

## المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري

دورية علمية محكمة نصف سنوية تصدر عن كلية الإعلام جامعة بني سويف

❖ رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ عبدالعزيز السيد عميد كلية الإعلام جامعة بني سويف

❖ رئيس التحرير: أ.م.د/ أماني ألبرت وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث

❖ نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ منى هاشم رئيس قسم الصحافة

❖ مدير التحرير: د/ نهى التلاوي مدرس بقسم العلاقات العامة

❖ سكرتير التحرير: د/ أحمد عطيه مدرس بقسم الصحافة

• بني سويف - جامعة بني سويف - كلية الإعلام - ت 0822130105

• الموقع الإلكتروني للمجلة :

[http://www.media.bsu.edu.eg/ContentSide.aspx?sect](http://www.media.bsu.edu.eg/ContentSide.aspx?section_id=11847&cat_id=21)

[ion\\_id=11847&cat\\_id=21](http://www.media.bsu.edu.eg/ContentSide.aspx?section_id=11847&cat_id=21)

• البريد الإلكتروني: [MCR.Journal@masscomm.bsu.edu.eg](mailto:MCR.Journal@masscomm.bsu.edu.eg)

المراسلات

• عدد ديسمبر ٢٠٢٠

• الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية 2735-377X

• الترقيم الدولي للنسخة الورقية 2735-3796

## تشكيل مجلس إدارة المجلة

رئيس مجلس الإدارة

أ.د/ عبدالعزيز السيد

عميد كلية الإعلام جامعة بني سويف

رئيس التحرير

أ.م.د/ أماني ألبرت

وكيل الكلية للدراسات العليا والبحوث

عضوا مجلس الإدارة

أ.م.د/ رشا عادل

وكيل الكلية لشئون التعليم والطلاب

أ.م.د/ نسرين حسام الدين

وكيل الكلية لشئون البيئة وخدمة المجتمع

نائب رئيس التحرير

أ.م.د/ منى هاشم رئيس قسم الصحافة

مدير التحرير

د/ نهى التلاوي مدرس بقسم العلاقات العامة

سكرتير التحرير

د/ أحمد عطيه مدرس بقسم الصحافة

المسئول المالي والإداري

سارة سيد أحمد

### هيئة التحرير من الخارج

أ.د/ محمود علم الدين

أستاذ الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ محمود يوسف

أستاذ العلاقات العامة كلية الإعلام

جامعة القاهرة

أ.د/ هويدا مصطفى

أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام

جامعة القاهرة

## الهيئة الاستشارية للمجلة

أ.د/ محمد حسام الدين اسماعيل

أستاذ الصحافة جامعة القاهرة

أ.د/ محمد زين

أستاذ الصحافة جامعة بني سويف

أ.د/ محمود حسن اسماعيل

أستاذ الإذاعة والتلفزيون معهد الدراسات

العليا للطفولة

أ.م.د/ مروى يس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد

جامعة بني سويف

أ.د/ سلوى العوادلي

أستاذ العلاقات العامة والاعلان

جامعة القاهرة

أ.د/ منى محمد سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة و التلفزيون جامعة القاهرة

أ.د/ نجوى كامل

أستاذ الصحافة جامعة القاهرة

أ.د/ نرمن خضر

أستاذ العلاقات العامة و الاعلان

جامعة القاهرة

أ.د/ نهى عاطف العبد

أستاذ الإذاعة و التلفزيون

جامعة بني سويف

أ.د/ ليلي عبدالمجيد

أستاذ الصحافة جامعة القاهرة

أ.د/ هبه الله السمري

أستاذ الإذاعة و التلفزيون كلية الإعلام

جامعة القاهرة

أ.د/ وليد فتح الله بركات

أستاذ الإذاعة و التلفزيون كلية الإعلام

جامعة القاهرة

أ.د/ أميمة عمران

أستاذ الصحافة جامعة أسيوط

أ.د/ تيسير أحمد أبو عرجة

استاذ الصحافة جامعة البترا عمان الاردن

أ.د/ حلمي محمود محسب

استاذ الإعلام الالكتروني وعميد كلية

الإعلام جامعة جنوب الوادي

أ.د/ حمدي حسن

عميد كلية الإعلام ونائب رئيس جامعة مصر

الدولية الأسبق

أ.د/ شريف درويش اللبان

أستاذ ورئيس قسم الصحافة جامعة القاهرة

أ.د/ شيماء ذو الفقار

أستاذ الإذاعة و التلفزيون جامعة القاهرة

أ.د/ عادل عبدالغفار

أستاذ الإذاعة و التلفزيون جامعة القاهرة

ومدير الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والاعلان

جامعة القاهرة

أ.د/ عبدالرحيم درويش

أستاذ الإذاعة و التلفزيون جامعة بني سويف

أ.د/ فوزي عبدالغني

أستاذ الصحافة وعميد المعهد العالي

للإعلام الاسكندرية

أ.د/ محمد سعد إبراهيم

أستاذ الصحافة وعميد المعهد العالي

للإعلام بالشروق

أ.د/ محمد شومان

أستاذ الصحافة وعميد كلية الاعلام

الجامعة البريطانية

## قواعد النشر

١. تقبل المجلة البحوث المتعلقة بمجال الإعلام سواء كان في تخصصات الإعلام التقليدي او الرقمي في مجالات الصحافة والإذاعة والتلفزيون والعلاقات العامة والإعلان والتسويق والراي العام.
٢. ترحب المجلة بنشر المقالات العلمية المتخصصة وترحب بإسهام الباحثين بعرض الكتب والتقارير العلمية وملخصات رسائل الماجستير والدكتوراة المتميزة.
٣. يخضع البحث المرسل إلى المجلة إلى التحكيم من قبل هيئة التحرير ويحق للمجلة بناء على رأي اثنين من المحكمين، ويجوز عدم قبول البحث للنشر دون إبداء الأسباب.
٤. البحث المقبول للنشر يأخذ دوره للنشر حسب تاريخ قبوله للنشر.
٥. تكون أبعاد هوامش الصفحة (٢) سم، والمسافة بين الأسطر مفردة. ونوع الخط في المتن والعناوين للبحوث العربية **Simplified Arabic** وللبحوث الإنجليزية ( **Times New Roman**)، بحجم ١٤. ويكون ترقيم صفحات البحث في أسفل الصفحة.
٦. تقبل البحوث باللغتين العربية أو الإنجليزية ويقدم مع البحث ملخص باللغتين العربية والإنجليزية لا يتجاوز (٢٠٠) كلمة لكل. يليها الكلمات المفتاحية (**Key Words**) حيث لا تزيد على خمس كلمات.
٧. الأبحاث المقبولة للنشر لا ترد لإصحابها وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرتها المجلة.
٨. أسلوب التوثيق المعتمد في المجلة هو نظام جمعية علم النفس الأمريكية، الإصدار السادس. ( **American Psychological Association - APA - ED 6th**)
٩. يوقع الباحث على تعهد يفيد تحمله المسؤولية الكاملة عن أي انتهاك أو تجاوز لأخلاقيات البحث في حالة ثبوته (مثل تجاوز الأخلاقيات العلمية المتعلقة بالتعامل مع العينات، والبيانات، والأدوات، وحق الملكية). وأن البحث لم ينشر ولم ولن يقدم للنشر إلى أي جهة أخرى.
١٠. إدارة المجلة غير مسؤولة عن الأفكار والآراء الواردة بالبحوث المنشورة في أعدادها وإنما فقط تقع مسؤوليتها في التحكيم العلمي والضوابط الأكاديمية.

## كلمة رئيس مجلس الإدارة

هذا هو العدد الاول من المجلة العلمية لبحوث الاتصال الجماهيري التي تصدرها كلية الاعلام جامعة بني سويف .نقدمة للمهتمين بدراسات وبحوث الاعلام في مصر والوطن العربي.وتغمرنا السعادة ان ننشر في العدد الاول مجموعة من البحوث والدراسات العلمية المتنوعة التي سارع الباحثون في مصر والوطن العربي الي الاشتراك بها في المؤتمر العلمي الاول لكلية الاعلام جامعة بني سويف في الفترة من السابع الي الثامن من نوفمبر ٢٠٢٠.وقد تنوعت فيها الافكار والرؤي البحثية الجديدة التي تعالج قضايا ومشكلات المجتمع الملحة،ودور وسائل الاعلام التقليدية والرقمية في التعاطي معها ؛في اطار دورالبحث العلمي في خدمة المجتمع ودعم خطط الدولة التنموية في ظل رؤية مصر ٢٠٣٠ .

ويضم العدد مجموعة دراسات بمثابة جهدا علميا لمجموعة من الباحثين المنتمين لمؤسسات بحثية واكاديمية مختلفة بما يعكس تنوع الرؤي العلمية المقدمة في مجال دراسات الاعلام بشقية التقليدي

اخيرا نتمني ان تضيف الدراسات المقدمة رصيда علميا في مجال التراكم العلمي والخبرات البحثية لكل المهتمين بدراسات وبحوث الاعلام في كليات واقسام ومعاهد الاعلام علي المستوي المصري والعربي .

والله الموفق والمستعان

أ.د.عبد العزيز السيد

رئيس مجلس الادارة

## كلمة رئيس التحرير

تنطلق المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري برؤية تسعى لتحقيق التميز العلمي والريادة فيما يتعلق بنشر الأبحاث المتعلقة بالإعلام والاتصال إقليمياً ودولياً.

وبرسالة أساسية هي دعم الإبداع الفكري وفق المعايير الدولية بأطر الأصالة والدقة والمنهجية. وتنطلق المجلة بعد سنوات من إنشاء كلية الإعلام عام ٢٠١٣، وجاء إطلاقها تماشياً مع المحور الرابع لرؤية مصر ٢٠٣٠ المعرفة والابتكار والبحث العلمي، كركائز أساسية للتنمية المستدامة والاستثمار في البشر، وبناء قدراتهم الإبداعية والتحفيز على الابتكار ونشر ثقافته ودعم البحث العلمي وربطه بالتعليم والتنمية.

ويأتي الهدف الرئيس من المجلة كمنصة تجمع بحثي تكفل التواصل العلمي الخلاق، لتجميع رؤى باحثي الإعلام بمختلف تخصصاته وفروعه ونشر وعرض نتائج وتوصيات الدراسات المبنية على أسس علمية منضبطة للاستفادة منها في تطوير الواقع، ما يساهم في إطلاق رؤية استراتيجية متكاملة شاملة للإعلام ومن أجل صياغة رؤية مستقبلية لتطوير بحوث الإعلام.

وسنحرص في المجلة على تقديم دراسات ذات أصالة علمية مبنية على عدم التكرار والاختلاف والتميز واستكشاف موضوعات مدروسة باستخدام منهجية أصيلة وفي نفس الوقت تعتمد التجديد والابتكار والإبداع لخلق رصيد معرفي تراكمي يسمح بتكوين رؤى تفصيلية دقيقة تقود إلى الفهم الأعمق للمشكلات، ورؤى استراتيجية متكاملة يمكن أن تكون إطاراً معرفياً لصناعة قرارات رشيدة، تساهم في خلق تغيير إيجابي في المجتمع.

وتسعى المجلة أيضاً لرصد وتحليل الاجتهادات والإضافات المعرفية والنظرية والمنهجية في الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية لتقديمها كرؤية استراتيجية تنطلق منها الممارسات الإعلامية. ولتحتل مكانة في التصنيفات الدولية.

ويضم هذا العدد مجموعة من الأبحاث الهامة في مجال الإعلام وهي:

الدراسة الأولى... التوظيف الدلالي للغة الصامته والشعارات المصاحبة لأيقونات التنظيمات الإرهابية في الصحف المصرية خلال العقد ٢٠١١-٢٠٢٠م

الدراسة الثانية ... دلالات توظيف الانفوجرافيك في الحملات التسويقية للشركات متعددة الجنسية العاملة في مصر

الدراسة الثالثة... الدور الاتصالي للبيع الشخصي وتأثيره على القرار الشرائي لدى المستهلكين  
الدراسة الرابعة ... دور القائم بالاتصال في الصحف المصرية في مواجهة حروب الجيل الرابع  
الدراسة الخامسة ... المفاهيم الاتصالية للتربية الإعلامية عند جمهور الطلاب والقائم بالاتصال وأثرها في دعم الأمن القومي

الدراسة السادسة ... توظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية  
الدراسة السابعة ... التحليل السيميولوجي لخطاب الاعلانات الخدمية  
الدراسة الثامنة ... الاتصالات الحوارية للمنظمات في المحتوى الرقمي للعلاقات العامة على الفيس بوك

الدراسة التاسعة ... تحولات البيئة الرقمية في مجتمع المعرفة وانعكاساتها على حقوق الملكية الفكرية بالمملكة العربية السعودية قراءة في ديناميكية الواقع وإحداثيات المستقبل  
الدراسة العاشرة ... تعرض الشباب المصري للبرامج الدينية بالفضائيات العربية وعلاقته بمدى التوعية بخطورة الإرهاب كأحد أشكال حروب الأجيال

الدراسة الحادية عشر ... الاستعمار الإلكتروني للعقول في ظل حروب الجيل وإنعكاساته على الأمن الفكري في المجتمع المصري

الدراسة الثانية عشر ... الإعلان الإلكتروني للشركات الدولية و بناء سمعة العلامة التجارية  
الدراسة الثالثة عشر ... العوامل المؤثرة علي الأداء المهني للقائم بالاتصال بوسائل الاعلام الاقليمي في ظل الثورة التكنولوجية

رئيس التحرير  
أ. م. د. أماني ألبرت

## محتويات العدد

- ١ التوظيف الدلالي للغة الصامته والشعارات المصاحبة لأيقونات التنظيمات الإرهابية في الصحف المصرية خلال العقد ٢٠١١-٢٠٢٠م " دراسة تحليلية. د. حسن محمد فرحات
- ٤٧ دلالات توظيف الانفوجرافيك في الحملات التسويقية للشركات متعددة الجنسية العاملة في مصر دراسة تحليلية سيميولوجية د. نهى حسين التلاوى
- ٨٠ الدور الاتصالي للبيع الشخصي وتأثيره على القرار الشرائى لدى المستهلكين دراسة ميدانية على المستهلك النهائى د. هانى فوزى عبدالغنى
- ١٠٨ دور القائم بالاتصال في الصحف المصرية في مواجهة حروب الجيل الرابع دراسة ميدانية د. يسري محمد سالم حبق
- ١٣٢ المفاهيم الاتصالية للتربية الإعلامية عند جمهور الطلاب والقائم بالاتصال وأثرها في دعم الأمن القومي د. أسام الدين أنور محمد عبيد
- ١٥٩ توظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية أحمد محمد عبد الله يوسف علوي
- ١٧٩ التحليل السيميولوجي لخطاب الاعلانات الخدمية دراسة تحليلية بالتطبيق علي حملة ١٠٠ مليون صحة شادي ربيع محمد على
- ٢٠٦ الاتصالات الحوارية للمنظمات في المحتوى الرقمي للعلاقات العامة على الفيس بوك (دراسة تحليلية) سعيد عبد المنعم الدسوقي محمود

- تحولات البيئة الرقمية في مجتمع المعرفة وانعكاساتها على حقوق الملكية الفكرية بالمملكة العربية السعودية قراءة في ديناميكية الواقع وإحداثيات المستقبل رياض بن ناصر الفريجي ٢٣٠
- تعرض الشباب المصري للبرامج الدينية بالفصائيات العربية وعلاقته بمدى التوعية بخطورة الإرهاب كأحد أشكال حروب الأجيال ( دراسة تحليلية) رنا محمد عبدالله بركات ٢٦١
- الاستعمار الإلكتروني للعقول في ظل حروب الجيل وإنعكاساته على الأمن الفكري في المجتمع المصري (دراسة ميدانية على عينه من الشباب الجامعي ) شيرين جمال حسن ٢٨٧
- الإعلان الإلكتروني للشركات الدولية و بناء سمعة العلامة التجارية "دراسة تحليلية " كريمة سعد شفيق عبد الكريم ٣٠٨
- العوامل المؤثرة علي الأداء المهني للقائم بالإتصال بوسائل الاعلام الاقليمي في ظل الثوره التكنولوجية علا عبد الراضي ٣٣١



تعرض الشباب المصرى للبرامج الدينية بالفضائيات  
العربية وعلاقته بمدى التوعية بخطورة الإرهاب كأحد أشكال  
حروب الأجيال  
( دراسة تحليلية )

رنا محمد عبد الله بركات

## ملخص الدراسة

تستهدف الدراسة التعرف على تأثير البرامج الدينية في توعية الشباب بخطورة الإرهاب كأداة من أدوات حروب حروب الأجيال . وتحاول بلورة أهم القضايا والموضوعات التي تعرضت لها البرامج الدينية بالفصائيات العربية والأفكار الرئيسية التي طُرحت في هذه الموضوعات. كما يهدف هذا البحث إلى عرض القضايا والموضوعات التي تعرضت لها البرامج الدينية في القنوات الفضائية والأفكار الرئيسية التي طُرحت في هذه الموضوعات ، وإلقاء الضوء على العلاقة بين الظاهرة الدينية (البرامج الدينية) ، والظاهرة السياسية (الإرهاب) .

و تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة الواقع الحالى للظاهرة موضع الدراسة ، و تعتمد الدراسة على منهج المسح الذى يُعد أحد المناهج الأساسية في البحوث الوصفية بشقه التحليلي بهدف جمع البيانات وتفسيرها للوصول إلى دلالات ذات أهمية علمية.

ويتمثل مجتمع الدراسة في بعض القنوات الفضائية وما تطرحه من برامج دينية تتمثل عينتهم في برنامجين: أحدهم يمثل خطاب ديني لدعاة جدد وهو برنامج (حائر) لمصطفى حسنى على قناة ON.Tv ، والأخر يمثل خطاب رسمي للأزهر الشريف وهو برنامج (الإمام الطيب) أحمد الطيب شيخ الأزهر الشريف على قناة cbc.

وقد جاءت نتائج الدراسة الراهنة لتؤكد على :

أن البرامج الدينية لها دور كبير في تشكيل الثقافة الدينية ونشر الوعي بمخاطر الارهاب ،ويدل ذلك على أهمية التلفزيون خاصة البرامج الدينية في تزويد الشباب بالمعرفة والمعلومات . معظم البرامج الدينية تركز على الجوانب الروحية والأخلاقية أكثر من الجوانب السياسية وهذا ما أكدته البرامج في تركيزها على القضايا الاجتماعية والدينية أكثر من أى موضوعات أخرى .

**الكلمات المفتاحية:** ١- البرامج الدينية ٢- الفصائيات العربية ٣- حروب الأجيال

## مقدمة

احتل موضوع الارهاب وكيفية مواجهته اهتمام العالم منذ هجمات الحادي عشر من سبتمبر وما تلاها من قيام الولايات المتحدة بشن ما عرف بالحرب الدولية علي الارهاب "والتي أثارت بدورها جدلا كبيرا حول مدى شرعيتها والأهداف الخفية التي تقف ورائها وجدوي التكنيكات المستخدمة فيها والنتائج التي يمكن أن تسفر عنها"<sup>(١)</sup>

"بجانب بروز أشكال جديدة من الارهاب الدولي باتت أشد خطورة من الارهاب التقليدي كالإرهاب النووي والبيولوجي والكيميائي والمعلوماتي" والذي بات الأخطر في ظل الدور الحيوي الكبير الذي أصبحت تمارسه تكنولوجيا المعلومات في كل مجالات الحياة مما وسع نطاق العمليات الارهابية متجاوزة نطاق التفجيرات الي خلق حالة من التهديد العام الذي يهدف الي زعزعة الأمن و الاستقرار و نشر الرعب بعد ان أصبحت الجماعات الارهابية أكثر تدريبا وتنظيما"<sup>(٢)</sup>

ومع تعدد أهداف التنظيمات الارهابية وتطوير اليات واستراتيجيات وتكنيكات عملها استغلت هذه التنظيمات كل الامكانيات التي وفرتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة لتحقيق اهدافها علي المستويين المادي والمعنوي من خلال ما وفرته هذه التكنولوجيا من ضمان لعنصر السرية في الاتصالات والتنسيق والتعاون مع التنظيمات الارهابية الأخرى وإمكانية التواصل مع القواعد الشعبية، فضلا عن تيسير الحصول علي التمويل وإعطاء التعليمات والتلقين الإلكتروني للأفكار والخطط والأدوار وغيرها من الامكانيات التي أتاحتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي زادت من قوة التنظيمات الارهابية ووسعت نطاق نشاطاتها.<sup>(٣)</sup>

فوسائلالإعلام ذات تأثير هام وفعال في حياة الأفراد على اختلاف مراحلهم العمرية لما لهذه الوسائل من قدرة فائقة على جذب الجماهير إليها مع تعاضم دورها في جوانب الحياة المختلفة وأهتم علماء الإعلام والإجتماع بإنعكاسات وحدود تأثيرها ، ودور البرامج الدينية الموجهة إلى الشباب في حدود الإطار الإجتماعي.<sup>(٤)</sup>

وتعتبر البرامج الدينية ذات الطابع الاجتماعي موضوعاً يجذب إليه الكثير من الشباب الذي يتفاعل مع هذا التطور الجديد من تلك النوعية من البرامج ، فإذا تأملنا بعض ما يُقدم من خلال هذا الخطاب نجد أنه يركز على القضايا والموضوعات التي تتلاءم مع معطيات المجتمع الحديث ، والتي تركز على قضايا وموضوعات هامة وجوهرية بالنسبة للشباب.<sup>(٥)</sup>

### أولاً : مشكلة الدراسة :

تتحدد مشكلة الدراسة في معرفة مكانة الدور الذي يمكن ان تساهم به البرامج الدينية المقدمة من الفصائيات العربية في نمو وتطوير الوعي لدى الشباب بخطورة الإرهاب كأداة من أدوات حروب الأجيال ، ورصد المسؤولية الاجتماعية للبرامج الدينية في تناول قضايا الإرهاب وحروب الأجيال بالإضافة إلى استخلاص رؤية مستقبلية في ضوء معالجة البرامج الدينية للأحداث الإرهابية.

لذا تتحدد مشكلة الدراسة في محاولة رصد الاتجاه السائد الذي تتبناه البرامج الدينية بالفصائيات العربية نحو الإرهاب ، كأداة من أدوات حروب الأجيال بالإضافة الى محاولة رصد أهم العوامل المؤثرة على معدلات استعداد الشباب لإصلاح المجتمع ومواجهة الإرهاب .

### ثانياً : أهمية الدراسة :

(١) تتمثل أهمية هذه البحث في محاولتها الكشف عن طبيعة العلاقة بين حجم التعرض للبرامج الدينية في الفصائيات العربية وبين الطريقة التي يتشكل بها الوعي لدى الشباب بخطورة الإرهاب كأداة من أدوات حروب الأجيال ، كما

اكتسب البحث أهميته من أنه أوضح لنا أهم الموضوعات التي تطرق لها البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية ودورها الهام في تشكيل وعي الشباب بخطورة الإرهاب كأداة من أدوات حروب الأجيال وأساليب الإقناع المستخدمة بتلك البرامج .

(٢) تكتسب هذه الدراسة أهمية خاصة من خلال محاولتها رصد المنطلقات الفكرية التي تستند إليها البرامج الدينية في معالجة قضايا الإرهاب وحروب الأجيال ، وهي المحاولة التي لم تحظ بعد بالإهتمام الكافي من قبل الباحثين.

(٣) تساعد وتيرة العمليات الارهابية التي لا يبالغ البعض حينما يصفونها بحروب الأجيال لجهات كثيرة تتنوع منطلقاتها و خططها الدينية الفكرية والسياسية والاعلامية مستندة الي وفرة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات و تشويه صورة الدولة ودورها الاقليمي مستغلة في ذلك تراجع معدلات التنمية وتباطئ سياسات الاصلاح وغياب الدور الحقيقي والفاعل للمؤسسات الدينية الرسمية في هذا السياق يصبح للبرامج الدينية دور مهم في تقديم المعلومات وخلق معان ثابتة للأحداث وتحقيق الوعي المطلوب للشباب بخطورة الارهاب كأداة من أدوات حروب الأجيال.

(٤) تكمن أهمية هذه الدراسة في ضوء العامل الزمني حيث يشهد الوقت الحالي تزايد الدعوة الى تجديد الخطاب الديني حتى يكون قادراً على التفاعل مع الشباب .

#### ثالثاً : أهداف الدراسة :

(١) التعرف على تأثير البرامج الدينية في توعية الشباب بخطورة الإرهاب كأداة من أدوات حروب الأجيال .  
(٢) تهدف هذه الدراسة إلى بلورة أهم القضايا والموضوعات التي تعرضت لها البرامج الدينية بالفصائيات العربية والأفكار الرئيسية التي طُرحت في هذه الموضوعات.

(٣) يهدف هذا البحث إلى عرض القضايا والموضوعات التي تعرضت لها البرامج الدينية في القنوات الفضائية والأفكار الرئيسية التي طُرحت في هذه الموضوعات ، وإلقاء الضوء على العلاقة بين الظاهرة الدينية (البرامج الدينية) ، والظاهرة السياسية (الإرهاب) .

#### رابعاً : الإجراءات المنهجية للدراسة :

(أ) نوع الدراسة: تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة الواقع الحالي للظاهرة موضع الدراسة بهدف الحصول على المعلومات وجمع الحقائق الدقيقة عنها، وبهدف تحديد الظاهرة وتصنيفها وتفسيرها وتحليلها واستخلاص نتائج ودلالات معبرة عنها واكتشاف العلاقات بين المتغيرات المختلفة. وتهدف الدراسة الوصفية التحليلية إلى وصف وتحليل بعض البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية تتمثل عينتهم في برنامجين :

أحدهم يمثل خطاب ديني لدعاة جدد وهو برنامج (حائر) لمصطفى حسنى على قناة ON.Tv ، والأخر يمثل خطاب رسمي للأزهر الشريف وهو برنامج (الإمام الطيب) للدكتور أحمد الطيب شيخ الأزهر الشريف على قناة cbc.

(ب) منهج الدراسة : تعتمد الدراسة على منهج المسح الذي يُعد أحد المناهج الأساسية في البحوث الوصفية بشقه التحليلي بهدف جمع البيانات وتفسيرها للوصول إلى دلالات ذات أهمية علمية.

(ج) مجتمع الدراسة : بعض القنوات الفضائية وما تطرحه من برامج دينية تتمثل عينتهم في برنامجين: أحدهم يمثل خطاب ديني لدعاة جدد وهو برنامج (حائر) لمصطفى حسنى على قناة ON.Tv ، والأخر يمثل خطاب رسمي للأزهر الشريف وهو برنامج (الإمام الطيب) أحمد الطيب شيخ الأزهر الشريف على قناة cbc

(د) أداة تحليل بيانات الدراسة : تعتمد الدراسة على مسح المضمون باستخدام تحليل المضمون الكمي والكيفي للبرامج الدينية عينة الدراسة ، وقد راعت الباحثة في صياغتها لمخاور وعبارات استمارة تحليل المحتوى أن تتسم بالموضوعية والبساطة.

#### (هـ) أهداف الدراسة التحليلية:

١. الوقوف على القيم المتضمنة ببرامج الشباب الدينية ، من حيث احتوائها على المحاور القيمية التالية محور القيم الدينية والحلقية - محور القيم الاجتماعية - محور القيم السياسية والثقافية.

٢. الكشف عن طبيعة العلاقة بين حجم تعرض الشباب للبرامج الدينية بالفصائيات العربية في تشكيل وعهيم بمدى خطورة الإرهاب كأحد أشكال حروب الأجيال.

(و) إجراءات بناء استمارة تحليل المحتوى : بعد الاطلاع على البحوث والدراسات السابقة التي تناولت القيم وكذلك المعاجم والمراجع في هذا المجال ، تم تصنيف القضايا في هذه الدراسة إلى خمس قضايا والتي تناسب مع طبيعة الدراسة وهي : ١. القضايا الاجتماعية. ٢. القضايا الاخلاقية . ٣. القضايا السياسية. ٤. القضايا الثقافية . ٥. القضايا الإقتصادية .

#### (و) الخطوات المنهجية لبناء الاستمارة :

يعتمد نجاح تحليل المضمون على دقة اختيار وتحديد فئات التحليل الرئيسة والفرعية التي تتضمنها المادة المراد تحليلها ، ويمثل الإعداد الجيد والتحديد الدقيق والواضح لهذه الفئات إحدى الطرق المؤدية إلى نتائج عملية وبحثة مشرة من خلال عملية التحليل ، ويقصد بفئات التحليل مجموعة التصنيفات التي تقوم الباحثة بإعدادها طبقاً لنوعية المحتوى ومضمونه والهدف من عملية التحليل ، كى يتم استخدامها في وصف هذا المحتوى وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول وبما يتيح إمكانية التحليل .

ولقد عملت الدراسة على تحديد فئات المضمون معتمدة على :

(١) تساؤلات الدراسة وأهدافها .

(٢) طبيعة المادة المحللة .

(٣) الاطلاع على البحوث والدراسات السابقة.

(٤) التعرف على طبيعة البرامج التي تناولت هذه القضايا.

#### - صدق استمارة تحليل المحتوى:

اعتمدت الباحثة في حساب صدق استمارة تحليل المحتوى على صدق المحكمين حيث عرض الاستمارة في صورتها الأولية على مجموعه من الأساتذة المتخصصين بالأعلام كمحكمين للتأكد من أن أداة الدراسة تقيس فعلاً ما وضعت لقياسه ، وكانت الملاحظات والتوجيهات التي أبداها السادة المحكمون مختلفة ومتعددة وفي ضوءها تم إجراء التعديلات اللازمة حتى تم التوصل للصورة النهائية للاستمارة وبذلك أصبحت الأداة صالحة لتحليل محتوى البرامج التلفزيونية

- ثبات استمارة تحليل المحتوى: للتحقق من ثبات استمارة تحليل المحتوى ، قامت الباحثة باختيار عينة عشوائية مقدارها ١١ حلقة من حلقات العينة الأصلية للبرامج التلفزيونية البالغة ( ٥٩ ) حلقة ، وقد تم التحليل طبقاً للفتات المعدة ووحدات التحليل وبعد مضي (٣٠) يوماً قامت الباحثة بإعادة تحليلها مرة أخرى للتأكد من الثبات عن طريق اتساق التحليل عبر الزمن.

وقد تم حساب معامل الارتباط بين التحليلين الأول والثاني يستخدم المعادلة العامة للارتباط (معادلة بيرسون)<sup>(٦)</sup> :

=

حيث (ن) عدد أفراد العينة ص = درجات التحليل الثاني

وحيث (ر) معامل الارتباط س = درجات التحليل الأول

وبعد ذلك تم حساب معامل الثبات مقاسًا بمعامل الارتباط وذلك باستخدام (معادلة سبيرمان وبراون)<sup>(٧)</sup> وهي

$$r_{\text{أ}} = \frac{r^2}{r+1}$$

حيث  $r_{\text{أ}}$  = معامل الثبات بين التحليلين الأول والثاني

ر معامل الارتباط بين التحليلين الأول والثاني

وقد بلغ معامل الثبات نسبة ( ٠.٨٩ ) وهي معامل ثبات مناسب

#### - تحديد فئات استمارة تحليل المحتوى:-

في ضوء المادة موضوع التحليل برنامج (حائر) و برنامج (الإمام الطيب) استخدمت الدراسة وحدات التحليل

التالية :

(١) وحدة تحليل المضمون " ماذا قيل " وهي تضم : وحدة الموضوع أو الفكرة ماذا قيل : تمثل هذه الوحدة أكبر وأهم وحدات تحليل المحتوى وأكثرها إفادة ، وهذه الوحدة عبارة عن الفكرة الرئيسة التي تتضمن مجموعة الأفكار الفرعية التي عليها موضوع التحليل ، وهي تمثل الفكرة الرئيسة التي يدور حولها موضوع النقاش والتي تكشف عن الآراء والاتجاهات الواردة في مادة الاتصال<sup>(٨)</sup>، ويقصد بها في الدراسة الحالية مجموعة القضايا المتضمنة ببرنامج (حائر) و برنامج (الإمام الطيب)

وتشمل : ( القضايا الاجتماعية ، القضايا الأخلاقية ، القضايا السياسية ، القضايا الثقافية ، القضايا الاقتصادية ) .

#### (٢) الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية وحدة المقروء:

ويقصد بها الوحدة الإعلامية المتكاملة التي تقوم الباحثة بتحليلها ، والتي يستخدمها منتج المادة الإعلامية ويقدمها في شكل كتاب أو مقالة أو برنامج إذاعي أو تليفزيوني ، ويقصد بها في الدراسة الحالية برامج الشباب المقدمة لشباب لتثقيفهم وتعريفهم بالقضايا الدينية المعاصرة وحصر العينة المختارة من برامج الشباب وبيان عدد حلقاتها وأيام وإذاعتها على مدار الأسبوع .

#### (٣) وحدة تحليل المضمون " كيف قيل " :-

القولب المستخدمة: وهي تهتم بالشكل الذي قدمت من خلاله المادة الإعلامية المعروضة في البرامج وتشمل (

حديث مباشر - حوار - سؤال وجواب)

اللغة المستخدمة :

وهي من الفئات الهامة في عملية التحليل ، نظرًا لما يترتب عليها من نتائج مرتبطة بمدى فهم الرسالة الإعلامية واستيعابها من جانب جمهور المستمعين أو المشاهدين ، حيث يمكن تقديم المواد الإعلامية بثلاث لغات أو مستويات هي<sup>(٩)</sup> :

أ- اللغة العربية الفصحى ب- اللغة العامية ج- اللغة الأجنبية المترجمة

٤) وحدة الزمن :

وهي الفئة التي تعبر عن الوقت المخصص لإذاعة أو عرض المضمون موضع التحليل ، حيث يشير عنصر الحجم أو الوقت إلى مدى الاهتمام بعرض الموضوع وتقديمه بحيث كلما زادت المساحة أو الوقت كان ذلك دليلاً على ازدياد الاهتمام<sup>(١٠)</sup> ولذلك استخدمت الباحثة هذه الفئة لبيان مقدار الفترة الزمنية التي تشغلها هذه البرامج و مدة كل برنامج على حدة .

- عينة الدراسة التحليلية ومواصفاتها:-

تم اختيار عينة الدراسة التحليلية من موضوع التحليل برنامج (حائر) و برنامج (الامام الطيب) طبقاً للإجراءات التالية :

تحديد الفترة الزمنية :تم اختيار برنامج حائر بعدد ( ٣٠ ) حلقة وبرنامج الامام الطيب بعدد ( ٢٩ ) حلقة في مدة

تحديد عينة هذه البرامج : تم اختيار برنامج (حائر) و برنامج (الامام الطيب) اللذين تم بثهم على قنوات فضائية خاصة.

بيان توزيع مفردات عينة الدراسة التحليلية لبرنامج (حائر) و برنامج (الامام الطيب)

جدول (١) يوضح بيان توزيع مفردات عينة الدراسة التحليلية

م	اسم البرنامج	دورية إذاعة البرنامج	عدد حلقات البرنامج	مدة الحلقة بالدقيقة في المتوسط	مدة العينة الكلية	
					دقيقة	ساعة
١	حائر	اسبوعي	٣٠	٢٣	٥٠	١١
٢	الامام الطيب	اسبوعي	٢٩	١٣	٢٨	٦
	المجموع الكلي	-	٥٩	٣٣	٧٨	١٧

وبذلك فإن عدد البرامج التي تم تناولها برنامجان وهما برنامج (حائر) و برنامج (الامام الطيب)

خامساً : المفاهيم الخاصة بالدراسة :

الشباب Youth..... (إجرائياً)

هي تلك الشريحة التي تقع بين المراهقة والرشد ، وقد كانت عينة هذه الدراسة على شريحة الشباب الجامعي التي تمثل الفترة التي تكتمل فيها الوظائف الفسيولوجية الظاهرة والكامنة ، ويرجع إختيار الشباب الجامعي أيضاً إلى أنهم الفئة الأكثر تعرضاً للخطاب الديني بالبرامج التلفزيونية ، بالإضافة إلى أنهم قد يكونوا قد بلغوا مرحلة من الوعي والشعور بالذات ونمو القدرات العقلية والإدراكية التي تمكنهم من بلورة آرائهم بوضوح من ناحية أخرى .

ويتفق معظم الباحثين على أن المرحلة العمرية للشباب تتراوح بين ١٨ إلى ٣٠ أو ٣٥ سنة ، وهي الفترة التي تعقب فترة المراهقة أو تُمثل بداية المراهقة المتأخرة ، والأختلاف في تحديد بداية تلك المرحلة ونهايتها على أساس تقريبي مرجعه ظروف المجتمع .

### البرنامج الديني ..... Religious Programme (إجرائياً)

نعنى بالبرنامج الديني في هذه الدراسة البرنامج الديني بصفة عامة مع التركيز بصفة خاصة على الدين الإسلامي ، الذى يستهدف من خلاله القائمون الإتصال والدعاة بالقنوات التليفزيونية التأثير على الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية وتنقيفه دينياً وبلورة وعيه الديني الناضج داخل الإطار الإجتماعى مستخدمين أساليب إقناع مختلفة ومتعددة في سبيل تحقيق ذلك الهدف بأعتبره الهدف الأسمى الذى يسعى إليه القائم بالإتصال.

### الفصائيات العربية ..... Arab Satellite Channels (إجرائياً)

هى قنوات تبثها الدول العربية عبر أقمار صناعية خاصة بكل دولة ، فهى أقرب إلى تحويل البث المحلى إلى نطاق فضائى دولى حتى تصل إلى جميع أنحاء العالم أو إلى المناطق التى يغطيها البث الفضائى الخاص بها ، وذلك من أجل زيادة نسبة المشاهدين لسياسة تلك الدولة ، وبناء على ذلك ظهر قناة بل عدة قنوات تحمل برامج متنوعة لكل دولة عربية .

### الإرهاب ..... Terrorism

هو كل إستخدام للقوة أو العنف أو الترويع أو التهديد لتنفيذ مشروع إجرامى يهدف إلى الإخلال بالنظام العام وتعريض سلامة المجتمع وأمنه للخطر سواء بإيذاء الأفراد أو الأعتداء على ممتلكاتهم و إلحاق الضرر وإعاقة السلطات عند تنفيذ مهامها. (١١)

كما إنه إستخدام الطرق الغير قانونية والتلويح بأشكال العنف المختلفة من إغتيال وتشويه وتعذيب وتخريب ونسف من أجل تحقيق هدف سياسى ككسر روح المقاومة والألتزام عند الأفراد أو هدم المعنويات عند الهيئات والمؤسسات. (١٢)

### حروب الأجيال ..... Generations Wars (إجرائياً)

يقسم الباحثين في المجال السياسى الحروب إلى أجيال ، الجيل الأول وهو حرب بسيطة وتقليدية بين جيشين ، أما الجيل الثانى فهى الحروب التى تستخدم البنادق وأسلحة التعبئة الخلفية كحرب العصابات التى دارت في أمريكا اللاتينية ، بينما الجيل الثالث من الحروب يركز على الاستخدام السريع والمفاجئ لتجاوز خطوط العدو وتدمير قواتهم من الخلف ويعرف بالحرب الوقائية كالحرب على العراق ، وأخيراً حروب الجيل الرابع التى تستخدم أساليب حديثة في القتال والحروب كالجماعات المدربة لإحداث اضطرابات في الدول .

يقوم العدو بأستخدام وإستغلال ثقافات وأبناء المجتمع كثغرة لإدارة الحرب وإحداث خلل بأنظمة الدولة وجعلها هشّة يسهل السيطرة عليها مثلاً من خلال إثارة وتوجيه الرأى العام على مؤسسات الدولة . وتعتمد هذه الحروب على وسائل الإعلام الجديد مثل وسائل التواصل الإجتماعى بأعتبرها الأكثر إستخداماً حالياً بين المجتمعات .

### سادساً : التساؤلات الخاصة بالدراسة:

- ١) من هو الجمهور المستهدف من البرامج الدينية (عينة الدراسة)؟
- ٢) ما مدى مشاركة الجمهور في البرامج الدينية (عينة الدراسة)؟
- ٣) ما تأثير البرامج الدينية فنشر الوعوب بخطورة الإرهاب بلداً بالشباب؟
- ٤) ما هى أشكال تسجيل البرامج الدينية (عينة الدراسة)؟
- ٥) ما هى القوالب الفنية للبرامج الدينية (عينة الدراسة)؟
- ٦) ما الوسائل المستخدمة في عرض البرامج الدينية (عينة الدراسة)؟



- ٧) كيف تقوم البرامج الدينية (عينة الدراسة) بنشر الوعي بخطورة الإرهاب لدى الشباب؟  
 ٨) هل نجحت هذه البرامج في تغيير سلوك الشباب للتخلي بالقيم الإيجابية؟  
 ٩) ماهى القضايا التي تناولتها البرامج الدينية (عينة الدراسة)؟  
**سابعاً : الدراسات السابقة :**

حاولت الباحثة تقسيمها إلى عدة محاور وجاء ذلك على النحو التالى :

- **المحور الأول : دراسات تعرضت للبرامج الدينية التليفزيونية**  
 - دراسة علاء الدين أحمد خليفة، محمد أحمد حسن "واقعية البرامج الحوارية الدينية وعلاقتها بالثقافة الدينية : دراسة ميدانية على الشباب الجامعي العربي وفق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام" (٢٠١٨) (١٣)

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على أهمية ووظائف البرامج الحوارية الدينية ، كما تعرضت إلى برامج تليفزيون الواقع ومضامين تلك البرامج من خلال أستطلاع رأى شريحة مهمة من المشاهدين (الشباب الجامعي عينة الدراسة) لبرنامج سواعد الإخاء والتأثيرات الناجمة عن ذلك . وقد قام الباحث بدراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي العربي وعددهم ٤٠٠ مفردة ، وذلك وفق نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام معتمداً على منهج المسح الوصفى .  
 وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها : أن أغلب عينة الدراسة تشاهد برنامج سواعد الإخاء بشكل منتظم ودائم ، كما تعتمد أفراد عينة الدراسة على هذا البرنامج بنسبة كبيرة فى الحصول على المعلومات الدينية ، إن من اهم اسباب إعتقاد افراد عينة الدراسة على برنامج سواعد الإخاء هو تميز البرنامج بالواقعية واللباقة والعفوية فى إدارة الحوار .  
 دراسة كمال أحمد الفرجاني " البرامج الدينية فى قناة الجماهيرية الفضائية الاولى ودورها فى التوعية الدينية " (٢٠١٠) . (١٤)

استهدفت هذه الدراسة الكشف عن الدور الذى تلعبه البرامج الدينية فى التوعية من خلال إتخاذ قناة الجماهيرية الولي عينة للدراسة ، التعرف على الاساليب التى أتبعها البرامج الدينية القناة (عينة الدراسة) فى إيصال الخطاب الدينى ، معتمدا على أداة تحليل مضمون جميع حلقات البرامج الدينية التى بثتها قناة الجماهيرية الاولى من ١ يونيو ٢٠٠٩ إلى ٣٠ اغسطس ٢٠٠٩ وهم فى رحاب الاسلام ، دروس فى العبادات وتقوى القلوب ، كما تمثل مجتمع الدراسة الميدانية فى جميع الطلاب الدراسين بجامعة الفاتح بطرابلس والجامعة الاسمرية فى زلتين معتمداً على المنهج الوصفى .  
 وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها : أعتمدت البرامج الدينية على اللهجة العامية ، وعلى أسلوب الوعظ والأرشد فى عرض المعلومات الدينية ، وأن هناك علاقة قوية بين الوعى الدينى للأفراد عينة الدراسة وتهذيب سلوك الافراد ، كما توصلت إلى أن مشاهدة البرامج الدينية لدى أغلب افراد عينة الدراسة تزيد من وعيهم الدينى .

- دراسة محمود حسن إسماعيل ، زكريا إبراهيم الدسوقي ومنى هاشم السيد صدقة "اتجاهات المراهقين نحو البرامج الدينية المقدمة بالفضايات الدينية المتخصصة" (٢٠١١) (١٥)

تتحذ أهمية هذه الدراسة فى التأكيد على أهمية الفضايات الدينية وأثرها فى الافراد وخاصة فى مرحلة المراهقة ، كما تتحدف إلى التعرف على مدى تعرض المراهقين للقنوات الفضائية الدينية ومدى الاستفادة من هذه البرامج .  
 تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية بأستخدام منهج المسح لعينة مكونة من ٢٠٠ مفردة من طلاب المدارس الثانوية بالقاهرة لإجراء الدراسة التطبيقية عليهم بأستخدام أداة الأستبيان بالمقابلة .

وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها : إن أهم اسباب تفضيل الباحثين لمشاهدة القنوات الدينية هي أنها تقدم المعلومة الدينية بشكل مبسط كما أنها تناقش قضايا الشباب ومشكلاته كما أنها تقدم قضايا دينية معاصرة ، وتبين أن أغلب الباحثين يشاهدون القنوات الدينية من أجل التقرب إلى الله وإكتساب قيم دينية جديدة وتكوين اتجاهات نحو القضايا الدينية .

- دراسة عادل فهمى اليومي " البرامج الدينية فى التلفزيون المصرى ودورها فى التثقيف الدينى للشباب " (١٩٩١) . (١٦)

تناولت هذه الدراسة محاولة التعرف على الدور الذى تقوم به البرامج الدينية فى التلفزيون المصرى فى التثقيف الدينى لطلبة الجامعات ، وذلك من خلال إجراء دراة على القائم بالاتصال فى هذه البرامج للتعرف على آرائه وانعكاسها على الرسالة الإعلامية ودراسة تحليلية لعينة من هذه البرامج للتعرف على المعلومات التى تقدم من خلالها ومقارنتها بما يجب أن تحتوى عليهمضمامين البرامج من عناصر الثقافة الإسلامية، ودراسة تحليلية لخطابات المشاهدين للتعرف على رجع الصدى لهذه البرامج ، كما اعتمدت الدراسة على منهج الاستدلال العقلى ودراسة العلاقات الأرتباطية والمنهج الوصفى، وفى هذا الإطار استخدمت الدراسة أسلوب دراسة الحالة وأسلوب المسح بالعينة وتحليل المضمون .

وقد توصلت الدراسة لبعض النتائج الهامة ومنها : يوجد ١٤ برنامج دينى من جملة ١٩ برنامج تذاع فى الفترة الصباحية وبداية الفترة المسائية التى لا تحظى بمشاهدة عالية ، وتعرضت بعض هذه البرامج للإلغاء لأسباب مختلفة وذلك بنسبة ١٧% ، وقدم ما يقرب من نصف هذه البرامج أشكال تقليدية مباشرة تفتقر إلى المشاركة الجماهيرية والمسابقات والإعداد الدرامى .

كما قُدمت هذه البرامج للجمهور العام ٨٧.٥% ولم يحظى الشباب سوى بـ ٦.٩% من جملة الحلقات المداعة ، وركز مضمون البرامج الدينية على الجانب النظرى من الثقافة الإسلامية والأخلاق والعبادات والعقيدة أكثر من الجوانب التطبيقية مثل النظام السياسى ونظام الأسرة وتحديات الثقافة الإسلامية والعلوم والفنون .

#### - المحور الثانى : دراسات تعرضت لوسائل الاعلام والارهاب

- دراسة أسماء أحمد جودة " دور وسائل الاعلام الجديد فى تنمية الوعى بمخاطر الارهاب " (٢٠١٦) (١٧)

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الجديد فى مكافحة الارهاب كما تعرضت إلى اسباب انتشاره داخل المجتمعات عن طريق تحديد إيجابيات استخدام وسائل العن طريق تحديد إيجابيات استخدام وسائل الإعلام الجديد فى مكافحة الارهاب والتعرف على مخاطر الارهاب فى المجتمعات ، وذلك من أجل التوصل إلى رؤية مقترحة للحد من ترويج الشائعات عبر وسائل الاعلام الجديد، واعتمدت هذه الدراسة على أداة الاستبيان لجمع البيانات من خلال المقابلة مع الباحثين كما تم تطبيق الاستمارة على عدد ٢٥٠ مفردة من جمهور الباحثين .

وتوصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج: أن من أهم أسباب انتشار الارهاب فى المجتمع ان هناك دول راعية للارهاب مسيطرة على دول أخرى ، يليه ضعف الوازع الدينى لدى الافراد والشعوب مما يؤدي إلى التعصب لمبدأ فكرى معين ووجود سياسات غير عادلة داخل الدولة الواحدة

- دراسة مجدى محمد عبدالجواد " دور الاعلام الجديد فى تشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعى نحو ظاهرة الإرهاب على شبكة الانترنت " (٢٠١٦) (١٨)

تناولت هذه الدراسة الدور الذى يقوم به الاعلام الجديد بأشكاله المختلفة فى تشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعى السعودى نحو ظاهرة الإرهاب على شبكة الإنترنت ، وكان ذلك بالتطبيق على ثلاث جامعات بالمملكة العربية السعودية وعلى عينة عمدية بلغت نحو ٤٢٠ مفردة .

وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج: تصدر شبكات التواصل الاجتماعى قائمة وسائل الإعلام الجديد حيث يرى طلاب الجامعات السعودية أنها ساهمت إلى حد كبير فى معرفتهم بمخاطر وابعاد الارهاب ، كما توصلت الدراسة إلى إيجابية شبكات وسائل التواصل الإجتماعى حيث ساهمت فى رفض عام لطلاب الجامعات السعودية وزيادة مشاعرهم ضد أعمال الارهاب والتطرف ، ورأت الدراسة أن الارهاب صناعة غربية أمريكية وأن أحداث سبتمبر ٢٠٠١ كانت السبب فى تفاقمها وتناميها فى مختلف دول العالم .

- دراسة هويدا مصطفى " دور الفصائيات العربية فى تشكيل إتجاهات الجمهور نحو الارهاب " (٢٠٠٨) (١٩)

إستهدفت هذه الدراسة رصد وتحليل العلاقة بين درجة تعرض الجمهور لهذه الوسائل ودرجة المعرفة والوعى بقضايا الارهاب المثارة من خلال ما تقدمه من رسائل إعلامية ، وقد أستخدمت الدراسة منهج المسح بشقه الوصفى بعينة عشوائية بلغت ٤٠٠ مفردة من جنسيات عربية مختلفة .

وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج: ارتفاع نسبة اعتماد الجمهور العربى على القنوات الفصائية العربية كمصدر للمعلومات عن الاحداث الارهابية ، كما جاءت الدوافع المعرفية فى مقدمة الدوافع التى تعرض الجمهور لها ، فضلاً عن إهتمام المضمون الدرامى بتأصيل الفكر الإرهابى وتتبع أسباب وجذور هذه المشكلة .

التعقيب على الدراسات السابقة

مما هو جدير بالذكر؛ أن الدراسة الراهنة قد أستفادت من الدراسات السابقة فى توضيح بعض المفاهيم من أجل بلورة بعض القضايا الفرعية التى تناقشها الدراسة الراهنة وتحديد بعض أهدافها ، وتجنب بعض المشكلات التى تعرضت لها الدراسات السابقة .

ولاحظت الباحثة فى تلك الدراسات السابقة إستخدام أسلوب تحليل مضمون الخطاب كطريقة فى البحث الإعلامى . ويمكن القول أنه ؛ يكاد يوجد شبه إتفاق بين بعض الدراسات وخاصة دراسة نihal عمر الفاروق ونجوى الفوال على أهمية تحديد القنوات التليفزيونية ، وأختيار بعض البرامج الدينية بما ، بالإضافة إلى تحديد فترة زمنية لمشاهدة هذه البرامج، وهذا ما أكدت عليه دراسات أخرى أن تتسم هذه البرامج بأستمرارية لبعض الوقت . كما إستفادت الدراسة الحالية خاصة من دراسة نihal عمر الفاروق فى ضرورة تحديد فترة زمنية فضلاً عن تحديد عينة من القنوات التليفزيونية ، بالإضافة إلى تحديد برامج (دينية) محددة تُبث فى هذه القنوات .

ثامناً : المدخل النظرى للبحث :

أعتمدت الباحثة فى هذه الدراسة على نظرية الغرس الثقافى ، وذلك لأنها تعتمد فى دراسة تأثير التعرض لوسائل الإعلام على طول فترات التعرض وتكرارها ، وكذلك تأثير الثقافة المقدمة فى وسائل الإعلام فى تشكيل القيم والمعتقدات والأفكار لدى الفرد على المدى الطويل ، حيث تعد وسائل الإعلام إحدى مؤسسات التنشئة الإجتماعية للأفراد إلى جانب الأسرة والمدرسة .

فهذه النظرية تهتم بدراسة الصورة الإعلامية والنمطية التي تقدمها وسائل الإعلام وتغرسها في المتابعين لهذا المحتوى ، وتأثيره على سلوكياته تجاه ما يحيط به من أفراد أو أحداث أو غيره .<sup>(٢٠)</sup> ويمكن استخدام مصطلح الغرس لوصف الإسهامات المستقلة لمشاهدة التلفزيون المتكررة والتراكمية وما يمكن أن تحدثه من الأشكال وغرس مفاهيم المشاهد عن الواقع الاجتماعي على المدى الزمني الطويل<sup>(٢١)</sup> حيث تهدف نظرية الغرس في الأساس الي قياس نتيجة تعرض المشاهدين لوسائل الاعلام خاص التلفزيون والسينما وتأثير عمليات التكرار في المشاهدة والتشابة في المضامين المعروضة على ادراك المشاهدين للواقع الاجتماعي الحقيقي والواقع الصوري الذي يقدمه الاعلام ووسائله .فهى من النظريات التي تقيس تأثيرات الرسالة الاعلامية علي الجمهور وتراعي النظرية كم من الاعتبارات الهامة، حيث تركز افكار النظرية علي دراسة دور التلفزيون وباقي وسائل الاعلام في غرس الثقافه عند الجمهور بشكل عام ، والفئات التي تجلس طويلا امامه وللعلم يمكن تطبيق افكارها مع وسائل الاعلام الاخرى.<sup>(٢٢)</sup>

### نتائج الدراسة التحليلية :

#### أ) المعالجة الإحصائية لعينة الدراسة التحليلية:

بعد الاستقرار على الشكل النهائي لاستمارة تحليل المضمون، وتحديد حجم ومواصفات العينة وهما برنامج (حائر و) برنامج (الامام الطيب) التي سيتم تحليلها وتحديد وحدات التحليل والقياس الملائمة، خطوات الإجرائية لتحليل عينة الدراسة كالتالي:-

١. تسجيل جميع البرامج على أسطوانة .
  ٢. تم مشاهدة جميع البرامج مرتين:
- المرّة الأولى: تسجل الباحثة الأفكار الواردة بالبرنامج الذي تم تحليله، ثم تسكن هذه الأفكار في الفئات الواردة بالاستمارة وذلك بعد تعيين عنصر الفئة العبارة أو المشهد أو الكلمة.
- المرّة الثانية: تتأكد الباحثة من صحة ما تم تسكينه من أفكار، ومن مدى شمول ما سجلته لكل الأفكار الواردة بالبرنامج.
٣. تحليل هذه البرامج وتسجيل الأفكار الواردة بها وتسكينها باستمارة تحليل المضمون.
  ٤. حساب تكرار الفئات وتفريغ النتائج على استمارة تحليل المضمون .
  ٥. يتم التحليل في ضوء تعريف كل قيمة كما هو محدد باستمارة المنظومة القيمية المحكمة.
  ٦. حساب التكرارات وإجراء المعالجة الإحصائية لها.

#### ب) صدق وثبات التحليل:

- ١) صدق التحليل: تحققت الباحثة من صدق التحليل بالأساليب التالية:
  - صدق نواتج التحليل<sup>(٢٣)</sup> حيث يتحدد صدقها من خلال الإجابة عن التساؤلات التالية:
    - هل نواتج التحليل تمثل تمثيلاً حقيقياً للمحتوى الذي تم تحليله ؟
    - هل تكرر ورود النواتج في المحتوى صحيحة ؟ فصدق التحليل يهدف إلى معرفة هل تؤدي أداة البحث للكشف عن الظواهر التي يجرى من أجلها البحث<sup>(٢٤)</sup> وقد تحقق ذلك فالتحليل يكشف عن أهم القضايا المتضمنة ببرنامج (حائر) و برنامج (الامام الطيب) .

## ٢) ثبات التحليل :

يقصد بثبات التحليل إمكان الحصول على نتائج ثابتة عند تكرار التحليل ، بمعنى أن استمارة تحليل ستعطي نفس البيانات أو النتائج تقريباً إذا طبقت على نفس العينة أكثر من مرة<sup>(٢٥)</sup> ولحساب ثبات التحليل قامت الباحثة بالخطوات التالية :-

- ١- تحليل عينة الدراسة تحليلاً أولياً .
- ٢- إعادة تحليل عينة الدراسة وقد وجد أن ثبات التحليل بعد تطبيق "معادلة بيرسون" تساوي تطبيق معادلة كوبر<sup>(٢٦)</sup> (cooper)

$$\text{نسبة الاتفاق} = \frac{\text{عدد مرات الاتفاق}}{\text{عدد مرات الاتفاق} + \text{عدد مرات عدم الاتفاق}} \times 100$$

### المحاور الأولية لتحليل البرامج

#### أولاً: توصيف البرامج

١. نوع القناة ( عامة - متخصصة )
٢. نمط الملكية ( حكومي - خاص )
٣. يوم الاذاعة ( السبت - الجمعة )
٤. دورية الاذاعة ( مرة - اثنان - خمس مرات ... )
٥. تاريخ إذاعة الحلقة
٦. مدة البرنامج
٧. فترة عرض البرنامج ( صباحي - ضحى - مسائي )
٨. إعادة بث البرامج ( يعاد - لا يعاد )
٩. فترة إعادة بث البرنامج
١٠. قالب الفني للبرنامج ( حديث مباشر - حوار - سؤال وجواب ... )
١١. الوسائل المستخدمة في عرض موضوع البرنامج ( فيديو - صور حية - جرافيك - تقرير مصور ... )
١٢. نوع مقدم البرنامج ( ذكر - انثى - الاثنين معا )
١٣. تخصص مقدم البرنامج ( مذيع - استاذ - داعية - مفكر ... )
١٤. وجود فواصل بالبرامج ( اعلانات - اذان وادعية - تنويهات .. اخرى .. لا يوجد )
١٥. شكل تسجيل البرامج ( داخل الاستديو - خارج الاستديو ... )

#### ثانياً : الجمهور المستهدف

١. طبيعة الجمهور ( عام - مرأة فقط - رجل فقط ... )
٢. مشاركة الجمهور في البرنامج ( يشارك - لا يشارك )
٣. أنواع الجمهور المشارك ( ذكور - اناث - الاثنين )
٤. جنسية الجمهور المشارك ( مصري - عربي - اجني )
٥. أساليب مشاركة الجمهور ( حضور داخل الاستوديو - اتصال هاتفي - بريد الكتروني ... )
٦. نوع وطبيعة المشاركة ( ابداء الرأي - تقديم معلومات - طرح استفسارات ... )

٧. مشاركة الضيوف بالبرنامج ( يشارك - لا يشارك )

٨. نوع الضيوف المشاركين ( ذكر - انثى - الاثنين )

٩. تخصصات الضيوف ( عالم ديني - استاذ جامعي - اعلامي - طبيب..... )

١٠. ارتباط تخصص الضيف بموضوع الحلقة ( متخصص وله علاقة - غير متخصص )

ثالثا: انواع القضايا الاجتماعية الخاصة بالشباب كما عرضها البرنامج

١. قضايا إجتماعية ( زواج - طلاق - علاقات عاطفية - تفكك اسري - صلة الارحام - العلاقات مع الوالدين ..... )

٢. قضايا أخلاقية ( الصدق - الامانة - التعامل مع الآخرين - الموقف من غير المسلمين..... )

٣. قضايا سياسية ( المشاركة السياسية - عضوية الاحزاب والمؤسسات - الحوار - الانتماء لجماعات ارهابية متطرفة - ..... )

٤. قضايا ثقافية ( عضوية أندية ثقافية - نشاط ثقافي..... )

٥. قضايا إقتصادية ( سوء توزيع الثروة - الحد الأدنى للأجور - استثمار طاقات الشباب - العائد الإقتصادي - فرص عمل ..... )

ثانياً : نتائج الدراسة التحليلية

جدول (٢) يوضح شكل تسجيل البرنامج عينه الدراسة

الأجمالي		خارج الأستوديو		داخل الأستوديو		شكل تسجيل البرنامج اسم البرنامج
%	ك	%	ك	%	ك	
٤٩.١	٢٩	-	-	٤٩.١	٢٩	الامام الطيب
٥٠.٩	٣٠	٥٠.٩	٣٠	-	-	حائر
١٠٠	٥٩	٥٠.٩	٣٠	٤٩.١	٢٩	الأجمالي

يتضح لنا من بيانات الجدول أن:

- جاء خارج الأستوديو في الترتيب الأول بنسبة (٥٠.٩%) بإجمالي عدد تكرارات (٣٠) مرة في برنامج حائر.
- جاء داخل الأستوديو في الترتيب الثاني بنسبة (٤٩.١%) بإجمالي عدد تكرارات (٢٩) مرة في برنامج الامام الطيب.

جدول (٣) يوضح تخصص مقدم البرنامج عينه الدراسة

الأجمالي		داعية		أستاذ جامعي		مذيع		تخصص مقدم البرامج اسم البرنامج
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٦٥.٨%	٥٨	٣٢.٩%	٢٩	٣٢.٩%	٢٩	-	-	الامام الطيب
٣٤.٢%	٣٠	-	-	-	-	٣٤.٢%	٣٠	حائر
١٠٠%	٨٨	٣٢.٩%	٢٩	٣٢.٩%	٢٩	٣٤.٢%	٣٠	الأجمالي

يتضح لنا من بيانات الجدول أن:

- جاء المذيع في الترتيب الأول بنسبة (٣٤.٢%) بإجمالي عدد تكرارات (٣٠) مرة في برنامج حائر .
- جاء أستاذ جامعي وداعية في الترتيب الثاني بنسبة (٣٢.٩%) بإجمالي عدد تكرارات (٢٩) مرة في برنامج الامام الطيب

#### جدول (٤) يوضح القالب الفني للبرامج

الأجمالي		سؤال وجواب		حوار		حديث مباشر		القالب الفني للبرامج اسم البرنامج
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢٤.٤%	٢٩	-	-	-	-	٢٤.٤%	٢٩	الامام الطيب
٧٥.٦%	٩٠	٢٥.٢%	٣٠	٢٥.٢%	٣٠	٢٥.٢%	٣٠	حائر
١٠٠%	١١٩	٢٥.٢%	٣٠	٢٥.٢%	٣٠	٤٩.٦%	٥٩	الأجمالي

يتضح لنا من بيانات الجدول أن:

- جاء الحديث المباشر في الترتيب الأول بنسبة (٤٩.٦%) بإجمالي عدد تكرارات (٥٩) مرة، وجاءت كالتالي: عدد (٢٩) مرة في برنامج الامام الطيب بنسبة (٢٤.٤%) ، وعدد (٣٠) مرة في برنامج حائر بنسبة (٢٥.٢%).
- جاء الحوار وسؤال وجواب في الترتيب الثاني بالتساوي بنسبة (٢٥.٢%) بإجمالي عدد تكرارات (٣٠) مرة في برنامج الامام الطيب بنسبة (٢٥.٢%) .

#### جدول (٥) يوضح طبيعة الجمهور المستهدف بالبرامج عينه الدراسة

الأجمالي		عام		طبيعة الجمهور المستهدف اسم البرنامج
%	ك	%	ك	
٤٩.١%	٢٩	٤٩.١%	٢٩	الامام الطيب
٥٠.٩%	٣٠	٥٠.٩%	٣٠	حائر
١٠٠%	٥٩	١٠٠%	٥٩	الأجمالي

يتضح لنا من بيانات الجدول أن:

- جاءت طبيعة الجمهور المستهدف عام في الترتيب الأول بنسبة (٥٠.٩%) بإجمالي عدد تكرارات (٣٠) مرة في برنامج حائر.
- جاءت طبيعة الجمهور المستهدف عام في الترتيب الثاني بنسبة (٤٩.١%) بإجمالي عدد تكرارات (٢٩) مرة في برنامج الامام الطيب.

#### جدول (٦) يوضح مشاركة الجمهور بالبرامج عينه الدراسة

الأجمالي		لا يشارك		يشارك		مشاركة الجمهور اسم البرنامج
%	ك	%	ك	%	ك	
٤٩.١%	٢٩	٤٩.١%	٢٩	-	-	الامام الطيب
٥٠.٩%	٣٠	٥٠.٩%	٣٠	-	-	حائر
١٠٠%	٥٩	١٠٠%	٥٩			الأجمالي

يتضح لنا من بيانات الجدول أن:

- جاءت عدم مشاركة الجمهور في الترتيب الأول بنسبة (٥٠.٩%) بإجمالي عدد تكرارات (٣٠) مرة في برنامج حائر.
- جاءت عدم مشاركة الجمهور في الترتيب الثاني بنسبة (٤٩.١%) بإجمالي عدد تكرارات (٢٩) مرة في برنامج الامام الطيب.

#### جدول (٧) يوضح نوع وطبيعة المشاركة بالبرنامجين عينة الدراسة

نوع المشاركة بالبرنامج		تقديم معلومات		طرح استفسارات		لا يوجد		الأجمالي	
اسم البرنامج		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الامام الطيب		٢٩	%٤٩.٢	-	-	-	-	٢٩	%٤٩.٢
حائر		٢٠	%٣٣.٩	١٠	%١٦.٩	-	-	٣٠	%٥٠.٨
الأجمالي		٤٩	%٨٣.١	١٠	%١٦.٩	-	-	٥٩	%١٠٠

يتضح لنا من بيانات الجدول أن:

- جاء لا يوجد نوع وطبيعة للمشاركة في الترتيب الأول بنسبة (٤٩.٢%) بإجمالي عدد تكرارات (٢٩) مرة في برنامج الامام الطيب .
- جاء تقديم معلومات في الترتيب الاول بنسبة (٣٣.٩٦%) بإجمالي عدد تكرارات (٢٠) مرة في برنامج حائر

#### جدول (٨) يوضح تخصصات الضيوف بالبرنامجين عينة الدراسة

تخصصات ضيوف البرامج		عالم ديني		أستاذ جامعي		متخصص في الطب		غير ذلك		لا يوجد		الأجمالي	
اسم البرنامج		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الامام الطيب		٢٩	%٤٩.٢	-	-	-	-	-	-	-	-	٢٩	%٤٩.٢
حائر		٢	%٣.٤	٣	%٥	-	-	٢٥	%٤٢.٤	-	-	٣٠	%٥٠.٨
الأجمالي		٢	%٣.٤	٣	%٥	-	-	٢٥	%٤٢.٤	٢٩	%٤٩.٢	٥٩	%١٠٠

يتضح لنا من بيانات الجدول أن:

- جاء عالم ديني في تخصص للضيوف في الترتيب الأول بنسبة (٤٩.٢%) بإجمالي عدد تكرارات (٢٩) مرة في برنامج الامام الطيب .
- جاء غير ذلك من تخصصات الضيوف في الترتيب الثاني بنسبة (٤٢.٤%) بإجمالي عدد تكرارات (٢٥) مرة في برنامج حائر.
- جاء أستاذ جامعي في الترتيب الثالث بنسبة (٥.٠%) بإجمالي عدد تكرارات (٣) مرات في برنامج حائر .
- جاء عالم ديني في الترتيب الرابع بنسبة (٣.٤%) بإجمالي عدد تكرارات (٢) مرات في برنامج حائر .

#### جدول (٩) يوضح ارتباط تخصص الضيوف بموضوعات البرنامجين عينة الدراسة

تخصص الضيوف		متخصص وله علاقة		غير متخصص		لا يوجد		الأجمالي	
اسم البرنامج		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الامام الطيب		-	-	-	-	٢٩	%٤٩.٢	٢٩	%٤٩.٢



حائر	٢٠	%٣٣.٩	١٠	%١٦.٩	-	٣٠	%٥٠.٨
الأجمالي	٢٠	%٣٣.٩	١٠	%١٦.٩	-	٥٩	%١٠٠

يتضح لنا من بيانات الجدول أن:

- جاء لا يوجد ارتباط تخصص للضيوف (عدم وجود ضيوف بالبرنامج) في الترتيب الأول بنسبة (%٤٩.٢) بإجمالي عدد تكرارات (٢٩) مرة في برنامج الامام الطيب .
- جاء متخصص وله علاقة في الترتيب الثاني بنسبة (%٣٣.٩) بإجمالي عدد تكرارات (٢٠) مرة في برنامج حائر.
- جاء غير متخصص في الترتيب الثالث بنسبة (%١٦.٩) بإجمالي عدد تكرارات (١٠) مرات في برنامج حائر.

#### جدول (١٠) يوضح زمن الحلقة التي يقدمها بالبرنامج عينه الدراسة

اسم البرنامج	من (١) دقيقة إلى (١٥) دقيقة		من (١٦) دقيقة إلى (٣٠) دقيقة		من (٣١) دقيقة إلى (٤٥) دقيقة		الأجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
الامام الطيب	%٤٩.٢	٢٩	-	-	-	-	%٤٩.٢	٢٩
حائر	-	-	%٤٩.٢	٢٩	%١.٦	١	%٥٠.٨	٣٠
الأجمالي	%٤٩.٢	٤٩.٢	%٤٩.٢	٤٩.٢	%١.٦	١	%١٠٠	٥٩

يتضح لنا من بيانات الجدول أن:

- جاء زمن الحلقة من (١٦-٣٠) دقيقة في الترتيب الأول بنسبة (%٤٩.٢) بإجمالي عدد تكرارات (٢٩) مرة في برنامج الامام الطيب وبرنامج حائر.
- جاء زمن الحلقة من (٣١-٤٥) دقيقة في الترتيب الثاني بنسبة (%١.٦) بإجمالي عدد تكرارات (١) مرة واحدة في برنامج حائر.

#### جدول (١١) يوضح اللغة المستخدمة بالبرنامج عينه الدراسة

اسم البرنامج	اللغة المستخدمة		يجمع بين اللغتين (العامة والفصحى)		الأجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك
الامام الطيب	%٤٩.٢	٢٩	%٤٩.٢	٢٩	%٤٩.٢	٢٩
حائر	-	-	%٥٠.٨	٣٠	%٥٠.٨	٣٠
الأجمالي	%٤٩.٢	٤٩.٢	%١٠٠	٥٩	%١٠٠	٥٩

يتضح لنا من بيانات الجدول أن:

- تساوي يجمع بين اللغتين في البرنامج بنسبة (%١٠٠) بإجمالي تكرارات (٥٩) مرة ، وجاءت كالتالي : في برنامج حائر بنسبة (%٥٠.٨) بإجمالي عدد تكرارات (٣٠) مرة ، بنسبة (%٤٩.٢) بإجمالي عدد تكرارات (٢٩) مرة في برنامج الامام الطيب.

جدول (١٢) يوضح القضايا التي تناولها البرنامجين عينة الدراسة\*١

الأجمالي		القضايا الثقافية		القضايا السياسية		القضايا الاقتصادية		القضايا الأخلاقية		القضايا الاجتماعية		قضايا البرنامج
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	اسم البرنامج
٥١.٤%	٦٢٦	١٨.٨%	١١٨	١٧.٦%	١١٠	١٧.٩%	١١٢	٢٣.٣%	١٤٦	٢٢.٤%	١٤٠	الامام الطيب
٤٨.٦%	٥٩٢	١٨%	١٠٧	١٧.٢%	١٠٢	٢٠.٣%	١٢٠	٢٢.٩%	١٣٦	٢١.٤%	١٢٧	حائر
١٠٠%	١٢١٨	١٨.٦%	٢٢٥	١٧.٤%	٢١٢	١٩%	٢٣٢	٢٣.١%	٢٨٢	٢١.٩%	٢٦٧	الأجمالي

يتضح لنا من بيانات الجدول أن:

جاءت القضايا الأخلاقية في الترتيب الأول بنسبة (٢٣.١%) بإجمالي عدد تكرارات (٢٨٢) مرة، وجاءت كالتالي: عدد (١٤٦) مرة في برنامج الامام الطيب بنسبة (٢٣.٣%) ، وعدد (١٣٦) مرة في برنامج حائر بنسبة (٢٢.٩%).

جاءت القضايا الاجتماعية في الترتيب الثاني بنسبة (٢١.٩%) بإجمالي عدد تكرارات (٢٦٧) مرة، وجاءت كالتالي: عدد (١٤٠) مرة في برنامج الامام الطيب بنسبة (٢٢.٤%) ، وعدد (١٢٧) مرة في برنامج حائر بنسبة (٢١.٤%).

جاءت القضايا الاقتصادية في الترتيب الثالث بنسبة (١٩.٠%) بإجمالي عدد تكرارات (٢٣٢) مرة، وجاءت كالتالي: عدد (١١٢) مرة في برنامج الامام الطيب بنسبة (١٧.٩%) ، وعدد (١٢٠) مرة في برنامج حائر بنسبة (٢٠.٣%).

جاءت القضايا الثقافية في الترتيب الرابع بنسبة (١٨.٦%) بإجمالي عدد تكرارات (٢٢٥) مرة، وجاءت كالتالي: عدد (١١٨) مرة في برنامج الامام الطيب بنسبة (١٨.٨%) ، وعدد (١٠٧) مرة في برنامج حائر بنسبة (١٨.٠%).

جاءت القضايا السياسية في الترتيب الخامس بنسبة (١٧.٤%) بإجمالي عدد تكرارات (٢١٢) مرة، وجاءت كالتالي: عدد (١١٠) مرة في برنامج الامام الطيب بنسبة (١٧.٦%) ، وعدد (١٠٢) مرة في برنامج حائر بنسبة (١٧.٢%).

جدول (١٣) يوضح القضايا الاجتماعية التي تضمنها البرنامجين عينة الدراسة

الامام الطيب		حائر		البرنامج القضايا
%	ك	%	ك	
-	-	٨٦.٦%	١٣	الزواج
-	-	٨٥.٧%	١٢	الطلاق

١. القضايا الاجتماعية جاءت متغيراتها في: الزواج، الطلاق، العادات والتقاليد، التفكك الأسري ... إلخ
٢. القضايا الأخلاقية جاءت متغيراتها في: التواضع، التعامل مع الآخرين أدب الخلاف والاختلاف ... إلخ
٣. القضايا السياسية جاءت متغيراتها في: التطرف، الانتماء والولاء، المشاركة السياسية، الثورات ... إلخ
٤. القضايا الثقافية جاءت متغيراتها في: الابداع الفني، النظام ثقافة العولمة، ثقافة الحوار ... إلخ

العادات والتقاليد	١٣٧	٩٣.٨%
الهجرة الغير شرعية والشرعية وهجرة العقول	١٢٢	٨١.٢%
العلاقات العاطفية	١٨	٧٢.٢%
رؤية الشباب واحلامهم	١٤٠	٩٥.٨%
التفكك الاسرى	٣٨	٩٥%
صلة الارحام	٢٠	٨٣.٣%
العلاقات مع الوالدين	٢٢	٧٨.٥%
الشذوذ الجنسى والدين والإحاد	١٠٩	٩٥.٦%
الشباب والبدعة وزيارة أولياء الله الصالحين	١٠٦	٩٦.٣%

تشير نتائج تحليل المحتوى لبرنامج حائر بأن القضايا الاجتماعية المتضمنة من التحليل جاءت قضية التفكك الأسري في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (٩٥.٠%)، بينما جاءت في قضية الزواج المرتبة الثانية بنسبة بلغت (٨٦.٦%)، في حين أن قضية الطلاق جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (٨٥.٥%)، وقضية صلة الأرحام احتلت المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (٨٣.٣%)، بينما جاءت في العلاقات مع الوالدين المرتبة الخامسة بنسبة بلغت (٧٨.٥%)، وأن قضية العلاقات العاطفية جاءت في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة بلغت (٧٨.٥%).

بينما تشير نتائج تحليل المحتوى لبرنامج الامام الطيب بأن القضايا الاجتماعية المتضمنة من التحليل جاءت قضية الشباب والبدعة وزيارة أولياء الله الصالحين في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (٩٦.٣%)، وجاءت قضية رؤية الشباب وأحلامهم والتعليم في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (٩٥.٨%)، وجاءت قضية الشذوذ الجنسى والدين والإحاد في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (٩٥.٦%)، وجاءت قضية العادات والتقاليد في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (٩٣.٨%)، وجاءت قضية الهجرة الشرعية وغير الشرعية وهجرة العقول في المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة بلغت (٨١.٢%).

#### جدول (١٤) يوضح القضايا الأخلاقية التي تضمنها البرنامجين عينة الدراسة

البرنامج القضايا	حائر		الامام الطيب	
	ك	%	ك	%
الأمانة	١٨	٩٠%	-	-
الثقة والإحترام والتفاؤل والرغبة	-	-	١٢٧	٩٠.٧%
الحلال والحرام	-	-	١١٧	٩٧.٥%
التعامل مع الاخرين	٣١	٧٣.٨%	-	-
الموقف مع غير المسلم	١٤	٨٢.٢%	-	-
التعاون	٢٩	٩٣.٥%	-	-
التواصل مع الله والشهادة	-	-	١٢٨	٩٤.١%

أدب الخلاف والاختلاف	-	-	٩٢	٩٢%
التواضع	١٥	٩٣.٢%	-	-
الالتزام الديني	-	-	١٠٧	٩٧.٢%
الصدق	٢٤	٩٢.٣%	-	-
القيم والأخلاق والعقيدة الانسانية	-	-	٩٤	٩٢.١%

تشير نتائج تحليل المحتوى لبرنامج حائر بأن القضايا الأخلاقية المتضمنة من التحليل جاءت قضية التعاون في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (٩٣.٥%)، بينما جاءت في التواضع المرتبة الثانية بنسبة بلغت (٩٣.٣%)، بينما جاءت في قضية الصدق المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (٩٢.٣%)، بينما جاءت في الأمانة المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (٩٠.٠%)، بينما جاءت في الموقف من غير المسلم المرتبة الخامسة بنسبة بلغت (٨٢.٣%)، بينما جاءت في التعامل مع الآخرين المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة بلغت (٧٣.٨%).

كما تشير نتائج تحليل المحتوى لبرنامج الامام الطيب بأن القضايا الأخلاقية المتضمنة من التحليل جاءت قضية الحلال والحرام في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (٩٧.٥%)، وجاءت قضية الالتزام الديني في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (٩٧.٢%)، جاءت قضية التواصل مع الله والشهادة في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (٩٤.١%)، وجاءت قضية الثقة والاحترام والتفاؤل والرغبة في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (٩٠.٧%)، وجاءت قضية القيم والأخلاق والعقيدة الإنسانية في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت (٩٢.١%)، وجاءت قضية أدب الخلاف والاختلاف في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة بلغت (٩٢%).

#### جدول (١٥) يوضح القضايا الاقتصادية التي تضمنها البرنامجين عينة الدراسة

البرنامج	حائر		الامام الطيب	
	ك	%	ك	%
إستثمار طاقات الشباب	-	-	٨	٨٠%
فرص عمل	١٢	٨٠%	-	-
التجارة إدارة	-	-	٥	٧١.٤%
الثورة الصناعية والتقنية	-	-	٧	٧٠%
أجور متاحة	١٤	٦٠.٨%	-	-
العائد الاقتصادي	٢٩	٩٠.٦%	-	-
الحد الأدنى للأجور	-	-	٢٠	٩٠.٩%
الاستهلاك	٢٩	٩٠.٦%	-	-
عمالة الأطفال	١٣	٦٥%	-	-
سوء توزيع الثروة	-	-	١٠	٧٦.٩%

المهاجرين والأقتصاد	-	-	١٥	٨٣.٣%
احترام الملكية العامة	١٢	٨٠.١%	-	-

تشير أيضاً نتائج تحليل المحتوى لبرنامج حائر ١١ بأن القضايا الاقتصادية المتضمنة من التحليل جاءت قضية العائد الاقتصادي في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (٩٣.٥%)، بينما جاءت في الاستهلاك المرتبة الثانية بنسبة بلغت (٩٠.٦%)، بينما جاءت في احترام الملكية العامة المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (٨٠.٢%)، بينما جاءت في فرص العمل المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (٨٠.٠%)، بينما جاءت في عمالة الأطفال المرتبة الخامسة بتكرار متفق عليه بنسبة اتفاق منخفضة بين التحليلين بلغت (٦٥.٠%)، بينما جاءت في أجور متاحة المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة بلغت (٦٠.٨%).

ولكن تشير نتائج تحليل المحتوى لبرنامج الامام الطيب بأن القضايا الاقتصادية المتضمنة من التحليل جاءت قضية الحد الأدنى للأجور في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (٩٠.٩%)، وجاءت قضية المهاجرين والاقتصاد في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (٨٣.٣%)، جاءت قضية استثمار طاقات الشباب في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (٨٠%)، وجاءت قضية سوء توزيع الثروة في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (٧٦.٩%)، وجاءت قضية التجارة إدارة في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت (٧١.٤%)، وجاءت قضية الثورة الصناعية والتقنية في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة بلغت (٧٠%).

جدول (١٦) يوضح القضايا السياسية التي تضمنها البرنامجين عينة الدراسة

القضايا	البرنامج		حائر		الامام الطيب	
	ك	%	ك	%	ك	%
التطرف	١٠	٧١.٤%	-	-	-	-
عضوية الاحزاب	١١	٧٣.٣%	-	-	-	-
الثورات	-	-	١٢	٨٥.٧%	-	-
القرصنة الالكترونية	٣١	٨٦.١%	-	-	-	-
الاستعمار	-	-	٨	٨٠%	-	-
التطرف والارهاب	-	-	٧	٧٧.٧%	-	-
الحروب	-	-	١٥	٩٣.٥%	-	-
الحوار	١٣	٩٢.٨%	-	-	-	-
الديمقراطية	-	-	١١٨	٨٨.١%	-	-
الانتماء والولاء	٢٥	٩٢.٢%	-	-	-	-
المشاركة السياسية	١٠	٩٠.٩%	-	-	-	-
نقابات العمال	-	-	٩	٨١.٨%	-	-

تشير نتائج تحليل المحتوى لبرنامج حائر بأن القضايا السياسية المتضمنة من التحليل جاءت قضية الحوار في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (٩٢.٨%)، بينما جاءت في الانتماء والولاء المرتبة الثانية بنسبة بلغت (٩٢.٢%)، وأن قضية المشاركة السياسية جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (٩٠.٩%)، والقرصنة الإلكترونية إحتلت المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (٨٦.١%)، بينما جاءت في عضوية الأحزاب المرتبة الخامسة بنسبة بلغت (٧٣.٣%)، في حين ان التطرف احتل المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة بلغت (٧١.٤%).

بينما تشير نتائج تحليل المحتوى لبرنامج الامام الطيب بأن القضايا السياسية المتضمنة من التحليل جاءت قضية الحروب في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (٨٨.٢%)، وجاءت قضية التعذيب في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (٨٨.٢%)، جاءت قضية الثورات في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (٨٥.٧%)، وجاءت قضية نقابات العمل في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (٨١.٨%)، و جاءت قضية الاستعمار في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت (٨٠%)، وجاءت قضية التطرف والإرهاب السادسة والأخيرة بنسبة (٧٧.٧%).

لكن تختلف النتيجة الحالية مع ما توصلت إليه دراسة محمد أحمد هاشم حيث ركز الخطاب الديني على القضايا السياسية النظام السياسي في الفكر الإسلامي في المرتبة الأولى من إجمالي القضايا التي ناقشها الخطاب الديني

جدول (١٧) يوضح القضايا الثقافية التي تضمنها البرنامجين عينة الدراسة

الامام الطيب		حائر		البرنامج القضايا
%	ك	%	ك	
-	-	٧٧.٧%	٧	عضوية أندية ثقافية
-	-	٩٣.٥%	٢٩	نشاط ثقافي
٦٥%	١٣	-	-	الثقافة المالية والنقدية
٨٠.١%	١٢	-	-	ثقافة التغيير
-	-	٩٠%	١٨	النظافة
٧١.٤%	١٠	-	-	ثقافة العولمة
-	-	٩٦.٦%	٢٩	النظام
٧٣.٣%	١١	-	-	ثقافة التقنيات الحديثة
٦٩.٢%	٩	-	-	ثقافة تقبل الآخر
-	-	٨٨.٢%	١٥	التميز
-	-	٩٠.٦%	٢٩	الابداع الفني
٨٥.٧%	١٢	-	-	ثقافة الحوار

تشير نتائج تحليل المحتوى لبرنامج حائر بأن القضايا الثقافية المتضمنة من التحليل جاءت قضية النظام في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (٩٦.٦%)، بينما جاءت قضية النشاط الثقافي في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (٩٣.٣%)، وأن الإبداع الفني المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (٩٠.٦%)، بينما جاءت في النظافة المرتبة الرابعة بنسبة بلغت

(٩٠.٠%)، في حين أن التميز أحتل المرتبة الخامسة بنسبة بلغت (٨٨.٢%)، بينما جاءت في عضوية أندية ثقافية المرتبة السادسة والأخيرة بتكرار متفق عليه بنسبة بلغت (٧٧.٧%).

في حين تشير نتائج تحليل المحتوى لبرنامج الامام الطيب بأن القضايا الثقافية المتضمنة من التحليل جاءت قضية ثقافة الحوار في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (٨٥.٧%)، وجاءت قضية ثقافة التغيير في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (٨٠.١%)، جاءت قضية ثقافة التقنيات الحديثة في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (٧٣.٣%)، وجاءت قضية ثقافة العولمة في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (٧١.٤%)، و جاءت قضية ثقافة تقبل الآخر في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت (٦٩.٢%)، وجاءت قضية الثقافة المالية والنقدية السادسة والأخيرة بنسبة بلغت (٦٥%).

لكن تختلف النتيجة الحالية مع ما توصلت إليه دراسة محمد أحمد هاشم حيث ركز الخطاب الديني في القضايا الثقافية على قضية الثقافة الإسلامية وعلاقتها بالآخر في المرتبة الأولى من إجمالي القضايا التي ناقشها الخطاب الديني .

#### • وقد جاءت نتائج الدراسة الراهنة لتؤكد على :

١. أن البرامج الدينية لها دور كبير في تشكيل الثقافة الدينية ونشر الوعي بمخاطر الارهاب، ويدل ذلك على أهمية التليفزيون خاصة البرامج الدينية في تزويد الشباب بالمعرفة والمعلومات .
٢. معظم البرامج الدينية تركز على الجوانب الروحية والأخلاقية أكثر من الجوانب السياسية وهذا ما أكدته البرامج في تركيزها على القضايا الإجتماعية والدينية أكثر من أى موضوعات أخرى .
٣. وبالنسبة للقضايا التي تناولتها البرامج الدينية (محل الدراسة) ركزت هذه البرامج على القضايا الإجتماعية المتمثلة في الزواج والطلاق والعادات والتقاليد ورؤية الشباب وأحلامهم وغيرها ، ثم تلتها في المرتبة الثانية القضايا الأخلاقية المتمثلة في أدب الخلاف والإختلاف و الألتزام الدنى والتواضع وغيرها من القضايا ، ثم القضايا الإقتصادية المتمثلة في إستثمار طاقات الشباب و الأستهلاك و ألعائد الإقتصادي وغيرها في المرتبة الثالثة ، ثم في المرتبة الرابعة القضايا السياسية المتمثلة في التطرف و عضوية الأحزاب والثورات وغيرها ، ثم في المرتبة الخامسة جاءت القضايا الثقافية المتمثلة في ثقافة العولمة والنشاط الثقافى والإبداع الفنى وغيرها من القضايا، ولكن لم تحظ القضايا العلمية بما تستحقه من إهتمام سواء بالنظر إلى موقعها في السياق الدينى وضرورتها بالنسبة لحاجة المجتمع لها .
٤. بالنسبة لدور البرامج الدينية ومساهماتها في تنمية الوعي الإجتماعى لدى الشباب ، فهي تساهم في تنمية الوعي الإجتماعى بمخاطر الإرهاب ولكن ليس بالقدر الكافى ، وهذا يعنى ضرورة تطوير البرامج الدينية بالفضايات العربية ليشمل مزيداً من القيم الإجتماعية والسياسة التى تساهم فى بناء الاوطان والتى لا تتعارض مع صحيح الدين
٥. عكست نتائج الدراسة دور البرامج الدينية بالفضايات العربية نشر الوعي الامنى ويوضح ذلك أهمية الثقافة السياسية والدينية والإجتماعية الصحيحة فى تحقيق النمو الصحى والنفسى والتعايش السلمى بين أفراد المجتمع .
٦. جاء تسجيل أغلب حلقات البرامج الدينية (عينة الدراسة) خارج الأستديو بنسبة (٥٠.٩%) .
٧. تصدر قالب الحديث المباشر قائمة القوالب البراجمية المستخدمة فى البرامج الدينية (عينة الدراسة) بنسبة (٤٩.٦%)، فى حين بلغت قوالب الحوار وسؤال وجواب (٢٥%) لكلا البرنامجين .
٨. تساوى الجمع بين اللغتين (العامية والفصحى) فى البرامج الدينية (عينة الدراسة) .

٩. أحتلت القضايا الأخلاقية المرتبة الأولى من حيث مدى اهتمام البرامج الدينية (عينه الدراسة) ثم القضايا الإجتماعية فالإقتصادية فالثقافية ، وأخيراً القضايا السياسية .

١٠. جاءت بالتساوى نسبة حلقات البرامج الدينية التى يتراوح زمنها من (١ - ١٥) دقيقة ومن (١٦ - ٣٠) دقيقة .

### الدلالات العملية للنتائج

تأسيساً على مناقشتنا السابقة لنتائج الدراسة، و ما أثارته من تساؤلات، نقتراح التوصيات التالية :

١. ضرورة الإهتمام البرامج الدينية بقضايا الإرهاب وتوعية الشباب بها .
٢. علماء الدعوة والبرامج الدينية إزالة الغموض حول حقيقة الدين بأساليب جذابة مشوقة مقنعة، والدعوة لتطبيق الدين وفقاً لتعاليم الله .
٣. وقوف البرامج الدينية على المشاكل التى يعانى منها الشباب ومحاولة إيجاد معالجات واقعية لها حتى لا تكون مدعاة إلى الإبحار وراء الدعوات المشبوهة وخاصة التى يبثها الإرهابيون عبر وسائل الإعلام .
٤. زيادة التفاعل مع وسائل الإعلام (الفضائيات العربية) لتعزيز وعى الشباب بمخاطر الإرهاب ومنع إستخدام وسائل الإعلام أو التلاعب بها من قبل الإرهابين.
٥. دعوة أجهزة الإعلام بالقنوات الفضائية العربية إلى تبنى معالجات جادة تعمل على تحفيز الشباب على مكافحة ظاهرة الارهاب .
٦. التنسيق والتعاون المشترك بين الخبراء والقائمين على البرامج الدينية للتخطيط لبرامج تعالج مشكلة الإرهاب وتقوم بتوعية الشباب بمخاطره بصورة متكاملة .
٧. العمل على إيجاد كوادر من الإعلاميين يجيدون التعامل الأمنى مع أحداث الإرهاب ، وذلك من خلال التدريب المتخصص لهم فى مجال التوعية بمشكلة الإرهاب فى الوطن العربى .



## قائمة المراجع

- (١) ارشي اوغوستاين ، ترجمة محمد الشماع ، الحرب علي الاسلام ، دار صفحات للدراسات و النشر دمشق ، ٢٠١١ ، ص ٨ .
- (٢) ديفيد كين ، ترجمة معين الامام ، حرب بلا نهاية : وظائف خفية للحرب علي الارهاب ، ط ١ ، الرياض : مكتبة العبيكان ، ٢٠٠٨ ، ص ٧٨ .
- (٣) لمزيد من التفاصيل حول استخدام التنظيمات الارهابية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال راجع :  
\*عادل فهمي ، استخدامات جماعات العنف لشبكة الانترنت ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، العدد ٣ ، يوليو - سبتمبر ٢٠١٣ ، ص ٢٥٥ - ٣٤٣ .
- \*Westby, J. R., countering terrorism with cyber society, paper for the 36th session of world Federation of scientist, International seminars on Planetary emergencies, Aug.,18-26, 2006, Erice, Italy.
- (٤) إبراهيم البيومي غانم ، تجديد الخطاب الديني في مصر ، تحليل آراء عينة من الجمهور العام : ورقة بحثية في الحلقة المحدودة لمناقشة اعمال المشروع البحثي " تجديد الخطاب الديني في مصر " التي نظمها مركز البحوث والدراسات السياسية ، كلية الإقتصاد والعلوم السياسية خلال الفترة من ١٥-١٦ يونيو ٢٠٠٥ ، ص ٣٩١ .
- (٥) أحمد عبد الرحيم السايح ، الخطاب الديني و الواقع المعاصر ، وزارة الأوقاف ، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية ، سلسلة قضايا إسلامية ، العدد ١٢٨ ، ٢٠٠٥ ، ص ٢٢ .
- (٦) فؤاد البهي السيد، علم النفس الإحصائي وقياس العقل البشري، الطبعة الثالثة، القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٧٩، ص ٥٢٤ .
- (٧) المرجع السابق ، ص ٥٢٤ .
- (٨) عبد الباسط محمد حسن ، أصول البحث الاجتماعي، القاهرة، مكتبة وهبة ، ١٩٨٣ م ، ص ٤٨ .
- (٩) سمير محمد حسين، مرجع سابق ، ص ٩٩ .
- (١٠) المرجع السابق ، ص ١٠٠ .
- (١١) محمد محي الدين عوض ، واقع الإرهاب واتجاهاته ، ندوة مكافحة الإرهاب ، الرياض ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، ١٩٩٩ ، ص ١٤ .
- (١٢) على بن فايز الجحني ، التعاون العربي في مكافحة الإرهاب : الاتفاقية العربية لمكافحة الارهاب ، ندوة مكافحة الارهاب ، الرياض ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، ١٩٩٩ ، ص ١٨١، ١٨٠ .
- (١٣) علاءالدين أحمد خليفة ، محمد أحمد حسن، واقعية البرامج الحوارية الدينية وعلاقتها بالثقافة الدينية : دراسة ميدانية علي الشباب الجامعي العربي وفق نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام ، المجلة العربية للإعلام والاتصال ، عدد ٢٠ ، نوفمبر ٢٠١٨ .
- (١٤) كمال أحمد الفرجاني ، البرامج الدينية في قناة الجماهيرية الفضائية الاولى ودورها في التوعية الدينية (دراسة تحليلية ميدانية)، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الفنون والاعلام ، جامعة الفاتح ، ليبيا ، ٢٠١٠ .
- (١٥) محمود حسن إسماعيل ، زكريا إبراهيم الدسوقي ومنى هاشم السيد صدقة، اتجاهات المراهقين نحو البرامج الدينية المقدمة بالفصائيات الدينية المتخصصة، مجلة دراسات الطفولة ، جامعة عين شمس ، كلية الدراسات العليا للطفولة ، ٢٠١١ .
- (١٦) عادل فهمي البيومي ، البرامج الدينية في التلفزيون المصري ودورها في التثقيف الديني للشباب ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩١ .
- (١٧) أسماء أحمد جودة ، دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي بمخاطر الارهاب ، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية ، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق ، يوليو ، ٢٠١٦ .
- (١٨) مجدى محمد عبدالجواد ، دور الاعلام الجديد في تشكيل معارف و اتجاهات الشباب الجامعي نحو ظاهرة الارهاب علي شبكة الانترنت ، جامعة الكويت ، مجلس النشر العلمي ، حويلات الاداب والعلوم الإجتماعية ، الحولية ٣٦ ، رسالة ٤٥٣ ، يونيو ٢٠١٦ .

- (١٩) هويدا مصطفى ، دور الفضايات العربية في تشكيل معارف الجمهور نحو الارهاب ، تونس ، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية ، إتحاد الإذاعات العربية ، عدد ٦٢ .
- (٢٠) محمد بنسعود البشر، نظريات التأثير الاعلامي، الرياض، مكتبة العبيكان، ٢٠١٤، ط. ١٠، ص. ١٣٤٠، ١٣٥
- (21) Kevin Williams , understanding media theory , London , Arnold , 2003, P. 179 .
- (٢٢) برهان شاوي ، مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، الأردن ، دار الكندي ، ٢٠٠٣، ص ص ١٨٨- ١٨٩
- (٢٣) صفوت فرج ، القياس النفسي، القاهرة، دار المعارف ، ١٩٨٠م ، ص ٣١٢ .
- (٢٤) عدلي على أبو طاحون ، مناهج وإجراءات البحث الاجتماعي ، ج٢ ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، ١٩٩٨م ، ص - ص ٤١٨-٤١٩
- (٢٥) محمود حسن ، مناهج البحث في إعلام الطفل، القاهرة، دار النشر للجامعات ، ١٩٩٦م ، ص ١٤٢ .
- (26) J.M. Cooper: "supervision Of Teacher" Encyclopediia Of Educational Research, 4<sup>th</sup> ed ,vol.4 , new York , :The Free Press , 1982 pp.1824-1823..