

موقف خطباء المساجد من الخطاب الديني الموجه عبر القنوات والصحف  
الإسلامية والإشباع المتحققه منه  
"دراسة ميدانية مقارنة"

د. دعاء فكري عبدالله(\*)

د. سكرة علي البريدي(\*\*)

مقدمة:

تزايدت مسئولية الإعلام الديني نتيجة ما يشهده العالم من بث إعلامي وافد من جميع الثقافات ونتيجة لما يواجه العرب والمسلمين بصفة خاصة من اضطهادات في الدول الغربية نتيجة لتشويه صورة المسلمين في وسائل الإعلام الغربية فأصبح المسلمون هم المطاردون أمام نوافذ التأشير ، وهم المعذبون في المطارات . لذا جاءت النداءات المتعددة بتجديد الخطاب الديني المقدم من خلال الدعاة على مستوى المساجد في كافة أنحاء الجمهورية ومن خلال الخطاب الديني الموجه عبر وسائل الإعلام المختلفة .

وبعد أحداث ستمبر ٢٠٠١ برز الإهتمام العالمى بالخطاب الإعلامي الإسلامي. فأصبحت قضية تطوير أو تحديث الخطاب الديني بوجه عام والقائمين عليه من أئمة المساجد بوجه خاص تستند في أهميتها على بعدين أساسيين متدخلين ( البعد الداخلى والبعد الخارجى ) مما جعل هذه القضية الأكثر أولوية والحاحاً في أجندة إهتمامات عدد كبير من المؤسسات السياسية والثقافية والدينية على كافة المستويات المحلية والأقليمية والدولية<sup>(١)</sup> فعلى إمام المسجد أن يلتزم في خطبه ودروسه بمنهج إسلامي متكامل يربى المسلم في عقيدته وسلوكه ومعاملاته وسائر حياته بدلاً من تكرار خطب ودروس قتلت من كثرة الكلام فيها ، ومل الناس من إستماعها ، وأن يوضح موقف الإسلام من قضايا العصر وإعداد خطاب ديني متكامل الأبعاد ويستهدف

(\*) مدرس صحافة بكافة التربية النوعية-جامعة المنوفية.

(\*\*) مدرس إذاعة وتلفزيون بكلية التربية النوعية-جامعة المنوفية.

عقل الإنسان ليتمكن من خلق رأى عام واع بمعارف وحقائق هذا الدين<sup>(٢)</sup>. وفى ظل إنتشار هذا الكم الهائل من القنوات الفضائية الإسلامية المتخصصة أصبح واجباً على رجال الإعلام وكل المسؤولين عنه في الدول الإسلامية أن يتمكنوا من الدعوة وأن يزيّدوا من رقعة ومساحة الإعلام الديني فى الصحف وفى البث الذى يتدفق خارج البلاد الإسلامية لنتمكن من نشر الدعوة الإسلامية لأنها دعوة عالمية<sup>(٣)</sup>.

وإذا كان بعض الدعاة يقولون إن الإعلام يفسد عمل المسجد بما يقدمه من أعمال درامية ومنوعات وإعلانات تهدم ولا تبني تقسد ولا تصلح . كما أن البعض الآخر يرون أن رجال الدعوة لا يواكبون العصر . ليست لديهم القدرة على مخاطبة الرأى العام العالمى والدفاع عن الإسلام . والرد على الهجمات التي توجه ضده ومن هنا يحتدم النقاش والجدل<sup>(٤)</sup> .

ففى الأونة الأخيرة وفى ظل إنتشار القنوات الإسلامية والصحف الدينيه بديلاً عن قنوات العرى والإنحلال والغزو الثقافى ، التي سادت الساحة الفضائية فى الفترة الأخيرة فوجودها وتنوعها النسبى قدم دليلاً على قدرة الدعاة على التفاعل مع الساحة الإعلامية وإظهار الوجه الحقيقي للإسلام وحضارته والرد على الإتهامات الموجهه للإسلام . كل ذلك عن طريق العديد من العلماء والدعاة فى الصحف والقنوات الإسلامية ومن هنا فأصبحت وسائل الإعلام الموجهه لجميع أنحاء العالم ليست حكراً علي الإعلاميين وحدهم ولكنها حق الدعاة أيضاً .

ومن هنا برز دور أهمية معرفة موقف أئمة المساجد كقادة رأى دينين يمثلون المرجعية الثقافية الدينية فى مصر بما يعظم أهمية معرفة طبيعة تفاعلهم مع وسائل الإعلام حيث أثبتت الدراسات أن قادة الرأى يكونوا أكثر تعرضاً وإتصالاً بوسائل الإعلام فيما يتعلق بتخصصهم<sup>(٥)</sup>.

وفى ظل هذا السياق وفى ظل المطالبات المستمرة بتحديد الخطاب الديني حيث أن التجديد أصبح ضرورة داخلية تتبع من رفض المسلمين لوضعهم المتردى فى العالم وبصفة خاصة الأزمة العالمية المحيطة بعالم المسلمين جراء الهجمات الغربية الأمريكية منذ الحادى عشر من ستمبر<sup>(٦)</sup> والدعاة والعلماء المجتهدون هم المنوط بهم الإصلاح والتجديد . ونعنى بهؤلاء المجددين الذين جمعوا بين فقه الدين وفقه الحياة .

ونشطت عقولهم في كتاب الله المقروء والمنظور وتعمقوا في آيات الله التشريعية وآيات الأنفس والأفاق<sup>(٧)</sup>.

ومن هنا برز دور خطباء المساجد لمعرفة موقفهم - كشريحة لها دور بالغ التأثير في المجتمع - من الخطاب الديني الموجه عبر القنوات والصحف الإسلامية وهل استطاع الخطاب الديني أن يواكب تحديات العصر وأن يواكب النداءات المستمرة بالتجديد ومعرفة الإشباعات المتحققه منه .

#### الدراسات السابقة :

يمكن تصنيف الدراسات السابقة التي تم الإستفادة منها في ثلاث محاور :

**المحور الأول : الدراسات وثيقة الصلة بالبحث والتي تم إجراؤها على المضامين الدينية والإشباعات المتحققه منها .**

(١) دراسة صابر سليمان عسران ( ١٩٩٤ ) : "استخدامات وإشباعات التلفزيون لدى أئمة المساجد"<sup>(٨)</sup>: أجريت الدراسة على عينة من أئمة المساجد التابعين لوزارة الأوقاف بمحافظة القاهرة قوامها (٢٠٠) مفردة للتعرف على آرائهم فيما يقدمه التلفزيون من برامج للوصول إلى معرفة الإشباعات التي يحققونها من وراء ذلك. وتوصلت الدراسة إلى أن البرامج الدينية جاءت في الترتيب الأول بين نوعيات البرامج التي يشاهدها الأئمة بنسبة ٢٥,٩٩ ٪ ، وقد حققت هذه البرامج إشباعات متعددة جاء علي رأسها إثراء المعلومات الدينية بنسبة ٢٥,٤٥ ٪ ، ثم التعرف على مسائل فقهيه بنسبه ٢١,٤ ٪ ، ثم اللغه بنسبة ١٨,٣ ٪ وقد ثبت خطأ الفرض بوجود فروق دالة إحصائياً بين السن وترتيب الإشباعات التي تحققها البرامج الدينية للأئمة.

(٢) دراسة رزق سعد (١٩٩٧) : "استخدام الإعلام الديني وإشباعاته"<sup>(٩)</sup>: أجريت الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من جماهير المجتمع الريفي في محافظة المنوفية ومحافظة أسيوط وقد هدفت الدراسة إلى معرفة الإشباعات التي تتحقق لدى جماهير الدراسة عند إستخدامها للمضون الديني عبر مختلف القنوات الإعلامية وقد خلصت الدراسة إلى : حظيت المجد بالمرتبة الأولى كقناة إعلامية تحظى بدرجة إشباع دينية عالية حيث حصلت على نسبة ٣٠,٦٦ ٪ ثم الإذاعة بنسبة ٢٦,٣٣ ٪ ثم التلفزيون بنسبة ٢٣,٦٦ ٪ ثم الصحف بنسبة ١٩,٣٣ ٪ وقد تصدرت إذاعة القرآن

الكريم قائمة الخدمات الإذاعية وكذلك تصدرت القناة الأولى رأس قائمة القنوات التلفزيونية وقد جاءت مجلة الأزهر علي رأس المجلات الدينية المتخصصة .

(٣) دراسة محمود حسن إسماعيل (٢٠٠٤) : "إستخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الدينية والإشباعات المتحققة منها"<sup>(١٠)</sup> : وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع إستخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الدينية والإشباعات المتحققة وقد كانت عينه الدراسة ٤٠٠ مفردة من المراهقين ذكوراً وإناثاً في القاهرة وكانت أهم نتائج الدراسة : عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المراهق ومعدل مشاهدة القنوات الفضائية ، توجد علاقة إرتباطية إيجابية بين دوافع مشاهدة المراهقين للقنوات الفضائية الدينية والإشباعات المتحققة لهم .

(٤) دراسة هشام محمد عبد الغفار (٢٠٠٦) : "إستخدام أئمة مساجد القاهرة للمضامين الدينية المتخصصة في الصحف المصرية"<sup>(١١)</sup> : هدفت الدراسة التعرف علي طبيعة تفاعل أئمة المساجد مع المضامين الدينية المتخصصة المنشورة في الصحف المصرية ، إستناداً إلى مدخل الإستخدامات والإشباعات وقد أجريت الدراسة على أئمة محافظة القاهرة ، وبلغ عدد العينة ٢٣٥ إمام وكانت أهم نتائج الدراسة : جاءت مجلة منبر الإسلام في المرتبة الأولى التي يقرأها المبحوثون بنسبة ٦١٪ ، ثم الأزهر ، وكانت أهم دوافع التعرض للمضمون الديني هو الألمان بالقضايا والمشكلات والأحدث الجارية في واقعنا المعاصر من منظور إسلامي بنسبة ٩٥٪ ، وحصلت المضامين المرتبطة بدور الفقه الإسلامي في حل مشكلات الحياة اليومية المعاصرة في المرتبة الأولى بنسبة ٧٤٪ ووجد أن ٨٥,٥٪ من العينة تناقش هذه المضامين الدينية مع زملاء العمل ثم مع الأصدقاء بنسبة ٥٤,١٪.

#### المحور الثاني : الدراسات التي إهتمت بالمضمون الديني بوجه عام:

(١) دراسة عبد الفتاح عبد النبي (١٩٩٥) : "المؤثرون - دراسة نموذج أئمة المساجد في بناء الإتصال"<sup>(١٢)</sup> : استهدفت الدراسة التعرف علي طبيعة العلاقات التي تربط أئمة المساجد كنسق خاص من أنساق الإتصال ببقية أنساق الإتصال الأخرى في المجتمع وأجريت الدراسة علي ١٠٠ إمام من محافظة الشرقية و ٨ أئمة من محافظة المنيا وقد أثبتت الدراسة أن هناك فجوة كبيرة بين أئمة المساجد كقنوات

إتصال شخصي وقنوات الإتصال الجماهيرى ، وكان رأى الجانب الأكبر من العينة في الجرائد سلبياً وكانت الصحف الدينية والمواد الصحفية هي المفضلة لديهم .

(٢) دراسة محمد أحمد محمد يونس (٢٠٠٠) : "الخطاب الديني فى الصحف المصرية خلال الفترة ما بين عامى ١٨٨٣ ، ١٩١٤" <sup>(١٣)</sup> : وقد هدفت الدراسة إلى الكشف عن أساليب الإقناع التي لجأ إليها الكتاب والصحفيين لضمان التأثير على القراء ، تحديد أبرز القضايا التي شغلت الفكر المصرى في تلك الفترة ، وقد إستخدم الباحث أداة تحليل محتوى الصحف للمقارنة بين أطروحات الخطاب الديني في الصحف العامة والصحف الإسلامية المتخصصة وكذلك الصحف الحزبية والصحف التي ليس لها إنتماء حزبي ، وكانت أهم النتائج : تنوعت الأطروحات التي عرضتها الصحف المصرية في خطابها الديني حول الرد على محاولات الغرب ( العدو ) تشويه صورة الإسلام والمسلمين ، وكشف مطامعه فى العالم الإسلامي من ناحية ، وبيان كيفية التعامل مع نموده الحضارى ( الغربى) من ناحية أخرى .

(٣) دراسة جابر محمد عبد الموجود ( ٢٠٠٢ ) : "إتجاهات النخبة حول تجديد الخطاب الديني" <sup>(١٤)</sup> : وقد هدفت الدراسة التعرف على مفهوم الخطاب الديني وخصائصه والتعرف علي مدى موافقة النخبة على تجديد الخطاب الديني ومعرفة أكثر الأشكال والوسائل الإتصالية ، التي تعتبر فعالة في نقل الخطاب الديني ، وبلغت عينه الدراسة ١٠٠ مفردة من أفراد النخبة ، ٥٠ من المسؤولين عن إنتاج وتوصيل الخطاب الديني المباشر و ٥٠ مفردة من المسؤولين عن إنتاج الخطاب الديني الجماهيرى ، وكانت أهم نتائج الدراسة : وافق الغالبية العظمي علي تجديد الخطاب الديني ، وكان من أهم أسباب التجديد الصورة السلبية المنطبعة لدي الغرب عن الإسلام والمسلمين . أما بالنسبة للمضمون فكانت وجهة نظرهم في شرح شمول الدين الإسلامي للمعاملات والأمور الحياتية اليومية ، ثم التركيز على القضايا المعاصرة والتسامح الإسلامي .

(٤) دراسة علاء الشافى (٢٠٠٦) : "دور الخطاب الديني في وسائل الإتصال في تشكيل إتجاهات الشباب المصرى نحو القضايا السياسية" <sup>(١٥)</sup> : وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذى يقوم به الخطاب الديني المقدم بوسائل الإتصال العامه والمتخصصة في تشكيل الوعي السياسى لدي الشباب وقد قام الباحث بتحليل

مضمون الخطاب الديني المقدم على القناة الأولى ، وإذاعة البرنامج العام ، وصحيفة الأهرام ، وقناة اقرأ ، وإذاعة القرآن الكريم ، وصحيفة عقيدتي ، وكانت عينه الدراسة ٤٢٠ مفردة من شباب الجامعة وكانت أهم نتائج الدراسة : أن الإعلام الديني لا يمثل خطاباً واحداً ، إذ ثمة أنواع مختلفة من الخطاب الديني المعاصر ويرجع ذلك الإختلاف إلى إختلاف المرجعيات الحدية والفكرية لمنتجى الخطاب ، هناك إتجاه مؤيد يدرج الخطاب الديني الصحفى نحو القضايا السياسية مجال الدراسة ، كثر إعتقاد الخطاب الديني الصحفى علي المضمون التثويرى لا التحريض ، كما اعتمد الخطاب الديني الصحفى علي إقناع المخاطبين على كل من الإطر المرجعية السياسية والدينية .

(٥) دراسة صالح السيد عراقى (٢٠٠٦) : "أساليب تطوير الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية - دراسة على عينة من الخبراء والقائمين بالإتصال في تلك القنوات"<sup>(١٦)</sup>: وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على وجهات نظر القائمين بالإتصال في الخطاب الديني المقدم بالقنوات العربية ومعرفة أساليب تطوير الخطاب الديني من وجهة نظرهم وكانت عينة الدراسة ٩٠ مفردة من الخبراء المتمثلين في أساتذة الإعلام ، الإعلام الديني ، الشريعة الإسلامية الخ بالإضافة إلى القائمين بالإتصال في القنوات الفضائية العربية ( اقرأ ، دريم ، المحور ، الفضائية المصرية ) ممثلين في معدى ومقدمي ومخرجي البرامج وكانت أهم نتائج الدراسة: أن ٦٧,٧ ٪ من أفراد العينة يشعرون بالرضا عن الخطاب الديني الحالي في القنوات الفضائية وكانت أهم سلبيات الخطاب الديني - فى وجهة نظر المبحوثين - عدم إظهار جوهر الدين ، ثم الأتغال بالشكليات والأمر الهامشية وميل الخطاب الديني إلى رفض الحضارة الغربية ، وأوضحت النتائج أن أهم ضوابط تطوير الخطاب الديني من وجهة نظر الخبراء والقائمين بالإتصال أن ينطلق فكر التطوير من القرآن الكريم والسنة النبوية أولاً ثم العلماء والمفكرين فيما بعد وكانت هذه النسبة تمثل ٢٨ و ٢٢ ٪ يليها ٥١ و ١٨ ٪ .

(٦) دراسة منال عبده منصور (٢٠٠٧) : "دور الخطاب الديني المقدم بالقنوات الفضائية الدينية المتخصصة في تثقيف المراهقين دينياً"<sup>(١٧)</sup> : هدفت الدراسة التعرف علي مستوى الثقافة الدينية المكتسبة لدي المراهقين من خلال تعرضهم للخطاب

الدينى المقدم عبر القنوات الفضائية ، وإعتمدت الدراسة علي تحليل عينة من برامج قنوات (إقرأ - المجد - الرسالة ) وكانت عينة الدراسة الميدانية ٤٠٠ مفردة من المراهقين سن ١٨ - ٢١ سنة ، وكانت أهم نتائج الدراسة : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين على الخطاب الديني بالقنوات الفضائية الدينية المتخصصة كمصدر للمعلومات ومستوى الثقافة الدينية لديهم ، توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القنوات محل الدراسة في درجة إهتمامهم لمجالات سير الأنبياء والصحابة والقيم والآداب والسلوكيات ، لاتوجد فروق دالة إحصائياً بين القنوات محل الدراسة في درجة إهتمامها بمجالات العبادات ، والعقائد ، والعلوم ، والمعارف ، والعقوبات الشرعية .

**المحور الثالث : دراسات اعتمدت فباطارها النظرى على الاستخدامات والإشباعات :**

(١) دراسة Cobb- Walgren & C.T (١٩٩٠) : "العوامل المؤثرة على قارئية المراهقين للصحف" <sup>(١٨)</sup> أجريت الدراسة على ١٣٥٥ طالباً من المدارس العليا وتوصلت إلى أن هناك أكثر من عامل يؤثر على قارئية المراهقين للصحف منها :العوامل الديموجرافية ، حيث يفضل هؤلاء استخدام وسائل الإعلام الالكترونية لاعتقادهم انها أسهل فى الاستخدام ، ولا تحتاج إلى جهد كالذى تحتاجه قراءة الصحف ، مما يعنى أن منافسة وسائل الإعلام الأخرى تلعب دوراً فى التأثير على قارئية هؤلاء للصحف، كما أوضحت الدراسة تأثير الجماعات المرجعية لهؤلاء المراهقين كالأسرة وأصدقاء الدراسة على قارئيتهم للصحف .

(٢) دراسة هشام مصباح (١٩٩١) : " استخدام وإشباعات التلفزيون لدى المراهقين المصريين" <sup>(١٩)</sup> :أجريت هذه الدراسة على عينة من المراهقين المصريين للتعرف على دوافع مشاهدة التلفزيون والإشباعات المتحققة من هذا التعرض وتوصلت إلى أن المراهقين يشاهدون التلفزيون لتحقيق إشباعات تعويدية وبنفعية مقصودة ، وتبين وجود علاقة بين النشاط أثناء المشاهدة والإشباعات المتحققة من المشاهدة ، واتضح أن السن غير مرتبط بالمشاهدة المخططة لبرامج التلفزيون .

(٣) دراسة Daniel Thomas Burns (٢٠٠٤) : "المحددات التكنولوجية ضمن نظرية وسائل الإعلام من خلال استخدام الانترنت" (٢٠) : استهدفت الدراسة معرفة التأثير المتبادل بين التحكم التكنولوجي في المجتمع وتحكم المجتمع في التكنولوجيا ، اعتمدت الدراسة على المحددات التكنولوجية واستخدمت مدخل الاستخدامات والاشباعات ونظرية ترتيب الأولويات ، طبقت الدراسة على عينة عمدية من طلاب الكليات الذين يستخدمون الانترنت وبلغت العينة ٦٥ من طلبة قسم صحافة بجامعة "وست فيرجينيا " west Virginia ، واستخدمت أسلوب المسح ، وخلصت النتائج إلى أن أفراد العينة يستخدمون الانترنت للحصول على الترفيه أكثر من المعلومات التي تتناول الأخبار والمعلومات العلمية والتكنولوجية ، وتشير النتائج إلى قدرتهم على اختيار واستخدام تكنولوجيا الاتصال الجماهيري .

(٤) دراسة Robert la rose & Mathew s. Eastin (٢٠٠٤) : " استخدام الانترنت والاشباعات المتحققة من استخدام تلك الوسيلة الإعلامية" (٢١) : استهدفت هذه الدراسة تفسير استخدام الانترنت والاشباعات المتحققة من استخدام تلك الوسيلة الإعلامية ، اعتمدا الباحثان في هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والاشباعات ونظرية المعرفة الاجتماعية ، استخدم الباحثان صحيفة الاستبيان لجمع البيانات ، مع الوضع في الاعتبار فعالية الذاتية للانترنت ، والعادات والسلوكيات ، وعجز التنظيم الذاتي ، وأجريت الدراسة على عينة من المبحوثين من من مدينتين تابعتين لميدوسترن Midwestern والعينة قوامها ٣٣١ مفردة ، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن المبحوثين يستخدمون الانترنت بدافع تمضية الوقت والترفيه وبحكم العادة .

نخلص من خلال هذا العرض للدراسات السابقة إلى ما يلي :

١- اهتمت الدراسات السابقة التي أجريت على خطباء المساجد واستخدام هؤلاء الخطباء لوسائل الإعلام بصفة عامه سواء كانت الصحف أو التلفزيون ومدى ماتحققه لهم من إشباعات في حين أغفلت القنوات والصحف الإسلامية المتخصصة والإشباعات التي تحققها لخطباء المساجد كقناة تهتم بهذا النوع من المضمون .



٢- تم إختيار فئات متعددة لمعرفة آرائهم فى الخطاب الديني الموجه عبر القنوات الفضائية مثل الكتاب والصحفيين أو المسؤولين عن إنتاج وتوصيل الخطاب الديني الجماهيرى عبر القنوات الفضائية أو الشباب في حين أغفلت موقف خطباء المساجد من مضامين الخطاب الديني الموجه عبر القنوات والصحف الإسلامية والإشباعات التي تحققها لهم .

٣- إتفقت هذه الدراسات جميعها على إهتمام أئمة المساجد بالمادة الدينية المقدمة في وسائل الإعلام وتفضيلهم لها .

#### مشكلة الدراسة :

مما لاشك فيه أن الإعلام في عصرنا الحالي أصبح يمثل في جوهره مجموعة من الضرورات النفسية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية لأى أمة من الأمم فى كل جانب من جوانب حياتها ، فالإعلام بوجه عام والقنوات الفضائية العربية على وجه الخصوص يمكن أن تكون حافزة للهمم ، مفجرة للطاقات ، مقوية للعزائم وداعية إلى الخير إن أحكم توجيهها وصلحت برامجها . كما يمكنها أن تقوم بدور المثبت لكل هذه القيم والمبادئ الإنسانية إن كان الأمر غير ذلك (٢٢) .

وقد فرضت قضية الخطاب الديني نفسها في مختلف الدوائر السياسية والثقافية والاجتماعية ، كما فرضت نفسها بعد حملة الكراهية والعداء على الإسلام التي شنتها الصحافة ووسائل الإعلام الأجنبية والتي إتهمتها بأنه دين الفاشية والديكتاتورية والأنظمة الإستبدادية وإضطهاد المرأة .

فى الوقت الذى يقف فيه الخطاب الإسلامى قاصر عن مواجهة هذه الحملات مواجهة غير قادرة على وضع إستراتيجية علمية توضح هذه الاتهامات الظالمة وتأخذ علي عاتقها تطوير الخطاب الدينى بما يتفق مع هذا العصر الذى يموج بالأحداث والمستجدات والمتناقضات حيث درج البعض علي إستخدام أسلوب التهيج والإثارة والصراخ وهو أسلوب غير صالح للإقناع والتأثير ، كما أنه لا يصلح لمخاطبة غير المسلمين (٢٣) .

فالسبيل الوحيد للحوار معهم هو الأدلة العقلية والأمثلة الحياتية والحجج المنطقية (٢٤) .

ومن هنا برررت أهمية معرفة موقف ورأى خطباء المساجد فى الخطاب الديني الموجه عبر القنوات والصحف الإسلامية وهل استطاع الخطاب الدينى من وجهة نظرهم أن يواجه تحديات العصر ومعرفة الإشباعات المتحقق لهم من خلال التعرض لمحتوى هذا الخطاب .

#### فروض البحث :

- ١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الريف والحضر ومعدل التعرض للقنوات الإسلامية .
- ٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الريف والحضر ومعدل التعرض للصحف الإسلامية .
- ٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين السن ومعدل التعرض للقنوات الإسلامية .
- ٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين السن ومعدل التعرض للصحف الإسلامية .
- ٥- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الريف والحضر والإشباعات المتحققة (عملية- محتوى) من التعرض للخطاب الدينى الموجه عبر القنوات الفضائية .
- ٦- توجد فروق ذات دلالة إحصائية وبين الريف والحضر ودوافع التعرض (النفعية- والطقوسية) من التعرض للخطاب الدينى الموجه عبر القنوات الفضائية.
- ٧- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين السن وبين الإشباعات المتحققة (عملية- محتوى) من التعرض للخطاب الدينى الموجه عبر القنوات الفضائية.
- ٨- . توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين السن وبين دوافع التعرض (النفعية - الطقوسية) من التعرض للخطاب الدينى الموجه عبر القنوات الفضائية.

#### تساؤلات البحث :

- ١- مدى متابعة الخطاب الدينى الموجه عبر وسائل الإعلام ؟
- ٢- ما وسائل الإعلام التي يتابع من خلالها الخطاب الدينى ؟
- ٣- ما القنوات التي يفضل من خلالها متابعة الخطاب الدينى ؟
- ٤- ما الصحف الإسلامية التي يفضل من خلالها متابعة الخطاب الدينى ؟
- ٥- ما أسباب تفضيل متابعة الخطاب الدينى من خلال القنوات الفضائية ؟
- ٦- ما أسباب تفضيل متابعة الخطاب الدينى من خلال الصحف الإسلامية ؟
- ٧- ما أشكال البرامج التي يفضل متابعتها ؟

- ٨- ما الفنون التحريرية التي يفضل قراءتها ؟
- ١٠- عدد ساعات التعرض للخطاب الديني عبر القنوات الإسلامية ؟
- ١١ - عدد ساعات التعرض للخطاب الديني عبر الصحف الإسلامية ؟
- ١٢- مأسباب الثقة فيما يقدمه الخطاب الديني من معلومات ؟
- ١٣- ما الذي استطاع ان يحققه الخطاب الديني؟
- ١٤- مدى قدرة الخطاب الديني على مواجهة تحديات العصر ؟
- ١٥- مدى الإختلاف على المسائل الفقهية من خلال الخطاب الموجه عبر القنوات والصحف الإسلامية ؟
- ١٦- أسباب الأختلاف على المسائل الفقهية من خلال الخطاب الموجه عبر القنوات والصحف الإسلامية ؟
- ١٧- مدى الموافقة على عرض المشاكل الشخصية على الهواء؟
- ١٨- أسباب رفض عرض هذه المشاكل؟

#### أهمية الدراسة :

- ١- تتبع أهمية الدراسة من أهمية دراسة فئة أئمة المساجد كفئة هامة من الفئات التي تلعب دوراً حيويًا حيث يعدون قادة رأى فى المجتمع يقومون بعملية الإتصال المواجهى بصفة مستمرة من خلال إلقاء الخطب والتي أكدت الأبحاث قدرتها الكبيرة علي التأثير<sup>(٢٥)</sup> .
- ٢- تعاضم شأن الدعوات الساعية إلى تجديد الخطاب الديني في وسائل الإعلام المختلفة والذي يفتقد إلى التنسيق بين المؤسسات الصحفية والمؤسسات الإعلامية والدعوية الأخرى ، كما أنه لاينطلق من خطة منظمة للتوعية الدينية ويبتعد فى أغلب الأحوال عن معالجة المشكلات التي تمس واقع الحياة في المجتمع الإسلامى من المنظور الديني<sup>(٢٦)</sup> .
- ٣- من المهم وضع إستراتيجية واضحة للبرامج الدينية تستهدف عدد من الأهداف وتتضمن الخطوط الرئيسية التي يجب أن تسير عليها الرسالة الإعلامية الموجهه للعالم الإسلامي وخاصة فى وقت الأزمات وبصفة خاصة فى ظل إفتقاد وجود رؤية إسلامية وإستراتيجية واضحة تعمل القنوات الفضائية الحكومية والخاصة

من خلالها لتحقيق عدد من الأهداف وقد يرجع ذلك إلى وجود نوع من الخلافات الفكرية بين العالم الإسلامي.

٤- معرفة رأى خطباء المساجد في الخطاب الديني من حيث الإيجابيات والسلبيات لترشيد إستخدامها لإشباع الحاجات النفسية والاجتماعية التي تلعب دوراً فيما يختاره الجمهور من مضامين .

#### أهداف الدراسة :

التوصل إلى مدى متابعة خطباء المساجد للخطاب الديني الموجه عبر القنوات والصحف الإسلامية ومعرفة موقفهم - كقادة رأى وكقائمين بالإتصال الشخصي والجمعي بصفة مستمرة من خلال الدروس والخطب - من الخطاب الديني الموجه عبر وسائل الإتصال الجماهيرى ومدى قدرة هذا الخطاب على التجديد ومواجهة تحديات العصر ومعرفة الإشباعات المتحققه لهم من خلال الإطلال على هذا الخطاب ودوافع التعرض له .

#### نوع الدراسة :

تتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التى تسعى إلي وصف الظواهر، والتعرف على عناصرها ، عن طريق جمع المعلومات والبيانات وتحليلها وتفسيرها ، كما تسعى إلى تشخيص الظاهره لمعرفة العلاقات القائمة بينها وبين المتغيرات أو العوامل التي ترتبط بها (٢٧) ، حيث تسعى الدراسة الحالية إلى جمع البيانات والمعلومات من أئمة المساجد لمعرفة موقفهم من الخطاب الديني الموجه عبر القنوات والصحف الإسلامية المتخصصة .

#### منهج الدراسة :

##### ١- المسح الإعلامى(٢٨):

تستخدم هذه الدراسة منهج المسح الإعلامى ، حيث يعتبر منهج المسح من أنسب المناهج العلمية لهذه الدراسة ويستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة فى وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها . وقد تمت الدراسة الحالية عن طريق المسح بالعينة لعدد من خطباء المساجد التابعين لوزارة الأوقاف في محافظتي المنوفية والدقهلية .

## ٢- منهج دراسة العلاقات الإرتباطية (٢٩) :

إستخدمت الدراسة هذا المنهج لبحث العلاقة بين متغيرات الظاهرة وتحليلها وتحديد أبعادها ومدى قوتها واتجاهها علي مستوي دراسة التعرض للخطاب الديني والإشباعات المتحققه منه .

### أسباب إختيار الموضوع والفترة الزمنية :

١- تم إختيار الخطاب الديني الموجه عبر القنوات الفضائية الإسلامية وذلك لأن مثل هذه المضامين تخاطب ملايين البشر في جميع أنحاء العالم مما يحقق عالمية الدعوة وفي ظل ذلك كان لابد من معرفة رأى شريحة هامه في المجتمع تهتم بهذا النوع من المضمون في دوافع تعرضها لهذا المضمون والإشباعات المتحققه منه ومدى نجاح هذا المضمون في التصدى للهجمات الشرسه علي الإسلام .

٢- التدفق غير العادل للخطاب الإعلامي حيث تنقل الوسائل المختلفة ثقافات الغرب ونشر أفكارهم ولم تقدم في المقابل للغرب الصورة الحقيقية للإسلام .

٣- تواصل الطفرة الإعلامية الغربية منذ أحداث ستمبر ٢٠٠١ دورها المؤثر في صياغة الصورة الإعلامية المشوهة للمسلمين والإسلام التي يتم تأصيلها وترسيخها في الثقافة الغربية المضللة عن العرب والمسلمين حتي صارت الصورة الإسلامية مرادفاً في بعض وسائل الإعلام الغربى للتطرف والإرهاب.

٤- تحديد إيجابيات وسلبيات الخطاب الديني الموجه عبر القنوات والصحف الإسلامية من وجهة نظر خطباء المساجد كفئة تهتم بهذا النوع من المضمون وتستخدمه في عملية الإتصال بال جماهير المختلفة .

٥- مقارنة دوافع تعرض خطباء المساجد لأكثر من وسيلة إتصال وشدة الإشباعات المتحققه عن كل منها ومبرراتهم في إختيار التعرض لوسيلة دون أخرى .

### أدوات الدراسة :

تم الإستعانة بأداة الإستقصاء التي تم تصميمها وقد مرت بالخطوات المنهجية المختلفة من حيث بناء الصحيفة وأن تغطي الأسئلة كل أهداف البحث وأن تتضمن الأسئلة الدالة على قياس العلاقة بين المتغيرات التي تهدف الدراسة للتحقق منها(٣٠).

### عينة الدراسة :

تمثلت عينة الدراسة في سحب عينة عشوائية منتظمة من أئمة المساجد التابعين لوزارة الأوقاف المصرية بلغ عددها ٢٠٠ إمام في محافظتي الدقهلية والمنوفية .

### مبررات اختيار العينة :

وقد تم إختيار أئمة المساجد التابعين لمديرتي أوقاف المنوفية والدقهلية لضعف الدراسات التي تناولت الأئمة في هاتين المحافظتين حيث تركز إختيار العينة من محافظة القاهرة في العديد من الدراسات السابقة بالإضافة إلى بعض المحافظات الأخرى .

- النمو الواضح للإتجاه السياسى الذى يهدف إلى زيادة عدد المساجد الأهلية التابعة لوزارة الأوقاف المصرية .
- زيادة عدد الخطباء المؤهلين علمياً في هذه المساجد التي تنضم لوزارة الأوقاف وبهذا فهم متفرغون لعملهم الأساسى في مجال الدعوة الإسلامية مما يتيح تعرضهم للخطاب الدينى الموجه عبر القنوات والصحف الإسلامية بما يميزهم عن الذين يخطبون بشكل مؤقت مقابل المكافأه .

### مجتمع الدراسة :

تم تطبيق الإستمارة بداية من شهر مايو حتى نهاية شهر يوليو ٢٠٠٧ وقد تم التطبيق على عينة من خطباء مساجد محافظتي المنوفية والدقهلية بالريف والحضر وقد إستغرق تطبيق الإستمارة ميدانياً ثلاثة أشهر .

### \* إجراءات الصدق والثبات :

#### أ- إجراءات الصدق :

يقصد بالصدق أن تقيس الإستمارة ما وضعت لقياسه وقد أجرى إختبار الصدق للتأكد من صدق الإستبيان من حيث المحتوى حيث تم تحديد أهداف الدراسة وتساؤلاتها وترجمة ذلك في شكل فروض بعد الإطلاع على التراث العلمى ثم وضع التساؤلات والفروض التي تغطي أهداف الدراسة .

وقد تم التحقق من الصدق الظاهري للإستمارة من خلال عرضها علي مجموعة من المحكمين (\*) متضمناً مقياس للمستوى الإجتماعي والإقتصادي وقد تم تعديل الإستمارة وفقاً لما أبدوه من ملاحظات .

#### ب- إجراءات الثبات :

يعنى الثبات أن تعطي الإستمارة نفس البيانات أو النتائج تقريباً إذا طبقت على نفس العينة<sup>(٣١)</sup> وقد قامت الباحثتان بتطبيق الإستبيان على عينة من الخطباء عددها ٢٠ خطيب ثم تم إعادة التطبيق علي نفس العينة بعد التطبيق الأول بأسبوعين وتم الحصول علي نتائج متسقة بين التطبيق الأول والثاني بنسبة ثبات بلغت ٩٦ ٪ .

#### مفاهيم الدراسة :

**دوافع التعرض للخطاب الديني :** ويقصد بها أسباب التعرض للمضامين الدينية المختلفة في القنوات والصحف الإسلامية المتخصصة أو تلك العوامل التي تؤدي بالخطباء للتعرض للخطاب الديني لتحقيق إشباعات معينة تم تقسيمها في الدراسة إلى دوافع طقوسية ( توعودية ) ودوافع نفعية.

**المتغيرات الديمجرافية :** أ- محل الإقامة ← ريف  
محضر

السن :- أقل من ٣٠ ، من ٣٠ إلى ٤٥ ، أكثر من ٤٥ .

**خطة المعالجة الإحصائية للبيانات (\*\*):**

(\*) المحكمين هم :

- أ. د. إبراهيم المسلمي - استاذ الإعلام بكلية الآداب - جامعة الزقازيق .

- أ.د. محمد معوض - اسناذ بقسم الإعلام وثقافة الطفل - معهد الدراسات العليا للطفولة.

- د. أحمد أحمد زارع-مدرس بقسم الصحافة بكلية اللغة العربية- جامعة الأزهر .

(\*\*) قام بعمل التحليلات الإحصائية-ايمن فوزى-مدرس مساعد بقسم التكنولوجيا بكلية التربية النوعية - جامعة المنوفية .

تم التعامل إحصائياً مع الدراسة من خلال برنامج التحليل الإحصائي فى العلوم الاجتماعية (SPSS) وتمت المعالجة الإحصائية بالاستعانة بعدد من المقاييس والإجراءات الإحصائية المناسبة على النحو التالى :

- استخراج الجداول التكرارية البسيطة- العدد والنسب المئوية لاستجابات المبحوثين فى ضوء التكرارات .

- استخراج قيمة مربع كا (كا<sup>2</sup>) Chi square لقياس مدى استقلالية المتغيرات عن بعضها وتبين وجود علاقات ارتباطية أم لا بين استجابات المبحوثين على عدد من الأسئلة والمتغيرات المتضمنة فى البيانات الأساسية لهم . وتم ذلك التحليل الإحصائي عند درجة ثقة ٩٥٪ ومستوى معنوية ٠,٠٥ .

- فى حالة تبين وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرات يتم استخدام معامل L S D لمعرفة دلالة الفروق ولصالح من من المبحوثين .

**مفاهيم الدراسة :**

**- الإشباعات: .**

قدرة الخطاب الديني التي يقبل خطباء المساجد عليه فى إشباع الحاجات الملحة التي يشعر بها ، وتم قياس الدوافع والإشباعات من خلال مجموعة جمل تم إختيارها ، وطلب من أفراد العينة الإجابة عليها لمعرفة دوافع وإشباعات التعرض للخطاب الديني فى القنوات والصحف الإسلامية .

**خطباء المساجد :** هم الذين وظفتهم وزارة الأوقاف للعمل بشكل دائم فى إلقاء الخطب والدروس الدينية ، ولاينطبق هذا على الذين يلقون خطبة الجمعة مقابل مكافأة أي يكونوا خطباء بالمكافأة غير متفرغين بشكل أساسي للعمل فى مجال الدعوة حيث يكون لهم تخصصات وإهتمامات مختلفة .

**متغيرات الدراسة :**

**المتغير المستقل :** مدى التعرض للخطاب الديني فى القنوات والصحف الإسلامية المتخصصة وأنماط هذا التعرض لدى خطباء المساجد .

**المتغيرات الوسيطة :** وتشمل العوامل الديمجرافية (المستوى الاقتصادى ، السن ، ومكان الإقامة ) .



**المتغيرات التابعة :** وتشمل دوافع مشاهدة القنوات وقراءة الصحف الإسلامية وإشباعاتها .

**الخلفية النظرية\* :**

إعتمدت الدراسة في بنائها النظرى على مدخل الإستخدامات والإشباعات حيث ظهرت بحوث الإستخدامات والإشباعات لأول مرة علي يد إياهو كاتز ١٩٥٩ كرد فعل ضد بحوث التأثيرات القوية لوسائل الإتصال واعتبرت مدخلاً بديلاً يركز علي متغيرات الجمهور وتوجهاته وطبيعة تفسيراته للمضمون الذى ينتقيه أو يتجاهله لوسائل أخرى أو أنواع أخرى من المضمون لتحقيق إشباعات معينة. حيث ينطلق الفرض الرئيسى لهذا المدخل من أن أفراد الجمهور يختارون بوعى مايشبع دوافعهم من بين وسائل الإتصال والمضامين المقدمة لهم .وتنشأ دوافع إستخدام الأفراد لوسائل الإعلام وتتشكل بناء علي السمات الشخصية للفرد وخصائص بيئته الإجتماعية .

**ويقوم هذا المدخل علي مجموعة فرضيات أساسية :**

**أولاً : إفتراض الجمهور النشط :**

وترجع أهمية هذا الافتراض إلى أنه أعاد النظر في النماذج التي كانت تنظر للجمهور باعتباره متلقياً سلبياً يسهل التأثير عليه ، وأصبح ينظر إليه كجمهور نشط ينتقى مايمهه من وسائل الإتصال وبما يشبع حاجاته في النهاية.

**المنفعة :** إذ أن استخدام الجمهور لوسائل الإتصال رهن بما يعود عليهم من إشباع إحتياجاتهم .

**عدم السماح بالتأثير :** فالجمهور لايريد أن يتحكم فيه أحد حتي لوكانت وسائل الإتصال مما يؤكد ذكره عن صعوبة تأثير الوسيلة على الجمهور .

**الإنتقائية :** وتتمثل في إختيار الجمهور لوسائل إتصالية معينة ولمضامين معينة أيضاً تعكس إهتماماتهم وتفضيلاتهم .**العمدية :** إذ يوجه الجمهور المضمون الذى ينتقيه لخدمة دوافعه المختلفة .

---

\*استعاننا الباحثان فى بناء الخلفية النظرية على المراجع والكتب نوردها حسب

الاستعانة بها بقائمة المراجع فى نهاية البحث .

**ثانياً - الدوافع :**

تعرف الدوافع بأنها القوة البيولوجية أو النفسية التي تحث الفرد للقيام بنشاط معين لإشباع رغبة محددة فالسلوك الإتصالي لأفراد الجمهور يكون مدفوعاً بواسطة الإحتياجات الإنسانية لهم .

وتقسم معظم دراسات الإعلام دوافع التعرض لوسائل الإعلام إلى فئتين هما:  
الدوافع النفعية والدوافع الطقوسية علي النحو التالي :

١- **الدوافع النفعية** : هي تعنى الحاجة لاختيار وسيلة إتصالية معينة ولرسالة معينة لإشباع حاجات متعددة منها مراقبة البيئة والحصول علي المعلومات والأخبار واكتشاف الواقع المحيط .

٢- **الدوافع الطقوسية** : وهي دوافع يعتاد الفرد علي ممارستها بدون تخطيط سابق غالباً . مثل الحاجة إلى التسلية والتنفيس والإسترخاء والهروب من الروتين والصدقة .

**ثالثاً : الإشباعات :**

وقد تتحقق الإشباعات نتيجة التعرض للوسيلة في حد ذاتها مثل التعرض للصحف أو الراديو أو التلفزيون أو السينما أو أن تتحقق نتيجة للتعرض لمضمون معين ، كما يمكن أن تتحقق الإشباعات نتيجة للطرف الإجتماعي الذي يتم فيه الإتصال ، وعموماً يمكن أن تختلف الإشباعات التي تتحقق نتيجة تعرض الفرد لوسائل الإتصال بمفرده أو مع آخرين أو مع أسرته.

ويتم وفقاً لمدخل الإستخدامات والإشباعات وصف جمهور يختار من بين وسائل الإتصال ومن المضامين التي تقدمها مايشبع ويلبى رغباته.

وقد اهتم بعض الباحثين ومنهم كارتر بتوضيح العلاقة بين حاجات الفرد ودافعه ومحاولة إشباعها من خلال محتوى وسائل الإعلام حيث **وضع الباحثون ثلاثة**

**فروض أساسية وهي :**

- اعتبار المتلقى فرداً إيجابياً ونشطاً في اتصاله مع وسائل الإعلام .
- للأفراد المتلقين الحرية في الإختيار حسب الحاجة للإشباع .
- التنافس بين وسائل الإعلام ومصادر أخرى حول إشباع الحاجات .

ويرى أصحاب هذا الرأي وجود بعض العوامل الإجتماعية والنفسية التي تؤكد حاجات الفرد الذى يبدأ في توقعه عن مدى تلبية وسائل الأعلام لهذه الحاجات بالمقارنة مع وسائل أخرى تدخل في المنافسة .

#### الانتقادات الموجهة لمدخل الإستخدامات والإشباعات :

- ١- يرى بعض النقاد أن مدخل الإستخدامات والإشباعات أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاته وأنه صياغة معادة ومحددة الجوانب لأجزاء من نظريات التأثير الإنتقائى وأنه لايمكن أن ننظر لمدخل الأستخدامات والإشباعات علي أساس أنه منهج متكامل ولكنه في الواقع عبارة عن مجموعة من المناهج والقضايا البحثية .
- ٢- يعد المدخل مدخلاً عقلائياً وذهنياً إذ أنه يعتمد علي حالات ذهنية داخلية لدى الفرد كالدافع والحاجة والإشباع.
- ٣- صعوبة قياس الإشباعات ، بما أن الإشباعات تحدث للجمهور وبالتالي تعتمد عليه وليس على الباحث ، لذلك يصعب قياسها ، وهي تختلف حسب نوعية هذا الجمهور ، وليست ظاهره ملموسة .
- ٤- أنه يركز بدرجة شديدة على الفرد ويهمل البناء الإجتماعي وموقع الإعلام من هذا البناء .
- ٥- إن المدخل فشل في الأخذ بالأعتبار الإختلافات بين ما يبحث عنه الجمهور وما يحصلون عليه بالفعل من جراء التعرض لوسيلة ما ، ولقد قرر عدد من الباحثين أنه أصبح من الواضح يوم بعد يوم أن هناك فروقاً بين الإشباعات المقصودة والمتحقق بالفعل .
- ٦- أن المدخل يعتمد على جمع البيانات والمعلومات فقط والرد على الإنتقادات الموجهة للمدخل .
- ٧- قام العديد من مؤيدى المدخل بالرد على الإنتقادات الموجهة للمدخل على الرغم من أن الانتقادات ساهمت في إثرائه فبفضل هذه الإنتقادات تم التغلب في الأبحاث التي أجريت لاحقاً على الكثير من تلك الإنتقادات فبدأت الأبحاث تقوم بالتحليل الكمي والكيفي للمضمون كما تمت دراسة المتغيرات الديمجرافية فى علاقتها باستخدام وسائل الإتصال وإشباعاتها .

## نتائج الدراسة الميدانية :

جدول رقم (١) يبين مدى متابعة الخطاب الديني عبر وسائل الإعلام

| مدى متابعة الخطاب الديني | ك   | %    |
|--------------------------|-----|------|
| دائماً                   | ٦٤  | ٣٢   |
| أحياناً                  | ١٣٢ | ٦٦   |
| نادراً                   | ٤   | ٢    |
| الإجمالي                 | ٢٠٠ | ١٠٠% |

يتبين لنا من خلال الجدول السابق أن نسبة ٦٦% من خطباء المساجد يتابعون الخطاب الديني أحياناً ، وأن ٣٢% يتابعون الخطاب الديني عبر وسائل الإعلام بصفة دائمة وأن ٢% يتابعونه نادراً .

جدول رقم (٢) يبين وسائل الإعلام التي يتابع خطباء المساجد من خلالها الخطاب الديني

| وسائل الإعلام                           | ك   | %    |
|---|-----|------|
| الصحف العامة                            | ٣٤  | ١٧   |
| الصحف الدينية المتخصصة                  | ٢٠٠ | ١٠٠  |
| الإذاعة العامة                          | ١٢  | ٦    |
| إذاعة القرآن الكريم                     | ٢٠٠ | ١٠٠  |
| القنوات التلفزيونية الأرضية             | ٤٢  | ٢١   |
| القنوات الإسلامية المتخصصة              | ٢٠٠ | ١٠٠  |
| الإنترنت                                | ١٤  | ٧    |
| أخرى تذكر                               | ٢٠٠ | ١٠٠  |
| (ن) متاح للمبحوث أن يختار أكثر من إجابة | ٢٠٠ | ١٠٠% |

يتبين لنا من خلال إستعراض الجدول السابق حصلت إذاعية القرآن الكريم والقنوات الإسلامية المتخصصة والصحف الدينية على الترتيب الأول بنسبة ١٠٠% . كما حصلت فئة أخرى تذكر على الترتيب الأول أيضاً حيث ذكرت العينة إعتادها على مصادر متعددة للإطلاع على الخطاب الديني مثل الكتب والمجلات الدينية المختلفة مثل منبر الإسلام ، والأزهر التوحيد ، الوعي الإسلامي ثم جاءت القنوات التلفزيونية الأرضية في المركز الثاني بنسبة ٢١% ثم الصحف العامة بنسبة ١٧% ثم الإنترنت بنسبة ٧% ثم الإذاعة العامة بنسبة ٦% .

**جدول رقم (٣) القنوات الإسلامية التي يفضل خطباء المساجد متابعتها**

| القنوات الإسلامية الفضائية              | ك   | %    |
|---|-----|------|
| إقرأ                                    | ٦٠  | ٣٠   |
| المجد                                   | ٦٧  | ٣٣,٥ |
| الرسالة                                 | ٨٤  | ٤٢   |
| الناس                                   | ٩٠  | ٤٥   |
| الرحمة                                  | ١٠٠ | ٥٠   |
| الخليجية                                | ٣٧  | ١٨,٥ |
| أخرى تذكر                               | ٩   | ٤,٥  |
| (ن) متاح للمبحوث أن يختار أكثر من إجابة | ٢٠٠ | %١٠٠ |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن قناة الرحمة جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٥٠٪، ثم جاءت قناة الناس في الترتيب الثاني بنسبة ٤٥ ٪ ، ثم جاءت قناة الرسالة في الترتيب الثالث بنسبة ٤٢ ٪ ، ثم قناة المجد بنسبة ٣٣,٥ ٪ ، ثم إقرأ بنسبة ٣٠ ٪ ، ثم الخليجية بنسبة ١٨,٥ ٪، ثم فئة أخرى تذكر في الترتيب الأخير بنسبة ٤,٥ ٪، وقد اشتملت على قنوات أخرى مثل العفاسي والحافظ .

**جدول رقم (٤) الصحف الإسلامية التي يفضل خطباء المساجد متابعتها**

| الصحف الإسلامية                        | ك   | %    |
|--|-----|------|
| صوت الأزهر                             | ١٥٠ | ٥٢,٥ |
| اللواء الإسلامي                        | ٨٧  | ٤٣,٥ |
| عقيدتي                                 | ٢٨  | ١٤   |
| (ن) متاح للمبحوث أن يختار أكثر من بديل | ٢٠٠ | %١٠٠ |

ويتبين من نتائج الجدول السابق أن صحيفة صوت الأزهر حصلت على الترتيب الأول بنسبة ٥٢,٥ ٪ ، ثم جاء في الترتيب الثاني صحيفة اللواء الإسلامي بنسبة ٤٣,٥ ٪، وجاءت صحيفة عقيدتي في الترتيب الأخير بنسبة ١٤ ٪ .

**جدول رقم (٥) أسباب متابعة الخطاب الديني من خلال القنوات الإسلامية**

| أسباب متابعة القنوات الإسلامية               | ك   | %    |
|--|-----|------|
| الأسلوب الشيق للعرض                          | ٤٨  | ٢٤   |
| القدرة على المتابعة الأنوية للقضايا المختلفة | ٥٣  | ٢٦,٥ |
| التأثير أكثر عن طريق الصوت والصورة           | ٤٥  | ٢٢,٥ |
| وجود علماء متخصصين لتقديم المضمون            | ٥٠  | ٢٥   |
| أخرى تذكر                                    | ٤   | ٢    |
| الإجمالي                                     | ٢٠٠ | %١٠٠ |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أهم أسباب متابعة خطباء المساجد للقنوات الإسلامية هي القدرة على المتابعة الأنوية للقضايا المختلفة حيث حصلت على الترتيب الأول بنسبة ٢٦,٥ ٪، ثم جاء وجود علماء متخصصين لتقديم مضمون الخطاب في الترتيب الثاني بنسبة ٢٥ ٪، ثم جاء الأسلوب الشيق للعرض في الترتيب الثالث بنسبة ٢٤ ٪، ثم جاءت فئة أن التأثير أكثر يكون عن طريق الصوت والصورة في الترتيب الرابع بنسبة ٢٢,٥ ٪، ثم جاءت فئة أخرى تذكر في الترتيب الأخير بنسبة ٢ ٪.

جدول رقم (٦) أسباب متابعة الخطاب الديني من خلال الصحف الإسلامية

| ٪    | ك   | أسباب متابعة الخطاب الديني في الصحف الإسلامية |
|------|-----|---|
| ٢١   | ٤٢  | ثقة المعلومات الدينية في الصحف                |
| ٣٨   | ٧٦  | وجود علماء متخصصين لتقديم المضمون             |
| ٢١   | ٤٢  | قدرة الإطلاع على المضمون الديني أكثر من مرة   |
| ٢٠٠  | ٤٠  | أخذ الصحف كمرجع لي يمكن الاستفادة منه بعد ذلك |
| ٪١٠٠ | ٢٠٠ | الإجمالي                                      |

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن وجود علماء متخصصين لتقديم المضمون في الصحف الإسلامية حصلت على أول أسباب متابعة خطباء المساجد للخطاب الديني في الصحف بنسبة ٣٨ ٪، ثم حصلت فئة كل من ثقة المعلومات الدينية وقدرة الإطلاع على المضمون الديني أكثر من مرة على الترتيب الثاني بنسبة ٢١ ٪، ثم جاء في الترتيب الأخير فئة إتخاذ الصحف كمرجع يمكن الاستفادة منه بعد ذلك بنسبة ٢٠ ٪.

جدول رقم (٧) يوضح أشكال برامج الخطاب التي يتابعها خطباء المساجد في القنوات الإسلامية

| ٪    | ك   | أشكال البرامج                        |
|------|-----|--------------------------------------|
| ٤٢   | ٨٤  | الخطاب الديني المباشر                |
| ٣٥   | ٧٠  | البرامج الحوارية                     |
| ٥    | ١٠  | برامج المسابقات                      |
| ٥٧   | ١١٤ | برامج الفتاوى                        |
| ١٧,٥ | ٣٥  | برامج تعليم القرآن                   |
| ٦    | ١٢  | أخرى تذكر                            |
| ١٠٠  | ٢٠٠ | (ن) متاح للمبحوث إختيار أكثر من بديل |

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن برامج الفتاوى حصلت على الترتيب الأول بالنسبة لأشكال البرامج التي يفضل خطباء المساجد متابعتها بنسبة ٥٧ ٪، ثم جاء الخطاب الديني المباشر في الترتيب الثاني بنسبة ٤٢ ٪، ثم جاءت البرامج الحوارية في الترتيب الثالث بنسبة ٣٥ ٪، ثم احتلت برامج تعليم القرآن الترتيب الرابع بنسبة ١٧,٥ ٪، ثم جاءت فئة أخرى تذكر كالاقتنيات والأدعية في الترتيب الخامس بنسبة ٦ ٪، ثم جاءت في الترتيب الأخير برامج المسابقات بنسبة ٥ ٪ .

جدول رقم (٨) يوضح الفنون التحريرية التي يفضلها خطباء المساجد

| الفنون التحريرية                     | ك   | ٪   |
|--------------------------------------|-----|-----|
| الخبر                                | ٤٨  | ٢٤  |
| الحديث                               | ٥٤  | ٢٧  |
| التحقيق                              | ٣٠  | ١٥  |
| المقال                               | ٦٤  | ٣٢  |
| التقرير                              | ١٢  | ٦   |
| (ن) يتاح للمبحوث إختيار أكثر من بديل | ٢٠٠ | ١٠٠ |

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن المقال حصل على الترتيب الأول كأحد الفنون التحريرية المحببة لخطباء المساجد بنسبة ٣٢ ٪، ثم جاء الحديث في الترتيب الثاني ١٥ ٪، ثم التقرير بنسبة ٦ ٪ في الترتيب الأخير .

جدول رقم (٩) يوضح معدل تعرض خطباء المساجد للقنوات الإسلامية

| معدل التعرض                | ك   | ٪    |
|----------------------------|-----|------|
| أقل من ساعة                | ٩٠  | ٤٥   |
| من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات | ٩٦  | ٤٨   |
| ثلاث ساعات فأكثر           | ١٤  | ٧    |
| الإجمالي                   | ٢٠٠ | ٪١٠٠ |

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن ٤٨ ٪، من خطباء المساجد يشاهدون القنوات الفضائية الإسلامية من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات ، وأن ٤٥ ٪ من خطباء المساجد يشاهدون القنوات الإسلامية أقل من ساعة، وأن ٧ ٪ من الخطباء يشاهدونها لمدة ثلاث ساعات فأكثر .

جدول رقم (١٠) يوضح معدل تعرض خطباء المساجد للصحف

| معدل التعرض                | ك   | %    |
|----------------------------|-----|------|
| أقل من ساعة                | ٨٨  | ٤٤   |
| من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات | ٧٦  | ٣٨   |
| ثلاث ساعات فأكثر           | ٣٦  | ١٨   |
| الإجمالي                   | ٢٠٠ | ٪١٠٠ |

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن ٤٤٪ من خطباء المساجد يقرأون الصحف لمدة أقل من ساعة وأن ٣٨٪، يتعرضون للصحف من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات، وأن ١٨٪ يتعرضون للصحف لمدة ثلاث ساعات فأكثر .

جدول رقم (١١) يوضح أسباب ثقة خطباء المساجد فيما يقدمه الخطاب الديني من معلومات

| أسباب ثقة خطباء المساجد فيما يقدمه الخطاب الديني من معلومات | ك   | %    |
|---|-----|------|
| شهرة من يقدم الخطاب في مجال الدعوة                          | ٣٤  | ١٧   |
| الأسلوب الشيق في تناول المعلومات                            | ٤٦  | ٢٣   |
| الحصول على الشهادات العلمية في مجال الدعوة                  | ٢٢  | ١١   |
| الاعتماد على المصادر والأسانيد القوية في عرض المضمون        | ٩٨  | ٤٩   |
| الإجمالي  | ٢٠٠ | ٪١٠٠ |

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن الأعتداع على المصادر والأسانيد القوية في عرض المضمون في مقدمة أسباب ثقة خطباء المساجد فيما يقدمه الخطاب الديني من معلومات بنسبة ٤٩٪، ثم جاء الأسلوب الشيق في تناول المعلومات في الترتيب الثاني بنسبة ٢٣٪، ثم جاءت شهرة من يقدم الخطاب في مجال الدعوة في الترتيب الثالث بنسبة ١٧٪، ثم جاءت الحصول على الشهادات العلمية في مجال الدعوة في الترتيب الأخير بنسبة ١١٪ .

جدول رقم (١٢) يوضح ما الذي إستطاع أن يحققه الخطاب الديني

| ما الذي إستطاع أن يحققه الخطاب الديني      | ك   | %   |
|--|-----|-----|
| زيادة الوعي الديني                         | ١٠٠ | ٥٠  |
| تبني هموم الناس وتخفيفها                   | ٢٤  | ١٢  |
| الدعوة إلى التدين الإجتماعي                | ٤٠  | ٢٠  |
| تقديم القدوة الحسنة التي يفترى بها الأفراد | ٣٦  | ١٨  |
| الإجمالي                                   | ٢٠٠ | ١٠٠ |

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن زيادة الوعي الديني جاء أول ما إستطاع الخطاب الديني أن يحققه غير القنوات والصحف الإسلامية حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٥٠



٪، ثم جاء الدعوة إلى التدين الإجتماعى فى الترتيب الثانى بنسبة ٢٠٪، ثم جاء تقديم القدوة الحسنة التي يقتدى بها الأفراد في الترتيب الثالث بنسبة ١٨٪، ثم جاء تبنى هموم الناس وتخفيفها فى الترتيب الأخير بنسبة ١٢٪ .

#### جدول رقم (١٣) يوضح مدى إستطاعة الخطاب الدينى مواجهة تحديات العصر

| ٪    | ك   | مواجهة الخطاب الدينى تحديات العصر |
|------|-----|-----------------------------------|
| ٣١   | ٦٢  | دائماً                            |
| ٥٢   | ١٠٤ | أحياناً                           |
| ١٧   | ٣٤  | نادراً                            |
| ٪١٠٠ | ٢٠٠ | الإجمالى                          |

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن الخطاب الدينى إستطاع أن يواجه تحديات العصر أحياناً بنسبة ٥٢٪، وأستطاع أن يواجهها بصفة دائمة من وجهة نظر خطباء المساجد بنسبة ٣١٪، ثم جاء مواجهة تحديات العصر بصفة نادرة بنسبة ١٧٪ .

#### جدول رقم (١٤) يوضح كيفية مواجهة الخطاب الدينى تحديات العصر

| ٪    | ك   | كيفية مواجهة الخطاب الدينى تحديات العصر            |
|------|-----|--|
| ٢٠   | ٤٠  | تحسين صورة العرب والمسلمين                         |
| ٣٩   | ٧٨  | التصدى للهجمات الشرسة على الإسلام                  |
| ٢٢   | ٤٤  | بين موقف الإسلام من الآخر                          |
| ١٩   | ٣٨  | التصدى للقضايا الدينية المختلفة مثار الجدل والخلاف |
| ٪١٠٠ | ٢٠٠ | الإجمالى   |

ويتضح من بيانات الجدول السابق جاء فى الترتيب الأول فى كيفية مواجهة الخطاب الدينى لتحديات العصر فئة التصدى للهجمات الشرسة على الإسلام بنسبة ٣٩٪ ، ثم جاءت فئة أن الخطاب الدينى بين موقف الإسلام من الآخر بنسبة ٢٢٪ ، ثم جاء تحسين صورة العرب والمسلمين في الترتيب الثالث بنسبة ٢٠٪، ثم جاء التصدى للقضايا الدينية المختلفة مثار الجدل والخلاف بنسبة ١٩٪ .

جدول رقم ( ١٥ ) يوضح مدى وجود إختلاف على بعض القضايا الدينية من خلال الخطاب الدينى  
الموجه

| مدى وجود إختلاف على بعض القضايا الدينية | ك   | %    |
|---|-----|------|
| نعم                                     | ١٠٢ | ٥١   |
| أحياناً                                 | ٩٨  | ٤٩   |
| لا                                      | -   | -    |
| الإجمالى                                | ٢٠٠ | %١٠٠ |

ويتضح من بيانات الجدول التالي أن خطباء المساجد إتفقوا على وجود إختلاف على بعض القضايا الدينية بنسبة ٥١٪، ثم قالوا أن هناك أحياناً إختلاف بينهم بنسبة ٤٩٪ .

جدول رقم (١٦) يوضح أسباب الإختلاف من وجهة نظر خطباء المساجد

| أسباب الإختلاف على القضايا الدينية                      | ك   | %    |
|---|-----|------|
| افتقاد القيادة المرجعية الواحدة فى المسائل الفقهية      | ٦٠  | ٣٠   |
| التيار الإسلامى الذى قد ينتمى إليه العالم الموجه للخطاب | ٦٨  | ٣٤   |
| الإجتهد من العلماء قد يختلف من عالم لآخر                | ٧٢  | ٣٦   |
| الإجمالى  | ٢٠٠ | %١٠٠ |

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن من أهم أسباب الإختلاف من وجهة نظر خطباء المساجد هو أن الإجتهد من العلماء قد يختلف من عالم إلى آخر حيث جاءت فى الترتيب الأول بنسبة ٧٢٪، وقد حصل على الترتيب الثانى التيار الإسلامى الذى قد ينتمى إليه العالم الموجه للخطاب بنسبة ٣٤٪، ثم جاء فى الترتيب الأخير إفتقاد القيادة المرجعية الواحدة فى المسائل الفقهية بنسبة ٣٠٪ .

جدول رقم(١٧) يبين مدى الموافقة على عرض المشاكل الشخصية على الهواء فى القنوات الإسلامية

| مدى الموافقة | ك   | %    |
|--------------|-----|------|
| نعم          | ١٠  | ٥    |
| أحياناً      | ٦٢  | ٣١   |
| لا           | ١٢٨ | ٦٤   |
| الإجمالى     | ٢٠٠ | %١٠٠ |

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن ٦٤٪ من عينة خطباء المساجد رفض عرض المشاكل الشخصية على الهواء مباشرة ، ثم وافق ٣١٪ على أن يتم عرض مثل هذه المشاكل فى بعض الأحيان، فى حين أجاب ٥٪ بالموافقة على عرض هذه المشاكل .

جدول رقم (١٨) يوضح أسباب رفض عرض المشاكل على الهواء

| أسباب رفض عرض المشاكل                               | ك   | %    |
|---|-----|------|
| عرض مثل هذه المشاكل يؤدي إلى الضرر النفسي للمشاهدين | ١٢  | ٩,٤  |
| تكون المشكلات شخصية ومحرجة لعرضها على الهواء مباشرة | ٦٦  | ٥١,٦ |
| يمكن مراسلة العلماء من خلال الصحف                   | ٢٤  | ١٨,٧ |
| يمكن مراسلة العلماء من خلال دار الإفتاء             | ٢٦  | ٢٠,٣ |
| الإجمالي  | ١٢٨ | ١٠٠% |

ويتضح من الجدول السابق أن من أسباب رفض عرض المشاكل على الهواء في القنوات الإسلامية أن هذه المشكلات أحياناً تكون شخصية ومحرجة لعرضها على الهواء مباشرة بنسبة ٥١,٦ % ثم جاء في الترتيب الثاني أنه يمكن مراسلة العلماء في دار الإفتاء بنسبة ٢٠,٣ %، ثم جاء في الترتيب الثالث أنه يمكن مراسلة العلماء من خلال الصحف بنسبة ١٨,٧ %، ثم جاء في الترتيب الرابع أن عرض مثل هذه المشاكل يؤدي إلى الضرر النفسي للمشاهدين بنسبة ٩,٤ % .

جدول رقم (١٩) يوضح مدى وجود فروق دالة إحصائية بين الريف والحضر في معدل التعرض للقنوات الإسلامية

| الترتيب | الإجمالي |      | حضر |     | ريف |     | محل الإقامة<br>معدل التعرض للقنوات |
|---------|----------|------|-----|-----|-----|-----|------------------------------------|
|         | ك        | %    | ك   | %   | ك   | %   |                                    |
| ٢       | ٩٠       | ٤٥   | ٥٨  | ٥٨  | ٣٢  | ٣٢  | أقل من ساعة                        |
| ١       | ٩٦       | ٤٨   | ٤٠  | ٤٠  | ٥٦  | ٥٦  | من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات         |
| ٣       | ١٤       | ٧    | ٢   | ٢   | ١٢  | ١٢  | ثلاث ساعات فأكثر                   |
|         | ٢٠٠      | ١٠٠% | ١٠٠ | ١٠٠ | ١٠٠ | ١٠٠ | الإجمالي                           |

وتدل بيانات الجدول السابق أن قيمة كاي<sup>٢</sup> بلغت (١٧,٣) عند درجة حرية ٢ وهي قيمة دالة إحصائياً عند كافة مستويات الدلالة وبذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الريف والحضر في معدل التعرض للقنوات الفضائية .

جدول رقم (٢٠) يوضح مدى وجود فروق دالة إحصائية بين الريف والحضر في معدل التعرض للصحف

| الإجمالي |      | حضر |      | ريف |      | محل الإقامة<br>معدل التعرض |
|----------|------|-----|------|-----|------|----------------------------|
| ك        | %    | ك   | %    | ك   | %    |                            |
| ٨٨       | ٤٤%  | ٤٢  | ٤٢%  | ٤٦  | ٤٦%  | أقل من ساعة                |
| ٧٦       | ٣٨%  | ٣٦  | ٣٦%  | ٤٠  | ٤٠%  | من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات |
| ٣٦       | ١٨%  | ٢٢  | ٢٢%  | ١٤  | ١٤%  | ثلاث ساعات فأكثر           |
| ٢٠٠      | ١٠٠% | ١٠٠ | ١٠٠% | ١٠٠ | ١٠٠% | الإجمالي                   |

وتدل بيانات الجدول السابق أن قيمة كاي<sup>٢</sup> بلغت (٢,١٧) عند درجة حرية ٢ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أى مستوى من مستويات الدلالة وبذلك يتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الريف والحضر في مستوى التعرض للصحف الإسلامية .

جدول رقم (٢١) يوضح فروق متغيرات السن المختلفة في معدل التعرض للقنوات

| الإجمالي |      | أكبر من ٤٠ |       | من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ |     | أقل من ٣٠ |     | السن<br>معدل التعرض        |
|----------|------|------------|-------|---------------------|-----|-----------|-----|----------------------------|
| ك        | %    | ك          | %     | ك                   | %   | ك         | %   |                            |
| ٩٠       | ٤٥%  | ٤٣         | ٥٦,٦% | ٤١,٢٥               | ٣٣% | ٣١,٨      | ١٤% | أقل من ساعة                |
| ٩٦       | ٤٨%  | ٣٠         | ٣٩,٥% | ٥٠                  | ٤٠% | ٥٩,١      | ٢٦% | من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات |
| ١٤       | ٧%   | ٣          | ٣,٩%  | ٨,٧٥                | ٧%  | ٩,١       | ٤%  | ثلاث ساعات فأكثر           |
| ٢٠٠      | ١٠٠% | ٧٦         | ٣٨%   | ٨٠                  | ٤٠% | ٤٤        | ٢٢% | الإجمالي                   |

وتدل بيانات الجدول السابق أن قيمة كاي<sup>٢</sup> بلغت (٨,٩) عند درجة حرية ٤ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أى مستوى من مستويات الدلالة وبذلك يتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متغيرات السن المختلفة في معدل التعرض للقنوات الفضائية .

جدول رقم (٢٢) يوضح فروق متغيرات السن المختلفة في معدل التعرض للصحف

| الإجمالي |     | أكبر من ٤٠ |    | من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ |    | أقل من ٣٠ |    | السن<br>معدل التعرض        |
|----------|-----|------------|----|---------------------|----|-----------|----|----------------------------|
|          |     | ك          | %  | ك                   | %  | ك         | %  |                            |
| ٤٤       | ٨٨  | ٣٩,٥       | ٣٠ | ٤٦,٢٥               | ٣٧ | ٤٧,٧      | ٢١ | أقل من ساعة                |
| ٣٨       | ٧٦  | ٤٠,٨       | ٣١ | ٣٣,٧٥               | ٢٧ | ٤٠,٩      | ١٨ | من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات |
| ١٨       | ٣٦  | ١٩,٧       | ١٥ | ٢٠                  | ١٦ | ١,٤       | ٥  | ثلاث ساعات فأكثر           |
| %١٠٠     | ٢٠٠ | %١٠٠       | ٧٦ | %١٠٠                | ٨٠ | %١٠٠      | ٤٤ | الإجمالي                   |

وتدل بيانات الجدول السابق أن قيمة ك<sup>٢</sup> بلغت (٣,٥٦) عند درجة حرية ٤ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أى مستوى من مستويات الدلالة وبذلك يتضح عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متغيرات السن المختلفة في معدل التعرض للصحف الإسلامية .

جدول رقم (٢٣) يبين نوع الإشباع الذي تحقق لخطباء المساجد من حيث كونه إشباعاً محتوياً أو إشباعاً عملية

| رقم الإشباع | العبارة  | نوع الإشباع |
|-------------|--|-------------|
| ١           | زادت معرفتى بالقضايا الدينية المعاصرة والآراء المختلفة حولها . | محتوى       |
| ٢           | مارست هوايتى فى القراءة والإطلاع عموماً .                      | عملية       |
| ٣           | شغلت وقت فراغى بشكل جيد ومفيد .                                | عملية       |
| ٤           | زادت معلوماتى الدينية بصفة عامة .                              | محتوى       |
| ٥           | زادت قدرتى على إدارة النقاش مع الغير والتأثير فيهم .           | محتوى       |
| ٦           | التسلية والترفيه بالأشكال البرمجية والفنية المختلفة .          | عملية       |
| ٧           | حصلت على موضوعات جديدة وعصرية للخطبة .                         | محتوى       |
| ٨           | التخلص من الملل .  | عملية       |

جدول رقم (٢٤) يوضح مدى موافقة خطباء المساجد على العبارات التي تتضمن الإشباعات المتحققة لديهم بعد تعرضهم للخطاب الديني في الصحف والقنوات الإسلامية

| رقم الإشباع   | أوافق |      | محايد |      | لا أوافق |      | المجموع | المتوسط الحسابي |
|---------------|-------|------|-------|------|----------|------|---------|-----------------|
|               | ك     | %    | ك     | %    | ك        | %    |         |                 |
| ١             | ١٤٠   | ٧٠   | ٣٤    | ١٧   | ٢٦       | ١٣   | ٢٠٠     | ٢,٥٧            |
| ٢             | ١١٥   | ٥٧,٥ | ٦٠    | ٣٠   | ٢٥       | ١٢,٥ | ٢٠٠     | ٢,٤٥            |
| ٣             | ١٣٠   | ٦٥   | ٤٠    | ٢٠   | ٣٠       | ١٥   | ٢٠٠     | ٢,٥             |
| ٤             | ١٥٠   | ٧٥   | ٣٩    | ١٩,٥ | ١١       | ٥,٥  | ٢٠٠     | ٢,٦٩            |
| ٥             | ١١٣   | ٥٦,٥ | ٦٥    | ٣٢,٥ | ٢٢       | ١١   | ٢٠٠     | ٢,٤٥            |
| ٦             | ٨٠    | ٤٠   | ٧٠    | ٣٥   | ٥٠       | ٢٥   | ٢٠٠     | ٢,٤             |
| ٧             | ١٢١   | ٦٠,٥ | ٥٩    | ٢٩,٥ | ٢٠       | ١٠   | ٢٠٠     | ٢,٥٠            |
| ٨             | ٩٥    | ٤٧,٥ | ٦٥    | ٣٢,٥ | ٤٠       | ٢٠   | ٢٠٠     | ٢,٢٧            |
| جملة من سئولا | ٢٠٠   |      |       |      |          |      |         |                 |

ويبين الجدولين السابقين الإشباعات المتحققة للمبحوثين من التعرض للخطاب الديني الموجه عبر الصحف والقنوات الإسلامية من خلال مدى موافقتهم على مجموعة من العبارات التي تمثل الإشباعات المختلفة حيث جاءت عبارة زادت معلوماتي الدينية بصفة خاصة حيث بلغ متوسطها الحسابي ٢,٢٩ حيث كانت الإستجابات فيها أقرب إلى الموافقة ثم جاءت في المرتبة الثانية عبارة زادت معرفتي بالقضايا الدينية المعاصرة والأراء المختلفة حولها حيث كان متوسطها الحسابي ٢,٧٥ حيث كانت الإستجابات أقرب إلى الموافقة حيث بلغت بنسبة الموافقة ٧٠٪، ثم جاءت عبارة شغلت وقت فراغي بشكل جيد ومفيد في المرتبة الثالثة حيث كان متوسطها الحسابي ٢,٥ وكانت العبارات أقرب إلى الموافقة حيث بلغت نسبة الموافقة ٦٥٪، ثم جاءت عبارة حصلت على موضوعات جديدة وعصرية للخطبة في المرتبة الرابعة حيث بلغ متوسطها الحسابي ٢,٥ ثم جاءت عبارة مارست هوايتي في القراءة والإطلاع عموماً في المرتبة الخامسة حيث بلغ متوسطها الحسابي ٢,٤٥ ثم جاءت عبارة زادت قدرتي على إدارة النقاش مع الغير والتأثير فيهم في الترتيب الخامس وكرر حيث كان متوسطها الحسابي ٢,٤٥ ثم جاءت عبارة التسلية والترفيه بالأشكال البرمجية والفنية المختلفة في الترتيب السادس حيث بلغ متوسطها الحسابي ٢,٤

وجاءت عبارة التلخص من الملل في الترتيب الأخير حيث بلغ متوسطها الحسابي

. ٢,٢٧

جدول رقم (٢٥) يبين الدوافع ما إذا كانت نفعية أو طقوسية

| رقم الدافع | الدوافع   | نوع الدافع |
|------------|---|------------|
| ١          | الإطلاع على آراء رجال الدين في مختلف القضايا .                | نفعي       |
| ٢          | لكي أشغل وقت فراغي بشكل جيد ومفيد .                           | طقوسى      |
| ٣          | ترتيب أولوية القضايا الدينية وفقاً لأهمية مناقشتها في الخطب . | نفعي       |
| ٤          | لممارسة هوايتي في الإطلاع والقراءة .                          | طقوسى      |
| ٥          | لإثراء لغة الخطاب الدينى .                                    | نفعي       |
| ٦          | التسلية والترفيه بالأشكال البرمجية والفنية المختلفة .         | طقوسى      |
| ٧          | الحصول على أفكار وموضوعات عصرية للخطب .                       | نفعي       |
| ٨          | التلخص من الملل .   | طقوسى      |
| ٩          | معرفة أخبار المسلمين في جميع أنحاء العالم .                   | نفعي       |
| ١٠         | لعدم الشعور بالوحدة .   | طقوسى      |
| ١١         | التعرف على الفتاوى المختلفة في القضايا المعاصرة المختلفة .    | نفعي       |
| ١٢         | التعود على قراءة الصحف .                                      | طقوسى      |
| ١٣         | الحصول على بعض العبارات الإستهلاكية التي تفيد في مجال الدعوة  | نفعي       |
| ١٤         | الحصول على معلومات تكون مثار حديث مع الآخرين .                | نفعي       |
| ١٥         | زيادة المعلومات الدينية والتتقيف عموماً .                     | نفعي       |

جدول رقم (٢٦) يوضح دوافع تعرض خطباء المساجد للخطاب الديني الموجه في القنوات الإسلامية والفضائية

| رقم الدافع    | أوافق |      | محايد |      | معارض |      | المجموع | المتوسط الحسابي |
|---------------|-------|------|-------|------|-------|------|---------|-----------------|
|               | ك     | %    | ك     | %    | ك     | %    |         |                 |
| ١             | ١٧٠   | ٨٥   | ١٩    | ٥,٩  | ١١    | ٥,٥  | ٢٠٠     | ٢,٧٩            |
| ٢             | ١٤٠   | ٧٠   | ٥٠    | ٢٥   | ١٠    | ٥    | ٢٠٠     | ٢,٦٥            |
| ٣             | ١٦٢   | ٨١   | ٢٨    | ١٤   | ١٠    | ٥    | ٢٠٠     | ٢,٧٦            |
| ٤             | ٨٠    | ٤٠   | ٩٠    | ٤٥   | ٣٠    | ١٥   | ٢٠٠     | ٢,٥٥            |
| ٥             | ١٦٠   | ٨٠   | ٢٤    | ١٢   | ١٦    | ٨    | ٢٠٠     | ٢,٧٢            |
| ٦             | ٨٠    | ٤٠   | ٦٠    | ٣٠   | ٦٠    | ٣٠   | ٢٠٠     | ٢,٤             |
| ٧             | ١١٢   | ٥٦   | ٧٨    | ٣٩   | ١٠    | ٥    | ٢٠٠     | ٢,٦٩            |
| ٨             | ٩٦    | ٤٨   | ٦٦    | ٣٣   | ٣٨    | ١٩   | ٢٠٠     | ٢,٢٩            |
| ٩             | ١٤٣   | ٥,١٧ | ٣٧    | ٥,١٨ | ٢٠    | ١٠   | ٢٠٠     | ٢,٦١            |
| ١٠            | ٨٢    | ٤١   | ٧٠    | ٣٥   | ٤٨    | ٢٤   | ٢٠٠     | ٢,١٧            |
| ١١            | ١٥٦   | ٧٨   | ٤٠    | ٢٠   | ٤     | ٢    | ٢٠٠     | ٢,٧٦            |
| ١٢            | ١٠٠   | ٥٠   | ٧٠    | ٣٥   | ٣٠    | ١٥   | ٢٠٠     | ٢,٣٥            |
| ١٣            | ٧٤    | ٣٧   | ٨٦    | ٤٣   | ٤٠    | ٢٠   | ٢٠٠     | ٢,١٧            |
| ١٤            | ١١٨   | ٥٩   | ٦٢    | ٣١   | ٢٠    | ١٠   | ٢٠٠     | ٢,٤٩            |
| ١٥            | ١٤٥   | ٥,٧٢ | ٣٠    | ١٥   | ٢٥    | ٥,١٢ | ٢٠٠     | ٢,٦             |
| جملة من سنلوا | ٢٠٠   |      | ٢٠٠   |      | ٢٠٠   |      | ٢٠٠     |                 |

ويبين الجدولين السابقين الدوافع التي يسعى المبحوثين تحقيقها من خلال التعرض للخطاب الديني الموجه عبر القنوات والصحف الإسلامية من خلال مدى موافقتهم على مجموعة من العبارات التي تمثل الدوافع المختلفة .

وقد جاءت عبارة الإطلاع على آراء رجال الدين في مختلف القضايا في الترتيب الأول حيث جاءت في الترتيب الأول حيث بلغ متوسط الحسابي ٢,٧٩ % ثم جاءت عبارة ترتيب أولوية القضايا الدينية وفقاً لأهمية مناقشتها في الخطب بمتوسط حسابي ٢,٧٦ ثم عبارة التعرف على الفتاوى المختلفة في القضايا المعاصرة في نفس الترتيب لمتوسط حسابي ٢,٧٦ ثم جاء في الترتيب الثالث عبارة لإثراء لغة الخطاب الديني بمتوسط حسابي ٢,٧٢ تلتها عبارة الحصول على أفكار وموضوعات عصرية للخطب



بمتوسط حسابى ٢,٦٩، ثم عبارة حتى أشغل وقت فراغى بشكل جيد ومفيد بمتوسط حسابى ٢,٦٥، ثم عبارة معرفة أخبار المسلمين فى جميع أنحاء العالم بمتوسط حسابى ٢,٦١، ثم عبارة ممارسة هوايتى فى الإطلاع والقراءة بمتوسط حسابى ٢,٥٥، ثم عبارة الحصول على معلومات تكون مثار حديث مع الآخرين بمتوسط حسابى ٢,٤٩، ثم عبارة الترفية والتسلية فى نفس الترتيب بمتوسط حسابى ٢,٤، ثم جاءت عبارة التعود على قراءة الصحف ٢,٣٥، ثم جاءت كل من عبارتى عدم الشعور بالوحدة والحصول على بعض العبارات الاستهلاكية التي تقيد فى مجال الدعوة فى الترتيب الأخير بمتوسط حسابى ٢,١٧، ثم جاءت عبارة زيادة المعلومات الدينية فى نفس الترتيب بمتوسط حسابى ٢,٦.

جدول رقم (٢٧) يوضح دلالة الفروق بين متوسط درجات الريف والحضر فى الإشباعات العملية

| مستوى<br>الدلالة | قيمة<br>ت | الإنحراف<br>المعيارى | المتوسط | العدد | إشباعات عملية<br>محل الإقامة |
|------------------|-----------|----------------------|---------|-------|------------------------------|
| حضر              | ٢,٧٨      | ١,٦٥٠                | ١٠,٣٢   | ١٠٠   | حضر                          |
|                  | ٦         | ١,٣٨٣                | ١٠,٩٢   | ١٠٠   | ريف                          |

ويتضح من بيانات الجدول السابق مايلي: أن متوسط درجات الحضر بلغ (٣٢,١٠) بإنحراف معيارى قدرة (١,٦٥٠)، وقد بلغ متوسط درجات الريف ١٠,٩٢ بإنحراف معيارى قدرة (١,٣٨٣)، وقد بلغت قيمة المحسورية بين الريف والحضر (٢,٧٨٦) وهي قيمة ذات دلالة إحصائية وبذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحضر والريف فى الإشباعات العملية من الخطاب الدينى الموجه عبر القنوات والصحف الإسلامية .

جدول رقم(٢٨) يوضح دلالة الفروق بين متوسط درجات الحضر والريف فى إشباعات المحتوى

| مستوى<br>الدلالة | قيمة<br>ت | الإنحراف<br>المعيارى | المتوسط | العدد | اشباعات المحتوى<br>محل الإقامة |
|------------------|-----------|----------------------|---------|-------|--------------------------------|
| ريف              | ١,٧٨٣     | ٢,٥٦٧                | ٩,٠٥    | ١٠٠   | حضر                            |
|                  |           | ٢,٥٨٧                | ٩,٧٠    | ١٠٠   | ريف                            |

ويوضح من بيانات الجدول السابق أن متوسط درجات الحضر بلغ (٩,٠٥) بإنحراف معياري قدرة (٢,٥٦٧) ، وقد بلغ متوسط درجات الريف (٩,٧٠) بإنحراف معياري قدرة (٢,٥٦٧) ، وقد بلغ متوسط درجات الريف (٩,٧٠) بإنحراف معياري قدرة (٢,٥٨٧) ، وقد بلغت قيمة المحسوبة بين الحضر والريف (١,٧٨٣) وهي قيمة ليس لها دلالة إحصائية عند أى مستوى من مستويات الدلالة، وبذلك يتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الحضر والريف فى اشباكات المحتوى المتحققة من الخطاب الدينى الموجه عبر القنوات والصحف الإسلامية .

جدول رقم (٢٩) يوضح دلالة الفروق بين متوسط درجات الحضر والريف فى دوافع التعرض التفاعلية

| الدوافع النفعية | العدد | المتوسط | الإنحراف المعياري | قيمة ت | مستوى الدلالة |
|-----------------|-------|---------|-------------------|--------|---------------|
| محل الإقامة     |       |         |                   |        |               |
| حضر             | ١٠٠   | ٢٣,٣٤   | ٢,٧٧٥             | ٢,٩١٨  | ٠,٠٥          |
| ريف             | ١٠٠   | ٢٤,٣٧   | ٢,١٨١             |        |               |

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن متوسط درجات الحضر بلغ (٢٣,٣٤) بإنحراف معياري قدره (٢,٧٧٥) وقد بلغ متوسط درجات الريف (٢٤,٣٧) بإنحراف معياري قدره (٢,١٨١) ، وقد بلغت قيمة ت المحسوبة بين الحضر والريف (٢,٩١٨) وهي قيمة ذات دلالة إحصائية وبذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحضر والريف فى دوافع التعرض النفعية للقنوات والصحف الإسلامية .

جدول رقم (٣٠) يوضح دلالة الفروق بين متوسط درجات الحضر والريف فى دوافع التعرض الطقوسية

| الدوافع  | العدد | المتوسط | الانحراف المعياري | قيمة ت | مستوى الدلالة |
|----------|-------|---------|-------------------|--------|---------------|
| الطقوسية |       |         |                   |        |               |
| حضر      | ١٠٠   | ١٣,٤٦   | ٣,٤١٢             | ٢,٤٥١  | ٠,٠٥          |
| ريف      | ١٠٠   | ١٤,٦٠   | ٣,١٥٩             |        |               |

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن متوسط درجات الحضر بلغ (١٣,٤٦) بإنحراف معياري قدره (٣,٤١٢) ، وقد بلغ متوسط درجات الريف (١٤,٦٠) بإنحراف معياري قدره (٣,١٥٩) ، وقد بلغت قيمة ت المحسوبة بين الحضر والريف (٢,٤٥١) وهي قيمة ذات دلالة إحصائية، وبذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحضر والريف فى دوافع التعرض النفعية للقنوات والصحف الإسلامية .

جدول رقم (٣١) يوضح تحليل التباين أحادى الإتجاه بين دلالة الفروق بين المستويات العمرية  
فى الإشباعات العملية

| مصدر التباين   | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط المربعات | قيمة ف | الدلالة   |
|----------------|----------------|-------------|----------------|--------|-----------|
| بين المجموعات  | ٢,٢٥           | ٢           | ١,١٢٦          | ٠,٤٨٦  | غير دلالة |
| داخل المجموعات | ٤٥٦,٦٢         | ١٩٨         | ٢,٣١٨          |        |           |
| الإجمالى       | ٤٥٨,٨٧         | ٢٠٠         |                |        |           |

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدم وجود فروق دالة بين مجموعات الباحثين فى الإشباعات العملية المتحققة من التعرض للقنوات والصحف الإسلامية حيث بلغت قيمة ف (٠,٤٨٦) وهي قيمة غير دالة عند أى مستوى من مستويات الدلالة .

جدول رقم (٣٢) يوضح تحليل التباين أحادى الإتجاه بين دلالة الفروق بين

المستويات العمرية فى إشباعات المحتوى

| مصدر التباين   | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط المربعات | قيمة ف | الدلالة   |
|----------------|----------------|-------------|----------------|--------|-----------|
| بين المجموعات  | ٢٢٦,٣٥         | ٢           | ١١٣,١٧         | ٠,٤٨٦  | غير دلالة |
| داخل المجموعات | ١١٨٦,٠٣        | ١٩٨         | ٢,٠٢٠          |        |           |
| الإجمالى       | ١٤١٢,٣٩        | ٢٠٠         |                |        |           |

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين مجموعات الباحثين فى إشباعات المحتوى المتحققة من التعرض للقنوات والصحف الإسلامية حيث بلغت قيمة ف (١٨,٧٩) وهي دالة عن مستوى ٠,٠٥ .

جدول رقم (٣٣) يوضح نتائج تحليل S.D . لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات

مجموعات الباحثين فى إشباعات المحتوى

| المجموعات    | أكبر من ٤٠ | من ٣٠ إلى ٤٠ | أقل من ٣٠ | المتوسط |
|--------------|------------|--------------|-----------|---------|
| أكبر من ٤٠   | -          | ١,٨٧٠        | -         | ٩,٩١    |
| من ٣٠ إلى ٤٠ | -          | -            | -         | ٨,٠٤    |
| أقل من ٣٠    | ٠,٦٦٠      | ٢,٥٣٠        | -         | ١٠,٥٧   |

ويتضح من الجدول السابق إختلاف المتوسطات الحسابية بين المستويات العمرية لعينة البحث والتي تمثل نتائج تطبيق إشباعات المحتوى وقد أظهر تحليل نتائج S.D . أنه لا يوجد إختلافاً في المستويات العمرية الثلاثة في دوافع التعرض . حيث أكدت نتائج إختبار S.D أنه يوجد إختلافاً بين المستويات العمرية في أداة إشباعات المحتوى حيث كان المتوسط الحسابين للمستويين العمرية بين (أكبر من ٤٠) و(من ٣٠ إلى ٤٠) كان بفارق ١,٨٧٠ وكان مستوى المعنوية ٠,١٥٧ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥ كما أنه لا يوجد إختافاً بين المستويات العمرية في الإشباعات المتحققة حيث كان المتوسطين الحسابين للمستويين العمر بين (أقل من ٣٠) و(أكبر من ٤٠) كان بفارق ٠,٦٦٠ وكان مستوى المعنوية ٠,١٥٧ وهو فرق غير دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥ كما أنه يوجد بين المستويات العمرية في الإشباعات المتحققة حيث كان المستويين العمريين (أقل من ٣٠) و (من ٣٠ إلى ٤٠) كان بفارق ٢,٥٣٠ وكان مستوى المعنوية ٠,٠٠ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥

جدول (٣٤) يوضح تحليل أحادى الإتجاه بين دلالة الفروق بين المستويات العمرية فى دوافع التعرض النفعية

| مصدر التباين   | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط المربعات | قيمة ف | الدلالة  |
|----------------|----------------|-------------|----------------|--------|----------|
| بين المجموعات  | ٣٦,٧٥          | ٢           | ١٨,٣٧          | ١,٨٦   | غير دالة |
| داخل المجموعات | ١٩٣٩,٨٠        | ١٩٨         | ٩,٨٤           |        |          |
| الإجمالى       | ١٩٧٦,٥٥        | ٢٠٠         |                |        |          |

وتشير نتائج الجدول السابق إلى عدم وجود فروق دالة بين مجموعات الباحثين فى دوافع تعرضهم النفعية للقنوات والصحف الإسلامية حيث بلغت قيمة ف (١,٨٦) وهي قيمة غير دالة عند أى مستوى من مستويات الدلالة .

جدول رقم (٣٤) يوضح تحليل التباين أحادى الإتجاه بين دلالة الفروق بين المستويات العمرية  
فى دوافع التعرض الطقوسية

| الدلالة     | قيمة ف | متوسط<br>المربعات | درجة الحرية | مجموع<br>المربعات | مصدر التباين   |
|-------------|--------|-------------------|-------------|-------------------|----------------|
| بين<br>دالة | ٣,٤٧٣  | ٣٦,٥٥٢            | ٢           | ٧٣,١٠             | بين المجموعات  |
|             |        | ١٠,٥٢٦            | ١٩٨         | ٢٠٧٣,٦١           | داخل المجموعات |
|             |        |                   | ٢٠٠         | ٢١٤٦,٧٢           | المجموع        |

وتشير نتائج الجدول السابق إلى عدم وجود فروق دالة بين مجموعات المبحوثين  
فى دوافع تعرضهم الطقوسية للقنوات والصحف الإسلامية حيث بلغت ف (٣,٤٧٣)  
وهي قيمة غير دالة عند أى مستوى من مستويات .

## نتائج الدراسة

- ١- أظهرت النتائج أن ٦٦٪ من خطباء المساجد يتابعون الخطاب الدينى أحياناً وأن ٣٢٪ يتابعونه دائماً وأن ٢٪ يتابعونه نادراً .
- ٢- حصلت إذاعة القرآن الكريم والقنوات الإسلامية المتخصصة والصحف الدينية على الترتيب الأول بنسبة ١٠٪ كما حصلت مصادر أخرى للإطلاع كالكتب والمجلات الدينية على نفس الترتيب ثم القنوات التلفزيونية الأرضية فالصحف العامة .
- ٣- جاءت قناة الرحمة فى الترتيب الأول بالنسبة للقنوات المفضلة لدى خطباء المساجد ثم قناة الناس ثم الرسالة ثم المجد ثم اقرأ ثم الخليجية .
- ٤- جاءت صحيفة الأزهر فى الترتيب الأول بنسبة ٥٢,٥٪ ثم جاء اللواء الإسلامى ثم عقيدتى .
- ٥- جاءت القدرة على المتابعة الأنية للقضايا المختلفة فى الترتيب الأول بالنسبة لأسباب متابعة الخطاب الدينى من خلال القنوات الإسلامية ثم جاء وجود علماء متخصصين لتقديم المضمون ثم الأسلوب الشيق للعرض .
- ٦- بالنسبة لأهم أسباب متابعة الخطاب الدينى فى الصحف الإسلامية جاء وجود علماء متخصصين لتقديم المضمون فى الصحف الإسلامية من أهم الأسباب بنسبة ٣٨٪ ثم ثقة المعلومات الدينية والقدرة على الإطلاع على المضمون الدينى أكثر من مرة .
- ٧- جاءت برامج الفتاوى من أهم الأشكال البرمجية التي يفضل خطباء المساجد متابعتها بنسبة ٥٧٪ ثم جاء الخطاب الدينى المباشر ثم البرامج الحوارية ثم برامج تعليم القرآن .
- ٨- حصل المقال على الترتيب الأول كأحد الفنون التحريرية الهامة التي يتابعها خطباء المساجد عبر الصحف الدينية ثم جاء الحديث ثم الخبر ثم التحقيق ثم التقرير
- ٩- بالنسبة لمعدل التعرض للقنوات الفضائية وجد أن ٤٨٪ من العينة يشاهدون القنوات الإسلامية من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات ، وأن ٤٥٪ يشاهدون أقل من ساعة، وأن ٧٪ يشاهد ومنها لمدة ثلاث ساعات .

- ١٠- بالنسبة لمعدل التعرض للصحف الإسلامية وجد أن ٤٤٪ من خطباء المساجد يقرأون الصحف لمدة أقل من ساعة وأن ٣٨٪ يتعرضون للصحف من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات وأن ١٨٪ يتعرضون للصحف لمدة ثلاث ساعات.
- ١١- بالنسبة لأسباب ثقة خطباء المساجد فيما يقدمه الخطاب الديني من معلومات جاء الإعتماد على المصادر والاسانيد القوية في عرض المضمون في مقدمة الأسباب بنسبة ٤٩٪، ثم الأسلوب الشيق في تناول المعلومات ، ثم شهرة من يقدم الخطاب الديني في مجال الدعوة ، ثم الدرجات العلمية في مجال الدعوة .
- ١٢- وبالنسبة لما استطاع الخطاب الديني أن يحققه من وجهة نظر خطباء المساجد جاء زيادة الوعي الديني في الترتيب الأول بنسبة ٥٠٪ ، ثم جاء الدعوة إلى التدين الإجتماعي في الترتيب الثاني بنسبة ٢٠٪ ، ثم القدوة الحسنة التي يقتدى بها الأفراد بنسبة ١٨٪ ، ثم تبنى هموم الناس تخفيفها في الترتيب الأخير بنسبة ١٢٪ .
- ١٣- وأجاب ٥٢٪ من خطباء المساجد أن الخطاب الديني استطاع أن يواجه تحديات العصر أحياناً وأجاب ٣١٪ أنه أستطاع أن يواجه هذه التحديات دائماً وجاء ١٧٪ أنه أستطاع أن يواجه بصفة نادرة .
- ١٤- بالنسبة لكيفية مواجهة الخطاب الدين لتحديات العصر من وجهة نظر خطباء المساجد جاء القدرة على التصدي للهجمات الشرسة على الإسلام بنسبة ٣٩٪ ثم أنه يبين موقف الإسلام من الآخر ثم تحسين صورة العرب والمسلمين ثم التصدي للقضايا العصرية المختلفة .
- ١٥- أما عن وجود إختلاف على بعض القضايا الدينية من خلال الخطاب الديني الموجه فاتفق خطباء المساجد على وجود إختلاف بنسبة ٥١٪ ثم قالوا أن هناك إختلافات بينهم بنسبة ٤٩٪ .
- ١٦- وجاء على رأس أسباب الإختلاف في الفتاوى أن الإجتهد قد يختلف بين العلماء بسنة ٧٢٪ ثم جاء التيار الذي قد ينتمى إليه العالم الموجه للخطاب ٣٤٪ ثم افتقاد القيادة المرجعية الواحدة في المسائل الفقهية .
- ١٧- بالنسبة لمدي الموافقة على عرض المشاكل الشخصية على الهواء جاءت الإجابة بلا بنسبة ٦٤٪ ثم جاءت أحياناً بنسبة ٣١٪ ثم جاءت بنعم بنسبة ٥٪

- وجاءت أهم أسباب الرفض أن هذه المشكلات تكون شخصية ومحرجة لعرضها على الهواء بنسبة ٥١,٦% ثم أنه يمكن مراسلة العلماء بنسبة ٢٠,٣% .
- ١٨- وجود فروق دالة إحصائياً بين الريف والحضر فى معدل التعرض للقنوات الفضائية الإسلامية .
- ١٩- عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الريف والحضر فى مستوى التعرض للصحف الإسلامية .
- ٢٠- عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متغيرات السن المختلفة فى معدل التعرض للقنوات الفضائية .
- ٢١- عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متغيرات السن المختلفة فى معدل التعرض للصحف الإسلامية .
- ٢٢- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحضر والريف فى الأشباعات العملية من الخطاب الدينى الموجه عبر القنوات والصحف الإسلامية .
- ٢٣- عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الحضر والريف فى اشباعات المحتوى المتحقق من الخطاب الدينى الموجه عبر القنوات والصحف الإسلامية .
- ٢٤- وجود فروق دالة إحصائية بين الريف والحضر فى دوافع التعرض النفعية للقنوات والصحف الإسلامية .
- ٢٥- وجود فروق دالة إحصائياً بين الحضر والريف فى دوافع التعرض النفعية للقنوات والصحف الإسلامية .
- ٢٦- عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المستويات العمرية المختلفة فى الإشباعات العملية المتحققة من الخطاب الدينى الموجه .
- ٢٧- وجود فروق دالة إحصائياً بين المستويات العمرية المختلفة فى إشباعات المحتوى المتحقق من التعرض للخطاب الدينى الموجه .
- ٢٨- عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المستويات العمرية المختلفة فى دوافع تعرضهم النفعية للقنوات والصحف الإسلامية .
- ٢٩- عدم وجود فروق إحصائياً بين المستويات العمرية المختلفة فى دوافع تعرضهم الطقوسية للقنوات والصحف الإسلامية .



## الهوامش والمراجع

- ١- هشام محمد عبد الغفار ، إستخدام أئمة مساجد القاهرة للمضامين الدينية المتخصصة في الصحف المصرية ، المؤتمر العلمى السنوى الثانى ، الإعلام وتحديث المجتمعات العربية ، الجزء الثانى ، ٢-٤ مايو ٢٠٠٦ ، ص ١٩٩ .
- ٢- مصطفى الفقى ، تجديد الخطاب الدينى ، حلقه نقاشية ، إعداد سالم عبد الجليل ، ع ١٦ ، وزارة الأوقاف ، المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية ، ٢٠٠٨ ، ص ٤٣ .
- ٣- أحمد عمر هاشم ، القلم سلاح ندافع به عن وطننا وديننا ، ماذا يريد الدعاة من الإعلاميين ، مركز الإتصال والإعلام ، وزارة الأوقاف ، ص ٤٣ .
- ٤- محي الدين عبد الحليم ، نحو إستراتيجية إعلامية دعوية مشتركة ، مركز الإتصال والإعلام ، وزارة الأوقاف ، ص ١٠ .
- ٥- حسن عماد مكاوى ، وليلى حسين ، الإتصال نظرياته المعاصرة ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٨ ، ص ٢٥٣ .
- ٦- سيف الدين عبد الفتاح ، تجديد الخطاب الدينى من الحملة الفرنسية إلى الحملة الأمريكية ، القاهرة ، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان ، ٢٠٠٥ ، ص ٣ .
- ٧- محمد سيد أحمد المسير ، قضايا الفكر الإسلامى المعاصر ، القاهرة ، دار نهضة مصر للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٢ ، ص ٣٥ .
- ٨- صابر سليمان عسران ، إستخدامات وإشباعات التلفزيون لدى أئمة المساجد في محافظة القاهرة ، جامعة الأزهر ، كلية اللغة العربية ، قسم الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، ١٩٩٤ .
- ٩- رزق سعد عبد المعطي ، إستخدام الإعلام الدينى وإشباعاته في مصر ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، ١٩٩٧ .
- ١٠ - محمود حسن إسماعيل ، إستخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الدينية والإشباعات المتحققة منها ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، كلية الإعلام ، المجلد الخامس ، العدد الثانى يونيو - ديسمبر ٢٠٠٤ .

- ١١- هشام محمد عبد الغفار . مرجع سابق .
- ١٢- محمود صقر ، الإعلام وموقف الكتاب العربي السعودي ، العدد ٦٣ ، السعودية : جده ، ١٩٨٢ .
- ١٣- محي الدين عبد الحليم ، تجديد الخطاب الديني ، حلقة نقاشية ، إعداد سالم عبد الجليل ، مرجع سابق ، ص٨٧ .
- ١٤- محي الدين عبد الحليم ، إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية ، كتاب الأمة ، دورية تصدر كل شهرين ، وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية ، قطر ، ع ٦٤ ، ربيع الأول ١٤١٩ هـ ، السنة الثامنة عشرة ، ص١٧٤ .
- ١٥- عبد الفتاح عبد النبي ، المؤثرون - دراسة نموذج أئمة المساجد في بناء الإتصال ، القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٩٥ .
- ١٦- محمد أحمد يونس ، الخطاب الديني في الصحف المصرية خلال الفترة ما بين عامي ١٨٨٢ . ١٩١٤ ، رسالة دكتوراة ( القاهرة : كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ٢٠٠٠ ) .
- ١٧- جابر محمد عبد الموجود ، إتجاهات النخبة حول تجديد الخطاب الديني ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، العدد ١٨ ، أكتوبر ٢٠٠٢ .
- 18- Cobb-Walgren and C.) : why teenagers don't read a/c about it, j q. vol., 672 sum ., 1990,pp,346-347.
- 19-Heshem Mahmoud "uses and gratifications of television viewing among Egyptian adults "un published master's thesis (Cairo :AUC ,) journalism Department ,1991.
- 20- Danial Thomas Burns, A Qualitative study of the research of technological determinism into Mass Media Theory Regarding internet uses Masters of Science in Journalism (Morgantown West Virginia , 2004).
- 21- Robert La Rose & Mathew S.Eastin, A Social Cognitive Theory of internet uses and Gratifications . Toward a New Model of Media Attendance, Journal of Broadcasting & Electronic Media .

٢٢- علاء الشامي ، دور الخطاب الدينى فى وسائل الإتصال فى تشكيل إتجاهات الشباب المصرى نحو القضايا السياسية ، (القاهرة : كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ٢٠٠٦ ) .

٢٣- صالح السيد عراقى ، أساليب تطوير الخطاب الدينى فى القنوات الفضائية العربية ، دراسة على عينة من الخبراء والقائمين بإتصال فى تلك القنوات ، المؤتمر العلمى الثانى ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة فى الفترة من ٢-٤ مايو ٢٠٠٦ .

٢٤ - منال عبده منصور ، دور الخطاب الدينى المقدم بالقنوات الفضائية الدينية المتخصصة فى تثقيف المراهقين دينياً ، رسالة دكتوراة ( القاهرة ، معهد الدراسات العليا للطفول ، جامعة عين شمس ، ٢٠٠٧ ) .

٢٥ - محى الدين عبد الحليم . خطبة الجمعة والإتصال بالجماهير ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٩٠ ، ص ١١ .

٢٦ - محمد منير حجاب ، تجديد الخطاب الدينى ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٤ ، ص ٣٣٥ .

٢٧ - محمد منير حجاب ، أساسيات البحوث الإعلامية والإجتماعية ، ط ١ ، القاهرة ، دار الفجر العربى للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٢ ، ص ٨١ .

٢٨- محمد عبد الحميد ، بحوث الصحافة ، ط ١ ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٩٢ ، ص ٩٣ .

29 -Paul D. Leedy "Practical Research : planning and Design 5<sup>Th</sup> Ed ( New York : Macmillan publishing company 1993. P . 199 .

30- Arthur Asa. Berger media research techniques London sage publications 1991 PP. 39 -44 .

٣١- محمود حسن إساعيل ، مناهج البحث فى إعلام الطفل ، ط ١ ، القاهرة ، دار النشر للجماعات ، ١٩٩٦ ، ص ١٤٢ .

\* وقد اعتمدت الدراسة في بناء الخليفة النظرية على المراجع التالية مرتبة حسب

الإستعانة بها:

- Rowland Larimer "mass communication Comparative introduction" united kingdom : Manchester university press 1994 p . 162.

- Mcpuail Denis (, Mass communication theory; Introduction London: sage publication 1994 A 318.

- Jean Nobes Gratification models of satisfaction and choice of communication in organizations communication Research vol. 19 Feb. 1992 p.30.

- مرفت الطرابيشى ، دوافع قراءة الصحف المصرية المستقلة وإشباعاتها لدى

الجمهور المصرى ، مجلة بحوث الإعلام ، جامعة الأزهر ، العدد التاسع ، يوليو

١٩٩٨ ، ص ٧٠

-Barrie Gunter (finding the limits of Audience Activity) communication year Book vol. 11 1988 pp. 108 -121.

- نائلة عماره ، تأثير القنوات الفضائية العربية الخاصة على جمهور وبرامج

التليفزيون المصرى ، رسالة دكتوراة (القاهرة : كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ٢٠٠٧ ،

ص ٧ .

- Price, Stuart. Communication Studies. (Edinburgh; Longman 1996 p.132 .

- James Watson. Media Communication. An Introduction to theory and process London Hong Kong: Macmillan press LTD 1998 p.62- 64.

- Dominick Joseph R. the Dynamic of mass Communication (New York; Mc Grow Hill publishing company 1990 p.32

- Alexis S. Tam Mass Communication theories and research New York John wiles arsons chic Hester Toronto and Singapore 1985. p. 237 -2380 .

- محمد البشر ، قصور النظرية فى الدراسات الإعلامية ، المجلة العربية للعلوم

الإنسانية ، العدد ٨٣ ، ٢٠٠٣ ، ص ٩٩ .

- J.G Blumberg & E.katz (the uses a & mass communication;  
current perspective on gratification research London :Beverly  
Hills sage publications 1974 p.15 .

- محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ( القاهرة : عالم الكتب ،  
٢٠٠٤ ، ص٢٢٠ : ص٢٢١ .

- سامي طابع ، بحوث الإعلام ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، ٢٠٠١ ، ص١٢٤ .

- مرفت الطرابيشي ، مرجع سابق ، ص٧٣ .

- Denis Mcquail and seven win Dahl ( communication  
Models for the study of mass communication 2nd Ed London  
: long man 1993 p 78 .p 79.

- Philip palm green Lawrence wanner Gratification  
Discrepancies and news program choice In : communication  
Research. voL.8 .No4. October 1981. PP.451 – 453.

موقف خطباء المساجد من الخطاب الدينى الموجه عبر القنوات والصحف  
الإسلامية والإشباعات المتحققة منه  
"دراسة ميدانية مقارنة"

د. دعاء فكرى عبدالله (\*)

د. سكرة على البريدى (\*\*)

ملخص البحث :

تزايدت مسئولية الإعلام الدينى نتيجة ما يشهده العالم من بث إعلامى وافد من جميع الثقافات . لذا جاءت النداءات المتعددة بتجديد الخطاب الدينى المقدم من خلال الدعاة على مستوى المساجد فى كافة أنحاء الجمهورية ومن خلال الخطاب الدينى الموجه عبر وسائل الإعلام المختلفة، وبالتالي فإن مشكلة الدراسة تتحدد فى معرفة موقف ورأى خطباء المساجد فى الخطاب الدينى الموجه عبر القنوات والصحف الإسلامية وهل استطاع الخطاب الدينى من وجهة نظرهم أن يواجه تحديات العصر ومعرفة الإشباعات المتحقق لهم من خلال التعرض لمحتوى هذا الخطاب ، وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية ، وتعتمد على منهج المسح الإعلامى ومنهج دراسة العلاقات الإرتباطية ، وقد استخدم اسلوب المسح الميدانى من خلال صحيفة الاستقصاء التى طبقت على ٢٠٠ من خطباء المساجد فى محافظتى الدقهلية والمنوفية ، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: أظهرت النتائج أن ٦٦٪ من خطباء المساجد يتابعون الخطاب الدينى أحياناً ، وأن ٣٢٪ يتابعون دائماً، جاءت قناة الرحمة فى الترتيب الأول بالنسبة للقنوات المفضلة لدى خطباء المساجد ، صحيفة الأزهر بالنسبة للصحف الإسلامية المفضلة لديهم، كما أظهرت الدراسة عدم وجود فروق دالة احصائياً بين الحضر والريف فى اشباعات المحتوى المتحقق من الخطاب الدينى الموجه عبر القنوات والصحف الإسلامية، عدم وجود فروق احصائياً بين المستويات العمرية المختلفة فى دوافع تعرضهم الطقوسه للقنوات والصحف الإعلامية.

(\*) مدرس صحافة بكلية التربية النوعية- جامعة المنوفية .

(\*\*) مدرس إذاعة وتلفزيون بكلية التربية النوعية -جامعة المنوفية .

