

دور القنوات الفضائية الدينية في تشكيل معارف المراهقين السعوديين ومدركاتهم حول القضايا الدينية دراسة ميدانية

د . محمد محمد عبده بكير

أستاذ مساعد بقسم الإعلام - كلية
التربية النوعية - جامعة بورسعيد
أستاذ مشارك بقسم الإعلام - كلية
الآداب - جامعة الملك سعود

مقدمة

تزايد الوعي بأهمية الإعلام الديني مؤخرًا؛ فخرجت العديد من القنوات الفضائية المتخصصة في الإعلام الديني، وبرز عدد من الدعاة في وسائل الإعلام يعبرون عن تنوع الفكر الديني المعاصر، ويرغبون في محو الأمية الدينية، والمشاركة في إدارة عجلة الإصلاح بإثارة الحوافز الدينية.

وتشير المؤشرات المبدئية إلى قصور الإعلام في إدارة حركة الإصلاح، ووجود انفصام بين التوجهات الفكرية في توظيف الإعلام الديني، وتؤكد أن الإعلام الديني ما زال يحوط في طريق تجديد الخطاب الديني، ولم يقوَ بعدُ على النهوض بالفكر الإسلامي لإصلاح صورته في الخارج، وتنمية وإصلاح المجتمع في الداخل؛ نظرًا لانشغاله بالهوامش دون الانطلاق نحو المرتكزات الأساسية للدين، وهذا ويسهم الإعلام الديني في بناء الشخصية الإنسانية لجعلها شخصية سوية، فيمكن أن يسهم الإعلام الديني في توجيه عمل المؤسسات المختلفة للقيام بأدوارها التربوية، وذلك لتحقيق النهوض الحضاري للأمة المسلمة . (الفوارس، ٢٠١٥م، ٢٧)

والسعي للتقليد الاعمى للغير، ونشر العادات السيئة والثقافات الذخيلة، والترويج للعنف والانحلال الاخلاقي، فيجب جدولة الوقت المناسب للبرامج والمواد التنقيفية المختلفة حسب الفئات العمرية المستهدفة، وضرورة أن تضم مواد تعليمية دينية وأخلاقية وتربوية . (Nwankwor,2010,p12) ولكن مع ذلك يحسب لها أنها أتاحت الفرصة للمواطن العادي، بالتواصل مع الآخرين وممارسة حقه في الإعلام ونيل حقا من الثقافة التي يريدها، ولذا لا بد من وضع خطة إعلامية تهدف إلى نشر المعلومات الثقافية الإسلامية الصحيحة بين الجمهور المتلقي، لتصحيح الصورة الخاطئة للإسلام، وذلك لتبيان جوهر الدين ونشر ثقافته التسامحية والأخلاقيات النبيلة التي يدعو إليها. (الحلواني، 2006م، 105)

وذلك من خلال رسم ملامح التوجه الفكري للدعاة الجدد لقضايا الإصلاح الاجتماعي من خلال تقديم الخطاب الديني الجديد بمفهوم التجديد نحو إعمال العقل والمراجعة، وفي إطار الحرية الفكرية وحرية التعبير، وطرح الخطاب الديني الجديد مفهومي الإصلاح والنهضة بشكل مبسط، وعدم تجاهل الخطاب الديني لبعض القضايا المجتمعية المهمة والحيوية، كتلك المرتبطة بالمواجهة الثقافية بين الغرب والإسلام . (عبد المجيد، 2010م، 75) وتتمثل أهم أهداف البرامج الدينية بالفصائيات في ترسيخ المنهج المعتدل للإسلام، وتقدير مكانة اللغة العربية الصحيحة ونشرها عالمياً وتقوية الهوية الحضارية للأمة الإسلامية، وإبراز الجوانب المشرقة للحضارة العربية والإسلامية، لدحض الافتراءات حول الإسلام وتعزيز التفاهم بين الأفراد، وتأكيد دور المرأة في المجتمع، وتبسيط الضوء على أحوال الجاليات والأقليات المسلمة في دول العالم الغربي .

وتبرز أهمية القنوات الدينية الفضائية من إكساب الشباب المعلومات الدينية عن السلوكيات الإسلامية الصحيحة، ومختلف القضايا الدينية في العبادات وأحكام القرآن الكريم والسنة النبوية، والعقائد والسيرة النبوية، وتعاليم الدين الإسلامي، بالإضافة إلى رأي الدين في القضايا الإسلامية المعاصرة .
وحيث أن الفئة الأهم - حاضراً ومستقبلاً - هم فئة

وتعد وسائل الإعلام في عصرنا الراهن أحد أهم الأدوات المساعدة في تشكيل خبرات الأفراد، من خلال ما يقدمه من معلومات ومعارف وقيم، وما ينقله من نماذج تسهم في رفع درجة وعي الأفراد بواقعهم، ومن ثم تشكل واقعهم الثقافي، وفي وقتنا الحاضر، لا يخفى على أحد الأثر الكبير للإعلام ووسائله المختلفة على تشكيل الآراء والتوجهات لأفراد المجتمع، وقدرته على نشر الأفكار والتأثير في المفاهيم لكافة الشرائح المجتمعية المنفتحة على العديد من وسائل الإعلام سواء كانت مرئية أو سمعية أو مقروءة، ومن هنا ظهرت أهمية توجيه إعلام ديني يسهم في تعزيز المفاهيم الإسلامية، والأخلاق الحميدة، وتقوية أواصر الترابط المجتمعي .

ولقد أصبح العالم في ظل العولمة الحديثة كالقريّة الصغيرة، فالفرد يتلقى كثيراً من الأفكار والمعلومات المختلفة في جميع المجالات، وقد يتلقى معلومات ويتعرض لثقافات وقيم دينية مختلفة، ومن ثم يمكن أن تشوش عليه المعلومات المكتسبة عن عقيدته السليمة، لذلك يجب تسليح الشباب بالثقافة الإسلامية الصحيحة، ليكونوا على بصيرة من أمرهم، ويواجهوا هذه الأفكار بعقول واعية . (<http://www.ozkorallah>)

ويرى الكثير من النخب الدينية أن الخطاب الديني أحادي النظرة غير ديمقراطي، ولا يعبر اهتماماً كبيراً للرأي المخالف، ويتبنى وجهة النظر الواحدة، وتأتي دوافعهم في متابعة القنوات الدينية حول معرفة المعلومات الدينية لكافة الموضوعات والقضايا المثارة، يليها الهروب من سيل الإعلام الهابط الوارد في بعض الفضائيات الأخرى . ورغم ذلك فقد وجهت العديد من الاتهامات لوسائل الإعلام الجماهيرية باعتبارها ساعدت على نشر وترويج الثقافة المبتذلة، بدلاً من الثقافة الجادة، وأنها تقدم مواد إعلامية تافهة وسطحية، تعتمد على الإثارة والتشويق بدلاً من العمق، الأمر الذي أصاب الحياة الثقافية بالعمق والانحطاط . (أمين، 2007م، 67)

كما يرى البعض أن الكثير من وسائل الإعلام ساهمت بشكل كبير في تدهور الكرامة الإنسانية في هذا الجيل بسبب الانفتاح الغير مسئول والغير مراقب على المواد المعروضة في هذه الوسائل، والتي أدت إلى ضياع سمات الاصاله والإبداع

أهداف الدراسة :

يكمُن الهدف الرئيس للدراسة في : التعرف على دور القنوات الفضائية الدينية في تشكيل معارف المراهقين السعوديين ومدركاتهم نحو القضايا الدينية ؟ ويندرج من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل فيما يلي :

- (1) التعرف على القنوات الدينية الفضائية التي يقبل المراهقين السعوديين على مشاهدتها، وكثافة تعرضهم لها .
- (2) الكشف عن مدى اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية، في الحصول على المعلومات.
- (3) التعرف على الأهداف التي تتحقق للمراهقين السعوديين من الاعتماد على القنوات الفضائية الدينية، وأهم التأثيرات الناتجة من هذا الاعتماد .
- (4) رصد العلاقة بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية، والمستوى المعرفي لديهم.
- (5) الكشف عن العلاقة بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية، والتأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية المكتسبة لديهم .
- (6) التعرف على العلاقة بين درجة اهتمام المراهقين السعوديين بالحصول على المعلومات من القنوات الفضائية الدينية، والمستوى المعرفي لديهم .
- (7) توصيف العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية (النوع - المستوى الاجتماعي الاقتصادي) للمراهقين السعوديين المتعرضين للقنوات الدينية الفضائية، والمستوى المعرفي لديهم .
- (8) التوصل إلى العلاقة بين أهداف اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الفضائية الدينية (الفهم - التوجيه - التسلية)، والتأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) الناتجة عن هذا الاعتماد.

تساؤلات الدراسة وفروضها :

أولاً : تساؤلات الدراسة : تنطلق تساؤلات الدراسة من الإطار النظري لمدخل الاعتماد على وسائل الإعلام ، ومن الإطلاع على بعض الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة وذلك كما يلي :

(1) ما مدى تعرض المراهقين السعوديين للقنوات الدينية

المراهقين، فهم الأكثر استخداماً وتعمقاً للوسائل الإعلامية، والأمر يستوجب المسارعة في تعميق الرؤى لديهم خاصة في الجانب الديني، إذ أن مكونات الوعي الديني وطبيعته لدى الطلاب هي التي تحكم بوصلة توجهاتهم الحياتية تجاه الأحداث الدينية التي تقع على الساحة، ومدى تفاعلهم مع ما تمر به البلاد خاصة في ظل التداعيات التي تهدد الأمة في الوقت الراهن.

خاصة وقد تزايد الاهتمام في هذه الأيام بدراسة العلاقة بين الدين والحياة العامة، ويطلب عدد من الباحثين بإجراء دراسات حول بعض هذه القضايا للوقوف على أهم الموضوعات التي يتم طرحها.

ونظراً لأهمية المعلومات الدينية التي يستقبلها المراهقين من خلال تعرضهم للقنوات الدينية الفضائية، وأهمية التعرف على اتجاهات المراهقين ومدى استفادتهم من هذه القنوات الدينية، فقد رأى الباحث ضرورة دراسة دور القنوات الفضائية الدينية في تشكيل معارف المراهقين السعوديين ومدركاتهم نحو القضايا الدينية .

مشكلة الدراسة وأهميتها :

بالرغم من انتشار القنوات الفضائية في السنوات الأخيرة بشكل ملحوظ على الصعيد العربي والأجنبي، ومع تنوع مضمون وشكل هذه القنوات الفضائية من دراما وأخبار ومواد تثقيفية ومواد ترفيهية وغنائية وقنوات أطفال، وقنوات دينية متخصصة، وكما أشارت بعض الدراسات العربية والأجنبية التي أجريت حول علاقة الجمهور بالقنوات الفضائية التليفزيونية، إلى إقبالهم المتزايد على مشاهدة القنوات الفضائية، الأمر الذي جعل الباحث يحدد مشكلة دراسته في استطلاع رأي المراهقين من الجنسين، حول علاقة اعتمادهم على القنوات الفضائية الدينية، والمستوى المعرفي لديهم، والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد، ويمكن صياغة مشكلة الدراسة، لمعرفة الدور الذي يمكن أن تقدمه القنوات الفضائية الدينية في هذا المجال - في التساؤل الرئيسي التالي :-

ما دور القنوات الفضائية الدينية في تشكيل معارف المراهقين السعوديين ومدركاتهم نحو القضايا الدينية ؟

(5) هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهداف اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الفضائية الدينية (الفهم - التوجيه - التسلية) , والتأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) الناتجة عن هذا الاعتماد.

المفاهيم الإجرائية للدراسة :

(1) **المراهقين** :- يقصد في هذه الدراسة الطلاب السعوديين في مرحلة التعليم الثانوي , من الجنسين (ذكور / إناث) سواء الحكومي أو الخاص , والتي تقع بين (15 - 18) سنة .

(2) **التعرض للقنوات الفضائية الدينية** :- يقصد بها حدوث الصلة بين المراهقين والرسالة الدينية التي تبث عبر القنوات الفضائية الدينية العربية , ويحدث هذا التواصل بالاختيار وليس بالإجبار .

(3) **القنوات الفضائية الدينية** :- ويقصد بها في الدراسة , القنوات الدينية العربية والمتخصصة , والتي تبث عبر الأقمار الصناعية , وذات الطابع الديني .

(4) **القضايا** :- ويقصد بها تلك المعارف والموضوعات الدينية والحياتية التي تحقق أهداف المراهقين السعوديين (الفهم - التوجيه - التسلية) , وتحدث بعض التأثيرات المختلفة (معرفية - وجدانية - سلوكية) .

(5) **المدرجات المعرفية** :- ويقصد بها حصيلته المراهق السعودي من المعلومات الدينية , وتقاس من خلال مقياس معرفي من تصميم الباحث , داخل الاستبيان مقسم على النحو : (العبادات , القرآن الكريم وتفسيره , الأحاديث الشريفة , سيرة الأنبياء والصحافة , الفقه والشريعة) .

الإطار النظري للدراسة :

تستمد هذه الدراسة إطارها النظري من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency التي قدمها كل من ملبين ديفلير M.Defleur وساندر بول روكيتش S.Ball Rokeach وهي عبارة عن تأثير وسائل الإعلام من خلال ثلاث علاقات: النظم الاجتماعية - وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية - الجمهور وعلاقته بوسائل الإعلام. ويمكن القول أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام , نظرية بيئية , حيث تنظر للمجتمع باعتباره

الفضائية ؟

(2) ما أهم القنوات الدينية الفضائية التي يفضل المراهقين السعوديين مشاهدتها ؟

(3) ما كثافة مشاهدة المراهقين السعوديين للقنوات الدينية الفضائية ؟

(4) ما الفترات التي يفضلها المراهقين السعوديين في مشاهدة القنوات الدينية الفضائية ؟

(5) ما مدى حرص المراهقين السعوديين على مشاهدة القنوات الدينية الفضائية كمصدر للمعلومات ؟

(6) ما أسباب اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية كمصدر للحصول على المعلومات ؟

(7) ما أهم المصادر التي يعتمد عليها المراهقين السعوديين في الحصول على المعلومات الدينية ؟

(8) ما درجة اهتمام المراهقين السعوديين بمعرفة معلومات عن المجالات الدينية المختلفة ؟

(9) ما الأهداف المتحققة عن معرفة المراهقين السعوديين بالقضايا الدينية المثارة بالقنوات الفضائية الدينية ؟

(10) ما التأثيرات الناتجة عن اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الفضائية الدينية في الحصول على المعلومات ؟

ثانياً : فروض الدراسة :

(1) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية للحصول على المعلومات , والمستوى المعرفي لديهم .

(2) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية للحصول على المعلومات والتأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) الناتجة من التعرض لهذه القنوات .

(3) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام المراهقين السعوديين بالحصول على المعلومات من القنوات الفضائية الدينية , والمستوى المعرفي لديهم .

(4) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (النوع - المستوى الاجتماعي الاقتصادي) للمراهقين السعوديين المتعرضين للقنوات الفضائية الدينية , والمستوى المعرفي لديهم .

وتكمن قوة وسائل الإعلام وفقاً للنظرية في سيطرة هذه الوسائل على نظم المعلومات ، والتي يحقق الأفراد من خلالها أهدافهم الرئيسية المذكورة وهذه الأهداف يمكن أن تتسع وتزيد كلما زاد المجتمع تعقيداً ، ويزيد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام التي تصلهم بمصادر المعلومات تحقيقاً للأهداف .(السيد ،2001م ،3).

وتتحدد الآثار الناتجة على اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في التأثيرات التالية:

1- **التأثيرات المعرفية:** وتتمثل في تجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن تناقص في المعلومات أو عدم كفاية المعلومات لفهم معاني الأحداث وتجديد التفسيرات الصحيحة لها ، وتتمثل أيضاً هذه التأثيرات في تكوين الاتجاهات ، وترتيب الأولويات ، واتساع المعتقدات والحفاظ على القيم . (عبد الحميد ،1997م ،233)

2- **التأثيرات الوجدانية:** وتتمثل في النواحي العاطفية والأخلاقية مثل مشاعر الخوف والقلق والسعادة والحب ، والكرهية ، والفتور العاطفي ، واللامبالاة والاعترا ب .(Danes Mac quail,1987,95).

3- **التأثيرات السلوكية:** وتشمل سلوكيين أساسيين: **السلوك الأول:** يتمثل في التنشيط ، ويعني قيام الفرد بسلوك ما نتيجة للتعرض للوسيلة الإعلامية ، مثل الإقلاع عن التدخين المساواة بين الجنسين ، التبرع المادي أو المعنوي لفئات معينة.

السلوك الثاني: يتمثل في الخمول ، ويعني عدم المشاركة وتجنب القيام بالفعل ، مثل العزوف عن المشاركة السياسية ، وعدم الإدلاء بالتصويت الانتخابي . (مكاوي والسيد ،1998م ،329)

ركائز النظرية:

تستلزم النظرية شرطين أساسيين حتى يكون هناك اعتماد متبادل بين الجمهور ، ووسائل الإعلام هما :
1- إذا قامت وسائل الإعلام بتحقيق وظائف مهمة للمجتمع زاد اعتماد المجتمع على وسائل الإعلام ، فإذا قامت وسائل الإعلام بعمل الوظائف المناط بها ، وأصبح بإمكانها إشباع حاجات الجمهور زاد ذلك من اعتماد

تركيباً عضوياً ، فهي تبحث في كيفية إرتباط أجزاء من النظام الاجتماعي ، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء من خلال هذه العلاقات ، والمفترض أن نظام وسائل الإعلام جزءاً هاماً من النسيج الاجتماعي الحديث ، فهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى (بكير ،2003م ،109)

وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على دعمتين رئيسيتين هما : (مكاوي والسيد ،1998م ،314)
(1) **الأهداف:** حيث أن هناك أهدافاً للأفراد يبعون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت هذه الأهداف شخصية أو إجتماعية .
(2) **المصادر:** حيث يعتبر نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد ، وتتمثل هذه المصادر في مراحل إستقاء المعلومات ونشرها مروراً بعملية الإعداد والترتيب والتنسيق لهذه المعلومات ثم نشرها بصورة أخرى.

ويعتمد الجمهور على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية : (Stanly & Dennis,1995,22)

(1) **الفهم :** ويعني معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات ، والفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها .
(2) **التوجيه :** يتضمن توجيه ذاتي مثل إتخاذ القرارات المناسبة ، والمشاركة السياسية ، والتوجيه التفاعلي التبادلي مثل كيفية التعامل مع المواقف الصعبة أو الجديدة .

(3) **التسلية والترفيه :** ويتضمن التسلية المنعزلة كالتماس الراحة والاسترخاء أو التسلية الإجتماعية مثل الذهاب للسينما برفقه الأصدقاء ، ومشاهدة التلفزيون مع الأسرة .

ويشير مؤسس النظرية إلى أننا ينبغي ألا نبالغ في أهمية وسائل الإعلام بالنسبة للفرد ، فرغم أن هذه الوسائل تحقق بالفعل أهداف الفهم ، والتوجيه ، والتسلية للأفراد ، إلا أن وسائل الإعلام ليست هي الوسائل الوحيدة لبلوغ هذه الأهداف ، فالأفراد يتصلون في نهاية الأمر بشبكات داخلية من الأصدقاء والأسرة والمعارف ، وكذلك بنظم تربوية وسياسية تساعدهم على بلوغ أهدافهم.

الأفراد على وسائل الإعلام خارج مجموعاتهم.
4- يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام بزيادة القدرة على إستقبال المعلومات المطلوبة من خلال المصادر الشخصية ، مع مراعاة وفرة المعلومات وتقييمها ومقارنتها بالمصادر الشخصية المتاحة للجمهور من البيئة المعلوماتية (Donald & Thomas,1983,458).
5- كلما تحكمت وسائل الإعلام في سيطرتها على نظم المعلومات التي يحقق الأفراد من خلالها أهدافهم الرئيسية ، كما زاد الاعتماد على هذه الوسائل دون سواها من المنظومات المعارضة

ومن مزايا مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام :

1- أن النموذج يوضح العلاقة بين وسائل الاتصال والرأي العام ، ويوضح أن الجمهور أيضاً يؤثر في وسائل الإعلام وفي النظام الاجتماعي .(Pable,1994,39)
2- أن هذه النظرية تعتبر من أفضل نظريات التأثير وأشملها في التعامل مع النظام الاجتماعي ، حيث أكدت على ضرورة الاهتمام بالبناء الاجتماعي أكثر من الاهتمام بالمتغيرات الفردية. (القليني ,1998م ,193)
بعد إستعراض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فإنها **تعد ملائمة لهذه الدراسة للأسباب التالية :**
1) تساعد على اختبار مدى إعتقاد المراهقي السعوديين على القنوات الدينية في الحصول على المعلومات ، وتأثير ذلك على مستوى معرفتهم الدينية.
2) تساعد هذه النظرية في اختبار مدى اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية ، والأهداف الناتجة عن هذا الإعتقاد والمتمثلة في الفهم والتوجيه والتسلية أو الترفيه.
3) تساعد هذه النظرية في اختبار مدى اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية ، والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد سواء كانت معرفية ، أو وجدانية ، أو سلوكية.

مراجعة بعض الدراسات السابقة :

حرصاً من الباحث على التعمق في المشكلة البحثية، فقد قام بإجراء مسح لبعض الدراسات المرتبطة بموضوع

الجمهور على وسائل الإعلام.
2- ارتفاع حدة الصراع في الحروب مثلاً ، أو التغيير السياسي ، أو الاقتصادي ، أو الاجتماعي يؤثر على درجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام نتيجة الظرف الذي أوجده الصراع ، بمعنى أن الظرف الذي تجده الحروب أو التغييرات السياسية أو الاقتصادية يؤثر على كثافة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام ، وأبرز مثال لذلك هو حرب الخليج الثالثة ، أو العمليات الإرهابية في المملكة العربية السعودية.

فهناك مجالات عديدة يعتمد فيها الجمهور على معلومات وسائل الإعلام لتلبية احتياجاتهم المعرفية عن العالم وعن المجتمع المحيط ، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أمور هي :

1- جمع المعلومات : بمعنى جمع المعلومات من مصادرها أو أماكن حدوثها ، ومن ثم إرسالها إلى المؤسسة الإعلامية.
2- تنسيق المعلومات : فإذا استقبلت المؤسسة الإعلامية هذه المعلومات ، وتكون في بعض الأحيان مستقبلة من أكثر من مصدر ، مثل المراسلين ، وكالات الأنباء ، الإنترنت ، تبدأ عملية فرز وتنسيق المعلومات بصورة إعلامية.
3- نشر المعلومات ، وتوزيعها بصورة جماهيرية : وهذا هو السبب المهم في جمع المعلومات ، وذلك لخدمة هدف المؤسسة ، وهو التأثير في الجمهور من خلال المعلومات التي تصل إليه من المؤسسة الإعلامية.

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة من الافتراضات :

1- يختلف الجمهور في درجة إعتادة على وسائل الإعلام ، نتيجة لاختلافهم في الأهداف والحاجات الفردية. (القليني ,1998م ,41)
2- بازدياد التغييرات في المجتمع وزيادة الصراعات ، وفي ظل مركزية وسائل الإعلام ، يزداد مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام ، وتزداد قدراتها على التأثير (Stanly & Dennis,1995,26)
3- كلما ازدادت المجتمعات تعقيداً ، زاد إعتداد

تليها المواقع الإخبارية، وأن الطلاب الذين يفضلون تويتر يعد الدافع في تفاعلاتهم الاجتماعية، عبر حسابات تويتر الخاصة بهم، فضلا عن خبراتهم في مجال الرياضة.

أكدت دراسة الجمال (2014م) بعنوان: «تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب» ارتفاع معدل استخدام الشباب لشبكة الإنترنت، وأكدت الدراسة على استخدام الهاتف المحمول كوسيلة اتصال بالإنترنت، وأنه كلما زاد استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، وأثبتت عدم وجود فروق دالة بين الذكور والإناث في استخدام الشبكات الاجتماعية.

وأظهرت دراسة هابر وفيلو (Happer and Philo, 2013) بعنوان: «دور وسائل الإعلام في بناء الاعتقاد العام والتغيير الاجتماعي»، بأن الطريقة والأسلوب الذي تتبعه وسائل الإعلام في النقاش العام حول موضوعات معينة يؤثر في توجه أفراد المجتمع واعتقادهم بها، وأن وسائل الإعلام تقوم بالحد من المعلومات المقدمة للجمهور بهدف ترجيح كفة الحلول البديلة المقصود تعزيزها لدى أفراد المجتمع.

وجاءت دراسة كامبل (Campbell, 2013) بعنوان «العلاقة بين استخدام الفيسبوك واستكشاف هوية البالغين الناشئين» تستكشف العلاقة بين المراهقين والهوية واستخدامهم في الفيسبوك، وقد تم إجراء دراسة استقصائية تقيس الاعتماد على الفيسبوك، واستكشاف الهوية، والتلقيب عن النفس، وقد وجد أن متغير استكشافات الهوية يرتبط بالاعتماد على الفيسبوك، بما في ذلك كل بعد من أبعاد الاعتماد على الوسائط الفردية، وأن الفيسبوك يلعب دورا هاما في تشكيل المواقف والمعتقدات والممارسات بين المراهقين.

وتقيم دراسة ريتا (Rita, 2013) بعنوان «المشاركة العامة مع الشركات على مواقع الشبكات الاجتماعية» كيفية تأثير الثقافة على أنشطة مشاركة الجمهور على صفحات الشركات لمواقع الشبكات الاجتماعية كما تقوم بتقييم الدوافع الكامنة وآليات المشاركة في اثنين من البلدان المتميزة ثقافيا، الصين والولايات المتحدة. على وجه التحديد، يتم النظر في الاعتماد على وسائل الإعلام الاجتماعية

الدراسة والتي سيتم عرضها وفقاً للمحاور التالية :-
الأول: دراسات تناولت دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف ومدركات الجمهور.

الثاني: دراسات تناولت اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في تشكيل معارفهم المختلفة.

الثالث: دراسات تناولت علاقة وسائل الإعلام بتشكيل معارف الجمهور الدينية.

أولاً: دراسات تناولت دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف ومدركات الجمهور:

جاءت دراسة ستانبرج وفوكس (Steinberg, & Julia, 2017) بعنوان «تأثير جون ستيوارت ديلي شو بوسائل الإعلام مقابل انخفاض الثقة العامة في وسائل الإعلام الإخبارية» أنه في ظل استمرار تراجع ثقة الجمهور في وسائل الإعلام، تستخدم هذه الدراسة تحليل الانحدار الجزئي (المعروف أيضا باسم تجزئة أو كسر العصا) تحليل بيانات لدراسة التأثير المحتمل لديلي شو مع جون ستيوارت على الرأي العام تجاه الأخبار ووسائل الإعلام، وتشير النتائج إلى أن تأثير ستيوارت المتزايد في المجال العام في الوقت الذي كثف فيه انتقاده لوسائل الإعلام قد يسارع هذا الاتجاه بالنسبة إلى المراهقين الأصغر سنا.

وأوضحت دراسة السرحان وآخرون (2016م) بعنوان «دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي: دراسة تطبيقية على طلبة جامعة آل البيت» إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأوضاع الداخلية والشؤون العامة، والأحداث والتطورات الإقليمية والدولية، وتعزيز المشاركة السياسي وإبراز شخصيات سياسية جديدة، وبينت نتائج الدراسة أنه ثمة دوافع متعددة لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، كما أظهرت النتائج أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي له إيجابيات وسلبيات.

وتشير دراسة بوهمر (Boehmer, 2015). عن «دور تويتر والتفاعل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات الإعلامية»، إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورا هاما في تعرض الطلاب لوسائل الإعلام الرياضية، ووجدت أن التلفزيون يبقى المصدر الرئيس للرياضة

خرجت دراسة مرزوق (2017م) حول «تأثير تطبيقات الهواتف الذكية في مهارات التواصل الاجتماعي لدى الشباب في المجتمع السعودي» ، بعدم وجود فروق بين الشباب السعودي الذين يعتمدون على تطبيقات الهواتف الذكية في الحصول على المعلومات المعرفية والذين لا يعتمدون ، ومستوى مهارات التواصل الاجتماعي لديهم ، كما أكدت على وجود فروق بين الشباب الذين يعتمدون على تطبيقات الهواتف الذكية في الحصول على المعلومات والذين لا يعتمدون عليها ، في التأثيرات (الوجدانية ، السلوكية) المكتسبة لديهم ، مقابل عدم وجود فروق فيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية ، وأثبت عدم وجود علاقة بين اعتماد الشباب على تطبيقات الهواتف الذكية في الحصول على المعلومات والأهداف (الفهم ، التوجيه ، التسلية) المتحققة لديهم منها تبعاً لمتغير النوع .

وتوصلت دراسة الجديد (2016م) بعنوان: «مدى اعتماد النخب في المجتمع السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق الأمن الفكري» لعدم وجود علاقة دلالة بين اعتماد النخب السعودية على الشبكات الاجتماعية ، وبين الأهداف التي يسعى النخب لتحقيقها ، وجاءت التأثيرات المعرفية في المركز الأول يليها التأثيرات السلوكية ، وأخيراً جاءت التأثيرات الوجدانية ، وأوضحت أن أهداف الفهم جاءت في المركز الأول ، ويليه أهداف التوجيه ثم أهداف التسلية .

اقترحت دراسة جرانت وآخرون . (Grant & et al. 2015) بعنوان «الاعتماد على وسائل الإعلام والوساطة الوالديه» بعدان جديان للاعتماد الفردي على وسائط الإعلام : اعتماد الفرد على نظام وسائط الإعلام للسيطرة على بيئة الفرد ، وبيئة الآخرين ، وقد ثبت أن هذه التدابير ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمستوى الوساطة الوالديه واستخدام تكنولوجيا الاتصال ، والاعتماد على التلفزيون .

وتوصلت دراسة آل سعود (2015م) بعنوان: «مدى اعتماد القائمين بالاتصال بالصحف المطبوعة السعودية على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات» . إلى وجود علاقة دلالة بين اعتماد القائم بالاتصال في الصحف السعودية على الإعلام الجديد للحصول على المعلومات والتأثيرات (المعرفية والسلوكية)

، والتفاعل الاجتماعي ، وتحديد المجتمع باعتبارها السوابق الرئيسية لمشاركة المنظمات العامة على الشبكات الاجتماعية ، وتكشف النتائج عن الفروق الثقافية والتشابه بين مشاركة الجمهور الصيني والأمريكي مع صفحات مواقع الشبكات الاجتماعية للشركات .

وفي دراسة ماشتر وجيفري (Muchtar and Jeffrey, 2013) بعنوان «استخدام وسائل الإعلام ووسائل الإعلام الجديدة من قبل القادة الإسلاميين الاندونيسيين التقدمي للتواصل مع أتباعهم» أجريت مقابلات مع عشرة من قادة المسلمين من أجل فهم أفضل لتجاربهم الغنية . وتشير النتائج إلى أن العديد من الدعاة الإسلاميين قد اعتمدوا على الوسائل التكنولوجية الجديدة للتواصل مع أتباعهم وكذلك لجذب الجمهور الأصغر سناً .

وبينت دراسة ناوانكور (Nwankwor, 2010) بعنوان «الراديو والتلفزيون في التربية الأخلاقية للطفل» أهمية التقنيات البصرية والسمعية في نقل المعلومات والثقافة والمعرفة والتعليم لأوسع جمهور ، ويرى الباحث بأن الإذاعة والتلفزيون ساهما بشكل كبير في تدهور الكرامة الإنسانية في هذا الجيل بسبب الانفتاح الغير مسئول والغير مراقب على المواد المعروضة في هذه الوسائل ، والتي أدت الى ضياع سمات الاصاله والإبداع والسعي للتقليد الاعمى للغير ، ونشر العادات السيئة والثقافات الدخيلة ، والترويج للعنف والانحلال الاخلاقي ، ويجب جدولة الوقت المناسب للبرامج والمواد التنقيفية المختلفة حسب الفئات المستهدفة وضرورة أن تضم مواد تعليمية دينية وأخلاقية وتربوية .

وكشفت دراسة حبيب (2007م) بعنوان «علاقة التعرض للصحافة المطبوعة والإنترنت بمستوى المعرفة السياسية للشباب المصري» ، على أن التلفزيون والإنترنت في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يستخدمها الشباب للحصول على المعلومات السياسية ، وجاءت الصحافة في الترتيب الثاني ، وجاءت الصحافة في مقدمة المصادر التي يعتمد عليها الشباب في عمق المعالجة السياسية للموضوعات المقدمة .

ثانياً : دراسات تناولت اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في تشكيل معارفهم المختلفة :

استخداماً لدى الشباب الجامعي ببلية تويتر، ثم ماي سبيس، وجاءت أسباب التفضيل في التواصل مع الآخرين وتشكيل مجموعات من الأصدقاء، الحرية في عرض الآراء نحو الموضوعات المختلفة أفضل من المواقع الأخرى .

وخرجت دراسة رضوان (2011م) وعنوانها «اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011م» بأن القنوات الإخبارية كالجريدة العربية جاءت في مقدمة الوسائل التي تعرض لها أفراد العينة أثناء الثورة، تلتها الصحف الخاصة بالمصري واليوم السابع، ثم القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية مثل بي بي سي العربية والحرية، تلتها المواقع الإلكترونية الإخبارية، ثم الصحف القومية المصرية في المرتبة الأخيرة، وأكدت الدراسة أن العديد من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، قد تحققت نتيجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام أثناء الثورة .

وأظهرت دراسة كارولين (Carolyn, 2011) بعنوان: «الاتصالات الشاملة ومعرفة الصحة: السلوك والاعتماد على المعلومات». عن وجود علاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات السلوكية التي دفعت بعض الطلاب إلى أخذ اللقاح الواقي من المرض، كما أظهرت النتائج أن الذين أخذوا اللقاح أكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي من الطلاب الذين لم يأخذوا اللقاح، وتبين أيضاً أن النقاشات المباشرة عبر الإنترنت بالإضافة للتفاعل الشخصي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تحفيز الطلاب سلوكياً لأخذ اللقاح.

وتوصلت دراسة شاهين (2006م) حول «اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية»، إلى وجود فروق معنوية بين متوسطات درجات كثافة الاعتماد على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية لدى الشباب الجامعي من ذوي مستويات الاستغراق السياسي المختلفة، ووجود فروق معنوية بين متوسطات درجات تأثيرات الاعتماد المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى الشباب الجامعي المصري من ذوي المستويات المختلفة للاستغراق السياسي، ولا توجد فروق معنوية بين متوسطات درجات اعتماد توجيه التفاعل لدى الشباب الجامعي من ذوي

الناجحة من الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد، ولم يثبت صحة العلاقة فيما يتعلق بالتأثيرات الوجدانية، ووجود علاقة بين دوافع اهتمام القائمين بالاتصال في الصحف السعودية بوسائل الإعلام الجديد، والمستوى المعرفي لديهم بها.

واقترحت دراسة كيم وآخرون (Kim & et al. 2014). بعنوان: «الشبكات الاجتماعية والمشاركة المجتمعية من منظور نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام» أساساً نظرياً لإجراء البحوث حول العلاقة بين خدمات الشبكات الاجتماعية والمشاركة المجتمعية، على أساس نظرية اعتماد نظام الوسائط كنوع جديد من قياس الاعتماد على وسائل الإعلام يعكس التحول في بيئة الاتصالات، وباستخدام مقياس الاعتماد على وسائل الإعلام، تبين أن الأفراد الذين يعتمدون أكثر هم الأكثر عرضة لقضاء المزيد من الوقت في وسائل الإعلام ولديهم المزيد من الاهتمام لمحتويات ووظائف المجتمع ذات الصلة، والانخراط في الأنشطة الاجتماعية داخل المجتمعات .

ومن أهم نتائج دراسة العتيبي (2013م) بعنوان: اعتماد طلاب جامعتي الملك سعود والأمير سلطان على وسائل الإعلام الجديد وقت الأزمات، أن البحث عن المعلومات يأتي مقدمة الأهداف التي يسعى الطلاب إلى تحقيقها من وراء استخدام الإنترنت، يليه كل من التسلية والتواصل مع الأصدقاء، ثم معرفة الأخبار، يليه التدريب والتعليم ثم فهم الأحداث، ضعف اعتماد الطلاب على الإعلام المحلي للحصول على المعلومات المرتبطة بالأزمات، وضعف ثقتهم فيها، مقابل الإقبال على مواقع التواصل الاجتماعي، والقنوات التلفزيونية العربية والأجنبية، والصحافة الإلكترونية، ووكالات الأنباء، ومن أسباب اعتمادهم على الإعلام الجديد وقت الأزمات تتمثل في: النقل الحي للأحداث، وتوفير الأفلام والصور الخاصة بالأزمات، بالإضافة إلى الأنية والتفاعلية.

وأشارت نتائج دراسة منصور (2011م) وعنوانها «التأثيرات المترتبة على استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيسبوك»، إلى احتلال المواقع الاجتماعية الترتيب الأول من حيث الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات وجاء الفيسبوك بالترتيب الأول في أكثر المواقع الاجتماعية

ومستوى معرفتهم بها .
وفي دراسة الفقيه (2002م) حول «العلاقة بين الأعتاد على القنوات التليفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني» أسفرت عن عدم وجود علاقة بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبشرين في كثافة التعرض للنشرات الإخبارية، وجاء أثار اعتماد أفراد العينة المعرفية في الترتيب الأول ثم السلوكية ثم الوجدانية .

وفي دراسة حمدي (2001م) حول «دور الإنترنت والراديو والتليفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات» ، كشفت عن تراجع نسبة الاعتماد على الوسائل التقليدية بالمقارنة بالإنترنت ، وتساؤل دور الاتصال الشخصي ، إلي جانب ارتفاع معدل استخدام شبكة الإنترنت بين مستخدميها .

وخرجت دراسة بهنسي (2000م) حول « مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات» بأن التليفزيون المصري جاء في مقدمة وسائل الإعلام التي أعتد عليها الجمهور أثناء الأزمات يليها الصحف ثم الإذاعات المصرية ، ووجود فروق بين وسائل الإعلام في درجة اعتماد الجمهور عليها كمصدر للمعلومات أثناء الأزمات نتيجة اختلاف الأهداف الشخصية ، حيث جاءت أسباب الفهم قبل أسباب التوجيه والتسليية ، وأظهرت وجود علاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام وبين التأثيرات المعرفية ، والوجدانية ، والسلوكية .

وفي دراسة السيد (1998م) حول «دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية» ، أسفرت عن أن متابعة الأحداث الجارية تحقق أثاراً معرفية ووجدانية وسلوكية إيجابية أكثر من الآثار السلبية ، كان أهداف المبشرين من متابعة الأحداث الجارية الفهم ، التوجيه ، التسليية – أهم مصادر الحصول على المعلومات التي تعتمد عليها المبشرين التليفزيون ، الصحف القومية ، الراديو ، المجالات ، الاتصال الشخصي ، الإنترنت ، وأظهرت وجود علاقة ارتباط بين الاعتماد على وسائل الإعلام وبين تحقيق تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية ، جاء التليفزيون في المركز الأول بين المصادر المعتمد عليها .

المستويات المختلفة للاستغراق السياسي .
وجاءت نتائج دراسة مزيد (2005م) حول « اعتماد المراهقين على القنوات الإخبارية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية ، وعدم وجود فروق داله بين الذكور والإناث وأهداف الفهم والتوجيه من الاعتماد على القنوات الإخبارية في متابعة الأحداث السياسية ، في مقابل وجود فروق بين الذكور والإناث وهدف التسليية لصالح الإناث ، ووجود فروق بين المراهقين (الأكبر والأصغر سناً) في أهداف اعتمادهم على القنوات الإخبارية - ووجود فروق بين المراهقين الذكور والإناث في التأثيرات الناتجة عن اعتمادهم على القنوات الإخبارية باستثناء التأثيرات الوجدانية ، ووجود علاقة ارتباط بين أهداف اعتماد المراهقين على القنوات الإخبارية (الفهم - التوجيه ، التسليية) والتأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) الناتجة عن هذا الاعتماد .

وأسفرت دراسة الطوخي (2005م) حول « اعتماد الأطفال على القنوات الفضائية العربية في معالجة قضاياهم» ، عن عدم وجود علاقة بين (الذكور والإناث) ومعدل التعرض للقنوات الفضائية العربية ، وعدم وجود فروق داله بين (الذكور والإناث) ومصادر الحصول على المعلومات ، وعدم وجود فروق داله في اعتماد (الذكور والإناث) على القنوات الفضائية وأهداف (الفهم - التوجيه - التسليية) المتحققة من الاعتماد ، ووجود علاقة ارتباط داله بين (الذكور والإناث) والتأثيرات السلوكية الناتجة عن الاعتماد على القنوات العربية الفضائية ، بينما لا توجد علاقة بين (الذكور والإناث) والتأثيرات المعرفية والوجدانية .
وفي دراسة بكر (2003م) حول « معالجة الراديو و التليفزيون للمشكلات النفسية والاجتماعية للمراهقين في مصر» أسفرت عن وجود علاقة داله بين اعتماد المراهقين على برامج الشباب في الراديو والتليفزيون في معالجة مشكلاتهم ، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لديهم ، وعدم وجود فروق داله بين الذكور والإناث المراهقين في مستوى معرفتهم بالمشكلات ، وعدم وجود علاقة داله بين معرفة المراهقين بالمشكلات التي تعالجها برامجهم بالراديو والتليفزيون والمستوى الاجتماعي والاقتصادية لهم ، وعدم وجود علاقة بين مستوى اهتمام المراهقين بمشكلاتهم

فروق دالة لصالح الإناث في اتجاهات الطلبة نحو هذه البرامج، كما جاءت اتجاهات الطلبة الأعلى سناً الأفضل نحو برامج قناة الرسالة .

وبينت نتائج دراسة الخصاونة (2014م) بعنوان: «دور إذاعة القرآن الكريم الأردنية في تثقيف الطلبة الجامعيين دينياً»، أن دور إذاعة القرآن الكريم في تثقيف الطلبة الجامعيين دينياً بدرجة متوسطة، وأثبتت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة ترجع للنوع الاجتماعي تجاه إذاعة القرآن الكريم في تثقيف الطلبة الجامعيين دينياً. وخرجت دراسة سلطان (2014م) حول «الوعي الديني وعلاقته بالتشويهات المعرفية ونوعية الحياة لدى الشباب» بوجود علاقة ارتباطية موجبة بين الوعي الديني ونوعية الحياة لدى الشباب، وجود علاقة ارتباطية سالبة بين الوعي الديني والتشويهات المعرفية لدى الشباب، وجود علاقة ارتباطية سالبة بين التشويهات المعرفية ونوعية الحياة لدى الشباب، وجود فروق بين الذكور والإناث في الوعي الديني.

وفي مقال هرنانديز (Hernandez, 2013) بعنوان «الشباب الأمريكي المسلم: استهلاك وسائل الإعلام وهويتها» خرج بتصوير وسائل الإعلام للأقليات وتأثيرها على الشباب، حيث ناقص البحوث الدينية، وفهم الدين على أنه جانب رئيسي من الهوية العرقية، وتسنكتشف هذه المقالة العلاقة بين هوية الشباب المسلم الأمريكي واستهلاك وسائل الإعلام، وبالإضافة إلى ذلك توضح أن الإعلام هو أحد عناصر الثقافة التي يمكن أن تشكل وتعيد الهوية الدينية، والهوية العرقية، واحترام الذات، والتمييز . وأسفرت دراسة ابو غزلة (2013م) حول « قضايا وأهداف الخطاب الديني الإسلامي في الصحافة الأردنية اليومية»، عن وجود تباين واضح في نسب القضايا المنشورة، مما يعطي انطباعاً بعدم وجود إستراتيجية منظمة لعملية النشر الصحفي لقضايا الخطاب الديني الإسلامي، والتي يجب أن تحدد وفق آلية معينة تبعاً لأولويات القضايا الواجب نشرها، وجاءت معالجة كثير من القضايا قاصرة، وغير موفية بالغرض قد يرجع السبب إلى التركيز على محاور دون أخرى، وجاء تركيز الصحف (الرأي، الدستور، الغد) على أهداف معينة ومعدودة دون الأخرى، وقلة

وأشارت دراسة هالبرن (Halpern, 1994) حول «الاعتماد على وسائل الإعلام والإدراك للنظام السياسي للسلطة» إلى اعتماد المبحوثين على عدد من وسائل الإعلام، حيث جاء التلفزيون والصحف في مقدمة وسائل الإعلام التي اعتمد عليها الأفراد في الحصول على المعلومات - وجود علاقة طردية بين الاعتماد على وسائل الإعلام والإدراك السياسي للحكومات ذات الأنظمة الديمقراطية .

ثالثاً : دراسات تناولت علاقة وسائل الإعلام بتشكيل معارف الجمهور الدينية :

أظهرت دراسة هيرشر (Hersher, 2017) حول «دراسة العمل بين الأديان في المملكة المتحدة على تويتر» العلاقة بين وسائل الاعلام الاجتماعية والدين من خلال دراسة استخدام تويتر من قبل المنظمات والعمل بين الأديان في المملكة المتحدة، وهو يقدم مفهوم «مونولوج الأديان»، حيث يستخدم الممارسون بين الأديان تويتر لنشر الأفكار، وتوزيع المعلومات ذات الصلة، والتعرف على المثل العليا للتعاون بين الأديان وتشجيع المساهمة في حركة الأديان عبر العديد من الاتصالات من أجل توفير المحادثة والحوار .

وفي دراسة الفوارس (2015م) بعنوان: «الإعلام التربوي من منظور إسلامي ودوره في بناء الشخصية الإنسانية والنهوض الحضاري بالأمة المسلمة» تمثلت النتائج في اسهام الإعلام التربوي الإسلامي في بناء الشخصية الإنسانية لجعلها شخصية سوية، واسهام الإعلام التربوي الإسلامي في توجيه عمل المؤسسات المختلفة في القيام بأدوارها التربوي، واسهام الإعلام التربوي الإسلامي في تحقيق النهوض الحضاري للأمة المسلمة .

وأشارت دراسة الخالدي (2014م) بعنوان: « اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو البرامج التي تقدمها قناة الرسالة الإسلامية»، إلى أن تفاعل القناة مع الأحداث الجارية في العالم الإسلامي جاء بالمركز الأول في حين جاء تقييمها لكل ما هو جديد في برامجها بالمركز الأخير، وبينت النتائج وجود اختلاف في اتجاهات الطلبة نحو البرامج التي تقدمها قناة الرسالة، وأشارت النتائج إلى وجود

إدراكهم بأن الفتوى تتغير بتغير الزمان والمكان والحال، وحددت الباحثة في ورقتها البحثية ملامح التوجه الفكري للدعاة الجدد نحو قضايا الإصلاح الاجتماعي أهمها : يقدم الخطاب الديني الجديد مفهوم التجديد كنزعة نحو إعمال العقل والمراجعة وفي إطار الحرية الفكرية وحرية التعبير - يطرح الخطاب الديني الجديد مفهومي الإصلاح والنهضة بتبسيط مفرط، فضلاً عن عدم وضوح مقاصد وأهداف النهضة لدى الدعاة الجدد - يتجاهل الخطاب الديني بعض القضايا المجتمعية المهمة والحيوية، كذلك المرتبطة بالمواجهة الثقافية بين الغرب والإسلام .

وتوصلت دراسة الفاروق (2009م) حول «الخطاب الديني كما تعكسه البرامج الدينية الموجهة باللغة الانجليزية في القنوات الفضائية العربية» إلى تعدد قالب الحديث المباشر قائمة القوالب البرمجية المستخدمة في البرامج، وانخفضت نسبة الفتاوى المرتبط بالعصر الحاضر وتبني الخطاب الديني بصفه عامة موقفاً محافظاً من المرأة .

وجاءت دراسة السيد (2008م) حول «اتجاهات النخبة المصرية نحو القنوات الفضائية الدينية الإسلامية» بارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية بين النخب المصرية، وخرجت بوجود فروق دالة بين اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو أخلاقيات الممارسة الإعلامية للقنوات التلفزيونية الدينية.

وتوصلت دراسة هزاع (2008م) حول «استخدامات الجمهور اليمني للقنوات الفضائية الإسلامية وعلاقتها بمستوى المعرفة الدينية لديه» إلى أن 50% من المبحوثين يشاهدون القنوات الفضائية الإسلامية بصفة دائمة، كما وجدت فروق غير دالة بين المبحوثين من الجنسين والمستوى التعليمي والمستوى الاقتصادي في دوافع تعرضهم النفعية للقنوات الفضائية الإسلامية، وتبين وجود فروق غير دالة بين النوع ومعدل مشاهدتهم لبرامج القنوات الفضائية الإسلامية، ووجود علاقة غير دالة بين المبحوثين من ذوي المستويات الاقتصادية الاجتماعية المختلفة في الفترة المفضلة لمشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية، وفي درجة اعتمادهم على هذه القنوات في الحصول على المعرفة الدينية، وفي حرصهم على مشاهدة

الموضوعات المتعلقة بإصلاح المجتمع بشكل عام .

وخرجت دراسة كيم وعاصم (Kim and Asim, 2013) حول «الدين على الشبكات الاجتماعية وسائل الإعلام» بأن المشاركة الدينية مثل تواتر العبادة والعضوية في منظمة دينية هي مؤشرات هامة على مشاركة الأفراد في الأنشطة الدينية على مواقع الشبكات الاجتماعية وكذلك على شبكة الإنترنت، ووجدت أن الاختلافات في التوجه الثقافي للأفراد ترتبط ارتباطاً وثيقاً بدرجة الأنشطة الدينية على الإنترنت للأفراد .

وخرجت دراسة عفيفي (2010م)، بعنوان «العلاقة بين التعرض لبرامج الأطفال بالقنوات الفضائية الدينية والقيم الأخلاقية لدى الأطفال»، بوجود فروق معنوية بين كل من الأطفال الأكثر تعرضاً والأطفال الأقل تعرضاً للبرامج الدينية الفضائية المقدمة إليهم وذلك في متوسطات درجاتهم على مقياس القيم الأخلاقية، لصالح الأطفال الأكثر تعرضاً، ولا توجد فروق بين الأطفال من الجنسين الأكثر تعرضاً للبرامج الدينية الفضائية المقدمة إليهم، بينما توجد فروق بين الأطفال من الجنسين الأقل تعرضاً للبرامج الدينية الفضائية المقدمة إليهم لصالح الإناث .

وتوصلت دراسة عبد الوهاب (2010م) حول : «بنية الخطاب الديني الإسلامي بالقنوات الإسلامية الحكومية والخاصة والعوامل المؤثرة فيه» إلى ارتباط المضمون الديني بقضايا معاصرة بنسبة 87.5% في القنوات الحكومية مقابل 77.1% في القنوات الخاصة، كما خرجت بوجود فروق دلالة بين القنوات الحكومية والخاصة فيما يتعلق بالضغوط التي يتعرض لها القائمون بالاتصال في البرامج الدينية.

وقدمت دراسة عبد المجيد (2010م) حول «التوجهات الفكرية للدعاة الجدد نحو قضايا الإصلاح الاجتماعي من خلال دراسة مضمون الخطاب الديني الجديد في الخطاب الإعلامي» مجموعة من الصفات التي يتحلى بها الدعاة الجدد لتجديد شكل ومضمون الخطاب الديني أهمها : الوعي التام بكل الأطر المرجعية (القرآن والسنة)، وعمل الصحابة واجتهادات التابعين - القراءة الجيدة لحركة التاريخ الإسلامي وإدراك السنن التاريخية - إدراكهم بأن الإسلام في أساسه دعوة بكل معاني هذه الكلمة -

الخطاب الديني الحالي في القنوات الفضائية، وتشكلت أهم سليات الخطاب الديني في عدم إظهار جوهر الدين، ثم الانشغال بالشكليات والأمور الهامشية، وميل الخطاب الديني إلى رفض الحضارة الغربية، وأوضحت أن أهم ضوابط تطوير الخطاب الديني من وجهة نظر الخبراء والقائمين بالاتصال في القنوات الفضائية هو «أن ينطلق فكر التطوير من القرآن الكريم والسنة النبوية أولاً، ثم اجتهاد العلماء والمفكرين فيما بعد» - وأشارت إلى أهمية تخصيص برامج خاصة لمخاطبة غير المسلمين في الغرب بلغاتهم، وزيادة أعداد البرامج الدينية في الفضائيات، والاتجاه إلى التنوع في أساليب بثها لجذب الجمهور.

وتوصلت دراسة هاشم (2006م) بعنوان «البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية»، إلى عدم اهتمام القنوات الفضائية الخاصة بالمساحة الزمنية للبرامج الدينية والتي لم تتجاوز (1%) من إجمالي زمن البث، بينما بلغت هذه النسبة في القنوات الحكومية (1.2%) من إجمالي زمن البث، كما توصلت إلى تنوع الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية الخاصة، وأنه لا يركز في معالجته على القضايا الدينية التقليدية، أو الجوانب النظرية للثقافة الإسلامية، بينما تركز في القنوات الحكومية الفضائية على القضايا الشرعية، ويركز على الجوانب الأخلاقية أكثر من تركيزه على الجوانب الدنيوية والمادية للقضايا المختلفة.

وخرجت دراسة غريب (2005م) حول «دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في تثقيف الديني لدى طلاب الجامعات»، بوجود علاقة ارتباط بين النوع وكثافة التعرض للبرامج الدينية بالقنوات الفضائية - ووجود علاقة بين كثافة التعرض للبرامج الدينية والحصول على المعلومات من مصادر الاتصال الشخصي والجماعي، مقابل عدم وجود علاقة بين كثافة التعرض للبرامج والحصول على المعلومات من مصادر الاتصال الجمعي - ووجود علاقة بين النوع وكل من دوافع التعرض للبرامج الدينية وإدراك الواقع كما تعكسه البرامج بالقنوات.

وفي دراسة إسماعيل (2004م) حول «استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الدينية والإشباع المتحققة منها»، أسفرت نتائج عن 73% من المراهقين يشاهدون القنوات الفضائية بصفة منتظمة، وهناك 69.7% يفضلون

المضامين والموضوعات المفضلة لديهم، ووجود علاقة ارتباطية غير دالة بين تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية الإسلامية وبين مستويات المعرفة (السطحية والمتعمقة والكلية) بالمعلومات الدينية.

وتوصلت دراسة أمين (2007م) عن «اتجاهات النخبة الدينية نحو واقع ومستقبل الفضائيات الإسلامية» إلى أن النخبة الدينية تتعرض للفضائيات الدينية الإسلامية بمعدل كثيف (66.7%) بشكل يومي، أو لأكثر من ثلاثة أيام في الأسبوع، بمعدل ساعتين أو ثلاث ساعات يومياً، واحتلت قناة المجد للقرآن الكريم المركز الأول في نسب المشاهدة، ففناة الناس، ثم اقرأ والرسالة، كما بينت الدراسة أن البرامج الوعظية والدعوية لمشاهير الدعاة في العالم الإسلامي جاءت في المرتبة الأولى من حيث المضامين الأكثر متابعة في الفضائيات الإسلامية، وفي تقييم أفراد العينة للخطاب الديني الذي تقدمه الفضائيات الإسلامية، قالت نسبة (56.7%) منهم بأنه الخطاب أحادي النظرة، غير ديمقراطي، لا يعير اهتماماً كبيراً للرأي المخالف، ويتبنى وجهة النظر الواحدة، وأما دوافع استخدامهم لهذه القنوات فهي بالدرجة الأولى معرفة المعلومات الدينية حول كافة الموضوعات والقضايا المثارة، يليها الهروب من سيل الإعلام الهابط الوارد في الفضائيات الأخرى، ثم مساعدتهم في العمل أو الدراسة والتعلم.

وجاءت دراسة منصور (2007م) حول « دور الخطاب الديني المقدم بالقنوات الفضائية الدينية المتخصصة في تثقيف المراهقين دينياً»، بأن أهم المصادر التي يعتمد عليها المراهقون في الحصول على المعلومات الدينية في البرامج الدينية بالقنوات الفضائية، يليها المسجد، والأسرة والمدرسة، وجاء في المراكز الأخرى البرامج الدينية بالإذاعة والتلفزيون الأرضي، والإنترنت، وخرجت بوجود فروق دالة بين الذكور والإناث في مستوى ثقافتهم الدينية في المجالات المختلفة، ووجود علاقة بين اعتماد المراهقين على الخطاب الديني بالقنوات الفضائية المتخصصة كمصدر للمعلومات، ومستوى الثقافة الدينية لديهم.

وأسفرت دراسة عراقي (2006م) حول «أساليب تطوير الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية» عن 76.7% من أفراد العينة يشعرون بالرضا عن

الوعي السياسي والاجتماعي والثقافي - التفاعل والتغيير الاجتماعي - استكشاف الهوية - امداد الجمهور بالمعلومات .

- وجاءت الموضوعات مختلفة في دراسات المحور الثاني من الاعتماد حيث تنوع اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة ،من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد - الشبكات الاجتماعية - المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية - القنوات الاخبارية التلفزيونية - برامج الراديو والتلفزيون .

- وتحدت موضوعات المحور الثالث في تطوير الخطاب الديني - القيم الدينية - التوجهات الفكرية للدعاه اتجاهات الجمهور نحو القنوات الدينية - التثقيف الديني - الهوية الدينية .

- وباستعراض مجمل محاور الدراسات اتضح للباحث تنوع أهدافها وأهميتها ومجتمع الدراسة بها والأدوات المستخدمة مما أفاد الباحث في تحديد مشكلة الدراسة وصياغة الفروض في محاولة لتفسير العلاقات بين متغيرات الدراسة وفي تحديد أساليب القياس ،كما أفاد التنوع في الدراسات السابقة في مناقشة نتائج الدراسة الحالية وتفسيرها في ضوء خصوصية مجتمع الدراسة .

- استخدمت معظم الدراسات السابقة منهج المسح وأداة الاستبيان لجمع البيانات ،وقام الباحث باستخدام منهج المسح على عينة من المراهقين السعوديين وتم استخدام أداة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة .

❖ وبناءً على ما سبق - وفي حدود علم الباحث - ومن خلال استعراضه لهذا المحور لا توجد دراسة تناولت «دور القنوات الفضائية الدينية في تشكيل معارف المراهقين السعوديين ومدرجاتهم نحو القضايا الدينية»

الإطار المنهجي للدراسة:

منهج الدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة وهي التعرف على العلاقة بين التعرض للقنوات الفضائية الدينية ،بالمستوى المعرفي للمراهقين السعوديين ،مع تطبيق فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من خلال الدراسة ،وتعتمد هذه

القنوات الفضائية العربية في مقابل 33.3 % يفضلون القنوات الأجنبية ،تصدرت القنوات الغنائية قائمة القنوات التي يفضلها المراهقون ،وجاءت القنوات الدينية في المرتبة الخامسة .

وفي دراسة انجستروم وسينز (Angstrom & Senis,2003) حول «الدين في برامج تلفزيون الواقع» ،أسفرت عن أن برامج الواقع تدعم الصورة الذهنية المكونة لدى جمهور المشاهدين عن الدين المسيحي ،وأغلب حفلات الزفاف تتم في قالب ديني ،وتقام في الكنيسة وممارسة الشعائر والطقوس الدينية ،وتشمل دائماً ذكر لفظ الجلالة « الله » ،ولم يتم إمداد المشاهدين بتصويرات ومعتقدات دينية غير التي كانت موجودة لديهم مسبقاً . وتوصلت دراسة كلارك (Clark,2002) حول «الهوية الدينية للمراهقين في الولايات المتحدة - وسائل الإعلام والجانب الممتع للدين» ، إلى غالبية الأشكال الدرامية المقدمة تناسب المعتقدات الدينية المكونة لدى المراهقين ،وأن الإعلام هو بيئة هامة يستمد منها المراهق معتقداته الدينية .

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة :

بعد استعراض عدد من نتائج الدراسات السابقة العربية والأجنبية ،التي قسمت على ثلاثة محاور ،وبمراجعة التراث العلمي للتعرف على دور القنوات الفضائية الدينية في تشكيل معارف ومدرجات المراهقين ،يتضح ما يلي :

- جاءت دراسات المحور الأول متنوعة حول دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف ومدرجات الجمهور بشكل عام ،بليها المحور الثاني خاص باعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المختلفة في تشكيل معارفهم المختلفة ،وأخيراً دراسات المحور الثالث حول علاقة وسائل الإعلام بتشكيل معارف الجمهور الدينية .

- رصد الباحث مجموعة من الدلالات الهامة المتعلقة بمحاور الدراسة الثلاث بالدراسات العربية والأجنبية تتلخص في : اهتمام بحثي ملاحظ في دور وسائل الإعلام المختلفة في تشكيل المعرفة للجمهور المتلقي .

- تباينت الموضوعات البحثية بدراسات المحور الأول من خلال موضوعات الإعلام الإخباري - تشكيل

بعض المقاييس الأخرى كمقياس لمعرفة المستوى المعرفي للمراهقين في المجالات المختلفة كالقرآن الكريم، الأحاديث النبوية، السيرة النبوية والصحابة، العبادات، الفقه والشريعة، بالإضافة إلى مقياس للمستوى الاجتماعي والإقتصادي لديهم .

إجراءات الصدق والثبات : - (١)

لقياس صدق استمارة الاستبيان، تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري من خلال عرض نموذج الاستبيان على مجموع من الأساتذة المحكمين المتخصصين في الإعلام، الذين أفادوا بأن الاستبيان يقيس بالفعل المراد قياسه، وأشاروا إلى بعض التعديلات التي أدخلها الباحث على الاستبيان حتى تكون صالحة للتطبيق، وتحقيق أهداف الدراسة، وقياس ثبات بيانات استمارة الاستبيان استخدام الباحث أسلوب إعادة الاختبار على عينة عشوائية مكونة من 48 مفردة، بواقع 10% من العينة الأصلية، وذلك بعد فترة أسبوعين من تطبيق الإستمارة وبلغت قيمة معامل الثبات 90.5 % وهي قيمة عالية تشير إلى ثبات الاستبيان ودقته .

أساليب المعالجة الإحصائية : -

بعد مراجعة بيانات الاستبيان مراجعة دقيقة، تم إدخالها الحاسب الآلي، وتم استخدام برامج SPSS، وتم استخدام المعالجات الإحصائية من استخراج التكرارات والنسب المئوية، اختبار كا²، معامل التوافق لقياس شدة العلاقة بين المتغيرين، معامل ارتباط بيرسون، اختبار T.test لدلالة الفروق، تحليل التباين (ANOVA) One way Analysis of variance

نتائج الدراسة الميدانية :

(1) أثبتت الدراسة أن المراهقين السعوديين يقبلون على متابعة القنوات الدينية الفضائية وذلك على نحو 97 % منهم مقابل 3 % منهم لا يقبلون على مشاهدة هذه القنوات ، وذلك كما يشير الجدول التالي :

الدراسة على استخدام منهج المسح بشقيه الوصفي للإجابة عن تساؤلات البحث، والتحليلي لاختبار فروض الدراسة، ويساعد استخدام منهج المسح في إمكانية استخدام الأرقام للتوصل إلى نتائج محددة، ليس فقط فيما يتعلق بوجود أو عدم وجود متغير ما، وإنما في درجة تأثيره على المتغيرات الأخرى، وكذلك إمكانية خضوع البيانات للتحليل الإحصائي .

عينة الدراسة :

تتكون عينة الدراسة من 480 مفردة من المراهقين السعوديين من طلاب المرحلة الثانوية موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث، من خلال العينة العنقودية (متعددة المراحل)، والمسجلين في المدارس الحكومية والأهلية في مدينة الرياض، والتي تتراوح أعمارهم ما بين (15-18) سنة، حيث تم اختيار ستة عشر مدرسة حكومية وأهلية موزعة على أحياء الرياض، ثمانية مدارس للبنين وثمانية مدارس للبنات وهذا ما يوضحه الجدول التالي :

جدول رقم (1)

توصيف عينة الدراسة

حجم العينة (480)		العينة	
إناث (10) طلاب بكل	ذكور (10) طلاب بكل	نوع التعليم الجامعي	
30 طالبة * 4 أحياء	30 طالب * 4 أحياء	مدارس حكومية لأربعة أحياء بمدينة	
30 طالبة * 4 أحياء	30 طالب * 4 أحياء	مدارس أهلية لأربعة أحياء بمدينة الرياض	

أدوات جمع البيانات :

استخدم الباحث في إطار منهج المسح، استمارة استبيان تتضمن متغيرات الدراسة القابلة للقياس، حيث تكونت مجموعة من الأسئلة، والتي تستهدف قياس مدى اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية في الحصول على المعلومات، بغية تحقيق بعض الأهداف (كالفهم، التوجيه، والتسلية)، وقياس ذلك من خلال مجموعة من العبارات لكل هدف تحدد مدى الموافقة، وكذلك التعرف على مصادر المعلومات التي يعتمدون عليها والتي تحدث بعض التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) من خلال مجموعة عبارات أخرى تحدد مدى موافقة المراهقين من الجنسين عليها - واشتملت استمارة الاستبيان على

وأخيراً قناة المجد للحديث الشريف بنسبة %61.8 ، ويرجع الباحث تقدم قناة اقرأ والمجد والفجر والهدى بين القنوات الدينية الفضائية المختلفة إلى إهتمام هذه القنوات بتقديم كافة البرامج الدينية المتخصصة ، كما أنها تعرض القضايا المعاصرة وخاصة التي تهم المراهقين ، بجانب بتقديمها للفتاوى الدينية التي تعالج لعديد من القضايا التي يعاني منها أفراد المجتمع ، مع التأكيد على القيم والمفاهيم الدينية ، والدعوة إلى الالتزام بالمبادئ والأخلاق والنظرة العلمية للأمور ومناقشة الموضوعات الدينية بعيداً عن التعصب والتشدد .

♦ وتتفق هذه النتيجة مع كل من (أمين، 2007م) و(منصور، 2007م) و(إسماعيل، 2004م) و(غريب، 2003م) ، حيث توصلوا إلى أن النسبة العظمى من الجمهور يشاهدون قناة اقرأ بانتظام ، كما جاء في تفضيل المراهقين السعوديين عينة الدراسة .

(3) أسباب تفضيل المراهقين السعوديين عينة الدراسة لمشاهدة القنوات الدينية الفضائية :

تشير نتائج الجدول التالي إلى أسباب تفضل المراهقين عينة الدراسة في مشاهدة القنوات الدينية الفضائية

جدول رقم (4) أسباب تفضيل القنوات الدينية

النسبة	التكرار	أسباب التفضيل للقنوات الدينية
% 74.5	347	تقديم المعلومات الدينية بشكل مبسط
% 71.9	335	تقديم الموضوعات الدينية المعاصرة
% 70.8	330	اعتمد عليها في حصولها على المعلومات الدينية
% 64.2	299	تشبع احتياجاتهم الدينية

ن = 466

حيث تمثلت في المقام الأول في تقديم المعلومات الدينية بشكل مبسط في رأي % 74.5 منهم ، يليها في المقام الثاني تقديم الموضوعات الدينية المعاصرة في رأي % 71.9 ، وفي المركز الثالث في رأي % 70.8 منهم يروا أنهم يعتمدون عليها في حصولهم على المعلومات الدينية ، ويرى % 64.2 منهم أنها تشبع احتياجاتهم الدينية . ويرى الباحث من هذه الأسباب التي يراها المراهقون السعوديون عينة الدراسة أنهم يميلون إلى متابعة القنوات

جدول رقم (2) مشاهدة القنوات الدينية الفضائية

النسبة	التكرار	مشاهدة القنوات الدينية الفضائية
%97	466	يشاهد
% 3	14	لا يشاهد
%100	480	الإجمالي

ويرجع هذا الإقبال الكبير في متابعة ومشاهدة القنوات الدينية إلى تعدد القنوات الفضائية الدينية والتنافس الكبير فيما بينها مما يؤدي إلى جذب وإقبال المراهقين على متابعتها .

(2) ترتيب القنوات الدينية التي يفضل المراهقون السعوديون مشاهدتها :

تشير بيانات الجدول التالي إلى ترتيب القنوات الدينية الفضائية حسب أفضلية المراهقين السعوديين لها

جدول رقم (3) ترتيب القنوات الدينية

النسبة	التكرار	القنوات الفضائية
%77.04	359	اقرأ
%75.54	352	المجد
%74.89	349	الفجر / الهدى
%70.82	330	بداية / الحكمة / الرحمة
%69.96	326	المجد للقران الكريم
%64.38	300	الحافظ / النجاح
%63.73	297	الرسالة / الناس
%62.88	293	دليل / طيبة
%61.8	288	المجد للحديث الشريف

ن = 466

جاءت قناة اقرأ الدينية في الترتيب الأول بنسبة %77.04 من إجمالي إجابات المبحوثين يليها قناة المجد في المركز الثاني بنسبة % 75.54 ثم قناتي الفجر والهدى في المركز الثالث بنسبة % 74.89 ، وجاء في المركز الرابع قنوات بداية والحكمة والرحمة بنسبة متساوية % 70.82 ، وجاء في المركز الخامس قناة المجد للقران الكريم بنسبة % 69.96 وجاء في المركز السادس قناتي الحافظ والنجاح بنسبة % 64.38 وفي المركز السابع قناتي الرسالة والناس كل من بنسبة % 63.73 ، وفي وفي المركز الثامن قناتي دليل وطيبة بنسبة % 62.88 ،

القنوات الدينية أقل من ساعتين وبنسبة 4.7 % ، وذلك من إجمالي المراهقين عينة الدراسة .

ويرجع الباحث كثافة المشاهدة العالية للمراهقين السعوديين عينة الدراسة للقنوات الدينية الفضائية إلى تنوع البرامج والقضايا والموضوعات التي تعالجها القنوات الدينية ، الأمر الذي يجعل المراهقين مقبل على هذه القنوات الدينية لحل مشكلاتهم وقضاياهم الدينية ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (عبد الوهاب ، 2010م) ، و(منصور ، 2007م) ، و(إسماعيل ، 2004م) .

(5) الأشكال الفنية التي يفضلها المراهقون السعوديون بالبرامج الدينية :
كما يوضحه الجدول التالي :

جدول رقم (6)
الأشكال الفنية للبرامج الدينية

النسبة	التكرار	الأشكال الفنية المفضلة
50%	233	أن يقدم البرنامج من خلال منبع واحد المتخصصين في الدين
38.8%	181	أن يقدم البرنامج من قبل أحد المتخصصين في الدين
9%	42	مناقشة مفتوحة مع المذيع والمتخصصين والجمهور
2.2%	10	حسب طبيعة البرنامج

ن = 466

اتضح أن أفضل الأشكال الفنية عند المراهقين عينة الدراسة لتقديم البرامج الدينية بالفضائيات تمثل في تقديم البرنامج من خلال مذيع وأحد المتخصصين في المقام الأول وبنسبة 50 % من إجمالي الشباب عليه الدراسة ، يليه في المركز الثاني تقديم البرنامج من قبل أحد المتخصصين وبنسبة 38.8 % منهم ، وفي المركز الثالث مناقشة مفتوحة بين المذيع والمتخصصين والجمهور وذلك في رأي 9 % منهم ، وفي المركز الرابع في رأي 2.2 % منهم حسب طبيعة البرنامج . ويرى الباحث أن تقديم البرنامج من خلال مذيع وأحد المتخصصين في الدين فقط يأتي من ثقة الشباب عينة الدراسة في أهمية الحوار مع المتخصصين بالبرامج الدينية الفضائية ، ومدى حرصهم على تلقي المعلومة الدينية من أهل التخصص بهذه القنوات مثل قناة أقرأ و المجد في رأي عينة الدراسة .

التي تقدم المعلومات الدينية بشكل مبسط بالإضافة إلى تقديم الموضوعات الحياتية المعاصرة ، حيث توفر ذلك في قنوات أقرأ ، والمجد ، والفجر ، والهدى ، في رأي عينة الدراسة .

♦ وتتفق النتائج مع العديد من الدراسات السابقة من خلال ، دراسة كل من (الخالدي ، 2014م) ، و(عبد الوهاب ، 2010م) ، و(منصور ، 2007م) ، و(Clark, 2002) ، حيث أكدوا على أسباب التفاعل مع الأحداث المعاصرة وتقديم المعلومات عن القضايا الدينية سبب تفضيل الجمهور للقنوات الدينية .

♦ واختلفت مع كل من (أبو غزلة ، 2013م) ، و(الفاروق ، 2009م) حيث أشارا للقصور في القضايا الدينية المعاصرة ، وأشارت دراسة (عبد المجيد ، 2010م) ، و(أمين ، 2007م) لسبب آخر في عدم التفضيل من خلال تجاهل الخطاب الديني للقضايا المعاصرة ، لتقديم نظره أحادي ولا يهتم بالرأي المخالف .

(4) متوسط عدد ساعات مشاهدة المراهقين السعوديين للقنوات الدينية الفضائية :

تعكس بيانات الجدول التالي متوسط عدد ساعات مشاهدة المراهقين للقنوات الدينية الفضائية

جدول رقم (5)
متوسط ساعات مشاهدة القنوات الدينية

متوسط ساعات المشاهدة	التكرار	النسبة
أكثر من ثلاثة ساعات	244	52.4%
من ساعتين إلى أقل من	146	31.3%
من ساعة إلى ساعتين	54	11.6%
أقل من ساعة	22	4.7%

ن = 664

حيث جاءت نسبة المشاهدة للقنوات الدينية 52.4 % لمن يشاهد أكثر من ثلاثة ساعات في المركز الأول يليها في المركز الثاني لمن يشاهد من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة 31.3 % ، وجاء في المركز الثالث ونسبة 11.6 % لمن يشاهد القنوات من ساعة إلى ساعتين ، وجاء في المركز الرابع والأخير من يشاهد

♦ اتفقت هذه النتيجة مع كل من دراسة (الخالدي 2014، م) ،و(عبد الوهاب، 2010م) ،و(منصور، 2007، م) حيث جاء قالب الحوار بين المذيع والمتخصصين في المقام الأول .

♦ واختلفت مع دراسة (عبد المجيد، 2010 م) ،(أمين 2007م) حيث جاء الخطاب بالبرامج أحادي النظرة ، وغير ديمقراطي ، ولا يعبر اهتماما كبيرا للرأي المخالف ، ويتبنى وجهة النظر الواحدة .

الفترات الزمنية المفضلة لمشاهدة القنوات الدينية

النسبة	التكرار	الفترات الزمنية المفضلة
58.2%	271	فترة المساء بعد الساعة 5 مساءً حتى 10 مساءً
38.6%	180	فترة السهرة بعد الساعة 10 مساءً
1.9%	9	فترة الظهر من الساعة 12 ظهراً حتى الساعة 5 مساءً
1.3%	6	الفترة الصباحية قبل الساعة 12 ظهراً

ن = 466

جاءت فترة المساء في الترتيب الأول ضمن تفضيل المراهقين السعوديين لمشاهدة القنوات الدينية وذلك بنسبة 58.2% ، يليها في المركز الثاني فترة السهرة وذلك بنسبة 38.6% ، وفي المركز الثالث جاءت فترة الظهر كما يرى 1.9% منهم في حين أن هناك 1.3% منهم يفضلون الفترة الصباحية لمشاهدة القنوات الدينية.

ويدل ذلك على أن المراهقين السعوديين يفضلون في متابعة القنوات الدينية الفضائية فترتي المساء والسهرة أكبر من متابعتها في الأوقات الأخرى نظراً لتواجدهم في المدارس بالفترات الأخرى .

(8) أسباب عدم مشاهدة البعض للقنوات الدينية الفضائية : كما يوضحه الجدول التالي :

جدول رقم (9)

أسباب عدم مشاهدة القنوات الدينية

النسبة	التكرار	أسباب عدم مشاهدة القنوات الدينية
85.7	12	أفضل الاستماع لرجال الدين بالمسجد
64.3	9	أفضل القراءة بتعمق في الكتب الدينية
14.3	2	برامجها غير جذابة

ن = 41

تمثلت أهم الأسباب عند بعض المراهقين السعوديين من عينة الدراسة في عدم مشاهدتهم للقنوات الدينية الفضائية في أن البعض يفضل الاستماع لرجال الدين بالمسجد في المقام الأول وبنسبة 85.7% ، يليه في المقام الثاني في رأي 64.3% أنهم يفضلون القراءة بتعمق في الكتب الدينية

(6) أساليب الإقناع المفضلة في البرامج الدينية الفضائية : كما يوضحه الجدول التالي :

الجدول رقم (7)

أساليب الإقناع في البرامج الدينية

النسبة	التكرار	أساليب الإقناع في البرامج الدينية
97.6%	455	استخدام الحجة والبرهان من القرآن الكريم والسنة
84.5%	394	الاستشهاد بآيات القرآن الكريم
82.6%	385	الاستشهاد بالأحاديث النبوية الشريفة
60.9%	284	المقارنة بين الماضي والحاضر
58.6%	273	أسلوب الترغيب
48.3%	225	أسلوب التهيب

ن = 664

جاءت أساليب الإقناع المفضلة لدى المراهقين السعوديين في البرامج الدينية بالقنوات الفضائية من خلال استخدام الحجة والبرهان من القرآن الكريم والسنة في المقام الأول وبنسبة 97.6% في رأي الشباب ، يليها في المركز الثاني الاستشهاد بآيات القرآن الكريم بنسبة 84.5% في رأي المراهقين عينة الدراسة ، ويرى 82.6% منهم أن الاستشهاد بالأحاديث النبوية يأتي في المركز الثالث ، في حين يرى 60.9% منهم أن المقارنة بين الماضي والحاضر تأتي في المركز الرابع ، في حين يرى 58.6% منهم أن أسلوب الترغيب في المركز الخامس ، في مقابل 48.3% منهم أنها تتمثل في أسلوب التهيب في المركز السادس وذلك في رأي المراهقين عينة الدراسة.

♦ وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (عبد المجيد، 2010م) ، ودراسة (عراقي، 2006م) ، حيث أجمعت دراستهم على أهمية الاستدلال من القرآن والسنة بالبرامج الدينية ، وتؤكد دراسة (Hersher, 2017) على أهمية المحادثة والحوار بين الأديان ، وأكدت دراسة (الخصاونة، 2014م) على دور

،ويأتي في الترتيب الثالث في رأي 14.3 % منهم أنها برامج دينية فضائية. غير جذابة ، من أهم الأسباب في عدم مشاهدتهم للقنوات

(9) أهم المصادر التي اعتمد عليها المراهقون السعوديون في الحصول على المعلومات الدينية المختلفة (بالترتيب): كما يوضحه الجدول التالي :

جدول رقم (10)

المصادر التي تم الاعتماد عليها للحصول على المعلومات

الوزن النسب	الترتيب		الترتيب الرابع		الترتيب		الترتيب الثاني		الترتيب الأول		المصادر التي تم الاعتماد عليها
	الترتيب	الوزن النسب	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2.399	5.9	22	18.4	69	21.7	89	18.4	69	31.9	120	القنوات الدينية الفضائية
1.989	5.3	20	18.9	71	12.8	48	10.9	41	22.6	85	المسجد
1.567	8	30	10.1	38	11.7	44	12.8	48	9.8	37	الكتب الدينية
1.410	6.4	24	16.5	62	11.2	42	11.4	43	8	30	الأسرة
1.396	6.1	23	17.8	67	12	45	7.7	29	5.3	20	المدرسة
1.218	8	30	5.6	21	13.6	51	6.6	25	4.5	17	الإنترنت
1.052	7.2	27	6.1	23	6.6	25	6.4	24	11.2	42	البرامج الدينية بالادب
0.761	6.1	21	5.9	22	4	11	4	15	6.6	25	الصحافة
0.032	-	-	0.3	1	3	1	0.5	2	-	-	البرامج الدينية بالتلفزيون
0.005	0.3	1	-	-	-	-	-	-	-	-	الأصدقاء

وفي المركز السادس الإنترنت بوزن نسبي 1.218 ، يليه في المركز السابع البرامج الدينية بالراديو بوزن نسبي 1.052 ، وفي المركز الثامن الصحافة بوزن نسبي 0.761 ، وفي المركز التاسع جاءت البرامج الدينية بالتلفزيون الأرضي بوزن نسبي 0.032 ، وجاء الأصدقاء في المركز العاشر والأخير بوزن نسبي 0.005 ويرى الباحث أن تقدم القنوات الدينية الفضائية كأهم المصادر التي يعتمد عليها المراهقين السعوديين في الحصول على المعلومات الدينية المختلفة ، لتأتي في المركز الأول ، يدل ذلك على تنوع المادة الدينية المقدمة من خلال الفضائيات الدينية سواء كانت عبادات ، قرآن كريم ، أحاديث نبوية ، سير نبوية ، فقه وشريعة الأمر الذي يقبل فيه المراهقون السعوديون على متابعة

ن=466

تشير بيانات الجدول السابق إلى : يتضح من بيانات الجدول السابق الوزن النسبي للمصادر التي يعتمد عليها المراهقون السعوديون في الحصول على المعلومات الدينية المختلفة (القرآن الكريم - الأحاديث النبوية الشريفة - سيرة الأنبياء والصحابة - العبادات - الفقه والشريعة) وجاءت كما يلي:

جاء في المركز الأول القنوات الدينية الفضائية بوزن نسبي 2.399 وفي المركز الثاني المسجد بوزن نسبي 1.989 ، ثم في المركز الثالث الكتب الدينية بوزن نسبي 1.567 ، وجاء في المركز الرابع الأسرة وبوزن نسبي 1.410 ، وفي المركز الخامس المدرسة بوزن نسبي 1.396 ،

الخامسة، وجاءت دراسة (الخصاونة، 2014م) حول دور الإذاعة في تثقيف الطلبة الجامعيين دينياً بدرجة متوسطة اختبار صحة الفروض :-

الفرض الأول : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية للحصول على المعلومات، والمستوى المعرفي لديهم.

لاختبار صحة هذا الفرض تم تقسيم مستوى المعرفة الدينية عند المراهقين عينة الدراسة إلى ثلاث مستويات (مرتفع - متوسط - منخفض) ثم استخدم الباحث اختبار كا² لاختبار صحة هذه العلاقة.

هذه القنوات الفضائية الدينية في مقابل تراجع المصادر الأخرى .

♦ وتتوافق هذه النتيجة مع دراسة كلارك (2002م) حيث أكدت على أن الإعلام هو بيئة هامة يستمد منها المراهق معتقداته الدينية، ودراسة (الفوارس، 2015م) حيث أكدت على اسهام الإعلام التربوي الإسلامي في تحقيق النهوض الحضاري للأمة المسلمة، ودراسة (السيد، 2008م) حيث أشارت إلى ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية بين النخب المصرية .

♦ بينما اختلفت مع دراسة (إسماعيل، 2004م) في تأخر ترتيب القنوات الدينية بتفضيلات المراهقين للمرتبة

جدول رقم (11)

العلاقة بين اعتماد المراهقين على القنوات الدينية الفضائية للحصول على المعلومات ومستوى المعرفة الدينية لديهم

معامل التوافق	كا	درجة اعتماد المراهقين على القنوات الدينية الفضائية للحصول على المعلومات		المستوى المعرفي	
		%	ك		
0.009	*4.029	18.03 %	84	منخفض	العبادات
		40.56 %	189	متوسط	
		41.42 %	193	مرتفع	
0.120	*6.780	38.41 %	179	منخفض	القرآن الكريم وتفسيره
		42.49 %	198	متوسط	
		19.01 %	89	مرتفع	
0.080	*3.072	25.54 %	119	منخفض	الأحاديث الشريفة
		49.79 %	232	متوسط	
		24.68 %	115	مرتفع	
0.257	2.048	19.96 %	93	منخفض	سيرة الأنبياء والصحابة
		49.36 %	230	متوسط	
		30.69 %	143	مرتفع	
0.120	*6.780	19.01 %	89	منخفض	الفتوى والشريعة
		42.49 %	198	متوسط	
		38.41 %	179	مرتفع	

ن=466

على المعلومات ، والمستوى المعرفي لديهم بمجال العبادات ، القرآن الكريم وتفسيره ، الأحاديث النبوية الشريفة ، الفقه والشريعة ، فيما عدا مجال سيرة الأنبياء والصحابة حيث لم تثبت صحة العلاقة بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية للحصول على المعلومات ومستوى معرفتهم بمجال سيرة الأنبياء والصحابة .

♦ اتفقت هذه النتيجة مع كل من دراسة Grant (2015) ، و (Kim & et al. 2014) ، و (سيد ، 2008م) ، و (هزاع ، 2008م) ، و (النمر ، 2007م) ، و (حبيب ، 2007م) ، و (شاهين ، 2006م) ، و (مزيد ، 2005م) ، و (Halpern, 1994) ، حيث خرجوا بارتباط الاعتماد على وسائل الإعلام بالمستوى المعرفي لدى الجمهور .

♦ اختلفت مع دراسة (مرزوق ، 2017م) ، حيث خرج بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب في المجتمع السعودي الذين يعتمدون على تطبيقات الهواتف الذكية في الحصول على المعلومات المعرفية والذين لا يعتمدون ، ومستوى مهارات التواصل الاجتماعي لديهم ، وتختلف مع دراسة (شاهين ، 2006م) ، و (الطوخي ، 2005م) ، و (بكير ، 2003م) ، و (حمدي ، 2001م) ، حيث خرجوا بعدم ارتباط الاعتماد على وسائل الإعلام بالمستوى المعرفي لدى الجمهور .

الفرض الثاني : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية للحصول على المعلومات ، والتأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) الناتجة من التعرض لهذه القنوات .

لاختبار صحة هذا الفرض تم تقسيم التأثيرات الناتجة من تعرض المراهقين للقنوات الدينية الفضائية إلى (منخفض ، ومتوسط ، مرتفع) ثم استخدم الباحث اختبار كا² لاختبار صحة هذه العلاقة .

تشير بيانات الجدول السابق إلى :

- (1) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية للحصول على المعلومات ، ومستوى معرفتهم بمجال العبادات ، حيث أن قيمة كا² 4.029 وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 ، ومعامل توافق 0.009
- (2) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية للحصول على المعلومات ، ومستوى معرفتهم بمجال القرآن الكريم وتفسيره ، حيث أن قيمة كا² 6.780 وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 ، ومعامل توافق 0.120
- (3) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية للحصول على المعلومات ، ومستوى معرفتهم بمجال الأحاديث النبوية الشريفة ، حيث أن قيمة كا² 3.072 وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 ، ومعامل توافق 0.080
- (4) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية للحصول على المعلومات ، ومستوى معرفتهم بمجال سيرة الأنبياء والصحابة ، حيث أن قيمة كا² 2.048 وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 ، ومعامل توافق 0.257

- (5) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية للحصول على المعلومات ، ومستوى معرفتهم بمجال الفقه والشريعة ، حيث أن قيمة كا² 6.780 وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 ، ومعامل توافق 0.120
- ومما سبق يمكن القول بأن الفرض الأول ثبت صحته فيما يتعلق بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية للحصول

جدول رقم (12)
العلاقة بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية
للحصول على المعلومات والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد

معامل التوافق	كا	درجة اعتماد المراهقين على القنوات الدينية الفضائية للحصول على المعلومات		التأثيرات الناتجة عن الاعتماد	
		%	ك		
0.075	2.643	31.33 %	146	منخفض	التأثيرات المعرفية
		43.56 %	203	متوسط	
		25.11 %	117	مرتفع	
0.165	*11.574	23.18 %	108	منخفض	التأثيرات الوجدانية
		43.99 %	205	متوسط	
		32.83 %	153	مرتفع	
0.222	*24.243	24.03 %	112	منخفض	التأثيرات السلوكية
		31.33 %	146	متوسط	
		44.64 %	208	مرتفع	

ن=466

تشير بيانات الجدول السابق إلى :
 • عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية للحصول على المعلومات والتأثيرات المعرفية الناتجة من التعرض لهذه القنوات ، حيث أن قيمة كا = 2.643 ، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 ، ومعامل توافق 0.075 ، ودرجة حرية = 4
 • وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية للحصول على المعلومات والتأثيرات الوجدانية الناتجة من التعرض لهذه القنوات ، حيث أن قيمة كا = 11.574 ، وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 ، ومعامل توافق 0.165 ، ودرجة حرية = 4
 • وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية للحصول على المعلومات والتأثيرات السلوكية الناتجة من التعرض لهذه القنوات ، حيث أن قيمة كا = 24.243 ، وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 ، ومعامل توافق 0.222 ، ودرجة حرية = 4

حيث أن قيمة كا = 24.243 ، وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 ، ومعامل توافق 0.222 ، ودرجة حرية = 4
 مما سبق يمكن القول بأن الفرض الثاني ثبت صحته فيما يتعلق :
 ♦ بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية للحصول على المعلومات ، والتأثيرات (الوجدانية والسلوكية) الناتجة من التعرض لهذه القنوات ولم تثبت صحة العلاقة فيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية.
 ♦ ويرى الباحث توافق هذه النتيجة مع طبيعة الفرد السعودي المتدين ، ومن ثم تأثر سلوكيا ووجدانيا بما يتعرض له بالقنوات الفضائية الدينية .
 ♦ واتفقت مع كل من (منصور ، 2011م) ، و(رضوان ، 2011م) ، و(شاهين ، 2006م) ، و(مزيد ، 2005م) ، و(الطوخي ، 2005م) ، و(بكير ، 2003م) ، و(بهنسي ، 2000م) ، حيث توصلت نتائج دراستهم إلى أن الاعتماد على وسائل الإعلام أدى إلى وجود تأثيرات وجدانية وسلوكية .

من القنوات الفضائية الدينية، ومستواهم المعرفي بمجال القرآن الكريم وتفسيره، حيث أن قيمة $(F) = 5.6$ وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05

(3) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام المراهقين السعوديين بالحصول على المعلومات من القنوات الفضائية الدينية، ومستواهم المعرفي بمجال الأحاديث النبوية الشريفة، حيث أن قيمة $(F) = 4.7$ وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05

(4) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام المراهقين السعوديين بالحصول على المعلومات من القنوات الفضائية الدينية، ومستواهم المعرفي بمجال سيرة الأنبياء والصحابة، حيث أن قيمة $(F) = 2.5$ وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05

(5) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام المراهقين السعوديين بالحصول على المعلومات من القنوات الفضائية الدينية، ومستواهم المعرفي بمجال الفقه والشريعة، حيث أن قيمة $(F) = 8.2$ وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05

♦ **مما سبق يمكن القول بأن الفرض الثالث ثبت صحته** فيما يتعلق بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام المراهقين السعوديين بالحصول على المعلومات من القنوات الفضائية الدينية، والمستوى المعرفي لديهم.

♦ **واتفقت دراسة (آل سعود، 2015م)، و(النمر، 2007م)، و(حبيب، 2007م)، و(شاهين، 2006م)، حيث توصلت إلى وجود علاقة ارتباط بين الاهتمام بالموضوع ومستوى المعرفة العامة والمتعمقة بالأحداث الجارية.**

♦ **بينما اختلفت مع دراسة (بكير، 2003م)، حيث توصلت دراسته إلى عدم وجود علاقة بين مستوى اهتمام المراهقين بمشكلاتهم المقدمة بالراديو والتلفزيون ومستوى معرفتهم بها.**

الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (النوع - المستوى الاقتصادي الاجتماعي) للمراهقين السعوديين المتعرضين للقنوات الدينية الفضائية، والمستوى المعرفي لديهم. ينقسم

♦ **واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (مرزوق، 2017م) و(آل سعود، 2015م) حيث خرج بوجود علاقة دلالة بين اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد للحصول على المعلومات والتأثيرات (المعرفية) الناتجة من الاعتماد.**

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام المراهقين السعوديين بالحصول على المعلومات من القنوات الفضائية الدينية، والمستوى المعرفي لديهم.

♦ **لاختبار صحة هذا الفرض قام الباحث باستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) One Way Analysis of Variance لاختبار معنوية الفروق بين متوسطات الثقافة الدينية لدى المراهقين السعوديين بالمجالات الدينية المختلفة وفقاً لمتغير الاهتمام.**

جدول رقم (13)

العلاقة بين درجة اهتمام المراهقين بالحصول على المعلومات والمستوى المعرفي لديهم

مستوى الدلالة	F	درجات الحرية	متوسط المربعات		مجموع المربعات		المجالات الدينية المختلفة
			داخل المجموعات	بين المجموعات	داخل المجموعات	بين المجموعات	
دالة	*9.2	9	6.69	162.79	258.79	146.11	العبادات
دالة	*5.6	3	9.1	457.51	357.84	137.54	القرآن الكريم وتفسيره
دالة	*4.7	3	7.1	292.6	277.11	877.9	الأحاديث الشريفة
دالة	*2.5	2	6.36	613.2	252.25	122.5	سيرة الأنبياء والصحابة
دالة	*8.2	3	6.5	51	240.38	152.53	الفقه والشريعة

تشير بيانات الجدول السابق إلى:

(1) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام المراهقين السعوديين بالحصول على المعلومات من القنوات الفضائية الدينية، ومستواهم المعرفي بمجال العبادات، حيث أن قيمة $(F) = 9.2$ وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05

(2) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام المراهقين السعوديين بالحصول على المعلومات

حيث بلغت قيمة ت (1.157) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 ، وذلك لصالح الإناث حيث بلغ متوسط درجة المستوى المعرفي لديهن 7.67 في مقابل 7.25 للذكور .

(3) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى معرفتهم بمجال الأحاديث النبوية الشريفة. حيث بلغت قيمة ت (1.672) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 ، وذلك لصالح الذكور حيث بلغ متوسط درجة المستوى المعرفي لديهم 6.73 في مقابل 6.22 للإناث.

(4) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى معرفتهم بمجال سيرة الأنبياء والصحابة. حيث بلغت قيمة ت (0.107) وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 ، حيث يتضح أن متوسط درجات المستوى المعرفي في مجال سيرة الأنبياء والصحابة عند الذكور 7.11 ، في مقابل 7.12 عند الإناث ومن ثم يتضح تقارب متوسط المستوى المعرفي للمراهقين من الذكور والإناث ، الأمر الذي يؤدي إلى عدم وجود فروق بينهم .

(5) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى معرفتهم بمجال الفقه والشريعة. حيث بلغت قيمة ت (1.375) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 ، وذلك لصالح الإناث حيث بلغ متوسط درجة المستوى المعرفي لديهن 7.75 في مقابل 7.31 للذكور .

نستخلص مما سبق ثبوت صحة الفرض فيما يتعلق

- بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى المعرفة بمجال القرآن الكريم وتفسيره ، والأحاديث النبوية الشريفة ، الفقه والشريعة.
- إلا أنه لم يثبت صحة الفرض جزئياً في مجال العبادات وسيرة الأنبياء والصحابة.
- وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (منصور ، 2007م) ، و(غريب ، 2005م) ، حيث توصلنا إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في مستوى معرفتهم بالمجالات المختلفة.

هذا الفرض إلى مجموعة من الفروض الفرعية :
أولاً: علاقة متغير النوع (ذكور / إناث) للمراهقين السعوديين المتعرضين للقنوات الدينية الفضائية ، والمستوى المعرفي لديهم .

ثانياً: علاقة متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمراهقين السعوديين المتعرضين للقنوات الدينية الفضائية ، والمستوى المعرفي لديهم .

أولاً : العلاقة بين متغير النوع والمستوى المعرفي :
لاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار T. Test للتعرف على الفروق بين الجنسين وذلك في درجات متوسط المستوى المعرفي لديهم .

جدول رقم (14)
العلاقة بين متغير النوع والمستوى المعرفي
يتضح من الجدول السابق الآتي :

المجالات الدينية	النوع	العدد	المتوسط الحسابي للمستوى المعرفي	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى الدلالة
العبادات	ذكور إناث	220 216	7.54 7.67	0.392	374	غير دالة
القرآن الكريم وتفسيره	ذكور إناث	220 216	7.25 7.67	*1.157	347	دالة
الأحاديث النبوية	ذكور إناث	220 216	6.73 6.22	*1.672	368	دالة
سيرة الأنبياء والصحابة	ذكور إناث	220 216	7.11 7.12	0.107	374	غير دالة
الفقه والشريعة	ذكور إناث	220 216	7.31 7.75	*1.375	370	دالة

- (1) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى معرفتهم بمجال العبادات. حيث بلغت قيمة ت (0.392) وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 حيث يتضح أن متوسط درجات المستوى المعرفي في مجال العبادات عند الذكور هو 7.54 ، في مقابل 7.67 عند الإناث ، ومن ثم يتضح تقارب متوسط المستوى المعرفي للمراهقين من الذكور والإناث ، الأمر الذي يؤدي إلى عدم وجود فروق بينهم .
- (2) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى معرفتهم بمجال القرآن الكريم وتفسيره.

♦ وتختلف الدراسة مع (مرزوق، 2017م) حيث أثبت عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الشباب في المجتمع السعودي على تطبيقات الهواتف الذكية في الحصول على المعلومات منها تبعاً لمتغير النوع، وتختلف هذه النتيجة مع كل من دراسة (الطوخي، 2005م) و(بكير، 2003م)، حيث توصلوا إلى عدم وجود فروق ذات دلالة بين الذكور والإناث في مستوى معرفتهم بالمجالات المختلفة.

♦ يتضح من الجدول أن نسبة المراهقين السعوديين الذين لديهم مستوى معرفي منخفض 51.3 %، من ضمن المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع من هنا يتضح أنه : كلما زاد المستوى الاقتصادي الاجتماعي للشباب انخفضت نسبة المستوى المعرفي لديهم في شتى المجالات الدينية.

♦ وبذلك لم تثبت صحة الفرض فيما يتعلق بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمراهقين السعوديين، والمستوى المعرفي لديهم، باستثناء المستوى المعرفي المنخفض للمراهقين، بعلاقته بمستواهم الاقتصادي الاجتماعي .

♦ وتتفق الدراسة مع كل من (هزاع، 2008م) و(منصور، 2007م) و(شاهين، 2006م) و(بكير، 2003م) و(الفقيه، 2002م)، حيث خرجت نتائج دراستهم بعدم وجود علاقة ارتباط دالة بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي، ومستوى المعرفة بالمجالات والمشكلات المتلفة.

ولابد من تصحيح الفرض إلى : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمراهقين السعوديين والمستوى المعرفي لديهم .

الفرض الخامس : هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهداف اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الفضائية الدينية (الفهم - التوجيه - التسلية) ، والتأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) الناتجة

♦ وثانياً : العلاقة بين متغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمراهقين والمستوى المعرفي لديهم : لاختبار صحة هذا الفرض تم تقسيم المستوى الاجتماعي الاقتصادي إلى (منخفض - متوسط - مرتفع) وتقسيم المستوى المعرفي إلى (منخفض - متوسط - مرتفع) ثم تم استخدام اختبار كا²، ومعامل التوافق لاختبار صحة هذه العلاقة.

♦ وتختلف الدراسة مع (مرزوق، 2017م) حيث أثبت عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الشباب في المجتمع السعودي على تطبيقات الهواتف الذكية في الحصول على المعلومات منها تبعاً لمتغير النوع، وتختلف هذه النتيجة مع كل من دراسة (الطوخي، 2005م) و(بكير، 2003م)، حيث توصلوا إلى عدم وجود فروق ذات دلالة بين الذكور والإناث في مستوى معرفتهم بالمجالات المختلفة.

جدول رقم (15)
العلاقة بين متغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمراهقين والمستوى المعرفي لديهم

مستوى المستوى المعرفي الاجتماعي الاقتصادي	منخفض		متوسط		مرتفع		كا ²	معامل التوافق	مستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%			
منخفض	-	-	43	9.2	196	42.1	1.251	0.082	غير دالة
متوسط	-	-	82	17.6	72	15.4			
مرتفع	-	-	26	5.6	47	10.1			

تشير بيانات الجدول السابق إلى :
♦ عدم وجود علاقة دالة بين المستوى الاقتصادي

يتعلق بالعلاقة بين هدف التسلية , والتأثيرات السلوكية فقد بلغ معامل الارتباط (0.12) وهي علاقة متوسطة .
من هنا يتضح ثبوت العلاقة بين أهداف الاعتماد على القنوات الفضائية الدينية (الفهم - التوجيه) , والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) , باستثناء هدف التسلية في علاقته بالتأثيرات الناتجة عن الاعتماد (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) , مما يدل على كون المراهقين المتعرضين للقنوات الدينية يضعوا نصب أعينهم هدف الفهم والتوجيه في المقام الأول , ويفضلون هدف التسلية من خلال تعرضهم للقنوات غير الدينية كالدراما , والأفلام , والرياضة , وغيرها .

♦ وبذلك **تثبت صحة الفرض** : بأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهداف اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الفضائية الدينية (الفهم والتوجيه) , والتأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) المترتبة على هذا الاعتماد , باستثناء هدف التسلية في علاقته بالتأثيرات المختلفة .

♦ واختلفت الدراسة مع كل من (مزيد ، 2005م) ، و(الطوخي ، 2005م) ، و(بهنسي ، 2000م) ، و(السيد ، 1998م) ، حيث جاءت نتائج دراستهم ، بعدم وجود علاقة بين أهداف الاعتماد ، والتأثيرات (المعرفية ، الوجدانية ، السلوكية) الناتجة عن هذا الاعتماد .

♦ كما اختلفت مع دراسة (مرزوق ، 2017م) ودراسة (الجديد ، 2016م) حيث خرجت دراستهم بعدم وجود علاقة دلالة بين تأثير اعتماد الشباب في المجتمع السعودي على وسائل الإعلام الجديدة في الحصول على المعلومات وأهداف الاعتماد (الفهم ، التوجيه ، التسلية) المتحققة لديهم .

ملخص بأهم النتائج :

- 1- أثبتت الدراسة أن المراهقين السعوديين يقبلون على متابعة القنوات الفضائية الدينية ، وذلك على نحو 97% منهم ، في مقابل 3% لا يقبلون على مشاهدة هذه القنوات .
- 2- جاء ترتيب القنوات الفضائية الدينية التي يفضل المراهقون السعوديون عينة الدراسة مشاهدتها على النحو ، قناة اقرأ الدينية في الترتيب الأول ، يليها قناة المجد في المركز الثاني ، ثم قنواتي الفجر والهدى في المركز الثالث ،

عن هذا الاعتماد.

لاختبار صحة هذا الفرض تم تقسيم أهداف الاعتماد إلى (الفهم - التوجيه - التسلية) وتقسيم التأثيرات الناتجة عن الاعتماد إلى (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) ثم تم استخدام اختبار معامل ارتباط بيرسون ، لاختبار صحة هذه العلاقة .

جدول رقم (16)

العلاقة بين أهداف الاعتماد والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد

معامل الارتباط الفعلي	التسلية		التوجيه		الفهم		الأهداف
	معامل الارتباط المعنوية	معامل الارتباط	معامل الارتباط المعنوية	معامل الارتباط	معامل الارتباط المعنوية	معامل الارتباط	
0.3	0.00	0.07	0.00	0.72	0.00	0.78	المعرفية
	0.00	0.06	0.00	0.75	0.00	0.59	الوجدانية
	0.00	0.12	0.00	0.54	0.00	0.74	السلوكية

تشير بيانات الجدول السابق إلى:

- يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطيه بين هدف الفهم والتأثيرات المعرفية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.78) مما يؤكد قوة العلاقة ، وفيما يتعلق بالعلاقة بين هدف الفهم والتأثيرات الوجدانية فقد بلغ معامل الارتباط (0.59) وهي علاقة متوسطة ، وفيما يتعلق بالعلاقة بين هدف الفهم والتأثيرات السلوكية فقد بلغ معامل الارتباط (0.74) مما يؤكد على قوة العلاقة .

- يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطيه بين هدف التوجيه والتأثيرات المعرفية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.72) مما يؤكد قوة العلاقة ، وفيما يتعلق بالعلاقة بين هدف التوجيه والتأثيرات الوجدانية فقد بلغ معامل الارتباط (0.75) وهي علاقة قوية ، وفيما يتعلق بالعلاقة بين هدف التوجيه والتأثيرات السلوكية فقد بلغ معامل الارتباط (0.54) وهي علاقة متوسطة .

- يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطيه بين هدف التسلية والتأثيرات المعرفية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.07) ، مما يؤكد ضعف العلاقة ، وفيما يتعلق بالعلاقة بين هدف التسلية والتأثيرات الوجدانية فقد بلغ معامل الارتباط (0.06) وهي علاقة ضعيفة ، وفيما

على المعلومات، والتأثيرات (الوجدانية، السلوكية) الناتجة من التعرض لهذه القنوات، ولم تثبت صحة العلاقة فيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية .

9- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام المراهقين السعوديين في الحصول على المعلومات من القنوات الفضائية الدينية، والمستوى المعرفي لديهم .

10- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين السعوديين (الذكور والإناث) في مستوى معرفتهم بمجال القرآن الكريم، الأحاديث النبوية، الفقه والشريعة، ولم تثبت صحة الفرض جزئياً في مجال العبادات وسيرة الأنبياء والصحابة .

11- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمراهقين السعوديين، ومستوى المعرفة لديهم .

12- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهداف اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الفضائية الدينية (الفهم والتوجيه)، والتأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) المترتبة على هذا الاعتماد، باستثناء هدف التسلية في علاقته بالتأثيرات المختلفة .

مقترحات الدراسة :

يقترح الباحث عدد من المقترحات من خلال دراسته تتمثل في :

- على الفضائيات الدينية الحذر من الانجراف إلى منطقة السياسة، فالفضائيات الإسلامية يجب أن تبعد عن إثارة الحساسيات الدينية والطائفية بين مختلف الأديان والمذاهب، وأن تلتزم بإبراز المنهج الوسطي للدين الإسلامي وسماحته وإعلان مواقف الإسلام السمحة والمعتدلة في القضايا المختلفة بكل حب وتعاون .

- يجب على الفضائيات أن تهتم بالمستوى اللغوي الصحيح في البرامج الدينية .

- تخصيص برامج خاصة لمخاطبة غير المسلمين في الغرب بلغاتهم المختلفة، وزيادة أعداد البرامج الدينية في القنوات الفضائية، والاتجاه إلى التنوع في أساليب بثها لتتال أكبر قدر من الجاذبية .

- يجب ألا تعتمد الفضائيات فقط على الوعظ المباشر ولا بد من التطوير وتحديث مضامين الخطاب

وجاء في المركز الرابع قنوات بداية والحكمة والرحمة، وجاء في المركز الخامس قناة المجد للقرآن الكريم، وجاء في المركز السادس قناتي الحافظ والنجاح، وفي المركز السابع قناتي الرسالة والناس، وفي المركز الثامن قناتي دليل وطيبة، وأخيراً قناة المجد للحديث الشريف .

3- وجاءت أسباب تفضيل المراهقين السعوديين لمشاهدة البرامج الدينية، في المقام الأول أنها تقدم المعلومات الدينية بشكل مبسط، يليها تقديم الموضوعات الدينية المعاصرة، ثم يعتمدون عليها في حصولهم على المعلومات الدينية، وأخيراً أنها تشبع احتياجاتهم الدينية .

4- أن أفضل الأشكال الفنية عند المراهقين السعوديين لتقديم البرامج الدينية بالفضائيات تتمثل في تقديم البرنامج من خلال مذيع وأحد المتخصصين في المقام الأول، يليه في المركز الثاني تقديم البرنامج من قبل أحد المتخصصين، وفي المركز الثالث مناقشة مفتوحة بين المذيع والمتخصصين والجمهور، وفي المركز الأخير حسب طبيعة البرنامج .

5- جاءت القنوات الفضائية الدينية من أهم المصادر التي يعتمد عليها المراهقين السعوديين في الحصول على المعلومات الدينية المختلفة، يليها في الترتيب كل من المسجد، والكتب الدينية، الأسرة، المدرسة، الإنترنت، البرامج الدينية بالراديو، الصحافة، البرامج الدينية بالتلفزيون الأرضي، الأصدقاء .

6- تمثلت أهم الأسباب عند بعض المراهقين السعوديين عينة الدراسة في عدم مشاهدتهم للقنوات الدينية الفضائية في أن البعض يفضل الاستماع لرجال الدين بالمسجد في المقام الأول، يليه في المقام الثاني أنهم يفضلون القراءة بتعمق في الكتب الدينية، ويأتي في الترتيب الثالث أنها برامج غير جذابة.

7- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية للحصول على المعلومات، ومستوى معرفتهم بمجال العبادات، القرآن الكريم، الأحاديث النبوية، الفقه والشريعة، ولم تثبت صحة العلاقة فيما يتعلق بمستوى معرفتهم بمجال سيرة الأنبياء والصحابة .

8- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين السعوديين على القنوات الدينية الفضائية للحصول

جامعة الأزهر .
(5) أمين رضا عبد الواحد (2007م) . «اتجاهات النخبة الدينية نحو واقع ومستقبل الفضائيات الاسلامية» ، ورقة مقدمة إلى فعاليات مؤتمر «الفضائيات العربية والهوية الثقافية» ، كلية الاتصال ، جامعة الشارقة ، الإمارات العربية المتحدة (11-13 ديسمبر).
(6) بكير محمد محمد (2003م) . «معالجة الراديو والتلفزيون للمشكلات النفسية والاجتماعية للمراهقين في مصر» ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس .
(7) تم عرض الاستمارة على السادة المحكمين الآتي أسماؤهم :
أ.د صابر عسران ، أستاذ الإذاعة بكلية الإعلام جامعة القاهرة وجامعة الملك سعود بالرياض .
أ.د عبد الحميد صفوت أستاذ علم النفس ، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض 0
أ.د عثمان العربي أستاذ الإعلام ، كلية الآداب ، جامعة الملك سعود .
أ.د محمود إسماعيل ، أستاذ ورئيس قسم الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس
أ.د نايف بن ثنيان آل سعود ، أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب ، جامعة الملك سعود .
(8) الجديد ، أبرار منصور (2016م) ، مدى اعتماد النخب في المجتمع السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق الأمن الفكري ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الإعلام-كلية الآداب ، جامعة الملك سعود .
(9) الجمال ، رباب رأفت محمد (2014م) ، « تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب » . المجلة العربية للإعلام والاتصال ، كلية الآداب ، العدد 11 ، الرياض .
(10) حبيب ، محمد رضا ، (2007م) . «علاقة التعرض للصحافة المطبوعة والإنترنت بمستوى المعرفة السياسية للشباب المصري» ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .
(11) حسن ، السيد بهنسي ، (2000م) . «مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات -

الديني .
- على الفضائيات أن تحذر من الوقوع في فخ الاختلاف في الفتاوى ويجب ألا يتحدث فيها إلا المتخصصون في علوم الدين .
- يجب أن تهتم الفضائيات بالجانب الاجتماعي باعتباره جزءاً لا يمكن فصله عن الجانب الديني ، كما يجب الاهتمام بتقديم رؤية اقتصادية إسلامية لأن الاقتصاد هو عصب الحياة المعاصرة .
- إنشاء إدارة للتدريب يتلقى فيها القائمون على العمل الإعلامي الإسلامي محاضرات شتى في الدراسات الإنسانية والإسلامية يلقيها كبار المفكرين والدعاة .
- يجب على الإعلام الديني أن يتميز بسمات الوسطية والموضوعية والواقعية والعمق والبعد عن أساليب الانفعال والارتجال ، ويتلاءم مع مهمة الأمة الإسلامية ، أمة الوسط .
- وأخيراً العمل على تجديد الخطاب الديني فالإعلام الإسلامي خطاب تواصل متجدد مع المجتمعات الإسلامية والإنسانية ، يهتم بمتغيرات العصر ، ويهدف إلى الإصلاح .

مراجع الدراسة :

أولا المراجع العربية :

(1) أبو غزلة ، محمد عقلة (2013م) ، قضايا وأهداف الخطاب الديني الإسلامي في الصحافة الأردنية اليومية -دراسة تحليلية ، مجلة المنارة للبحوث والدراسات ، المجلد 11 ، العدد 3 ، الأردن ، جامعة آل البيت .
(2) أحمد ، محمد عبد الحميد . نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ط1 (القاهرة : علم الكتب ، 1997 م) .
(3) إسماعيل ، محمود حسن . (2004م) . استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الدينية ، والإشباع المتحققة منها ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، المجلد الخامس العدد الثاني ، يونيو - ديسمبر .
(4) إمام ، محمد احمد هاشم . (2006م) "البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية" ، رسالة ماجستير ، قسم الصحافة والإعلام ، كلية اللغة العربية ،

- دراسة ميدانية على طلاب الجامعات» ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، العدد الرابع ، مركز بحوث الرأي العام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .
- (12) الحلواني ، ماجي . **الإعلام وقضايا المجتمع** ، سلسلة العلوم الاجتماعية (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2006 م) .
- (13) حمدي ، عبير محمد ، (2001م) . «دور الإنترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات» ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .
- (14) الخالدي ، ابراهيم (2014م) ، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو البرامج التي تقدمها قناة الرسالة الإسلامية ، **مجلة المنارة للبحوث والدراسات** ، المجلد 21 ، العدد 2 ، الأردن ، جامعة آل البيت .
- (15) الخصاونة ، ابراهيم (2014م) ، دور إذاعة القرآن الكريم الأردنية في تثقيف الطلبة الجامعيين دينياً ، **مجلة آداب الفراهيدي** ، العدد 17 ، جامعة البتراء ، كلية الآداب .
- (16) رضوان ، أحمد ، (2011م) . «اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير» ، **المؤتمر العلمي - دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية ، كلية الإعلام** ، جامعة اليرموك ، إربد .
- (17) السرحان ، صايل ، وآخرون ، (2016م) ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي -دراسة تطبيقية على طلبة آل البيت ، **مجلة المنارة للبحوث والدراسات** ، المجلد 22 ، العدد 4 ، جامعة آل البيت ، الأردن .
- (18) آل سعود ، نايف بن ثنيان ، (2015م) . مدى اعتماد القائمين بالاتصال بالصحف المطبوعة السعودية على الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات ، (الرياض: **المجلة العربية للإعلام والاتصال** ، جامعة الملك سعود ، العدد الرابع عشر .
- (19) السيد ، بليلي حسين (2001م) . «اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام في تلبية احتياجاتها» ، بحث مقدم إلى **المؤتمر العلمي السنوي الثالث لقسم الدراسات الإعلامية** بعنوان الإعلام العربي والمرأة ، معهد البحوث والدراسات العربية ، إبريل .
- (20) السيد ، بليلي حسين (1998م) . «دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية» ، **المؤتمر العلمي السنوي الرابع للإعلام وقضايا الشباب** ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو .
- (21) الشامي ، عبد الرحمن محمد (2003م) . «استخدام القنوات التلفزيونية المحلية والدولية - الدوافع والإشاعات» ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، كلية اللغة العربية ، جامعة الأزهر .
- (22) شاهين ، هبة أمين ، (2006م) . «اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية» ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، المجلد السابع ، العدد الأول ، يناير - يونيو .
- (23) الطوخي ، عربي عبد العزيز (2005م) . «اعتماد الأطفال على القنوات الفضائية العربية في معالجة قضاياهم» ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، المجلد السادس ، العدد الثاني ، مركز بحوث الرأي العام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .
- (24) عبد العاطي ، رزق سعيد ، (1997م) . «استخدامات الإعلام الديني وأشباعاته في مصر ، دراسة ميدانية على عينة من جماهير المجتمع الريفي» ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، عدد (7) .
- (25) عبد المجيد ، حنان محمد ، (2010م) . «التوجهات الفكرية للدعاة الجدد نحو قضايا الإصلاح الاجتماعي» من خلال دراسة مضمون الخطاب الديني الجديد في الخطاب الإعلام ، **المؤتمر العلمي الدولي السادس عشر حول الإعلام وقضايا الإصلاح الواقع والتحديات** ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .
- (26) العتيبي ، سعود شبيب (2013م) ، « اعتماد طلاب جامعتي الملك سعود والأمير سلطان على وسائل الإعلام الجديد وقت الأزمات » . رسالة ماجستير ، جامعة الملك سعود ، كلية الآداب ، قسم الإعلام .
- (27) عراقي ، صالح السيد ، (2006م) . «أساليب تطوير الخطاب الديني في القنوات الفضائية دراسة على عينة من الجراء والقائمين بالاتصال في تلك القنوات» ، **المؤتمر**

- العلمي الثاني عشر**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
(28) غريب، محمد، (2005م). «دور القنوات الدينية بالقنوات الفضائية في التنقيف الديني لدى طلاب الجامعات» ،دراسة ميدانية ،**المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، كلية الإعلام ،جامعة القاهرة ،المجلد السادس ،العدد الثاني يونيو - ديسمبر
(29) عفيفي ، مروه (2010م) ،العلاقة بين التعرض لبرامج الأطفال بالقنوات الفضائية الدينية والقيم الأخلاقية لدى الأطفال ،**رسالة ماجستير** ،معهد الدراسات العليا للطفولة ،جامعة عين شمس .
(30) الفقيه ،محمد عبد الوهاب (2002م). «العلاقة بين الإعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني» ، **رسالة دكتوراه** ، غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .
(31) الفوارس ، هيفاء (2015م) ، الإعلام التربوي من منظور إسلامي، ودوره في بناء الشخصية الإنسانية والنهوض الحضاري بالأمة المسلمة ،**مجلة المنارة للبحوث والدراسات** ،المجلد 21 ،العدد 4 ،الأردن ،جامعة آل البيت
(32) القليني ،سوزان يوسف . **الاتصال ووسائله ونظرياته** (القاهرة : دار النهضة العربية ، 1998م) .
(33) القليني ،سوزان يوسف. (1998م) «مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات - دراسة حالة على حادث الأقصر» ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، كلية الإعلام ، العدد (4) أكتوبر / ديسمبر .
(34) الليثي ،وليد كامل (1995م) .«اتجاهات المراهقين نحو البرامج الدينية بالتلفزيون المصري» ، **رسالة ماجستير** ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس .
(35) مزيد ،محمود ،(2005م). «اعتماد المراهقين على القنوات الإخبارية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية» ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، المجلد السادس ، العدد الثاني ، مركز بحوث الرأي العام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .
(36) مكاوي ،حسن ،و السيد ،بليي . **الاتصال ونظرياته المعاصرة** ، ط1 (القاهرة الدار المصرية اللبنانية ، 1998 م) ص 314
(37) منصور ،منال عبده ،(2011م). «التأثيرات المترتبة على استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيسبوك» ، بحث مقدم إلى **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد السابع والثلاثون .
(38) منصور ،منال عبده ،(2007م) .«دور الخطاب الديني المقدم بالقنوات الفضائية الدينية المتخصصة في تنقيف المراهقين دينياً» ، **رسالة دكتوراه** ، معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس .
(39) هزاع ،إيمان عبد الحافظ ،(2008م) . بعنوان «استخدامات الجمهور اليمني للقنوات الفضائية الإسلامية دراسة ميدانية وعلاقتها بمستوى المعرفة الدينية لديه» ، **رسالة ماجستير** ، كلية الآداب ، جامعة عين شمس .

Dependence in Dealing With a Controversial Local Issue , **Journalism Quarterly** , Vol (60) , NO (3) .

Grant, August., Webster, Larry. and Zhu, Yicheng. (2015) "Media Dependency and Parental Mediation" Paper presented at the annual meeting of the **AEJMC**, Marriott San Francisco Marquis, San Francisco, CA, Aug 06.

(44) Halpern Pable (1994) . Media Dependency and Political Perception on A onion Political System , **Journal of Communication** , Vol (44) .

(45) Happer, Catherine, and Philoa, Greg, (2013),The Role of the Media in the Construction of Public Belief and Social Change, **Journal of Social and Political Psychology**, Vol. 1(1),.

Hernandez, Patricia. (2013) "Muslim American Youth: Media Consumption and Identity" Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in **Journalism and Mass Communication**, Renaissance Hotel, Washington DC, Aug 08.

Hersher, Sofi. (2017) "Interfaith Monologue: A study of UK-based interfaith work on Twitter" Paper presented at the annual meeting of the **AEJMC**, Chicago Marriott Downtown Magnificent Mile, Chicago, IL, Aug 09.

Kim, Hyojin. and Asim, Mian. (2013) "Religion on Social Networking Media" Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in **Journalism and Mass Communication**, Renaissance Hotel, Washington DC, Aug 08 .

ثانياً المراجع الأجنبية :

(40) Angstrom, E.v. and Senic B,(2003): Portrayal of religion in Reality T.V Programming: hegemony and the Contemporary American Wedding . **Journal of Media & Religion**, Vol (2), No (3) ,

Boehmer, Jan. (2015) "The Role of Twitter and Parasocial Interaction in College Students' Sport Media Consumption" Paper presented at the annual meeting of the **International Communication Association** 65th Annual Conference, Caribe Hilton, San Juan, Puerto Rico, May 21.

Campbell, Heidi.(2013) "The Relationship between Facebook use and Identity Explorations of Emerging Adults" Paper presented at **the annual meeting of the BEA, Las Vegas Hotel (LVH)**, Las Vegas, NV, Apr 07.

(41) Chark ,(2002) L.s U.S.A adolescent Religious Identity , the Media and the Funky side of Religion **Journal of communication** , Vol (52) , No (4) , .

(42) Danes Mac quail,(1987) " **Mass Communication Theory** " London : Sage publication ,.

Davies, John., Holiday, Steven., Evans, Kieth. and Coyne, Sarah. (2015) "Family and Religious Influences on Restrictive Parental Mediation and Video Game Addiction" Paper presented at the annual meeting of the **International Communication Association** 65th Annual Conference, Caribe Hilton, San Juan, Puerto Rico, May 21 .

(43) Donald I . , Fry & Thomas , A MC Cain (1983): " Community Influential Media

Media by Progressive Indonesian Islamic Leaders to Communicate With Their Followers” Paper presented at the annual meeting of the **International Communication Association**, Hilton Metropole Hotel, London, England, Jun 17.

Nwankwor, Iks J. (2010), The Radio and the Television in the Moral Education of a Child ,OGIRISI, <http://www.ajol.info/index.php/og/article/view/57920>.

Stanly J. BARAN & Dennis k. Davis, (1995) “ **Mass Communication Theory Foundations & Future ferment** “ USA : Wads Wrath , Publishing Company , .

Steinberg, Edo. and Fox, Julia. (2017) “Effect of Jon Stewart’s Daily Show Media Critiques on Declining Public Trust in News Media” Paper presented at the annual meeting of the **AEJMC**, Chicago Marriott Downtown Magnificent Mile, Chicago, IL, Aug 09.

http://www.ozkorallah .met / Subject / asp ? Hit & lang – ar * patent – id = 488 Sub .id = 1066

<http://drepository.asu.edu.eg/xmlui/>

Kim, Yong–Chan. and Jung, Joo–Young. (2014) “SNS Dependency and Community Engagement: From a Media System Dependency Theory Perspective” Paper presented at the annual meeting of the **International Communication Association** 64th Annual Conference, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington, May 21.

(46) Lin, Carolyn A, & Lagoe, Carolyn.(2011). Pandemic communication: Health Cognition, Behavior and Information Dependency, Paper presented, **Annual Conference of the International communication Association**, Boston

Men, Linjuan Rita. and Tsai, Wanhsiu Sunny.(2013) “Public Engagement with Companies on Social Network Sites: A Cross–Cultural Comparison of China and the United States” Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in **Journalism and Mass Communication**, Renaissance Hotel, Washington DC, Aug 08.

Muchtar, Nurhaya. and Ritchey, Jeffrey. (2013) “Preaching, Community, and Convergence: The Use of Media and New