أثر التعرض للبرامج الدينية على اتجاهات الجمهور
نحو الأسرة وقضاياها .. دراسة ميدانية

إعداد

د / جيهان سيد أحمد يحي

المدرس بقسم الإذاعة والتليفزيون

بكلية الدراسات الإسلامية والعربية

جامعة الأزهر

اصدار ديسمبر لسنة 2016

شعبة النشر والخدمات المعلوماتية

أثر التعرض للبرامج الدينية على اتجاهات الجمهور

نحو الأسرة وقضاياها .. دراسة ميدانية

مقدمة:

باتت القنوات الفضائية الدينية تؤدي دوراً محورياً في تشكيل توجهات الرأي العام في منطقة الشرق الأوسط وغيرها منذ أوساط تسعينيات القرن العشرين. ولقد تزايدت أعداد هذه القنوات بشكل سريع في غضون أقل من عشرين عاماً، وفيما كان

من الصعب العثور على قناة دينية واحدة قبل عقدين من الزمن صار عددها حالياً يربو على خمسمائة قناة. وبينما يركّزالعديد من الفضائيات العامة نشاطه على الأخبار، فإن عدداً كبيراً منها معنيّ بالترفيه أو بالقضايا الدينية أيضاً[1].

تزداد أهمية الإعلام الديني في ظل المتغيرات المجتمعية التي تحدث في الفترات الأخيرة من أجل الإصلاح والتطوير في الخطاب الإعلامي الديني بهدف التأكيد على أهمية صيانة المجتمع وحمايته، وبناءً على ذلك فقد ظهرت قنوات فضائية دينية إسلامية تقدم العديد من البرامج متنوعة الأشكال والمضمون تتعامل مع صحيح الدين في الجوانب العقدية والعبادات والسلوك الإسلامي السوي الصحيح والسليم من خلال علماء متخصصين، لتوضيح الكثير من الغموض والإشكاليات في تعاملات المسلمين اليومية، والحفاظ على الهوية الثقافية الدينية الإسلامية، حيث إن الاهتمام بالقضايا الدينية في الفضائيات الإسلامية هو نابع من أهمية التليفزيون الذي يُعد أحد أهم الوسائل التي يفضلها الجمهور في مناقشتها للقضايا الدينية، نظراً لدورها في الارتقاء بحياة الفرد والمجتمع من خلال توضيح وصياغة المفاهيم الدينية الصحيحة[2].

وتأتي البرامج الدينية وبرامج الإفتاء الشرعية في قائمة أولويات كثير من القنوات الفضائية العربية لاجتذاب المشاهد العربي، فكثير من القنوات الفضائية العربية - أيًا كانت اهتماماتها وأهدافها - تحرص على تقديم برامج دينية تجيب عن أسئلة المشاهدين واستفساراتهم، وتوضح لهم أمور دينهم ودنياهم، كما تناقش في الوقت نفسه هموم الناس وقضاياهم في إطار الشريعة الإسلامية مستضيفة في ذلك مجموعة من العلماء والمفكرين وطلبة العلم في العالم الإسلامي.

وقد ساهم التغير الحضاري الذي شهدته المجتمعات العربية والإسلامية في ظهور العديد من القضايا والمشكلات التي تعاني منها الأسرة العربية بشكل عام والمصرية على وجه الخصوص، وهو ما أدى إلى تأثر مكانة الأسرة باعتبارها من أهم المؤسسات الاجتماعية والتعليمية في المجتمع ومن أبرز مؤسسات التنشئة الاجتماعية حيث تعمل على إحياء الثقافة الوطنية وربطها بمجتمعها[3].

وقد أجرت الباحثة هذه الدراسة من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري في ثلاث محافظات لرصد مدى ودوافع اعتمادهم على البرامج الدينية في متابعة قضايا الأسرة والتأثير الذي تحدثه هذه البرامج على معارف واتجاهات الجمهور، ومن هنا تتجلى الأهمية الكبيرة لإجراء هذه الدراسة كأساس علمي لإجراء مزيد من الدراسات حول البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية وتأثيراتها على الجمهور.

الدراسات السابقة:

تسعى عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي للوقوف على الجوانب النظرية، والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها، بما يؤدي إلى إثراء البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة، وقد قامت الباحثة بمراجعة الدراسات السابقة في مجال دراستها وتم ترتيبها ترتيباً زمنياً من الأحدث إلى الأقدم:

1. دراسة أسماء السيد حسين (2015) [4].
تهدف الدراسه الى معرف مدي مشاهدة الجمهور عينه الدراسه للدعاه الجدد فى الفضائيات العربيه ومعرفة مدى مشاهدة النخب الدينيه للدعاه الجدد فى الفضائيات العربيه وتوضيح اتجاهات النخب الدينيه نحو موضوعات وقضايا حطاب الدعاه الجدد فى الفضائيات العربيه. وكشفت نتائج الدراسة عن تزايد معدل متابعة برامج الدعاة الجدد بالفضائيات العربية لدى النخبة أكثر منه لدى الجمهور عكس ما يتوقعه الكثيرون. كما اظهرت النتائج ان هناك آثار إيجابية عديدة لمتابعة المصريين للدعاة الجدد، تأتى فى مقدمتها شغل أوقات الفراغ بما يفيد، والإقبال على الأعمال الخيرية، وتحسين العلاقات الاجتماعية وخاصة مع الأرحام، والإقلاع عن بعض العادات السيئة، وكبح الغرائز والإقبال على الحجاب حتى لو كان حجاب الموضة.

2. دراسة محمد بن فهد الجبير (2015) [5].
استهدفت الدراسة التعرف على درجة اعتماد طلاب كليات العلوم الإنسانية في جامعتي الإمام محمد بن سعود الإسلامية والملك سعود على البرامج الدينية في القنوات الفضائية للحصول على المعلومات الشرعية، وقدرة هذه البرامج على إمدادهم بالعلم الشرعي. وأسفرت نتائج الدراسة الميدانية عن أن أفراد عينة الدراسة يعتمدون على البرامج الدينية في الفضائية العربية في الحصول على العلم الشرعي بدرجة كبيرة، وأنهم يرون أن مستوى إمداد البرامج الدينية لهم بالعلم الشرعي عال. وأشارت النتائج إلى أن أكثر البرامج متابعة هي برامج الإفتاء، وأن أكثر القنوات متابعة هي قناة المجد، ولم تسفر النتائج عن وجود فروق بين الطلاب في متابعة البرامج تبع المتغيرات السن والتخصص والدخل.

3. دراسة زينب محمد حامد حسن (2013) [6].
التعرف على رأى شريحة من الجمهور المصري المتابع لبرامج (الإفتاء) والتعرف على دوافعه للتعرض لها وتأثير تلك البرامج على فهمه ومعرفته لأحكام الشريعة الإسلامية بطريقة صحيحة وتطبيق تلك الفتاوى فى حياته اليومية. وأظهرت النتائج أن الغالبية73% يرون أن الفتاوي الدينية تساهم بشكل دائم في تغيير سلوكيات الفرد المسلم للأفضل, وأعلن62% عن إعتقادهم بأن برامج الفتاوي الدينية تستطيع دائما تغيير اتجاهاتهم نحو قضايا معينة, وقد تصدرت القضايا الاجتماعية أهم الموضوعات التي يتابعها أفراد العينة في برامج الفتاوي الدينية علي الفضائيات وفي مقدمتها عقوق الوالدين ثم تفرقة في معاملة الأبناء والإنفاق علي الأبناء ثم الطلاق تليها الخلافات الزوجية وحقوق الجار في الإسلام والميراث الشرعي والزواج الثاني والمصاهرة, كما تؤكد الغالبية علي أن ظاهرة كثرة الفتاوي الدينية وتضاربها تؤثر دائما علي سلوك الأفراد في الأمور الحياتية بنسبة بلغت46.9%.

4. دراسة سهى فوزي أحمد (2012) [7].
هدفت الدراسة الى التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على القنوات الفضائية الاسلامية لتزويدهم بالمعرفة الدينية ودراسة التاثير المعرفي لتلك القنوات وذلك بربطه بعدد من المتغيرات خاصة بالرسالة الإعلامية والجمهور. وتوصلت

النتائج إلى ان القنوات الفضائية الاسلامية من اهم المصادر التي يعتمد عليها الجمهور المصري عينة الدراسة للحصول على المعرفة الدينية، وأن هناك علاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة بين اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية الاسلامية ومستوى المعرفة الدينية لديهم، كما اشارت النتائج الى وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة بين دوافع الاعتماد على القنوات الفضائية الاسلامية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد

5. دراسة محمود حسن اسماعيل وآخرون (2011) [8].

يهدف البحث إلى التعرف على مدى متابعة المراهقين للبرامج الدينية المقدمة بالقنوات الإسلامية ومظاهر الإستفادة من برامج هذه القنوات. ومن أهم النتائج: إرتفاع مشاهدة المبحوثينُ للقنوات الدينية الإسلامية الدتخصصة. وأظهرت النتائج وجود علاقة دالة إحصائيا بين نوع المبحوثينُ (الذكور والإناث) ومدى إستفادتهم من مشاهدة البرامج الدينية بالقنوات الفضائية الدينية لصالح الإناث.

6. دراسة جيهان يحيى (2011) [9].

تسعى هذه الدراسة إلى رصد وتحليل معالجة قضايا الأسرة في البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بمعارف واتجاهات الجمهور المصري نحوها. ومن أهم نتائجها أن أغلب المبحوثين (61.5%) يحصلون على المعلومات والمعارف الدينية عن قضايا الأسرة من البرامج الدينية أحياناً، في حين يحصل (27.5%) من المبحوثين على هذه المعلومات دائماً، مقابل (10.5%) من المبحوثين يحصلون على هذه المعلومات نادراً.

7. دراسة ابراهيم عبدالله (2011) [10].

هدفت الدراسة الى التعرف على عادات أنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية خصوصا قناة الرسالة الفضائية، وهدفت ايضاً الى تقييم طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الاسلامية. وقد توصلت الدراسة الى ما يلي ان الهدف الابرز للطلبة من المشاهدة هو التوعية الدينية ، ثم كسب الحسنات، وان دوافع الطلبة من المشاهدة هو سماع القران الكريم ومعرفة اسلوب الدعوة من الدعاة، ثم الهدايا والمعلومات المفيدة.، كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة احصائية في مكان مشاهدة التلفاز " قناة الرسالة" في المنزل، وعدد ساعات مشاهدة التليفزيون يوميا" من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات" عزى لمتغير الجنس ولصالح الاناث.

8. دراسة ناصر بن عبد الرحمن الهزاني (2009) [11].

استهدفت الدراسة التعرف على استخدامات الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية ومدى الإشباع الذي تحققه. **وكانت أهم نتائج الدراسة على النحو التالي:** جاءت نسبة من يشاهدون برامج الإفتاء قليلاً في المرتبة الأولى حيث بلغت 38.5% ، كما جاءت برامج الإفتاء في المرتبة الأولى بين المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على الفتوى. وكان دافع (معرفة الأحكام الشرعية في القضايا التي أحتاجها) أحد أهم الدوافع التي جعلت نسبة كبيرة من عينية الدراسة يهتمون ببرامج الإفتاء ومتابعتها، تلاه دافع "الحرص على أن تكون قيمي وسلوكي متوافقة مع تعاليم الدين).

9. دراسة أزادارماكى Azadarmaki (2008) [12].
حول "التليفزيون والإعلام الدينى والعلاقة العاكسة بين الأسرة والحكومة والدين فى إيران" ويكمن الهدف الأساسي لهذه الدراسة فى ضبط دور التليفزيون والإعلام القومى فى إيران وأن يكون مرآة عاكسة للرباط الإجتماعى بين الأسرة والدين والحكومة ، وتلقى الدراسة الضوء على دور الإعلام الدينى متمثلا فى التليفزيون فى تقديم الحكومة والمؤسسات الأسرية كأمور لها علاقة بالدين، وهل لهذه البرامج الدينية جمهور حاشد؟. وهل يمثل التليفزيون أداة إعلامية تؤثر فى الترابط الاجتماعى وتحويل الطاقات والمعلومات من والى أخر؟
ومن أهم النتائج التى توصلت اليها الدراسة - على الرغم من التأثير والكفاءة للإعلام التليفزيونى فى إيران فى صبغ المجتمع بالصبغة الدينية، فأن وجود بعض المؤسسات الأخرى لم يعد ضروريا. - إن الاتجاه الأساسى لهذه الدراسة هو توضيح امتداد الحداثة فى المجتمع الإيراني من الأسرة إلى الحكومة والمدرسة.
10.دراسة خالد أحمد عبد الجواد (2008) [13].
تهدف الدراسة برصد دوافع استخدامات ربة المنزل المصرية للقنوات الفضائية الدينية والتأكد من الإشباعات التي تتحقق لها من جراء هذا الاستخدام، ومن أهم النتائج الدراسة:- تبين أن ١٨,٧% من إجمالي إجابات ربات المنازل في القاهرة يشاهدن القنوات الدينية لموضوعاتها الجيدة متصدراً دوافع مشاهدتهن. - جاءت قناة الناس في الترتيب الأول للفئة العمرية من ٢٠ - أقل من ٣٠ لربات المنازل بالقاهرة، ونفس الترتيب للفئة العمرية من ٣٠ - أقل من ٤٠ سنة، بينما احتلت قناة الرسالة الترتيب الأول للفئة العمرية من ٤٠ - أقل من ٥٠ سنة في حين جاءت قناة الرسالة في الترتيب الأول للفئة العمرية ٢٠ - أقل من ٣٠ بالزقازيق يليها قناة الناس ثم قناة اقرأ.
11.دراسة نهى حشيش (2008) [14].
استهدفت الدراسة التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي على القنوات الفضائية العربية الإسلامية كمصدر للحصول على المعلومات الدينية وعادات وأنماط مشاهدته لها.**وكانت أهم نتائج الدراسة على النحو التالي:** ارتفاع معدل مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية العربية الإسلامية بنسبة 97.1% بين المبحوثين، وجاء دافع الحصول على المعلومات واكتساب خبرات جديدة في مقدمة دوافع مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية العربية الإسلامية.
12.دراسة محمد عبد البديع السيد (2008) [15].
استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو المسئولية الإعلامية للقنوات الدينية الإسلامية، ورصد مقترحات النخبة المصرية لتطوير الأداء المهني للقنوات التليفزيونية الدينية. **وكانت أهم نتائج الدراسة على النحو التالي:** ترى النخبة عينة الدراسة أن القنوات الفضائية الدينية الإسلامية تقدم صورة الإسلام في هيئة رثة لا تجذب المسلمين أنفسهم فضلا عن غير المسلمين، كما أنها بعض هذه القنوات يرسخ الطائفية والمذهبية من خلال طبيعة الخطاب الذي يتم بثه والمواد المطروحة.
13.دراسة إيمان هزاع (2008) [16].

استهدفت الدراسة التعرف على حجم وأنماط مشاهدة الجمهور للقنوات الفضائية الإسلامية، ودور هذه القنوات في مواجهة الجمهور بالمعلومات والقضايا الدينية عند مواجهة أي مشكلة دينية، **وكانت أهم نتائج الدراسة على النحو التالي:** يشاهد نصف المبحوثين القنوات الفضائية الإسلامية أحيانا، ولكن ليس بصفة مستمرة. وتعتبر قناة اقرأ من أهم القنوات الفضائية التي يحرص الجمهور اليمني على مشاهدتها. كما اشارت النتائج الى وجود علاقة غير دالة بين الذكور والإناث في معدل مشاهدتهم للبرامج في القنوات الفضائية الإسلامية وفي المضامين التي يحرصون على مشاهدتها في هذه القنوات.

14.دراسة سهير صالح إبراهيم (2007) [17].

استهدفت الدراسة التعرف على معدلات تعرض الجمهور للفضائيات الدينية الإسلامية، والوقوف على دوافع وتأثيرات اعتماد الجمهور عليها في الحصول على الثقافة الدينية. **وكانت أهم نتائج الدراسة :** وجود علاقة ارتباطية دالة بين معدلات تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية الإسلامية ودوافع وتأثيرات اعتمادهم عليها. كما لم يثبت وجود علاقة ارتباطية بين اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية الإسلامية كمصدر للمعلومات الدينية ومستويات المعرفة الدينية لديهم.

15.دراسة محمد غريب (2005) [18].

تهدف الدراسة إلى اختبار العلاقة بين دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية فى التثقيف الدينى وإدراك طلاب الجامعات للقيم والموضوعات الدينية المقدمة بهذه القنوات مع دراسة المتغيرات والعوامل التى يمكن أن تؤثر على العلاقة بين المتغيرات. وكان أبرز النتائج وجود علاقة ارتباطية بين الذكور والإناث من حيث كثافة التعرض والحصول على المعلومات والقيم الدينية من مصادر الاتصال الشخصى. وكذلك وجود علاقة ايجابية بين كثافة المشاهدة وكل من النوع واستخدام مصادر المعلومات وإدراك القيم الدينية.

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد استعراض أهم الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة يمكن عرض الملاحظات التالية:

لم تهتم أغلب الدراسات السابقة ذات الصلة بالمضمون الديني في برامج الإذاعة والتليفزيون بدراسة تعاطي البرامج الدينية مع موضوعات محددة، ونزع أغلبها إلى دراسة المضمون الديني بشكل عام أو تأثيره على القيم أو المعرفة الدينية بشكل عام. مما يبرز أهمية دراسة الباحثة في الوقوف على طبيعة تأثرات البرامج الدينية والقضايا الخاصة بالأسرة التي تقدمها على اتجاهات الجمهور المصري نحو الأسرة وقضايا الأسرة المختلفة، خاصة أن هناك الكثير منها يحظى بمتابعة كبيرة في نطاق الوطن العربي بغض النظر عن تبعيتها.

تحديد مشكلة الدراسة:

تحددت مشكلة هذه الدراسة في رصد وتحليل دور البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو

قضايا الأسرة. وتم تحديد المشكلة البحثية في ضوء عدد من المعايير العلمية تمثلت فيما يلي:

أولاً: أسفر المسح الذي قامت به الباحثة للدراسات السابقة حول موضوع دراستها عن مجموعة من المؤشرات التالية:

- تعد المضامين الدينية من أكثر المواد الإعلامية التي يهتم بها الجمهور ويفضل التعرض لها للتعرف على أمور دينه في المسائل المختلفة التي تواجهه في حياته اليومية، كما ينجذب الجمهور لمقدمي البرامج الدينية من الشخصيات الشهيرة من علماء الدين والدعاة، وهو ما يشير إلى الدور الذي تؤديه هذه البرامج في حياة الجمهور والتأثير الذي تمارسه عليه وهو ما تحاول الباحثة قياسه في هذه الدراسة.
- اهتمت العديد من الدراسات السابقة بمضمون البرامج الدينية بشكل عام، في حين كانت الدراسات التي ركزت على قضايا الأسرة والعلاقة الوثيقة التي تربط قضايا الأسرة باتجاهات الجمهور قليلة، وهو ما أثار لدى الباحثة الاهتمام بدراسة تأثيرات قضايا الأسرة في البرامج الدينية على اتجاهات الجمهور.

ثانياً: يتابع معظم فئات الجمهور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية من جهة لحرصهم على التعرف على أمور دينهم، ومن جهة أخرى لشهرة القنوات الفضائية العربية واعتماد معظم الجماهير عليها في الوقت الحاضر، وهو ما يطرح العديد من التساؤلات حول طبيعة ومدى اعتماد الجمهور على البرامج الدينية والتأثيرات التي يمكن أن يحدثها اعتمادهم على هذه البرامج على مستوى المعارف والاتجاهات.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية هذه الدراسة فيما يلي:

1- تمثل دراسة البرامج الدينية أهمية فائقة في حياة أى مجتمع؛ نظراً لما يمثله الدين من مكانة كبيرة في المجتمعات بشكل عام والمجتمعات الإسلامية على وجه الخصوص، فهو الموجه الأساسي للجمهور نحو القيم الايجابية التي يقوم عليها المجتمع.

2- أهمية دراسة قضايا الأسرة نظراً لما تمثله الأسرة في المجتمع وكونها نواة هذا المجتمع وأحد أعمدته الرئيسية، وبالتالي فإن تسليط الضوء على القضايا والمشكلات التي تواجه الأسرة يعد أمراً بالغ الأهمية.

3- أهمية دراسة علاقة الجمهور المصري بالبرامج الدينية للتعرف على ملامح هذه العلاقة وهو ما يفيد القائمين على إنتاج هذه البرامج في تقديم ما يحتاجه الجمهور وتلبية كافة احتياجاته الإعلامية والدينية. فمثل هذه الدراسات تستهدف معرفة احتياجات الجمهور للبرامج الدينية وذلك لتطوير مستوى الرسالة الإعلامية والارتقاء بها شكلاً ومضموناً.

4- تتخذ الدراسة من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مدخل نظري لها.

5- أهمية قياس مستوى المعرفة الدينية بقضايا الأسرة لدى الجمهور المصري للوقوف على مدى الوعي الديني بقضايا الأسرة لدى الجمهور، للمساهمة في حل المشكلات التي تواجه الأسرة في المجتمع.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف أثر التعرض للبرامج الدينية على اتجاهات الجمهور نحو الأسرة ويتفرع عن هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية الآتية:

1. رصد الملامح العامة لتعرض الجمهور المصري للبرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية واعتمادهم عليها لمتابعة قضايا الأسرة.
2. قياس دور البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية في تشكيل معارف الجمهور المصري عن قضايا الأسرة واتجاهاتهم نحوها.

تساؤلات الدراسة:

1- ما مدى مشاهدة المبحوثين للبرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية؟
2- ما أسباب مشاهدة المبحوثين للبرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية؟
3- ما القنوات الفضائية العربية التي يشاهد المبحوثون البرامج الدينية من خلالها؟
4- ما مدى اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية للحصول على المعرفة بقضايا الأسرة؟
5- ما مصادر المعلومات الدينية عن قضايا الأسرة لدى المبحوثين؟
6- ما البرامج الدينية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها بالقنوات الفضائية العربية؟
7- ما دوافع اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية؟
8- ما مدى تزود المبحوثين بالمعلومات عن قضايا الأسرة من البرامج الدينية؟
9- ما مدى تغيير البرامج الدينية لاتجاهات المبحوثين نحو قضايا الأسرة؟
10- ما تأثيرات اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية؟
11- ما مدى إلمام المبحوثين بقضايا الأسرة؟
12- ما طبيعة اتجاهات المبحوثين نحو معالجة البرامج الدينية لقضايا الأسرة؟

فروض الدراسة:

- **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية ودوافع هذا الاعتماد.
- **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مدى اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية وتأثيرات هذا الاعتماد.

نوع الدراسة:

تُعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تستهدف وصف المواقف أو الظواهر أو الأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها، بهدف تحديد الظاهرة أو الموقف أو

الحدث تحديداً دقيقاً ورسم صورة متكاملة لـه تتسم بالواقعية والدقة[19]. والظاهرة هنا تتمثل في اثر التعرض للبرامج الدينية على اتجاهات الجمهور نحو الأسرة.

مناهج الدراسة:

أ) منهج المسح:

استخدمت الباحثة منهج المسح Survey والذي يمثل الطريقة أو الأسلوب الذي يسمح باختبار فروض الدراسة واختبار العلاقات بين متغيراتها، والذي يعد جهداً علمياً منظماً يستهدف الحصول على البيانات وأوصاف الظواهر والأساليب التي اتبعت لمواجهة هذه الظاهرة ومعرفة كافة جوانبها المختلفة[20]. وتوظف الدراسة منهج المسح الإعلامي لدراسة اثر التعرض للبرامج الدينية على اتجاهات الجمهور نحو الأسرة.

مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور المصري العام، وتمثلت العينة المسحوبة من هذا المجتمع في عينة عشوائية بسيطة قوامها (420) مفردة من الجمهور المصري العام من محافظات (القاهرة، الغربية، المنيا).

أدوات جمع البيانات:

صحيفة الاستقصاء: وقامت الدراسة بتطبيق صحيفة الاستقصاء على الجمهور المصري عينة الدراسة، وتعرف صحيفة الاستقصاء بأنها أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استثارة المبحوثين بشكل منهجي، ومقنن لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها[21].

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها – بعد ترميزها – إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف بـ SPSS اختصاراً Statistical Package for the Social Sciences، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
2- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30، ومتوسطة ما بين 0.30 – 0.70، وقوية إذا زادت عن 0.70.

1) خصائص عينة الدراسة الميدانية:

تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور المصري العام، وتمثلت العينة المسحوبة من هذا المجتمع في عينة عشوائية بسيطة قوامها (420) مفردة من

الجمهور المصري العام من محافظات (القاهرة، الغربية، المنيا). وفيما يلي توضيح الباحثة خصائص وسمات هذه العينة وطرقة سحبها من المجتمع.

جدول رقم (1)

توزيع المبحوثين عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية

المتغيرات	الفئات	ك	%
النوع	ذكور	210	50
	إناث	210	50
السن	18 لأقل من 30 سنة	95	22.6
	30 لأقل من 40 سنة	117	27.9
	40 لأقل من 50 سنة	100	23.8
	50 فأكثر	108	25.7
المهنة	يعمل	306	72.9
	لا يعمل	114	27.1
نوع العمل	حكومي	111	36.3
	خاص	104	34
	حر	91	29.7
المستوى التعليمي	ثانوية عامة أو ما يعادلها	72	17.1
	جامعي	264	62.9
	فوق الجامعي	84	20
الحالة الاجتماعية	متزوج	304	72.4
	مطلق	15	3.6
	أرمل	24	5.7
	أعزب	77	18.3
المحافظة	القاهرة	140	33.3
	الغربية	140	33.3
	المنيا	140	33.3
المستوى الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	200	47.6
	متوسط	120	28.6
	مرتفع	100	23.8
إجمالي العينة		420	100

النتائج العامة للدراسة الميدانية :

1) مشاهدة المبحوثين للبرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية:

جدول رقم (2)

توزيع المبحوثين عينة الدراسة وفقاً لمشاهدة البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية

مشاهدة البرامج الدينية	ك	%

دائماً	192	45.7
أحياناً	161	38.3
نادراً	47	11.2
لا	20	4.8
المجموع	**420**	**100**

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- يشاهد أغلبية المبحوثين البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية، وقد جاء في المقدمة من يشاهدون البرامج الدينية دائماً بنسبة (45.7%)، ثم من يشاهدونها أحياناً بنسبة (38.3%)، يليهم من يشاهدون البرامج الدينية نادراً بنسبة (11.2%)، في حين بلغت نسبة من لا يشاهدون البرامج الدينية (4.8%).
- وتشير هذه النتيجة إلى ارتفاع نسبة مشاهدة البرامج الدينية المقدمة بالقنوات الفضائية العربية، فقد كانت نسبة عدم المشاهدة بنسبة ضئيلة هي (4.8%) مقابل نسبة المشاهدة التي بلغت (95.2%)، وقد طغت نسبة المشاهدة الدائمة للبرامج الدينية بالفضائيات العربية والتي تفوقت على المشاهدة أحياناً ونادراً، وهو ما يشير إلى أهمية البرامج الدينية ومكانتها لدى المشاهدين ومركزية دورها وارتباطها بحياة المواطنين اليومية.
- وتتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة نهى حشيش[22] التي أكدت ارتفاع نسبة مشاهدة البرامج الدينية بالقنوات الفضائية الإسلامية بنسبة (59.2%)، كما تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة محمد غريب[23] التي أكدت أن المشاهدة بشكل دائم للبرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية جاءت في المقدمة بنسبة (49.5%).

2) أسباب عدم مشاهدة المبحوثين للبرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية:

جدول رقم (3)
توزيع إجابات المبحوثين عينة الدراسة وفقاً لأسباب عدم مشاهدة البرامج الدينية بالفضائيات العربية

أسباب عدم المشاهدة	ك	%
ليس لدي وقت	4	2
عدم التجديد في أساليب تقديم البرامج	2	10
عدم توفر المصداقية	10	50
اختيار ضيوف وشخصيات غير مناسبة	2	10
كثرة الفتاوى وتناقضها	18	90
لدى اهتمامات أخرى	8	40
تناولها القضايا تقليدية متكررة وتجاهلها للقضايا العصرية	3	15
لا تعرض جميع الآراء ووجهات النظر	5	25
ن	**20**	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاءت أسباب عدم مشاهدة المبحوثين للبرامج الدينية المقدمة بالقنوات الفضائية العربية مرتبة كالتالي: كثرة الفتاوى وتناقضها بنسبة (90%)، عدم توافر المصداقية بنسبة (50%)، لدي اهتمامات أخرى بنسبة (40%)، لا تعرض جميع الآراء ووجهات النظر بنسبة (25%)، ليس لدي وقت بنسبة (20%)، تناولها لقضايا تقليدية مكررة وتجاهلها للقضايا العصرية بنسبة (15%)، وأخيراً كلاً من "عدم التجديد في أساليب تقديم البرامج" و"اختيار ضيوف وشخصيات غير مناسبة" بنسبة (10%) لكل منهما.
- وتشير هذه النتيجة إلى أن أكثر ما يصرف الجمهور عن مشاهدة البرامج الدينية كثرة الفتاوى وتناقضها، حيث يجد المشاهدين أنفسهم بين مجموعة من الفتاوى المتناقضة مما يصيبهم بالتشويش والتخبط وعدم وضوح الرؤية وهو ما يجعلهم ينصرفون عن المشاهدة بشكل كامل وهو ما أكدته دراسة أماني عبد الرءوف[24] التي أشارت إلى أن تضارب الفتاوى يؤدي لزعزعة الأمة الإسلامية وزيادة تفككها وتخبط المسلمين في السلوك العام.

3) أسباب مشاهدة المبحوثين للبرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية :

جدول رقم (4)
توزيع إجابات المبحوثين عينة الدراسة وفقاً لأسباب مشاهدة البرامج الدينية بالفضائيات العربية

أسباب المشاهدة	ك	%
الجرأة في تناول القضايا والموضوعات الدينية	62	15.5
الأسلوب المشوق والجذاب للبرامج	103	25.8
السماح بمشاركة الجمهور	171	42.8
تقديم وجهات نظر متعددة	150	37.5

استضافة العلماء والمتخصصين	212	53
تعدد القضايا التي تتناولها	143	35.8
تتناول القضايا بأسلوب غير متشدد	114	28.5
المصداقية	57	14.3
تتنوع الفقرات لملائمة احتياجات الأسرة	119	29.8
تقديم فتاوى عصرية	93	23.3
تفيدني في معرفة تجارب الآخرين	185	46.3
ن	**400**	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاءت أسباب مشاهدة المبحوثين للبرامج الدينية المذاعة بالقنوات الفضائية العربية مرتبة على النحو التالي: استضافة العلماء والمتخصصين بنسبة (53%) تفيدني في معرفة تجارب الآخرين بنسبة (46.3%)، السماح بمشاركة الجمهور بنسبة (42.8%)، تقدم وجهات نظر متعددة بنسبة (37.5%)، تعدد القضايا التي تتناولها بنسبة (35.8%)، تتنوع الفقرات لملائمة احتياجات الأسرة بنسبة (29.8%)، تتناول القضايا بأسلوب غير متشدد بنسبة (28.5)، الأسلوب المشوق والجذاب للبرامج بنسبة (25.8%)، تقدم فتاوى عصرية بنسبة (23.3%)، الجرأة في تناول القضايا بنسبة (15.5%)، المصداقية بنسبة (14.3%).
- وتشير هذه النتيجة إلى أن ما يجذب الجمهور لمشاهدة البرامج الدينية اعتمادها على العلماء والمتخصصين في الشئون الدينية نظراً لثقة الجمهور في علماء الدين والمشايخ المتخصصين والذين يثق بهم الجمهور ويأخذون عنهم شئون دينيهم دون تردد، هذا فضلاً عن شهرة علماء الدين وشعبيتهم وهو ما يجعل البرامج الدينية تستعين بهم ليكونوا ضيوفاً بها أو حتى ليقدموا هذه البرامج بأنفسهم، كما أن من أكثر أسباب مشاهدة المبحوثين لهذه البرامج تقديمها لتجارب الآخرين من منظور ديني للاقتداء بهم وتقديم العبر والدروس المستفادة.
- وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة سهير صالح[25] التي أشارت إلى أن من أهم أسباب مشاهدة القنوات الإسلامية تقديمها للمعلومات الدينية وتجارب الآخرين.

4) القنوات الفضائية العربية التي يشاهدها المبحوثون:

جدول رقم (5)

توزيع إجابات المبحوثين عينة الدراسة وفقاً لأهم القنوات الفضائية العربية التي يشاهدونها

القنوات	ك	%
دريم	281	70.3
المحور	218	54.5
الفضائية المصرية	48	12
اقرأ	202	50.5
الرسالة	115	28.5
النيل للأسرة والطفل	11	2.8
الفجر	20	5
المجد	94	23.5
الرحمة	171	42.8
الحياة	281	70.3
دبى	163	40.8
MBC1	109	27.3
الناس	213	53.3
الجزيرة	103	25.8
الفضائية السعودية	4	1
الأولى المصرية	102	25.5
ن	**400**	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاءت القنوات الفضائية العربية التي يحرص المبحوثون على متابعة برامجها الدينية مرتبة كالتالي: في المرتبة الأولى كلاً من الحياة، و دريم بنسبة (70.3%) لكل منهما، المحور بنسبة (54.5%)، الناس بنسبة (53.3%) اقرأ بنسبة (50.5%)، الرحمة بنسبة (42.8%)، الرسالة بنسبة (40.8%)، دبى بنسبة (28.5%)، MBC1 بنسبة (27.3%)، الجزيرة بنسبة (25.8%)، الأولى المصرية بنسبة (25.5%)، المجد بنسبة (23.5%)، الفضائية المصرية بنسبة (12%) الفجر بنسبة (5%)، النيل للأسرة والطفل بنسبة (2.8%)، الفضائية السعودية بنسبة (1%).
- وتشير هذه النتيجة إلى تفضيل المبحوثين للقنوات الفضائية المصرية على القنوات الفضائية العربية من جهة، وتصدر القنوات العامة وتفوقها على

القنوات الدينية المتخصصة وهو ما ترجعه الباحثة إلى شهرة القنوات الفضائية العامة لدى الجمهور المصري وهو ما يدفعه للانجذاب بالتبعية إلى برامجها الدينية، كما تشير هذه النتيجة إلى تفوق القنوات الخاصة على القنوات الحكومية نظراً لسقف الحرية الذي تتمتع به القنوات الخاصة.

- وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دارسة نهى حشيش[26] التي أكدت تصدر قنوات (الناس، المجد، اقرأ) على التوالي كأفضل القنوات التي يحرص المبحوثون على مشاهدتها.
- وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة محمد غريب[27] التي أشارت إلى ارتفاع نسبة مشاهدة قناتي (دريم والمحور) لدى المبحوثين.

5) درجة اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية في الحصول على المعرفة بقضايا الأسرة:

جدول رقم (6)
توزيع المبحوثين عينة الدراسة وفقاً لدرجة الاعتماد على البرامج الدينية في الحصول على المعرفة بقضايا الأسرة

درجة الاعتماد	ك	%
بدرجة كبيرة	115	28.8
بدرجة متوسطة	164	41
بدرجة محدودة	121	30.3
المجموع	**400**	**100**

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- تعتمد النسبة الأكبر من المبحوثين عينة الدراسة (41%) على البرامج الدينية بدرجة متوسطة، يليهم من يعتمدون على البرامج الدينية بدرجة محدودة بنسبة (30.3%)، وأخيراً من يعتمدون على البرامج الدينية بدرجة كبيرة بنسبة (28.8%).
- وتشير هذه النتيجة إلى أن معظم المبحوثين يعتمدون على البرامج الدينية إما بدرجة متوسطة أو بدرجة محدودة للحصول على المعرفة بقضايا الأسرة، وهو ما يشير إلى أن هناك مصادر أخرى يعتمد عليها المبحوثون للمعرفة بقضايا الأسرة مثل الانترنت والكتب الدينية، في حين كانت النسبة التي تعتمد على البرامج الدينية بدرجة كبيرة لمعرفة قضايا الأسرة ضئيلة نسبياً وهذه النسبة تشير إلى مجموعة المبحوثين الذين يفضلون البرامج الدينية كمصدر للمعلومات عن قضايا الأسرة.
- وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة إيمان هزاع [28] التي أكدت أن المبحوثين يعتمدون على البرامج الدينية بشكل متوسط.

6) مصادر استقاء المبحوثين للمعلومات الدينية عن قضايا الأسرة:

جدول رقم (7)

توزيع إجابات المبحوثين عينة الدراسة وفقاً لمصادر استقاء المعلومات الدينية عن قضايا الأسرة

المصادر	ك	%
القنوات الفضائية	316	79
الإذاعات الدينية	150	37.5
الكتب الدينية	255	63.8
الصحف والمجلات	74	18.5
الإنترنت	84	21
الأصدقاء والأقارب	87	21.8
المحاضرات والندوات الدينية	56	14
خطيب المسجد	122	30.5
أشرطة التسجيل	26	6.5
ن	**400**	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاءت المصادر التي يستقي منها المبحوثون المعلومات الدينية حول قضايا الأسرة مرتبة على النحو التالي: القنوات الفضائية بنسبة (79%)، الكتب الدينية بنسبة (63.8%)، الإذاعات الدينية بنسبة (37.5%)، خطيب المسجد بنسبة (30.5%)، الأصدقاء والأقارب بنسبة (21.8%)، الصحف والمجلات بنسبة (18.5%)، المحاضرات والندوات الدينية بنسبة (14%)، أشرطة التسجيل بنسبة (6.5%).
- وتشير هذه النتيجة إلى تفوق القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات الدينية حول قضايا الأسرة وهو ما يرجع إلى شهرتها من جهة وسهولة استخدامها للحصول على المعلومات وإن كان هذا المصدر يواجه منافسة من الكتب الدينية وهو ما قلل اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية بالفضائيات كما أوضحت الباحثة في الجدول السابق.

- وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة سهير صالح [29] التي أشارت إلى أن الفضائيات الإسلامية جاءت في مقدمة المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على معلوماتهم الدينية.

7) البرامج الدينية التي يشاهدها المبحوثون بالقنوات الفضائية العربية:

جدول رقم (8)
توزيع إجابات المبحوثين عينة الدراسة وفقاً للبرامج الدينية التي يشاهدونها بالقنوات الفضائية العربية

البرامج الدينية	ك	%
الدين والحياة	274	68.5
الحياة كلمة	188	47
المسلمون يتساءلون	198	49.5
النفس والحياة	142	35.5
آباء وأبناء	219	54.8
البيوت الآمنة	92	23
الكلم الطيب	26	6.5
جنتي	80	20
الشريعة والحياة	111	27.8
الموعظة الحسنة	263	65.8
آفاق إسلامية	3	0.8
مشكلات من الحياة	112	28
فقه المرأة	44	11
الأسرة السعيدة	155	38.8
ن	**400**	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاءت البرامج الدينية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها مرتبة كالتالي: الدين والحياة بنسبة (68.5%)، الموعظة الحسنة (65.8%)، آباء وأبناء (54.8%)، المسلمون يتساءلون (49.5%)، الحياة كلمة (47%)، الأسرة السعيدة (38.8%)، النفس والحياة (35.5%)، مشكلات من الحياة (28%)، الشريعة والحياة (27.8%)، البيوت الآمنة (13%)، جنتي (20%)، فقه المرأة (11%)، آفاق إسلامية (0.8%).
- وتشير هذه النتيجة إلى تفوق البرامج الدينية المذاعة على القنوات الفضائية المصرية الخاصة وهي: الدين والحياة (قناة الحياة)، الموعظة الحسنة (دريم) وهو ما يتسق مع نتيجة الجدول رقم (52) الخاص بالقنوات الفضائية التي يشاهدها المبحوثون.وتلاحظ الباحثة تفوق البرامج الدينية التي تعتمد على المشاهير لتقديمها إلى جانب اعتمادها على وسائل الجذب الفنية، في حين تأخرت مرتبة البرامج التي لا تعتمد على وسائل الجذب مثل برنامج فقه المرأة.

- وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة إيمان هزاع [30] التي أشارت إلى أن في مقدمة البرامج التي يفضل المبحوثون مشاهدتها (على خطى الحبيب، قبل أن تحاسبوا، صناع الحياة).

8) دوافع اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية في معرفة قضايا الأسرة :

جدول رقم (9)

توزيع إجابات المبحوثين عينة الدراسة وفقاً لدوافع اعتمادهم على البرامج الدينية في معرفة قضايا الأسرة(*)

دوافع الاعتماد	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي
	ك	%	ك	%	ك	%	
جرأة وعمق معالجة قضايا الأسرة من الناحية الدينية	213	53.3	154	38.5	33	8.3	2.45
مصدر موثوق فيه لمعرفة معلومات دينية مرتبطة بالحياة	208	52	143	35.8	49	12.3	2.39
لها مواعيد إعادة ثابتة يمكن الرجوع إليها	213	53.3	165	41.3	19	4.8	2.63
لها مواقع على الإنترنت	206	51.5	178	44.5	16	4	2.47
إيقاع سريع وتعامل عصري مع القضايا التي تهم الأسرة	181	45.3	179	44.8	40	10	2.35
الاستفادة من تجارب الآخرين من خلال تلقي أسئلة الجمهور والرد عليها	336	84	49	12.3	15	3.8	2.80
عدد هائل من المشايخ على اختلاف المذاهب الفقهية يستميل أنواع عديدة من الجمهور	240	60	98	24.5	62	15.5	2.44
تساهم في حل المشكلات التي تواجهني	205	51.3	154	38.5	41	10.3	2.41
لثقتي في القناة التي يقدم بها البرنامج	168	42	175	43.8	57	14.3	2.27
المواضع مشتملة على العقائد والعبادات والمعاملات	282	70.5	107	26.8	11	2.8	2.67

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاءت دوافع اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على البرامج الدينية في معرفة قضايا الأسرة مرتبة وفقاً للمتوسط الحساب لكل دافع كالتالي: الاستفادة من تجارب الآخرين من خلال تلقي أسئلة الجمهور والرد عليها (2.80)، المواضيع مشتملة على العقائد والعبادات والمعاملات (2.67)، لها مواعيد إعادة ثابتة يمكن الرجوع إليها (2.63)، لها مواقع على الإنترنت (2.47)، جرأة وعمق معالجة قضايا الأسرة من الناحية الدينية (2.45)، عدد هائل من المشايخ على اختلاف المذاهب الفقهية (2.44)، تساهم في حل المشكلات التي تواجهني (2.41) مصدر موثوق فيه لمعرفة معلومات دينية مرتبطة بالحياة (2.39)، إيقاع سريع وتعامل عصري مع القضايا التي تهم الأسرة (2.35) لثقتي في القناة التي يقدم بها البرنامج (2.27).
- تشير هذه النتيجة إلى اهتمام الجمهور بالاستفادة من تجارب الآخرين من خلال الأسئلة التي ترد إلى البرنامج من أفراد آخرين، ففي كثير من الأحيان يخشى بعض أفراد الجمهور من طرح القضايا التي تمس حياتهم على البرامج ولهذا فإنهم ينتظرون أن يطرحها غيرهم، كما أن هذا الأمر يشعرهم بأن غيرهم يواجهون مشكلات في الحياة مثلهم وهو ما يحدث لديهم نوعاً من المشاركة العاطفية، كما أن من أكثر ما يجذب الجمهور للبرامج الدينية اشتمالها على موضوعات متنوعة كالعبادات والمعاملات والعقائد وهي المجالات التي تغطي اهتمامات الجمهور عادة بشأن معرفته المعلومات الدينية.
- وتختلف هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة أماني عبد الرءوف محمد [31] التي أشارت إلى أن أكثر ما يدفع الجمهور لمشاهدة القنوات الإسلامية جرأة وعمق المعالجة للقضايا الحياتية من الناحية الدينية.
- وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه الدراسات المختلفة [32] الخاصة بالتعرض للقنوات الفضائية عموماً من تفوق الدوافع الخاصة بالحصول على المعلومات والمعرفة وخلفيات الأحداث.

9) تزود المبحوثين بالمعلومات والمعارف الدينية حول قضايا الأسرة من البرامج الدينية:

جدول رقم (10)

توزيع المبحوثين عينة الدراسة وفقاً لتزودهم بالمعلومات والمعارف الدينية حول قضايا الأسرة من البرامج الدينية

التزود بالمعلومات	ك	%
دائماً	110	27.5
أحياناً	246	61.5
نادراً	44	10.5
المجموع	**400**	**100**

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- يحصل أغلب المبحوثين (61.5%) على المعلومات والمعارف الدينية عن قضايا الأسرة من البرامج الدينية أحياناً، في حين يحصل (27.5%) من المبحوثين على هذه المعلومات دائماً، مقابل (10.5%) من المبحوثين يحصلون على هذه المعلومات نادراً.
- وتشير هذه النتيجة إلى أن معظم المبحوثين لا يحصلون على المعلومات عن قضايا الأسرة من البرامج الدينية بشكل دائم وهو ما يمكن إرجاعه إلى عدم تناول البرامج الدينية لقضايا الأسرة في بعض حلقاتها إلى جانب كثرة الفتاوى وتضاربها بما يؤدي إلى صعوبة حصول الجمهور على المعلومات عن هذه القضايا.
- وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة إيمان هزاع [33] التي أشارت إلى انخفاض نسبة حصول الجمهور على المعلومات الدينية من برامج القنوات الإسلامية والتي بلغت (40.1%) فقط مقابل (59.9%) لا يحصلون على المعلومات منها.

10) تغيير اتجاهات المبحوثين نحو قضايا الأسرة نتيجة تعرضهم للبرامج الدينية:

جدول رقم (11)
توزيع المبحوثين عينة الدراسة وفقاً لتغير اتجاهاتهم نحو قضايا الأسرة نتيجة تعرضهم للبرامج الدينية

تغير الاتجاه	ك	%
دائماً	48	12
أحياناً	284	71
نادراً	62	15.5
لا	6	1.5
المجموع	**400**	**100**

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- أفاد معظم المبحوثين عينة الدراسة (71%) أن التعرض للبرامج الدينية غير اتجاهاتهم نحو قضايا الأسرة أحياناً، في حين أكد (15.5%) منهم أن هذا التغيير كان نادراً، وأكد (12%) منهم أن التغيير يأتي دائماً، مقابل (1.5%) من المبحوثين لم تغير البرامج الدينية اتجاهاتهم نحو قضايا الأسرة مطلقاً.
- ويشير ذلك إلى أن قدرة البرامج الدينية على تغيير اتجاهات الجمهور نحو قضايا الأسرة هي قدرة متوسطة، وذلك بالنظر إلى صعوبة تغيير اتجاهات الجمهور بشكل عام نظراً لرسوخ الاتجاه وقوته وخاصة كلما تقدم الجمهور في السن.
- وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة محمد غريب [34] التي أكدت أيضاً أن قدرة البرامج الدينية على تغيير اتجاهات الجمهور نحو القضايا المختلفة متوسطة وذلك بالنظر إلى نسبة تغير اتجاهات المحبوثين.

11) تأثيرات اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية:

جدول رقم (12)

توزيع إجابات المبحوثين عينة الدراسة وفقاً لتأثيرات اعتمادهم على البرامج الدينية(*)

التأثيرات	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي
	ك	%	ك	%	ك	%	
تطلعني على الكير من المعلومات الدينية	269	67.3	115	28.8	16	4	2.63
تزدوني بمعلومات في قضايا الأسرة	281	70.3	109	27.3	10	2.5	2.67
تغير نم اتجاهاتي نحو قضايا الأسرة	127	31.8	176	44	97	24.3	2.07
جعلتني أكثر رغبة في المزيد من المشاهدة	166	41.5	187	46.8	47	11.8	2.29
زيادة الوعي بمجريات الأمور الدينية	289	72.3	97	24.3	14	3.5	2.68
تمدني بمعلومات تساعدي في مناقشتي مع الآخرين	260	65	111	27.8	29	7.3	2.57
تقلل من شعوري بالملل	131	32.8	184	46	85	21.3	2.11
تثير لدي شعور بالاهتمام بقضايا الأسرة	175	43.8	160	40	65	16.3	2.27
تغير مشاعري السلبية نحو بعض مشكلات الحياة	191	47.8	161	40.3	48	12	2.35
تجعلني أشعر بالغضب تجاه أوضاع بعض الأسر	154	38.5	168	42	78	19.5	2.19
تزيد مشاعري الإيجابية نحو مجتمعي	208	52	154	38.5	38	9.5	2.42
غيرت من سلوكياتي السلبية	183	45.8	160	40	57	14.3	2.31
أصبحت أكثر قدرة على اتخاذ قرارات صائبة	198	49.5	140	35	62	15.5	2.34
تعلمت منها احترام الرأي والرأي الآخر	261	65.3	101	25.3	38	9.5	2.55
تثير لدي الرغبة في المشاركة في البرامج	190	47.5	132	33	78	19.5	2.28

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاءت تأثيرات اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية مرتبة وفقاً للمتوسط الحسابي لموقف المبحوثين من العبارة على النحو التالي: زيادة الوعي

بمجريات الأمور الدينية (2.68)، تزودني بمعلومات عن قضايا الأسرة (2.67)، تطلعني على الكثير من المعلومات الدينية (2.63)، تمدني بمعلومات تساعدني في مناقشتي مع الآخرين (2.57)، تعلمت منها احترام الرأي والرأي الآخر (2.55)، تزيد مشاعري الإيجابية نحو مجتمعي (2.42)، تغير مشاعري السلبية نحو بعض مشكلات الحياة (2.35)، أصبحت أكثر قدرة على اتخاذ قرارات صائبة (2.34) غيرت من سلوكيات السلبية (2.31) جعلتني أكثر رغبة في المزيد من المشاهدة (2.29)، تثير لدي الرغبة في المشاركة في البرامج (2.28)، تجعلني أشعر بالغضب تجاه أوضاع بعض الأسر (2.19)، تقلل من شعوري بالملل (2.11)، تغير من اتجاهاتي نحو قضايا الأسرة (2.07).

- وتشير هذه النتيجة إلى تصدر التأثيرات المعرفية للاعتماد على البرامج الدينية على غيرها من التأثيرات الوجدانية والسلوكية وهو ما يؤكد أن المبحوثين يهتمون بالحصول على المعلومات والمعارف الدينية بشكل أكبر بما يعني أن البرامج الدينية تحقق لدى جمهورها حاجتهم لمزيد من المعلومات والمعرفة حول الشئون الدينية وما يرتبط بها من أحكام دينية في المسائل الحياتية المختلفة وهو ما يتسق مع ما أشارت إليه أدبيات الإعلام من صعوبة تغير الاتجاه والسلوك لدى الجمهور.
- وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أماني عبد الرءوف[35] التي أكدت أيضاً تفوق التأثيرات المعرفية على كل من التأثيرات الوجدانية والسلوكية للاعتماد على البرامج الدينية.

12) مدى إلمام المبحوثين بقضايا الأسرة المطروحة في البرامج الدينية:

جدول رقم (13)
توزيع إجابات المبحوثين عينة الدراسة وفقاً لمدى إلمامهم بقضايا الأسرة المطروحة في البرامج الدينية(*)

القضايا	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة ضعيفة		المتوسط الحسابي
	ك	%	ك	%	ك	%	
الزواج	259	64.8	109	27.3	32	8	2.56
الطلاق	265	6.3	107	26.8	28	7	2.59
النفقة	189	47.3	148	37	63	15.8	2.31
الخلع	183	45.8	148	37	69	17.3	2.28
الميراث للزوجة	235	58.	96	24	69	17.	2.41

	3				8		
2.80	3	12	14	56	83	332	**تربية الأبناء**
2.39	13	52	34.8	139	52.3	209	**الخيانة الزوجية**
2.26	20.3	81	33	132	46.8	187	**الحضانة**
2.24	19.8	79	35.8	143	44.5	178	**رؤية الأولاد**
2.13	27	108	32.3	129	40.8	163	**سفر الزوجة**
1.60	54.3	217	30.8	123	15	60	**قانون الجنسية**
2.19	24	96	33	132	43	172	**الإجهاض**
2.44	12.3	49	31	124	56.8	227	**الختان**
2.03	34	136	28.5	114	37.5	150	**القوامة**
2.05	28.5	114	37.8	151	33.8	135	**تولي المناصب**
2.51	13.5	54	21.3	85	65.3	261	**البطالة**

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاءت قضايا الأسرة المطروحة في البرامج الدينية وفقاً للمتوسط الحسابي لمدى إلمام المبحوثين بها مرتبة على النحو التالي: تربية الأبناء (2.80)، الطلاق (2.59)، الزواج (2.56)، البطالة (2.51)، الختان (2.44)، الميراث للزوجة (2.41)، الخيانة الزوجية (2.39)، النفقة (2.31)، الخلع (2.28)، الحضانة (2.26)، رؤية الأولاد (2.24)، الإجهاض (2.19)، سفر الزوجة (2.13)، تولي المناصب القيادية للمرأة (2.05)، القوامة (2.03)، قانون الجنسية (1.60).
- وتشير هذه النتيجة إلى أن المبحوثين يهتمون بالقضايا الأسرية التي تمس مصالحهم وأوضاعهم المعيشية والحياتية وبالتالي فإنهم يكونوا على دراية أكبر بهذه القضايا لأنها ترتبط بشكل مباشر بأوضاع حياتهم، ولهذا كان في مقدمة القضايا التي أكد المبحوثون أنهم على دراية بها قضايا تربية الأبناء والزواج والطلاق والبطالة وهي قضايا تهم كل الأسر المصرية وتهدد استقرارها ومستقبلها، ولهذا فإنهم يهتمون بمتابعة البرامج الدينية لمعرفة المزيد من المعلومات عن هذه القضايا ومعرفة موقف الدين الإسلامي منها وسبل حلها من منطلق إسلامي.
- وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة إيمان هزاع[36] التي أكدت أيضاً أن قضايا مثل الزواج بأنواعه في مقدمة القضايا التي يهتم بها الجمهور وبالتالي يكون ملماً بها.

13) اتجاهات المبحوثين نحو قضايا الأسرة كما تعكسها البرامج الدينية:

جدول رقم (14)
توزيع إجابات المبحوثين عينة الدراسة وفقاً لاتجاهاتهم نحو قضايا الأسرة كما تعكسها البرامج الدينية(*)

العبـــارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي
	ك	%	ك	%	ك	%	
تتأثر أفكاري بما تعرضه البرامج الدينية حول قضايا الأسرة	214	53.5	157	39.3	29	7.3	2.46
اتخذ نفس موقف هذه البرامج في بعض قضايا الأسرة	158	39.5	174	43.5	68	17	2.22
أنصح المحيطين بي باتخاذ نفس آراء البرامج الدينية حول قضايا الأسرة	123	30.8	202	50.5	75	18.8	2.12
تعرض البرامج الدينية قضايا الأسرة بموضوعية	192	48	164	41	44	11	2.37
تتأثر طريقة عرض القضايا بآراء مقدمي البرامج	197	49.3	99	24.8	104	26	2.23
بعض القضايا لا يتم مناقشتها باستفاضة في البرامج الدينية	208	52	128	32	64	16	2.36
غيرت البرامج من بعض اتجاهاتي نحو قضايا الأسرة	197	49.3	122	30.5	81	20.3	2.29
تعاملت البرامج الدينية مع قضايا الأسرة بشكل إيجابي	232	58	128	32	40	10	2.48
قضايا الأسرة تمت معالجتها بشكل متشدد	69	17.3	129	32.3	202	50.5	2.66
تباين الآراء حول بعض القضايا يشوش أرائي	224	56	77	19.3	99	24.8	2.31
تم عرض القضايا ببساطة ووضوح	234	58.5	127	31.8	39	9.8	2.48
مشاهدتي لهذه البرامج جعلني أتعايش مع هموم بعض الأسر	285	71.3	94	23.5	21	5.3	2.66
مشاهدتي لهذه البرامج ساعدني على تأكيد آرائي حول بعض قضايا الأسرة	294	73.5	85	21.3	21	5.3	2.68
ساعدت البرامج الدينية على فهمي للآراء المختلفة لقضايا الأسرة واتخاذ الصحيح منها	297	74.3	84	21	19	4.8	2.69
أثرت البرامج الدينية معلوماتي عن القضايا التي تهم الأسرة	270	67.5	120	30	10	2.5	2.65

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاءت اتجاهات المبحوثين نحو قضايا الأسرة كما تعكسها البرامج الدينية مرتبة وفقاً للمتوسط الحسابي للعبارة على النحو التالي: ساعدت البرامج الدينية على فهمي لـلآراء المختلفة لقضايا الأسرة واتخاذ الصحيح منها (2.69)، مشاهدتي لهذه البرامج ساعدني على تأكيد آرائي حول بعض قضايا الأسرة (2.68)، مشاهدتي لهذه البرامج جعلني أتعايش مع هموم الأسرة (2.66)، أثرت البرامج الدينية معلوماتي عن القضايا التي تهم الأسرة (2.65)، كلاً من تعاملت البرامج الدينية مع قضايا الأسرة بشكل إيجابي وتم عرض القضايا ببساطة ووضوح (2.48)، تتأثر أفكاري بما تعرضه البرامج الدينية حول قضايا الأسرة (2.46)، تعرض البرامج الدينية قضايا الأسرة بموضوعية (2.37)، بعض القضايا لا يتم مناقشتها في البرامج الدينية باستفاضة (2.36)، غيرت البرامج الدينية من بعض اتجاهاتي نحو قضايا الأسرة(2.29)، تتأثر طريقة عرض القضايا بآراء مقدمي البرامج (2.23)، اتخذت نفس موقف البرامج في بعض قضايا الأسرة (2.22) أنصح المحيطين بي باتخاذ نفس آراء البرامج الدينية حول قضايا الأسرة (2.22)، قضايا الأسرة تمت معالجتها بشكل متشدد (1.66).
- تشير هذه النتيجة من خلال عرض اتجاهات المبحوثين نحو قضايا الأسرة كما تعكسها البرامج الدينية تنوع التأثيرات التي تحدثها البرامج الدينية على المبحوثين فيما يخص قضايا الأسرة، حيث تصدرت الاتجاهات الإيجابية للمبحوثين نحو معالجة البرامج الدينية لقضايا الأسرة، في حين تأخر ترتيب الاتجاهات السلبية للمبحوثين نحو هذه المعالجة.
- وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة سهير صالح[37] التي أكدت تفوق الاتجاهات الإيجابية للمبحوثين نحو معالجة الفضائيات الدينية الإسلامية للقضايا والمضامين المختلفة.

ثانياً: فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية ودوافع هذا الاعتماد:

ولاختبار صحة هذا الفرض تجري الباحثة اختبار بيرسون كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (15)

اختبار بيرسون لدلالة الارتباط بين مدى اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية ودوافع هذا الاعتماد

دوافع الاعتماد / مدى الاعتماد	قيمة بيرسون	مستوى المعنوية
مدى اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية	0.139	0.005

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- يوضح اختبار بيرسون وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مدى اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية ودوافع هذا الاعتماد حيث بلغت قيمة بيرسون (0.139) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.005)، ويتضح من قيمة بيرسون أن العلاقة بين المتغيرين طردية ضعيفة(*).
- **وبذلك يقبل الفرض الأول القائل بوجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مدى اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية ودوافع هذا الاعتماد.**
- **ويشير قبول هذا الفرض إلى أنه كلما كانت هناك دوافع متنوعة لدى المبحوثين للاعتماد على البرامج الدينية؛ فإن ذلك يؤدي بالمبحوثين إلى مزيد من الاعتماد على هذه البرامج لتحقيق هذه الدوافع المختلفة.**

- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مدى اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية وتأثيرات هذا الاعتماد:

ولاختبار صحة هذا الفرض تجري الباحثة اختبار بيرسون كما يلي:

جدول رقم (16)

اختبار بيرسون لدلالة الارتباط بين مدى اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية وتأثيرات هذا الاعتماد

تأثيرات الاعتماد / مدى الاعتماد	قيمة بيرسون	مستوى المعنوية
مدى اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية	0.379	0.000

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- يوضح اختبار بيرسون وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مدى اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية وتأثيرات هذا الاعتماد، حيث بلغت قيمة بيرسون (0.379) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.000)، ويتضح من قيمة بيرسون أن العلاقة بين المتغيرين طردية متوسطة الشدة.

- **وبذلك يقبل الفرض الثاني القائل بوجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مدى اعتماد المبحوثين على البرامج الدينية وتأثيرات هذا الاعتماد.**
- **ويشر قبول هذا الفرض إلى أن زيادة اعتماد الفرد على الوسيلة تزيد من كم التأثيرات التي تحدث له نتيجة هذا الاعتماد، وبالتالي فإنه كلما زاد اعتماد الجمهور على البرامج الدينية، زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تنتج عن هذا الاعتماد.**

خاتمة البحث:

توصلت الباحثة من خلال الدراسة التي أجرتها على عينة من الجمهور المصري العام بلغت 420 مفردة لرصد وتحليل أساليب تعرضهم للبرامج الدينية وتأثيرها على اتجاهاتهم نحو الأسرة وقضاياها في ضوء فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى تأكيد الافتراضات النظرية التي طرحتها النظرية، حيث توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة بين اعتماد الجمهور على البرامج الدينية وبين معارف الجمهور واتجاهاته نحو الأسرة وقضاياها، ويمكن توضيح ذلك من خلال النتائج التفصيلية التالية:

- يشاهد أغلبية المبحوثين البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية، وقد جاء في المقدمة من يشاهدون البرامج الدينية دائماً بنسبة (45.7%)، ثم من يشاهدونها أحياناً بنسبة (38.3%)، يليهم من يشاهدون البرامج الدينية نادراً بنسبة (11.2%)، في حين بلغت نسبة من لا يشاهدون البرامج الدينية (4.8%).
- جاءت أسباب عدم مشاهدة المبحوثين للبرامج الدينية المقدمة بالقنوات الفضائية العربية مرتبة كالتالي: كثرة الفتاوى وتناقضها بنسبة (90%)، عدم توافر المصداقية بنسبة (50%)، لدي اهتمامات أخرى بنسبة (40%)، لا تعرض جميع الآراء ووجهات النظر بنسبة (25%)، ليس لدي وقت بنسبة (20%)، تناولها لقضايا تقليدية مكررة وتجاهلها للقضايا العصرية بنسبة (15%)، وأخيراً كلاً من "عدم التجديد في أساليب تقديم البرامج" و"اختيار ضيوف وشخصيات غير مناسبة" بنسبة (10%) لكل منهما.
- جاءت أسباب مشاهدة المبحوثين للبرامج الدينية المذاعة بالقنوات الفضائية العربية مرتبة على النحو التالي: استضافة العلماء والمتخصصين بنسبة (53%) تفيدني في معرفة تجارب الآخرين بنسبة (46.3%)، السماح بمشاركة الجمهور بنسبة (42.8%)، تقدم وجهات نظر متعددة بنسبة (37.5%)، تعدد القضايا التي تتناولها بنسبة (35.8%)، تتنوع الفقرات لملائمة احتياجات الأسرة بنسبة (29.8%)، تتناول القضايا بأسلوب غير متشدد بنسبة (28.5)، الأسلوب المشوق والجذاب للبرامج بنسبة (25.8%)، تقدم فتاوى عصرية بنسبة (23.3%)، الجرأة في تناول القضايا بنسبة (15.5%)، المصداقية بنسبة (14.3%).
- جاءت القنوات الفضائية العربية التي يحرص المبحوثون على متابعة برامجها الدينية مرتبة كالتالي: في المرتبة الأولى كلاً من الحياة، و دريم بنسبة

(70.3%) لكل منهما، المحور بنسبة (54.5%)، الناس بنسبة (53.3%) اقرأ بنسبة (50.5%)، الرحمة بنسبة (42.8%)، الرسالة بنسبة (40.8%)، دبى بنسبة (28.5%)، MBC1 بنسبة (27.3%)، الجزيرة بنسبة (25.8%)، الأولى المصرية بنسبة (25.5%)، المجد بنسبة (23.5%)، الفضائية المصرية بنسبة (12%) الفجر بنسبة (5%)، النيل للأسرة والطفل بنسبة (2.8%)، الفضائية السعودية بنسبة (1%).

- تعتمد النسبة الأكبر من المبحوثين عينة الدراسة (41%) على البرامج الدينية بدرجة متوسطة، يليهم من يعتمدون على البرامج الدينية بدرجة محدودة بنسبة (30.3%)، وأخيراً من يعتمدون على البرامج الدينية بدرجة كبيرة بنسبة (28.8%).
- جاءت البرامج الدينية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها مرتبة كالتالي: الدين والحياة بنسبة (68.5%)، الموعظة الحسنة (65.8%)، آباء وأبناء (54.8%)، المسلمون يتساءلون (49.5%)، الحياة كلمة (47%)، الأسرة السعيدة (38.8%)، النفس والحياة (35.5%)، مشكلات من الحياة (28%)، الشريعة والحياة (27.8%)، البيوت الآمنة (13%)، جنتي (20%)، فقه المرأة (11%)، آفاق إسلامية (0.8%).
- جاءت دوافع اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على البرامج الدينية في معرفة قضايا الأسرة مرتبة وفقاً للمتوسط الحساب لكل دافع كالتالي: الاستفادة من تجارب الآخرين من خلال تلقي أسئلة الجمهور والرد عليها (2.80)، المواضيع مشتملة على العقائد والعبادات والمعاملات (2.67)، لها مواعيد إعادة ثابتة يمكن الرجوع إليها (2.63)، لها مواقع على الإنترنت (2.47)، جرأة وعمق معالجة قضايا الأسرة من الناحية الدينية (2.45)، عدد هائل من المشايخ على اختلاف المذاهب الفقهية (2.44)، تساهم في حل المشكلات التي تواجهني (2.41) مصدر موثوق فيه لمعرفة معلومات دينية مرتبطة بالحياة (2.39)، إيقاع سريع وتعامل عصري مع القضايا التي تهم الأسرة (2.35) لثقتي في القناة التي يقدم بها البرنامج (2.27).
- يحصل أغلب المبحوثين (61.5%) على المعلومات والمعارف الدينية عن قضايا الأسرة من البرامج الدينية أحياناً، في حين يحصل (27.5%) من المبحوثين على هذه المعلومات دائماً، مقابل (10.5%) من المبحوثين يحصلون على هذه المعلومات نادراً.
- أفاد معظم المبحوثين عينة الدراسة (71%) أن التعرض للبرامج الدينية غير اتجاهاتهم نحو قضايا الأسرة أحياناً، في حين أكد (15.5%) منهم أن هذا التغيير كان نادراً، وأكد (12%) منهم أن التغيير يأتي دائماً، مقابل (1.5%) من المبحوثين لم تغير البرامج الدينية اتجاهاتهم نحو قضايا الأسرة مطلقاً.

مراجع البحث

([1]) خالد الحروب، القنوات الفضائية الدينية في منطقة الشرق الأوسط، **مجلة آفاق المستقبل**، العدد 7، سبتمبر/ اكتوبر2010 ، ص 114.

([2]) Guneter Thomas, **The Emergence of Religious Forms on Television**, In: Eric W. Rothenluher& Mihai Coman (Ed), Media Anthropology, (California: Sage Publications, 2005), P. 84.

([3]) ريهام مرزوق إبراهيم، معالجة القنوات الفضائية المصرية الخاصة لقضايا ومشكلات الأسرة، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة الأزهر: كلية الدراسات الإسلامية والعربية، قسم الإذاعة والتليفزيون، 2009)، ص 3.

([4]) أسماء السيد حسين، اتجاهات الجمهور والنخب الدينية نحو ظاهرة الدعاة الجدد فى الفضائيات العربية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة أسيوط، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2015.

([5]) محمد بن فهد الجبير، البرامج الدينية كمصدر للمعلومات الشرعية لدي طلاب الجامعات السعودية، دراسة ميدانية على عينة من طلاب كليات العلوم الإنسانية، **مجلة العلاقات العامة والاعلان**، الجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان، العدد الثالث، 2015، ص ص 39-60.

([6]) زينب محمد حامد حسن، تأثير الاعتماد على الفتاوى الدينية المقدمة فى الفضائيات العربية على معارف وسلوكيات الجمهور المصرى، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، 2013.

([7]) سهى فوزي أحمد، العلاقة بين اعتماد الجمهور المصري على القنوات الفضائية الاسلامية ومستوى المعرفة الإسلامية ومستوى المعرفة الدينية لديهم، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، 2012.

([8]) محمود حسن إسماعيل وآخرون، علاقة البرامج الدينية المقدمة في القنوات الإسلامية بالاتجاهات الدينية لدى الشباب، **مجلة دراسات الطفولة ـ مصر** ، مج 14, ع 51، أبريل – يونيو 2011، ص ص 169 – 180.

([9]) جيهان سيد أحمد إبراهيم يحيى، معالجة قضايا الأسرة في البرامج الدينية بالفضائيات العربية ودورها في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة الأزهر: كلية الدراسات الإسلامية والعربية، شعبة الصحافة والإعلام، 2011م.

([10]) ابراهيم ناصف ناصر عبدالله، عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الاردنية للقنوات الفضائية الاسلامية: قناة الرسالة انموذجا، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام، 2010

([11]) ناصر بن عبد الرحمن الهزاني، التعرض لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي بالرياض، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، 2009).

([12]) Azadarmaki,-T, "Television, Religious Media, and the Mirror Relationship Between Family, Government, and Religion in Iran", in: Journal of Media and Religion, **Vol.**7, (1-2) Jan-Jun. 2008, p. 45-55.

([13]) خالد أحمد عبد الجواد، دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الدينية والإشباعات المتحققة منها لربة المنزل المصرية، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، المجلد التاسع، العدد الأول، يناير/ يونيه ٢٠٠٨ م، ص 1-88.

([14]) نهى محمد عبده حشيش، استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية العربية الإسلامية والإشباعات المتحققة، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة الأزهر: كلية الدراسات الإسلامية والعربية، 2008).

([15]) محمد عبد البديع السيد، اتجاهات النخبة المصرية نحو القنوات الفضائية الإسلامية، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد 30، أكتوبر 2008.

([16]) إيمان عبد الحافظ هزاع، استخدامات الجمهور اليمني للقنوات الفضائية الإسلامية وعلاقتها بمستوى المعرفة الدينية لديه، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة عين شمس: كلية الآداب،2008).

([17]) سهير صالح إبراهيم، دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الجمهور بالثقافة الدينية، **بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر (الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي)**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مايو 2007).

([18]) محمد غريب، دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية فى التثقيف الدينى لدى طلاب الجامعات- دراسة ميدانية. **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، المجلد السادس- العدد الثانى- يناير/ يونيو2005.

([19]) محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، (القاهرة: عالم الكتب، 2004)، ص 158.

(20) Roger W. & Joseph D., **Mass Media Research**, 4th Ed. (California: Wadsworth Publishing Company, 1994) P. 108.

([21]) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، **مرجع سابق،** ص353.

([22]) نهى محمد عبده حشيش، استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية العربية الإسلامية والإشباعات المتحققة، **مرجع سابق،** ص 162.

([23]) محمد غريب، دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التثقيف الديني لدى طلاب الجامعات، **مرجع سابق،** ص 413.

([24]) أماني عبد الرءوف محمد، دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الشباب بالمعلومات حول القضايا الحياتية،، **بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثالث عشر (الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي)،** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مايو 2007)، ص 1525.

([25]) سهير صالح، دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الجمهور بالثقافة الدينية، **مرجع سابق،** ص 1467.

([26]) نهى حشيش، استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية العربية الإسلامية والإشباعات المتحققة، **مرجع سابق،** ص 146.

([27]) محمد غريب، دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التثقيف الديني لدى طلاب الجامعات، **مرجع سابق،** ص 412.

([28]) إيمان عبد الحافظ هزاع، استخدامات الجمهور اليمني للقنوات الفضائية الإسلامية وعلاقتها بمستوى المعرفة الدينية لديه، **مرجع سابق،** ص 153.

([29]) سهير صالح، دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الجمهور بالثقافة الدينية، **مرجع سابق،** ص 1463.

([30]) إيمان عبد الحافظ هزاع، استخدامات الجمهور اليمني للقنوات الفضائية الإسلامية وعلاقتها بمستوى المعرفة الدينية لديه، **مرجع سابق،** ص 158.

([*]) بلغ إجمالي المبحوثين الذين أجابوا على هذا السؤال 400 مفردة.

([31]) أماني عبد الرءوف محمد، دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الشباب بالمعلومات حول القضايا الحياتية، **مرجع سابق،** ص 1530.

([32]) **من هذه الدراسات:**

- محمد الفقيه، العلاقة بين الاعتماد على القنوات التليفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني، **رسالة دكتوراه غير منشورة،** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2002)، ص 136.
- إياد البرنية، استخدامات الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية، **رسالة ماجستير غير منشورة،** (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، 2005)، ص 216

([33]) إيمان عبد الحافظ هزاع، استخدامات الجمهور اليمني للقنوات الفضائية الإسلامية وعلاقتها بمستوى المعرفة الدينية لديه، **مرجع سابق،** ص 155.

([34]) نهى محمد عبده حشيش، استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية العربية الإسلامية والإشباعات المتحققة، **مرجع سابق**، ص 153.

(*) بلغ إجمالي المبحوثين الذين أجابوا على هذا السؤال 400 مفردة.

([35]) أماني عبد الرءوف محمد، دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الشباب بالمعلومات حول القضايا الحياتية، **مرجع سابق**، ص 1532.

(*) بلغ إجمالي المبحوثين الذين أجابوا على هذا السؤال 400 مفردة.

([36]) إيمان عبد الحافظ هزاع، استخدامات الجمهور اليمني للقنوات الفضائية الإسلامية وعلاقتها بمستوى المعرفة الدينية لديه، **مرجع سابق**، ص 185.

(*) بلغ إجمالي المبحوثين الذين أجابوا على هذا السؤال 400 مفردة.

([37]) سهير صالح، دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الجمهور بالثقافة الدينية، **مرجع سابق**، ص 1468.

(*) **تقاس شدة العلاقة وفقاً لاختبار بيرسون على النحو التالي:**

- أقل من 0.30 علاقة ضعيفة.
- 0.30 – 0.70 علاقة متوسطة الشدة.
- أكثر من 0.70 علاقة قوية.