

اتجاهات النخبة المصرية نحو القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

دراسة ميدانية

إعداد

دكتور محمد عبد البديع السيد

قسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة بنها

مجلة البحوث الإعلامية , جامعة الأزهر , العدد الثلاثون , أكتوبر ٢٠٠٨ م .

مقدمة :

أدى سقوط الأيدولوجيات الكبرى التي كانت تلهم العالم رؤاه وأفكاره ومشروعاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية إلى تصاعد الطلب على الدين كمصدر رئيس (صار لاحقاً مصدراً وحيداً) للمعاني والرموز والطقوس التي يحتاجها الفضاء العام ومجالاته المختلفة مما لم يكن حاضراً فيه من قبل في العصر الحديث، ومن تصاعد الطلب على الدين ليس في السياسة والاقتصاد فقط بل وفي وسائل الإعلام التي بدت أكثر حساسية وتأثراً بهذا التحول كما كانت الأكثر قدرة على تلبية هذا الطلب الديني المتعاظم خاصة مع احتدام الجدل الدائر والمتصاعد حول الدين وسؤال الهوية وموقع الدين فيها وهو جدل يدور معظمه عبر الفضائيات أو البرامج الدينية (١) .

وقد اعتبر البعض القنوات الفضائية الدينية الإسلامية في المنطقة العربية خطوة صحيحة نحو تدعيم الارتباط بالهوية الإسلامية في مواجهة سيل التيارات الجارفة التي تحاول اقتلاع كل ما يمت للإسلام بصلة من جذوره وتعمل على إلصاق مختلف الاتهامات بالإسلام واصفة إياه بالجمود والعنف والإرهاب وعدم التماشي مع التطور الحضاري (٢) .

واعتبرها البعض الآخر بمثابة ديكور يزين القنوات التي يضمها القمر الصناعي وهذا أسلوب تسويقي لا يتناسب مع مكانة ودور الدعوة الإسلامية في حياتنا وما يجب أن نوليه لها من احترام (٣) .

كما اعتبرها آخرون بأنها نجحت في جذب عدد كبير من المشاهدين بأسلوب الإعلام الرأسمالي الذي يعتمد على ترويج المادة الإعلامية كسلعة ، فاستعانت بالمشاهير في مجال الفقه والدعوة الإسلامية ، بالإضافة إلى عدد من الممثلات المعتزلات فيما يشبه نظرية الترغيب كما أسهمت هذه القنوات بتجديد الخطاب الديني ودعمت جهود الدعوة الإسلامية في الداخل وحملت على عاتقها التعريف بحقيقة الإسلام في الخارج ولكن بشكل محدود (٤) .

كما أن هذه القنوات تعتبر تجربة ناجحة إلى حد كبير فهي متمسكة بالطابع الإعلامي الديني كما يجب أن يكون في سبيل نشر الإسلام والدعوة له في الداخل والخارج وترسيخ القيم والعادات التي جاء الإسلام بها ، وقد استعانت بالوعاظ من جميع أنحاء الوطن العربي لتقريب اللهجات العربية ومخاطبة الجمهور من المحيط للخليج (٥) .

ووفقاً لآخر إحصائيات وبيانات اتحاد إذاعات الدول العربية (٢٠٠٨) يبلغ عدد الهيئات العربية التي تبث أو تعيد بث قنوات فضائية (٢٥٠) هيئة منها (٢٤) هيئة حكومية و (٢٢٦) هيئة خاصة تمتلكها وتديرها رؤوس أموال عربية .

وتبث الدول العربية حوالى (٥٢٠) قناة فضائية متعددة الأغايات والأهداف منها (١٣٠) قناة عامة ذات برامج متنوعة و (٣٩٠) قناة متخصصة منها ١٣ قناة دينية موزعة كالتالى (١٠) قنوات تابعة للقطاع الخاص و (٣) قنوات حكومية (٦) .

وبالرغم من الإمكانات المادية والبشرية التي يمتلكها العرب والمسلمون إلا أنهم مازالوا عاجزين عن استخدام تكنولوجيا الإعلام ومواكبة العصر المعلوماتي وتوظيفه لخدمة قضاياهم ومازال القصور يلزمهم في إطلاق قنوات تليفزيونية دينية متخصصة تعبر عنهم وترد على الشبهات التي تشوه صورة الإسلام والمسلمين في الغرب وتنتشر روح الإسلام في الداخل فضلاً عن الخارج (٧) .

كما أن واقع الإعلام الفضائي ينبئ عن خلل ما في النظرة إلى البرامج الدينية، وبالتالي إلى حجم المعروض منها في القنوات الفضائية حيث لا تعبر الغالبية من القنوات الفضائية العربية اهتماماً للبرامج الدينية وتركز غالبية البرامج الدينية على المضمون الديني الصرف والذي يعتمد على المعلومة الدينية والتوجيه المباشر وتعتمد معظم هذه البرامج على تقديم مضمونها ومادتها في قوالب تقليدية ويغلب على معدي ومقدمي البرامج الدينية عدم الخبرة المهنية في قواعد وأساليب الإعداد التليفزيوني وتقديم البرامج المرئية (٨) .

ومن هنا تأتى هذه الدراسة للتعرف على اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية المصرية لظاهرة القنوات الفضائية الدينية الإسلامية سواء كانت قنوات مصرية أو عربية ومسئولياتها نحو التعريف بصحيح الدين وتغيير الصورة النمطية والمشوهة عن الدين والتعرف على آرائهم ومقترحاتهم لوضع منظومة إعلامية متكاملة تقدم صورة حضارية للإسلام في الداخل والخارج من خلال هذه القنوات .

الدراسات السابقة :

تبين للباحث من خلال مراجعته للتراث العلمي للبحوث والدراسات السابقة أن هناك دراسات وبحوث لها علاقة مباشرة بموضوع دراسته وتدور حول علاقة الجمهور بالقنوات الدينية والبرامج الدينية في القنوات الفضائية والضوابط الأخلاقية والقانونية لعمل القنوات الفضائية وهناك دراسات وبحوث لها علاقة غير مباشرة بالموضوع وتتناول اتجاهات النخبة نحو القنوات التليفزيونية من حيث واقعها ومستقبلها ودورها في الأزمات العربية وصورة الدين والإنسان العربي فيها وبالتالي قسم الباحث الدراسات السابقة إلى نوعين من الدراسات هما :

أولاً : دراسات عربية وقسمها الباحث الى :

(١) دراسات لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة :

* دراسة اتحاد الإذاعة والتليفزيون المصري (٢٠٠٨) بعنوان " استخدامات الجمهور المصري للقنوات الدينية " (٩) . تسعى الدراسة للتعرف على مدى استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية الدينية ومدى إشباع تلك القنوات لاحتياجاته والتعرف على استخدامات علماء الدين لهذه القنوات وأجريت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة قوامها ١٢٠٠ مفردة من سكان إقليم القاهرة الكبرى وأسفرت عن عدة نتائج أهمها :

- نسبة ٤٦.٤ % من مجتمع الدراسة يتابعون القنوات الفضائية الدينية لزيادة معرفتهم بالأمور الدينية واكتساب قيم دينية ومعرفة سيرة الرسول والصحابه والقدرة على المحاوره الدينية مع الآخرين .

- تعد قناة الناس أكثر تفضيلاً بنسبة (٦٦.٧ %) يليها قناة المجد بنسبة (١٩.٣ %) ثم قناة إقرأ (١٧.٤ %) لأن قناة الناس قناة شاملة وبرامجها متميزة ومقدمو برامجها متميزون وأسلوبهم شيق وتقدم موضوعات تهتم الأسرة وتعالج مشكلاتها .

- أوضحت نتائج الدراسة أن الجوانب الإيجابية في أداء القنوات الدينية يتمثل في التعريف بعلوم الدين وربط الدين وتعاليمه بالقضايا الحياتية والتقريب بين المذاهب الإسلامية ومحاربة الدجل والشعوذة والاهتمام بالأسرة أما الجوانب السلبية في أداء هذه القنوات فيتمثل في المغالاة والتطرف في تناول القضايا وإثارة النزاعات بين المذاهب وإشاعة الدجل والخرافات واستغلال المشاعر الدينية في تغييب وعي المشاهدين وتضارب الآراء حول الموضوع الواحد وفوضى الفتاوى .

* دراسة محمد غريب (٢٠٠٥) بعنوان " دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التنقيف الديني لدى طلاب الجامعات (دراسة ميدانية) (١٠) تهدف الدراسة الى التعرف على دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية في التنقيف الديني لدى طلاب الجامعات وعلاقة هذه البرامج بإدراكهم للموضوعات والقيم الدينية بالقنوات الفضائية في إطار نظرية الغرس الثقافي بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب كليات الحقوق والتجارة والهندسة والطب بجامعة الزقازيق وأسفرت هذه الدراسة عن عدة نتائج أهمها تصدرت القنوات الفضائية المصرية والعربية المركز الأول من حيث حصول المبحوثين على معلوماتهم الدينية وجاءت قناة إقرأ في الترتيب الأول بنسبة ٧٤.٥ % .

* دراسة صابر عسران (٢٠٠٥) بعنوان " الضوابط الأخلاقية والقانونية لعمل القنوات العربية الخاصة : رؤية مستقبلية " (١١) تهدف الدراسة إلي وضع مجموعة من الضوابط الأخلاقية الضرورية لعمل القنوات الفضائية العربية الخاصة (الإخبارية والغنائية) ومحاولة معرفة التشريعات القانونية التي يمكن أن تلتزم بها هذه القنوات وتعمل من خلالها وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج أهمها :

- تتمثل الضوابط الأخلاقية اللازمة لعمل القنوات الفضائية العربية الغنائية الخاصة (قنوات الفيديو كليب) في إحياء دور الدين وبث وتعميق القيم الأخلاقية في النفوس القائمين على هذه القنوات الفضائية ومالكيها والاهتمام بالأغنية كلمة ولحناً وأداء والارتقاء بدور الفن ورسالته السامية ونشر الحرية الواعية المسئولة .

- تتمثل الضوابط القانونية اللازمة والضرورية للقنوات الإخبارية والغنائية العربية الخاصة في فرض عقوبات قانونية على القنوات التي تعرض الأغاني الإباحية وتطبيق القوانين التي تحفظ حياء المجتمع وتحافظ على العفة والشرف وتعديل بعض القوانين الخاصة بالآداب العامة وصياغة قوانين إعلامية جديدة تتناسب من متغيرات العصر وتطبيق القوانين المرتبطة بحرية العمل الإعلامي .

(٢) دراسات لها علاقة غير مباشرة بموضوع الدراسة :

* **دراسة حنان سليم (٢٠٠٥)** بعنوان : " اتجاهات النخبة المصرية نحو واقع ومستقبل القنوات الإخبارية العربية " (١٢) . تهدف هذه الدراسة إلى رصد وقياس اتجاهات الصفوة المصرية نحو واقع ومستقبل القنوات الإخبارية العربية الثلاث (النيل للأخبار - الجزيرة - العربية) وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها :

- وجود اتجاهات إيجابية لدى الصفوة المصرية نحو سلبيات البرامج الحوارية فى القنوات الإخبارية الثلاث حيث عكست النتائج اتجاهات قوية بشأن قناة الجزيرة حيث تعتقد الصفوة المصرية أنها أكثر القنوات اعتماداً على الانفعالية فى مناقشة القضايا كما إنها تشوه الصورة العربية فى القضايا المطروحة .

- وجود اتجاهات إيجابية لدى الصفوة المصرية نحو مكونات الأداء الإعلامى للقنوات الإخبارية العربية الثلاث حيث تعتقد الصفوة أن قناة الجزيرة توافرت فيها خمس مكونات للأداء الإعلامى هم الفورية والجرأة فى طرح الموضوعات والمصادقية والدقة فى طرح المعلومات والتوازن من خلال طرح مختلف الآراء والحياد والموضوعية فى التناول فى حين تعتقد الصفوة المصرية أنها أيضاً من أكثر القنوات الثلاث فى المبالغة والتهويل عند تناول المشكلات والقضايا العربية .

* **دراسة خالد صلاح الدين (٢٠٠٤)** بعنوان " اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التليفزيونية الإخبارية للأزمات العربية فى إطار مدخل إدارة الصراع " (١٣) . تستهدف الدراسة رصد وقياس اتجاهات النخبة المصرية نحو فاعلية القنوات الإخبارية العربية (النيل للأخبار والجزيرة والعربية) فى توجيه وإدارة الصراعات والأزمات التى تمس الأنظمة والشعوب والمقدرات العربية على المستويين العام والفرعى . وأبرزت نتائج الدراسة أن النخبة المصرية تعتقد أن القنوات الإخبارية الثلاث قد دأبت على توظيف الهوية العربية بأبعادها الثلاثة بوصفها مرجعية رئيسية حال إدارتها للأزمات العربية الراهنة وقد أكد أفراد النخبة المصرية أن قناة النيل للأخبار كانت الأكثر التزاماً بتوظيف البعد السياسى للهوية العربية حيث دأبت تلك القناة على توفير قاعدة من التفاهم لإمكانية العمل العربى المشترك .

كما تشير النتائج إلى أن النخبة المصرية تعتقد أن قناة الجزيرة كانت الأكثر التزاماً بطرح البعد الجمعى للهوية العربية حيث دأبت على بث مشاعر التوحد والتوافق فيما بين الجماعات والشعوب العربية بهدف توحيد مواقفها إزاء الأزمات العربية .

* **دراسة جيهان يسري (٢٠٠٤)** بعنوان " صورة العرب فى القنوات الفضائية العربية : دراسة استطلاعية على عينة من النخبة الأكاديمية العربية " (١٤) . تستهدف هذه الدراسة التعرف على صورة العرب التى تعكسها الفضائيات العربية من خلال رصد وتحليل آراء واتجاهات عينة من النخبة الأكاديمية العربية فى الفضائيات العربية وفى الصورة العربية التى تنتجها وتنقلها وتروجها عن العرب وعن كل ما يدور فى العالم العربى وأسفرت نتائج هذه الدراسة عن وجود علاقة ارتباط إيجابى بين الفضائيات الدينية بصفة خاصة وبين ثقة النخبة العربية فى كل ما تقدمه وبين مشاهدتهم لها بانتباه . كما أسفرت النتائج عن أن بعض الفضائيات العربية شديد التسبب والبعض الآخر شديد الانغلاق فى التعبير عن العرب كما أن بعض برامجها يعمل على

تزييف الواقع وعدم إظهار الحقيقة في بعض المواقف يتسم بعدم الموضوعية وموضوعاتها دخيلة على العادات والتقاليد والأخلاق العربية وتعكس صورة سلبية تسيء للعرب بصفة عامة وللشباب بصفة خاصة .

* **دراسة أحمد عثمان وسامى النجار (٢٠٠٢)** بعنوان " اتجاهات الصفوة المصرية نحو صورة الإنسان العربي فى الصحف وقنوات التلفزيون الغربية " (١٥) .

استهدفت هذه الدراسة التعرف على اتجاهات الصفوة المصرية الإعلامية للإنسان العربي فى الصحف وقنوات التلفزيون الأجنبية والغربية ومحاولة الكشف عن الدور الذى يمكن أن تقوم به هذه الصفوة فى مواجهة سلبيات تلك الصورة من خلال دراسة مكونات هذه الاتجاهات المعرفية والوجدانية والاستعداد السلوكي . وخلصت هذه الدراسة إلى أن اتجاهات الصفوة نحو الصورة الإعلامية للإنسان العربي فى الصحف والقنوات الغربية لم تتأثر كثيراً باختلاف نوع هذه الصفوة فقد جاءت العلاقة بين نوع الصفوة وكل من المكون المعرفي والميل أو الاستعداد السلوكي كمكون لاتجاهاتها ذات دلالة إحصائية متوسطة وعبرت الصفوة بجميع فئاتها عن ميل واستعداد سلوكي واضح لمواجهة ما ينشر ويذاع من تشويه وتحيز ضد الإنسان العربي فى الصحف وقنوات التلفزيون الغربية إذا أتاحت لها الفرصة لذلك .

* **دراسة عادل ضيف (٢٠٠٢)** بعنوان " رأى النخبة حول دور الإعلام فى تحسين صورة العرب والمسلمين بالخارج " (١٦) . ركز فيها على استطلاع رأى النخبة المصرية حول كيفية قيام وسائل الإعلام بتحسين الصورة العربية والإسلامية بالخارج وتوصلت الدراسة الى ٦٨ % من أفراد النخبة المصرية قالوا إن العرب والمسلمين من ناحية والغرب من ناحية أخرى مسئولون عن تشويه الصورة العربية والإسلامية فى الخارج وذكر ٨٦ % من أفراد النخبة أن الغرب غير مسئول وحده عن تشويه الصورة مما يعكس قناعة معظم أفراد النخبة بأن الغرب ليس وحده المسئول عن تشويه الصورة ولكن العرب والمسلمين مسئولون أيضا عن ذلك .

* **دراسة سوزان القليني (١٩٩٨)** بعنوان " مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون فى وقت الأزمات " (١٧) . تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد النخبة المصرية على التلفزيون وقت الأزمات ذات الطابع المحلى والدولى والى أى مدى استطاع التلفزيون المصرى من خلال التغطية الإعلامية لحادث الأقصر جذب أفراد الصفوة المصرية إليه فى ظل قنوات وشبكات دولية تستغل تلك الحوادث أفضل استغلال إعلامي وأبرزت نتائج الدراسة أن أفراد النخبة عينة الدراسة اعتمدت على التلفزيون المصرى وشبكة CNN الإخبارية الأمريكية كأهم مصادر المعلومات خلال حادث الأقصر وتباينت أسباب اعتماد النخبة المصرية على التلفزيون خلال الحادث ما بين الثقة فى الوسيلة والمساعدة على فهم الأحداث وتفسيرها والمساعدة على اتخاذ القرارات وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود تنوع فى التأثيرات المترتبة على اعتماد النخبة على التلفزيون بوصفه مصدرا أولياً للمعلومات عن الحادث حيث جاءت التأثيرات الوجدانية فى المرتبة الأولى وتلتها التأثيرات السلوكية ثم التأثيرات المعرفية كما أبرزت النتائج انخفاض مستوى الثقة لدى النخبة السياسية فى التلفزيون المصرى مقابل ارتفاع عال جدا فى درجة ومستوى الثقة لدى النخبة الإعلامية فى هذا الجهاز .

* دراسة عادل عبد الغفار (١٩٩٥) بعنوان " استخدامات الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي " (١٨). تهدف الدراسة إلي التعرف على استخدامات النخبة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي والإشباع التي تتحقق منها وأبرزت نتائج الدراسة ارتفاع نسبة مشاهدة قنوات التلفزيون الدولي بين أفراد النخبة ويرجعون أسباب استخدامهم لهذه القنوات إلي حياد هذه القنوات وموضوعيتها وسرعة تغطيتها للأخبار كما أبرزت نتائج الدراسة وجود دوافع عديدة لاستخدامات النخبة للراديو والتلفزيون حيث جاء دافع مراقبة البيئة المحلية والدولية في مقدمة هذه الدوافع ووجود ارتباط إيجابي بين الانتماء السياسي لأفراد النخبة ودرجة الثقة في وسائل الإعلام كما أشارت نتائج الدراسة إلي ارتفاع معدل تعرض النخبة المصرية للتلفزيون الدولي.

* دراسة وليد فتح الله بعنوان " تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأى فى القنوات التلفزيونية العربية " (١٩). تهدف هذه الدراسة إلي التعرف على مدى تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأى فى القنوات التلفزيونية العربية وذلك بالتطبيق على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج أهمها أن المضامين الإخبارية تأتي في مقدمة المضامين التي يفضلها المبحوثون تليها الأفلام والمسلسلات والبرامج الحوارية كما جاءت قنوات التلفزيون المصري والجزيرة ودريم في مقدمة القنوات التي تفضلها عينة الدراسة .

ثانياً : دراسات أجنبية :

* دراسة David Domke et al (٢٠٠٠) (٢٠) سعت هذه الدراسة للتعرف على تأثير سمات وصفات النخبة على المعلومات التي تطرحها على الجماهير بوصفهم مصادر إخبارية وتوصلت الدراسة إلي وجود تأثيرات بين خصائص النخبة السياسية وتمثيل المبحوثين في المجموعات التجريبية للمعلومات الواردة في رسائلهم وأن هذه التأثيرات تزداد كلما كان هناك تشابه وتماثل بين المبحوثين والنخبة خاصة في الصفات المتعلقة بالدين والعرق والنوع .

* دراسة Oleg Manaev (١٩٩٤) (٢١) رصدت هذه الدراسة قياس اتجاهات الصفوة الإعلامية نحو أداء وسائل الإعلام في روسيا ومدى توافر مكونات الأداء الإعلامي بها وأسفرت الدراسة عن وجود اتجاهات إيجابية لدى الصفوة الإعلامية نحو مكونات أداء وسائل الإعلام الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية وحرية التعبير والموضوعية والمكاشفة والفعالية .

* دراسة KAPFERAA/ILLIAM-ROBERT JR (١٩٩٧) (٢٢) : تهدف الدراسة إلي التعرف على سمات القيادة المشتركة بين النخب الإعلامية وذلك بالتطبيق على عينة قوامها ٢٠ من قيادات العمل الإعلامي في التلفزيون وشبكة الإنترنت ووسائل الإعلام المطبوعة . وأسفرت الدراسة عن وجود ٣٤ سمة عامة ومشاركة بين النخب الإعلامية بالإضافة إلي ثلاثة عشر موضوع مشترك بين القيادات الإعلامية .

وكشفت النتائج عن أن قيادات العمل التلفزيوني اتفقت آرائهم على أن أهم سمات القيادة المشتركة بينهم تتمثل في الذكاء والثقة بالنفس والمثابرة وحب الاستطلاع والرؤية والهدف في حين أجمعت آراء قيادات العمل الإعلامي على الإنترنت على أن أهم سمات القيادة المشتركة بينهم تتمثل في المهارات الاجتماعية والرؤية والهدف وأجندة للعمل والحزم والمغامرة والمثابرة وحب الاستطلاع .

وانتقدت آراء قيادات العمل الإعلامي في وسائل الإعلام المطبوعة على أن أهم سماتهم في القيادة تتمثل في التخصص والخبرة والثقة بالنفس وأخذ زمام المبادرة وبناء علاقات اجتماعية قوية واحترام الوقت

* دراسة AL .HABtB-SALEH-ABDULLAH (١٩٩٥) (٢٣) تهدف الدراسة إلي التعرف على استخدام النخبة السعودية والأردنية للخدمات الإذاعية الوطنية والدولية. كما تسعى الدراسة إلي التعرف على تقييم النخبة العربية لمدى المصداقية والإشباع والمراقبة التي تحققها الخدمات الإذاعية الوطنية والدولية وعلاقتها بالمتغيرات الديموجرافية . وذلك بالتطبيق على عينة بلغت قوامها ١٥٠ مفردة تم اختيارها من بين ٣٠٠ مفردة من النخب من كل البلاد العربية وأسفرت هذه الدراسة عن عدة نتائج أهمها :

* أن النخبة الأردنية أكثر ثقة وتعرضاً لخدماتهم الإذاعية الوطنية من النخبة السعودية .

* إن النخبة السعودية أكثر تعرضاً وثقة وقناعة بالخدمات الإذاعية الدولية وأن إذاعة البي بي سي أكثر شعبية في العربية السعودية .

* النخبة السعودية أكثر تعرضاً من النخبة الأردنية للمحطات الإذاعية التالية : VOA ,BBC ,RMC

التعليق على الدراسات السابقة :

بعد استعراض الدراسات السابقة تبين للباحث عدم وجود دراسة عربية أو أجنبية قد تعرضت للتعرف على رأي النخبة المصرية في المسؤولية الإعلامية للقنوات التلفزيونية الدينية وقد ركزت معظم الدراسات السابقة على اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التلفزيونية الإخبارية للأزمات العربية والصورة العربية التي تنتجها وتنقلها القنوات الفضائية عن العرب وكيفية قيام وسائل الإعلام العربية بتحسين الصورة العربية والإسلامية في الخارج وتأثير سمات وصفات النخبة على المعلومات التي تطرحها وسائل الإعلام على الجماهير وسمات القيادة المشتركة بين النخب الإعلامية في التلفزيون وشبكة الإنترنت ووسائل الإعلام المطبوعة ولم تتناول هذه الدراسات ظاهرة القنوات التلفزيونية الدينية وما أثير حولها من تساؤلات عن دورها وتمويلها والبرامج التي تقدمها ومسئوليتها الإعلامية نحو الدين والمجتمع .

وقد استفاد الباحث من هذه الدراسات في تحديد الإطار النظري والمنهجي للبحث ورصد وتحليل رؤية النخب المصرية لظاهرة القنوات الدينية والتعرف على تصوراتهم ورؤاهم المستقبلية بشأن هذه الظاهرة .

مشكلة الدراسة وأهميتها:

انطلاقاً من الدراسات السابقة يمكن تحديد مشكلة الدراسة وأهميتها من خلال عدة عوامل هي :

* تزايد القنوات الفضائية العربية والأجنبية والمحملة بمضامين مختلفة تحمل في أغلبها قيماً وعادات وثقافات متعددة ومتباينة ومختلفة عن ثقافة المجتمع المتلقى لها (٢٤) .

* تعد القنوات الفضائية الدينية الإسلامية من القنوات المتخصصة التي تتناسب مع روح العصر الحديث إذ تقدم هذه القنوات لمشاهديها المضمون الذي يريدونه في أقل وقت بدلاً من انتظاره وسط مضامين أخرى عديدة ومتنوعة كما أنها تخلق لدى المشاهدين القدرة على الاختيار والحرية الفردية في مشاهدة المادة التي يريدونها الفرد في الوقت الذي يحدده (٢٥) .

* انتشار القنوات الفضائية الدينية الإسلامية واتساع جمهورها وتنامي شعبيتها وما أثير حولها من جدل فيما تبثه وتنتشره من أفكار وموضوعات حول الفهم الصحيح للدين وقيم التسامح وعدم التعصب ومحاولة الدول الكبرى فرض ثقافتها وطمس هويتنا وزعزعة عقيدتنا الدينية (٢٦) .

* يدور البحث في شريحة النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية التي تعد شريحة واعية وقطاع مهم يمثلون مركز التأثير في المجتمع بما لديهم من رؤى فكرية وثقافية وسياسية متباينة ومقدرة عالية على تقييم الموضوعات والأحداث بأسلوب منطقي وعلى الربط الفكري بين المتغيرات التي تحكم تطور الأحداث والقضايا المهمة (٢٧) وبالتالي لابد من الوقوف على رؤيتهم وتقييمهم لأداء القنوات الفضائية الدينية الإسلامية وكيفية تناولها للقضايا والموضوعات الدينية .

* ارتفاع ثقة النخب العربية في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية وفي كل ما تقدمه بصفة عامة مقارنة بالفضائيات العربية الأخرى (٢٨) .

* تحديد مسئولية القنوات الفضائية الدينية الإسلامية في تقديم صورة صحيحة عن الإسلام والمسلمين في الداخل والخارج .

* الدور الذي تلعبه القنوات الفضائية الدينية الإسلامية في تزويد المجتمع بالمعلومات والأفكار والاتجاهات والفتاوى الدينية الصحيحة وإكسابهم القيم والسلوكيات الدينية السليمة والمستقيمة .

وبناء على ما سبق فإن هذه الدراسة تسعى إلي التعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو القنوات الفضائية الدينية الإسلامية ومسئوليتها الإعلامية تجاه المجتمع وأوجه القصور والخلل فيما تقدمه هذه القنوات والكشف عن الدور الذي يمكن أن تقوم به النخبة المصرية في مواجهة السلبيات الناتجة عن أداء هذه القنوات .

أهداف الدراسة :

تسعى الدراسة إلي تحقيق مجموعة من الأهداف :

- ١ - التعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو المسئولية الإعلامية للقنوات الدينية الإسلامية .
- ٢ - رصد أهم القنوات التليفزيونية الدينية الإسلامية التي تحرص النخبة المصرية على مشاهدتها .
- ٣ - الوقوف على مدى التزام القنوات التليفزيونية الدينية الإسلامية بأخلاقيات مهنة الإعلام .
- ٤ - التعرف على الضوابط الأخلاقية للممارسة الإعلامية للقنوات التليفزيونية الدينية الإسلامية .

- ٥ - التعرف على التشريعات القانونية التي تعمل من خلالها القنوات الدينية وتلتزم بها .
- ٦ - رصد مقترحات النخبة المصرية لتطوير الأداء المهني للقنوات التليفزيونية الدينية .

الإطار النظري للدراسة :

إذا كانت هذه الدراسة تسعى للتعرف على رأى النخبة فى المسئولية الإعلامية للقنوات التليفزيونية الدينية الإسلامية فلا بد للتعرض إلي معنى المسئولية وأنواعها المختلفة فى الفلسفتين الإسلامية والغربية .

مفهوم المسئولية :

يشير مفهوم المسئولية فى الفلسفة الإسلامية إلى الاستعداد الفطري الذى جبل الله تعالى عليه الإنسان ليصلح للقيام برعاية ما كلفه به من أمور تتعلق بدينه ودينه فإن وفى ما عليه من الرعاية جعل له الثواب وإن كان غير ذلك جعل له العقاب ويستعمل مصطلح المسئولية فى الفلسفة الغربية لیتضمن كلا من المواقف الأخلاقية والاجتماعية وتعرف المسئولية بأنها وعى الإنسان البالغ أن عليه التصرف تبعاً لمعايير اجتماعية وأنه معرض للعقاب إذا انتهك محظورات التوجيه الاجتماعي أو هى الاتجاه الأساسي للإذعان العام للتوجهات والموانع الاجتماعية (٢٩) .

أنواع المسئولية (٣٠) :

تقسم الفلسفة الإسلامية المسئولية إلي ثلاثة أنواع هى :

- * **المسئولية الدينية :** ومصدر الإلزام بها الوحي الإلهي وتشمل جميع التكاليف التى التزم بها الإنسان من قبل الله تعالى سواء كانت أوامر يترتب على القيام بها الثواب أو نواه يترتب على إقترافها العقاب .
- * **المسئولية الأخلاقية أو الأدبية :** مصدرها الإلزام النفسي وتشتمل على جميع الأخلاق والآداب التى تنشأ من داخل النفس .

* **المسئولية الاجتماعية :** وتعد قوة الضغط الاجتماعي مصدرها الإلزامي وتشمل جميع النظم والتقاليد التى يلتزم بها الإنسان من قبل المجتمع الذى يعيش فيه .

بينما ترى الفلسفة الغربية أن الجنس البشرى ينقسم إلي أفراد وجماعات أفعالها تؤثر فى بعضها البعض وتعتمد بشكل كبير على بعضها البعض والمسئولية الفردية يصبح لها معنى فقط فى ضوء الوجود الاجتماعي وهناك ثلاثة أنواع من المسئوليات المسئولية الوجوبية مثل العلاقة بين العامل ورب العمل والمسئولية التعاقدية مثل العقود الرسمية والعقود غير الرسمية والمسئولية الذاتية أى التى تضعها الذات وهى تعبير عن أنفسنا كبشر دون انتظار مقابل وفى المسئولية الوجوبية والتعاقدية تؤمن المسئولية من خلال عقوبات واضحة أو خفية .

وقد اعتمدت هذه الدراسة على عدة نظريات هى :

- ١ - **نظرية النخبة :** بمعنى أن ثمة أفراد لديهم رؤى فكرية وثقافية وسياسية متباينة ومقدرة عالية على تقييم الموضوعات والأحداث بأسلوب منطقي ومجرد نظراً لقدرتهم على الربط الفكرى بين المتغيرات التى تحكم تطور الأحداث والقضايا المهمة (٣١) .

ومن رواد نظرية النخبة العالم باريتو، الذى يرى أن النخبة هم أولئك الذين يتفوقون في مجالات عملهم ويربط مفهوم النخبة الاجتماعية بقدرة هؤلاء المتفوقين على ممارسة وظائف سياسية أو اجتماعية تخلق منهم طبقة حاكمة ليست بحاجة إلى دعم وتأييد جماهيري لأنها تقتصر في حكمها على مواصفات ذاتية تتمتع بها، وهذا ما يميزها ويؤهلها لاحتكار المناصب وتطور هذه النظرية قد وجه سهام النقد للنظرية الاشتراكية فضلا عن النظريات الديمقراطية لأن نظرية النخبة تتعارض مع كل من الديمقراطية والاشتراكية وتشكك بالصحة العلمية لكلا النظريتين فهي تتناقض والمبادئ الاشتراكية بلجؤها الى الاستعاضة عن فكرة الطبقة الحاكمة بفكرة النخبة الاقتصادية أو العسكرية التى تحكم بفضل خصائص متفوقة فى أفرادها وليس نتيجة حيازتها لوسائل الإنتاج (٣٢) .

كما تتعارض نظرية النخبة مع الديمقراطية لأنها تقوم على عدم تكافؤ المعطيات والمواهب الفردية وهو ما يتعارض مع أحد خيوط نسيج الفكر السياسي القائل بالمساواة بين الأفراد كما أنها تتناقض مع فكرة حكم الأغلبية فالفكر الديمقراطي يرى أن الديمقراطية لا تتفق مع الواقع الذى يسوده حكم النخبة فموسكا وباريتو العالمان الإيطاليان ورائدا نظرية النخبة يؤكدان أن الديمقراطية والنخبة متعارضتان فالأولى تقوم على حكم الشعب بالشعب وللشعب أما الثانية فهي الحكم نيابة عن الشعب مستفيدة من السلطة التى يمنحها إياها الشعب فالنظم النيابية المعاصرة تسودها أقلية حاكمة تستغل نفوذها (٣٣) .

وتوجد عدة اتجاهات لدراسة النخبة تتمثل فيما يلي (٣٤) :

(*) الاتجاه التنظيمي ويرجع أصحاب هذا الاتجاه قوة النخبة إلى العنصر التنظيمي أى قدرة النخبة على تكوين جبهة متماسكة فى مواجهة القوى الاجتماعية الأخرى من خلال تمتعها بقدرات تنظيمية وقنوات اتصال تيسر تدفق المعلومات فى سرعة وتعزز قدرتها على التماسك والاستجابة الفورية للظروف المتغيرة والتحكم فى القوى الاجتماعية الأساسية النشيطة فى المجتمع .

(*) الاتجاه النظامي أو المؤسسي : ويرى أصحاب هذا الاتجاه أن النخبة هى نتاج الطابع المؤسسي للمجتمع أى تتكون من أولئك الذين يشغلون مناصب قيادية فى المؤسسات التى تحتل مواقع استراتيجية داخل المجتمع ويتحدد تماسك النخبة إلى حد كبير بمعدل قوة الروابط بين المؤسسات فوجود نخبة قومية يقتضي وجود قدر من التلاحم بين المؤسسات ويصل التقارب المؤسسي إلى أقصى قوته حينما يحدث تبادل فى المواقع بين قيادة المؤسسات المسيطرة فى المجتمع .

(*) الاتجاه الاقتصادي : يركز أصحاب هذا الاتجاه على أن تحكم النخبة فى وسائل الإنتاج هو الذى يمنحها الوضع المسيطر الذى يصاحبه بالضرورة قوة سياسية واجتماعية والتحكم فى حق اتخاذ القرارات يصاحبه كذلك قوة اقتصادية واجتماعية .

٢ - نظرية المسؤولية الإعلامية : حيث ينظر (ديني إليوت) Elliot إلى المسؤولية الإعلامية من خلال ثلاث فئات هى :

* مسؤولية الإعلامي تجاه نفسه : وذلك من خلال أدائه للرسالة الإعلامية بأقصى قدر من الدقة والأمانة والصدق والموضوعية لما يعتقد أنه في صالح المجتمع .

* مسؤولية الإعلامي تجاه المجتمع العام : ويتحقق ذلك من خلال إتاحة المعلومات وعدم إلحاق الضرر بالآخرين وكلاهما يتصارع أحياناً مع الآخر فأحياناً يحقق تقديم المعلومات ضرراً لبعض الأفراد ولكن مفهوم المنفعة يقتضي أحياناً التضحية بصالح الفرد في سبيل صالح المجتمع .

* مسؤولية الإعلامي تجاه المجتمع المحلي : وهي امتداد للمسؤولية السابقة وتعتمد على نشر ما يتوقعه الأفراد من المجتمع وما يتوقعه المجتمع من الأفراد وإبلاغ الناس بما يحقق صالحهم الآن وفي المستقبل وأداء الرسالة الإعلامية بطريقة لا تقلل من ثقة الناس فيها مع تجنب أى ضرر بقدر الإمكان (٣٥) . ويمكن إدراك المسؤوليات الإعلامية من خلال ثلاثة مستويات التي تعبر عن أخلاقيات العمل الإعلامي بشكل كلي وهي :

* القيام بالوظائف الممكنة أو الأدوار الاجتماعية الملائمة .

* معرفة المبادئ التي ترشد وسائل الإعلام إلي تحقيق وظائفها السياسية والتعليمية والثقافية والمنفعية بطريقة إيجابية أو مسئولة .

* معرفة أنواع السلوك التي يجب مراعاتها من جانب الإعلاميين لتحقيق المبادئ الإرشادية (٣٦) .

٣ - نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام :

تؤكد على البعد الاجتماعي في الممارسات الإعلامية، ودور وسائل الإعلام في مواجهة المشكلات المجتمعية وتسعى نظرية المسؤولية الاجتماعية إلي تحقيق المبادئ التالية :

* ينبغي أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع .

* ضرورة وضع مستويات مهنية للصدق والموضوعية والدقة والتوازن .

* تجنب تجنب كل ما يؤدي إلي نشر الجريمة أو العنف أو الفوضى المدنية أو الإساءة إلي الأقليات في المجتمع .

* أن يكون الصحفيون والمهنيون مسئولين أمام المجتمع ومسؤولين أمام مؤسساتهم وتجاه السوق (٣٧) .

* كما أن هناك رؤية جديدة للمسؤولية تقول : إنه إذا قامت الصحيفة بإعلام الناس والمحافظة على

خصوصيتهم ومراعاة قيمهم فهذه نصف المسؤولية ولكن النصف الآخر هو بيان مسؤولية الجماهير تجاه المادة

المذاعة التي هي بدورها تجاه أنفسهم إذ يجب على الجمهور ألا يتعامل مع ما يقدم من خلال الصحافة

والتلفزيون على أنه وجبة كتلك التي يشتريها من السوبر ماركت بل عليه أن يدرس الوقائع ولا يتقبلها كما

يقرأها أو يسمعها يزن الأفكار التي تتفق مع ميوله والتي تختلف ويضع افتراضاته الأساسية محلاً للنقاش (٣٨)

تساؤلات الدراسة :

س ١ : ما كثافة تعرض النخبة المصرية للقنوات الفضائية الدينية الإسلامية ؟

س٢ : ما القنوات الفضائية الدينية الإسلامية المفضلة لدى النخبة المصرية ؟

س٣ : ما اتجاهات النخبة المصرية نحو الضوابط الأخلاقية للممارسة الإعلامية للقنوات الفضائية الدينية؟.

س٤ : ما اتجاهات النخبة المصرية نحو التشريعات القانونية التى تعمل من خلالها القنوات الفضائية الدينية الإسلامية وتلتزم بها ؟ .

س٥ : ما اتجاهات النخبة المصرية نحو مدى التزام القنوات الفضائية الدينية الإسلامية بالمعايير المهنية المختلفة ؟ .

س٦ : ما اتجاهات النخبة المصرية نحو مزايا القنوات الفضائية الدينية الإسلامية ؟ .

س٧ : ما اتجاهات النخبة المصرية نحو عيوب القنوات الفضائية الدينية الإسلامية ؟ .

س٨ : كيف ترى النخبة المصرية معوقات أداء العمل الإعلامي للقنوات الفضائية الدينية ؟.

س٩ : ما مقترحات النخبة المصرية لتطوير الأداء المهني فى القنوات الفضائية الدينية ؟ .

فروض الدراسة :

الفرض الأول :

توجد اختلافات دالة إحصائياً بين اتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات الممارسة الإعلامية للقنوات الفضائية الدينية الإسلامية .

الفرض الثاني :

توجد اتجاهات سلبية لدى النخبة المصرية نحو مسئولية الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية الدينية .

الفرض الثالث :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى اتجاهات النخبة المصرية نحو إيجابيات القنوات الفضائية الدينية الإسلامية .

الفرض الرابع :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى اتجاهات النخبة المصرية نحو سلبيات القنوات الفضائية الدينية .

الإطار المنهجي للدراسة :

أولاً : نوع الدراسة ومنهجها :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى تستهدف دراسة اتجاهات النخبة المصرية نحو القنوات الفضائية الدينية الإسلامية والتعرف على مدى ميولهم ورضائهم نحو برامجها وأهدافها وتقييم أدائها كما استخدم الباحث منهج المسح فى مستوييه الوصفي والتحليلي للتعرف على خصائص النخبة المصرية (عينة الدراسة) وشرح وتحليل وتفسير اتجاهاتها نحو هذه القنوات (٣٩) وذلك بتطبيق صحيفة استبيان على عينة من النخبة تم اتباع الخطوات العلمية فى تصميمها وتطبيقها وتحليل بياناتها .

ثانياً : عينة الدراسة وأسلوب اختيارها :

دلت البحوث العلمية على أن العينة إذا اختيرت ممثلة للمجتمع الذى تؤخذ منه تؤدى الى توفير كثير من الوقت والجهد سواء بالنسبة للباحث أو المبحوثين وفى نفس الوقت تكون النتائج قريبة من النتائج التى نحصل عليها لو أجرينا البحث على جميع مفردات المجتمع (٤٠) .

ولأن مجتمع البحث المتمثل فى النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية مجتمع متعدد ومتنوع والعمل فيه له طبيعة خاصة تختلف عن العمل فى أية مؤسسة أخرى لهذا حصل الباحث على موافقة الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء (٤١) وموافقة المسؤولين والجهات الأمنية بوزارة الأوقاف والأزهر واتحاد الإذاعة والتلفزيون واختار الباحث العينة العمدية وهى نوع من العينات غير الاحتمالية وفيها تختار الوحدات أو المفردات بطريقة عمدية وتتيح للباحث نوعية معينة ذات خصائص وسمات وصفات مقصودة ترتبط بمشكلة البحث وتخدم أهدافه (٤٢) وتبعاً لتقارب الخصائص المميزة للنخب داخل كل فئة فقد عمل الباحث على تمثيل كل فئة بعينة غير احتمالية تم اختيارها وفقاً لأسلوب العينة العمدية وروعي في العينة الشمول والتنوع ولها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بموضوع الدراسة وتشاهد القنوات التلفزيونية الدينية وتتابعها وقد بلغت عينة الدراسة (١٨٣) من أفراد النخبة المصرية تم تقسيمها إلى ثلاثة أنواع من النخب هى :

* نخبة أكاديمية من الأساتذة والمدرسين وتضم (٨٣) عضو هيئة تدريس فى جامعات القاهرة وبناها والزقازيق وهم المنوط بهم التدريس والتوجيه ولهم تأثير فى شرائح كبيرة من الرأى العام .

* نخبة إعلامية وتضم (٥٣) مفردة منها (٢٥) مفردة من بين المسؤولين بالشبكات الإذاعية وبالقنوات التلفزيونية باتحاد الإذاعة والتلفزيون و (٢٨) مفردة من مديري التحرير وكبار الكتاب الصحفيين بمؤسستي الأهرام والأخبار .

* نخبة دينية وتضم (٤٧) مفردة أعضاء هيئة التدريس بكلية أصول الدين بجامعة الأزهر الشريف وكبار الوعاظ الذين يتبعون الأزهر وكبار الأئمة التابعين لوزارة الأوقاف وشيوخ ووكلاء المعاهد الأزهرية.

والجدول رقم (١) يوضح خصائص العينة ومن بياناته يمكن استنتاج أهم المؤشرات التالية :

أولاً : مؤشرات متغير النوع :

* ارتفاع نسبة الذكور عن نسبة الإناث فى فئات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية حيث بلغت نسبة الذكور فى فئة الأكاديميين ٧٥.٩ % مقابل ٢٤.١ % للإناث فى حين بلغت نسبة الذكور فى فئة الإعلاميين (٦٨ % للنخبة الإذاعية ٦٧.٩ % للنخبة الصحفية) وبلغت نسبة الإناث (٣٢ % للإذاعيات و ٣٢.١ % للصحفيات) وفى فئة النخبة الدينية بلغت نسبة الذكور ٧٤.٥ % مقابل ٢٥.٥ % للإناث .

ثانياً : مؤشرات متغير السن :

* الفئة العمرية التى يتراوح سنها ما بين (٢٥ سنة إلى ٣٥ سنة) فى النخبة الأكاديمية والإذاعية لها اتجاهات إيجابية أكثر من الفئات الأخرى حيث بلغت نسبتها فى النخبة الأكاديمية ٤٧ % وفى النخبة الإذاعية ٤٠ % وفى النخبة الدينية ٤٤.٧ % .

ثالثاً : مؤشرات الوظيفة والمؤهل :

* توجد اتجاهات إيجابية للنخبة الأكاديمية نحو القنوات الدينية حيث بلغت نسبة النخبة الأكاديمية التي تشاهد هذه القنوات وتشغل وظيفة مدرس ٤٤.٦ % وأستاذ مساعد ٣٣.٧ % وأستاذ ٢١.٧ % .

* توجد اتجاهات إيجابية للنخبة الإعلامية نحو القنوات الفضائية الدينية حيث ارتفعت نسبة نخبة الإذاعيين الحاصلين على درجة ليسانس أو بكالوريوس إلى ٧٦ % ونخبة الصحفيين الحاصلين على الدرجة نفسها إلى ٧٥ % .

* بلغت نسبة النخبة الدينية التي تشاهد القنوات الفضائية الدينية وتشغل وظيفة إمام وواعظ ٢٩.٨ % وأستاذ جامعى أزهرى ١٧ % ووكيل معهد أزهرى ١٩.١ % وشيخ معهد ١٢.٨ % وموجه ثانوى أزهرى ٢١.٣ % .

ثالثاً : أدوات جمع بيانات الدراسة :

تم تصميم استمارة استبيان تضمنت ما يلي :

* متغيرات الدراسة القابلة للقياس .

* المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة .

* ثلاثون سؤالاً تضمنت كل جوانب الدراسة لتحقيق أهدافها .

وتم تطبيق الاستبيان عن طريق المقابلة المتعمقة التي تعتمد على طرح الأسئلة وكتابة ما يقوله المبحوث بالتفصيل وقد مرت استمارة الاستبيان بالخطوات العلمية المنهجية اللازمة لبناء المقياس .

الثبات والصدق فى الدراسة :

تم استخدام الصدق الظاهري وذلك بعرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين (٤٣) الذين أشاروا إلى ضرورة إدخال بعض التعديلات عليها وقام الباحث بإجراء هذه التعديلات بناء على ملاحظات المحكمين كما استخدم الباحث أسلوب إعادة الاختبار أى إعادة تطبيق الاستبيان على عينة عشوائية ضمت ٣٠ مفردة من نفس المبحوثين بعد فترة زمنية قدرها أسبوعين من إجراء التطبيق الأول وبلغت قيمة معامل الثبات ٩٠ % مما يشير إلى ثبات البيانات وصلاحيّة الاستبيان للتطبيق الميدانى . أما الثبات الداخلى لإجابات المبحوثين فقد بلغ وفقاً لمعامل ألفا Alpha ٠.٨٣ ومعامل الثبات ٠.٧٠ .

رابعاً : مصطلحات الدراسة :

النخبة : اشتق مفهوم النخبة أو الصفوة من الفعل اللاتيني Eligere ويعني يختار . وتشير كلمة Elite إلى العنصر المختار من ثقافة أو جماعة، أو الأفراد الذين يشغلون أوضاعاً عليا (٤٤) .

فالنخبة هى مجموعة من الأفراد من أصحاب السلطة والتأثير غير العادى فى مجالات الحياة الاجتماعية المختلفة (٤٥) .

وهى : مجموعة مثقفة وواعية من أفراد الرأى العام تتميز بالإطلاع والخبرات وحسن التصرف حيث تقوم بقيادة الرأى العام فى مجالات عديدة مما يكسبها أهمية كبيرة فى أى مجتمع (٤٦) .

وهى : مجموعة من الأفراد ذو المكانة من المهتمين بالثقافة وصناعة الفكر من الكتاب والأدباء والفنانين والفلاسفة والعلماء من أصحاب الرؤية الشاملة لقضايا المجتمع والذين يعبرون بوعيهم وثقافتهم عن ضمير الأمة تجاه أهم القضايا بهدف التأثير على السلطة وتشكيل قيم واتجاهات أفراد المجتمع (٤٧) .

وهى : فئة من الفئات المتميزة فى المجتمع سواء وظيفياً أو فكرياً أو تعليمياً مما يؤهلها للقيام بدور قيادى أو بأدوار المسئولية فى المجتمع وهى من أكثر فئات المجتمع تأثيراً فى الحياة العامة وقدرة على اتخاذ القرار (٤٨)

التعريف الإجرائى للنخبة : فئة من فئات المجتمع المثقفة الواعية ولها تأثير كبير فى الرأى العام وقدرة على اتخاذ القرار وتشكيل قيم واتجاهات أفراد المجتمع .

فئات النخبة : تتكون فئات النخبة من الإعلاميين الذين يعملون فى اتحاد الإذاعة والتلفزيون والمؤسسات الصحفية وأساتذة الجامعة (الأساتذة والأساتذة المساعدين والمدرسين) أعضاء هيئة التدريس بكلية أصول الدين بجامعة الأزهر الشريف وكبار الوعاظ الذين يتبعون الأزهر وكبار الأئمة التابعين لوزارة الأوقاف وشيوخ ووكلاء المعاهد الأزهرية بمحافظة القليوبية .

القنوات الفضائية الدينية : هى القنوات التي لها رسالة دينية دعوية إسلامية سواء كانت قنوات فضائية مصرية أو عربية حكومية أو خاصة .

المسئولية الإعلامية : هى القواعد التى يتبعها مالكو القنوات الفضائية الدينية الإسلامية وجميع العاملين فيها لكى تتوافق عملية إنتاجهم وإذاعتهم لبرامجهم فى هذه القنوات مع مبادئ المهنة ومواثيق الشرف الإذاعى والإعلامي .

اتجاهات النخبة : يقصد بها أفكار وتصورات النخبة المصرية عن القنوات الفضائية الدينية الإسلامية ومدى ميولهم ورضائهم نحو أدائها وقبولهم أو رفضهم لمضمون هذه القنوات .

معالجة بيانات الدراسة إحصائياً :

استخدم الباحث برنامج SPSS الإحصائى لحساب التكرارات والنسب المئوية لمتغيرات الدراسة واستخدام

الجدول المزدوجة Crosstables واستخراج المعاملات وإجراء الاختبارات الإحصائية التالية :

* اختبار كا^٢ Chi-Square Test لقياس دلالة الفروق بين فئات النخب المصرية الثلاثة .

* معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة .

* التكرارات البسيطة والنسب المئوية .

* اختبار T-Test لدراسة معنوية الفرق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين فى أحد متغيرات الدراسة .

* المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية .

* اختبار Z : لقياس دلالة الفروق بين نسبتي مؤيتين .

نتائج للدراسة :

يعرض الباحث النتائج العامة للدراسة أولاً ثم نتائج اختبار الفروض ثانياً .

أولاً : النتائج العامة للدراسة :

يستعرض الباحث النتائج العامة للدراسة على النحو التالي :

١- تعرض النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية للقنوات الفضائية الدينية الإسلامية :

تشير بيانات الجدول رقم (٢) إلى ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية الدينية الإسلامية بين النخب المصرية عينة الدراسة حيث بلغت نسبة النخبة الأكاديمية التي تشاهد هذه القنوات بصفة دائمة ٤٩.٤ % وإلى حد ما ٥٠.٦ % ونخبة الإذاعيين الذين يشاهدون هذه القنوات بصفة دائمة بلغت نسبتهم ٥٢ % وإلى حد ما ٤٨ % أما نخبة الصحفيين الذين قالوا نعم إنهم يشاهدون هذه القنوات فقد بلغت نسبتهم ٤٢.٩ % وإلى حد ما ٥٧.١ % والنخبة الدينية التي تشاهد القنوات الفضائية الدينية بصفة دائمة بلغت نسبتهم ٨٠.٩ % أما الذين يشاهدون هذه القنوات الى حد ما فقد بلغت نسبتهم ١٩.١ % وذلك عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٠٢) وبلغت قيمة كا ٢ المحسوبة (١٥.٣٨٩) مما يدل على وجود علاقة ارتباط قوية بين النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية وتعرضهم للقنوات الفضائية الإسلامية . وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة ميدانية (٤٩) التي أظهرت أن النخبة أكثر تعرضاً لمشاهدة الفضائيات المصرية من الجمهور وأنه كلما ارتفع المستوى الاجتماعى والاقتصادى للنخبة كلما كانت أكثر تعرضاً للإعلام المصرى من الجمهور كما اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أخرى (٥٠) التي احتلت فيها القنوات الفضائية التليفزيونية المرتبة الأولى فى مجموع الأوزان الترتيبية كأفضل القنوات التليفزيونية التي تشاهدها النخبة المصرية .

٢ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو هوية القنوات الفضائية الدينية :

* توجد اتجاهات إيجابية للنخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو هوية القنوات الفضائية الدينية يوضحها الجدول رقم (٣) حيث ارتفعت نسبة مشاهدة القنوات الفضائية الدينية المصرية بين النخبة الدينية (٥٧.١ %) والنخبة الصحفية (٥٥.٩ %) والنخبة الأكاديمية (٥٠.٩ %) ونخبة الإذاعيين (٤٦.٩ %) .

* جاءت نخبة الإذاعيين فى مقدمة النخب التي تفضل مشاهدة القنوات الفضائية الدينية العربية وذلك بنسبة (٥٣.١ %) تليها نخبة الأكاديميين بنسبة (٤٩.١ %) ثم نخبة الصحفيين بنسبة (٤٤.١ %) فالنخبة الدينية (٤٢.٩ %) .

* بلغت قيمة كا ٢ (٠.٥٣٨) للقنوات الدينية المصرية عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٩١١) فى حين بلغت قيمة كا ٢ (٣.٢٠١) للقنوات الدينية العربية عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٣٦٢) وتدل هذه النتائج على عدم وجود علاقة بين هوية القنوات الفضائية الدينية سواء كانت قنوات مصرية أو عربية والنخبة عينة الدراسة أى أن النخبة تشاهد القنوات الفضائية الدينية بغض النظر عن هويتها سواء كانت مصرية أو عربية .

* تتفق النتائج السابقة مع بعض نتائج دراسة ميدانية (٥١) جاء فيها أن القنوات الدينية احتلت الترتيب الثالث بنسبة ١١.٦٤ % من إجمالي نسبة أنواع مشاهدة القنوات الفضائية العربية الخاصة ويزداد عدد القنوات الفضائية الدينية التي تملأ الفضاء الإعلامي فمنها القنوات الدينية العامة التي تقدم لنا الأفرع المختلفة للدين الإسلامي من فقه وعقيدة وعبادات وأخلاق ومعاملات والقنوات الدينية المتخصصة وتقدم لنا القرآن الكريم بعلومه المختلفة .

٣ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو نوع القنوات الفضائية الدينية :

* جاءت قناة الناس في المرتبة الأولى بنسبة ٣٥.٨ % بين القنوات الفضائية الدينية الإسلامية التي تفضل النخبة الأكاديمية والإذاعية والصحفية والدينية مشاهدتها ويوضح ذلك الجدول رقم (٤) وبلغت قيمة كا (١٠.٣٨٢) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠١٦) مما يدل على وجود علاقة ارتباط قوية بين القناة ومشاهدها ثم جاءت قناة اقرأ في المرتبة الثانية بنسبة ٣١.٩ % وبلغت قيمة كا (٢.٧٠٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٤٤٠) ثم قناة المجد للقرآن في المرتبة الثالثة بنسبة ٣٠.٦ % وبلغت قيمة كا (٤.٧٦٦) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.١٩٠) ثم جاءت قناة العفاسي في المرتبة الرابعة بنسبة ١٦.٧ % وبلغت قيمة كا (٢٢.٦٣٩) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٠٠) وقناة الرسالة في المرتبة الخامسة بنسبة ١٦.٢ % وبلغت قيمة كا (٠.٨٥٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٨٣٦) وتتفق النتائج السابقة مع نتيجة دراسة (٤٧) جاءت فيها الفضائيات الدينية في الترتيب الثاني بنسبة ٢٤ % وتأتي في مقدمتها قناة اقرأ بنسبة ٨٣.٣ % ثم اقرأ والمجد ١١.٧ % كما تتفق مع نتيجة دراسة (٥٢) جاءت فيها قناة اقرأ في الترتيب الأول بنسبة ٧٤.٥ % كما تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري التي أجريت عام ٢٠٠٨ وأظهرت أن قناة الناس تعد أكثر تفضيلاً بنسبة (٦٦.٧ %) يليها قناة المجد بنسبة (١٩.٣ %) لأن قناة الناس قناة شاملة وبرامجها متميزة ومقدمو برامجها متميزون وأسلوبهم شيق وتقدم موضوعات تهم الأسرة وتعالج مشكلاتها .

* جاءت قناة الحكمة في المرتبة السادسة بنسبة ١٣.١ % وبلغت قيمة كا (٢.٠٥٥) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٥٦١) تليها قناة المجد للحديث بنسبة ١٢.٤ % وبلغت قيمة كا (٣.٠٩٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٣٧٧) ثم قناة الفجر بنسبة ١٢.١ % وبلغت قيمة كا (٢٥.٦٦٧) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٠٠) .

* القنوات الأخرى التي تشاهدها النخبة المصرية عينة الدراسة جاءت بنسبة ٢.٣ % وتتمثل في القنوات التالية: الرحمة - الهدى باللغة الإنجليزية - قناة القرآن الكريم - الحافظ - طيور الجنة - الأنوار - الحياة - المعجزة - الرافدين .

٤ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو أسباب مشاهدة القنوات الفضائية الدينية :

تشير النتائج إلى أن النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية تشاهد القنوات الفضائية الدينية لعدة أسباب هي :

* تدعم الهوية الإسلامية وتنتشر مبادئ الإسلام وتعاليمه في الداخل والخارج وترسخ القيم والعادات التي جاء الإسلام بها.

* عرضها بعض الفتاوى المهمة بأسلوب مبسط وشيق .

* لأنها أكثر موضوعية ومفيدة للغاية في فهم صحيح الدين والثقافة الدينية.

* لأنها تعرض كثير من أمور الدين على يد نخبة من الدعاة الإجلاء والعلماء المرموقين في مجال الدعوة

* قناة المجد للقرآن تقدم وجبة متنوعة من القرآن الكريم – قناة الناس تضم نخبة من الدعاة والبرامج المتميزة وكذا قناة الحكمة والرحمة أما قناة الرسالة فإنها متميزة باهتمامها بسيرة المصطفى ﷺ .

* لتعلم مفهوم صحيح الدين ولتعلم القراءة الصحيحة للقرآن الكريم .

* لأنها تفتح مجالات دينية في زمن غابت فيه هذه الاتجاهات .

* للاستماع للقراءات القرآنية المتعددة من مشاهير القراء في مصر والعالم العربي .

* لتناولها قضايا دينية من الواقع بأسلوب منهجي وموضوعي .

* لأن بها أناس معتدلون ذو فكر حديث كما أنهم يقدمون برامج في قالب سريع بعيدا عن الملل والوعظ

المباشر إضافة إلى نوعية الشيوخ الذين تعتمد عليهم في البرامج فكثير منهم له أفكار جديدة في توصيل

المعلومة مثل حديث مثل عمرو خالد وأسامة حسني وعبد الصبور شاهين .

* تتناول موضوعات تهتم الناس وتتناول بعض أمور الدين نتعرف عليها من خلال برامج لعلماء الأزهر تعمق من المفاهيم الدينية .

* تحرص هذه القنوات على تنويع المعلومات الدينية وتحرص على التفاعل مع المشاهد من خلال برامج حية واقعية بالبحث المباشر .

* للتعرف على الرأي والرأي الآخر في القضايا المختلفة لما بينهم من اختلاف في الفكر .

* للاستماع لتلاوة القرآن الكريم لجميع قراء العالم الإسلامي .

* لوجود أكثر من برنامج ديني مبسط وطرح قضايا جديدة

* لتتعلم القراءات العديدة للمصحف الشريف وأحكام التجويد .

* تعمل على توصيل المعلومات بطريقة مبسطة مما يسهل من فهم أمور الدين الإسلامي وتعاليمه بطريقة ميسرة .

٥ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو إجابيات القنوات الفضائية الدينية:

تدل بيانات الجدول رقم (٥) على النتائج التالية :

وجود اتجاهات إيجابية للنخب عينة الدراسة نحو القنوات الفضائية الدينية تتمثل فيما يلي حسب ترتيبها :

* إن القنوات الفضائية الدينية الإسلامية تتناول قضايا دينية عصرية مهمة جاءت هذه الإيجابية في مقدمة إيجابيات القنوات الدينية حيث أكدت ذلك نسبة ٢٣.٥ % من النخبة الإذاعية تليها نسبة ٢٣.٢ % من النخبة الأكاديمية ثم نسبة ١٩.٨ % من النخبة الصحفية فنسبة ١٧.١ % من النخبة الدينية وبلغت قيمة كا (٥.٢٤٧) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.١٥٥) وهذه القيمة دالة إحصائياً.

* القنوات الفضائية الإسلامية تعرض صحيح الدين بشرح العبادات والهدف منها دنيويا وأخرويا احتلت هذه الإيجابية المرتبة الثانية بنسبة ٨٢.٢ % حيث رأت نسبة ٢٨.٤ % من النخبة الصحفية ذلك تليها نسبة ٢٠ % من النخبة الأكاديمية ثم نسبة ١٧.٦ % من النخبة الإذاعية فنسبة ١٦.٢ % من النخبة الدينية . وبلغت قيمة كا (١٠.٩٢٦) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠١٢) وهذه القيمة لها دلالة إحصائية * جاءت إيجابية أن القنوات الفضائية الدينية تدافع عن هوية وقيم المجتمع في المرتبة الثالثة بنسبة (٥٩.٩ %) (١٨.٥ % من النخبة الصحفية ونسبة ١٤.٧ % من النخبة الإذاعية ١٤.٩ % من النخبة الدينية ونسبة ١١.٨ % من نخبة الأكاديميين) وبلغت قيمة كا (١٥.٩٥٠) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٠١) وهذه القيمة دالة إحصائياً .

* جاءت إيجابية أن القنوات الفضائية الدينية تعمل على محاربة القنوات الإباحية التي تنتشر الابتذال والفساد والعري في المرتبة الرابعة بنسبة (٥٧.٦ %) وزعت هذه النسبة كالتالي (١٦.٢ % من النخبة الإذاعية ونسبة ١٤.٩ % من النخبة الدينية ونسبة ١٤.٢ % من النخبة الأكاديمية ونسبة ١٢.٣ % من النخبة الصحفية) وقد بلغت قيمة كا (١٢.٢٣٥) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٠٧) . * جاءت إيجابية أن القنوات الفضائية الدينية تساهم في تجديد الخطاب الديني وتدعم جهود الدعوة في المرتبة الخامسة بنسبة (٥٢.١ %) حيث أكدت ذلك نسبة ١٦.٢ % من النخبة الإذاعية ونسبة ١٣.٩ % من النخبة الدينية ونسبة ١٣.٤ % من النخبة الأكاديمية ونسبة ٨.٦ % من نخبة الصحفيين وبلغت قيمة كا (١٣.٨٠٥) ودرجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٠٣) وهي قيمة دالة إحصائياً .

* جاءت إيجابيات القنوات الفضائية الدينية تعمل على وصول المعنى الحقيقي للدين الإسلامي إلى الغرب و تبرز الدور الحضاري للدين وفضله على الحضارة الغربية في المرتبتين السادسة والسابعة بنسبة (٣٣.٩ %) و (٣٠.٩ %) لكل منهما (١٢.٦ % للنخبة الدينية و ٨.٩ % للنخبة الأكاديمية و ٧.٤ % للنخبة الإذاعية و ٥ % للنخبة الصحفية) و (١٠.٤ % للنخبة الدينية و ٨.٥ % للنخبة الأكاديمية و ٧.٦ % للصحفيين و ٤.٤ % للنخبة الإذاعية) وبلغت قيمة كا (١٣.٩٢٣) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٠٣) . * لإيجابية القنوات الدينية تعمل على وصول المعنى الحقيقي للإسلام إلى الغرب كما بلغت قيمة كا (٢٣.١٧٠) عند درجة حرية (٢) ومستوى معنوية (٠.٠٠٠) لإيجابية القنوات الدينية تبرز الدور الحضارة للإسلام وفضله على الحضارة الغربية وهذه القيم دالة إحصائياً .

* ترى النخبة الأكاديمية والإعلامية أن هناك إيجابيات أخرى للقنوات الدينية تتمثل في :

* قدمت حلقات جيدة للدفاع عن رسول الله بعد الرسوم المسيئة له ﷺ .

* كشفت عن أوجه الخلل والشطط لدى بعض الاتجاهات والمذاهب الفقهية .

* تقديم القرآن الكريم مرتلاً ومجوداً بأصوات مختلفة لمشاهير القراء فى العالم الإسلامى .

* نشر الوعى الدينى والمعرفة بصحيح الإسلام لدى شباب الأمة وبراعمها .

٦ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو سلبيات القنوات الفضائية الدينية :

من بيانات الجدول رقم (٦) يمكن الإشارة إلى وجود عدة اتجاهات سلبية للنخب الأكاديمية والإعلامية عينة الدراسة نحو القنوات الدينية تتمثل فى النتائج التالية:

* جاءت سلبية أن القنوات الفضائية الدينية تقتصر إلى كوادى إعلامية مدربة ومتخصصة فى المرتبة الأولى بنسبة ١١٢.٢ % حيث أكدت ذلك نسبة ٣٩.٣ % من النخبة الأكاديمية ونسبة ٢٨.٦ % من النخبة الإذاعية ونسبة ٢٢.٨ % من النخبة الصحفية ونسبة ٢١.٥ % من النخبة الدينية وبلغت قيمة كا (١٢.٨٢٥) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية (٠.٠٠٠) وهى قيمة دالة إحصائياً

* جاءت فى المرتبة الثانية سلبية القنوات الفضائية الدينية يغلب على معدي ومقدمي برامجها عدم الخبرة المهنية فى قواعد وأساليب الإعداد التلفزيونى وتقديم البرامج المرئية وذلك بنسبة (٨٨.٨ %) موزعة كالتالى (٢٥.٨ % للنخبة الدينية و ٢٢.٤ % للنخبة الإذاعية و ٢١.٣ % للنخبة الأكاديمية و ١٩.٣ % للنخبة الصحفية وبلغت قيمة كا (٠.٨٣٠) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية (٠.٣٦٢) وهى قيمة لها دلالة إحصائية .

* احتلت سلبية القنوات الفضائية الدينية تركيز غالبية برامجها على المضمون الدينى الصرف والذي يعتمد على المعلومة الدينية والتوجيه المباشر فى قوالب تقليدية المرتبة الثالثة بنسبة (٨٥.٤ %) وهى مجموع نسب النخب التالية عينة الدراسة (٢٤.٧ % للنخبة الدينية و ٢٢.٨ % للنخبة الصحفية و ١٩.٥ % للنخبة الأكاديمية و ١٨.٤ % للنخبة الإذاعية) وبلغت قيمة كا (٠.٠٥٣) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية (٠.٨١٨) وهى قيمة لها دلالة إحصائية .

* وفى المرتبة الرابعة جاءت سلبية القنوات الدينية هدفها استثمارى وبالتالى تبحث عن أسماء مشهورة دون أن تضع بعين الاعتبار توافق ثقافة هذه الأسماء مع أهداف القناة وذلك بنسبة (٦٥.٣ %) مجموع نسب النخب عينة الدراسة (نخبة الأكاديميين ١٧.١ % ونخبة الإذاعيين ١٦.٣ % والنخبة الدينية ١٦.١ % ونخبة الصحفيين ١٥.٨ %) وبلغت قيمة كا (١٧.٣٤١) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية (٠.٠٠٠) وهى قيمة دالة إحصائياً .

* وفى المرتبة الأخيرة جاءت سلبية برامج القنوات الفضائية الدينية حوارية وتقتصر إلى عناصر الإبهار والتشويق التلفزيونية بنسبة (٥٨.٢ %) (نسبة النخبة الصحفية ١٩.٣ % ونسبة النخبة الإذاعية ١٤.٣ %

ونسبة النخبة الأكاديمية ١٢.٨ % ونسبة النخبة الدينية ١١.٨ % (وبلغت قيمة كا ٢ (٩.٩٤٤) عند درجة حرية (١) ومستوى معنوية (٠.٠٠٠٢) وهى قيمة لها دلالة إحصائية .

٧ - ترى النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية وجود سلبيات أخرى للقنوات الفضائية الدينية تتمثل فى التالى :

*زيادة الفترات الإعلانية فى قناة الناس .

* الاهتمام والتركيز على بعض الأمور والقضايا السطحية .

* لا تحارب الفساد والعزى والابتذال .

*تؤدى الى فقد الثقة وإثارة الفتن بشكل وأسلوب غير مباشر مع الافتقار الى آداب الحوار .

*بعض مقدمى البرامج ليسوا على المستوى المطلوب .

٨ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسئولية القنوات الدينية عن

انعكاسها لصحيح الدين فى برامجها:

* توجد اتجاهات إيجابية للنخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو القنوات الفضائية الدينية ومدى قيامها

بانعكاس صحيح الدين فى برامجها حيث يوضح الجدول رقم (٧) :

- أن نسبة ٩٢ % من النخبة الإذاعية وافقت بشدة والى حد ما على ذلك مقابل معارضة نسبة ٨ % من النخبة نفسها .

- وافقت نسبة ٨٩.٣ % من النخبة الصحفية بشدة مقابل نسبة ١٠.٧ % من النخبة نفسها على أن القنوات الفضائية الدينية تعكس صحيح الدين .

- نسبة ٨٦.٧ % من النخبة الأكاديمية وافقت بشدة على أن القنوات الدينية تعكس صحيح الدين مقابل نسبة ١٣.٢ % من نفس العينة اعترضت على ذلك .

- وافقت بشدة نسبة ٧٤.٥ % من النخبة الدينية مقابل معارضة نسبة ٢٥.٦ % على أن القنوات الدينية تعكس صحيح الدين فى برامجها .

* بلغت قيمة كا ٢ (٢١.٦٩٥) عند درجة حرية (٩) ومستوى معنوية (٠.٠١٠) مما يدل على وجود علاقة ارتباط قوية .

* تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (٥٣) أثبتت فيها أن نسبة ٨٩.٤ % من الأكاديميين العرب عينة الدراسة أكدوا أن الفضائيات العربية تعكس الموضوعات والقضايا التى تهم المواطن العربي وأن القنوات الدينية أكثر نجاحاً فى تقديم الموضوعات التى تهم هذا المواطن .

٩ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسئولية القنوات الدينية عن تشجيعها

على النزوع إلى السلفية فى برامجها:

* جاءت النخبة الدينية فى مقدمة النخب عينة الدراسة والتي وضحاها الجدول رقم (٨) حيث وافقت بشدة نسبة ٨٠.٩ % من هذه النخبة على أن القنوات الدينية الإسلامية تشجع مشاهديها على النزوع الى اتباع المنهج السلفى فى حياتهم اليومية يليها نسبة ٧٨.٦ % من النخبة الصحفية ثم نسبة ٧١.١ % من النخبة الأكاديمية ونسبة ٦٠ % من النخبة الإذاعية .

* تتراوح نسبة المعترضين بشدة من النخب عينة الدراسة على أن القنوات الدينية الإسلامية تشجع مشاهديها على النزوع الى اتباع المنهج السلفى فى حياتهم اليومية بين ٤٠ % للنخبة الإذاعية و ٢٨.٩ % للنخبة الأكاديمية و ٢١.٤ % للنخبة الصحفية و ١٩.١ % للنخبة الدينية .

* بلغت قيمة كا (٨.٩٤٧) عند درجة حرية (٦) ومستوى معنوية (٠.١٧٧) وتدل هذه القيم الإحصائية على وجود علاقة ارتباط قوية بين مشاهدة القنوات الفضائية الدينية الإسلامية واتباع النخب عينة الدراسة المنهج السلفى فى حياتهم اليومية .

١٠ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسئولية القنوات الدينية عن تقديم فكر متطرف يغذى الكراهية الدينية بين أتباع الأديان المختلفة :

تشير بيانات الجدول رقم (٩) إلى ما يلي :

* توجد اتجاهات سلبية للنخب الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسئولية القنوات الدينية عن تقديم فكر متطرف يغذى الكراهية الدينية بين أتباع الأديان المختلفة حيث اعترضت بشدة على ذلك نسبة ٩٥.٧ % من النخبة الدينية ونسبة ٨٥.٧ % من النخبة الصحفية ونسبة ٨٠ % من النخبة الإذاعية ونسبة ٧٢.٣ % من النخبة الأكاديمية .

* توجد بعض الاتجاهات الإيجابية فى النخب عينة الدراسة (الأكاديمية والإعلامية والدينية) نحو مسئولية القنوات الفضائية الإسلامية عن تقديم فكر ديني متطرف يغذى الكراهية بين أتباع الأديان المختلفة حيث تراوحت النسبة بين ٢٧.٧ % للنخبة الأكاديمية و ٢٠ % للنخبة الإذاعية و ١٤.٢ % للنخبة الصحفية و ٤.٣ % للنخبة الدينية .

* بلغت قيمة كا (٣٦.١٩٧) عند درجة حرية (٩) ومستوى معنوية (٠.٠٠٠) مما يدل على وجود علاقة ارتباط قوية للاتجاهات السلبية للنخب عينة الدراسة ومسئولية القنوات الفضائية الإسلامية عن تقديم فكر متطرف يغذى الكراهية الدينية بين أتباع الأديان المختلفة.

١١ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسئولية القنوات الدينية عن غرس فكر ديني صحيح أو متطرف فى نفوس الشباب :

* يوضح الجدول رقم (١٠) وجود اتجاهات سلبية للنخب الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو القنوات الفضائية الدينية وغرسها فكر ديني متطرف فى نفوس الشباب حيث اعترضت نسبة ٧٤.٤ % على ذلك مقابل موافقة نسبة ٢٥.٦ % .

* اعترضت بشدة نسبة ٩٥.٧ % من النخبة الدينية مقابل موافقة ٤.٣ % على أن القنوات الفضائية الإسلامية تغرس فكر ديني متطرف فى نفوس الشباب . كما اعترضت نسبة ٨٠ % من النخبة الإذاعية مقابل موافقة نسبة ٢٠ % على ذلك .

* عارضت بشدة نسبة ٧١.٥ % من النخبة الصحفية على أن القنوات الفضائية الدينية تغرس فكر ديني متطرف فى نفوس الشباب مقابل موافقة ٢٨.٥ % على ذلك كما اعترضت بشدة نسبة ٦١.٥ % من النخبة الأكاديمية على أن الفضائيات الدينية تغرس فكر متطرف فى الشباب مقابل موافقة ٣٨.٥ % على ذلك .

* تدل قيمة كا (٣٢.٠٦٩) عند درجة حرية (٩) ومستوى معنوية (٠.٠٠٠) على وجود دلالة إحصائية .

١٢ - اتجاهات النخبة نحو مدى مسئولية القنوات الدينية عن الفتاوى المتشددة :

بقراءة بيانات الجدول رقم (١١) يمكن استنتاج النتائج التالية :

* وافقت بشدة نسبة ٥٤.١ % من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية على أن القنوات الفضائية الدينية أصبحت مصدراً للفتاوى المتشددة مقابل معارضة نسبة ٤٥.٩ % على ذلك .

* تعددت الاتجاهات بين مؤيد ومعارض داخل النخب عينة الدراسة وذلك على النحو التالى :

- وافقت بشدة نسبة ٥٩ % من النخبة الأكاديمية على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتشددة مقابل معارضة ٤٠.٩ % على ذلك .

- وافقت بشدة نسبة ٦٧.٨ % من النخبة الصحفية على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتشددة مقابل معارضة ٣٢.٢ % على ذلك .

- اعترضت بشدة نسبة ٥٦ % من النخبة الإذاعية على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتشددة مقابل موافقة ٤٤ % على ذلك .

- اعترضت بشدة نسبة ٥٧.٤ % من النخبة الدينية على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتشددة مقابل موافقة ٤٢.٦ % على ذلك وبلغت قيمة كا (٢١.٣١٧) عند درجة حرية (٩) ومستوى معنوية (٠.٠١١) وهذه القيم دالة إحصائياً .

* ويمكن تفسير النتائج السابقة بأن القنوات الفضائية الدينية أصبحت مصدراً للفتاوى المتشددة والتي قد تدفع بالشباب لارتكاب جرائم العنف وتلك الفتاوى تصدر عن أشخاص غير معروفين أو مشهود لهم بالعلم أو الثقافة الدينية فأصبح كل من قام بإطلاق لحيته وارتدى جلباباً شيخاً يصدر الفتاوى كما يشاء، ويتحدث فى شتى القضايا الدينية الشكلية والفرعية، ويتجاهل القضايا التى تمس جوهر الدين وتدعو إلى التسامح وتدفع بالمجتمع للأمام (٥٤) .

١٣ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسئولية القنوات الدينية عن

الفتاوى المتضاربة :

توجد اتجاهات سلبية للنخبة عينة الدراسة نحو مسئولية القنوات الفضائية الدينية الإسلامية عن الفتاوى المتضاربة توضيحها بيانات الجدول رقم (١٢) على النحو التالي :

* نسبة ٧٨.٧% من إجمالي عينة الدراسة وافقت بشدة على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتضاربة مقابل معارضة نسبة ٢١.٣ % على ذلك .

* وافقت بشدة نسبة ٨٣.١ % من النخبة الأكاديمية على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتضاربة مقابل معارضة نسبة ١٦.٨ % على ذلك من النخبة نفسها .

* نسبة ٨٩.٣ % من النخبة الصحفية وافقت بشدة على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتضاربة مقابل معارضة نسبة ١٠.٧ % على ذلك .

* وافقت بشدة نسبة ٧٦ % من النخبة الإذاعية على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتضاربة مقابل معارضة نسبة ٢٤ % على ذلك .

* وافقت بشدة نسبة ٦٥.٩ % من النخبة الدينية على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتضاربة مقابل معارضة نسبة ٣٤ % على ذلك .

* بلغت قيمة كا (١٣.٨٧٩) عند درجة حرية (٩) ومستوى معنوية (٠.١٢٧) وهى قيمة دالة إحصائياً .
و تشير النتائج السابقة إلى أن سيل الفتاوى التي تقدمها القنوات الفضائية الدينية من خلال علماء أو فقهاء وفي بعض الأحيان أشخاص غير متخصصين كثيراً ما يتسبب في تضارب المعرفة الدينية لدى المشاهدين (٥٥) .

١٤ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مدى التزام القنوات الدينية بعبادات وتقاليد المجتمع :

توجد اتجاهات إيجابية للنخب الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو التزام القنوات الدينية بعبادات وتقاليد المجتمع أشارت إليها بيانات الجدول رقم (١٣) على النحو التالي :

* نسبة ٨٣.٦ % من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية وافقت بشدة على أن القنوات الفضائية الدينية تلتزم بعبادات وتقاليد المجتمع مقابل نسبة ١٦.٤ % اعترضت على ذلك .

* جاءت النخبة الإذاعية في مقدمة النخب حيث وافقت بشدة نسبة ٨٨ % من هذه النخبة على أن القنوات

الفضائية الدينية تلتزم بعبادات وتقاليد المجتمع يليها النخبة الصحفية بنسبة ٨٥.٧ % ثم النخبة الأكاديمية

بنسبة ٨٣.١ % فالنخبة الدينية بنسبة ٨٠.٩ % فى حين اعترضت بشدة على ذلك ومن نفس عينة الدراسة

نسبة ١٩.١ % من النخبة الدينية ونسبة ١٦.٨ % من النخبة الأكاديمية ونسبة ١٤.٣ % من النخبة الصحفية ونسبة ١٢ % من النخبة الإذاعية .

* بلغت قيمة كا (٣١.٩٥٩) عند درجة حرية (٩) ومستوى معنوية (٠.٠٠٠) وهى قيمة دالة

إحصائياً . ويمكن تفسير النتائج السابقة بأن أكثر المشاكل التي أثرت في مجتمعاتنا البشرية قاطبة كان سببها

عدم التزام الصحفي بأخلاقيات المهنة وبعادات وتقاليد المجتمعات والمشكلة الأساسية تتمثل في مدى وعي والتزام إعلاميون بأخلاقيات مهنتهم السامية وما تفرضه عليهم هذه المهنة من الحفاظ على خصوصية الأفراد والحفاظ على أسرهم والعمل بحيادية ومهنية والمسؤولية الاجتماعية للصحافة ودورها في خدمة المجتمع (٥٦)

١٥ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو احترام القنوات الفضائية الدينية

للآخر :

توضح بيانات الجدول رقم (١٤) وجود اتجاهات إيجابية للنخب عينة الدراسة نحو احترام القنوات الفضائية الدينية للآخر وذلك على النحو التالي :

* وافقت بشدة نسبة ٨٩.١ % من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية على أن القنوات الفضائية الدينية تحترم الآخر في اعترضت نسبة ١٠.٩ % على ذلك.

* جاءت النخبة الدينية في مقدمة النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية حيث وافقت بشدة نسبة ٩٧.٩ % على أن القنوات الفضائية الدينية تحترم يليها النخبة الإذاعية بنسبة ٨٨ % ثم النخبة الأكاديمية بنسبة ٨٦.٨ % فالنخبة الصحفية بنسبة ٨٢.١ % .

* اعترضت بشدة نسب ضئيلة من النخب عينة الدراسة على أن القنوات الفضائية الدينية الإسلامية تحترم الآخر حيث جاءت النخبة الصحفية في مقدمة النخب المعارضة بنسبة ١٧.٩ % يليها النخبة الأكاديمية بنسبة ١٣.٢ % ثم النخبة الإذاعية بنسبة ١٢ % فالنخبة الدينية بنسبة ٢.١ % .

* بلغت قيمة كا^٢ (٤٣.٢٠١) عند درجة حرية (٩) ومستوى معنوية (٠.٠٠٠) وهي قيمة دالة احصائياً.

١٦ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسؤولية القنوات الدينية عن تعميق التفاهم والتعاون والتبادل مادياً ومعنوياً بين أفراد المجتمع بغض النظر عن ديانتهم :

بقراءة بيانات الجدول رقم (١٥) تتضح عدة نتائج أهمها :

* نسبة ٧٤.٩ % من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية وافقت بشدة على أن القنوات الفضائية الدينية تعمق التفاهم والتفاعل والتبادل مادياً ومعنوياً بين أفراد المجتمع بغض النظر عن ديانتهم في حين أن نسبة ٢٥.١ % من العينة اعترضت على ذلك .

* جاءت النخبة الدينية في مقدمة النخب حيث وافقت بشدة نسبة ٨٥.١ % على أن القنوات الفضائية الدينية تعمق التفاهم والتفاعل والتبادل مادياً ومعنوياً بين أفراد المجتمع بغض النظر عن ديانتهم يليها النخبة الإذاعية بنسبة ٧٦ % ثم النخبة الصحفية بنسبة ٧٥ % فالنخبة الأكاديمية بنسبة ٦٨.٧ % .

* اعترضت نسبة ٣١.٣ % من النخب الأكاديمية عينة الدراسة على أن القنوات الفضائية الدينية تعمق التفاهم والتفاعل والتبادل مادياً ومعنوياً بين أفراد المجتمع بغض النظر عن ديانتهم يليها نسبة ٢٥ % من النخبة الصحفية ثم نسبة ٢٤ % من النخبة الإذاعية فنسبة ١٤.٩ % من النخبة الدينية .

* بلغت قيمة كا (٤٢.٠٧٢) عند درجة حرية (٦) ومستوى معنوية (٠.٠٠٠) وهى قيمة ذات دلالة إحصائية .

١٧ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسئولية القنوات الدينية عن تدعيم التفاهم والتعاون بين الدول العربية :

بيانات الجدول رقم (١٦) تشير إلى وجود اتجاهات إيجابية للنخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسئولية القنوات الفضائية الدينية الإسلامية عن تدعيم التفاهم والتعاون بين الدول العربية حيث :

* وافقت بشدة نسبة ٧٢.١ % من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية عينة الدراسة على أن القنوات الفضائية الدينية تدعم التفاهم والتعاون بين الدول العربية مقابل اعتراض نسبة ٢٧.٩ % من العينة على ذلك.

* تقدمت النخبة الدينية النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية حيث وافقت بشدة نسبة ٨٥.١ % على أن القنوات الفضائية الدينية تدعم التفاهم والتعاون بين الدول العربية يليها النخبة الإذاعية بنسبة ٨٤ % ثم النخبة الصحفية بنسبة ٦٧.٨ % فالنخبة الأكاديمية بنسبة ٦٢.٦ % .

* تفاوتت الاتجاهات المعارضة بشدة داخل النخب عينة الدراسة نحو دعم القنوات الفضائية الإسلامية للتفاهم والتعاون بين الدول العربية حيث اعترضت على ذلك نسبة ٣٧.٤ % من النخبة الأكاديمية يليها نسبة ٣٢.٢ % من النخبة الصحفية ثم نسبة ١٦ % من النخبة الإذاعية فنسبة ١٤.٩ % من النخبة الدينية .

* بلغت قيمة كا (٤٨.٠٩٩) عند درجة حرية (٩) ومستوى معنوية (٠.٠٠٠) وهى قيمة ذات دلالة إحصائية .

* تتفق النتائج السابقة مع المادة الخامسة من ميثاق الشرف الإعلامي العربي والتي تنص على :

" تحرص وسائل الإعلام العربية على مبدأ التضامن العربي في كل ما تقدمه للرأي العام في الداخل والخارج، وتسهم بإمكاناتها جميعاً في تدعيم التفاهم والتعاون بين الدول العربية، وتتجنب نشر كل ما من شأنه الإساءة إلى التضامن العربي، وتمتنع عن توجيه الحملات ذات الطابع الشخصي " (٥٧) .

١٨ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسئولية القنوات الدينية عن رفض التعصب بجميع أشكاله :

بيانات الجدول رقم (١٧) تشير إلى وجود اتجاهات إيجابية للنخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسئولية القنوات الفضائية الدينية الإسلامية عن رفض التعصب بجميع أشكاله حيث أن :

* نسبة ٨٨ % من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية عينة الدراسة وافقت بشدة على أن القنوات الفضائية الدينية حريصة على رفض التعصب بجميع أشكاله فى حين اعترضت بشدة نسبة ١٢ % على ذلك.

* جاءت النخبة الدينية فى المرتبة الأولى بنسبة ٨٩.٤ % يليها النخبة الصحفية فى المرتبة الثانية بنسبة ٨٩.٣ % ثم النخبة الإذاعية فى المرتبة الثالثة بنسبة ٨٨ % فالنخبة الأكاديمية فى المرتبة الرابعة بنسبة ٨٦.٧ % من حيث موافقتهم بشدة على أن القنوات الفضائية الدينية حريصة على رفض التعصب بجميع

أشكاله في حين اعترضت بشدة على ذلك ومن نفس النخب نسبة ١٣.٢ % من النخبة الأكاديمية ونسبة ١٢ % من النخبة الإذاعية ونسبة ١٠.٧ % من النخبة الصحفية ونسبة ١٠.٦ % من النخبة الدينية .
 * بلغت قيمة كا (٤١.٣١٦) عند درجة حرية (٩) ومستوى معنوية (٠.٠٠٠٠) وهى قيمة ذات دلالة إحصائية.

١٩ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مدى التزام القنوات الدينية بالصدق والموضوعية فى برامجها :

من بيانات الجدول رقم (١٨) يتضح وجود اتجاهات إيجابية للنخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو التزام القنوات الفضائية الدينية الإسلامية بالصدق والموضوعية فى برامجها حيث أن :
 * نسبة ٩٣.٤ % من إجمالى عينة الدراسة من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية وافقت بشدة ووافقت إلى حد ما على أن القنوات الفضائية الدينية تلتزم بالصدق والموضوعية فى برامجها فى حين أن نسبة ٦.٦ % من العينة رفضت ذلك بشدة .

* نسبة ٩٥.٧ % من النخبة الدينية وافقت بشدة ووافقت الى حد ما على أن القنوات الفضائية الدينية تلتزم بالصدق والموضوعية فى برامجها فى حين اعترضت نسبة ٤.٣ % من النخبة نفسها على ذلك .

* نسبة ٩٦.٤ % من النخبة الصحفية وافقت بشدة ووافقت الى حد ما على صدق وموضوعية القنوات الفضائية الإسلامية مقابل نسبة ٣.٦ % اعترضت على ذلك .

* وافقت نسبة ٩٢ % من النخبة الإذاعية على صدق وموضوعية القنوات الفضائية الإسلامية فى حين اعترضت على ذلك نسبة ٨ % من النخبة نفسها .

* نسبة ٩١.٥ % من النخبة الأكاديمية وافقت على صدق وموضوعية القنوات الفضائية الإسلامية فى حين اعترضت على ذلك نسبة ٨.٤ % من النخبة نفسها .

* بلغت قيمة كا (٢٨.٣٩٠) عند درجة حرية (٦) ومستوى معنوية (٠.٠٠٠٠) وهى قيمة دالة إحصائياً .

* وتتفق هذه النتائج مع نتيجة دراسة (٥٨) أوضحت أن التمسك بالصدق يزيد من ثقة المشاهدين فى القناة ويزيد من درجة اعتمادهم عليها فى الحصول على المعلومات حول الأحداث المختلفة ويتحول الصدق الى معيار أخلاقى لدى رجال الإعلام .

٢٠ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو الضوابط القانونية اللازمة والضرورية لعمل القنوات الفضائية الدينية :

مؤشرات الجدول رقم (١٩) تدل على عدة نتائج هى :

* تطبيق القوانين التى تصون سلامة المجتمع وتحافظ على وحدته جاء هذا الضابط القانونى فى مقدمة الضوابط القانونية اللازمة والضرورية لعمل القنوات الفضائية الإسلامية حيث ارتفعت نسبة اتجاهات المؤيدين

الى ٧١.٦ % من النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية عينة الدراسة مقابل نسبة ٢٨.٤ % للاتجاهات المعارضة لهذا الضابط القانوني وبلغت قيمة كا (٤.٣٣٣) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٢٢٨) وهى قيمة دالة إحصائياً.

* جاء الضابط القانوني : صياغة قوانين إعلامية جديدة تتناسب مع متغيرات العصر لضبط العمل بالقنوات الفضائية الدينية فى المرتبة الثانية بنسبة ٥٩ % وتفاوتت حوله اتجاهات النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية بين مؤيد ومعارض وذلك على النحو التالى : النخبة الأكاديمية (٥٧.٨ % مؤيد مقابل ٤٢.٢ % معارض) والنخبة الصحفية (٥٣.٦ % مؤيد مقابل ٤٦.٤ % معارض) والنخبة الإذاعية (٥٢ % مقابل ٤٨ %) والنخبة الدينية (٦٨.١ % مقابل ٣١.٩ %) وبلغت قيمة كا (٢.٤٩٨) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٤٧٦) وهى قيمة لها دلالة إحصائية.

* تفاوتت اتجاهات النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية حول الضابط القانوني : تطبيق القوانين المرتبطة بحرية العمل الإعلامى لضبط العمل بالقنوات الفضائية الدينية حيث بلغت نسبة المؤيدين ٥٧.٤ % ونسبة المعارضين ٤٢.٦ % من إجمالى عينة الدراسة كما تفاوتت الاتجاهات داخل النخبة الواحدة فالنخبة الدينية بلغت نسبة المؤيدين لهذا الضابط ٥٧.٤ % مقابل ٤٢.٥ % للمعارضين كما تفاوتت نسبة المؤيدين والمعارضين داخل النخبة الواحدة فالنخبة الأكاديمية بلغت نسبة المؤيدين ٦٢.٧ % مقابل نسبة ٣٧.٣ % للمعارضين وبلغت نسبة المؤيدين فى النخبة الصحفية ٦٠.٧ % مقابل ٣٩.٣ % للمعارضين أما النخبة الإذاعية فقد بلغت نسبة المؤيدين ٦٤ % مقابل نسبة ٣٦ % للمعارضين وبلغت قيمة كا (٥.٧٤٣) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.١٢٥) وهى قيمة دالة إحصائياً.

* بالرغم من أن الضابط القانوني : تفعيل دور النقابات المهنية وتطبيق لوائحها على غير الملتزمين بالقنوات الفضائية الدينية جاء فى المرتبة الرابعة بنسبة ٣٩.٣ % إلا أن اتجاهات النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية تفاوتت نحو هذا الضابط القانوني بين مؤيد ومعارض على النحو التالى : بلغت نسبة المعارضين ٦١.٤ % مقابل نسبة ٣٨.٦ % للمؤيدين فى النخبة الأكاديمية وفى النخبة الصحفية بلغت نسبة المعارضين ٥٣.٦ % مقابل نسبة ٤٦.٤ % للمؤيدين ام النخبة الإذاعية فقد بلغت نسبة المعارضين ٧٢ % مقابل ٢٨ % للمؤيدين وفى النخبة الدينية بلغت نسبة المعارضين ٥٧.٤ % مقابل نسبة ٤٢.٦ % للمؤيدين وبلغت قيمة كا (٢.١٦٢) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٥٤٠) وهى قيمة غير دالة إحصائياً .

* عارضت نسبة ٨٦.٩ % من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية سحب ترخيص القنوات الفضائية الدينية الإسلامية كضابط قانوني لازم وضرورى لعمل هذه القنوات وارتفعت نسبة المعارضين داخل النخب عينة الدراسة ففى النخبة الأكاديمية بلغت نسبة المعارضين ٨٠.٧ % مقابل نسبة ١٩.٣ % للمؤيدين لسحب ترخيص القنوات الفضائية الإسلامية وفى النخبة الصحفية بلغت نسبة المعارضين ٧٨.٦ % مقابل نسبة ٢١.٤ % للمؤيدين وفى النخبة الإذاعية بلغت نسبة المعارضين ٨٤ % مقابل ١٦ % للمؤيدين وفى النخبة

الدينية بلغت نسبة المعارضين ٩١.٥ % مقابل ٨.٥ % للمؤيدين وبلغت قيمة كا (٣.١٥٥) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٣٦٨) وهى قيمة دالة إحصائياً.

*ارتفعت نسبة اتجاهات المعارضين من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية لفرض غرامات مالية على القنوات الفضائية الإسلامية كضابط قانونى ضرورى ولازم لعمل هذه القنوات حيث بلغت نسبة اتجاهات المعارضين من إجمالى عينة الدراسة ٨٣.٦ % مقابل نسبة ١٦.٤ % للمؤيدين كما اختلفت الاتجاهات داخل النخب بين مؤيد ومعارض وفى النخبة الأكاديمية بلغت نسبة المعارضين ٧٩.٥ % مقابل نسبة ٢٠.٥ % للمؤيدين وفى النخبة الصحفية بلغت نسبة المعارضين ٨٢.١ % مقابل نسبة ١٧.٩ % للمؤيدين وفى النخبة الإذاعية بلغت نسبة المعارضين ٨٨ % مقابل نسبة ١٢ % للمؤيدين وفى النخبة الدينية بلغت نسبة المعارضين ٨٩.٤ % مقابل نسبة ١٠.٦ % للمؤيدين وبلغت قيمة كا (٢.٥٤٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٤٦٧) وهى نسبة أقل من نسبة المعنوية ٥% وهى قيمة دالة إحصائياً.

*ارتفعت أيضاً نسبة اتجاهات المعارضين فى النخب الأكاديمية والدينية والإعلامية لإغلاق القنوات الفضائية الإسلامية لفترة محددة كجزاء قانونى لضبط سير العمل فى هذه القنوات حيث ارتفعت نسبة المعارضين الى ٨٦.٩ % مقابل نسبة ١٣.١ % للمؤيدين كما ارتفعت نسبة الاتجاهات المعارضة داخل النخبة الواحدة وفى النخبة الأكاديمية بلغت نسبة الاتجاهات المعارضة ٨١.٩ % مقابل نسبة ١٨.١ % للاتجاهات المؤيدة وفى النخبة الصحفية بلغت نسبة الاتجاهات المعارضة ٨٥.٧ % مقابل نسبة ١٤.٣ % للاتجاهات المؤيدة وفى النخبة الإذاعية بلغت نسبة الاتجاهات المعارضة ٩٦ % مقابل نسبة ٤ % للاتجاهات المؤيدة وفى النخبة الدينية بلغت نسبة الاتجاهات المعارضة ٩١.٥ % مقابل نسبة ٨.٥ % للاتجاهات المؤيدة وبلغت قيمة كا (٢.٥٢١) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٢١٠) .

٢١ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو الضوابط الأخلاقية الضرورية لعمل القنوات الفضائية الدينية :

يوضح الجدول رقم (٢٠) أن اتجاهات النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية عينة الدراسة نحو الضوابط الأخلاقية الضرورية لعمل القنوات الفضائية الدينية الإسلامية تمثلت فيما يلي :

* التزام القنوات الفضائية الدينية بالمعايير المهنية مثل الدقة والأمانة والصدق والموضوعية والتوازن وذلك بنسبة ٦٥.٦ % للاتجاهات المؤيدة لهذا الضابط الأخلاقى مقابل ٣٤.٤ % للاتجاهات المعارضة وبلغت قيمة كا (٨.٧٨٨) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٣٢) .

* عدم عرض البرامج التى تغذى الكراهية الدينية بين أتباع الأديان المختلفة فى المرتبة الثانية للضوابط الأخلاقية لعمل القنوات الفضائية الإسلامية وذلك بنسبة ٦١.٧ % للاتجاهات المؤيدة مقابل نسبة ٣٨.٣ % للاتجاهات المعارضة من إجمالى عينة الدراسة وبلغت قيمة كا (١.٩٧٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٥٧٨) .

* الالتزام والتأكيد على مبادئ الوحدة الوطنية بنسبة ٥٥.٢ % للاتجاهات المؤيدة من النخب عينة الدراسة مقابل ٤٤.٨ % للاتجاهات المعارضة وبلغت قيمة كا (١.٤٧٥) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٦٨٨) وهى قيمة غير دالة إحصائياً.

* كبح جماح النزعة المادية لدى أصحاب القنوات التليفزيونية الدينية جاء هذا الضابط الأخلاقى فى المرتبة الرابعة وذلك بنسبة ٥٤.١ % وبلغت قيمة كا (٢.٣١١) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٥١٠) وهى قيمة غير دالة إحصائياً.

* تساوت النسبة المؤيدة والمعارضة بين الضابط الأخلاقى النزاهة المهنية وتعميق القيم الأخلاقية فى نفوس مالكي القنوات الفضائية الدينية الإسلامية والقائمين عليها حيث بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة لهذه الضوابط الأخلاقية ٥١.٩ % مقابل نسبة ٤٨.١ % للاتجاهات المعارضة من النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية وبلغت قيمة كا (٣.٨٤٩) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٢٧٨) .

* ارتفعت نسبة الاتجاهات المعارضة فى النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو الضابط الأخلاقى المتمثل فى نشر الحرية المسؤولة الواعية لدى القائمين على القنوات الفضائية الإسلامية الى ٥٢.٥ % مقابل نسبة ٤٧.٥ % للاتجاهات المؤيدة وبلغت قيمة كا (٧.٢٠٦) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٦٦) .

* كما ارتفعت نسبة الاتجاهات المعارضة للضابط الأخلاقى المتمثل فى وعى القائمين على القنوات الفضائية الإسلامية بمتغيرات العصر وأدواته الى ٥٤.٦ % مقابل نسبة ٤٥.٤ % للاتجاهات المؤيدة وبلغت قيمة كا (٦.٧٠٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٨٢) وهى قيمة لها دلالة إحصائية.

* وبالإضافة إلي الأخلاقيات السابقة هناك أخلاقيات المهنة التي تحكمها في الأساس أخلاق عامة مثل الصدق والشرف والنزاهة، وإلى ما شاكل من أخلاقيات، والغرض منها في النهاية هو تحسين الأداء الإعلامي والتحكم في وسائل الإعلام لصالح عامة الناس وهناك معايير أخرى لا يمكن إغفالها في عالم اليوم مثل الكفاءة والقدرة وفهم المتغيرات الحقيقية التي يشهدها العالم وهي أهم قيمة الآن في أخلاقيات المهنة، بحيث تستند على احترام الأفكار التي تطرح من الأطراف الأخرى ليحدث التوازن الطردى بين العاملين والمستهلكين في حقل الإعلام (٥٩) .

٢٢ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو معوقات أداء العمل الإعلامي بالقنوات الفضائية الدينية :

توضح بيانات الجدول رقم (٢١) أن اتجاهات النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية عينة الدراسة نحو معوقات أداء العمل الإعلامي بالقنوات الفضائية الإسلامية تمثلت فيما يلي :

* المادة الإعلامية فى القنوات الفضائية الإسلامية لا تتناول جميع الاتجاهات والأفكار المختلفة والمذاهب المتباينة وذلك بنسبة ٢١.٧ % وبلغت قيمة كا (٠.٨٥٣) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٨٣٧) .

* أن القنوات الفضائية الدينية تقتصر لوجود كوادر إعلامية مدربة وقادرة على إيصال الرسالة الإعلامية لجمهور المشاهدين على اختلاف مستوياتهم الثقافية جاء بنسبة ٢١.٣ % من إجمالى عينة الدراسة وبلغت قيمة كا (٢.٨٣٦) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٤١٨) .

* إغفال القنوات الفضائية الإسلامية لعناصر الإبهار والتشويق التليفزيونية فى برامجها وتكتفى بالبرامج الحوارية والمواجهات وبلغت نسبة الاتجاهات فى النخب عينة الدراسة نحو ذلك ١٦.٨ % كما بلغت قيمة كا (٣.٠٥١) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٣٨٤) .

* القنوات الفضائية الإسلامية تنتج برامجها وتبثها للداخل وليس للخارج حيث بلغت نسبة اتجاهات النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية نحو ذلك ١٥.٤ % وبلغت قيمة كا (٧.٤٠٥) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٦٠) .

* القنوات الفضائية الإسلامية عاجزة عن استخدام تكنولوجيا الإعلام وتوظيفها لخدمة قضايانا وبلغت نسبة الاتجاهات فى عينة الدراسة نحو ذلك ١٣.٦ % وبلغت قيمة كا (١١.٩٢٠) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٠٨) .

* ضيوف البرامج فى القنوات الفضائية الإسلامية سطحيين وغير متخصصين ومكررين وبلغت نسبة اتجاهات النخب الدينية والصحفية والإذاعية والأكاديمية نحو ذلك ١١.١ % كما بلغت قيمة كا (٥.١٤٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.١٦٢) .

ثانياً : نتائج اختبار فروض الدراسة :

فيما يلي اختبار صحة فروض الدراسة :

الفرض الأول :

توجد اختلافات دالة إحصائياً بين اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية (صحفيين ومذيعين) والدينية نحو أخلاقيات الممارسة الإعلامية للقنوات التليفزيونية الدينية . وقد أثبتت الدراسة صحة هذا الفرض من خلال طرح ثلاث متغيرات على عينة الدراسة تتعلق بأخلاقيات الممارسة الإعلامية للقنوات الفضائية الدينية وهذه المتغيرات هى :

* تعميق القيم الأخلاقية فى نفوس مالكي هذه القنوات والقائمين عليها .

* عدم عرض البرامج التى تغذى الكراهية الدينية بين أتباع الأديان المختلفة

* الالتزام بالمعايير المهنية مثل الدقة والأمانة والصدق والموضوعية والتوازن .

وهذه المتغيرات توضحها نتائج الجدول رقم (٢٢) على النحو التالى :

* وجود اختلافات دالة إحصائية بين اتجاهات النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية حول ضرورة تعميق القيم الأخلاقية فى نفوس مالكي القنوات الفضائية الدينية حيث بلغت نسبة الاتجاهات التى وافقت على ضرورة تعميق هذه القيم لدى مالكي الفضائيات الإسلامية ٥١.٩ % فى حين بلغت نسبة الاتجاهات التى عارضت ذلك ٤٨.١ % من إجمالى عينة الدراسة كما توجد اختلافات فى الاتجاهات داخل كل نخبة على حدة وبلغت قيمة كا (٠.٢.٩٢٢) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٤٠٥) وهى قيمة دالة إحصائياً.

* وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات النخب عينة الدراسة حول ضرورة عدم عرض القنوات الدينية الإسلامية برامج تغذى الكراهية الدينية بين أتباع الأديان المختلفة حيث بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة لذلك ٦١.٧ % فى حين بلغت نسبة الاتجاهات المعارضة ٣٨.٣ % كما تعددت الاتجاهات داخل النخب وفى النخبة الأكاديمية بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة لهذا المتغير ٦٦.٣ % مقابل نسبة ٣٣.٧ % للاتجاهات المعارضة وفى النخبة الصحفية كانت النسبة ٥٧.١ % مقابل نسبة ٤٢.٩ % وفى النخبة الإذاعية بلغت النسبة المؤيدة ٥٢ % مقابل نسبة ٤٨ % وفى النخبة الدينية بلغت النسبة المؤيدة ٦١.٧ % مقابل نسبة ٣٨.٣ % للاتجاهات المعارضة وبلغت قيمة كا (١.٩٧٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٥٨٤) وهى قيمة غير دالة إحصائياً .

* توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية نحو ضرورة التزام القنوات الفضائية الإسلامية بالمعايير المهنية فى برامجها مثل الدقة والأمانة والصدق والموضوعية والتوازن حيث بلغت نسبة اتجاهات النخب المؤيدة لذلك ٦٥.٦ % مقابل نسبة ٣٤.٤ % معارضة لذلك كما توجد اختلافات فى الاتجاهات داخل كل نخبة على حدة وفى النخبة الأكاديمية بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة ٥٩ % ونسبة الاتجاهات المعارضة ٤١ % وفى النخبة الصحفية بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة لذلك ٥٧.١ % مقابل نسبة ٤٢.٩ % معارضة وفى النخبة الإذاعية بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة ٦٤ % والمعارضة ٣٦ % وفى النخبة الدينية بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة ٨٣ % والمعارضة ١٧ % وبلغت قيمة كا (٨.٧٨٨) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٣٣) وهى قيمة دالة إحصائياً.

الفرض الثانى :

توجد اتجاهات سلبية لدى النخبة المصرية نحو مسئولية الأداء الإعلامى للقنوات الفضائية الإسلامية. وأثبتت الدراسة عدم صحة هذا الفرض حيث توجد اتجاهات إيجابية بين نوع النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية ومسئولية الأداء الإعلامى للقنوات الفضائية الإسلامية وذلك من خلال اختبار ثلاثة متغيرات لقياس الأداء الإعلامى لهذه القنوات وهى :

- * متغير مدى التزام القنوات الفضائية الإسلامية بالدقة فى عرض القضايا المجتمعية .
- * متغير حرص القنوات الفضائية الإسلامية على رفض التعصب بجميع أشكاله .
- * متغير التزام القنوات الفضائية الإسلامية بالصدق والموضوعية فى برامجها .

وهذه المتغيرات توضحها نتائج الجدول رقم (٢٣) على النحو التالى :

* وجود اتجاهات إيجابية لنوع النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية نحو التزام القنوات الفضائية الإسلامية بالدقة فى عرض قضايا المجتمع حيث وافقت بشدة والى حد ما نسبة ٨١.٨ % من الذكور على ذلك كما وافقت بشدة والى حد ما نسبة ٧٢.٥ % من الإناث على ذلك أيضاً وبلغت قيمة كا (١٠.٢٣٦) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠١٧) وهى قيمة دالة إحصائياً لأنها أقل من نسبة ٥ % .

* وافقت بشدة والى حد ما نسبة ٨٧.٤ % من الذكور كما وافقت بشدة والى حد ما نسبة ٩٠ % من الإناث من النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية على عدم وجود برامج بالقنوات الفضائية الإسلامية فيها أى نوع من أنواع التعصب بجميع أشكاله وبلغت قيمة كا (١٢.٣٥٢) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٠٦) وهى قيمة لها دلالة إحصائية لأنها أقل من مستوى المعنوية ٥ % .

* وافقت بشدة والى حد ما نسبة ٩٤.٤ % من الذكور كما وافقت بشدة والى حد ما نسبة ٩٠ % من الإناث من النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية على التزام القنوات الفضائية الإسلامية بالصدق والموضوعية فى برامجها وبلغت قيمة كا (١٠.١٩) عند درجة حرية (٢) ومستوى معنوية (٠.٦٠١) وهى قيمة غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من مستوى المعنوية ٥ % .

الفرض الثالث :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى اتجاهات النخبة المصرية نحو إيجابيات القنوات الفضائية الإسلامية حيث أثبتت الدراسة صحة هذا الفرض الذى توضحه نتائج الجدول رقم (٢٤) وتدل بياناته على وجود اختلافات بين اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو إيجابيات القنوات الفضائية الدينية على النحو التالى :

* وافقت نسبة ٦٥.٦ % من إجمالى عينة الدراسة على أن القنوات الفضائية الإسلامية تعرض صحيح الدين بشرح العبادات والهدف منها دنيوياً وأخروياً فى حين أن نسبة ٣٤.٣ % عارضت ذلك كما توجد اختلافات بين اتجاهات النخب حول هذه الإيجابية فالنخبة الأكاديمية وافقت منها نسبة ٥٩ % مقابل معارضة ٤١ % كما وافقت نسبة ٨٢.١ % من النخبة الصحفية وعارضت نسبة ١٧.٩ % ذلك وارتفعت نسبة الاتجاهات المعارضة لهذه الإيجابية الى ٥٢ % مقابل نسبة ٤٨ % مؤيدة لذلك وفى النخبة الدينية ارتفعت نسبة الاتجاهات المؤيدة الى ٧٦.٦ % مقابل معارضة نسبة ٢٣.٤ % وبلغت قيمة كا (١٠.٩٢٦) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠١٢) وهى قيمة دالة إحصائياً .

* اختلفت اتجاهات نسبة من النخبة الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية عينة الدراسة مع اتجاهات نسبة من نفس العينة حول ميزة أن القنوات الفضائية الإسلامية تتناول قضايا دينية عصرية مهمة حيث وافقت نسبة ٦٩.٤ % على هذه الميزة فى حين أن نسبة ٣٠.٦ % عارضت ذلك كما اختلفت الاتجاهات داخل كل نخبة حول هذه الميزة ففى النخبة الأكاديمية وافقت نسبة ٦٨.٧ % على هذه الميزة فى حين عارضتها نسبة ٣١.٣ % وفى النخبة الصحفية وافقت نسبة ٥٧.١ % وعارضت نسبة ٤٢.٩ % وفى النخبة الإذاعية وافقت نسبة

٦٤ % وعارضت نسبة ٣٦ % وفى النخبة الدينية وافقت نسبة ٨٠.٩ % وعارضت نسبة ١٩.١ % وبلغت قيمة كا ٢ المحسوبة (٥.٢٤٧) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.١٥٥) وهى قيمة لها دلالة إحصائية .

* القنوات الفضائية الدينية تبرز الدور الحضارى للدين وفضله على الحضارة الغربية هذه الإيجابية اختلفت حولها اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية حيث وافقت عليها نسبة ٢٩ % ونفتها نسبة كبيرة جداً بلغت ٧١ % كما توجد اختلافات فى اتجاهات النخبة الأكاديمية حول هذه الميزة حيث أكدتها نسبة ٢٥.٣ % ونفتها نسبة ٤٧.٤ % وفى النخبة الصحفية وافقت عليها نسبة ٢١.٤ % وعارضتها نسبة ٧٨.٦ % وفى النخبة الإذاعية ارتفعت نسبة المعارضة لهذه الميزة الى ٨٨ % ووافقت عليها نسبة ١٢ % وفى النخبة الدينية وافقت نسبة ٤٨.٩ % وعارضت عليها نسبة ٥١.١ % وبلغت قيمة كا ٢ المحسوبة (١٣.٩٢٣) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٠٣) وهى قيمة لها دلالة إحصائية .

* اختلفت اتجاهات النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية حول ميزة أن القنوات الفضائية الإسلامية تدافع عن هوية وقيم المجتمع حيث نفت نسبة كبيرة من العينة بلغت ٥٢.٥ % هذه الميزة فى حين أكدتها نسبة ٤٧.٥ % كما اختلفت الاتجاهات داخل النخبة الأكاديمية حول هذه الميزة حيث أكدتها نسبة ٣٤.٩ % ونفتها نسبة ٦٥.١ % وأكدتها نسبة ٤٠ % من النخبة الإذاعية ونفتها نسبة ٦٠ % من نفس النخبة كما اختلفت الاتجاهات فى النخبة الصحفية حول هذه الميزة حيث وافقت عليها نسبة ٥٣.٦ % وعارضتها نسبة ٤٦.٤ % وفى النخبة الدينية وافقت عليها نسبة كبيرة بلغت ٧٠.٢ % وعارضتها نسبة ٢٩.٨ % وبلغت قيمة كا ٢ المحسوبة (١٥.٩٥٠) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٠١) وهى قيمة لها دلالة إحصائية .

* تساهم القنوات الفضائية الإسلامية فى تجديد الخطاب الدينى وتدعم جهود الدعوة هذه الإيجابية اختلفت حولها اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية عينة الدراسة حيث نفتها نسبة ٥٠.٢ % وأكدتها نسبة ٤٤.٨ % كما اختلفت حولها اتجاهات النخبة الأكاديمية نفسها حيث أكدتها نسبة ٣٩.٨ % ونفتها نسبة ٦٠.٢ % وأكدتها نسبة ٤٤ % من النخبة الإذاعية ونفتها نسبة ٥٦ % من نفس النخبة وفى النخبة الصحفية نفتها نسبة ٧٥ % وأكدتها نسبة ٢٥ % وفى النخبة الدينية أكدتها نسبة ٦٦ % ونفتها نسبة ٣٤.٣ % وبلغت قيمة كا ٢ المحسوبة (١٣.٨٠٥) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٠٣) وهى قيمة لها دلالة إحصائية .

* اختلفت الاتجاهات فى عينة الدراسة حول أن القنوات الفضائية الإسلامية تعمل على وصول المعنى الحقيقي للدين الإسلامى للغرب حيث عارضت ذلك نسبة كبيرة من عينة الدراسة بلغت ٦٧.٨ % مقابل نسبة ٣٢.٢ % أيدت ذلك كما اختلفت الاتجاهات داخل كل نخبة حيث ارتفعت نسبة الاتجاهات المؤيدة لهذه الميزة فى النخبة الدينية الى ٥٩.٦ % وعارضتها نسبة ٤٠.٤ % وفى النخب الأخرى ارتفعت نسبة الاتجاهات المعارضة عن المؤيدة حيث بلغت النسبة فى النخبة الصحفية ٨٥.٧ % وفى النخبة الإذاعية ٨٠ % وفى النخبة الأكاديمية

٧٣.٥ % وبلغت قيمة كا (٢٣.١٧٠) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٠٠) وهى قيمة لها دلالة إحصائية .

الفرض الرابع :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى اتجاهات النخبة المصرية نحو سلبيات القنوات الفضائية الإسلامية حيث أثبتت الدراسة صحة هذا الفرض الذى يوضحه الجدول رقم (٢٥) ومن بياناته يتضح وجود فروق بين اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو سلبيات القنوات الفضائية الإسلامية يمكن شرحها على النحو التالى :

* اختلفت اتجاهات النخبة المصرية عينة الدراسة نحو افتقار القنوات الفضائية الدينية إلى كوادر إعلامية مدربة ومتخصصة حيث ارتفعت نسبة الاتجاهات فى إجمالى عينة الدراسة التى أكدت ذلك الى ٥٩ % مقابل نسبة ٤١ % عارضت ذلك كما اختلفت الاتجاهات فى النخبة الأكاديمية حيث ارتفعت فيها نسبة الاتجاهات التى وافقت على افتقار الفضائيات الإسلامية الى كوادر إعلامية الى ٦٥.١ % مقابل نسبة ٣٤.٩ % عارضت ذلك كما ارتفعت نسبة الاتجاهات الموافقة على هذه السلبية فى النخبة الصحفية الى ٥٣.٦ % وفى النخبة الإذاعية الى ٦٠ % وفى النخبة الدينية الى ٥١.١ % وبلغت قيمة كا ٢ المحسوبة (٢.٨٣٦) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٠٤١٨) وهى قيمة دالة إحصائياً .

* نسبة ٥٣.٦ % من اتجاهات النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية عينة الدراسة اتفقت على نفى سلبية أن برامج القنوات الفضائية الدينية حوارية وتفتقر إلى عناصر الإبهار والتشويق التليفزيونية مقابل نسبة ٤٦.٤ % من إجمالى العينة اتفقت على وجود هذه السلبية كما اختلفت الاتجاهات فى كل نخبة بين مؤيد ومعارض فنسبة الاتجاهات المؤيدة لهذه السلبية كانت كالتالى فى النخبة الأكاديمية ٤٥.٨ % وفى النخبة الصحفية ٦٠.٧ % وفى النخبة الإذاعية ٤٤ % وفى النخبة الدينية ٤٠.٤ % وبلغت نسبة الاتجاهات التى عارضت ذلك فى النخبة الأكاديمية ٥٤.٢ % وفى النخبة الصحفية ٣٩.٣ % وفى النخبة الإذاعية ٥٦ % وفى النخبة الدينية ٥٩.٦ % وقد بلغت قيمة كا ٢ المحسوبة (٣.٠٥١) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٣٨٤) وهى قيمة لها دلالة إحصائية .

* إن نسبة ٦٠.١ % من اتجاهات النخبة المصرية عينة الدراسة اتفقت على أن المادة الإعلامية فى القنوات الفضائية الإسلامية لا تتناول جميع الاتجاهات والأفكار والمذاهب المختلفة مقابل نسبة ٣٩.٩ % من هذه الاتجاهات عارضت ذلك كما اختلفت الاتجاهات فى كل نخبة حول هذه السلبية بين مؤيد لوجودها ومعارض لعد وجودها وفى النخبة الأكاديمية بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة لهذه السلبية ٥٦.٦ % والمعارضة لها ٤٣.٤ % وفى النخبة الصحفية بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة ٦٠.٧ % والمعارضة ٣٩.٣ % وفى النخبة الإذاعية بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة ٦٤ % والمعارضة ٣٦ % وفى النخبة الدينية بلغت نسبة الاتجاهات المؤيدة

٦٣.٨ % والمعارضة ٣٦.٢ % وبلغت قيمة كا (٠.٨٥٣) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٨٣٧) وهى قيمة غير دالة إحصائياً .

* ارتفعت نسبة الاتجاهات فى النخبة المصرية المعارضة لسلبية ضيوف برامج القنوات الفضائية الإسلامية سطحيين وغير متخصصين ومكررين الى ٦٩.٤ % مقابل نسبة ٣٠.٦ % من هذه الاتجاهات مؤكدة وجود هذه السلبية وبلغت قيمة كا ٢ المحسوبة (٠.١٤٤) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.١٦٢) وهى قيمة دالة إحصائياً .

* نسبة ٤٢.٦ % من إجمالى النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية اتفقت على أن القنوات الفضائية الإسلامية تنتج برامج وتبثها للداخل وليس للخارج فى حين أن نسبة ٥٧.٤ % عارضت ذلك كما اختلفت الاتجاهات داخل كل نخبة وفى النخبة الأكاديمية ارتفعت نسبة الاتجاهات المؤيدة ذلك الى ٥٣ % فى حين ارتفعت نسبة الاتجاهات فى النخب الأخرى المعارضة لذلك وفى النخبة الصحفية ارتفعت النسبة الى ٦٠.٧ % وفى النخبة الإذاعية ٦٤ % وفى النخبة الدينية ٧٠.٢ % وبلغت قيمة كا (٧.٤٠٥) عند درجة حرية (٣) ومستوى معنوية (٠.٠٦٠) وهى قيمة لها دلالة إحصائية .

خلاصة الدراسة :

١ - كثافة تعرض النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية للقنوات الفضائية الدينية :

* تشير نتائج الدراسة فى مجملها إلى ارتفاع كثافة التعرض للقنوات الفضائية الإسلامية حيث بلغت نسبة النخبة الأكاديمية التى تشاهد هذه القنوات بصفة دائمة ٤٩.٤ % وإلى حد ما ٥٠.٦ % ونخبة الإذاعيين الذين يشاهدون هذه القنوات بصفة دائمة بلغت نسبتهم ٥٢ % وإلى حد ما ٤٨ % أما نخبة الصحفيين الذين قالوا نعم إنهم يشاهدون هذه القنوات فقد بلغت نسبتهم ٤٢.٩ % وإلى حد ما ٥٧.١ % والنخبة الدينية التى تشاهد القنوات الفضائية الدينية بصفة دائمة بلغت نسبتهم ٨٠.٩ % اما الذين يشاهدون هذه القنوات الى حد ما فقد بلغت نسبتهم ١٩.١ % .

* ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية الدينية المصرية بين النخبة الدينية (٥٧.١ %) والنخبة الصحفية (٥٥.٩ %) والنخبة الأكاديمية (٥٠.٩ %) ونخبة الإذاعيين (٤٦.٩ %) .

* جاءت نخبة الإذاعيين فى مقدمة النخب التى تفضل مشاهدة القنوات الفضائية الدينية العربية وذلك بنسبة (٥٣.١ %) تليها نخبة الأكاديميين بنسبة (٤٩.١ %) ثم نخبة الصحفيين بنسبة (٤٤.١ %) فالنخبة الدينية (٤٢.٩ %) .

٢ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو هوية القنوات الفضائية الدينية :

* فيما يتعلق بتعرض النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية للقنوات الفضائية الإسلامية جاءت قناة الناس فى المرتبة الأولى بنسبة ٣٥.٨ % بين القنوات الفضائية الدينية الإسلامية التى تفضل النخبة الأكاديمية والإذاعية

والصحفية والدينية مشاهدتها ثم جاءت قناة اقرأ فى المرتبة الثانية بنسبة ٣١.٩ % ثم قناة المجد للقرآن فى المرتبة الثالثة بنسبة ٣٠.٦ % ثم جاءت قناة العفاسي فى المرتبة الرابعة بنسبة ١٦.٧ % وقناة الرسالة فى المرتبة الخامسة بنسبة ١٦.٢ % .

* جاءت قناة الحكمة فى المرتبة السادسة بنسبة ١٣.١ % تليها قناة المجد للحديث بنسبة ١٢.٤ % ثم قناة الفجر بنسبة ١٢.١ % .

٣ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو أسباب مشاهدة القنوات الفضائية الدينية :

* أما دوافع تعرض النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية للقنوات الفضائية الإسلامية فتمثلت فى أن هذه القنوات تساعد فى فهم صحيح الدين والثقافة الدينية وتعمل على حل بعض القضايا الدينية بطريقة صحيحة وبأسلوب جيد وموضوعى وشيق وتتناول بعض الفتاوى المهمة وتعلم المشاهد تلاوة القرآن بطريقة صحيحة وتعلمه أحكام التجويد وبها أناس معتدلون ذو فكر حديث كما انهم يقدمون برامج فى قالب سريع بعيد عن الملل والوعظ المباشر إضافة الى نوعية الشيوخ الذين تعتمد عليهم فى البرامج فكثير منهم له أفكار جديدة فى توصيل المعلومة بالإضافة إلى أن قناة المجد للقرآن تقدم وجبة متنوعة من القراءات القرآنية المتعددة من قارئ القرآن من مصر والعالم العربي وقناة الناس تضم نخبة من الدعاة والبرامج المتميزة وكذا قناة الحكمة والرحمة أما قناة الرسالة فإنها متميزة باهتمامها بسيرة المصطفى ﷺ وقناة المنار تتناول قضايا دينية حياتية بأسلوب منهجى وموضوعى .

* تحرص هذه القنوات على تنويع المعلومات الدينية وتستضيف فى برامجها علماء وشيوخ لهم وضعهم فى العالم الإسلامى وتحرص على التفاعل مع المشاهد من خلال برامج البث المباشر .

٤ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو إيجابيات القنوات الفضائية الإسلامية :

* تشير النتائج الى وجود اتجاهات إيجابية لدى النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية عينة الدراسة نحو إيجابيات القنوات الفضائية الإسلامية تتمثل فيما يلي حسب ترتيبها :

* القنوات الفضائية الدينية تتناول قضايا دينية عصرية مهمة .

* تعرض صحيح الدين بشرح العبادات والهدف منها دنيويا وأخرويا .

* تدافع عن هوية وقيم المجتمع .

* تعمل على محاربة القنوات الإباحية التي تنتشر الابتذال والفساد والعري .

* تساهم فى تجديد الخطاب الدينى وتدعم جهود الدعوة .

* قدمت حلقات جيدة للدفاع عن رسول الله بعد الرسوم المسيئة له ﷺ وكشفت عن أوجه الخلل والشطط لدى بعض الاتجاهات والمذاهب الفقهية ونشر الوعى الدينى والمعرفة بصحيح الإسلام لدى شباب الأمة وبراعمها .

٥ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو سلبات القنوات الفضائية الإسلامية :

- * عكست نتائج الدراسة وجود عدة اتجاهات سلبية للنخب الأكاديمية والإعلامية والدينية عينة الدراسة نحو القنوات الدينية تتمثل في النتائج التالية حسب ترتيبها :
- * القنوات الفضائية الدينية تفتقر إلى كوارر إعلامية مدربة ومتخصصة .
- * يغلب على معدي ومقدمي برامجها عدم الخبرة المهنية في قواعد وأساليب الإعداد التلفزيوني وتقديم البرامج المرئية .
- * تركز غالبية برامجها على المضمون الديني الصرف والذي يعتمد على المعلومة الدينية والتوجيه المباشر في قوالب تقليدية .
- * وفي المرتبة الأخيرة جاءت سلبية برامج القنوات الفضائية الدينية حوارية وتفتقر إلى عناصر الإبهار والتشويق التلفزيونية .
- * ترى النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية وجود سلبات أخرى للقنوات الفضائية الدينية تتمثل في التالي:
- * زيادة الفترات الإعلانية والاهتمام والتركيز على بعض الأمور السطحية .
- * تخلق التضارب أحيانا وتؤدي الى فقد الثقة وإثارة الفتن بشكل وأسلوب غير مباشر مع الافتقار الى آداب الحوار .
- * اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسئولية القنوات الفضائية الإسلامية
- عن انعكاسها لصحيح الدين في برامجها:**
- * أشارت النتائج الى وجود اتجاهات إيجابية للنخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو القنوات الفضائية الدينية ومدى قيامها بانعكاس صحيح الدين في برامجها حيث :
- أن نسبة ٩٢ % من اتجاهات النخبة الإذاعية وافقت بشدة والى حد ما على ذلك مقابل معارضة نسبة ٨ % من النخبة نفسها .
- وافقت نسبة ٨٩.٣ % من النخبة الصحفية بشدة مقابل نسبة ١٠.٧ % من النخبة نفسها على أن القنوات الفضائية الدينية تعكس صحيح الدين .
- نسبة ٨٦.٧ % من النخبة الأكاديمية وافقت بشدة على أن القنوات الدينية تعكس صحيح الدين مقابل نسبة ١٣.٢ % من نفس العينة اعترضت على ذلك .
- وافقت بشدة نسبة ٧٤.٥ % من النخبة الدينية مقابل معارضة نسبة ٢٥.٦ % على أن القنوات الدينية تعكس صحيح الدين في برامجها .
- * جاءت النخبة الدينية في مقدمة النخب عينة الدراسة حيث وافقت بشدة نسبة ٨٠.٩ % من هذه النخبة على أن القنوات الدينية الإسلامية تشجع مشاهديها على النزوع الى اتباع المنهج السلفي في حياتهم اليومية يليها

نسبة ٧٨.٦ % من النخبة الصحفية ثم نسبة ٧١.١ % من النخبة الأكاديمية ونسبة ٦٠ % من النخبة الإذاعية .

* توجد اتجاهات سلبية للنخب الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسئولية القنوات الدينية عن تقديم فكر متطرف يغذى الكراهية الدينية بين أتباع الأديان المختلفة حيث اعترضت بشدة على ذلك نسبة ٩٥.٧ % من النخبة الدينية ونسبة ٨٥.٧ % من النخبة الصحفية ونسبة ٨٠ % من النخبة الإذاعية ونسبة ٧٢.٣ % من النخبة الأكاديمية .

٦ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسئولية القنوات الدينية عن غرس فكر ديني متطرف فى نفوس الشباب :

* توجد اتجاهات سلبية للنخب الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو القنوات الفضائية الدينية وعرسها فكر ديني متطرف فى نفوس الشباب حيث اعترضت نسبة ٧٤.٤ % على ذلك مقابل موافقة نسبة ٢٥.٦ % .

* اعترضت بشدة نسبة ٩٥.٧ % من النخبة الدينية مقابل موافقة ٤.٣ % على أن القنوات الفضائية الإسلامية تغرس فكر ديني متطرف فى نفوس الشباب . كما اعترضت نسبة ٨٠ % من النخبة الإذاعية مقابل موافقة نسبة ٢٠ % على ذلك .

* عارضت بشدة نسبة ٧١.٥ % من النخبة الصحفية على أن القنوات الفضائية الدينية تغرس فكر ديني متطرف فى نفوس الشباب مقابل موافقة ٢٨.٥ % على ذلك كما اعترضت بشدة نسبة ٦١.٥ % من النخبة الأكاديمية على أن الفضائيات الدينية تغرس فكر متطرف فى الشباب مقابل موافقة ٣٨.٥ % على ذلك .

٧ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مدى مسئولية القنوات الدينية عن الفتاوى المتشددة :

* وافقت بشدة نسبة ٥٤.١ % من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية على أن القنوات الفضائية الدينية أصبحت مصدراً للفتاوى المتشددة مقابل معارضة نسبة ٤٥.٩ % على ذلك .

٨ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسئولية القنوات الدينية عن الفتاوى المتضاربة :

* نسبة ٧٨.٧ % من إجمالى عينة الدراسة وافقت بشدة على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتضاربة مقابل معارضة نسبة ٢١.٣ % على ذلك .

* وافقت بشدة نسبة ٨٣.١ % من النخبة الأكاديمية ونسبة ٨٩.٣ % من النخبة الصحفية ونسبة ٧٦ % من النخبة الإذاعية ونسبة ٦٥.٩ % من النخبة الدينية على أن القنوات الفضائية الإسلامية أصبحت مصدراً للفتاوى المتضاربة .

٩ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مدى التزام القنوات الدينية بعبادات وتقاليد المجتمع :

* أثبتت نتائج الدراسة وجود اتجاهات إيجابية للقنوات الفضائية الإسلامية نحو التزام هذه القنوات بعبادات المجتمع وتقاليده حيث أن نسبة ٨٣.٦ % من اتجاهات النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية وافقت بشدة على أن القنوات الفضائية الدينية تلتزم بعبادات وتقاليد المجتمع مقابل نسبة ١٦.٤ % اعترضت على ذلك .

١٠ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو احترام القنوات الدينية للآخر :

* أثبتت نتائج الدراسة وجود اتجاهات إيجابية للنخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو احترام القنوات الفضائية الإسلامية للآخر فنسبة ٨٩.١ % من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية وافقت بشدة على أن القنوات الفضائية الدينية تحترم الآخر في حين اعترضت نسبة ١٠.٩ % على ذلك.

١١ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسؤولية القنوات الدينية عن تعميق التفاهم والتعاون والتبادل مادياً ومعنوياً بين أفراد المجتمع بغض النظر عن ديانتهم :

* أثبتت النتائج وجود اتجاهات إيجابية للنخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسؤولية القنوات الفضائية الإسلامية عن تعميق التفاهم والتفاعل والتبادل مادياً ومعنوياً بين أفراد المجتمع بغض النظر عن ديانتهم فنسبة ٧٤.٩ % من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية وافقت بشدة على أن القنوات الفضائية الدينية تعمق التفاهم والتفاعل والتبادل مادياً ومعنوياً بين أفراد المجتمع بغض النظر عن ديانتهم في حين أن نسبة ٢٥.١ % من العينة اعترضت على ذلك .

١٢ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسؤولية القنوات الدينية عن تدعيم التفاهم والتعاون بين الدول العربية :

* وافقت بشدة نسبة ٧٢.١ % من اتجاهات النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية عينة الدراسة على أن القنوات الفضائية الدينية تدعم التفاهم والتعاون بين الدول العربية مقابل اعتراض نسبة ٢٧.٩ % من العينة على ذلك.

١٣ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مسؤولية القنوات الدينية عن رفض التعصب بجميع أشكاله :

* أكدت النتائج وجود اتجاهات إيجابية للنخبة الأكاديمية والإعلامية نحو مسؤولية القنوات الفضائية الدينية عن رفض التعصب بجميع أشكاله فنسبة ٨٨ % من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية عينة الدراسة وافقت بشدة على أن القنوات الفضائية الدينية حريصة على رفض التعصب بجميع أشكاله في حين اعترضت بشدة نسبة ١٢ % على ذلك .

١٤ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو مدى التزام القنوات الدينية بالصدق والموضوعية فى برامجها :

* أكدت النتائج وجود اتجاهات إيجابية للنخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو التزام القنوات الفضائية الدينية بالصدق والموضوعية فى برامجها فنسبة نسبة ٩٣.٤ % من إجمالى عينة الدراسة من النخب الأكاديمية والإعلامية والدينية وافقت بشدة ووافقت إلي حد ما على أن القنوات الفضائية الدينية تلتزم بالصدق والموضوعية فى برامجها فى حين أن نسبة ٦.٦ % من العينة رفضت ذلك بشدة .

١٥ - تمثلت اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو الضوابط القانونية اللازمة والضرورية لعمل القنوات الفضائية الدينية فيما يلي حسب الترتيب :

* تطبيق القوانين التى تصون سلامة المجتمع وتحافظ على وحدته وصياغة قوانين إعلامية جديدة تتناسب مع متغيرات العصر وتفعيل دور النقابات المهنية وتطبيق لوائحها على غير الملتزمين .
وتطبيق القوانين المرتبطة بحرية العمل الإعلامى وسحب ترخيص هذه القنوات وفرض غرامات مالية على هذه القنوات وإغلاق هذه القنوات لفترة محددة .

١٦ - اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو الضوابط الأخلاقية الضرورية لعمل القنوات الفضائية الدينية :

ذكرت النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية عينة الدراسة أن الضوابط الأخلاقية الضرورية لعمل القنوات الفضائية الدينية تتمثل فيما يلي :

* عدم عرض البرامج التى تغذى الكراهية الدينية بين أتباع الأديان المختلفة والتزام القنوات الفضائية الدينية بالمعايير المهنية مثل الدقة والأمانة والصدق والموضوعية والتوازن والالتزام والتأكيد على مبادئ الوحدة الوطنية وكبح جماح النزعة المادية لدى أصحاب القنوات التليفزيونية الدينية وتعميق القيم الأخلاقية فى نفوس مالكي هذه القنوات والقائمين عليها والنزاهة المهنية والإيمان بالقضايا الوطنية .

١٧ - تتمثل اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو معوقات أداء العمل الإعلامى بالقنوات الفضائية الإسلامية فيما يلي :

* تفتقر القنوات الفضائية الدينية لوجود كوادر إعلامية مدربة وقادرة على إيصال الرسالة الإعلامية لجمهور المشاهدين على اختلاف مستوياتهم الثقافية .

* هذه القنوات لا تتناول جميع الاتجاهات والأفكار المختلفة والمذاهب المتباينة .

* إغفالها لعناصر الإبهار والتشويق التليفزيونية والاكتفاء بالبرامج الحوارية والمواجهات .

* تنتج القنوات الفضائية الدينية برامجها وتبثها للداخل وليس للخارج .

* هذه القنوات عاجزة عن استخدام تكنولوجيا الإعلام وتوظيفها لخدمة قضاياها .

*ضيوف البرامج فى هذه القنوات سطحيين وغير متخصصين ومكررين .

١٨ - مقترحات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية لتطوير الأداء المهني فى القنوات الدينية :

*لابد أن يكون مالكي هذه القنوات والقائمين عليها والعاملين بها لى دراية كاملة بالمسئولية الإعلامية والمجتمعية للرسالة الإعلامية .

* يجب إمداد القنوات الفضائية الدينية بالكوادر الإعلامية المدربة والمتخصصين فى مجال الإعلام .

* ضرورة التنوع فى ضيوف هذه القنوات وبرامجها .

*إنشاء اتحاد أو جمعية تضم فى عضويتها كل مالكي القنوات الدينية الفضائية لتبادل الخبرات وعمل اجتماعات وندوات وإقامة لجان لإجراء المشاورات اللازمة من اجل النهوض بهذه القنوات ولترسيخ مفهوم العمل من أجل نشر الثقافة الدينية للعالم أجمع .

* أن تركز هذه القنوات على القضايا الجوهرية المعاصرة للعالم الإسلامي .

*مخاطبة الجاليات الإسلامية فى بلدان العالم بأسلوب علمي معاصر .

*تحديث لغة الخطاب الإسلامي .

*عدم السماح ببث إرسال أية قناة دينية إلا بعد اتخاذ الإجراءات اللازمة تكفل التزام كل العاملين فيها بمواثيق الشرف الإذاعى والإعلامي وعادات وتقاليد المجتمع .

*انتقاء ضيوف متخصصين فى علوم الدين .

*أن تستعين بدعاة يجيدون اللغات الأجنبية وقادرين على توصيل صورة صحيحة للإسلام والمسلمين للغرب *إعطاء مساحة واسعة وكبيرة لعلماء الدين ذات التأثير الفعال فى الجماهير مثل الشيخ محمد حسان وعمرو خالد

* عقد دورات تدريبية متخصصة مستمرة للقائمين بالاتصال فى هذه القنوات .

*الابتكار والتجديد فى شكل البرامج وأسلوب تناولها للقضايا المختلفة .

* زيادة الفاعلية بين الجمهور وهذه القنوات ومعالجة مشكلاتهم بأسلوب ديني عصري .

* التقليل قدر الإمكان من الإعلانات .

* الاهتمام بالإعداد الجيد للبرامج وعناصر التشويق الإعلامي والجرأة والعمق فى مناقشة القضايا

*الالتزام بالمعايير الفنية العالمية فى العمل التليفزيوني .

خاتمة الدراسة ومقترحاتها :

واجه الباحث فى هذه الدراسة بعض الصعوبات الميدانية والتي نتج عنها صغر حجم العينة حيث إن بعض النخب الأكاديمية والإعلامية لم يساعدوا الباحث فى استيفاء صحف الاستبيان تحت حجج مختلفة إما إنهم منشغلون ولا يوجد وقت فراغ لديهم لملء صحف الاستبيان أو فقدان الصحف أو نسيانها أو لا يشاهدون القنوات الفضائية الدينية كما واجه الباحث عدة صعوبات فى الحصول على موافقات رسمية سواء من اتحاد

الإذاعة والتلفزيون أو من الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء لإجراء الدراسة الميدانية داخل مبنى الإذاعة والتلفزيون بالقاهرة.

ويمكن اعتبار هذه الدراسة بداية متواضعة لعدة دراسات متعمقة سواء كانت دراسات ميدانية أو تحليلية أو نقدية لتقييم ظاهرة القنوات الفضائية الدينية حيث يمكن إجراء دراسات حول :

- * دراسات مقارنة بين البرامج الدينية فى الإذاعات الفضائية الدينية الخاصة والحكومية.
- * دراسات لتحليل مضمون برامج القنوات الفضائية الدينية مقارنة بين المحطات المصرية والمحطات العربية .
- * دراسات ميدانية لاستطلاع الجمهور بكل طوائفه حول القنوات الفضائية الدينية .
- * دراسات على القائم بالاتصال فى القنوات الفضائية الدينية .

التوصيات :

* لابد أن تتحمل القنوات الفضائية الدينية مسئولية خاصة تجاه الإنسان العربي، وهي تلتزم بأن ترسخ إيمانه بالقيم الروحية والمبادئ الخلقية الأصلية وتقدم له الحقيقة الخالصة الهادفة إلى خدمة قضاياه وأن تعمل على تكامل شخصيته القومية وإنمائها فكريا وثقافيا واجتماعيا وسياسيا، وإظهار حقوقه وحرياته الأساسية، وتعمل على تربية الشباب على احترام حقوق الإنسان والاعتداد بشخصيته القومية وتنمية حسه بواجباته تجاه مجتمعه ووطنه وأمته العربية.

* أن تعمل القنوات الفضائية الدينية على إظهار البعد الإسلامى الصحيح فى حياتنا والذى يليق بسماحة هذا الدين وتظهر سماحة المسلمين واحترامهم لأصحاب الأديان الأخرى وتمسكهم بالأخلاق والقيم الإسلامية والعربية وتهتم بتنمية الوعى الدينى وغرس القيم الدينية الأصيلة فى نفوس أطفالنا وشبابنا لأهمية ذلك فى معالجة أزمة الأخلاق والعودة الى السلوكيات الحميدة .

* على الإعلاميين التمسك بأخلاقيات مهنتهم السامية والعمل على نشر مبادئها في أوساط الجيل الإعلامى الجديد من أجل خلق إعلام واعى يحمل هموم المجتمع، والعمل على خلق جيل واعى بالرسالة المجتمعية الخيرية للإعلام ودوره في بناء مجتمع قويم خالي من الأمراض المجتمعية العصرية .

* إن أخلاقيات مهنة الإعلام لا تأتي من مواثيق شرف، بل تنبع من ضمير الإعلامى، وبالتالي من الضرورة بمكان أن تعمل القنوات الفضائية الدينية على التربية المهنية لشباب الإعلاميين من شيوخ المهنة ، مع مطالبة الحكومات بان ترفع أيديها عن الإعلام حتى يصبح حرا مستقلاً.

* ضرورة التزام الإعلاميين بمسؤولياتهم الاجتماعية حيال مجتمعهم، وعدم تغليب الاعتبارات المهنية الضيقة على الاعتبارات الأخلاقية العامة، كذلك العمل للصالح العام، وليس للمنفعة الخاصة.

مراجع وهوامش الدراسة

http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C&cid=1216208152963&pagename=Zone-Arabic-Daawa%2FDWALayout

(٢) محمد معوض ، منبر لصد الثقافات الوافدة ،

http://www.arabiyat.com/magazine/publish/article_596.shtml

(٣) فهمى هويدي ، هذا حالنا ،

http://www.arabiyat.com/magazine/publish/article_596.shtml

(٤) فوزى عبد الغنى ، تتقصنا آليات مدروسة لمواجهة ومخاطبة الآخر ،

http://www.arabiyat.com/magazine/publish/article_596.shtml

(٥) ماجى الحلوانى ، مخاطبة جموع المسلمين

http://www.arabiyat.com/magazine/publish/article_596.shtml

(٦)

<http://www.asbu.net/www/ar/doc.asp?mcat=5&mrub=33>

(٧) سامى الشريف ، القنوات المتخصصة : رؤية نقدية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، القاهرة ،

جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، العدد الخامس ، يناير / إبريل ١٩٩٩ ، ص ١٨٥ .

(٨)

[http://www.siironline.org/alabwab/arweqat_alketab\(20\)/137.htm](http://www.siironline.org/alabwab/arweqat_alketab(20)/137.htm)

(٩) اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، استخدامات الجمهور المصري للقنوات الدينية ، مجلة الفن الإذاعي ، العدد

١٩٢ ، أكتوبر ٢٠٠٨ ، ص ٩٥ - ١٠٥ .

(١٠) محمد غريب ، دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية فى التنقيف الدينى لدى طلاب الجامعات :

دراسة ميدانية ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، المجلد السادس ، العدد

الثاني ، يونيو / ديسمبر ٢٠٠٥ ، ص ص ٣٩٥ - ٤٤٨ .

(١١) صابر سليمان عسران ، الضوابط الأخلاقية والقانونية اللازمة لعمل القنوات العربية الخاصة ، رؤية

مستقبلية ، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام ، بعنوان (مستقبل وسائل الإعلام

العربية) ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، الجزء الأول ، ٢ - ٥ مايو ٢٠٠٥ ، ص ص ١٨٧ -

٢٤٦ .

(١٢) حنان أحمد سليم ، اتجاهات الصفوة المصرية نحو واقع ومستقبل القنوات الإخبارية العربية ، بحث مقدم

إلى المؤتمر العلمي السنوى الحادى عشر لكلية الإعلام بعنوان " مستقبل وسائل الإعلام العربية " ، ، القاهرة ،

جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، الجزء الأول ، مايو ٢٠٠٥ ، ص ص ١٢٧ - ١٨٥ .

(١٣) خالد صلاح الدين حسن على ، اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التلفزيونية الإخبارية

للأزمات العربية فى إطار مدخل إدارة الصراع ، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي العاشر لكلية الإعلام ،

- بعنوان (الإعلام المعاصر والهوية العربية) ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، الجزء الثالث ، ٤ - ٦ مايو ٢٠٠٤ ، ص ص ٩٤٣ - ١٠٢٦ .
- (١٤) جيهان يسرى ، صورة العرب فى القنوات الفضائية العربية ، دراسة استطلاعية على عينة من النخبة الأكاديمية العربية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، العدد الثالث والعشرون ، يولييه - ديسمبر ٢٠٠٤ ، ص ٢١٣ .
- (١٥) أحمد أحمد عثمان ، سامى السعيد النجار ، اتجاهات الصفوة المصرية نحو صورة الإنسان العربي فى الصحف وقنوات التلفزيون الغربية ، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمى الثامن لكلية الإعلام بعنوان " الإعلام وصورة العرب والمسلمين " ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، الجزء الأول ، مايو ٢٠٠٢ ، ص ص ٤٥٧ - ٥٠٥ .
- (١٦) عادل عبد الرازق ضيف ، رأى النخبة حول دور الإعلام فى تحسين صورة العرب والمسلمين فى الخارج ، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمى الثامن لكلية الإعلام بعنوان " الإعلام وصورة العرب والمسلمين " ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، الجزء الأول ، مايو ٢٠٠٢ ، ص ص ٧٧ - ١٤٣ .
- (١٧) سوزان يوسف القليني ، مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون فى وقت الأزمات : دراسة حالة على حادث الأقصر ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، العدد الرابع ، ديسمبر ١٩٩٨ ، ص ص ٣٣ - ٦٤ .
- (١٨) عادل عبد الغفار فرج خليل ، استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلى والدولى ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ١٩٩٥ .
- (١٩) وليد فتح الله بركات ، تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأى فى القنوات التلفزيونية العربية ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلد الرابع ، يناير - ديسمبر ٢٠٠٣ .
- 20 - David Domke (2000) : “ Elite Messages and source Geues: Moving Beyond partisanship” political communication, Vol.17,no.4,pp.395-402.
- 21- Oleg Manaev (1994) : “ Rethinking the social Role of the media in a society in transition “ , (online) , available: <http://www.wlu.ca.pp>. 1-7.
- 22- KAPFERAA/ILLIAM-ROBERT JR, AN INVESTIGATION OF COMMON LEADERSHIP TRAITS AMONG THE MEDIA ELITE (TELEVISION, ONLINE., PRINT MEDIA), 1997, NORTHERN-ARIZONA-UNIVERSITY.)
- 23 - AL .HABtB-SALEH-ABDULLAH, THE PERCEPTION OF JORDANIAN AND SAUDI ELITES ON NATIONAL AND INTERNATIONAL RADIO SERVICES , THE UNIVERSITY OF-OKLAHOMA, 1995, PG;159

- (٢٤) شيماء ذو الفقار زغيب ، العلاقة بين التعرض للدراما العربية والأجنبية فى القنوات الفضائية والهوية الثقافية لدى الشباب الإماراتى ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثالث والعشرون ، يولييه - ديسمبر ٢٠٠٤ ، ص ٤٠٦ .
- (٢٥) سامى الشريف ، مرجع سابق ، ص ١٥٧ .
- (٢٦) اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، استخدامات الجمهور المصري للقنوات الدينية ، مجلة الفن الإذاعي ، العدد ١٩٢ ، أكتوبر ٢٠٠٨ ، ص ٩٥ .
- (٢٧) جيهان يسري ، مرجع سابق .
- (٢٨) جيهان يسري ، المرجع السابق ، ص ١٩٢ .
- (٢٩) محمد حسام الدين ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٣ ، ص ٤٤ - ٤٥ .
- (٣٠) محمد حسام الدين ، المرجع السابق ، ص ٤٥ - ٤٧ .
- (٣١) جيهان يسري ، مرجع سابق ، ص ١٧٥ .
- (٣٢) ثروت مكي ، النخبة السياسية والتغيير الاجتماعي : تجربة مصر من ١٩٥٢ - ١٩٦٧ ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، عالم الكتب ، ٢٠٠٥ ، ص ٣٧ .
- (٣٣) ثروت مكي ، المرجع السابق ، ص ٤٠ .
- (٣٤) ثروت مكي ، المرجع السابق ، ص ٢٩ - ٣٦ .
- (٣٥) حسن عماد مكاوى ، أخلاقيات العمل الإعلامي : دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٤ ، ص ١٦٧ - ١٦٨ .
- (٣٦) حسن عماد مكاوى ، المرجع السابق ، ص ١٦٧ .
- (٣٧) حسن عماد مكاوى ، المرجع السابق ، ص ١٤٢ .
- (٣٨) محمد حسام الدين ، مرجع سابق ، ص ٦١ .
- (٣٩) محمد عبد الحميد ، بحوث الصحافة ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٩٧ ، ص ٩٤ .
- (٤٠) عاطف عدلى العبد ، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الإعلام والرأى العام ، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية ، دار الفكر العربي ، ٢٠٠٣ ، ص ٩ .
- (٤١) وافق الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء على إجراء الدراسة بالقرار رقم ٦٧٥ لسنة ٢٠٠٨ .
- (٤٢) محمد عبد الحميد ، المرجع السابق ، ص ٧٦ .
- (٤٣) أسماء السادة المحكمين :
- ١ - الأستاذ الدكتور سامى الشريف مدير مركز بحوث الرأى العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة .
- ٢ - الأستاذ الدكتور سعيد نجيدة أستاذ الصحافة المساعد بكلية الآداب جامعة الزقازيق .

- ٣ - الأستاذ الدكتور عدلى سيد رضا أستاذ ورئيس قسم الإذاعة ووكيل كلية الإعلام للدراسات العليا سابقاً .
- ٤ - الأستاذة الدكتورة عزة أحمد صيام أستاذ علم الاجتماع ووكيل كلية الآداب للدراسات العليا بجامعة بنها .
- ٥ - الأستاذة الدكتورة فاطمة يوسف رئيس قسم الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة بنها .
- ٦ - الأستاذ الدكتور محمد نجيب أستاذ علم الاجتماع بكلية الآداب جامعة بنها .

٧ - الأستاذ الدكتور محمد منصور هبة أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة

(٤٤) فهد بن عبدالعزيز العسكر , وعبدالله بن ناصر الحمود , اعتماد النخب على المصادر الإخبارية

الإلكترونية الحديثة واتجاهاتهم نحو مستقبل انتشارها في المجتمع السعودي ,

<http://www.e3lami.com/innerarticles.php?articleid=917&id=39>

(٤٥) محمد الجوهري , علم الاجتماع وقضايا التنمية فى العالم الثالث , القاهرة , دار المعارف , ١٩٨٢ , ص ٢٤٩ .

(٤٦) عادل عبد الرازق ضيف , مرجع سابق , ص ٨٥ .

(٤٧) عادل عبد الغفار فرج خليل , مرجع سابق , ص ٧١ .

(٤٨) سوزان يوسف القليني , مرجع سابق , ص ٣٤ .

(٤٩) ثريا احمد البدوى , الإعلام والإصلاح السياسي فى مصر دراسة مسحية وفنومولوجية مقارنة بين الجمهور والنخبة , دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام , بعنوان (مستقبل وسائل الإعلام العربية) , القاهرة , جامعة القاهرة , كلية الإعلام , الجزء الأول , ٢ - ٥ مايو ٢٠٠٥ , ص ١١٥ .

(٥٠) حنان جنيد , دور الإعلام فى تكوين تصورات النخبة حول مفهوم الإرهاب , القاهرة , جامعة الأزهر , كلية اللغة العربية , مجلة البحوث الإعلامية , العدد الثامن عشر , أكتوبر ٢٠٠٢ , ص ٤٥٨ .

(٥١) صابر سليمان عسران , مصدر سابق , ص ٢٠٣ .

(٥٢) محمد غريب مرجع سابق , ص ٤١٢ .

(٥٣) جيهان يسرى , مرجع سابق , ص ١٩٣ - ١٩٤ .

(٥٤) نجوى إبراهيم , القنوات الفضائية الدينية بوق الفكر الإرهابى , [http://www.al-](http://www.al-ahaly.com/articles/07-04-11/1322-msc02.htm)

[ahaly.com/articles/07-04-11/1322-msc02.htm](http://www.al-ahaly.com/articles/07-04-11/1322-msc02.htm)

(٥٥)

<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/E0797139-EDBB-4182-BDE4-92EB88F87394.htm>

(٥٦) حنان يوسف , اخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف الإعلامي ,

<http://www.womengateway.com/NR/exeres/2C20686D-0BF7-4C0A-8370-CFA0BF8170D0.htm>

(٥٧) حنان يوسف , المرجع السابق .

(٥٨) صابر عسران , مرجع سابق , ص ٢١٦ .

ملاحق الدراسة

جدول رقم (١)

خصائص عينة الدراسة

نخبة دينية			نخبة إعلامية						نخبة أكاديمية		
			صحفيون			إذاعيون					
المتغير	ك	%	المتغير	ك	%	المتغير	ك	%	المتغير	ك	%
النوع			النوع			النوع			النوع		
ذكر			ذكر			ذكر			ذكر		
أنثى			أنثى			أنثى			أنثى		
الإجمالي			الإجمالي			الإجمالي			الإجمالي		
السن :			السن :			السن :			السن :		
(٣٥ - ٢٥)			(٣٥ - ٢٥)			(٣٥ - ٢٥)			(٣٥ - ٢٥)		
(٤٥ - ٣٥)			(٤٥ - ٣٥)			(٤٥ - ٣٥)			(٤٥ - ٣٥)		
(٥٥ - ٤٥)			(٥٥ - ٤٥)			(٥٥ - ٤٥)			(٥٥ - ٤٥)		
(٥٥ فأكثر)			(٥٥ فأكثر)			(٥٥ فأكثر)			(٥٥ فأكثر)		
الإجمالي			الإجمالي			الإجمالي			الإجمالي		
الوظيفة			الوظيفة			الوظيفة			الوظيفة		
مدرس			أستاذ جامعي			ليسانس أو			ليسانس أو		
أستاذ مساعد			شيخ معهد			بكالوريوس			بكالوريوس		
أستاذ			وكيل معهد			دراسات عليا			دراسات عليا		
			واعظ وإمام			ماجستير			ماجستير		
			م ثانوى أزهرى			دكتوراه			دكتوراه		
الإجمالي			الإجمالي			الإجمالي			الإجمالي		

جدول رقم (٢)

كثافة مشاهدة القنوات الفضائية الدينية لدى النخبة المصرية عينة الدراسة

نخبة دينية	نخبة إعلامية				نخبة أكاديمية		الاستجابة	
	صحافة		إذاعة					
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٨٠.٩ %	٣٨	٤٢.٩ %	١٢	٥٢ %	١٣	٤٩.٤ %	٤١	نعم
١٩.١ %	٩	٥٧.١ %	١٦	٤٨ %	١٢	٥٠.٦ %	٤٢	إلى حد ما
	—		—		—		—	لا
١٠٠	٤٧	١٠٠	٢٨	١٠٠	٢٥	١٠٠	٨٣	الإجمالي

جدول رقم (٣)

هوية القنوات التليفزيونية الدينية التى تشاهدها النخبة المصرية

نخبة دينية		نخبة إعلامية				نخبة أكاديمية		هوية القنوات
		نخبة صحفية		نخبة إذاعية				
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	

٥٧.١	٣٢	٥٥.٩	١٩	٤٦.٩	١٥	٥٠.٩	٥٥	قنوات مصرية دينية
٤٢.٩	٢٤	٤٤.١	١٥	٥٣.١	١٧	٤٩.١	٥٣	قنوات عربية دينية
١٠٠	٥٦	١٠٠	٣٤	١٠٠	٣٢	١٠٠	١٠٨	الإجمالي

جدول رقم (٤)

القنوات الدينية الأكثر مشاهدة لدى النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية

النسبة المئوية	التكرارات	القنوات
% ٣٥.٨	١٣٩	الناس
% ٣١.٩	١٢٤	اقرأ
% ٣٠.٦	١١٩	المجد
% ١٦.٧	٦٥	العفاسي
% ١٦.٢	٦٣	الرسالة
% ١٣.١	٥١	الحكمة
% ١٢.٤	٤٨	المجد للحديث
% ١٢.١	٤٧	الفجر
% ٣.٦	١٤	المنار
% ٣.١	١٢	الأمة
% ١.٨	٧	النجاح
% ١	٤	الفرات
% ١	٤	الحياة
% ٠.٨	٣	السادسة المغربية
% ٠.٥	٢	الهداية الليبية
% ٢.٣	٩	أخرى
	٧١١	جملة من سئلوا

جدول رقم (٥)

إيجابيات القنوات الدينية الإسلامية كما تراها النخبة المصرية عينة الدراسة

نخبة دينية		نخبة إعلامية				نخبة أكاديمية		إيجابيات القنوات الدينية	
		نخبة صحفية		نخبة إذاعية					
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
١٦.٢	٣٦	٢٨.٤	٢٣	١٧.٦	١٢	٢٠	٤٩		* تعرض صحيح الدين بشرح العبادات واهدافها .
١٧.١	٣٨	١٩.٨	١٦	٢٣.٥	١٦	٢٣.٢	٥٧		* تتناول قضايا دينية عصرية مهمة .
١٠.٤	٢٣	٧.٤	٦	٤.٤	٣	٨.٥	٢١		* تبرز دور الدين وفضله على الحضارة الغربية
١٤.٩	٣٣	١٨.٥	١٥	١٤.٧	١٠	١١.٨	٢٩		* تدافع عن هوية وقيم المجتمع .
١٣.٩	٣١	٨.٦	٧	١٦.٢	١١	١٣.٤	٣٣		* تساهم في تجديد الخطاب الديني وتدعم جهود الدعوة .
١٢.٦	٢٨	٥	٤	٧.٤	٥	٨.٩	٢٢		* تعمل على وصول المعنى الحقيقي للدين إلى الغرب.
١٤.٩	٣٣	١٢.٣	١٠	١٦.٢	١١	١٤.٢	٣٥	* محاربة القنوات الإباحية التي تنشر الابتذال والفساد .	
١٠٠	٢٢٢	١٠٠	٨١	١٠٠	٦٨	١٠٠	٢٤٦	الإجمالي	

جدول رقم (٦)

سليبات القنوات الدينية كما تراها النخبة المصرية عينة الدراسة

نخبة دينية		نخبة إعلامية				نخبة أكاديمية		سليبات القنوات الدينية
		نخبة صحفية		نخبة إذاعية				
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢١.٥	٢٠	٢٢.٨	١٣	٢٨.٦	١٤	٢٩.٣	٤٨	* تفتقر إلي كوادر إعلامية مدربة ومتخصصة .
٢٥.٨	٢٤	١٩.٣	١١	٢٢.٤	١١	٢١.٣	٣٥	* يغلب على معدي ومقدمي برامجها عدم الخبرة المهنية.
٢٤.٧	٢٣	٢٢.٨	١٣	١٨.٤	٩	١٩.٥	٣٢	* تركز غالبية برامجها على المضمون الديني الصرف .
١٦.١	١٥	١٥.٨	٩	١٦.٣	٨	١٧.١	٢٨	* هدفها استثماري وبالتالي تبحث عن أسماء مشهورة .
١١.٨	١١	١٩.٣	١١	١٤.٣	٧	١٢.٨	٢١	* برامجها حوارية وتفتقر عناصر التسويق التلفزيونية
١٠٠	٩٣	١٠٠	٥٧	١٠٠	٤٩	١٠٠	١٦٤	الإجمالي

جدول رقم (٧)

مسئولية القنوات الفضائية الدينية عن انعكاس صحيح الدين في برامجها

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق إلى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	٢	٧٠	٩	٢	٨٣
	% ٢.٤	% ٨٤.٣	% ١٠.٨	% ٢.٤	% ١٠٠
نخبة صحفية	١	٢٤	٢	١	٢٨
	% ٣.٦	% ٨٥.٧	% ٧.١	% ٣.٦	% ١٠٠
نخبة إذاعية	٠	٢٣	١	١	٢٥
	% ٠	% ٩٢	% ٤	% ٤	% ١٠٠
نخبة دينية	٧	٢٨	٦	٦	٤٧
	% ١٤.٩	% ٥٩.٦	% ١٢.٨	% ١٢.٨	% ١٠٠
الإجمالي	١٠	١٤٥	١٨	١٠	١٨٣
	% ٥.٥	% ٧٩.٢	% ٩.٨	% ٥.٥	% ١٠٠

جدول رقم (٨)

مسئولية القنوات الفضائية الدينية عن تشجيعها على النزوع الى السلفية

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق الى حد ما	أعترض	الإجمالي
نخبة أكاديمية	٢١	٣٨	٢٤	٨٣
	% ٢٥.٣	% ٤٥.٨	% ٢٨.٩	% ١٠٠
نخبة صحفية	٣	١٩	٦	٢٨
	% ١٠.٧	% ٦٧.٩	% ٢١.٤	% ١٠٠
نخبة إذاعية	٦	٩	١٠	٢٥
	% ٢٤	% ٣٦	% ٤٠	% ١٠٠
نخبة دينية	١٠	٢٨	٩	٤٧
	% ٢١.٣	% ٥٩.٦	% ١٩.١	% ١٠٠
الإجمالي	٤٠	٩٤	٤٩	١٨٣

% ١٠٠	% ٢٦.٨	% ٥١.٣	% ٢١.٩	
-------	--------	--------	--------	--

جدول رقم (٩)

اتجاهات النخبة عينة الدراسة نحو مسئولية القنوات الإسلامية عن تقديم فكر متطرف

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق إلى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	٥	١٨	٣٦	٢٤	٨٣
	% ٦	% ٢١.٧	% ٤٣.٤	% ٢٨.٩	% ١٠٠
نخبة صحفية	٢	٢	١٤	١٠	٢٨
	% ٧.١	% ٧.١	% ٥٠	% ٣٥.٧	% ١٠٠
نخبة إذاعية	٣	٢	١٣	٧	٢٥
	% ١٢	% ٨	% ٥٢	% ٢٨	% ١٠٠
نخبة دينية	٠	٢	١٠	٣٥	٤٧
	% ٠	% ٤.٣	% ٢١.٣	% ٧٤.٥	% ١٠٠
الإجمالي	١٠	٢٤	٧٣	٧٦	١٨٣
	% ٥.٥	% ١٣.١	% ٣٩.٩	% ٤١.٥	% ١٠٠

جدول رقم (١٠)

القنوات الدينية ومسئوليتها عن الفكر الديني الصحيح أو المتطرف في نفوس الشباب

مجموعة الدراسة	أوافق بشدة	أوافق إلى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	٥	٢٧	٣٥	١٦	٨٣
	% ٦	% ٣٢.٥	% ٤٢.٢	% ١٩.٣	% ١٠٠
نخبة صحفية	١	٧	١٥	٥	٢٨
	% ٣.٥	% ٢٥	% ٥٣.٦	% ١٧.٩	% ١٠٠
نخبة إذاعية	١	٤	١٣	٧	٢٥
	% ٤	% ١٦	% ٥٢	% ٢٨	% ١٠٠
نخبة دينية	٠	٢	١٨	٢٧	٤٧
	% ٠	% ٤.٣	% ٣٨.٣	% ٥٧.٤	% ١٠٠
الإجمالي	٧	٤٠	٨١	٥٥	١٨٣
	% ٣.٨	% ٢١.٨	% ٤٤.٣	% ٣٠.١	% ١٠٠

جدول رقم (١١)

القنوات الدينية الإسلامية ومسئوليتها عن تقديم فتاوى متشددة

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق إلى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	١٨	٣١	٢٧	٧	٨٣
	% ٢١.٧	% ٣٧.٣	% ٣٢.٥	% ٨.٤	% ١٠٠
نخبة صحفية	٣	١٦	٥	٤	٢٨
	% ١٠.٧	% ٥٧.١	% ١٧.٩	% ١٤.٣	% ١٠٠
نخبة إذاعية	٢	٩	١٢	٢	٢٥
	% ٨	% ٣٦	% ٤٨	% ٨	% ١٠٠
نخبة دينية	٠	٢٠	١٨	٩	٤٧

% ١٠٠	% ١٩.١	% ٣٨.٣	% ٤٢.٦	% ٠	
١٨٣	٢٢	٦٢	٧٦	٢٣	الإجمالي
% ١٠٠	% ١٢	% ٣٣.٩	% ٤١.٥	% ١٢.٦	

جدول رقم (١٢)

مسئولية القنوات الفضائية الدينية عن الفتاوى المتضاربة

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق إلى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	٢١	٤٨	٩	٥	٨٣
	% ٢٥.٣	% ٥٧.٨	% ١٠.٨	% ٦	% ١٠٠
نخبة صحفية	٤	٢١	١	٢	٢٨
	% ١٤.٣	% ٧٥	% ٣.٦	% ٧.١	% ١٠٠
نخبة إذاعية	٣	١٦	٥	١	٢٥
	% ١٢	% ٦٤	% ٢٠	% ٤	% ١٠٠
نخبة دينية	٥	٢٦	١٢	٤	٤٧
	% ١٠.٦	% ٥٥.٣	% ٢٥.٥	% ٨.٥	% ١٠٠
الإجمالي	٣٣	١١١	٢٧	١٢	١٨٣
	% ١٨	% ٦٠.٧	% ١٤.٧	% ٦.٦	% ١٠٠

جدول رقم (١٣)

مدى التزام القنوات الدينية بعادات وتقاليد المجتمع

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق إلى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	٤	٦٥	١٠	٤	٨٣
	% ٤.٨	% ٧٨.٣	% ١٢	% ٤.٨	% ١٠٠
نخبة صحفية	١	٢٣	٣	١	٢٨
	% ٣.٦	% ٨٢.١	% ١٠.٧	% ٣.٦	% ١٠٠
نخبة إذاعية	٢	٢٠	١	٢	٢٥
	% ٨	% ٨٠	% ٤	% ٨	% ١٠٠
نخبة دينية	١٥	٢٣	٩	٠	٤٧
	% ٣٢	% ٤٨.٩	% ١٩.١	% ٠	% ١٠٠
الإجمالي	٢٢	١٣١	٢٣	٧	١٨٣
	% ١٢	% ٧١.٦	% ١٢.٦	% ٣.٨	% ١٠٠

جدول رقم (١٤)

مدى احترام القنوات الفضائية الدينية للآخر

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق إلى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	١٢	٦٠	٧	٤	٨٣
	% ١٤.٥	% ٧٢.٣	% ٨.٤	% ٤.٨	% ١٠٠

٢٨	١	٤	١٩	٤	نخبة صحفية
% ١٠٠	% ٣.٦	% ١٤.٣	% ٦٧.٨	% ١٤.٣	
٢٥	٢	١	١٨	٤	نخبة إذاعية
% ١٠٠	% ٨	% ٤	% ٧٢	% ١٦	
٤٧	٠	١	١٧	٢٩	نخبة دينية
% ١٠٠	% ٠	% ٢.١	% ٣٦.٢	% ٦١.٧	
١٨٣	٧	١٣	١١٤	٤٩	الإجمالي
% ١٠٠	% ٣.٨	% ٧.١	% ٦٢.٣	% ٢٦.٨	

جدول رقم (١٥)

مدى مسئولية القنوات الدينية عن تعميق التفاهم والتعاون بين أفراد المجتمع

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق إلى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	٠	٥٧	٢٦	٠	٨٣
	% ٠	% ٦٨.٧	% ٣١.٣	% ٠	% ١٠٠
نخبة صحفية	٠	٢١	٧	٠	٢٨
	% ٠	% ٧٥	% ٢٥	% ٠	% ١٠٠
نخبة إذاعية	٠	١٩	٦	٠	٢٥
	% ٠	% ٧٦	% ٢٤	% ٠	% ١٠٠
نخبة دينية	١٣	٢٧	٧	٠	٤٧
	% ٢٧.٧	% ٥٧.٤	% ١٤.٩	% ٠	% ١٠٠
الإجمالي	١٣	١٢٤	٤٦	٠	١٨٣
	% ٧.١	% ٦٧.٨	% ٢٥.١	% ٠	% ١٠٠

جدول رقم (١٦)

مدى مسئولية القنوات الدينية عن تدعيم التفاهم والتعاون بين الدول العربية

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق إلى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	٥	٤٧	٢٠	١١	٨٣
	% ٦	% ٥٦.٦	% ٢٤.١	% ١٣.٣	% ١٠٠
نخبة صحفية	١	١٨	٨	١	٢٨
	% ٣.٥	% ٦٤.٣	% ٢٨.٦	% ٣.٦	% ١٠٠
نخبة إذاعية	٣	١٨	٣	١	٢٥
	% ١٢	% ٧٢	% ١٢	% ٤	% ١٠٠
نخبة دينية	٢٢	١٨	٦	١	٤٧
	% ٤٦.٨	% ٣٨.٣	% ١٢.٨	% ٢.١	% ١٠٠
الإجمالي	٣١	١٠١	٣٧	١٤	١٨٣
	% ١٦.٩	% ٥٥.٢	% ٢٠.٢	% ٧.٧	% ١٠٠

جدول رقم (١٧)

مدى مسئولية القنوات الفضائية الدينية عن رفض التعصب

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق إلى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	١٠	٦٢	٧	٤	٨٣
	% ١٢	% ٧٤.٧	% ٨.٤	% ٤.٨	% ١٠٠
نخبة صحفية	٣	٢٢	٢	١	٢٨
	% ١٠.٧	% ٧٨.٦	% ٧.١	% ٣.٦	% ١٠٠
نخبة إذاعية	٢	٢٠	١	٢	٢٥
	% ٨	% ٨٠	% ٤	% ٨	% ١٠٠
نخبة دينية	٢٥	١٧	٥	٠	٤٧
	% ٥٣.٢	% ٣٦.٢	% ١٠.٦	% ٠	% ١٠٠
الإجمالي	٤٠	١٢١	١٥	٧	١٨٣
	% ٢١.٩	% ٦٦.١	% ٨.٢	% ٣.٨	% ١٠٠

جدول رقم (١٨)

مدى التزام القنوات الدينية بالصدق والموضوعية فى برامجها

مجموعات الدراسة	أوافق بشدة	أوافق إلى حد ما	أعترض	أعترض بشدة	الإجمالي
نخبة أكاديمية	٨	٦٨	٧	٠	٨٣
	% ٩.٦	% ٨١.٩	% ٨.٤	% ٠	% ١٠٠
نخبة صحفية	٢	٢٥	١	٠	٢٨
	% ٧.١	% ٨٩.٣	% ٣.٦	% ٠	% ١٠٠
نخبة إذاعية	٤	١٩	٢	٠	٢٥
	% ١٦	% ٧٦	% ٨	% ٠	% ١٠٠
نخبة دينية	٢١	٢٤	٢	٠	٤٧
	% ٤٤.٦	% ٥١.١	% ٤.٣	% ٠	% ١٠٠
الإجمالي	٣٥	١٣٦	١٢	٠	١٨٣
	% ١٩.١	% ٧٤.٣	% ٦.٦	% ٠	% ١٠٠

جدول رقم (١٩)

الضوابط القانونية لعمل القنوات الفضائية الدينية

الضوابط القانونية		نخبة أكاديمية		نخبة إعلامية				نخبة دينية		الاجمالى	
	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	
تطبيق القوانين التى تصون سلامة المجتمع وتحافظ على وحدته	٥٩ % ٧١.١	٢٤ % ٢٨.٩	٢١ % ٧٥	٧ % ٢٥	١٤ % ٥٦	١١ % ٤٤	٣٧ % ٧٨.٧	١٠ % ٢١.٣	١٣١ % ٧١.٦	٥٢ % ٢٨.٤	
الاجمالى	٨٣	٢٨	٢٥	٤٧	١٨٣						
صياغة قوانين إعلامية جديدة تتناسب مع متغيرات العصر	٤٨ % ٥٧.٨	٣٥ % ٤٢.٢	١٥ % ٥٣.٦	١٣ % ٤٦.٤	١٣ % ٥٢	١٢ % ٤٨	٣٢ % ٦٨.١	١٥ % ٣١.٩	١٠٨ % ٥٩	٧٥ % ٤١	
الإجمالي	٨٣	٢٨	٢٥	٤٧	١٨٣						
تطبيق القوانين المرتبطة بحرية العمل الإعلامى	٥٢ % ٦٢.٧	٣١ % ٣٧.٣	١٧ % ٦٠.٧	١١ % ٣٩.٣	١٦ % ٦٤	٩ % ٣٦	٢٧ % ٥٧.٤	٢٠ % ٤٢.٥	١٠٥ % ٥٧.٤	٧٨ % ٤٢.٦	

الإجمالي		٨٣		٢٨		٢٥		٤٧		١٨٣	
تفعيل دور النقابات المهنية وتطبيق لوائحها على غير الملزمين		٣٢ %	٥١ %	١٣ %	٤٦.٤ %	١٥ %	٢٨ %	٧ %	١٨ %	٢٠ %	٢٧ %
الإجمالي		٨٣		٢٨		٢٥		٤٧		١٨٣	
فرض غرامات مالية على هذه القنوات		١٧ %	٦٦ %	٥ %	١٧.٩ %	٢٣ %	١٢ %	٣ %	٢٢ %	٥ %	٤٢ %
الإجمالي		٨٣		٢٨		٢٥		٤٧		١٨٣	
سحب ترخيص القنوات		١٦ %	٦٧ %	٦ %	٢١.٤ %	٢٢ %	١٦ %	٤ %	٢١ %	٤ %	٤٣ %
الإجمالي		٨٣		٢٨		٢٥		٤٧		١٨٣	
إغلاق القنوات لفترة محددة		١٥ %	٦٨ %	٤ %	١٤.٣ %	٢٤ %	٤ %	١ %	٢٤ %	٤ %	٤٣ %
الإجمالي		٨٣		٢٨		٢٥		٤٧		١٨٣	

جدول رقم (٢٠)

الضوابط الأخلاقية لعمل القنوات الفضائية الدينية

الضوابط القانونية	نخبة أكاديمية		نخبة إعلامية				نخبة دينية		الاجمالي	
			نخبة صحفية		نخبة إذاعية					
	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا
الالتزام بالمعايير المهنية مثل الدقة والأمانة والصدق والموضوعية والتوازن	٤٩	٣٤	١٦	١٢	١٦	٩	٣٩	٨	١٢٠	٦٣
	٥٩	٤١ %	٥٧.١ %	٤٢.٩ %	٦٤ %	٣٦ %	٨٣ %	١٧ %	٦٥.٦ %	٣٤.٤ %
الاجمالي	٨٣		٢٨		٢٥		٤٧		١٨٣	
عدم عرض البرامج التي تغذى الكراهية الدينية بين أتباع الأديان المختلفة	٥٥	٢٨	١٦	١٢	١٣	١٢	٢٩	١٨	١١٣	٧٠
	٦٦.٣ %	٣٣.٧ %	٥٧.١ %	٤٢.٩ %	٥٢ %	٤٨ %	٦١.٧ %	٣٨.٣ %	٦١.٧ %	٣٨.٣ %
الإجمالي	٨٣		٢٨		٢٥		٤٧		١٨٣	
الالتزام والتأكيد على مبادئ الوحدة الوطنية	٤٧	٣٦	١٦	١٢	١١	١٤	٢٧	٢٠	١٠١	٨٢
	٥٦.٦ %	٤٣.٤ %	٥٧.١ %	٤٢.٩ %	٤٤ %	٥٦ %	٥٧.٤ %	٤٢.٦ %	٥٥.٢ %	٤٤.٨ %
الإجمالي	٨٣		٢٨		٢٥		٤٧		١٨٣	
كبح جماح النزعة المادية لدى أصحاب القنوات التليفزيونية الدينية	٤٥	٣٨	١٤	١٤	١١	١٤	٢٩	١٨	٩٩	٨٤
	٥٤.٢ %	٤٥.٨ %	٥٠ %	٥٠ %	٤٤ %	٥٦ %	٦١.٧ %	٣٨.٣ %	٥٤.١ %	٤٥.٩ %
الإجمالي	٨٣		٢٨		٢٥		٤٧		١٨٣	
تعميق القيم الأخلاقية فى نفوس مالكي هذه القنوات والقائمين عليها	٤٠	٤٣	١٥	١٣	١١	١٤	٢٩	١٨	٩٥	٨٨
	٤٨.٢ %	٥١.٨ %	٥٣.٦ %	٤٦.٤ %	٤٤ %	٥٦ %	٦١.٧ %	٣٨.٣ %	٥١.٩ %	٤٨.١ %
الإجمالي	٨٣		٢٨		٢٥		٤٧		١٨٣	
النزاهة المهنية	٤١	٤٢	١٣	١٥	١١	١٤	٣٠	١٧	٩٥	٨٨
	٤٩.٤ %	٥٠.٦ %	٤٦.٤ %	٥٣.٦ %	٤٤ %	٥٦ %	٦٣.٨ %	٣٦.٢ %	٥١.٩ %	٤٨.١ %
الإجمالي	٨٣		٢٨		٢٥		٤٧		١٨٣	
الإيمان بالقضايا الوطنية	٤١	٤٢	١٣	١٥	١٠	١٥	٣٠	١٧	٩٤	٨٩
	٤٩.٤ %	٥٠.٦ %	٤٦.٤ %	٥٣.٦ %	٤٠ %	٦٠ %	٦٣.٨ %	٣٦.٢ %	٥١.٤ %	٤٨.٦ %
الاجمالي	٨٣		٢٨		٢٥		٤٧		١٨٣	
نشر الحرية المسئولة الواعية	٤٠	٤٣	١٦	١٢	٦	١٩	٢٥	٢٢	٨٧	٩٦
	٤٨.٢ %	٥١.٨ %	٥٧.١ %	٤٢.٩ %	٢٤ %	٧٦ %	٥٣.٢ %	٤٦.٨ %	٤٧.٥ %	٥٢.٥ %
الاجمالي	٨٣		٢٨		٢٥		٤٧		١٨٣	
الوعى بمتغيرات العصر وأدواته	٣٧	٤٦	١٠	١٨	٨	١٧	٢٨	١٩	٨٣	١٠٠
	٤٤.٦ %	٥٥.٤ %	٣٥.٧ %	٦٤.٣ %	٣٢ %	٦٨ %	٥٩.٦ %	٤٠.٤ %	٤٥.٤ %	٥٤.٦ %

%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
١٨٣		٤٧		٢٥		٢٨		٨٣		الاجمالي

جدول رقم (٢١)

معوقات أداء العمل الإعلامي بالقنوات الفضائية الدينية

معوقات أداء العمل الإعلامي	التكرارات	النسبة المئوية
المادة الإعلامية فى القنوات لا تتناول جميع الاتجاهات والأفكار المختلفة	١١٠	% ٢١.٧
تفتقر لكوادر إعلامية وقادرة على إيصال الرسالة الإعلامية للمشاهدين.	١٠٨	% ٢١.٣
إغفالها لعناصر الإبهار والتشويق التليفزيونية والاكتفاء بالبرامج الحوارية .	٨٥	% ١٦.٨
هذه القنوات تنتج برامجها وتبثها للداخل وليس للخارج	٧٨	% ١٥.٤
هذه القنوات عاجزة عن استخدام تكنولوجيا الإعلام وتوظيفها لخدمة قضايانا	٦٩	% ١٣.٦
ضيوف البرامج فى هذه القنوات سطحيين وغير متخصصين ومكررين	٥٦	% ١١.١
الإجمالي	٥٠٦	% ١٠٠

جدول رقم (٢٢)

الاختلافات بين اتجاهات النخب الأكاديمية والصحفية والإذاعية والدينية نحو متغيرات أخلاقيات

الممارسة الإعلامية للقنوات الدينية

متغيرات أخلاقيات الممارسة الإعلامية للقنوات الدينية الإسلامية	نخبة أكاديمية		نخبة إعلامية				نخبة دينية		الاجمالي	
	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا
تعميق القيم الأخلاقية فى نفوس مالكي القنوات الدينية	٤٠ %	٤٣ %	١٥ %	١٣ %	٤٤ %	١٤ %	٢٩ %	١٨ %	٩٥ %	٨٨ %
الاجمالي	٨٣	٢٨	٢٥	٤٧	١٨٣					
عدم عرض البرامج التى تغذى الكراهية	٥٥ %	٢٨ %	١٦ %	١٢ %	٥٢ %	١٢ %	٢٩ %	١٨ %	١١٣ %	٧٠ %
الاجمالي	٨٣	٢٨	٢٥	٤٧	١٨٣					
الالتزام بالمعايير المهنية	٤٩ %	٣٤ %	١٦ %	١٢ %	٦٤ %	٩ %	٣٩ %	٨ %	١٢٠ %	٦٣ %
الاجمالي	٨٣	٢٨	٢٥	٤٧	١٨٣					

جدول رقم (٢٣)

نوع النخبة عينة الدراسة ومتغيرات الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية الإسلامية

متغيرات الأداء الإعلامي	ذكور				الاجمالي	إناث				الاجمالي
	أوافق بشدة	أوافق الى حد ما	اعتراض	اعتراض بشدة		أوافق بشدة	أوافق الى حد ما	اعتراض	اعتراض بشدة	
مدى التزام القنوات بالدقة فى عرض القضايا المجتمعية	١٢ %	١٠.٥ %	٢٥ %	١ %	١٤٣ %	٣ %	٢٦ %	٧ %	٤ %	١٨٣ %
حرص القنوات على رفض التعصب بجميع أشكاله	٣٥ %	٩.٠ %	١٥ %	٣ %	١٤٣ %	٥ %	٣١ %	٠ %	٤ %	١٨٣ %
التزام القنوات بالصدق	٢٨ %	١٠.٧ %	٨ %	٠ %	١٤٣ %	٧ %	٢٩ %	٤ %	٤ %	١٨٣ %

الموضوعية في برامجها	١٩.٦ %	٧٤.٨ %	٥.٦ %	٠ %	٧٨.١ %	١٧.٥ %	٧٢.٥ %	١٠ %	١٠ %	٢١.٩ %	١٠٠ %
----------------------	--------	--------	-------	-----	--------	--------	--------	------	------	--------	-------

جدول رقم (٢٤)

اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو إيجابيات القنوات الفضائية

الإجمالي	مجموعات الدراسة				الاستجابة	إيجابيات القنوات الفضائية الإسلامية
	نخبة دينية	نخبة إذاعية	نخبة صحفية	نخبة أكاديمية		
١٢٠ % ٦٥.٦	٣٦ % ٧٦.٦	١٢ % ٤٨	٢٣ % ٨٢.١	٤٩ % ٥٩	نعم	تعرض صحيح الدين بشرح العبادات والهدف منها دنيويا وأخويا
٦٣ % ٣٤.٤	١١ % ٢٣.٤	١٣ % ١٢	٥ % ١٧.٩	٣٤ % ٤١	لا	
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الإجمالي	
١٢٧ % ٦٩.٤	٣٨ % ٨٠.٩	١٦ % ٦٤	١٦ % ٥٧.١	٥٧ % ٦٨.٧	نعم	تتناول قضايا دينية عصرية مهمة
٥٦ % ٣٠.٦	٩ % ١٩.١	٩ % ٣٦	١٢ % ٤٢.٩	٢٦ % ٣١.٣	لا	
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الإجمالي	
٥٣ % ٢٩	٢٣ % ٤٨.٩	٣ % ١٢	٦ % ٢١.٤	٢١ % ٢٥.٣	نعم	تبرز الدور الحضاري للدين وفضله على الحضارة الغربية
١٣٠ % ٧١	٢٤ % ٥١.١	٢٢ % ٨٨	٢٢ % ٧٨.٦	٦٢ % ٤٧.٧	لا	
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الإجمالي	
٨٧ % ٤٧.٥	٣٣ % ٧٠.٢	١٠ % ٤٠	١٥ % ٥٣.٦	٢٩ % ٣٤.٩	نعم	تدافع عن هوية وقيم المجتمع
٩٦ % ٥٢.٥	١٤ % ٢٩.٨	١٥ % ٦٠	١٣ % ٤٦.٤	٥٤ % ٦٥.١	لا	
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الإجمالي	
٨٢ % ٤٤.٨	٣١ % ٦٦	١١ % ٤٤	٧ % ٢٥	٣٣ % ٣٩.٨	نعم	تساهم في تجديد الخطاب الديني وتدعم جهود الدعوة
١٠١ % ٥٠.٢	١٦ % ٣٤	١٤ % ٥٦	٢١ % ٧٥	٥٠ % ٦٠.٢	لا	
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الإجمالي	
٥٩ % ٣٢.٢	٢٨ % ٥٩.٦	٥ % ٢٠	٤ % ١٤.٣	٢٢ % ٢٦.٥	نعم	تعمل على وصول المعنى الحقيقي للدين الإسلامي للغرب
١٢٤ % ٦٧.٨	١٩ % ٤٠.٤	٢٠ % ٨٠	٢٤ % ٨٥.٧	٦١ % ٧٣.٥	لا	
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الإجمالي	
٨٩ % ٤٨.٦	٣٣ % ٧٠.٢	١١ % ٤٤	١٠ % ٣٥.٧	٣٥ % ٤٢.٢	نعم	محاربة القنوات الإباحية
٩٤ % ٥١.٤	١٤ % ٢٩.٨	١٤ % ٥٦	١٨ % ٦٤.٣	٤٨ % ٥٧.٨	لا	
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الإجمالي	

جدول رقم (٢٥)

اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو سلبيات القنوات الفضائية الإسلامية

الإجمالي	مجموعات الدراسة				الاستجابة	سلبيات القنوات الفضائية الإسلامية
	نخبة دينية	نخبة إذاعية	نخبة صحفية	نخبة أكاديمية		
١٠٨ % ٥٩	٢٤ % ٥١.١	١٥ % ٦٠	١٥ % ٥٣.٦	٥٤ % ٦٥.١	نعم	تفتقر إلى كوادر إعلامية مدربة ومتخصصة
٧٥ % ٤١	٢٣ % ٤٨.٩	١٠ % ٤٠	١٣ % ٤٦.٤	٢٩ % ٣٤.٩	لا	
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	الإجمالي	
٨٥ % ٤٦.٤	١٩ % ٤٠.٤	١١ % ٤٤	١٧ % ٦٠.٧	٣٨ % ٤٥.٨	نعم	إغفالها لعناصر الإبهار والتشويق

٩٨	٢٨	١٤	١١	٤٥	لا	
% ٥٣.٦	% ٥٩.٦	% ٥٦	% ٣٩.٣	% ٥٤.٢	الإجمالي	
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	نعم	مادتها الإعلامية لا تتناول جميع الاتجاهات والأفكار والمذاهب
١١٠	٣٠	١٦	١٧	٤٧	لا	
% ٦٠.١	% ٦٣.٨	% ٦٤	% ٦٠.٧	% ٥٦.٦	الإجمالي	
٧٣	١٧	٩	١١	٣٦	نعم	
% ٣٩.٩	% ٣٦.٢	% ٣٦	% ٣٩.٣	% ٤٣.٤	الإجمالي	ضيوف البرامج سطحيين وغير متخصصين ومكررين
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	لا	
٥٦	١١	١٢	٧	٢٦	نعم	
% ٣٠.٦	% ٢٣.٤	% ٤٨	% ٢٥	% ٣١.٣	الإجمالي	
١٢٧	٣٦	١٣	٢١	٥٧	لا	تنتج برامج وتبثها للداخل وليس للخارج
% ٦٩.٤	% ٧٦.٦	% ٥٢	% ٧٥	% ٦٨.٧	نعم	
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	لا	
٧٨	١٤	٩	١١	٤٤	الإجمالي	
% ٤٢.٦	% ٢٩.٨	% ٣٦	% ٣٩.٣	% ٥٣	نعم	عاجزة عن استخدام التكنولوجيا الحديثة
١٠٥	٣٣	١٦	١٧	٣٩	لا	
% ٥٧.٤	% ٧٠.٢	% ٦٤	% ٦٠.٧	% ٤٧	الإجمالي	
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣	نعم	
٦٩	٨	١١	١٤	٣٦	لا	
% ٣٧.٧	% ١٧	% ٤٤	% ٥٠	% ٤٣.٤	الإجمالي	
١١٤	٣٩	١٤	١٤	٤٧	نعم	
% ٦٢.٣	% ٨٣	% ٥٦	% ٥٠	% ٥٦.٦	الإجمالي	
١٨٣	٤٧	٢٥	٢٨	٨٣		