



## مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

### داخل العدد

- مدى اعتماد أئمة وخطباء المساجد على القنوات الفضائية الدينية الإسلامية كمصدر للمعلومات . د . محمود عبد العاطي
- علاقة معدلات وأساليب التماس المعلومات الصحية على مواقع الإنترنت بالسلوك الصحي للمرأة . د . ماهيناز رمزي
- أثر وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا الفساد في مصر . د . حنان يوسف
- صورة المهمشين في الدراما المصرية وعلاقتها بتقدير الذات لديهم . د . أميرة النمر
- استخدامات الأطباء لشبكة المعلومات الدولية " الإنترنت " والإشباع المتحققة منها . د . عبد الرحمن بن نامي
- أساليب تحقيق يسر الاستخدام في المواقع الالكترونية للصحف والقنوات الفضائية الخاصة وعلاقتها بتفضيلات الجمهور . د . محمود رمضان . د . أبو بكر الصالحى
- العوامل المؤثرة في الرضا الوظيفي لدي العاملين بالمؤسسات الإعلامية قبل أحداث ثورة ٢٥ يناير وبعدها . د . صفا محمود عثمان
- دور القنوات الفضائية العربية في معالجة أحداث الفتنه الطائفية في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير . د . أميرة صابر
- مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدي الشباب . د . دينا عرابي . د . بسنت العقباوى
- اتجاهات منسوبي جامعة الملك عبد العزيز نحو تأسيس قناة تليفزيونية فضائية للجامعة . د . حنان أشي
- دوافع التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل الوعي نحو الأحداث الجارية . د . حنان عبد الوهاب
- دور الصحافة المصرية في تشكيل معارف الصفوة المصرية نحو قضايا الإصلاح السياسي، بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ . د . غادة صقـر
- تأثير جودة المعلومات في بناء التصميم المقنع للمواقع الإعلامية العربية . د . معين ألميتمي
- تأثير المخطط العام لبناء القصة الإخبارية المنشور على شبكة الإنترنت في تحقيق الفهم القراني لدى طلاب المرحلة الجامعية . د . مروة عطية
- تأثير جودة الموقع في بناء التصميم المقنع للمواقع الإعلامية العربية . د . معين ألميتمي

العدد  
السابع  
والثلاثون  
يناير ٢٠١٢

رقم الإيداع بدار الكتب  
المصرية  
٦٥٥٥

العدد السابع والثلاثون  
يناير ٢٠١٢ م

مجلة  
البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة  
أ.د. أسامة العبد  
رئيس التحرير  
أ.د. عبد الصبور فاضل

مديرا التحرير  
أ.د. عرفه عامر  
أ.د. محمود حماد

الإشراف الفني  
أ.د. سامي الحكومي  
سكرتير التحرير  
د. محمد أحمد هاشم  
الشريف

توجه المراسلات باسم الدكتور سكرتير التحرير على العنوان التالي  
: القاهرة - جامعة الأزهر - كلية الإعلام ت : ٠٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

المراسلات

داخل جمهورية مصر العربية  
٥٠ جنيها مصريا

السعر  
للتسعة الواحدة

## هيئة المحكمين

أيد : فاروق أبو زيد  
أيد : على عجوة  
أيد : انشراح الشال  
أيد : ماجى الحلوانى  
أيد : منى الحديدى  
أيد : عدلى رضا  
أيد : سامى الشريف  
أيد : حسن عماد مكاوى  
أيد : أشرف صالح  
أيد : شريف درويش اللبان  
أيد : نجوى كامل  
أيد : شعبان شمس  
أيد : جمال النجار  
أيد : سليمان صالح  
أيد : عبد الصبور فاضل  
أيد : فوزى عبد الغنى  
أيد : محمود إسماعيل

جميع الآراء الواردة فى المجلة تعبر عن رأى أصحابها ولا تعبر عن  
رأى المجلة  
العدد السابع والثلاثون - يناير ٢٠١٢ م

مدى اعتماد أئمة وخطباء المساجد على القنوات الفضائية الدينية  
الإسلامية كمصدر للمعلومات  
دراسة ميدانية

إعداد

د . محمود عبد العاطي مسلم  
الأستاذ المساعد بكلية الإعلام  
جامعة الأزهر

## مقدمة :

لقد بدأ العالم يتحول مع نهاية القرن العشرين إلى قرية كونية سببها الرئيس تكنولوجيا الاتصالات الحديثة ، وعلى رأسها الأقمار الصناعية التي أدت إلى أنية تدفق المعلومات والأخبار بين شعوب العالم أجمع ، ويعد البث المباشر عبر الأقمار الصناعية واحدا من أهم مظاهر تكنولوجيا الاتصال ، وتعددت القنوات التليفزيونية العربية والأجنبية على حد سواء ، هذا بالإضافة إلى القنوات التليفزيونية المحلية المحملة على الأقمار الصناعية مما أدى إلى الطفرة الكبيرة في عدد القنوات التليفزيونية الفضائية المتوفرة ( ١ ) .

وإذا كان التفوق التكنولوجي قد أتاح للغرب إمكانية التحكم في صناعة المعلومات والاتصال والترفيه من خلال الشركات العابرة للحدود والشبكات الدولية ، فإن هذا المجال لا يزال يمثل الساحة الرئيسية للصراع بين الشرق والغرب والشمال والجنوب ، وهذا يوضح أن الصراع مستقبلا وحاضرا يتمركز في المجالين الثقافي والإعلامي ، وهما مجالان لن تصمد فيهما إلا الأمم والشعوب التي لها ثقافات قوية ووسائل إعلام قادرة على المنافسة ، وجذب الاهتمام ، وإقناع المتلقي ، والحصول على ثقته حيث لم تعد هنالك أي وسيلة لفرض وجهة نظر معينة عليه ، أو إجباره على الاختيار ، أو محاصرته وخداعه وتضليله ( ٢ ) .

لقد أدت الممارسات الفعلية للعديد من القنوات الفضائية العربية الدينية الإسلامية إلى إثارة حالة من الحوار والجدل في أوساط النخب المثقفة الواعية حول طبيعة الدور الذي يجب أن تقوم به هذه القنوات تجاه المواطن المصري والعربي ويأتي على رأس هذه النخب (أئمة وخطباء المساجد) باعتبارهم فئة تتميز بالعلم الديني الواسع ، وقدرتهم على تقييم المحتوى الديني المقدم من هذه القنوات ، وأدائهم لدورهم في توجيه وبناء المواطن خلقيا ودينيا ، وبما يملكون من سمات تؤهلهم لأن يكونوا قادة رأي فاعلين في حركة المجتمع المصري ، لذا أصبح من الضروري التعرف على موقف واتجاهات هذه النخبة نحو ما تقدمه هذه القنوات الفضائية الدينية الإسلامية التي تلاحق المواطن في كل مكان وزمان.

وقد قام الباحث بتقسيم دراسته إلى مايلي :

### أولا : الإطار المنهجي للبحث ويشمل :

- ١- أهمية الدراسة
- ٢- الدراسات السابقة
- ٣- مشكلة الدراسة
- ٤- أهداف الدراسة
- ٥- تساؤلات الدراسة
- ٦- فروض الدراسة
- ٧- نوع الدراسة ومنهجها
- ٨- عينة الدراسة
- ٩- أدوات جمع البيانات

١٠- اختباري الصدق والثبات

١١- المعالجة الإحصائية

ثانيا : الإطار النظري للدراسة ويشتمل على :

١- القنوات الفضائية في إطار العولمة

٢- واقع القنوات الفضائية الدينية المتخصصة

٣- من أجل إعلام ديني فضائي فاعل

٤- النظريات العلمية المفسرة للدراسة ( نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام – نظرية الاستخدامات والإشباع )

ثالثا : نتائج الدراسة الميدانية وتشتمل على :

١- نتائج الإجابة على تساؤلات الدراسة

٢- اختبار فروض الدراسة

رابعا : الخاتمة وتشتمل على :

١- نتائج الدراسة وتوصياتها

٢- المراجع والمصادر

أولا : الإطار المنهجي للبحث ويشمل :

١- أهمية الدراسة

٢- مشكلة الدراسة

٣- أهداف الدراسة

٤- الدراسات السابقة

٥- تساؤلات الدراسة

٦- فروض الدراسة

٧- نوع الدراسة ومنهجها

٨- عينة الدراسة

٩- أدوات جمع البيانات

١٠- اختباري الصدق والثبات

## ١١- المعالجة الإحصائية

### ١- أهمية الدراسة :

لقد ساهم نمو وتطور وسائل الاتصال بصفة عامة وسهولة استخدامها والصعود بها إلى (الفضاء) في سرعة انتشار الفضائيات العربية ، لكن ثمة عوامل أخرى سياسية ودينية واجتماعية ساهمت بدورها في هذا التوسع في الفضائيات العربية ، ففي لبنان على سبيل المثال وبعد توقف الحرب الأهلية ١٩٩٠ سارعت معظم الطوائف اللبنانية للحصول على ترخيص لقنوات فضائية تروج لفكرها ، وتدافع عن توجهاتها السياسية والدينية حتى بات لكل فريق سياسي أو ديني قناة فضائية (قناة المنار مثلا ) ، وفي العراق أيضا وما نتج عن الاحتلال الأمريكي من تقسيم للسلطة على أساس طائفي وعرقي ، عمل كل طرف ديني وطائفي على امتلاك قناة فضائية خاصة ، وقد ساهم ضعف السلطة المركزية بعد الاحتلال ، وتدفق الأموال للإغداق على الصراعات المذهبية والعرقية ، وشعور الفرد العراقي بالحرية بعد سنوات من القهر والاستبداد ، كل ذلك ساعد على انتشار الفضائيات الدينية المذهبية من سنة وشيعة وغيرها والتي تحولت إلى ما يشبه المشاريع الخاصة ، ومثل هذا المشهد نلحظه اليوم في مصر بعد الثورة- مع فرق انعدام الطائفية - فقد تكاثرت الفضائيات الدينية من سلفية وإخوانية ، وغير الدينية من يسارية وليبرالية وقومية ، وتحولت هذه الفضائيات إلى مشاريع سياسية أو تجارية أو إعلامية (٣).

ومن الممكن القول إن الفضائيات الدينية الإسلامية المتخصصة أصبحت قوة إعلامية لها من السلطة والتأثير في عقول المشاهدين القسط الأكبر ، والنصيب الأوفر انطلاقا من عملية التنشئة الاجتماعية للمجتمع المصري الذي يحتل فيه الدين مساحة كبيرة من عقول واتجاهات الجماهير على اختلاف مستوياتها العمرية والثقافية والاجتماعية وانتماءاتها الأيديولوجية ، وهذه القنوات تقدم نفسها باعتبارها منبرا من منابر الدعوة الإسلامية ، وتصف رسالتها بأنها رسالة الإسلام السمح الحنيف ، ولكن وراء هذا الهدف ربما تكمن خلافات وملاحظات علمية على أداء هذه القنوات وخصوصيات يتفرد بها جزء منها دون سواه (٤) .

وتعد قناة اقرأ الفضائية أول قناة دينية أسست عام ١٩٩٨ ، وتقدم القناة نفسها على أنها القناة التي تلتزم بأداب الإسلام، وتتسجم مع تقاليد الأسرة العربية، وتعمل على ترسيخ مقومات الهوية الإسلامية ودعم أهداف رسالتها الحضارية وإبلاغ رسالة الإسلام السمحة إلى العالم أجمع. وهي تسعى إلى تجاوز الأسلوب الوعظي المباشر ، وتجمع في برامجها بين الدين والحياة والعلم المفيد ، والترفيه المباح في قوالب مبتكرة ومشوقة، وبعد ظهور هذه القناة وجذب الكثير من المشاهدين لبرامجها سجل المشهد الإعلامي الفضائي الديني الإسلامي تطورا عدديا ملحوظا لهذه القنوات حيث تضاعف عدد هذه الفضائيات الدينية ليصل إلى ٩٦ قناة ، ويمكن القول بأن هذا التطور يتواءم مع الحراك المجتمعي والسياسي للمنطقة العربية في ظل ما يسمى ( بثورات الربيع العربي ) (٥) ، ولعل التأمل في هذا التزايد العددي لهذه القنوات يفضي بنا للخروج بعدة استنتاجات من أهمها :

١- اقتناع القائمين والممولين لهذه القنوات بأنها تساهم بدور فاعل في الدعوة الإسلامية ، كما أنها تهدف لرفع مستوى الوعي الثقافي الديني لدى جمهور عريض من المشاهدين في أرجاء الوطن العربي .

٢- أثبتت الدراسات العلمية أن هناك جمهورا كبيرا من مختلف المستويات العمرية والتعليمية والاقتصادية من المتابعين للقنوات الدينية الإسلامية ، وللبرامج الدينية في القنوات العامة



يفضلون هذه النوعية من البرامج على غيرها لما تتسم به من سمات وتوجهات تعلي من مكانتهم وعلاقتهم الروحية والفكرية بالله عز وجل وبأفراد المجتمع .

٣- توفر المناخ الملائم لتعددية إعلامية تنافسية لا تخلو من دوافع فكرية ومذهبية .

٤- جاهزية البنية التحتية - إلى حد ما - في المدن الإعلامية لتلبية احتياجات هذه القنوات .

٥- أن هذه القنوات قد ينظر إليها - بعض الباحثين - على أنها نتاج لتوجهات بعض الدول أو الأحزاب أو التيارات السياسية أو الدينية .

ومن ثم تعد هذه الدراسة تطبيقاً لنموذج مهم في مجال البحث العلمي يهدف إلى دراسة علاقة الجمهور ( الأئمة وخطباء المساجد ) بالقنوات الفضائية الدينية الإسلامية من خلال تطبيق نموذج ( الاعتماد على وسائل الإعلام ) وهو جزء من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ، وهذا النموذج يركز على الوسيلة ودرجة أهميتها لدى الفرد كمصدر يستقي منه المعلومات ، كما سيتم تطبيق واختبار نظرية الاستخدامات والإشباع ، ومدى اعتماد الأئمة والخطباء على القنوات الدينية في الحصول على معلوماتهم ، وإشباع احتياجاتهم الفكرية والثقافية والروحية .

## ٢- الدراسات السابقة :

لقد ساعدت لدراسات السابقة التي أجريت في مجال الاعتماد على وسائل الإعلام ، والاستخدامات والإشباع للقنوات الفضائية - من قبل العديد من الباحثين - على تحديد مشكلة البحث وصياغتها ، وقد قام الباحث بإجراء دراسة مسحية للبحوث والدراسات السابقة التي تتصل ببعض جوانب الدراسة بصفة مباشرة أو غير مباشرة ، والاطلاع عليها ، والاستفادة من نتائجها وتوصياتها ، وفيما يلي يعرض الباحث لهذه الدراسات والبحوث باختصار :

١- دراسة بعنوان: (البرامج الدينية في التلفزيون المصري ودورها في التنقيف الديني للشباب الجامعي) (٦) وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور البرامج الدينية في التلفزيون المصري في التنقيف الديني للشباب الجامعي بالتطبيق على عينة من طلاب ثلاث جامعات ، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن البرامج الدينية تعد من أهم مصادر التنقيف التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على المعلومات الدينية .

٢- دراسة بعنوان: (التعرض لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها) (٧) وقد سعت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية ومدى الإشباع الذي تحققه ، كما اعتمدت الدراسة على منهج المسح ، واستخدمت في جمع المعلومات صحيفة استقصاء تم تطبيقها على عينة من الجمهور السعودي ممن تزيد أعمارهم على ١٥ عاماً ويقومون في العاصمة الرياض وقت إجراء الدراسة ، وجاءت أهم نتائج الدراسة كما يلي:-

١- جاءت برامج الإفتاء في المرتبة الأولى بين المصادر التي اعتمد عليها المبحوثين إلى الحصول على المعلومات .

٢- جاء دافع (معرفة الأحكام الشرعية في القضايا التي احتاجها) كأحد أهم الدوافع التي جعلت نسبة كبيرة من عينة الدراسة يهتمون ببرامج الإفتاء ومتابعتها، تلاه دافع (الحرص على أن تكون عبادت ومعاملاتي وسلوكي متوافقة مع تعاليم الدين) .

٣- أن ازدياد متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء يسهم في زيادة درجة الإشباع لديهم.

٣- **دراسة بعنوان: استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية العربية الإسلامية والإشباعات المتحققة (٢٠٠٨) (٨)** ، وقد سعت هذه الدراسة إلى الوقوف على مدى اعتماد الشباب الجامعي على القنوات الفضائية العربية الإسلامية كمصدر للحصول على المعلومات الدينية ، وعادات وأنماط مشاهدتهم لها ، كما تهدف إلى التعرف على أهم البرامج التي تقدمها هذه القنوات وطبيعة مضمونها ، واعتمدت الدراسة على منهج المسح ، واستخدمت في جمع البيانات صحيفة استبيان تم تطبيقها على عينة طبقية عمدية قوامها ٤٣٠ مفردة توزعت بين جامعات (القاهرة، الأزهر، الجامعة الأمريكية) ، واستمارة تحليل مضمون تم تطبيقها على برنامج (فضفضة) في قناة الناس الإسلامية ، وبرنامج (على خطى الحبيب) في قناة اقرأ، وبرنامج (دعوة للتعايش) على قناة الرسالة ، وجاءت أهم نتائج الدراسة كما يلي:

١- ارتفاع معدل مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية العربية الإسلامية بنسبة ٩٧.١% بين المبحوثين.

٢- جاءت قناة الناس في مقدمة القنوات الفضائية العربية الإسلامية التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على معلوماتهم الدينية بنسبة ٢٩.٩% من اختيارات المبحوثين.

٣- جاء دافع الحصول على المعلومات واكتساب خبرات جديدة في مقدمة دافع مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية العربية الإسلامية .

٤- **دراسة بعنوان: استخدامات الجمهور اليمني للقنوات الفضائية الإسلامية وعلاقتها بمستوى المعرفة الدينية لديه (٢٠٠٨) (٩)** وقد سعت الدراسة إلى التعرف على حجم وأنماط مشاهدة الجمهور للقنوات الفضائية الإسلامية ، ودور هذه القنوات في مدى اعتماد الجمهور على المعلومات التي تقدمها هذه القنوات الدينية الإسلامية عند مواجهة أي مشكلة دينية ، وكذلك معرفة أهم الموضوعات والمضامين والأشكال التي يحرص الجمهور على مشاهدتها في هذه القنوات ، كما استهدفت اختبار فروض نظرية فجوة المعرفة ، ومدخل الاستخدامات والإشباعات ، كما اعتمدت الدراسة على منهج المسح واستخدمت صحيفة الاستبيان لجمع البيانات على عينة قوامها (٤٤٤) ممن يمتلكون أطباق لاقطة في أحياء العاصمة اليمنية ( صنعاء ) ممن تزيد أعمارهم عن ٢٠ عاماً ، ويجيدون القراءة والكتابة .  
وجاءت أهم نتائج الدراسة كما يلي:

١- تعتبر قناة اقرأ من أهم القنوات الفضائية التي يحرص الجمهور اليمني على مشاهدتها.

٢- توجد فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث من المستويات التعليمية ومن الحالات الاجتماعية المختلفة ، ومن المستويات الاقتصادية المختلفة في دوافع تعرضهم النفعية للقنوات الفضائية الإسلامية .

٣- توجد علاقة غير دالة بين الذكور والإناث في معدل مشاهدتهم للبرامج في القنوات الفضائية الإسلامية وفي المضامين التي يحرصون على مشاهدتها في هذه القنوات.

٥- **دراسة موضوعها (اتجاهات النخبة المصرية نحو القنوات الفضائية الدينية الإسلامية (٢٠٠٨) (١٠)** ) وقد سعت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو المسؤولية الإعلامية للقنوات الدينية الإسلامية ، والتعرف على مقترحات النخبة المصرية لتطوير الأداء المهني للقنوات التلفزيونية الدينية ، واعتمدت الدراسة على منهج المسح ، واستخدمت لجمع البيانات صحيفة استبيان تم تطبيقها على عينة قوامها ١٨٣ مفردة توزعت بين (٨٣) من النخبة الأكاديمية و (٥٣) من النخبة الإعلامية و (٤٧) نخبة دينية ، وجاءت أهم نتائج الدراسة كما يلي :

١- ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية الدينية الإسلامية بين النخب المصرية.

- ٢- ترى النخبة - عينة الدراسة - أن القنوات الفضائية الدينية الإسلامية تقدم صورة الإسلام في هيئة رثة لا تجذب المسلمين أنفسهم فضلاً عن غير المسلمين ، كما أنها بعض هذه القنوات يرسخ المذهبية من خلال طبيعة الخطاب الذي يتم بثه والمواد المطروحة.
- ٣- توجد اختلافات دالة إحصائية بين اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو أخلاقيات الممارسة الإعلامية للقنوات التليفزيونية الدينية.
- ٦- دراسة عن : ( استخدامات المراهقين لقنوات الفضائية الدينية والإشباع المتحققة منها (٢٠٠٤) ) ( ١١ ) وقد سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع المراهقين في مشاهدة القنوات الفضائية الدينية والإشباع التي تحقق لهم من متابعتها ، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح ، واستخدمت في الحصول على بيانات الدراسة صحيفة استقصاء تم تطبيقها على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من المراهقين في القاهرة الكبرى ، وجاءت أهم نتائج الدراسة كما يلي:
- ١- ارتفاع معدل مشاهدة المراهقين للقنوات الفضائية الدينية .
  - ٢- سجل الذكور كثافة أعلى في المشاهدة من الإناث ، وجاءت قناة اقرأ الفضائية كأكثر القنوات مشاهدة .
  - ٣- جاءت أهم دوافع استخدام المراهقين للقنوات الدينية هو ( اكتساب معلومات دينية ومعرفة أحكام الشريعة والترويح عن النفس أو لمجرد التعود ) .
  - ٤- كانت أهم الإشباع التي تحققت للمراهقين من مشاهدة القنوات الفضائية الدينية ( زيادة المعرفة بالأمور الدينية ، والمتعة ، واكتساب القيم الدينية ، والتحاور مع الآخرين ، والتوحد مع نماذج القدوة ) .
- ٧- دراسة بعنوان: ( البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية دراسة تحليلية (٢٠٠٣) ) ( ١٢ ) وقد سعت هذه الدراسة إلى التعرف على السمات العامة للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية (الحكومية والخاصة) ، و طبيعة الموضوعات والقضايا التي تطرحها ، ومدى تفاعلها مع القضايا المثارة في العالم الإسلامي في المجالات المختلفة ، وتحديد تأثير نمط ملكية القنوات على المضمون المقدم في هذه البرامج ، كما استهدفت التعرف على ملامح الخطاب الديني والإعلامي بعد ١١ سبتمبر ، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح ، واستخدمت في الحصول على بيانات الدراسة من خلال استمارة لتحليل مضمون عينة من البرامج الدينية في الفضائيات العربية ، وقام الباحث بتحديد القنوات (الفضائية المصرية الأولى، الفضائية السعودية الأولى، الفضائية التونسية السابعة) لتمثيل القنوات الفضائية العربية الحكومية ، كما اختار قنوات (المحور ، MBC ، قناة دريم ٢) لتمثيل القنوات الفضائية العربية الخاصة، وقام الباحث بحصر شامل لجميع البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة خلال دورة (يناير- مارس ٢٠٠٣) فيما عدا القناة الفضائية السعودية الأولى التي اتبع معها أسلوب الأسبوع الصناعي لسيادة الطابع الديني على أغلب برامجها ،
- وجاءت أهم نتائج الدراسة كما يلي:
- ١- يتضح مدى اهتمام الفضائيات الخاصة بالبرامج الدينية التي تقدمها في جوانب متعددة تتمثل في الزمن المخصص للحلقة الواحدة من البرنامج فقد بلغت نسبة الحلقات التي يتراوح زمنها ما بين (٤٠ إلى أقل من ٦٠ ق) (٦٦%) من إجمالي الحلقات عينة الدراسة.
  - ٢- تفوق القنوات الفضائية العربية الخاصة على القنوات الفضائية العربية الحكومية في استخدام أسلوب البث المباشر الذي يزيد من فرصة دفع الجماهير للمشاركة في البرامج ، وفي عرض البرامج الدينية في الفترات ذات الكثافة العالية في المشاهدة.

٣- اهتمام البرامج الدينية في الفضائيات العربية الخاصة بالموضوعات السياسية بصفة عامة، وبالقضايا والأفكار التي تندرج تحت هذه الموضوعات، بينما ركزت البرامج الدينية في القنوات الفضائية الحكومية على القضايا الشرعية والاجتماعية بنسبة (٤٠.٨٨%) و (٢٠.٧٦%).

٨- دراسة بعنوان: (تعرض طلاب الجامعات لقناة اقرأ الفضائية وعلاقته بإدراك القيم والموضوعات الدينية: دراسة ميدانية في إطار نظرية الغرس (٢٠٠٣) (١٣) ، واستهدفت الدراسة التعرف على مدى تعرض طلاب الجامعات المصرية لقناة اقرأ الفضائية ، وعلاقته بإدراك القيم والموضوعات الدينية وذلك في إطار نظرية الغرس الثقافي ، واعتمدت الدراسة على منهج المسح ، واستخدمت في الحصول على بيانات الدراسة صحيفة استقصاء تم تطبيقها على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب جامعة الزقازيق ، وجاءت أهم نتائج الدراسة كما يلي:

١- أغلب أفراد العينة يشاهدون قناة اقرأ، وبلغت كثافة التعرض اليومي للبرامج والموضوعات الدينية لقناة (اقرأ) أعلى نسبة لكثافة المشاهدة من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات ٤٥.٢% فيما جاءت نسبة متوسطي المشاهدة (من ساعة إلى أقل من ساعتين) ٣٢.٩% في حين جاءت أقل نسبة لقليلي المشاهدة (أقل من ساعة يومياً) ٢١.٩%.

٢- ارتباط دوافع المبحوثين في التعرض لمشاهدة الموضوعات الدينية بالدوافع النفعية ٦٨.١% مقابل ٥٥.٩% للدوافع الطقوسية

١- توجد علاقة ارتباطية بين الذكور والإناث من حيث كثافة التعرض، كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين كثافة التعرض والحصول على المعلومات والقيم الدينية من مصادر الاتصال الشخصي

٢- توجد علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض والحصول على المعلومات والقيم الدينية من مصادر وسائل الإعلام..

٩- دراسة بعنوان : ( دور القنوات الدينية في تكوين الوعي الديني لدى الشباب المصري (يناير ٢٠١٠) (١٤) ، وتهدف هذه الدراسة الوقوف على دور القنوات الفضائية الدينية الإسلامية في تكوين الوعي الديني لدى الشباب المصريين ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للحصول على المعلومات الدينية، وتأثيرات هذا الاعتماد، وقد أجريت هذه الدراسة على عينة من الشباب المصري يبلغ قوامها (٣٠٠) مفردة ، وجاءت أهم نتائجها كما يلي:

١- تعددت أسباب مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الدينية ، وقد جاء تعلم أمور الدين في المقدمة تلاه تصحيح المفاهيم الدينية مما يدل على أن الشباب في حاجة إلى توعيتهم بأمر دينهم بشكل سليم وصحيح .

٢- جاءت السلوكيات والقيم في مقدمة المضامين التي تحظى باهتمام الجمهور المصري في القنوات الدينية وهي مضامين لا تتناول بشكل مباشر أمور الدين، بل موضوعات تتناول السلوكيات والعادات والقيم الإسلامية العامة وكلها أمور في غاية الأهمية لمجتمعاتنا العربية لنشر مفاهيم التسامح والإخاء والتعايش بين أبناء الوطن بعيداً عن أية تعصب أو تطرف .

٣- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الشباب المصري للقنوات الدينية والاعتماد على القنوات الدينية ، والعلاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة.

٤- توجد فروق غير دالة إحصائياً بين الشباب المصري عينة الدراسة من حيث النوع (الذكور والإناث) وكذلك من حيث مستوى التعليم فيما يتعلق بكل من (كثافة مشاهدة القنوات الدينية -

درجة الثقة في القنوات الدينية - التأثيرات المعرفية لمشاهدة القنوات الدينية - التأثيرات الوجدانية لمشاهدة القنوات الدينية - التأثيرات السلوكية لمشاهدة القنوات الدينية - الوعي الديني - الاتجاه نحو القنوات الدينية)، وبالتالي فإن كل المتغيرات المذكورة لا تتأثر بمتغير النوع أو بمستوى التعليم وهذا يدل على أنه لا توجد فروق بين الإناث أو الذكور ولا بين المستويات التعليمية المختلفة في الاهتمام بأمور الدين والحرص على فهمه بشكل سليم.

### الدراسات الأجنبية وهي دراسات عنيت بالإشباع والاحتياجات :

- ١- أجرى كل "لايل" و"باركر" "Lyle" و "Parker" في عام ٢٠٠١ دراسة حول الإشباع التي يحققها المتلقون من مشاهدة التلفزيون ، وحاول الباحثان الكشف عن أوجه الارتباط والتفاعل بين مجموعة من العوامل والمتغيرات النفسية والاجتماعية المرتبطة بالمشاهدين ، وخلص الباحثان إلى أن التلفزيون يحقق مجموعة من الإشباع، هي: التسلية والترفيه، تقليد الكبار، معرفة المعلومات، الحصول على الأخبار(١٥).
- ٢- وقد أجرى "دافيسون" Davison عام ٢٠٠٢ دراسة حول الحاجات التي تشبعها برامج التلفزيون لدى عينة من الشباب. وقد تمثلت الحاجات فيما يلي:-  
الحاجة إلى المعرفة ، البهجة والسرور، الخروج من العزلة ، الاسترخاء ، النسيان ، قضاء الوقت (١٦).
- ٣- أ جرى كل من " Mcquail . Blumler .Brown. عدة دراسات حول الإشباع التي يحققها المشاهدون من وراء استخدامهم للتلفزيون ، وقد توصلوا إلى الإشباع التالية: الهروب من المشكلات وروتين الحياة اليومية، الصداقة، التكيف مع المجتمع، التكيف مع النفس، العلاقات العاطفية(١٧).
- ٤- من خلال الدراسة التي أجراها جرينبرج "Greenberg" استطاع أن يضع مقياساً يشتمل على إحدى وثلاثين عبارة، بهدف التعرف على دوافع التعرض للتلفزيون. وقد وضع جرينبرج أسئلة للتعرف على الخصائص الأولية للأطفال والمراهقين الذين يشاهدون التلفزيون في بريطانيا، والاتجاهات العدوانية لهم. وقد استخدم جرينبرج مقياس "ليكرت" "Lickert" لتحديد مدى الإشباع التي تحققها برامج التلفزيون من قبل هؤلاء(١٨).
- ٥- وقد أجرى كل من "جوزيف كونوي" "Conway, Joseph" و "روبين" "Rubin" دراسة اتهدفت التعرف على العوامل النفسية المختلفة المرتبطة بالإشباع التي يحققها الأفراد الذين يتعرضون للتلفزيون. كما أشارا إلى إمكانية استخدام هذه العوامل كمتغيرات نفسية تمكن الباحث من شرح وفهم دوافع المشاهدة. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الواقع تتمثل فيما يلي: التفاعل الاجتماعي، التغلب على القلق، الخروج من نطاق الإحساس بالفردية، الإنجاز(١٩).
- ٦- وقد أجرى "روبين" "Rubin" دراسة استطاع من خلالها أن يحدد العلاقة بين دوافع التعرض وأنماطه، وذلك بين مشاهدي التلفزيون من الشباب. وأشار إلى وجود تسعة دوافع تكمن وراء مشاهدة الشباب للتلفزيون، هي: الاسترخاء، الصداقة، التعود، تمضية الوقت، الترفيه، التفاعل الاجتماعي، الحصول على المعلومات، الهروب، وأخيراً الإثارة(٢٠).

### ٣- مشكلة الدراسة :

لقد أثبتت الدراسات العلمية المتعددة أن للقنوات الفضائية الدينية الإسلامية تأثيرات واضحة على جمهور المشاهدين ، ومع الزيادة الكبيرة في عدد القنوات الفضائية الدينية الإسلامية ، وتنوع المضامين المقدمة من خلالها ، وزيادة الإقبال الجماهيري على متابعتها ، كان طبيعياً أن يكون لها دور -لا يمكن إغفاله - في تكوين الوعي الديني لدى كثير من أفراد المجتمع بما فيهم أئمة وخطباء المساجد ، وقد أجريت العديد من الدراسات التي تناولت الاستخدامات والإشباع التي تحققها القنوات الفضائية العربية عامة والقنوات الدينية بصفة خاصة ، والدوافع المختلفة الكامنة وراء عملية التعرض من قبل الكثير من فئات المجتمع ، ولم تتعرض تلك الدراسات والبحوث - على حد علمي - في معظمها لاستخدامات أئمة وخطباء المساجد بالقاهرة الكبرى للقنوات الفضائية الدينية الإسلامية ، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات الدينية الإسلامية.

#### ويمكن تحديد مشكلة البحث في التعرف على :

( طبيعة استخدامات أئمة وخطباء المساجد في محافظة القاهرة للقنوات الفضائية الدينية الإسلامية كمصدر للمعلومات ، والإشباع التي يحققونها من وراء تعرضهم لبرامجها المختلفة ، والوقوف على دور القنوات الفضائية الدينية الإسلامية في إمدادهم بالمعلومات الدينية الإسلامية ، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للحصول على المعلومات الدينية الإسلامية ، وتأثيرات هذا الاعتماد).

### ٤- أهداف الدراسة :

تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

- ١- التعرف على أنماط مشاهدة القنوات الفضائية الدينية الإسلامية لدى أئمة وخطباء المساجد في القاهرة والجيزة .
- ٢- التعرف على الاستخدامات والإشباع التي يحققها الأئمة والخطباء نتيجة مشاهدتهم القنوات الفضائية الدينية الإسلامية.
- ٣- التعرف على مدى متابعة أئمة وخطباء المساجد في القاهرة والجيزة ، للقنوات الفضائية الدينية الإسلامية كمصدر للحصول على المعلومات الدينية.
- ٤- التعرف على مدى ثقة الأئمة والخطباء فيما تقدمه هذه القنوات من معلومات دينية .
- ٥- معرفة نوعيات البرامج التي يفضل الأئمة والخطباء مشاهدتها في هذه القنوات .
- ٦- التعرف على مظاهر الاستفادة المتحققة للأئمة والخطباء - في عينة الدراسة - من البرامج المقدمة من القنوات الدينية الإسلامية.

### ٥- تساؤلات الدراسة:

تحددت أهم تساؤلات الدراسة فيما يلي:

- ما مدى مشاهدة الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) للقنوات الفضائية الدينية؟
- ما أكثر القنوات الفضائية الدينية مشاهدة لدى الأئمة والخطباء (عينة الدراسة)؟
- ما أسباب مشاهدة الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) القنوات الفضائية الدينية؟
- ما أكثر القنوات التي يلجأ إليها الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) في حالة مواجهة مشكلة دينية؟

- ما مستويات اتجاه الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) نحو القنوات الفضائية الدينية؟
- ما مدى حرص الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) على متابعة القنوات الفضائية الدينية؟
- ما درجة الثقة التي تحظى بها القنوات الفضائية الدينية لدى الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) فيما يتعلق بالحصول على معلومات دينية منها بخصوص القضايا والموضوعات المختلفة؟
- ما أكثر المصادر التي تستضيفها القنوات الفضائية الدينية وتزيد من قبول الرسالة؟
- ما أكثر المضامين التي يرى الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) أنها تحظى بالاهتمام في القنوات الدينية؟
- ما مدى اعتماد الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) على القنوات الفضائية الدينية في الحصول على معلومات بشأن الموضوعات والقضايا الدينية؟
- ما درجة الثقة في اعتماد الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) على القنوات الفضائية الدينية في استقاء المعرفة والمعلومات الخاصة بالموضوعات الدينية؟
- ما تأثيرات اعتماد الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) على القنوات الفضائية الدينية؟
- ما مدى رضا الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) عن المعالجة التي تقدمها القنوات الفضائية الدينية للموضوعات والقضايا المختلفة؟
- ما أسباب رضا الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) عن المعالجة التي تقدمها القنوات الفضائية الدينية للقضايا والموضوعات المختلفة؟

## ٦- فروض الدراسة :

أولاً : بناء على مراجعة نتائج الدراسات السابقة، ومشكلة البحث، استطاع الباحث وضع وصياغة الفروض التالية:

١. توجد فروق دالة إحصائياً بين السن ومشاهدة القنوات الفضائية الدينية .
٢. توجد فروق دالة إحصائياً بين السن ومعدل المشاهدة للقنوات الفضائية الدينية.
٣. توجد فروق دالة إحصائياً بين السن وعدد أيام المشاهدة للقنوات الفضائية الدينية.
٤. توجد فروق دالة إحصائياً بين السن وأكثر الأيام مشاهدة للقنوات الفضائية الدينية.
٥. توجد فروق دالة إحصائياً بين السن ونوعية البرامج التي يشاهدها أئمة المساجد.
٦. توجد فروق دالة إحصائياً بين السن وترتيب الإشباع التي تحققها عملية مشاهدة الأئمة للقنوات الفضائية الدينية .
٧. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث السن في كل من :

- كثافة المشاهدة

- درجة الثقة في القنوات الدينية

- التأثيرات المعرفية لمشاهدة القنوات الفضائية الدينية
  - التأثيرات الوجدانية لمشاهدة القنوات الفضائية الدينية
  - التأثيرات السلوكية لمشاهدة القنوات الفضائية الدينية
  - الاتجاه نحو القنوات الفضائية الدينية
- ٨- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاعتماد على القنوات الفضائية الدينية وكل من:-
- مدى تغير الاتجاهات نحو قضايا معينة.
  - درجة الثقة في القنوات الفضائية الدينية.
  - التأثيرات المعرفية.
  - التأثيرات الوجدانية.
  - التأثيرات السلوكية.
  - الاتجاه نحو القنوات الفضائية الدينية.
  - مدى الرضا عن المعالجة التي تقدمها القنوات الفضائية الدينية.
- ٩- توجد علاقة بين درجة الثقة في القنوات الفضائية الدينية وكل من:-
- مدى تغير الاتجاهات نحو قضايا معينة.
  - التأثيرات المعرفية.
  - التأثيرات الوجدانية.
  - التأثيرات السلوكية.
  - الاتجاه نحو القنوات الفضائية الدينية.
  - مدى الرضا عن المعالجة التي تقدمها القنوات الفضائية الدينية.
- ١٠- توجد علاقة بين كثافة متابعة القنوات الفضائية الدينية وكل من:-
- الاعتماد على القنوات الفضائية الدينية
  - مدى تغير الاتجاهات نحو قضية معينة
  - التأثيرات المعرفية.
  - التأثيرات الوجدانية.
  - التأثيرات السلوكية.
  - الاتجاه نحو القنوات الفضائية الدينية
  - درجة الثقة في القنوات الدينية
  - مدى الرضا عن المعالجة التي تقدمها القنوات الفضائية الدينية



## ٧- نوع الدراسة ومنهجها:

### ١- نوع الدراسة:

– تنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية وهي الدراسات التي تحاول تحقيق هدف أساسي مؤداه رصد الواقع كما هو بالفعل ، أو بمعنى آخر فإن مهمة الدراسات الوصفية هي الإجابة عن تساؤل مؤداه ماذا يحدث وكيف يحدث ؟ ، وهما تساؤلان يهدفان إلى وصف الظاهرة كما تحدث في الواقع الفعلي لها، كذلك نجد هناك الدراسة الوصفية التي تحاول كشف العلاقات التي تحكم علاقة ظاهرة معينة بغيرها من الظواهر والعوامل والمؤثرات المختلفة المحيطة بها، كما أنها تتجه للوصف الكمي للظواهر المختلفة بالصورة التي هي عليها في المجتمع للتعرف على تركيبها وخصائصها.

لذا يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم الحقائق المتعلقة بالظاهرة أو المشكلة محل الدراسة ، ويهدف هذا البحث إلى التعرف على الاستخدامات والإشباعات التي يحققها الأئمة والخطباء في عينة الدراسة نتيجة مشاهدتهم القنوات الفضائية الدينية ، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات ، وقد اعتمد الباحث على منهج المسح بالعينة، حيث اختار (٣٠٠) إماماً وخطيباً من أئمة المساجد التابعين لوزارة الأوقاف في محافظتي القاهرة والجيزة .

### ٢- منهج الدراسة:

اتبعت الدراسة منهج المسح الذي يعد المنهج الأنسب لها، وفي إطاره اعتمد الباحث على منهج المسح بالعينة، حيث اختار (٣٠٠) إماماً وخطيباً من أئمة المساجد التابعين لوزارة الأوقاف في محافظتي القاهرة والجيزة ، ويهدف هذا البحث إلى التعرف على الاستخدامات والإشباعات التي يحققها الأئمة والخطباء في عينة الدراسة نتيجة مشاهدتهم القنوات الفضائية الدينية ، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات .

### ٨- عينة الدراسة:

أجريت هذه الدراسة على عينة من أئمة وخطباء المساجد بمحافظة القاهرة والجيزة (٣٠٠) مفردة خلال شهر أكتوبر ٢٠١١ وحتى ١٥ نوفمبر ٢٠١١، جاء توزيعها على النحو التالي:

المحافظة	ك	%
القاهرة	١٥٠	٥٠%
الجيزة	١٥٠	٥٠%
المجموع	٣٠٠	١٠٠%

### ٩- أداة جمع بيانات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان باعتبارها إحدى أدوات جمع البيانات في إطار منهج المسح لجمع بيانات الدراسة الميدانية، واتباع الباحث في جمع بيانات الاستبيان أسلوب المقابلة الشخصية مع المبحوثين ، حيث إنه أنسب الأساليب المتبعة في مثل هذه البحوث لما يوفره من فرصة للمبحوث في الاستفسار عما قد يغمض عليه من أسئلة ، كما يتيح هذا الأسلوب للباحث فرصة التأكد من أن إجابة المبحوث تتفق والمقصود من السؤال ، فضلاً عن مواجهة ما قد يطرأ من صعوبات أثناء التطبيق<sup>(٢١)</sup>.

وقد مرت صحيفة الاستبيان بالمراحل التالية:

– مراجعة مشكلة البحث ، والتأكد من وضوحها ، وسلامة عناصرها .

- مراجعة فروض البحث ، وتحديد الجوانب الرئيسية التي يجب أن تشتمل عليها صحيفة الاستبيان ، وتحديد العناصر الفرعية لكل جانب .
- تقسيم البيانات المطلوب جمعها إلى وحدات متتابعة تتابعاً منطقياً ، بحيث تغطي كل وحدة نقطة معينة في البحث ، وتحقق أهدافها ، ويؤدي جمع البيانات عنها إلى اختبار فرض من فروض البحث .
- إعداد صحيفة البحث في صورتها الأولية المبدئية ، وقد قام الباحث بعرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في أمور الدعوة الإسلامية ، وأسائذة وخبراء الإعلام ، وعلم الاجتماع الإسلامي .
- قام الباحث بعمل التعديلات اللازمة التي أشارت بها مجموعة المحكمين ، ثم قام الباحث بعرضها مرة ثانية على المحكمين في التخصصات السابقة ، حتى يستقر في ذهن الباحث أن الأداة صالحة تماماً ، وليست في حاجة إلى تعديل سواء بالإضافة أو الحذف .
- قام الباحث بعمل اختبار أولي pre-Test ، وذلك بهدف التعرف على مدى صلاحية الأداة للتطبيق الميداني ، ومدى قدرة الصحيفة على تحقيق أهداف البحث ، واختبار فروضه ، وقد قام الباحث بتطبيق الاختبار الأولي على عشرين إماماً وخطيباً من محافظتي القاهرة والجيزة - مكان البحث - وقد نتج عن الاختبار : استبعاد ثلاثة أسئلة لم يجب عنها معظم الأئمة لصعوبتها ، كما قام الباحث بتعديل بعض الأسئلة ، سواء بالتقديم أو التأخير ، كما الباحث بصياغة الأسئلة باللغة العربية الفصحى ، وبعد كل هذه التعديلات التي أجريت على صحيفة الاستبيان ، أصبحت الأداة قابلة للتطبيق الميداني .
- تضمنت صحيفة الاستبيان مجموعة من الأسئلة ، تم توزيعها على المتغيرات المختلفة ، التي يقوم الباحث بدراساتها ، متمثلة في: مشاهدة القنوات الفضائية الدينية ، معدلات المشاهدة ، الأيام ، وعدد الأيام التي يشاهد فيها الأئمة القنوات الفضائية الدينية ، المشاركة في المشاهدة ، البرامج ونوعيتها ، الإشباع التي تحققها مشاهدة البرامج التليفزيونية للأئمة ، ثم الإشباعات المختلفة التي تحققها لهم كل نوعية من البرامج على حدة ، مدى اعتماد الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) على القنوات الفضائية الدينية في الحصول على معلومات بشأن الموضوعات والقضايا الدينية ، تأثيرات اعتماد الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) على القنوات الفضائية الدينية ، مدى رضا الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) عن المعالجة التي تقدمها القنوات الفضائية للموضوعات والقضايا المختلفة ، أسباب رضا الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) عن المعالجة التي تقدمها القنوات الفضائية الدينية للقضايا والموضوعات المختلفة .

## ١٠ - اختبار الصدق والثبات :

### (١) اختبار الصدق:

تم إجراء اختبار الصدق لصحيفة الاستبيان على أساس درجة الاتساق في إجابات الأسئلة المرتبطة والتي شملتها الصحيفة. وقد قام الباحث بحساب نسبة الصدق على أساس نسبة الأسئلة متطابقة الإجابة إلى نسبة الأسئلة المرتبطة. وقد حققت الصحيفة نسبة عالية من الصدق، تراوحت ما بين ١٠٠% لعدد قدره

٢٤٥ صحيفة بنسبة ٨١.٦٦%، وعدد قدره ٥٥ صحيفة بنسبة ١٨.٣٣%. وبالتالي لم يستبعد الباحث أياً من الاستثمارات البالغ عددها ٣٠٠ استثماراً.

## (٢) اختبار الثبات:

اعتمد الباحث في إجراء اختبار الثبات على تطبيق صحيفة الاستقصاء على عينة من الأئمة، ثم إعادة تطبيقها عليهم مرة أخرى بعد مرور أسبوعين، Test – pre – Test. ثم قام الباحث بحساب نسبة الاتفاق بين الإجابات في التطبيقين وقد بلغت نسبة الثبات ٩١%، مما يشير إلى صلاحية الأداة للتطبيق.

## ١١- المعالجة الإحصائية المستخدمة:

- ١- تم استخراج النتائج ومعالجة البيانات المختلفة باستخدام الحزم الإحصائية (Spss)، وتم على الحاسب الآلي حساب :
- ٢- معامل ارتباط بيرسون.
- ٣- معامل ألفا كروم باخ.
- ٤- تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way Anova).
- ٥- اختبار ت (T- Retest).
- ٦- معامل الارتباط لسبيرمان.

اختبار كا<sup>٢</sup> (مربع كاي) (Chi- Square)، لاختبار وجود علاقة بين متغيرين

## ثانياً : الإطار النظري للدراسة ويشتمل على :

- ١- القنوات الفضائية في إطار العولمة
- ٢- واقع القنوات الفضائية الدينية المتخصصة
- ٣- من أجل إعلام ديني فضائي فاعل
- ٤- النظريات العلمية المفسرة للدراسة ( نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام – نظرية الاستخدامات والإشباع )

## ١- القنوات الفضائية العربية في إطار العولمة

إن انتشار وتعدد القنوات الفضائية سمة مميزة من سمات هذا العصر الذي أطلق عليه عصر العولمة ، وفي الوقت الذي يعد فيه الإعلام الفضائي مظهراً من مظاهر هذه العولمة فهو أيضاً أداة من الأدوات الفعالة في تشكيل ملامح هذه العولمة والترويج لمنتجاتها الفكرية منها والمادية ، فلقد غيرت رياح العولمة وتقنيات الأقمار الصناعية وانتشار الإنترنت و البث الفضائي وجه الإعلام فلم يعد مقبولاً الآن التشبث بالأساليب والوسائل والمعطيات العتيقة التي كان يسير عليها الإعلام من قبل ، ويرى بعض الباحثين بأنه إذا لم يتغير الإعلام من تلقاء نفسه فسيفرض عليه التغيير ، أو يصبح خارج العصر ( ٢٢ ) .

لقد أحال الإعلام الفضائي (العالمي) بقنواته - المتعددة واختياراته اللامحدودة - المشهد الإعلامي اليوم إلى ما يشبه (السوبر ماركت) - على حد تعبير أحد الصحفيين - حيث يتجول المستهلك الإعلامي في محل كبير مترامي الأطراف ، ومتعدد الأجنحة وما يكاد يلتفت إلى مادة حتى تشد انتباهه مادة أخرى ، فقد كان المستهلك الإعلامي حتى عهد قريب جدا حكرا لمحطة تليفزيونية حكومية واحدة ، أو محطتين أو ثلاث ، أما الآن فالجمهور أمام فيض رهيب من القنوات تتوالد وتتكاثر كل يوم .

أما على المستوى العربي فإن ظاهرة الإعلام الفضائي هي أيضا ظاهرة بارزة وطاغية وقد بدأت أول قناة فضائية في ديسمبر ١٩٩٠م عندما أطلقت مصر أول قناة تليفزيونية رسمية على أقمار الجيل الأول من عربسات ، ثم انطلقت في سبتمبر ١٩٩١م أول قناة فضائية خاصة وغير رسمية وهي قناة مركز تليفزيون الشرق الأوسط MBC من لندن ، ثم توالى إطلاق القنوات الرسمية والخاصة حتى بلغت في آخر إحصائية تم نشرها مؤخرا ١٤٠ قناة فضائية عربية تتوزعها ٢٠ هيئة إذاعية وتليفزيونية حكومية ، و ٢٧ هيئة خاصة تملكها وتديرها رؤوس أموال عربية ، ومن بين هذه القنوات ٥٩ قناة مشفرة في مقابل ٧٨ قناة مفتوحة للجمهور العام ، كما أن هناك ٦٥ قناة متخصصة في مقابل ٧٥ قناة عامة ومتنوعة ، وهذه القنوات المتكاثرة تستقطب أعدادا متزايدة من جمهور المشاهدين من داخل الدول العربية وخارجها وفي المهاجر الأوربية والأمريكية والاسترالية على نحو خاص (٢٣) .

إن ظاهرة القنوات الفضائية العربية التي بدأت قبل عقد من الزمان تحتاج الآن إلى وقفة تأمل وتحليل وتقويم ، فلقد تطلع المشاهدون العرب عندما بدأ بث هذه القنوات إلى أن تحقق لهم أمالا عريضة ، فقد كانوا يطمحون إلى أن تكسر هذه القنوات احتكار الحكومات والأنظمة للإعلام المرئي والمسموع والمطبوع ، وتطلقه من إرسار التوجه الدعائي الرسمي الذي كان يهيمن على الإعلام العربي ، وكانوا يتطلعون إلى أن توفر هذه الفضائيات البدائل الإعلامية الراقية لهم في ظل التآرجح بين ذلك الإعلام الرسمي الدعائي والإعلام الأجنبي الموجه للمنطقة العربية و الذي قد ينظر إليه البعض بأنه لا يعبر عن هويتهم ، والبعيد عن همومهم وآمالهم ، وكانوا يأملون أن تسهم الفضائيات العربية في إيجاد مناخ فكري وسياسي واجتماعي جديد يتسم بقدر معتبر من الحرية والانفتاح ، والتعبير الصادق عن الآراء المتعددة ، وإشاعة روح الحوار البناء والتسامح الحقيقي ، فماذا حدث في الواقع العملي ؟ هل نجحت القنوات الفضائية الدينية وغير الدينية في تحقيق تلك الطموحات أم أنها فشلت حتى في ملامستها والاقتراب منها ؟ وهل زرعت هذه الفضائيات بذور الأمل في نفوس الجماهير أم زادتهم إحباطا ، ودفعت بهم إلى أن يطالبوا بإغلاق تلك القنوات - باعتبارها بوقا من أبوق النظم السياسية الجديدة ، ولا تلتزم بالمعايير الأخلاقية للممارسة المهنية - ، و تصحيح مسارها وإصلاح أوضاعها ؟ أسئلة بالغة الأهمية تبحث عن إجابات علمية وعملية بعد مرور الوقت الكافي على ظهور هذه القنوات ، ويمكن القول بأن مجتمعاتنا العربية بحاجة ماسة لإعلام فضائي هادف من عدة وجوه منها (٢٤) :

١ - أن القنوات الفضائية التليفزيونية أصبحت اليوم وسيلة إعلامية رئيسة في حياة الشعوب ، فمشاهدوها بالملايين وهم في ازدياد مطرد ، وسوقها يشهد ازدهارا لا مثيل له .

٢ - أن التليفزيون كوسيلة إعلامية يملك عناصر عديدة للجذب والاستقطاب مما يجعله أحد أخطر الوسائل الإعلامية تأثيرا في مجتمعاتنا .

٣ - أن النجاح النسبي الذي تحقق لبعض القنوات الفضائية العربية ذات الطبيعة الجادة يدل على أن لمثل هذه القنوات موقعا مرغوبا في اهتمامات المشاهدين ، فضلا عن ذلك كله فإن النظرة الموضوعية لطبيعة مجتمعاتنا العربية وواقعها تدل على أن هذه المجتمعات محافظة وهي لذلك لا تنتظر لوسائل الإعلام باعتبارها وسائل للترفيه فحسب ، بل تطمح أن تؤدي هذه الوسائل أدوارا أخرى ذات طبيعة تثقيفية وتعليمية وتربوية ، ومن جهة أخرى يتطلب واقعنا العربي الذي تنتشر فيه الأمية بكافة أشكالها ،

والذي يعاني أمراضا حضارية قاتلة استثمار هذه الأدوات الإلكترونية البالغة التأثير في توسيع دوائر التعلم ، وزيادة فرص التنقيف والتنوير الاجتماعي والسياسي من خلال صناعة إعلامية راقية المضمون ، وراقية المهنية في آن واحد ، ولا ينبغي التسليم بالمقولة الرائجة أن التلفزيون وسيلة ترفيهية وتسويقية بطبيعته ، فأصحاب هذه المقولة صاروا يدركون الآن عدم صحتها بهذا الإطلاق (٢٥).

### ١- واقع القنوات الفضائية الدينية الإسلامية المتخصصة

لقد أصبحت الفضائيات الدينية الإسلامية المتخصصة قوة إعلامية لها من السلطة والتأثير في عقول المشاهدين القسط الأكبر والنصيب الأوفر انطلاقا من عملية التنشئة الاجتماعية للمجتمع المصري الذي يحتل الدين فيه مساحة كبيرة من عقول واتجاهات الجماهير على اختلاف مستوياتها العمرية والثقافية والاجتماعية وانتماءاتها الأيديولوجية ، وهذه القنوات تقدم نفسها باعتبارها منبرا من منابر الدعوة الإسلامية ، وتصف رسالتها بأنها رسالة الإسلام السمح الحنيف ، ولكن وراء هذا الهدف ربما تكمن خلافات وملاحظات علمية على أداء هذه القنوات وخصوصيات يتفرد بها جزء منها دون سواه (٢٦).  
وتعد قناة اقرأ الفضائية هي- على حد علمنا - أول قناة دينية أسسها رجل الأعمال السعودي الشيخ صالح كامل منذ ١٩٩٨ ، وتقدم القناة نفسها ، على أنها القناة التي تلتزم بأداب الإسلام ، وتنسجم مع تقاليد الأسرة العربية ، وتعمل على ترسيخ مقومات الهوية الإسلامية ، ودعم أهداف رسالتها الحضارية ، وإبلاغ رسالة الإسلام السمحة إلى العالم أجمع ، وهي تسعى إلى تجاوز الأسلوب الوعظي المباشر ، وتجمع في برامجها بين الدين والحياة ، والعلم المفيد ، والترفيه المباح في قوالب مبتكرة ومشوقة ، وتبث برامجها على سبعة أعمار صناعية ، وكل هذه العوامل مكنت القناة - كما يثبت ذلك المشرفون عليها - من نسب مشاهدة عالية على المستوى العربي ، بالإضافة إلى ريادتها في أوروبا وأمريكا وآسيا وأستراليا ، فلقد سجل المشهد الإعلامي الفضائي الديني تطورا عدديا ملحوظا لهذه القنوات كما يوضحه الجدول التالي (١):

السنة	عدد القنوات الفضائية الدينية
٢٠٠٩	٤٣
٢٠١٠	٤٨
٢٠١١	٩٦

ولعل أهم ما نلاحظه في الجدول السابق هو الففرة العددية والتنوع لهذه القنوات بين عامي ٢٠١٠ و٢٠١٢ حيث تضاعف عدد هذه الفضائيات الدينية ليصل إلى ٩٦ قناة ، ويمكن القول بأن هذا التطور يتواكب مع الحراك المجتمعي في المنطقة العربية أو ما يسمى بثورات الربيع العربي ،

(٥) مجلة الإذاعات العربية - مجلة فصلية تصدر عن اتحاد الإذاعات العربية - العدد ٢ ، ٢٠١١ ، التقارير السنوية حول وضع البث الفضائي في المنطقة العربية وخارجها .

لقد ساهم صعود التيارات الإسلامية في العقود الثلاثة الماضية في الاهتمام بالجانب الإعلامي سواء في نشر الدعوة الإسلامية، أو في مواجهة تيارات دينية أخرى، أو لنشر وشيوع الأنشطة والعمليات المسماة إعلامياً بالجهادية التي تقع في أرجاء متفرقة من العالم الإسلامي ( أفغانستان والباكستان واليمن والشيشان والصومال وغيرها ) ، كما كان للتحويلات التي حدثت في داخل التيارات الإسلامية دور مهم في توسيع الاهتمام بالقنوات الفضائية الدينية ، فلقد أصبحت التيارات الإسلامية أكثر وعياً وإدراكاً لأهمية وسائل الاتصال والإعلام في العصر الحديث سواء في التواصل فيما بينهم ، أو في التواصل مع بقية دول العالم ، أو في تقديم وتحسين صورتهم عقب أحداث الحادي عشر من سبتمبر ، ويعد تنظيم القاعدة في أفغانستان وحزب الله في لبنان من أولى الجماعات والتيارات الإسلامية التي وظفت القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية لتحقيق أهدافها ، وخدمة تصوراتها ، كما أولت الحركة السلفية في مصر وتونس اهتماماً بالغاً عقب الثورة بالشؤون السياسية والإعلامية بعد أن كانت تنظر إليه على أنها عمل قد يخالف أحكام الدين الإسلامي ، فلجأ السلفيون مثل غيرهم إلى الفضائيات ووظفوها لخدمة توجهاتهم السياسية والدينية في المجتمع المصري ، كما ساهمت القوى الخارجية والأوضاع السياسية السائدة في لبنان وسوريا وإيران والعراق والبحرين ، وغيرها من الدول العربية إلى تأجيج البعد المذهبي بين السنة والشيعية من جهة والتيارات السلفية والصوفية وغيرها ، وتعد الولايات المتحدة الأمريكية من العناصر المباشرة والدافع المحرك الرئيس لعملية التحريض الإعلامي والسياسي والمذهبي داخل الأقطار العربية ، فقد استخدمت منذ احتلالها للعراق مصطلحات مذهبية في توصيف الأحداث ، وعمليات القتل والدمار والسلب والنهب اليومي على أنه اقتتال مذهبي واحتراب طائفي بين السنة والشيعية والعرب وغير العرب بعيداً عن أن يكون الاحتلال سبباً مباشراً وعنصراً فاعلاً في تصاعد وتيرة العنف وسقوط الضحايا وعمليات التعذيب في أبو غريب وغيرها ، هكذا تحدث الدبلوماسيون الأمريكيون عن ( الحكومات العربية السنية المعتدلة ) في مواجهة ( حكام سوريا ، وإيران ، وحزب الله ، وحركة حماس ) وعن المقاومة السنية لمواجهة الهلال الشيعي ، وقد كان للفضائيات العربية والغربية دوراً كبيراً في الترويج لهذه التصورات والمقولات ( ٢٧ ) .

لقد لعبت العوامل السابقة من حيث التأثير أدواراً متفاوتة في تأسيس والتوسع في الفضائيات الدينية ، ووفقاً للإحصائيات سببه الرسمية فإن القنوات الفضائية الدينية التي يتم بثها على النايل سات والأقمار الأخرى والتي يمكن مشاهدتها في المنطقة العربية يبلغ ٩٦ قناة وفق آخر إحصائية لعام ٢٠١١ ، هذه القنوات تتمثل في التالي ( ٢٨ ) :

عدد القنوات الدينية	القمر الصناعي	التوجه الديني
٣٠	النايل سات	سنية

شيعية	النائل سات	٣
صوفية	النائل سات	٤
شيعية	جلف سات	٥
سنية	أتلانتيك	١٦
شيعية	أتلانتيك	١٥
قاديانية	أتلانتيك	٢
شيعية	نورسات	١٢
سنية	نورسات	١١
المجموع		٩٦

ويرى الخبراء أن القنوات الدينية تختلف عن بعضها بطبيعة الحال ، لكن هذا الاختلاف لا يقتصر على المضمون الديني فحسب ، بل يتعداه إلى الشكل وإلى مستوى الخطاب ، وصولاً إلى كفاءة العاملين والإعلاميين في هذه القنوات ، فبعضها يلتزم أصول المهنية الإعلامية ، ومنهم من لايهتم بتلك الأصول والشروط المهنية ، ومن الملاحظ أن القنوات الدينية الإسلامية جعلت من بعض علماء الدين ( نجومًا ) تارة بسبب استضافتهم بشكل يومي أو أسبوعي ثابت على هذه الفضائيات ، وطورا بسبب تصديهم لأحداث الثورة المصرية من منظور ديني سواء دعما للثورة ، أو هجوما على الأنظمة والتيارات المعادية ، أو للتحريض على فعل أو تدعيم عمل أو اتجاه معين ، وهذا متغير جديد في الواقع الإعلامي والسياسي العربي عقب ثورات الربيع العربي حيث كانت التيارات السياسية هي التي تتصدى للعمل بالسياسة أو الدعوة للخروج على الأنظمة ، لكن عقب الثورة تحول الأمر إلى التيارات الدينية على اختلاف توجهاتها مستخدمة قنوات فضائية للترويج لأيديولوجيتها ونشر أفكارها ، كما أدت ظهور القنوات الفضائية الدينية إلى إثارة جدل واسع في أوساط المتلقين والباحثين الإعلاميين والاجتماعيين من خلال ما تقدمه من مواد وبرامج متفاوتة القيمة والتأثير ، ومختلفة التوجهات والغايات ، ولكن يمكن القول بأن هذه القنوات لها مجموعة من المميزات سواء على المستوى الإعلامي أو المجتمعي يمكن سردها فيما يلي ( ٢٩ ) :

#### ١- الحفاظ على الذاتية الثقافية للمجتمع

لا يمكن إنكار أهمية القنوات الدينية الإسلامية في سغيتها لترسيخ المقومات الدينية والحضارية المنبثقة من الدين الإسلامي لدى المشاهدين خاصة في أوساط الشباب والمرأة اللذان يجنحان دائما للتمرد على ثقافتهم التقليدية وعاداتهم المجتمعية ، كما عملت هذه القنوات على مواجهة عملية الاستلاب الفكري والغزو الثقافي الموجه للدول العربية والإسلامية ، حيث فعلت العولمة الثقافية فعلها فانطمست - نسبيا - بعض القيم والتقاليد الحياتية العربية والإسلامية ، وحلت محلها قيما وتقاليد وافدة ، كذلك حافظت هذه القنوات على اللغة العربية ، وفي هذا الإطار يمكن أن نعتبر عنصر اللغة العربية في الخطاب الديني الفضائي مُهمًا في الحفاظ على خصوصيتنا الثقافية ، فمقدّموا هذه البرامج عموما يتكلمون العربية الفصحى دون استعمال لهجاتهم ، وهو ما يُعدّ أمرا إيجابيا في تيسير التواصل بهذه اللغة العريقة الحية مع المتعلمين وغير المتعلمين من مختلف الأعمار والأجيال ، وهو ما يدحض الادّعاء بأن اللغة العربية عصية على الفهم ، لا مجتمعية حياتية .

## ٢- توفير الجوّ الروحي وتيسير التثقيف الديني

تساهم بعض الفضائيات الدينية الإسلامية في تقديم المعلومات الدينية الصحيحة من خلال متخصصين متمرسين ، ويجد المشاهدون راحة في السؤال عن جزئيات في العقيدة أو الفقه والمعاملات لعلمهم لا يجدونها مثلا في المساجد أو لجان الفتوى أو المؤسسات الدينية ، ثم إن بعضهم لا يتيسر له أن يتصل بالشيوخ من خارج منزله فيكون تواصله عبر الشاشة مع هؤلاء الدعاة متيسرا أكثر، سواء أكان ذلك هاتفيا ، أو عبر البريد الإلكتروني ، أو الرسائل القصيرة ، وتكون هذه البرامج عادة أكثر دقة ومسؤولية من مواقع الانترنت التي يُلاحظ فيها كثير من التداخل والتطفل والتساهل في استقاء المعلومة ونشرها ، كما تكتسب القنوات الدينية قيمتها الإعلامية من خلال دورها الروحي خاصة في أوقات ومواسم معلومة ، فهي تبتث القرآن الكريم ، والأحاديث النبوية ، وأذان الصلاة ، وخطبة الجمعة ، وصلاة التراويح وموسم الحج مما يشعر معه المشاهد بالسكينة والطمأنينة .

## ٣- المنافسة الإيجابية وتقديم البديل الأصح

هذا ما نراهن عليه الفضائيات الدينية ، فهُم يقولون إن الفضاء الرقمي غزته القنوات التجارية الربحية التي تستهدف الجانب المادي، وتصل أحيانا إلى الابتزاز والكذب والخداع والتضليل للمشاهدين من خلال الإعلانات الكاذبة المضلّة التي تنتفي معها ( الأمانة الإعلامية ) ، ويكون المشاهد ضحية لتغولها الانتهازي ، كما يذهبون إلى تعدد القنوات الترفيهية التي تعرض مواد إعلامية تؤثر سلبيا على سلوك الناشئة والمراهقين ، وهي في نظرهم تُشيع الميوعة والتفكك في المجتمع ، والانحلال الخلقي ، من أجل هذا كله تسعى القنوات الفضائية الدينية الإسلامية لأن تكون البديل الأفضل في نشر القيم الفاضلة والأخلاق الحسنة ، وتُرشد إلى السلوك الإسلامي القويم ، ولعلّ إغراق الرقميات بقنوات دينية متعددة لجهات بعينها ، دون فوارق تذكر، مقصود من ورائه الحدّ من انتشار القنوات المعترية خطرا على الفكر والأخلاق ( ٣٠ ) .

## ٤- نشر ثقافة الاعتدال والفكر المستنير

من الواضح أن عددا لا يُستهان به من الفضائيات الدينية الإسلامية تعمل على ترسيخ الثقافة الإسلامية المعتدلة التي تنبذ التشدد والعنف، وتتأى عن الانغلاق والتعصب لتحقيق أهداف الدعوة الإسلامية الصحيحة مثل قنوات : أزهرى ، وإقرأ ، والمجد ، والرسالة ، والرحمة وغيرها من القنوات التي تنادي وتنتشر وسطية الإسلام .

## ٥- تثبيت الخصوصيات الثقافية

تعمل بعض القنوات على تدعيم تنوع مميزات التراث الديني الإسلامي في مختلف جهات العالم العربي الإسلامي ، فمما هو معلوم أن الحضارة الإسلامية اتسمت بتعدد العقائد والمذاهب والعادات والتقاليد التي انسجمت مع الثوابت وكانت من تجليات الاجتهاد والاستنباط ، وقد حافظ كل شعب على موروته الثقافي ، إيمانا منهم بأن الاختلاف الذي يراعي مقتضيات الزمان والمكان ، وتبدل الأعراف والأحوال هو من سنن الله في الكون .

## ٢- من أجل إعلام ديني فضائي فاعل :

إنه لا غنى للمهتمين بقطاع الإعلام الفضائي الديني والعاملين فيه عن تكثيف اللقاءات التشاورية العملية قصد إرساء خطة عمل مشتركة ، تصاغ فيها الآليات والطرق الكفيلة بالارتقاء بمستوى البرامج الدينية في هذه القنوات ، وتحسين أدائها ، وتدارك النقائص الملحوظة ، ولا يتحقق ذلك فعليا إلا من خلال تكثيف دورات التدريب للقائمين فيه ، والتكوين العلمي الصحيح لمنتجي هذا الصنف من المواد الإعلامية ، وذلك لضمان جودة أوفر تصون الخطاب الديني المعاصر بعيدا عن الانزلاقات الفكرية ، و ضعف المضامين ، وتجنب العزلة عن واقع الأحداث المجتمعية ، وتهيئ له شكلا فنيا لانقا يستثمر تقنيات



الصورة والصوت المتطورة ، ويفيد من تكنولوجيات الاتصال المبتكرة . وقد بات اليوم - من المتأكد - السعي إلى مزيد من العمل الدؤوب لتفعيل دور الفضائيات الدينية بجميع أصنافها ، ودعم إمكاناتها التقنية وكفاءتها البشرية حتى تكون قادرة على تأمين خطاب مستنير متّزن كفيل بحماية الشباب من نزعات التعصب ، وتحميهم من أخطار الذوبان والانكفاء على الذات ، وتعليمه النقد والحوار البناء وقبول الرأي الآخر ، وعانته على التعامل الرشيد مع متطلبات العصر ، وترسيخ أخلاقيات الإسلام في سلوكه فيكون متشبعاً وملتزماً بقيم التسامح والتضامن واحترام الرأي الآخر، وتتجلى في فكره وسلوكه وسطية الدين الحنيف ، وحسن توفيقه بين الماديات والروحانيات ، بما يحقق الاعتدال والتوازن في غير غلو ولا تطرف ( ٣١ ) .

من جهة أخرى نرى أن الفضائيات الدينية مدعوة إلى مزيد الاجتهاد والتطوير لدحض بعض الأفكار الغربية المغلوطة عن الإسلام بتقديم صورته الصحيحة المشرقة ، عبر خطة عمل جديدة تتجاوز الخطاب الوعظي التقليدي إلى إنشاء شركات إنتاج تلفزيوني وسينمائي تُعنى بالتعريف بالإسلام ونشر مبادئه ، وعرض صور من تاريخه ، وجهود علمائه ومفكره في إثراء الفكر الإنساني ، وفي ترسيخ مبادئ السماحة والسلم ، والتقارب بين الشعوب ، والحوار بين الثقافات والحضارات والأديان ، وذلك من خلال أفلام وثائقية ، وأعمال درامية ، وبرامج للمرأة والأطفال ، وأشكال فنية راقية في المسرح والموسيقى والرسم وغيرها .

إن الفضائيات الدينية تكتسب أهمية عالية ، ولا يمنحها إقبال المشاهدين خيار التساهل فيما تقدّم، بقدر ما يحملها مسؤولية ثقافية ثقيلة تستدعي منها وعياً تاماً بخطورة المادة الدينية وبفاعلية أدوارها ، من تزكية الروح وطلب ثواب الآخرة ، إلى دفع مسيرة النماء المجتمعي ومواكبة متغيرات الواقع ومسايرة مقتضيات التطور السريع لحركة الحياة وما بعدها ، مع النفاذ إلى صميم الثقافة الدينية وروحها الحيّة ، وفي احترام لضوابط العقل وثوابت الدين وسنن الكون .

ومن الفئات التي تؤدي دوراً بارزاً في المجتمع المصري أئمة وخطباء المساجد فهم يغدون قادة رأي في المجتمع المصري ، فضلاً عما يقومون من أدوار دعوية وتنشيطية في المجتمع باعتبارهم يحملون لواء الدعوة إلى الله ، ويعملون على نشر وبث القيم والأخلاق الفاضلة المستمدة من كتاب الله وسنة النبي صلى الله عليه وسلم ، ويؤثر الأئمة والخطباء في المجتمع من خلال الخطب والدروس اليومية ، وإمامتهم لجماهير المصلين في المساجد ، ودورهم في حل مشكلات المجتمع والإجابة على تساؤلات واستفسارات المسلمين سواء الدينية والحياتية ، كما أنهم يتأثرون بما تقدمه القنوات الفضائية التليفزيونية العربية من برامج ومواد متنوعة وبالتالي فإن استخدامهم للقنوات الفضائية العربية وتعرضهم لبرامجها يجعلهم يختلفون عن الفئات الأخرى وبقية أفراد المجتمع حيث إنهم يهدفون من جراء مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية تحقيق بعض الإشباعات ويعتمدون عليها كمصدر للمعلومات الدينية .

### ٣- النظريات العلمية المفسرة للدراسة ( نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

#### – نظرية الاستخدامات والإشباعات )

#### ١- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency

تقوم أصول هذه النظرية على فكرة أن النظم الاقتصادية والسياسية في المجتمعات تعتمد على وسائل الإعلام لتحقيق روابط اتصالية مع أفراد المجتمع، ولذلك توصف العلاقة التي تربط بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع (بالاعتماد المتبادل Interdependence ) ، فالجمهور العادي يزداد اعتماداً أفراداً على وسائل الإعلام كمصدر رئيسي في الحصول على المعلومات إضافة للمصادر الأخرى ، وتقوم

فرضية هذا النموذج الأساسية على " أن الاتصال الجماهيري يتضمن علاقات معقدة بين عدد كبير من المتغيرات المتفاعلة مع بعضها ، والتي يمكن تحديدها ببساطة في ثلاثة مصطلحات هي : وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع ، وتقوم النظم الإعلامية بعديد من الخدمات لنقل المعلومات ، وكلما زاد عدد وكثافة هذه الخدمات زاد الاعتماد الجماهيري عليها، وخاصة في فترات عدم الاستقرار والتغير المجتمعي، ونظراً لاختلاف الجمهور في أهدافهم يختلفون أيضاً في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام لتحقيق هذه الأهداف ).

ويمكن حصر هذه الأهداف - رغم اختلافها - في ثلاثة أبعاد رئيسية هي:-

١- **الفهم** : والذي يشمل الحاجة لفهم الفرد لذاته ، ومساعدة الفرد في الكشف عن قدراته ، والفهم الاجتماعي الذي يشير ( لمعرفة أشياء عن عالم الفرد المحيط والمجتمع والثقافات الأخرى ).

٢- **التوجه** : يعني تصرف الفرد بطريقة تتفق والمعايير الاجتماعية ويشمل: التوجه الخاص بالفعل، والتوجه الخاص بالتفاعل وهو ( ما يتضمن سلوك الفرد نحو الآخرين وإلى الإطار المجتمعي ) .

٣- **التسلية**: وتتم بشكل فردي أو جماعي ، وتشتمل المتعة والاسترخاء والاستثارة.

وينتج عن الاعتماد على المعلومات المستمدة من الوسيلة الإعلامية مجموعة من التأثيرات هي :

#### تأثيرات معرفية :

- ١- **إزالة الغموض**: لأن الناس تنقصها المعلومات الكافية لفهم الحدث ومعرفة تفسيراته.
- ٢- **تشكيل الاتجاه** : نحو القضايا والموضوعات التي لم يتكون لها اتجاه محدد.
- ٣- **وضع الأجندة** : من خلال تصنيف الموضوعات وترتيب أولويات القضايا المثارة.
- ٤- **اتساع المعتقدات والأفكار** : نتيجة معرفة معلومات عن أشخاص وأماكن جديدة عبر وسائل الإعلام.
- ٥- **القيم** : فالوسيلة لها دور في توضيح وترسيخ القيم ، وتغيير المعتقدات التي تعجل بحدوث الصراع القيمي بين الجماهير.

#### تأثيرات وجدانية:

وتشمل مشاعر الأفراد بمعنى ما يحبه أو يكرهه الأفراد ، فالوسيلة تؤثر في استجابات الجمهور العاطفية مثل : الشعور العاطفي ، والخوف والقلق ، ومشاعر الاغتراب.

#### تأثيرات سلوكية:

تشمل السلوك المعلن من خلال التنشيط ، والذي يتمثل في الشعور بالرغبة في القيام بسلوك مؤيد للقيم الاجتماعية ، والتنشيط وهو تجنب القيام بالفعل أو السلوك ( ٣٢ ).

وتسعى الدراسة إلى اختبار فروض نظرية الاعتماد لفهم طبيعة دور القنوات الفضائية الدينية لدى أئمة وخطباء المساجد ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات .

### نظرية الاستخدامات والإشباع :

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع للتعرف على الدوافع التي يحققها الأئمة والخطباء بالمساجد من وراء تعرضهم للقنوات الفضائية الدينية ، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات ، وعلى الرغم من أن القنوات الفضائية الدينية وسائل اتصال جماهيرية شأنها شأن باقي وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى ، وعلى الرغم من تفوقها وتربعها على عرش تلك الوسائل إلا أنها برزت في الآونة الأخيرة كظاهرة جديدة غير مسبوقه في تاريخ تطور وسائل الاتصال ، إذ تفردت بسمات وخواص جديدة غير تقليدية تميزت بها على باقي الوسائل الاتصال الأخرى والتي يمكن حصرها في التطورات التقنية العالية فائقة الجودة ذات الانتشار السريع ، والتنافس الشديد المحموم في استقطاب افراد الجمهور من المشاهدين ، وجذب أنظارهم ولفت انتباههم من خلال تقديم العديد من الرسائل المتنوعة التي ترضي كافة أذواق المشاهدين لبرامجها ، وتلبي مختلف الرغبات ، وترضي كل الميول ، وتتفق مع جميع الاتجاهات ، مما ترتب عليه ظهور بيئة تليفزيونية جديدة ساهمت في تكوين و بروز مفاهيم جديدة للحاجات والدوافع والإشباع ، وأنماط التعرض والاستخدام غير التقليدية ، ويؤكد أحد القائمين على هذه القنوات أن تعدد هذه الوسائل وتنوع رسائلها ومضامينها أمر يفرضه تنوع حاجات ودوافع ورغبات وأذواق وميول المشاهدين ، وبالتالي فإن حاجات ودوافع الجمهور هي التي تملي على القائمين على أمر هذه القنوات اتباع هذا النهج من خلال تقديم الكم الوافر من الرسائل والمواد المختلفة والمتنوعة التي تتلاءم مع تنوع واختلاف أذواق الجماهير ومستوياتهم الثقافية والاجتماعية ( ٣٣ ) .

ولقد اختلف العلماء حول مفهوم الحاجات والدوافع وطبيعتها ، وتباينت نظرياتهم وآراءهم حولها مع تباين نظرتهم للإنسان وطبيعته ، وأنماط سلوكه شديدة التعقيد والغموض والتداخل والاختلاف والتباين ، ورغم وفرة الدراسات التي تطرقت لمفهوم الحاجات والدوافع إلا أنه ليس من السهل أن نجد تعريفا محددًا في علم النفس المعاصر ، ويمكن تعريف الحاجة بأنها (حالة من النقص والعوز والافتقار أو الاضطراب الجسدي والنفسي ، إن لم تلق إشباعا أثارت لدى الفرد نوعا من التوتر والاضطراب والضيق لا يلبث أن يزول ويختفي متى تم إشباع الحاجة أي متى زال النقص والاضطراب ، واستعاد الفرد توازنه واستقراره ( ٣٤ ) ، والحاجة هي (حالة توتر أو عدم اتزان ترتبط بالشعور بالعوز أو الاحتياج لشيء ما ، ويتطلب نوعا من النشاط أو الرغبة في أداء عمل معين يؤدي إلى إشباع الحاجة كما أنها : (القوة الدافعة والمحرك الأساسي لكل عمل أو سلوك يقوم به الفرد ، تظل تضغط عليه وتستثير سلوكه وتوجهه نحو هدف معين يتم من خلاله تحقيق الإشباع) ( ٣٥ ) .

ومما تجدر الإشارة إليه أنه عندما نتناول مفهوم الحاجات والدوافع لآبد من التعرف على ذلك الإطار الذي تعمل من خلاله الحاجات والدوافع ، وذلك الوعاء الذي تتفاعل بداخله ، وتتحدد أنماطها وهو الشخصية ، والشخصية تتضمن كل شيء يتصل بحاجات الفرد ودوافعه ، وهي ذلك التنظيم الذي يشتمل على جميع أنماط الحاجات والدوافع الجزئية والمتباينة المتصلة بسلوك الفرد ( ٣٦ ) .

وتشير نتائج بعض الدراسات التي تناولت الحاجات والدوافع المرتبطة باستخدام وسائل الاتصال إلى أن هناك علاقة بين نوع الحاجات والدوافع وبعض المتغيرات الديموغرافية كالتعليم والعمر ، فعلى سبيل المثال وجد كل من كاتز وجرفيتش وهاس أن لدى الأفراد ذو المستويات التعليمية العالية احتياجات أكثر وذات أهمية أكبر من الأفراد ذوي المستويات الأقل ، كما أن الأفراد الأقل عمرا لديهم احتياجات ترتبط بالأشياء الفنية الجمالية والخبرات العاطفية أكثر من الأفراد الأكبر سنا ( ٣٧ ) .

**ثالثا : نتائج الدراسة الميدانية وتشتمل على :**

١- نتائج الإجابة على تساؤلات الدراسة

٢- نتائج اختبار فروض الدراسة

١- نتائج الإجابة على تساؤلات الدراسة

١- مدى مشاهدة الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) للقنوات الفضائية الدينية

جدول رقم (١)

كثافة مشاهدة القنوات الدينية

درجة مشاهدة القنوات الدينية	ك	%
منخفض	٢٢	٧.٣٣ %
متوسط	١٢٣	٤١ %
مرتفع	١٥٥	٥١.٦٦ %
المجموع	٣٠٠	١٠٠ %

يتضح من الجدول السابق أن مشاهدة الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) للقنوات الدينية قد جاء مرتفعا بنسبة ٥١.٦٦% في المقدمة، يليها المشاهدة بشكل متوسط بنسبة ٤١% فالمشاهدة بشكل منخفض بنسبة ٧.٣٣% .

ويمكن تفسير تلك النتيجة في ضوء تعدد مصادر المعلومات المتاحة عبر القنوات الفضائية العامة والمتخصصة ، ووفرة المعلومات بشبكة الإنترنت ، وغيرها من المصادر مما قد يؤثر سلبا على عملية المشاهدة لدى الأئمة والخطباء .

٢- أكثر القنوات الدينية مشاهدة لدى الأئمة والخطباء (عينة الدراسة)

جدول رقم (٢)

القنوات الدينية الأكثر مشاهدة	ك	%
الناس	١٨٨	١٣.٢٤ %

الحافظ		ظ
١٢.٢٦	١٧٤	الرسالة
٨.١٠	١١٥	اقرأ
٨.٠	١١٤	الرحمة
٧.٧٥	١١٠	الحكمة
٧.١٨	١٠٢	السعودية للسنة
٦.٠	٨٦	رسالة الإسلام
٩.٨٦	١٤٠	المجد
١١.٠	١٥٦	العفاسي
٥.٥٦	٧٩	أزهري
٢.٨١	٤٠	السعودية للقرآن
٧.١٨	١٠٢	أخرى
٠.٩١	١٣	المجموع
%١٠٠	١٤١٩	

جاءت قناة الناس كأكثر القنوات التي يشاهدها الأئمة والخطباء بنسبة ١٣.٢٤%، يليها قناة الحافظ بنسبة ١٢.٢٦% فقناة المجد بنسبة ١١% ثم قناة رسالة الإسلام بنسبة ٩.٨٦% فالرسالة بنسبة ٨.١٠%، ثم اقرأ بنسبة ٨%، ثم باقي القنوات الدينية بنسب أقل مثل قنوات الرحمة والحكمة والسعودية للسنة والسعودية للقرآن الكريم ثم العفاسي وأزهري وأخرى بنسب مثلث ٧.٧٥%، و ٧.١٨% و ٦.٠% و ٥.٥٦% و ٢.٨١% و ٠.٩١% على التوالي .

ويلاحظ أن قناتي الناس والحافظ قد جاءتا كأكثر القنوات الدينية مشاهدة بين الأئمة والخطباء وقد يرجع ذلك لكونهما من أكثر القنوات الدينية المتخصصة التي اكتسبت شعبية، وإثارة للجدل في أوساط المتقنين من خلال ما تقدمه من موضوعات .

### ٣- أسباب مشاهدة الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) القنوات الفضائية الدينية

جدول رقم (٣)

أسباب مشاهدة القنوات الدينية	ك	%
الجرأة في تناول القضايا والموضوعات الدينية	٩٦	٨.٦٦
تقديم وجهات نظر متعددة	٧٧	٧.١٧
الأسلوب المشوق والجذاب	٦٩	٦.٤٣
استضافة العلماء والمتخصصين المتميزين في الشريعة والحديث	١٠٤	٩.٦٩
المصداقية	٨٨	٨.٢٠
السماح بمشاركة الجمهور	٥٥	٥.١٢
تنوع برامجها بما يلائم احتياجات المشاهد	٥٢	٤.٨٤
تعدد القضايا والموضوعات المتناولة	٦٨	٦.٣٣
تقديم فتاوى عصرية	٤٣	٤.٠
تتناول القضايا بأسلوب غير متشدد	٤٢	٣.٩١
تصحح لدي بعض المفاهيم الدينية الخاطئة	٤٨	٤.٤٧

٧.٣٦	٧٩	تزودني بالمعلومات الهادفة
٢.٩٨	٣٢	تقدم حلولاً لبعض المشكلات الحياتية
٥.٥٩	٦٠	تفيد في تطوير أدائي لعملي العلمي والمهني
١١.٥٥	١٢٤	رفع مستوى ثقافتي الدينية والشرعية
%١٠٠	١٠٧٣	المجموع

تعددت أسباب مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية ، وقد جاء رفع مستوى ثقافتي الدينية والشرعية في المقدمة بنسبة ١١.٥٥% ، يليها استضافة العلماء والمتخصصين المتميزين في الشريعة والحديث بنسبة ٩.٦٩% ، ثم الجرأة في تناول القضايا والموضوعات الدينية بنسبة ٨.٦٦% ، و المصداقية بنسبة ٨.٢٠% ، يليها لأنها تزودني بالمعلومات الهادفة بنسبة ٧.٣٦% ، ثم لكونها تتميز بالتشويق والجاذبية بنسبة ٦.٤٣% ، ثم لتميز هذه القنوات في معالجتها لموضوعات وقضايا متعددة بنسبة ٦.٣٣% ، ولكونها تفتقد في تطوير أدائي لعملي العلمي والمهني بنسبة ٥.٥٩% ، وللإسماح بالمشاركة الجماهيرية بنسبة ٥.١٢% ، ثم تنوع برامجها بما يلائم احتياجات المشاهد بنسبة ٤.٨٤% ، يليها لأنها تصحح لدي بعض المفاهيم الدينية الخاطئة بنسبة ٤.٤٧% ، ثم لأنها تتميز بتقديم فتاوى عصرية بنسبة ٤.٠% ، كما تتناول القضايا بأسلوب غير متشدد بنسبة ٣.٩١% ، وأخيراً جاء تقدم حلولاً لبعض المشكلات الحياتية بنسبة ٢.٩٨% كإحدى أسباب مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية .

وذلك قد يرجع إلى النمطية التي تنتهجها أغلب القنوات الدينية الخاصة في عرض وتقديم الموضوعات والقضايا الدينية دون الاتجاه إلى ابتكار أشكال برامجية جديدة ، أو حتى استخدام التكنولوجيا الحديثة في شرح وتفسير تلك الموضوعات للجمهور ، ودون اجتهاد في تطوير الخطاب الديني .

٤- أكثر القنوات التي يفضل الأئمة والخطباء اللجوء إليها (عينة الدراسة) في حالة مواجهة مشكلة دينية

#### جدول رقم (٤)

%	ك	أكثر القنوات الدينية مشاهدة
١٦.١٥	١٧٤	الناس
١١.٦٩	١٢٦	الحافظ
١٠.٦٧	١١٥	الرسالة
٩.٠	٩٧	اقرأ
١٠.٩٥	١١٨	الرحمة
٧.٢٤	٧٨	الحكمة
٧.٨٩	٨٦	السعودية للسنة
٣.٩٩	٤٣	رسالة الإسلام
٩.٢٦	١٠٣	المجد
٢.٢٢	٢٤	العفاسي
٦.٢٢	٦٧	أزهري
٣.٠٦	٣٣	السعودية للقرآن
١.٢٠	١٣	أخرى
%١٠٠	١٠٧٧	المجموع

من الجدول السابق يتضح أن الأئمة والخطباء يفضلون الالتجاء لقناة (الناس) عند حدوث مشكلة دينية بنسبة ٢٢.٦% ، يليها قناة الحافظ بنسبة ١١.٦٩% ، ثم قناة الرحمة بنسبة ١٠.٩٥% ، يليها قناة الرسالة بنسبة ١٠.٦٧% ، وقناة المجد بنسبة ٩.٢٦% ، ثم قناة اقرأ بنسبة ٩.٠% ، يليها قناة السعودية للسنة بنسبة ٧.٨٩% ، ثم قناة الحكمة بنسبة ٧.٢٤% ، ثم قناة أزهر بنسبة ٦.٢٢% ، يليها قناة السعودية للقرآن بنسبة ٣.٠٦% ، وأخيراً قناة العفاسي كإقل القنوات التي يعتمد عليها الأئمة والخطباء في حالة مواجهة أي مشكلة دينية بنسبة ٢.٢٢%.

ويمكن تفسير اختيار الجمهور لقنوات : الناس ، والحافظ ، والرسالة ، والاعتماد عليهم بدرجة كبيرة في مواجهة أي مشكلة دينية ، في ضوء تنوع المضمون المقدم من هذه القنوات ، وثقة الأئمة والخطباء فيما تقدمه هذه القنوات من معلومات شرعية ، واعتماد هذه القنوات على علماء من خارج المؤسسات الدينية الرسمية ، الأمر الذي يفرض على الأزهر وجامعته دراسة هذه الظاهرة .

#### ٥- مستويات اتجاه الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) نحو القنوات الفضائية الدينية

##### جدول رقم (٥)

مستويات اتجاه الأئمة والخطباء نحو القنوات الدينية	ك	%
إيجابي	١٧٩	٥٩.٦٦
محايد	١٠٧	٣٥.٦٧
سلبي	١٤	٤.٦٦
المجموع	٣٠٠	١٠٠%

جاءت الاتجاهات الإيجابية للأئمة والخطباء نحو القنوات الدينية بنسبة كبيرة في المقدمة مثلت ٥٩.٦٦% ، يليها الاتجاهات المحايدة بنسبة ٣٥.٦٧% ، وأخيراً السلبية بنسبة ٤.٦٦% فقط ، والنتيجة تؤكد عموماً على قدرة تلك القنوات الدينية على التأثير في الأئمة والخطباء بما تملكه من رصيد إيجابي لدى الكثيرين.

#### ٦- مدى حرص الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) على متابعة القنوات الفضائية الدينية

##### جدول رقم (٦)

درجة الحرص على مشاهدة القنوات الفضائية الدينية	ك	%
نادراً	٢٣	٧.٦٦
أحياناً	٦٧	٢٢.٣٣
دائماً	٢١٠	٧٠.٠
المجموع	٣٠٠	١٠٠%

من الجدول السابق يتضح أن :

١- أن نسبة ٧٠.٠% من المبحوثين من الأئمة والخطباء يحرصون بصفة دائمة على مشاهدة القنوات الفضائية الدينية

٢- فيما جاء اتجاه أحيانا بنسبة ٢٢.٣٣% ،

٣- وأخيراً نادراً بنسبة ٧.٦٦% ، وبذلك يلاحظ حرص الأئمة والخطباء على مشاهدة المضمون الديني المقدم من القنوات الدينية.

٧- درجة الثقة التي تحظى بها القنوات الفضائية الدينية لدى الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) فيما يتعلق بالحصول على معلومات دينية منها بخصوص القضايا والموضوعات المختلفة .

#### جدول رقم (٧)

درجة الثقة في القنوات الدينية	ك	%
منخفض	١١	٣.٦٦
متوسط	٧٦	٢٥.٣٣
مرتفع	٢١٣	٧١.٠
المجموع	٣٠٠	١٠٠

من الجدول السابق يتضح أن : نسبة ٧١.٠% من الأئمة والخطباء تثق فيما تقدمه القنوات الفضائية الدينية بدرجة كبيرة ، بينما تثق نسبة ٢٥.٣٣% من الأئمة والخطباء فيما تقدمه القنوات الفضائية الدينية بدرجة متوسطة ، بينما انخفضت نسبة الأئمة والخطباء اللذين لا يثقون في القنوات الفضائية الدينية بنسبة ٣.٦٦% .

٨- أكثر المصادر التي تستضيفها القنوات الفضائية الدينية وتزيد من قبول الرسالة لدى الأئمة والخطباء

#### جدول رقم (٨)

المصادر	ك	%
أساتذة جامعات	١٥٦	٢٣.٤٥
علماء مشهورون	١٩٧	٢٩.٦٢
دعاة وأئمة مساجد	٢١٠	٣١.٥٧
مفكرون ومتفقون	٣٥	٥.٢٦
علماء المؤسسات الدينية الرسمية	٦٧	١٠.٠٧
المجموع	٦٦٥	١٠٠%

تتنوع المصادر التي يعتمد عليها الأئمة والخطباء في استقاء المعلومات الدينية من القنوات الدينية ، فقد جاء الدعاة وأئمة المساجد في مقدمة المصادر التي يستقي منها الأئمة والخطباء معلوماتهم الدينية أما مصدر العلماء المشهورين فقد جاؤا بالمرتبة الثانية بنسبة ٢٩.٦٢% ، ثم أساتذة الجامعات بنسبة ٢٣.٤٥% ، ثم علماء المؤسسات الرسمية ( الأزهر - الأوقاف - الإفتاء ) فجاؤا في المرتبة قبل الأخيرة بنسبة ١٠.٠٧% ، وأخير احتل مصدر المفكرون والمتفقون المرتبة الأخيرة بنسبة ٥.٢٦% ، وقد يرجع ذلك لكونهم غير متخصصين في علوم الدين والشريعة .

والنتيجة رغم إبرازها لحقيقة مفادها أن تلك القنوات هي قنوات تحظى بثقة غالبية لدى الأئمة والخطباء إلا أنها من جانب آخر، فهي قد تمثل خطراً يهدد المجتمع لكون ما يقدم في تلك القنوات من



أفكار ومضامين لا يخضع لمراجعة وتقييم مؤسسات دينية كبرى مثل (الأزهر الشريف)، بما يسمح بالتالي بانتشار أفكار قد تكون متشددة أحيانا .

### ٩- أكثر المضامين التي يرى الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) أنها تحظى بالاهتمام في القنوات الدينية

#### جدول رقم (٩)

أكثر المضامين التي تحظى باهتمام في القنوات الدينية	ك	%
العبادات	١١٤	٧.٠٣
المعاملات والأخلاق	١١٠	٦.٧٨
السير الذاتية للشخصيات والرموز الإسلامية	١٠٩	٦.٧٢
العقيدة	١١٧	٧.٢١
الفتاوى	١٢٣	٧.٥٨
السيرة النبوية	١٤٥	٨.٩٤
الحديث النبوي الشريف	١٦٧	١٠.٣٠
القرآن الكريم وعلومه	٢١٠	١٢.٩٥
التاريخ الإسلامي والحضارة الإسلامية	٨٧	٥.٣٦
الأحداث الجارية في المجتمع	٩٨	٦.٠٤
محاربة البدع والخرافات	١١٢	٦.٩٠
البرامج الاجتماعية والأسرية	١٣٥	٨.٣٢
البرامج الخدمية والتعليمية	٩٤	٥.٧٩
المجموع	١٦٢١	%١٠٠

جاء القرآن الكريم وعلومه في مقدمة المضامين التي تحظى باهتمام الأئمة والخطباء في القنوات الدينية ، ثم الحديث النبوي وعلومه ، ثم السيرة النبوية ، ثم البرامج الاجتماعية والسلوكية ، ثم الفتاوى وبرامج الفقه ، ثم العقيدة ، ثم العبادات ، ومحاربة البدع والخرافات ، والمعاملات والأخلاق ، السير الذاتية للشخصيات والرموز الإسلامية ، ثم الأحداث الجارية في المجتمع ، والبرامج الخدمية والتعليمية ، وأخيرا التاريخ والحضارة الإسلامية ، ويرى الباحث بأن الموضوعات والمضامين التي حظيت باهتمام من قبل الأئمة والخطباء تتناسب مع دورهم ومكانتهم في المجتمع .

### ١٠- مدى اعتماد الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) على القنوات الفضائية الدينية في الحصول على معلومات بشأن الموضوعات والقضايا الدينية

#### جدول رقم (١٠)

درجة الاعتماد على القنوات الفضائية الدينية في الحصول على معلومات بشأن الموضوعات والقضايا الدينية	ك	%
--	---	---

٤.٠	١٢	اعتمد عليها بدرجة محدودة
٤١.٠	١٢٣	اعتمد عليها بدرجة متوسطة
٥٥.٠	١٦٥	اعتمد عليها بدرجة كبيرة
١٠٠	٣٠٠	المجموع

يوضح الجدول السابق أن الأئمة والخطباء يعتمدون على القنوات الدينية كمصدر للمعلومات الدينية بنسبة كبيرة بلغت ٥٥.٠% ، كما أن نسبة ٤١.٠% منهم يعتمدون على القنوات الدينية بدرجة متوسطة ، بينما نسبة ٤.٠% فقط ترى أنها لا تعتمد على القنوات الدينية كمصدر للمعلومات والموضوعات الدينية ، وهذه النتيجة توضح لنا الدور الذي تؤديه هذه القنوات وأهميتها بالنسبة للأئمة والخطباء .

### ١١- درجة الثقة في اعتماد الأئمة والخطباء (عينه الدراسة) على القنوات الفضائية الدينية في استقاء المعرفة والمعلومات الخاصة بالموضوعات الدينية

#### جدول رقم (١٢)

الوزن النسبي	الوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الثقة القنوات الدينية
		%	ك	%	ك	%	ك	
٨٢.٠٠٠٠	٢.٤٦٦٧	١٥.٣%	٤٦	٢٢.٧%	٦٨	٦٢%	١٨٦	الجرأة والعمق في معالجة القضايا المختلفة من الناحية الدينية
٨١.٧٠٠٠	٢.٤٥٣٣	٥.٣%	١٦	٤٤%	١٣٢	٥٠%	١٥٢	مصدر موثوق فيه لمعرفة معلومات مرتبطة بالدين لها موقع على الإنترنت
٦٨.٠٠٠٠	٢.٠٤٦٧	٢٠%	٦٠	٥٥.٣%	١٦٦	٢٤.٧%	٧٤	لها إيقاع سريع وتعامل عصري مع القضايا المختلفة
٧٨.٣٠٠٠	٢.٣٥٣٣	١٨%	٥٤	٢٨.٧%	٨٦	٥٣.٣%	١٦٠	لها إيقاع سريع وتعامل عصري مع القضايا المختلفة
٩٠.٠٠٠٠	٢.٧٠٠٠	٦.٧%	٢٠	١٦.٧%	٥٠	٧٦.٧%	٢٣٠	الاستفادة من تجارب الآخرين من خلال تلقي أسئلة الجمهور والرد عليها
٨٠.٧٠٠٠	٢.٤٢٦٧	١٢.٧%	٣٨	٣٢%	٩٦	٥٥.٣%	١٦٦	تستضيف عدد كبير من المشايخ على اختلاف التوجهات المذهبية والفكرية
٨٦.٧٠٠٠	٢.٦٠٦٧	٣.٣%	١٠	٣٢.٧%	٩٨	٦٤%	١٩٢	تساهم في حل المشكلات التي تواجه أنواع عديدة من الجمهور
٨٩.٠٠٠٠	٢.٦٧٣٣	٢.٧%	٨	٢٧.٣%	٨٢	٧٠%	٢١٠	الموضوعات تشمل العقائد والعبادات والمعاملات وغيرها

من الجدول السابق يتضح مايلي :

١- جاءت الاستفادة من تجارب الآخرين من خلال تلقي أسئلة الجمهور والرد عليها كأكثر العبارات التي وافق عليها الأئمة والخطباء كسبب للاعتماد على القنوات الفضائية الدينية في استقاء المعرفة والمعلومات الخاصة بالموضوعات الدينية وذلك بمتوسط حسابي مثل ٢.٧٠٠٠ ، ويفسر ذلك في ضوء قيام الفضائيات بتوفير وسائل متعددة بداخل برامجها للتواصل مع جمهورها .

٢- جاءت بعد ذلك الموضوعات التي تشمل العقائد والعبادات والمعاملات بمتوسط حسابي ٢.٦٧٣٣

٣- ثم عبارة ( تساهم في حل المشكلات التي تواجه أنواع عديدة من الجمهور ) بمتوسط حسابي ٢.٦٠٦٧ ، وجاءت عبارة لها موقع على الإنترنت كأقل العبارات التي وافق عليها الأئمة والخطباء بمتوسط حسابي ٢.٠٤٦٧ ، وهكذا يتضح اعتماد الأئمة والخطباء على القنوات الدينية في استقاء المعلومات الدينية بدلاً من استخدام الوسائل الإعلامية المساعدة.

## ١٢-تأثيرات اعتماد الأئمة والخطباء ( عينة الدراسة ) على القنوات الفضائية الدينية جدول رقم (١٣)

التأثيرات	درجة الثقة		موافق		محايد		معارض		الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
تزودني بالمعلومات الدينية	٢٣٤	%٧٨	٥٤	%١٨	١٢	%٤	١٢	%٤	٩١.٣٠٠٠
تغيير من اتجاهاتي نحو بعض القضايا	١٣٨	%٤٦	١٢٠	%٤٠	٤٢	%١٤	٤٢	%١٤	٧٧.٣٠٠٠
تجعلني أكثر رغبة في مشاهدة هذه القنوات	١٣٦	%٤٥.٣	١٥٠	%٥٠	١٤	%٤.٧	١٤	%٤.٧	٨٠.٠٠٠٠
زيادة الوعي بمجريات الأمور الدينية	٢٠٢	%٦٧.٣	٨٠	%٢٦.٧	١٨	%٦	١٨	%٦	٨٧.٣٠٠٠
تمدني بمعلومات تساعدني في مناقشتي مع الآخرين	١٨٨	%٦٢.٣	١٠٤	%٣٤.٧	٨	%٢.٧	٨	%٢.٧	٨٦.٧٠٠٠
تقلل من شعوري بالملل	١٠٢	%٣٤	١٤٤	%٤٨	٥٤	%١٨	٥٤	%١٨	٧٢.٠٠٠٠
ترفع من مستواي العلمي والخطابي	١٩٠	%٦٣.٣	١٠٢	%٣٤	٨	%٢.٧	٨	%٢.٧	٨٦.٧٠٠٠
تزيد مشاعري السلبية نحو بعض مشكلات الحياة	١٥٤	%٥١.٣	١٢٠	%٤٠	٢٦	%٨.٧	٢٦	%٨.٧	٧٣.٣٠٠٠
تزيد مشاعري الإيجابية نحو مجتمعي	١٤٠	%٤٦.٧	١٤٤	%٤٨	١٦	%٥.٣	١٦	%٥.٣	٨٠.٣٠٠٠
تجعلني أشعر بالغضب نحو بعض الأوضاع في المجتمع	٩٢	%٣٠.٧	١٥٦	%٥٢	٥٢	%١٧.٣	٥٢	%١٧.٣	٧١.٠٠٠٠
تكون لدى مشاعر سلبية نحو من لا يدينون بديني أو مذهبي غيرت من سلوكياتي السلبية	٣٢	%١٠.٧	٩٤	%٣١.٣	١٧٤	%٥٨	١٧٤	%٥٨	٥٠.٧٠٠٠
أصبحت أكثر قدرة على اتخاذ قرارات صائبة	١٥٦	%٥٢	١٣٢٢	%٤٤	١٢	%٤	١٢	%٤	٨٢.٧٠٠٠
أصبحت أكثر قبولاً لمن هم على غير ديني أو مذهبي	١٢٠	%٤٠	١٧٢	%٥٧.٣	٨	%٢.٧	٨	%٢.٧	٧٩.٠٠٠٠
تعلمت منها احترام الرأي والرأي الآخر	٢٠٦	%٦٨.٧	٨٦	%٢٨.٧	٨	%٢.٧	٨	%٢.٧	٨٨.٧٠٠٠
أصبحت أكثر قبولاً لمن هم على غير ديني أو مذهبي	١٢٢	%٤٠.٧	١٦٤	%٥٤.٧	١٤	%٤.٧	١٤	%٤.٧	٧٨.٧٠٠٠
أصبحت أكثر تسامحاً	٧٦	%٢٥.٢	١٠٤	%٣٤.٧	١٢٠	%٤٠	١٢٠	%٤٠	٦١.٧٠٠٠
تثير لدي الرغبة في المشاركة في البرامج لإبداء رأبي حول مواقف متشابهة	١٠٢	%٣٤	١٦٢	%٥٤	٣٦	%١٢	٣٦	%١٢	٧٤.٠٠٠٠

عند سؤال الأئمة والخطباء عن تأثيرات الاعتماد على القنوات الفضائية الدينية اتضح مايلي :

- ١- جاءت عبارة تزودني بالمعلومات الدينية كأكثر العبارات التي وافق عليها الأئمة والخطباء وذلك بمتوسط حسابي ٢.٧٤٠٠ أي تلك التأثيرات المعرفية المرتبطة باكتساب المعرفة والمعلومات ،
- ٢- يليها عبارة تعلمت منها احترام الرأي والرأي الآخر بمتوسط حسابي ٢.٦٦٠٠
- ٣- فزيادة الوعي بمجريات الأمور الدينية بمتوسط حسابي مثل ٢.٦١٣٣ ،

- ٤- فعبارة "تثير لدي شعور الاهتمام بالجوانب الدينية في قضايا الحياة" بمتوسط حسابي ٨٦.٧٠٠٠ ،
- ٥- وقد جاءت عبارة تكون لدي مشاعر طيبة نحو من لا يدينون بديني أو مذهبي " كأقل عبارة موافقة من الأئمة والخطباء ، حيث جاءت بمتوسط حسابي ١٠٥٢٦٧ .
- وتفسر هذه النتائج إيجابية معظم القنوات الدينية المشاهدة (محل الدراسة) من الأئمة والخطباء في البعد عن تناول الموضوعات أو القضايا التي تحدث نوع من الشقاق بين المسلمين.
- ١٣- ما مدى رضا الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) عن المعالجة التي تقدمها القنوات الفضائية الدينية للموضوعات والقضايا المختلفة .

#### جدول رقم (١٤)

التكرارات والنسب	ك	%
مدى الرضا عن المعالجة	٥٠	١٦.٦٦
غير راض على الإطلاق	٧٠	٢٣.٣٣
راض إلى حد ما	١٨٠	٦٠.٠
راض تماما	٣٠٠	%١٠٠
المجموع		

ترى نسبة ٦٠% من الأئمة والخطباء الدراسة أنها راضية تماما عن المعالجة للموضوعات والقضايا المختلفة التي تقدمها القنوات الفضائية الدينية ، بينما تشير نسبة ٢٣.٣٣% من الأئمة والخطباء أنها راضية إلى حد ما عن معالجة القنوات للموضوعات والقضايا المختلفة ، بينما نسبة ١٦.٦٦% من المبحوثين يرون أنهم غير راضين على الإطلاق عن المعالجة للموضوعات والقضايا المختلفة التي تقدمها القنوات الفضائية الدينية .

وهذه النتيجة توضح إقبال الأئمة والخطباء على مشاهدة القنوات الدينية وما تقدمه من موضوعات وقضايا إسلامية متنوعة .

#### ١٤- أسباب رضا الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) عن المعالجة التي تقدمها القنوات الفضائية الدينية للقضايا والموضوعات المختلفة

أسباب الرضا عن معالجة القنوات الدينية للقضايا والموضوعات المختلفة	ك	%
تلبي احتياجاتي الدينية والمهنية	١٨٩	٤٧.٢٥
تقدم برامجها بلغة سهلة وبسيطة ومفهومة	٩٨	٢٤.٥
تتفاعل مع واقع الحياة	٥٥	١٣.٧٥
ترفع الثقافة الدينية والوعي لدى أفراد المجتمع	٦٧	١٦.٧٥

المجموع	٤٠٠	%١٠٠
---------	-----	------

### جدول رقم (١٥)

تعددت أسباب رضا الأئمة والخطباء عن معالجة القنوات الدينية للقضايا والموضوعات المختلفة، ومن أهمها : أنها تلبي احتياجاتي الدينية والمهنية وذلك بنسبة ٤٧.٢٥ % ، ثم أنها تقدم برامجها بلغة سهلة وبسيطة ومفهومة بنسبة ٢٤.٥ % ، كما أنها ترفع الثقافة الدينية والوعي لدى أفراد المجتمع بنسبة ١٦.٧٥ % ، وأخيراً تتفاعل مع واقع الحياة بنسبة ١٣.٧٥ % ، وبذلك فقد جمعت القنوات الدينية بين أمور الدين والدنيا بأسلوب يسهل على المتلقي استيعابه .

### ٢- نتائج اختبار الفروض :

يحاول الباحث في هذا الجزء التحقق من صحة أو خطأ الفروض التي قام بطرحها، وذلك على النحو التالي:

١- توجد فروق دالة إحصائية بين السن ومشاهدة الأئمة والخطباء ( عينة الدراسة ) للقنوات الدينية :

### جدول رقم (١٦)

#### العلاقة بين السن والحرص على مشاهدة القنوات الفضائية الدينية

اتجاه الحرص	السن		من ٤٠-٢٥		من ٥٠-٤٠		من ٦٠-٥٠		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	١١٤	٥٤.٢٨	٥٥	٢٦.١٩	٤١	١٩.٥٢	٢١٠	٧٠.٠		
أحياناً	١٥	٢٢.٣٨	٣٥	٥٢.٢٣	١٧	٢٥.٣٧	٦٧	٢٢.٣٣		
نادراً	١٢	٥٢.١٧	٣	١٣.٠٤	٨	٣٤.٧٨	٢٣	٧.٦٦		
المجموع	١٤١	١٠٠	٩٣	١٠٠	٦٦	١٠٠	٣٠٠	١٠٠		

٢٨ = ٣٩٢ ، ٤ = درجة الحرية ، ٢٤٩ = مستوى المعنوية = ٠.٢٤٩

يلاحظ من الجدول السابق أ:

١- أن هناك إقبالاً من أئمة وخطباء المساجد في القاهرة والجيزة على مشاهدة القنوات الدينية ، حيث بلغت نسبة من يشاهدونه ٩٠ %، موزعة ما بين: مشاهدة دائمة بنسبة ٦١.٥ % ومشاهدة "أحياناً" بنسبة ٢٨.٥ %، كما يوضح الجدول أيضاً :

٢- أنه توجد علاقة ارتباطية بين أعمار الأئمة والخطباء المختلفة ومدى حرصهم على مشاهدة القنوات الفضائية الدينية (مستوى المعنوية = ٠.٢٤٩ ، ٢٨ = ٣٩٢). فالأئمة والخطباء في الفئة العمرية من ٤٠-٢٥ عاماً يشاهدون القنوات الفضائية الدينية دائماً بنسبة ٥٤.٢٨ %، فيما يشاهد الأئمة والخطباء في الفئة العمرية من ٥٠-٤٠ عاماً القنوات الفضائية الدينية دائماً بنسبة ٢٦.١٩ % ، والفئة العمرية من ٦٠-٥٠ يشاهدونها دائماً بنسبة ١٩.٥٢ % ، أما المشاهدة أحياناً فقد جاءت الفئة العمرية من ٥٠-٤٠ عاماً في المرتبة الأولى بنسبة ٥٢.٢٣ % ، يليها الفئة العمرية من ٦٠-٥٠ في المرتبة الثانية بنسبة ٢٥.٣٧ % ، وأخيراً الفئة العمرية من ٤٠-٢٥ بنسبة ٢٢.٣٨ % ، أما المشاهدة نادراً فقد جاءت الفئة العمرية ٤٠-٢٥ في المرتبة الأولى ، يليها الفئة العمرية من ٦٠-٥٠ بنسبة ٣٤.٧٨ % ، وأخيراً الفئة العمرية من ٥٠-٤٠ عاماً ، ومن ثم فلا توجد اختلافات كبيرة بين الفئات العمرية المختلفة في حرصهم على مشاهدة القنوات الدينية .

## ٢- توجد فروق دالة إحصائياً بين السن ومعدل مشاهدة الأئمة والخطباء ( عينة الدراسة ) للقنوات الدينية :

يقصد بمعدل المشاهدة الفترة الزمنية التي يقضيها الإمام في مشاهدة القنوات الدينية يومياً ،

### جدول رقم (١٧)

#### يوزع عينة الدراسة حسب السن ومعدل المشاهدة

السن		من ٤٠-٢٥		من ٥٠-٤٠		من ٦٠-٥٠		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١٠	٨.٩٢	٧	٧.٦٠	١٦	١٦.٦٦	٣٣	١١.٠	١٠	٨.٩٢
٦٠	٥٣.٥٧	٣٧	٤٠.٢١	٤٥	٤٦.٨٧	١٤٢	٤٧.٣٣	٦٠	٥٣.٥٧
٢٩	٢٥.٨٩	٣٤	٣٦.٩٥	٢٠	٢٠.٨٣	٨٣	٢٧.٦٦	٢٩	٢٥.٨٩
١٣	١١.٦٠	١٤	١٥.٢١	١٥	١٥.٦٢	٤٢	١٤.٠	١٣	١١.٦٠
١١٢	١٠٠.٠٠	٩٢	١٠٠.٠٠	٩٦	١٠٠.٠٠	٣٠٠	١٠٠.٠٠	١١٢	١٠٠.٠٠

تشير نتائج الجدول إلى :

- ١- أن نسبة ٤٧.٣٣ % من العينة يشاهدون القنوات الدينية من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات .
- ٢- بينما تشاهد نسبة ٢٧.٦٦ % منهم القنوات الدينية أكثر من ثلاث ساعات يومياً .
- ٣- ونسبة ١٤.٠ % يشاهدون حسب الظروف ،
- ٤- ومشاهدة أقل من ساعة بنسبة ١١.٠ % .
- ٥- ولقياس مدى وجود فوارق إحصائية بين متغير السن ومعدلات المشاهدة قام الباحث بحساب قيمة كا التي بلغت ٢٤.١٩ ، بينما كانت قيمة كا الجدولية عند درجة حرية - ٣ - ٧.٨١ . وبما أن قيمة كا المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية نقبل الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين السن ومعدل المشاهدة. بمعنى ليس هناك تماثلاً أو تشابهاً بين فئتي سن الأئمة فيما يتعلق بمعدلات مشاهدة القنوات الدينية ، فالفئة العمرية (٢٥ - ٤٠) هي التي تشاهد بمعدلات أكبر تنحصر في: من ساعة إلى أقل من ثلاثة ساعات، بينما تنحصر الفئة العمرية (٤٠ - ٦٠) في معدل المشاهدة الذي يقل عن ساعة واحدة.

### ٣- توجد فروق دالة إحصائياً بين السن وعدد أيام مشاهدة للقنوات الفضائية الدينية.

#### جدول رقم (١٨)

يوزع عينة الدراسة حسب السن وعدد الأيام التي يشاهد فيها الأئمة والخطباء للقنوات الدينية

السن		من ٤٠-٢٥		من ٥٠-٤٠		من ٦٠-٥٠		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٥١	٥٢.٥٧	٥٨	٥٠.٠	٣٩	٤٤.٨٢	١٤٨	٤٩.٣٣	٥١	٥٢.٥٧

٢١.٦٦	٦٥	٢٤.١٣	٢١	٢١.٥٥	٢٥	١٩.٥٨	١٩	٥- ٦ أيام
١٣.٣٣	٤٠	١٣.٧٩	١٢	١٨.١٠	٢١	٧.٢١	٧	٣- ٤ أيام
٥.٦٦	١٧	٥.٧٤	٥	٥.١٧	٦	٦.١٨	٦	١- يومين
١٠.٠	٣٠	١١.٤٩	١٠	٥.١٧	٦	١٤.٤٣	١٤	- حسب الظروف
١٠٠.٠٠	٣٠٠	١٠٠.٠٠	٨٧	١٠٠.٠٠	١١٦	١٠٠.٠٠	٩٧	الإجمالي

يشير الجدول رقم (١٨) إلى عدد الأيام التي يشاهد فيها الأئمة والخطباء ( عينة الدراسة ) للقنوات الدينية ويلاحظ مايلي :

- ١- أن نسبة ٤٩.٣٣ % تشاهدها يومياً .
  - ٢- بينما نسبة ٢١.٦٦ %تشاهد القنوات الدينية ما بين ٥ - ٦ أيام في الأسبوع .
  - ٣- وتشاهد نسبة ١٣.٣٣ % القنوات الدينية ما بين ٣ - ٤ أيام .
  - ٤- والمشاهدة وفق الظروف ١٠.٠ % .
  - ٥- وفي الترتيب الأخير جاء من يشاهد من ١ - يومين بنسبة ٦.٧٧ %.
- ولقياس العلاقة بين متغير السن وعدد أيام المشاهدة، كانت قيمة كا ٢ المحسوبة من الجدول ٤.١٧ ، بينما قيمة كا ٢ المجدولة عند درجة حرية = ٤ وبنسبة ثقة ٠.٩٥ تساوي ١٣.٢.٧٧ . وبما أن قيمة كا ٢ المحسوبة أقل من قيمة كا ٢ الجدولية نرفض الفرض القائل بوجود فوارق دالة إحصائية بين السن وعدد أيام مشاهدة القنوات الدينية ، أي هناك تماثلاً فيما بين مستوى عمر الأئمة فيما يتعلق بعدد أيام مشاهدة القنوات الدينية .

٤- توجد فروق دالة إحصائية بين السن وأكثر الأيام مشاهدة بالنسبة للأئمة والخطباء ( عينة الدراسة ) للقنوات الدينية:

#### جدول رقم (١٩)

يوزع إجابات عينة الدراسة حسب السن والأيام

الإجمالي		من ٦٠-٥٠		من ٥٠-٤٠		من ٤٠-٢٥		السن
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	معدل

المشاهدة							
٨.٦٠	٦٥	٦.٨٦	١٤	٧.٢٢	٢٠	١١.٣١	٣١
٩.٨٠	٧٤	٩.٨٠	٢٠	١١.٩١	٣٣	٧.٦٦	٢١
٩.٠٠	٦٨	١٣.٢٣	٢٧	٨.٦٦	٢٤	٦.٢٠	١٧
٨.٠٧	٦١	٧.٨٤	١٦	٦.٨٥	١٩	٩.٤٩	٢٦
٥.٤٣	٤١	٥.٨٨	١٢	٥.٧٧	١٦	٤.٧٤	١٣
٢٤.٢٣	١٨٣	١٢.٢٥	٢٥	٢٤.١٨	٦٧	٣٣.٢١	٩١
٣٤.٨٣	٢٦٣	٤٤.١١	٩٠	٣٥.٣٧	٩٨	٢٧.٣٧	٧٥
١٠٠.٠٠	٧٥٥	١٠٠	٢٠٤	١٠٠.٠٠	٢٧٧	١٠٠.٠٠	٢٧٤

يشير الجدول رقم (١٩) إلى :

- ١- أن أكثر أيام تعرض الأئمة للقنوات الدينية هو يوم الجمعة حيث بلغت نسبة من يشاهدونه ٣٤.٨٣%، وربما يرجع ذلك لأهمية يوم الجمعة، وإقبال الأئمة على مشاهدته ،
- ٢- ويأتي في الترتيب الثاني يوم الخميس بنسبة ٢٤.٢٣% ثم يوم الأحد بنسبة ٩.٨٠%، ثم يوم الاثنين ٩.٠٠%، ثم يوم السبت بنسبة ٨.٦٠% ثم يوم الثلاثاء ٨.٠٧%، وأخيراً يأتي يوم الأربعاء ٥.٤٣%،
- ٣- لقياس العلاقة بين الأيام التي يشاهد فيها الأئمة القنوات الدينية وفتي السن وجد أن كلاً المحسوبة تساوي ٤٣.٠٢ وقيمة كالا الجدولية عند درجة حرية ٦ تساوي ١٦.٨١٢. وبالتالي تصبح قيمة كالا المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية ، مما يشير إلى صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائية بين السن والأيام التي يشاهد فيها الأئمة للقنوات الدينية. فالشباب من الأئمة في الفئة العمرية ٢٥ - ٤٠ سنة يتفوقون على الأئمة في الفئة العمرية الثانية (٤٠ - ٦٠) في جميع الأيام ما عدا يوم الجمعة، الذي يتفوق فيه الأئمة من (٤٠ - ٦٠) في جميع مشاهدتهم للقنوات الدينية ٤٥.٩٢% مقابل ٢٧.٣٧% للشباب في فئة ٢٥ - أقل من ٤٠ عاماً.
- ٥- توجد فروق دالة إحصائية بين السن ونوعية البرامج .

تتنوع البرامج التي يقبل عليها الأئمة والخطباء ( عينة الدراسة ) بالنسبة للقنوات الدينية ما بين البرامج الدينية ، البرامج الخدمية والتعليمية ، والبرامج العامة والإخبارية ، والبرامج الاجتماعية والأسرية ، كما يوضح ذلك الجدول التالي :

### جدول رقم (٢٠)

يوزع إجابات عينة الدراسة حسب نوعية البرامج والسن

السن	من ٤٠-٢٥		من ٥٠-٤٠		من ٦٠-٥٠		الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
البرامج الدينية الخالصة	٩٨	٤١.٥٢	١٠٣	٣١.٤٠	٩١	٣٨.٨٨	٢٩٢
برامج الخدمة	٣٥	١٤.٨٣	٨٩	٢٧.١٣	٧٩	٣٣.٧٦	٢٠٣



العامة والإخبارية	٤١	٥.٩٣	٦٧	٢٠.٤٢	٥٦	٢٣.٩٣	١٦٤	٢٠.٥٥
البرامج الاجتماعية والأسرية من منطلق ديني	٥٩	٢٥.٠٠	٥٥	١٦.٧٦	٨	٣.٤١	١٢٢	١٥.٢٨
البرامج الخدمية والتعليمية	٣	١.٢٧	١٤	٤.٢٦	-	-	١٧	٢.١٣
الإعلانات	٢٣٦	١٠٠.٠٠	٣٢٨	١٠٠	٢٣٤	١٠٠.٠	٧٩٨	١٠٠.٠٠
الإجمالي								

تشير بيانات الجدول السابق إلى :

١- أن البرامج الدينية تأتي في الترتيب الأول بنسبة ٣٦.٥٩ % من إجمالي البرامج التي تشاهدها عينة الدراسة ، ولا يخفى على الباحث مدى أهمية هذه البرامج لأئمة المساجد فهي تدخل تحت تخصصهم ، وتمدهم بالمزيد من المعلومات ، وبشرح المسائل الدينية الشائكة ، علاوة على ما يتميز به مقدمها من خصائص في الحديث وجودة استخدام اللغة العربية ، مما يجعلها تحتل الترتيب الأول.

٢- وجاءت برامج الخدمة العامة والإخبارية في الترتيب الثاني بنسبة ٢٥.٤٣ % ، مما يشير إلى اهتمام الأئمة بما يحدث في المجتمع والعالم من أحداث ، وما يستجد فيه من قضايا ،

وهذه النتيجة تشير وتوضح بجلاء أن فئة الأئمة ليست معزولة عن أحداث المجتمع، وتتوقع في دائرة الكتب الدينية الصغرى ، ولكنها تصبح مشاركة في معرفة أحداث المجتمع من سياسية واقتصادية وغيرها ، وفي الفرض الثامن يشير الباحث إلى الإشباع التي يحققها الأئمة من وراء تعرضهم لبرامج الخدمة العامة والإخبارية من القنوات الدينية .

٣- جاءت البرامج الاجتماعية والأسرية في الترتيب الثالث بنسبة ٢٠.٥٥ % ، تلتها البرامج الخدمية والتعليمية في الترتيب الرابع بنسبة ١٥.٢٨ % ، ويعكس ذلك مدى اهتمام الأئمة بمشاهدة هذه البرامج ، ما هي إلا إعادة لعلاقات اجتماعية متفاعلة نجدها قائمة في المجتمع.

٤- ولقياس العلاقة بين السن ونوعية البرامج التي يشاهدها الأئمة كانت قيمة كا ٢١ المحسوبة تساوي ١٣٥.٣ ، وكا الجدولية عند درجة حرية ١٢ = ٢١.٠٢٦ وبما أن كا ٢١ المحسوبة أكبر من ك ٢ الجدولية نقبل الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائية بين السن والبرامج التي يشاهدها الأئمة ، بمعنى أن الأئمة الشباب في الفئة العمرية (٢٥ - ٤٠) يتفوقون في مشاهدة البرامج الدينية ، برامج الخدمة العامة والإخبارية ، ويتفوق الأئمة في الفئة العمرية (٤٠ - ٦٠) في مشاهدة البرامج الدينية والإخبارية، البرامج الاجتماعية والأسرية ، ولا يشاهدون الإعلانات.

٧- توجد فروق دالة إحصائية بين السن والإشباع التي تحققها مشاهدة القنوات الدينية بالنسبة للأئمة والخطباء ( عينة الدراسة )

ويوضح الجدول رقم (٢١) الإشباع وترتيبها لدى فئتي السن من الأئمة.

النسب المئوية لأنواع الإشباع التي تحققها مشاهدة القنوات الدينية للأئمة حسب السن

السن	من ٤٠-٢٥	من ٥٠-٤٠	من ٦٠-٥٠	الإجمالي
------	----------	----------	----------	----------

الرتبة	%	الرتبة	%	الرتبة	%	الرتبة	%	نوعية الإشباع
١	٢٥.٢٤	٢	٢٢.٠٩	١	٢٣.٦	١	٢٧.٥٣	إثراء المعلومات الدينية
٢	٢١.٤٣	١	٢٤.٤٢	٢	٢١.٠٦	٢	١٩.٥٦	التعرف على مسائل فقهية
٣	١٨.٣٠	٣	١٩.٧٦	٣	٢٠.٦٦	٣	١٧.٣٩	معرفة أسرار اللغة العربية
٤	١٢.٩٥	٤	١٣.٩٥	٤	١٩.٤٥	٤	١٢.٣٢	الاستمتاع بلباقة المتحدثين
٥	٩.٣٧	٥	٩.٣٠	٥	١٨.٢٣	٥	٩.٤٢	ربط الدين بالحياة
٦	٦.٧٠	٦	٥.٨١	٦	١٢.٥٧	٦	٧.٢٥	معرفة حياة الصحابة والتاريخ الإسلامي
٧	٦.١٧	٧	٥.١١	٧	١٠.٦٧	٧	٦.٢٣	الاستفادة من علوم القرآن
٨	٥.٥٥	٨	٤.٩٠	٨	٩.٠	٨	٦.١١	السنة النبوية
٩	٥.٨٠	٩	٤.٦٥	٩	٧.٦٨	٩	٦.٥٢	معلومات جديدة

يشير الجدول السابق ( ٢١ ) إلى ترتيب الإشباع التي تحققت القنوات الدينية لدى فئتي العمر من أئمة المساجد في محافظة القاهرة والجيزة ، وجاءت الإشباع كما يلي:

- ١- إثراء المعلومات الدينية ٢٥.٤٥%،
- ٢- التعرف على مسائل فقهية ٢١.٤٣%،
- ٣- معرفة أسرار اللغة العربية ١٨.٣٠%،
- ٤- الاستمتاع بلباقة المتحدثين ١٢.٩٥%،
- ٥- ربط الدين بالحياة ٩.٣٧%،
- ٦- معرفة حياة الصحابة ٦.٧٠%،
- ٧- وأخيراً معرفة معلومات جديدة في المجال الديني بنسبة ٥.٨٠%.
- ٨- وفيما يتعلق بمقارنة الإشباع التي تحققت مشاهدة البرامج الدينية في التلفزيون لدى كل من فئتي السن (٢٥ - ٤٠) و (٤٠ - ٦٠) بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان ٠.٩٦ مما يشير بالتالي إلى تماثل شبه تام لدى كل من الفئتين العمريتين فيما يتعلق بترتيب الإشباع التي تحققت البرامج الدينية لديهم ، ونستنتج من ذلك عدم صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائية بين السن وترتيب الإشباع التي تحققت البرامج الدينية لأئمة المساجد - عينة الدراسة.
٨. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث السن في كل من :
  - كثافة المشاهدة للقنوات الدينية
  - درجة الثقة في القنوات الدينية
  - التأثيرات المعرفية لمشاهدة القنوات الفضائية الدينية

- التأثيرات الوجدانية لمشاهدة القنوات الفضائية الدينية
- التأثيرات السلوكية لمشاهدة القنوات الفضائية الدينية
- الاتجاه نحو القنوات الفضائية الدينية

## جدول رقم ( ٢٢ )

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	درجة الحرية		الاتحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد		
		داخـل المجموعات	بـين المجموعات					
٠.٤٧٥	٠.٧٤٩	١٤٧	٢	١.٠٤٨١١	٣.٣٢٣٢	١٩٨	من ٢٥ - ٤٠	كثافة مشاهدة القنوات الفضائية
				١.٠٢٣٥٣	٣.٠٤٧٦	٤٢	من ٤٠ - ٥٠	
				٠.٩٨٥٥٣	٣.١٦٦٧	٦٠	من ٥٠ - ٦٠	
				١.٠٣٠٩٧	٣.٢٥٣٣	٣٠٠	المجموع	
٠.٠١٢	٤.٥٣٧	١٤٧	٢	٢.٤٥٥٧١	١٨.٨٩٩٠	١٩٨	من ٢٥ - ٤٠	درجة الثقة في القنوات الفضائية الدينية
				٢.٠٤٠٠٧	١٧.٤٧٦٢	٤٢	من ٤٠ - ٥٠	
				٢.٤٥٥١١	١٧.٨٠٠٠	٦٠	من ٥٠ - ٦٠	
				٢.٤٥٩٦٦	١٨.٤٨٠٠	٣٠٠	المجموع	
٠.٩٠٧	٠.٠٩٧	١٤٧	٢	١.١٨٨٨٣	٧.٩٢٩٣	١٩٨	من ٢٥ - ٤٠	التأثيرات المعرفية لمشاهدة القنوات الفضائية الدينية
				١.٠٧١٢٧	٧.٩٥٢٤	٤٢	من ٤٠ - ٥٠	
				٠.٩٦٤٣١	٨.٠٣٣٣	٦٠	من ٥٠ - ٦٠	
				١.١٢٥٢٨	٧.٩٥٣٣	٣٠٠	المجموع	
٠.٠١٨	٤.١٤٨	١٤٧	٢	١.٩٦١١٢	١٦.٦٣٦٤	١٩٨	من ٢٥ - ٤٠	التأثيرات الوجدانية لمشاهدة القنوات الفضائية الدينية
				٢.٥٤٧٦٤	١٥.٧٦١٩	٤٢	من ٤٠ - ٥٠	
				٢.٧٩٩٠١	١٥.٤٠٠٠	٦٠	من ٥٠ - ٦٠	
				٢.٢٨١١٤	١٦.٢٦٦٧	٣٠٠	المجموع	
٠.٠٠٢	٦.٧٠٩	١٤٧	٢	٢.٢٥٢٧٨	١٧.٠٨٠٨	١٩٨	من ٢٥ - ٤٠	التأثيرات السلوكية لمشاهدة القنوات الفضائية الدينية
				١.٦٩٠٣١	١٥.٤٢٨٦	٤٢	من ٤٠ - ٥٠	
				١.٨٧٤٢٠	١٦.٠٦٦٧	٦٠	من ٥٠ - ٦٠	
				٢.١٩٢٥٣	١٦.٦٤٦٧	٣٠٠	المجموع	
٠.٣٠٠١	٧.٠٦٠	١٤٧	٢	٤.٨٥٤٤١	٣٨.٥٥٥٦	١٩٨	من ٢٥ - ٤٠	الاتجاه نحو القنوات الفضائية الدينية
				٥.٠٨٦٦٥	٣٦.٦٦٦٣	٤٢	من ٤٠ - ٥٠	
				٦.٤٩٥٢٧	٣٤.٥٣٣٣	٦٠	من ٥٠ - ٦٠	
				٥.٥٧٢٦٦	٣٧.٤٨٦٧	٣٠٠	المجموع	

من الجدول السابق رقم ( ٢٢ ) يتضح مايلي :

- ١- توجد فروق غير دالة إحصائياً بين الأئمة والخطباء في كثافة مشاهدتهم للقنوات الدينية (مستوى المعنوية = ٠.٤٧٥ ، قيمة ف = ٠.٧٤٩) أي أن كثافة مشاهدة القنوات الدينية لا تتأثر بأعمار الأئمة والخطباء .
- ٢- توجد فروق دالة إحصائياً بين أعمار الأئمة والخطباء فيدرجه ثقتهم في القنوات الفضائية الدينية (مستوى المعنوية = ٠.٠١٢ ، قيمة ف = ٤.٥٣٧).
- ٣- توجد فروق غير دالة بين أعمار الأئمة والخطباء في التأثيرات المعرفية لمشاهدة القنوات الفضائية الدينية فيهم (مستوى المعنوية = ٠.٩٠٧ ، قيمة ف = ٠.٠٩٧) أي أن التأثيرات المعرفية لمشاهدة القنوات الفضائية الدينية لا تتأثر بأعمار الأئمة والخطباء .
- ٤- توجد فروق دالة إحصائياً بين أعمار الأئمة والخطباء في التأثيرات الوجدانية لمشاهدة القنوات الفضائية الدينية فيهم (مستوى المعنوية = ٠.٠١٨ ، قيمة ف = ٤.١٤٨).
- ٥- توجد فروق دالة إحصائياً بين أعمال الأئمة والخطباء في التأثيرات السلوكية لمشاهدة القنوات الفضائية الدينية فيهم (مستوى المعنوية = ٠.٠٠٢ ، قيمة ف = ٦.٧٠٩).

٦- توجد فروق دالة إحصائياً بين أعمار الأئمة والخطباء في اتجاهاتهم نحو القنوات الفضائية الدينية (مستوى المعنوية = ٠.٠٠١ ن قيمة ف = ٧.٠٦٠).

٩- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاعتماد على القنوات الفضائية الدينية وكل من:-

- مدى تغير الاتجاهات نحو قضايا معينة.
- درجة الثقة في القنوات الفضائية الدينية.
- التأثيرات المعرفية.
- التأثيرات الوجدانية.
- التأثيرات السلوكية.
- الاتجاه نحو القنوات الفضائية الدينية.
- مدى الرضا عن المعالجة التي تقدمها القنوات الفضائية الدينية.

### جدول رقم ( ٢٣ )

P	R	الاعتماد على القنوات الدينية
٠.٠٠٠	٠.٣١٢	مدى تغير الاتجاهات نحو قضية معينة
٠.٤١٤	٠.٠٦٩	درجة الثقة في القنوات الدينية
٠.٠٠٠	٠.٢٩٤	التأثيرات المعرفية
٠.٠٠١	٠.٢٧١	التأثيرات الوجدانية
٠.٠٧٦	٠.١٤٥	التأثيرات السلوكية
٠.٠٠٠	٠.٣٣٦	الاتجاه نحو القنوات الدينية
٠.٠٠٨	٠.٢١٧	مدى الرضا عن المعالجة التي تقدمها القنوات الدينية للموضوعات والقضايا المختلفة

من الجدول السابق نستنتج ما يلي :

١- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد الأئمة والخطباء على القنوات الدينية ومدى تغير اتجاهاتهم نحو قضية معينة (مستوى المعنوية = ٠.٠٠٠) والعلاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة (معامل بيرسون = ٠.٣١٢) أي أنه كلما زاد اعتماد الأئمة والخطباء على القنوات الدينية، تغيرت اتجاههم نحو قضايا معينة بشكل أكبر.

٢- توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين اعتماد الأئمة والخطباء على القنوات الدينية ودرجة ثقتهم في القنوات الدينية (مستوى المعنوية = ٠.٤٠١، معامل بيرسون = ٠.٠٦٩) أي أنه الأئمة والخطباء في القنوات الدينية لا تتأثر باعتمادهم على القنوات الدينية.

٣- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد الأئمة والخطباء على القنوات الدينية والتأثيرات المعرفية لمشاهدة القنوات الدينية (مستوى المعنوية = ٠.٠٠٠) والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة

(معامل بيرسون = ٠.٢٩٤). أي أنه كلما زاد اعتماد الأئمة والخطباء على القنوات الدينية، زادت التأثيرات المعرفية فيهم.

٤- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد الأئمة والخطباء على القنوات الدينية والتأثيرات الوجدانية لمشاهدة القنوات الدينية (مستوى المعنوية = ٠.٠٠١) والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة (معامل بيرسون = ٠.٢٧١) أي أنه كلما زاد اعتماد الأئمة والخطباء على القنوات الدينية، زادت التأثيرات الوجدانية فيهم.

٥- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد الأئمة والخطباء على القنوات الدينية والتأثيرات المعرفية لمشاهدة القنوات الدينية (مستوى المعنوية = ٠.٠٠٠) والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة (معامل بيرسون = ٠.٢٩٤) أي أنه كلما زاد اعتماد الأئمة والخطباء على القنوات الدينية، زادت التأثيرات المعرفية فيهم.

٦- توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين اعتماد الأئمة والخطباء على القنوات الدينية (مستوى المعنوية = ٠.٠٧٦) معامل بيرسون = ٠.١٤٥) أي أن التأثيرات السلوكية لمشاهدة القنوات الدينية في الأئمة والخطباء لا تتأثر باعتمادهم على تلك القنوات.

٧- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد الأئمة والخطباء على القنوات الدينية واتجاهاتهم نحو القنوات الدينية (مستوى المعنوية = ٠.٠٠٠) والعلاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة (معامل بيرسون = ٠.٣٣٦) أي أنه كلما زاد اعتماد الأئمة والخطباء على القنوات الدينية، جاءت اتجاهاتهم نحو القنوات الدينية أكثر إيجابية.

٨- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد الأئمة والخطباء على القنوات الدينية ومدى رضاهم عن المعالجة التي تقدمها القنوات الدينية للموضوعات والقضايا المختلفة (مستوى المعنوية = ٠.٠٠٨) والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة (معامل بيرسون = ٠.٢١٧) أي أنه كلما زاد اعتماد الأئمة والخطباء على القنوات الدينية، كان أكثر رضا عن المعالجة التي تقدمها القنوات الدينية للموضوعات والقضايا المختلفة.

#### ١٠- توجد علاقة بين درجة الثقة في القنوات الفضائية الدينية وكل من:-

- مدى تغير الاتجاهات نحو قضايا معينة.
- التأثيرات المعرفية.
- التأثيرات الوجدانية.
- التأثيرات السلوكية.
- الاتجاه نحو القنوات الفضائية الدينية.
- مدى الرضا عن المعالجة التي تقدمها القنوات الفضائية الدينية.

#### جدول رقم ( ٢٤ )

P	R	درجة الثقة في القنوات الفضائية الدينية
٠.٠٤٣	٠.١٦٥	مدى تغير الاتجاهات نحو قضية معينة
٠.١٦٧	٠.١١٣	التأثيرات المعرفية

٠.٢٩٩	٠.٠٩٩	التأثيرات الوجدانية
٠.٢٩٩	٠.٠٩٩	التأثيرات السلوكية
٠.٠٢٨	٠.١٧٩	الاتجاه نحو القنوات الدينية
٠.٢٩٤	٠.٠٨٦	مدى الرضا عن المعالجة التي تقدمها القنوات الدينية للموضوعات والقضايا المختلفة

من الجدول السابق (٢٤) نستنتج ما يلي :

١- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة ثقة الأئمة والخطباء في القنوات الفضائية الدينية ومدى تغير اتجاهاتهم نحو قضايا معينة (مستوى المعنوية = ٠.٠٤٣) والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة (معامل بيرسون = ٠.١٦٥) أي أنه كلما زادت درجة ثقة الأئمة والخطباء في القنوات الدينية، تغيرت اتجاههم نحو قضايا معينة بشكل أكبر.

٢- توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين درجة ثقة الأئمة والخطباء في القنوات الفضائية الدينية والتأثيرات المعرفية لمشاهدة القنوات الفضائية الدينية فيهم (مستوى المعنوية = ٠.٦٣٠، معامل بيرسون = ٠.٠٤٠) أي أن درجة ثقة الأئمة والخطباء في القنوات الفضائية الدينية لا تشكل تأثيرات معرفية فيهم.

٣- توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين درجة ثقة الأئمة والخطباء في القنوات الفضائية الدينية والتأثيرات الوجدانية لمشاهدة القنوات الفضائية الدينية فيهم (مستوى المعنوية = ٠.١٦٧، معامل بيرسون = ٠.١١٣) أي أن درجة ثقة الأئمة والخطباء في القنوات الفضائية الدينية لا تشكل تأثيرات وجدانية فيهم.

٤- توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين درجة ثقة الأئمة والخطباء في القنوات الفضائية الدينية والتأثيرات السلوكية لمشاهدة القنوات الفضائية الدينية فيهم (مستوى المعنوية = ٠.٢٩٩، معامل بيرسون = ٠.٠٩٩) أي أن درجة ثقة الأئمة والخطباء في القنوات الفضائية الدينية لا تشكل تأثيرات سلوكية فيهم.

٥- توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين درجة ثقة الأئمة والخطباء في القنوات الفضائية الدينية ووعيهم الديني (مستوى المعنوية = ٠.١٦١، معامل بيرسون = ٠.١١٥) أي أن وعي الأئمة والخطباء لا يتأثر بثقتهم في القنوات الفضائية الدينية.

٦- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة ثقة الأئمة والخطباء في القنوات الفضائية الدينية واتجاهاتهم نحو القنوات الدينية (مستوى المعنوية = ٠.٠٢٨) والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة (معامل بيرسون = ٠.١٧٩) أي أنه كلما زادت درجة ثقة الأئمة والخطباء في القنوات الدينية، جاءت اتجاهاتهم نحو القنوات الدينية أكثر إيجابية.

٧- توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين درجة ثقة الأئمة والخطباء في القنوات الفضائية الدينية ومدى رضاهم عن المعالجة التي تقدمها القنوات الدينية للموضوعات والقضايا المختلفة (مستوى المعنوية = ٠.٢٩٤، معامل بيرسون = ٠.٠٨٦) أي أن رضا الأئمة والخطباء عن المعالجة التي تقدمها القنوات الدينية للموضوعات والقضايا المختلفة لا تتأثر بثقتهم في القنوات الفضائية الدينية.

١٢- توجد علاقة بين كثافة متابعة القنوات الفضائية الدينية وكل من:-

- الاعتماد على القنوات الفضائية الدينية

- مدى تغير الاتجاهات نحو قضية معينة
- التأثيرات المعرفية.
- التأثيرات الوجدانية.
- التأثيرات السلوكية.
- الاتجاه نحو القنوات الفضائية الدينية
- درجة الثقة في القنوات الدينية
- مدى الرضا عن المعالجة التي تقدمها القنوات الفضائية الدينية

### جدول رقم ( ٢٥ )

P	R	كثافة مشاهدة القنوات الدينية
٠.٠٠٠	٠.٣٢٤	الاعتماد على القنوات الدينية
٠.٠٠٠	٠.٢٨٥	مدى تغير الاتجاه نحو قضايا معينة
٠.٠٥٠	٠.١٦١	التأثيرات المعرفية
٠.٠٠٧	٠.٢١٩	التأثيرات الوجدانية
٠.٠٠٤	٠.٢٣٣	التأثيرات السلوكية
٠.٠٠٠	٠.٢٨٩	الاتجاه نحو القنوات الفضائية الدينية
٠.٤٠٧	٠.٠٦٨	درجة الثقة في القنوات الدينية
٠.٠٤٧	٠.١٦٢	مدى الرضا عن المعالجة التي تقدمها القنوات الدينية للموضوعات والقضايا المختلفة

من الجدول السابق ( ٢٥ ) نستنتج ما يلي :

١- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية والاعتماد على القنوات الدينية (مستوى المعنوية = ٠.٠٠٠) والعلاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة (معامل بيرسون = ٠.٣٢٤). أي أنه كلما زادت كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية، زاد اعتمادهم على القنوات الدينية.

٢- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية ومدى تغير الاتجاه نحو قضايا معينة (مستوى المعنوية = ٠.٠٠٠) والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة (معامل بيرسون = ٠.٢٨٥) أي أنه كلما زادت كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية، تغيرت اتجاههم نحو قضايا معينة بشكل أكبر.

٣- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية والاعتماد على القنوات الدينية (مستوى المعنوية = ٠.٠٠٠) والعلاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة (معامل بيرسون = ٠.٣٢٤). أي أنه كلما زادت كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية، زاد اعتمادهم على القنوات الدينية.

٤- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية والتأثيرات المعرفية لمشاهدة القنوات الدينية فيهم (مستوى المعنوية = ٠.٠٥٠) والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة

القوة (معامل بيرسون = ٠.١٦١)، أي أنه كلما زادت كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية، زاد التأثيرات المعرفية فيهم.

٥- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية والتأثيرات الوجدانية لمشاهدة القنوات الدينية فيهم (مستوى المعنوية = ٠.٠٠٧) والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة (معامل بيرسون = ٠.٢١٩). أي أنه كلما زادت كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية، زادت التأثيرات الوجدانية فيهم.

٦- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية والتأثيرات السلوكية لمشاهدة القنوات الدينية فيهم (مستوى المعنوية = ٠.٠٠٤) والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة (معامل بيرسون = ٠.٢٣٣) أي أنه كلما زادت كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية زاد التأثيرات السلوكية فيهم.

٧- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية واتجاهاتهم نحو القنوات الفضائية الدينية (مستوى المعنوية = ٠.٠٠٠) والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة (معامل بيرسون = ٠.٢٨٩) أي أنه كلما زادت كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية، جاءت اتجاهاتهم نحو القنوات الدينية أكثر إيجابية.

٨- توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية ودرجة ثقتهم في القنوات الدينية (مستوى المعنوية = ٠.٤٠٧، معامل بيرسون = ٠.٠٦٨) وذلك يعني أن ثقة الأئمة والخطباء في القنوات الدينية لا تتأثر بكثافة مشاهدتهم لها.

٩- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية واتجاهاتهم نحو القنوات الفضائية الدينية (مستوى المعنوية = ٠.٠٠٠) والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة (معامل بيرسون = ٠.٢٨٩). أي أنه كلما زادت كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية، جاءت اتجاهاتهم نحو القنوات الدينية أكثر إيجابية.

١٠- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية ومدى الرضا عن المعالجة التي تقدمها القنوات الدينية للموضوعات والقضايا المختلفة (مستوى المعنوية = ٠.٠٤٧) والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة (معامل بيرسون = ٠.١٦٢) أي أنه كلما زادت كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية، زاد رضاهم عن المعالجة التي تقدمها القنوات الدينية للموضوعات والقضايا المختلفة.

## رابعا : الخاتمة وتشتمل على :

١- نتائج الدراسة وتوصياتها\

٢- المراجع والمصادر

## أولا : النتائج :

يعرض الباحث فيما يلي باختصار لأهم نتائج البحث:



- ١- أن مشاهدة الأئمة والخطباء (عينة الدراسة) للقنوات الدينية قد جاء مرتفعاً بنسبة ٥١.٦٦% في المقدمة، يليها المشاهدة بشكل متوسط بنسبة ٤١% فالمشاهدة بشكل منخفض بنسبة ٧.٣٣%.
- ٢- جاءت قناة الناس كأكثر القنوات التي يشاهدها الأئمة والخطباء بنسبة ١٣.٢٤%، يليها قناة الحافظ بنسبة ١٢.٢٦% فقناة المجد بنسبة ١١% ثم قناة رسالة الإسلام بنسبة ٩.٨٦% فالرسالة بنسبة ٨.١٠%، ثم إقرأ بنسبة ٨%، ثم باقي القنوات الدينية بنسب أقل مثل قنوات الرحمة والحكمة والسعودية للسنة والسعودية للقرآن الكريم ثم العفاسي وأزهري وأخرى أزهري بنسب مثلث ٧.٧٥%، و ٧.١٨% و ٦.٠% و ٥.٥٦% و ٢.٨١% و ٠.٩١% على التوالي.
- ٣- تعددت أسباب مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية، وقد جاء رفع مستوى ثقافتي الدينية والشرعية في المقدمة بنسبة ١١.٥٥%. يليها استضافة العلماء والمتخصصين المتميزين في الشريعة والحديث بنسبة ٩.٦٩%، ثم الجرأة في تناول القضايا والموضوعات الدينية بنسبة ٨.٦٦%، و المصادقية بنسبة ٨.٢٠%، يليها لأنها تزودني بالمعلومات الهادفة بنسبة ٧.٣٦%، ثم لكونها تتميز بالتشويق والجاذبية بنسبة ٦.٤٣%، ثم لتميز هذه القنوات في معالجتها لموضوعات وقضايا متعددة بنسبة ٦.٣٣%، ولكونها تقيّد في تطوير أدائي لعملي العلمي والمهني بنسبة ٥.٥٩%، وللسماع بالمشاركة الجماهيرية بنسبة ٥.١٢%، ثم تنوع برامجها بما يلائم احتياجات المشاهد بنسبة ٤.٨٤%، يليها لأنها تصحح لدي بعض المفاهيم الدينية الخاطئة بنسبة ٤.٤٧%، ثم لأنها تتميز بتقديم فتاوى عصرية بنسبة ٤.٠%، كما تتناول القضايا بأسلوب غير متشدد بنسبة ٣.٩١%، وأخيراً جاء تقدم حلولاً لبعض المشكلات الحياتية بنسبة ٢.٩٨% كإقل أسباب مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية.
- ٤- أن الأئمة والخطباء يفضلون الالتجاء لقناة الناس عند حدوث مشكلة دينية إلى قناة الناس بنسبة ٢٢.٦%، يليها قناة الحافظ بنسبة ١١.٦٩%، ثم قناة الرحمة بنسبة ١٠.٩٥%، يليها قناة الرسالة بنسبة ١٠.٦٧%، وقناة المجد بنسبة ٩.٢٦%، ثم قناة إقرأ بنسبة ٩.٠%، يليها قناة السعودية للسنة بنسبة ٧.٨٩%، ثم قناة الحكمة بنسبة ٧.٢٤%، ثم قناة أزهري بنسبة ٦.٢٢%، يليها قناة السعودية للقرآن بنسبة ٣.٠٦%، وأخيراً قناة العفاسي كإقل القنوات التي يعتمد عليها الأئمة والخطباء في حالة مواجهة أي مشكلة دينية بنسبة ٢.٢٢%.
- ٥- جاءت اتجاهات الأئمة والخطباء نحو القنوات الدينية إيجابية بنسبة كبيرة في المقدمة مثلت ٥٩.٦٦% يليها الاتجاهات المحايدة بنسبة ٣٥.٦٧% وأخيراً السلبية بنسبة ٤.٦٦% فقط.
- ٦- أن من يحرصون على مشاهدة القنوات الفضائية الدينية من الأئمة والخطباء بصفة دائمة بنسبة ٧٠.٠% من إجمالي إجاباتهم. فيما جاء اتجاه أحيانا بنسبة ٢٢.٣٣%، وأخيراً نادراً بنسبة ٧.٦٦%.
- ٧- تثق بنسبة ٧١.٠% من الأئمة والخطباء بالقنوات الفضائية بدرجة كبيرة، بينما تثق بنسبة ٢٥.٣٣% من الأئمة والخطباء القنوات الفضائية الدينية بدرجة متوسطة، بينما انخفضت نسبة الأئمة والخطباء اللذين لا يثقون في القنوات الفضائية الدينية بنسبة ٣.٦٦%.
- ٨- تتنوع المصادر التي يعتمد عليها الأئمة والخطباء في استقاء المعلومات الدينية من القنوات الدينية، فقد جاء الدعاة وأئمة المساجد في مقدمة المصادر التي يستقي منها الأئمة والخطباء معلوماتهم الدينية أما مصدر العلماء المشهورين فقد جاؤا بالمرتبة الثانية بنسبة ٢٩.٦٢%، ثم أساتذة الجامعات بنسبة ٢٣.٤٥%، ثم علماء المؤسسات الرسمية (الأزهر - الأوقاف - الإفتاء) فجاءوا في المرتبة

قبل الأخيرة بنسبة ١٠.٠٧ % ، وأخير احتل مصدر المفكرون والمتقفون المرتبة الأخيرة بنسبة ٥.٢٦ %

٩- جاء القرآن الكريم وعلومه في مقدمة المضامين التي تحظى باهتمام الأئمة والخطباء في القنوات الدينية ، ثم الحديث النبوي وعلومه ، ثم السيرة النبوية ، ثم البرامج الاجتماعية والسلوكية ، ثم الفتاوى وبرامج الفقه ، ثم العقيدة ، ثم العبادات ، ومحاربة البدع والخرافات ، والمعاملات والأخلاق ، السير الذاتية للشخصيات والرموز الإسلامية ، ثم الأحداث الجارية في المجتمع ، والبرامج الخدمية والتعليمية ، وأخيرا التاريخ والحضارة الإسلامية .

١٠- أن الأئمة والخطباء يعتمدون على القنوات الدينية كمصدر للمعلومات الدينية بنسبة كبيرة بلغت ٥٥.٠ % ، كما أن نسبة ٤١.٠ % منهم يعتمدون على القنوات الدينية بدرجة متوسطة بينما نسبة ٤.٠ % فقط هي التي لاتعتمد على القنوات الدينية كمصدر للمعلومات والموضوعات الدينية .

١١- توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين السن و درجات اعتماد الأئمة والخطباء على القنوات الدينية في الحصول على معلومات دينية (مستوى المعنوية = ٠.٠٧٥ ، كا = ٢١ = ٨.٤٩٠) ، حيث لوحظ ارتفاع الاعتماد بدرجة كبيرة على الفئة العمرية من من ٦٠-٥٠ ، والاعتماد عليها بدرجة متوسطة في الفئة العمرية من ٤٠-٥٠ ، وبدرجة محدودة في الفئة العمرية ٢٥-٤٠ ، وبذلك فالاختلافات ليست كبيرة بين الفئات العمرية المختلفة في اعتمادهم على القنوات الفضائية الدينية في الحصول على معلومات دينية.

١٢- جاءت الاستفادة من تجارب الآخرين من خلال تلقي أسئلة الجمهور والرد عليها كأكثر العبارات التي وافق عليها الأئمة والخطباء كسبب للاعتماد على القنوات الفضائية الدينية في استقاء المعرفة والمعلومات الخاصة بالموضوعات الدينية وذلك بمتوسط حسابي مثل ٢.٧٠٠٠ ، وجاءت بعد ذلك الموضوعات التي تشمل العقائد والعبادات والمعاملات بمتوسط حسابي مثل ٢.٦٧٣٣ ثم عبارة تساهم في حل المشكلات التي تواجه أنواع عديدة من الجمهور بمتوسط حسابي مثل ٢.٦٠٦٧ . وجاءت عبارة لها موقع على الإنترنت كأقل العبارات التي وافق عليها الأئمة والخطباء بمتوسط حسابي مثل ٢.٠٤٦٧ والتي ظهر فيها بشكل واضح اعتماد الأئمة والخطباء على القنوات الدينية نفسها في استقاء المعلومات الدينية بدلاً من استخدام الوسائل الإعلامية المساعدة التي يوفرها أصحاب تلك القنوات .

١٣- عن تأثيرات الاعتماد على القنوات الفضائية الدينية، جاءت عبارة تزودني بالمعلومات الدينية كأكثر العبارات التي وافق عليها الأئمة والخطباء وذلك بمتوسط حسابي ٢.٧٤٠٠ أي تلك التأثيرات المعرفية المرتبطة باكتساب المعرفة والمعلومات ، يليها عبارة تعلمت منها احترام الرأي والرأي الآخر بمتوسط حسابي ٢.٦٦٠٠ فزيادة الوعي بمجريات الأمور الدينية بمتوسط حسابي مثل ٢.٦١٣٣ ، فعبارة "تثير لدي شعور الاهتمام بالجوانب الدينية في قضايا الحياة" بمتوسط حسابي ٨٦.٧٠٠٠ ، وقد جاءت عبارة تكون لدي مشاعر طيبة نحو من لا يدينون بديني أو مذهبي" كأقل عبارة موافقة من الأئمة والخطباء ، حيث جاءت بمتوسط حسابي ٥٠.٧٠٠٠ ويعبر ذلك عن إيجابية معظم القنوات الدينية المشاهدة (محل الدراسة) من الأئمة والخطباء في البعد عن تناول الموضوعات أو القضايا التي تحدث نوع من الشقاق بين المسلمين.

- ١٤- تعبر نسبة ٦٠% من الأئمة والخطباء الدراسة عن رضاها تماما عن المعالجة التي تقدمها القنوات الفضائية الدينية للموضوعات والقضايا المختلفة إلى حد ما ، بينما تشير نسبة ٣٣.٣٣% من الأئمة والخطباء أنها راضية إلى حد ما عن معالجة القنوات للموضوعات والقضايا المختلفة .
- ١٥- تعددت أسباب رضا الأئمة والخطباء عن معالجة القنوات الدينية للقضايا والموضوعات المختلفة، ومن أهمها أنها تلبي احتياجاتي الدينية والمهنية وذلك بنسبة ٤٧.٢٥% ، ثم أنها تقدم برامجها بلغة سهلة وبسيطة ومفهومة بنسبة ٢٤.٥% ، كما أنها ترفع الثقافة الدينية والوعي لدى أفراد المجتمع بنسبة ١٦.٧٥% ، وأخيرا تتفاعل مع واقع الحياة بنسبة ١٣.٧٥% .
- ١٦- توجد علاقة ارتباطيه بين أعمار الأئمة والخطباء المختلفة ومدى حرصهم على مشاهدة القنوات الفضائية الدينية
- ١٧- أن نسبة ٤٧.٣٣% من العينة يشاهدون القنوات الدينية من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات، بينما تشاهد نسبة ٢٧.٦٦% منهم القنوات الدينية أكثر من ثلاث ساعات يوميا ، ونسبة ١٤.٠% يشاهدون حسب الظروف ، ومشاهدة أقل من ساعة بنسبة ١١.٠% .
- ١٨- لا بوجود فوارق دالة إحصائياً بين السن وعدد أيام مشاهدة القنوات الدينية ، أي هناك تماثلاً فيما بين مستوى عمر الأئمة فيما يتعلق بعدد أيام مشاهدة القنوات الدينية .
- ١٩- ثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين السن والأيام التي يشاهد فيها الأئمة للقنوات الدينية .
- ٢٠- ثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين السن والبرامج التي يشاهدها الأئمة والخطباء
- ٢١- عدم صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين السن وترتيب الإشباعات التي تحققها البرامج الدينية لأئمة وخطباء المساجد - عينة الدراسة.
- ٢٢- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية والاعتماد على القنوات الدينية ، والعلاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة .
- ٢٣- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية ومدى تغير الاتجاه نحو قضايا معينة، والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة.
- ٢٤- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية والاعتماد على القنوات الدينية، والعلاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة
- ٢٥- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الأئمة والخطباء للقنوات الدينية وكل من:-
- أ - التأثيرات المعرفية لمشاهدة القنوات الدينية فيهم ، والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة.
- ب - التأثيرات الوجدانية لمشاهدة القنوات الدينية فيهم، والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة.
- ج - والتأثيرات السلوكية لمشاهدة القنوات الدينية فيهم، والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة.
- د - اتجاهات الأئمة والخطباء نحو القنوات الفضائية الدينية، والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة.

هدى رضا الأئمة والخطباء عن المعالجة التي تقدمها القنوات الدينية للموضوعات والقضايا المختلفة، والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة وكل هذه التأثيرات تدل على ضرورة وضع خطة علمية دينية مدروسة للنجاح في استخدام هذه القنوات بالشكل السليم المطلوب لتنمية الوعي الديني لدى الأئمة والخطباء على النحو المنشود. وهذه الضرورة تؤكد أيضاً النتائج الأخرى التي توصلت إليها الدراسة وهي :-

- ٢٦- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد الأئمة والخطباء على القنوات الدينية وكل من:
- أ - مدى تغير اتجاهات الأئمة والخطباء نحو قضية معينة، والعلاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة.
- ب - التأثيرات المعرفية لمشاهدة القنوات الدينية، والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة.
- ج - التأثيرات المعرفية لمشاهدة القنوات الدينية، والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة.
- د - التأثيرات الوجدانية لمشاهدة القنوات الدينية، والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة.
- هـ - مدى رضا الأئمة والخطباء عن المعالجة التي تقدمها القنوات الدينية للموضوعات والقضايا المختلفة، والعلاقة ارتباطية طردية ضعيفة.

### التوصيات:

- أهمية تناول القنوات الفضائية الدينية للقضايا المختلفة بطريقة عصرية تلبي احتياجات الشباب واهتمامهم، خاصة أن غياب هذا الجانب في معالجتها كان سبباً في عزوف عدد منهم عن مشاهدة هذه القنوات بشكل مرتفع.
- أهمية توسيع دائرة المصادر التي تعتمد عليها القنوات الفضائية الدينية في معالجة القضايا المختلفة، حتى تنجح في جذب قطاعات من الشباب لازالت لا تثق في هذه القنوات، حتى تنتقل هذه القنوات إلى طور أكبر في مجال التأثير في تكوين الوعي الديني السليم لهؤلاء الشباب.
- أهمية تواصل هذه القنوات مع المؤسسات الدينية التي تحظى بالمصداقية، ومع مؤسسات الشباب، للوقوف على القضايا التي تهم الشباب من الناحية الدينية، حتى يكون دورها في تكوين الوعي الديني للشباب أكثر فعالية.
- أهمية البعد عن القضايا التي لا تجر سوى الخلاف واللغط دون مراعاة مصالح المجتمع، والحفاظ على نسيجه الوطني، حتى تكتسب رسالتها عمومية ودوراً أكثر إيجابية في تكوين وعي ديني يبني ولا يهدم.

## المراجع:

- ١- سلوى إمام على ، أنماط مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية ،المؤتمر العلمي السنوي السابع ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ج٢ ، مايو ٢٠٠١ ، ص٤٧٧
- ٢) عواطف عبد الرحمن ، حرية الإعلام المعاصر وتحديات العولمة ، مجلة الدراسات الإعلامية ، عدد ٩٣ ، القاهرة ، أكتوبر ١٩٩٨ ، ص ، ص ٦٢ ، ٦٣ .
- ٣- مجلة الإذاعات العربية – مجلة فصلية تصدر عن اتحاد الإذاعات العربية – العدد ٢ ، ٢٠١١ ، التقارير السنوية حول وضع البث الفضائي في المنطقة العربية وخارجها .
- ٤- محمد عبد البديع السيد. "اتجاهات النخبة المصرية نحو القنوات الفضائية الإسلامية" في: مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٣٠، أكتوبر ٢٠٠٨، ص ص ١١ – ٩٥ .
- ٥- مجلة الإذاعات العربية – مجلة فصلية تصدر عن اتحاد الإذاعات العربية – العدد ٢ ، ٢٠١١ - مرجع سابق .
- ٦- عادل فهمي بيومي البرامج الدينية في التلفزيون المصري ودورها في تثقيف الشباب الجامعي ، ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٥ .
- ٧- ناصر الهزاني ، التعرض لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها - دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي ، رسالة ماجستير ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، كلية الدعوة والإعلام ، ٢٠٠٩م
- ٨- نهى حشيش: استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية العربية الإسلامية والإشباعات المتحققة. دراسة ميدانية تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة الأزهر، كلية الدراسات الإسلامية والعربية، شعبة الصحافة والإعلام، ٢٠٠٨) ص ٢-٣ ..
- ٩- إيمان عبد الحافظ هزاع: استخدامات الجمهور اليمني للقنوات الفضائية الإسلامية وعلاقتها بمستوى المعرفة الدينية لديه، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة عين شمس، كلية الآداب، ٢٠٠٨).
- ١٠- محمد عبد البديع السيد. "اتجاهات النخبة المصرية نحو القنوات الفضائية الإسلامية" في: مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٣٠، أكتوبر ٢٠٠٨ ، مرجع سابق .
- ١١- محمود حسن اسماعيل. "استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الدينية والإشباعات المتحققة منها"، في: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (جامعة القاهرة، كلية الإعلام)، المجلد الخامس، العدد الثاني، يونية - ديسمبر ٢٠٠٤، ص ص ٢٨٧ – ٣٢٨ .
- ١٢- محمد أحمد هاشم ، البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية دراسة تحليلية، رسالة ماجستير منشورة (القاهرة: جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والإعلام، ٢٠٠٣).
- ١٣- محمد غريب، تعرض طلاب الجامعات لقناة اقرأ الفضائية وعلاقته بإدراك القيم والموضوعات الدينية، دراسة ميدانية في إطار نظرية الغرس، في: مجلة دراسات الطفولة، عدد يوليو ٢٠٠٣م.

١٤- نشوى الشلقاني ، دور القنوات الدينية في تكوين الوعي الديني لدى الشباب المصري، مجلة البحوث الإعلامية ، مجلة علمية مخكمة تصدر عن جامعة الأزهر ، العدد ٣٣ يناير ٢٠١٠.

١٥- Lyle, z. ^ parker, E. Television in the live of our children. (standfard, C. A., Standfard University press, (٢٠٠١) pp. ٧٠ – ٧٧.

١٦- W. Phillipos Davison. Mass media systems and effects. ٢nd ed (new york Holt Rinehart ^ winston , ٢٠٠٢ , pp. ١٣٦ – ١٣٨.

١٧- Mcquail, D, Blumler, J.G. ^ Brown, J. R. The Television audience: A revised presectives. In: D. Mcquail (eds). The Sociology of mass communication. (England. Middlesex Penguin, (٢٠٠٠) PP. ١٣٥ – ١٦٥.

١٨- Greenberg, B.S. Gratifications of television vieouing and their Correlates for British Children. In J. Blumler. ^ E. Katz. (٢٠٠١) Op. Cit. pp. ٧١ – ٧٢.

١٩- Conway, Joseph, G ^ Rubin, Allan M. Ps Ycnological Predictors of television viewing motivation. Communication research. Vol ^ no ٤ (٢٠٠٥). Pp. ٤٤٣ – ٤٦٣.

٢٠- Rubin, Allan. M. Teclevision uscs and gratifications. The interaction of viewing patterns and motivations jornal of Broadcasting vol. ٢٧ . ٢٠٠٠. pp. ٣٧ – ٥١

(٢١) رجع الباحث إلى المراجع التالية:

- عبد الباسط حسن. أصول البحث الاجتماعي. ط ٩ (القاهرة. مكتبة وهبة، ١٩٨٥).

- Arthur asa. Berger. Media Research Techniques (London, Sage Publications. ١٩٩١).

Fred Kerlinger, Foundations of Behaviour Research. (new York. Halt - ١٩ Rienhart ^ Winston, ٩٨)

٢٢- سوزان القليني – استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة ، دراسة مقارنة بين القنوات العربية والأجنبية ، بحث منشور ، مجلة البحوث والدراسات العربية ، معهد البحوث والدراسات العربية ، جامعة الدول العربية ، القاهرة ، عددي يوليو وديسمبر ١٩٩٩ ، ص،ص١٣٨،١٣٧

٢٣- محمود عبدالعاطي مسلم. عادات و أنماط مشاهدة الفضائيات العربية : دراسة ميدانية على أعضاء هيئة التدريس المصريين بالجامعات السعودية. مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - العلوم الإنسانية الاجتماعية - السعودية، ع ١٠، (٢٠٠٩)،

- ٢٤- محمد عبد الكافي ، تأملات في الخطاب الديني بالفضائيات العربية ، مجلة الإذاعات العربية عدد ، تونس ٢٠٠٣ .
- ٢٥- عبد القادر بن الشيخ ، الخطاب الديني في البرامج الإذاعية والتلفزيونية ، مجلة الإذاعات العربية عدد ٤ تونس ٢٠٠٤ .
- ٢٦- مجلة الإذاعات العربية – مجلة فصلية تصدر عن اتحاد الإذاعات العربية – العدد ٢ ، ٢٠١١ ، مرجع سابق
- ٢٧- ندوة نحو فقه معاصر إعلام متميز ( جريدة الشرق الأوسط – عدد ٧٢٢٥ ، ١٩٩٨/٩/٩ .
- ٢٨- مجلة الإذاعات العربية – مجلة فصلية تصدر عن اتحاد الإذاعات العربية – العدد ٢ ، ٢٠١١ ، التقارير السنوية حول وضع البث الفضائي في المنطقة العربية وخارجها ، مرجع سابق.
- ٢٩- محمد عبد الكافي – مرجع سابق .
- ٣٠- عبد القادر بن الشيخ ، مرجع سابق .
- ٣١- ندوة نحو فقه معاصر إعلام متميز ( جريدة الشرق الأوسط – عدد ٧٢٢٥ ، ١٩٩٨/٩/٩ .
- ٣٢- حسن عماد مكاوي وليلى حسين ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٨ ، ص ٣٢٤-٣٢٨ .
- ٣٣- محمد رفقي عيسى ، الدافعية : دراسة مع نموذج مقترح ، الكويت دار القلم ط ٤ ، ٢٠٠٠ ، ص ٥ .
- ٣٤- أحمد عزت راجح ، أصول علم النفس ، القاهرة ، دار المعارف ، ٢٠٠٥ ، ص ٨١ .
- ٣٥- طلعت منصور آخرون ، أسس علم النفس العام ، القاهرة ، الأنجلو المصرية ، ١٩٧٨ ، ص ١١٤ ، ١٧٨ .
- ٣٦- هول بك ليندزي ج : نظريات الشخصية ، ترجمة فرج أحمد فرج وآخرون ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ط ٤ ، ٢٠٠١ ،
- Katz.E.Gurevitch.M. and hass H .. “On the use of MaSS Media For (٣٧) important things”. American sociolgal. Review . ٣٨ . Pp. ١٦٤. ١٨١ . ٢٠٠١ .
- ٣٨- حاول الباحث وضع مقياس للإشباعات المختلفة التي تحققها مشاهدة القنوات الدينية بالنسبة للأئمة والخطباء ( عينة الدراسة ) ، وقد راعي عند بناء هذا المقياس عدة أمور أساسية هي:
- (أ) خصائص المجتمع المصري، لاسيما مدينة القاهرة والجيزة ، وسماتها الاجتماعية والسياسية والثقافية والعلمية، وقد أفاد الباحث من ذلك في التعرف على ما تعانيه العاصمة من مشكلات وقضايا تؤثر على من يعيشون فيها، ومنهم فئة الأئمة والخطباء ، فهؤلاء لا يمكن فصلهم عن تلك المشكلات الملحة التي يعاني منها أهل القاهرة.
- (ب) معرفة خصائص فئة الأئمة، حيث إنهم يتميزون بثقافتهم الدينية، التي تؤهلهم للممارسة أعمال الإمامة والخطابة وإلقاء الدروس ومن ناحية ثانية، تعرف الباحث على شريحة هامة من المجتمع المصري، تنبه إلى الشر والخطر قبل وقوعه، وتنصح إلى الابتعاد عنه، وتدعو أفراد المجتمع إلى السلوك المستقيم، والعمل الصالح، وتكابد من أجل تحسين ظروفها المعيشية .

(ج) الدراسات السابقة التي اطلع عليها الباحث في تخصصه وفي التخصصات الدينية المتعددة، مل: الفقه وأصوله والشريعة الإسلامية والعبادات، وعلم الاجتماع الإسلامي وغيرها، مما أفاد الباحث في الجمع بين الإشباعات التي يحققها التليفزيون في المجالات: الدينية، الإخبارية، الثقافية والعلمية والرياضية، ومن ناحية أخرى ضمن الباحث مقياسه للإشباعات بما يضمن له معرفة الوظائف التي تؤديها مشاهدة القنوات الدينية بالنسبة للأئمة والخطباء ( عينة الدراسة ) وقد اعتمد الباحث في ذلك على الكثير من المراجع، منها:

- جمال حمدان. شخصية مصر: دراسة في عبقرية المكان (القاهرة. عالم الكتب، ١٩٨١).
- جمال حمدان. القاهرة. كتاب الهلال رقم ٥١٠ (القاهرة. دار الهلال، ١٩٩٣).
- أحمد النكلاوي. الاغتراب في المجتمع المصري الحديث. (القاهرة. دار الثقافة العربية، ١٩٨٩).
- إبراهيم العيسوي. انفجار سكاني أم أزمة تنمية. (القاهرة. دار المستقبل العربي، ١٩٨٥).
- جلال أمين. محنة الاقتصاد والاقتصاديين في مصر. ط ١ (القاهرة. المركز العربي للبحث والنشر، ١٩٨٢).
- زهير الكرمي. العلم ومشكلات الإنسان المعاصر. عالم المعرفة (٥). (الكويت. المجلس الوطني للثقافة والآداب والفنون، ١٩٧٨).
- عبد الغني عبود. التربية ومشكلات المجتمع. ط ١. (القاهرة. دار الفكر العربي، ١٩٨٠).