

مجلة

البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

داخل العدد

- اتجاهات النخبة المصرية نحو القنوات الفضائية الدينية الإسلامية (دراسة ميدانية).
- الاعتداء على الصحف المصرية في الأزمات الداخلية (أحداث المحلة الكبرى إبريل ٢٠٠٨ نموذجا).
- أطر معالجة الاحتياجات الاجتماعية في الخطاب الصحفي (دراسة تحليلية مقارنة لعينة من الصحف المصرية) ..
- استخدام طلاب قسم الإعلام بجامعة اليرموك لشبكة الانترنت، إدراكهم لمدي تأثيرها على الذات و... الآخرين.
- مصادر ومعلومات الجمهور المصري عن مشكلة حصار قطاع غزة الفلسطيني (دراسة ميدانية).

المجلد الأول

العدد
الثلاثون
أكتوبر ٢٠٠٨م

مجلة

البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة

الأستاذ الدكتور: أحمد الطيب

رئيس التحرير

أ.د. محيي الدين عبد الحلیم

مدير التحرير

أ.د. شعبان أبو اليزید شمس

سكرتير التحرير

أ.د. / جابر محمد الطماوی

توجه باسم الدكتور سكرتير التحرير على العنوان التالي : جامعة الأزهر
كلية اللغة العربية بالقاهرة قسم الصحافة والإعلام ت ٥١٠١٤٦٦

المراسلا

دار الاتحاد التعاوني
للطبوع والنشر والتوزيع

ش سيدى بلال من مصطفى حافظ
جسر السويس
٢٢٩٩٩٥٤٥ ت

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية
٦٥٥٥

العدد الثلاثون
أكتوبر ٢٠٠٨ م

مجلة البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

داخل العدد

- اتجاهات النخبة المصرية نحو القنوات الفضائية الدينية الإسلامية (دراسة ميدانية).
- الاعتماد على الصحف المصرية في الأزمات الداخلية (أحداث المحلة الكبرى إبريل ٢٠٠٨ نموذجاً).
- أطر معالجة الاحتياجات الاجتماعية في الخطاب الصحفي (دراسة تحليلية مقارنة لعينة من الصحف المصرية) ..
- استخدام طلاب قسم الإعلام بجامعة اليرموك لشبكة الانترنت: إدراكهم لمدي تأثيرها على الذات وعلى الآخرين.
- مصادر ومعلومات الجمهور المصري عن مشكلة حصار قطاع غزة الفلسطيني (دراسة ميدانية).

المجلد الأول

العدد
الثلاثون
أكتوبر ٢٠٠٨م

اتجاهات النخبة المصرية نحو القنوات الفصائية الدينية الإسلامية "دراسة ميدانية"

إعداد

دكتور محمد عبد البديع السيد

قسم الإعلام - كلية الآداب

جامعة بنها

مقدمة :

أدى سقوط الأيدولوجيات الكبرى التي كانت تلهم العالم رؤاه وأفكاره ومشروعاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية إلى تصاعد الطلب على الدين كمصدر رئيس (صار لاحقاً مصدراً وحيداً) للمعاني والرموز والطقوس التي يحتاجها الفضاء العام ومجالاته المختلفة مما لم يكن حاضراً فيه من قبل في العصر الحديث، ومن تصاعد الطلب على الدين ليس في السياسة والاقتصاد فقط بل وفي وسائل الإعلام التي بدت أكثر حساسية وتأثراً بهذا التحول، كما كانت الأكثر قدرة على تلبية هذا الطلب الديني المتعاظم خاصة مع احتدام الجدل الدائر والمتصاعد حول الدين، وسؤال الهوية، وموقع الدين فيها، وهو جدل يدور معظمه عبر الفضائيات أو البرامج الدينية (١).

وبظهور القناة الفضائية المصرية في أغسطس عام ١٩٩٠، عرفت المنطقة العربية القنوات الفضائية العامة والمتخصصة في الجمهور وفي المضمون، ومنها القنوات الدينية حيث ظهرت قناة اقرأ في يوم ٢١ أكتوبر عام ١٩٩٨، تحت شعار: "متعة الإعلام الهادف"، وهي تعد أولى القنوات الإسلامية، ثم ظهرت القنوات المسيحية العربية، وأولها قناة Sat 7 ثم تلتها قنوات أخرى (٢).

وقد اعتبر البعض القنوات الفضائية الدينية الإسلامية في المنطقة العربية خطوة صحيحة نحو تدعيم الارتباط بالهوية الإسلامية في مواجهة سيل التيارات الجارفة، التي تحاول اقتلاع كل ما يمت للإسلام بصلة من جذوره، وتعمل على إلصاق مختلف الاتهامات بالإسلام، واصفة إياه بالجمود والعنف والإرهاب، وعدم التماشي مع التطور الحضاري (٣).

واعتبرها البعض الآخر بمثابة ديكور يزين القنوات التي يضمها القمر

الصناعي ، وهذا أسلوب تسويقي لا يتناسب مع مكانة ودور الدعوة الإسلامية في حياتنا، وما يجب أن نوليها من احترام (٤) .

كما اعتبرها آخرون بأنها نجحت في جذب عدد كبير من المشاهدين بأسلوب الإعلام الرأسمالي الذي يعتمد على ترويج المادة الإعلامية كسلعة ، فاستعانت بالمشاهير في مجال الفقه والدعوة الإسلامية ، بالإضافة إلى عدد من الممثلات المبررات فيما يشبه نظرية، الترغيب كما أسهت هذه القنوات بتجديد الخطاب الديني ، ودعمت جهود الدعوة الإسلامية في الداخل ، وحملت على عاتقها التعريف بحقيقة الإسلام في الخارج ، ولكن بشكل محدود (٥) .

كما أن هذه القنوات تعتبر تجربة ناجحة إلى حد كبير ، فهي متمسكة بالطابع الإعلامي الديني ، كما يجب أن يكون في سبيل نشر الإسلام والدعوة له في الداخل والخارج ، وترسيخ القيم والعادات التي جاء الإسلام بها ، وقد استعانت بالوعاظ من جميع أنحاء الوطن العربي لتقريب اللهجات العربية ، ومخاطبة الجمهور من المحيط الأطلنطي إلى الخليج العربي (٦) .

ووفقاً لآخر إحصائيات وبيانات اتحاد إذاعات الدول العربية (٢٠٠٨) يبلغ عدد الهيئات العربية التي تبث أو تعيد بث قنوات فضائية (٢٥٠) هيئة ، منها (٢٤) هيئة حكومية ، و (٢٢٦) هيئة خاصة تمتلكها وتديرها رؤوس أموال عربية .

وتبث الدول العربية حوالي (٥٢٠) قناة فضائية متعددة الأغايات والأهداف منها ، (١٣٠) قناة عامة ذات برامج متنوعة ، و (٣٩٠) قناة متخصصة منها ، ١٣ قناة دينية موزعة كالتالي : (١٠) قنوات تابعة للقطاع الخاص ، و (٣) قنوات حكومية (٧) .

وبالرغم من الإمكانيات المادية والبشرية التي يمتلكها العرب والمسلمون إلا أنهم مازالوا عاجزين عن استخدام تكنولوجيا الاتصال ، ومواكبة العصر

المعلوماتي ، وتوظيفه لخدمة قضاياهم ، وما زال القصور يلزمهم في إطلاق قنوات تليفزيونية دينية متخصصة تعبر عنهم ، وترد على الشبهات التي تشوه صورة الإسلام والمسلمين في الغرب ، وتنتشر روح الإسلام في الداخل فضلاً عن الخارج (٨) .

كما أن واقع الإعلام الفضائي ينبئ عن خلل ما في النظرة إلى البرامج الدينية، وبالتالي إلى حجم المعروض منها في القنوات الفضائية ، حيث لا تعبر الغالبية من القنوات الفضائية العربية اهتماماً للبرامج الدينية ، وتركز غالبية البرامج الدينية ، على المضمون الديني الصرف ، والذي يعتمد على المعلومة الدينية والتوجيه المباشر ، وتعتمد معظم هذه البرامج على تقديم مضمونها ومادتها في قوالب تقليدية ، ويغلب على معدي ومقدمي البرامج الدينية عدم الخبرة المهنية في قواعد وأساليب الإعداد التليفزيوني (٩) .

ومن هنا تأتي هذه الدراسة للتعرف على اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية المصرية لظاهرة القنوات الفضائية الدينية الإسلامية ، سواء كانت قنوات مصرية أو عربية ، ومسئولياتها نحو التعريف بصحيح الدين ، وتغيير الصورة النمطية والمشوهة عن الدين ، والتعرف على آرائهم ومقترحاتهم لوضع منظومة إعلامية متكاملة تقدم صورة حضارية للإسلام في الداخل والخارج من خلال هذه القنوات .

الدراسات السابقة :

تبين للباحث من خلال مراجعته للتراث العلمي للبحوث والدراسات السابقة أن هناك دراسات وبحوث لها علاقة مباشرة بموضوع دراسته ، وتدور حول علاقة الجمهور بالقنوات الدينية والبرامج الدينية في القنوات الفضائية ، والضوابط الأخلاقية والقانونية لعمل القنوات الفضائية ، وهناك دراسات وبحوث لها علاقة غير مباشرة بالموضوع ، وتتناول اتجاهات النخبة نحو القنوات

التليفزيونية من حيث واقعها ومستقبلها ، ودورها في الأزمات العربية ، وصورة الدين والإنسان العربي فيها ، وبالتالي قسم الباحث الدراسات السابقة إلي نوعين من الدراسات هما :

أولاً : دراسات عربية وقسمها الباحث الى :

(١) دراسات لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة :

* سعت دراسة صالح العراقي (٢٠٠٦) بعنوان "أساليب تطوير الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية" (١٠) ، إلى التعرف على رؤية كل من الخبراء ، والقائمين بالاتصال في هذه القنوات ، لأساليب تطوير الخطاب الديني فيها ، ومحاولة وضع أجندة لهذا الخطاب انطلاقاً من استراتيجيات التطوير وذلك بالتطبيق على عينة قوامها ٩٠ مفردة من الخبراء المتمثلين في أساتذة (الإعلام ، والإعلام الديني والشريعة الإسلامية والدراسات الإسلامية والعربية وأصول الدين والدعوة والتفسير وعلوم القرين وعلم الحديث) ، والقائمين بالاتصال في القنوات الفضائية العربية المتمثلين في : (معدى ومقدمى ومخرجى البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية) ، وتوصلت الدراسة إلى أن جميع أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية العربية ، وشكل عدم قدرة الخطاب الديني على إظهار جوهر الدين الإسلامي الصحيح ، أبرز أوجه القصور التي يعاني منها هذا الخطاب ، وأن أهم ضوابط تطويره من وجهة نظر الخبراء والقائمين بالاتصال في القنوات الفضائية العربية هو : "أن ينطلق فكر التطوير من القرآن الكريم والسنة النبوية أولاً ثم اجتهاد العلماء والمفكرين فيما بعد" وذلك بنسبة ٢٢,٢٨% ، يليها "ألا يؤدي التطوير إلى التصادم مع النصوص الشرعية أو الإخلال بها" بنسبة ١٨,٥١% ، ثم "أن يراعى التطوير القواعد العامة في الإفتاء" وذلك بنسبة ١٥,٩٩% . كما توصلت الدراسة إلى أن أهم مقترحات تطوير البرامج الدينية هي : الاهتمام بتصحيح صورة الإسلام وزيادة الجرعة

الدينية فى الفضائيات وتخصيص قنوات فضائية إسلامية بلغات أجنبية ومناقشة المشكلات الواقعية المعاشة .

* ركزت دراسة محمد غريب (٢٠٠٥) بعنوان " دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية فى التنقيف الدينى لدى طلاب الجامعات (دراسة ميدانية) (١١) ، على دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية فى التنقيف الدينى لدى طلاب الجامعات ، وعلاقة هذه البرامج بإدراكهم للموضوعات ، والقيم الدينية بالقنوات الفضائية فى إطار نظرية الغرس الثقافى ، بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب كليات الحقوق والتجارة والهندسة والطب بجامعة الزقازيق ، وأسفرت هذه الدراسة عن عدة نتائج أهمها تصدرت القنوات الفضائية المصرية والعربية المركز الأول من حيث حصول المبحوثين على معلوماتهم الدينية وجاءت قناة إقرأ فى الترتيب الأول بنسبة ٧٤,٥ % .

* دراسة صابر عسران (٢٠٠٥) بعنوان " الضوابط الأخلاقية والقانونية لعمل القنوات العربية الخاصة : رؤية مستقبلية " (١٢) . تهدف الدراسة إلى وضع مجموعة من الضوابط الأخلاقية الضرورية لعمل القنوات الفضائية العربية الخاصة (الإخبارية والغنائية) ، ومحاولة معرفة التشريعات القانونية التى يمكن أن تلتزم بها هذه القنوات وتعمل من خلالها ، وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج أهمها :

- تتمثل الضوابط الأخلاقية اللازمة لعمل القنوات الفضائية العربية الغنائية الخاصة (قنوات الفيديو كليب) فى إحياء دور الدين وبت وتعميق القيم الأخلاقية فى النفوس القائمين على هذه القنوات الفضائية ومالكيتها والاهتمام بالأغنية كلمة ولحناً وأداء والارتقاء بدور الفن ورسالته السامية ونشر الحرية الواعية المسئولة .

- تتمثل الضوابط القانونية اللازمة والضرورية للقنوات الإخبارية

والغنائية العربية الخاصة في فرض عقوبات قانونية على القنوات التي تعرض الأغاني الإباحية وتطبيق القوانين التي تحفظ حياء المجتمع وتحافظ على العفة والشرف وتعديل بعض القوانين الخاصة بالأداب العامة وصياغة قوانين إعلامية جديدة تتناسب من متغيرات العصر وتطبيق القوانين المرتبطة بحرية العمل الإعلامي .

* دراسة محمد أحمد هاشم (٢٠٠٣) ، بعنوان " البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية " (١٣) .

تسعى الدراسة إلى التعرف على البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة من خلال دراسة تحليلية على عينة من ستة برامج في القنوات الفضائية العربية الخاصة و١٩ برنامجاً على القنوات الفضائية العربية الحكومية وتوصلت الدراسة الى ان أهم القضايا التي عالجتها البرامج الدينية في القنوات العربية هي كالتالي : القضايا السياسية (٣١,٤ %) ، القضايا الشرعية (٢٤,٧ %) ، القضايا الاجتماعية (١٤,٧ %) ، القضايا الثقافية (١٣,٢ %) وتركز البرامج الدينية في القنوات الفضائية الخاصة على قالب الحوار والحديث المباشر والندوات .

(٢) دراسات لها علاقة غير مباشرة بموضوع الدراسة :

* دراسة نهى عاطف العبد (٢٠٠٧) ، بعنوان " استخدامات الجمهور المسيحي للقنوات الفضائية المسيحية والإشباع المتحققة " (١٤) . تهدف الدراسة إلى التعرف على أهم وسائل الإعلام المسيحية التي تتعرض لها عينة الدراسة من جمهور عام وصفوة ، وأهم دوافع المشاهدة والإشباع المتحققة لهم ، والتعرف على القنوات الفضائية المسيحية والعربية والأجنبية التي تشاهدها عينة الدراسة ، ونوعية البرامج والمواد المفضلة لدى هذه العينة ، وقوامها ٥٢٠ مفردة من الصفوة المسيحية أعضاء المجالس الكنسية والصحفيين في جريدة

وطنى ، والصحف المصرية الأخرى ، والصفوة العلمية المسيحية من أعضاء هيئة التدريس فى الجامعات المصرية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :

- يشاهد القنوات الفضائية المسيحية (٩٥ %) من عينة الدراسة ووجود فروق غير دالة بين الصفوة والجمهور العام وبين الذكور والإناث .

- أهم أسباب عدم مشاهدة القنوات الفضائية المسيحية هى : إيقاعها بطى (٧٦,٩ %) ، برامجها مملة (٧٣,١ %) ، لا تناقش المشكلات المختلفة بواقعية (٥٧,٧ %) ، تكرر نفس المضامين (٥٣,٨ %) ، لا تقدم حلولاً مناسبة للمشكلات .

- أثرت متابعة القنوات الفضائية المسيحية على متابعة القنوات الفضائية الأخرى لدى (٦٠,٥ %) من عينة الدراسة .

- أهم مقترحات عينة الدراسة لتطوير القنوات الفضائية المسيحية هى زيادة برامج الشباب وزيادة الترانيم وعدم تكرار البرامج وعرض القداسات على الهواء وزيادة الأفلام الدينية وتنويع مقدمى البرامج وتحسين الرسوم المتحركة وبرامج الأطفال .

* دراسة حنان سليم (٢٠٠٥) بعنوان : " اتجاهات النخبة المصرية نحو واقع ومستقبل القنوات الإخبارية العربية " (١٥) . تهدف هذه الدراسة إلى رصد ، وقياس اتجاهات الصفوة المصرية نحو واقع ومستقبل القنوات الإخبارية العربية الثلاث (النيل للأخبار - الجزيرة - العربية) ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها :

- وجود اتجاهات إيجابية لدى الصفوة المصرية نحو سلبيات البرامج الحوارية فى القنوات الإخبارية الثلاث حيث عكست النتائج اتجاهات قوية بشأن قناة الجزيرة ، وتعتقد الصفوة المصرية أنها أكثر القنوات اعتماداً على الانفعالية فى مناقشة القضايا ، كما أنها تشوه الصورة العربية فى القضايا المطروحة.

- وجود اتجاهات إيجابية لدى الصفوة المصرية نحو مكونات الأداء الإعلامي للقنوات الإخبارية العربية الثلاث ، حيث تعتقد الصفوة أن قناة الجزيرة توافرت فيها خمس مكونات للأداء الإعلامي هي الفورية والجرأة في تناول الموضوعات ، ومصداقية ودقة المعلومات ، والتوازن من خلال طرح مختلف الآراء والحياد والموضوعية في تناولها في حين تعتقد الصفوة المصرية أنها أيضا من أكثر القنوات الثلاث في المبالغة والتهويل عند تناول المشكلات والقضايا العربية .

*دراسة خالد صلاح الدين (٢٠٠٤) بعنوان " اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التليفزيونية الإخبارية للأزمات العربية في إطار مدخل إدارة الصراع " (١٦) . تستهدف الدراسة رصد وقياس اتجاهات النخبة المصرية نحو فاعلية القنوات الإخبارية العربية (النيل للأخبار والجزيرة والعربية) في توجيه وإدارة الصراعات والأزمات التي تمس الأنظمة والشعوب والمقدرات العربية على المستويين العام والفرعي. وأبرزت نتائج الدراسة أن النخبة المصرية تعتقد أن القنوات الإخبارية الثلاث قد دأبت على توظيف الهوية العربية بأبعادها الثلاث بوصفها مرجعية رئيسية حال إدارتها للأزمات العربية الراهنة وقد أكد أفراد النخبة المصرية أن قناة النيل للأخبار كانت الأكثر التزاما بتوظيف البعد السياسي للهوية العربية حيث دأبت تلك القناة على توفير قاعدة من التفاهم لإمكانية العمل العربي المشترك .

كما تشير النتائج إلي أن النخبة المصرية تعتقد أن قناة الجزيرة كانت الأكثر التزاما بطرح البعد الجمعي للهوية العربية حيث دأبت على بث مشاعر التوحد والتوافق فيما بين الجماعات والشعوب العربية بهدف توحيد مواقفها إزاء الأزمات العربية.

* دراسة جيهان يسري (٢٠٠٤) بعنوان " صورة العرب في القنوات

الفضائية العربية : دراسة استطلاعية على عينة من النخبة الأكاديمية العربية " (١٧) . تستهدف هذه الدراسة التعرف على صورة العرب التي تعكسها الفضائيات العربية من خلال رصد وتحليل آراء واتجاهات عينة من النخبة الأكاديمية العربية في الفضائيات العربية وفي الصورة العربية التي تنتجها وتقلها وتروجها عن العرب وعن كل ما يدور في العالم العربي وأسفرت نتائج هذه الدراسة عن وجود علاقة ارتباط إيجابي بين الفضائيات الدينية بصفة خاصة وبين ثقة النخبة العربية في كل ما تقدمه وبين مشاهدتهم لها بانتباه . كما أسفرت النتائج عن أن بعض الفضائيات العربية شديد التسيب والبعض الآخر شديد الانغلاق في التعبير عن العرب كما أن بعض برامجها يعمل على تزييف الواقع وعدم إظهار الحقيقة في بعض المواقف يتسم بعدم الموضوعية وموضوعاتها دخيلة على العادات والتقاليد والأخلاق العربية وتعكس صورة سلبية تسيء للعرب بصفة عامة وللشباب بصفة خاصة .

* دراسة عادل ضيف (٢٠٠٢) بعنوان " رأى النخبة حول دور الإعلام في تحسين صورة العرب والمسلمين بالخارج " (١٨) . ركز فيها على استطلاع رأى النخبة المصرية، حول كيفية قيام وسائل الإعلام بتحسين الصورة العربية والإسلامية بالخارج ، وتوصلت الدراسة إلى أن ٦٨ % من أفراد النخبة المصرية قالوا بأن العرب والمسلمين والغرب ، مسئولون عن تشويه الصورة العربية والإسلامية في الخارج .

* دراسة وليد فتح الله بعنوان " تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأى فى القنوات التليفزيونية العربية " (١٩) . تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأى فى القنوات التليفزيونية العربية ، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية ، وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج أهمها ، أن المضامين الإخبارية تأتي فى مقدمة المضامين التى يفضلها المبحوثون ، تليها الأفلام

والمسلسلات والبرامج الحوارية ، كما جاءت قنوات التليفزيون المصري والجزيرة ودريم في مقدمة القنوات التي تفضلها عينة الدراسة .

ثانيا : دراسات أجنبية :

* دراسة David Domke et al (٢٠٠٠) (٢٠) . سعت هذه الدراسة للتعرف على تأثير سمات وصفات النخبة على المعلومات التي تطرحها على الجماهير بوصفهم مصادر إخبارية ، وتوصلت الدراسة إلي وجود تأثيرات بين خصائص النخبة السياسية ، وتمثيل المبحوثين في المجموعات التجريبية للمعلومات الواردة في رسائلهم ، وأن هذه التأثيرات تزداد كلما كان هناك تشابه وتمائل بين المبحوثين والنخبة ، خاصة في الصفات المتعلقة بالدين والعرق والنوع .

* دراسة Oleg Manaev (١٩٩٤) (٢١) رصدت هذه الدراسة قياس اتجاهات الصفوة الإعلامية نحو أداء وسائل الإعلام في روسيا ومدى توافر مكونات الأداء الإعلامي بها ، وأسفرت الدراسة عن وجود اتجاهات إيجابية لدى الصفوة الإعلامية نحو مكونات أداء وسائل الإعلام الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية وحرية التعبير والموضوعية والمكاشفة والفعالية .

* دراسة KAPFERAA/ILLIAM-ROBERT JR (١٩٩٧) (٢٢) : تهدف الدراسة إلي التعرف على سمات القيادة المشتركة بين النخب الإعلامية وذلك بالتطبيق على عينة قوامها ٢٠ من قيادات العمل الإعلامي في التليفزيون وشبكة الإنترنت ووسائل الإعلام المطبوعة . وأسفرت الدراسة عن وجود ٣٤ سمة عامة ومشاركة بين النخب الإعلامية بالإضافة إلي ثلاثة عشر موضوع مشترك بين القيادات الإعلامية .

وكشفت النتائج عن أن قيادات العمل التليفزيوني اتفقت آرائهم على أن أهم سمات القيادة المشتركة بينهم تتمثل في الذكاء والثقة بالنفس والمثابرة وحب

الاصططلاع والرؤفة والهف فى هفن أجمعف آراء قفادات العمل الإصلافي على الإنفرفف على أن أهم سماف القفافة المشفركة بفنفهم ففمفل فى المهاراف الإصفاةفة والرؤفة والهف وأففة للعمل والحزم والمغامرة والمفابرة وحب الاصططلاع .

واففقف آراء قفادات العمل الإصلافي فى وسائل الإصلاف المطفوعة على أن أهم سمافهم فى القفافة ففمفل فى الففصص والخبرة والففة بالنفس وأخذ زمام المبادرة وبناف علاقات اصفاةفة قوفة واحفرام الوقت

* دراسة AL .habtb -Saleh-abdulah (١٩٩٥) (٢٣) . فهدف الدراسة إلى الفعرف على اسفخدام النخبة السعوففة والأرفففة للخدمات الإصااة الوطنفة والفولفة. كما فسعى الدراسة إلى الفعرف على فقففم النخبة العربفة لمفى المصفاةفة والإشباعاف والمراقبة الفف فحفقها الخدمات الإصااة الوطنفة والفولفة وعلاقتها بالمفغفراف الفموجرافية . وذلك بالفطبفب على عفة بلغت قوامها ١٥٠ مفرفة فم اففارفها من بفن ٣٠٠ مفرفة من النخب من كل البلاد العربفة وأسفرف هفه الدراسة عن عدة ففائف أهمها :

* أن النخبة الأرفففة أكثر ففة وفعرضاً لخدمفهم الإصااة الوطنفة من النخبة السعوففة .

* إن النخبة السعوففة أكثر فعرضاً وففة وففاعة بالخدمات الإصااة الفولفة وأن إصااة البف بف سى أكثر شعبفة فى العربفة السعوففة .

* النخبة السعوففة أكثر فعرضاً من النخبة الأرفففة للمحفااف الإصااة

الفالفة : VOA ، BBC ، RMC

التعليق على الدراسات السابقة :

بعد استعراض الدراسات السابقة تبين للباحث عدم وجود دراسة عربية أو أجنبية قد تعرضت للتعرف على رأى النخبة المصرية فى المسئولية الإعلامية للقنوات التليفزيونية الدينية الإسلامية ، وقد ركزت معظم الدراسات السابقة على اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التليفزيونية الإخبارية للأزمات العربية ، والصورة العربية التى تنتجها وتنقلها القنوات الفضائية عن العرب ، وكيفية قيام وسائل الإعلام العربية بتحسين الصورة العربية والإسلامية فى الخارج ، وتأثير سمات وصفات النخبة على المعلومات التى تطرحها وسائل الإعلام على الجماهير ، وسمات القيادة المشتركة بين النخب الإعلامية فى التليفزيون وشبكة الإنترنت ووسائل الإعلام المطبوعة ، ولم تتناول هذه الدراسات ظاهرة القنوات التليفزيونية الدينية وما أثير حولها من تساؤلات عن دورها ، وتمويلها والبرامج التى تقدمها ، ومسئوليتها الإعلامية نحو الدين والمجتمع .

وقد استفاد الباحث من هذه الدراسات فى تحديد الإطار النظرى والمنهجى للبحث ، ورصد وتحليل رؤية النخب المصرية لظاهرة القنوات الدينية ، والتعرف على تصوراتهم ورؤاهم المستقبلية بشأن هذه الظاهرة .

مشكلة الدراسة وأهميتها :

انطلاقاً من الدراسات السابقة ، يمكن تحديد مشكلة الدراسة ، وأهميتها من خلال عدة عوامل هى :

• تزايد القنوات الفضائية العربية والأجنبية والمحملة بمضامين مختلفة تحمل فى أغلبها قيماً وعادات وثقافات متعددة ومتباينة ومختلفة عن ثقافة المجتمع الملتقى لها (٢٤) .

• تعد القنوات الفضائية الدينية الإسلامية من القنوات المتخصصة التى

تتناسب مع روح العصر الحديث إذ تقدم هذه القنوات لمشاهديها المضمون الذى يريدونه فى أقل وقت بدلاً من انتظاره وسط مضامين أخرى عديدة ومتنوعة كما أنها تخلق لدى المشاهدين القدرة على الاختيار والحرية الفردية فى مشاهدة المادة التى يريدونها الفرد فى الوقت الذى يحدده (٢٥) .

* انتشار القنوات الفضائية الدينية الإسلامية واتساع جمهورها وتنامي شعبيتها وما أثير حولها من جدل فيما تبثه وتنتشره من أفكار وموضوعات حول الفهم الصحيح للدين وقيم التسامح وعدم التعصب ومحاولة الدول الكبرى فرض ثقافتها وطمس هويتنا وزعزعة عقيدتنا الدينية (٢٦) .

* يدور البحث فى شريحة النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية التى تعد شريحة واعية وفصاعاً مهماً يمثلون مركز التأثير فى المجتمع بما لديهم من رؤية فكرية وثقافية وسياسية متباينة ومقدرة عالية على تقييم الموضوعات والأحداث بأسلوب منطقي وعلى الربط الفكرى بين المتغيرات التى تحكم تطور الأحداث والقضايا المهمة (٢٧) وبالتالي لابد من الوقوف على رؤيتهم وتقييمهم لأداء القنوات الفضائية الدينية الإسلامية وكيفية تناولها للقضايا والموضوعات الدينية .

* ارتفاع ثقة النخب العربية فى القنوات الفضائية الدينية الإسلامية وفى كل ما تقدمه بصفة عامة مقارنة بالفضائيات العربية الأخرى (٢٨) .

* تحديد مسئولية القنوات الفضائية الدينية الإسلامية فى تقديم صورة صحيحة عن الإسلام والمسلمين فى الداخل والخارج .

* دور القنوات الفضائية الدينية الإسلامية فى تزويد المجتمع بالمعلومات والأفكار والاتجاهات والفتاوى الدينية الصحيحة وإكسابهم القيم والسلوكيات الدينية السليمة والمستقيمة .

وبناء على ما سبق فإن هذه الدراسة تسعى إلى التعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو القنوات الفضائية الدينية الإسلامية ومسئوليتها الإعلامية

تجاه المجتمع ، وأوجه القصور والخلل فيما تقدمه ، والكشف عن الدور الذي يمكن أن تقوم به النخبة المصرية في مواجهة السلبيات الناتجة عن أداء هذه القنوات .

أهداف الدراسة :

تسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف :

- ١ - التعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو المسؤولية الإعلامية للقنوات الدينية الإسلامية .
- ٢ - رصد أهم القنوات التليفزيونية الدينية الإسلامية التي تحرص النخبة المصرية على مشاهدتها .
- ٣ - الوقوف على مدى التزام القنوات التليفزيونية الدينية الإسلامية بأخلاقيات مهنة الإعلام .
- ٤ - التعرف على الضوابط الأخلاقية للممارسة الإعلامية للقنوات التليفزيونية الدينية الإسلامية .
- ٥ - التعرف على التشريعات القانونية التي تعمل من خلالها القنوات الدينية وتلتزم بها .
- ٦ - رصد مقترحات النخبة المصرية لتطوير الأداء المهني للقنوات التليفزيونية الدينية .

الإطار النظري للدراسة :

إذا كانت هذه الدراسة تسعى للتعرف على رأى النخبة فى المسؤولية الإعلامية للقنوات التليفزيونية الدينية الإسلامية فلا بد للتعرض إلى معنى المسؤولية وأنواعها المختلفة فى الفلسفتين الإسلامية والغربية .

مفهوم المسؤولية :

يشير مفهوم المسؤولية فى الفلسفة الإسلامية إلى الاستعداد الفطري الذى جبل الله تعالى عليه الإنسان ليصلح للقيام برعاية ما كلفه به من أمور تتعلق بدينه ودينه فإن وفى ما عليه من الرعاية جعل له الثواب وإن كان غير ذلك جعل له العقاب ويستعمل مصطلح المسؤولية فى الفلسفة الغربية ليتضمن كلا من المواقف الأخلاقية والاجتماعية وتعرف المسؤولية بأنها وعى الإنسان البالغ أن عليه التصرف تبعاً لمعايير اجتماعية وأنه معرض للعقاب إذا انتهك محظورات التوجيه الاجتماعى أو هى الاتجاه الأساسى نحو الخضوع التام والإذعان العام للتوجهات والموانع الاجتماعية (٢٩) .

أنواع المسؤولية (٣٠) :

تقسم الفلسفة الإسلامية المسؤولية إلى ثلاثة أنواع هى :

- * المسؤولية الدينية : ومصدر الإلزام بها الوحي الإلهي وتشمل جميع التكاليف التى التزم بها الإنسان من قبل الله تعالى سواء كانت أوامر يترتب على القيام بها الثواب أو نواهي يترتب على اقترافها العقاب .
- * المسؤولية الأخلاقية أو الأدبية : مصدرها الإلزام النفسى وتشتمل على جميع الأخلاق والآداب التى تنشأ من داخل النفس .
- * المسؤولية الاجتماعية : وتعد قوة الضغط الاجتماعى مصدرها الإلزامى وتشمل جميع النظم والتقاليد التى يلتزم بها الإنسان من قبل المجتمع الذى يعيش فيه .

بينما ترى الفلسفة الغربية أن الجنس البشرى ينقسم إلى أفراد وجماعات أفعالها تؤثر فى بعضها البعض وتعتمد بشكل كبير على بعضها البعض والمسؤولية الفردية يصبح لها معنى فقط فى ضوء الوجود الاجتماعى وهناك ثلاثة أنواع من المسؤوليات المسؤولية الوجودية مثل العلاقة بين العامل ورب

العمل والمسئولية التعاقدية مثل العقود الرسمية والعقود غير الرسمية والمسئولية الذاتية أى التى تضعها الذات وهى تعبير عن أنفسنا كبشر دون انتظار مقابل وفى المسئولية الوجوبية والتعاقدية تؤمن المسئولية من خلال عقوبات واضحة أو خفية .

وقد اعتمدت هذه الدراسة على عدة نظريات هى :

١ - نظرية النخبة : بمعنى أن ثمة أفراد لديهم رؤى فكرية وثقافية وسياسية متباينة ومقدرة عالية على تقييم الموضوعات والأحداث بأسلوب منطقي ومجرد نظراً لقدرتهم على الربط الفكرى بين المتغيرات التى تحكم تطور الأحداث والقضايا المهمة (٣١) .

ومن رواد نظرية النخبة العالم باربتو، الذى يرى أن النخبة هم أولئك الذين يتفوقون في مجالات عملهم ويربط مفهوم النخبة الاجتماعية بقدرة هؤلاء المتفوقين على ممارسة وظائف سياسية أو اجتماعية تخلق منهم طبقة حاكمة ليست بحاجة إلى دعم وتأييد جماهيري لأنها تقتصر في حكمها على مواصفات ذاتية تتمتع بها، وهذا ما يميزها ويؤهلها لاحتكار المناصب وتطور هذه النظرية قد وجه سهام النقد للنظرية الاشتراكية فضلاً عن النظريات الديمقراطية لأن نظرية النخبة تتعارض مع كل من الديمقراطية والاشتراكية وتشكك بالصحة العلمية لكلا النظريتين فهى تتناقض والمبادئ الاشتراكية بلجونها الى الاستعاضة عن فكرة الطبقة الحاكمة بفكرة النخبة الاقتصادية أو العسكرية التى تحكم بفضل خصائص متفوقة فى أفرادها وليس نتيجة حيازتها لوسائل الإنتاج (٣٢) .

كما تتعارض نظرية النخبة مع الديمقراطية لأنها تقوم على عدم تكافؤ المعطيات والمواهب الفردية وهو ما يتعارض مع أحد خيوط نسيج الفكر السياسي القائل بالمساواة بين الأفراد كما أنها تتناقض مع فكرة حكم الأغلبية فالفكر الديمقراطي يرى أن الديمقراطية لا تتفق مع الواقع الذى يسوده حكم

النخبة فموسكا وباريتو العالمان الإيطاليان ورائدا نظرية النخبة يؤكدان أن الديمقراطية والنخبة متعارضتان فالأولى تقوم على حكم الشعب بالشعب وللشعب أما الثانية فهي الحكم نيابة عن الشعب مستفيدة من السلطة التي يمنحها إياها الشعب فالنظم النيابية المعاصرة تسودها أقلية حاكمة تستغل نفوذها (٣٣) .

وتوجد عدة اتجاهات لدراسة النخبة تتمثل فيما يلي (٣٤) :

(*) الاتجاه التنظيمي ويرجع أصحاب هذا الاتجاه قوة النخبة إلى العنصر التنظيمي أي قدرة النخبة على تكوين جبهة متماسكة في مواجهة القوى الاجتماعية الأخرى من خلال تمتعها بقدرات تنظيمية وقنوات اتصال تيسر تدفق المعلومات في سرعة وتعزز قدرتها على التماسك والاستجابة الفورية للظروف المتغيرة والتحكم في القوى الاجتماعية الأساسية النشيطة في المجتمع .

(*) الاتجاه النظامي أو المؤسسي : ويرى أصحاب هذا الاتجاه أن النخبة هي نتاج الطابع المؤسسي للمجتمع أي تتكون من أولئك الذين يشغلون مناصب قيادية في المؤسسات التي تحتل مواقع استراتيجية داخل المجتمع ويتحدد تماسك النخبة إلى حد كبير بمعدل قوة الروابط بين المؤسسات فوجود نخبة قومية يقتضي وجود قدر من التلاحم بين المؤسسات ويصل التقارب المؤسسي إلى أقصى قوته حينما يحدث تبادل في المواقع بين قيادة المؤسسات المسيطرة في المجتمع .

(*) الاتجاه الاقتصادي : يركز أصحاب هذا الاتجاه على أن تحكم النخبة في وسائل الإنتاج هو الذي يمنحها الوضع المسيطر الذي يصاحبه بالضرورة قوة سياسية واجتماعية والتحكم في حق اتخاذ القرارات يصاحبه كذلك قوة اقتصادية واجتماعية .

٢ - نظرية المسؤولية الإعلامية : حيث ينظر (ديني إليوت) Elliot إلى

المسؤولية الإعلامية من خلال ثلاث فئات هي :

* مسؤولية الإعلامي تجاه نفسه : وذلك من خلال أدائه للرسالة الإعلامية بأقصى قدر من الدقة والأمانة والصدق والموضوعية لما يعتقد أنه في صالح المجتمع .

* مسؤولية الإعلامي تجاه المجتمع العام : ويتحقق ذلك من خلال إتاحة المعلومات وعدم إلحاق الضرر بالآخرين وكلاهما يتصارع أحياناً مع الآخر فأحياناً يحقق تقديم المعلومات ضرراً لبعض الأفراد ولكن مفهوم المنفعة يقتضي أحياناً التضحية بصالح الفرد في سبيل صالح المجتمع .

* مسؤولية الإعلامي تجاه المجتمع المحلي : وهي امتداد للمسئولية السابقة وتعتمد على نشر ما يتوقعه الأفراد من المجتمع وما يتوقعه المجتمع من الأفراد وإبلاغ الناس بما يحقق صالحهم الآن وفي المستقبل وأداء الرسالة الإعلامية بطريقة لا تقلل من ثقة الناس فيها مع تجنب أي ضرر بقدر الإمكان (٣٥) .

ويمكن إدراك المسؤوليات الإعلامية من خلال ثلاثة مستويات التي تعبر عن أخلاقيات العمل الإعلامي بشكل كلي وهي :

* القيام بالوظائف الممكنة أو الأدوار الاجتماعية الملائمة .

* معرفة المبادئ التي ترشد وسائل الإعلام إلى تحقيق وظائفها السياسية والتعليمية والثقافية والمنفعية بطريقة إيجابية أو مسنولة .

* معرفة أنواع السلوك التي يجب مراعاتها من جانب الإعلاميين لتحقيق المبادئ الإرشادية (٣٦) .

٣ - نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام :

تؤكد على البعد الاجتماعي في الممارسات الإعلامية، ودور وسائل الإعلام في مواجهة المشكلات المجتمعية وتسعى نظرية المسؤولية الاجتماعية إلى تحقيق المبادئ التالية :

* ينبغي أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع .

- * ضرورة وضع مستويات مهنية للصدق والموضوعية والدقة والتوازن .
- * يجنب تجنب كل ما يؤدي إلي نشر الجريمة أو العنف أو الفوضى المدنية أو الإساءة إلي الأقليات في المجتمع .
- * الصحفيون والمهنيون مسئولون أمام المجتمع ومسئولين أمام مؤسساتهم وتجاه السوق (٣٧) .

* كما أن هناك رؤية جديدة للمسئولية تقول : إنه إذا قامت الصحيفة بإعلام الناس والمحافظة على خصوصيتهم ومراعاة قيمهم فهذه نصف المسئولية ولكن النصف الآخر هو بيان مسئولية الجماهير تجاه المادة المذاعة التي هي بدورها تجاه أنفسهم إذ يجب على الجمهور ألا يتعامل مع ما يقدم من خلال الصحافة والتلفزيون على أنه وجبة كنتك التي يشتريها من السوبر ماركت بل عليه أن يدرس الوقائع ولا يتقبلها كما يقرأها أو يسمعها يزن الأفكار التي تتفق مع ميوله والتي تختلف ويضع افتراضاته الأساسية محلاً للنقاش (٣٨) .

تساؤلات الدراسة :

- س ١ : ما كثافة تعرض النخبة المصرية للقنوات الفضائية الدينية الإسلامية ؟
- س ٢ : ما القنوات الفضائية الدينية الإسلامية المفضلة لدى النخبة المصرية ؟ وما أسباب تعرضهم لها ؟
- س ٣ : ما اتجاهات النخبة المصرية نحو الضوابط الأخلاقية للممارسة الإعلامية للقنوات الفضائية الدينية ؟
- س ٤ : ما اتجاهات النخبة المصرية نحو التشريعات القانونية التي تعمل من خلالها القنوات الفضائية الدينية الإسلامية وتلتزم بها ؟ .
- س ٥ : ما اتجاهات النخبة المصرية نحو مدى التزام القنوات الفضائية الدينية الإسلامية بالمعايير المهنية المختلفة ؟ .

س٦ : ما اتجاهات النخبة المصرية نحو مزايا القنوات الفضائية الدينية الإسلامية ؟ .

س٧ : ما اتجاهات النخبة المصرية نحو عيوب القنوات الفضائية الدينية الإسلامية ؟ .

س٨ : كيف ترى النخبة المصرية معوقات أداء العمل الإعلامي للقنوات الفضائية الدينية ؟ .

س٩ : ما مقترحات النخبة المصرية لتطوير الأداء المهني في القنوات الفضائية الدينية ؟ .

فروض الدراسة :

الفرض الأول :

توجد اختلافات دالة إحصائياً بين اتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات الممارسة الإعلامية للقنوات الفضائية الدينية الإسلامية .

الفرض الثاني :

توجد اتجاهات سلبية لدى النخبة المصرية نحو مسئولية الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية الدينية .

الفرض الثالث :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات النخبة المصرية نحو إيجابيات القنوات الفضائية الدينية الإسلامية .

الفرض الرابع :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات النخبة المصرية نحو سلبيات القنوات الفضائية الدينية .

الإطار المنهجي للدراسة :

أولاً : نوع الدراسة ومنهجها :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة اتجاهات النخبة المصرية نحو القنوات الفضائية الدينية الإسلامية ، والتعرف على مدى ميولهم ورضائهم نحو برامجها ، وأهدافها وتقييم أدائها كما استخدم الباحث منهج المسح فى مستوييه الوصفي والتحليلي ، للتعرف على خصائص النخبة المصرية (عينة الدراسة) وشرح وتحليل وتفسير اتجاهاتها نحو هذه القنوات (٣٩) ، وذلك بتطبيق صحيفة استبيان على عينة من النخبة اتبعت الخطوات العلمية فى تصميمها وتطبيقها وتحليل بياناتها .

ثانياً : عينة الدراسة وأسلوب اختيارها :

دلت البحوث العلمية على أن العينة إذا اختيرت ممثلة للمجتمع الذى تؤخذ منه تؤدى الى توفير كثير من الوقت والجهد سواء بالنسبة للباحث أو المبحوثين وفى نفس الوقت تكون النتائج قريبة من النتائج التى نحصل عليها لو أجرينا البحث على جميع مفردات المجتمع (٤٠) .

ولأن مجتمع البحث المتمثل فى النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية مجتمع متعدد ومتنوع والعمل فيه له طبيعة خاصة تختلف عن العمل فى أية مؤسسة أخرى لهذا حصل الباحث على موافقة الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء (٤١) وموافقة المسؤولين والجهات الأمنية بوزارة الأوقاف والأزهر واتحاد الإذاعة والتلفزيون ، واختار الباحث العينة العمدية ، وهى نوع من العينات غير الاحتمالية ، وفيها تختار الوحدات أو المفردات بطريقة عمدية ، للباحث نوعية معينة ذات خصائص وسمات وصفات مقصودة ترتبط بمشكلة البحث وتخدم أهدافه (٤٢) ، وتبعاً لتقارب الخصائص المميزة للنخب داخل كل فئة فقد عمل الباحث على تمثيل كل فئة بعينة غير احتمالية تم اختيارها وفقاً

لأسلوب العينة العمدية ، وروعي في العينة الشمول والتنوع ، ولها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بموضوع الدراسة ، وتشاهد القنوات التليفزيونية الدينية وتتابعها ، وقد بلغت عينة الدراسة (١٨٣) من أفراد النخبة المصرية تم تقسيمها إلي ثلاثة أنواع من النخب هي :

* نخبة أكاديمية من الأساتذة والأساتذة المساعدين والمدرسين وتضم (٨٣) عضو هيئة تدريس في جامعات القاهرة وبنها والزقازيق وهم المنوط بهم التدريس والتوجيه ولهم تأثير في شرائح كبيرة من الرأي العام .

* نخبة إعلامية وتضم (٥٣) مفردة منها (٢٥) مفردة من بين المسنولين بالشبكات الإذاعية وبالقنوات التليفزيونية باتحاد الإذاعة والتليفزيون و(٢٨) مفردة من مديري التحرير وكبار الكتاب الصحفيين بمؤسستي الأهرام والأخبار.

* نخبة دينية وتضم (٤٧) مفردة أعضاء هيئة التدريس بكلية أصول الدين بجامعة الأزهر الشريف وكبار الوعاظ الذين يتبعون الأزهر وكبار الأئمة التابعين لوزارة الأوقاف وشيوخ ووكلاء المعاهد الأزهرية.

والجدول رقم (١) يوضح خصائص العينة ومن بياناته يمكن استنتاج أهم المؤشرات التالية :

أولاً : مؤشرات متغير النوع :

* ارتفاع نسبة الذكور عن نسبة الإناث في فئات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية حيث بلغت نسبة الذكور في فئة الأكاديميين ٧٥,٩ % مقابل ٢٤,١ % للإناث في حين بلغت نسبة الذكور في فئة الإعلاميين (٦٨ % للنخبة الإذاعية ٦٧,٩ % للنخبة الصحفية) وبلغت نسبة الإناث (٣٢ % للإذاعيات و٣٢,١ % للصحفيات) وفي فئة النخبة الدينية بلغت نسبة الذكور ٧٤,٥ % مقابل ٢٥,٥ % للإناث .

ثانياً : مؤشرات متغير السن :

* الفئة العمرية التى يتراوح سنها ما بين (٢٥ سنة إلى ٣٥ سنة) فى النخبة الأكاديمية والإذاعية لها اتجاهات إيجابية أكثر من الفئات الأخرى حيث بلغت نسبتها فى النخبة الأكاديمية ٤٧ % وفى النخبة الإذاعية ٤٠ % وفى النخبة الدينية ٤٤,٧ % .

ثالثاً : مؤشرات الوظيفة والمؤهل :

* توجد اتجاهات إيجابية للنخبة الأكاديمية نحو القنوات الدينية حيث بلغت نسبة النخبة الأكاديمية التى تشاهد هذه القنوات وتُشغل وظيفة مدرس ٤٤,٦ % وأستاذ مساعد ٣٣,٧ % وأستاذ ٢١,٧ % .

* توجد اتجاهات إيجابية للنخبة الإعلامية نحو القنوات الفضائية الدينية حيث ارتفعت نسبة نخبة الإذاعيين الحاصلين على درجة ليسانس أو بكالوريوس إلى ٧٦ % ونخبة الصحفيين الحاصلين على الدرجة نفسها إلى ٧٥ % .

* بلغت نسبة النخبة الدينية التى تشاهد القنوات الفضائية الدينية وتُشغل وظيفة إمام وواعظ ٢٩,٨ % وأستاذ جامعى أزهرى ١٧ % ووكيل معهد أزهرى ١٩,١ % وشيخ معهد ١٢,٨ % وموجه ثانوى ٢١,٣ % .

ثالثاً : أدوات جمع بيانات الدراسة :

تم تصميم استمارة استبيان تضمنت ما يلي :

* متغيرات الدراسة القابلة للقياس .

* المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة .

* التساؤلات التى تضمنت كل جوانب الدراسة لتحقيق أهدافها .

وتم تطبيق الاستبيان عن طريق المقابلة المتعمقة التى تعتمد على طرح

الأسئلة وكتابة ما يقوله المبحوث بالتفصيل ، وقد مرت استمارة الاستبيان بالخطوات العلمية المنهجية اللازمة لبناء المقياس .

الثبات والصدق في الدراسة :

تم استخدام الصدق الظاهري وذلك بعرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين (٤٣) ، الذين أشاروا إلي ضرورة إدخال بعض التعديلات عليها ، وقام الباحث بإجراء هذه التعديلات بناء على ملاحظات المحكمين ، كما استخدم الباحث أسلوب إعادة الاختبار أي إعادة تطبيق الاستبيان على عينة عشوائية ضمت ٣٠ مفردة من نفس المبحوثين بعد فترة زمنية قدرها أسبوعين من إجراء التطبيق الأول ، وبلغت قيمة معامل الثبات ٩٠ % مما يشير إلي ثبات البيانات وصلاحيه الاستبيان للتطبيق الميداني . أما الثبات الداخلي لإجابات المبحوثين فقد بلغ وفقاً لمعامل ألفا Alpha ٠,٨٣ ومعامل الثبات ٠,٧٠ .

رابعاً : مصطلحات الدراسة :

النخبة : اشتق مفهوم النخبة أو الصفوة من الفعل اللاتيني Eligere ويعني يختار. وتسير كلمة Elite إلى العنصر المختار من ثقافة أو جماعة، أو الأفراد الذين يشغلون أوضاعاً عليا (٤٤) .

فالنخبة هي مجموعة من الأفراد من أصحاب السلطة والتأثير غير العادي في مجالات الحياة الاجتماعية المختلفة (٤٥) .

وهي : مجموعة متقفة وواعية من أفراد الرأي العام تتميز بالإطلاع والخبرات وحسن التصرف حيث تقوم بقيادة الرأي العام في مجالات عديدة مما يكسبها أهمية كبيرة في أي مجتمع (٤٦) .

وهي : مجموعة من الأفراد ذو المكانة من المهتمين بالثقافة وصناعة الفكر من الكتاب والأدباء والفنانين والفلاسفة والعلماء من أصحاب الرؤية

الشاملة لقضايا المجتمع والذين يعبرون بوعيمهم وثقافتهم عن ضمير الأمة تجاه أهم القضايا بهدف التأثير على السلطة وتشكيل قيم واتجاهات أفراد المجتمع (٤٧).

وهي : فئة من الفئات المتميزة في المجتمع سواء وظيفياً أو فكرياً أو تعليمياً مما يؤهلها للقيام بدور قيادي أو بأدوار المسئولية في المجتمع وهي من أكثر فئات المجتمع تأثيراً في الحياة العامة وقدرة على اتخاذ القرار (٤٨) .

التعريف الإجرائي للنخبة : فئة من فئات المجتمع المنقفة الواعية ولها تأثير كبير في الرأي العام وقدرة على اتخاذ القرار وتشكيل قيم واتجاهات أفراد المجتمع .

فئات النخبة : تتكون فئات النخبة من الإعلاميين الذين يعملون في اتحاد الإذاعة والتليفزيون والمؤسسات الصحفية وأساتذة الجامعة (الأساتذة والأساتذة المساعدين والمدرسين) أعضاء هيئة التدريس بكلية أصول الدين بجامعة الأزهر الشريف وكبار الوعاظ الذين يتبعون الأزهر وكبار الأئمة التابعين لوزارة الأوقاف وشيوخ ووكلاء المعاهد الأزهرية بمحافظة القليوبية .

القنوات الفضائية الدينية : هي القنوات التي لها رسالة دينية دعوية إسلامية سواء كانت قنوات فضائية مصرية أو عربية حكومية أو خاصة.

المسئولية الإعلامية : هي القواعد التي يتبعها مالكو القنوات الفضائية الدينية الإسلامية وجميع العاملين فيها لكي تتوافق عملية إنتاجهم وإذاعتهم لبرامجهم في هذه القنوات مع مبادئ المهنة وموثيق الشرف الإذاعي والإعلامي .

اتجاهات النخبة : يقصد بها أفكار وتصورات النخبة المصرية عن القنوات الفضائية الدينية الإسلامية ومدى ميولهم ورضائهم نحو أدائها وقبولهم أو رفضهم لمضمون هذه القنوات .

معالجة بيانات الدراسة إحصائياً :

استخدم الباحث برنامج SPSS الإحصائي لحساب التكرارات والنسب المئوية لمتغيرات الدراسة واستخدام الجداول المزدوجة Crosstables واستخراج المعاملات وإجراء الاختبارات الإحصائية التالية :

• اختبار كا^٢ Chi-Square Test لقياس دلالة الفروق بين فئات النخب المصرية الثلاثة .

• معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة .

• التكرارات البسيطة والنسب المئوية .

• اختبار T-Test لدراسة معنوية الفرق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الدراسة .

• المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية .

• اختبار Z : لقياس دلالة الفروق بين نسبتي مؤبطين

نتائج للدراسة :

يعرض الباحث النتائج العامة للدراسة أولاً ثم نتائج اختبار الفروض ثانياً.

أولاً : النتائج العامة للدراسة :

يستعرض الباحث النتائج العامة للدراسة على النحو التالى :

١- مدى مشاهدة النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية للقنوات الفضائية

الدينية الإسلامية :

تشير بيانات الجدول رقم (٢) إلى ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية الدينية الإسلامية بين النخب المصرية عينة الدراسة ، حيث بلغت نسبة النخبة الأكاديمية التى تشاهد هذه القنوات بصفة دائمة ٤٩,٤ % وإلى حد ما ٥٠,٦ % ، ونخبة الإذاعيين الذين يشاهدون هذه القنوات بصفة دائمة بلغت نسبتهم ٥٢ % وإلى حد ما ٤٨ % ، أما نخبة الصحفيين الذين قالوا نعم إنهم يشاهدون هذه القنوات ، فقد بلغت نسبتهم ٤٢,٩ % وإلى حد ما ٥٧,١ % ، والنخبة الدينية التى تشاهد القنوات الفضائية الدينية بصفة دائمة بلغت نسبتهم ٨٠,٩ % ، أما الذين يشاهدون هذه القنوات إلى حد ما فقد بلغت نسبتهم ١٩,١ % ، وذلك عند درجة حرية (٣) ، ومستوى معنوية (٠,٠٠٢) ، وبلغت قيمة كا ٢ المحسوبة (١٥,٣٨٩) ، مما يدل على وجود علاقة ارتباط قوية بين النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية ، وتعرضهم للقنوات الفضائية الإسلامية . وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة ميدانية (٤٩) ، أظهرت أن النخبة أكثر تعرضاً لمشاهدة الفضائيات المصرية من الجمهور ، وأنه كلما ارتفع المستوى الاجتماعى والاقتصادى للنخبة كانت أكثر تعرضاً للإعلام المصرى من الجمهور ، كما اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أخرى (٥٠) ، احتلت فيها القنوات الفضائية التليفزيونية المرتبة الأولى فى مجموع الأوزان الترتيبية كأفضل القنوات التليفزيونية التى تشاهدها النخبة المصرية .

٢ - مدى تفضيل مشاهدة النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية للقنوات الفضائية الدينية المصرية والعربية :

* توجد اتجاهات إيجابية للنخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو هوية القنوات الفضائية الدينية يوضحها الجدول رقم (٣) ، حيث ارتفعت نسبة مشاهدة القنوات الفضائية الدينية المصرية عن القنوات الدينية العربية بين النخبة الدينية (٥٧,١ %) ، والنخبة الصحفية (٥٥,٩ %) ، والنخبة الأكاديمية (٥٠,٩ %) ، ونخبة الإذاعيين (٤٦,٩ %) .

* جاءت نخبة الإذاعيين فى مقدمة النخب التى تفضل مشاهدة القنوات الفضائية الدينية العربية وذلك بنسبة (٥٣,١ %) تليها نخبة الأكاديميين بنسبة (٤٩,١ %) ثم نخبة الصحفيين بنسبة (٤٤,١ %) فالنخبة الدينية (٤٢,٩ %) .

* بلغت قيمة كا (٠,٥٣٨) للقنوات الدينية المصرية عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٩١١) فى حين بلغت قيمة كا (٣,٢٠١) للقنوات الدينية العربية عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٣٦٢) وتدل هذه النتائج على عدم وجود علاقة بين هوية القنوات الفضائية الدينية سواء كانت قنوات مصرية أو عربية والنخبة عينة الدراسة أى أن النخبة تشاهد القنوات الفضائية الدينية بغض النظر عن هويتها سواء كانت مصرية أو عربية.

* تتفق النتائج السابقة مع بعض نتائج دراسة ميدانية (٥١) جاء فيها أن القنوات الدينية احتلت الترتيب الثالث بنسبة ١١,٦٤ % من إجمالى نسبة أنواع مشاهدة القنوات الفضائية العربية الخاصة ويزداد عدد القنوات الفضائية الدينية التى تملأ الفضاء الإعلامى فمنها القنوات الدينية العامة التى تقدم لنا الأفرع المختلفة للدين الإسلامى من فقه وعقيدة وعبادات وأخلاق ومعاملات والقنوات الدينية المتخصصة وتقدم لنا القرآن الكريم بعلومه المختلفة .

* كما تتفق هذه النتائج مع نتيجة دراسة (٥٢)، أثبتت أن نسبة ٨٩,٤ %

من الأكاديميين العرب عينة الدراسة أكدوا أن الفضائيات العربية تعكس الموضوعات والقضايا التي تهتم المواطن العربي وأن القنوات الدينية أكثر نجاحاً في تقديم الموضوعات التي تهتم هذا المواطن .

٣ - أهم القنوات الفضائية الدينية الإسلامية التي تشاهدها النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية عينة الدراسة :

* جاءت قناة الناس في المرتبة الأولى بنسبة ٣٥,٨ % بين القنوات الفضائية الدينية الإسلامية التي تفضل النخبة الأكاديمية والإذاعية والصحفية والدينية مشاهدتها ويوضح ذلك الجدول رقم (٤) وبلغت قيمة كا (١٠,٣٨٢) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠١٦) مما يدل على وجود علاقة ارتباط قوية بين القناة ومشاهدها ثم جاءت قناة اقرأ في المرتبة الثانية بنسبة ٣١,٩ % وبلغت قيمة كا (٢,٧٠٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٤٤٠) ثم قناة المجد للقرآن في المرتبة الثالثة بنسبة ٣٠,٦ % وبلغت قيمة كا (٤,٧٦٦) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,١٩٠) ثم جاءت قناة العفاسي في المرتبة الرابعة بنسبة ١٦,٧ % وبلغت قيمة كا (٢٢,٦٣٩) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٠٠) وقناة الرسالة في المرتبة الخامسة بنسبة ١٦,٢ % وبلغت قيمة كا (٠,٨٥٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٨٣٦) وتتفق النتائج السابقة مع نتيجة دراسة (٤٧) جاءت فيها الفضائيات الدينية في الترتيب الثاني بنسبة ٢٤ % وتأتي في مقدمتها قناة اقرأ بنسبة ٨٣,٣ % ثم اقرأ والمجد ١١,٧ % كما تتفق مع نتيجة دراسة (٥٣) (٥٢) ، جاءت فيها قناة اقرأ في الترتيب الأول بنسبة ٧٤,٥ % كما تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري التي أجريت عام ٢٠٠٨ وأظهرت أن قناة الناس تعد أكثر تفضيلاً بنسبة (٦٦,٧ %) يليها قناة المجد بنسبة (١٩,٣ %) لأن قناة الناس قناة شاملة وبرامجها متميزة ومقدمو برامجها متميزون وأسلوبهم شيق وتقدم موضوعات

تهم الأسرة وتعالج مشكلاتها .

* جاءت قناة الحكمة فى المرتبة السادسة بنسبة ١٣,١ % وبلغت قيمة كا (٢,٠٥٥) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٥٦١) تليها قناة المجد للحديث بنسبة ١٢,٤ % وبلغت قيمة كا (٣,٠٩٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٣٧٧) ثم قناة الفجر بنسبة ١٢,١ % وبلغت قيمة كا (٢٥,٦٦٧) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٠٠) .

* القنوات الأخرى التى تشاهدها النخبة المصرية عينة الدراسة جاءت بنسبة ٢,٣ % وتتمثل فى القنوات التالية : الرحمة - الهدى باللغة الإنجليزية - قناة القرآن الكريم - الحافظ - طيور الجنة - الأنوار - الحياة - المعجزة - الرافدين .

٤ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو أسباب مشاهدة القنوات الفضائية الدينية الإسلامية :

وفى الإجابة عن سؤال مفتوح أشارت النتائج إلى أن النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية تشاهد القنوات الفضائية الدينية لعدة أسباب هى :

* تدعم الهوية الإسلامية وتنتشر مبادئ الإسلام وتعاليمه فى الداخل والخارج وترسخ القيم والعادات التى جاء الإسلام بها.

* عرضها بعض الفتاوى المهمة بأسلوب مبسط وشيق .

* لأنها أكثر موضوعية ومفيدة للغاية فى فهم صحيح الدين والثقافة

الدينية.

* لأنها تعرض كثير من أمور الدين على يد نخبة من الدعاة الإجملاء

والعلماء المرموقين فى مجال الدعوة

* قناة المجد للقرآن تقدم وجبة متنوعة من القرآن الكريم - قناة الناس

تضم نخبة من الدعاة والبرامج المتميزة وكذا قناة الحكمة والرحمة أما قناة

الرسالة فإنها متميزة باهتمامها بسيرة المصطفى صلى الله عليه وسلم .
 * لتعلم مفهوم صحيح الدين ولتعلم القراءة الصحيحة للقرآن الكريم .
 * لأنها تفتح مجالات دينية في زمن غابت فيه هذه الاتجاهات .
 * للاستماع للقراءات القرآنية المتعددة من مشاهير القراء في مصر والعالم العربي .

* لتناولها قضايا دينية من الواقع بأسلوب منهجي وموضوعي .
 * لأن بها أناس معتدلون ذو فكر حديث كما أنهم يقدمون برامج في قالب سريع بعيدا عن الملل والوعظ المباشر إضافة إلي نوعية الشيوخ الذين تعتمد عليهم في البرامج فكثير منهم له أفكار جديدة في توصيل المعلومة مثل عمرو خالد وأسامة حسني وعبد الصبور شاهين .

* تتناول موضوعات تهم الناس وتتناول بعض أمور الدين نتعرف عليها من خلال برامج لعلماء الأزهر تعمق من المفاهيم الدينية .

* تحرص هذه القنوات على تنويع المعلومات الدينية وتحرص على التفاعل مع المشاهد من خلال برامج حية واقعية بالبحث المباشر .

* للتعرف على الرأي والرأى الآخر في القضايا المختلفة لما بينهم من اختلاف في الفكر .

* للاستماع لتلاوة القرآن الكريم لجميع قراء العالم الإسلامي .
 * لوجود أكثر من برنامج ديني مبسط وطرح قضايا جديدة
 * لتتعلم القراءات العديدة للمصحف الشريف وأحكام التجويد .
 * تعمل على توصيل المعلومات بطريقة مبسطة مما يسهل من فهم أمور الدين الإسلامي وتعاليمه بطريقة ميسرة .

٥ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو إيجابيات

القنوات الفضائية الدينية:

تدل بيانات الجدول رقم (٥) على النتائج التالية :

وجود اتجاهات إيجابية للنخب عينة الدراسة نحو القنوات الفضائية الدينية تتمثل فيما يلي حسب ترتيبها :

* إن القنوات الفضائية الدينية الإسلامية تتناول قضايا دينية عصرية مهمة جاءت هذه الإيجابية في مقدمة إيجابيات القنوات الدينية حيث أكدت ذلك نسبة ٢٣,٥ % من النخبة الإذاعية تليها نسبة ٢٣,٢ % من النخبة الأكاديمية ثم نسبة ١٩,٨ % من النخبة الصحفية فنسبة ١٧,١ % من النخبة الدينية وبلغت قيمة كا (٥,٢٤٧) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,١٥٥) وهذه القيمة دالة إحصائياً.

* القنوات الفضائية الإسلامية تعرض صحيح الدين بشرح العبادات والهدف منها في الدنيا والآخرة احتلت هذه الإيجابية المرتبة الثانية بنسبة ٨٢,٢ % حيث رأت نسبة ٢٨,٤ % من النخبة الصحفية ذلك تليها نسبة ٢٠ % من النخبة الأكاديمية ثم نسبة ١٧,٦ % من النخبة الإذاعية فنسبة ١٦,٢ % من النخبة الدينية . وبلغت قيمة كا (١٠,٩٢٦) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠١٢) وهذه القيمة لها دلالة إحصائية .

* جاءت إيجابية أن القنوات الفضائية الدينية تدافع عن هوية وقيم المجتمع في المرتبة الثالثة بنسبة (٥٩,٩ %) (١٨,٥ % من النخبة الصحفية ونسبة ١٤,٧ % من النخبة الإذاعية ١٤,٩ % من النخبة الدينية ونسبة ١١,٨ % من نخبة الأكاديميين) وبلغت قيمة كا (١٥,٩٥٠) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٠١) وهذه القيمة دالة إحصائياً .

* جاءت إيجابية أن القنوات الفضائية الدينية تعمل على محاربة القنوات الإباحية التي تنتشر الابتذال والفساد والعري في المرتبة الرابعة بنسبة (٥٧,٦

(%) وزعت هذه النسبة كالتالي (١٦,٢ % من النخبة الإذاعية ونسبة ١٤,٩ % من النخبة الدينية ونسبة ١٤,٢ % من النخبة الأكاديمية ونسبة ١٢,٣ % من النخبة الصحفية) وقد بلغت قيمة كا (١٢,٢٣٥) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٠٧) .

* جاءت إيجابية أن القنوات الفضائية الدينية تساهم في تجديد الخطاب الديني وتدعم جهود الدعوة في المرتبة الخامسة بنسبة (٥٢,١ %) حيث أكدت ذلك نسبة ١٦,٢ % من النخبة الإذاعية ونسبة ١٣,٩ % من النخبة الدينية ونسبة ١٣,٤ % من النخبة الأكاديمية ونسبة ٨,٦ % من نخبة الصحفيين وبلغت قيمة كا (١٣,٨٠٥) ودرجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٠٣) وهي قيمة دالة إحصائياً .

* جاءت إيجابيتنا القنوات الفضائية الدينية تعمل على وصول المعنى الحقيقي للدين الإسلامي إلى الغرب و تبرز الدور الحضاري للدين وفضله على الحضارة الغربية في المرتبتين السادسة والسابعة بنسبة (٣٣,٩ %) و (٣٠,٩ %) لكل منهما (١٢,٦ % للنخبة الدينية و ٨,٩ % للنخبة الأكاديمية و ٧,٤ % للنخبة الإذاعية و ٥ % للنخبة الصحفية) و (١٠,٤ % للنخبة الدينية و ٨,٥ % للنخبة الأكاديمية و ٧,٦ % للصحفيين و ٤,٤ % للنخبة الإذاعية) وبلغت قيمة كا (١٣,٩٢٣) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٠٣) لإيجابية القنوات الدينية تعمل على وصول المعنى الحقيقي للإسلام إلى الغرب كما بلغت قيمة كا (٢٣,١٧٠) عند درجة حرية (٢) ومستوى معنوية (٠,٠٠٠) لإيجابية القنوات الدينية تبرز الدور الحضارة للإسلام وفضله على الحضارة الغربية وهذه القيم دالة إحصائياً .

* ترى النخبة الأكاديمية والإعلامية أن هناك إيجابيات أخرى للقنوات الدينية تتمثل في :

* قدمت حلقات جيدة للدفاع عن رسول الله بعد الرسوم المسيئة له صلى الله عليه وسلم .

* كشفت عن أوجه الخلل والشطط لدى بعض الاتجاهات والمذاهب الفقهية .

* تقديم القرآن الكريم مرتلاً ومجوداً بأصوات مختلفة لمشاهير القراء في العالم الإسلامي .

* نشر الوعي الديني والمعرفة بصحيح الإسلام لدى شباب الأمة وبراعمها .

٦ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو سلبيات القنوات الفضائية الدينية :

من بيانات الجدول رقم (٦) يمكن الإشارة إلي وجود عدة اتجاهات سلبية للنخب الأكاديمية والإعلامية عينة الدراسة نحو القنوات الدينية تتمثل في النتائج التالية:

* جاءت سلبية أن القنوات الفضائية الدينية تفقر إلي كوادر إعلامية مدربة ومتخصصة في المرتبة الأولى بنسبة ١١٢,٢ % حيث أكدت ذلك نسبة ٣٩,٣ % من النخبة الأكاديمية ونسبة ٢٨,٦ % من النخبة الإذاعية ونسبة ٢٢,٨ % من النخبة الصحفية ونسبة ٢١,٥ % من النخبة الدينية وبلغت قيمة كا (١٢,٨٢٥) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهي قيمة دالة إحصائياً

* جاءت في المرتبة الثانية سلبية القنوات الفضائية الدينية يغلب على معدي ومقدمي برامجها عدم الخبرة المهنية في قواعد وأساليب الإعداد التلفزيوني وتقديم البرامج المرئية وذلك بنسبة (٨٨,٨ %) موزعة كالتالي (٢٥,٨ % للنخبة الدينية و ٢٢,٤ % للنخبة الإذاعية و ٢١,٣ % للنخبة الأكاديمية

و ١٩,٣ % للنخبة الصحفية) وبلغت قيمة كا (٠,٨٣٠) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية (٠,٣٦٢) وهي قيمة لها دلالة إحصائية .

* احتلت سلبية القنوات الفضائية الدينية تركيز غالبية برامجها على المضمون الديني الصرف والذي يعتمد على المعلومة الدينية والتوجيه المباشر في قوالب تقليدية المرتبة الثالثة بنسبة (٨٥,٤ %) وهي مجموع نسب النخب التالية عينة الدراسة (٢٤,٧ % للنخبة الدينية و ٢٢,٨ % للنخبة الصحفية و ١٩,٥ % للنخبة الأكاديمية و ١٨,٤ % للنخبة الإذاعية) وبلغت قيمة كا (٠,٠٥٣) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية (٠,٨١٨) وهي قيمة لها دلالة إحصائية .

* وفي المرتبة الرابعة جاءت سلبية القنوات الدينية هدفها استثماري وبالتالي تبحث عن أسماء مشهورة دون أن تضع بعين الاعتبار توافق ثقافة هذه الأسماء مع أهداف القناة وذلك بنسبة (٦٥,٣ %) مجموع نسب النخب عينة الدراسة (نخبة الأكاديميين ١٧,١ % ونخبة الإذاعيين ١٦,٣ % والنخبة الدينية ١٦,١ % ونخبة الصحفيين ١٥,٨ %) وبلغت قيمة كا (١٧,٣٤١) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهي قيمة دالة إحصائياً .

* وفي المرتبة الأخيرة جاءت سلبية برامج القنوات الفضائية الدينية حوارية وتفتقر إلى عناصر الإبهار والتشويق التليفزيونية بنسبة (٥٨,٢ %) (نسبة النخبة الصحفية ١٩,٣ % ونسبة النخبة الإذاعية ١٤,٣ % ونسبة النخبة الأكاديمية ١٢,٨ % ونسبة النخبة الدينية ٢١,٨ %) وبلغت قيمة كا (٩,٩٤٤) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية (٠,٠٠٢) وهي قيمة لها دلالة إحصائياً .

٧ - ترى النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية وجود سلبيات أخرى

للقنوات الفضائية الدينية تتمثل في التالي :

وفي الإجابة عن سؤال مفتوح حول وجود سلبيات للقنوات الفضائية الدينية الإسلامية أشارت عينة الدراسة إلى عدة سلبيات يمكن رصدها على النحو التالي :

- * زيادة الفترات الإعلانية في قناة الناس .
- * الاهتمام والتركيز على بعض الأمور والقضايا السطحية .
- * لا تحارب الفساد والعري والابتذال .
- * تؤدي إلى فقد الثقة وإثارة الفتن بشكل وأسلوب غير مباشر مع الافتقار إلى آداب الحوار .

* بعض مقدمي البرامج ليسوا على المستوى المطلوب .

كما يؤخذ على هذه القنوات بصفة عامة ما يأتي (٥٤) :

- * أنها منحصرة في خطاب العرب والمسلمين، وقلما تخاطب الآخرين بلغاتهم

* بعضها يرسخ الطائفية والمذهبية من خلال طبيعة الخطاب المبتوث والمواد المطروحة .

- * معظمها يقدم صورة الإسلام في هيئة رثة، لا تجذب المسلمين أنفسهم، فضلاً عن غير المسلمين .

* تعرض تلك القنوات الدينية الإسلام في صورة تقاليد شكلانية، تهتم بالمظهر، أكثر من القيم الروحية السامية، وتركز على الهيئة الخارجية للمسلم أشد من العناية بالإشراق الداخلي، المنعكس على السلوك الإنساني الراقى، والتعامل الحضاري النبيل .

- * هناك من تلك القنوات الفضائية الدينية قطاع واسع يحتفي بعقلية الخرافة، من خلال اجتراءات نصوصية، وتأويلات اجتهادية، ومبالغات وتهويلات شعبية،

مستندة إلى بعض المرويات والمقولات. مرسخة بذلك ثقافة الخوف والهلع والتوهم، بإسرافها في تصوير عالم الجن وتدخلاته في أمور حياتنا، والحديث عن السحر وفتكه بالناس، ونسبة أشياء شتى إلى العين، ومن هناك اللجوء إلى ما يسمى الرقى الشرعية.. إلى ما هنالك من تلك الجدليات، التي تأتي على حساب ما هو أولى من القضايا البشرية، وأهم من الهموم الإنسانية المعاصرة، بل على حساب بث الطمأنينة المطلقة التي غرسها الإسلام في نفس المسلم، ثقة بالله وتوكلاً عليه وهكذا تتحول ثقافة اجتماعية جاهلة إلى ثقافة دينية فضائية، يجد فيها عالم الجن والشياطين سلطانه ومجده، ودعايته المجانية المعاصرة.

* حصر مفهوم الإسلام وانشغالاته في جزئيات، وفي تفرعات حياتية، وشؤون يومية، لا جديد فيها. يتصدر لها المفتون للإفتاء عبر تلك القنوات، مع أنها مبنوثة في كتب الفقه منذ مئات السنين، لمن شاء أن يقرأ. وقد كان يمكن في عصرنا هذا أن تضبط تلك المسائل وتفهرس وتجعل في موسوعات، وعبر الإنترنت، ليرجع إليها من أراد، وينتهي الأمر. كي تفرغ تلك القنوات فضائية وغير فضائية لقضايا كبرى، من سياسية واقتصادية واجتماعية ملحة، ونوازل ومستجدات كثيرة في حياة الأمة.

٨ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسئولية القنوات

الدينية عن تشجيعها على النزوع إلى السلفية في برامجها:

* جاءت النخبة الدينية في مقدمة النخب عينة الدراسة والتي وضحتها

الجدول رقم (٧) حيث وافقت بشدة نسبة ٨٠,٩ % من هذه النخبة على أن القنوات الدينية الإسلامية تشجع مشاهديها على النزوع إلى اتباع المنهج السلفي في حياتهم اليومية يليها نسبة ٧٨,٦ % من النخبة الصحفية ثم نسبة ٧١,١ % من النخبة الأكاديمية ونسبة ٦٠ % من النخبة الإذاعية.

* تتراوح نسبة المعترضين بشدة من النخب عينة الدراسة على أن

القنوات الدينية الإسلامية تشجع مشاهديها على النزوع إلى اتباع المنهج السلفي في حياتهم اليومية بين ٤٠ % للنخبة الإذاعية و ٢٨,٩ % للنخبة الأكاديمية و ٢١,٤ % للنخبة الصحفية و ١٩,١ % للنخبة الدينية .

* بلغت قيمة كا (٨,٩٤٧) عند درجة حرية (٦) ومستوى معنوية (٠,١٧٧) وتدل هذه القيم الإحصائية على وجود علاقة ارتباط قوية بين مشاهدة القنوات الفضائية الدينية الإسلامية واتباع النخب عينة الدراسة المنهج السلفي في حياتهم اليومية .

٩ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسؤولية القنوات الدينية عن تقديم فكر متطرف يغذى الكراهية الدينية بين أتباع الأديان المختلفة :
تشير بيانات الجدول رقم (٨) إلى ما يلي :

* توجد اتجاهات سلبية للنخب الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسؤولية القنوات الدينية عن تقديم فكر متطرف يغذى الكراهية الدينية بين أتباع الأديان المختلفة حيث اعترضت بشدة على ذلك نسبة ٩٥,٧ % من النخبة الدينية ونسبة ٨٥,٧ % من النخبة الصحفية ونسبة ٨٠ % من النخبة الإذاعية ونسبة ٧٢,٣ % من النخبة الأكاديمية .

* توجد بعض الاتجاهات الإيجابية في النخب عينة الدراسة (الأكاديمية والإعلامية والدينية) نحو مسؤولية القنوات الفضائية الإسلامية عن تقديم فكر ديني متطرف يغذى الكراهية بين أتباع الأديان المختلفة حيث تراوحت النسبة بين ٢٧,٧ % للنخبة الأكاديمية و ٢٠ % للنخبة الإذاعية و ١٤,٢ % للنخبة الصحفية و ٤,٣ % للنخبة الدينية .

* بلغت قيمة كا (٣٦,١٩٧) عند درجة حرية (٩) ومستوى معنوية (٠,٠٠٠) مما يدل على وجود علاقة ارتباط قوية للاتجاهات السلبية للنخب عينة الدراسة ومسؤولية القنوات الفضائية الإسلامية عن تقديم فكر متطرف يغذى

الكرهية الدينية بين أتباع الأديان المختلفة.

١٠ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسئولية

القنوات الدينية عن غرس فكر ديني صحيح أو متطرف في نفوس الشباب :

* يوضح الجدول رقم (٩) وجود اتجاهات سلبية للنخب الأكاديمية

والإعلامية والدينية نحو القنوات الفضائية الدينية و غرسها فكر ديني متطرف في

نفوس الشباب حيث اعترضت نسبة ٧٤,٤% على ذلك مقابل موافقة نسبة

٢٥,٦% .

* اعترضت بشدة نسبة ٩٥,٧% من النخبة الدينية مقابل موافقة ٤,٣%

على أن القنوات الفضائية الإسلامية تغرس فكراً دينياً متطرفاً في نفوس الشباب

كما اعترضت نسبة ٨٠% من النخبة الإذاعية مقابل موافقة نسبة ٢٠% على

ذلك .

* عارضت بشدة نسبة ٧١,٥% من النخبة الصحفية على أن القنوات

الفضائية الدينية تغرس فكراً دينياً متطرفاً في نفوس الشباب مقابل موافقة ٢٨,٥%

على ذلك كما اعترضت بشدة نسبة ٦١,٥% من النخبة الأكاديمية على أن

الفضائيات الدينية تغرس فكراً متطرفاً في الشباب مقابل موافقة ٣٨,٥% على

ذلك .

* تدل قيمة كا (٣٢,٠٦٩) عند درجة حرية (٩) ومستوى معنوية

(٠,٠٠٠) على وجود دلالة إحصائية .

١١ - اتجاهات النخبة نحو مسئولية القنوات الدينية الإسلامية عن الفتاوى

المتشددة :

بقراءة بيانات الجدول رقم (١٠) يمكن استنتاج النتائج التالية :

* وافقت بشدة نسبة ٥٤,١% من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية

على أن القنوات الفضائية الدينية أصبحت مصدراً للفتاوى المتشددة مقابل

معارضة نسبة ٤٥,٩ % على ذلك .

* تعددت الاتجاهات بين مؤيد ومعارض داخل النخب عينة الدراسة وذلك على النحو التالي :

- وافقت بشدة نسبة ٥٩ % من النخبة الأكاديمية على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتشددة مقابل معارضة ٤٠,٩ % على ذلك .

- وافقت بشدة نسبة ٦٧,٨ % من النخبة الصحفية على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتشددة مقابل معارضة ٣٢,٢ % على ذلك .

- اعترضت بشدة نسبة ٥٦ % من النخبة الإذاعية على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتشددة مقابل موافقة ٤٤ % على ذلك .

- اعترضت بشدة نسبة ٥٧,٤ % من النخبة الدينية على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتشددة مقابل موافقة ٤٢,٦ % على ذلك وبلغت قيمة كا (٢١,٣١٧) عند درجة حرية (٩) ومستوى معنوية (٠,٠١١) وهذه القيم دالة إحصائياً .

* ويمكن تفسير النتائج السابقة بأن القنوات الفضائية الدينية أصبحت مصدراً للفتاوى المتشددة والتي قد تدفع بالشباب لارتكاب جرائم العنف وتلك الفتاوى تصدر عن أشخاص غير معروفين أو مشهود لهم بالعلم أو الثقافة الدينية فأصبح كل من قام بإطلاق لحيته وارتدى جلباباً شيخاً يصدر الفتاوى كما يشاء، ويتحدث في شتى القضايا الدينية الشكلية والفرعية، ويتجاهل القضايا التي تمس جوهر الدين وتدعو إلى التسامح وتدفع بالمجتمع للأمام (٥٥).

١٢ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسؤولية

القنوات الدينية عن الفتاوى المتضاربة :

توجد اتجاهات سلبية للنخبة عينة الدراسة نحو مسئولية القنوات الفضائية الدينية الإسلامية عن الفتاوى المتضاربة توضحها بيانات الجدول رقم (١١) على النحو التالي :

* نسبة ٧٨,٧% من إجمالي عينة الدراسة وافقت بشدة على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتضاربة مقابل معارضة نسبة ٢١,٣% على ذلك .

* وافقت بشدة نسبة ٨٣,١% من النخبة الأكاديمية على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتضاربة مقابل معارضة نسبة ١٦,٨% على ذلك من النخبة نفسها .

* نسبة ٨٩,٣% من النخبة الصحفية وافقت بشدة على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتضاربة مقابل معارضة نسبة ١٠,٧% على ذلك .

* وافقت بشدة نسبة ٧٦% من النخبة الإذاعية على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتضاربة مقابل معارضة نسبة ٢٤% على ذلك .

* وافقت بشدة نسبة ٦٥,٩% من النخبة الدينية على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتضاربة مقابل معارضة نسبة ٣٤% على ذلك .

* بلغت قيمة كا (١٣,٨٧٩) عند درجة حرية (٩) ومستوى معنوية (٠,١٢٧) وهي قيمة دالة إحصائياً. وتشير النتائج السابقة إلى أن سيل الفتاوى التي تقدمها القنوات الفضائية الدينية من خلال علماء أو فقهاء وفي بعض الأحيان أشخاص غير متخصصين كثيراً ما يتسبب في تضارب المعرفة الدينية

لدى المشاهدين (٥٦)، ولأن الفتوى علم، وحكمة دينية جليلة ومقدسة، فلا بد من مراعاة شروطها وأسسها، ومعرفة المسؤولية الناتجة عنها، وعدم التأثير بالاتجاهات والآراء الشخصية حيث أنها تتسبب في أزمات فكرية وحياتية لدى عامة المسلمين (٥٧) .

١٣ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو التزام القنوات الفضائية الدينية الإسلامية بعبادات وتقاليد المجتمع :

توجد اتجاهات إيجابية للنخب الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو التزام القنوات الفضائية الدينية الإسلامية بعبادات وتقاليد المجتمع أشارت إليها بيانات الجدول رقم (١٢) على النحو التالي :

* نسبة ٨٣,٦ % من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية وافقت بشدة على أن القنوات الفضائية الدينية تلتزم بعبادات وتقاليد المجتمع مقابل نسبة ١٦,٤ % اعترضت على ذلك .

* جاءت النخبة الإذاعية في مقدمة النخب حيث وافقت بشدة نسبة ٨٨ % من هذه النخبة على أن القنوات الفضائية الدينية تلتزم بعبادات وتقاليد المجتمع يليها النخبة الصحفية بنسبة ٨٥,٧ % ثم النخبة الأكاديمية بنسبة ٨٣,١ % فالنخبة الدينية بنسبة ٨٠,٩ % في حين اعترضت بشدة على ذلك ومن نفس عينة الدراسة نسبة ١٩,١ % من النخبة الدينية ونسبة ١٦,٨ % من النخبة الأكاديمية ونسبة ١٤,٣ % من النخبة الصحفية ونسبة ١٢ % من النخبة الإذاعية .

* بلغت قيمة كا (٣١,٩٥٩) عند درجة حرية (٩) ومستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهي قيمة دالة إحصائياً . ويمكن تفسير النتائج السابقة بأن أكثر المشاكل التي أثرت في مجتمعاتنا البشرية قاطبة كان سببها عدم التزام الصحفي بأخلاقيات المهنة وعبادات وتقاليد المجتمعات والمشكلة الأساسية تتمثل في مدى

وعى و التزام إعلاميون بأخلاقيات مهنتهم السامية وما تفرضه عليهم هذه المهنة من الحفاظ على خصوصية الأفراد والحفاظ على أسرارهم والعمل بحيادية ومهنية والمسؤولية الاجتماعية للصحافة ودورها في خدمة المجتمع (٥٨) .

١٤ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو احترام القنوات الفضائية الدينية للآخر :

توضح بيانات الجدول رقم (١٣) وجود اتجاهات إيجابية للنخب عينه الدراسة نحو احترام القنوات الفضائية الدينية للآخر وذلك على النحو التالى :

* وافقت بشدة نسبة ٨٩,١ % من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية على أن القنوات الفضائية الدينية تحترم الآخر فى حين اعترضت نسبة ١٠,٩ % على ذلك.

* جاءت النخبة الدينية فى مقدمة النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية حيث وافقت بشدة نسبة ٩٧,٩ % على أن القنوات الفضائية الدينية تحترم بليها النخبة الإذاعية بنسبة ٨٨ % ثم النخبة الأكاديمية بنسبة ٨٦,٨ % فالنخبة الصحفية بنسبة ٨٢,١ % .

* اعترضت بشدة نسب ضئيلة من النخب عينه الدراسة على أن القنوات الفضائية الدينية الإسلامية تحترم الآخر حيث جاءت النخبة الصحفية فى مقدمة النخب المعترضة بنسبة ١٧,٩ % يليها النخبة الأكاديمية بنسبة ١٣,٢ % ثم النخبة الإذاعية بنسبة ١٢ % فالنخبة الدينية بنسبة ٢,١ % .

* بلغت قيمة كا (٤٣,٢٠١) عند درجة حرية (٩) ومستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهى قيمة دالة إحصائيا.

١٥ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسؤولية القنوات الفضائية الدينية الإسلامية عن تعميق التفاهم والتعاون بين مختلف فئات المجتمع :

بقراءة بيانات الجدول رقم (١٤) تتضح عدة نتائج أهمها :

* نسبة ٧٤,٩ % من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية وافقت بشدة على أن القنوات الفضائية الدينية تعمق التفاهم والتفاعل والتبادل مادياً ومعنوياً بين أفراد المجتمع بغض النظر عن ديانته في حين أن نسبة ٢٥,١ % من العينة اعترضت على ذلك .

* جاءت النخبة الدينية في مقدمة النخب حيث وافقت بشدة نسبة ٨٥,١ % على أن القنوات الفضائية الدينية تعمق التفاهم والتفاعل والتبادل مادياً ومعنوياً بين أفراد المجتمع بغض النظر عن ديانته يليها النخبة الإذاعية بنسبة ٧٦ % ثم النخبة الصحفية بنسبة ٧٥ % فالنخبة الأكاديمية بنسبة ٦٨,٧ % .

* اعترضت نسبة ٣١,٣ % من النخبة الأكاديمية عينة الدراسة على أن القنوات الفضائية الدينية تعمق التفاهم والتفاعل والتبادل مادياً ومعنوياً بين أفراد المجتمع بغض النظر عن ديانته يليها نسبة ٢٥ % من النخبة الإذاعية بنسبة ٢٤ % من النخبة الإذاعية فنسبة ١٤,٩ % من النخبة الدينية .

* بلغت قيمة كا (٤٢,٠٧٢) عند درجة حرية (٦) ومستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهي قيمة ذات دلالة إحصائية .

* نتفة، النتائج السابقة مع المادة الخامسة من ميثاق الشرف الإعلامي العربي والتي تنص على :

" تحرص وسائل الإعلام العربية على مبدأ التضامن العربي في كل ما تقدمه للرأي العام في الداخل والخارج، وتسهم بإمكاناتها جميعاً في تدعيم التفاهم والتعاون بين الدول العربية، وتتجنب نشر كل ما من شأنه الإساءة إلى التضامن العربي، وتمتنع عن توجيه الحملات ذات الطابع الشخصي " (٥٩) .

١٦ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسئولية

القنوات الدينية عن رفض التعصب بجميع أشكاله :

بيانات الجدول رقم (١٥) تشير إلى وجود اتجاهات إيجابية للنخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسئولية القنوات الفضائية الدينية الإسلامية عن رفض التعصب بجميع أشكاله حيث أن :

* نسبة ٨٨ % من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية عينة الدراسة وافقت بشدة على أن القنوات الفضائية الدينية حريصة على رفض التعصب بجميع أشكاله في حين اعترضت بشدة نسبة ١٢ % على ذلك.

* جاءت النخبة الدينية في المرتبة الأولى بنسبة ٨٩,٤ % يليها النخبة الصحفية في المرتبة الثانية بنسبة ٨٩,٣ % ثم النخبة الإذاعية في المرتبة الثالثة بنسبة ٨٨ % فالنخبة الأكاديمية في المرتبة الرابعة بنسبة ٨٦,٧ % من حيث موافقتهم بشدة على أن القنوات الفضائية الدينية حريصة على رفض التعصب بجميع أشكاله في حين اعترضت بشدة على ذلك ومن نفس النخب نسبة ١٣,٢ % من النخبة الأكاديمية ونسبة ١٢ % من النخبة الإذاعية ونسبة ١٠,٧ % من النخبة الصحفية ونسبة ١٠,٦ % من النخبة الدينية .

* بلغت قيمة كا ٢ (٤١,٣١٦) عند درجة حرية (٩) ومستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهى قيمة ذات دلالة إحصائية .

١٧ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مدى التزام القنوات الدينية بالصدق والموضوعية في برامجها :

من بيانات الجدول رقم (١٦) يتضح وجود اتجاهات إيجابية للنخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو التزام القنوات الفضائية الدينية الإسلامية بالصدق والموضوعية في برامجها حيث أن :

* وافقت بشدة نسبة ٩٣,٤ % من إجمالي عينة الدراسة من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية على أن القنوات الفضائية الدينية تلتزم بالصدق والموضوعية في برامجها في حين أن نسبة ٦,٦ % من العينة رفضت ذلك

بشدة .

* نسبة ٩٥,٧ % من النخبة الدينية وافقت بشدة ووافقت الى حد ما على أن القنوات الفضائية الدينية تلتزم بالصدق والموضوعية في برامجها في حين اعترضت نسبة ٤,٣ % من النخبة نفسها على ذلك .

* نسبة ٩٦,٤ % من النخبة الصحفية وافقت بشدة ووافقت الى حد ما على صدق وموضوعية القنوات الفضائية الإسلامية مقابل نسبة ٣,٦ % اعترضت على ذلك .

* وافقت نسبة ٩٢ % من النخبة الإذاعية على صدق وموضوعية القنوات الفضائية الإسلامية في حين اعترضت على ذلك نسبة ٨ % من النخبة نفسها .

* نسبة ٩١,٥ % من النخبة الأكاديمية وافقت على صدق وموضوعية القنوات الفضائية الإسلامية في حين اعترضت على ذلك نسبة ٨,٤ % من النخبة نفسها .

* بلغت قيمة كا (٢٨,٣٩٠) عند درجة حرية (٦) ومستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهي قيمة دالة إحصائياً .

* وتتفق هذه النتائج مع نتيجة دراسة (٦٠) ،أوضحت أن التمسك بالصدق يزيد من ثقة المشاهدين في القناة ويزيد من درجة اعتمادهم عليها في الحصول على المعلومات حول الأحداث المختلفة ويتحول الصدق الى معيار أخلاقي لدى رجال الإعلام .

١٨ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو الضوابط القانونية اللازمة والضرورية لعمل القنوات الفضائية الدينية الإسلامية :

مؤشرات الجدول رقم (١٧) تدل على عدة نتائج هي :

* تطبيق القوانين التي تصون سلامة المجتمع وتحافظ على وحدته جاء

هذا الضابط القانوني في مقدمة الضوابط القانونية اللازمة والضرورية لعمل القنوات الفضائية الإسلامية حيث ارتفعت نسبة اتجاهات المؤيدين إلى ٧١,٦ % من النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية عينة الدراسة مقابل نسبة ٢٨,٤ % للاتجاهات المعارضة لهذا الضابط القانوني وبلغت قيمة كا (٣٣٣) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٢٢٨) وهي قيمة دالة إحصائياً.

* جاء الضابط القانوني : صياغة قوانين إعلامية جديدة تتناسب مع متغيرات العصر لضبط العمل بالقنوات الفضائية الدينية في المرتبة الثانية بنسبة ٥٩ % وتفاوتت حوله اتجاهات النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية بين مؤيد ومعارض وذلك على النحو التالي : النخبة الأكاديمية (٥٧,٨ % مؤيد مقابل ٤٢,٢ % معارض) والنخبة الصحفية (٥٣,٦ % مؤيد مقابل ٤٦,٤ % معارض) والنخبة الإذاعية (٥٢ % مقابل ٤٨ %) والنخبة الدينية (٦٨,١ % مقابل ٣١,٩ %) وبلغت قيمة كا (٢,٤٩٨) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٤٧٦) وهي قيمة لها دلالة إحصائية.

* تفاوتت اتجاهات النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية حول الضابط القانوني : تطبيق القوانين المرتبطة بحرية العمل الإعلامي لضبط العمل بالقنوات الفضائية الدينية حيث بلغت نسبة المؤيدين ٥٧,٤ % ونسبة المعارضين ٤٢,٦ % من إجمالي عينة الدراسة كما تفاوتت الاتجاهات داخل النخبة الواحدة فالنخبة الدينية بلغت نسبة المؤيدين لهذا الضابط ٥٧,٤ % مقابل ٤٢,٥ % للمعارضين كما تفاوتت نسبة المؤيدين والمعارضين داخل النخبة الواحدة فالنخبة الأكاديمية بلغت نسبة المؤيدين ٦٢,٧ % مقابل نسبة ٣٧,٣ % للمعارضين وبلغت نسبة المؤيدين في النخبة الصحفية ٦٠,٧ % مقابل ٣٩,٣ % للمعارضين أما النخبة الإذاعية فقد بلغت نسبة المؤيدين ٦٤ % مقابل نسبة ٣٦ % للمعارضين وبلغت قيمة كا (٥,٧٤٣) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,١٢٥) وهي قيمة دالة إحصائياً.

* بالرغم من أن الضابط القانوني الذي ينص على أن : تفعيل دور النقابات المهنية وتطبيق لوائحها على غير الملتزمين بالقنوات الفضائية الدينية جاء في المرتبة الرابعة بنسبة ٣٩,٣ % إلا أن اتجاهات النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية تفاوتت نحو هذا الضابط القانوني بين مؤيد ومعارض على النحو التالي : بلغت نسبة المعارضين ٦١,٤ % مقابل نسبة ٣٨,٦ % للمؤيدين في النخبة الأكاديمية وفي النخبة الصحفية بلغت نسبة المعارضين ٥٣,٦ % مقابل نسبة ٤٦,٤ % للمؤيدين أما النخبة الإذاعية فقد بلغت نسبة المعارضين ٧٢ % مقابل ٢٨ % للمؤيدين وفي النخبة الدينية بلغت نسبة المعارضين ٥٧,٤ % مقابل نسبة ٤٢,٦ % للمؤيدين وبلغت قيمة كا (٢,١٦٢) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٥٤٠) وهي قيمة غير دالة إحصائياً .

* عارضت نسبة ٨٦,٩ % من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية سحب ترخيص القنوات الفضائية الدينية الإسلامية كضابط قانوني لازم وضروري لعمل هذه القنوات وارتفعت نسبة المعارضين داخل النخب عينة الدراسة ففي النخبة الأكاديمية بلغت نسبة المعارضين ٨٠,٧ % مقابل نسبة ١٩,٣ % للمؤيدين لسحب ترخيص القنوات الفضائية الإسلامية وفي النخبة الصحفية بلغت نسبة المعارضين ٧٨,٦ % مقابل نسبة ٢١,٤ % للمؤيدين وفي النخبة الإذاعية بلغت نسبة المعارضين ٨٤ % مقابل ١٦ % للمؤيدين وفي النخبة الدينية بلغت نسبة المعارضين ٩١,٥ % مقابل ٨,٥ % للمؤيدين وبلغت قيمة كا (٣,١٥٥) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٣٦٨) وهي قيمة دالة إحصائياً.

* ارتفعت نسبة اتجاهات المعارضين من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية لفرض غرامات مالية على القنوات الفضائية الإسلامية كضابط قانوني ضروري ولازم لعمل هذه القنوات حيث بلغت نسبة اتجاهات المعارضين من إجمالي عينة الدراسة ٨٣,٦ % مقابل نسبة ١٦,٤ % للمؤيدين كما اختلفت

الاتجاهات داخل النخب بين مؤيد ومعارض ففي النخبة الأكاديمية بلغت نسبة المعارضين ٧٩,٥ % مقابل نسبة ٢٠,٥ % للمؤيدين وفي النخبة الصحفية بلغت نسبة المعارضين ٨٢,١ % مقابل نسبة ١٧,٩ % للمؤيدين وفي النخبة الإذاعية بلغت نسبة المعارضين ٨٨ % مقابل نسبة ١٢ % للمؤيدين وفي النخبة الدينية بلغت نسبة المعارضين ٨٩,٤ % مقابل نسبة ١٠,٦ % للمؤيدين وبلغت قيمة كا (٢,٥٤٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٤٦٧) وهي نسبة أقل من نسبة المعنوية ٥% وهي قيمة دالة إحصائياً.

* ارتفعت أيضاً نسبة اتجاهات المعارضين في النخب الأكاديمية والدينية والإعلامية لإغلاق القنوات الفضائية الإسلامية لفترة محددة كجزء قانوني لضبط سير العمل في هذه القنوات حيث ارتفعت نسبة المعارضين الى ٨٦,٩ % مقابل نسبة ١٣,١ % للمؤيدين كما ارتفعت نسبة الاتجاهات المعارضة داخل النخبة الواحدة ففي النخبة الأكاديمية بلغت نسبة الاتجاهات المعارضة ٨١,٩ % مقابل نسبة ١٨,١ % للاتجاهات المؤيدة وفي النخبة الصحفية بلغت نسبة الاتجاهات المعارضة ٨٥,٧ % مقابل نسبة ١٤,٣ % للاتجاهات المؤيدة وفي النخبة الإذاعية بلغت نسبة الاتجاهات المعارضة ٩٦ % مقابل نسبة ٤ % للاتجاهات المؤيدة وفي النخبة الدينية بلغت نسبة الاتجاهات المعارضة ٩١,٥ % مقابل نسبة ٨,٥ % للاتجاهات المؤيدة وبلغت قيمة كا (٤,٥٢١) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٢١٠) .

١٩ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو الضوابط

الأخلاقية الضرورية لعمل القنوات الفضائية الدينية الإسلامية :

يوضح الجدول رقم (١٨) أن اتجاهات النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية عينة الدراسة نحو الضوابط الأخلاقية الضرورية لعمل القنوات الفضائية الدينية الإسلامية تمثلت فيما يلي :

* التزام القنوات الفضائية الدينية بالمعايير المهنية مثل الدقة والأمانة والصدق والموضوعية والتوازن وذلك بنسبة ٦٥,٦ % للاتجاهات المؤيدة لهذا الضابط الأخلاقي مقابل ٣٤,٤ % للاتجاهات المعارضة وبلغت قيمة كا (٨,٧٨٨) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٣٢) .

* عدم عرض البرامج التي تغذى الكراهية الدينية بين أتباع الأديان المختلفة في المرتبة الثانية للضوابط الأخلاقية لعمل القنوات الفضائية الإسلامية وذلك بنسبة ٦١,٧ % للاتجاهات المؤيدة مقابل نسبة ٣٨,٣ % للاتجاهات المعارضة من إجمالي عينة الدراسة وبلغت قيمة كا (١,٩٧٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٥٧٨) .

* الالتزام والتأكيد على مبادئ الوحدة الوطنية بنسبة ٥٥,٢ % للاتجاهات المؤيدة من النخب عينة الدراسة مقابل ٤٤,٨ % للاتجاهات المعارضة وبلغت قيمة كا (١,٤٧٥) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٦٨٨) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

* كبح جماح النزعة المادية لدى أصحاب القنوات التليفزيونية الدينية جاء هذا الضابط الأخلاقي في المرتبة الرابعة وذلك بنسبة ٥٤,١ % وبلغت قيمة كا (٢,٣١١) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٥١٠) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

* تساوت النسبة المؤيدة والمعارضة بين الضابط الأخلاقي النزاهة المهنية وتعميق القيم الأخلاقية في نفوس مالكي القنوات الفضائية الدينية الإسلامية والقائمين عليها حيث بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة لهذه الضوابط الأخلاقية ٥١,٩ % مقابل نسبة ٤٨,١ % للاتجاهات المعارضة من النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية وبلغت قيمة كا (٣,٨٤٩) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٢٧٨) .

* ارتفعت نسبة الاتجاهات المعارضة فى النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو الضابط الأخلاقى المتمثل فى نشر الحرية المسئولة الواعية لدى القائمين على القنوات الفضائية الإسلامية الى ٥٢,٥ % مقابل نسبة ٤٧,٥ % للاتجاهات المؤيدة وبلغت قيمة كا (٧,٢٠٦) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٦٦) .

* كما ارتفعت نسبة الاتجاهات المعارضة للضابط الأخلاقى المتمثل فى وعى القائمين على القنوات الفضائية الإسلامية بمتغيرات العصر وأدواته الى ٥٤,٦ % مقابل نسبة ٤٥,٤ % للاتجاهات المؤيدة وبلغت قيمة كا (٦,٧٠٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٨٢) وهى قيمة لها دلالة إحصائية.

* وبالإضافة إلى الأخلاقيات السابقة هناك أخلاقيات المهنة التي تحكمها فى الأساس أخلاق عامة مثل الصدق والشرف والنزاهة، وإلى ما شاكل من أخلاقيات، والغرض منها فى النهاية هو تحسين الأداء الإعلامى والتحكم فى وسائل الإعلام لصالح عامة الناس وهناك معايير أخرى لا يمكن إغفالها فى عالم اليوم مثل الكفاءة والقدرة وفهم المتغيرات الحقيقية التي يشهدها العالم وهى أهم قيمة الآن فى أخلاقيات المهنة، بحيث تستند على احترام الأفكار التي تطرح من الأطراف الأخرى ليحدث التوازن الطردى بين العاملين والمستهلكين فى حقل الإعلام (٦١) .

٢٠ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو معوقات أداء

العمل الإعلامى بالقنوات الفضائية الدينية الإسلامية :

توضح بيانات الجدول رقم (١٩) أن اتجاهات النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية عينة الدراسة نحو معوقات أداء العمل الإعلامى بالقنوات الفضائية الإسلامية تمثلت فيما يلي :

* المادة الإعلامية فى القنوات الفضائية الإسلامية لا تتناول جميع

الاتجاهات والأفكار المختلفة والمذاهب المتباينة وذلك بنسبة ٢١,٧ % وبلغت قيمة كا (٠,٨٥٣) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٨٣٧) .

* أن القنوات الفضائية الدينية تفتقر لوجود كوادر إعلامية مدربة وقادرة على إيصال الرسالة الإعلامية لجمهور المشاهدين على اختلاف مستوياتهم الثقافية جاء بنسبة ٢١,٣ % من إجمالي عينة الدراسة وبلغت قيمة كا (٢,٨٣٦) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٤١٨) .

* تكتفى القنوات الفضائية الإسلامية بالبرامج الحوارية والمواجهات والتي تتسم بالوعظ الديني المباشر، حيث يكون تأثيرها أقل من البرامج الأخرى، لكون أن المؤثرات المستخدمة فيها أقل وأضعف من المؤثرات المستخدمة في البرامج الأخرى، والبعض الآخر من هذه البرامج يقدم أسلوب الترغيب والترهيب في خطابه الديني (٦٢)، وبلغت نسبة الاتجاهات في النخب عينة الدراسة نحو ذلك ١٦,٨ % كما بلغت قيمة كا (٣,٠٥١) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٣٨٤) .

* القنوات الفضائية الإسلامية تنتج برامجها وتبثها للداخل وليس للخارج حيث بلغت نسبة اتجاهات النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية نحو ذلك ١٥,٤ % وبلغت قيمة كا (٧,٤٠٥) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٦٠) .

* القنوات الفضائية الإسلامية عاجزة عن استخدام تكنولوجيا الاتصال وتوظيفها لخدمة قضاياها وبلغت نسبة الاتجاهات في عينة الدراسة نحو ذلك ١٣,٦ % وبلغت قيمة كا (١١,٩٢٠) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٠٨) .

* ضيوف البرامج في القنوات الفضائية الإسلامية غير متخصصين ومكررين وفكرهم سطحي وبلغت نسبة اتجاهات النخب الدينية والصحفية

والإذاعية والأكاديمية نحو ذلك ١١,١ % كما بلغت قيمة كا (٥,١٤٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,١٦٢) .

•••

ثانيا : نتائج اختبار فروض الدراسة :

فيما يلي اختبار صحة فروض الدراسة :

الفرض الأول :

توجد اختلافات دالة إحصائية بين اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية (صحفيين ومذيعين) والدينية نحو أخلاقيات الممارسة الإعلامية للقنوات التلفزيونية الدينية . وقد أثبتت الدراسة صحة هذا الفرض من خلال طرح ثلاث متغيرات على عينة الدراسة تتعلق بأخلاقيات الممارسة الإعلامية للقنوات الفضائية الدينية وهذه المتغيرات هي :

- تعميق القيم الأخلاقية في نفوس مالكي هذه القنوات والقائمين عليها .
- عدم عرض البرامج التي تغذي الكراهية الدينية بين أتباع الأديان المختلفة
- الالتزام بالمعايير المهنية مثل الدقة والأمانة والصدق والموضوعية والتوازن .

ونتائج الجدول رقم (٢٠) توضح تلك المتغيرات على النحو التالي :

- وجود اختلافات دالة إحصائية بين اتجاهات النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية حول ضرورة تعميق القيم الأخلاقية في نفوس مالكي القنوات الفضائية الدينية حيث بلغت نسبة الاتجاهات التي وافقت على ضرورة تعميق هذه القيم لدى مالكي الفضائيات الإسلامية ٥١,٩ % في حين بلغت نسبة الاتجاهات التي عارضت ذلك ٤٨,١ % من إجمالي عينة الدراسة كما توجد

اختلافات في الاتجاهات داخل كل نخبة على حدة وبلغت قيمة كا (٠,٢,٩٢٢) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٤٠٥) وهي قيمة دالة إحصائياً.

• وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات النخب عينة الدراسة حول ضرورة عدم عرض القنوات الدينية الإسلامية برامج تغذى الكراهية الدينية بين أتباع الأديان المختلفة حيث بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة لذلك ٦١,٧ % في حين بلغت نسبة الاتجاهات المعارضة ٣٨,٣ % كما تعددت الاتجاهات داخل النخب ففي النخبة الأكاديمية بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة لهذا المتغير ٦٦,٣ % مقابل نسبة ٣٣,٧ % للاتجاهات المعارضة وفي النخبة الصحفية كانت النسبة ٥٧,١ % مقابل نسبة ٤٢,٩ % وفي النخبة الإذاعية بلغت النسبة المؤيدة ٥٢ % مقابل نسبة ٤٨ % وفي النخبة الدينية بلغت النسبة المؤيدة ٦١,٧ % مقابل نسبة ٣٨,٣ % للاتجاهات المعارضة وبلغت قيمة كا (١,٩٧٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٥٨٤) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

• توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية نحو ضرورة التزام القنوات الفضائية الإسلامية بالمعايير المهنية في برامجها مثل الدقة والأمانة والصدق والموضوعية والتوازن حيث بلغت نسبة اتجاهات النخب المؤيدة لذلك ٦٥,٦ % مقابل نسبة ٣٤,٤ % معارضة لذلك كما توجد اختلافات في الاتجاهات داخل كل نخبة على حدة ففي النخبة الأكاديمية بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة ٥٩ % ونسبة الاتجاهات المعارضة ٤١ % وفي النخبة الصحفية بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة لذلك ٥٧,١ % مقابل نسبة ٤٢,٩ % معارضة وفي النخبة الإذاعية بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة ٦٤ % والمعارضة ٣٦ % وفي النخبة الدينية بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة ٨٣ % والمعارضة ١٧ % وبلغت قيمة كا (٨,٧٨٨) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٣٣) وهي قيمة دالة إحصائياً.

الفرض الثاني :

توجد اتجاهات سلبية لدى النخبة المصرية نحو مسؤولية الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية الإسلامية.

وأثبتت الدراسة عدم صحة هذا الفرض حيث توجد اتجاهات إيجابية بين نوع النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية ومسؤولية الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية الإسلامية وذلك من خلال اختبار ثلاثة متغيرات لقياس الأداء الإعلامي لهذه القنوات وهي :

* متغير مدى التزام القنوات الفضائية الإسلامية بالدقة في عرض القضايا المجتمعية .

* متغير حرص القنوات الفضائية الإسلامية على رفض التعصب بجميع أشكاله .

* متغير التزام القنوات الفضائية الإسلامية بالصدق والموضوعية في برامجها .

وهذه المتغيرات توضح نتائج الجدول رقم (٢١) على النحو التالي :

* وجود اتجاهات إيجابية لنوع النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية نحو التزام القنوات الفضائية الإسلامية بالدقة في عرض قضايا المجتمع حيث وافقت بشدة وإلى حد ما نسبة ٨١,٨ % من الذكور على ذلك كما وافقت بشدة وإلى حد ما نسبة ٧٢,٥ % من الإناث على ذلك أيضاً وبلغت قيمة كاي (١٠,٢٣٦) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠١٧) وهي قيمة دالة إحصائياً لأنها أقل من نسبة ٥ %.

* وافقت بشدة وإلى حد ما نسبة ٨٧,٤ % من الذكور كما وافقت بشدة وإلى حد ما نسبة ٩٠ % من الإناث من النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية على عدم وجود برامج بالقنوات الفضائية الإسلامية بينها أى نوع من

أنواع التعصب بجميع أشكاله وبلغت قيمة كا (١٢,٣٥٢) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٠٦) وهي قيمة لها دلالة إحصائية لأنها أقل من مستوى المعنوية ٥ % .

* وافقت بشدة والى حد ما نسبة ٩٤,٤ % من الذكور كما وافقت بشدة والى حد ما نسبة ٩٠ % من الإناث من النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية على التزام القنوات الفضائية الإسلامية بالصدق والموضوعية في برامجها وبلغت قيمة كا (١,٠١٩) عند درجة حرية (٢) ومستوى معنوية (٠,٦٠١) وهي قيمة غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من مستوى المعنوية ٥ % .

الفرض الثالث :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات النخبة المصرية نحو إيجابيات القنوات الفضائية الإسلامية حيث أثبتت الدراسة صحة هذا الفرض الذى توضحه نتائج الجدول رقم (٢٢) وتدل بياناته على وجود اختلافات بين اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو إيجابيات القنوات الفضائية الدينية على النحو التالى :

* وافقت نسبة ٦٥,٦ % من إجمالى عينة الدراسة على أن القنوات الفضائية الإسلامية تعرض صحيح الدين بشرح العبادات والهدف منها دنيوياً وأخروياً فى حين أن نسبة ٣٤,٣ % عارضت ذلك كما توجد اختلافات بين اتجاهات النخب حول هذه الإيجابية فالنخبة الأكاديمية وافقت منها نسبة ٥٩ % مقابل معارضة ٤١ % كما وافقت نسبة ٨٢,١ % من النخبة الصحفية وعارضت نسبة ١٧,٩ % ذلك وارتفعت نسبة الاتجاهات المعارضة لهذه الإيجابية الى ٥٢ % مقابل نسبة ٤٨ % مؤيدة لذلك وفى النخبة الدينية ارتفعت نسبة الاتجاهات المؤيدة الى ٧٦,٦ % مقابل معارضة نسبة ٢٣,٤ % وبلغت قيمة كا (١٠,٩٢٦) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠١٢)

وهى قفمة دالة إحصائفا .

* اختلفت اتجاهات نسبة من النخبة الأكادفمفة والصحففة والإذاعفة والدفنفة عفة الدراسة مع اتجاهات نسبة من نفس العفة حول مفزة أن القنوات الفضائفة الإسلامفة تتناول قضافا دفنفة عصرفة مهمة هفث وافقت نسبة ٦٩,٤ % على هذه المفزة فى هفن أن نسبة ٣٠,٦ % عارضت ذلك كما اختلفت الاتجاهات داخل كل نخبة حول هذه المفزة ففى النخبة الأكادفمفة وافقت نسبة ٦٨,٧ % على هذه المفزة فى هفن عارضتها نسبة ٣١,٣ % وفى النخبة الصحففة وافقت نسبة ٥٧,١ % وعارضت نسبة ٤٢,٩ % وفى النخبة الإذاعفة وافقت نسبة ٦٤ % وعارضت نسبة ٣٦ % وفى النخبة الدفنفة وافقت نسبة ٨٠,٩ % وعارست نسبة ١٩,١ % وبلغت قفمة كا ٢١ المحسوبة (٥,٢٤٧) عند درجة حرفة (٣) ومستوى معنوفة (٠,١٥٥) وهى قفمة لها دلالة إحصائفة .

* القنوات الفضائفة الدفنفة تبرز الدور الحضارى للدفن وفضله على الحضارة الغربفة هذه الإفجابفة اختلفت حولها اتجاهات النخبة الأكادفمفة والإعلامفة والدفنفة هفث وافقت عليها نسبة ٢٩ % ونفتها نسبة كبفره جداً بلغت ٧١ % كما توجد اختلافات فى اتجاهات النخبة الأكادفمفة حول هذه المفزة هفث أكلتها نسبة ٢٥,٣ % ونفتها نسبة ٤٧,٤ % وفى النخبة الصحففة وافقت عليها نسبة ٢١,٤ % وعارضتها نسبة ٧٨,٦ % وفى النخبة الإذاعفة ارتفعت نسبة المعارضة لهذه المفزة الى ٨٨ % ووافقت عليها نسبة ١٢ % وفى النخبة الدفنفة وافقت نسبة ٤٨,٩ % وعارضت عليها نسبة ٥١,١ % وبلغت قفمة كا ٢١ المحسوبة (١٣,٩٢٣) عند درجة حرفة (٣) ومستوى معنوفة (٠,٠٠٣) وهى قفمة لها دلالة إحصائفة .

* اختلفت اتجاهات النخب الأكادفمفة والإعلامفة والدفنفة حول مفزة أن القنوات الفضائفة الإسلامفة تدافع عن هوفة وقفم المجتمع هفث نفت نسبة كبفره

من العينة بلغت ٥٢,٥ % هذه الميزة في حين أكدتها نسبة ٤٧,٥ % كما اختلفت الاتجاهات داخل النخبة الأكاديمية حول هذه الميزة حيث أكدتها نسبة ٣٤,٩ % وفتتها نسبة ٦٥,١ % وأكدتها نسبة ٤٠ % من النخبة الإذاعية وفتتها نسبة ٦٠ % من نفس النخبة كما اختلفت الاتجاهات في النخبة الصحفية حول هذه الميزة حيث وافقت عليها نسبة ٥٣,٦ % وعارضتها نسبة ٤٦,٤ % وفي النخبة الدينية وافقت عليها نسبة كبيرة بلغت ٧٠,٢ % وعارضتها نسبة ٢٩,٨ % وبلغت قيمة كا ٢١ المحسوبة (١٥,٩٥٠) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٠١) وهي قيمة لها دلالة إحصائية.

* تساهم القنوات الفضائية الإسلامية في تجديد الخطاب الديني وتدعم جهود الدعوة هذه الإيجابية اختلفت حولها اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية عينة الدراسة حيث نفتها نسبة ٥٠,٢ % وأكدتها نسبة ٤٤,٨ % كما اختلفت حولها اتجاهات النخبة الأكاديمية نفسها حيث أكدتها نسبة ٣٩,٨ % وفتتها نسبة ٦٠,٢ % وأكدتها نسبة ٤٤ % من النخبة الإذاعية وفتتها نسبة ٥٦ % من نفس النخبة وفي النخبة الصحفية نفتها نسبة ٧٥ % وأكدتها نسبة ٢٥ % وفي النخبة الدينية أكدتها نسبة ٦٦ % وفتتها نسبة ٣٤ % وبلغت قيمة كا ٢١ المحسوبة (١٣,٨٠٥) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٠٣) وهي قيمة لها دلالة إحصائية .

* اختلفت الاتجاهات في عينة الدراسة حول أن القنوات الفضائية الإسلامية تعمل على وصول المعنى الحقيقي للدين الإسلامي للغرب حيث عارضت ذلك نسبة كبيرة من عينة الدراسة بلغت ٦٧,٨ % مقابل نسبة ٣٢,٢ % أكدت ذلك كما اختلفت الاتجاهات داخل كل نخبة حيث ارتفعت نسبة الاتجاهات المؤيدة لهذه الميزة في النخبة الدينية الى ٥٩,٦ % وعارضتها نسبة ٤٠,٤ % وفي النخب الأخرى ارتفعت نسبة الاتجاهات المعارضة عن المؤيدة حيث بلغت النسبة في النخبة الصحفية ٨٥,٧ % وفي النخبة الإذاعية ٨٠ %

وفى النخبة الأكاديمية ٧٣,٥ % وبلغت قيمة كا (٢٣,١٧٠) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهى قيمة لها دلالة إحصائية .

الفرض الرابع :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى اتجاهات النخبة المصرية نحو سلبيات القنوات الفضائية الإسلامية حيث أثبتت الدراسة صحة هذا الفرض الذى يوضحه الجدول رقم (٢٣) ومن بياناته يتضح وجود فروق بين اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو سلبيات القنوات الفضائية الإسلامية يمكن شرحها على النحو التالى :

* اختلفت اتجاهات النخبة المصرية عينة الدراسة نحو افتقار القنوات الفضائية الدينية إلى كوادر إعلامية مدربة ومتخصصة حيث ارتفعت نسبة الاتجاهات فى إجمالى عينة الدراسة التى أكدت ذلك الى ٥٩ % مقابل نسبة ٤١ % عارضت ذلك كما اختلفت الاتجاهات فى النخبة الأكاديمية حيث ارتفعت فيها نسبة الاتجاهات التى وافقت على افتقار الفضائيات الإسلامية الى كوادر إعلامية الى ٦٥,١ % مقابل نسبة ٣٤,٩ % عارضت ذلك كما ارتفعت نسبة الاتجاهات الموافقة على هذه السلبية فى النخبة الصحفية الى ٥٣,٦ % وفى النخبة الإذاعية الى ٦٠ % وفى النخبة الدينية الى ٥١,١ % وبلغت قيمة كا المحسوبة (٢,٨٣٦) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٠٤١٨) وهى قيمة دالة إحصائياً .

* نسبة ٥٣,٦ % من اتجاهات النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية عينة الدراسة اتفقت على نفي سلبية أن برامج القنوات الفضائية الدينية حوارية وتفتقر إلى عناصر الإبهار والتشويق التليفزيونية مقابل نسبة ٤٦,٤ % من إجمالى العينة اتفقت على وجود هذه السلبية كما اختلفت الاتجاهات فى كل نخبة بين مؤيد ومعارض فنسبة الاتجاهات المؤكدة لهذه السلبية كانت كالتالى فى

النخبة الأكاديمية ٤٥,٨ % وفي النخبة الصحفية ٦٠,٧ % وفي النخبة الإذاعية ٤٤ % وفي النخبة الدينية ٤٠,٤ % وبلغت نسبة الاتجاهات التي عارضت ذلك في النخبة الأكاديمية ٥٤,٢ % وفي النخبة الصحفية ٣٩,٣ % وفي النخبة الإذاعية ٥٦ % وفي النخبة الدينية ٥٩,٦ % وقد بلغت قيمة كا المحسوبة (٣,٠٥١) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٣٨٤) وهي قيمة لها دلالة إحصائية .

* إن نسبة ٦٠,١ % من اتجاهات النخبة المصرية عينة الدراسة اتفقت على أن المادة الإعلامية في القنوات الفضائية الإسلامية لا تتناول جميع الاتجاهات والأفكار والمذاهب المختلفة مقابل نسبة ٣٩,٩ % من هذه الاتجاهات عارضت ذلك كما اختلفت الاتجاهات في كل نخبة حول هذه السلبية بين مؤيد لوجودها ومعارض لعد وجودها ففي النخبة الأكاديمية بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة لهذه السلبية ٥٦,٦ % والمعارضة لها ٤٣,٤ % وفي النخبة الصحفية بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة ٦٠,٧ % والمعارضة ٣٩,٣ % وفي النخبة الإذاعية بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة ٦٤ % والمعارضة ٣٦ % وفي النخبة الدينية بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة ٦٣,٨ % والمعارضة ٣٦,٢ % وبلغت قيمة كا (٠,٨٥٣) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٨٣٧) وهي قيمة غير دالة إحصائياً .

* ارتفعت نسبة الاتجاهات في النخبة المصرية المعارضة لسلبية ضيوف برامج القنوات الفضائية الإسلامية سطحيين وغير متخصصين ومكررين إلى ٦٩,٤ % مقابل نسبة ٣٠,٦ % من هذه الاتجاهات مؤكدة وجود هذه السلبية وبلغت قيمة كا المحسوبة (٥,١٤٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,١٦٢) وهي قيمة دالة إحصائياً .

* نسبة ٤٢,٦ % من إجمالي النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية اتفقت على أن القنوات الفضائية الإسلامية تنتج برامج وتبثها للداخل وليس للخارج في

حين أن نسبة ٥٧,٤ % عارضت ذلك كما اختلفت الاتجاهات داخل كل نخبة ففي النخبة الأكاديمية ارتفعت نسبة الاتجاهات المؤيدة ذلك الى ٥٣ % فى حين ارتفعت نسبة الاتجاهات فى النخب الأخرى المعارضة لذلك ففي النخبة الصحفية ارتفعت النسبة الى ٦٠,٧ % وفى النخبة الإذاعية ٦٤ % وفى النخبة الدينية ٧٠,٢ % وبلغت قيمة كا (٧,٤٠٥) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠,٠٦٠) وهى قيمة لها دلالة إحصائية .

خاتمة الدراسة ومقترحاتها :

واجه الباحث فى هذه الدراسة بعض الصعوبات الميدانية والتي نتج عنها صغر حجم العينة حيث إن بعض النخب الأكاديمية والإعلامية لم يساعدوا الباحث فى استيفاء صحف الاستبيان تحت حجج مختلفة إما إنهم منشغلون ولا يوجد وقت فراغ لديهم لملء صحف الاستبيان أو فقدان الصحف أو نسيانها أو لا يشاهدون القنوات الفضائية الدينية كما واجه الباحث عدة صعوبات فى الحصول على موافقات رسمية سواء من اتحاد الإذاعة والتليفزيون أو من الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء لإجراء الدراسة الميدانية داخل مبنى الإذاعة والتليفزيون بالقاهرة.

ويمكن اعتبار هذه الدراسة بداية متواضعة لعدة دراسات متعمقة سواء كانت دراسات ميدانية أو تحليلية أو نقدية لتقييم ظاهرة القنوات الفضائية الدينية حيث يمكن إجراء دراسات حول :

- * دراسات مقارنة بين البرامج الدينية فى الإذاعات الفضائية الدينية الخاصة والحكومية.
- * دراسات لتحليل مضمون برامج القنوات الفضائية الدينية مقارنة بين المحطات المصرية والمحطات العربية .
- * دراسات ميدانية لاستطلاع الجمهور بكل طوائفه حول القنوات الفضائية الدينية .
- * دراسات على القائم بالاتصال فى القنوات الفضائية الدينية .

التوصيات :

* لابد أن تتحمل القنوات الفضائية الدينية مسؤولية خاصة تجاه الإنسان العربي، وهي تلتزم بأن ترسخ إيمانه بالقيم الروحية والمبادئ الخلقية الأصلية وتقدم له الحقيقة الخالصة الهادفة إلى خدمة قضاياها وأن تعمل على تكامل شخصيته القومية وإيمانها فكرياً وثقافياً واجتماعياً وسياسياً، وإظهار حقوقه وحيانيته الأساسية، وتعمل على تربية الشباب على احترام حقوق الإنسان والاعتداد بشخصيته القومية وتنمية حسه بواجباته تجاه مجتمعه ووطنه وأمتة العربية.

* أن تعمل القنوات الفضائية الدينية على إظهار البعد الإسلامي الصحيح في حياتنا والذي يليق بسماحة هذا الدين وتظهر سماحة المسلمين واحترامهم لأصحاب الأديان الأخرى وتمسكهم بالأخلاق والقيم الإسلامية والعربية وتهتم بتنمية الوعي الديني وغرس القيم الدينية الأصيلة في نفوس أطفالنا وشبابنا لأهمية ذلك في معالجة أزمة الأخلاق والعودة إلى السلوكيات الحميدة .

* على الإعلاميين التمسك بأخلاقيات مهنتهم السامية والعمل على نشر مبادئها في أوساط الجيل الإعلامي الجديد من أجل خلق جيل واعي بالرسالة المجتمعية الخيرية للإعلام ودوره في بناء مجتمع قويم خالي من الأمراض المجتمعية العصرية .

* ضرورة التزام الإعلاميين بمسؤولياتهم الاجتماعية ، وعدم تغليب الاعتبارات المهنية الضيقة على الاعتبارات الأخلاقية العامة، كذلك العمل للصالح العام، وليس للمنفعة الخاصة.

مراجع الءراسفة وهوامشها :

- (١) http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C&cid=1216208152963&pagename=Zone-Arabic-Daawa%2FDWALayout
- (٢) نهى عاطف العبء ، اسءءءاماء الءمهور المسفء للقنواء الفضائفة المسفءفة والإسباءاء المءءقفة : ءراسفة مفءائفة مقارنفة على الصقفة والءمهور العام . فف : المءلة المصرفة لبعوء الرأف العام ، المءلء الءامن ، العءء الءالء، فوففو / سبءمبر ٢٠٠٧ ، ص ٢٥٩ .
- (٣) محمد معوض ، منبر لصد القافاء الوافءة ، http://www.arabiyat.com/magazine/publish/article_596.shtml
- (٤) فهفمف هوفءف ، هءا ءالنا . http://www.arabiyat.com/magazine/publish/article_596.shtml
- (٥) فوزف عبء الغنف ، نقصنا أفاء مءروسة لمواءفة ومءاطبة الأءر ، http://www.arabiyat.com/magazine/publish/article_596.shtml
- (٦) مافف الءلوانف ، مءاطبة ءموع المسلمين http://www.arabiyat.com/magazine/publish/article_596.shtml
- (٧) <http://www.asbu.net/www/ar/doc.asp?mcat=5&mrub=33>
- (٨) سامف الشرفف ، القنواء المءءصصة : رؤفة نقءفة ، المءلة المصرفة لبعوء الإعلام ، القاهرة ، ءامعة القاهرة ، كلفة الإعلام ، العءء الخامس ، ففنافر/ ففرل ١٩٩٩ ، ص ١٨٥ .
- (٩) [http://www.siironline.org/alabwab/arweqat_alketab\(20\)/137.htm](http://www.siironline.org/alabwab/arweqat_alketab(20)/137.htm)
- (١٠) صالح العرافف ، أسالف ءطور الءطاب الءفنف فف القنواء الفضائفة العربفة : ءراسفة على عفة من الءبراء والقائفن بالفاءبالءصال فف ءلك القنواء ، فف : المؤءمر العلمف الءانف عشر " الإعلام وءءءفء المءءمعااء العربفة " ، الءراء الءالء ، (القاهرة : كلفة الإعلام ، ءامعة القاهرة ، ٢٠٠٦) .

- (١١) محمد غريب ، دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التنقيف الديني لدى طلاب الجامعات : دراسة ميدانية ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد السادس ، العدد الثاني ، يونيو / ديسمبر ٢٠٠٥ ، ص ص ٣٩٥ - ٤٤٨ .
- (١٢) صابر سليمان عسران ، الضوابط الأخلاقية والقانونية اللازمة لعمل القنوات العربية الخاصة ، رؤية مستقبلية ، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام ، بعنوان (مستقبل وسائل الإعلام العربية) ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، الجزء الأول ، ٢ - ٥ مايو ٢٠٠٥ ، ص ص ١٨٧ - ٢٤٦ .
- (١٣) محمد أحمد هاشم ، البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، رسالة ماجستير ، القاهرة ، جامعة الأزهر ، كلية اللغة العربية ، قسم الصحافة والإعلام ، ٢٠٠٣ .
- (١٤) نهى عاطف العبد ، استخدامات الجمهور المسيحي للقنوات الفضائية المسيحية والإشباع المتحققة : دراسة ميدانية مقارنة على الصفوة والجمهور العام . في : المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد الثامن ، العدد الثالث ، يوليو / سبتمبر ٢٠٠٧ ، ص ص ٢٥٩ - ٣٦٢ .
- (١٥) حنان أحمد سليم ، اتجاهات الصفوة المصرية نحو واقع ومستقبل القنوات الإخبارية العربية ، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام بعنوان " مستقبل وسائل الإعلام العربية " ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، الجزء الأول ، مايو ٢٠٠٥ ، ص ص ١٢٧ - ١٨٥
- (١٦) خالد صلاح الدين حسن على ، اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التليفزيونية الإخبارية للأزمات العربية في إطار مدخل إدارة الصراع ، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي العاشر لكلية الإعلام ، بعنوان (الإعلام المعاصر والهوية العربية) ، القاهرة ، جامعة القاهرة ،

- كلية الإعلام ، الجزء الثالث ، ٤ - ٦ مايو ٢٠٠٤ ، ص ص ٩٤٣ - ١٠٢٦ .
- (١٧) جيهان يسرى ، صورة العرب فى القنوات الفضائية العربية ، دراسة استطلاعية على عينة من النخبة الأكاديمية العربية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، العدد الثالث والعشرون ، يوليه - ديسمبر ٢٠٠٤ ، ص ٢١٣ .
- (١٨) عادل عبد الرازق ضيف ، رأى النخبة حول دور الإعلام فى تحسين صورة العرب والمسلمين فى الخارج ، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمى الثامن لكلية الإعلام بعنوان " الإعلام وصورة العرب والمسلمين " ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، الجزء الأول ، مايو ٢٠٠٢ ، ص ص ٧٧ - ١٤٣ .
- (١٩) وليد فتح الله بركات ، تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأى فى القنوات التليفزيونية العربية ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلد الرابع ، يناير - ديسمبر ٢٠٠٣ .
- (20) David Domke (2000) : " Elite Messages and source Geues: Moving Beyond partisanship" political communication ، Vol.17 ،no.4،pp. 395-402.
- (21) Oleg Manaev (1994) : " Rethinking the social Role of the media in a society in transition " ، (online) ، available: <http://www.wlu.ca.pp. 1-7>.
- (22) KAPFERAA/ILLIAM-ROBERT JR، AN INVESTIGATION OF COMMON LEADERSHIP TRAITS AMONG THE MEDIA ELITE (TELEVISION، ONLINE، PRINT MEDIA)، 1997، NORTHERN-ARIZONA-UNIVERSITY.)
- (23) AL .HABtB-SALEH-ABDULLAH، THE PERCEPTION OF JORDANIAN AND SAUDI ELITES ON NATIONAL AND

INTERNATIONAL RADIO SERVICES ، THE UNIVERSITY
OF-OKLAHOMA، 1995، PG؛159

- (٢٤) شيماء ذو الفقار زغيب ، العلاقة بين التعرض للدراما العربية والأجنبية في القنوات الفضائية والهوية الثقافية لدى الشباب الإماراتي ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثالث والعشرون ، يولييه - ديسمبر ٢٠٠٤ ، ص ٤٠٦ .
- (٢٥) سامي الشريف ، مرجع سابق ، ص ١٥٧ .
- (٢٦) جيهان يسري ، مرجع سابق .
- (٢٧) جيهان يسري ، المرجع السابق ، ص ١٩٢ .
- (٢٨) محمد حسام الدين ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٣ ، ص ٤٤ - ٤٥ .
- (٢٩) محمد حسام الدين ، المرجع السابق ، ص ٤٥ - ٤٧ .
- (٣٠) جيهان يسري ، مرجع سابق ، ص ١٧٥ .
- (٣١) ثروت مكي ، النخبة السياسية والتغيير الاجتماعي : تجربة مصر من ١٩٥٢ - ١٩٦٧ ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، عالم الكتب ، ٢٠٠٥ ، ص ٣٧ .
- (٣٢) ثروت مكي ، المرجع السابق ، ص ٤٠ .
- (٣٣) ثروت مكي ، المرجع السابق ، ص ٢٩ - ٣٦ .
- (٣٤) حسن عماد مكاوي ، أخلاقيات العمل الإعلامي : دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٤ ، ص ١٦٧ - ١٦٨ .
- (٣٥) المرجع السابق ، ص ١٦٧ .
- (٣٦) المرجع السابق ، ص ١٤٢ .
- (٣٧) محمد حسام الدين ، مرجع سابق ، ص ٦١ .
- (٣٨) محمد عبد الحميد ، بحوث الصحافة ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٩٧ ، ص ٩٤ .

- (٣٩) عاطف عدلى العبد ، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الإعلام والرأى العام ، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية ، دار الفكر العربي ، ٢٠٠٢ . ص ٩ .
- (٤٠) وافق الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء على إجراء الدراسة بالقرار رقم ٦٧٥ الصادر بتاريخ ١٩ / ٦ / ٢٠٠٨ .
- (٤١) محمد عبد الحميد ، المرجع السابق ، ص ٧٦ .
- (٤٢) أسماء السادة المحكمين :
- ١ - الأستاذ الدكتور سامى الشريف مدير مركز بحوث الرأى العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة .
 - ٢ - الأستاذ الدكتور سعيد نجيد أستاذ الصحافة المساعد بكلية الآداب جامعة الزقازيق .
 - ٣ - الأستاذ الدكتور عدلى سيد رضا أستاذ ورئيس قسم الإذاعة ووكيل كلية الإعلام للدراسات العليا سابقاً .
 - ٤ - الأستاذة الدكتورة عزة أحمد صيام أستاذ علم الاجتماع ووكيل كلية الآداب للدراسات العليا بجامعة بنها .
 - ٥ - الأستاذة الدكتورة فاطمة يوسف رئيس قسم الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة بنها .
 - ٦ - الأستاذ الدكتور محمد نجيب أستاذ علم الاجتماع بكلية الآداب جامعة بنها .
 - ٧ - الأستاذ الدكتور محمد منصور هيبه أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- (٤٤) فهد بن عبدالعزيز العسكر ، وعبدالله بن ناصر الحمود ، اعتماد النخب على المصادر الإخبارية الإلكترونية الحديثة واتجاهاتهم نحو مستقبل انتشارها في المجتمع السعودي ،
- <http://www.e3lami.com/innerarticles.php?articleid=917&id=39>

- (٤٥) محمد الجوهري ، علم الاجتماع وقضايا التنمية في العالم الثالث ، القاهرة، دار المعارف ، ١٩٨٢ ، ص ٢٤٩ .
- (٤٦) عادل عبد الرازق ضيف ، مرجع سابق ، ص ٨٥ .
- (٤٧) عادل عبد الغفار فرج خليل ، مرجع سابق ، ص ٧١ .
- (٤٨) سوزان يوسف القليني ، مرجع سابق ، ص ٣٤ .
- (٤٩) ثريا احمد البدوي ، الإعلام والإصلاح السياسي في مصر دراسة مسحية وفنومولوجية مقارنة بين الجمهور والنخبة ، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام ، بعنوان (مستقبل وسائل الإعلام العربية) ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، الجزء الأول، ٢ - ٥ مايو ٢٠٠٥ ، ص ١١٥ .
- (٥٠) حنان جنيد ، دور الإعلام في تكوين تصورات النخبة حول مفهوم الإرهاب ، القاهرة ، جامعة الأزهر ، كلية اللغة العربية ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد الثامن عشر ، أكتوبر ٢٠٠٢ ، ص ٤٥٨ .
- (٥١) صابر سليمان عسران ، مصدر سابق ، ص ٢٠٣ .
- (٥٢) جيهان يسرى ، مرجع سابق ، ص ص ١٩٣ - ١٩٤ .
- (٥٣) محمد غريب مرجع سابق ، ص ٤١٢ .
- (٥٤) <http://www.3rbe.com/vb/showthread.php?t=49414>
- (٥٥) نجوى إبراهيم ، القنوات الفضائية الدينية بوق الفكر الإرهابي ، <http://www.al-ahaly.com/articles/07-04-11/1322-msc02.htm>
- (٥٦) <http://www.aljazeera.net/NR/exeres/E0797139-EDBB-4182-BDE4-92EB88F87394.htm>
- (٥٧) <http://www.al-saiyad.com/View.Asp?Show=517>
- (٥٨) حنان يوسف ، اخلاقيات المهنة وموثيق الشرف الإعلامي ، <http://www.womengateway.com/NR/exeres/2C20686D-0BF7-4C0A-8370-CFA0BF8170D0.htm>

- (٥٩) حنان يوسف ، المرجع السابق .
- (٦٠) صابر عسران ، مرجع سابق ، ص ٢١٦ .
- (٦١) أسامة سرايا ، الإعلام وأخلاق المهنة .
- <http://www.afkaronline.org/arabic/archives/may-jun2005/saraya.html>
- <http://vb.ozq8.com/showthread.php?t=565738> (٦٢)

ملاحق الدراسة

جدول رقم (١)

خصائص عينة الدراسة

عينة دينية			عينة إعلامية						عينة أكاديمية		
			صحفون			إذاعة					
%	ك	النوع	%	ك	%	ك	النوع	%	ك	النوع	
% ٢٤,٥	٢٥	الوعظ	% ١٧,٩	١٩	% ١,٥	١٥	الوعظ	% ٢٥,٩	١٢	الوعظ	
% ٢٥,٥	١٥	الشرح	% ٢٢,١	٩	% ٢,٥	٥	الشرح	% ٢٤,١	١٠	الشرح	
% ١٠,٠	١٧		% ١٠,٠	٢٥	% ١٠,٠	٢٥		% ١٠,٠	٨٢	الأصغر	
% ١٤,٦	٢٢	الشرح [٢٥ - ١٥]	% ٢٥,١	٨	% ١٠,٠	٢٠	الشرح [١٥ - ٢٥]	% ١٧	٢٩	الشرح [٢٥ - ٣٥]	
% ٢١,٩	١٥	[١٥ - ٢٥]	% ١,٥	١	% ٢,٥	٥	[١٥ - ٢٥]	% ٢٧,٢	١٢	[١٥ - ٢٥]	
% ٢١,٩	٧	[٢٥ - ٣٥]	% ٢٢,١	٩	% ٢,٥	١	[٢٥ - ٣٥]	% ٢٠,٥	١٥	[٢٥ - ٣٥]	
% ٨,٥	١	[٣٥ - ٤٥]	% ١٤,٦	١	-	-	[٣٥ - ٤٥]	% ١,٥	١	[٣٥ - ٤٥]	
% ١٠,٠	١٧		% ١٠,٠	٢٥	% ١٠,٠	٢٥		% ١٠,٠	٨٢	الأصغر	
% ١١	٨	الوعظ	% ٢,٥	٢٠	% ١١	١٩	الوعظ	% ١١,١	٢١	الوعظ	
% ١١,٩	١	شرح صحفي	% ١٠,٦	٣	-	-	الشرح و التعليق	% ٢٢,٧	١٥	شرح صحفي	
% ١١,١	٩	شرح صحفي	% ١٤,٦	١	% ٨	٥	الشرح و التعليق	% ٢١,٧	١٥	شرح صحفي	
% ٢١,٩	١١	الشرح و التعليق	-	-	% ١١	١	الشرح و التعليق	-	-	الشرح و التعليق	
% ٢١,٩	١١	الشرح و التعليق	-	-	% ١١	١	الشرح و التعليق	-	-	الشرح و التعليق	
% ١٠,٠	١٧		% ١٠,٠	٢٥	% ١٠,٠	٢٥		% ١٠,٠	٨٢	الأصغر	

جدول رقم (٢)

كثافة مشاهدة القنوات الفضائية الدينية لدى النخبة المصرية عينة الدراسة

نخبة دينية		نخبة إعلامية				نخبة أكاديمية		الاستجابة
		صحافة		إذاعة				
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
% ٨٠,٩	٣٨	% ٤٢,٩	١٢	% ٥٢	١٣	% ٤٩,٤	٤١	نعم
% ١٩,١	٩	% ٥٧,١	١٦	% ٤٨	١٢	% ٥٠,٦	٤٢	إلى حد ما
-	-	-	-	-	-	-	-	لا
١٠٠	٤٧	١٠٠	٢٨	١٠٠	٢٥	١٠٠	٨٢	الإجمالي

جدول رقم (٣)

هوية القنوات التليفزيونية الدينية التي تشاهدها النخبة المصرية

نخبة دينية		نخبة إعلامية				نخبة أكاديمية		هوية القنوات
		نخبة صحفية		نخبة إذاعية				
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٥٧,١	٣٢	٥٥,٩	١٩	٤٦,٩	١٥	٥٠,٩	٥٥	قنوات مصرية دينية
٤٢,٩	٢٤	٤٤,١	١٥	٥٣,١	١٧	٤٩,١	٥٣	قنوات عربية دينية
١٠٠	٥٦	١٠٠	٣٤	١٠٠	٣٢	١٠٠	١٠٨	الإجمالي

جدول رقم (٤)

القنوات الدينية الأكثر مشاهدة لدى النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية

النسبة المئوية	التكرارات	القنوات
% ٣٥,٨	١٣٩	الناس
% ٣١,٩	١٢٤	اقرأ
% ٣٠,٦	١١٩	المجد
% ١٦,٧	٦٥	العفاسي
% ١٦,٢	٦٣	الرسالة
% ١٣,١	٥١	الحكمة
% ١٢,٤	٤٨	المجد للحديث
% ١٢,١	٤٧	الفجر
% ٣,٦	١٤	المنار
% ٣,١	١٢	الأمة
% ١,٨	٧	النجاح
% ١	٤	الفرات
% ١	٤	الحياة
% ٠,٨	٣	السادسة المغربية
% ٠,٥	٢	الهداية الليبية
% ٢,٣	٩	أخرى
	٧١١	جملة من سئلوا

جدول رقم (٥)

إيجابيات القنوات الدينية الإسلامية كما تراها النخبة المصرية عينة الدراسة

نخبة دينية		نخبة إسلامية				نخبة أكاديمية		إيجابيات القنوات الدينية
		نخبة صحفية		نخبة إعلامية				
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٦,٢	٣٦	٢٨,١	٢٣	١٧,٦	١٢	٢٠	١٩	
١٧,٦	٣٨	١٩,٨	١٦	٢٣,٥	١٦	٢٣,٢	٥٧	* تتناول قضايا دينية عصرية مهمة .
١٠,٤	٢٣	٧,٤	٦	٤,٤	٣	٨,٥	٢١	* تبرز دور الدين وفضله على الحضارة الغربية
١١,٩	٢٣	١٨,٥	١٥	١١,٧	١٠	١١,٨	٢٩	* تدافع عن هوية وقيم المجتمع .
١٣,٩	٣١	٨,٦	٧	١٦,٢	١١	١٣,٤	٣٣	* تساهم في تجديد الخطاب الديني وتدعم جهود الدعوة .
١٢,٦	٢٨	٥	٤	٧,٤	٥	٨,٩	٢٢	* تعمل على وصول المعنى الحقيقي للدين إلى الغرب.
١١,٩	٢٣	١٢,٣	١٠	١٦,٢	١١	١١,٢	٣٥	* محاربة القنوات الإباحية التي تنشر الابتذال والفساد .
١٠٠	٢٢٢	١٠٠	٨٦	١٠٠	٦٨	١٠٠	٢١٦	الإجمالي

جدول رقم (٦)

سلبيات القنوات الدينية كما تراها النخبة المصرية عينة الدراسة

نخبة دينية		نخبة إعلامية				نخبة أكاديمية		سلبيات القنوات الدينية
		نخبة صحفية		نخبة إعلامية				
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢١,٥	٢٠	٢٢,٨	١٣	٢٨,٦	١٤	٢٩,٢	١٨	
٢٥,٨	٢٤	١٩,٢	١١	٢٢,٤	١١	٢١,٢	٢٥	* يغلب على معدي ومقدمي برامجها عدم الخبرة المهنية.
٢٧,٧	٢٣	٢٢,٨	١٣	١٨,٤	٩	١٩,٥	٢٢	* تركز غالبية برامجها على المضمون الديني الصرف .
١٦,٦	١٥	١٥,٨	٩	١٦,٢	٨	١٧,١	٢٨	* هدفها استثماري وبالتالي تبحث عن أسماء مشهورة .
١١,٨	١١	١١,٢	١١	١٤,٢	٧	١٤,٨	٢١	* برامجها حوارية وتفتقر عناصر التسويق التليفزيونية
١٠٠	٩٣	١٠٠	٥٧	١٠٠	٤٩	١٠٠	١٦٤	الإجمالي

جدول رقم (٧)

مسئولية القنوات الفضائية الدينية عن تشجيعها على النزوع الى السلفية

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق الى حد ما	أعترض	الإجمالي
نخبة أكاديمية	٢١	٣٨	٢٤	٨٣
	% ٢٥.٣	% ٤٥.٨	% ٢٨.٩	% ١٠٠
نخبة صحفية	٣	١٩	٦	٢٨
	% ١٠.٧	% ٦٧.٩	% ٢١.٤	% ١٠٠
نخبة إذاعية	٦	٩	١٠	٢٥
	% ٢٤	% ٣٦	% ٤٠	% ١٠٠
نخبة دينية	١٠	٢٨	٩	٤٧
	% ٢١.٣	% ٥٩.٦	% ١٩.١	% ١٠٠
الإجمالي	٤٠	٩٤	٤٩	١٨٣
	% ٢١.٩	% ٥١.٣	% ٢٦.٨	% ١٠٠

جدول رقم (٨)

اتجاهات النخبة عينة الدراسة نحو مسئولية القنوات الإسلامية عن تقديم فكر متطرف

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق الى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	٥	١٨	٣٦	٢٤	٨٣
	% ٦	% ٢١.٧	% ٤٣.٤	% ٢٨.٩	% ١٠٠
نخبة صحفية	٢	٢	١٤	١٠	٢٨
	% ٧.١	% ٧.١	% ٥٠	% ٣٥.٧	% ١٠٠
نخبة إذاعية	٣	٢	١٣	٧	٢٥
	% ١٢	% ٨	% ٥٢	% ٢٨	% ١٠٠
نخبة دينية	٠	٢	١٠	٣٥	٤٧
	% ٠	% ٤.٣	% ٢١.٣	% ٧٤.٥	% ١٠٠
الإجمالي	١٠	٢٤	٧٣	٧٦	١٨٣
	% ٥.٥	% ١٣.١	% ٣٩.٩	% ٤١.٥	% ١٠٠

جدول رقم (٩)

القنوات الدينية ومسئوليتها عن الفكر الديني الصحيح أو المتطرف في نفوس الشباب

مجموعة الدراسة	أوافق بشدة	أوافق إلى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	٥	٢٧	٣٥	١٦	٨٣
	% ٦	% ٣٢,٥	% ٤٢,٢	% ١٩,٣	% ١٠٠
نخبة صحفية	١	٧	١٥	٥	٢٨
	% ٣,٥	% ٢٥	% ٥٣,٦	% ١٧,٩	% ١٠٠
نخبة إذاعية	١	٤	١٣	٧	٢٥
	% ٤	% ١٦	% ٥٢	% ٢٨	% ١٠٠
نخبة دينية	٠	٢	١٨	٢٧	٤٧
	% ٠	% ٤,٣	% ٣٨,٣	% ٥٧,٤	% ١٠٠
الإجمالي	٧	٤٠	٨١	٥٥	١٨٣
	% ٣,٨	% ٢١,٨	% ٤٤,٣	% ٣٠,١	% ١٠٠

جدول رقم (١٠)

القنوات الدينية الإسلامية ومسئوليتها عن تقديم فتاوى متشددة

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق إلى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	١٨	٣١	٢٧	٧	٨٣
	% ٢١,٧	% ٣٧,٣	% ٣٢,٥	% ٨,٤	% ١٠٠
نخبة صحفية	٣	١٦	٥	٤	٢٨
	% ١٠,٧	% ٥٧,١	% ١٧,٩	% ١٤,٣	% ١٠٠
نخبة إذاعية	٢	٩	١٢	٢	٢٥
	% ٨	% ٣٦	% ٤٨	% ٨	% ١٠٠
نخبة دينية	٠	٢٠	١٨	٩	٤٧
	% ٠	% ٤٢,٦	% ٣٨,٣	% ١٩,١	% ١٠٠
الإجمالي	٢٣	٧٦	٦٢	٢٢	١٨٣
	% ١٢,٦	% ٤١,٥	% ٣٣,٩	% ١٢	% ١٠٠

جدول رقم (١١)

مسئولية القنوات الفضائية الدينية عن الفتاوى المتضاربة

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق إلى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	٢١ % ٢٥.٣	٤٨ % ٥٧.٨	٩ % ١٠.٨	٥ % ٦	٨٣ % ١٠٠
نخبة صحفية	٤ % ١٤.٣	٢١ % ٧٥	١ % ٣.٦	٢ % ٧.١	٢٨ % ١٠٠
نخبة إذاعية	٣ % ١٢	١٦ % ٦٤	٥ % ٢٠	١ % ٤	٢٥ % ١٠٠
نخبة دينية	٥ % ١٠.٦	٢٦ % ٥٥.٣	١٢ % ٢٥.٥	٤ % ٨.٥	٤٧ % ١٠٠
الإجمالي	٣٣ % ١٨	١١١ % ٦٠.٧	٢٧ % ١٤.٧	١٢ % ٦.٦	١٨٣ % ١٠٠

جدول رقم (١٢)

مدى التزام القنوات الدينية بعبادات وتقاليد المجتمع

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق إلى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	٤ % ٤.٨	٦٥ % ٧٨.٣	١٠ % ١٢	٤ % ٤.٨	٨٣ % ١٠٠
نخبة صحفية	١ % ٣.٦	٢٣ % ٨٢.١	٣ % ١٠.٧	١ % ٣.٦	٢٨ % ١٠٠
نخبة إذاعية	٢ % ٨	٢٠ % ٨٠	١ % ٤	٢ % ٨	٢٥ % ١٠٠
نخبة دينية	١٥ % ٣٢	٢٣ % ٤٨.٩	٩ % ١٩.١	٠ % ٠	٤٧ % ١٠٠
الإجمالي	٢٢ % ١٢	١٣١ % ٧١.٦	٢٣ % ١٢.٦	٧ % ٣.٨	١٨٣ % ١٠٠

جدول رقم (١٣)

مدى احترام القنوات الفضائية الدينية للآخر

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق إلى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	١٢	٦٠	٧	١	٨٣
	% ١٤.٥	% ٧٢.٣	% ٨.٤	% ١.٨	% ١٠٠
نخبة صحفية	١	١٩	١	١	٢٨
	% ١٤.٣	% ٦٧.٨	% ١٤.٣	% ٣.٦	% ١٠٠
نخبة إذاعية	٤	١٨	١	١	٢٥
	% ١٦	% ٧٢	% ٤	% ٨	% ١٠٠
نخبة دينية	٢٩	١٧	١	٠	٤٧
	% ٦١.٧	% ٣٦.٢	% ٢.١	% ٠	% ١٠٠
الإجمالي	٤١	١١١	١٣	٧	١٨٣
	% ٢٦.٨	% ٦٢.٣	% ٧.١	% ٣.٨	% ١٠٠

جدول رقم (١٤)

مدى مسئولية القنوات الدينية عن تعميق التفاهم والتعاون بين أفراد المجتمع

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق إلى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	٠	٥٧	٢٦	٠	٨٣
	% ٠	% ٦٨.٧	% ٣١.٣	% ٠	% ١٠٠
نخبة صحفية	٠	٢١	٧	٠	٢٨
	% ٠	% ٧٥	% ٢٥	% ٠	% ١٠٠
نخبة إذاعية	٠	١٩	٦	٠	٢٥
	% ٠	% ٧٦	% ٢٤	% ٠	% ١٠٠
نخبة دينية	١٣	٢٧	٧	٠	٤٧
	% ٢٧.٧	% ٥٧.٤	% ١٤.٩	% ٠	% ١٠٠
الإجمالي	١٣	١٢١	٤٦	٠	١٨٣
	% ٧.١	% ٦٧.٨	% ٢٥.١	% ٠	% ١٠٠

جدول رقم (١٥)

مدى مسنولية القنوات الفضائية الدينية عن رفض التعصب

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق إلى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	١٠	٦٢	٧	١	٨٣
	% ١٢	% ٧٤.٧	% ٨.٤	% ١.٨	% ١٠٠
نخبة صحفية	٣	٢٢	٢	١	٢٨
	% ١٠.٧	% ٧٨.٦	% ٧.١	% ٣.٦	% ١٠٠
نخبة إذاعية	٢	٢٠	١	٢	٢٥
	% ٨	% ٨٠	% ٤	% ٨	% ١٠٠
نخبة دينية	٢٥	١٧	٥	٠	٤٧
	% ٥٣.٢	% ٣٦.٢	١٠.٦	%	% ١٠٠
الإجمالي	٤٠	١٢١	١٥	٧	١٨٣
	% ٢١.٩	% ٦٦.١	% ٨.٢	% ٣.٨	% ١٠٠

جدول رقم (١٦)

مدى التزام القنوات الدينية بالصدق والموضوعية في برامجها

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق إلى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	٨	٦٨	٧	٠	٨٣
	% ٩.٦	% ٨١.٩	% ٨.٤	% ٠	% ١٠٠
نخبة صحفية	٢	٢٥	١	٠	٢٨
	% ٧.١	% ٨٩.٣	% ٣.٦	% ٠	% ١٠٠
نخبة إذاعية	٤	١٩	٢	٠	٢٥
	% ١٦	% ٧٦	% ٨	% ٠	% ١٠٠
نخبة دينية	٢١	٢٤	٢	٠	٤٧
	% ٤٤.٦	% ٥١.١	% ٤.٣	% ٠	% ١٠٠
الإجمالي	٣٥	١٣٦	١٢	٠	١٨٣
	% ١٩.١	% ٧٤.٣	% ٦.٦	% ٠	% ١٠٠

جدول رقم (١٧)
الضوابط القانونية لعمل القوات الفضائية الدينية

الاجمالي	نخبة دينية		نخبة اعلامية				نخبة اكااديمية		الضوابط القانونية	
	لا	نعم	نخبة اذاعية		نخبة صحفية		لا	نعم		
			لا	نعم	لا	نعم				
٥٢	١٣١	١٠٠	٣٧	١١	١٤	٧	٢١	١٤	٥٩	تطبيق القوانين التي تصون سلامة المجتمع وتحافظ على وحدته الاجمالي
%٢٨.٤	%٧١.٦	%٢١.٣	%١٣.٣	%٤.٤	%٥.٦	%٢.٥	%٧.٥	%٢٨.٩	%٧١.١	
١٨٣	١٧	٤٥	٢٤	١٢	١٣	١٣	١٥	٢٥	٤٨	صياغة قوانين اعلامية جديدة تتناسب مع متطلبات العصر الاجمالي
%١٠.٨	%٥.٩	%٣١.٩	%١٣.١	%٤.٨	%٥.٢	%٩.٤	%٥.٣	%٤.١	%٥٧.٨	
٧٨	١٠٥	٤٠	٢٧	٩	١٦	١١	١٧	٢١	٥٢	تطبيق القوانين المرتبطة بحرية العمل الاعلامي الاجمالي
%٤٤.٦	%٥٧.٤	%٤	%٢٧.٤	%٣.٦	%٦.٤	%٣٩.٣	%٦٠.٧	%٢٧.٣	%١٢.٧	
١١١	٧٢	٢٧	٢٠	١٨	٧	١٥	١٣	٥١	٢٢	تفعيل دور النقابات المهنية وتطبيق لوائحها على غير الملتزمين الاجمالي
%٦٠.٧	%٣٩.٣	%٥٧.٤	%٤٤.٦	%٧.١	%٢.٨	%٥٣.٦	%٤٦.٤	%١١.٤	%٢٨.٦	
١٥٣	٣٠	٤٤	٥	١٢	٢	٢٣	٥	١٦	١٧	فرض غرامات مالية على هذه القوات الاجمالي
%٨٣.٦	%١٦.٤	%٨٩.٤	%١٠.٦	%٨.٨	%١.٢	%٨٢.١	%١٧.٩	%٧٩.٥	%٢٠.٥	
١٥٣	٣٠	٤٣	٤	١١	٤	٢٤	١	١٧	١١	سحب ترخيص القوات الاجمالي
%٨٣.٦	%١٦.٤	%٩١.٥	%٨.٥	%٨.٤	%١.٦	%٧٨.٦	%٠.٢٩	%٨٠.٧	%١٩.٣	
١٥٤	٢٤	٤٣	٤	١٤	١	٢٤	٤	١٨	١٥	إغلاق القوات لفترة محددة الاجمالي
%٨٦.٩	%١٣.١	%٩١.٥	%٨.٥	%٩.٦	%٤	%٨٥.٧	%١٤.٣	%١١.٩	%١٨.١	
١٨٣	١٧	٤٥	٢٤	١٢	١٣	١٣	١٥	٢٥	٤٨	

جدول رقم (١٨)
الضوابط الأخلاقية لعمل القوائم المالية الدينية

الاجمالي	نفيه دينية		نفيه اعلانية				نفيه اكلاديهية		الضوابط القانونية	
	لا	نعم	نفيه اذاعية		نفيه صحفية		لا	نعم		
			لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم		
٦٣	١٢٠	٨	٢٩	٩	١٦	١٢	١٦	٢٤	٤٩	الالتزام بالمعايير المهنية مثل الدقة والامتداد والصدق والموضوعية والتوازن
% ٣٤.٤	% ١٥.٦	% ١٧	% ٨٣	% ٣١	% ٦٤	% ٤٢.٩	% ٥٧.١	% ٤١	% ٥٩	
٧٠	١١٣	١٨	٢٩	١٢	١٣	١٢	١٦	٢٨	٥٥	عدم عرض البرامج التي تنطوي على اذاعية دينية بين اشباع الأذنين المختلفة
% ٣٨.٣	% ٦١.٧	% ٣٨.٣	% ٦١.٧	% ٤٨	% ٥٢	% ٤٢.٩	% ٥٧.١	% ٣٣.٧	% ٦٦.٣	
٨٢	١٠١	٢٠	٢٧	١٤	١١	١٢	١٦	٣٦	٤٧	الالتزام والتأكيد على مبادئ الوحدة الوطنية
% ٤٤.٨	% ٥٥.٢	% ٤٢.٦	% ٥٧.٤	% ٥٦	% ٤٤	% ٤٢.٩	% ٥٧.١	% ٤٣.٤	% ٥٦.٦	
٨٤	٩٩	١٨	٢٩	١٤	١١	١٤	١٤	٢٨	٤٥	تجنب صياح التزعة العنصرية لدى أصحاب القوائم المالية الدينية
% ٤٥.٩	% ٥٤.١	% ٣٨.٣	% ٦١.٧	% ٥٦	% ٤٤	% ٥٠	% ٥٠	% ٤٥.٨	% ٥٤.٢	
٨٨	٩٥	١٨	٢٩	١٤	١١	١٣	١٥	٤٣	٤٠	تسليم القوائم الاعلانية في تلوين ساتس هذه القوائم وتضمن عليها
% ٤٨.١	% ٥١.٩	% ٣٨.٣	% ٦١.٧	% ٥٦	% ٤٤	% ٤٦.٤	% ٥٣.٦	% ٥١.٨	% ٤٨.٢	
٨٨	٩٥	١٧	٢٠	١٤	١١	١٥	١٣	٤٢	٤١	التزامه المهنية
% ٤٨.١	% ٥١.٩	% ٣٦.٢	% ٦٣.٨	% ٥٦	% ٤٤	% ٥٣.٦	% ٤٦.٤	% ٥٠.٦	% ٤٩.٤	
٩١	٩٤	١٧	٢٠	١٥	١٠	١٥	١٣	٤٢	٤١	الإيمان بالقضايا الوطنية
% ٥١.٤	% ٥١.٤	% ٣٦.٢	% ٦٣.٨	% ٦٠	% ٤٠	% ٥٣.٦	% ٤٦.٤	% ٥٠.٦	% ٤٩.٤	
٩١	٩٧	٢٢	٢٥	١٩	٦	١٢	١٦	٤٣	٤٠	نشر الحرية المستقلة الراضية
% ٥٢.٥	% ٤٧.٥	% ٤٦.٨	% ٥٣.٢	% ٧٦	% ٢٤	% ٤٢.٩	% ٥٧.١	% ٥١.٨	% ٤٨.٢	
١٠٠	٨٣	١٩	٢٨	١٧	٨	١٨	١٠	٤٦	٣٧	الاجمالي
% ٥١.٤	% ٤٥.٤	% ٤٠.٤	% ٥٩.٦	% ٦٨	% ٣٢	% ٦٤.٣	% ٣٥.٧	% ٥٥.٤	% ٤٤.٦	
الاجمالي	١٨٣	٤٧	٢٨	١٢	١٣	٢٨	١٦	٤٣	٤٠	الاجمالي
% ٥١.٤	% ٤٥.٤	% ٤٠.٤	% ٥٩.٦	% ٦٨	% ٣٢	% ٦٤.٣	% ٣٥.٧	% ٥٥.٤	% ٤٤.٦	
الاجمالي	١٨٣	٤٧	٢٨	١٢	١٣	٢٨	١٦	٤٣	٤٠	الاجمالي
% ٥١.٤	% ٤٥.٤	% ٤٠.٤	% ٥٩.٦	% ٦٨	% ٣٢	% ٦٤.٣	% ٣٥.٧	% ٥٥.٤	% ٤٤.٦	

جدول رقم (١٩)
معارف أداء العمل الإعلامي بالفتوات القضائية الدينية

النسبة المئوية	النكارات	معارف أداء العمل الإعلامي
% ٢١,٧	١١٠	المادة الإعلامية في الفتوات لا تتناول جميع الاتجاهات والأفكار المختلفة
% ٢١,٣	١٠٨	تفتقر لكوادر إعلامية وقادرة على إيصال الرسالة الإعلامية للمشاهدين.
% ١٦,٨	٨٥	إغفالها لمفاهيم الإبهام والتشويق التليفزيونية والاكتفاء بالبرامج الحوارية .
% ١٥,٤	٧٨	هذه الفتوات تفتقر برامجها وتبثها للداخل وليس للخارج
% ١٣,٦	٦٩	هذه الفتوات عاجزة عن استخدام تكنولوجيا الإعلام وتوظيفها لخدمة قضائياتها
% ١١,١	٥٦	ضيوف البرامج في هذه الفتوات سطحيين وغير متخصصين ومكررين
% ١٠,٠	٥٠٦	الإجمالي

جدول رقم (٢٠)
الاختلافات بين اتجاهات النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية نحو متغيرات أخلاقيات الممارسة الإعلامية للقنرات الدينية

الاجمالي	نخبة دينية		نخبة إعلامية				نخبة أكاديمية		متغيرات أخلاقيات الممارسة الإعلامية للقنرات الدينية الإسلامية
	لا	نعم	نخبة إذاعية	نخبة صحفية	نخبة إذاعية	نخبة أكاديمية	نعم		
١٠٨	٩٢	١٦	١٤	١١	١٣	١٥	٤٣	٤٠	تسويق القيم الأخلاقية في نفوس مالكي القنرات الدينية
% ٤٠.٧	% ٢٩.٦	% ١٤.٨	% ٥.٦	% ٩.٣	% ١١.١	% ١٢.٦	% ٣٩.٥	% ٤٨.١	
١٨٣	٤٧		٢٢				٨٣		الاجمالي
١١٣	١٦	٢٩	١٤	١٣	١٤	١٦	٢٨	٥٥	عدم عرض البرامج التي تنفذ الكراهية
% ٣١.٣	% ١٤.١	% ١٤.٥	% ٦.١	% ٥.٦	% ٦.٢	% ٧.٦	% ٣٣.٧	% ١٦.٣	
١٨٣	٤٧		٢٥				٨٣		الاجمالي
٢٣	١٤	٩	١	١٦	١٢	١٦	٢٤	١٩	الالتزام بالمعايير المهنية
% ١٢.٥	% ٦.٠	% ٤.٩	% ٠.٥	% ٧.٦	% ٦.٦	% ٧.٦	% ١٣.١	% ٥.٩	
١٨٣	٤٧		٢٥				٨٣		الاجمالي

نوع النخبة عينة الدراسة ومتغيرات الأداء الإعلامي للفتوات الفضائية الإسلامية

جدول رقم (٢١)

الإجمالي	إناث				ذكور				متغيرات الأداء الإعلامي	
	أعرض بشدة	أعرض	أوافق إلى حد ما	أوافق بشدة	أعرض بشدة	أعرض	أوافق إلى حد ما	أوافق بشدة		
	١٨٣	٤٠	٧	٤٦	٢	١٤٢	١	٢٥		١٠٥
%١٠٠	%٢١,٩	%١٠	%١٧,٥	%١٥	%٧٨,١	%٠,٧	%١٧,٥	%٧٢,١	%٨,٤	
١٨٣	٤٠	٠	٢١	٥	١٤٢	٢	١٥	١٠	٢٥	حرص الفتوات على رفض التعصب بجميع أشكاله
%١٠٠	%٢١,٩	%٠	%٧٧,٥	%١٤,٥	%٧٨,١	%٤,١	%١٠,٥	%١٢,٩	%٢٤,٥	
١٨٣	٤٠	٤	٤٩	٧	١٤٢	%٠	٨	١٠٧	٢٨	التزام الفتوات بالمصداق والموضوعية في برامجها
%١٠٠	%٢١,٩	%١٠	%٢٤,٥	%١٧,٥	%٧٨,١	%٠	%٥,٦	%٧٤,٨	%١٩,٦	

جدول رقم (٢٢)

اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو إيجابيات القنوات الفضائية

الاجمالي	مجموعات الدراسة				الاستجابة	إيجابيات القنوات الفضائية الإسلامية
	نخبة دينية	نخبة إذاعية	نخبة صحفية	نخبة أكاديمية		
١٢٠	٣٦	١٢	٢٣	١٩	نعم	تعرض صحيح الدين بشرح العبارات والهدف منها لنبيويا والخرويا
% ٦٥.٦	% ٧٦.٦	% ٤٨	% ٨٢.١	% ٥٩	لا	
٦٣	١١	١٣	٥	٣١	لا	
% ٣٤.٤	% ٢٣.٤	% ١٢	% ١٧.٩	% ٤١		
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الاجمالي	
١٢٧	٢٨	١٦	١٦	٥٧	نعم	تتناول قضايا دينية عصرية مهمة
% ٦٩.٤	% ٨٠.٩	% ٦٤	% ٥٧.١	% ٦٨.٧	لا	
٥٦	٩	٩	١٢	٢٦	لا	
% ٣٠.٦	% ١٩.١	% ٣٦	% ٤٢.٩	% ٣١.٣		
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الاجمالي	
٥٣	٢٣	٣	٦	٢١	نعم	تبرز الدور الحضاري للدين وتفضله على الحضارة الغربية
% ٢٩	% ٤٨.٩	% ١٢	% ٢١.٤	% ٢٥.٣	لا	
١٣٠	٢٤	٢٢	٢٢	٦٢	لا	
% ٧١	% ٥١.١	% ٨٨	% ٧٨.٦	% ٤٧.٧		
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الاجمالي	
٨٧	٢٣	١٠	١٥	٢٩	نعم	تدافع عن هوية وقيم المجتمع
% ٤٧.٥	% ٧٠.٢	% ٤٠	% ٥٣.٦	% ٣٤.٩	لا	
٩٦	١٤	١٥	١٣	٢١	لا	
% ٥٢.٥	% ٢٩.٨	% ٦٠	% ٤٦.٤	% ٦٥.١		
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الاجمالي	
٨٢	٣١	١١	٧	٢٣	نعم	تساهم في تجديد الخطاب الديني وتدعم جهود الدعوة
% ٤٤.٨	% ٦٦	% ٤٤	% ٢٥	% ٢٩.٨	لا	
١٠١	١٦	١٤	٢١	٥٠	لا	
% ٥٥.٢	% ٣٤	% ٥٦	% ٧٥	% ٦٠.٢		
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الاجمالي	
٥٩	٢٨	٥	٤	٢٢	نعم	تعمل على وصول المعنى الحقيقي للدين الإسلامي لشعب
% ٣٢.٢	% ٥٩.٦	% ٢٠	% ١٤.٣	% ٢٦.٥	لا	
١٢٤	١٩	٢٠	٢٤	٦١	لا	
% ٦٧.٨	% ٤٠.٤	% ٨٠	% ٨٥.٧	% ٧٣.٥		
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الاجمالي	
٨٩	٢٣	١١	١٠	٣٥	نعم	محاوية القنوات الإباحية
% ٤٨.٦	% ٧٠.٢	% ٤٤	% ٣٥.٧	% ٤٢.٢	لا	
٩٤	١٤	١٤	١٨	٤٨	لا	
% ٥١.٤	% ٢٩.٨	% ٥٦	% ٦٤.٣	% ٥٧.٨		
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الاجمالي	

جدول رقم (٢٣)

اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو سلبيات القنوات الفضائية الإسلامية

الاجمالي	مجموعات الدراسة				الاستجابة	سلبيات القنوات الفضائية الإسلامية
	نخبة دينية	نخبة إذاعية	نخبة صحفية	نخبة أكاديمية		
١٠٨ % ٥٩	٢٤ % ٥١.١	١٥ % ٦٠	١٥ % ٥٣.٦	٥٤ % ٦٥.١	نعم	تفتقر الى كواتر اعلامية مدربة ومتخصصة
٧٥ % ٤١	٢٣ % ٤٨.٩	١٠ % ٤٠	١٣ % ٤٦.٤	٢٩ % ٣٤.٩	لا	
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الإجمالي	
٨٥ % ٤٦.٤	١٩ % ٤٠.٤	١١ % ٤٤	١٧ % ٦٠.٧	٣٨ % ٤٥.٨	نعم	اغفلها لعناصر الابهار والتشويق
٩٨ % ٥٣.٦	٢٨ % ٥٩.٦	١٤ % ٥٦	١١ % ٣٩.٣	٤٥ % ٥٤.٢	لا	
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الإجمالي	
١١٠ % ٦٠.١	٣٠ % ٦٣.٨	١٦ % ٦٤	١٧ % ٦٠.٧	٤٧ % ٥٦.٦	نعم	ماعتها الاعلامية لا تتناول جميع الاتجاهات والافكر والمذاهب
٧٣ % ٣٩.٩	١٧ % ٣٦.٢	٩ % ٣٦	١١ % ٣٩.٣	٣٦ % ٤٣.٤	لا	
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الإجمالي	
٥٦ % ٣٠.٦	١١ % ٢٣.٤	١٢ % ٤٨	٧ % ٢٥	٢٦ % ٣١.٣	نعم	ضيوف البرامج سطحيين وغير متخصصين ومكررين
١٢٧ % ٦٩.٤	٣٦ % ٧٦.٦	١٣ % ٥٢	٢١ % ٧٥	٥٧ % ٦٨.٧	لا	
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الإجمالي	
٧٨ % ٤٢.٦	١٤ % ٢٩.٨	٩ % ٣٦	١١ % ٣٩.٣	٥٤ % ٥٣	نعم	تنتج برامج وثبتها للداخل وليس للخارج
١٠٥ % ٥٧.٤	٣٣ % ٧٠.٢	١٦ % ٦٤	١٧ % ٦٠.٧	٣٩ % ٤٧	لا	
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الإجمالي	
٦٩ % ٣٧.٧	٨ % ١٧	١١ % ٤٤	١٤ % ٥٠	٣٦ % ٤٣.٤	نعم	عاجزة عن استخدام التكنولوجيا الحديثة
١١٤ % ٦٢.٣	٣٩ % ٨٣	١٤ % ٥٦	١٤ % ٥٠	٤٧ % ٥٦.٦	لا	
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الإجمالي	