

اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية

دراسة ميدانية

د/ لمياء محمد عبد العزيز(*)

مقدمة

يحثل الدين موقعا هاما ومتقدما في تكوين الفكر والوجدان المصري، الأمر الذي دعا أحد المفكرين في وصفه بالمحور الأساسي للحياة الـ المصرية منذ عهد الفرعنة وحتى العصر الحديث¹، كما أنه يمثل المقوم الأساسي في تكوين الهوية الجمعية للمجتمع المصري، وتتوافر لذلك عدة مؤشرات بشأن الدور الحيوي الذي يضطلع به في توجيه عمليات المجتمع مع القضايا والإشكاليات الكبرى التي تواجهه². ويؤكد الواقع أن الإيمان الديني في النمط الثقافي العربي كان ولا يزال أصل الأصول وركيزة الركائز، ويكتسب الدين أهمية خاصة في المجتمعات الإسلامية باعتباره مصدر القيم والمثل العليا وقواعد السلوك الخلقي ومبادئه، وحين تبني الأخلاق علي الدين يصبح الالتزام الأخلاقي والوازع الديني أقوى³.

وإذا كان الإعلام في عصرنا الراهن يعد واحدا من أهم العوامل المساعدة في تشكيل الواقع الثقافي ودعمه، من خلال ما يقدمه من معارف ومعلومات وقيم، وما ينقله من خبرات وتجارب، تسهم في رفع درجة وعي الأفراد بواقعهم، فإن مهمة وسائل الإعلام يجب ألا تحصر نفسها في إطار الدعاية السياسية أو الإعلانية، أو في إطار التسلية أو الترفيه⁴.

ولكي تكون الثقافة الإسلامية صورة حية للمجتمع تحدد ملامح شخصيتها، وتضبط اتجاهات سيره وأهدافه، وتصدر عن عقيدته ومبادئه ونظمه وتاريخه وتراثه، ينبغي أن يكون في طبيعة ما يهتم به الإعلام، أن يحول تلك الثقافة إلي واقع ملموس،

(*) مدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنصورة

وأن يصل حياة الناس بها، حتى يكون مصدرا لفكرهم وشعورهم، وطابعا لسلوكهم وقيمهم وطريقة حياتهم⁵.

ومن هنا يبرز الإعلام في القيام بدوره في مجال التغيير الاجتماعي ونشر القيم ومواجهة الغزو الفكري، وانطلاقا من الخصوصية الحضارية و الذاتية الثقافية، فإنه في حاجة إلى العناية بتأصيل مفاهيمه ومناهجه وفقا لهدي الإسلام وتوجهاته، لذا فإن الإعلام الديني يزداد أهمية في ظل المتغيرات المجتمعية التي تحدث في الفترات الأخيرة من أجل الإصلاح والتطوير في الخطاب الإعلامي الديني بهدف التأكيد علي أهمية صيانة المجتمع وحمايته⁶

الدراسات السابقة:

تسعي عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي للوقوف علي الجوانب النظرية والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها، بما يؤدي إلي إثراء البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة، وقد قامت الباحثة بمراجعة الدراسات والبحوث العلمية السابقة في مجال دراستها وتم تقسيمها إلى محورين من خلال ترتيبها ترتيبا زمنيا من الأحدث إلي الأقدم كالتالي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت المعلومات والقضايا الدينية وكذلك الخطاب الديني.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت نظرية الاعتماد في الموضوعات الدينية.

وفيما يلي عرض لهذه الدراسات :

المحور الأول: الدراسات التي تناولت المعلومات والقضايا الدينية وكذلك الخطاب الديني:

ويتضمن هذا المحور (٥٠) دراسة كالتالي :

1. دراسة أحمد عبد المالك أحمد عبد الحكيم (٢٠١٦) توصلت الدراسة إلى أن منتديات السنة كانت أكثر اهتماماً بالقضايا الدينية من منتديات الشيعة، وشغلت موضوعات الحديث النبوي الشريف الترتيب الأول في منتديات السنة، بينما شغلت الموضوعات الخلافية المذهبية المرتبة الأولى في منتديات الشيعة.
2. دراسة داليا حسن محمد حسن (٢٠١٦) جاءت المواقع الإسلامية في مقدمة ترتيب المصادر التي يعتمد عليها الباحثون في الحصول على المعلومات الدينية بوزن نسبي ٢٠.٢٪، ويأتي في الترتيب الثاني التلفزيون، ثم يأتي في الترتيب الثالث الكتب الدينية، وفي الترتيب الرابع الأسرة، والخامس خطيب المسجد، والسادس إذاعة القرآن الكريم، ثم يأتي في الترتيب السابع والأخير الصحف والمجلات. كما ثبت إسهام المواقع الإلكترونية الإسلامية في التثقيف الديني والإمداد بالمعلومات والمعارف الدينية الجديدة بإجماع الباحثين. وأكدت الدراسة على أهمية الدور الذي تقوم به المواقع الإلكترونية الإسلامية في التثقيف الديني للجمهور المصري، حيث ذكر ٧٦.٢٪ من الباحثين أنه مهم، وذكر ١٥.٧٪ من الباحثين أنه مهم إلى حد ما.
3. دراسة حردان هادي صايل (٢٠١٥) توصلت الدراسة إلى ضعف دور المواقع الإسلامية الافتراضية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا الدينية المعاصرة، ولم تنجح المواقع الإسلامية في خلق حالة من التفاعل مع جمهورها بالتعليق والرد عليهم، كما أثبتت الدراسة انخفاض معدلات التعرض للمواقع الإسلامية الافتراضية بين فئة الشباب الجامعي العراقي.
4. (٢٠١٥): Mariani F. Alkazemi⁷ استجاب الباحثون إلى الاستبيان الإلكتروني الذي تناول العديد من المتغيرات، بما في ذلك استخدام وسائل الإعلام، التدين، الرغبة في التواصل حول الدين ومبادئه السمحة، والخلاف

حول الدين، وأظهرت النتائج أن المسلمين الذين يشاهدون التلفزيون أكثر هم أقل استعدادا للتواصل الديني مع الآخرين.

5 - دراسة منى سمير محمد (٢٠١٤) تمثلت أهم نتائج الدراسة في وجود علاقة ذات

دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي للبرامج الدينية ذات المضمون السياسي علي القنوات الفضائية الدينية والوعي السياسي لديهم، وارتفاع نسبة مشاهدة الشباب الجامعي للقنوات الفضائية الدينية إلي ٨١٪ من إجمالي العينة.

6. دراسة صالح علي مسعود قحطوص (٢٠١٤) كشفت الدراسة عن أهم سلبيات

الخطاب الديني في قنوات الدراسة في أنه يحتاج إلي تجديد وتطوير في الشكل والمضمون، كما أظهرت أن أجندة القضايا الاجتماعية جاءت في المرتبة الأولى قضايا العدالة الاجتماعية ثم قضايا المصالحة الوطنية.

7. Mariam F. Alkazemi⁸ -٧ توصلت الدراسة إلي أن وسائل الاعلام

تلعب دورا في العلاقات بين الأديان من خلال خلق صورة عامة للأديان، لكن لا تزال الكثير من علامات الاستفهام حول دور وسائل الاعلام في تهيئة بيئة يتم فيها تشجيع التواصل مع الدين، وأن التعرض لوسائل الاع لام لم يؤثر علي رغبة الباحثين في إجراء الاتصال حول الدين بغض النظر عن ما إذا كان التعرض لوسائل الاعلام قد حدث من خلال وسائل الاعلام التقليدية أو من خلال الإنترنت.

8. Ali A. J. Al-Kandari⁹: (٢٠١١) -٨ أكدت الدراسة الميدانية التي

أجريت علي ٣٢٨ من طلاب الجامعات أن ٥٥٪ منهم أيوا فكرة الصدام، كما أن استخدام المحتوى الديني من اجل الاشباع الدينية الاجتماعية أثر إيجابيا علي قبول هذه الفكرة، بينما أثر استخدام المحتوى الديني من اجل الاشباع الدينية المرتبطة بالفرد سلبا علي قبول تلك الفكرة (الصدام).

9. دراسة على حموده جمعة (٢٠١١) توصلت الي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوي التعرض للمواقع الإسلامية ودرجة الاستفادة بالموضوعات الدينية المتاحة علي المواقع الإسلامية، في حين اتضح عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجات الاستفادة من المواقع الإسلامية في الموضوعات الدينية والتأثيرات المتحققة بعد التعرض.
10. دراسة نهال عمر الفاروق بدوي (٢٠٠٩) أكدت نتائج الدراسة علي توجه الخطاب الديني بصفة أساسية إلي الجمهور العام، فقد توجهت نسبة (٨٨.٨٪) من الحلقات البرمجية عينة الدراسة إلي الجمهور العام . كما افتقدت النسبة الأكبر من البرامج الدينية إلي إمكانية تواصل الجمهور معها. جاءت موضوعات التعريف بالإسلام في مقدمة المضامين التي قدمها الخطاب الديني، وجاءت في المرتبة الثانية الحلقات التي جمعت بين موضوعات التعريف بالإسلام والفتاوي، يليها الحلقات التي ركز خطابها علي الإفتاء فقط، هذا وقد انخفضت نسبة الحلقات التي تناولت القضايا وجاءت في المرتبة الرابعة الحلقات التي جمعت بين موضوعات التعريف بالإسلام والقضايا.
11. دراسة أزارماكي (٢٠٠٨):¹⁰ توصلت الدراسة إلي أنه علي الرغم من التأثير والكفاءة للإعلام التليفزيوني في إيران في صبغ المجتمع بالصبغة الدينية، يبدو أن وجود بعض المؤسسات الأخرى لم يعد ضروريا.
12. دراسة منى جابر عبد الهادي (٢٠٠٨). أوضحت الدراسة أن التعرض للمواقع الإسلامية جاء في ترتيب متقدم لدي الذكور عن الإناث، بينما حازت الإناث علي ترتيب متقدم بالنسبة لكثافة التعرض للمواقع الإسلامية . إن دوافع استخدام الذكور للمواقع الإسلامية تتركز في معرفة أحوال المسلمين، أما الإناث فقد تركزت دوافعهم للاستخدام في الحصول علي الفتاوي والاستشارات الدينية.

13. دراسة إيمان عبد الحافظ هزاع (٢٠٠٨) كشفت الدراسة أن نصف المبحوثين لا

يشاهدون القنوات الفضائية الإسلامية بصفة مستمرة، كذلك أثبتت الدراسة أن نصف المبحوثين يعتمدون على القنوات الفضائية الإسلامية بدرجة متوسطة في الحصول على المعرفة بالقضايا الدينية، وأنهم يحرصون على مشاهدة برامج معينة في القنوات الفضائية الإسلامية بانتظام ويشاهدونها كاملة.

14. دراسة نهى عبده حشيش (٢٠٠٨)¹¹ أشارت نتائج الدراسة إلى أن القنوات ذات

الطابع الإسلامي جاءت في مقدمة القنوات العربية التي يشاهدها المبحوثون بنسبة ٦١.٤٪ من إجمالي المبحوثين المتابعين للقنوات الفضائية العربية، كما أثبتت الدراسة أن قناة الناس، وقناة المجد للقرآن الكريم، وقناة اقرأ هم أفضل ثلاث قنوات فضائية عربية إسلامية يحرص المبحوثون على مشاهدتها.

15. دراسة جفاديبياجنى (٢٠٠٨):¹² توصلت الدراسة إلى أن أكثر من ٧٥٪ من

المشاهدين والمستمعين لتلفزيون طهران يؤمنون بأن وسائل الإعلام هذه تلأم رغباتهم، وأن الناس توافق على مضمون البرامج الدينية، وهذه البرامج تؤدي دورا هاما في التأثير على البنية الدينية لدى الناس. كما أن هناك عنصرين مهمين يلعبان دورا مهما في التأثير على المرجعية الإسلامية للإذاعة والتلفزيون الإيراني؛ وهما التدين واستحسان الناس للبرامج الإذاعية والتلفزيونية.

16. دراسة موديل منصور (٢٠٠٨):¹³ توصلت الدراسة إلى أن الشباب ذو

المستويات الاقتصادية الأعلى هم الملتزمون دينيا (الأصوليون)، وهم الأكثر اعتمادا على الرموز الدينية كمصدر للمعلومات عن الدور السياسي والاجتماعي للإسلام. أما الفتيات السعوديات فهن أكثر التزاما من الشباب الذكور، ولكن في مصر الوضع معكوس فالشباب المصري أكثر التزاما من الفتيات المصريات.

17. دراسة خالد أحمد عبد الجواد (٢٠٠٨) وعنوانها: ¹⁴ أثبتت نتائج الدراسة أن

٩٨.٨٪ من عينة الدراسة يشاهدن القنوات الدينية، وأن أكثر الفئات التعليمية مشاهدة لتلك القنوات هي فئة التعليم المتوسط بنسبة ٣٤٪، تليها فئة المؤهلات العليا بنسبة ٣٣.٨٪، كما أثبتت الدراسة أن من أهم دوافع مشاهدة ربة المنزل المصرية للقنوات الفضائية الدينية هي تقديمها موضوعات جيدة.

18. دراسة ولاء إبراهيم عقاد (٢٠٠٧) وعنوانها: ¹⁵ أوضحت الدراسة أنه تصدرت

القضايا الدينية مقدمة القضايا التي طرحتها الأعمال الدرامية الدينية عينة الدراسة. كما أثبتت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوي تعرض الشباب عينة الدراسة للدراما الدينية وبين اكتساب هؤلاء الشباب لمعلومات ومعارف دينية جديدة من هذا التعرض.

19. دراسة Abdallah Schleifer (٢٠٠٧): ¹⁶ بينت الدراسة أن وسائل الإعلام

تؤدي دورا تكامليا في بناء الهوية الدينية للفرد، وأن الصحافة تشكل الوسيلة الإعلامية الأكثر تغطية للأحداث المتعلقة بالإسلام والمسلمين، وأن الفضائيات الدينية تعتمد خطابا تحريزيا يقوض العلاقة بين المسلمين السنة والشيعة، وبين المسلمين والمسيحيين، كما أنه يعطي صورة مشوهة عن الإسلام لدي الغرب.

20. دراسة علاء عبد المجيد يوسف الشامي (٢٠٠٦) ¹⁷ أشارت نتائج الدراسة

إلى ارتفاع معدلات تعرض الشباب المصري بشكل دائم أو أحيانا لجريدة "الأهرام" حيث بلغت النسبة (٩٢.٢٪) من إجمالي الباحثين، في حين انخفضت هذه النسبة بشكل ملحوظ لتصل إلى (١٦.٢٪) فيما يتعلق بجريدة "عقيدتي". كما أوضحت النتائج أن ثمة تفاوتاً كبيراً في معدلات الاستماع لإذاعة القرآن الكريم والبرنامج العام لصالح إذاعة القرآن الكريم، إذ بلغت معدلات الاستماع (بشكل دائم أو أحيانا) لإذاعة القرآن الكريم (٧٨.٨) من إجمالي الباحثين، في حين انخفضت هذه النسبة لتصل إلى (٣٥.٢٪) فيما يتعلق بإذاعة البرنامج العام.

أشارت النتائج إلى ارتفاع معدلات التعرض لكل من القناة الأولى وقناة اقرأ بشكل عام، حيث بلغت نسبة من يتعرضون إليها (بشكل دائم أو أحيانا) (٨٨.١٪) من إجمالي المبحوثين، في حين انخفضت هذه النسبة لتصل إلى (٧.٦٢٪) فيما يتعلق بقناة اقرأ. كما تبين أن ثمة ارتفاعا نسبيا في مستوى حجم التعرض للخطاب الديني بين فئة الشباب المصري بشكل عام، حيث بلغت نسبة مرتفعي التعرض للخطاب الديني (٣١٪)، كما بلغت نسبة متوسطي التعرض (٣٦.٦٪)، في حين بلغت نسبة منخفضي التعرض (٣٢.٤٪). أشارت النتائج أن مستوى حجم التعرض للخطاب الديني لا يختلف باختلاف النوع في حين يختلف باختلاف نمط التعليم.

21. دراسة هشام عبد الغفار (٢٠٠٦)⁸ توصلت الدراسة إلى أن صحيفة "منبر

الإسلام" جاءت في مقدمة الصحف الدينية المفضلة لدي عينة الدراسة تلاها "الأزهر" ثم الصفحة الدينية بجريدة الأهرام، ثم "اللواء الإسلامي"، تليها الصفحة الدينية في الأخبار، ثم "صوت الأزهر"، تليها الصفحة الدينية في "المساء" ثم "عقيدتي". وتمثلت أهم الإشباعات المتحققة لهم من قراءة المضامين الدينية بالصحف المصرية في: مناقشة الموضوعات الدينية مع الآخرين، الاستمتاع بقراءة آراء وتفسيرات دينية جديدة، معرفة أخبار المسلمين في أنحاء العالم، زيادة المعلومات الدينية، الإمام بالمشكلات والأحداث الجارية من منظور إسلامي.

22. دراسة عربي عبد العزيز الطوخي (٢٠٠٦) وعنوانها:¹⁹ تبين من نتائج الدراسة

أن ٣٤.٧٪ من الأطفال عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية الدينية بشكل دائم، و ٥٤.٥٪ يشاهدونها أحيانا، و ١٠.٨٪ يشاهدونها نادرا. وتمثلت أهم اشباعات تعرض الأطفال لبرامجهم في هذه القنوات في اكتساب معلومات ومعارف دينية، والترفيه والمتعة والتخلص من الملل، وتعلم أحكام التلاوة القرآنية.

23 دراسة محمد غريب (٢٠٠٥) توصلت الدراسة إلى أن القنوات الفضائية المصرية

والعربية جاءت في المركز الأول لمصادر حصول المبحوثين على معلوماتهم الدينية، ثم قنوات التليفزيون المحلية، ثم مصادر الاتصال الشخصي، ثم الراديو، وأخيرا الصحف . كما تعكس نتائج الدراسة ارتباط إدراك الواقع من البرامج الدينية بالقنوات الفضائية بزيادة كثافة المشاهدة، وثبت من الدراسة وجود علاقة دالة إحصائيا بين النوع ودوافع التعرض للبرامج الدينية وإدراك الواقع كما تعكسه القنوات الفضائية العربية.

24. ٢٤-دراسة محمود حسن إسماعيل (٢٠٠٤) ²⁰ خلصت الدراسة إلى أن القنوات

الفضائية جاءت كأهم مصدر لحصول المراهقين على المعلومات الدينية ، وتمثلت أهم الإشباعات المتحققة للمراهقين من مشاهدة القنوات الفضائية الدينية في زيادة المعرفة بالأمر الديني ، يليها الترويح والمتعة ثم اكتساب القيم الدينية، ثم معرفة أحوال المسلمين ثم تعلم أحكام الشريعة الإسلامية ، ولم تكن هناك علاقة بين نوع المراهق ودوافع تعرضهم للقنوات الدينية ، في حين ثبت وجود العلاقة بين النوع والإشباعات المتحققة .

25. دراسة عيبر أمين فريد (٢٠٠٤) ²¹ توصلت الدراسة إلى أن الأسرة احتلت

المرتبة الأولى بين المصادر المؤثرة على تشكيل الوعي ال ديني لدي المبحوثين، تلاها المسجد، فالتليفزيون، فالكتب الدينية، فشرائط الكاسيت، فالأصدقاء، فالتعليم، فالصحافة، في حين جاءت الإذاعة في المرتبة الأخيرة . وأكدت الدراسة على اختلاف مستوي الوعي الديني بين المبحوثين باختلاف متغير نمط التعليم.

26 دراسة Shonna, Troph (٢٠٠٤) ²² :أوضحت نتائج الدراسة أن هذه البرامج

تركز على ثلاث عشرة قيمة إيجابية بشكل كبير منها : الصدق والعمل والأمانة، كما أجريت دراسة تجريبية على عينة من مشاهدي هذه البرامج، أشارت إلى

اقتناع المجموعة التجريبية بالأفكار والقيم التي تطرحها هذه البرامج أكثر من المجموعة الضابطة.

27 دراسة Pillifant, Brooke (٢٠٠٤) ²³: إنتهت الدراسة الي أن التليفزيون

يقوم بنشر وتعزيز الصور النمطية عن هذه الحركات الدينية، كما خلصت الي أن التليفزيون قادر علي تغيير إدراك الجمهور لهذه الحركات ومن النظرة النمطية لها وتحويلها إلي فهم جديد لهذه الحركات.

28. ٢٨-دراسة محمد أحمد هاشم الشريف (٢٠٠٣) ²⁴ ومن أهم النتائج التي توصلت

إليها انخفاض المساحة الزمنية المخصصة للبرامج الدينية بكل من القنوات الفضائية الحكومية والخاصة. كما أنه ثمة نقلة نوعية تميز بها الخطاب الديني في الفضائيات العربية من حيث الشكل والمضمون ، فمن حيث المضمون؛ تناولت البرامج الدينية موضوعات شرعية وسياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وعلمية وإعلامية لا تتطرق إليها البرامج الدينية التي تقدمها وسائل الاعلام الأرضية في معظم الدول العربية. أما من حيث الشكل؛ فقد خرجت البرامج الدينية عن إطار القوالب التقليدية إلي التنوع والإبهار، وزاد الاعتماد علي أشكال وقوالب تتيح للجمهور المشاركة الفعالة والفورية.

29 دراسة Clark (٢٠٠٣) ²⁵: توصلت الدراسة إلي أن غالبية الأشكال الدرامية

يناسب المعتقدات الدينية المكونة لدي المراهقين وأن الاعلام الترفيهي هو بيئة هامة يستمد منها المراهق معتقداته الدينية.

30. دراسة محمد غريب (٢٠٠٣) وعنوانها: ²⁶. قد أمكن من خلال الدراسة الكشف

عن وجود علاقة ارتباط إيجابي بين كثافة المشاهدة وزيادة إدراك المبحوثين للواقع الاجتماعي والسياسي المحيط.

31. دراسة ميرفت محمد كامل الطرابيشي ومها محمد كامل الطرابيشي

(٢٠٠٣)²⁷ توصلت الدراسة إلى أن الخطاب الديني المثار حول أثار الإرهاب السلبية علي المجتمعات بالصحف الدينية؛ يقوم ببث الرعب والفرع في نفوس الأفراد، مما يؤدي إلي كراهية الأفراد لمرتكبي الأحداث الإرهابية، كما اتضح زيادة اعتماد الصحف الدينية علي مسارات الاقناع المنطقية (٧٩.٧٪)، كما زاد اهتمام الصحف الدينية باستخدام الأدلة الدينية والتاريخية والقانونية في مصاحبة الموضوعات المثارة علي صفحاتها خلال التحليل، وتوصلت الدراسة إلي اهتمام الصحف الدينية بشرح وتفسير القضية ثم الدعوة لتصحيح مسار الفكر الإسلامي ونقد الأخطاء.

32. دراسة هشام عطية عبد المقصود (٢٠٠٣)²⁸ وأشارت نتائج الدراسة إلي أنه

غلب علي المضمون الديني الصريح بالصفحة الدينية بجريدة الأخبار معالجة الشؤون الدينية التي تقوم علي طرح محتوى ديني مباشر يعني بأمور العقيدة والعبادات والفتاوي والأحكام والأخلاق وسير الشخصيات، كما تعددت القضايا الاجتماعية التي تناولها المضمون الديني المرجعي لجريدة الوفد ما بين أوضاع المرأة المسلمة في المجتمع المعاصر إلي غيرها من القضايا مثل ارتفاع معدل الجرائم والبطالة والتأثر.

33. دراسة جون ديفيد سكالي John David Scully²⁹ (٢٠٠٢) أوضحت نتائج

الدراسة تركيز مضمون البرنامج علي فكرة العلاقة بين الدين والدنيا من خلال معرفة موقف الدين من بعض القضايا والأمور الحياتية، مثل قضية خلق الانسان وقضايا العبادات والتعصب الديني، ومن خلال تحليل المناقشات التي دارت بين ضيوف البرنامج، امكن التعرف علي صورة رجال الدين وفقا لما عكسته البرامج ومدى تمتعهم بالمهارات الاتصالية والتزامهم الخلفي في معاملاتهم تجاه بعضهم البعض، واطهرت النتائج كذلك الاتجاهات الانفعالية الغاضبة تجاه الضغوط التي

يتسم بها عصر العولمة الذي بات يفرض نمطا معيناً من الحياة قد لا يوافق عليه كثير من المتدينين.

34. دراسة محمد يونس (٢٠٠٢)³⁰ توصلت الدراسة الى اتفاق المواقع علي هدف واحد وهو خدمة الإسلام وبيان تعاليمه وأحكامه، في حين قل اهتمام المواقع الإسلامية بتقديم خدمات مباشرة للجمهور باستثناء خدمة البحث، كما تضائل اهتمام المواقع الإسلامية بالأشكال الاتصالية الخاصة بالإنترنت، والخدمات التفاعلية كالمنتديات الإسلامية.

35. دراسة جابر محمد عبد الموجود (٢٠٠٢)³¹ أوضحت النتائج أن الغالبية العظمى من النخبة المصرية (٩٨٪) يوافقون علي أن الخطاب الديني الحالي في حاجة ماسة إلي التجديد، وذلك باعتبار أن الشريعة الإسلامية صالحة لكل زمان ومكان، وأن عليها أن تواكب المتغيرات الدولية الجديدة التي فرضت علي الخطاب الديني أن يجدد نفسه. وقد جاء في الترتيب الأول في الدوافع التي تدعو حالياً لتجديد الخطاب الديني دافع ضرورة إعداد المسلم ليكون مشاركاً في عالمه بنسبة (٩٠٪)، ودافع لتصحيح الصورة المشوهة عن الإسلام والمسلمين لدي الغرب بنسبة (٨٨٪). أما فيما يتعلق بالجهات التي يقع علي عاتقها مسئولية تجديد الخطاب الديني فقد جاء في الترتيب الأول المؤسسات الدينية الرسمية، يليها المؤسسات الدينية الأهلية، ثم المؤسسات الإعلامية، يليها الكتاب وقادة الفكر، وأخيراً السلطات السياسية.

36. دراسة عصام أنيس عبد الحميد³² خلصت الدراسة إلي أن ٩٤٪ من عينة الدراسة يشاهدون المسلسلات الدينية . واحتل دافع التعرف علي ما شرعه الله المرتبة الأولى بين دوافع تعرض عينة الدراسة للأعمال الدرامية الدينية، تلاه دافع التعرف علي شخصيات إسلامية، تلاه دافع التعرف علي ا لقصص القرآني وغير القرآني، ثم دافع الاستفادة من الوعظ والإرشاد في المرتبة الرابعة . وأفاد نسبة ٣٨.٢٪ من أفراد عينة الدراسة أن الدراما الدينية تسهم دائماً في تثقيفهم بمعارف

اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية

ومعلومات دينية، بينما أفاد ٥٥.٦٪ أنها تسهم أحياناً، وأفاد أيضاً ٦.٢٪ أنها لا تسهم في ذلك على الإطلاق.

37. دراسة صالح السيد عراقي إبراهيم (٢٠٠٠)³³ توصلت الدراسة إلي تركيز

البرامج علي موضوعات العقائد والمعاملات والعلوم والمعارف وظهور القيم الإيجابية بنسبة ١٩.٩٪ والشخصيات المعاصرة بنسبة ٢٣.٥٪، وفيما يتعلق بالدراسة الميدانية علي الأطفال المستهدفين تبين أن ٩٧.٤٪ من الأطفال يستمعون إلي إذاعة القرآن الكريم، مع ارتفاع النسبة لدي أطفال الريف أكثر من الحضر.

38- دراسة محمد يونس (٢٠٠٠)³⁴ أثبتت النتائج صحة وجود علاقة ارتباطية بين

نوع الصحف (عامة- متخصصة) وطبيعة اتجاه خطابها الديني، كما تبين وجود تأثير قوي لكل من الخط الفكري والانتماء الحزبي للصحيفة علي خطابها الديني تجاه القضايا محل الدراسة.

39 دراسة سحر فؤاد أحمد علي (١٩٩٨)³⁵ وأشارت النتائج الي تعدد مصادر

التثقيف الإسلامي لدي المبحوثين وقد احتلت الكتب الدينية الترتيب الاول بين تلك المصادر بنسبة ٢٣.٣٪، يليها إذاعة القرآن ا لكريم في الترتيب الثاني بنسبة ١٤.٥٪، بينما احتل خطيب المسجد الترتيب الثالث بين تلك المصادر بنسبة ١١.٨٪، ثم البرامج الدينية بالتلفزيون بنسبة ١١.٢٪، في حين وردت الصحف والمجلات في الترتيب الخامس بين مصادر التثقيف الإسلامي للشباب بنسبة ٩.٨٪ من إجابات المبحوثين. أوضحت النتائج أن المستمع لإذاعة القرآن الكريم يتعرض لمصادر التثقيف الإسلامي الأخرى أو العكس حيث وجدت علاقة ارتباطية بين الاستماع لإذاعة القرآن الكريم والتعرض للكتب الدينية والذهاب للمسجد وقرادة الموضوعات الدينية بالصحف والمجلات. كما أكدت نتائج البحث أن إذاعة القرآن الكريم تمثل مصدراً أساسياً للتثقيف الإسلامي والحصول علي المعلومات الدينية وذلك بنسبة ٨٩.٣٪ من الشباب، وارتفعت نسبة الذكور

(٩٢.٦٪) عن الإناث (٨٢.٩)، كما كان شباب الريف أكثر اعتمادا علي إذاعة القرآن الكريم في الحصول علي معلوماتهم الدينية (٩٠.٨٪) عن شباب الحضر (٨٣.٨٪).

40. دراسة رزق سعد عبد المعطي (١٩٩٧) ³⁶كشفت الدراسة أنه فيما يتعلق

باستخدامات المبحوثين للمضامين الدينية؛ ارتفعت نسبة الاستماع بشكل منتظم للمضامين الدينية في المسجد (٧٦.٦٪)، ثم الإذاعة بنسبة (٦٨.٣٪)، تلاها التلفزيون (٤٧٪)، في حين جاءت قراءة المضامين الدينية في الصحف في المرتبة الأخيرة بنسبة (٣٧.٦٪).

41. دراسة محمد منصور محمود هيبه (١٩٩٦) ³⁷أوضحت نتائج الدراسة اعتماد

الصحف القومية في معالجتها للقضايا الإسلامية علي مصادر رسمية مثل رموز المؤسسة الدينية الرسمية وهيئاتها . كما تباينت اهتمامات الصحف الحزبية في معالجة القضايا الإسلامية مثل القرآن والسنة وسيرة الراشدين والصحابة والتاريخ الإسلامي . وقد تباينت الأطر المرجعية للصحف القومية والحزبية في معالجة القضايا الإسلامية واتسمت معالجات الصحف بتسطيح القضايا وتوظيف النصوص.

42. دراسة عبد الستار عبد اللاه عبد الرحم ن (١٩٩٥) ³⁸توصلت الدراسة إلي أن

قضايا التنمية شغلت ٦٧.٥٪ من معلومات البرامج الدينية، وجاء في مقدمتها التنمية الثقافية فالاجتماعية والاقتصادية، ثم جاءت قضايا ترشيد المد الإسلامي في الترتيب الثاني بين القضايا المعروضة في البرامج (١٨.٨٪)، في حين جاءت قضية الشوري في الترتيب الأخير (١٣.٦٪). كما تحقق الباحث من صحة الفرض القائل بأن معالجة البرامج الدينية للقضايا الثلاث يرتبط برؤية النظام السياسي لها.

43. دراسة وليد كامل الليثي (١٩٩٥)³⁹ خلصت الدراسة الي ان البرامج الدينية جاءت في المرتبة الخامسة بنسبة ٦١.٣٪ بين تفضيلات الج مهور للبرامج التي يشاهدها . و اشار ٢٨٪ من افراد عينة الدراسة الي ان السبب في عدم مشاهدة البرامج الدينية يرجع الي انها تذاع في أوقات غير مناسبة . كما أشار ٥٤.٩٪ من عينة الدراسة الي ان البرامج الدينية تأتي في المرتبة الاولي من حيث كونها اكثر المصادر التي يعتمد عليها المراهقون في معرفة الدين الإسلامي بنسبة ٧٧.١٪.

44. دراسة محمد أحمد محمد يونس (١٩٩٤)⁴⁰ توصلت الدراسة الي انه انعكست سمات الدين الإسلامي وبصفة خاصة سمة الشمول علي مضمون الصفحة الدينية حيث تنوعت القضايا والموضوعات التي تناولتها الصفحة الدينية في كل منهما . كما تبين وجود علاقة قوية بين الانتماء السياسي للصحيفة ونوعية الموضوعات التي تحظى بالأولوية في الصفحة الدينية. أولت الصفحة الدينية في الصحيفتين اهتماما كبيرا بموضوعات ذات طبيعة اجتماعية.

45. دراسة محمود محمد محمود خليل (١٩٩٤)⁴¹ توصلت الدراسة الي تركيز برنامج القرآن و الحياه علي قضية المعاملات الإسلامية، وفي برنامج مسابقة الشباب توازنت نسبة معالجة قضايا المعاملات مع العبادات . كما اكدت النتائج اعتقاد الخبراء ان الاذاعة حققت أهدافها في توضيح العبادات بنسبة ١٠٠٪، مع وجود مقترحات مثل تقديم الحلول الإسلامية لمشكلات العصر وزيادة وقت البرامج والاكثر من البرامج الجماهيرية.

46. دراسة نجوي الفوال (١٩٩٤)⁴² :أوضحت النتائج ان المساحة التي تشغلها البرامج الدينية علي خريطة البث التلفزيوني تعد ضئيلة للغاية، حيث بلغت ٣.٧٪ فقط من اجمالي ساعات الارسال اليومي . كما اثبتت الدراسة عدم وجود علاقة تذكر بين ما تعرضه البرامج الدينية في التلفزيون من قضايا وبين القضايا السياسية المثارة بين أوساط الرأي العام. جدير بالذكر ان ٨٠٪ من البرامج الدينية

تقدم في شكل الحديث المباشر الذي يفتقر الي تنوع مصادر المادة المقدمة وحيويتها ومن ثم يفتقر البرنامج الديني الي المشاركة الفعالة من جانب الجمهور في اغلب الحالات.

47. دراسة نيفين عبد الخالق مصطفى (١٩٩٤)⁴³ اعتمدت الباحثة في تحليل الخطاب الديني علي كل من المنهج البنائي، ومنهج التحليل الثقافي، ومنهج التحليل النفسي السياسي. ومن اهم نتائج الدراسة ان صفحة الفكر الديني تولي اهتما ما متزايدا بمعالجة القضايا الاجتماعية والأخلاقية مقارنة بالقضايا السياسية.

48. دراسة بسيوني عبد القادر الحلواني (١٩٩٢)⁴⁴ جاء المضمون الديني في الترتيب الاول بين القضايا التي تم تناولها في اللواء الإسلامي بنسبة ٣٦.٥٪، في حين جاءت القضايا السياسية في المرتبة الاولى في المسلمون بنسبة ٢٥.٤٪. كما تشابه المضمون الديني في الصحيفتين وشمل العقائد والعبادات والمعاملات والأخلاق والقضايا الفقهية وتفسير القرآن الكريم وشرح الأحاديث والسيرة النبوية.

49. دراسة عادل فهمي البيومي (١٩٩١) وعنوانها: ⁴⁵وتوصلت الدراسة الي ان البرامج الدينية بالتلفزيون تحظى باهتمام الطلبة الجامعيين وان هناك اتجاها إيجابيا قويا نحو اعتبار هذه البرامج مصدرا للثقف الديني، حيث قرر ذلك ٨٣.٢٪ من المبحوثين . وتبين ان ٦٢.٤٪ ممن يتعرضون للبرامج الدينية بالتلفزيون أفادوا بان تلك البرامج قد غيرت من ارائهم تجاه أمور م حدده في حياتهم. كما احتلت البرامج الدينية بالتلفزيون الترتيب الرابع بين مصادر التثقف من حيث تعرض الطلبة الجامعيين لها بنسبة ٨١.١٪ من جملة العينة، كما جاءت في الترتيب الخامس من حيث ثقة الطلبة بالمعلومات التي تقدمها بنسبة ٩٣٪. اثبتت الدراسة ان الذكور اكثر تعرضا لمصادر التثقف الإسلامي من الاناث، وان طلبة جامعة الازهر اكثر تعرضا لمصادر التثقف الإسلامي من طلبة جامعة

القاهرة والجامعة الأمريكية، كما ان الطلبة الذين نشأوا في الريف والاحياء الشعبية اكثر تعرضا لمصادر التثقيف الإسلامي من الطلبة الذين نشأوا في الحضر الراقى.

50 دراسة كورين داوكينز CoreanDawkins ومارشيا اندرو Marcia

Andrew⁴⁶ (١٩٩١) اوضحت الدراسة ان اهم دوافع المشاهدة في الحصول علي المواظ الدينية والشعور بالقرب من الله، ونلاحظ انها دوافع دينية اكثر منها إعلامية، وأكدت الدراسة عدم وجود تأثير للعمل علي معدل متابعة البرامج، بينما ثبت وجود تأثير للواقع الاجتماعي الاقتصادي للفرد ومستواه التعليمي علي أنماط تعرضه للبرامج الدينية.

المحور الثاني : الدراسات التي تناولت نظرية الاعتماد فيما يتعلق

بالمحتوى و الموضوعات الدينية:

ويتضمن هذا المحور (٨) دراسات كالتالى :

1. دراسة أميرة محمد محمد سيد أحمد (٢٠١٥)⁴⁷ توصلت الدراسة إلي ارتفاع معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والصفحات الدينية بصفة خاصة، ومن أكثر الأسباب لزيادة التعرض عند وقوع أحداث تهم العالم الإسلامي، ومتابعة الصفحة الرسمية لبعض الدعاة أهم الطرق ل كيفية متابعة المضمون الإسلامي الديني المثار علي الصفحات الدينية. كما جاءت في المرتبة الأولى الثقة المتوسطة في المعلومات المنشورة علي الصفحات الدينية، وهذا يدل علي أن تلك الصفحات بما تنشره من معلومات وأخبار تحظى بمصداقية لدي مستخدميها. كما أثبتت الدراسة أن معدل التأثيرات المعرفية المتحققة لدي المبحوثين كانت متوسطة، فجاءت في المرتبة الأولى ساهمت في رفع درجة إيماني وصلتي بالله، يليها ساهمت في رفع مستوي الوعي لدي بالمفاهيم

الإسلامية، ثم زودت معرفتي الدينية لأمتك الحجة لمناقشة الآخرين . تراوحت درجة التأثيرات الوجدانية المتحققة لدي المبحوثين نتيجة للتعرض للمضمون المثار علي الصفحات الدينية ما بين بدرجة كبيرة ومتوسطة . أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين معدل متابعة المبحوثين للمضمون المثار علي الصفحات الدينية وبين معدل تنمية الوعي الديني لديهم . وجود علاقة ارتباطية بين معدل ثقة المبحوثين فيما تقدمه الصفحات الدينية من معلومات عن القضايا المنشورة عليها وبين معدل تنمية الوعي الديني لديهم.

2. دراسة محمد مصطفى رفعت محرم عزت (٢٠١٣)⁴⁸ بينت الدراسة ان الكتب والدراسات الإسلامية تأت، اتت في المرتبة الأولى كمصادر للمعلومات والثقافة الإسلامية وجاءت المواقع الإسلامية في المرتبة الثانية، والمرتبة الثالثة كانت للمساجد ودروس العلم الشرعي . إن أسباب زيادة الاعتماد علي المواقع الإسلامية العربية الحصول علي معلومات إسلامية سريعة بخصوص الموضوعات الإسلامية، وفي المرتبة الثانية تأتي الرغبة في الإستفسار عن فتوي معينة، وفي المرتبة الثالثة عند وقوع أحداث تهم العالم الإسلامي، والسمة المشتركة بين هذه الأسباب هي الحاجة للتثقيف وتحصيل المعارف . كشفت الدراسة عن أسباب نقصان الاعتماد : في المرتبة الأولى عدم اهتمام الشباب بالجوانب الدينية، وفي المرتبة الثانية وجود مواقع أخرى أشد جذبا للشباب، وفي المرتبة الثالثة لنقص التربية الإسلامية في المدارس والجامعات . ويتمثل الدافع الأساسي للاعتماد علي هذه المواقع في زيادة كم المعلومات الإسلامية وتشكيل الثقافة الإسلامية، وفي المرتبة الثانية تأتي الحاجة للحصول علي الفتاوي الدينية والأحكام الفقهية، وفي المرتبة الثالثة للتعرف علي أحوال وأخبار العالم الإسلامي والمسلمين، وهذا يؤكد تفوق الدوافع المعرفية عن غيرها من الدوافع الوجدانية والسلوكية. وتؤكد الدراسة أن التأثيرات الوجدانية أو العاطفية تأتي في

المرتبة الأولى بوزن نسبي ٧٩.٥٨٪، وتأتي التأثيرات المعرفية في المرتبة الثانية بوزن نسبى ٧٥.١٦٪، وفي المرتبة الثالثة تأتي التأثيرات السلوكية بوزن نسبى ٧٣.٦٦٪.

3. دراسة إسلام عاطف رجب أحمد حجازي (٢٠١٠) ⁴⁹ أظهرت نتائج الدراسة

وجود إقبال من جانب عينة الدراسة علي تصفح المواقع الإسلامية علي الإنترنت، وتفوق طلاب الأزهر في التعرض ثم المنوفية وأخيرا طلاب الجامعة الأمريكية. كما أوضحت النتائج أن معدل زيارة الباحثين للمواقع الإسلامية غير مرتبط بوقت محدد، وأن سبب تصفحهم لها هو فهم الموضوعات الدينية التي لا يعرفها، ثم أخبار العالم الإسلامي، يليه الفتاوي ال تي يقدمها العلماء، ومعرفة تعاليم ومبادئ و زحكام الإسلام في القضايا الدينية المعاصرة.

4. دراسة نشوي الشلقاني (٢٠١٠) ⁵⁰ كشفت الدراسة أن هناك عدد من الأسباب

أدت إلي عدم اعتماد البعض علي القنوات الفضائية الدينية في الحصول علي المعرفة والمعلومات الدينية؛ منها أن تلك القنوات لا تتعامل مع القضايا المختلفة بطريقة عصرية، كما أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة مشاهدة الشباب المصري ودرجة ثقة الشباب المصري في القنوات الدينية ومدى تغير الاتجاه نحو قضايا معينة.

5. دراسة سهير صالح إبراهيم (٢٠٠٧) ⁵¹ خلصت الدراسة إلى انخفاض معدلات

تعرض الباحثين للقنوات الفضائية الإسلامية، وكشفت الدراسة عن فروق دالة بين الذكور والإناث في مستوى معارفهم الدينية، ولم يثبت وجود علاقة ارتباطية بين اعتماد الباحثين على القنوات الفضائية الإسلامية كمصدر للمعلومات الدينية ومستويات المعرفة الدينية لديهم.

6. دراسة أماني عبد الرؤوف محمد (٢٠٠٧) أظهرت نتائج الدراسة أن الاعتماد الكامل على القنوات الفضائية الإسلامية ضعيف بنسبة ١٦.١٪ من إجمالي العينة، والسبب سطحية الموضوعات التي تقدمها تلك القنوات وعدم تغطيتها لكافة أمور الحياة، وعدم تلبية المضامين المقدمة من خلال تلك القنوات لحاجات الشباب الفعلية.
7. دراسة منال عبده منصور (٢٠٠٧) أثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين علي الخطاب الديني بالقنوات الفضائية الدينية كمصدر للمعلومات والتأثيرات السلوكية والوجدانية الناتجة عنه . كما أثبتت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوي ثقافتهم الدينية في مجال القرآن وتفسيره لصالح الإناث، كما توجد فروق بين الذكور والإناث في مستوي ثقافتهم الدينية في مجال الأحاديث الشريفة لصالح الذكور، كما توجد فروق بينهما في مستوي الثقافة الدينية في مجال الفقه والشريعة لصالح الإناث.
8. دراسة احمد محمد احمد سابق (٢٠٠٣) بينت الدراسة أن هناك اختلافا بين ما يكتب عن قضايا المرأة في الصفحة الدينية المتخصصة وبين ما يكتب في الصفحات الأخرى عن نفس القضية، من حيث رأي الدين في هذه القضية والمصادر التي يعتمد عليها المحررون في الصفحات الدينية، وبين ما يكتب في الصفحات الثقافية الأخرى من أفكار لا تتسم مع ثقافة المجتمع المصري المسلم، مما يخلق بلبله لدي الشباب وتشوش في أفكارهم وهزات نفسية ينتج عنها فقدان الهوية وحيرة الانتماء. اتضح من عينة الصحف اليومية الصباحية خلال فترة الدراسة انها أكثر اهتماما بالموضوعات التقليدية للمرأة المصرية، خاصة فيما يتعلق بالزني والموضة والجمال الذي يتماشى مع مبتكرات الفكر الغربي، علي حساب التقاليد الإسلامية المصرية والملبس الشرعي والاطر المرجعية

الإسلامية التي حددها الشرع في مسألة الموضة، وتناول هذه الموضوعات التقليدية كان علي حساب الأدوار الأخرى العظيمة للمرأة التي كرمها الإسلام في حد ذاتها بكونها امرأة.

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال تحليل الدراسات السابقة يمكن الخروج بالملاحظات التالية:

- 1 - اعتمدت معظم الدراسات علي منهج المسح بشقيه الكمي والكيفي، م ن خلال مسح الجمهور باستخدام صحيفة الاستقصاء، ومسح المضمون باستخدام أداة تحليل المضمون.
- 2 - اعتمدت معظم الدراسات علي نظرية الاستخدامات والاشباع كإطار نظري لتفسير أسباب الاستخدام والاشباع المتحققة، كما اتخذت بعض الدراسات نظرية الاعتماد كإطار نظري لها، حيث لم تكتف هذه الدراسات برصد دوافع الاعتماد والفوائد المتحققة منه فقط بل امتدت لتشمل التعرف علي تأثيرات الاعتماد.
- 3 - اختلفت أنواع العينات المسحوبة، وجاءت معظم العينات من نوعية العينات الاحتمالية (العشوائية) مثل العينة العشوائية البسيطة والعينة الطبقية، كما اعتمدت بعض الدراسات علي العينات الغير احتمالية (الغير عشوائية) مثل العينة العمدية.
- 4 - اتفقت معظم نتائج الدراسات التي تعرضت للوسائل التقليدية ودورها في نشر المعلومات الدينية علي انه رغم تعدد المصادر المعرفية التي تسهم بشكل او بآخر في تشكيل الثقافة والوعي بالقضايا الدينية لدي الجمهور، الا انه يظل للأسرة والمسجد والمؤسسات التعليمية المرتبة الاولى في احداث التنوير الديني، ثم يأتي دور وسائل الاعلام التقليدية لإكمال المهمة.

- 5 - تقادم الدراسات التي رصدت دور كل من الصحافة الورقية والإذاعة كوسائل إعلامية تقليدية في نشر المعلومات الإسلامية، حيث لم تتمكن الباحثة من الحصول على دراسات حديثة لهذه الوسائل تنتمي للعقد الأخير (٢٠٠٠-٢٠١٠)، ولكن توافرت دراسات تنتمي لتسعينات القرن الماضي تناولت هذا الاتجاه.
- 6 - كثرة الدراسات التي تناولت القنوات التليفزيونية الفضائية ودورها في نشر المعلومات الدينية وذلك خلال العقد الأخير (٢٠٠٠-٢٠١٠)، ومن بعدها اتجهت الأبحاث لدراسة الانترنت كوسيط معلوماتي ودور المواقع الإسلامية في نشر الثقافة والمعلومات عن القضايا الدينية.
- 7 - أن الأدبيات الإعلامية العربية تكاد تخلو من أبحاث تقوم على دراسة مصادر معلومات الجمهور عن الأحداث والقضايا الدينية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استطاعت الباحثة ان تفيد منها في بلورة وتطوير موضوع الدراسة معرفيا ومنهجيا ، ومن اهم نقاط الاستفادة ما يلي:
1. استطاعت الباحثة ان تستفيد من المقاييس المستخدمة في هذه الدراسات لرصد ابعاد الاعتماد ودوافعه وتأثيراته.
 2. استفادت الباحثة من الأطر النظرية للدراسات السابقة حيث تم تقسيم محاور الدراسات السابقة في هذه الدراسة؛ وفقا للأطر النظرية المستخدمة في الدراسة.
 3. استفادت الباحثة من الأدوات المستخدمة لجمع البيانات وبناء عليه تم تحديد الأدوات التي تتماشى مع موضوع الدراسة.

4. استفادت الباحثة فيما بعد من نتائج هذه الدراسات بعد اجراء الدراسة الميدانية علي الجمهور المصري والتعرف علي مدي اتفاق واختلاف النتائج الفعلية للدراسة مع نتائج الدراسات السابقة.
5. ساهمت الدراسات السابقة بوجه عام في بلورة المشكلة البحثية للدراسة وتحديد نوع العينة التي تناسب الدراسة.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من خلال محاولة مواكبتها الاهتمام العالمي والإقليمي والمحلي بدراسة الإعلام الديني واعتباره أحد القوي المؤثرة في عملية الضبط والتغير المجتمعي، فهو أداة مهمة في عملية الضبط والتغير المجتمعي، فهو أداة هامة في مواجهة الهجمات الثقافية الغربية التي قد تستهدف النيل من المعتقدات الدينية وتشويه صورة الإسلام والمسلمين.

وهناك أيضا قلة نسبية في الدراسات العربية التي تناولت موضوع مصادر المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية لدي الجمهور العام، حيث نلاحظ تر كيز معظم الدراسات علي دراسة فئة الشباب من طلاب الجامعات.

الاطار النظري للدراسة:

نموذج الاعتماد علي وسائل الاعلام : Media Dependency

تعتمد الدراسة في اطارها النظري علي نظرية الاعتماد علي وسائل الاعلام كمصدر للمعلومات، كونها تلائم موضوع الدراسة وتحقق اهدافه ، حيث استخدم مصطلح الاعتماد علي وسائل الاعلام لأول مرة من قبل ميلفين ديفلير وبول روكيتش لوصف العلاقة الثلاثية الابعاد بين الجمهور والوسيلة والمجتمع من خلال استراتيجية (الأهداف- الموارد)⁵²، وتختلف هذه العلاقة من مجتمع لآخر طبقا للنظام الإعلامي السائد في المجتمع، وتري ان أسس تأثير وسائل الاعلام تقع الي حد كبير في طبيعة

الاعتمادات المتبادلة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى، وهذه الاعتمادات المتبادلة تشكل علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام، وهي تعد نظرية بيئية تنظر الي المجتمع باعتباره تركيب عضوي⁵³.

وتوضح النظرية ان هناك عاملين يؤثران علي درجة الاعتماد علي وسائل الاعلام هما: الاول ان الفرد سيصبح معتمدا علي الوسيلة التي تزوده بمعلومات اكثر من الوسائل التي تزوده بقليل منها، والعامل الثاني هو الاستقرار الاجتماعي⁵⁴.

ويعتبر تفسير ميلفينور وكتيش لاعتماد الجمهور علي وسائل الاعلام مجالا تطبيقيا متميزا لتأثير الاعتماد علي مصادر المعلومات المختلفة عن الاحداث والقضايا الدينية، حيث انهم يفترضوا قيام علاقة الاعتماد علي دعامتين رئيسيتين تتمثلان في حاجة الجمهور الي المعلومات الدينية التي تلبي حاجاته وتحقق أهدافه، وكذلك اعتبار نظام الاعلام نظام معلومات يتم توظيفه لتلبية هذه الحاجات وتحقيق الاهداف⁵⁵، فيعتمد الجمهور المصري علي مصادر معلومات الاحداث والقضايا الدينية، وتتصور نظرية الاعتماد ان قوة وسائل الاعلام تكمن في السيطرة علي هذه المصادر للمعلومات، وتلزم الافراد ببلوغ أهدافهم الشخصية، علاوة علي انه كلما زاد المجتمع تعقيدا زاد اتساع مجال الاهداف التي تتطلب الوصول الي هذه المصادر للمعلومات⁵⁶.

الأسس التي يقوم عليها نموذج الاعتماد:

1. وجود علاقة اعتماد متبادلة بين الجمهور ووسائل الاعلام والمجتمع، وهي التي تحدد مباشرة كثيرا من التأثيرات التي تحدثها وسائل الاعلام في الجمهور والمجتمع⁵⁷.

2. كلما زادت الحاجة الي المعلومات كلما زادت درجة اعتماد الجمهور علي وسائل الاعلام واستخدامه لها كلما زادت أهميتها بالنسبة له وتأثيرها عليه⁵⁸.
3. في حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات فيزداد الاعتماد علي وسائل الاعلام، فكلما زادت الاحداث والقضايا زادت الحاجة الي المعلومات والتوجيه وزادت كثافة الاعتماد⁵⁹.
4. تؤثر طبيعة الاختلافات بين قطاعات الجمهور الذي يختلف مستويات اهتمامه بالقضايا المختلفة حسب مستوي تعليمه ودرجة وعيه؛ علي الاختلاف في درجة الاعتماد علي وسائل الاعلام⁶⁰.
5. تزداد درجة اعتماد الجمهور علي وسائل الاعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات، فعند تعدد مصادر المعلومات يقل اعتماد الجمهور علي وسائل الاعلام⁶¹.

الآثار المترتبة علي الاعتماد علي وسائل الاعلام:

توجد مجموعة من التأثيرات تنتج عن اعتماد الافراد علي وسائل الاعلام وهي:

1. التأثيرات المعرفية : وتتحدد في إزالة الغموض عن القضايا المختلفة وتكوين الاتجاهات وترتيب الاولويات، واتساع المعتقدات والقيم، وتنصدر التأثيرات المعرفية المجالات الأخرى خاصة ان وفرة المعلومات تجعل الجمهور يتجاوز المشكلات الخاصة بعدم كفاية المعلومات والغموض الناتج عن ذلك⁶².
2. التأثيرات الوجدانية : تتحدد في الفتر العاطفي، والخوف والقلق، والدعم المعنوي والاغتراب⁶³.

3. التأثيرات السلوكية : وهي محصلة التأثيرات المعرفية والوجدانية، وتسهم في تأكيد الأدوار أو تجنبها أو الفعالية أو عدم الفعالية نتيجة لتشكيل الاتجاهات التي ساهمت المعرفة والشعور في تكوينها أو التأثير فيها⁶⁴.

يهتم هذا النموذج بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الفردية، لذلك تعد أكثر المداخل ملائمة للتعامل مع النظام الاجتماعي بصورة أكبر من النماذج الأخرى المرتبطة بوسائل الإعلام⁶⁵.

وقد خلصت عدة دراسات الي بعض عناصر القوة في مدخل الاعتماد ومنها انه مدخل وصفي يضع نظاما لتوجيه العلاقة بين المستخدم والوسيلة، كما انها أوضحت دور وسائل الاعلام في الازمات وفترات التغيير الاجتماعي، الا انه قد اشير لبعض جوانب الضعف في هذا المدخل ومنها ان حدود مصطلح الاعتماد غير واضحة كما انها صعبة التطبيق في بعض الأحيان⁶⁶، كما أغفل النموذج دور الاتصال الشخصي في امداد الجمهور بالمعلومات وبالغ في تعظيم حجم التأثيرات المختلفة لوسائل الاعلام⁶⁷.

وسيتم توظيف هذه النظرية في الدراسة من خلال التعرف علي ما يلي:

- درجة ومدى اعتماد الجمهور المصري علي مصادر المعلومات المختلفة عن الاحداث والقضايا الدينية.

- دوافع الاعتماد علي هذه المصادر من فهم وتسليه وتوجيه.

- تأثيرات الاعتماد علي هذه المصادر كالتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.

- توقعات الاعتماد في المستقبل علي هذه المصادر.

مشكلة الدراسة وأهدافها وتساولاتها وفروضها:

تحددت مشكلة الدراسة في رصد وتحليل وتفسير مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الاعلام التقليدية والجديدة كمصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية واسبابه و تفضيلات المحتوى والثقة في تلك الوسائل

اهداف الدراسة:

- 1 - التعرف علي مدى متابعة الجمهور المصري عينة الدراسة للصحف اليومية بصفة عامة، ونوعية الصحف التي يفضلها عن غيرها.
- 2 - التعرف علي نوعية الموضوعات التي يحرص الجمهور المصري عينة الدراسة علي قراءتها في الصحف اليومية.
- 3 - معرفة مدى متابعة الجمهور المصري عينة الدراسة للمجلات الدينية بشكل خاص، ورؤيته لها كمصدر للحصول علي المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية.
- 4 - معرفة مدى تعرض الجمهور المصري عينة الدراسة للراديو، ونوعية المواد التي يحرص علي الاستماع اليها فيه.
- 5 - معرفة مدى متابعة الجمهور المصري عينة الدراسة لإذاعة الق رآن الكريم، ورؤيته لها كمصدر للحصول علي المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية.
- 6 - التعرف علي مدى متابعة الجمهور المصري عينة الدراسة للتلفزيون، ونوعية البرامج التي يحرص عل مشاهدتها به.

اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية

- 7 - التعرف علي مدي متابعة الجمهور المصري عينة الدراسة للبرامج الدينية بالتلفزيون بشكل خاص، ورؤيته لها كمصدر للحصول علي المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية.
- 8 - معرفة مدي تعرض الجمهور المصري عينة الدراسة للمواقع الإسلامية علي شبكة الانترنت، ونوعية الموضوعات التي يفضلها به.
- 9 - معرفة مدي ثقة الجمهور المصري عينة الدراسة في مصادر المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية.
- 10 - الوقوف علي اهم أسباب اعتماد او عدم اعتماد الجمهور المصري عينة الدراسة علي مصادر المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية.
- 11 - معرفة الاوقات التي يزداد فيها اعتماد الجمهور المصري عينة الدراسة علي مصادر المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية.
- 12 - ترتيب مصادر المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية التي يلجأ اليها الجمهور المصري عينة الدراسة في حالة حدوث تضارب في المعلومات.

تساؤلات الدراسة:

في ضوء موضوع الدراسة وأهدافها فإنه يمكن طرح مجموعة من التساؤلات والتي تنحصر في الآتي:

- 1 - ما مدي متابعة الجمهور المصري عينة الدراسة للصحف اليومية بصفة عامة، وما هي نوعية الصحف التي يفضلها عن غيرها؟

- 2 - ما نوعية الموضوعات التي يحرص الجمهور المصري عينة الدراسة على قراءتها في الصحف اليومية؟
- 3 - ما مدي متابعة الجمهور المصري عينة الدراسة للمجلات الدينية بشكل خاص، وما هي رؤيته لها كمصدر للحصول على المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية؟
- 4 - ما مدي تعرض الجمهور المصري عينة الدراسة للراديو، وما نوعية المواد التي يحرص على الاستماع اليها فيه؟
- 5 - ما مدي متابعة الجمهور المصري عينة الدراسة لإذاعة القرآن الكريم، وما رؤيته لها كمصدر للحصول على المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية؟
- 6 - ما مدي متابعة الجمهور المصري عينة الدراسة للتلفزيون، وما هي نوعية البرامج التي يحرص على مشاهدتها به؟
- 7 - ما مدي متابعة الجمهور المصري عينة الدراسة للبرامج الدينية بالتلفزيون بشكل خاص، وما هي رؤيته لها كمصدر للحصول على المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية؟
- 8 - ما مدي تعرض الجمهور المصري عينة الدراسة للمواقع الإسلامية علي شبكة الانترنت، وما هي نوعية الموضوعات التي يفضلها به؟
- 9 - ما مدي ثقة الجمهور المصري عينة الدراسة في مصادر المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية؟

- 1 0 - ما اهم أسباب اعتماد او عدم اعتماد الجمهور المصري عينة الدراسة علي مصادر المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية؟
- 1 1 - ما الاوقات التي يزداد فيها اعتماد الجمهور المصري عينة الدراسة علي مصادر المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية؟
- 1 2 - ما ترتيب مصادر المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية التي يلجأ اليها الجمهور المصري عينة الدراسة في حالة حدوث تضارب في المعلومات؟

فروض الدراسة:

- 1 -الفرض الأول هناك علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اعتماد الجمهور المصري علي مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية وبين اتجاهاتهم نحوها.
- 2 للفرض الثاني هناك علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اعتماد الجمهور المصري علي مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية وبين ثقتهم فيها
- 3 للفرض الثالث هناك علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اعتماد الجمهور المصري علي مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية وبين اعتمادهم المستقبلي عليها
- 4 -الفرض الرابع هناك علاقة ارتباطيه بين اتجاهات الجمهور المصري نحو مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية وبين اعتمادهم المستقبلي عليه
- 5 -الفرض الخامس هناك علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الثقة في مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية لدي الجمهور المصري وبين اعتمادهم المستقبلي عليها

الجوانب المنهجية والاجرائية للدراسة:

- نوع الدراسة⁶⁸:

تنتمي الدراسة الي الدراسات والبحوث الوصفية Descriptive Research ، حيث تهدف الدراسة الي دراسة مصادر المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية لدي الجمهور المصري، كما تهدف الي التعرف علي مدي اعتماده علي هذه المصادر، من خلال تقديم وتوصيف اكثر دقة للظاهرة عن طريق التركيز علي دراسة المتغيرات المختلفة التي تؤثر في الظاهرة المتغيرات في محاولة لدراسة تأثير الاعتماد على المعلومات من مصادر ها المختلفة عن الاحداث والقضايا الدينية علي الجمهور المصري.

- منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة علي منهج المسح لجمع العديد من البيانات عن الظاهرة موضع الدراسة ومعرفة العلاقة بين متغيراتها⁶⁹، والتي تم استخدام أسلوب المسح بالعينة لجمهور محافظتي الدقهلية والمنيا نظرا لصعوبة اجراء الحصر الشامل لمجتمع الدراسة، بالإضافة الي الاعتماد علي المنهج المقارن⁷⁰ لعقد المقارنات بين الجمهور المصري في المحافظتين من خلال المتغيرات الديموغرافية لهم.

الجوانب الإجرائية للدراسة:

- مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المصري العام، وتم اختيار العينة من سكان كل من محافظة الدقهلية باعتبارها تمثل الوجه البحري وهي المحافظة التي تنتمي اليها الباحثة أيضا، ومحافظة المنيا باعتبارها تمثل الوجه القبلي، وتتميز المحافظتين

بتمثيل المجتمع المصري بكافة طبقاته وشرائحه، وتقسيمهم الي مناطق حضرية ومناطق ريفية وبالتالي التفاوت الكبير في المستويات الاقتصادية والاجتماعية.

- عينة الدراسة:

أجريت هذه الدراسة على عينة من الجمهور المصري، وبلغت (٥٠٠) مفردة توزعت على الجمهور العام ممن يقطنون بمحافظة الدقهلية والمنيا.

وتم اختيار العينة من خلال توزيع العدد المراد الوصول إليه من العينة على المحافظتين واختيار عينة عشوائية بسيطة⁷¹، وتم توزيعها بنظام التوزيع المتساوي بين المحافظتين بواقع ٢٥٠ مفردة لكل محافظة وكذلك بالتساوي بين كل من الريف والحضر بواقع ١٢٥ مفردة لكل منها، وتم جمع الاستمارات ومراجعتها من قبل الباحثة، وتم استبعاد ٥٤ استمارة رأته الباحثة أن بياناتها غير مستوفاه وغير صالحة للتطبيق وبذلك أصبح العدد الفعلي للاستمارات التي أجريت المعاملات الإحصائية عليها (٤٤٦) استمارة، وقد تم إجراء الدراسة في الفترة من ١ مارس ٢٠١٧ وحتى ٣٠ إبريل ٢٠١٧.

وفيما يلي جدول يوضح خصائص هذه العينة: جدول رقم (1)

جدول (1) يوضح السمات الشخصية للعينة

السمات الشخصية		ك	%
النوع	الدقهلية	ذكر	111
		أنثى	112
	المنيا	ذكر	111
		أنثى	112
الفئات العمرية	أقل من 30		195
	من 30 إلى أقل من 45		200
	من 45 فأكثر		51
المستوي التعليمي	أمي		23
	يقرأ ويكتب		158
	متوسط		130
	جامعي		135
المنطقة الجغرافية	الدقهلية	الريف	111
		الحضر	112
	المنيا	الريف	111
		الحضر	112
الوظيفة	لا يعمل		106
	حرفي		118
	موظف حكومة		75
	موظف قطاع خاص		90
	أعمال حرة		57
متوسط الدخل الشهري	أقل من 500 جنيه		8
	من 500 جنيه إلى أقل من 1000		21
	من 1000 إلى أقل من 1500		127
	من 1500 إلى أقل من 2000		184
	2000 فأكثر		106
إجمالي عدد العينة = 446			

- اداة جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة الحالية على صحيفة الاستقصاء Questionnaire كأداة لجمع البيانات المطلوبة، عن طريق المقابلة الميدانية المباشرة، وقد استندت الباحثة إليها كأداة بحثية للوصول الي ما يحقق اهداف الدراسة الحالية من خلال جمع البيانات

المحددة مسبقا من افراد العينة، وجاء ذلك في صورة الأسئلة التي تحويها هذه الصحيفة، وتضمنت متغيرات الدراسة القابلة للقياس.

قياس الصدق والثبات:

لتوفير صدق البيانات مرت صحيفة الاستقصاء بالخطوات المنهجية المختلفة في بنائها، مع مراعاة تغطية هذه الاستمارة لأهداف وتساؤلات البحث وفروضه، مع احتوائها علي الأسئلة الدالة علي قياس العلاقة بين المتغيرات.

وقد قامت الباحثة باختبار صحيفة الاستقصاء ميدانيا للتأكد من وضوح الاستمارة وعدم غموض عبارات الأسئلة التي تتضمنها، وتم تعديل بيانات الاستمارة في صورتها النهائية بعد عرضها علي مجموعة من المحكمين⁷²، وفي ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة بعض الأسئلة وإضافة البعض الآخر، وبالتالي تحقق الصدق الظاهري للبيانات.

وللتأكد من ثبات البيانات تم استخدام أسلوب إعادة الاختبار Test Re-test علي عينة قوامها 10% من عينة الدراسة، وأوضحت نتائج التطبيق تطابق نتائج الاستبيان في الحالتين، وهو ما يشير الي معدل مرتفع للثبات مما يعني صلاحية الاستمارة، وبلغت نسبة معامل الثبات 91% وهي قيمة عالية تشير الي ثبات القياس ودقته.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

اعتمدت الباحثة في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج spss حيث تم إدخال البيانات على الكمبيوتر، وتمت المعالجة الإحصائية لهذه البيانات عبر تطبيق عديد من المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية:

- 1 للجدول والتوزيعات التكرارية: حيث قامت الباحثة بعرض بعض المتغيرات في جداول تهدف إلى الكشف عن التكرارات والنسب فقط.
- 2 لاختبار كاي² لاختبار دلالة الفروق بين المتغيرات الأساسية وبين عدد من محددات الظاهرة البحثية.
- 3 معامل الارتباط بيرسون.
- 4 لاختبار (ت) tseT.T وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين مجموعتين .

المقاييس التجميعية:

قامت الباحثة بتصميم مقاييس تجميعية تهدف إلى دمج عدد من المتغيرات داخل مقياس واحد تتم على أساسه الاختبارات الإحصائية، وذلك لضمان عدم نشنت النتائج، وقد أفادت هذه المقاييس في رسم صورة واضحة لعلاقة محاور الدراسة ببعضها.

محاور الاستمارة والمقاييس العلمية المستخدمة بها:

تنقسم استمارة الاستبيان الي ثلاثة محاور أساسية وهي بالترتيب كالآتي:

- 1 -محور التعرف علي أنماط تعرض الجمهور المصري لوسائل الاعلام المختلفة، ومدى اعتبارها مصدرا هاما من مصادر الحصول علي المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية، من س1 الي س16
- 2 -محور الاعتماد ويستهدف اختبار فروض نظرية الاعتماد من س 17 الي س 25.
- 3 -محور المتغيرات الديموغرافية (ويتضح في البيانات الشخصية للمبحوث).

المقاييس العلمية المستخدمة باستمارة الاستبيان :

1 - مقياس حجم التعرض لمصادر المعلومات الدينية بشكل عام:

لقياس حجم التعرض لوسائل الاعلام كمصادر للمعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية؛ قامت الباحثة بتصميم مقياس اشتمل علي مجموعة من الأسئلة (السؤال ١ ، ٤ ، ٧ ، ٩ ، ١١)، يقيس كل منها حجم التعرض للمعلومات عن القضايا الدينية في كل من الصحف اليومية والمجلات الدينية والراديو وإذاعة القرآن الكريم والتلفزيون والانترنت (كل علي حده)، وبعد تجميع درجات المقياس، ووفقا للدرجات التي حصل عليها المبحوثون، تم تصنيفهم الي ثلاث فئات هي : مرتفعو التعرض، متوسطو التعرض، منخفضو التعرض. تم تقسيم المقياس الي ثلاث فئات هي :

منخفض - متوسط - مرتفع

بداية المقياس هي عدد الأسئلة = 5

نهاية المقياس = 3 × 5 = 15

مدى المقياس = 5-15 = 10 وطول فئة المقياس = 3/10 = 4

شكل المقياس النهائي :

منخفض : 5- 8

متوسط : 9 – 12

مرتفع : 13 – 15

2 مقياس ترتيب الموضوعات الدينية لدي العينة التي يتم متابعتها:

لقياس متغير التعرض وذلك من خلال التعرف عليترتيب الموضوعات الدينية لدي العينة مقارنة بغيرها من الموضوعات التي يتم متابعتها عبر وسائل الاعلام المختلفة (الصحف – الراديو – التلفزيون – الانترنت) للتعرف علي مدي أهميتها في تفضيلات العينة، واشتمل علي مجموعة من الأسئلة (السؤال 3، 8، 12، 16).

تم تقسيم المقياس الي ثلاث فئات هي :

منخفض – متوسط - مرتفع

بداية المقياس هي عدد الأسئلة = 4

نهاية المقياس = 23

مدى المقياس = 4-23 = 19 وطول فئة المقياس = 3/19 = 7

شكل المقياس النهائي :

منخفض : 4 – 10

متوسط : 11 – 17

مرتفع : 18 – 23

3 - مقياس أسباب زيادة الاعتماد على المصادر المختلفة للحصول عن المعلومات عن القضايا الدينية يضم (عبارات سؤال رقم 20) من خلال سؤال عن الاوقات التي يزيد فيها الاعتماد علي هذه المصادر

تم تقسيم المقياس الي ثلاث فئات هي :

منخفض – متوسط - مرتفع

بداية المقياس هي عدد العبارات = 6

نهاية المقياس = 6 × 6 = 36

مدى المقياس = 6-36 = 30 وطول فئة المقياس = 3/30 = 10

شكل المقياس النهائي :

منخفض : 6- 15

متوسط : 16- 25

مرتفع : 26- 36

4 - مقياس أسباب قلة الاعتماد على مصادر المعلومات عن القضايا الدينية : من خلال السؤال رقم 21.

تم تقسيم المقياس الى ثلاث فئات هي :

منخفض - متوسط - مرتفع

بداية المقياس هي عدد العبارات = 5

نهاية المقياس = $5 \times 5 = 25$

مدى المقياس = $25 - 5 = 20$ وطول فئة المقياس = $20 / 3 = 7$

شكل المقياس النهائي :

منخفض : 5- 11

متوسط : 12- 18

مرتفع : 19- 25

5 - مقياس الاعتماد على مصادر المعلومات المختلفة عن الاحداث والقضايا الدينية أسئلة (17، 18)

تم تقسيم المقياس الى ثلاث فئات هي :

منخفض - متوسط - مرتفع

بداية المقياس هي عدد العبارات = 11

نهاية المقياس = $3 \times 11 = 33$

مدى المقياس = $33 - 11 = 22$ وطول فئة المقياس = $22 / 3 = 7$

شكل المقياس النهائي :

منخفض : 11- 18

متوسط : 19- 25

مرتفع : 26- 33

6 - مقياس الثقة في مصادر المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية (ويتمثل في السؤال رقم 18).

تم تقسيم المقياس الى ثلاث فئات هي :

منخفض – متوسط - مرتفع

بداية المقياس هي عدد العبارات = 6

نهاية المقياس = $3 \times 6 = 18$

مدى المقياس = $18 - 6 = 12$ وطول فئة المقياس = $12 / 3 = 4$

شكل المقياس النهائي :

منخفض : 6- 9

متوسط : 10- 13

مرتفع : 14- 18

7 - مقياس دوافع الاعتماد : تم تصميمه للتعرف علي دوافع واهداف الاعتماد في السؤال رقم 22، وذلك من خلال 12 عبارة تم تقسيمهم أربعة عبارات لدوافع الفهم والمعرفة ومثلهم لدوافع التوجيه ومثلهم أيضا لدوافع التسلية والترفيه.

تم تقسيم المقياس الى ثلاث فئات هي :

منخفض – متوسط - مرتفع

بداية المقياس هي عدد العبارات = 12

نهاية المقياس = $3 \times 12 = 36$

مدى المقياس = $36 - 12 = 24$ وطول فئة المقياس = $24 / 3 = 8$

شكل المقياس النهائي :

منخفض : 12- 19

متوسط : 20- 27

مرتفع : 28- 36

8 - مقياس تأثيرات الاعتماد : تم تصميم مقياس تجميعي لتأثيرات الاعتماد الثلاثة (أثار معرفية- وجدانية او عاطفية- سلوكية) من خلال سؤال شمل 15 عبارة تم تقسيمهم الي 5 عبارات لكل تأثير بالتساوي وهذا يتضح في السؤال رقم 23.

تم تقسيم المقياس الي أربع فئات هي :

منعدم – منخفض – متوسط - مرتفع

بداية المقياس هي عدد العبارات = 15

نهاية المقياس = $4 \times 15 = 60$

مدى المقياس = $60 - 15 = 45$ وطول فئة المقياس = $4/45 = 11$

شكل المقياس النهائي :

تأثير منعدم: 15-26

تأثير منخفض : 27-37

تأثير متوسط: 38-48

تأثير مرتفع: 49-60

9 - مقياس الاعتماد المستقبلي(ويتمثل في رقم 23)

تم تقسيم المقياس الي ثلاث فئات هي :

منخفض – متوسط – مرتفع

بداية المقياس هي عدد العبارات = 4

نهاية المقياس = $4 \times 4 = 16$

مدى المقياس = $16 - 4 = 12$ وطول فئة المقياس = $3/12 = 4$

شكل المقياس النهائي :

منخفض : 4-7

متوسط: 8-11

مرتفع: 12-16

10- مقياس متغير الاتجاه نحو مصادر المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية (ويتمثل في السؤال رقم 25)

تم تقسيم المقياس الي خمس فئات هي :

موافق بشدة – موافق – محايد – معارض – معارض بشدة

بداية المقياس هي عدد العبارات = 12

نهاية المقياس = $5 \times 12 = 60$

مدى المقياس = $60 - 12 = 48$ وطول فئة المقياس = $48 / 5 = 9.6$

شكل المقياس النهائي :

معارض بشدة: 12-23

معارض: 24-34

محايد: 35-46

موافق: 47-48

موافق بشدة: 49-60

التعريف الإجرائي للمفاهيم المستخدمة في البحث

المعلومات: هي أي معرفة عن قضية أو حدث من خلال الاتصال أو البحث أو التعليم أو الملاحظة عن الناس والأماكن والأشياء والموضوعات، وتعتبر عملية تلقي المعلومات هي العملية التي تسبق عملية تكوين الرأي⁷³.

الأحداث والقضايا الدينية:

هي تلك القضايا الدينية الإسلامية التي تعبر عن مشكلات تتعدد فيها الآراء أو وجهات النظر التي يقابلها الإنسان في حياته، وتكون هي موضوع حديث المجتمع.

نتائج الدراسة الميدانية

حول مصادر معلومات الجمهور المصري

عن الأحداث والقضايا الدينية:

1. مدى متابعة الصحف اليومية

جدول رقم (1)

يوضح مدى متابعة عينة الدراسة للصحف اليومية

درجة المتابعة	ك	%
أتابع الصحف اليومية بانتظام	152	34.1%
أتابع الصحف اليومية حسب الظروف	274	61.4%
لا أتابع الصحف اليومية	20	4.5%
المجموع	446	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى متابعة عينة الدراسة للصحف اليومية، حيث أظهرت النتائج أن ما يقارب من نصف العينة (يتابعون الصحف اليومية حسب الظروف) بنسبة 61.4%، يليها في الترتيب الثاني (يتابعون الصحف اليومية بانتظام) بنسبة 34.1%، بينما جاء في الترتيب الثالث (لا يتابعون الصحف اليومية) بنسبة 4.5%.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء المنافسة الشديدة التي تتعرض لها الصحافة في العصر الحديث نتيجة انتشار الانترنت وتنوع المواقع الالكترونية.

2. أنماط الصحف الأكثر متابعة

جدول رقم (2)

يوضح أي أنماط الصحف أكثر متابعة عن غيرها من وجهة نظر عينة الدراسة

أنماط الصحف	ك	%
الصحف القومية	170	38.1%
الصحف المستقلة (الخاصة)	146	32.7%
الصحف الحزبية	130	29.1%
المجموع	446	100%

تشير بيانات الجدول السابق الى أي أنماط الصحف أكثر متابعة عن غيرها من وجهة نظر عينة الدراسة حيث أظهرت النتائج أن (الصحف القومية) هي الأكثر متابعة في الترتيب الأول بنسبة 38.1% يليها في الترتيب الثاني (الصحف المستقلة الخاصة) بنسبة 32.7% بينما جاء في الترتيب الثالث (الصحف الحزبية) بنسبة 29.1%. وتشير هذه النتيجة الى انه علي الرغم من كثرة الإصدارات الصحفية في السنوات الأخيرة الا ان الجمهور ما يزال يتابع الصحف القومية وذلك لتقته في المضمون الذي تنشره.

3. الموضوعات التي تحرص عينة الدراسة علي قراتها في الصحف اليومية:

جدول رقم (3)

يوضح الموضوعات التي تحرص عينة الدراسة علي قراتها في الصحف اليومية

الترتيب الموضوعات	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	الوزن المرجح	
						النقاط	الوزن النسبي
الموضوعات الدينية	126	164	57	60	39	1616	22.9%
الموضوعات السياسية	142	137	78	55	34	1636	23.2%
الفن والأدب	120	146	73	74	33	1584	22.5%
الرياضية	88	11	83	112	152	1109	15.7%
الموضوعات الاقتصادية	66	35	69	145	131	1098	15.6%
مجموع النقاط = 7043							

تشير بيانات الجدول السابق الى الموضوعات التي تحرص عينة الدراسة علي قراتها في الصحف اليومية ففي الترتيب الاول (الموضوعات السياسية) بوزن نسبي 23.5% وفي الترتيب الثاني (الموضوعات الدينية) بوزن نسبي 22.9% ويليهما في الترتيب الثالث (الفن والأدب بنسبة 22.5% وفي الترتيب الرابع (الرياضة) بنسبة 15.7% وفي الترتيب الخامس والأخير (الموضوعات الاقتصادية) بنسبة 15.6%. وترجع هذه النتيجة الي الظروف السياسية التي تعرضت لها البلاد منذ عام ٢٠١١ وحتى الآن والذي جعلت الموضوعات السياسية لها الاولوية في المتابعة من الجمهور المصري.

4 مدى قراءة المجالات الدينية:

جدول رقم (4)

يوضح مدى قراءة عينة الدراسة للمجلات الدينية

مدى القراءة	ك	%
أقرأ المجالات الدينية بانتظام.	58	13.0%
أقرأ المجالات الدينية حسب الظروف.	231	51.8%
لا أقرأ المجالات الدينية.	157	35.2%
المجموع	446	100%

تشير بيانات الجدول السابق الى مدى قراءة عينة الدراسة للمجلات الدينية ففي الترتيب الأول (يقروون المجالات الدينية حسب الظروف) بنسبة 51.8% وفي الترتيب الثاني (لا يقروون المجالات الدينية) بنسبة 35.2% وفي الترتيب الثالث (يقروون المجالات الدينية بانتظام) بنسبة 13.0%.

5 مدى الاعتقاد بأن المجالات الدينية مصدر مهم من مصادر الحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية:

جدول رقم (5)

يوضح مدى اعتقاد عينة الدراسة بأن المجالات الدينية مصدر مهم من مصادر الحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية

مدى الاعتقاد	ك	%
اعتقد ذلك بشدة.	130	29.1%
اعتقد ذلك إلى حدما.	246	55.2%
لا اعتقد ذلك.	70	15.7%
المجموع	446	100%

تشير بيانات الجدول السابق الى مدى اعتقاد عينة الدراسة بأن المجالات الدينية مصدر مهم من مصادر الحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية ففي الترتيب الأول (اعتقد ذلك إلى حدما) بنسبة 55.2% يليها في الترتيب الثاني (اعتقد ذلك بشدة) بنسبة 29.1%. وفي الترتيب الثالث (لا اعتقد ذلك) بنسبة 15.7%.

6 مدى الاستماع إلي الراديو:

جدول رقم (6)

يوضح مدى استماع عينة الدراسة إلي الراديو

مدى الاستماع	ك	%
يستمع إلى الراديو بانتظام (دائماً)	245	54.9%
يستمع إلى الراديو حسب الظروف (أحياناً)	160	35.9%
لا يستمع إلى الراديو (لا).	41	9.2%
المجموع	446	100%

تشير بيانات الجدول السابق الى مدى استماع عينة الدراسة إلي الراديو ففي الترتيب الأول (يستمع إلى الراديو بانتظام) بنسبة 54.9% ويليه في الترتيب الثاني (يستمع إلى الراديو حسب الظروف) (أحياناً) بنسبة 35.9% وفي الترتيب الثالث (لا يستمع إلى الراديو) بنسبة 9.2%.

اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية

والأخير لا يستمع إلى الراديو (لا) بنسبة 9.2%. ويدل ذلك الي انه علي الرغم من تنوع وتعدد وسائل الاعلام في الوقت الحالي؛ الا ان الراديو لا زالت له مكانته عند الجمهور في الاهتمام بمتابعة برامج والاستماع اليه باستمرار.

7 نوعية المواد التي تحرص عينة الدراسة على الاستماع

جدول رقم (7)

يوضح نوعية المواد التي تحرص عينة الدراسة على الاستماع إليها من الراديو

المواد	ك	%
المواد والبرامج الدينية.	150	33.6%
المواد والبرامج السياسية.	162	36.3%
المواد والبرامج الترفيهية.	50	11.2%
الموسيقى والغناء.	84	18.8%
المجموع	446	100%

تشير بيانات الجدول السابق الى نوعية المواد التي تحرص عينة الدراسة على الاستماع إليها من الراديو ففي الترتيب الأول (المواد والبرامج السياسية) بنسبة 36.3%، وفي الترتيب الثاني (المواد والبرامج الدينية) بنسبة 33.6%، وفي الترتيب الثالث (الموسيقى والغناء) بنسبة 18.8% وفي الترتيب الثالث (المواد والبرامج الترفيهية) بنسبة 11.2%.

8 مدى الاستماع إلي إذاعة القرآن الكريم:

جدول رقم (9)

يوضح مدى استماع عينة الدراسة إلي إذاعة القرآن الكريم

مدى الاستماع	ك	%
استمع بانتظام (دائماً).	210	47.1%
استمع حسب الظروف (أحياناً).	152	34.1%
لا استمع (لا).	84	18.8%
المجموع	446	100%

تشير بيانات الجدول السابق الى مدى استماع عينة الدراسة إلي إذاعة القرآن الكريم في الترتيب الأول استمع بانتظام (دائماً) بنسبة 47.1%، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سحر فؤاد (1998)⁷⁴: والتي كشفت النتائج عن ارتفاع نسبة الاستماع لإذاعة القرآن الكريم بين طلبة الجامعات حيث بلغت هذه النسبة 93.8% من إجمالي عينة الدراسة.

وفي الترتيب الثاني استمع حسب الظروف (أحياناً) بنسبة 34.1% يليها في الترتيب الثالث لا استمع (لا). بنسبة 18.8%.

كما تتفق مع دراسة علاء عبد المجيد (2006)⁷⁵: أوضحت النتائج أن ثمة تفاوتاً كبيراً في معدلات الاستماع لإذاعة القرآن الكريم والبرنامج العام لصالح إذاعة القرآن الكريم، إذ بلغت معدلات الاستماع (بشكل دائم أو أحياناً) لإذاعة القرآن الكريم (78.8) من إجمالي المبحوثين.

وتتفق ايض مع دراسة صالح السيد (2000)⁷⁶: والتي اكدت علي ان 97.4% من الأطفال يستمعون الي إذاعة القرآن الكريم.

9 مدى الاعتقاد أن إذاعة القرآن الكريم مصدراً مهماً من مصادر الحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية:

جدول رقم (8)

يوضح مدى اعتقاد عينة الدراسة أن إذاعة القرآن الكريم مصدراً مهماً من مصادر الحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية:

مدى الاعتقاد	ك	%
اعتقد ذلك بشدة.	389	87.2%
اعتقد ذلك إلى حد ما.	50	11.2%
لا اعتقد ذلك	7	1.6%
المجموع	446	100%

تشير بيانات الجدول السابق مدى اعتقاد عينة الدراسة أن إذاعة القرآن الكريم مصدراً مهماً من مصادر الحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية ففي الترتيب الأول (يعتقدون ذلك بشدة) بنسبة 87.2%، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سحر فواد (1998)⁷⁷: والتي أكدت نتائجها أن إذاعة القرآن الكريم تمثل مصدراً أساسياً للتثقيف الإسلامي للشباب حيث افاد 89.3% من المستمعين بالعينة بأنها تمثل مصدراً رئيسياً للحصول على المعلومات الدينية.

وفي الترتيب الثاني (يعتقدون ذلك الى حد ما) بنسبة 11.2% وفي الترتيب الثالث (لا يعتقدون بذلك) بنسبة 1.6%.

10 - مدى مشاهدة التلفزيون:

جدول رقم (10)

يوضح مدى مشاهدة عينة الدراسة للتلفزيون

مدى المشاهدة	ك	%
أشاهد بانتظام (دائماً).	378	84.8%
أشاهد حسب الظروف (أحياناً).	42	9.4%
نادراً.	16	3.6%
لا أشاهد (لا).	10	2.2%
المجموع	446	100%

تشير بيانات الجدول السابق مدى مشاهدة عينة الدراسة للتلفزيون وحسب النتائج ففي الترتيب الأول (يشاهدون بانتظام (دائماً)) بنسبة 84.8% وفي الترتيب الثاني (يشاهدون حسب الظروف (أحياناً)) بنسبة 9.4% وفي الترتيب الثالث (يشاهدون نادراً) بنسبة 3.6% يليها في الترتيب الرابع (لا يشاهدون) بنسبة 2.2%. ويشير ذلك الى المكانة الهامة التي يحتلها التلفزيون بقنواته وبرامجه في قلوب الجماهير وحرصهم على مشاهدته بانتظام.

1 1 - الموضوعات التي تحرص عينة الدراسة علي مشاهدتها

جدول رقم (11)

يوضح الموضوعات التي تحرص عينة الدراسة علي مشاهدتها خلال التليفزيون

الترتيب الموضوعات	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	الوزن المرجح	
						النقاط	الوزن النسبي
المواد والبرامج الدينية.	120	137	28	121	40	1514	23.3%
المواد والبرامج السياسية.	184	116	30	60	56	1650	25.4%
المنوعات.	21	77	56	169	123	1042	16.1%
الدراما.	7	89	103	112	135	1059	16.3%
المباريات الرياضية.	40	69	155	101	81	1224	18.9%
مجموع النقاط=6489							

تشير بيانات الجدول السابق الموضوعات التي تحرص عينة الدراسة علي مشاهدتها خلال التليفزيون ففي الترتيب الأول (المواد والبرامج الدينية) بوزن نسبي 23.3% يليها في الترتيب الثاني (المواد والبرامج السياسية) بوزن نسبي 25.4% وفي الترتيب الثالث (المباريات الرياضية) بنسبة 18.9% وفي الترتيب الرابع (الدراما) بنسبة 16.3% وفي الترتيب الخامس والأخير (المنوعات) بنسبة 16.3%.

1 2 - مدى مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الدينية بالتليفزيون بانتظام:

جدول رقم (12)

يوضح مدى مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الدينية بالتليفزيون بانتظام

مدى المشاهدة	ك	%
نعم	357	80.0%
لا	89	20.0%
المجموع	446	100%

تشير بيانات الجدول السابق الى مدى مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الدينية بالتلفزيون بانتظام ففي الترتيب الأول (من يشاهدون البرامج الدينية في التلفزيون بانتظام) بنسبة 80.0%، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة خالد عبد الجواد (٢٠٠٨)⁷⁸: والتي كشفت عن ارتفاع نسبة مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية الدينية وذلك بنسبة ٩٨.٨٪ من اجمالي العينة.

كما تتفق مع دراسة محمد غريب (٢٠٠٥)⁷⁹: والتي توصلت الي ان ٤٩.٥٪ من الباحثين يشاهدون بانتظام البرامج الدينية بالقنوات الفضائية.

وفي الترتيب الثاني (من لا يشاهدون البرامج الدينية في التلفزيون بانتظام) بنسبة 20.0٪.

وأيضاً تتفق مع دراسة مني سمير (٢٠١٤)⁸⁰: والتي اكدت علي ارتفاع نسبة مشاهدة الشباب الجامعي للقنوات الفضائية الدينية الي ٨١٪ من اجمالي العينة.

وتتفق مع دراسة عربي عبد العزيز (٢٠٠٦)⁸¹: والتي بينت أن ٣٤.٧٪ من الأطفال عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية الدينية بشكل دائم، و ٥٤.٥٪ يشاهدونها أحياناً.

كما تتفق مع دراسة عصام انيس (٢٠٠١)⁸²: والتي خلصت الي ان ٩٤٪ من عينة الدراسة يشاهدون المسلسلات الدينية.

ولكنها تختلف مع دراسة ايمان عبد الحافظ (٢٠٠٨)⁸³: والتي أثبتت أن نصف الباحثين لا يشاهدون القنوات الفضائية الإسلامية بصفة مستمرة، وأن نصف الباحثين يعتمدون علي القنوات الفضائية الإسلامية بدرجة متوسطة في الحصول علي المعرفة بالقضايا الدينية، وأنهم يحرصون علي مشاهدة برامج معينة في القنوات الفضائية الإسلامية بانتظام ويشاهدونها كاملة.

كما تختلف مع دراسة سهير صالح (٢٠٠٧)⁸⁴: والتي خلصت إلى انخفاض معدلات تعرض الباحثين للقنوات الفضائية الإسلامية.

وتختلف أيضاً مع دراسة امانى عبد الرؤوف (٢٠٠٧)⁸⁵: والتي أظهرت نتائجها أن الاعتماد الكامل على القنوات الفضائية الإسلامية ضعيف بنسبة ١٦.١٪ من إجمالي العينة، والسبب سطحية الموضوعات التي تقدمها تلك القنوات وعدم تغطيتها لكافة أمور الحياة، وعدم تلبية المضامين المقدمة من خلال تلك القنوات لحاجات الشباب الفعلية.

3 1 - مدى اعتقاد عينة الدراسة أن البرامج الدينية في التلفزيون مصدراً مهماً من مصادر الحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية:

جدول رقم (13)

يوضح مدى اعتقاد عينة الدراسة أن البرامج الدينية في التلفزيون مصدراً مهماً من مصادر الحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية

الاعتقاد	ك	%
اعتقد ذلك بشدة.	130	29.1%
اعتقد ذلك إلى حد كبير	202	45.3%
أعتقد ذلك إلى حد ما.	108	24.2%
لا اعتقد ذلك	4	0.9%
لا أعتقد ذلك مطلقاً.	2	0.4%
المجموع	446	100%

تشير بيانات الجدول السابق الى مدى اعتقاد عينة الدراسة أن البرامج الدينية في التلفزيون مصدراً مهماً من مصادر الحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية ففي الترتيب الأول (اعتقد ذلك الى حد كبير) بنسبة 45.3% وفي الترتيب الثاني (اعتقد ذلك بشدة) بنسبة 29.1%، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عادل فهمي (1991)⁸⁶: والتي توصلت الي ان البرامج الدينية بالتلفزيون تحظى باهتمام الطلبة الجامعيين وان هناك اتجاها إيجابيا قويا نحو اعتبار هذه البرامج مصدرا للثقافة الديني، حيث قرر ذلك 83.2% من المبحوثين . وتبين ان 4.62% ممن يتعرضون للبرامج الدينية بالتلفزيون أفادوا بان تلك البرامج قد غيرت من آرائهم تجاه أمور محدده في حياتهم.

كما تتفق مع دراسة عصام انيس (2001)⁸⁷: والتي اكدت علي ان نسبة 38.2% من أفراد عينة الدراسة أفادوا أن الدراما الدينية تسهم دائماً في تثقيفهم بمعارف ومعلومات دينية، بينما أفاد 55.6% أنها تسهم أحياناً، وأفاد أيضاً 6.2% أنها لا تسهم في ذلك علي الاطلاق.

اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية

وفي الترتيب الثالث (اعتقد ذلك الى حد ما) بنسبة 24.2% وفي الترتيب الرابع (لا اعتقد ذلك) بنسبة 0.9% وفي الترتيب الخامس (لا اعتقد ذلك مطلقاً) بنسبة 0.4%.

4 1 - مدي تعرض عينة الدراسة للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت:

جدول رقم (14)

يوضح مدي تعرض عينة الدراسة للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت

مدي التعرض	ك	%
نعم	310	69.5%
لا	136	30.5%
المجموع	446	100%

تشير بيانات الجدول السابق الى مدي تعرض عينة الدراسة للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت ففي الترتيب الأول (نعم) بنسبة 69.5%، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة اميرة محمد (٢٠١٥)⁸⁸: والتي اثبتت ارتفاع اعداد المبحوثين الذين يتابعون الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغ مقدارها ٧٨.٢%. كما تتفق مع دراسة علي جمعة (٢٠١١)⁸⁹: والتي اشارت الي زيادة حجم تعرض الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية بنسبة ٨١%. وفي الترتيب الثاني (لا) بنسبة 30.5%.

5 1 - آراء عينة الدراسة في الموضوعات التي يتابعها الجمهور المصري على الإنترنت:

جدول رقم (15)

يوضح آراء عينة الدراسة في الموضوعات التي يتابعها الجمهور المصري على الإنترنت متعدد الاستجابات (ن=446)

القضايا	ك	%
الموضوعات السياسية.	320	71.7%
الموضوعات الاقتصادية.	157	35.2%
الموضوعات الرياضية.	165	37.0%

الموضوعات الفنية.	124	27.8%
الموضوعات الدينية.	250	56.1%
الموضوعات الطبية.	178	39.9%
موضوعات المرأة.	210	47.1%
موضوعات اجتماعية	234	52.5%
موضوعات علمية.	62	13.9%

تشير بيانات الجدول السابق الى آراء عينة الدراسة في الموضوعات التي يتابعها الجمهور المصري على الإنترنت

ففي الترتيب الأول (الموضوعات السياسية) بنسبة 71.7% وفي الترتيب الثاني (الموضوعات الدينية) بنسبة 56.1% وفي الترتيب الثالث (الموضوعات الاجتماعية) بنسبة 52.5%، وتتفق هذه النتائج مع دراسة محمد مصطفى (٢٠١٣) 90: والتي اثبتت ان الموضوعات السياسية تحتل المرتبة الاولى من حيث المتابعة والتفضيل لدي العينة وذلك بنسبة 97.5%، ثم تأتي في المرتبة الثانية الموضوعات الدينية بنسبة 96.5%، وكانت المرتبة الثالثة للموضوعات الاجتماعية بنسبة 84.8%.

ويليها في الترتيب الرابع (موضوعات المرأة) بنسبة 47.1% وفي الترتيب الخامس (الموضوعات الطبية) بنسبة 39.9% وفي الترتيب السادس (الموضوعات الرياضية) بنسبة 37.0% وفي الترتيب السابع (الموضوعات الاقتصادية) بنسبة 35.2% وفي الترتيب الثامن (الموضوعات الفنية) بنسبة 27.0% وفي الترتيب التاسع (الموضوعات العلمية) بنسبة 13.9%.

6 1 - المصادر التي تعتمد عليها عينة الدراسة في الحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية:

جدول رقم (16)

يوضح المصادر التي تعتمد عليها عينة الدراسة في الحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية:

المصادر	ك	%
مصادر الاتصال الشخصي	50	11.2%
مصادر الاتصال الجمعي.	31	7.0%

اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية

مصادر الاتصال الجماهيري	82	18.4%
مصادر الاتصال الرقمي	186	41.7%
الموبايل.	97	21.7%
المجموع	446	100%

تشير بيانات الجدول السابق الى المصادر التي تعتمد عليها عينة الدراسة في الحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية ففي الترتيب الأول (مصادر الاتصال الرقمي) بنسبة 41.7%، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة داليا حسن (٢٠١٦) ⁹¹: والتي أكدت علي أهمية الدور الذي تقوم به المواقع الإلكترونية الإسلامية في التنقيف الديني للجمهور المصري، حيث ذكر ٧٦.٢٪ من المبحوثين أنه مهم، وذكر ١٥.٧٪ من المبحوثين أنه مهم إلي حد ما.

وفي الترتيب الثاني (الحصول على المعلومات من الموبايل) بنسبة 21.7% وفي الترتيب الثالث (مصادر الاتصال الجماهيري) بنسبة 18.4%، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة محمد غريب (٢٠٠٥) ⁹²: والتي توصلت الي ان القنوات الفضائية تأتي في الترتيب الاول من اجمالي مصادر الحصول علي المعلومات الدينية لدي طلاب الجامعات وذلك بنسبة ٢١.١٪، تلاه مباشرة القنوات التلفزيونية المحلية ب نسبة ١٩.٢٪، ثم مصادر الاتصال الشخصي بنسبة ١٧.٧٪.

وفي الترتيب الرابع (مصادر الاتصال الشخصي) بنسبة 11.2%، وفي الترتيب الخامس (مصادر الاتصال الجمعي) بنسبة 7.0%، ولكنها تتفق معها في انه جاءت فيها مصادر الاتصال الجمعي في الترتيب الأخير كمصدر من مصادر الحصول علي المعلومات الدينية وذلك بنسبة ١٢.٦٪.

والنظرة المتعمقة للنتائج السابقة وتحليلها يعطي لنا مجموعة من المؤشرات أهمها:

ان اعتماد الجمهور المصري في الحصول علي المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية علي مصادر الاتصال الرقمي يرجع الي التغطية المستمرة والمتلاحقة التي تقدمها شبكة الانترنت للأحداث علي مدار اليوم، والتي تتواكب مع الاحداث من خلال فيديوهات البث المباشر التي تقدمها المواقع الإلكترونية، والتي تستمر علي مدار اليوم

لتقديم الاخبار المختلفة وتحليلها، بالإضافة الي السمات المميزة للإنترنت مثل التزامنية والتفاعلية والمواكبة للأحداث في أي وقت من اليوم. اما الموبايل فقد احتل المرتبة الثانية وذلك لأنه بين يدي الجمهور في مختلف أوقات اليوم وعند حدوث أي طارئ.

7 1 - المصادر التي يلجأ إليها المبحوثون للبحث عن المعلومات في حالة وجود معلومات متضاربة عن إحدى الأحداث والقضايا الدينية:

جدول رقم (17)

يوضح المصادر التي يلجأ إليها المبحوثون للبحث عن المعلومات في حالة وجود معلومات متضاربة عن إحدى الأحداث والقضايا الدينية

الوزن المرجح		الثالث	الثاني	الأول	الترتيب الموضوعات
الوزن النسبي	النقاط				
17.5%	1021	56	205	185	القنوات الفضائية.
17.2%	1005	85	163	198	شبكة الإنترنت.
12.8%	749	246	97	103	الصحافة المصرية.
17.8%	1036	73	156	217	الراديو.
18.7%	1090	52	144	250	موقع الأزهر / دار الإفتاء.
15.9%	930				مواقع وصفحات كبار الشيوخ والدعاة
مجموع النقاط=5831		116	176	154	

تشير بيانات الجدول السابق الى المصادر التي يلجأ إليها المبحوثون للبحث عن المعلومات في حالة وجود معلومات متضاربة عن إحدى الأحداث والقضايا الدينية ففي الترتيب الأول (موقع الأزهر / دار الإفتاء) بوزن نسبي 18.7% يليها في الترتيب الثاني (الراديو) بوزن نسبي 17.8% وفي الترتيب الثالث (القنوات

اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية

الفضائية) بوزن نسبي 17.5% وفي الترتيب الرابع (شبكة الإنترنت) بوزن نسبي 17.2% وفي الترتيب الخامس (مواقع وصفحات كبار الشيوخ والدعاة) بوزن نسبي 15.9% وفي الترتيب السادس (الصحافة المصرية) بوزن نسبي 12.8%.

ويتضح من ذلك ان النسبة الأكبر من المبحوثين يعتمدون علي موقع الازهر ودار الإفتاء في المرتبة الاولى للبحث عن المعلومات حول الاحداث الطارئة والأزمات التي واجهها المجتمع المصري نتيجة وجود معلومات متضاربة عن احدي الاحداث والقضايا الدينية مما يؤدي الي حدوث بلبلة للرأي العام المصري.

ويدل ذلك علي المكانة التي ما يزال يحتلها الازهر الشريف ودار الإفتاء المصرية وبالتالي الثقة الكبيرة التي يعطيها الجمهور لهم مما جعلهم يلجأون اليهم في حالة تضارب المعلومات حول حدث او قضية دينية معينة، رغم حملات التشكيك التي شنها البعض ضد الازهر الشريف وعلماءه الاجلاء.

8 1 - مدى ثقة أفراد عينة الدراسة في بعض مصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية:

جدول رقم (18)

يوضح مدى ثقة أفراد عينة الدراسة في بعض مصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية

م	العبارات	أثق بشدة		أثق بها		لا أثق		عدد النفاذ	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الاتجاه
		%	ك	%	ك	%	ك				
1	الكتب والدراسات الإسلامية	33.6%	150	42.6%	190	23.8%	106	936	2.1	70.0	أثق بها
2	الصحف والمجلات	25.3%	113	37.2%	166	37.4%	167	838	1.9	62.6	لا أثق
3	البرامج الدينية بالثليزيون	31.4%	140	43.5%	194	25.1%	112	920	2.1	68.8	أثق بها
4	البرامج الدينية بالراديو	34.8%	155	36.5%	163	28.7%	128	919	2.1	68.7	أثق بها
5	إذاعة القرآن الكريم	46.0%	205	27.6%	123	26.5%	118	979	2.2	73.2	أثق بشدة
6	المساجد ودروس العلم	61.2%	273	29.8%	133	9.0%	40	1125	2.5	84.1	أثق بشدة
7	المؤسسات التعليمية	31.4%	140	30.3%	135	38.3%	171	861	1.9	64.3	لا أثق
8	المعارف والأصدقاء	14.1%	63	35.4%	158	50.4%	225	730	1.6	54.6	لا أثق
9	الأسرة	28.7%	128	52.7%	235	18.6%	83	937	2.1	70.0	أثق بها
10	دار الإفتاء المصرية	56.1%	250	39.0%	174	4.9%	22	1120	2.5	83.7	أثق بشدة

اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية

11	المواقع الإسلامية	192	43.0%	223	50.0%	31	7.0%	1053	2.4	78.7	أثق بها
----	-------------------	-----	-------	-----	-------	----	------	------	-----	------	---------

تشير بيانات الجدول السابق الى مدى ثقة أفراد عينة الدراسة في بعض مصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية في الترتيب الأول (المساجد ودروس العلم) بوزن نسبي 84.1% واتجاه عام أثق بشدة،

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة رزق سعد (١٩٩٧)⁹³: والتي أوضحت أنه فيما يتعلق باستخدامات المبحوثين للمضامين الدينية؛ ارتفعت نسبة الاستماع بشكل منظم للمضامين الدينية في المسجد (٧٦.٦٪).

ولكنها تختلف مع دراسة محمد مصطفى (٢٠١٣)⁹⁴: والتي اثبتت ان المصدر الاول في اعتم اد شباب العينة علي المعلومات والثقافة الإسلامية هو الكتب والدراسات الإسلامية بوزن نسبي قدره ٥٦.٧٪.

كما تختلف مع دراسة داليا حسن (٢٠١٦)⁹⁵: التي توصلت الي انه جاءت المواقع الإسلامية في مقدمة ترتيب المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول علي المعلومات الدينية بوزن نسبي ٢٠.٢٪، ويأتي في الترتيب الثاني التلفزيون، ثم يأتي في الترتيب الثالث الكتب الدينية، وفي الترتيب الرابع الأسرة، والخامس خطيب المسجد، والسادس إذاعة القرآن الكريم، ثم يأتي في الترتيب السابع والآخر الصحف والمجلات.

وتختلف أيضا مع دراسة محمود حسن (٢٠٠٤)⁹⁶: والتي اكدت علي أن القنوات الفضائية جاءت كأهم مصدر لحصول المراهقين علي المعلومات الدينية.

وفي الترتيب الثاني (دار الإفتاء المصرية) بوزن نسبي 83.7% واتجاه عام أثق بشدة وفي الترتيب الثالث (المواقع الإسلامية) بوزن نسبي 78.7% واتجاه عام أثق بها وجاء في الترتيب الرابع (إذاعة القرآن الكريم) بوزن نسبي 73.2% واتجاه عام أثق بشدة وفي الترتيب الخامس تتساوى (الكتب والدراسات الإسلامية . والأسرة) بوزن نسبي 70.0% واتجاه عام أثق بها.

وفي الترتيب السادس (البرامج الدينية بالتلفزيون) بوزن نسبي 68.8% واتجاه عام أثق بها، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة عادل فهمي (١٩٩١)⁹⁷: والتي توصلت الي ان البرامج الدينية بالتلفزيون جاءت في الترتيب الخامس من حيث ثقة الطلبة في المعلومات التي تقدمها بنسبة ٩٣٪، ولكنها تتفق معها في ان البرامج الدينية بالتلفزيون تقدمت علي الجامعة والأصدقاء والصحف والراديو.

اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية

وفي الترتيب السابع (البرامج الدينية بالراديو) بوزن نسبي 68.7% واتجاه عام أثق بها وجاء في الترتيب الثامن (المؤسسات التعليمية) بوزن نسبي 64.3% واتجاه عام لا أثق وفي الترتيب التاسع (الصحف والمجلات) بوزن نسبي 62.6% واتجاه عام لا أثق وفي الترتيب العاشر (المعارف والأصدقاء) بوزن نسبي 54.6% واتجاه عام لا أثق.

وتختلف هذه النتائج مع دراسة سحر فؤاد (١٩٩٨)⁹⁸ والتي جاءت بها الكتب الدينية في الترتيب الأول بين مصادر المعلومات والثقافة الإسلامية بنسبة ٢٣.٣٪، يليها إذاعة القرآن الكريم في الترتيب الثاني بنسبة ٥.١٤٪، بينما احتل خطيب المسجد الترتيب الثالث بين تلك المصادر بنسبة ١١.٨٪، ثم البرامج الدينية بالتليفزيون بنسبة ١١.٢٪، في حين وردت الصحف والمجلات في الترتيب الخامس بين مصادر التثقيف الإسلامي للشباب بنسبة ٩.٨٪ من إجابات المبحوثين.

كما تختلف هذه النتائج أيضا مع دراسة عبيد امين (٢٠٠٤)⁹⁹ والتي توصلت إلي أن الأسرة احتلت المرتبة الأولى بين المصادر المؤثرة علي تشكيل الوعي الديني لدي المبحوثين، تلاها المسجد، فالتليفزيون، فالكتب الدينية، فشرائط الكاسيت، فالأصدقاء، فالتعليم، فالصحافة، في حين جاءت الإذاعة في المرتبة الأخيرة.

19 - الأوقات التي يزداد فيها اعتماد الجمهور المصري على المصادر المختلفة للحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة:

جدول رقم (19)

يوضح الأوقات التي يزداد فيها اعتماد الجمهور المصري على المصادر المختلفة للحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة

الأوقات	ك	٪
أثناء الإجازات ووقت الفراغ.	8	1.8%
أثناء المناسبات الإسلامية.	118	26.5%
عند وقوع أحداث تهم العالم الإسلامي.	167	37.4%
عند الرغبة في الحصول على معلومات إسلامية.	59	13.2%

اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية

عند الشعور بالملل والروتين	20	4.5%
عندما يكون لدي استفسار معين أ وفتوى معينة.	74	16.6%
المجموع	446	100%

تشير بيانات الجدول السابق الى الأوقات التي يزداد فيها اعتماد الجمهور المصري على المصادر المختلفة للحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة في الترتيب الأول (عند وقوع أحداث تهم العالم الإسلامي) بنسبة 37.4%، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة اميرة محمد (٢٠١٥) ¹⁰⁰: والتي توصلت الي ان أكثر الاوقات التي يزيد فيها استخدام المبحوثين للصفحات الدينية علي مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الدينية هي " عند وقوع احداث تهم العالم الإسلامي " بنسبة ٦٥.٦٪. وهذا مؤشر علي ان الاحداث المهمة الدينية تعد من اكثر المناسبات لزيادة اعتماد المبحوثين علي المصادر المختلفة للمعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية.

وفي الترتيب الثاني (أثناء المناسبات الإسلامية) بنسبة 26.5% وفي الترتيب الثالث (عندما يكون لدي استفسار معين أ وفتوى معينة .) بنسبة 16.6% وفي الترتيب الرابع (عند الرغبة في الحصول على معلومات إسلامية) بنسبة 13.2% وفي الترتيب الخامس (عند الشعور بالملل والروتين) بنسبة 4.5% وفي الترتيب السادس (أثناء الإجازات ووقت الفراغ) بنسبة 1.8%.

وتختلف هذه النتائج مع دراسة محمد مصطفى (٢٠١٣) ¹⁰¹: والتي توصلت الي إنه اهم أسباب زيادة الاعتماد علي المواقع الإسلامية العربية هو "الحصول علي معلومات إسلامية سريعة بخصوص الموضوعات الإسلامية المختلفة " بنسبة ٦٦.٨٪، وفي المرتبة الثانية تأتي "الرغبة في الإستفسار عن فتوي معينة " بنسبة ٥٤.٥٪، وفي المرتبة الثالثة " عند وقوع أحداث تهم العالم الإسلامي " بنسبة ٤٢.٥٪، والسمة المشتركة بين هذه الأسباب هي الحاجة للتثقيف وتحصيل المعارف، وفي المرتبة الرابعة "اثناء الاجازات و اوقات الفراغ" بنسبة ٣١.٥٪، وفي المرتبة الخامسة "اثناء المناسبات الإسلامية كالأعياد ورمضان بنسبة ٢٨.٨٪.

اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية

20 - أسباب قلة اعتماد الجمهور المصري على مصادر المعلومات عن القضايا الدينية:

جدول رقم (20)

يوضح أسباب قلة اعتماد الجمهور المصري على مصادر المعلومات عن القضايا الدينية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة

أسباب قلة الاعتماد	ك	%
لعدم الثقة في المعلومات المقدمة.	74	16.6%
لعدم اهتمامي بالجوانب الدينية.	5	1.1%
لنقص التربية الإسلامية في المؤسسات التعليمية.	138	30.9%
تحيزها لغرض وجهة نظر معينة.	140	31.4%
لتناولها العديد من الموضوعات البعيدة عن اهتمامات الجمهور المصري.	89	20.0%
المجموع	446	100%

تشير بيانات الجدول السابق الى أسباب قلة اعتماد الجمهور المصري على مصادر المعلومات عن القضايا الدينية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة في الترتيب الأول (تحيزها لغرض وجهة نظر معينة) بنسبة 31.4%، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة اميرة محمد (٢٠١٥) 102: والتي توصلت الي انه من اهم أسباب عدم ثقة الباحثين في الصفحات الدينية كمصدر للمعلومات عن القضايا الدينية هو "دعوتها للطائفية والمذهبية" بنسبة ٦٧.٧٪ ثم "لأنها لا تهتم بالتوازن في عرض وجهات النظر" بنسبة ٥١.٦٪.

وفي الترتيب الثاني (لنقص التربية الإسلامية في المؤسسات التعليمية) بنسبة 30.9% وفي الترتيب الثالث (لتناولها العديد من الموضوعات البعيدة عن اهتمامات الجمهور المصري) بنسبة 20.0% وفي الترتيب الرابع (لعدم الثقة في المعلومات المقدمة) بنسبة 16.6% وفي الترتيب الخامس (لعدم اهتمامي بالجوانب الدينية) بنسبة 1.1%.

اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية

وتختلف هذه النتائج مع دراسة محمد مصطفى (٢٠١٣) ¹⁰³: والتي كشفت عن أسباب تراجع الاعتماد على المواقع الإسلامية حيث جاء في المرتبة الأولى عدم اهتمام الشباب بالجوانب الدينية بنسبة ٢٩.٥٪، وفي المرتبة الثانية وجود مواقع أخرى أشد جذبا للشباب بنسبة ٢٤.٢٪، وفي المرتبة الثالثة لنقص التربية الإسلامية في المدارس والجامعات بنسبة ١٥.١٪، وفي المرتبة الرابعة لتناولها العديد من الموضوعات البعيدة عن اهتمامات وقضايا الشباب بنسبة ٩.١٪.

2 1 - أسباب اعتماد الجمهور المصري على مصادر المعلومات عن القضايا الدينية:

جدول رقم (21)

يوضح أسباب اعتماد الجمهور المصري على مصادر المعلومات عن القضايا الدينية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة

أسباب الاعتماد	ك	%
التعرف على أخبار المسلمين.	103	23.1%
الحصول على فتاوي.	92	20.6%
زيادة كم المعلومات عن القضايا الدينية.	21	4.7%
تساعدني في تكوين رأي شخصي تجاه الأحداث والقضايا الدينية المختلفة.	45	10.1%
حتى لا أشعر بالملل والوحدة.	7	1.6%
التسلية والترفيه.	2	0.4%
لشغل وقت الفراغ.	5	1.1%
للتعرف على أصدقاء بالمصادر المختلفة.	2	0.4%
التعليق والمشاركة بالرأي على الأخبار.	63	14.1%
لتحميل كتب وصوتيات ومرئيات وبرامج إسلامية.	50	11.2%
الاستفادة من الخدمات المجانية التي تقدمها المصادر المختلفة.	38	8.5%
المساهمة في تنشيط المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية الهامة.	18	4.0%
المجموع	446	100%

تشير بيانات الجدول السابق الى أسباب اعتماد الحج مهوور المصري على مصادر المعلومات عن القضايا الدينية أسباب اعتماد الجمهور المصري على مصادر المعلومات عن القضايا الدينية أسباب اعتماد الجمهور المصري على مصادر المعلومات عن القضايا الدينية فجاء في الترتيب الأول (التعرف على أخبار المسلمين) بنسبة 23.1%، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة زينب محمد (٢٠٠٧)¹⁰⁴: والتي توصلت الي ان اهم الأسباب التي تجعل المبحوثين يتعرضون للمواقع العربية الإسلامية باستمرار هو "المعرفة اخبار العالم الإسلامي" وذلك بنسبة ٥٩.٦٪، ولكنها تختلف مع دراسة محمد غريب (٢٠٠٥)¹⁰⁵: والتي احتل فيها دافع "معرفة ما يقال عن الدين الإسلامي عموما " الترتيب الأخير بين دوافع التعرض للموضوعات والقيم الدينية، كما تختلف مع دراسة خالد عبد الجواد (٢٠٠٨)¹⁰⁶: والتي أوضحت دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الدينية وجاء دافع "موضوعاتها جيدة وترضي اهتماماتي " متصدرا دوافع المشاهدة وذلك بنسبة ٢١.٩٪، وتختلف أيضا مع دراسة اميرة محمد (٢٠١٥)¹⁰⁷: والتي أوضحت ان من اهم أسباب ثقة المبحوثين في الصفحات الدينية كمصدر للمعلومات هو "توثيق معلوماتها واستشهادها بالأدلة والبراهين النبوية " بنسبة ٦٦.٢٪.

و(الحصول على فتاوي) بنسبة 20.6% في الترتيب الثاني وفي الترتيب الثالث (التعليق والمشاركة بالرأي على الأخبار) بنسبة 14.1% وفي الترتيب الرابع (لتحميل كتب وصوتيات ومرئيات وبرامج إسلامية) بنسبة 11.2% وفي الترتيب الخامس (تساعدني في تكوين رأي شخصي تجاه الأحداث والقضايا الدينية المختلفة) بنسبة 10.1% وفي الترتيب السادس (الاستفادة من الخدمات المجانية التي تقدمها المصادر المختلفة) بنسبة 8.5%،

وفي الترتيب السابع (زيادة كم المعلومات عن القضايا الدينية) بنسبة 4.7%، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة خالد عبد الجواد (٢٠٠٨)¹⁰⁸: والتي جاء فيها دافع "تقديم المعلومات المفيدة " في الترتيب الثاني بنسبة ١٧.١٪ بين دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الدينية لعينة الدراسة.

وفي الترتيب الثامن (المساهمة في تنشيط المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية الهامة) بنسبة 4.0% وفي الترتيب التاسع (حتى لا أشعر بالملل والوحدة) بنسبة 1.6% وفي الترتيب العاشر (لشغل وقت الفراغ.) بنسبة 1.1% وفي الترتيب الحادي عشر تتساوى (التسلية والترفيه و للتعرف على أصدقاء بالمصادر المختلفة) بنسبة 0.4%.

كما تؤكد بيانات الجدول السابق ان :الدوافع المعرفية (المتتمثلة في اول اربع عبارات) تأتي في المرتبة الاولى بمتوسط ١٤.٦٪ ، وفي المرتبة الثانية تأتي دوافع السلوك (المتتمثلة في العبارات من 9 الي 12) بمتوسط ٩.٥٪، وفي المرتبة الثالثة تأتي دوافع التسلية والترفيه (المتتمثلة في العبارات من ٥ الي ٨) بمتوسط ٣.٥٪. وتتفق هذه النتائج مع دراسة محمد مصطفى (2013)¹⁰⁹ : والتي جاءت فيها الدوافع المعرفية في المرتبة الاولى تليها دوافع السلوك وأخيرا دوافع التسلية والترفيه.

2 2 - تأثيرات الاعتماد علي مصادر المعلومات المختلفة عن الأحداث والقضايا الدينية:

جدول رقم (22)

يوضح تأثيرات الاعتماد علي مصادر المعلومات المختلفة عن الأحداث والقضايا الدينية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة

م	العبارات	تأثير عالي		تأثير متوسط		تأثير منخفض		تأثير منعدم		عدد النقاط	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
		ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
1	تعطيني معلومات جديدة عن السيرة النبوية	138	30.9	140	31.4	89	20.0	79	17.7	1229	2.8	91.9
2	تعرفت علي قواعد التلاوة والتجويد	122	27.4	160	35.9	110	24.7	54	12.1	1242	2.8	92.8
3	تعرفت علي فتاوي كنت أريدها	154	34.5	187	41.9	64	14.3	41	9.2	1346	3.0	100.6
4	تعرفت علي أحاديث لم أكن أعرفها	134	30.0	169	37.9	103	23.1	40	9.0	1289	2.9	96.3
5	تعرفني العقيدة	74	16.6	220	49.3	120	26.9	32	7.2	1228	2.8	91.8
6	تجعلني مطمئن النفس	44	9.9	248	55.6	134	30.0	20	4.5	1208	2.7	90.3
7	تقوي إيماني	104	23.3	168	37.7	104	23.3	70	15.7	1198	2.7	89.5
8	تجعلني أكثر تأديباً	88	19.7	176	39.5	170	38.1	12	2.7	1232	2.8	92.1
9	تزود من خوفي من النار وحيي للجنة	113	25.3	153	34.3	140	31.4	40	9.0	1231	2.8	92.0

اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية

93.7	2.8	1254	10.1	45	27.8	124	33.0	147	29.1	130	تدعم لدي حب الله ورسوله	10
92.3	2.8	1235	7.4	33	21.3	95	58.3	260	13.0	58	تساعدني علي الأداء السليم للعبادات	11
94.0	2.8	1258	5.4	24	17.0	76	67.7	302	9.9	44	تساعدني علي مواجهة البدع	12
104.4	3.1	1397	3.1	14	13.2	59	50.9	227	32.7	146	تصحح لدي سلوكيات خاطئة	13
98.3	2.9	1315	4.7	21	20.0	89	51.1	228	24.2	108	تساعدني علي اتخاذ قرارات حياتية	14
97.2	2.9	1301	4.7	21	19.5	87	55.2	246	20.6	92	تساعدني علي أعمال الخير	15

تشير بيانات الجدول السابق الى تأثيرات الاعتماد علي مصادر المعلومات المختلفة عن الأحداث والقضايا الدينية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة في الترتيب الأول جاء التأثير السلوكي المتمثل في (تساعدني علي تصحيح سلوكيات وعادات خاطئة في حياتي) بوزن نسبي 104.4%، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة خالد عبد الجواد (٢٠٠٨) ¹¹⁰: حيث ان "غيرت سلوكي مع الناس الي الأفضل " جاءت في الترتيب الثالث بين الاشباع التي حققتها مشاهدة القنوات الفضائية الدينية.

كما تختلف مع دراسة محمد مصطفى (٢٠١٣) ¹¹¹: والتي جاء في المرتبة الاولى التأثير العاطفي المتمثل في انها تدعم حب الله ورسوله بوزن نسبي ٨٧.٣٪.

وفي الترتيب الثاني كان للتأثير المعرفي المتمثل في (معرفة فتاوي معينة واحكام فقهية كنت أريدها) بوزن نسبي 100.6% وفي الترتيب الثالث التأثير السلوكي المتمثل في انها (تساعدني علي اتخاذ قرارات حياتية) بوزن نسبي 98.3% وفي الترتيب الرابع جاء أيضا للتأثير السلوكي المتمثل في (تساعدني علي أعمال الخير) بوزن نسبي 97.2% وفي الترتيب الخامس التأثير المعرفي المتمثل في (تعرفت علي أحاديث لم أكن أعرفها) بوزن نسبي 96.3% وفي الترتيب السادس التأثير السلوكي المتمثل في (تساعدني علي مواجهة البدع) بوزن نسبي 94.0% وفي الترتيب السابع التأثير العاطفي المتمثل في انها (تدعم لدي حب الله ورسوله) بوزن نسبي 93.7% وفي الترتيب الثامن التأثير المعرفي المتمثل في (تعرفت علي قواعد التلاوة

والتجويد) بوزن نسبي 92.8% وفي الترتيب التاسع التأثير السلوكي المتمثل في (المساعدة على الأداء السليم للعبادات كالصلاة والصوم والزكاة والحج) بوزن نسبي 92.3% وفي الترتيب العاشر التأثير العاطفي المتمثل في (تجعلني أكثر تأدباً وتسامحاً مع الآخرين) بوزن نسبي 92.1% وفي الترتيب الحادي عشر جاء أيضاً للتأثير العاطفي المتمثل في (تزيد من خوفاً من النار والمعاصي وتحببني في الجنة والطاعات) بوزن نسبي 92.0% وفي الترتيب الثاني عشر التأثير المعرفي المتمثل في (تعطيني معلومات جديدة عن السيرة النبوية) بوزن نسبي 91.9% وفي الترتيب الثالث عشر جاء أيضاً للتأثير المعرفي المتمثل في أنها (تزيد من معرفتي بالعقيدة الإسلامية كالتعرف على أركان الإيمان وأسماء الله وصفاته والغيبيات) بوزن نسبي 91.8% وفي الترتيب الرابع عشر التأثير العاطفي المتمثل في (تجعلني مطمئن النفس) بوزن نسبي 90.3% وفي الترتيب الخامس عشر جاء أيضاً للتأثير العاطفي المتمثل في (تقوي إيماني) بوزن نسبي 89.5%.

كما توضح بيانات الجدول السابق ان التأثيرات السلوكية (المتتمثلة في العبارات من ١١ الي ١٥) تأتي في المرتبة الاولى بوزن نسبي ٩٧.٢% (تم حساب قيمة هذا الوزن من خلال حساب متوسط الاوزان النسبية لعبارات هذه التأثيرات)، وتأتي التأثيرات المعرفية (المتتمثلة في العبارات من ١ الي ٥) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٩٤.٧%، وفي المرتبة الثالثة تأتي التأثيرات الوجدانية او العاطفية (المتتمثلة في العبارات من ٦ الي ١٠) بوزن نسبي ٩١.٥%.

وتختلف هذه النتائج مع دراسة محمد مصطفى (٢٠١٣)¹¹²: حيث جاءت التأثيرات الوجدانية او العاطفية في المرتبة الاولى بوزن نسبي ٧٩.٦%، وفي المرتبة الثالثة تأتي التأثيرات السلوكية بوزن نسبي ٧٣.٧%.

واتفقت معها في : انه جاءت التأثيرات المعرفية في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٧٥.٢%.

اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية

3 2 - طبيعة الاعتماد المستقبلي على مصادر المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية:

جدول رقم (23)

يوضح طبيعة الاعتماد المستقبلي على مصادر المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة

طبيعة الاعتماد	ك	%
سيظل كما هو	148	33.2%
سيزيد	207	46.4%
سيقل	73	16.4%
سينعدم نهائياً	18	4.0%
المجموع	446	100%

تشير بيانات الجدول السابق الى طبيعة الاعتماد المستقبلي على مصادر المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة في الترتيب الأول (سيظل كما هو) بنسبة 33.2% وفي الترتيب الثاني (سيزيد) بنسبة 46.4% وفي الترتيب الثالث (سيقل) بنسبة 16.4% وفي الترتيب الرابع (سينعدم نهائياً) بنسبة 4.0%.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة محمد مصطفى (٢٠١٣) 113: حيث توصلت الي ان عينة الدراسة ستزيد نسبة اعتمادها على المواقع الإسلامية في المستقبل بنسبة كبيرة بلغت ٦٧.٣%، و٢٤.٨% سيظل اعتمادهم على هذه المواقع كما هو الآن.

4 2 - اتجاهات المبحوثين نحو الأحداث والقضايا الدينية:

جدول رقم (24)

يوضح اتجاهات المبحوثين نحو الأحداث والقضايا الدينية

م	العبارات	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة	عدد النقاط	المتوسط	الوزن النسبي
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك				
1	ألجا أولها حينما يكون لدي	20.2	90	37.9	169	30.5	136	10.3	46	1.1	5	3.7	73.1

اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية

ثانياً: نتائج اختبارات فروض الدراسة:

الفرض الأول: هناك علاقة ارتباطية بين اعتماد الجمهور المصري على مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية وبين اتجاهاتهم نحوها.

ولاختبار هذا الفرض اعتمدت الباحثة علي معامل ارتباط بيرسون، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (27)

يوضح قيمة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بيناعتماد الجمهور المصري علي مصادر معلومات الاحداث والقضايا الدينية وبين اتجاهاتهم نحوها

المتغيرات	معامل الارتباط	الدالة
اعتماد الجمهور المصري علي مصادر معلومت الاحداث والقضايا الدينية	0.473**	دالة 0.001
اتجاه الجمهور المصري نحو مصادر معلومات الاحداث والقضايا الدينية		

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اعتماد الجمهور المصري علي مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية وبين اتجاهاتهم نحوها، حيث جاءت قيمة معامل بيرسون = 0.473 وهي دالة عند مستوي معنوية 0.001.

ويمكن تفسير ذلك بأن الاعتماد المكثف علي مصادر معلومات الاحداث والقضايا الدينية يستتبعه اتجاهات إيجابية ومحابية نحو هذه المصادر، والعكس صحيح بمعنى ان الاعتماد الضعيف عليها يستتبعه اتجاهات سلبية نحوها.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الأول القائل بوجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور المصري علي مصادر معلومات الاحداث والقضايا الدينية وبين اتجاهاتهم نحوها.

الفرض الثاني: هناك علاقة ارتباطية بين اعتماد الجمهور المصري على مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية وبين ثقتهم فيها.

اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية

ولاختبار هذا الفرض اعتمدت الباحثة علي معامل ارتباط بيرسون، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي

جدول رقم (28)

يوضح قيمة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين اعتماد الجمهور المصري علي مصادر معلومات الاحداث والقضايا الدينية وبين ثقتهم فيها

المتغيرات	معامل الارتباط	الدالة
اعتماد الجمهور المصري علي مصادر معلومات الاحداث والقضايا الدينية	0.851**	دالة 0.001
ثقة الجمهور المصري علي مصادر معلومات الاحداث والقضايا الدينية		

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اعتماد الجمهور المصري علي مصادر معلومات الاحداث والقضايا الدينية وبين ثقتهم فيها حيث جاءت قيمة معامل بيرسون = 0.851 وهي دالة عند مستوي معنوية 0.001.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الثاني القائل بوجود علاقة بين اعتماد الجمهور المصري علي مصادر معلومات الاحداث والقضايا الدينية وبين ثقتهم فيها.

الفرض الثالث: هناك علاقة ارتباطية بين اعتماد الجمهور المصري علي مصادر معلومات الاحداث والقضايا الدينية وبين اعتمادهم المستقبلي عليه.

ولاختبار هذا الفرض اعتمدت الباحثة علي معامل ارتباط بيرسون، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (29)

يوضح قيمة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين اعتماد الجمهور المصري على مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية وبين اعتمادهم المستقبلي عليها

المتغيرات	معامل الارتباط	الدلالة
اعتماد الجمهور المصري على مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية	0.023	غير دالة 0.342
اعتماد الجمهور المصري المستقبلي على مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية		

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين اعتماد الجمهور المصري على مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية وبين اعتمادهم المستقبلي عليها حيث جاءت قيمة معامل بيرسون = 0.023 وهي ليست دالة عند مستوى معنوية 0.342

وعلى هذا يمكن القول بعدم ثبوت صحة الفرض الثالث القائل بوجود علاقة بين اعتماد الجمهور المصري على مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية وبين اعتمادهم المستقبلي عليها.

الفرض الرابع: هناك علاقة ارتباطية بين اتجاهات الجمهور المصري نحو مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية وبين اعتمادهم المستقبلي عليها.

ولاختبار هذا الفرض اعتمدت الباحثة على معامل ارتباط بيرسون، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي

جدول رقم (30)

يوضح قيمة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين اتجاهات الجمهور المصري نحو مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية وبين اعتمادهم المستقبلي عليها

المتغيرات	معامل الارتباط	الدلالة
اتجاهات الجمهور المصري نحو مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية	0.025	غير دالة 0.625
اعتماد الجمهور المصري المستقبلي علي مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية		

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتب اط دالة إحصائياً بين اتجاهات الجمهور المصري نحو مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية وبين اعتمادهم المستقبلي عليها حيث جاءت قيمة معامل بيرسون = 0.025 وهي ليست دالة عند مستوي معنوية 0.625.

وعلى هذا يمكن القول بعدم ثبوت صحة الفرض الرابع القائل بوجود علاقة بين اتجاهات الجمهور المصري نحو مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية وبين اعتمادهم المستقبلي عليها.

الفرض الخامس : هناك علاقة ارتباطية بين الثقة في مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية لدى الجمهور المصري وبين اعتمادهم المستقبلي عليها.

ولاختبار هذا الفرض اعتمدت الباحثة علي معامل ارتباط بيرسون، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (31)

يوضح قيمة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين الثقة في مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية لدى الجمهور المصري وبين اعتمادهم المستقبلي عليها

المتغيرات	معامل الارتباط	الدلالة
الثقة في مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية لدى الجمهور المصري	0.794*	دالة 0.001
اعتماد الجمهور المصري المستقبلي علي مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية		

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الثقة في مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية لدى الجمهور المصري وبين اعتمادهم المستقبلي عليها حيث جاءت قيمة معامل بيرسون = 0.794 وهي دالة عند مستوي معنوية 0.001.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الخامس القائل بوجود علاقة بين الثقة في مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية لدى الجمهور المصري وبين اعتمادهم المستقبلي عليها.

النتائج العامة للدراسة:

- 1 - أظهرت النتائج أن ما يقارب من نصف العينة (يتابعون الصحف اليومية حسب الظروف) بنسبة 61.4%، يليها في الترتيب الثاني (يتابعون الصحف اليومية بانتظام) بنسبة 34.1%، بينما جاء في الترتيب الثالث (لا يتابعون الصحف اليومية) بنسبة 4.5%.
- 2 - أظهرت النتائج أن (الصحف القومية) هي الأكثر متابعة في الترتيب الأول بنسبة 38.1% يليها في الترتيب الثاني (الصحف المستقلة الخاصة) بنسب 32.7% بينما جاء في الترتيب الثالث (الصحف الحزبية) بنسب 29.1%.
- 3 - الموضوعات التي تحرص عينة الدراسة على قرأتها في الصحف اليومية ففي الترتيب الأول (الموضوعات السياسية) بوزن نسبي 23.5% وفي الترتيب الثاني (الموضوعات الدينية) بوزن نسبي 22.9% ويليهما في الترتيب الثالث (الفن والأدب بنسبة 22.5% وفي الترتيب الرابع (الرياضة) بنسبة 15.7% وفي الترتيب الخامس والأخير (الموضوعات الاقتصادية) بنسبة 15.6%.
- 4 - مدى قراءة عينة الدراسة للمجلات الدينية ففي الترتيب الأول (يقروون المجلات الدينية حسب الظروف) بنسبة 51.8% وفي الترتيب الثاني (لا يقروون

المجلات الدينية) بنسبة 35.2% وفي الترتيب الثالث (يقروون المجلات الدينية بانتظام) بنسبة 13.0%.

5 - مدى اعتقاد عينة الدراسة بأن المجلات الدينية مصدر مهم من مصادر الحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية ففي الترتيب الأول (اعتقد ذلك إلى حد ما) بنسبة 55.2% يليها في الترتيب الثاني (اعتقد ذلك بشدة) بنسبة 29.1%. وفي الترتيب الثالث (لا اعتقد ذلك) بنسبة 15.7%.

6 - مدى استماع عينة الدراسة إلى الراديو ففي الترتيب الأول (يستمتع إلى الراديو بانتظام) بنسبة 54.9% ويليهما في الترتيب الثاني (يستمتع إلى الراديو حسب الظروف) (أحياناً) بنسبة 35.9% وفي الترتيب الثالث والأخير لا يستمتع إلى الراديو) (لا) بنسبة 9.2%.

7 - نوعية المواد التي تحرص عينة الدراسة على الاستماع إليها من الراديو ففي الترتيب الأول (المواد والبرامج السياسية) بنسبة 36.3% وفي الترتيب الثاني (الموسيقى والغناء) بنسبة 18.8% وفي الترتيب الثالث (المواد والبرامج الترفيهية) بنسبة 11.2%.

8 - مدى استماع عينة الدراسة إلى إذاعة القرآن الكريم ففي الترتيب الأول استمع بانتظام (دائماً) بنسبة 47.1%، وفي الترتيب الثاني استمع حسب الظروف (أحياناً) بنسبة 34.1% يليها في الترتيب الثالث لا استمع (لا) بنسبة 18.8%.

9 - مدى اعتقاد عينة الدراسة أن إذاعة القرآن الكريم مصدراً مهماً من مصادر الحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية ففي الترتيب الأول (يعتقدون ذلك بشدة) بنسبة 87.2%، وفي الترتيب الثاني (يعتقدون ذلك إلى حد ما) بنسبة 11.2% وفي الترتيب الثالث (لا يعتقدون بذلك) بنسبة 1.6%.

10 - مدى مشاهدة عينة الدراسة للتلفزيون وحسب النتائج ففي الترتيب الأول (يشاهدون بانتظام (دائماً)) بنسبة 84.8% وفي الترتيب الثاني (يشاهدون حسب الظروف (أحياناً)) بنسبة 9.4% وفي الترتيب الثالث (يشاهدون نادراً) بنسبة 3.6% يليها في الترتيب الرابع (لا يشاهدون) بنسبة 2.2%.

11 - الموضوعات التي تحرص عينة الدراسة علي مشاهدتها خلال التلفزيون ففي الترتيب الأول (المواد والبرامج الدينية) بوزن نسبي 23.3% يليها في الترتيب الثاني (المواد والبرامج السياسية) بوزن نسبي 25.4% وفي الترتيب الثالث (المباريات الرياضية) بنسبة 18.9% وفي الترتيب الرابع (الدراما) بنسبة 16.3% وفي الترتيب الخامس والأخير (المنوعات) بنسبة 16.3%.

12 - مدى مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الدينية بالتلفزيون بانتظام ففي الترتيب الأول (من يشاهدون البرامج الدينية في التلفزيون بانتظام) بنسبة 80.0%، وفي الترتيب الثاني (من لا يشاهدون البرامج الدينية في التلفزيون بانتظام) بنسبة 20.0%.

13 - مدى اعتقاد عينة الدراسة أن البرامج الدينية في التلفزيون مصدراً مهماً من مصادر الحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية ففي الترتيب الأول (اعتقد ذلك الى حد كبير) بنسبة 45.3% وفي الترتيب الثاني (اعتقد ذلك بشدة) بنسبة 29.1%، وفي الترتيب الثالث (اعتقد ذلك الى حد ما) بنسبة 24.2% وفي الترتيب الرابع (لا اعتقد ذلك) بنسبة 0.9% وفي الترتيب الخامس (لا اعتقد ذلك مطلقاً) بنسبة 0.4%.

14 - مدى تعرض عينة الدراسة للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت ففي الترتيب الأول (نعم) بنسبة 69.5%، وفي الترتيب الثاني (لا) بنسبة 30.5%.

15 - آراء عينة الدراسة في الموضوعات التي يتابعها الجمهور المصري على الإنترنت ففي الترتيب الأول (الموضوعات السياسية) بنسبة 71.7% وفي الترتيب الثاني (الموضوعات الدينية) بنسبة 56.1% وفي الترتيب الثالث (الموضوعات الاجتماعية) بنسبة 52.5%، ويليهما في الترتيب الرابع (موضوعات المرأة) بنسبة 47.1% وفي الترتيب الخامس (الموضوعات الطبية) بنسبة 39.9% وفي الترتيب السادس (الموضوعات الرياضية) بنسبة 37.0% وفي الترتيب السابع (الموضوعات الاقتصادية) بنسبة 35.2% وفي الترتيب الثامن (الموضوعات الفنية) بنسبة 27.0% وفي الترتيب التاسع (الموضوعات العلمية) بنسبة 13.9%.

16 - المصادر التي تعتمد عليها عينة الدراسة في الحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية ففي الترتيب الأول (مصادر الاتصال الرقمي) بنسبة 41.7%، وفي الترتيب الثاني (الحصول على المعلومات من الموبايل) بنسبة 21.7% وفي الترتيب الثالث (مصادر الاتصال الجماهيري) بنسبة 18.4%، وفي الترتيب الرابع (مصادر الاتصال الشخصي) بنسبة 11.2%، وفي الترتيب الخامس (مصادر الاتصال الجمعي) بنسبة 7.0%.

17 - المصادر التي يلجأ إليها الباحثون للبحث عن المعلومات في حالة وجود معلومات متضاربة عن إحدى الأحداث والقضايا الدينية ففي الترتيب الأول (موقع الأزهر / دار الإفتاء) بوزن نسبي 18.7% يليها في الترتيب الثاني (الراديو) بوزن نسبي 17.8% وفي الترتيب الثالث (القنوات الفضائية) بوزن نسبي 17.5% وفي الترتيب الرابع (شبكة الإنترنت) بوزن نسبي 17.2% وفي الترتيب الخامس (مواقع وصفحات كبار الشيوخ والدعاة) بوزن نسبي 15.9% وفي الترتيب السادس (الصحافة المصرية) بوزن نسبي 12.8%.

18 - مدى ثقة أفراد عينة الدراسة في بعض مصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية في الترتيب الأول (المساجد ودروس العلم) بوزن نسبي 84.1% واتجاه عام أثق بشدة، وفي الترتيب الثاني (دار الإفتاء المصرية) بوزن نسبي 83.7% واتجاه عام أثق بشدة وفي الترتيب الثالث (المواقع الإسلامية) بوزن نسبي 78.7% واتجاه عام أثق بها وجاء في الترتيب الرابع (إذاعة القرآن الكريم) بوزن نسبي 73.2% واتجاه عام أثق بشدة وفي الترتيب الخامس تتساوى (الكتب والدراسات الإسلامية . والأسرة) بوزن نسبي 70.0% واتجاه عام أثق بها . وفي الترتيب السادس (البرامج الدينية بالتلفزيون) بوزن نسبي 68.8% واتجاه عام أثق بها . وفي الترتيب السابع (البرامج الدينية بالراديو) بوزن نسبي 68.7% واتجاه عام أثق بها وجاء في الترتيب الثامن (المؤسسات التعليمية) بوزن نسبي 64.3% واتجاه عام لا أثق وفي الترتيب التاسع (الصحف والمجلات) بوزن نسبي 62.6% واتجاه عام لا أثق وفي الترتيب العاشر (المعارف والأصدقاء) بوزن نسبي 54.6% واتجاه عام لا أثق.

19 - الأوقات التي يزداد فيها اعتماد الجمهور المصري على المصادر المختلفة للحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة في الترتيب الأول (عند وقوع أحداث تهم العالم الإسلامي) بنسبة 37.4%، وفي الترتيب الثاني (أثناء المناسبات الإسلامية) بنسبة 26.5% وفي الترتيب الثالث (عندما يكون لدي استفسار معين أو فتوى معينة) بنسبة 16.6% وفي الترتيب الرابع (عند الرغبة في الحصول على معلومات إسلامية) بنسبة 13.2% وفي الترتيب الخامس (عند الشعور بالملل والروتين) بنسبة 4.5% وفي الترتيب السادس (أثناء الإجازات ووقت الفراغ) بنسبة 1.8%.

20 - أسباب قلة اعتماد الجمهور المصري على مصادر المعلومات عن القضايا الدينية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة في الترتيب الأول (تحيزها لغرض

وجهة نظر معينة) بنسبة 31.4%، وفي الترتيب الثاني (لنقص التربية الإسلامية في المؤسسات التعليمية) بنسبة 30.9% وفي الترتيب الثالث (لتناولها العديد من الموضوعات البعيدة عن اهتمامات الجمهور المصري) بنسبة 20.0% وفي الترتيب الرابع (لعدم الثقة في المعلومات المقدمة) بنسبة 16.6% وفي الترتيب الخامس (لعدم اهتمامي بالجوانب الدينية) بنسبة 1.1%.

21- أسباب اعتماد الجمهور المصري على مصادر المعلومات عن القضايا الدينية
من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة فجاء في الترتيب الأول (التعرف على أخبار المسلمين) بنسبة 23.1%، و(الحصول على فتاوي) بنسبة 20.6% في الترتيب الثاني وفي الترتيب الثالث (التعليق والمشاركة بالرأي على الأخبار) بنسبة 14.1% وفي الترتيب الرابع (لتحميل كتب وصوتيات ومرئيات وبرامج إسلامية) بنسبة 11.2% وفي الترتيب الخامس (تساعدني في تكوين رأي شخصي تجاه الأحداث والقضايا الدينية المختلفة) بنسبة 10.1% وفي الترتيب السادس (الاستفادة من الخدمات المجانية التي تقدمها المصادر المختلفة) بنسبة 8.5%، وفي الترتيب السابع (زيادة كم المعلومات عن القضايا الدينية) بنسبة 4.7%، وفي الترتيب الثامن (المساهمة في تنشيط المعلومات عن الأحداث والقضايا الدينية الهامة) بنسبة 4.0% وفي الترتيب التاسع (حتى لا أشعر بالملل والوحدة) بنسبة 1.6% وفي الترتيب العاشر (لشغل وقت الفراغ) بنسبة 1.1% وفي الترتيب الحادي عشر تتساوى (التسلية والترفيه وللتعرف على أصدقاء بالمصادر المختلفة) بنسبة 0.4%.

22- تأثيرات الاعتماد على مصادر المعلومات المختلفة عن الأحداث والقضايا الدينية
من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة ففي الترتيب الأول جاء تأثير السلوكي المتمثل في (تساعدني على تصحيح سلوكيات وعادات خاطئة في حياتي) بوزن نسبي 104.4%، وفي الترتيب الثاني كان للتأثير المعرفي المتمثل في (معرفة

فتاوي معينة واحكام فقهية كنت أريدها) بوزن نسبي 100.6% وفي الترتيب الثالث التأثير السلوكي المتمثل في ا نها (تساعدني علي اتخاذ قرارات حياتية) بوزن نسبي 98.3% وفي الترتيب الرابع جاء أيضا للتأثير السلوكي المتمثل في (تساعدني علي أعمال الخير) بوزن نسبي 97.2% وفي الترتيب الخامس التأثير المعرفي المتمثل في (تعرفت علي أحاديث لم أكن أعرفها) بوزن نسبي 96.3% وفي الترتيب السادس التأثير السلوكي المتمثل في (تساعدني علي مواجهة البدع) بوزن نسبي 94.0% وفي الترتيب السابع التأثير العاطفي المتمثل في انها (تدعم لدي حب الله ورسوله) بوزن نسبي 93.7% وفي الترتيب الثامن التأثير المعرفي المتمثل في (تعرفت علي قواعد التلاوة والتجويد) بوزن نسبي 92.8% وفي الترتيب التاسع التأثير السلوكي المتمثل في (المساعدة علي الأداء السليم للعبادات كالصلاة والصوم والزكاة والحج) بوزن نسبي 92.3% وفي الترتيب العاشر التأثير العاطفي المتمثل في (تجعلني أكثر تأدباً وتسامحاً مع الآخرين) بوزن نسبي 92.1% وفي الترتيب الحادي عشر جاء أيضا للتأثير العاطفي المتمثل في (تزيد من خوفي من النار والمعاصي وتحببني في الجنة والطاعات) بوزن نسبي 92.0% وفي الترتيب الثاني عشر التأثير المعرفي المتمثل في (تعطيني معلومات جديدة عن السيرة النبوية) بوزن نسبي 91.9% وفي الترتيب الثالث عشر جاء أيضا للتأثير المعرفي المتمثل في انها (تزيد من معرفتي بالعقيدة الإسلامية كالتعرف علي اركان الايمان وأسماء الله وصفاته والغيبيات) بوزن نسبي 91.8% وفي الترتيب الرابع عشر التأثير العاطفي المتمثل في (تجعلني مطمئن النفس) بوزن نسبي 90.3% وفي الترتيب الخامس عشر جاء أيضا للتأثير العاطفي المتمثل في (تقوي إيماني) بوزن نسبي 89.5%.

23 - طبيعة الاعتماد المستقبلي على مصادر المعلومات عن الاحداث والقضايا الدينية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة في الترتيب الأول (سيزيد) بنسبة 46.4% وفي الترتيب الثاني (سيظل كما هو) بنسبة 33.2% وفي الترتيب الثالث (سيقفل) بنسبة 16.4% وفي الترتيب الرابع (سينعدم نهائياً) بنسبة 4.0%.

24 - اتجاهات الباحثين نحو الأحداث والقضايا الدينية في الترتيب الأول (الخطاب الديني عليها تقليدي) (بوزن نسبي 77.5% وفي الترتيب الثاني (تتناول الموضوعات بيسر) بوزن نسبي 76.7% وفي الترتيب الثالث (الشكل لها غير جذاب) بوزن نسبي 75.9% وفي الترتيب الرابع (تعرض الموضوعات الحساسة بشكل لائق) بوزن نسبي 75.5% وفي الترتيب الخامس (تزيد من الالتزام الديني لدي الشباب) بوزن نسبي 75.2% وفي الترتيب السادس (تتسم المحتويات بالسطحية) بوزن نسبي 73.5% وفي الترتيب السابع (ألجا أولاً لها حينما يكون لدي استفسار ديني) بوزن نسبي 73.1% وفي الترتيب الثامن (تسعى لتحقيق أغراض سياسية تحت ستار الدين) بوزن نسبي 71.7% وفي الترتيب التاسع (تهتم بمشاكلنا الشبابية) بوزن نسبي 70.9% وفي الترتيب العاشر (تجدد شكلها باستمرار) بوزن نسبي 70.5% وفي الترتيب الحادي عشر (تحدث فوضي الفتاوي) بوزن نسبي 69.9% وفي الترتيب الثاني عشر (تلتزم بالأسلوب الوسطي) بوزن نسبي 68.4%.

نتائج اختبار فروض الدراسة:

1 وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اعتماد الجمهور المصري على مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية وبين اتجاهاتهم نحوها، حيث جاءت قيمة معامل بيرسون = 0.473 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001. وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الأول القائل بوجود

- علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور المصري علي مصادر معلومات الاحداث والقضايا الدينية وبين اتجاهاتهم نحوها.
- 2 وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اعتماد الجمهور المصري علي مصادر معلومات الاحداث والقضايا الدينية وبين ثقتهم فيها حيث جاءت قيمة معامل بيرسون = 0.851 وهي دالة عند مستوي معنوية 0.001. وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الثاني القائل بوجود علاقة بين اعتماد الجمهور المصري علي مصادر معلومات الاحداث والقضايا الدينية وبين ثقتهم فيها.
- 3 عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اعتماد الجمهور المصري علي مصادر معلومات الاحداث والقضايا الدينية وبين اعتمادهم المستقبلي عليها حيث جاءت قيمة معامل بيرسون = 0.023 وهي ليست دالة عند مستوي معنوية 0.342. وعلى هذا يمكن القول بعدم ثبوت صحة الفرض الثالث القائل بوجود علاقة بين اعتماد الجمهور المصري علي مصادر معلومات الاحداث والقضايا الدينية وبين اعتمادهم المستقبلي عليها.
- 4 عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اتجاهات الجمهور المصري نحو مصادر معلومات الاحداث والقضايا الدينية وبين اعتمادهم المستقبلي عليها حيث جاءت قيمة معامل بيرسون = 0.025 وهي ليست دالة عند مستوي معنوية 0.625.
- 5 - وعلى هذا يمكن القول بعدم ثبوت صحة الفرض الرابع القائل بوجود علاقة بين اتجاهات الجمهور المصري نحو مصادر معلومات الاحداث والقضايا الدينية وبين اعتمادهم المستقبلي عليها.

6 - وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الثقة في مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية لدى الجمهور المصري وبين اعتمادهم المستقبلي عليها حيث جاءت قيمة معامل بيرسون $= 0.794$ وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001. وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الخامس القائل بوجود علاقة بين الثقة في مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية لدى الجمهور المصري وبين اعتمادهم المستقبلي عليها.

الهوامش والمراجع:

- 1 حسن حنفي: الدين والتنمية في مصر، في: سعد الدين إبراهيم (محرر)، مصر في ربع قرن ٥٢ - ١٩٧٧م، (بيروت: معهد الإنماء العربي، ١٩٨١)، ص ١٨٩.
- 2 هشام عطية عبد المقصود: محددات بنية الخطاب الديني في الصحف اليومية : دراسة تحليلية مقارنة لمضمون وتوجهات الصفحة الدينية في جريدتي الأخبار والوفد (٢٠٠٢/٢٠٠١)، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الواحد والعشرون، أكتوبر /ديسمبر ٢٠٠٣، ص ٣٨٣.
- سهام العراقي : الاتجاه الديني المعاصر لدي الشباب، (الإسكندرية : دار المعارف الحديثة، ١٩٨٤) ص ٣٧٦.
- 4محمود أحمد حماد: الإعلام والدعوة بين التكامل والتضاد، دراسة تحليلية وميدانية، (القاهرة: دار المعارف، ١٩٩٤)، ص ١٢.
- 5، ط١ (بيروت: مؤسسة الرسالة، ١٩٩٣) ص ٢٧٦ فؤاد توفيق العافي : الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة
- 6 خالد أحمد عبد الجواد: دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الدينية والاشباع المتحققة منها لربة المنزل المصرية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الأول، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، يناير- يونيو ٢٠٠٨)، ص ٢.
- 7 Mariam F. Alkazemi, "Mediating Silence: The Media's Role in Silencing Religious Dialogue Among U.S. Muslims", Journal of Media and Religion, Vol.14, Issue 1, 2015, Pp 29-45.
- 8 Mariam F. Alkazemi, "Students Spiraling Silence and Willingness to Communicate about Religion in the United States: An Exploration of the Media's Role in Stigmatizing Religion", Journal of Religion, Media and Digital Culture, Vol. 2, Issue. 1, June 2013, Pp 1-17, accessed from <http://jrmdc.com>.
- 9Ali A. J. Al-Kandari, "The Use and Impact of Religious Media in Kuwait", journal of media and religion, Vol. 10, Issue 4, 2011, Pp 206-223.
- 10Azadarmaki: "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.
- 11نهى عبده حشيش : استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية العربية الإسلامية والاشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الأزهر : كلية الدراسات الإسلامية والعربية، ٢٠٠٨).

- 12M. R. JavadiYeganeha& J. Azizzi, "A survey study of Audience satisfaction with the Religious programs of Radio- Television in Tehran", (journal of media and religion) Vol.7, Issue (1-2), 2008, Pp,70-83.
- 13Moaddel, mansoor, Religious fundamentalism among young Muslims in Egypt and Saudi Arabia, Journal of social forces vol,86, No,4 jan-jun-, 2008, p.1675-1710.
- 14خالد أحمد عبد الجواد: دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الدينية والاشباعات المتحققة منها لربة المنزل المصرية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد التاسع، العدد الأول (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يناير-يونيو ٢٠٠٨).
- 15ولاء إبراهيم عقاد: دور الدراما الدينية التلفزيونية في نشر الوعي لدي الشباب الجامعي - دراسة تحليلية ميدانية- ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الأزهر : كلية الدراسات الإسلامية والعربية، شعبة الصحافة والإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٧).
- 16 Abdallah Schleifer: "Media and Religion in The Arab Islamic World", Issue 1, spring 2007, Available at: <http://www.TBSJournal.com>.
- 17علاء عبد المجيد يوسف الشامي: دور الخطاب الديني في وسائل الاتصال في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة: كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦).
- 18هشام محمد عبد الغفار: استخدام أئمة مساجد القاهرة للمضامين الدينية المتخصصة في الصحف المصرية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر "الإعلام وتحديث المجتمعات العربية" (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٦).
- 19عربي عبد العزيز الطوخي : علاقة الطفل المصري ببرامج الأطفال في القنوات الفضائية الدينية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد السابع، العدد الأول (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، يناير-يونيو ٢٠٠٦) ص ص ٤٠٣-٤٥٠.
- 20محمود حسن إسماعيل: استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الدينية والاشباعات المتحققة منها، مجلة بحوث الرأي العام، المجلد الخامس، العدد الثاني (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، يونيو-ديسمبر ٢٠٠٤) ص ص ٢٨٧-٣٢٧.
- 21عبير أمين فريد : الوعي الديني للشباب المصري : دراسة ميدانية علي نة من طلاب الجامعات بمدينة القاهرة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس : كلية البنات، ٢٠٠٤).
- 22 Shonna, Troph: "Religions Values From Popular Television Programs". Unpublished Ph.D thesis . (USA : The University of Southern Mississippi , 2004) .

- 23 Pillifant, Brooke: " The Portrayal of new religious movements in fictional network television ", paper presented at the annual meeting of the American sociological association, (USA : San Francisco , 2004).
- 24 محمد أحمد هاشم الشريف: البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الأزهر: كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والإعلام، ٢٠٠٣).
- 25 Clark, L.s: US. Adolescent religious identity the media and the funky side of religion journal of communication, Vol.n.4,des.300330
- 26 محمد غريب: تعرض طلاب الجامعات لقناة اقرأ الفضائية وعلاقتها بإدراك القيم والموضوعات الدينية: دراسة ميدانية في إطار نظرية الغرس الثقافي، مجلة دراسات الطفولة، مج ٦، ع ٢٠٤ (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، يونيو ٢٠٠٣) ص ص ٧١-٩٦.
- 27 ميرفت محمد كامل الطرابيشي ومها محمد كامل الطرابيشي : معالجة الخطاب الديني لقضية الإرهاب الدولي بالصحف المصرية العامة والدينية في ظل المتغيرات الدولية : دراسة تحليلية مقارنة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد ٢٠، يوليو-سبتمبر (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ٢٠٠٣) ص ص ١٥٥-١٨٦.
- 28 هشام عطية عبد المقصود: محددات تشكيل بنية الخطاب الديني في الصحف اليومية : دراسة تحليلية مقارنة لمضمون وتوجهات الصفحة الدينية في جريدتي الأخبار والوفد (٢٠٠١-٢٠٠٢)، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد ٢١، أكتوبر-ديسمبر (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ٢٠٠٣) ص ص ٣٨٣-٤٣٣.
- 29 Scully, John, David: Consent and Dissent an Evangelical Talk Radio Unpublished PHD Dissertation (Canada: University of Toronto, 2002).
- 30 محمد يونس: الإنترنت كوسيلة اتصالية في مجال الشؤون الإسلامية : دراسة للمواقع الإسلامية المدعمة باللغة العربية علي الشبكة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثالث، العدد الثالث، يوليو-سبتمبر (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٢) ص ص ١١٣-١٧٣.
- 31 جابر محمد عبد الموجود: اتجاهات النخبة حول تجديد الخطاب الديني، مجلة البحوث الإعلامية، العدد الثامن عشر (جامعة الأزهر: كلية اللغة العربية، ٢٠٠٢) ص ص ٧-٧٧.
- 32 عصام أنيس عبد الحميد : المعالجة التليفزيونية للدراما الدينية وتأثيرها في التنقيف الديني للأسرة المصرية : دراسة تحليلية علي التليفزيون المصري والسعودي مع دراسة ميدانية علي الأسرة المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة الزقاريق : كلية الآداب، ٢٠٠١).
- 33 صالح السيد عراقي إبراهيم: دور إذاعة القرآن الكريم في التنشئة الدينية للأطفال في المرحلة العمرية من ٩ إلي ١٢ سنة: دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة : جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٠).

- 34 محمد أحمد محمد يونس : الخطاب الديني في الصحف المصرية خلال الفترة ما بين عامي ١٨٨٢ و١٩١٤م، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، ٢٠٠٠).
- 35 سحر فؤاد أحمد علي: دور إذاعة القرآن الكريم في التنقيف الديني للشباب الجامعي- دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون، ١٩٩٨).
- 36 رزق سعد عبد المعطي : استخدام الاعلام الديني واشباعاته في مصر- دراسة ميدانية علي عينة من جماهير المجتمع الريفي-، مجلة البحوث الإعلامية، العدد السابع (جامعة الازهر : كلية اللغة العربية، يوليو ١٩٩٧)، ص ص ٧-٧٧.
- 37 محمد منصور محمود هيبه: القضايا الإسلامية في الصحافة المصرية- دراسة تحليلية للصحف المصرية ١٩٥٢-١٩٨١، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الاعلام، ١٩٩٦).
- 38 عبد الستار عبد اللاه عبد الرحمن : القضايا التي تتناولها البرامج الدينية في الراديو والتلفزيون-دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الاعلام، ١٩٩٥).
- 39 وليد كامل الليثي: اتجاهات المراهقين نحو البرامج الدينية، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ١٩٩٥).
- 40 محمد أحمد محمد يونس: الصفحة الدينية بالصحف المصرية خلال الفترة ما بين ١٩٨٤-١٩٨٩- دراسة تطبيقية علي جريدتي الاهرام والوفد، رسالة ماجستير غير منشوره (جامعة القاهرة : كلية الاعلام، ١٩٩٤).
- 41 محمود محمد محمود خليل : علاقة إذاعة القرآن الكريم بالاتجاهات الدينية لدي الشباب في المرحلة العمرية من ١٨-٢٢ سنة، رسالة ماجستير غير منشوره، (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ١٩٩٤).
- 42 نجوي الفوال: البرامج الدينية في التلفزيون المصري-التقرير الأول: تحليل مضمون الرسالة الإعلامية، (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٩٤).
- 43 نيفين عبد الخالق مصطفى : الخطاب الديني والعقل السياسي المصري- دراسة في تحليل مضمون صفحة الفكر الديني بجريدة الاهرام- ، في مركز البحوث والدراسات السياسية : الثقافة السياسية في مصر بين الاستمرارية والتغير (جامعة القاهرة : مركز البحوث والدراسات السياسية، ٢٠٠٤).
- 44 بسيوني عبد القادر الحلواني: فنون التحرير الصحفي في الصحافة الإسلامية- دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي اللواء الإسلامي والمسلمون-، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة : كلية اللغة العربية، جامعة الازهر، ١٩٩٢).
- 45 عادل فهمي البيومي : البرامج الدينية في التلفزيون المصري ودورها في التنقيف الديني للشباب، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، ١٩٩١).

- 46 Dawkins, Corean. Andrew, Marcia,, Religious Broad Casting in Jamaica: An Analysis of the History, Program Content, Audience Description and Viewing Motives., Unpublished PHD Dissertation. (Howard University, 1991).
- 47 أميرة محمد سيد أحمد : دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب -دراسة ميدانية-، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد الثالث (جامعة القاهرة: لثلية الإعلام، قسم الصحافة، يوليو-سبتمبر ٢٠١٥) ص ١٥٣-٢١٧.
- 48 محمد مصطفى رفعت محرم عزت : اعتماد الشباب المصري على المواقع الإسلامية العربية دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٣).
- 49 إسلام عاطف رجب أحمد حجازي: العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية على الإنترنت ومستوي المعرفة لديه بالقضايا الدينية المعاصرة- دراسة ميدانية-، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنوفية: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٠).
- 50 نشوي الشلقاني : دور القنوات الدينية المتخصصة في تكوين الوعي الديني لدى الشباب المصري، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٣٣ (القاهرة : جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ٢٠١٠).
- 51 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" (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٧).
- 52 PadminiPatwardhan, "Internet Dependency Relation and Relationship with Exposure, Involvement and Satisfaction with Online Activities: A Cross-National comparison of American and Indian Internet Users", published Ph.D. Study, Southern Linois University, Department of Mass Communication& Media, 2003.
- 53 Jin yang and PadminiPatwardhan, "Determinants of Internet News Use: A Structural Equation Model Approach", on line @ <http://www.scripps.ohiou.edu/wjmcr/vol08/8-1a.html>.
- 54 محمود حسن إسماعيل : مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (القاهرة : مكتبة الدار العالمية، ١٩٩٨)، ص ٢٧٨.
- 55 محمد عبد الحميد: الاتصال والاعلام علي شبكة الانترنت، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٩)، ص ٢٥٧.
- 56 حسنين شفيق : نظريات الاعلام وتطبيقاتها في دراسات الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٤)، ص ١٧٧.

- 57 حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد : الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣)، ص ص ٢٣٧-٢٣٩.
- 58 Stanley J. Baran & Dennis k. Davis, Mass Communication Theory. (USA: McGraw, 2011), p. 324.
- 59 William E. Loges, "Canaries in the Coal Mine: Perception of Threat and System Dependency Relation", Communication Research, Vol.21, No 1, February 1994, Pp (5-23).
- 60 James, Watson, Media Communication: An Introduction to Theory and Process, 3th edition, (USA: Palgrave Macmillan, 2008) Pp. 77-80.
- 61 ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد : نظريات الاتصال، (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٦)، ص ص ١٣٦-١٣٩.
- 62 Denis, Mc Quail, Mc quail's Mass Communication Theory, 6th Edition, (USA: Sage Publishers, 2009), Pp 255-257.
- 63 همت حسن : دراسات في نظريات الاعلام، (القاهرة : مصر العربية للنشر والتوزيع، ٢٠١٠)، ص ٢٥٠.
- 64 Daniel Mcdonald, "Investing Assumption Of Media Dependency Research", Communication Research, Vol.10, 1993, Pp 510-525.
- 65 محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط٣، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٠، ص ٣٠٧-٣١٠.
- 66 Stanley J. Baran & Dennis k. Davis, Op- cit. Pp 328-329.
- 67 Bertram, S. Machining Frames: Testing of Framing- Model of News Production. In: The Annual Meeting of The International Communication Association, New Orleans, 2004. Pp.1-10.
- 68 سمير محمد حسين: دراسات في منهج البحث العلمي، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٦) ص ٦٦.
- 69 Wimmer, R. and Dominick, J. "Mass media research an introduction (California: wordsow publishing company, 2nd ed. 1987) ,P. 102.
- 70 Arthur Asa, Berger, "Media research techniques", (London: Sage Publishing, 1991), P.P. 39-44.
- 71 عاطف عدلي العبد، ذكي احمد عزمي : الأسلوب الاحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والاعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٣)، ص ١٤٠-١٤٥.

- تم عرض الاستمارة على مجموعة محكمين ، مرتبة أسماؤهم أبجدياً وهم :72
- أ.د خالد صلاح الدين أستاذ الاذاعة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
- أ.دسلويالعوادلي أستاذ العلاقات العامة والاعلان، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
- د. عبد الهادي النجار أستاذ الصحافة المساعد، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- أ.د محمد حسام الدين أستاذ الصحافة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
- أ.د محمود علم الدين أستاذ الصحافة ووكيل كلية الاعلام الأسبق للدراسات العليا والبحوث، جامعة القاهرة.
- أ.د محمود يوسف أستاذ العلاقات العامة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
- د. نرمين نبيل الأزرق أستاذ الصحافة المساعد، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
- أ.د هبه السمري أستاذ الاذاعة ووكيل كلية الاعلام للدراسات العليا والبحوث، جامعة القاهرة.

73 Gerald Konicki and Jack McLeod “ Learning from political News: Effects of Media Images and Information processing strategies in Sidney Kraus (ed.) (N.J. Hillsdale ; Lawrence Erlbaum , 1990) . P.73 .

74 سحر فؤاد احمد علي: مرجع سابق، ص ٣٩٣.

75 علاء عبد المجيد يوسف الشامي: مرجع سابق، ص ٣٥٤.

76 صالح السيد عراقي إبراهيم: مرجع سابق.

77 سحر فؤاد احمد علي: مرجع سابق، ص ٣٩٨.

78 خالد احمد عبد الجواد: مرجع سابق، ص ٢٧.

79 محمد غريب: مرجع سابق، ص ٤١٣.

80 مني سمير محمد: مرجع سابق.

81 عربي عبد العزيز الطوخي: مرجع سابق.

82 عصام انيس عبد الحميد: مرجع سابق.

83 ايمان عبد الحافظ هزاع: مرجع سابق.

84 سهير صالح إبراهيم: مرجع سابق.

85 امانى عبد الرؤوف محمد: مرجع سابق.

86 عادل فهمي البيومي: مرجع سابق، ص ٤٠٨.

- 87 عصام انيس عبد الحميد: مرجع سابق.
- 88 اميرة محمد سيد احمد: مرجع سابق، ص ١٧٥.
- 89 علي حمودة جمعة: مرجع سابق، ص ٢٥٣.
- 90 محمد مصطفى رفعت محرم عزت: مرجع سابق، ص ٣١٢.
- 91 داليا حسن محمد حسن: مرجع سابق.
- 92 محمد غريب: مرجع سابق، ص ٤٢١.
- 93 رزق سعد عبد المعطي: مرجع سابق.
- 94 محمد مصطفى رفعت محرم عزت: مرجع سابق، ص ٣١٣.
- 95 داليا حسن: مرجع سابق.
- 96 محمود حسن إسماعيل: مرجع سابق.
- 97 عادل فهمي البيومي: مرجع سابق، ص ٤٠٨.
- 98 سحر فؤاد احمد علي: مرجع سابق، ص ٣٩٧.
- 99 عبير امين فريد: مرجع سابق.
- 100 مرجع سابق، ص ١٧٩. اميرة محمد سيد احمد:
- 101 محمد مصطفى رفعت محرم عزت: مرجع سابق، ص ٣١٥.
- 102 المرجع السابق: ص ١٨٢.
- 103 محمد مصطفى رفعت محرم عزت: مرجع سابق، ص ٣١٦.
- 104 زينب محمد حامد حسن: صورة الإسلام كما تعرضها المواقع العربية علي شبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الاعلام، قسم الاذاعة، ٢٠٠٧) ص ٢٦٩.
- 105 محمد غريب: مرجع سابق، ص ٤٣٥.
- 106 خالد احمد عبد الجواد: مرجع سابق، ص ٣٢.
- 107 اميرة محمد سيد احمد: مرجع سابق، ص ١٨٤.
- 108 المرجع السابق نفسه
- 109 محمد مصطفى رفعت محرم عزت: مرجع سابق، ص ٣١٧.
- 110 خالد احمد عبد الجواد: مرجع سابق، ص ٦٣.
- 111 محمد مصطفى رفعت محرم عزت: مرجع سابق، ص ٣١٨.

112 محمد مصطفى رفعت محرم عزت: مرجع سابق، ص ٣١٩.

113 المرجع السابق نفسه