خلال المزاوجة بين البعد التحليلي والميداني، وأتمنى أنني قد قدمت جهدا علميا متواضعا أنفع وأنتفع به.

Summary of *the study*

The world of media in the Arab world is crowded with hundreds of TV channels, and thousands of radio stations, newspapers, and magazines; as a result of the increasing growth of use of internet in this region. But the content of Arab media does not give much attention to the issues concerning what is to be thought as the essence of the nation, and the reason behind its success: “religion” .this media went far in producing entertainment based content, in order to increase profits as well as destructing the moral values of the community, and creating a shallow audiences. Ignoring important matters such as :(Treating the religious affairs, and defending Islam) was not the worst side of Arabic media. Critics pointed out that this media went far in introducing a false image of Islam by using the religious motives to serve different agendas; that attempt to mislead the audience. This was clearly realized by the establishment of religion based TV channels that serve different religious doctrines, political ideologies as well as economic powers. The scary fact here is that many social categories have chosen this newly emerged media as a replacement to clinically dead official one as well as a replacement to the media content that comes from different social, cultural, and religious environment. This led to weakening of the religious message, and a limited provision of the religious concepts. As a result this study came to focus on the realty of the religious programs broadcasted by the local radio stations in Algeria- since this kind of programs is considered a newly born one as far as we know- this will be aimed at by analyzing the content of religion-based programs broadcasted by Oum El Bouaghi local radio station, then by studying uses and aims of this programs ‘audiences in order to achieve the following goals:

- Indicating the topics discussed and treated by religious programs of Oum El Bouaghi radio station.
- Knowing the sources with attributed to it and cited on the contents of the religions media articles.

- Disclosure of the values contained in the article of religions media broadcasted via Oum el Bouaghi local radio.
- Devising the goals that the article of religions media seeking to archive in local radio
- Identifying the targeted audience of the article of religions media.
- Disclosure of persuasive methods used in local's radio religions broadcasts.
- Indicating the sort and the quality of language used in religious programs of Oum El Bouaghi radio station.
- Identifying the listening habits and patterns of the audience of religious programs of Oum El Bouaghi radio station.
- Attempting to explore the motives behind audience's interest in religious programs of Oum El Bouaghi radio station.

In order to achieve the previously mentioned goals; we used the "scanning methods", that allows the researcher to use both tools: content analysis and survey form as a way to gather sufficient information and data for the field and analytic study.

After conducting both analytic and field study; the student has come to a conclusion that indicates absence of true interest in local radio stations in Algeria, for the topics of such programs are purely consumable and routine-based ones-i.e. they support the common concepts of religion and religion-based programs, which are criticized for their shallow point of view as well as their formal impression.

At this point, and after interviewing the manager and one of the presenters; the student confirmed that the main goal of religion-based broadcasts is often centered on the importance adopting the "Maliki" religious doctrine. Especially when it comes to the controversial issues; which turned these programs into a tool used mainly to emphasize the opinions of the government and those who are in charge of the ministry, and marginalizing of issues of crucial importance to the Algerian community and Islamic nation and their fields of interest.

In terms of presenting models; audiences indicate that there is an urgent need for a complete makeover, whether being it content-related makeover or style-

related one. The student as well concluded that the religion-based programs presented by local radio station of Oum El Bouaghi meet the social gratifications sought by their audience, while the mentioned programs do not meet audience's needs in terms of scientific and spiritual gratifications. This could be due to the topics and the models adopted by these programs. The student also has concluded that the people in charge of the radio station should launch field studies from time to time, in order to explore the audience's opinions and proposals, because this kind of programs is mainly dedicated to the service of a community that shares the same culture and social values among its members, which make it even easier to identify the common interests and demands; For the sake of playing its roles effectively, especially when it comes to religion-based programs, considering their crucial importance and sensitivity.

This study focused on a typical type of radio programs broadcasted by a local Algerian radio station.

I greatly hope that my humble work can be a useful resource for me and others.

فهرس الجداول والأشكال

1. الجداول:

أ. الجداول الخاصة بالدراسة المنهجية		
الصفحة	العنوان	رقم الجدول
35	يبيّن المستوى التعليمي لأفراد العينة	جدول رقم 01
36	يبيّن الحالة الاجتماعية لأفراد العينة	جدول رقم 02
36	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب متغير المهنة	جدول رقم 03
ب. الجداول الخاصة بالدراسة التحليلية		
الصفحة	العنوان	رقم الجدول
92	يوضح فئات الموضوع	جدول رقم 04
93	يوضح الموضوعات العقدية في البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية	جدول رقم 05
94	يوضح الموضوعات الفقهية في البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية	جدول رقم 06
95	يوضح الموضوعات الفكرية في البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية	جدول رقم 07
95	يوضح الموضوعات الاجتماعية في البرامج الدينية في إذاعة أم البواقي المحلية	جدول رقم 08
96	يوضح مصادر الاستشهاد	جدول رقم 09
98	يوضح فئة القيم	جدول رقم 10
100	يوضح فئة الهدف من الموضوع	جدول رقم 11
101	يوضح فئة الجمهور المستهدف	جدول رقم 12
103	يوضح فئة الشكل	جدول رقم 13

104	يوضح فئة اللغة	جدول رقم 14
106	يوضح فئة الأساليب الإقناعية	جدول رقم 15
107	يوضح تفصيل فئة الأساليب الإقناعية	جدول رقم 16
ج. الجداول الخاصة بالدراسة الميدانية		
الصفحة	العنوان	رقم الجدول
112	يبيّن مدى استماع أفراد العينة لإذاعة أم البواقي	جدول رقم 17
113	يبيّن ترتيب عينة الدراسة للبرامج الإذاعية الأكثر أهمية	جدول رقم 18
115	يبيّن مدى متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية	جدول رقم 19
117	يبيّن مدى استماع عينة الدراسة للبرامج الدينية بحسب متغير المستوى التعليمي	جدول رقم 20
119	يبيّن مدى استماع عينة الدراسة للبرامج الدينية بحسب متغير الحالة الاجتماعية	جدول رقم 21
121	يبيّن مدى استماع عينة الدراسة للبرامج الدينية بحسب متغير المهنة	جدول رقم 22
123	يبيّن متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية حسب متغير الفترة الزمنية	جدول رقم 23
124	يبيّن الفترات المفضلة لاستماع عينة الدراسة للبرامج الدينية	جدول رقم 24
125	يبيّن الوسائل التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة للاستماع للإذاعة	جدول رقم 25
126	يبيّن الوسائل التي يستمع من خلالها أفراد العينة للبرامج الدينية حسب متغير المستوى التعليمي	جدول رقم 26
128	يبيّن الوسائل التي يستمع من خلالها أفراد العينة للبرامج الدينية حسب متغير الحالة الاجتماعية	جدول رقم 27
130	يبيّن الوسائل التي يستمع من خلالها أفراد العينة للبرامج الدينية	جدول رقم 28

	حسب متغير المهنة	
132	يبيّن مع من يستمع أفراد العينة للبرامج الدينية	جدول رقم 29
133	يبيّن مدى اهتمام أفراد العينة بجميع البرامج الدينية	جدول رقم 30
134	يبيّن أسباب متابعة عينة الدراسة بجميع البرامج الدينية	جدول رقم 31
135	يبيّن أسباب عدم متابعة عينة الدراسة لجميع البرامج الديني	جدول رقم 32
136	البرامج الدينية التي يفضلها مفردات عينة الدراسة	جدول رقم 33
137	يبيّن أسباب تفضيل عينة الدراسة لبرنامج ديني معين	جدول رقم 34
138	يبيّن أسباب متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية	جدول رقم 35
139	يبيّن أسباب متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية حسب متغير المستوى التعليمي	جدول رقم 36
141	يبيّن أسباب متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية حسب متغير الحالة الاجتماعية	جدول رقم 37
143	يبيّن أسباب متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية حسب متغير المهنة	جدول رقم 38
145	يبيّن متابعة عينة الدراسة للبرنامج الديني من أوله إلى آخره	جدول رقم 39
146	يبيّن متابعة عينة الدراسة للبرنامج الديني من أوله إلى آخره بحسب متغير المستوى التعليمي	جدول رقم 40
148	يبيّن متابعة عينة الدراسة للبرنامج الديني من أوله إلى آخره بحسب متغير الحالة الاجتماعية	جدول رقم 41
150	يبيّن متابعة عينة الدراسة للبرنامج الديني من أوله إلى آخره بحسب متغير المهنة	جدول رقم 42
152	يبيّن أسباب عدم متابعة عينة الدراسة للبرنامج الديني من أوله إلى آخره	جدول رقم 43
153	يبيّن مدى مناقشة أفراد العينة لمواضيع البرامج الدينية	جدول رقم 44
154	يبيّن مع من يناقش أفراد العينة المواضيع البرامج الدينية	جدول رقم 45

155	يبين المواضيع البرامج الدينية الأكثر تفضيلاً لعينة الدراسة	جدول رقم 46
156	يبين المواضيع الدينية الأكثر تفضيلاً لمفردات عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	جدول رقم 47
158	يبين مدى تلبية البرامج الدينية لإشباعات أفراد العينة العلمية المعرفية حسب متغير الحالة الاجتماعية	جدول رقم 48
160	يبين مدى تلبية البرامج الدينية لإشباعات أفراد العينة العلمية المعرفية حسب متغير المهنة	جدول رقم 49
162	يبين الإشباعات العلمية المحققة من خلال الاستماع للبرامج الدينية في إذاعة أم البواقي	جدول رقم 50
163	يبين مدى تلبية البرامج الدينية لإشباعات أفراد العينة العلمية المعرفية حسب متغير المستوى التعليمي	جدول رقم 51
165	يبين مدى تلبية البرامج الدينية لإشباعات أفراد العينة العلمية المعرفية حسب متغير الحالة الاجتماعية	جدول رقم 52
167	يبين مدى تلبية البرامج الدينية لإشباعات أفراد العينة العلمية المعرفية حسب متغير المهنة	جدول رقم 53
169	يبين أسباب عدم تحقيق البرامج الدينية للإشباعات العلمية المعرفية لأفراد العينة	جدول رقم 54
170	يبين الإشباعات الإيمانية الروحية المحققة من متابعة البرامج الدينية	جدول رقم 55
171	يبين مدى تلبية البرامج الدينية لإشباعات أفراد العينة الإيمانية بحسب متغير المستوى التعليمي	جدول رقم 56
173	تلبية البرامج الدينية لإشباعات أفراد العينة الإيمانية بحسب متغير الحالة الاجتماعية	جدول رقم 57
175	يبين مدى تلبية البرامج الدينية لإشباعات أفراد العينة الإيمانية الروحانية بحسب متغير المهنة	جدول رقم 58
177	يبين أسباب عدم تحقيق البرامج الدينية للإشباعات الإيمانية	جدول رقم 59

	الروحية لأفراد العينة	
178	يبيّن الإشباع الاجتماعي المحقق لأفراد عينة الدراسة من متابعة البرامج الدينية	جدول رقم 60
179	يبيّن مدى تلبية البرامج الدينية لإشبعات أفراد العينة الاجتماعية حسب متغير المستوى التعليمي	جدول رقم 61
181	يبيّن مدى تلبية البرامج الدينية لإشبعات أفراد العينة الاجتماعية حسب متغير الحالة الاجتماعية	جدول رقم 62
183	يبيّن مدى تلبية البرامج الدينية لإشبعات أفراد العينة الاجتماعية حسب متغير المهنة	جدول رقم 63
185	يبيّن البرنامج الأكثر تحقيقاً للإشبعات الثلاث	جدول رقم 64
186	يبيّن رأي أفراد العينة في اللغة المستخدمة في البرامج الدينية	جدول رقم 65
187	يبيّن تفضيل أفراد عينة الدراسة للغة المستخدمة في البرامج الدينية	جدول رقم 66
188	يبيّن اللغة الأكثر تفضيلاً لدى أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	جدول رقم 67
190	يبيّن اللغة الأكثر تفضيلاً لدى أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	جدول رقم 68
192	يبيّن اللغة الأكثر تفضيلاً لدى أفراد العينة حسب متغير المهنة	جدول رقم 69
194	يبيّن مشاركة أفراد عينة الدراسة في البرامج الدينية	جدول رقم 70
194	يبيّن الأسباب التي تدفع بعينة الدراسة للمشاركة في البرامج الدينية	جدول رقم 71
194	يبيّن طريقة مشاركة أفراد العينة في البرامج الدينية	جدول رقم 72
195	يبيّن الأسباب عزوف أفراد عينة الدراسة عن المشاركة في البرامج الدينية	جدول رقم 73
196	يبيّن اقتناع أفراد العينة بالأفكار المطروحة في البرامج الدينية	جدول رقم 74
197	يبيّن مدى اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية	جدول رقم 75

	حسب متغير المستوى التعليمي	
199	يبيّن مدى اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية حسب متغير الحالة الاجتماعية	جدول رقم 76
201	يبيّن مدى اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية حسب متغير المهنة	جدول رقم 77
203	يبيّن سبب عدم اقتناع أفراد العينة بالأفكار المطروحة في البرامج الدينية	جدول رقم 78
204	يبيّن أسباب عدم اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية حسب متغير المستوى التعليمي	جدول رقم 79
206	يبيّن أسباب عدم اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية حسب متغير الحالة الاجتماعية	جدول رقم 80
208	يبيّن أسباب عدم اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية حسب متغير المهنة	جدول رقم 81
210	يبيّن اقتراحات أفراد العينة حول البرامج الدينية	جدول رقم 82

2. الدوائر النسبية:

الصفحة	العنوان	رقم الدائرة
113	تبين مدى استماع أفراد العينة لإذاعة أم البواقي	دائرة نسبية رقم 01
116	تبين مدى استماع أفراد عينة الدراسة للبرامج الدينية	دائرة نسبية رقم 02
123	تبين متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية حسب متغير الفترة الزمنية	دائرة نسبية رقم 03
124	تبين الفترات المفضلة لاستماع عينة الدراسة للبرامج الدينية	دائرة نسبية رقم 04
125	تبين الوسائل التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة للاستماع للإذاعة	دائرة نسبية رقم 05
132	تبين مع من يستمع أفراد العينة للبرامج الدينية	دائرة نسبية رقم 06
133	تبين مدى اهتمام أفراد العينة بجميع البرامج الدينية	دائرة نسبية رقم 07
134	تبين أسباب متابعة عينة الدراسة لجميع البرامج الدينية	دائرة نسبية رقم 08

135	يبيّن أسباب عدم متابعة عينة الدراسة لجميع البرامج الدينية	دائرة نسبية رقم 09
136	تبين البرامج الدينية التي يفضلها مفردات عينة الدراسة	دائرة نسبية رقم 10
137	تبين أسباب تفضيل عينة الدراسة لبرامج ديني معين	دائرة نسبية رقم 11
138	يبيّن أسباب متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية	دائرة نسبية رقم 12
145	تبين متابعة عينة الدراسة للبرنامج الديني من أوله إلى آخره	دائرة نسبية رقم 13
152	تبين أسباب عدم متابعة عينة الدراسة للبرامج ديني من أوله إلى آخره	دائرة نسبية رقم 14
153	تبين مدى مناقشة أفراد العينة لمواضيع البرامج الدينية	دائرة نسبية رقم 15
154	تبين مع من يناقش أفراد العينة المواضيع البرامج الدينية	دائرة نسبية رقم 16
155	تبين الإشباعات العلمية المعرفية المحققة من خلال الاستماع للبرامج الدينية	دائرة نسبية رقم 17
169	تبين أسباب عدم تحقيق البرامج الدينية للإشباعات العلمية المعرفية لأفراد العينة	دائرة نسبية رقم 18
170	تبين الإشباعات الإيمانية الروحية المحققة من متابعة البرامج الدينية	دائرة نسبية رقم 19
177	تبين أسباب عدم تحقيق البرامج الدينية للإشباعات الإيمانية الروحية لأفراد العينة	دائرة نسبية رقم 20
178	تبين الإشباع الاجتماعي المحقق لأفراد عينة الدراسة من متابعة البرامج الدينية لدى عينة الدراسة	دائرة نسبية رقم 21
185	تبين البرنامج الأكثر تحقيقاً للإشباعات الثلاث	دائرة نسبية رقم 22
186	تبين رأي أفراد العينة في اللغة المستخدمة في البرامج الدينية	دائرة نسبية رقم 23
187	يبيّن تفضيل أفراد عينة الدراسة للغة المستخدمة في البرامج الدينية	دائرة نسبية رقم 24
195	تبين أسباب عزوف أفراد عينة الدراسة عن المشاركة في البرامج الدينية	دائرة نسبية رقم 25
196	تبين مدى اقتناع أفراد عينة الدراسة بالأفكار المطروحة في البرامج الدينية	دائرة نسبية رقم 26
203	تبين أسباب عدم اقتناع أفراد العينة بالأفكار المطروحة في البرامج	دائرة نسبية رقم 27

	الدينية	
210	تبين اقتراحات أفراد العينة حول البرامج الدينية	دائرة نسبية رقم 28

3. الأعمدة البيانية:

الصفحة	العنوان	رقم العمود
118	يبين مدى استماع عينة الدراسة للبرامج الدينية بحسب متغير المستوى التعليمي	عمود رقم 01
120	يبين مدى استماع عينة الدراسة للبرامج الدينية بحسب متغير الحالة الاجتماعية	عمود رقم 02
122	يبين مدى استماع عينة الدراسة للبرامج الدينية بحسب متغير المهنة	عمود رقم 03
127	يبين الوسائل التي يستمع من خلالها أفراد العينة للبرامج الدينية حسب متغير المستوى التعليمي	عمود رقم 04
129	يبين الوسائل التي يستمع من خلالها أفراد العينة للبرامج الدينية حسب متغير الحالة الاجتماعية	عمود رقم 05
131	يبين الوسائل التي يستمع من خلالها أفراد العينة للبرامج الدينية حسب متغير المهنة	عمود رقم 06
140	يبين أسباب متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية حسب متغير المستوى التعليمي	عمود رقم 07
142	يبين أسباب متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية حسب متغير الحالة الاجتماعية	عمود رقم 08
144	يبين أسباب متابعة عينة الدراسة للبرامج الدينية حسب متغير المهنة	عمود رقم 09
147	يبين متابعة عينة الدراسة للبرنامج ديني من أوله إلى آخره بحسب متغير المستوى التعليمي	عمود رقم 10
149	يبين متابعة عينة الدراسة للبرنامج ديني من أوله إلى آخره بحسب متغير الحالة الاجتماعية	عمود رقم 11
151	يبين متابعة عينة الدراسة للبرنامج ديني من أوله إلى آخره بحسب متغير المهنة	عمود رقم 12
157	يبين المواضيع الدينية الأكثر تفضيلاً لمفردات عينة الدراسة حسب متغير	عمود رقم 13

	المستوى التعليمي	
159	يبيّن المواضيع الدينية الأكثر تفضيلاً لمفردات عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية	عمود رقم 14
161	يبيّن المواضيع الدينية الأكثر تفضيلاً لمفردات عينة الدراسة حسب متغير المهنة	عمود رقم 15
164	يبيّن مدى تلبية البرامج الدينية لحاجات أفراد العينة العلمية المعرفية حسب متغير المستوى التعليمي	عمود رقم 16
166	يبيّن مدى تلبية البرامج الدينية لحاجات أفراد العينة العلمية المعرفية حسب متغير الحالة الاجتماعية	عمود رقم 17
168	يبيّن مدى تلبية البرامج الدينية لحاجات أفراد العينة العلمية المعرفية حسب متغير المهنة	عمود رقم 18
172	يبيّن مدى تلبية البرامج الدينية لحاجات أفراد العينة الإيمانية بحسب متغير المستوى التعليمي	عمود رقم 19
174	يبيّن تلبية البرامج الدينية لحاجات أفراد العينة الإيمانية بحسب متغير الحالة الاجتماعية	عمود رقم 20
176	يبيّن مدى تلبية البرامج الدينية لحاجات أفراد العينة الإيمانية الروحانية بحسب متغير المهنة	عمود رقم 21
180	يبيّن مدى تلبية البرامج الدينية لحاجات أفراد العينة الاجتماعية حسب متغير المستوى التعليمي	عمود رقم 22
182	يبيّن مدى تلبية البرامج الدينية لحاجات أفراد العينة الاجتماعية حسب متغير الحالة الاجتماعية	عمود رقم 23
184	يبيّن مدى تلبية البرامج الدينية لحاجات أفراد العينة الاجتماعية حسب متغير المهنة	عمود رقم 24
189	يبيّن اللغة الأكثر تفضيلاً لدى أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	عمود رقم 25
191	يبيّن اللغة الأكثر تفضيلاً لدى أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	عمود رقم 26
193	يبيّن اللغة الأكثر تفضيلاً لدى أفراد العينة حسب متغير المهنة	عمود رقم 27

198	يبيّن مدى اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية حسب متغير المستوى التعليمي	عمود رقم 28
200	يبيّن مدى اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية حسب متغير الحالة الاجتماعية	عمود رقم 29
202	يبيّن مدى اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية حسب متغير المهنة	عمود رقم 30
205	يبيّن أسباب عدم اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية حسب متغير المستوى التعليمي	عمود رقم 31
207	يبيّن أسباب عدم اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية حسب متغير الحالة الاجتماعية	عمود رقم 32
209	يبيّن أسباب عدم اقتناع أفراد العينة بالأفكار ومواضيع البرامج الدينية حسب متغير المهنة	عمود رقم 33