

البرامج الدينية التليفزيونية

دراسة على الجمهور العام*

رانيا أحمد**

مقدمة

يمثل المكون الدينى فى التركيبة الثقافية للمجتمعات الإنسانية واحداً من أهم الأنساق المكونة لتلك التركيبة إن لم يكن أهمها، وقد تتزايد تلك الأهمية أو تتراجع عبر الثقافات المتعددة وكذلك عبر المراحل الزمنية فى المجتمع الواحد. وتتميز التركيبة الثقافية للمجتمع المصرى بحضور قوى ومؤثر للمكون الدينى عبر العصور، فمنذ فجر التاريخ تبدت ملامح ذلك المكون فى توثيق الحضارة المصرية القديمة للتكوين المعرفى والتشكيل الوجدانى للمصريين عبر الجداريات والبرديات وما تم تدوينه على جدران المعابد والمقابر الفرعونية، وقد استمر هذا الشغف بالبعد الدينى لدى المصريين ممزوجا بالتطور الدينى والعقائدى ومتأثرا بالأوضاع السياسية ومحمولا عبر وسائل الاتصال والتواصل الإنسانى مواكبا لتطورها موظفا لها كأدوات فاعلة فى تشكيل الثقافة الدينية للمصريين .

ومع ظهور القنوات الفضائية اهتمت العديد منها بتقديم برامج دينية تعنى بعرض التساؤلات والتصدى للإجابة عليها، ومع ازدياد الوعى بأهمية الإعلام الدينى فى السنوات الأخيرة؛ ظهر عدد من الصحف والقنوات الفضائية المتخصصة فى الإعلام الدينى، ويرى الكثيرون أن الإعلام الدينى هو القنوات المتخصصة الدينية التى تبث عبر الفضائيات والمواقع الإلكترونية فقط، إلا أنه يجب التأكيد على أن المفهوم يتسع، ليشمل أيضا البرامج الدينية التى تبثها القنوات العامة.

* تعرض الورقة نتائج بحث البرامج الدينية التليفزيونية: دراسة على الجمهور العام، تشكل فريق البحث من الأستاذة الدكتورة هبة جمال الدين عابدين مشرفاً ومحرراً، والأستاذ الدكتور حسن عماد مكاوى مستشاراً للبحث، والدكتورة إيمان ندا باحثاً رئيساً، والأستاذة الدكتورة عبير صالح، والدكتورة رانيا أحمد، والدكتورة مروة نظير، والدكتورة سماح عبد الله، والدكتور أحمد الكتامى.

** أستاذ مساعد الإعلام، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية.

المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الستون، العدد الأول، يناير ٢٠٢٣ .

وفيما يتصل بموضوع التقرير الحالى وبالاختبار لتكنولوجيا الاتصال التى أتاحت للرسائل الإعلامية الوصول للمجتمعات الإنسانية متخطية الحدود الجغرافية ومتجاوزة معوقات التمايز الاجتماعى والمعرفى والبيولوجى فإننا نجد أن الإذاعة قد لعبت دورا مؤثرا فى تلك الإتاحة، ولهذا نجد الإذاعة المصرية منذ نشأتها قد اهتمت بتقديم البرامج الدينية، ولعل إذاعة القرآن الكريم تعد أقوى دلالة على وضع المكون الدينى على رأس أولوياتها .

أما بالنسبة للتلفزيون والمحتوى الدينى والذى هو موضوع هذا التقرير فلا شك أنه يجسد أقوى دلالة على التغيرات التى شملت المجتمع المصرى وتكوينه الثقافى خلال العقود التى تلت نشأته، فمع البدايات الأولى للتلفزيون المصرى (العربى سابقا) فى أوائل الستينيات من القرن الماضى حيث كان له السبق عربيا فى هذا المضمار - فى تلك الحقبة - من خلال إرساله الذى استطاع أن يغطى المنطقة العربية، فقد حرص القائمون عليه على أن تحتوى الخطة البرمجية على مضامين دينية، ولعل ذلك قد تمثل فى أقوى دلالة له من خلال افتتاح البث اليومى واختتامه بالقرآن الكريم.

وقد اهتم المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية - فى إطار اختصاص قسم الاتصال الجماهيرى والثقافة- برصد هذا المكون الثقافى فى علاقته بالتلفزيون تلك الوسيلة الإعلامية ذات الإمكانيات الهائلة، وتناولت الدراسات فى ذلك بعدين مهمين من أبعاد العملية الاتصالية ألا وهما الرسالة الإعلامية الدينية من خلال تحليل مضمونها، والقائم بالاتصال فى البرامج الدينية، ويلاحظ هنا أن هذه الدراسات قد انصبت على البرامج الدينية الإسلامية، أما التقرير الحالى فيشمل أيضا البرامج الدينية المسيحية التى تقدم عبر العديد من القنوات المسيحية والتى تبث من الخارج والداخل على السواء، إذ اهتم التقرير ببحث طبيعة العلاقة بين البرامج الدينية التلفزيونية والجمهور العام بكل أبعادها المختلفة، وإلقاء الضوء على إقباله عليها واستخداماته لها وإشباعاته المتحققة منها، والكشف عن مختلف العوامل والمؤثرات المحددة لطبيعة هذه العلاقة بينهما وتقييمه لها. وأخيرا، تأثير خصائص الجمهور المتلقى على التعرض لهذه البرامج الدينية التلفزيونية.

هدف التقرير إلى: الكشف عن أهم المصادر التى يستقى منها الجمهور المصرى معارفه ومعلوماته الدينية، وموقع البرامج الدينية التلفزيونية على خريطة مصادر التنقيف الدينى لديه. والوقوف على مدى تعرض الجمهور المصرى- بخصائصه الديموجرافية المختلفة- للبرامج والمضامين الدينية الإعلامية والكشف عن دوافع تعرضهم لهذه البرامج تحديداً والإشباع المتحقق

من مشاهدتها، والتعرف على آراء الجمهور المصرى فى نوعية المضامين والموضوعات المقدمة من خلال البرامج الدينية، وعلى آراء المستجيبين حول دور القائم بالاتصال وتأثيره على العملية الاتصالية، وعلى قدرة البرامج الدينية التليفزيونية على المساهمة فى عملية تجديد الخطاب الدينى من منظور الجمهور العام، والوقوف على عوامل تمييز الجمهور المصرى للمحتوى الدينى المقدم فى القنوات التليفزيونية وتأثيره على الهوية الثقافية بشكل عام والدينية بشكل خاص، والتعرف على مقترحات الجمهور المصرى لتطوير البرامج الدينية المصرية شكلاً ومضموناً للمساهمة فى وضع استراتيجية من قبل الإعلام المرئى نحو التحديات المجتمعية الحالية.

اعتمد التقرير على المنهج الوصفى التحليلى باستخدام الأسلوب الإحصائى التحليلى سواء أكان فى اختيار العينة أم تحديد حجمها وأسلوب سحبها، وكذلك عند جمع البيانات وتحليلها، وتم تطبيق استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات، وقد بلغ حجم العينة الفعلى ٢٠٥٤ مفردة. وذلك وفقاً للمحافظات ومحل الإقامة، فضلاً عن توزيع العينة على بعض المتغيرات الديموجرافية كالسن، والنوع، والمستوى التعليمى، والحالة الاجتماعية، والمهنة. شملت عينة البحث ١٠ محافظات موزعة على أربعة أقاليم جغرافية وهى المحافظات الحضرية ١٦,٧٪، وإقليم الوجه البحرى ٤٣,٩٪، وإقليم الوجه القبلى ٣٧,٤٪، أما محافظات الحدود فتم تمثيلها بنسبة ٢٪.

انقسم التقرير إلى مقدمة وتسعة فصول وخاتمة؛ تناول كل فصل من الفصول إحدى القضايا التى تخص الإعلام الدينى؛ حيث:

تناول الفصل الأول الإطار النظرى والمنهجى للبحث، أما الفصل الثانى المعنون بـ"مصادر الحصول على المعرفة الدينية" فقد هدف إلى التعرف على المصادر التى يعتمد عليها الجمهور العام فى الحصول على المعلومات الدينية فى ظل تعدد المصادر وتنوعها ما بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديدة وأيضاً الاتصال الشخصى كمصدر من مصادر الحصول على المعلومات الدينية، والتعرف على مدى مشاهدة الجمهور للبرامج الدينية- الإسلامية والمسيحية- المعروضة عبر الشاشة الفضية، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر من مصادر الحصول على المعرفة الدينية. ومن ثم انقسم الفصل إلى محورين، تناول المحور الأول مصادر حصول الجمهور على المعلومات الدينية، فيما يغطى المحور الآخر واقع تعرض الجمهور المصرى للبرامج الدينية التليفزيونية.

بينما تناول الفصل الثالث المعنون بـ "دوافع تعرض الجمهور المصرى للبرامج الدينية التلفزيونية المعدلات والأنماط" والذي سعى لدراسة دوافع تعرض الجمهور المصرى للبرامج الدينية التلفزيونية سواء تمثلت تلك الدوافع فى كونها نفعية أو دوافع طقوسية، والكشف عن أنماط هذا التعرض من جانب ومعدلات المشاهدة من جانب آخر، وعمّا إذا كان هناك علاقة ما بين تأثر هذا التعرض وأنماطه ومعدلاته والخصائص الديموجرافية للجمهور المصرى خاصة الديانة والمستوى التعليمى للمشاهد، ومن ثم انقسم الفصل إلى محورين تناول المحور الأول دوافع الجمهور المصرى للتعرض للبرامج الدينية التلفزيونية وعلاقتها بسماتهم وخصائصهم، بينما تناول المحور الثانى معدلات تعرض الجمهور المصرى للبرامج الدينية التلفزيونية.

ويعرض الفصل الرابع المعنون بـ "البرامج الدينية التلفزيونية: الاستخدامات والإشباعات" للأسباب المختلفة وراء مشاهدة الجمهور المصرى لبرامج دينية بعينها دون الأخرى، واستخدامات الجمهور المصرى للبرامج الدينية التلفزيونية، والتعرف على نوعية البرامج الدينية التى يشاهدها المستجيبون، وأهم الموضوعات التى يفضل المستجيبون متابعتها بالبرامج الدينية التلفزيونية، ومعرفة أوجه الاستفادة من مشاهدة تلك البرامج، وأخيراً معرفة أسباب عدم الاستفادة من مشاهدتها. وركز الفصل الخامس المعنون بـ "القائم بالاتصال فى البرامج الدينية" على وصف وتحليل السمات الواجب توافرها فى القائم بالاتصال بالبرامج الدينية وذلك من خلال التعرف على أسباب تفضيل المستجيبين لمتابعة مقدمى البرامج الدينية، والتعرف على أسباب رضاهم عن طريقة تقديم البرامج الدينية، وإلى أى مدى حدث تغير فى طريقة تقديم تلك البرامج، وذلك من خلال ثلاثة محاور أساسية، يتمثل الأول فى: الصفات الواجب توافرها فى مقدمى البرامج الدينية، والثانى: مدى الرضا عن طريقة تقديم البرامج الدينية، والثالث: التغيرات التى طرأت على البرامج الدينية.

بينما سعى الفصل السادس المعنون بـ "البرامج التلفزيونية الدينية ومواجهة الإرهاب: بين الواقع ومتطلبات التفعيل" إلى التعرف على الدور الذى من الممكن أن تلعبه البرامج التلفزيونية الدينية فى مواجهة ظاهرة التطرف والإرهاب، ومن ثم قدم هذا الفصل استعراضاً إشكاليات العلاقة النظرية بين الإعلام وظاهرة الإرهاب بصفة عامة وانعكاسات ذلك فى الواقع المصرى، ثم استقرأ آراء المستجيبين بشأن دور البرامج التلفزيونية الدينية فى مواجهة الفكر المتطرف ومقترحاتهم لتفعيل هذا الدور، وذلك بافتراض أن البرامج التلفزيونية الدينية سواء التى تبث على القنوات

الأرضية أو الفضائيات تعد وسائل كثيفة الانتشار - ومن ثم - هي قادرة على النفاذ إلى الحيز الإدراكي للجمهور العام في مصر، ولتحقيق ذلك تضمن هذا الفصل مجموعة من المحاور، على النحو التالي: المحور الأول: العلاقة بين الإعلام والإرهاب: تشابكات نظرية. المحور الثاني: الإعلام الدينى والإرهاب فى مصر. المحور الثالث: رؤى المستجيبين حول معالجة البرامج التليفزيونية الدينية لظاهرة الإرهاب. المحور الرابع: تفعيل دور البرامج التليفزيونية الدينية فى مواجهة الإرهاب.

وهدف الفصل السابع المعنون بـ "البرامج التليفزيونية الدينية وتجديد الخطاب الدينى: بين الواقع ورؤى الجمهور المصرى" إلى التعرف على مدى قدرة البرامج التليفزيونية الدينية - كأحد أنماط الإعلام الدينى - على المساهمة فى عملية تجديد الخطاب الدينى، مع استعراض آراء الجمهور العام فى مصر ممثلاً فى عينة المستجيبين. وذلك فى محاولة لإيجاد إجابات لعدد من التساؤلات لعل أهمها: ما تصورات الجمهور المصرى حول مفهوم تجديد الخطاب الدينى؟ ما مدى إدراك الجمهور لوجود تجديد فى الخطاب الدينى المقدم من خلال البرامج التليفزيونية الدينية؟ ما مقترحات الجمهور المصرى لتطوير البرامج التليفزيونية الدينية - شكلاً ومضموناً - فيما يتعلق بمسألة تجديد الخطاب الدينى؟ بناء على ذلك تضمن هذا الفصل: مقدمة نظرية يستعرض من خلالها مفهوم تجديد الخطاب الدينى، ثم تعرض لواقع وإشكاليات العلاقة بين الإعلام وتجديد الخطاب الدينى فى مصر، وذلك تمهيداً لعرض نتائج الدراسة الميدانية التى توضح آراء عينة من الجمهور المصرى بصدد تجديد الخطاب الدينى ودور وسائل الإعلام لاسيما البرامج التليفزيونية الدينية فى هذا السياق. وذلك من خلال المحاور التالية: المحور الأول: الإعلام وتجديد الخطاب الدينى فى مصر: المفاهيم والواقع والإشكاليات. المحور الثانى: رؤى المستجيبين حول تجديد الخطاب الدينى. المحور الثالث: البرامج التليفزيونية الدينية وتجديد الخطاب الدينى.

بينما تناول الفصل الثامن المعنون بـ "تفاعل الجمهور مع المحتوى الدينى المقدم وعلاقته بالهوية" العلاقة بين القضايا الحياتية التى تقدمها البرامج الدينية التليفزيونية خاصة تلك المتعلقة بالهوية الاجتماعية (ومنها الثقافية والدينية) التى هى فى الأساس جزء من الوعى، وبين إدراك الجمهور العام لما يقدم من قضايا فى محتوى أو مضمون البرامج الدينية التليفزيونية التى يتابعها وخاصة تلك المرتبطة بالهوية، وبناءً على ذلك اهتم هذا الفصل بتفاعل الجمهور العام ممثلاً فى المستجيبين مع المحتوى الدينى المقدم لهم فى البرامج الدينية التليفزيونية، وعلاقة ذلك بالهوية، من خلال تناول عدد من العناصر الرئيسة بالتحليل وهى: أولاً: الأطر المفاهيمية الخاصة بمسألة

الهوية، ثانيًا: تفاعل الجمهور مع المحتوى الدينى المقدم فى البرامج الدينية التليفزيونية وعلاقته
بالهوية.

أما الفصل التاسع والأخير المعنون بـ"كثافة التعرض للبرامج الدينية التليفزيونية وأثر ذلك
على متابعتها: تحليل مبنى على مؤشرات إحصائية" فسعى لتحقيق الأهداف التالية: التعرف على
خصائص مشاهدى البرامج الدينية التليفزيونية. قياس كثافة تعرضهم للبرامج الدينية التليفزيونية،
عن طريق مجموعة من الخطوات تشمل: بناء مؤشر لكثافة المشاهدة. بناء مؤشر الانتباه
للمضمون. دمج مؤشرى كثافة المشاهدة والانتباه للمضمون فى مؤشر مركب عام يقيس كثافة
التعرض للبرامج الدينية التليفزيونية. تحديد أهم العوامل المؤثرة فى كثافة التعرض للبرامج الدينية
التليفزيونية عن طريق تطبيق أسلوب الانحدار اللوجستى الترتيبى Ordinal Logistic
Regression. دراسة تأثير كثافة التعرض للبرامج الدينية فى حياة جمهورها.

نتائج التقرير

وقد توصل التقرير إلى العديد من النتائج، نجلها فيما يلى:

- أظهرت النتائج أن التليفزيون يعد من أهم مصادر الحصول على المعلومات الدينية وذلك بنسبة ٦٢,٨٪، ورغم ذلك فإن الاتصال الشخصى "ممثلًا فى القس" يعتبر المصدر الأول للمستجيبين المتابعين للبرامج الدينية المسيحية وذلك بنسبة ٨٨٪، بينما يعتمد المستجيبون المسلمون على شيخ الجامع بنسبة ٥٢٪ حيث يمكن تفسير ذلك بالنظر إلى تردد المسيحيين ذكورا وإناثا على الكنيسة بشكل دورى، بينما يختلف الأمر بالنسبة للمسلمين الذين يترددون على الجامع والأغلب منهم الذكور. ثم إذاعة القرآن الكريم بنسبة بلغت ٢٩,٦٪ وتظل إذاعة القرآن الكريم مصدرا للحصول على المعلومات الدينية، وهذا ما أثبتته العديد من الدراسات السابقة - والتي أجريت فى فترات سابقة - ارتفاع نسب التعرض لإذاعة القرآن الكريم.
- وبينت النتائج أيضا أن الإنترنت لا يمثل مصدرا ذا أولوية فى الحصول على المعرفة الدينية، وتشير النتائج إلى ارتفاع نسبة اعتماد المستجيبين على شبكات التواصل الاجتماعى للحصول على المعلومات الدينية إذ بلغت ٥٧,٨٪ من المستجيبين مستخدمى الإنترنت فى الحصول على المعلومات الدينية، وتلاها استخدام مواقع القنوات الفضائية على الإنترنت فى المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٥٣,١٪ وقد يرجع ذلك لارتفاع الاعتماد على القنوات الفضائية فى الحصول على

- المعلومات الدينية بوجه عام، ومن هذا المنطلق يرتفع التعرض لمواقعها على الإنترنت والتي يلجا لها الكثيرون لمشاهدة المضمون بعيدا عن الإعلانات أو في الوقت المناسب لكل مشاهد.
- أظهرت نتائج الدراسة أن الغالبية العظمى من المستجيبين تتابع البرامج الدينية بنسبة بلغت ٧٩,٥٪، وهذه النتيجة قد اتفقت مع نتائج العديد من الدراسات السابقة- على الرغم من اختلاف الفترات الزمنية للتطبيق- التي أظهرت ارتفاع نسبة متابعة الجمهور للبرامج الدينية.
- أكد المستجيبون أن القنوات الفضائية المصرية من أولى القنوات التي يشاهد من خلالها المستجيبون البرامج الدينية بنسبة بلغت ٧٥,٥٪.
- بينت نتائج التحليل الإحصائي أن الثقة في المعلومات المقدمة من أولى أسباب الاعتماد على مصادر بعينها للحصول على المعلومات بنسبة بلغت ٦٤,٦٪.
- وقد تمثلت أهم دوافع الجمهور العام لمشاهدة البرامج الدينية في الحصول على المعلومات التي تفيدهم في الحياة وذلك بنسبة ٧٦,٥٪، بالإضافة إلى اكتساب المعرفة الدينية والمساعدة في حل المشكلات والتمسك بالقيم الدينية وكذلك الإحساس بالراحة النفسية إلى جانب التعود على مشاهدتها، حيث أكدت النتائج أن اكتساب المعلومات يمثل الدافع الأول لمشاهدي كل من البرامج الدينية الإسلامية والمسيحية على سواء، وعلى صعيد الدوافع الطقوسية فقد ظهر أن العائد النفسى والشعور بالراحة والسلام النفسى يمثل الدافع الأول لمشاهدي كل من البرامج الدينية الإسلامية والمسيحية على سواء، بما يدفع للقول بأن التعرض للبرامج الدينية التلفزيونية يعتبر فى المقام الأول بمثابة الدعم النفسى. أما بالنسبة لدوافع مشاهدة البرامج الدينية فى علاقتها بالمستوى التعليمى فنجد أن النتائج تشير لوجود علاقة دالة بين المساعدة فى حل المشكلات وتشكيل الثقافة الدينية لدى متوسطى التعليم .
- كما أظهرت النتائج أن أغلب متابعى البرامج الدينية التلفزيونية من المستجيبين يتابعونها منذ فترة زمنية ليست بالقصيرة، وإن كانت النسبة الأكبر ممن يتابعونها لا يمارسون ذلك بانتظام، وأن من يتابعون البرامج الدينية فى أغلب الأحيان يتابعون أكثر من برنامج، وحوالى نصف المستجيبين متوسط مشاهدتهم اليومية لا تتجاوز ساعتين، أما الثلث فيشاهدون لأقل من ساعة يوميا.
- وتصل نسبة من يشاهدون البرامج الدينية مع أسرهم ٨١٪، ومن يشاهدون بمفردهم ٦٦,٩٪، ولا تكاد هذه النسب تختلف ما بين مشاهدي البرامج الدينية الإسلامية والبرامج الدينية المسيحية.

- وتمثل الفترة المسائية أعلى فترات مشاهدة البرامج الدينية وذلك بنسبة بلغت ٦٠,٧٪، تليها فترة الضحى والظهر بنسبة ٣٠,٦٪، وهنا يمثل متغير التعليم علاقة ذات دلالة حيث تظهر فئة الأميين ومن يقرأ ويكتب الأكثر مشاهدة للبرامج الدينية خلال فترتي الصباح والظهر، وقد بينت النتائج كون نسبة كبيرة من المستجيبين ملتزمين بمتابعة البرامج الدينية التي يفضلونها، وعدم ممارسة هوايات أو أنشطة خلال تلك المتابعة.
- أظهرت النتائج فيما يخص تفضيلات المشاهدين للبرامج الدينية التلفزيونية من حيث نوع القائم بالاتصال أن النسبة الغالبة والتي تبلغ ٦٣٪ لا يوجد لديها فارق بين الذكور والإناث في هذا الخصوص، بينما بلغت نسبة من يفضلون مقدم البرنامج من الذكور فيما يتعلق بالخلفية المهنية فقد اتجهت استجابات المشاهدين الى تفضيل رجل الدين وذلك بنسبة بلغت ٨٤,٧٪، أما شباب الدعاة فقد ذكروا بنسبة ٢٢,٢٪، وتكشف تلك النتيجة عن ارتفاع وعى المستجيبين بأهمية التخصص في تلك النوعية من البرامج، وخاصة أن الكثير منها أصبح يتلقى اتصالات هاتفية من الجمهور تتعلق بالأمور الحياتية والمشاكل التي يتعرضون لها ويتم الإجابة عليها، أيضا تشير النتيجة السابقة لوجود قبول لظاهرة الدعاة الشباب، وهو النمط الذي ظهر منذ فترة ويظهر من خلاله مقدم البرامج الدينية بشكل شبابي من حيث المظهر الخارجي وطريقة الأداء، ويقدم هؤلاء الدعاة الشباب مجموعة من المضامين والموضوعات الجديدة على المتلقى من حيث طريقة العرض وأسلوب التناول.
- ومن حيث السمات الخاصة بمقدمي البرامج الدينية التي يفضلها المشاهدون فقد كان من أهمها أن يكون متخصصاً في الدين وذلك بنسبة ٦٨,٥٪، ثم أن يكون أسلوبه بسيطاً وذلك بنسبة ٦٣,٨٪، وربما يمكن تفسير تلك النتيجة بتعرض المستجيبين للعديد من البرامج الدينية المختلفة مما ساعدهم على تكوين وجهة نظر واضحة وصريحة حول أهم الصفات التي يجب أن تكون موجودة في مقدمي البرامج الدينية، وبمعنى آخر يمكن القول بأن كم المعروض من البرامج الدينية أدى إلى تكوين وعى حول أهم الصفات الواجب توافرها في مقدم تلك البرامج، وهي دلالة أيضا على اعتماد المستجيبين على تلك البرامج في الحصول على المعلومات والمعارف الدينية، لذلك لديهم وعى بالغ بأهمية الحصول على المعلومات من متخصص في علوم الدين، وأن يكون أسلوبه سهلاً وبسيطاً مما يساعدهم على فهم الأمور الدينية بصورة أسرع، فضلاً عن كونه على درجة من العلم والثقافة مما يسهل معه التحدث في كل الأمور الحياتية التي تهم

المشاهدين، ويتضح أيضاً من تلك النتيجة أن مقدم البرامج الدينية لدى المستجيبين ليس مجرد مذيع عادى يستقبل ضيوف البرنامج ولكنه يجب أن يكون (داعية)، وعلى قدر كبير من العلم، ولديه قدرة على التأثير فى الجمهور.

• أظهرت النتائج ارتفاع نسبة رضا المستجيبين عن طريقة تقديم البرامج الدينية التلفزيونية لتبلغ ٩٢,٢٪، بينما لم تتجاوز نسبة غير الراضين ٧,٨٪؛ ويمكن تفسير تلك النتيجة فى ضوء التعدد والتنوع فى البرامج الدينية المقدمة من خلال التلفزيون، الأمر الذى يُمكن المشاهد من المفاضلة واختيار البرنامج الذى يحقق له مستوى الرضا والإشباع المرغوب، وتشير تلك النتيجة أيضاً لمدى النجاح الكبير الذى تحققه تلك البرامج وإنها قد لاقت استحسان المشاهدين، وربما يساعد التعرف على أسباب الرضا عن طريقة التقديم، وأيضاً أسباب عدم الرضا فى تقديم تفسير أكثر شمولاً.

• وترجع أهم أسباب الرضا عن طريقة تقديم البرامج الدينية التلفزيونية إلى كون مقدمى البرامج على درجة من العلم والثقافة وقد ذكر ذلك بنسبة ٦٥,٨٪، وكذلك لأنهم متخصصون. وقد أشير لذلك بنسبة ٦١,٥٪، أما فيما يتعلق بالسمات الشخصية لمقدمى البرامج وقدرتهم على التأثير فلم تذكر إلا بنسبة ٣٦,٣٪، بينما تضاءلت بشدة الاستجابة القائلة بالقدرة على تبسيط المعلومة حيث لم تحصل إلا على نسبة ١,١٪ كسبب للرضا عن طريقة تقديم البرامج الدينية. وتوضح تلك النتيجة أن أسباب رضا المستجيبين عن طريقة تقديم البرامج الدينية التلفزيونية تنحصر فى الخلفية المعرفية والمهنية لمقدمى البرامج، وهو الأمر الذى يشير إلى أن الصورة الذهنية القائمة لدى المستجيبين هى أن ذوى العلم والثقافة والمتخصصين هم الأقدر والأعلم على القيام بدور القائم بالاتصال بالبرامج الدينية. كما تشير تلك النتيجة أيضاً إلى أن نجاح القائمين على صناعة البرامج الدينية فى الوصول للمشاهدين يعتمد بصورة أساسية على الاستعانة بمقدمى برامج لديهم معرفة دينية واسعة وقبول وقدرة على التأثير.

• أما من ذكروا عدم رضاهم عن طريقة تقديم البرامج الدينية فقد أرجعوا السبب فى ذلك إلى أن مقدمى البرامج غير المتخصصين بنسبة ٤٥,٣٪، تليها "لأن ثقافة مقدمى البرامج ضعيفة" بنسبة ٣٩,١٪، يلي ذلك أن مقدمى البرامج مسيسون بمعنى أن آراءهم موجهة لما يتوافق مع توجهات الدولة بنسبة ٣٣,٦٪. وتوضح تلك النتيجة أن مقدم البرامج الدينية هو العامل الرئيس لجذب الجمهور لمتابعة البرامج الدينية حيث انحسرت أسباب عدم الرضا عن طريقة تقديم

البرامج الدينية فى صفات وسمات مقدم البرامج، ولم تتطرق للموضوعات والمضامين التى تعرض فى تلك البرامج، أو توقيت العرض، أو مدة البرنامج، أو على الأسلوب الحوارى الذى تقدم به.

• أشارت نسبة تبلغ ٨٦,٦% من المستجيبين إلى أن البرامج التى يفضلونها لم تتعرض للتوقف وهى نتيجة توضح أن المتابعين للقنوات التى تم إغلاقها فئة صغيرة بلغت نسبتهم ٩,١%؛ وربما يمكن تفسير تلك النتيجة بأن المتابعين للقنوات الدينية المتشددة هم فئة صغيرة، وأن الأغلبية العظمى من المستجيبين مازالت تتابع القنوات الدينية المعتدلة التى اعتادت على مشاهدتها.

• أما من حيث التغييرات التى طرأت مؤخرا على البرامج الدينية التلفزيونية فقد أشار ما يقرب من نصف المستجيبين إلى ملاحظتهم لذلك التغيير، فى حين رأى النصف الآخر عدم ملاحظتهم لذلك، وربما يمكن تفسير تلك النتيجة بأن أى تغيير قد حدث على البرامج الدينية لم يكن له التأثير القوى على الجمهور ولم يشعر بحدوثه الكثيرون، وربما يرجع ذلك أيضا لعدم حدوث تغييرات كبيرة فى أسلوب وطريقة العرض لتلك البرامج أو تغيير نمط تقديم البرامج الدينية داخل الاستديو، وسوف يساعد التعرف على طبيعة تلك التغييرات فى تقديم تفسير أكثر شمولاً. والذين ذكروا حدوث تغيير تمثل فى زيادة عددها وخاصة المذاعة على القنوات الفضائية بنسبة ٥٤,٣%، يلى ذلك القول بأن التغيير الحادث هو التنوع فى الموضوعات والمضامين المقدمة بنسبة ٤٠,٩%، ثم إرجاع التغيير لطبيعة مقدمى هذه البرامج بنسبة ٣٥,٤%؛ وتكشف تلك النتيجة عن المتابعة الدقيقة للمستجيبين للبرامج الدينية ووعيهم بزيادة عددها على القنوات الفضائية والأرضية، وزيادة المساحة الزمنية المخصصة لتلك البرامج، وهو ما يتيح اختيار نوعية البرنامج الذى يشبع رغبات ومعلومات المشاهد خاصة فى ظل وجود تنوع فى الموضوعات والمضامين المقدمة، وأيضا وجود تغييرات طرأت على مقدمى البرامج الدينية من حيث النوع (ذكور - إناث)، ومن حيث المظهر وطريقة التقديم (الدعاة الجدد)، فضلا عن وجود رجال دين متخصصين ولديهم خبرة واسعة وشعبية عريضة فى غرس القيم الإيجابية ونبذ العنف ومواجهة قضايا الإرهاب والتطرف والإلحاد.

• تطرق التقرير أيضا لمسألة غاية فى الأهمية ترتبط بتزايد وتنامى ظاهرة الإرهاب واقتزان ذلك ببعض الآراء والفتاوى الدينية خاصة تلك التى استغلت وسائل الإعلام والاتصال وآلياته للوصول إلى قطاعات عريضة من الجمهور العام لاسيما الشباب وذوى الثقافة الدينية المحدودة واستقطابهم لتبنى تلك القنوات، ومن ثم تيسير عملية تجنيد البعض منهم وضمهم للجماعات التى تمارس الإرهاب بدعوى تطبيق الشريعة والإساءة بذلك للدين، الأمر الذى يدعو إلى حتمية الاستعانة بالبرامج التى تقدم صحيح الدين وتعتمد إلى الوسطية والابتعاد عن التطرف والغلو فى الوصول إلى الجماهير الغفيرة بما لديها من إمكانيات تقنية ورسائل مبنية على مادة علمية رصينة وعلماء متخصصين فى الشأن الدينى ذوى ثقل ومصداقية ودراية بصحيح الدين، وفى هذا السياق اهتمت الدراسة بمعرفة مدى إدراك المستجيبين لاهتمام البرامج الدينية التلفزيونية بمناقشة موضوعات الإرهاب والتطرف الدينى حيث أفادت نسبة تبلغ ٦٠,٤٪ بكون البرامج تناقش هذا الموضوع، فى حين ذكرت نسبة تبلغ ٣٩,٦٪ عدم ملاحظتهم لذلك. ومن الملاحظ أنه كلما ارتفع المستوى التعليمى ازداد إدراك المستجيبين لطرح قضايا التطرف والإرهاب فى الرسائل الموجهة عبر البرامج التلفزيونية.

• بسؤال المستجيبين الذين رأوا أن البرامج الدينية التلفزيونية تهتم بقضايا التطرف والإرهاب عن ملامح ذلك الاهتمام تبين النتائج أن أولى المظاهر لهذا الاهتمام يظهر من خلال تخصيص عدد ساعات أكثر للحديث فى هذا الموضوع وذلك بنسبة بلغت ٦٨,٦٪، ثم يلي ذلك استضافة متخصصين للحديث عن حكم الشرع فى التورط فى قضايا التطرف والإرهاب بنسبة ٤٦,٨٪، وقد تقاربت النتائج فى ذكر تلك الملامح ما بين مشاهدى كل من البرامج الدينية الإسلامية والبرامج الدينية المسيحية. أما من أجابوا بعدم ملاحظتهم اهتمام البرامج الدينية بمناقشة قضايا التطرف والإرهاب فقد كانت مبرراتهم فى ذلك معتمدة على القول بأن التركيز على ذلك يكون فقط فى أعقاب الحوادث الإرهابية. فى حين كان اتجاه الغالبية من المستجيبين وبنسبة ٦٩,٧٪ للقول بقدرة البرامج الدينية التلفزيونية على مواجهة التطرف والإرهاب لأنها تقدم صحيح الدين وتعتمد على متخصصين ودارسين ورسائلها معتدلة ووسطية وترتبط بالحياة المعاصرة. أما من ذكروا إخفاق البرامج الدينية التلفزيونية فى أداء هذا الدور فأرجعوا أسبابهم فى ذلك إلى كون

من يعتقدون الفكر المتطرف لا يشاهدون هذه البرامج، وقد ذكر المستجيبون مجموعة من التوصيات لتفعيل هذا الدور يأتي على رأسها: الاستعانة بخبراء لصياغة الرسالة الإعلامية الموجهة لهذا الهدف، وزيادة عدد البرامج التي تقدم صحيح الدين بشكل مستمر وليس فقط في أعقاب الحوادث الإرهابية.

• ويرتبط موضوع التطرف الديني والإرهاب بقضية يتكرر ذكرها في كل طرح لهذا الموضوع ألا وهي مسألة تجديد الخطاب الديني باعتباره المعول الأساسي في هدم الأفكار المتشددة المتطرفة التي تمد الإرهاب بمقومات ومبررات مرجعيته، وقد أظهرت النتائج عدم معرفة الغالبية من المستجيبين وبنسبة ٦٥,٥٪ للمفهوم، في مقابل ٣٤,٥٪ سمعوا عنه من قبل، وتعد هذه النتيجة مبررة نظرا لغموض المفهوم وطبيعته الفلسفية والذي أدى إلى تفسيره في بعض الأحيان على نحو يجعله ينحرف عن المقصود منه، الأمر الذي يتضح بجلاء من خلال النتائج التي كشفت عن علاقة طردية ما بين مستوى تعليم المستجيب ومعرفته بمصطلح تجديد الخطاب الديني؛ حيث تزايدت تلك النسبة على نحو تدريجي مع تزايد المستوى التعليمي للمبحوثين، فبلغت أدنى مستوياتها لدى المستجيبين الأميين بنسبة ٢٠,١٪، ثم تزايدت إلى ٢٥,٨٪ بين القادرين على القراءة والكتابة، ثم زادت بنسبة ضئيلة بين المستجيبين الحاصلين على تعليم أقل من متوسط لتقدر ب ٢٨,٥٪، ثم ترتفع إلى ٣٧,٨٪ بين المستجيبين الحاصلين على تعليم متوسط. أما القفزة الكبرى في هذا السياق فجاءت مع المستجيبين الحاصلين على تعليم فوق المتوسط حيث وصلت نسبة من سبق أن سمعوا عن مفهوم تجديد الخطاب الديني بينهم إلى ٦٢٪، ولذلك نجد أن من ذكروا معرفتهم بالمفهوم فسروه على أن المقصود منه البعد عن التطرف والتشدد، بالإضافة إلى توحيد الخطاب الديني وخطب المساجد، ثم الالتزام بالنصوص الشرعية، واستخدام لغة دينية مبسطة، وأخيراً التطرق إلى موضوعات مواكبة للحياة العصرية، ولم يختلف الأمر عند ذكر تجديد الخطاب الديني المسيحي حيث أشار المستجيبون إلى إجماع القساوسة على الموضوعات المطروحة، وربط الإصلاح بالوعظ الديني، وإشاعة روح المحبة والتسامح، بالإضافة إلى ربط الخطاب الديني بخطاب الدولة، وتجديد أسلوب الكنيسة في مخاطبة الشباب.

- أشارت نسبة تبلغ ٧٨,٢٪ ممن ذكروا درايتهم بالمفهوم كون هذا التجديد قادرًا على المساهمة فى مواجهة التطرف والإرهاب، وتوصلت الدراسة لعدم وجود علاقة إحصائية بين متغير تعليم المستجيبين واعتقادهم بقدرة تجديد الخطب الدينى على المساهمة فى محاربة التطرف والإرهاب.
- رأى ٧٩٪ من المستجيبين الذين أكدوا معرفتهم المسبقة بمفهوم تجديد الخطاب الدينى أن هذا المفهوم يمكن تحقيقه- ولو جزئيا- من خلال البرامج التليفزيونية الدينية على المساهمة فى مكافحة التطرف والإرهاب، مقابل ٢٠,٦٪ رفضوا ذلك الطرح، و٠,٤٪ لم تتكون لديهم أية قناعات فى هذا الصدد. وقد اقترح المستجيبون فى هذا السياق أن تتبنى البرامج الدينية التليفزيونية أسلوب الترغيب فى الدين، وطرح القدوة والنماذج الإيجابية، وأن يكون المحتوى المرغوب مؤكدا على التفسير الصحيح للقرآن، وتصحيح صورة الإسلام والمسلمين، والاهتمام بمقاصد الشريعة، بينما أفاد المستجيبون بضرورة مراعاة بعض القواعد عن صياغة خطاب دينى جديد من أهمها: ألا يتعارض مع النصوص الشرعية والسنة النبوية، وألا يعتمد على الفتاوى الشاذة والتي لا يوجد إجماع عليها.
- أظهرت نتائج الدراسة أن الهوية المصرية قد تغلبت على الانتماءات الأخرى فى تعبير المستجيبين عن هويتهم بكونهم مصريين بلغت نسبة ٥٠,٨٪، يليها الهوية الدينية كمسلم أو مسيحي بنسبة ٤٤,١٪، وقد ارتبط التعريف بالهوية المصرية بالتعليم فى علاقة طردية فكما ارتفع مستوى التعليم ازداد الارتباط بالهوية المصرية، وللتأكيد على هذه النتيجة وضعت الدراسة مؤشرات مستخلصة من المضمون المدرك لدى المستجيبين من متابعى البرامج الدينية، وفى هذا السياق نجد أن المؤشر الغيرى والذي يغطى علاقة المستجيب بالآخر أيا ما كانت طبيعة هذا الآخر واختلافه كان هو المؤشر الغالب والذي حصلت عناصره على النسب الأعلى من حيث قبول الآخر واحترام الديانات والثقافات الأخرى، بالإضافة إلى التسامح والمساواة بين البشر أجمعين، فإذا أضفنا إليه النتائج المتعلقة بمؤشر الانتماء نجد تفسيراً واضحاً لغلبة الهوية المصرية على غيرها من الهويات، وأوضحت النتائج أيضاً العلاقة الطردية ما بين مستوى التعليم وإدراك الهوية المصرية لدى المستجيبين.
- أما بالنسبة لتأثير متابعة البرامج الدينية التليفزيونية على أسلوب حياة متابعيها فقد أوضحت النتائج كون النسبة الغالبة منهم والبالغة ٨٩,٧٪ ذكروا أن مشاهدة هذه البرامج قد انعكست على أسلوب حياتهم، وإن كان هذا التأثير قد تبدى من وجهة نظرهم فى المقام الأول فى ممارسة

- العبادات من انتظام فى الصلاة وقراءة القرآن وتردد على المسجد، وكذلك من حيث المعاملات من حيث الحرص على صلة الرحم وير الوالدين والاهتمام بشئون الأسرة، وقد أشار البعض أيضا إلى مسائل تتعلق بالمظهر ومنها الاحتشام فى الملبس أو إطلاق اللحية.
- ومن الجدير بالذكر كون متابعى البرامج الدينية المسيحية الذين ذكروا تأثيرا لمتابعة تلك البرامج على أسلوب حياتهم قد أكدوا أيضا على انتظامهم فى الصلاة وتأدية العشور وقراءة الإنجيل، بالإضافة أيضا إلى الحرص على الصلات العائلية والالتزامات الأسرية والتسامح مع الآخرين، الأمر الذى يبرز عمق الثقافة الدينية وتأصلها المتمائل بشكل كبير لدى المصريين بغض النظر عن انتماءاتهم الدينية.
 - فى حين أن من ذكروا أن تلك البرامج لم تترك تأثيرا على أسلوب حياتهم برروا ذلك بكون هذه البرامج لا تواكب الحياة المعاصرة، ولا تركز على القضايا الحياتية الحالية، وأن أسلوب خطابها معقد، ولا يتميز بالبساطة، كما أن البعض يرى أن أسلوب حياته لا يحتاج للتغيير .
 - فى ختام هذا التقرير وفى إضافة لنتائج الدراسة وللبحث العلمى الاجتماعى تم إعداد فصل خاص بتصميم مؤشرات إحصائية مستمدة من النتائج التى أسفرت عنها الدراسة وذلك بغرض تعظيم الاستفادة من مخرجات البحث العلمى، بما يمكن من بناء مؤشرات دالة تبلور مجموعة العلاقات التى تجسد دور البرامج الدينية التليفزيونية فى حياة متابعيها. وقد أظهرت النتائج ما يلى:
- تأتى محافظات الوجه البحرى فى المرتبة الأولى من حيث مشاهدة البرامج الدينية التليفزيونية بنسبة ٤٣,٦٪، تليها محافظات الوجه القبلى بنسبة ٣٧,٦٪، ثم المحافظات الحضرية ١٧,٥٪. وقد جاءت عينة المحافظات الحدودية أقل العينات من حيث نسبة مشاهدة البرامج الدينية التليفزيونية ١,٣٪.
 - الإناث فى عينة الدراسة أكثر مشاهدة للبرامج الدينية التليفزيونية بنسبة ٥١,٥٪ مقارنة بالذكور فى العينة. مع الأخذ فى الاعتبار أن ٨٠,٥٪ من هؤلاء الإناث ربات منزل وهو ما يتيح لهن فرصة أكبر لمتابعة هذه البرامج.
 - يأتى المشاهدون الأميون وأشباه الأميين فى عينة الدراسة، فى المرتبة الأولى بنسبة ٣٥٪. ثم ذوى التعليم المتوسط بنسبة ٣٠٪. بينما يحتل المشاهدون ذوى التعليم أقل من المتوسط المرتبة الثالثة بنسبة ١٨,٢٪. وتقترب منها نسبة المشاهدون ذوى التعليم فوق المتوسط ١٦,٧٪. يتضح

- من ذلك أن الحالة التعليمية لما نسبته ٤٣,٢% من عينة مشاهدى البرامج الدينية التلفزيونية إما أميون وأشباه أميين أو دون المتوسط وهو ما يستدعى ضرورة الاهتمام بما تقدمه هذه البرامج لهم فى ظل عدم تمتعهم بمستويات تعليم عالية تمكنهم من التعرض بوعى لما تبثه هذه البرامج.
- بلغت نسبة مشاهدى البرامج الدينية التلفزيونية، والذين يعملون ٥٠,٥%، واقتربت منها نسبة غير العاملين حيث بلغت ٤٩,٥%.
- شكلت فئة المتزوجين أعلى نسبة بين مشاهدى البرامج الدينية التلفزيونية بنسبة بلغت ٧٠,٥%، فيما بلغت نسبة الذين لم يسبق لهم الزواج ٢١,٦%، ولم تسجل نسبة المطلقين والأرامل سوى نسبة ضئيلة ٧,٨%.
- بتصنيف العينة إلى ثلاثة مستويات فى التعرض (كثيفو التعرض - متوسطو التعرض - قليلو التعرض)، يتضح أن نسبة قليلو التعرض بلغت ٣٥,٢%، يليهم متوسطو التعرض ٣٤,٢%، فى حين جاءت نسبة كثيفو التعرض ٣٠,٦%. بما يعنى أن عينة الدراسة تضم كل مستويات التعرض للبرامج الدينية التلفزيونية.
- انتهى التقرير إلى مجموعة من التوصيات تؤكد وجود حاجة ملحة إلى التأسيس والتنظير العلمى لقضايا الإعلام الدينى المتعددة والمتلاحقة، والسعى لإنشاء مراكز الأبحاث المتخصصة المهمة بأبحاث الإعلام، مع تفعيل ما وجد منها، والتوعية بأهمية الإعلام الدينى، والسعى الجاد لإنشاء المؤسسات الإعلامية المختلفة صحفية وإذاعية وتلفزيونية وفصائية ومواقع إلكترونية، ومن الأفضل أن تكون هذه المؤسسات متخصصة وتهتم بنشر الفكر الدينى الصحيح.
- كما وجه التقرير بعض التوصيات إلى القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية حيث أكد ضرورة التدقيق فى اختيار مقدمى البرامج الدينية والضيوف والمتحدثين فيها بحيث يكونون من ذوى المصداقية والمتخصصين، مع مراعاة ملاءمة تخصصاتهم للموضوعات المثارة بالبرامج. والاستعانة بالعلماء والمتخصصين فى الشؤون الدينية عند إعداد وتنفيذ البرامج بحيث يسهمون فى وضع الخطط التى تسير عليها البرامج. وضرورة الاستفادة من التطورات الكبيرة فى مجال تكنولوجيا الاتصال عند إعداد البرامج الدينية، والخروج من فكرة البرامج الحوارية، والعمل على تجديد وتطوير القالب التى تقدم به هذه البرامج. ويجب على القائم بالاتصال فى البرامج الدينية التركيز على الموضوعات والقضايا والمضامين التى تعكس القيم الدينية، والابتعاد عن تناول الآراء الشاذة والمسائل الفقهية محل الجدل.

وقد أوصى التقرير بضرورة النظر إلى تجديد الخطاب الدينى باعتباره مجالاً متعدد التخصصات لا يحتاج فقط إلى إعلام واع أو علماء دين وسطيين، بل يحتاج أيضاً إلى مشاركة من علماء الاجتماع والنفس وبعض أساتذة الجامعات، والمتقنين، والشباب، وغيرهم؛ وهو ما يعنى أن إثراء وسائل الإعلام المسموعة والمرئية لقضية تجديد الخطاب الدينى يستلزم مشاركة طيف واسع من هذه التخصصات، علاوة على مشاركة مجتمعية، وهو ما يقتضى تخصيص برامج محددة بتوقيئات زمنية مناسبة، سواء من حيث وقت البث أو الوقت المحدد للبرامج ذاتها، بحيث تسمح بإثراء نقاش علمى ودينى رصين لا يبتعد عن فهم رجل الشارع العادى، ويعمل على تحويل الأمر إلى قضية عامة وليس مجرد قضية نخبوية يختلف حولها المتخصصون من علماء الدين فقط.

كما يتعين على الإعلام أن يلعب الدور الصحيح المنوط به، فبدلاً من إثارة القضايا الجزئية، يجب أن يسعى لتحديد ماهية الخطاب الدينى، وما الذى نريد تجديده بالفعل، وأن يتابع الإعلام الخطوات التى يتخذها الأزهر والمفكرون فى هذا السبيل، وأن يسعى الإعلام لتحقيق دوره فى التغيير الاجتماعى باعتباره أحد أهم أدوات هذا التغيير، وأحد أنجح الوسائل فى نشر هذا الخطاب الدينى الجديد .