

اتجاهات طلبة قسم الإعلام نحو البرامج الدينية في القنوات الفضائية الكوردية (دراسة ميدانية)

م.د. وريا روستم محمد، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة صلاح الدين- أربيل، إقليم كردستان، العراق

الملخص

تهدف هذه الدراسة للتعرف على اتجاهات طلبة قسم الإعلام بجامعة صلاح الدين نحو البرامج الدينية في القنوات الفضائية الكوردية خلال شهر رمضان الكريم، ومعرفة مدى متابعة هذه البرامج من قبل طلبة قسم الإعلام ودوافع اعتمادها، ومن أجل تحقيق هذه الأهداف تم الاعتماد على أداة استمارة الأستبيان، لذلك تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث استخدم الباحث المنهج المسحي.

وقد تضمنت استمارة الاستبيان مجموعة من الأسئلة لقياس تلك الاتجاهات، وتم اختيار عينة من طلبة قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة صلاح الدين قوامها 120 مفردة من طلاب وطالبات مرحلة البكالوريوس بجميع مراحلها، ممثلة للمتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر، المرحلة الدراسية).

خلصت الدراسة إلى إفتقار معظم البرامج الدينية إلى المهنية واللغة الإعلامية المتميزة و الخطاب الإعلامي المسؤول، كما نلاحظ أن برامجها لا ترتقي إلى مستوى ما يقدم في هذا الشهر، وتفتقر للإبداع الذي يجب أن يتوفر في تلك البرامج من ناحية الشكل واللغة الإعلامية السليمة والراقية.

مفاتيح الكلمات: الاتجاهات، القنوات الفضائية الكوردية، البرامج الدينية، نظرية الاعتماد، طلبة قسم الإعلام.

مقدمة

أصبحت للقنوات الفضائية الكوردية أهمية كبيرة في التأثير على اتجاهات الشباب الجامعي وتحديد مواقفهم إزاء مختلف القضايا التي تدور حوله، إذ تسهم هذه الوسيلة إلى حد كبير في تشكيل آرائهم وتحديد اتجاهاتهم، ورسم تصوراتهم عما يجري حولهم وفي العالم، فالقنوات الفضائية الكوردية - قادرة على التأثير في تشكيل اتجاهات الرأي العام لطلاب الجامعات، واصبحت أحد الروافد الأساسية التي تسهم في تشكيل اتجاهاتهم نحو الأحداث والتطورات الجارية في إقليم كردستان "وذلك من خلال برامجها" وبناء على ما تحملها من مخرجات سياسية وثقافية ودينية واجتماعية. وبالتالي دراسة الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المواضيع المختلفة، تعد مسألة حيوية وذات أهمية كبرى للمجتمع.

وتؤدي البرامج الدينية دوراً في ذلك التحول.

ومن خلال هذه الدراسة يحاول الباحث معرفة اتجاهات طلبة قسم الإعلام بجامعة صلاح الدين نحو البرامج الدينية المعروضة بالقنوات الفضائية الكوردية خلال شهر رمضان الكريم، من خلال دراسة ومحاولة التعرف على آرائهم واتجاهاتهم نحو البرامج الدينية ونحو مضامينها وكذلك التعرف على البرامج التي يفضلونها والأسباب التي تدفعهم إلى قضاء أوقاتهم في مشاهدة هذه البرامج، ناهيك عن حجم المشاهدة لديهم، دون إغفال محاولة التعرف على مدى رضا أو عدم رضا هذا الجمهور على الدورات البرامجية، والبرامج التي تقدمها هذه القنوات عموماً.

المحور الأول: الإطار المنهجي للدراسة

مشكلة الدراسة وتسؤلاتها

أدت ثورة الاتصال و التطورات التقنية في مجال البث الفضائي التلفزيوني وظهور البث المباشر من خلال الأقمار الصناعية إلى تزايد ملحوظ في عدد القنوات الفضائية الكوردية واصبحت واقعاً إعلامياً جديداً وشكلت عصب الحياة وغدت حقيقة لا يمكن إغفالها. واصبح احد المكونات الأساسية لاتجاهات الأفراد في المجتمع الكوردستاني،

3- تفيد القائمين على القنوات الفضائية الكوردية بمتطلبات واحتياجات الجمهور وتقديم معلومات علمية دقيقة تساعد القنوات في وضع خطط مستقبلية تتناسب مع المشاهد الكوردي وتحافظ على القيم والهوية الإسلامية.

أهداف الدراسة

تسعي هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1- التعرف على اتجاهات طلبة قسم الإعلام نحو البرامج الدينية في قنوات الفضائية الكوردية خلال شهر رمضان الكريم.

2- الكشف عن الدوافع والأسباب التي تدفع الطلبة بقسم الإعلام في جامعة صلاح الدين للإقبال على البرامج الدينية بالقنوات الفضائية الكوردية خلال شهر رمضان المبارك.

3- معرفة مدى مساهمة البرامج الدينية في القنوات الفضائية الكوردية في تكوين اتجاهات الطلبة نحو القضايا التي تطرحها تلك البرامج.

4- معرفة أهم البرامج الدينية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في استقاء معلوماته الدينية المتنوعة والإشباع التي تحققها لهم.

الدراسات السابقة

1- دراسة وهيبه (2021): اتجاهات طلبة الدكتوراه الجزائريين نحو البرامج الاجتماعية الرمضانية في قناة MBC1 برنامج- قررة أتمودج.

تهدف هذه الدراسة التعرف على اتجاهات طلبة الدكتوراه نحو البرامج الاجتماعية في قناة MBC1 وتم اتخاذ برنامج قررة كمودج للدراسة التي اعتمدت على منهج المسح الوصفي كما تم استخدام استارة الاستبيان كأداة بحثية وزعت على عينة عنقودية شملت 110 مفردة من طلبة الدكتوراه بجامعة سطيف-2 واستندت على نظرية الاستخدامات والإشباع كمنظور نظري للدراسة، وتوصلت الدراسة الميدانية إلى مجموعة من النتائج.

- أحدث برنامج قررة تغيير نوعي في بنية البرامج الاجتماعية وفي بنية العلاقات الاجتماعية على صعيد الأسرة والمجتمع على حد سواء.

- ساهم برنامج قررة في توجيه طاقات الشباب العربي من أجل اعداد رؤى خاصة به حول المشكلات الاجتماعية الحاصلة في بيئته وتقديم أنجع الطرق للحد منها في إطار دينه، عاداته، تقاليده وقيم مجتمعه وأيضاً بخصوص الممارسات الاجتماعية السليمة.

حيث تتميز بتأثيرها الكبير على اتجاهات الفرد نحو مختلف القضايا التي تهم قطاعات واسعة من المجتمع، وذلك من خلال صياغة وبث الرسائل الإعلامية، وما تقدمها من برامج متنوعة ذات مضامين سلبية أو إيجابية، وتحاول هذه القنوات على جذب انتباه واهتمام المشاهد عن طريق الصوت و الصورة وذلك من خلال توجيه الحواس البصرية و السمعية (المناصر، 2011، 13).

وفي ضوء ذلك يمكن صياغة مشكلة الدراسة، على شكل تساؤل رئيسي- وهو: "ما هي اتجاهات طلبة قسم الإعلام بجامعة صلاح الدين في أربيل نحو البرامج الدينية المقدمة في القنوات الفضائية الكوردية خلال شهر رمضان المبارك. و تتفرع منه عدة تساؤلات فرعية:

1- ما هي عادات و أنماط استخدام الطلبة للبرامج الدينية بالقنوات الفضائية الكوردية خلال شهر رمضان المبارك؟

2- ما هي دوافع استخدام الطلبة للبرامج الدينية بالقنوات الفضائية الكوردية خلال شهر رمضان المبارك؟

3- ماهي اتجاهات الطلبة نحو المواضيع والقضايا التي تعالجها القنوات الفضائية الكوردية؟

4- ما درجة رضا أو عدم رضا الطلبة عن البرامج الدينية في القنوات الفضائية الكوردية؟

5- هل تساهم البرامج الدينية في القنوات الفضائية الكوردية في تشكيل اتجاهات الطلبة نحو مضامينها؟

أهمية الدراسة

1- تمثل أهمية هذه الدراسة في رصد اتجاهات طلبة قسم الإعلام في جامعة صلاح الدين نحو البرامج الدينية المعروضة في اوقات منتصف الليل و وقت السحور في القنوات الفضائية الكوردية خلال شهر رمضان المبارك ومدى تلبيتها لاحتياجات ورغبات وإهتماماتهم وبيان التفاوت في أثر هذه البرامج على عينة الدراسة سلباً كان أم إيجاباً.

2- كذلك تكمن أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على البرامج الدينية كونها من البرامج التي تتناول موضوعات وقضايا دينية مهمة للأفراد و المجتمع. وتفتح المجال للنقاش وتبادل الأفكار والآراء وتساهم في تنمية الوعي الديني للجمهور بشكل عام ولطلبة الجامعات بشكل خاص وتساعد في تشكيل آرائهم واتجاهاتهم والتاثير عليهم.

2- دراسة الدقاسة (2019)، بعنوان: اتجاهات المشاهدين نحو البرامج الدينية في التلفزيون الأردني.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة طبيعة اتجاهات المشاهدين نحوها، والتعرف إلى مدى متابعة المشاهدين الأردنيين لبرامج الدينية المعروضة على شاشة التلفزيون الأردني، وأهم عاداتهم وأنماطهم في ذلك، كما حاولت الدراسة معرفة مدى ثقة المشاهدين ورضاهم عن هذه البرامج. تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، والتي في إطارها تم استخدام المنهج المسحي، وضمن المنهج المسحي، تم استخدام أسلوب مسح الجمهور بالعينة. تكونت العينة من (450) مفردة تم اختيارهم وفق أسلوب العينة العمدية (التصدية). وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها:

- أن البرامج الدينية تصدرت قائمة الأشكال البرامج المفضلة لدى المشاهدين الأردنيين في متابعته للموضوعات الدينية.

- بينت نتائج الدراسة أن درجة ثقة المشاهدين الأردنيين نحو البرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني جاءت بنسبة متوسطة.

3- دراسة الحسن (2008)، بعنوان: اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، وإلى معرفة العادات الاتصالية وأنماط المشاهدة، إضافة إلى حجم تعرضهم لهذه المحطات. تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، والتي في إطارها تم استخدام المنهج المسحي تتكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة الملتحقين بالجامعات الأردنية الحكومية والخاصة وتم اختيار (5) جامعات كعينة الدراسة بطريقة العشوائية البسيطة. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها:

- جاءت قناة (MBC1) الأكثر مشاهدة من قبل الطلبة من بين جميع المحطات الفضائية العربية، وظهرت أن البرامج الدرامية هي الأكثر تفضيلاً لأفراد العينة، وأن الدافع الأول للمشاهدة هو التسلية والترفيه، وأن الرغبة الشخصية هي الدافع الأول في لاختيار البرامج التلفزيونية وأن الفترة السهرة هي الأكثر مشاهدة من قبل عينة الدراسة.

4- دراسة محمد (2015)، بعنوان: اتجاهات طلبة الاعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة ودورها في تنمية القدرات المعرفية لديهم.

يعد هذا البحث من البحوث الميدانية التي تهدف إلى التعرف على اتجاهات طلبة الاعلام للقنوات الفضائية المتخصصة ودورها في تنمية القدرة المعرفية لديهم، متمثلة بعادات مشاهدة طلبة الاعلام للقنوات الفضائية المتخصصة. وصولاً إلى معرفة اتجاهات طلبة الاعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة ودورها في اشباع رغباتهم وتنمية قدراتهم المعرفية حسب فئات النوع الاجتماعي والمراحل الدراسية. وقد توصلت إلى نتائج عدة منها:

1-نسبة اهتمامات طلبة الاعلام للقنوات الفضائية المتخصصة ذات مستوى متوسط، إذ ظهرت في نتائج البحث ان 58% احياناً يهتمون بمشاهدة القنوات المتخصصة، وذلك بسبب كثرة مشاغلهم الدراسية والعمل في وسائل الاعلام المختلفة لدى اغلبيية عينة البحث.

2-ان مجال التخصص الاخباري، ذو اهمية عالية في المشاهدة مقارنة بالمجالات الاخرى لدى عينة البحث، ويرجع ذلك الى تنوع الاخبار والمعلومات المقدمة.

استفاد الباحث من الدراسات السابقة في مجال دراسته من عدة اوجه والتي يمكن تلخيصها في النقاط التالية

1- أتاحت الدراسات السابقة للباحث فرصة اختيار أنسب الأدوات لدراسته، تلك الأدوات التي تمكنه من تحقيق الهدف المنشود، وتمثل في أداة تحليل مضمون للبرامج التلفزيونية، الأمر الذي ساعد على تفسير نتائج دراسته من خلال مقارنتها بنتائج الدراسات السابقة.

2- المساعدة في اختيار المنهج ونوع البحث والإطار الزمني المناسب للبحث، بالإضافة إلى معرفة حجم العينة المستخدمة للبحث ونوعيتها.

نوع الدراسة و منهجها

ينتمي هذا البحث إلى فئة الدراسات الوصفية (Descriptive Research)؛ لأنها تستهدف التعرف على وصف المواقف أو الظواهر أو الأحداث، بهدف تحديد الظاهرة أو الموقف أو الحدث الذي يمثل الطريقة أو الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية، وعرض هذه البيانات في صورة يمكن الاستفادة منها، سواء في بناء قاعدة معرفية أو تحقيق فروض الدراسة وتساؤلها (عبد الحميد، 2000، 160). وما أن درستنا حول اتجاهات طلبة قسم الإعلام نحو البرامج الدينية في القنوات

● أداة الدراسة

الفضائية الكوردية فقد تم الاعتماد على منهج المسحي كونه المنهج الأنسب للدراسات الوصفية والذي يعتبر مجهدا علميا منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من عدد المفردات المكونة لمجتمع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة، إذ تعد منهج المسح من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية ومن أهم المناهج التي يجب الاعتماد عليها في بحوث الإعلام، وفيها اعتمد الباحث المسح بالعينة عن طريق عينة غير عشوائية مقصودة ممثلة للمجتمع الكلي. (منال هلال المزاهرة ، 2010، 109).

مجمع الدراسة وعينتها

وتم عرضها على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام، وذلك لإبداء آرائهم حول فقرات الاستمارة، وللتأكد من كفاية التساؤلات لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على فروضها وتساؤلاتها، واقتراح التعديلات التي يرونها حسب وجهة نظرهم. وتم صياغة استمارة الاستبيان في الصورة النهائية بعد إجراء التعديلات التي أقرها الأساتذة المحكمون، وتطبيقها من أجل الوصول لنتائج قابلة للتعميم.

وقام الباحث بتصميم الاستمارة وتقسيمها إلى ثلاثة أقسام هي:

القسم الأول: يحتوي على البيانات الأولية الخاصة بطلاب عينة الدراسة.

القسم الثاني: يحتوي على قياس تفضيلات القنوات الفضائية الكوردية لمشاهدة البرامج الدينية.

القسم الثالث: يحتوي على قياس اتجاهات طلبة الجامعة نحو البرامج الدينية .

وأعتمدت الدراسة على مقياس "ليكرت" الثلاثي، التي تم تصميمها وبنائها لغرض الوصول إلى أقصى قدر ممكن من ضبط قياس المتغيرات؛ إذ تضمن الاستبيان درجة الموافقة على كل فقرة مقسمة إلى (3) فئات، حيث تم إدخال هذه الاستجابات الى الحاسوب. وبناء على الرموز المعطاة للاستجابة تم احتساب المتوسط الحسابي للاستجابات بغرض الحكم على درجة الموافقة لكل فقرة من فقرات الاستبيان، وتم الحكم على قيم المتوسط الحسابي لغرض تحديد "درجة الموافقة"، بحسب المعادلة الآتية:

طول الفئة = (الحد الأعلى للبدل - الحد الأدنى للبدل) / عدد المستويات

$0.66 = 3 / (1-3)$ وهو موضع بالجدول (2).

الجدول الوسط الحسابي ودرجة الموافقة (للمقياس الثلاثي)

المتوسط الحسابي	درجة موافقة
1.66 - 1	لاؤفق

يتحدد مجمع الدراسة بطلبة جامعة صلاح الدين، أما العينة فهي من طلبة قسم الإعلام في كلية الآداب للعام الدراسي 2021-2022، قوامها 120 مفردة، اختيرت بطريقة غير عشوائية مقصودة من المراحل الأربعة في القسم، ومن كل مرحلة تم توزيع الاستمارة على (30) مفردة، منها (15) طالب و(15) طالبة.

كما هو موضح في الجدول رقم (1).

الجدول رقم (1)

توزيع العينة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

النوع	الخصائص	ك	%
النوع	الذكور	60	50
	الإناث	60	50
المستوى الدراسي	الأول	30	25
	الثاني	30	25
	الثالث	30	25
	الرابع	30	25
العمر	من 18-22 سنة	46	38.3
	من 23-27 سنة	43	35.8
	من 28-32 سنة	17	14.2
	من 33 سنة فأكثر	14	11.7

مجالات الدراسة:

تشمل الدراسة المجالات الآتية:

1- المجال المكاني: مدينة أربيل- جامعة صلاح الدين.

2- المجال البشري: طلبة قسم الإعلام في كلية الآداب جامعة صلاح الدين.

3- المجال الزماني: المدة من 1/5/2022 ولغاية 30/5/2022 وهي المدة الزمنية التي أجرى فيها الباحث فيها الجانب الميداني من الدراسة.

مخاد	2,32-1,67
موافق	3-2,33

وقد تم احتساب صدق الأداة وثباتها كما يلي:

المحور الثاني: الإطار النظري

■ دور التلفزيون في تشكيل الاتجاهات

● مفهوم و مكونات وخصائص الاتجاه Attitude

الاتجاه مفهوم تناوله العديد من الباحثين في العلوم الإنسانية، ومن أقدم التعريفات المستخدمة جوردن البورت الذي يرى أن الاتجاه "حالة من الاستعداد والتهيؤ العقلي والعصي الذي يتكون نتيجة للخبرات المتوالية ويوجه استجابات الفرد ازاء الاشياء والمواقف المختلفة" (حجاب، 2003: 224)، ويرى الفار يانه "هو حالة استعداد عقلي كونه التجارب أو الظروف التي مرت بالفرد في الماضي، ويؤثر الاستعداد تأثيراً توجيهاً على استيعاب الفرد لجميع المواقف والأشياء ويرتبط الاتجاه باستعداد الفرد لأن يتأثر بمثير ما في موقف من المواقف فيتصرف تصرفاً ما" (الفار، 2014: 6).

وعرّف Borgadus الاتجاهات على أنها "الميل نحو الاستجابة للعوامل البيئية المحيطة التي تصدر منها المنبهات الخارجية سواء كانت موجبة أو سالبة" (Leoh & Kanuk, 2000: 200). أما ثرستون فقد عرف الاتجاه بأنه "درجة الشعور الإيجابي او السلبي المرتبط ببعض الموضوعات السيكولوجية" (العيسوي، 2006: 235). وعرفه كاتر بأنه "ميل الفرد لتقويم بعض الاشياء والمواقف في عالمه بطريقة تفضيلية، او غير تفضيلية"، اما تريفر فعرّفه "بانه استعداد الفرد للاستجابة بطريقة تعطي سلوكه وجهة معينة" (ابوجادو، 2007: 190). كما يعرف بأنه "أسلوب منظم متنسق في التفكير والشعور، ورد الفعل تجاه الناس والجماعات والقضايا الاجتماعية وتجاه أي حدث في البيئة بصورة عامة" (طوبينة، 2005: 77).

وأكدت الدراسات أن الاتجاه يتكون من ثلاثة مكونات أساسية، تتفاعل فيما بينها وتمثل في كل من المكون العاطفي أو الوجداني، والذي يتضمن مجموع المشاعر والانفعالات التي يحملها الفرد نحو موضوع معين، مثل الحب والكراهية والخقد والتسامح والود، والمكون المعرفي وهو المكون الذي يتكون عند الفرد أثناء احتكاكه بعناصر البيئة ويمكن تقسيمه إلى المدركات والمفاهيم أي ما يدركه الفرد حسيًا ومعنويًا والمعتقدات وهي مجموعة المفاهيم المتبلورة في المحتوى النفسي- للفرد والتوقعات وهي ما يمكن أن يتنبأ به الفرد بالنسبة للآخرين أو يتوقع حدوثه منهم (حجاب، 2009: 39). وكذلك المكون السلوكي ويتكون للاتجاه من العمل للاستجابة تجاه الموضوع بطريقة ما

قام الباحث بإجراء اختبار الصدق، حيث تم مراجعة الأسئلة والعبارات ومقاييس الدراسة منهجيًا وعلميًا عن طريق عرض استمارة على مجموعة من المتخصصي- في مجال الإعلام، حيث قاموا بإبداء آرائهم وملاحظاتهم حول فقرات الاستمارة، ومدى ملاءمة الأسئلة والعبارات لموضوع الدراسة، وكذلك صياغاتها اللغوية، وفي ضوء تلك الآراء تم استبعاد بعض الفقرات وتعديل بعضها الآخر لتصبح الأداة في صورتها النهائية صالحة للقياس.

تم اختبار ثبات استمارة الاستبيان عن طريق إعادة تطبيق (الاختبار البعدي) على نفس المبحوثين بعد التطبيق الأول بعد مرور فترة زمنية (اسبوعين) لمعرفة نسبة الاتفاق بين المبحوثين في الاختبارين في التطبيق الأول والثاني على جزء من العينة قدرها (10%) أي (12) مبحوثًا. وكانت قيمة معامل الثبات للاستمارة بلغت (91%)، وهي نسبة عالية تدل على صلاحية الأداة للتطبيق. وبعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج المعروف باسم SPSS.

تحديد مصطلحات الدراسة:

1- الاتجاه: هو ميل الفرد للاستجابة بشكل إيجابي أو سلبي تجاه خاصة من المثيرات. ويقصد بها الباحث في هذه الدراسة، آراء ومواقف التي تشكلت لدى طلبة قسم الإعلام في جامعة صلاح الدين واستجابتهم أو وجهة نظرهم تجاه برامج الدينية خلال شهر رمضان الكريم سواء إيجابياً كان أم سلبياً.

2- طلبة قسم الإعلام: هم الطلبة قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة صلاح الدين في مدينة أربيل عاصمة إقليم كردستان العراق الذين بزاولون دراستهم في مراحل الأربعة وتمنح درجة الجامعة البكالوريوس.

3- البرامج الدينية: هي مجموعة البرامج ذات أشكال فنية تفاعلية مع جمهور عام ومتباين حول مسائل وقضايا الدينية مختلفة التي يتم تقديمها في القنوات الفضائية الكوردية خلال شهر رمضان الكريم لمدة زمنية محددة وفي أوقات السحور، تتناول مواضيع دينية واجتماعية و ثقافية خاصة بهذا الشهر.

موقف أو التصرف بطريقة معينة يكتسبونها من خلال عملية التنشئة الاجتماعية والسياسية (العزام، 2010: 589-645).

والإتجاهات والآراء لا تؤثر فقط بوعي في اختيار الفرد لمعلوماته و وسائله بل أيضاً تؤثر لاشعورياً في اللاوعي بشأن عملية الاختيار هذه (العالم، 2002: 100). ويتفق علماء النفس الاجتماعي على ان الإتجاهات تؤدي دوراً كبيراً في توجيه السلوك الاجتماعي للفرد في كثير من مواقف الحياة الاجتماعية وتمدنا في الوقت ذاته بتنبؤات صادقة عن سلوكه في تلك المواقف (بني جابر، 2004: 266).

- دور القنوات الفضائية في تشكيل الإتجاهات:

نتيجة للتغيرات السريعة والمتلاحقة التي شهدتها العالم في مجال المعلومات والاتصالات الفضائية، أصبحت الفضائيات إحدى سمات عصر العولمة، باعتبار أنها تساعد على وصول الفكر والثقافة والحضارة من خلال وسائل موجهة إلى كافة الأفراد في كافة أنحاء العالم، الأمر الذي جعل من القنوات الفضائية أداة مهمة للتأثير في الرأي العام العالمي. من هذا المنطلق أصبحت القنوات الفضائية متاحة بدرجة كبيرة أمام المشاهدين، حيث أصبح في مقدورهم مشاهدة الأحداث المختلفة فور وقوعها، سواء أكانت سياسية، أم ثقافية، أم أدبية، أم علمية، أم رياضية، أم اقتصادية.

وأصبح القنوات الفضائية من أكثر الوسائل الإعلامية أهمية لدى الجماهير وأكثرها توجيهاً لآرائهم وأفكارهم، ويتميز بقدرته على جذب الانتباه والإبهار وشدة التأثير على الرأي العام. وقد باتت هذه القنوات تتنافس فيما بينها من أجل جلب أكبر عدد من المشاهدين، وقد انعكست هذه الروح التنافسية على طبيعة المواد والبرامج والتي تحاول أن تبث هباكل قناة إلى جمهورها المستهدف. حيث تقوم هذه القنوات بتقديم المعلومات والحقائق والأخبار والأفكار والآراء والصور وغيرها حول موضوع الإتجاه وهذا من شأنه ان يلقي ضوءاً أكثر على تغيير الإتجاه سلباً أم إيجاباً (ولي، 2004: 314).

وتعد فئة الطلاب الجامعيين أكثر فئات المجتمع تعرضاً لهذه التغيرات والتحولات الثقافية والاجتماعية، وذلك بحكم وضعهم الاجتماعي من حيث أنهم فئة تعيش مرحلة انتقالية نحو تغيير وضعهم الفكري والاجتماعي من خلال تحصيل العلم والمعرفة من شتى المنابع المتاحة لهم. والطلاب الجامعيين هم الأكثر قدرة على فهم التقنية الحديثة وتطبيقها، وبالتالي هم الأكثر إقبالا على الاستفادة منها والتأثر بها (خليفة، 2004: 15).

فإذا كانت لدى الفرد معتقدات سالبة عن أعضاء الجماعة، فإنه بالتالي سيتحاشم وإذا كانت معتقداته إيجابية فسوف يكون مستعداً لمساعدتهم، ويتأثر الجانب السلوكي بضوابط التنشئة الاجتماعية، وبالضغوط الاجتماعية والاقتصادية إذ أن أي من هذين العاملين يستطيع أن يوقف السلوك المتميز (مصباح، 2011: 18).

ومن جانب آخر فإن الإتجاه أثناء تكوينه يمر بثلاث مراحل أساسية هي: المرحلة الإدراكية المعرفية، حيث يدرك الفرد خلالها مثيرات البيئة، ويتصرف بموجبها مكتسب خبرات، ومعلومات تكون بمثابة اطار معرفي له، والمرحلة الثانية هي المرحلة التقييمية، وفيها يتفاعل الفرد مع المثيرات وفق الاطار المعرفي الذي كونه عنها، فضلاً عن الكثير من احساسه ومشاعره التي تتصل بها (ارجم، 2007: 268). أما المرحلة الأخيرة هي المرحلة التقديرية، وفيها يصدر الفرد القرار الخاص بنوعية علاقته بهذه المثيرات وعناصرها، فإذا كان القرار موجباً فإن الفرد يكون اتجاهاً إيجابياً نحو الموضوع، إذا كان القرار سلباً يكون الفرد اتجاهاً سلبياً نحو الموضوع نفسه (بني جابر، 2004: 273). للإتجاهات أهمية خاصة لأنها تكون جزءاً مهماً من حياتنا، ولأنها تؤدي دوراً كبيراً في توجيه السلوك الاجتماعي للفرد في الكثير من مواقف الحياة الاجتماعية (وحيد، 2001: 40).

وحسب علماء النفس فإن للإتجاهات مجموعة من الخصائص من أهمها (ربيع، 2011: 266).

- الإتجاهات مكتسبة متعلمة من البيئة التي تعيش فيها، وليست ولادة فطرية.
- الإتجاهات تقوم على علاقة بين الفرد صاحب الإتجاه وبين الشيء موضوع الإتجاه .
- تتراوح الإتجاهات بنية السلب، أي المعارضة التامة لموضوع الإتجاه، وبين الإيجاب أي الموافقة التامة لموضوع الإتجاه.
- الإتجاهات يغلب عليها الذاتية لا الموضوعية .

وتؤدي الإتجاهات مجموعة من الوظائف منها، الوظيفة المنفعية، الوظيفة التعبيرية، الوظيفة المعرفية ووظيفة التعبير عن القيم (جاسم، 2004: 129).

وتعد الإتجاهات من العناصر الأساسية التي تحدد السلوك للأفراد، والتي تتأثر بمنظومة المعتقدات والقيم لدى الأفراد، وبخبراتهم ودرجة تعلمهم وتدريبهم، وملاحظاتهم لسلوك الآخرين، وكذلك بتغير الظروف البيئية المحيطة بهم، كما وتسهم الإتجاهات بإعداد الأفراد وتهيئتهم للاستجابة لفاعل أو حالة أو وضع ما بطريقة معينة، وينظر إلى الإتجاهات أنها انطباعات الأفراد وتصوراتهم أو استعدادهم المسبق لاتخاذ

النظريات الإعلامية ملاءمة لهذه الدراسة. حيث تفترض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أنه كلما زاد دور الإعلام في إشباع احتياجات الأفراد زادت أهمية وسائل الإعلام في حياتهم، حيث يتضاعف تأثير الإعلام في معارف الأفراد واتجاهاتهم وسلوكياتهم (الهيبي، 2008: 127).

وتعدّ درجة اعتماد الأفراد على معلومات وسائل الإعلام هي الأساس لفهم المتغيرات الخاصة بزمان ومكان تأثير الوسائل الإعلامية على المعتقدات والمشاعر والسلوك، وأن تأثير الإعلام تحدده طبيعة العلاقة الثلاثية بين النظام الاجتماعي ودور وسائل الإعلام في هذا النظام وعلاقات الجمهور بوسائل الإعلام (Stanley & Dennis, 2014: 324).

ويتفاعل دور وسائل الإعلام المؤثر على المجتمع مع مجريات العصر وتطوراتها، فوسائل الإعلام تقوم بتقوية التوجهات وتدعيمها أو إضعافها، ويمكن تعديل الاتجاهات أو تغييرها، مع أنها تتمتع بثبات نسبي، ويكون ذلك عبر وسائل متعددة منه وسائل الإعلام وتأثيره. وأن تأثير الاتصال يكون إما في خلق اتجاهات جديدة أو تدعيم اتجاهات موجودة أو تغييرها، وأثبتت الدراسات الخاصة بتأثير وسائل الإعلام أنها أكثر احتمالاً في دعم الآراء والاتجاهات الموجودة من تغييرها، وأكثر احتمالاً أن تحدث تعديلات بسيطة وسطحية وليست أساسية (إساعيل، 2003: 234). وبما أن الاتجاه يتكون من الجوانب العاطفية والمعرفية والسلوكية، فوسائل الإعلام حسب نظرية الاعتماد تأثيرات في جوانب الاتجاه المذكورة.

تفترض النظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أن أفراد الجمهور يعتمدون على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام، وأن المجتمع الجماهيري الحديث يعتبر وسائل الإعلام أنظمة معلومات أساسية تشترك في عمليات التغير والصراع على المستويات المجتمعية والفردية للفعل الاجتماعي. والفكرة الأكثر أهمية في النظرية هي أن مثل هذا المجتمع يصبح فيه الأفراد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام بشكل متزايد لأغراض التوجيه ومعرفة لما يحدث في المجتمع وبالتالي فإن اتجاهات الأفراد وتصوراتهم حول ما يحدث في واقعهم تكون إلى حد كبير إنعكاساً للمعلومات التي استقوها من وسائل الإعلام.

وتؤكد نظرية الاعتماد أيضاً على أن تبليغ مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام ينبع عنه تبليغ في تأثيرات هذه الوسائل. وتتعدد الآثار المترتبة على اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، ويأتي في مقدمتها الآثار المعرفية، وتشمل القدرة على تفسير الأحداث، وتكوين الاتجاه نحوها، كما تتعدد الآثار الوجدانية، وتشمل الفنون العاطفي، والإحساس بالخوف

و نتيجة لذلك تحولت القنوات الفضائية اليوم من مجرد نقل المعلومات والأفكار إلى إسهام الفعلي في تنوير الرأي العام وتكوين اتجاهات أو تعديلها أو تغييرها لدي الجمهور حول القضايا والأحداث الجارية من خلال برامجهم المتنوعة ومنها البرامج الدينية لما له من قدرة على دعم وتشكيل الاتجاهات لدي الجمهور، كما يمكنها أداء دور مهم في ترتيب الأولويات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية والدينية عند الأفراد، وتقودهم للتصرف على ضوءها. فالبرامج التي تعرض على الفضائيات تؤدي دوراً في التأثير المباشر وغير المباشر في المتلقي (على، 2016: 94).

وتتعامل القنوات الفضائية مع قضايا المجتمع وفق سياسات إعلامية معينة وهذه السياسة تتوافق بطبيعة الحال مع القضايا التي تتبناها وتأتي هذه السياسة بمثابة اتجاه يعبر عنها الإعلاميون القائلون عليها، الذين يكونون في تفاعل مع المجتمع وقضاياه وبذلك تتولد اتجاهات إما سلبية أو إيجابية معبراً عنها بالمادة أو بالرسالة التي بثت (خليفة، 2005: 8). وتتسم المعلومات التي تنتقلها القنوات الفضائية، لاسيما التي تتصف بالاستمرارية، بأنها تؤدي دوراً أكبر في تكوين المعارف لدى المشاهدين ومن ثم تشكيل الصورة المطلوبة في ذهنه لتخلق اتجاهات يعكس من خلال سلوك المشاهد (محمود، 2002: 205).

ويقوم القنوات الفضائية في المجتمع المعاصر بدور كبير و مهم في تشكيل اتجاهات الجمهور، ويصل تأثيره إلى قطاعات واسعة من شرائح المجتمع، وقد ساعد على ذلك سرعة اختصاره للزمان والمكان، وسرعة تجاوبه مع المستجدات والتطورات العلمية والتقنية، مما يؤدي إلى زيادة الرصيد الثقافي للإنسان، وتسير عملية تبادل الخبرات الثقافية ونماذج سلوكية متنوعة مما يجعلها ذات تأثير كبير تغير القيم وتشكيل الاتجاهات وتعزز أي سلوك إيجابي أو سلمي وتكريسه في المجتمع (المناصي، 2011: 13).

من جانب آخر تؤدي البرامج الدينية بالقنوات الفضائية الكوردية دوراً مهماً ومحورياً في تزويد المشاهدين بالمعلومات وتشكيل معارفهم حول الموضوعات والقضايا الدينية، بذلك تحتل هذه البرامج موقعاً متميزاً على خريطة العديد من القنوات الفضائية الكوردية خلال شهر رمضان الكريم.

المحور الثالث: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

يمثل الهدف الرئيس لهذه الدراسة في دراسة العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الكوردية وتشكيل اتجاهات طلبة قسم الأعلام بجامعة صلاح الدين نحو البرامج الدينية المعروضة خلال شهر رمضان الكريم، وتعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أكثر

يتضح من بيانات الجدول السابق أن قناة (RUDAW) الفضائية جاءت في الترتيب الأول بالنسبة للقنوات الفضائية الكوردية التي يحرص طلاب الجامعة عينه الدراسة على مشاهدتها ضمن أفضل ثلاث قنوات فضائية كوردية، حيث جاءت بأعلى نسبة النقاط لدى طلبة عينه الدراسة وبوزن مؤوي بلغت (26.2%) وهذا يدل على تمتع قناة روداو الفضائية بشعبية كبيرة وذلك نظرا لبرامجها المتميزة والمتنوعة. تليها قناة (Kurdistan24) الفضائية في الترتيب الثاني بوزن مؤوي (20.39%)، ثم قناة (SPEDA) الفضائية في الترتيب الثالث بوزن مؤوي (15.52%).

3- معدل مشاهدة البرامج الدينية

جدول رقم (5)

يبين معدل مشاهدة البرامج الدينية لدى عينه الدراسة

مدى المشاهدة	ك	%
أحياناً	55	45.8
نادراً	49	40.8
دائماً	16	13.3
المجموع	120	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معظم الباحثين يشاهدون ما تبثه القنوات الفضائية الكوردية من برامج دينية، ولكنهم يختلفون في درجة الإقبال والمواظبة على مشاهدتها، حيث أن نسبة الذين يشاهدون هذه البرامج بصفة غير منتظمة (أحياناً) بلغت (45.8%)، كما أن نسبة الذين يشاهدون البرامج الدينية بصفة (نادراً) (38.3%) بينما بلغت نسبة من يشاهدون البرامج الدينية بصفة منتظمة ودائمة بلغت (14.2%)، من طلاب الجامعة "عينه الدراسة". ويتضح من الجمع بين نسبتي المشاهدة "دائماً" و"أحياناً" معاً أن غالبية الباحثين يشاهدون القنوات الفضائية الكوردية بنسبة (85.8%)، فمعدل المشاهدة يتراوح بين المشاهدة المتوسطة والعالية وهو مؤشر عالي الإيجابية في درجة المشاهدة، مما يدل على أهمية وجاهيرية القنوات الفضائية الكوردية كوسيلة إعلامية من ناحية كثافة مشاهدتها بالنسبة لجمهور الشباب الجامعي الذي يمثل مجتمع الدراسة.

2- القنوات الفضائية التي يفضل الباحثون مشاهدتها

جدول رقم (4)

ترتيب القنوات الفضائية الكوردية لدى عينه الدراسة لمشاهدة البرامج الدينية.

الترتيب	القناة	الوزن المرجح		الترتيب الثالث	الترتيب الثاني	الترتيب الاول	الترتيب	
		النقاط	الوزن المؤوي					
1	RUDAW	171	26.02	11	22	42		
2	Kurdistan24	134	20.39	14	21	26		
3	SPEDA	102	15.52	13	16	19		
4	NRT	93	14.15	16	16	15		
5	Payam	81	12.32	14	8	17		
6	Kurdistan TV	76	11.56	16	15	10		
مجموع الاوزان							657	

وقد يرجع ذلك إلى وجود العديد من برامج الأخرى في شهر رمضان الكريم لدى القنوات الفضائية إلى جانب توفر البدائل الأخرى لمتابعة لدى عينه الدراسة كالشبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى انشغالات الباحثين وارتباطهم بالتدريس، وهذا ما يجعلهم غير قادرين على مشاهدتها بشكل دائم في حين هناك من كان يستخدمها نادراً وقد يعود ذلك على اعتيادهم على مشاهدة هذه البرامج في قنوات أخرى أو لعدم رغبتهم في متابعة هذا النوع من البرامج أصلاً.

4- البرامج الدينية المفضلة

جدول رقم (6)

يبين البرامج الدينية المفضلة لدى طلبة قسم الإعلام

البرنامج	ك	%
السحوري قناة Kurdistan24	70	27.7
السحور في قناة RUDAW	82	32.4
نسبات السحوري في قناة SPEDA	42	16.6
سهرة رمضان في قناة NRT	27	10.7
رمضان شهري في قناة Payam	18	7.1
رمضانيات كوردستاني في قناة Kurdistan TV	14	5.5
المجموع	120	100%

يوضح الجدول أعلاه أهم البرامج التي تحظى بمشاهدة أكثر من طرف عينة الدراسة، وبذلك نجد أن برنامج السحور (باشيف) في قناة (RUDAW) الفضائية احتلت المرتبة الأولى من حيث إقبال المبحوثين عليها واهتمامهم بها وقدرت نسبتها (32.4%)، ما يعني أهمية هذا السبب و دافع في عملية التعرض ما يؤكد أن برنامج (السحور) يحمل فكرة مفيدة بجمعه بين تقديم المعرفة، الثقافة والتسلية في نفس الوقت. أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب برنامج السحور (باشيف) في قناة (Kurdistan24) الفضائية حيث ان نسبتها من عينة الدراسة قدرت (27.7%) ثم تليها برنامج نسبات السحور (نهسي رمهزان) في قناة SPEDA بالمرتبة الثالثة ونسبة (16.6%). وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة القنوات الفضائية الكوردية المفضلة لدى طلاب الجامعة "عينة الدراسة" كما هو مبين في جدول رقم (4).

5- أسباب مشاهدة المبحوثين للبرامج الدينية

جدول رقم (7)

يبين أسباب مشاهدة المبحوثين للبرامج الدينية المعروضة في الفضائية الكوردية

ز	أسباب المشاهدة	ك	%
1	تقدم المواد والموضوعات بأسلوب عصري حديث وجذاب	81	20.3
2	تقدم موضوعات بأسلوب منهجي وموضوعي وتلائم واقع المجتمع	53	13.2
3	يجيب على تساؤلاتي الآتية والمعاصرة	49	12.2
4	تعتبر مصدر من مصادر تلقي المعلومات الدينية	47	11.7
5	الثقة في المعلومات التي يقدمها ضيوف البرنامج	44	11.2
6	الضيوف لهم مكانتهم العلمية والاجتماعية والأكاديمية	43	10.8
7	شخصية المقدمين ساهمت في مشاهدتي للبرنامج	42	10.5
8	لنتناولها قضايا معاصرة تهم المجتمع	40	10.1
	الإجمالي (اختار المبحوث أكثر من الإجابة)	399	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى مجموعة من النتائج، أهمها: كان سبب (تقدم المواد

والموضوعات بأسلوب عصري حديث وجذاب) من أول وأبرز الأسباب التي تدفع المبحوثين "عينة الدراسة" لمشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية الكوردية بنسبة (20.3%)، يليه (تقدم موضوعات بأسلوب منهجي وموضوعي وتلائم واقع المجتمع) بنسبة بلغت (13.2%)، ثم (يجيب على تساؤلاتي الآتية والمعاصرة) بنسبة بلغت (12.2%) من إجمالي المبحوثين "عينة الدراسة"، وهذا يعكس أهمية تلك الأسباب بنسبة القنوات الفضائية الكوردية.

6- درجة ثقة طلبة الجامعة بمقدمي البرامج الدينية

جدول رقم (8)

يبين درجة ثقة عينة الدراسة عن مقدمي البرامج الدينية

مدى الرضا	ك	%
أثق بشكل كبير	25	20.8%
أثق بشكل متوسط	59	49.2
أثق بشكل قليل	36	30
المجموع	120	100%

تشير بيانات الجدول (8) أن درجة ثقة طلبة قسم الإعلام بمقدمي البرامج الدينية المعروضة في القنوات الفضائية الكوردية خلال شهر رمضان الكريم جاءت متنوعة، حيث جاءت في المرتبة الأولى (أثق بشكل متوسط) بنسبة (49.2%)، أما في المرتبة الثانية فقد جاءت فئة (أثق بشكل قليل) بنسبة بلغت (30%)، أما الذين عبروا عن تقهيم بشكل كبير جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (20.8%). وبالنظر إلى بيانات الجدول السابق يمكن القول أن ثقة عينة الدراسة عن مقدمي البرامج الدينية هو ثقة متوسط، وقد يعزى ذلك إلى أن مقدمي هذه البرامج لم ترقى للمستوى المطلوب في عرضها للقضايا والمشكلات الدينية، وإفتقار كثير من مقدمي هذه البرامج إلى المهنية واللغة الإعلامية، وتفتقر للإبداع وعدم تيقن فنون الإلقاء وعرض قضايا وموضوعات الدينية.

7- مدى رضا طلبة قسم الإعلام عن البرامج الدينية

جدول رقم (9)

مدى رضا عينة الدراسة عن مقدمي البرامج الدينية

مدى الرضا	ك	%
راض بشكل كبير	46	38
راض بشكل متوسط	53	44
راض بشكل قليل	21	18
المجموع	120	100%

تشير بيانات الجدول (9) إلى مدى رضا طلبة قسم الإعلام عينة الدراسة نحو البرامج الدينية المعروضة في القنوات الفضائية الكوردية خلال شهر رمضان الكريم، حيث

9- تأثير البرامج الدينية على تنمية الوعي الديني
جدول رقم (11)

يبين تأثير البرامج الدينية في تنمية الوعي الديني

درجه تأثير	ك	%
بشكل كبير	30	25
بشكل متوسط	50	41.7
بشكل قليل	40	33.3
المجموع	120	%100

تشير بيانات الجدول (11) أن وجهة نظر طلبة قسم الإعلام نحو تأثير البرامج الدينية المعروضة في القنوات الفضائية الكوردية خلال شهر رمضان الكريم على تنمية الوعي الديني، حيث جاءت في المرتبة الأولى (بشكل متوسط) بنسبة (41.7%)، أما في المرتبة الثانية فقد جاءت فئة (بشكل قليل) بنسبة بلغت (33.3%)، أما الذين عبروا عن تأثيرهم بشكل كبير جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (25%)، وبالنظر إلى بيانات الجدول السابق يمكن القول أن وجهة نظر عينة الدراسة نحو تأثير البرامج الدينية في تنمية الوعي الديني تتراوح بين مستوى قليل و متوسط.

وقد يعزى ذلك إلى عدم اعتماد غالبية هذه البرامج على كوادر إعلامية ذات كفاءة عالية تمتلك أسلوب تقديم يرتقي إلى مستوى تطلعات الجمهور إضافة إلى أن الجانب التقني مازال يفتقر إلى الاحترافية التي تدفع بهذه البرامج إلى المنافسة مع البرامج الأخرى.

جاءت ردود المجنوبين متفاوتة، حيث جاءت في المرتبة الأولى (راض بشكل متوسط) بنسبة (44%)، أما في المرتبة الثانية فقد جاءت فئة (راض بشكل كبير) بنسبة بلغت (38%)، أما الذين عبروا عن رضاهم بشكل قليل جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (18%). وبالنظر إلى بيانات الجدول السابق يمكن القول أن رضا عينة الدراسة نحو البرامج الدينية هو تتراوح بين رضا بشكل متوسط و رضا بشكل كبير، وقد يعزى ذلك إلى أن غالبية هذه البرامج تستضيف شخصيات وضيوف الدينية والاجتماعية لهم مكانة مرموقة و معروفة علمياً واكاديمياً والاستعانة بأهل الاختصاص نحو هذه المشكلات. وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة اسباب مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية الكوردية، كما هو مبين في جدول رقم (7).

8- أهم الأساليب المفضلة في عرض البرامج الدينية
جدول رقم (10)

يبين أهم الأساليب المفضلة في عرض البرامج الدينية لدى المجنوبين

ز	أساليب عرض الرسالة الاعلامية	ك	%
1	الأساليب العاطفية	29	24.4
2	الأساليب العقلية والمنطقية	56	47.1
3	الأساليب التخويف (الثواب و العقوبة)	16	13.4
4	أستخدام أسلوب عرض القصص والروايات الإسلامية	8	6.7
5	المقارنة بين السيرة النبوية و شخصيات التاريخية بواقع الحالي	11	8.4
	المجموع	120	%100

تشير بيانات الجدول (10) إلى أساليب عرض الرسالة الإعلامية في البرامج الدينية المعروضة في القنوات الفضائية الكوردية خلال شهر رمضان الكريم، حيث جاءت الأساليب العقلية والمنطقية في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (47.1%) يليه أسلوب العاطفي بالمرتبة الثانية بنسبة بلغت (24.4%)، بينما جاء أسلوب (المقارنة بين السيرة النبوية و شخصيات التاريخية بواقع الحالي) و(أستخدام أسلوب عرض القصص والروايات الإسلامية) بنسبة (8.4%) و (6.7%) على التوالي. يمكن القول أن البرامج الدينية استخدمت أساليب عقلية ومنطقية بطريقة مشوقة من شأنها زيادة الاقتناع بأفكار البرنامج بدرجة متقاربة، فتوظيف البرنامج جملة من الأرقام، الاحصائيات والحقائق، الأمثال الشعبية، الحكم، المواعظ، الاقوال المأثورة والاحاديث النبوية والآيات القرآنية يسهم في إثراء المضمون على نحو أكبر والاقتناع بالرسالة الموجهة لتكامل التأثير بين العقل والعاطفة ولو كانت استخدام الاساليب العقلية بدرجة أكبر.

10- اتجاهات طلبة قسم الإعلام نحو البرامج الدينية

جدول رقم (12)

يبين اتجاهات عينة الدراسة نحو البرامج الدينية المعروضة في القنوات الفضائية

الكوودية

ت	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الاتجاه
1	تزيد من الالتزام بالقيم الدينية	2.43	0.72	80.83	موافق
2	تساهم في إثراء الثقافة الدينية	2.38	0.73	79.17	موافق
3	تقدم حلول لكافة المشكلات المعصرة داخل المجتمع	2.16	0.78	71.94	محايد
4	تساهم في عرض صورة إيجابية للإسلام والمسلمين	2.43	0.72	81.11	موافق
5	تساهم على التعايش السلمي و التعددية الدينية في المجتمع	2.26	0.66	75.28	محايد
6	غالباً لاتراعي العادات والتقاليد والقيم العليا للمجتمع	2.03	0.24	67.78	محايد
7	تؤدي إلى تشوية في فهم النصوص و المفاهيم الدينية	1.84	0.75	61.39	محايد
8	الترويج لبعض الأفكار الشاذة والغريبة على المجتمع	2.08	0.73	69.17	محايد
9	مواضع المطروحة في البرنامج غير شاملة لجميع مجالات الحياة	2.12	0.77	70.56	محايد
10	تفتقر مقدي برامجها عدم الخبرة بقضايا وموضوعات الدينية	2.03	0.89	67.78	محايد
المتوسط العام		2.17	0.69		

استقطاب الجمهور في إطار الجانب الديني و تركيز على العادات والقيم وأخلاق المجتمع الكوردستاني خصوصاً تلك البرامج تعرض في شهر رمضان الكريم شهر الطاعة و العبادة لدى المسلمين.

أما على جانب العبارات السلبية، نلاحظ من خلال استعراض بيانات الجدول السابق، أن مستوى المتوسط الحسابي لجميع العبارات السلبية تتراوح ما بين (1.84- 2.12) وعند مقارنتهم مع مقياس أداة الدراسة تبين أنهم تقع ضمن حدود اتجاهات المحايدة، وهو ما دل على أن اتجاهات طلبة الجامعة نحو هذه العبارات كانت محايدة.

الاستنتاجات

1- يقع أغلب مشاهدي البرامج الدينية على القنوات الفضائية الكوردية ضمن فئة "متوسطي المشاهدة" وتعد البرامج الدينية المتنوعة الأكثر تفضيلاً من جانب عينة الدراسة، تليه برامج الفتوى ضمن منظومة البرامج الدينية المعروضة خلال شهر رمضان الكريم.

2- دافع (تقدم المواد والموضوعات بأسلوب عصري حديث وجذاب) هو الدافع والسبب الأهم والأبرز الذي يحرك طلبة الجامعة عينة الدراسة نحو الاعتماد على البرامج الدينية.

3- إفتقار معظم البرامج الدينية إلى المهنية واللغة الإعلامية المتميزة و الخطاب الإعلامي المسؤول، كما نلاحظ أن برامجها لا ترتقي إلى مستوى ما يقدم في هذا الشهر، وتفتقر للإبداع الذي يجب أن يتوفر في تلك البرامج من ناحية الشكل واللغة الإعلامية السليمة والراقية.

4- لا يتقن كثير من مقدمي البرامج الدينية فن الالتقاء وتفتقر هذه البرامج الى كوادير إعلامية ذات كفاءة عالية ولا تراعي خصوصية المجتمع الكوردستاني في طرحهم للقضايا والموضوعات الدينية.

5- تتبنى عينة الدراسة اتجاهاً يميل إلى الإيجابية نحو البرامج الدينية المقدمة عبر القنوات الفضائية الكوردية خلال شهر رمضان الكريم. وهذا يؤكد حاجة المجتمع الكوردستاني للبرامج الدينية والأهتمام بالقيم والمبادئ الإسلامية التي تساهم في ترقية الفرد المسلم، والأهتمام بالمفاهيم الدينية لتصحيح المعتقدات الخاطئة وبناء العقيدة الصحيحة ومساهمتها في إظهار الصورة الصحيحة للدين الإسلامي الحنيف.

تشير بيانات الجدول (12) أن المتوسط العام لاتجاهات عينة الدراسة نحو البرامج الدينية بلغ (2.17) وانحراف معياري مقداره (0.69) وبمقارنة هذا المتوسط مع مقياس الدراسة، نجد أنه يقع ضمن الاتجاه المحايد. وعلى مستوى العبارات، نلاحظ من خلال استعراض بيانات الجدول السابق، أن عبارة (تساهم في عرض صورة إيجابية للإسلام والمسلمين) و(تزيد من الالتزام بالقيم الدينية)، حظيت بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2.43) وانحراف معياري قيمته (0.72)، وبمقارنتهم مع مقياس أداة الدراسة نجد أنه يقع ضمن اتجاه موافق، ترجع هذه النتيجة من وجهة نظر الطلبة عينة الدراسة إلى استفادتهم من البرامج الدينية والتي تهتم وتركز على نواحي الالتزام بالقيم الدينية و تقديم صورة إيجابية عن الإسلام والمسلمين وعزز لديهم سلوكيات دينية معينة رغم تدني النسبة نوعاً ما. فغالبا ما يربط البرنامج المضمون المقدم ويطرحه في إطار ديني، فكون هذه البرامج جزء من المجتمع الكوردستاني يعمل ضمن نطاقه فكان من الضروري

التوصيات البحث

- 1- يتوجب على القنوات الفضائية الكوردية زيادة أهتمامهم بالمضامين والأشكال التي تتعلق بالجوانب الفنية وتكنيك الإعداد وأسلوب التقديم.
- 2- تخصيص قسم للبرامج الدينية في قنوات الفضائية الكوردية كباقي الأقسام يعنى بالشأن الديني، ويستطيع من خلاله إعداد كوادإعلامية ورفع مستوى أدايمهم.
- 3- العمل على تقديم البرامج الدينية بصورة جذابة ومشوقة أكثر حتى تدفع المشاهدين إلى تخصيص وقت أكبر لمتابعتها.
- 4- ضرورة الأهتمام بتأهيل والتدريب الكادر البشري من مذييعين ومقدمين برامج الدينية، وذلك من خلال إلحاقهم بدورات تدريبية متخصصة، لأجل الاستفادة منهم في تحسين وتطوير البرامج الدينية وللاارتقاء بأداء القناة.
- 5- كما توصي الدراسة الباحثين في الدراسات المستقبلية بأن يقوموا باستخدام متغيرات أخرى بهدف تعميم الاستفادة من موضوع الدراسة على مختلف القنوات الفضائية الكوردية.

المصادر:

الكتب

1. ابوجادو، صالح محمد علي (2007)، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، عمان: دار المسيرة، ط7.
2. إساعيل، محمود (2003)، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير، الأهرام، البار العالمية للنشر والتوزيع.
3. بني جابر، جودت (2004)، علم النفس الاجتماعي، عمان: مكتبة دار الثقافة للنشر.
4. جاسم، محمد (2004)، مدخل الى علم النفس العام، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
5. جوهر، صلاح الدين (2001)، علم الاتصال، مفاهيم، نظرياته، مجالاته، القاهرة، مكتبة عين الشمس.
6. حجاب، محمد منير (2003)، الاعلام الاسلامي، القاهرة: دار الفجر للنشر، ط2.
7. حسين، سمير محمد (1997)، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، القاهرة: عالم الكتب.
8. ربيع، محمد شحاتة (2011)، علم النفس الاجتماعي، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع ط1.
9. عالم، صفوت (2002)، عملية الاتصال الاعلاني، القاهرة: مكتبة النهضة المصرية.
10. على، مشاجع محمد (2016)، التلفزيون والفساد، دار العربي للنشر والتوزيع القاهرة.
11. عيسوي، عبد الرحمن (2006)، علم النفس السياحي، الابراهيمية: البار الجامعية.

12. فار، محمد جمال (2014)، معجم المصطلحات الإعلامية، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1.
13. مصباح، عامر (2011)، علم النفس الاجتماعي في السياسة والإعلام، الجزائر، دار الكتاب الحديث، ط1.
14. مكوي، حسن عماد و السيد، ليلي حسين (2012)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، البار المصرية اللبنانية، ط10.
15. الهيبي، هيثم (2008)، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، عمان، دارأسامة للنشر والتوزيع، ط1.
16. وحيد، أحمد عبد اللطيف (2001)، علم النفس الاجتماعي، عمان: دار المسيرة، 2001.
17. ولي، باسم محمد (2004)، المدخل الى علم النفس الاجتماعي، عمان: دار الثقافة.

رسائل الماجستير والدكتوراه

1. الحسن، نديم ربحي (2008)، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الشرق الأوسط.
2. المناصير، أشرف محمد (2011) اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو البراما التلفزيونية في قناة ام بي سي 1، رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن، كلية الإعلام، جامعة الشرق الاوسط.
3. جباب، محمد صالح (2009)، اتجاهات مجلة نيوز ويك الامريكية في طبعها العربية إزاء التطورات السياسية في العراق، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام جامعة بغداد.
4. خليفة، علاء الدين احمد (2005)، الاتجاهات السياسية في الصحافة العراقية بعد الاحتلال الامريكي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام - جامعة بغداد.

بحوث منشورة

5. ارحيم، محمد هادي (2007)، اتجاهات الطلبة نحو العولمة، مجلة الكلية الآداب، جامعة بغداد، العدد79. مجله الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العدد (1).
6. خليفة، عبداللطيف محمد (2004) التغيير في نسق القيم لدى الشباب الجامعي: مظاهره وأسبابه، ورقة بحث مقدمة إلى مؤتمر: ثقافة الشباب الجامعي وقيمه في عالم متغير، بتاريخ: ۲۰۰۴/۷/۲۹-۲۷. كلية التربية، جامعة الزرقاء، الزرقاء، الأردن.
7. الدقاسمة، علي (2019)، اتجاهات المشاهدين نحو البرامج الدينية في التلفزيون الأردني، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد(2)، العدد(2) شهر ديسمبر.
8. الزبياري، طاهر حسو (2015) دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، مجلة (زانكوى سليمان)، العدد(47)، نيسان، جامعة السلبيانية.
9. طوبينة، علي حسين وآخرون (2005)، اتجاهات الصحفيين والمستهلكيين ازاء ظاهرة

الغش في المواد الغذائية، مجلة الباحث

10. العزام، عبد المجيد (2010)، اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي-دراسة استطلاعية، مجلة جامعة دمشق – المجلد -26- العدد (3-4).
11. محمد، سلام نصر الدين (2015)، اتجاهات طلبة الاعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة ودورها في تنمية القدرات المعرفية لديهم، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، مجلد 7، العدد 27- كانون الثاني - ص 189-221.
12. محمود، منى احمد (2002)، دور الاتصال في صنع القرار السياسي الامريكى، المجلة المصرية لبحوث الإعلام عدد 16 حزيران.
13. مسامح، وهيبه (2021)، اتجاهات طلبة الدكتوراه الجزائريين نحو البرامج الاجتماعية الرضائية في قناة MBC1 برنامج- قمره أمودج مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، الجزائر، المجلد (8)، العدد (1)، شهر مارس.
14. Stanley, Baran, J.&Dennis K Davis,(2014),Mass Communication Theory:Foundations, Ferment,and Futur 7th Ed Australia:Thomson Wadsworth.
15. Leoh, G. Schiffman & Leslie Kanuk(2000), Consutmer Behavior,New Jersey, Prentice-Hall.