

# اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الاسلامية

دراسة ميدانية

د/ زهير حسين ضيف\*

## المقدمة:

تزامن مع ظهور بعض القنوات الفضائية الخاصة وظهور القنوات المتخصصة في المادة الإعلامية، ظهور ما يسمى بالقنوات الفضائية الدينية أو الإسلامية التي تخصصت في نشر تعاليم الإسلام وهديه، وهذه الفضائيات بما لها من خصائص وإمكانيات تعد من أهم وسائل الاتصال الجماهيري في العصر الحاضر ومن أنسب الوسائل الإعلامية لنقل الرسالة الدينية الإسلامية إلى دول العالم الإسلامي سواء كانت هذه الرسالة دينية بحتة أم كانت رسالة عامة تعالج أحدث القضايا المعاصرة انطلاقاً من خاصية الشمول التي يتميز بها الدين الإسلامي، ووفقاً لهذه الخاصية فإن المجال مفتوح أمام الخطاب الإعلامي الديني المتخصص لتتناول مختلف الموضوعات والقضايا في مجالات الحياة المختلفة. وبذلك نجد أن الدور المنوط بالبرامج الدينية في الفضائيات العربية دور خطير وهام في الوقت نفسه إذا ما أحسن استثماره وذلك من خلال الانطلاق من استراتيجية محددة لا من خلال العمل العشوائي غير الواضح الرؤية وغير المحدد الهدف.

فلا يخفى على أحد ما تشهده وسائل الإعلام من فوضى عارمة في تقديم المعارف الدينية، وتفاقت هذه المشكلة مع تزايد عدد القنوات الفضائية الدينية وعدد البرامج الدينية عن غيرها من الفضائيات العربية، وتولي غير المتخصصين هذه الموجه، فاستفتي في الدين من لا علم لهم، واستغلت الأحزاب السياسية هذا الانفتاح الإعلامي

\* أستاذ الإعلام المشارك ورئيس قسم الإعلام والعلاقات العامة بالجامعة الأهلية بمملكة البحرين

بالترويج عن أفكارها عبر بعض القنوات الدينية، فأخذت تبت خطاباً دينياً متطرفاً هداماً.

وعلى امتداد الحقب التاريخية لمسيرة البشرية، كان التطرف - ولا يزال - ظاهرة بالغة الأثر والخطر، وأشد صنوفه بأساً ما استند على معتقدات دينية مغلوبة، أو إلى مذاهب فكرية منحرفة، أو إلى موروثات جامدة منقولة يفرزها الجهل بصحيح أحكام الدين، وتزداد ميادينه تنوعاً واتساعاً بكثرة المروجين لهذه المعتقدات والمنتسبين إلى هذه المذاهب، وبخاصة إذا ما أتيح لبعضهم تنبؤ مواقع قيادة الرأي مثل المنبر ووسائل الاتصال الجماهيرية وأبرزها الفضائيات، فتجدهم ينهضون بمسئولياتها بعقول منغلقة، وصدور ضيقة، وغلظة وتشدد وأفكار هدامة ترفض ما عداها، وتصل في أحيان كثيرة إلى حد رمي مخالفيها بالكفر، والخروج من ديار الإسلام، وقد يترتب على ذلك استخدام العنف وشيوع ظاهرة الإرهاب، ونزع نعمة الشعور بالأمن والإحساس بالأمان.

وفي مقابل ذلك، فإن وسطية الإعلام تقتضي إفساح المجال لعرض مختلف الرؤى والآراء والاجتهادات التي يزخر بها المجتمع بما يسهم في تنوير الرأي العام وإثراء إدراك الجمهور، بعيداً عن أن يتبنى الإعلام وجهة نظر واحدة دون غيرها، أو أن يكون حكراً لتوجه سياسي أو فكري بعينه، فإن الوسيلة الإعلامية حينها ستفقد قيمة الحيدة والنزاهة.

وتقتضي تلك الوسطية أيضاً أن يتصدر أهل العلم والاختصاص والكفاءة في القنوات الفضائية وغيرها من وسائل الإعلام، وأن تتبنى وسائل الإعلام موقفاً متوازناً بين الجماهير في مختلف المجالات. ولعل ذلك كله يجعل أهل الاختصاص في العالم العربي والإسلامي أمام تحدٍ كبير لطاقتهم وخبراتهم، ذلك أن الوسطية المثلى لمواجهة تلك الموجة تتمثل في أمرين: أولهما تحصين الأجيال الجديدة بالمناعة الكافية

التي تجعلها قادرة على الاحتفاظ بثباتها وتوازنها أمام تلك الرياح العاتية، وثانيهما سعي المسئولون عن وسائل الإعلام إلى تصحيح أوضاعهم بصياغة استراتيجية إعلامية برؤية وطنية إسلامية تحفظ الأصالة وترشد المعاصرة وتخلق جواً من التوأمة التي ينتج عنها الخير الكثير نحو تكامل المجتمع.

وفي ضوء ذلك تشخّص الدراسة الوضع الراهن في القنوات الفضائية الدينية تشخيصاً علمياً دقيقاً، وذلك من خلال رصد مواقف وآراء الجمهور البحريني إزاء مضامين الخطاب الديني في الفضائيات الدينية، وإبداء الحلول المناسبة لمعالجة تلك المشكلة.

#### مشكلة الدراسة:

تتعدد وظائف الفضائيات الإسلامية وتتسع لتضم نواح كثيرة من النشاط الإعلامي، وذلك تبعاً للمسؤولية الخاصة، التي يضطلع بها هذا الجانب من حياة الأمة الإسلامية، وهو جانب ذات تأثير كبير وفاعل على أكثر من صعيد، كونه لا يكتفي بنقل الخبر، وإن كان نقله بأسلوب ووجهة نظر إسلاميين أمراً ضرورياً ومطلوباً بالحاح، إلا أن وظائف الإعلام الإسلامي تتجاوز هذه المهمة بمراحل، بسبب أنّ الإسلام جاء لينظم حياة الإنسان كلها، وليس خطابه موجهاً الى فئة من البشر، أو مختصاً بمجموعة معيّنة من الناس، ومن هنا كان الإعلام ركناً أساسياً من أركان الدعوة ووسائلها، فضلاً عن أنّه وسيلة من وسائل الجهاد بالكلمة، التي تكون أحياناً أقوى فاعلية من قوة السلاح. ولعل أولى وظائف الإعلام الإسلامي والفضائيات الإسلامية تبليغ الدعوة ونشر الرسالة، فالإسلام دين لجميع الناس بلا استثناء، ومنوط بحملة هذه الرسالة السماوية الخالدة، أن يبلغوا دعوة السماء لغيرهم من الأمم، وأن يحصنوا أبناء المسلمين من الأفكار المسمومة، لذا يجب اعتباره علماً من علوم الدعوة، بل وسيلة أساسية من وسائلها، ومن الواجب أن تتركز أهدافه على "تنشيط

عقيدة المسلمين، وإبراز عظمتها أمام غير المسلمين، وتصحيح صورة الدين الصحيح أمام الآخرين."

وفي ظل غياب الفهم الصائب لأحكام الدين لدى بعض من ينتسبون لبيت الخطاب الديني، وغياب المعايير الصحيحة في اختيار العلماء والدعاة الذي يتصدرون وسائل الإعلام، وعلى إثر تطويع بعضهم الأحكام الشرعية تطويعاً تعسفياً لخدمة أهدافٍ مغرضة، وغياب الوازع الديني وفق صحيح أحكام الشرع لدى شريحة كبيرة من الجمهور، فضلاً عن الفراغ الروحي لدى الشباب.

إذ نجد تبايناً كبيراً فيما تقدمه القنوات الفضائية الدينية من مواد، يلزمه تفاوت في مضامين الخطاب الديني واختلاف في درجة الاتزان الفكري للقائمين على تلك القنوات، بسبب توجهاتهم العقيدية والفكرية وانتماءاتهم السياسية ومنطلقاتهم التمويلية؛ وبالتالي فقد شهد العالم في العقد الأخير كراهية لافتة بين أبناء بعض المجتمعات العربية والإسلامية، أفرزت تعصباً اجتماعياً يُقضي الآخر، وطائفية بغیضة قوّضت الدعائم الوطنية وهدمت تلك المجتمعات، وحوادث عنف وإرهاب زعزعت الأمن وعكرت صفو السلم الاجتماعي، وتسييس مباشر للخطاب الديني طغى على كل مفاصله؛ فأصبحت الرسائل التي تُقدّم عبر تلك الفضائيات سياسية المعنى دينية النكهة.

ومن الملاحظ أن الإفراز المتطرف لبعض القنوات الفضائية الدينية، وفي هذا التوقيت تحديداً والذي تشهد فيه المنطقة صراعات سياسية وعسكرية محتدمة، وأطماع دولية في المنطقة، عزز من تفاقم تلك الصراعات بين أبناء المجتمع نفسه فضلاً عن المجتمعات فيما بينها، فتحول الدين في ذهن البعض إلى معتقد ضيق، وتحول هذا المعتقد الضيق إلى رأي متعصب لا يقبل سواه، فتعزز الفكر التكفيري والمنهج الدموي الراديكالي، وهذا ما استغلته بعض القوى الدولية فعمدت إلى خلط الأوراق

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

ومحاولة تشويه صورة الإسلام بأنه دين عنف وإرهاب مستدلين بأفعال المتطرفين الإسلاميين، ولعل في الحرب التي أعلنت بعد أحداث 11 سبتمبر في الولايات المتحدة الأمريكية ضد ما أطلق عليه "الأصولية الإسلامية" ما يؤكد أن الغرب قد عثر على الذريعة التي يستند إليها في الهيمنة على مقدرات العالم الإسلامي .

إننا اليوم أحوج ما نكون لبناء رؤية استراتيجية إعلامية شرعية واعية وقادرة على تقديم مشاريع هادفة تلبي حاجة المجتمعات بمختلف شرائحها وطبقاتها الفكرية والاجتماعية. وفي هذه الدراسة رصد للدور الذي يضطلع به الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية المشاهدة من قبل مجتمع مملكة البحرين، وبيان لما يمكن أن تحتفظ به تلك القنوات من خطاب وما يمكن أن تعيد صياغته، حتى تنعم مجتمعاتنا بالأمن والرخاء والأخوة والإخاء .

... في ظل ذلك كله تتبلور مشكلة الدراسة وذلك بتسليط الضوء على اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين خطاب القنوات الفضائية الدينية... فهل لتلك القنوات أثرها الإيجابي على الفرد والمجتمع في حفظ النسيج الوطني؟ وهل يلبي الخطاب الديني الموجّه عبر هذه الفضائيات حاجة الجمهور من الثقافة الشرعية الوسطية؟ وهل تقدم الفضائيات الدينية خطاباً دينياً متوازناً؟ .

### أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها في ضوء المحددات الآتية :

- الأهمية التي تحظى بها اثنتان من أبرز أدوات بناء الرأي العام وتوجيهه وتشكيل معتقداته وأفكاره وصناعة أخلاقه وقيمه، هما: وسائل الإعلام والخطاب الديني .
- أهمية دور الإعلام في تشكيل إدراك الناس، حيث يمكن أن يسهم في التحريض على العنف والترويح له، والمساعدة على إشاعة قيم التسامح والاعتدال والوسطية.

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

- أهمية الخطاب الديني الإعلامي والذي يعتبر من أهم الأدوات التي تسهم في تنوير العقول وتنقيتها من الأفكار الدخلية، باعتباره رافداً من روافد البناء والتقدم، فالفكر الإسلامي القويم يحمل في طياته مضامين تصب في توحيد المجتمعات بكل أطرافها، وحمايتها من الآثار السلبية التي تمزقها وتقف حجر عثرة دون تقدمها وازدهارها وانفتاحها على الواقع المعاصر.
- التطورات المتسارعة التي يتسم بها إيقاع العصر دخل الخطاب الديني في كافة الوسائل الإعلامية المتاحة، ليوكب ما يمكن مواكبته، فلم يقتصر على الأسلوب التقليدي في الطرح، بل تعداه لينفتح على عالم الإعلام بأفقه الرحبة ووسائله المتعددة.
- ظهور وانتشار القنوات الفضائية الدينية التي بات بعضها يقدم فكره الخاص، فأبعد لب الخطاب الديني عن طريقه وعمل بقشور ذلك الخطاب وفق معتقده الضيق، وتوجهه السياسي القاصر، فأخذ يبث تارة خطاباً دينياً منطرباً "مُفَرَّطاً" كالتعصب والطائفية والتحريض على العنف وبث الكراهية، وتارة أخرى يبث خطاباً دينياً متساهلاً "مُفَرَّطاً" مثل تجاوز ثوابت الدين، وتتبع الهوى في الطرح، وصدور أحكاماً غير مسئولة وغيرها، وابتعد الخطاب الديني عن وسطيته المتمثلة في التوازن والواقعية والانفتاح على الآخرين.

### أهداف الدراسة

1. التعرف على عادات وأنماط تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الإسلامية.
2. الكشف عن دوافع متابعة الجمهور للقنوات الدينية.
3. رصد تقييم الجمهور البحريني لمضمون الخطاب الديني في القنوات الفضائية الإسلامية.
4. الكشف عن أهم البرامج التي يفضلها الجمهور البحريني في القنوات الفضائية الإسلامية.

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

5. رصد أهم القنوات الفضائية الإسلامية التي يشاهدها الجمهور البحريني.
6. التعرف على مدى مصداقية القنوات الفضائية الإسلامية لدى الجمهور البحريني وثقته بها.
7. التعرف على مدى إشباع القنوات الدينية لحاجة الجمهور من الثقافة الشرعية الدينية.
8. رصد درجة اتزان الفكر الديني لدى القنوات الفضائية الدينية.
9. التعرف على اتجاهات الجمهور إزاء مضامين خطاب القنوات الفضائية الدينية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع – العمر – المستوى التعليمي).

### تساؤلات الدراسة:

1. ما عادات وأنماط تعرض الجمهور للقنوات الدينية؟
2. هل تُشبع القنوات الدينية حاجة الجمهور من الثقافة والتوعية الشرعية الدينية؟
3. ما دوافع مشاهدة الجمهور للقنوات الدينية؟
4. ما أهم القنوات الفضائية الإسلامية التي يشاهدها الجمهور البحريني؟
5. ما اتجاهات الجمهور نحو الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية؟
6. ما تقييم الجمهور البحريني لمضمون الخطاب الديني في القنوات الفضائية الإسلامية؟
7. ما درجة اتزان الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية؟
8. هل تختلف اتجاهات الجمهور نحو الخطاب الديني في القنوات الفضائية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية؟

### فروض الدراسة:

1. يوجد اتجاه عام نحو تأييد مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية .
2. توجد فروق دالة احصائياً في الاتجاه نحو البرامج الدينية في القنوات الفضائية وفق متغير العمر .

3. توجد فروق دالة احصائياً في الاتجاه نحو البرامج الدينية في القنوات الفضائية وفق متغير المستوى العلمي .

4. توجد فروق دالة احصائياً في الاتجاه نحو البرامج الدينية في القنوات الفضائية وفق درجة الاهتمام والتفاعل مع البرامج الدينية في القنوات الفضائية .

5. توجد فروق دالة احصائياً في أسباب مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية في القنوات الفضائية .

#### الإطار النظري للدراسة

#### النظريات المفسرة للدراسة:

اعتمدت الدراسة نظريتين رئيسيتين تعتبران من أبرز المداخل النظرية المستخدمة حالياً في مجال تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ومدى التأثير والتأثير بينهما، حيث تتدرج إحدى هاتين النظريتين تحت نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام وهي نظرية ترتيب الأولويات، أما الثانية فمصنفة ضمن نظريات التأثير الانتقائي ضمن مدخل الفئات الاجتماعية، وهي نظرية الاستخدامات والاشباع:

#### • أولاً: نظرية "ترتيب الأولويات- Agend-setting":

تقوم هذه النظرية على فرضية أن الوسيلة تُكرّر وتُكثّف الرسالة ليبدو الحدث أو الموضوع هو الأول والأهم في ذهن المتلقي. وقبل الدخول في تفاصيل علاقة نظرية ترتيب الأولويات بالدراسة التي نحن بصددتها، نشير إلى الخلفية التاريخية لهذه النظرية، إذ يعد "والتر ليبمان" أول من تناول طرح تلك العلاقة التبادلية من خلال كتابه "الرأي العام" سنة 1922، "فقد رأى ليبمان أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وبالتالي فهي تساهم بشكل كبير في تكوين الرأي العام نحو القضايا التي تعرضها والتي تعطيها الأهمية على حساب قضايا أخرى بالنسبة للمجتمع<sup>(1)</sup>".



أي أن "الييمان" اعتقد أن وسائل الإعلام قادرة على التأثير في الجمهور من خلال تركيزها على قضايا معينة تطرحها على المتلقين ليتخذوا منها مواقف تتأثر بحسب طرح الإعلام، غير أن هذه النظرة تم تجاهلها في الأربعينات والخمسينات من القرن الماضي .

ومع بداية الستينات أعاد الباحث "كوهين" إحياء وجهة نظر "الييمان" حين زعم أن وسائل الإعلام لا تنجح دائماً في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون، ولكنها تنجح دائماً في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه.

وهذا ما دعمه كل من "لانج" و"لانج" من خلال تقريرهما الذي يشير أن وسائل الإعلام هي التي توجه الاهتمام نحو قضايا معينة دون غيرها، فوسائل الإعلام هي التي تطرح المواضيع وتقترح ما الذي ينبغي أن يفكر فيه الأفراد وما الذي ينبغي أن يعرفه، أي أن وسائل الإعلام بتركيزها على قضايا دون غيرها تفرض ترتيباً معيناً للقضايا عند الجمهور حسب أهميتها. وهذا ما أكد عليه أيضاً كل من "ماكبوس" و"شو" عبر الاختبار الأمريكي الأول لنظرية ترتيب الأولويات، إذ درسا الحملة الرئاسية الأمريكية عام 1968-1972 ، ووجدا أن وسائل الإعلام تقوم بتحديد الأولويات للحملات السياسية بشكل واضح، وصولاً لتأثيرها بشكل كبير على شدة الاتجاهات نحو القضايا السياسية المثارة<sup>(2)</sup>.

وقد أخذ اهتمام الباحثين بهذه النظرية يتزايد بعد الاستغلال الكبير الذي تشهده وسائل الإعلام لقواعد النظرية، حيث يربط الباحثون بين الموضوعات التي تطرحها وسائل الإعلام وبين إدراك الجمهور لتلك الموضوعات. إذ أن "تركيز وسائل الإعلام على موضوع معين أو شخص معين وإعطاءه حيزاً كبيراً من مساحتها أو وقتها لهذا الموضوع يعني للجمهور أن هذا الموضوع أو الشخص له من الأهمية ما يجعله

حاضراً باستمرار أو بكثرة في وسائل الإعلام، كما أن المواضيع والأشخاص الذين ليس لهم حضور في تلك الوسائل ليس لهم أهمية لدى عامة الناس<sup>(3)</sup>.

وبالرجوع لمحور هذه الدراسة يتبين بوضوح استخدام القنوات الفضائية الدينية لمنهج ترتيب الأولويات، مراعين في ذلك العوامل المؤثرة في وضع الأولويات، منها: طبيعة القضايا وحيويتها، ودرجة فضول الجمهور نحو تلك القضايا وأهميتها بالنسبة للمؤسسة الإعلامية وللجمهور، وتوقيت إثارة القضية، ونوع الوسيلة الإعلامية المستخدمة، والمدى الزمني المطلوب لإحداث التأثير، كما يلاحظ أن تلك القنوات تعمل وفق أنواع قياس ترتيب الأولويات والتي حددها كل من "شاو" و"مارتن" وهي: "نموذج يركز على قياس أولويات اهتمامات الجمهور وأولويات اهتمامات وسائل الإعلام اعتماداً على المعلومات التجميعية، ونموذج يركز على مجموعة من القضايا وينقل وحدة التحليل من المستوى الكلي الذي يعتمد على معلومات تجميعية إلى المستوى الفردي، وثالث يركز على قضية واحدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور انطلاقاً من فكرة أن التأثير يختلف من وقت لآخر، ونموذج يدرس قضية واحدة وينطلق من الفرد كوحدة للتحليل"<sup>(4)</sup>.

#### • ثانياً: نظرية "الاستخدامات والإشباع-Uses and gratification":

تفترض هذه النظرية أن استخدام الجمهور لوسائل الإعلام لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها تلك الوسائل، وليست وسائل الإعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها.

لذلك "تري نظرية الاستخدامات والإشباع أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه، قد تكون الحصول على معلومات أو الترفيه أو التفاعل الاجتماعي أو حتى تحديد الهوية، كما تفترض هذه النظرية أن دور وسائل الإعلام لا يعدو تلبية وإشباع رغبات كامنة أو معلنة لدى أفراد الجمهور"<sup>(5)</sup>.

وتعود انطلاقة هذه النظرية إلى عقد الأربعينيات من القرن العشرين ، حيث "أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام"<sup>(6)</sup>.

واستمر الاهتمام بهذه النظرية في ذات العقد في أعمال "لازرسفيلد" و"ستاتون" و"بيرلسون"، ثم في الخمسينيات في أعمال "ريليز"، و"فريدسون" و"ماك كوبي"، وفي الستينيات في أعمال "شرام" و"ليل" و"باركر".

و"يقدم نموذج الاستخدامات والإشباعات مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد على أن أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية"<sup>(7)</sup>.

فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية والدينية من خلال قنوات المعلومات المتاحة.

ولقد أظهرت نتائج استطلاع المبحوثين كما سيأتي في نتائج الدراسة الميدانية أن أعلى نسبة في دوافع متابعة الجمهور للقنوات الدينية هو إشباعها للحاجة الثقافية الشرعية وتلبيتها لاهتماماتهم الشخصية والروحية المختلفة، كما أظهرت النتائج أن النسبة الأكبر من المبحوثين يرون أن القنوات الدينية لها دور ايجابي في الاجابة على التساؤلات الدينية والروحية، والنسبة الأكبر كذلك كانت تصب باتجاه تأثير تلك القنوات في سلوك واتجاهات الجمهور الدينية، كما أن نسبة كبيرة من المبحوثين يعتقدون أن تلك القنوات تحاول تحقيق أهدافها السياسية من خلال تسييس الخطاب

الديني، فضلاً عن أوقات الذروة التي تبث فيها القنوات الدينية خطابها وتضع من خلاله أولوياتها. كما أظهرت النتائج أن عدداً من المبحوثين لا يرغب في التعرض للقنوات الفضائية الإسلامية، وعدد آخر منهم لا يرغب في التعرض لمضامين برامج دينية بعينها في حين يتابع مضامين برامج أخرى في ذات القناة، وكذلك فيما يتعلق بمدى اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية الإسلامية ومدى ثقتهن فيها، إذ أن النسبة العظمى من المبحوثين تؤكد أن اعتمادها وثقتها بتلك القنوات أمر نسبي في حين أوضح عدد من المبحوثين بأنه لا يعتمد على تلك القنوات.

إذن، إدراج هاتين النظريتين هنا هو تجذير فكري لفهم الدور المركزي الذي تلعبه الوسيلة في فرض محددات الرسالة ووضع الأولويات المتبادلة بين المؤسسة الإعلامية والجمهور، ووجود مثل هذا الإطار هو بمثابة إجراء تنظيمي لفهم المسألة.

#### الدراسات السابقة :

يبدأ البحث من حيث ما توصل إليه الآخرون من نتائج وتوصيات، حيث تعد هذه النتائج والتوصيات بداية لدراسات وأبحاث جديدة، وفي حدود الاطلاع والانتقاء للدراسات السابقة والمرتبطة بموضوع الدراسة كان عرض هذه الدراسات على النحو التالي :

#### 1- دراسة EL ZEIN, Hatem; ABUSALEM, Ali بعنوان " استخدام

حزب الله لقناة المنار الإسلامية في التعبئة الإعلامية، 2016(8).

سعت الدراسة إلى التعرف على استخدام حزب الله لقناة المنار في التعبئة الإعلامية والمتمثلة في الخطاب الاتصالي للمقاومة الإسلامية ، وقام الباحثان بتحليل الخطاب الاتصالي للشيخ نعيم قاسم خلال الفترة ما بعد مايو 2000 ، بالتطبيق على فترة الانتخابات البرلمانية الثلاث التي أعقبت هذه الفترة " 2000، 2005، 2009، " ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : استغلال الدين

في التعبئة الإعلامية للناخبين الشيعة والموالين لهم في لبنان من خلال ربط الدين بالمساعدات الاجتماعية التي يقدمها حزب الله ، وكشفت نتائج الدراسة أيضا عن تركيز الخطاب الاتصالي للشيخ نعيم قاسم على المقاومة الإسلامية ودورها في حماية لبنان من الاعتداءات الإسرائيلية ، وأن سلاح المقاومة موجه للخارج فقط "إسرائيل وحلفاؤها" ، كما كشفت نتائج الدراسة عن التركيز على أهمية المشاركة في الانتخابات البرلمانية اللبنانية لتأمين ذراعها العسكري من خلال التركيز على مصطلح "المقاومة الإسلامية" في الخطاب الاتصالي للشيخ قاسم.

## 2- دراسة **Satti, Mohamed** ، بعنوان " أطر معالجة المضامين المتعلقة بتنظيم

الدولة الإسلامية على قناة الجزيرة الإنجليزية وقناة بي بي سي ، 2015<sup>(9)</sup> سعت الدراسة إلى رصد أطر معالجة المضامين المتعلقة بتنظيم الدولة الإسلامية على قناة الجزيرة الإنجليزية وقناة بي بي سي ، من خلال تحليل مضمون الموقع الإلكتروني لكلا الموقعين خلال عام 2015 من خلال الكلمات المفتاحية : داعش ، تنظيم الدولة الإسلامية ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : أن الأطر المستخدمة في كلا الموقعين تمثلت في : الأصولي الإسلامي، الخلافات الدينية ، التعصب؛ جرائم ضد الإنسانية، الطبيعة العدوانية لقوات التحالف، الرغبة في السلام، التسامح الديني، والإنسانية ، وكشفت نتائج الدراسة عن أن قناة الجزيرة الإنجليزية AJE ركزت على طبيعة المقاومة لتنظيم الدولة الإسلامية والتركيز على عدوانية قوات التحالف وفي المقابل ركز الموقع الإلكتروني لقناة البي بي سي على الطبيعة العدوانية لتنظيم الدولة الإسلامية ، والتركيز على الإطار الإنساني المتمثل في ضحايا تنظيم الدولة الإسلامية بينما ركز الموقع الإلكتروني لقناة الجزيرة باللغة الإنجليزية على ضحايا قوات التحالف .

3- دراسة Laya Matindoost ، بعنوان " تمثيل الشباب المسلم في وسائل الإعلام الاسترالية، 2015 (10)

سعت الدراسة إلى رصد نسبة تمثيل الشباب المسلم في وسائل الإعلام الاسترالية ، من خلال تحليل مضمون وسائل الإعلام الاسترالية في الفترة من 2013 – 2014 ، وكشفت الدراسة عن عدة نتائج ، من أهمها : تصوير وسائل الإعلام الاسترالية للشباب المسلم بعدة صفات مثل : أن الشباب المسلم يمثل تهديداً للأمن القومي الاسترالي ، وانتشرت العديد من الصفات في وسائل الإعلام الملازمة للشباب المسلم مثل : الإرهاب ، اضطهاد المرأة ، معاداة الغرب ، معاداة الحداثة ، وكشفت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام لا تزال تشكك في وطنية الشباب المسلم بأنه لا تزال لدى الشباب المسلم علاقات قوية مع بلدهم الأصل مما يعد مؤشراً على حقيقة عدم الانتماء "لاستراليا "أرض الفرص" ، كما كشفت نتائج الدراسة أن وسائل الاعلام الاسترالية ركزت على ظاهرة " الإسلام فوبيا" ، وركزت وسائل الإعلام على الهجمات الإرهابية التي يقوم بها المسلمون وخصوصاً هجمات الحادي عشر من سبتمبر 2001.

4- دراسة نسمة محمد محمد براهيم بعنوان " معالجة القنوات الفضائية الإسلامية للأحداث السياسية بعد ثورة 25 يناير واتجاهات الشباب الجامعي نحوها"، 2015 (11)

سعت الدراسة إلى رصد معالجة القنوات الفضائية الإسلامية للأحداث السياسية بعد ثورة يناير من ناحية ورصد اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة الفضائيات الإسلامية للأحداث والقضايا السياسية بعد ثورة 25 يناير من ناحية أخرى من خلال إجراء دراستين الأولى تحليلية على برنامج مع الشباب بقناة الرحمة وبرنامج مباشر من القاهرة بقناة أزهرى ودراسة ميدانية على 450 مفردة من الشباب الجامعي بجامعة الأزهر لتمثل التعليم الديني وجامعة المنصورة لتمثل

التعليم الحكومي وجامعة الدلتا لتمثل التعليم الخاص، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : ارتفاع معدلات مشاهدة القنوات الاسلامية ، حيث بلغ نسبة من يشاهدونها 89.3% من عينة الدراسة ، موزعة ما بين من يشاهدونها دائماً بنسبة 26.7% ، ومن يشاهدونها دائماً 62.7% ، في حين ذكر 10.7% من أفراد العينة لا يشاهدون القنوات الفضائية الاسلامية. أشارت الدراسة إلى أن نسبة 29.6% من أفراد العينة يتابعوا الأحداث والقضايا السياسية على القنوات الفضائية الإسلامية ، ونسبة 49.3% منهم يتابعونها أحياناً، ونسبة 21.1% منهم لا يتابعونها. أوضحت الدراسة أن نسبة 21.8% من أفراد العينة تأثرت اتجاهاتهم نحو الأحداث والقضايا السياسية التي شاهدتها على القنوات الفضائية الإسلامية، ونسبة 53.9% منهم تأثرت اتجاهاتهم نحو الأحداث والقضايا السياسية إلى حد ما، ونسبة 24.3% منهم لم تتأثر اتجاهاتهم نحو الأحداث والقضايا السياسية. أوضحت الدراسة أن أنها تقدم المعلومات والمعارف بشكل مبسط ، كانت في مقدمة أسباب حرص المشاهدين على متابعة القنوات الفضائية الإسلامية ، حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة 51.5% ، وجاء سبب عدم ثقتي في مصداقية وسائل الإعلام الأخرى في الترتيب الثاني بنسبة 43.8% ، وجاء سبب لمكانة وتميز الشخصيات التي تستضيفها البرامج في الترتيب الثالث بنسبة 43.8% لموضوعية المعالجة للقضايا المطروحة السبب الرابع بنسبة 42.5% وهذا يشير إلى رؤية عينة الدراسة أن حرصهم على متابعة هذه القنوات يرجع بصفة عامة الى المضمون البرامجي لهذه القنوات والمتمثل في ضيوف البرامج والموضوعات المطروحة والمعلومات والمعارف التي تقدمها ، ويشير أيضاً الى رؤية المبحوثين الى ضعف هذه القنوات على المستوى الفني والبرامجي حيث جاءت أسباب : المستوى الحوارى الجيد لمقدمي البرامج وثقافتهم ، والعرض الشيق للبرامج ، وتوقيت إذاعة البرامج مناسبة في مؤخرة أسباب حرص عينة الدراسة على متابعة

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

القنوات الإسلامية. تشير الدراسة إلي أن نسبة 32.4% من الاستمالات المستخدمة في عرض القضايا برنامج مباشر من القاهرة بقناة أزهرى عاطفية وعقلية معا تحتل المرتبة الأولى, ونسبة 31.4% منها استمالات عاطفية لتأتى فى المرتبة الثانية , ونسبة 21.6% منها استمالات عقلية تحتل المرتبة الثالثة, ونسبة 14.7% منها غير واضحة. بينما تمثلت نسبة 40.7% من الاستمالات المستخدمة في عرض القضايا ببرنامج مع الشباب بقناة الرحمة عاطفية وعقلية معا, ونسبة 20.9% منها غير واضح الاستمالات المستخدمة , ونسبة 20.9% منها عقلية ونسبة 17.4% منها استمالات عاطفية.

### 5- دراسة ريهام احمد مجمد الحبيبي ، مصداقية المضامين الدينية الإسلامية في وسائل الإعلام الجديدة لدى الجمهور المصري : دراسة مقارنة (2014) (12)

سعت هذه الدراسة إلى معرفة آراء الجمهور المصري حول مصداقية المضامين الدينية الإسلامية التي تقدم بوسائل الإعلام الجديدة (المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت)، وذلك من خلال التعرف على استخدامات الجمهور المصري لهذه الوسائل ومدى تعرضه لها ودوافع هذا التعرض والإشباع المتحققة من هذا الاستخدام، وتأثير استخدام هذه الوسائل على وسائل الإعلام الدينية التقليدية، كذلك التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على هذه الوسائل كمصدر للمعرفة الدينية، وتوصلت الدراسة إلى أن المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت كانت من أهم مصادر المعرفة الدينية التي يعتمد عليها المبحوثون بنسبة (14.1%)، تلاها الكتب الدينية بنسبة (13.8%)، ثم البرامج الدينية على القنوات التلفزيونية بنسبة (12.4%)، يليها إذاعة القرآن الكريم بنسبة (12.3%)، ثم المسجد بنسبة (11.8%)، واحتل كلٌّ من موقع عمرو خالد وموقع إسلام أون لاين المرتبة الأولى بين المواقع الإسلامية التي يحرص المبحوثون على زيارتها بنسبة (14.9%)، يليهما موقع الطريق إلي الله بنسبة (11.5%)، ثم موقع طريق الإسلام بنسبة (11%)، وأظهرت نتائج الدراسة أن أهم



الشخصيات التي يحرص المبحوثون على متابعة إنتاجها الفكري على المواقع الإسلامية التي يقومون بزيارتها : الشيخ محمد حسان بنسبة (19.9%)، يليه عمرو خالد بنسبة (18.9%)، ثم مصطفى حسني بنسبة (15.7%)، يليه معز مسعود بنسبة (11.3%)، ثم الشيخ أبو إسحاق الحويني بنسبة (10.5%)، يليه الشيخ محمد حسين يعقوب بنسبة (9.6%)، ثم الشيخ يوسف القرضاوي بنسبة (7.9%)، أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المبحوثين للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت وتقييمهم لمصداقية المضامين الدينية المقدمة بهذه المواقع .

6- ياسين صالح علي: أثر القنوات الفضائية الإسلامية في التوعية الدينية، (2013)<sup>(13)</sup>:

تهدف الدراسة للكشف عن حقيقة ظاهرة الإعلام الفضائي من حيث آفاقها المختلفة، والآراء المختلفة حولها، في جوانب الخير في استخدامها، وصور الانتفاع بها من قبل المسلمين خصوصاً والناس عموماً، وأبرز المنافع التي يمكن الحصول عليها جراء استخدامها، وغير ذلك من المسائل المتعلقة بالظاهرة الإعلامية الكونية الجديدة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها: **أن القنوات الفضائية ظاهرة إعلامية** جديدة تربعت على عرش وسائل الاتصال العصرية، وجاوز الاهتمام بها حد الاستخدامات العادية لوسائل الاتصال إلى آفاق أوسع حتى غدت وسيلة للهيمنة والسيطرة، كما أظهرت النتائج هناك مآخذ عديدة أدت إلى التصاق صور من الشرور بها، أو جدت نفوراً منها لدى الغيورين على دين الله، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً أن للقنوات الفضائية إيجابيات عديدة للمسلمين في مقدمتها أنها وسيلة بلاغ عصرية يتعين استخدامها في الدعوة إلى الله بحكمة واقتدار، كما أظهرت النتائج فيما يخص القنوات الفضائية والقيم الاجتماعية المتعلقة بقيمة التفكك الاجتماعي أن

### اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

القنوات الفضائية تلعب دورا في تشجيع الشباب على ارتكاب الجرائم وتحفيز دوافع السلوك المنحرف على الأفراد.

#### 3. دراسة دعاء عيسى، تعرض الجمهور للمواقع الإلكترونية الإسلامية وإتجاهاته نحو ممارسة تلك المواقع لوظيفتها الإتصالية ، 2012 (14)

سعت الدراسة إلى التعرف على تعرض الجمهور للمواقع الإلكترونية الإسلامية وإتجاهاته نحو ممارسة تلك المواقع لوظيفتها الإتصالية ، وهدفت الدراسة إلى التعرف على السمات الديمغرافية للجمهور المستخدم للمواقع الإلكترونية الإسلامية من حيث (النوع - العمر - المستوى التعليمي - المستوى الاقتصادي، والإجتماعي)، والتعرف على معدلات تعرض الجمهور للمواقع الإلكترونية الإسلامية على شبكة الإنترنت ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: اتضح إرتفاع نسبة من يستخدمون المواقع الإلكترونية الإسلامية دائما بنسبة (83.9%)، أحيانا بنسبة (15.3%)، نادرا بنسبة (0.8%)، كما إتضح وجود فروق دالة إحصائية بين المستويات التعليمية الثلاثة فيما يتعلق بمعدل إستخدام للإنترنت حيث كانت الفروق دالة عند مستوى معنوية (0.038)، في حين إتضح عدم وجود فروق بين الذكور والإناث، وكذلك المستويات الإجتماعية الثلاثة فيما يتعلق بمعدل إستخدام للإنترنت ، كما أشارت الدراسة إلى أن موقع عمرو خالد حاز على أعلى ترتيب لأهم المواقع الإلكترونية الإسلامية العامة التي يفضل المبحوثون تصفحها بنسبة كاسحة بلغت 72%، يليه بفارق كبير موقع مصطفى حسنى بنسبة 24.2%، ثم موقع طريق الإسلام بنسبة 22.1%.

#### 4. دراسة علي محمد علي عمران : واقع الفضائيات الإسلامية في العالم العربي (2012) (15)

تسعى الدراسة لقراءة واقع هذه الفضائيات الإسلامية من خلال استعراض قضايا ثلاث مهمة في أي نشاط إعلامي وهي: قضية ظهور المرأة في القنوات الإسلامية،

قضية الترفيه، قضية التمويل. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : أنه لا ينبغي أن تكون مشاركة المرأة في الفضائيات فقط من أجل إظهارها على الشاشة، فإن هذا ابتذال وامتهان لها. هذا بالإضافة طبعاً إلى وجوب التزامها بالضوابط الشرعية كما أن القنوات الإسلامية إذا ما أرادت الاستمرار وتحقيق أهدافها لا بد أن تكون ضمن مؤسسات غير ربحية لها مواردها الذاتية من أوقاف وغيرها، بدلاً من أن تكون قنوات قائمة على الدعم الخيري العشوائي تنتظر الهبات والتبرعات، وحتى تتمكن القنوات الإسلامية من تحقيق معادلة الإنتاج الهادف، والترفيه الموجهة فإنه لا بد من أن من ملاحظة أن الإعلام مفهوم واسع، فلا يمكن اختزاله بالجانب التعليمي فقط وأيضاً تخصيص ميزانية مناسبة في القنوات الإسلامية لإنتاج البرامج الترفيهية الموجهة على أن تكون ذات هوية مستقلة.

**5.دراسة Moussa, Mohamed Ben ، استخدام المنظمات الاجتماعية الإسلامية لشبكة الإنترنت في مجال الأعمال الخيرية والعدالة في المملكة المغربية 2011(16)**

سعت الدراسة إلى التعرف على استخدام المنظمات الاجتماعية الإسلامية لشبكة الإنترنت في مجال الأعمال الخيرية والعدالة في المملكة المغربية ، وقد استخدم الباحث أداة تحليل المضمون للحصول على المعلومات ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أن المنظمات الاجتماعية الإسلامية استفادت من القدرات الكبيرة لشبكة الإنترنت ، والتي أتاحت فرصة المشاركة في كافة الفعاليات التي تتيحها هذه المنظمات وفتح مجالات عمل جديدة ، كما كشفت نتائج الدراسة أيضاً أن هذه المنظمات فشلت في استخدام الإنترنت في تعزيز قيم المساواة بين الجنسين ، وعدم استغلال الإمكانيات الاتصالية التي تتيحها شبكة الإنترنت في تبادل الآراء حول مختلف القضايا الإسلامية ، وال فشل في بناء حوارات بناءة حول المجالات السياسية المختلفة.

6- دراسة رحيمة الطيب عيسائي: اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الإسلامية ودورها في توعيته ضد التطرف والتعصب - دراسة ميدانية(2010)(17)

سعت الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة الفضائيات الدينية إبراز الشكل الصحيح للتدين، وتزويد الشباب الجزائري بالثقافة الإسلامية الرصينة؛ من أجل العودة به إلى ساحات الفكر النير ومحاولة البعد عن طروحات التعصب والتطرف ، واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة لجمهور الفضائيات الإسلامية من الشباب الجامعي، وقد اختيرت العينة بالطريقة الحصصية بواقع ( 254 ) مفردة ، وقد وزعت استمارة الاستبانة في جامعتين في منطقتين من الجزائر ، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن الفضائيات الدينية تثرى المعلومات الدينية عند الأفراد ، وأنها تعالج القضايا والمشكلات المهمة في حياة الناس ، وأنها تطرح أسس التدين الصحيح ، وتوعي ضد مخاطر الأفكار الهدامة ، كما كشفت نتائج الدراسة أن وافق معظم أفراد العينة على أن الفضائيات الدينية تقليدية في الطرح والمناقشة، وأن بعض مذيعيها ليسوا من الكفاءات ، وأنها تتحدث في قضايا وموضوعات معروفة ، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً اتجاهات الشباب الجزائري أفراد العينة قد اتسمت بالإيجابية نحو القنوات الدينية، فهي سجلت عندهم نسب مشاهدة عالية، وهي في نظرهم تعد مصدراً مهما من مصادر المعلومات والمعارف الدينية، وموجهاً رصيناً نحو مسارات التدين الصحيح والبعد عن مظاهر التعصب والتطرف كلها ، ومحاولة التخلق بأخلاق الإسلام في حوار الآخر وتقبل الأفكار والآراء منه.

7.دراسة إيمان دوابة : دورالقنوات الفضائية الدينية العربية في التثقيف الديني للجمهور المصري : ( دراسة مسحية في إطار نظرية الغرس الثقافي (2009)(18):

تهدف الدراسة إلى رصد ودراسة العلاقة بين حجم تغطية القنوات الفضائية الدينية العربية للموضوعات والقضايا الدينية خلال فترة زمنية محددة من جهة وبين إدراك الجمهور المصري لأهمية هذه القضايا من جهة أخرى، من خلال دراسة المتغيرات الوسيطة التي قد تقوي أو تضعف من قوة العلاقة بين القنوات الفضائية الدينية العربية وبين مشاهديها ، وخلصت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبي في كثافة مشاهدة القنوات الفضائية الدينية العربية حيث إن نسبة 59.3% من إجمالي أفراد العينة يشاهدونها دائماً، ونسبة 38.3% منهم يشاهدونها أحياناً، كما أنه احتلت قناة الناس الترتيب الأول من حيث أعلى نسبة معدلات مشاهدة، يليها في الترتيب الثاني قناة الرحمة، ثم في الترتيب الثالث قناة اقرأ، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية الدينية العربية وبين مستوى التثقيف الديني لديهم، أي أنه كلما زادت كثافة المشاهدة زاد مستوى التثقيف الديني للمبحوثين.

8.منى سمير محمد: دور الدعاة الإسلاميين بالقنوات الفضائية في تنمية الاتجاه الديني لعينة من المراهقين، (2009)(19):

سعت الدراسة إلى التعرف على دور الدعاة الإسلاميين على القنوات الفضائية لتنمية الإتجاه الديني للمراهقين، وتتكون عينة الدراسة من (400) مفردة من طلاب المرحلة الثانوية بمحافظة دمياط، توزعت على (200) مفردة للذكور و (200) مفردة للإناث.وتوصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج أهمها:ارتفاع نسبة مشاهدة المراهقين للقنوات الفضائية الإسلامية العربية لتصل النسبة إلى (94.3) % ، كما كشفت نتائج الدراسة ارتفاع معدل مشاهدة الدعاة الإسلاميين على القنوات الإسلامية

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

لتصل النسبة إلى (97) % ، وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين تعرض المراهقين للقنوات الفضائية الإسلامية واتجاهاتهم الدينية في المكون الوجداني والسلوكي بينما لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية في المكون المعرفي ، ووجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين تعرض المراهقين للدعاة الإسلاميين على القنوات الفضائية واتجاهاتهم الدينية ( المكون الوجداني- السلوكي- المعرفي) .

### 9- دراسة ناصرالهزاني: التعرض لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها، (2009)(20):

سعت الدراسة إلى التعرف على طبيعة تعرض الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها، و الكشف عن مظاهر ذلك التعرض وحجمه، ودوافع استخدام برامج الإفتاء، إضافة إلى تحديد ماهية الرضا وإشباعات المتحققة من متابعة هذه البرامج، والعوامل المؤثرة في حجم استخدام برامج الإفتاء، ثم الوصول إلى معرفة العلاقة بين استخدامات الجمهور لبرامج الإفتاء وإشباعاتها ، وأظهرت النتائج أن نسبة من يشاهدون برامج الإفتاء قليلا احتلت المرتبة الأولى من حيث المشاهدة، إذ بلغت نسبتها ٥,٣٨ % ، في حين جاءت نسبة من يشاهدونها بدرجة متوسطة في المرتبة الثانية ب ١,٣٢ % ، أما من لا يشاهدون برامج الإفتاء على الإطلاق فقد حصلوا على نسبة ٤,١٦ % ، كما كشفت نتائج الدراسة أن العوامل المؤثرة في حجم استخدام الجمهور لبرامج الإفتاء تمثلت في عامل (الثقة بالمفتي المستضاف في البرنامج) حيث جاء بالترتيب الأول من حيث أهميته للمبحوثين، تلاه عامل (سهولة الأسلوب الذي يتحدث به الضيف) في الترتيب الثاني.

### 10-دراسة خالد عبد الجواد : دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الدينية وإشباعات المتحققة منها لربة المنزل المصرية (2008)(21)

تهدف الدراسة إلى رصد دوافع استخدامات ربة المنزل المصرية للقنوات الفضائية الدينية والتأكد من الإشباع التي تتحقق لها من هذا الاستخدام ، بالتطبيق على عينة عمدية من ربات المنازل في كل من القاهرة والزقازيق للقنوات الفضائية الدينية بلغ قوامها 400 مفردة ، كشفت النتائج أن أكثر الفئات التعليمية مشاهدة للقنوات الفضائية هن ذات التعليم المتوسط، حيث بلغت نسبتهن 34% في القاهرة والزقازيق موزعة على فئات المشاهدة الدائمة وأحياناً ونادراً، يليها في الترتيب أصحاب المؤهلات العليا بنسبة 33.8% ، وتبين من الدراسة عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المستوى التعليمي ودرجة المشاهدة للقنوات الفضائية الدينية ، كما كشفت نتائج الدراسة أن دافع الموضوعات الجيدة التي ترضي اهتمامتهن جاء في الترتيب الأول من بين إجابات ربات المنازل بنسبة 21.5% موزعة على القاهرة والزقازيق 18.7% ، 24.5% من إجمالي الإجابات في كل المدينتين، ثم جاء دافع تقديم المعلومات المفيدة للمرأة في الترتيب الثاني من إجمالي دوافع المشاهدة بنسبة 17.1% في القاهرة- 18.1% الزقازيق، وأوضحت النتائج عدم وجود فروق معنوية دالة إحصائياً بين ربات المنازل في كل من القاهرة والزقازيق ودوافع مشاهدة القنوات الفضائية الدينية.

#### 11- فايز الحارثي: القيم التربوية الإسلامية المتضمنة في بعض برامج الشباب بقتاة المجد الفضائية، (2007)(22):

تهدف الدراسة لبيان مفهوم القيم وعلاقتها بالشباب والتعرف على مكانة قناة المجد الإعلامية وتوضيح مدى تحقيق برامج الشباب في قناة المجد الفضائية للقيم التربوية الإسلامية، حيث استخدم الباحث في الدراسة المنهج الوصفي ومنهج تحليل المحتوى، وتوصل إلى النتائج التالية: أن القنوات الفضائية تعد من أهم الوسائل في إكساب الشباب القيم الإسلامية إذا وجهت الوجهة الصحيحة ، كما كشفت نتائج الدراسة أن قناة المجد الفضائية تعتبر من القنوات الرائدة في مجال العناية بالقيم الإسلامية

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

وغرسها في نفوس المشاهدين ، وأظهرت النتائج أن بناء القيم الإسلامية ليست مسؤولية الإعلام فحسب بل مسؤولية مشتركة بين جميع مؤسسات المجتمع الرسمية وغير الرسمية ، وأن الشباب يفتقد إلى قنوات إسلامية متعددة تحتوي على برامج علمية وثقافية مدروسة توجههم فكرياً وعقلياً وتدفعهم إلى الإنتاج والإبداع وتغرس فيهم القيم الإسلامية السمحة.

### 12- سهير صالح إبراهيم: دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الجمهور بالثقافة الدينية، (2007)<sup>(23)</sup>:

تهدف الدراسة للكشف عن دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الجمهور بالثقافة الدينية للتعرف على معدلات تعرض الجمهور للفضائيات الدينية الإسلامية ومعرفة دوافع وتأثيرات اعتماد الجمهور على هذه الفضائيات في الحصول على المعرفة الدينية الصحيحة، ومدى استفادتهم منها، بالتطبيق على عينة عشوائية من الجمهور العام، قوامها ٢٦٠ مفردة من الجمهور في محافظتي القاهرة والجيزة، وأوضحت نتائج الدراسة ارتفاع معدلات استفادة المبحوثين من القنوات الدينية، إذ بلغت (61.2%)، وأظهرت النتائج أن أهم دوافع هذه الاستفادة تمثلت في زيادة المعلومات الدينية، وتقوية صلة الإنسان بالله سبحانه، والحرص على متابعة برامج الإفتاء، والحصول منها على فتاوى دينية تهتم بشؤون الحياة ومستجداتها، كما تبين أن هذه الفضائيات تسعى إلى إبراز العقيدة الإسلامية بشكلها الصحيح للجمهور، وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين معدلات تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية الدينية، ودوافع وتأثيرات اعتمادهم عليها.



13- محمد الشريف: البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية، (2006)(24):

سعت الدراسة إلى التعرف إلى نوعية البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية، ودراسة المضمون الديني المعروض على شاشات الفضائيات العربية، والخطاب الديني والإعلامي بعد ١١ سبتمبر ، واستخدم الباحث أداة تحليل المضمون بالتطبيق على عينة من البرامج الدينية في الفضائيات العربية ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها : وجود قصور في بعض الجوانب وتميزا في جوانب أخرى فلا تهتم الفضائيات الخاصة بالبرامج الدينية فيما يتعلق بعددها مقارنة بالألوان الأخرى من البرامج.. كذلك المساحة الزمنية المخصصة لهذه البرامج والتي لا تتجاوز (89,0%) ، وأظهرت نتائج الدراسة اهتمام البرامج الدينية في الفضائيات العربية الخاصة بالموضوعات السياسية بصفة عامة وبالقضايا والأفكار التي تندرج تحت هذه الموضوعات على وجه التحديد، فقد قامت هذه البرامج بمعالجة ومناقشة (302) قضية سياسية متنوعة. حيث تتمتع هذه القنوات الفضائية الخاصة العربية بقدر أكبر من الحرية إذا ما قيست بالقنوات الرسمية مما يوفر لها قاعدة شعبية أكبر ودرجة أعلى من المصادقية بين المشاهدين العرب الذين ضاقوا بأجواء الرقابة والرأي الواحد، وكشفت نتائج الدراسة أن الخطاب الإسلامي في البرامج الدينية ركز على قضايا الاعتداءات الغربية على العالم الإسلامي فقد جاءت هذه القضايا في المرتبة الثالثة بواقع (85) قضية مثلت (15,28%) من جملة القضايا السياسية التي عالجتها البرامج الدينية في الفضائيات الخاصة ، وكشفت النتائج أنه في مجال القضايا الاجتماعية توصلت الدراسة إلى تركيز اهتمام الخطاب الإعلامي في البرامج الدينية على القضايا المختلفة للنظام الاجتماعي في الإسلام حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة تجاوزت نصف القضايا الاجتماعية التي وردت في مضمون البرامج الدينية

(77 قضية) بواقع (22,54%) من إجمالي القضايا الاجتماعية وجاءت قضايا المرأة في العالم الإسلامي في المرتبة الثانية بنسبة (72,19%)

#### 14-دراسة حسناء عبد السميع : الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية ومدى فاعليته في الدفاع عن الهوية العربية الإسلامية (2006)<sup>(25)</sup>

تهدف الدراسة إلى التعرف على الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية ومدى فاعليته في الدفاع عن الهوية العربية الإسلامية ، بالتطبيق على عينة عشوائية بسيطة قوامها 400 مفردة من طلاب الجامعة ، كشفت نتائج الدراسة عن عدة نتائج ، من أهمها : تزايد معدلات مشاهدة الفضائيات في السنوات الأخيرة ، وأنها في تزايد مضطرد ، ففي حين عبر 33.4% أنهم يتابعون الفضائيات منذ أكثر من 3 سنوات ، أكد 35.6% أنهم يتابعونها منذ أقل من عام ، كما اتضح وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين متغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي وبين بداية مشاهدة الفضائيات ، بينما لم يكن هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين باقي متغيرات البحث ( النوع ، ومكان الإقامة ، والتخصص ) وبداية مشاهدة الفضائيات ، وأظهرت النتائج ارتفاع معدلات مشاهدة الفضائيات العربية يوميا بين عينة الدراسة من الشباب الجامعي ، لتصل إلى أكثر من 3 ساعات بين 39.6% من أفراد العينة ، واحتلت فئة ” 1 - 3 ساعات ” المركز الثاني بنسبة 40.6% ، كما تبين أن كثافة الإناث أعلى من الذكور ، وأن كثافة مشاهدة في الوجه القبلي أعلى منها في الوجه البحري والقاهرة ، وأن كثافة مشاهدة بين أصحاب التخصص النظري أعلى من أصحاب التخصص ، وأظهرت النتائج تعدد أساليب مشاهدة العينة للقنوات وكانت من خلال امتلاك جهاز خاص أو الاشتراك الشهري أو المشاهدة في الأماكن العامة وذلك بنسب 63.3% ، 25% ، 11.3% على التوالي ، كما اتضح وجود علاقة دالة إحصائية بين متغيري ( النوع ، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي ) وأسلوب المشاهدة ، وكشفت نتائج الدراسة عن عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

بين متغيري ( مكان الإقامة ، والتخصص ) وأساليب المشاهدة ؛ حيث بلغ مستوى الدلالة 0.12 ، 0.08 على الترتيب.

**15-محمد غريب: دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التنقيف الديني لدى طلاب الجامعات، (2005)(26):**

تهدف الدراسة إلى التعرف على أهم البرامج والموضوعات الدينية المقدمة بالقنوات الفضائية العربية ، بالتطبيق على عينة عشوائية بسيطة بواقع 400 مفردة من طلاب كليات الحقوق والتجارة ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها : القنوات الفضائية المصرية والعربية جأتنا بالمركز الأول من حيث مصادر حصول الباحثين على معلوماتهم الدينية. فيما يتعلق بقيم الأخلاق المقدمة بالبرامج الدينية للقنوات الفضائية جاءت قيمة بر الوالدين في الترتيب الأول ، وكشفت نتائج الدراسة أن الاهتمام بمتابعة ومشاهدة برامج الفقه والشريعة جاء في الترتيب الأول من إجمالي نوعيات البرامج والموضوعات الدينية المقدمة في القنوات الفضائية، كما كشفت نتائج الدراسة أن تقديم القنوات الفضائية للمعلومات والموضوعات الدينية في شكل مبسط جاء في مقدمة أسباب تفضيل عينة الدراسة ، وأظهرت النتائج وجود ارتباط بين ارتباط إدراك الواقع من البرامج الدينية بالقنوات الفضائية بزيادة كثافة المشاهدة ووجود ارتباطية إيجابية بين كثافة المشاهدة وكل من النوع واستخدام مصادر المعلومات وإدراك القيم الدينية ، ووجود علاقة ارتباطية بين الذكور والإناث من حيث كثافة التعرض والحصول على المعلومات والقيم الدينية من مصادر الاتصال الشخصي.

**16-محمود حسن إسماعيل: استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الدينية والإشباع المتحققة منها، (2004)(27):**

هدفت الدراسة لمعرفة استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الدينية والإشباع المتحققة منها، وذلك على عينة عمدية من المراهقين بلغت ٤٠٠ مفردة ممن تراوح

أعمارهم بين ( ١٥ و ١٨ ) عامًا، وخلصت النتائج إلى بيان ارتفاع معدل مشاهدة القنوات الفضائية الدينية لدى المراهقين إذ بلغت نسبة كثافة المشاهدة ( ٣٣ % )، وذلك رغبة من المراهقين في متابعة البرامج الدينية التي تعرضها تلك القنوات، والإقبال عليها، واتضح أن أهم دوافع استخدام المراهقين للقنوات الدينية هو اكتساب المعلومات الدينية، ومعرفة أحكام الشريعة، والترويح عن النفس، إضافة إلى ما توفره متابعة البرامج التي تعرضها هذه القنوات من إشباعات تتمثل في زيادة المعرفة الدينية واكتساب القيم الإسلامية والافتداء بنماذج القدوة الحسنة.

17- محمد هندية: البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية، (2002)(28):

تهدف الدراسة للتعرف على استخدامات الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية للبرامج الدينية التي يتعرضون لها، والتعرف على المظاهر التي تكشف عن مدى التعرض والاهتمام من قبل الجمهور السعودي والعربي للمشاهد لتلك البرامج الدينية. واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بأداتي تحليل المضمون، والاستبيان بالتطبيق، على عينة من البرامج الدينية بأربع قنوات فضائية، و ٦٠٠ مفردة من الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية، وكشفت نتائج الدراسة عن عدة نتائج، من أهمها: ازدياد مشاهدة البرامج الدينية لدى الجمهور السعودي والعربي من الذكور والإناث، وكشفت نتائج الدراسة أن برامج الفتاوى جاءت بالمرتبة الأولى من بين أنواع البرامج المفضلة لدى الإناث السعوديات، وفي المرتبة الأولى لدى الذكور والإناث العرب، وفي المرتبة الثالثة لدى الذكور السعوديين، وقالت الدراسة: إن أهم أسباب مشاهدة الجمهور السعودي والعربي للبرامج الدينية هي حاجتهم إلى زيادة الثقافة والمعرفة الدينية، ومعرفة الأحكام الشرعية.

### التعليق على الدراسات السابقة :

أظهرت نتائج الدراسات السابقة أن القنوات الفضائية بما لها من خصائص وإمكانيات تعد من أنسب الوسائل الإعلامية لنقل الرسالة الدينية الإسلامية إلى دول العالم الإسلامي.. سواء كانت هذه الرسالة دينية بحتة أم كانت رسالة عامة تعالج أحدث القضايا المعاصرة انطلاقاً من خاصية الشمول التي يتميز بها الدين الإسلامي ووفقاً لهذه الخاصية.. فإن المجال مفتوح أمام الخطاب الإعلامي الديني المتخصص لتناول مختلف الموضوعات والقضايا في مجالات الحياة المختلفة. فالدور المنوط بالبرامج الدينية في الفضائيات العربية دور خطير وهام في الوقت نفسه إذا ما أحسن استثماره وذلك من خلال الانطلاق من استراتيجية محددة لا من خلال العمل العشوائي غير الواضح الرؤية وغير المحدد الهدف.

يُلاحظ على الدراسات السابقة أن أغلبها تناول موضوعات ومحاور محدده ، حيث تخصصت بعض الدراسات في التركيز على عملية تعرض فئة المراهقين للفضائيات الدينية ومدى تأثيرهم بها كما في دراسة "أبيلمان" و"محمود إسماعيل"، و"منى سمير"، فيما ركزت دراستي "فايز الحارثي" و "محمد غريب" على البرامج الدينية المقدمة لفئة الشباب.

كما يتضح من بعض الدراسات السابقة تركيزها في التركيز على نوعية البرامج الدينية المقدمة دون التركيز على مضامين تلك البرامج وأثرها،مكتفين بتسليط الضوء على المعلومات الشرعية والثقافية التي تقدمها تلك الفضائيات للجمهور، مثل دراسة "محمد هندية" و"سهير صالح" و"ناصر الهزاني".

بيدأنه لا يوجد من تلك الدراسات ما يتفق مع سياق هذه الدراسة سوى دراسة "محمد الشريف" التي ركزت على نوعية البرامج الدينية وبيّنت بالرصد والتحليل مضامين وأبعاد تلك البرامج في الفضائيات الدينية .

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

تعددت العينات المستخدمة في الدراسات السابقة طبقاً لأهداف كل دراسة على حدة ، فمنها ما استخدم العينات الاحتمالية مثل العينة العشوائية البسيطة (دراسة سهير صالح إبراهيم ، 2007) ، ومنها ما استخدم العينات غير الاحتمالية مثل العينة العمدية (دراسة محمود إسماعيل ، 2004).

استخدمت الدراسات السابقة أداة الاستبيان للحصول على المعلومات (دراسة حسناء عبد السميع ، 2006) ، ومنها ما استخدم أداة تحليل المضمون (فايز الحارثي ، 2007) .

تعددت المداخل النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة كإطار نظري لها مثل مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام (دراسة ريهام الحبيبي ، 2014)، الغرس الثقافي (دراسة إيمان دواية ، 2009) ، مدخل الاستخدامات والإشباعات (دراسة ناصر الهزاني، 2009).

وقد استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد أهداف وتساؤلات وفروض الدراسة، وكذلك في تحديد المنهج المناسب للدراسة ، وبناء أداة الدراسة ، لتكون هذه الدراسة مكتملة لجوانب عديدة لم يتم التركيز عليها في الدراسات السابقة بالرغم من أهميتها، مثل ما يتعلق بالخطاب الديني المسيّس ودرجة اتزان الخطاب الديني في الفضائيات، مع مراعاة خصوصية مجتمع وعينة الدراسة ، وهذا ما بدى واضحاً على بعض الدراسات السابقة التي أظهرت نتائجها تأثراً واضحاً بطبيعة المجتمع الذي أجريت فيها ، إضافة الى طبيعة سحب العينات الممثلة لمجتمع الدراسة ، وهذا ما تتأثر به اغلب الدراسات المسحية وأن اختلفت درجة التأثير والتأثر .

### مصطلحات الدراسة :

تتضمن الفقرات التالية توضيحاً للمصطلحات والمفاهيم الأساسية في هذه الدراسة، وهي على النحو الآتي:

- **الخطاب اصطلاحاً:** كل نطق أو كتابة تحمل وجهة نظر محددة من المتكلم أو الكاتب وتفترض فيه التأثير على السامع أو القارئ مع الأخذ بعين الاعتبار مجمل الظروف والممارسات التي تم فيها<sup>(29)</sup>.

- **ماهية الخطاب الديني:** الخطاب الديني مصطلح جديد ذاع في العصر الحديث بمفهومه الشرعي وقد حل محل "الدعوة الإسلامية" في كثير من المؤلفات. وقد أطلق هذا المصطلح بهذا المفهوم بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر من خلال عدد من المؤتمرات والمنتديات في عدد من الدول الغربية والعربية والإسلامية، ولا تكاد تمر مناسبة بدون توجيه نداء حار بضرورة تطوير لغة الخطاب الديني<sup>(30)</sup>.

- **الفكر الإسلامي:** هو نتاج التأمل والاستنباط العقلي المنبثق عن نظرة الإسلام العامة، والمتوافق مع قيم الإسلام ومعاييره ومقاصده<sup>(31)</sup>.

- **الخطاب الاتصالي:** هو مجمل الرموز والاشارات التي تصدر عن مرجعية معينة، تشكل صورتها ومظهرها العام، وتبرز خطوطها الفكرية عبر عملية تواصل بين هذه المرجعية والجمهور في عملية تفاعلية يكون فيها الخطاب وسيلة لا غاية<sup>(32)</sup>.

- **الخطاب الاتصالي الإسلامي:** هو الوجه الإعلامي للفكر الإسلامي أو التناول الاتصالي للفكر الإسلامي، سواء من خلال الاتصال المباشر بين علماء الدين أو المفكرين الإسلاميين أو الوعاظ والجمهور عبر الخطب والدروس الدينية والمحاضرات أو من خلال شبكات التواصل الاجتماعي أو من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية وغيرها<sup>(33)</sup>.

- **الخطاب الديني المتطرف:** هو التعبير الذي يتناول قضية مبنية على سوء فهم للنصوص الشرعية بما يؤدي إلى طرح رأي متعصب أو وجهة نظر مغالية قائمة على تحكيم المزاج الشخصي أو الميل العاطفي أو المصلحة الذاتية، أو قد ينطوي على ذلك الفهم تحريض على العنف أو بث الكراهية أو إثارة الطائفية<sup>(34)</sup>.

- الخطاب الإسلامي المسيس: يعرفه الباحث بأنه المحتوى الديني المتضمن لقضايا تتعلق بعلاقة الحاكم والمحكوم أو الأنظمة فيما بينها أو الشعوب فيما بينها، ويشمل: نظام الحكم، وحقوق الإنسان، والعلاقات الدولية، وقضايا الأمة وغيرها.
- القنوات الفضائية: عرض تلفزيوني مرئي يبث عبر شبكة الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة، وتحدد بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة منها<sup>(35)</sup>.
- القنوات الفضائية المتخصصة: أنها قنوات تستهدف جمهوراً معيناً باهتمامات محددة وتلبي له إمكانية التعمق داخل مجال التخصص، وتحيط الجمهور بتفاصيله من خلال برامج متنوعة وفق قوالب مهنية .
- منهج الدراسة :**

اعتمدت الدراسة على استخدام منهج المسح باعتباره من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية بصفة عامة، وهو "أسلوب من أساليب التحليل القائم على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد أو فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية، ثم تفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة"<sup>(36)</sup>.

كما أن المنهج المسحي "يستخدم في البحوث التي تستهدف وصف سمات أو آراء أو اتجاهات أو سلوكيات عينات من الأفراد ممثلة لمجتمع ما، بما يسمح بتعميم نتيجة المسح على المجتمع الذي سحبت منه العينة، وبالرغم من أن منهج المسح يلعب دوراً وصفيًا، إلا أنه يمكن أن يلعب دوراً تفسيرياً بشرح الأحداث أو الظواهر التي تُدرس"<sup>(37)</sup>.

وقد اقتضت متطلبات الدراسة القيام بمسح لأهم الأفكار والآراء التي وردت في الدراسات السابقة والمؤلفات العلمية لتحديد مفهوم المتغيرات: الخطاب الديني،



## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

الإسلام السياسي، التطرف، القنوات الفضائية المتخصصة وغيرها، كما اقتضى ذلك الوقوف على اتجاهات الجمهور البحريني إزاء مضمون الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية، لما يتميز به المجتمع البحريني من تباين في الانتماءات المذهبية والدينية، والتي تأثرت بالظروف والمتغيرات والاحداث السياسية التي شهدتها المنطقة في المرحلة الراهنة.

### مجتمع الدراسة:

يعتبر مجتمع الدراسة "المجتمع الذي يستطيع الباحث من خلاله أن يختار عينة البحث، ويرغب في تعميم النتائج الأولية عليه"<sup>(38)</sup>. وبالتالي فإن مجتمع الدراسة في هذا البحث هو المجتمع البحريني متمثلاً في محافظات الأربيع: العاصمة، المحرق، الشمالية، الجنوبية.

### عينة الدراسة:

تُعرّف العينة بأنها "ذلك الجزء من المجتمع الذي يتم اختياره بطريقة علمية تمثل الخصائص الهامة للمجتمع المدروس"<sup>(39)</sup>.

إذ لا تكون العينة ذات قيمة إلا إذا كانت ممثلة لجميع خصائص المجتمع الذي سحبت منه، ومن ثم "لا بد من اختيار تلك العينة بأسلوب دقيق حتى تكون النتائج التي يتوصل إليها الباحث معبرة عن حال المجتمع الأصلي الذي يُعد حقلاً أو ميداناً للعينة"<sup>(40)</sup>.

وحيث إن مجتمع الدراسة يقتصر على المجتمع البحريني، ومن خلال المعطيات السابقة فقد اعتمدت الدراسة على العينة العشوائية البسيطة لتمثل ذلك المجتمع، ويعود السبب في اختيار هذا النوع من العينة إلى أمرين: يتمثل الأمر الأول في أن العينة العشوائية البسيطة قائمة على مبدأ المساواة بين احتمالات الاختيار لكل فرد من أفراد المجتمع الأصلي، والأمر الثاني أن هذا النوع يحول دون تدخل الباحث وتأثيره في اختيار الوحدات وبالتالي تضمن النتائج الحيادية.

وقد بلغ إجمالي عينة الدراسة (400) فرداً من الجمهور بمملكة البحرين بواقع (221) من الذكور، و (179) من الإناث، ابتداءً من المرحلة العمرية 15 سنة، وذلك بعد استبعاد مجموعة من الاستمارات التي لم يتم استكمال الإجابة على جميع مفرداتها لعدم متابعتهم للفضائيات الإسلامية، إذ بلغ عددها (73) استمارة، كما هو موضح الجدول رقم (5).

#### حدود الدراسة:

تنحصر هذه الدراسة مكانياً في إطار الحدود الجغرافية لعينة الدراسة وهي مملكة البحرين، وزمانياً خلال الفترة الممتدة من أبريل 2015 إلى سبتمبر 2015 ، وموضوعياً في "اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب في القنوات الفضائية الدينية".

#### أداة جمع البيانات :

يعتبر "الاستبيان" أحد الأدوات الأساسية التي تستخدم في جمع البيانات والمعلومات الأولية من العينة المختارة عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مقدماً، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم<sup>(41)</sup>.

وعلى هذا، فقد ارتكزت الدراسة على "استبانة" تضمنت عدداً من الأسئلة المنسجمة مع تساؤلات وأهداف الدراسة وصولاً إلى رصد آراء الجمهور البحريني إزاء مضمون الخطاب الديني ودرجة اتزانه في القنوات الفضائية الدينية.

## الصدق والثبات

### مؤشرات صدق المقياس:

للتأكد من صحة بناء الاداة وصلاحيتها للتطبيق ، ومدى تمثيلها لقياس ما ذهبت لقياسه ، تم عرضها على عدد من الاساتذة الاكاديميين والمتخصصين في مجال علوم الاعلام والاتصال<sup>1</sup> ، وإجراء التعديلات المطلوبة ، وفي ضوء ذلك تم تعديل صياغة بعض الأسئلة وإضافة البعض الآخر ، ترتب عليه إعادة بناء بعض العبارات لتكون أكثر ملائمة للمبحوثين ، وبذلك تحقق الصدق الظاهري للبيانات .

وتم حساب معاملات ارتباط بيرسون لأسئلة الدراسة وتراوحت القيم ما بين (0.71-0.45) وكانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha \geq 0.05$ )، وهذه النتيجة تشير إلى أن مؤشرات صدق المقياس مقبولة لأغراض الدراسة الحالية.

### • مؤشرات ثبات المقياس

أظهرت النتائج أن قيمة كرونباخ ألفا كمؤشر على الثبات بلغت (0.83)، وهي مقبولة لأغراض الدراسة الحالية وتدل على وضوح الاستبانة ، والثقة في صلاحيتها للتطبيق .

### <sup>1</sup>أسماء السادة محكمي الاستبانة

- أ.د. همت حسن السقا، أستاذة الاعلام والعلاقات العامة ، الجامعة الاهلية ، مملكة البحرين -
- الدكتور النعمان منذر الشاوي ، أستاذ الشريعة المشارك ، الجامعة الخليجية ، مملكة البحرين -
- الدكتور عبد الصادق حسن ، أستاذ الاعلام والعلاقات العامة المشارك ، الجامعة الاهلية ، مملكة البحرين .
- الدكتور حسام الهامي ، أستاذ الاعلام والصحافة المساعد ، الجامعة الاهلية ، مملكة البحرين .

• إحصاءات الدراسة:

- ولمعرفة الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين عينة الدراسة، اعتمدت الفرضية الصفرية التي تنص على "عدم وجود فروق في النتائج، إذ أن المتغير المستقل لا يؤثر في المتغير التابع، أو أنه لا يوجد فرق بين خصائص العينة وخصائص المجتمع الذي سحبت منه"<sup>(42)</sup>.

واستخدمت الدراسة الإحصاءات التالية للإجابة عن أسئلة الدراسة:

- التكرارات والنسب المئوية.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من النوع الفئتي أو النسبي (Interval Or Ratio) وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30 ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30 – 0.70 وقوية إذا زادت عن 0.70
- معادلة كرونباخ ألفا .
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف باختبار باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبية (Interval Or Ratio)
- اختبار شافيه لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينهما.

وتم استخدام مستوى الدلالة الاسمي The Nominal Level Significance وهو "المعروف بألفا، وهو المستوى المحدد مسبقاً قبل إجراء الدراسة والذي يمثل الحد الأقصى المقبول لاحتمال الفشل في اتخاذ القرار، إذ حددت الدراسة المستوى (0.05)

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

لمعرفة الفروق الإحصائية، فإذا كانت نتائج الفروق الإحصائية أقل أو يساوي من مستوى الدلالة (0.05) فهي دالة إحصائياً، أما إذا كانت النتائج الإحصائية أكبر من ذلك المستوى فهذا مؤشر على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية.

### نتائج الدراسة

#### أولاً: خصائص عينة الدراسة

#### جدول رقم (1)

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	221	55.25%
	أنثى	179	44.75%
العمر	15- إلى أقل من 25	68	17.0%
	25- إلى أقل من 35	174	43.5%
	35- إلى أقل من 45	104	26.0%
	45 فما فوق	54	13.5%
المستوى التعليمي	أقل من إعدادي	11	2.75%
	ثانوي	110	27.50%
	جامعي	224	56.00%
المهنة	دراسات عليا	55	13.75%
	طالب	50	12.50%
	عاطل	11	2.75%
	موظف	312	78.00%
	متقاعد	18	4.50%
	أعمال حرة	9	2.25%

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها:

- بالنسبة للجنس: توزعت عينة الدراسة بين الذكور والإناث بنسبة (55.25%) ذكور و(44.75%) إناث.
- بالنسبة للعمر: شملت عينة الدراسة مختلف فئات المرحلة العمرية المناسبة للاستقصاء لمثل هذا النوع من الدراسة. وقد سجلت الفئة العمرية التي تتراوح

من "25 إلى أقل من 35" أعلى نسبة من عينة الدراسة بواقع (43.5%)، فيما حظيت المرحلة العمرية من "35 إلى أقل من 45" بنسبة بلغت (26.0%)، بينما بلغت نسبة المرحلة العمرية من "15 إلى أقل من 25" (17.0%) من عينة الدراسة، أما نسبة المرحلة العمرية من "45 فما فوق" فقد بلغت (13.5%) من العينة

- بالنسبة للمسوى التعليمي: شملت عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي، ويتضح من نتائجه أن أعلى نسبة كانت لحملة المؤهل الجامعي "البكالوريوس" إذ بلغت (56.%)، وبلغت نسبة حملة المؤهل الثانوي (27.50%)، فيما بلغت نسبة حملة مؤهل الدراسات العليا (13.75%)، وكانت أقل نسبة لحملة المؤهل الابتدائي بواقع (2.75%)، ما يؤكد حرص الباحثين على اختيار عينة تتسم بالوعي والادراك والقدرة على التحليل
- بالنسبة للمهنة: يتبين أن ما نسبته (78%) من عينة الدراسة هم من الموظفين، و(12.50%) من الطلاب، فيما بلغت نسبة المتقاعدين (4.50%)، ثم العاطلين بنسبة بلغت (2.75%)، وحظي أصحاب الأعمال الحرة بالنسبة الأقل من عينة الدراسة وهي (2.25%).

#### ثانياً: المؤشرات التحليلية للدراسة الميدانية

تم التوصل إلى هذه النتائج بعد تحليل البيانات باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة، كما هو موضح في الجدول التالي:

1- مدى متابعة المبحوثين للقنوات الفضائية الإسلامية

جدول (2)

التكرارات والنسب المئوية لمدى متابعة القنوات الفضائية الإسلامية

النسبة المئوية	التكرار	الاستجابة	الرقم
11.25%	45	دائماً	1
42.25%	169	أحياناً	2
28.25%	113	نادراً	3
18.25%	73	لا	4
100%	400	المجموع	

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (11.25%) من عينة الجمهور البحريني يتابعون القنوات الفضائية الإسلامية بشكل دائم، وما نسبته (42.25%) من العينة يتابعونها أحياناً، في حين أن (28.25%) من العينة نادراً ما تشاهد هذه القنوات، بينما أكد (18.25%) من العينة أنهم لا يشاهدون القنوات الفضائية الإسلامية. والجدول التالي يوضح أسباب عدم مشاهدتهم لهذه القنوات:

2- أسباب عدم متابعة فئة من المبحوثين للقنوات الفضائية الإسلامية" الأرقام تحتاج مراجعة"

جدول (3)

التكرارات والنسب المئوية لأسباب عدم متابعة فئة من العينة القنوات الفضائية الإسلامية

النسبة المئوية	التكرار	الاستجابة	الرقم
5.00%	20	غير متفقه مع توجهاتي وقناعاتي الفكرية	1
14.75%	59	لدي أولويات أخرى	2
5.00%	20	أرى بأنها مصدر لإثارة الفتن وشق الصف وزعزعة الأمن الاجتماعي	3
4.00%	16	أرى بأنها ذات أجندات سياسية لا تتفق مع ميولي واهتماماتي	4
4.00%	16	أرى بأنها تعالج القضايا من وجهة نظر قاصرة	5
1.25%	5	أخرى	6

### اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

يتبين من الجدول السابق أن أبرز أسباب عدم متابعة القنوات الفضائية الإسلامية لدى (18.25%) من إجمالي عينة الدراسة كانت بسبب وجود أولويات أخرى لدى (14.75%) منهم، فيما أوضح (5.00%) منهم بأن هذه القنوات غير متفقه مع توجهاتهم وقناعاتهم الفكرية، واعتبر (5.00%) القنوات الفضائية الإسلامية أنها مصدراً لإثارة الفتن وشق الصف وزعزعة الأمن الاجتماعي، في حين يرى (4.00%) من العينة أن تلك القنوات ذات أجندات سياسية لا تتفق مع ميولهم واهتماماتهم، بينما يرى (4.00%) أن هذه القنوات تعالج القضايا من وجهة نظر قاصرة.

وبناء على ما سبق تكونت عينة الدراسة الفعلية من (327) مفردة هم الذين يتابعون القنوات الفضائية الإسلامية، وهم من أجاب على باقي أسئلة الدراسة.

### 3- معدل تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية الإسلامية

#### جدول (4)

#### التكرارات والنسب المئوية لمعدل التعرض للقنوات الفضائية الإسلامية

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	أقل من ساعة	196	59.9%
2	من ساعة إلى أقل من ساعتين	102	31.3%
3	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	22	6.7%
4	ثلاث ساعات فأكثر	7	2.1%
	المجموع	327	100%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (59.9%) من عينة الجمهور البحريني يتعرض للقنوات الفضائية الإسلامية أقل من ساعة يومياً، وما نسبته (31.3%) يتعرض لها من ساعة إلى أقل من ساعتين، في حين أن نسبة ضئيلة من العينة بلغت (6.7%) تتعرض للقنوات الفضائية الإسلامية من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً، وأخرى هي الأقل بلغت (2.1%) تتعرض لهذه القنوات ثلاث ساعات فأكثر يومياً.



اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

4- الأوقات المفضلة لمشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثين

جدول (5)

التكرارات والنسب المئوية للأوقات المفضلة لمشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	10-7 الفترة الصباحية	34	10.4%
2	1-10 فترة الضحى	25	7.6%
3	4-1 فترة العصر	59	18.0%
4	10-4 مساءً	154	47.2%
5	1-10 صباحاً	55	16.8%
	المجموع	327	100%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (47.2%) من عينة الجمهور البحريني يفضل مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية مساءً، وما نسبته (30.8%) منهم يفضل مشاهدتها فترة العصر، في حين أن (16.8%) من العينة يفضل مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية في الفترة من 1-10 صباحاً، و(10.4%) يفضل مشاهدتها في الفترة الصباحية 10-7، فيما كانت أقل نسبة للذين يشاهدون القنوات الفضائية الإسلامية فترة الضحى بواقع (7.6%).

5- مدى مشاهدة المبحوثين لقنوات فضائية إسلامية وافدة ناطقة باللغة العربية

جدول (6)

التكرارات والنسب المئوية لمشاهدة قنوات فضائية إسلامية وافدة ناطقة باللغة العربية

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	دائماً	23	7.0%
2	أحياناً	74	22.6%
3	نادراً	78	23.9%
4	لا	152	46.5%
	المجموع	327	100.0%

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (7.0%) فقط من عينة الجمهور البحريني تشاهد قنوات فضائية إسلامية وافدة ناطقة باللغة العربية ، وما نسبته (22.6%) منهم يشاهدونها أحيانا، و (23.9%) منهم نادرا ما يشاهدون هذه القنوات، في حين كانت النسبة الأعلى للذين لا يشاهدون قنوات فضائية إسلامية وافدة ناطقة باللغة العربية بواقع (46.5%) دائم، وهذا يشير الى أن هناك عزوف واضح لعينة الدراسة عن متابعة القنوات الدينية الوافدة.

### 6- القنوات الفضائية التي يحرص المبحوثون على مشاهدتها

#### جدول (7)

#### التكرارات والنسب المئوية القنوات الفضائية التي تحرص على مشاهدتها

الرقم	القناة	التكرار	النسبة المئوية	الرقم	القناة	التكرار	النسبة المئوية
1	المجد	68	20.8%	13	فدك	11	3.4%
2	الأنوار	65	19.9%	14	فور شباب	21	6.4%
3	الأمّة	1	0.3%	15	الإمام الرضا	9	2.8%
4	المعارف	56	17.1%	16	شدا	1	0.3%
5	وصال	102	31.2%	17	العفاسي	121	37.0%
6	فورتين	37	11.3%	18	الكوثر	72	22.0%
7	بداية	13	4.0%	19	الحكمة	5	1.5%
8	كربلاء	43	13.1%	20	المهدي	18	5.5%
9	أهل البيت	24	7.3%	21	الرسالة	56	17.1%
10	دليل	5	1.5%	22	الأوحد	22	6.7%
11	المسيرة	7	2.1%	23	إقرأ	90	27.5%
12	صفا	79	24.2%	24	أخرى	52	15.9%

تظهر نتائج الجدول السابق أن أكثر القنوات الفضائية الإسلامية التي يحرص على مشاهدتها الجمهور البحريني هي قناة "العفاسي" بنسبة مشاهدة بلغت (37.0%) من عينة الدراسة، تلتها في المرتبة الثانية قناة "وصال" ويشاهدها ما نسبته (31.2%) من العينة، ثم جاءت قناة إقرأ في المرتبة الثالثة بنسبة (27.5%)، أما المرتبة الرابعة فكانت لقناة "صفا" بنسبة (24.2%)، تبعها في المرتبة الخامسة قناة "الكوثر" ويشاهدها ما نسبته (22.0%)، تبعتها في المرتبة السادسة قناة "المجد"

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

ويشاهدها ما نسبته (20.8%)، ثم في المرتبة السابعة قناة "الأنوار" ويشاهدها ما نسبته (19.9%) من العينة.

أما أقل القنوات مشاهدة فكانت قناة الأمة وقناة شدا بنسبة (0.3%) لكل منها، وكذلك قناتي دليل والحكمة بنسبة (1.5%) لكل منهما، وجاءت قناة المسيرة بنسبة مشاهدة (2.1%)، وقناة الإمام الرضا بنسبة مشاهدة (2.8%).

ويتبين من خلال هذه النتائج أن النسبة العظمى من المبحوثين اتجهوا لمتابعة القنوات التي تسلط الضوء على المصحف المرتل والقيم والأخلاق القرآنية دون التطرق للبرامج الحوارية وغيرها ذات الأبعاد السياسية، مثل قناة العفاسي وإقرأ والمجد كما سجل عدد من المبحوثين متابعتهم لقناتي القرآن الكريم البحرينية والسعودية، في المقابل يأتي في المرتبة الثانية قسم من المبحوثين يتابعون القنوات التي تتضمن برامج حوارية وبرامج الإفتاء المباشرة وغيرها من البرامج التخصصية مثل قناة وصال وصفا والكوثر والانوار والأمة وشدا ودليل والحكمة والمسيرة والإمام الرضا وغيرها.

### 7- دوافع مشاهدة المبحوثين للقنوات الإسلامية

#### جدول (8)

#### التكرارات والنسب المئوية لدوافع مشاهدة القنوات الإسلامية

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	الحرص على التماس معلومات ومضامين جديدة	130	39.8%
2	اعتمادها برامج تفاعلية يمكن للجمهور المشاركة فيها	12	3.7%
3	الابتعاد عن مشاهدة القنوات المبتذلة	41	12.5%
4	تقدم الدين بأسلوب سهل	68	20.8%
5	التشويق باستخدام المؤثرات الفنية والتقنية في البرامج	25	7.6%
6	تلبي اهتماماتي الشخصية والدينية	101	30.9%
7	تعزز ثقافتي الدينية الإسلامية باستخدام طرق وأساليب جديدة في الإقناع	130	39.8%
8	أخرى	7	2.1%

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

يتبين من الجدول السابق أن أكثر دوافع مشاهدة الجمهور البحريني للقنوات الدينية الإسلامية هو "حرصهم على التماس معلومات ومضامين جديدة" واعتقادهم أن القنوات الدينية "تعزز ثقافتهم الإسلامية باستخدام طرق وأساليب جديدة في الإقناع" وذلك بنسبة بلغت (39.8%)، ثم يأتي الدافع الثالث المتمثل في "تلبية القنوات الدينية اهتمامات الجمهور الشخصية والدينية" بنسبة (30.9%)، كما تعتقد عينة الدراسة أن القنوات الفضائية الإسلامية "تقدم الدين بأسلوب سهل" بنسبة (20.8%)، ويرى البعض أن هذه القنوات تساعد على "الابتعاد عن مشاهدة القنوات المبتذلة" بنسبة بلغت (12.5%)، فيما يعتقد (7.6%) من عينة الدراسة أن القنوات الفضائية الإسلامية تعتمد "التشويق باستخدام المؤثرات الفنية والتقنية في البرامج"، ثم يأتي في المرتبة السادسة اعتقاد بعض أفراد العينة بنسبة (3.7%) أن هذه القنوات "تعتمد برامج تفاعلية يمكن للجمهور المشاركة فيها"، وهناك أسباب أخرى بنسبة (2.1%).

ومن هنا تتضح جوانب القصور في القنوات الفضائية الإسلامية بشكل عام، فهي بحاجة إلى تقديم الدين بأسلوب سهل محبب للجمهور، وأن تطور من أساليب التشويق وجذب الانتباه من خلال الارتقاء بالعنصر الفني والتقني فضلاً عن البشري، كما أنها بحاجة ماسة لإعادة فلسفة البرامج التفاعلية مع الجمهور.

### 8- الدور الايجابي للبرامج القنوات الإسلامية في الإجابة على التساؤلات الدينية

#### جدول (9)

التكرارات والنسب المئوية للدور الايجابي للبرامج القنوات الإسلامية في الإجابة على التساؤلات الدينية

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	نعم	133	40.7%
2	لا	22	6.7%
3	أحياناً	172	52.6%
	المجموع	327	100%

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (40.7%) من عينة الجمهور البحريني يرون بأن لبرامج القنوات الدينية الإسلامية دور إيجابي في الإجابة على التساؤلات الدينية، وما نسبته منهم (52.6%) يرى بأنها أحيانا يكون لها دوراً إيجابياً في الإجابة على التساؤلات الدينية، في حين أن (6.7%) فقط من العينة يرون بعدم وجود دور إيجابي لبرامج القنوات الدينية الإسلامية في الإجابة على التساؤلات الدينية.

ويتضح مما سبق أن النسبة الأعلى من العينة (52.6%) تعتقد بأن الدور الإيجابي للقنوات الفضائية الإسلامية أمر نسبي؛ وبالتالي هي ليست سمة أصيلة وقيمة أساسية في تلك القنوات، في حين تؤكد (6.7%) من العينة أن تلك القنوات ليس لها دور إيجابي إطلاقاً. وفي المقابل تؤكد (40.7%) من العينة أن لتلك القنوات دورها الإيجابي.

### 9- مدى تأثير برامج القنوات الإسلامية في نظرة الجمهور لقضايا الحياة المختلفة

#### جدول (10)

التكرارات والنسب المئوية لتأثير برامج القنوات الإسلامية في نظرة الجمهور لقضايا الحياة المختلفة

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	نعم	126	38.6%
2	لا	39	11.9%
3	أحياناً	162	49.5%
	المجموع	327	100%

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

يتبين من الجدول السابق أن برامج القنوات الإسلامية تؤثر في نظرة عينة الجمهور البحريني لقضايا الحياة المختلفة بنسبة (38.6%)، وتؤثر أحياناً بنسبة (49.5%) ، في حين أن هذه البرامج لا تؤثر في (11.9%) من نظرة عينة الجمهور البحريني لقضايا الحياة المختلفة. وهذا يؤكد ما ذكرناه في تحليل نتيجة السؤال السابق، فالذين يعتقدون أن الدور الايجابي لتلك القنوات في الإجابة على تساؤلاتهم أمر نسبي وغير ثابت وهم النسبة الأعلى، يعتقدون كذلك أن تأثيرها في نظرتهم لقضايا الحياة المختلفة أمر نسبي وغير ثابت كذلك.

### 10-مدى مناقشة المبحوثين لمضمون البرامج الدينية الإسلامية مع الآخرين

#### جدول (11)

التكرارات والنسب المئوية لمناقشة مضمون البرامج الدينية الإسلامية مع الآخرين

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	نعم	116	35.5%
2	لا	85	26.0%
3	أحياناً	126	38.5%
المجموع		327	100%

تظهر نتائج الجدول السابق أن مضمون البرامج الإسلامية في الفضائيات يدفع (35.5%) من عينة الجمهور البحريني لمناقشتها مع الآخرين، وأن مضمونها يدفع (38.5%) من عينة الجمهور البحريني لمناقشتها مع الآخرين أحياناً، في حين أن مضمون البرامج الإسلامية لا يدفع (26.0%) من العينة لمناقشتها مع الآخرين.

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

وهذه النتيجة مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالسؤالين السابقين، وبالتالي انعكست ذات النتيجة على هذا السؤال، فمن يعتقد بنسبية وعدم ثبات الدور الإيجابي للقنوات الفضائية الإسلامية في الإجابة على تساؤلات الجمهور، ونسبية وعدم ثبات تأثير تلك القنوات في نظرة الجمهور، فإنه يرى أيضاً أن مناقشة الجمهور لمضامين البرامج المقدمة في الفضائيات الإسلامية مع الآخرين أمر نسبي وغير ثابت كذلك لدى النسبة الأعلى من العينة.

### 11- الأشخاص الذين من يتحاور معهم المبحوثون حول المضامين في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

#### جدول (12)

التكرارات والنسب المئوية مع من تتحاور من الآخرين حول المضامين في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

نوع الحوار	الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
حوار مباشر	1	الأسرة	157	48.0%
	2	الأصدقاء	150	45.9%
	3	زملاء الدراسة	20	6.1%
	4	الأقارب	51	15.6%
	5	أخرى	0	0.0%
حوار غير مباشر	6	المنتديات	17	5.2%
	7	البالتوك	8	2.4%
	8	شبكات التواصل الاجتماعي	134	41.0%
	9	أخرى	4	1.2%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (48.0%) من عينة الجمهور البحريني يتحاور مع الأسرة في المرتبة الأولى حول مضامين القنوات الفضائية الإسلامية، وما نسبته (45.9%) منهم يتحاور مع الأصدقاء في المرتبة الثانية، وهما من أشكال

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

الحوار المباشر، في حين أن (41.0%) من العينة يتحاور خلال شبكات التواصل الاجتماعي مع الآخرين حول مضامين القنوات الفضائية الإسلامية، وهي من أشكال الحوار غير المباشر، وفي المرتبة الرابعة جاء التحاور مع الأقارب بنسبة (15.6%)، ثم مع زملاء الدراسة بنسبة (6.1%)، ثم من خلال المنتديات الإلكترونية بنسبة (5.2%).

وتشير هذه النتيجة إلى أن الحوار المباشر "المواجهي" هو الأكثر استخداماً نظراً لتلقيته كافة عناصر نجاح العملية الاتصالية، ثم تأتي في المرتبة الثانية شبكات التواصل الاجتماعي نظراً لأهميتها وانتشارها وسهولة التواصل من خلالها.

### 12- تقييم الجمهور البحريني لمضمون الخطاب الاتصالي الديني في القنوات الفضائية الإسلامية

#### جدول (13)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والأهمية النسبية والترتيب كيفية تقييم الجمهور البحريني لمضمون الخطاب الاتصالي الديني في القنوات الفضائية الإسلامية

الرقم	العبرة	أوافق بشدة		أوافق		لا أدري		لا أوافق بشدة		المتوسط الحسابي	الأهمية النسبية	الترتيب
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
10	يثير الطائفية.	27.2%	89	19.3%	63	16.2%	53	10.4%	34	3.413	68.3%	1
8	تكفيري ومنعصب.	16.8%	55	16.5%	54	30.3%	99	5.5%	18	3.370	67.4%	2
7	يحكمه المزاج الشخصي أو المصالح الذاتية للقائمين على القناة.	11.6%	38	16.5%	54	31.8%	104	8.6%	28	3.211	64.2%	3
11	يبث الكراهية.	20.2%	66	26.3%	86	22.0%	72	8.9%	29	3.190	63.8%	4
13	يطوع النصوص الشرعية لخدمة أجندة القناة	11.9%	39	15.3%	50	30.6%	100	13.5%	44	3.104	62.1%	5



## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

الرقم	النسبة (%)	عدد المشاهدات	النسبة (%)	عدد المشاهدات	النسبة (%)	عدد المشاهدات	النسبة (%)	عدد المشاهدات	النسبة (%)	عدد المشاهدات	النسبة (%)	عدد المشاهدات	الوصف	الترتيب
6	61.3%	3.067	10.7%	35	20.2%	66	31.5%	103	26.9%	88	10.7%	35	السياسية غير ثابت على رأي إزاء الأحداث السياسية بحيث يناقض مبادئه التي يدعو إليها.	14
7	61.2%	3.061	6.4%	21	28.4%	93	34.6%	113	13.8%	45	16.8%	55	متجاوز لثوابت الدين.	12
8	60.2%	3.009	3.1%	10	44.6%	146	17.7%	58	17.4%	57	17.1%	56	يدعو للتواصل مع الآخر.	4
9	60.2%	3.012	5.2%	17	39.1%	128	21.4%	70	17.7%	58	16.5%	54	يرسخ القيم الإسلامية الجامعة لكل مذاهب المسلمين.	1
10	58.8%	2.939	5.5%	18	39.4%	129	22.9%	75	19.9%	65	12.2%	40	يعزز روح المواطنة والحفاظ على النسيج الاجتماعي.	2
11	57.9%	2.896	2.8%	9	43.4%	142	28.1%	92	12.8%	42	12.8%	42	يُطرح بموضوعية وواقعية.	6
12	55.0%	2.749	11.6%	38	41.6%	136	20.5%	67	12.8%	42	13.5%	44	متوازن بين ثوابت الدين ومتغيرات العصر، وبين النص والاجتهاد.	5
13	52.5%	2.624	20.5%	67	26.6%	87	28.4%	93	19.0%	62	5.5%	18	يحرص على العنف ضد الآخر.	9
14	48.8%	2.440	22.3%	73	39.1%	128	16.8%	55	15.6%	51	6.1%	20	يعزز مفهوم التسامح.	3

تظهر نتائج الجدول السابق أن الخطاب الاتصالي الديني في القنوات الفضائية الإسلامية يثير الطائفية بنسبة موافقة بلغت (54.1%) من العينة، وأنه تكفيري ومتعصب بنسبة موافقة بلغت (47.7%)، أما عن مدى تحكيم المزاج الشخصي أو المصالح الذاتية للقائمين على القنوات في خطابهم، أكدت النسبة الأعلى من العينة أن

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

الخطاب يطاله تحكيم المزاج الشخصي بنسبة (43.1%) في حين وقف على الحياد (31.8%) من العينة، بينما رفض (25.1%). فيما يتعلق بث هذه القنوات للكرهية، وافق على هذا الطرح ما نسبته (42.8%) ورفضه ما نسبته (35.2%)، ووقف على الحياد ما نسبته (22.0%).

وكان الأمر مقارباً فيما يتعلق بتطويع النصوص الشرعية لخدمة أجندة القنوات السياسية، حيث توافق النسبة الأعلى من العينة على أن القائمين على تلك القنوات يطوعون النصوص الشرعية لصالحهم بنسبة بلغت (40.6%) في حين وقف على الحياد ما نسبته (30.6%) ورفض ما نسبته (28.8%) منهم.

كما تفاوتت النسب حول عدم ثبات القنوات على رأي إزاء الأحداث السياسية وتناقضها للمبادئ التي تدعو إليها، حيث بلغت نسبة الموافقين على ذلك (37.6%)، بينما وقف على الحياد (31.5%)، ورفض (30.9%) منهم. وعن تفریط تلك القنوات وتجاوزها لثوابت الدين، رفض هذا الطرح ما نسبته (34.8%) وأيده ما نسبته (30.6%) ووقف على الحياد ما نسبته (34.6%). في حين كانت نسبة الموافقين على أن الخطاب يرسخ القيم الإسلامية الجامعة لكل مذاهب المسلمين (34.2%) ونسبة أصحاب الرأي المحايد بلغت (21.4%) والرافضون (44.3%).

وعن مدى تعزيز الخطاب الديني في تلك الفضائيات لروح المواطنة والحفاظ على النسيج الاجتماعي تفوقت نسبة غير الموافقين وبلغت (44.9%) من العينة في حين وافق (32.1%) منهم، بينما وقف (22.9%) منهم على الحياد. كما تباين رأي العينة في موضوعية وواقعية الخطاب بنسبة عدم موافقة بلغت (46.2%) ونسبة محايدة بلغت (28.1%) ونسبة موافقة بلغت (25.6%).

أما توازن الخطاب الديني في تلك القنوات بين ثوابت الدين ومتغيرات العصر وبين النص والاجتهاد فتباين رأي العينة في ذلك بين أغلبية غير موافقة بلغت نسبتها

### اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

(53.2%) ونسبة محايدة بلغت (20.5%) ونسبة موافقة بلغت (26.3%). وهذا يؤدي بطبيعة الحال لنتيجة مدى تحريض تلك القنوات على العنف ضد الآخر، إذ رفض ما نسبته (47.1%) هذا الطرح، وأيده (24,5%) ووقف على الحياد (28,4%). وقد جاء تعزيز القنوات الدينية لمفهوم التسامح متدنيا إذ رفض ما نسبته (61.4%) هذا الطرح، وأيده (21.7%) ووقف على الحياد (16.8%).

### 13- نوع البرامج التي تفضل العينة متابعتها في القنوات الدينية الإسلامية

#### جدول (14)

التكرارات والنسب المئوية لنوع البرامج التي تفضل العينة متابعتها في القنوات الدينية الإسلامية

الرقم	البرامج	التكرار	النسبة المئوية
1	المصحف المرتل المرئي.	144	44.0%
2	الأناشيد المصورة.	107	32.7%
3	برامج الفتاوى المباشرة	140	42.8%
4	البرامج الحوارية.	128	39.1%
5	الأعمال الدرامية	67	20.5%
6	التقارير الإخبارية.	35	10.7%
7	برامج الفقه.	65	19.9%
8	برامج السيرة	87	26.6%
9	برامج العبادات	88	26.9%
10	برامج الوعظ والإرشاد	128	39.1%
11	أخرى	6	1.8%

يتبين من الجدول السابق أن أكثر البرامج التي تفضل العينة متابعتها في القنوات الدينية الإسلامية هي " المصحف المرتل المرئي " بنسبة (44.0%)، تلاها في المرتبة الثانية " برامج الفتاوى المباشرة " بنسبة (42.8%)، وجاء بعدها في المرتبة الثالثة " البرامج الحوارية " و "برامج الوعظ والإرشاد" بنسبة (39.1%)، ثم في

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

المرتبة الرابعة " الأناشيد المصورة" بنسبة (32.7%)، تبعها في المرتبة الخامسة " برامج العبادات" بنسبة (26.9%)، ثم برامج السيرة بنسبة (26.6%)، ثم الأعمال الدرامية بنسبة (20.5%)، وجاءت برامج الفقه بنسبة (19.9%)، تبعها في المرتبة الأخيرة التقارير الإخبارية بنسبة (10.7%).

### 14-مدى الميل إلى متابعة القنوات الدينية الإسلامية التي تعبر عن اتجاه مذهبي معين

#### جدول (15)

التكرارات والنسب المئوية لمدى الميل إلى متابعة القنوات الدينية الإسلامية التي تعبر عن اتجاه مذهبي معين

النسبة المئوية	التكرار	الاستجابة	الرقم
41.0%	134	نعم	1
59.0%	193	لا	2
100%	327	المجموع	

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (41.0%) من عينة الجمهور البحريني يتابعون القنوات الدينية الإسلامية التي تعبر عن اتجاه مذهبي معين، وما نسبته (59.0%) منهم لا يتابعون هذه القنوات، وهذا ما يؤكد صحة النتائج السابقة، حيث إن النسبة الأعلى من المبحوثين يتابعون القنوات التي تقدم برامج عامة ومشتركة مثل المصحف المرتل وبرامج القيم والأخلاق، ويتبعون عن القنوات التي تقدم برامج حوارية ذات أبعاد طائفية أو مضامين سياسية أو غيرها.

15-مدى إلمام الشخصيات الدينية التي تظهر في القنوات الدينية الإسلامية بالأطر المرجعية للفقهاء الإسلامي

جدول (16)

التكرارات والنسب المئوية لمدى إلمام الشخصيات الدينية التي تظهر في القنوات الدينية الإسلامية بالأطر المرجعية للفقهاء الإسلامي

النسبة المئوية	الرقم الاستجابة التكرار		
21.7%	71	نعم	1
29.7%	97	لا	2
48.6%	159	أحياناً	3
100%	327	المجموع	

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (21.7%) من عينة الجمهور البحريني يرى أن الشخصيات الدينية التي تظهر في القنوات الدينية الإسلامية ملمة بالأطر المرجعية للفقهاء الإسلامي، وما نسبته منهم (48.6%) يرى أن هذه الشخصيات تكون ملمة بالأطر المرجعية للفقهاء الإسلامي أحياناً، في حين أن (29.7%) من العينة يرى أن هذه الشخصيات غير ملمة بالأطر المرجعية للفقهاء الإسلامي. أي أن النسبة العظمى من العينة تعتقد أن الشخصيات الدينية المستضافة في الفضائيات الإسلامية غير ملمة أحياناً بموضوع النقاش، وأن النسبة التي تليها من العينة تؤكد أن تلك الشخصيات غير ملمة إطلاقاً، ما يؤكد الحاجة الماسة لاختيار الشخصيات الدينية ذات الكفاءة والمؤهل العلمي المناسب، نظراً لخطورة الأمر وما يتعلق به من تبعات سلبية على المجتمع.

16- النعوت التي تستخدمها الشخصيات الدينية في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية عند الإشارة للمذاهب الأخرى

جدول (17)

التكرارات والنسب المئوية للنعوت التي تستخدمها الشخصيات الدينية في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية عند الإشارة للمذاهب الأخرى

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	أوصاف مسيئة	71	21.7%
2	أوصاف حسنة	97	29.7%
3	أوصاف محايدة	159	48.6%
	المجموع	327	100%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (21.7%) من عينة الجمهور البحريني ترى أن النعوت التي تستخدمها الشخصيات الدينية في القنوات الفضائية الإسلامية عند الإشارة للمذاهب الأخرى هي أوصاف مسيئة، وما نسبته منهم (29.7%) يرى أنها أوصاف حسنة، في حين يرى (48.6%) من العينة أن النعوت التي تستخدمها هي أوصاف محايدة.

17- مدى ازدياد جماهيرية القنوات الدينية الإسلامية عندما تكون أكثر تشدداً

جدول (18)

التكرارات والنسب المئوية لمدى ازدياد جماهيرية القنوات الدينية الإسلامية عندما تكون أكثر تشدداً

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	نعم	109	33.3%
2	لا	73	22.3%
3	أحياناً	145	44.3%
	المجموع	327	100%

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (33.3%) من عينة الجمهور البحريني ترى أن جماهيرية القنوات الإسلامية تزداد عندما تكون أكثر تشدداً، وما نسبته (44.3%) منهم يرى أن شعبية هذه القنوات تزداد أحياناً عندما تكون أكثر تشدداً، في حين يرى (22.3%) من العينة أن جماهيرية القنوات الإسلامية لا تزداد عندما تكون أكثر تشدداً؛ وهذا مؤشر خطير يدل على أن القنوات المتشددة تحظى بمتابعة أكثر من غيرها.

### 18-مدى التزام القنوات الإسلامية بالمعايير المهنية للعمل الإعلامي

#### جدول (19)

التكرارات والنسب المئوية لمدى التزام القنوات الإسلامية بالمعايير المهنية للعمل الإعلامي

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	إلى حد كبير	41	12.5%
2	إلى حد ما	248	75.8%
3	لا تلتزم بالمعايير المهنية	38	11.6%
	المجموع	327	100%

تظهر نتائج الجدول السابق أن القنوات الإسلامية تلتزم بالمعايير المهنية للعمل الإعلامي إلى حد كبير بنسبة (12.5%)، وأنها تلتزم بها إلى حد ما بنسبة (75.8%)، في حين أن هذه القنوات الدينية لا تلتزم بالمعايير المهنية للعمل الإعلامي بنسبة (11.6%). وهذا مؤشر ينذر بخطر كبير، حيث إن الفضائيات التي لا تحتكم إلى معايير وأسس مهنية إعلامية يكون عملها فضاءاً تتحكم فيه أمزجة القائمين على تلك القنوات وهو ما أكدت عليه نتائج الجدول (16)

19- تأثير المعرفة بمصادر تمويل القنوات الدينية الإسلامية في مصداقيتها

جدول (20)

التكرارات والنسب المئوية لتأثير المعرفة بمصادر تمويل القنوات الدينية الإسلامية في مصداقيتها

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	نعم	147	45.0%
2	لا	77	23.5%
3	أحياناً	103	31.5%
	المجموع	327	100%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (45.0%) من عينة الجمهور البحريني إذا عرف بمصادر تمويل القنوات الدينية الإسلامية فإنه يتأثر بمصداقيتها، وما نسبته (31.5%) منهم يتأثر أحياناً إذا عرف بمصادر تمويل هذه القنوات، في حين أن (23.5%) من العينة لا يتأثر في مصداقية تلك القنوات الخاصة إذا عرف بمصادر تمويلها.

20- مدى الثقة في مصداقية القنوات الدينية الإسلامية

جدول (21)

التكرارات والنسب المئوية لمدى الثقة في مصداقية القنوات الدينية الإسلامية

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	أثق بها تماماً	49	15.0%
2	أثق بها إلى حد ما	233	71.3%
3	لا أثق بها	45	13.8%
	المجموع	327	100%



## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (15.0%) من عينة الجمهور البحريني يثق تماماً في مصداقية القنوات الدينية الإسلامية، وما نسبته منهم (71.3%) يثق إلى حد ما في مصداقية هذه القنوات، في حين أن (13.8%) من العينة لا يثق في مصداقية القنوات الدينية الإسلامية.

### 21-مدى الاعتماد على المضمون البرامجي الذي تقدمه القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

#### جدول (22)

التكرارات والنسب المئوية لمدى الاعتماد على المضمون البرامجي الذي تقدمه القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	أعتمد عليها بقوة	49	15.0%
2	أحياناً	225	68.8%
3	لا أعتمد عليها مطلقاً	53	16.2%
	المجموع	327	100%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (15.0%) من عينة الجمهور البحريني يعتمد بقوة على المضمون البرامجي الذي تقدمه القنوات الفضائية الدينية الإسلامية، وما نسبته (68.8%) منهم يعتمد عليها أحياناً، في حين أن (16.2%) من العينة لا يعتمد عليها مطلقاً. وهو ما يعزز النتائج السابقة، فالنسبة الأعلى من العينة التي ترى بأن القنوات الفضائية الإسلامية دورها ايجابي في الاجابة على التساؤلات أمر نسبي غير ثابت، هي التي ترى بأن تأثير تلك القنوات في نظرة الجمهور لقضايا الحياة أمر نسبي غير ثابت كذلك، وهي ذات العينة التي تثق بالقنوات الفضائية الإسلامية إلى حد ما، والتي تؤكد بأنها تعتمد على المضمون البرامجي لتلك القنوات إلى حد ما، أي أن الثقة والاعتماد أمر نسبي كذلك.

ثالثاً: الإجابة على فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة القنوات الدينية الإسلامية والاعتماد على المضمون البرامجي الذي تقدمه هذه القنوات.

تم حساب معاملات ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

### جدول (23)

دلالة العلاقة بين مشاهدة القنوات الدينية الإسلامية والاعتماد على المضمون البرامجي الذي تقدمه هذه القنوات

قيمة معامل الارتباط	العدد	مستوى الدلالة
0.34	327	0.01

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية

(0.01) بين مشاهدة القنوات الدينية الإسلامية والاعتماد على المضمون البرامجي الذي تقدمه هذه القنوات. وبناء على ذلك كلما زاد مستوى مشاهدة القنوات الدينية الإسلامية زاد الاعتماد على المضمون البرامجي الذي تقدمه هذه القنوات.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مشاهدة الجمهور

البحريني للقنوات الدينية الإسلامية تعزى لمتغير الجنس؟

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبارات،

كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (24)

دلالة الفروق في مستوى مشاهدة الجمهور البحريني للقنوات الدينية تعزى لمتغير الجنس

الجنس	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
ذكر	2.932	0.754	-0.340	370	0.760
أنثى	3.117	0.456			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ( $\alpha \leq 0.05$ ) في

مستوى مشاهدة الجمهور البحريني للقنوات الدينية الإسلامية تعزى لمتغير الجنس.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مشاهدة الجمهور

البحريني للقنوات الدينية الإسلامية تعزى لمتغير العمر؟

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ف،

كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (25)

دلالة الفروق في مشاهدة الجمهور البحريني للقنوات الدينية الإسلامية تعزى

لمتغير العمر

المتوسطات والانحرافات	15- إلى أقل من 25	25- إلى أقل من 35	35- إلى أقل من 45	45 فما فوق	قيمة ف	مستوى الدلالة
المتوسطات الحسابية	3.010	3.130	3.059	3.243	2.021	0.063
الانحرافات المعيارية	0.495	0.675	0.545	0.718		

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ( $\alpha \leq 0.05$ ) في

مستوى مشاهدة الجمهور البحريني للقنوات الدينية الإسلامية تعزى لمتغير العمر.

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مشاهدة الجمهور البحريني للقنوات الدينية الإسلامية تعزى لمتغير المؤهل العلمي؟  
تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ف،  
كما هو موضح في الجدول التالي:

### جدول (26)

دلالة الفروق في مستوى مشاهدة الجمهور البحريني للقنوات الدينية الإسلامية  
تعزى لمتغير المؤهل العلمي

مستوى لدلالة	قيمة ف	دراسات عليا	جامعي	ثانوي	أقل من إعدادي	المتوسطات والانحرافات
0.157	1.748	2.876	3.044	3.090	3.123	المتوسطات الحسابية
		0.761	0.631	0.609	0.832	الانحرافات المعيارية

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ( $\alpha \leq 0.05$ ) في مستوى مشاهدة الجمهور البحريني للقنوات الدينية الإسلامية تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مشاهدة الجمهور البحريني للقنوات الدينية الإسلامية تعزى لمتغير المهنة؟  
تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ف،  
كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (27)

دلالة الفروق في مستوى مشاهدة الجمهور البحريني للقنوات الدينية الإسلامية  
تعزى لمتغير المهنة

المتوسطات والانحرافات	طالب	عاطل	موظف	متقاعد	أعمال حرة	قيمة ف	مستوى دلالة
المتوسطات الحسابية	3.113	3.383	3.038	2.250	3.175	13.251	0.001
الانحرافات المعيارية	0.577	0.500	0.649	0.452	0.495		

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية ( $\alpha \leq 0.05$ ) في مستوى مشاهدة الجمهور البحريني للقنوات الدينية الإسلامية تعزى لمتغير المهنة. حيث تظهر نتائج اختبار شافيه في الجدول التالي مصادر هذه الفروق:

جدول (28)

مصادر الفروق في مستوى مشاهدة الجمهور البحريني للقنوات الدينية تعزى لمتغير المهنة

المهنة	طالب	عاطل	موظف	متقاعد	أعمال حرة
طالب					
عاطل					
موظف					
متقاعد		*			
أعمال حرة					

يتبين من الجدول السابق أن الفروق ذات دلالة إحصائية ( $\alpha \leq 0.05$ ) في مستوى مشاهدة الجمهور البحريني للقنوات الدينية الإسلامية تعزى لمتغير المهنة كانت بين المتقاعدين والعاطلين عن العمل لصالح العاطلين عن العمل.

#### رابعاً: النتائج العامة للدراسة

1. أشارت نتائج الدراسة أن أكثر من ثلاثة أرباع المبحوثين يشاهدون القنوات الفضائية الإسلامية بالمقارنة بمن لا يشاهد القنوات الفضائية الإسلامية، وتعزى المتابعة إلى أن لديهم أولويات أخرى، أو أنها لا تتفق مع ميولهم، فضلاً عن أنهم يعتقدون بأن هذه القنوات تعتبر مصدراً لإثارة الفتن، وشق الصف وزعزعة الأمن وأنها ذات أجندات سياسية، وتعالج القضايا من وجهة نظر قاصرة. وفي هذه النتيجة تؤكد عينة الدراسة على أن استخدام وسائل الإعلام لإشباع حاجاتها يتحكم به بدرجة كبيرة مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها تلك الوسائل.
2. أحتلت قنوات العفاسي وإقرأ والمجد وقتاتي القرآن الكريم البحرينية والسعودية التي تسلط الضوء على المصحف المرتل والقيم والأخلاق القرآنية دون التطرق للبرامج الحوارية وغيرها "الأولوية" لدى عينة الدراسة، فيما جاءت في المرتبة الثانية القنوات: وصال وصفا والكوثر والانوار والأمة وشدا ودليل والحكمة والمسيرة والإمام الرضا التي تتضمن برامج حوارية وبرامج الإفتاء المباشرة وغيرها من البرامج التخصصية. وهذا يؤكد أيضاً، مبدأ الانتقائية في تعرض عينة الدراسة للقنوات الفضائية التي تشبع حاجاتها .
3. كان أكثر دوافع مشاهدة المبحوثين للقنوات الدينية الإسلامية حرصهم على التماس معلومات ومضامين جديدة ، واعتقادهم أن القنوات الدينية قد تعزز ثقافتهم الإسلامية.
4. يعتقد أكثر من نصف المبحوثين أن التأثير الإيجابي للقنوات الفضائية الإسلامية ليس سمة أصيلة ولا يعتبر قيمة أساسية في تلك القنوات .
5. يؤكد أغلب المبحوثين أنهم يستخدمون الحوار المباشر "المواجهي" مع الآخرين ، لمناقشة مضامين البرامج في الفضائيات الإسلامية ، ما يؤكد أن هذا النوع من

الاتصال هو الأكثر استخداماً نظراً لتلبيته كافة عناصر نجاح العملية الاتصالية، ثم تأتي في المرتبة الثانية شبكات التواصل الاجتماعي نظراً لأهميتها وانتشارها وسهولة التواصل من خلالها. وهذا ما يؤكد النظرية المفسرة "ترتيب الأولويات" لاتجاه الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الاتصالي الديني للقنوات الفضائية ، والتي تفترض أن الوسيلة تُكرّر وتُكثّف الرسالة ليبدو الحدث أو الموضوع هو الأول والأهم في ذهن المتلقي، ومن ثم يندفع نحو مناقشته مع الآخرين.

6-. رأت النسبة الأعلى من العينة أن الخطاب الديني في الفضائيات لا يعزز روح المواطنة والحفاظ على النسيج الاجتماعي ، وأن الخطاب الاتصالي الديني في القنوات الفضائية الإسلامية يثير الطائفية ، وأنه تكفيري ومتعصب.

7. أكدت النسبة الأعلى من العينة أن الخطاب الديني في القنوات الفضائية الإسلامية يطاله تحكيم المزاج الشخصي

8. فيما يتعلق بث هذه القنوات للكرهية، وافق أقل من نصف المبحوثين على أن الخطاب الديني في القنوات الفضائية الإسلامية يبث الكراهية ، كما توافق النسبة الأعلى من العينة على أن القائمين على تلك القنوات يطوعون النصوص الشرعية لصالحهم .

9. تفاوتت النسب حول عدم ثبات القنوات على رأي إزاء الأحداث السياسية وتناقضها للمبادئ التي تدعو إليها،

وتقاربت نسبة الراضين والمؤيدين لتقريب القنوات وتجاوزها لثوابت الدين، حيث رفض هذا الطرح (34.8%) وأيده ما نسبته (30.6%).

10. لم توافق أكثر من نصف العينة على توازن الخطاب الديني في تلك القنوات بين ثوابت الدين ومتغيرات العصر وبين النص والاجتهاد .

11. يعتقد أقل من نصف المبحوثين أن الشخصيات الدينية المستضافة في الفضائيات الإسلامية غير ملمة أحياناً بموضوع النقاش ، في مقابل من يعتقد أن تلك الشخصيات غير ملمة إطلاقاً، أو أن منهم أن الشخصيات المستضافة ملمة بالأطر المرجعية.
12. تشير النتائج إلى مؤشر خطير، إذ يعتقد أقل من نصف المبحوثين أن شعبية القنوات الإسلامية تزداد أحياناً عندما تكون أكثر تشدداً، فيما يرى باقي المبحوثين أن الشعبية تزداد تماماً عندما تكون تلك القنوات أكثر تشدداً، وأن جماهيرية القنوات الإسلامية لا تزداد عندما تكون أكثر تشدداً.
13. تشير النتائج غالبية المبحوثين يرون أن تلك القنوات لا تلتزم إلى حدٍ ما بالمعايير والأسس المهنية الإعلامية.
14. كشفت نتائج الدراسة أن معرفة مصادر تمويل القنوات الفضائية الإسلامية تؤثر على قرار أغلبية المبحوثين في مدى متابعتها.

#### خامساً: التوصيات والمقترحات

بناء على النتائج توصي الدراسة بما يلي:

1. أن يكون الخطاب الاتصالي الإسلامي في القنوات الفضائية أكثر شمولية في برامجه ومضامينه بحيث يستوعب جميع أفراد المجتمع الإسلامي .
2. ضرورة تركيز القنوات الفضائية الإسلامية على المشتركات العامة التي توحد المجتمعات وتحافظ على النسيج الاجتماعي، والبعد عن البرامج ذات الأبعاد الطائفية والمضامين الدينية السياسية.
3. ضرورة تقديم الفضائيات الإسلامية الدين بأسلوب سهل ومحبيب للجمهور دون الايغال بالخطاب المتشدد والمتعصب .



4. التأكيد على اهتمام الفضائيات الإسلامية بالكوادر البشرية العاملة فيها، والارتقاء بالعنصر الفني والتقني، وإعادة فلسفة البرامج التفاعلية مع الجمهور وفقاً للمنظور العصري المفتوح على الآخر .
5. قيام الفضائيات الإسلامية بصياغة استراتيجية واضحة المعالم ذات رؤية ورسالة وقيم وأهداف استراتيجية ومعايير ومؤشرات قياس، بحيث تكون صفة الايجابية قيمة أصيلة ثابتة من قيمها، وأن يبتعد القائمون على تلك القنوات عن تحكيم مزاجهم الشخصي أو تغليب مصالحهم الذاتية أو تطويع النصوص الشرعية لخدمة أجنداتهم السياسية.
6. أن يكون اختيار الشخصيات الدينية في البرامج التلفزيونية قائم على معيار الكفاءة والخبرة والمؤهل.
7. حرص القنوات الفضائية الإسلامية على ترشيد خطابها وبرامجها، خاصة وأن المفاهيم الإسلامية خالطها كثير من الشوائب، وأكثرها مما لا تدركه عقول الجماهير بشكل عام.
8. ضرورة وجود مرجعية إعلامية إسلامية تتكون من خلال إنشاء مجمع الإعلام الإسلامي، وتقوم بمهام التأصيل الإعلامي من صياغة لقواعد وأصول ومبادئ ومعايير وأسس المهنة الإعلامية .

الهوامش

1. حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط، 2012، ص288 .
- 2-Maxwell E McCombs.; Donald L. Shaw “The Agenda-Setting Function of Mass Media”. **Public Opinion Quarterly**,1972, pp. 176-187
- 3- محمد عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام: دراسة في النظريات والأساليب، الرياض: مكتبة العبيكان، 1998، ص16-27.
- 4- هبه شاهين، معايير بناء أجندة القضايا العامة المقدمة في برامج الرأي بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة. دراسة في القائم بالاتصال، العدد 33، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2009، ص468.
- 5- محمد عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام: دراسة في النظريات والأساليب ، **مرجع سابق** ، ص26-27.
- 6- ديفليير وساندرا بول- روكيتش، **نظريات وسائل الإعلام**، ترجمة كمال عبدالرؤوف ، ط1، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1993، ص266.
- 7- صالح أبو إصبع، **الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة**، عَنان: دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، 1995، ص77.
- 8- Hatem EL ZEIN, Ali ABUSALEM,2016, MOBILISATION IN HEZBOLLAH'S MILITARY ARM MEDIA DISCOURSE: CREATING AND MAINTAINING A PUBLIC SPHERE IN LEBANON, PROFESSIONAL COMMUNICATION AND TRANSLATION STUDIES, 9,pp97-104.
- 9- Satti, Mohamed,2015, Framing the Islamic State on Al Jazeera English and the BBC websites, Journal of Arab & Muslim Media Research. Mar2015, Vol. 8 Issue 1, p37-53.
- 10- Matindoost, Laya,2015, Media representation of Muslim youth in Australia, Media Development. 2015, Vol. 62 Issue 3, p33-36.
- 11- نسمة محمد محمد براهيم، معالجة القنوات الفضائية الإسلامية للأحداث السياسية بعد ثورة 25 يناير واتجاهات الشباب الجامعي نحوها ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية الآداب ، 2015.
- 12- ريهام احمد مجمد الحبيبي ، مصداقية المضامين الدينية الإسلامية في وسائل الإعلام الجديدة لدى الجمهور المصري : دراسة مقارنة رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية الآداب ، 2014.
- 13- ياسين صالح: أثر القنوات الفضائية الإسلامية في التوعية الدينية، رسالة ماجستير، غير منشورة ، قسم الدعوة وأصول الدين، كلية العلوم الإسلامية، جامعة المدينة العالمية، ماليزيا، 2013، متاح على الانترنت: [www.mylibrary.media.edu.my](http://www.mylibrary.media.edu.my)
- 14- دعاء عيسى ، تعرض الجمهور للمواقع الإلكترونية الإسلامية واتجاهاته نحو ممارسة تلك المواقع لوظيفتها الاتصالية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة المنيا ، كلية الآداب ، 2012.

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

- 15- علي محمد علي عمران ، واقع الفضائيات الإسلامية في العالم العربي ، *المجلة الدولية لدراسات غرب آسيا* ، العدد 3 ، المجلد 2 ، 2012.
- 16- Moussa, Mohamed Ben , 2011, The Use of the Internet by Islamic Social Movements in Collective Action: The Case of Justice and Charity , **Westminster Papers in Communication & Culture**. 2011, Vol. 8 Issue 2, p74-108 .
- 17- رحيمة الطيب عيساني ، اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية الإسلامية ودورها في توعيته ضد التطرف والتعصب - دراسة ، بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر الدولي " الارهاب بين تطرف الفكر، وفكر التطرف " المنعقد بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة للمدة من 22 إلى 34 ، اذار / 2010 المجلد الرابع .
- 18- إيمان دوابة : دور القنوات الفضائية الدينية العربية في التنقيف الديني للجمهور المصري : دراسة مسحية في إطار نظرية الغرس الثقافي ، *رسالة دكتوراه غير منشورة* ، جامعة المنصورة ، كلية التربية النوعية ، 2009.
- 19- منى سمير محمد محمد. دور الدعاة الإسلاميين بالقنوات الفضائية في تنمية اتجاه الديني لعينة من المراهقين، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية بدمياط، 2009)
- 20- ناصر بن عبد الرحمن الهزاني. التعرض لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام: قسم الإعلام، 2009).
- 21- خالد عبد الجواد ، دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الدينية والإشباع المتحققة منها لربة المنزل المصرية، *مجلة الرأي العام* ، العدد 1 ، المجلد 9 يناير - يوليو 2008
- 22- فايز بن عبدالله بن مبارك الحارثي، القيم التربوية الإسلامية المتضمنة في بعض برامج الشباب بقناة المجد الفضائية في الفترة 2006/1/1 إلى 2007/5/1، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة أم القرى: قسم التربية الإسلامية، 2007).
- 23- سهير صالح إبراهيم، دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الجمهور بالثقافة الدينية، *بحث مقدم للمؤتمر 10-العلمي الثالث عشر* (الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.
- 24- محمد أحمد هاشم إمام الشريف. البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية : دراسة تحليلية، *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة الأزهر: قسم الصحافة والإعلام، 2006).
- 25- حسناء عبد السميع : الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية ومدى فاعليته في الدفاع عن الهوية العربية الإسلامية ، *رسالة دكتوراه غير منشورة* ، جامعة المنيا ، كلية الآداب، 2006.
- 26- محمد غريب، "دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التنقيف الديني لدي طلاب الجامعات" ، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* ، المجلد السادس - العدد الثاني - يونيو /ديسمبر 2005.
- 27- محمود حسن إسماعيل. استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الدينية والإشباع المتحققة منها، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الخامس، العدد الثاني، يونيو - ديسمبر ٢٠٠٤ م
- 28- محمد بن علي هندية. البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية، *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة الإمام محمد بن سعود: قسم الإعلام، 2002).

## اتجاهات الجمهور البحريني نحو مضامين الخطاب الديني في القنوات الفضائية الدينية الإسلامية

- 29- أحمد الطيار، تأويل الخطاب الديني في الفكر الحدائثي الجديد، حولية كلية أصول الدين، القاهرة، العدد 22، المجلد الثالث، 2005.
- 30- أشرف أبو عطايا ويحيى عبد الهادي أبو زينة، تطوير الخطاب الديني كأحد التحديات التربوية المعاصرة، بحث مقدم لمؤتمر "الإسلام والتحديات المعاصرة"، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، 2007م.
- 31- أحمد حسن فرحات: الفكر الإسلامي: مفهومه ومعالمه، عمّان: دار عمار، 2003، ص6-9
- 32- محمد أحمد يونس، الخطاب الديني والواقع المعاصر، المنامة: وزارة الشؤون الإسلامية، 2005، ص18
- 33- علي الريس: الخطاب الاتصالي الإسلامي في شبكات التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير، غير منشورة، المنامة: الجامعة الأهلية، 2013، ص34-35
- 34- نفس المرجع السابق، ص35
- 35- ياسين صالح: أثر القنوات الفضائية الإسلامية في التوعية الدينية، مرجع سابق، ص2.
- 36- السيد أحمد مصطفى، البحث الإعلامي مفهومه-إجراءاته-ومناهجه، القاهرة، دار طيبة للنشر والتوزيع والتجهيزات العلمية، 2000، ص210.
- 37- راسم الجمال، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، القاهرة: كلية الإعلام- جامعة القاهرة، 1999، ص143-144.
- 38- فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام، القاهرة: دار النشر للجامعات، 2001، ص93.
- 39- عبدالله الهامالي، أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، منشورات جامعة قار يونس: بنغازي، 1988، ص154.
- 40- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، جدة: دار الشروق للنشر والتوزيع، 1983، ص227.
- 41- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، القاهرة: دار النهضة العربية، 2001، ص245.
- 42- موسى النبهان، أساسيات الإحصاء الوصفي والاستدلالي، العين: الامارات العربية المتحدة مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2004.