

## بحوث الإعلام الدينى فى مصر:

دراسة تحليلية من المستوى الثانى

أ.د. عبدالرحيم درويش

أستاذ ورئيس قسم الإعلام - كلية التربية النوعية - جامعة دمياط

د. داليا المتبولي

الأستاذ المساعد بقسم الإعلام - كلية التربية النوعية - جامعة دمياط

### المقدمة :

تقوم وسائل الإعلام بدور كبير فى حياتنا اليومية، كما تساعدنا فى معرفة قضايا مجتمعنا الجوهرية من خلال الأحداث التى تغطيها والأصوات المختلفة التى تجلبها لنا، والقصص التى ترويها. ليس هذا فحسب، بل غالبا ما تتشابه مع أهم الموضوعات التى تهتمنا بما فيها السياسية والاقتصادية وقضايا الدين والهوية الثقافية وحرية التعبير وغيرها. ونظراً لحساسية وسائل الإعلام فيما يتعلق بالتكنولوجيا وقدرتها الفائقة على جذب مستخدمين أكثر، ونظراً لقضاء الجماهير معها أكبر وقت، كان من الضرورى دراسة وسائل الإعلام وتأثيرها على الجماهير بأساليب أكثر تطوراً وبنظرة أكثر جدية عما كان من قبل<sup>١</sup>.

ولا يزال العالم العربي والإسلامي بشكل عام بمرحلة متأخرة في تبنى واستخدام التكنولوجيا الحديثة، ولا يعتبر استخدام وسائل الاتصال التقليدية والحديثة وخصوصا الإنترنت استثناء في هذا الصدد، وهناك العديد من الأسباب خلف هذه الظاهرة. ففي ليبيا مثلا تم تعريف الإنترنت في البداية عند دخولها على أساس أنها أداة جديدة للإمبريالية الجديدة، وفي السعودية ودول الخليج مثلا كانت هناك تساؤلات وتخوفات من أجهزة استقبال البث المباشر للقنوات الفضائية في أوائل التسعينيات إضافة إلى التساؤلات المنتشرة عن تأثير هذه الوسائل التقليدية والحديثة على الأخلاقيات السائدة في هذه المجتمعات. كان آخرون يتخوفون من التأثيرات الليبرالية للإنترنت ووسائل الاتصال الجديدة على الأنظمة السياسية والاجتماعية القائمة فيها. وفي العقد الأخير من القرن الماضي تم تصنيف الشرق الأوسط باستثناء إسرائيل على أساس أنه أقل دول العالم في استخدام الإنترنت لهذه الأسباب: البنية التحتية الضعيفة لوسائل الاتصال التقليدية والحديثة، والنمو الاقتصادي المنخفض لبعض الدول فيها، و الأمية، والعوامل الثقافية والدين والخوف من الجديد وتأثير هذه الوسائل على بنية هذه المجتمعات<sup>٢</sup>.

يتراوح عدد سكان المسلمين في العالم حاليا ما بين ١,٦ بليون إلى ١,٧ بليون نسمة، ويشكل المسلمون بهذا نسبة ٢٣% من سكان العالم، وبهذا يأتي الإسلام في المرتبة الثانية في العالم بعد المسيحية وكما تذكر مراكز البحوث المختلفة، فإن عدد المسلمين في العالم سيقوق عدد المسيحيين خلال هذا القرن، وتعد مصر واحدة من أكبر الدول الإسلامية من حيث عدد المسلمين بها، وتحتل المرتبة الخامسة، حيث يوجد بها ما يزيد على تسعين مليون نسمة، منهم ما يقرب من ٩٤% منهم من المسلمين<sup>٣</sup>، والمسلمون كغيرهم من غير المسلمين يستخدمون كلا من وسائل الاتصال التقليدية كالصحف والراديو والتلفزيون والإنترنت كأحد أهم الظواهر التي تشكل عصرنا الحديث.

وفي الحقيقة فإن العالم الإسلامي يواجه العديد من التحديات الخارجية والداخلية التي تثير قلق المسلمين في كافة الأقطار. وبعيدا عن التحديات الخارجية، فهناك تحديات

داخلية تواجه المسلمين فى عقيدتهم ناهيك عن تشويه صورة المسلمين وتناقض ما يُقدم فى وسائل الإعلام داخل البلاد الإسلامية نفسها سواء كان مضمونا محليا أو مستوردا من دول غير إسلامية. وهناك دراسات عديدة فى العالم الإسلامى تشير إلى أن هناك تناقضا كبيرا بين القيم الدينية الإسلامية وبعض المواد التى يتم التعرض لها من خلال وسائل الإعلام التقليدية والإنترنت.

وعلى الرغم من هذا فإن معظم نتائج البحوث تشير إلى أن البرامج الدينية تحظى بنسب مشاهدة عالية سواء كان هذا فى الإذاعات أو القنوات العامة أو القنوات الدينية المتخصصة، وفى دراسة عاطف العبد<sup>٤</sup> (١٩٧٩) مثلا أتت إذاعة القرآن الكريم بمصر فى المرتبة الثانية بين الجماهير من حيث الاستماع بعد إذاعة البرنامج العام حيث طبق دراسته على على عينة عشوائية طبقية منتظمة قوامها ١٨٥٧ مفردة، وعلى الرغم من هذا جاءت الاخبار الدينية فى المركز قبل الاخير من بين موضوعات الاخبار الواردة على رسائل القمر الصناعى بعد أن أجرت سوزان القليني<sup>٥</sup> (١٩٨٦) دراسة استطلاعية تحليلية واستخدمت منهج المسح بالعينة وذلك فى الفترة من اول اكتوبر ١٩٨٤ حتى اخر مارس ١٩٨٥ واستخدمت أسلوب العينة العشوائية المنتظمة فى تحليل مضمون رسالتى القمر الصناعى اللتان يستقبلهما التلفزيون المصرى يوميا خلال أيام العينة بواقع ٥٠ رسالة اخبارية، أما فى عينة النشرات الاخبارية فقد اعتمدت الباحثة على اسلوب العينة العشوائية المنتظمة وشملت الدراسة نشرتي اخبار السادسة والتاسعة مساء التى تقدم على القناة الاولى بواقع ٥٠ نشرة اخبارية، أما بالنسبة لعينة البرامج الاخبارية فتم تحليل مضمون برنامج العالم بين يديك وقد شملت الدراسة جميع حلقاته (٢٥) حلقة من خلال الاسبوع الصناعى.

يمكن التأكيد إذا على أنه بالرغم من أن البرامج الدينية فى الراديو والتلفزيون تحظى بنسب تعرض مرتفعة، إلا أن نسبة هذه البرامج على خريطة البث فى الإذاعات والقنوات

العامة قليلة تصل إلى ٣,٧% فقط من خريطة البث كما يتبين من دراسة نجوى الفوال<sup>٦</sup> (١٩٩٤) فى تحليل البرامج التلفزيونية فى التلفزيون المصري.

وعلى الرغم من أهمية الدين فى الحياة باعتباره ضرورة تنظم حياة الإنسان بربه كما تنظم علاقاته مع الآخرين من حوله وترسم له منهجا لحياته وتشعره بالراحة النفسية وتوقظ ضميره وتقوى عزيمته وتزيد من صلته بوطنه، نجد أن القائمين بالاتصال بوسائل الإعلام العامة لا تولى للجانب الدينى الأهمية الكبيرة التى يستحقها. وليس أدل على ذلك من أننا كنا نأمل خيرا فى وسائل الإعلام المتخصصة لسد هذا العجز، ولكن الأرقام للأسف لا تشير إلى هذا، فلقد أفاد تقرير لاتحاد إذاعات الدول العربية، بأن عدد القنوات الفضائية التى تتولى بثها، أو إعادة بثها، هيئات عربية عامة وخاصة بلغ ١٣٩٤ قناة، فى حين كانت لا تتعدى العشرين أو الثلاثين قناة فى مطلع التسعينيات من القرن الماضى، ويمكن إرجاع هذا إلى دور القطاع الخاص. وأشار التقرير إلى أن القنوات الرياضية تأتى فى المرتبة الأولى وتنفرد بأعلى نسبة فى مجموع القنوات المتخصصة فى البث الفضائى العربى، بحيث يصل عددها إلى ١٧٠ قناة، كما أن قنوات الدراما التى تبث أفلاما ومسلسلات تستأثر بالمرتبة الثانية من مجموع القنوات المتخصصة بما يقارب ١٥٢ قناة ثم تأتى القنوات الغنائية فى المرتبة الثالثة بعدد ١٢٤ قناة، وتحل القنوات الدينية المرتبة الخامسة بعدد ٩٥ قناة دينية فقط<sup>٧</sup>، وإن كانت هناك بعض الدراسات ترتفع بهذا الرقم قليلا لتصل إلى ١٢٠ قناة أو أكثر قليلا وبالتحديد ١٢٥ قناة مثل دراسة محمود عبدالعاطى ٢٠١٢.

وتسعى هذه الدراسة إلى التعرف على البحوث العلمية التى قام بها الباحثون خلال فترة الدراسة والمتمثلة فى الفترة من السبعينيات فى القرن الماضى حيث بداية الدراسات الإعلامية فى مصر وحتى عام ٢٠١٦ سنة الأخيرة، كما تسعى إلى التعرف على الموضوعات التى تم تناولها أو طرحها فى هذه البحوث، كما تسعى إلى معرفة ما إذا كانت البحوث العلمية الإعلامية تواكب تفضيل الجمهور للمضمون الدينى فى وسائل

الإعلام المختلفة المتزايدة مع انتشار العشرات من الصحف والإذاعات والقنوات الفضائية ومواقع الإنترنت المختلفة.

ولا يشتمل موضوع دراستنا الحالية إلا على البحوث المقدّمة باللغة العربية والتي تتناول الإعلام الدينى فى مصر بموضوعاته المختلفة، فتخرج الدراسات التى أجريت فى بلدان أخرى غير مصر عن مجال دراستنا، كما تخرج عن موضوع دراستنا البحوث التى تم تقديمها باللغة الإنجليزية حتى وإن كانت فى مصر أو تلك التى قام بها باحثون أجنبى عن مصر .

### مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة الراهنة فى محاولة تقديم توصيف للبحوث السابقة فى مصر فى مجال الإعلام الدينى فى الفترة من أواخر السبعينيات وتحديدا منذ عام ١٩٧٨ وحتى عام ٢٠١٦ حيث تراكمت العديد من البحوث فى هذا المجال من خلال الكتب والبحوث المنشورة وغير المنشورة فى الجامعات والمؤتمرات والدوريات العلمية. ومن ثم فإننا نرى أنه يجب أن تكون لنا وقفة لرصدها وتحليلها، حيث كثرت الوسائل التى يتم عرض المضمون الدينى من خلالها، كما شهدت تطورا كبيرا من صحافة وإذاعة مسموعة ومرئية ومواقع إنترنت. بدأت الدراسات الإعلامية فى مصر حقيقة منذ السبعينيات بإنشاء كلية الإعلام جامعة القاهرة، وبعد تخرج أول دفعة فى عام ١٩٧٤ بدأ باحثو الإعلام فى الحصول على الدرجات الجامعية من ماجستير وبعدها الدكتوراة، ولذا تعد نقطة البداية لنا عام ١٩٧٨ كما تعد نقطة النهاية لنا عام ٢٠١٦ حيث كانت الدعوة لعقد هذا المؤتمر وبدانا العمل فى هذا البحث منذ عام ٢٠١٧. تُعد الدراسة أيضا محاولة للتعرف على أهم اتجاهات البحوث فى هذه الفترة وأهم الموضوعات التى تتناولها والموضوعات التى أغفلتها أو قل التركيز عليها. تهدف الدراسة أيضا إلى التعرف على المناهج والأدوات البحثية التى تم استخدامها والتركيز عليها فى هذه البحوث ، والتعرف على نوع الباحثين ومدى اختلافهم فى تناولهم لموضوعات بحوثهم على مدى الفترة السابقة.



## تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

١- كم عدد بحوث الإعلام الدينى فى مصر فى كل فترة زمنية من فترات الدراسة؟

٢- ما توزيع البحوث حسب كونها منشورة او غير منشورة؟

٣- ما توزيع بحوث الإعلام الدينى فى مصر حسب نوع الباحثين؟

٤- ما الهيئات التى قامت ببحوث الدراسة فى هذه الفترة؟

٥- كم عدد البحوث من حيث عدد القائمين بها؟

٦- ما الوسائل الإعلامية اتى درستها بحوث الإعلام الدينى فى هذه الفترة؟

٧- ما شرائح الجمهور المستهدف فى بحوث الإعلام الدينى فى مصر؟

٨- ما الأديان التى تمت دراستها فى بحوث الإعلام الدينى فى هذه الفترة؟

٩- ما الأدوات البحثية المستخدمة فى بحوث الإعلام الدينى فى مصر فى هذه الفترة؟

١٠- ما المناهج المستخدمة فى بحوث الإعلام الدينى فى مصر فى فترة الدراسة؟

١١- ما الموضوعات التى تمت دراستها فى بحوث الإعلام الدينى فى مصر فى فترة الدراسة؟

١٢- ما النظريات المستخدمة فى بحوث الإعلام الدينى فى مصر فى فترة الدراسة؟

١٣- ما الاتجاهات البحثية التى يمكن ملاحظتها فى بحوث الإعلام الدينى فى مصر فى فترة الدراسة؟

١٤- هل هناك موضوعات تم إغفالها أو قل التركيز عليها فى الدراما التلفزيونية والسينمائية فى الفترة الزمنية التى تغطيها هذه الدراسة؟

## أهمية الدراسة:

تعد هذه الدراسة مهمة من الناحيتين العلمية والتطبيقية:

حيث تتمثل **الأهمية العلمية** في أنها تُعد وقفة بعد أن قطعت الدراسات الإعلامية في مصر شوطا كبيرا لا يُستهان به في مجال الإعلام الديني يجب بعده التوقف لمعرفة ما تم إنجازه في الدراسات في الفترة الماضية في مجال الدراسات الأكاديمية وتوصيف وتحليل هذه الدراسات، ولمعرفة ما الجوانب التي تم إغفالها في الدراسات السابقة لتوضع في اعتبار الباحثين في الدراسات المستقبلية، وذلك لجذب انتباههم إلى موضوعات جديدة ومجالات جديدة وضرورة أن تتناول الدراسات القادمة موضوعات خاصة بزيادة وعي الجماهير وإظهار مجالات جديدة لتأثيرات ما يقدمه الإعلام الديني على الجماهير، كما تعد الدراسة هامة نظرا للندرة الملحوظة في استخدام أسلوب التحليل من المستوى الثانى في الدراسات الإعلامية على الرغم من أهميته في تصنيف الدراسات والبحوث ، كما تتمثل الأهمية العلمية أيضا في تقديم قائمة بالبيانات الخاصة بهذه الدراسات في الفترة الزمنية الخاصة بهذه الدراسة ليسهل للباحثين الرجوع إليها، ولذا نرى أن هذه الدراسة تُعد مصدرا أساسيا لا غنى للباحثين في مجال الإعلام الديني لابد من الرجوع إليه.

وتتمثل **الأهمية المجتمعية** في هذه الدراسة في توجيه القائمين بالاتصال في مجال الإعلام الديني والقائمين بوضع السياسات الإعلامية من أجهزة دولة وقطاع خاص، وللباحثين نحو بعض الموضوعات التي لم يتم دراستها والتنبية على أهمية أن يكون الإعلام الديني في مصر أداة للتطوير والتغيير في فترة دقيقة من تاريخ مصر وإحاطتهم بالتأثيرات المختلفة التي أفرد لها الباحثون في دراساتهم في الفترات الماضية.

## نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف الدراسات السابقة فى مجال الدراسة وتستخدم فى هذا أسلوب التحليل من المستوى الثانى أو التحليل الثانوى للبيانات Secondary Data Analysis ويذكر أن هذا الأسلوب كما يذكر فارتانيان Vartanian يختلف عن التحليل الأولى للبيانات والذي يحصل فيه الباحث بنفسه على بياناته ومعلوماته من خلال إجراء بحثه، وهناك عدة مزايا لاستخدام أسلوب التحليل الثانوى للبيانات تتمثل فى الوصول لكميات كبيرة من البيانات فى عدد كبير من البحوث التى تغطى موضوعات كثيرة وفترة زمنية أكبر ووضعها حنبا إلى جنب وتجهيزها للتحليل غير أن هناك بعض العيوب تتمثل فى عدم السيطرة على عينات هذه البحوث التى تم تجميعها كما أن الاهتمامات قد تختلف فى البحوث ولذا قد تكون غير مرتبطة، كما أن العينات قد تكون مختلفة، وكذلك المفاهيم<sup>٨</sup>. ولذا يذكر أيضا أليكسندر سميث Alexander Smith أن التحليل الثانوى للبيانات يمد الباحثين بألية تسمح لهم بتحليل البيانات التى حصل عليها باحثون آخرون لغرض أساسى مختلف عن غرض الباحثين الآخرين فى بحوثهم وذلك فى وقت أقل وبتكلفة أقل<sup>٩</sup>، وتتفق معه هيتون Heaton حيث ترى أن هذا الأسلوب يتيح للباحثين استخدام نتائج البحوث التى قام بها باحثون آخرون فى مجال معين لتتبع اهتمام بحثى معين فى مجال ما ويكون هدف الباحث هنا مختلفا عن الباحثين الذين سبقوه وفى هذا الأسلوب بالطبع لا يتم استخدام الأسلوب الكمى لأن الهدف كفى لتوصيف كل البحوث السابقة لتوصيفها وتلخيصها ولتحديد الوضع البحثى والاتجاه الذى سارت فيه هذه البحوث كما أن هذا الأسلوب يفيد فى الوصول إلى بيانات ومعرفة إضافية لتتبع نتائج محددة وتحقيق أهداف معينة تفيد الباحثين فيما بعد<sup>١٠</sup>.

ويرى تشيرش Church أن أسلوب تحليل التحليل أوما يمكن ان يسمى بما وراء التحليل Meta Analysis يختلف عن الدراسات التى تستخدم تحليل البيانات من المستوى الثانى



أو دراسات التحليل الثانوى فى أن أسلوب تحليل التحليل يشير إلى جمع كمى لمعلومات إحصائية من دراسات متعددة خاصة بظاهرة ما ويمد بطرق صارمة ودقيقة لتلخيص ودمج نتائج هذه الدراسات وذلك على العكس من دراسات تحليل البيانات من المستوى الثانى والتي تعد كيفية فى الأساس لا كمية وذلك بمناقشة وسرد الدراسات السابقة وعدم التركيز على الجوانب الإحصائية المتعلقة بربط النتائج والحصول على معاملات جديدة كحجم الأثر effect size وغيرها<sup>١١</sup>.

وتستخدم هذه الدراسة أداة تحليل المضمون الخاص ببحوث الإعلام الدينى فى الحقة الزمنية التى تغطيها هذه الدراسة حيث تم استخدام استمارة خاصة بتحليل مضمون الدراسات السابقة لمعرفة التكرارات والنسب المئوية للإجابة على تساؤلات الدراسة .

#### الدراسات السابقة:

لم تتناول دراسة سابقة موضوع الدراسة الحالية، ولكن هناك بعض البحوث التى استفاد منها الباحث فى منهج هذه الدراسة، وفيما يلى عرض لهذه البحوث التى تمت الاستفادة بها فى هذه الدراسة الحالية<sup>١٢</sup>.

ويمكن تقسيم هذه الدراسات والبحوث السابقة إلى أربعة أقسام: يتناول القسم الأول بحوث الإعلام بشكل عام، بينما يتناول القسم الثانى بحوث الإعلام الإلكتروني من راديو وتلفزيون، فى حين يتناول القسم الثالث بحوث العلاقات العامة والإعلان، وتتناول فى بحوث القسم الرابع دراسة واحدة عن الإنترنت.

ففى بحوث القسم الأول درس **سامى عزيز** ١٩٧٠ الإنتاج الفكرى المصرى فى الدراسات الإعلامية منذ النشأة وحتى ١٩٧٠ واصنف هذه البحوث والدراسات والمؤلفات إلى الإعلام والاتصال بالجمهير والصحافة والنشر والإذاعة والتلفزيون والعلاقات العامة والإعلان والرسائل الجامعية، ودرس **سامى طابع** ٢٠٠٠ بحوث الإعلام فى العالم لمعرفة أهم التطورات فى بحوث الإعلام ومراحل تطورها خلال القرن العشرين وناقش



المناهج التفسيرية والنقدية، أما **عبدالهادى النجار** ٢٠٠٦ فقد قام بتقييم استخدام المقاييس الإحصائية فى بحوث الإعلام: دراسة تطبيقية على عينة من بحوث الإعلام المنشورة فى مصر من ١٩٩٨ وحتى عام ٢٠٠٥ وبلغ عدد عينته ٥٠ دراسة، ودرس **محمود عبدالرؤوف** ٢٠٠٧ اتجاهات بحوث الصحافة فى أمريكا ومصر حيث حل كل أعداد مجلتى الصحافة والإعلام الفصلية الأمريكية والمجلة المصرية لبحوث الإعلام وتبين قلة البحوث المصرية المشتركة للمصريين مقارنة بالباحثين الامريكين وأن البحوث المصرية تسير خلف البحوث الأمريكية من حيث العدد والاهتمام بالدراسات الكمية وفى نفس الاتجاه

وفى بحوث القسم الثانى درس **هشام مصباح** ٢٠٠٠ واقع الدراسات الإعلامية المصرية فى مجال الوسائل الإلكترونية فى العقدين الاخيرين من القرن العشرين وحل ٢٥٦ دراسة عن وسائل الإعلام الإلكترونية وتوصل إلى أن هناك زيادة كبيرة فى حجم التراث العلمى حول وسائل الاتصال الالكترونية فى هذه الفترة، ودرست **سلوى إمام** ٢٠٠٢ الاتجاهات العالمية الحديثة لبحوث التأثيرات الإيجابية والسلبية للتلفزيون على الأطفال وحللت ٧٠ دراسة عربية وأجنبية، ودرس **عبدالرحيم درويش** ٢٠١٥ بحوث الدراما فى مصر فى خمسين عاما من ١٩٦٠ وحتى ٢٠١٠ وبلغت عينة دراسته ١٣٨ بحثا منشورا وغير منشور، ودرست **ولاء عقاد** ٢٠١٥ واقع البحوث الإعلامية فى مجال الإذاعة والتليفزيون فى الفترة من يناير ٢٠٠٠ حتى أكتوبر ٢٠١٤ (بالتطبيق على جامعة الأزهر) حيث حللت ٧٩ بحثا منشورا وغير منشور فى جامعة الأزهر منذ عام ٢٠٠٠ وحتى عام ٢٠١٤.

وفى بحوث القسم الثالث درس **سامى عبدالعزيز** ١٩٩٣ اتجاهات الدراسات الإعلانية فى مصر من ١٩٥٢-١٩٩٢ واستخدم المنهج التاريخى وتحليل المضمون وحل ٣٤ رسالة ماجستير ودكتوراة خاصة بالإعلان وبين أن بحوث الإعلان فى مصر تطورت بشكل كمى أكثر من الشكل الكيفى وأنها تفتقد إلى الاتجاهات الحديثة فى الدول

المنقذمة، و ودرست أمانى ألبرت الاتجاهات الأساسية لدراسات الصورة الذهنية فى مصر خلال العقد الأول من القرن العشرين وبلغت عينة دراستها ١٠٧ دراسة علمية منشورة وغير منشورة ، ودرست رجاء الغمراوى ٢٠١١ البحوث الإعلانية فى ربع قرن من الثمانينيات وحتى ٢٠١٠ ، وحاوت دراسة رزق سعد وصف وتحليل ونقد الوضع الراهن لبحوث ودراسات قسم العلاقات العامة والإعلان فى جامعة الأزهر وكانت دراسته بعنوان اتجاهات الدراسات الإعلامية فى قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر وقام بتحليل ٤٨ دراسة بمجلة البحوث الإعلامية بجامعة الأزهر تخصص العلاقات العامة من ١٩٩٦ وحتى ٢٠١١ .

وفى بحوث القسم الرابع درس كيم و ويفر Kim & weaver ٢٠٠٢ بحوث الإعلام عن الإنترنت حيث بحثت الدراسة الاتجاهات البحثية عن بحوث الإعلام الخاصة بالإنترنت وتحليلها بشكل موضوعى ومعرفة النظريات التى تم استخدامها فيها والموضوعات التى تم بحثها .

### مجتمع الدراسة والعينة والتوصيف العام للبحوث:

يمثل التراث العلمى المنشور فى مجال بحوث الإعلام الدينى مجتمع هذه الدراسة فى الفترة من ١٩٧٨ وحتى عام ٢٠١٦ ولقد تنوعت المصادر التى حصل الباحث منها على عينة الدراسة ما بين رسائل ماجستير ودكتوراة منشورة وغير منشورة وشملت عينة الدراسة أيضا المجالات العلمية لكليات الإعلام والأداب والتربية النوعية والكتب التى تحتوى على دراسات علمية خاصة بالإعلام الدينى وكذلك المؤتمرات العلمية التى اشتملت بحوثا تتناول موضوعات الإعلام الدينى سواء كانت فى الراديو أو التلفزيون بما يحتوى من قنوات أرضية أو فضائية ولم تغفل الدراسة أيضا البحوث التى تناولت موضوعات الإعلام الدينى على مواقع الإنترنت، ولقد بلغ عدد البحوث التى تم تحليلها فى هذه الدراسة ١٥٨ بحثا .

وفيما يلي عرض لموضوعات بحوث الدراسة زمنيا من الأقدم إلى الأحدث:

**اولا : الدراسات التى تناولت الاعلام الدينى فى عقد السبعينات وعددها خمس دراسات:**

درست سهام نصار (١٩٧٨) صحافة اليهود العربية فى مصر، حيث تناولت نشأة وظهور صحافة اليهود فى مصر، كما تناولت إيقاظ الوعى القومى اليهودى وبحثت فى القضية الفلسطينية وتناول الشؤون المصرية فى الصحف اليهودية، وموقف الصحافة اليهودية مناقضيا الوطنية المصرية وأساليب اليهود فى التأثير على الصحافة المصرية.

ودرس محمد منير حجاب(١٩٧٨) موقف الصحافة اليومية من قضايا الفكر الدينى، وتناول الفكر الدينى الذى ظهر فى كافة الأشكال التحريرية المختلفة من خبر ومقال وحديث وتحقيق وكاريكاتير فى جرائد الأهرام والأخبار والجمهورية فى فترتى النكسة بداية من يناير ١٩٦٥ وحتى النكسة ومن حرب أكتوبر ١٩٧٣ وحتى ٣١ ديسمبر ١٩٧٤. وجد الباحث أيضا أن قضايا الفكر الدينى فى فترة الدراسة شملت مجالات التربية والتشريع والثقافة الإسلامية وأخبار العالم الإسلامى بما فيه من احتفالات وندوات ومؤتمرات ونظم الحكم والحركات الدينية.

وأجرى محيى الدين عبد الحليم (١٩٧٨) دراسة عن الإعلام الدينى وأثره فى الرأى العام وتبين له من دراسته التى أجراها على عينة من ٦٠٠ مفردة فى ثلاث قرى مصرية أن الإعلام الدينى يعمل على غرس الميول والاتجاهات والقيم السليمة المناسبة لروح العصر الملتمتة بالإسلام، وجاء القرآن الكريم والبرامج الدينية على رأس جميع البرامج المفضلة بالنسبة للعينة فى الإذاعة والتلفزيون ، أجرى الباحث دراسة ميدانية فى الريف المصرى على عينة متعددة المراحل قوامها ٦٠٠ مبحوث من ثلاث قرى بالمنوفية والجيزة وأسيوط ومن أهم نتائج البحث: ارتفاع معدلات التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية الثلاث (الراديو والتلفزيون والصحف) فى مناطق البحث الثلاث وتأتى الإذاعة على رأس هذه الوسائل إذ بلغت نسبة الذين يستمعون إلى الراديو بين مجموعة الدراسة ٩٠.٢% وجاء



التلفزيون بعد ذلك بنسبة ٦٧% ثم كانت نسبة من يقرأون الصحف ٥٨.٨% ، هذا التعرض يفلب عليه الاستماع والمشاهدة والقراءة غير المنتظمة للإذاعة والتلفزيون والصحف إذ بلغ معدل الذين يستمعون إلى الراديو بانتظام ١٥.٧% وكذلك القراءة المنتظمة للصحف ٢٥.٥% ومعدل مشاهدة التلفزيون بانتظام ١٥.٧% من جملة أفراد العينة ، تبين أن نجاح الخطط الإعلامية الدينية وغير الدينية أيضاً يعتمد على تحديد جماهير كل وسيلة وسائل الإعلام التي يستعان بها لتحقيق رسالة الإعلام الديني حتى يمكن بالتالي استكشاف مجالات عملها بين الرأي العام الذي تهدف اساساً إلى التأثير عليه وتوجيهه الوجهة المناسبة ، أصبح المنزل هو المكان الرئيسي والمفضل للاستماع للراديو بين جماهير الريفيين ولم تعد الأماكن العامة أو منازل العمد أو الجيران مناطق جذب يمارس فيها الاستماع بين الريفيين ، وتبين أيضاً ارتفاع معدلات التعرض لوسائل الإعلام العامة عن التعرض لوسائل الإعلام الدينية المتخصصة.

ودرس اتحاد الإذاعة والتلفزيون من خلال المراقبة العامة للبحوث والإحصاء (١٩٧٩) تقييم البرامج الدينية فى الإذاعة والتلفزيون. حيث أجرى مسح على عينة حصرية طبقية مكونة من ١٠٠٠ مفردة من سن ١٦ سنة فأكثر، وتبين من نتائج دراستها أن ٤٧,٨% يتابعون البرامج الدينية فى التلفزيون، ولكن هذه النسبة ارتفعت فى الراديو إلى ٩١,٨% وجاءت إذاعة القرآن الكريم فى المركز الأول من حيث التفضيل لدى مفردات العينة.

أما عبد ربه أحمد محمد شحوت (١٩٧٩) فبحث فى الدراما التمثيلية الدينية فى التلفزيون المصرى حيث تعد الدراما التلفزيونية أحد الأشكال الدرامية التى يتفاعل معها الجماهير وتعتبر الدراما الدينية فى التلفزيون من وسائل التوعية والتثقيف وأن الدراما التلفزيونية فى مقدمة ألوان الفن التلفزيونى التى يحرص المشاهدين على مشاهدتها بشغف ومن هنا يحاول الباحث التعرف على الدور والمهن الملقاة على عاتق الدراما الدينية فى التلفزيون فى تثقيف الجماهير وتعديل سلوكياتهم. استخدمت الدراسة منهجى

البحث التاريخى والبحوث الوصفية، استخدم الباحث أسلوب المقابلة الشخصية مع مفردات العينة التى بلغت ٤٠٠ مفردة من خلال صحيفة استبيان تم تصميمها لهذا الغرض. كان من أهم النتائج أن الدراما نشأت فى رحاب الدين كفن من فنون التعبير وكان يمارسها رجال الدين أنفسهم - يشتمل القصص القرانى على مختلف أنواع القصص. نادت الدراسة بوجود اشتمال الأعمال الدرامية المستوحاه من السيرة النبوية على الجوانب الاجتماعية والسلوكية والنفسية، ان على الدراما الدينية أن تؤدى دورها فى مواجهة الأفكار والمعتقدات والعادات والتقاليد الوافدة إلى المجتمع من المجتمعات الغير إسلامية.

#### ثانيا : الدراسات التى تناولت الاعلام الدينى فى عقد الثمانينات وعددها ١١ دراسة:

درس طه محمد طه بركات ( ١٩٨١ ) دور الإعلام الدينى الإسلامى فى مجال الدعوة لتنظيم الأسرة من خلال الاتصال المباشر، وأجرى دراسته على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من أئمة المساجد وقيادات الدعوة الدينية فى قرينتين مصريتين، وبينت الدراسة عزوفهم عن الدخول للسينما ٩٦% لا يدخلونها، كما تبين أن الأئمة يتناولون موضوع تنظيم الأسرة فى حُطب الجمعة والدروس الدينية على الرغم من أن أغليبيتهم غير مقتنعة بها. بينت نتائج الدراسة أيضا ارتفاع نسبة تعرض مفردات العينة لوسائل الإعلام بغض النظر عن السينما، وتبين أن نسبة ٣٥% فقط أباحوا تنظيم الأسرة صراحة، أما نسبة ٨٨% فأعربت عن موافقتها على تنظيم الأسرة، ولكن بشروط تتفق مع تعاليم الدين الحنيف.

و درس محمود يوسف مصطفى عبده ( ١٩٨٣ ) أصول العلاقات العامة فى الدعوة الإسلامية: دراسة تحليلية لأساليب ممارسة العلاقات العامة بالمفهوم العلمى الحديث فى نشر الدعوة الإسلامية منذ بعثة الرسول صلى الله عليه وسلم و حتى وفاته، درس الباحث بيئة الدعوة الإسلامية والأحوال الاجتماعية والدينية بها وحاول معرفة اشتمال آيات القرآن على كيفية نشر الدعوة على يد الرسول، كما درس أساليب الاتصال اللفظى

وغير اللفظى إبان دعوة الرسول محمد والتخطيط لنشر الدعوة الإسلامية ووسائل الاتصال المختلفة ومضامين الرسالة وأخلاقيات التعامل مع الجماهير .

أما نوال عمر (١٩٨٤) فدرست دور الإعلام الدينى فى تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية، وتبين من دراستها أن إذاعة القرآن الكريم احتلت أقصى اهتمام للمستمعين بنسبة ٨٤% ولقد استمع إليها ٩٨% مفردات العينة التى بلغ قوامها ٣٩٦ مفردة من الزمالك والسيدة زينب والقليوبية، وتمثلت أوجه الاستفادة من الإذاعة فى زيادة المعلومات الدينية عن العبادات وتعليم أسس المعاملات الإسلامية والأخلاق وكيفية أداء الفروض وفهم النص القرآنى والحديث النبوى الشريف، وتبين أيضا أن إذاعة القرآن الكريم ساهمت فى ترسيخ بعض القيم كالتعاون مع الجيران والتسامح الدينى والتمسك بالقيم الدينية للأسرة وأهمية تعليم المرأة.

وأجرى حمدى حسن فى (١٩٨٥) دراسة عن الاتجاهات الدينية فى برامج الإذاعة: دراسة تحليلية لعينة من البرامج الدينية من ٦١-١٩٨١، حيث تم تحليل مضمون برنامجين من البرامج الدينية المقدمة بإذاعة البرنامج العام حديث الصباح وحديث الجمعة، وتبين ارتباط محتوى البرامج الدينية بحاجة النظام السياسى إلى استخدام العامل الدينى ومواجهة المتغيرات الداخلية والخارجية كأداة من ادوات النظام السياسى لتحقيق أهدافه. تبين أيضا أن النظام السياسى استخدم البرامج الدينية كأحد عناصر الصورة القومية العربية ودوره فى تحقيق الشرعية السياسية فى الفترة الأولى، وفى الفترة الثانية تحول العامل الدينى إلى سلاح دفاعى فى مواجهة المتغيرات التى أفرزتها النكسة فى ١٩٦٧ حيث تم طرح مفاهيم القدرية والتسليم والصبر، مما يعنى تكريسا لمظاهر الأساس الروحى للدين الإسلامى كنوع من التملق السياسى للعاطفة الدينية عند جموع المصريين، ولذا تبين خضوع البامج الدينية لنوع من التوجيه المحدود بما لا يسمح بتعدد الآراء ووجهات النظر. واستخدم الباحث أداة تحليل المضمون فى إطار منهج المسح بالعينة كأسلوب جمع البيانات. وكان أهم النتائج بالنسبة للاستشهاد فى البرامج الدينية. وكان القرآن الكريم يظهر خلال

الفترات المختلفة بشكل متوازن بلغت ٢٢.٥%، ٣١%، ٢٥%. وتظهر السنة النبوية باعتبارها الوسيلة الأولى في الإقناع بنسبة ٣٢.٥%، ٤٣.٣%، ٣٠.٥% ثم التراث الإسلامي من وجهة نظر المتحدث.

أما سهام نصار (١٩٨٦) فدرست سهام نصار صحافة اليهود الفرنسية في مصر حيث تناولت نشأة صحافة اليهود الفرنسية في مصر، ودرست التعامل النفسى لليهود والعلاقة بين الصحافة اليهودية والاستراتيجية الصهيونية، وبينت نتائج الدراسة أن الصحافة لم تكن وسيلة الاتصال الوحيدة التي اعتمدت عليها الدعاية الصهيونية في مصر، وأن صحافة اليهود الفرنسية في مصر سعت إلى مخاطبة أبناء الجاليات الأخرى بهدف كسب تأييدهم للفكرة الصهيونية، وأن مصر احتلت أهمية كبيرة بالنسبة للحركة الصهيونية باعتبارها متاخمة لفلسطين.

وبحث محمود يوسف مصطفى عبده (١٩٨٧) في دور قادة الرأى الدينيين في معالجة قضايا الشباب: دراسة في الريف المصري، حيث درس نظريا القيادة الدينية ودورها الدينى عبر التاريخ، كما درس دور قادة الرأى في الاتصال الديني، وقام الباحث بمسح جهود قادة الرأى الدينيين وجمهور الشباب واستخدم المنهج التاريخى واستقصائى لقادة الرأى عينة قوامها ١١٠ مفردة من خطباء المساجد، وعينة من الشباب قوامها ٤٠٠ مفردة من ثلاث محافظات: الغربية والإسماعيلية وسوهاج، وتبين له أن إذاعة القرآن الكريم أتت في المرتبة الأولى من حيث اهتمام الجمهور بها كأهم أدوات حصول الشباب على المعلومات الدينية، وتلتها إذاعة البرنامج العام، كما تبين أن هناك بعض الموضوعات يحتاجها الشباب ولا يجدونها في البرامج الدينية كالمعاملات وتحديات الثقافة الإسلامية.

ودرس صابر سليمان عسران سليمان (١٩٨٧). القيم الاسلامية التي يتضمونها المسلسل العربى فى التلفزيون، وجرى الباحث دراسة تحليلية واستخدم المنهج التاريخى والمسحى والمقارن حيث اختار اولا اجراء تحليل مضمون لكل المسلسلات العربية المذاعة فى



الفترة المسائية على القناة الاولى خلال شهر رمضان (١٤٠٦/مايو ١٩٨٦) وقد بلغت حجم العينة ثلاثة مسلسلات عرضت جميعها في فترة ما بعد الافطار، وبالنسبة للدراسة المقارنة للمسلسلات العربية التي عرضت على شاشة القناة الاولى فقد اختار الباحث بالعينة العشوائية البسيطة دورة اكتوبر-نوفمبر-ديسمبر ١٩٨٥ وللمقارنة اختار بالعينة العمدية الدورة المقابلة لها فكانت من ٤ اكتوبر حتى ٦ يناير ١٩٨٦ وذلك لاجراء مقارنة بين نتائج الدوريتين من حيث القيم الاسلامية الواردة في كل منهما.

**نتائج الدراسة:** تنوعت الافكار التي عرضتها المسلسلات بين الافكار الاجتماعية مثل:ازواج ولكن غرباء،وزينب،وامينة، والافكار التاريخية والدينية مثل:لاله الا الله،الذئب الازرق،والافكار البوليسية مثل لاتفتح هذا الباب ، اختلفت الادوار في المسلسلات بين الرئيسية والثانوية وتميزت بعض المسلسلات بالحبكة الدرامية الجيدة مثل:زينب، والموج والصخر، كما تميزت الحبكة بالضعف في بعض مسلسلات الدراسة مثل: امينة، والقاهرة ٨٠. زاد عدد المسلسلات التي تستخدم اللهجة العامية في مسلسلات عينة الدراسة في الدورات الثلاثة حيث بلغ عدد المسلسلات التي تستخدم اللهجة العامية تسعة مسلسلات مقابل اربعة تستخدم اللغة العربية الفصحى ، وجاءت قيمة الحرية في الترتيب الاول لقيم التحلى السياسية مقابل قيمة الشورى بينما جاءت قيمة الجهاد في سبيل الله في الترتيب الاول من اجمالى قيم التحلى الدينية. زاد عدد المسلسلات التي دارت احداثها في فترة زمنية معاصرة بواقع مسلسلين لكل من دورة اكتوبر ١٩٨٥، مقابل ثلاثة مسلسلات لدورة اكتوبر ١٩٨٦.

و درس محمد منصور محمود منصور هيبية (١٩٨٧) الصحافة الإسلامية في مصر من ٢٣ يوليو ١٩٥٢ حتى ٥ سبتمبر ١٩٨١، حددت الدراسة عينة القضايا في الصحافة الإسلامية من صحف التيار الرسمي كالهيئات الدينية مثل الأزهر ومنبر الإسلام والتصوف وصحف التيار غير الرسمي كالقوى الدينية غير الرسمية كالاعتصام والدعوة والإخوان المسلمون والسيدات المسلمات والمختار الإسلامي بثلاث قضايا: ثورة يوليو

١٩٥٢، والصراع العربي الإسرائيلي وتطبيق الشريعة الإسلامية في الصحافة في الفترة من ١٩٥٢ وحتى ١٩٨١. استخدم الباحث تحليل المضمون باستخدام الحصر الشامل لجميع الأعداد طوال فترة الدراسة الزمنية، وتبين أن صحافة التيار الرسمي تتمتع في التطور بالاستمرارية في الصدور دون انقطاع على العكس من صحافة التيار الثاني. تبين أيضا اختلاف موقف صحف الاتجاه الرسمي وغير الرسمي نحو القضية الواحدة خلال فترة الدراسة بحيث تحولت من الموقف إلى نقيضه. تبين اختلاف مواقف صحف التيارين من قضية الفصل بين الدين والدولة. تبين أيضا أن صحف التيارين قد اتفقت على معارضة قصر مفهوم تطبيق الشريعة على الحدود فقط.

ودرس مصطفى سيد عبدالله عبدالمطلب (١٩٨٧) رسالة المسجد الإعلامية: دراسة لدور المسجد في تطوير المجتمعات الإسلامية، حيث تناول نظريا وتاريخيا دور المسجد في المجتمعات الإسلامية على مر العصور المختلفة ثم أجرى دراسة على عينة من الجمهور المتردد على المسجد إضافة إلى ٢٨٥ إماما و ١٠٥ من الذين يعملون في مجال الدعوة، وتبين من خلال الدراسة أن هناك شبه إجماع على أن المسجد له دور كبير وهام وضروري لتنمية وتطوير المجتمعات الإسلامية.

ودرس شحات جزر (١٩٨٧) ، البرامج الدينية الإسلامية في التلفزيون المصري ، وتبين له أن التلفزيون له أهمية لدى المشاهد في وصار جزءاً من حياتهم اليومية سواء كانوا صغاراً أو كباراً ولا يستطيع أحد منهم الاستغناء عنه لما له من مميزات إليه ولما لأهمية التلفزيون في الدول المتقدمة مع تقدم التعليم بها فإنه يصبح ضرورة في الدول النامية التي تكثر فيها الأمية ولذلك فإن برامج التلفزيون ولما لها من تأثير يصبح ذات أهمية في التعليم والدراسة وإلى أى مدى تسهم برامج التلفزيون الدينية الإسلامية في تحقيق أهداف التربية الإسلامية. استخدم الباحث تحليل المضمون الكمي والكيفي للبرامج الدينية بالتلفزيون المصري من خلال دورة إذاعية ثلاثة شهور باستخدام العينة المنتظمة واستخدم الباحث كلاً من المنهج التاريخي وأسلوب تحليل المضمون للبرامج في ضوء

النموذج الذى أعده لذلك من أهم النتائج أن نسبة ٦٧.٨% من المواد عالجت التربية الروحية ٣٦.٦% من الأفكار الخاصة بالتربية الاجتماعية ٤٣.٨% من الأفكار الخاصة بالتربية العقلية.

ودرس عبدالباسط السيد مرسى ١٩٨٩ أهداف الإعلام الإسلامى ومميزاته ، هدف ادراسة هو تجلية أبرز اهداف الاعلام الاسلامى واهم خصائصه التى يتميز بها عن غيره من الاعلام من اجل تثقيف وتبصير المسلم وحمايته من الذوبان والاعتراب العقلى والوجدانى امام تيارات الباطل التى ينوء بها اثير اعلامه ووسائله واطهرت النتائج ان منهج الاعلام فى الدعوة الى الايمان بالله عز وجل يتم من خلال ثلاثة مبادئ هى الخالقية والوجدانية والاسماء الحسنى لله رب العالمين وان تقوم وسائل الاعلام على توضيح خصائص الشريعة الاسلامية ومزاياها على القوانين الوضعية ونتائج ذلك التى تعود على الامة الاسلامية: النجاه والتأييد و الدفاع والنصر والتمكين والقوة.

### ثالثا : الدراسات التى تناولت الاعلام الدينى فى عقد التسعينات وعددها ٢٢ دراسة

قام محمد عبدالقوى الغنام (١٩٩٠) بدراسة تحليلية للمضمون التربوى فى البرامج الدينية بالإذاعة المصرية حيث قام بتحليل المضمون التربوى بالبرامج الدينية التى تناولت التفسير والحديث والفتاوى وبرامج الأسرة والبرامج الثقافية فى إذاعتى صوت العرب وإذاعة القرآن الكريم فى دورة يناير مارس ١٩٩٠ بعد اختيار ١٠% من إجمالى ساعات البث، وتبين للباحث اهتمام عينة الدراسة بالتربية الخلقية بأبعاد التربية الخلقية فى الإسلام بنسبة ٤٣,١% وجاء الحديث المباشر فى المرتبة الأولى من الأشكال الإذاعية ثم المجلة الإذاعية ١٣% والسؤال والجواب ١٠,٩% وأخيرا الشكل الدرامى ٤,٤%.

ودرس أحمد عزت عبد الحميد شرارة (١٩٩٠) المعالجة الصحفية للشئون الدينية فى الصحافة المصرية: دراسة تحليلية للمضمون والقائم بالاتصال والقراء أجرى دراسته على

عينة من الصحف القومية والحزبية فى عام ١٩٨٥ بأسلوب الأسبوع الصناعى وخلصت الدراسة إلى تزايد اهتمام الصحف المصرية خلال الثمانينيات بالقضايا الدينية نظرا لظروفها على الساحة السياسية والحزبية بشكل ملحوظ، كما اهتمت بتطبيق الشريعة الإسلامية فى مصر خلال فترة السبعينيات لتحالف اليسار الإسلامى مع الجناح المحافظ من الطبقة الحاكمة بمصر، وأجرى الباحث أيضا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور قوامها ٢٠٠ مفردة من قريتين مصريتين وتبين تأثر الجمهور بمعالجة الصحف للقضايا الدينية فى كثير من الأحوال.

ودرس سلام أحمد عبده (١٩٩٠) التحرير الصحفى فى المجالات الإسلامية المتخصصة فى العقدين الثامن والتاسع من القرن العشرين، حيث درس أشكال التحرير الصحفى فى مجلات المسلمون والدعوة والأمة ووجد أنها تشتمل على الخبر والمقال والتقرير والحديث والتحقيق، وتبين أن أهم القضايا المثارة بهذه المجالات كانت الغزو الفكرى وقضايا الإخوان المسلمين والقضايا الاجتماعية والسياسية إضافة إلى قضايا تناول الشريعة الإسلامية.

ودرس رضا محمود عكاشة (١٩٩٠) الاتجاه الإسلامى فى الصحافة المصرية، وكان الهدف من الدراسة هو ما شهده الباحث من غموض موقف الصحافة من الاتجاه الإسلامى وغموض الأخير من الصحافة وما استشعره من الشك والريبة فى الخطاب الفردى والجماعى ، وما تتطلبه الصحافة فى توجيه رأى العام المسلم بصفة خاصة داخل مجتمعاتنا الإسلامية وأن الناس تستقبل الرسالة الإعلامية المعلنه من المؤسسة الدينية بشئ من الفتور وعدم المصادقية مما يجعل الصحافة مسئولية مخاطبة هذا القطاع الواسع من الناس والتعرف على كيفية تقديم الصحافة للاتجاه الإسلامى وسمات رموزه العاملة فيها. كانت الدراسة من الدراسات الاستطلاعية الوصفية ، واستخدم الباحث أكثر من منهج المنهج التاريخى والمنهج المقارن واستخدم أداة تحليل المضمون والمقابلة غير المقننة وتم اختبار عينة الصحف القومية وشبه القومية وصحف الاتجاه الإسلامى.

كان من أهم النتائج أنه جاءت قضايا الاتجاه الإسلامى فى الصحافة المصرية بكثرة وبلغت إجمالى التكرارات ١٥٧٤ منها ١٠٦٢ بنسبة ٦٧.٤٧ لموضوعات قضية الفرد المسلم. تبين أيضا أن جريدة الأهرام اهتمت بشكل كبير بالموضوعات العقائدية والتعبدية والأخلاقية ولم تهتم بالتوازي بالقضايا الفكرية العامة.

ودرس محمد محمد عبدالعال الحناوي (١٩٩١) الحلال والحرام بين وسائل الإعلام المعاصرة ووسائل الدعوة الإسلامية، وترجع أهمية الدراسة إلى أن المعنى الحديث للإعلام أصبح تعبير موضوعى عن عقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها ولأن الاعلام طاقة كبرى وقوة خطيرة فمن غير المعقول ان تتجاهل الشعوب الاسلامية وسائل الاعلام من صحافة وإذاعة وتلفزيون التى أصبحت ضرورة لاغنى عنها فى العصر الحديث مما يستلزم توضيح حدود تلك الوسائل بين الحلال والحرام وقد استخدم الباحث المنهج الموضوعى فى دراسة التى كانت اهم نتائجها ان الحلال والحرام قد حددهما الله فى كتابه وعلى لسان نبيه وان لكل منهما حدودا لايجل لاحد ان يتعداهما وان علة التحريم والاباحة لمصلحة المسلمين ، وان الاصل فى وسائل الاعلام ان تكون وسيلة من وسائل الدعوة الى الله عز وجل ونظرا لسيطرة اعداء الاسلام على وسائل الاعلام فقد خرجت وسائل الاعلام المعاصرة عن النهج الاسلامى واصبحت عن علم او غير علم من القائمين عليها موجهة لمحاربة الاسلام والقضاء على قيمه وأخلاقه .

ودرس أيضا عادل فهمى البيومى (١٩٩١) البرامج الدينية فى التلفزيون المصرى ودورها فى التنقيف الدينى للشباب، حيث حلل مضمون دورة دورة أكتوبر ديسمبر ١٩٨٩ ودورة يوليو سبتمبر ١٩٩٠، كما أجرى دراسة على الجمهور وكانت عينته ٤٠٠ مفردة من طلاب الجامعات، وتبين أن إذاعة القرآن الكريم تحتل المرتبة الأولى من حيث ثقة المبحوثين كمصدر للتنقيف الإسلامى بنسبة ٩٩,٧%، وأن نسبة ٩٠,٧% تتعرض لها. نتائج الدراسة التحليلية فيما يتعلق بالجوانب الشكلية للبرامج عينه الدراسة، نتائج الدراسة التحليلية فيما يتعلق بمحتوى المعلومات فى البرامج الدينية عينه الدراسة، تعرض

الطلبة الجامعيين لمصادر التنقيف الاسلامى بشكل عام ومستوى ثقافتهم الاسلامية، دور البرامج الدينية فى التنقيف الاسلامى للطلبة الجامعيين واختبارفروض الدراسة. واجرى الباحث دراسة تحليلية ميدانية واستخدم المنهج المسحى والاحصائى وقد درس تحليل المضمون للبرامج الدينية حيث سجل كل البرامج الدينية التى اذيعت من خلال القنوات الاولى والثانية فى الفترة من اول اكتوبرحتى نهاية ديسمبر ١٩٨٩ وأيضاً تم تحليل خطابات المشاهدين عن طريق السحب بالعينة لدراسة رجوع الصدى اما بالنسبة للدراسة الميدانية فكانت على طلبة الجامعات فى مصروقدمت استخدام طريقتين الاولى هى الاختيار العمدى لثلاث جامعات (القاهرة-الازهر-الامريكية) اما الطريقة الثانية فهى الطريقة العشوائية المنتظمة لاختيار مفردات العينة من كليات الجامعات الثلاث،ايضا تم اجراءدراسةعلى جميع القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بأسلوب الحصر الشامل.

**نتائج الدراسة:** ضعف التاهيل المهنى للقائم بالاتصال فى البرامج الدينية من حيث عدد الدورات التدريبية ونوعها ومدى الافادة منها ، تبين ان القائم بالاتصال فى البرامج الدينية لا يحرص على معرفة رجوع الصدى من خلال البحوث حيث لم يفد سوى تسعة مبحوثين انهم يطلعون على هذه البحوث ، ان اربعة عشر برنامجا دينيا من جملة تسعة عشر برنامجا تذاغ فى الفترة الصباحية وبداية الفترة المسائية وقد ثبت ان هاتين الفترتين لا تحظيان بكثافة مشاهدة من قبل الشباب حيث لا يتعرض للتلفزيون فيهما سوى ٢٢% من عينة الشباب.

ودرس إيمان عبده حافظ (١٩٩٢) دور البرامج الدينية فى التلفزيون فى تنمية الثقافة الإسلامية لطلاب الجامعات، حيث حلت ١٢ برنامجا تليفزيونيا بالتلفزيون لمعرفة مجالات الثقافة الإسلامية، وطبقت استبياناً على ٣٠٠ مفردة بالتساوى من طلاب ثلاث جامعات مصرية طنطا والمنصورة وعين شمس، وتبين للباحثة أن مجالات الثقافة الإسلامية اللازمة لطلاب الجامعات المصرية تتمثل فى العقيدة والشريعة، وأوصت الدراسة بإضافة مادة دراسية بالتعليم الجامعى باسم الثقافة الدينية.

ودرس اتحاد الإذاعة والتلفزيون (١٩٩٢) استطلاع رأى الجمهور حول البرامج الدينية المقدمة من الإذاعة والتلفزيون، أجريت الدراسة على عينة من ١٤٠٠ مفردة من كافة أنحاء مصر، كما تمت مقابلة بعض رجال الدين لأخذ آرائهم. ولقد جاءت إذاعة القرآن الكريم فى الترتيب الأول لتفضيلات مستمعى البرامج الدينية بالإذاعة، وتبين أن نسبة ٩٦,٣% يفضلون الاستماع للبرامج والمواد الإذاعية بالراديو، وتصدر كل من برنامج بريد الإسلام و الدين المعاملة قائمة أكثر البرامج تعرضا من الجمهور.

ودرست نجوى الفوال وآخرون (١٩٩٤) البرامج الدينية فى التلفزيون المصري. حيث فحصت البرامج الدينية فى التلفزيون المصري وحللت كل مضمون البرامج فى التلفزيون المصري بالقناتين الأولى والثانية باستخدام عينة الحصر الشامل خلال دورة إذاعية كاملة من يناير وحتى مارس ١٩٨٨، ولقد بينت نتائج الدراسة أن خريطة البرامج الدينية لا تشمل سوى على نصيب ضئيل بنسبة ٣,٧% من إجمالى ساعات البث، كما تبين عدم وجود اهتمام حقيقى بالبرامج الدينية لقلّة الوقت المحدد لها، وتبين أيضا أن ٧١% من البرامج الدينية تقل مدتها عن خمس دقائق، وبالإضافة إلى هذا تبين أن نسبة ٨٣% من البرامج الدينية يتم تقديمها فى شكل الحديث المباشر.

ودرس محمود محمد محمود خليل (١٩٩٤) علاقة برامج اذاعة القرآن الكريم بالاتجاهات الدينية لدى الشباب فى المرحلة العمرية من ١٨-٢٢ سنة تهتم هذه الدراسة ببرامج اذاعة القرآن الكريم وعلاقتها بالاتجاهات الدينية لدى الشباب من ١٨-٢٢ سنة وذلك عن طريق تحليل المضمون واستطلاع لراى القائم بالاتصال فى اذاعة القرآن الكريم واستطلاع لراى الشباب حول برامج اذاعة القرآن الكريم وبلغت عينة الدراسة ٣٠٠ طالب وطالبة من المدينة الجامعية للطلاب والمدينة الجامعية للطالبات بجامعة عين شمس من الريف والحضر وتم اختيار دورة (يناير-مارس) الاذاعية لعام ١٩٩٣ كما تم اختيار البرامج الثلاثة التى حصلت على اعلى درجات الاستماع عند الشباب وهى بريد الاسلام-القرآن والحياة-مسابقة الشباب وقد اظهرت نتائج الدراسة ان اذاعة القرآن الكريم

تمثل مصدرا اساسيا للحصول على المعلومات عند الشباب بنسبة ٩٦ر٣% وكانت نسبة الاستماع للإذاعة ١٠٠% واحتل (الإناث ريف) المرتبة الاولى ويتم إعداد برامج الشباب على أساس معاشيتهم ولهذا الإحتكاك المباشر أثره فى التعرف على مشاكل الشباب واتجاهاتهم ومخاطبتهم إعلاميا على أساس صحيح.

ودرس وليد كامل الليثي (١٩٩٤) اتجاهات المراهقين نحو البرامج الدينية بالتلفزيون المصرى حيث طبق استبياننا على عينة قوامها ٤٠٠ من المراهقين فى مدارس خاصة وتجريبية من سن ١٥-١٧ سنة، وتبين للباحث أن نسبة مشاهدة البرامج الدينية أحيانا ٧٠,١% ودائما ١٦,٦٥% بينما لا يشاهدها مطلقا ١٣,١% وكانت أسباب عدم المشاهدة: مشاهدة برامج أخرى وعدم مناسبة الأوقات وعدم القدرة على إشباع الحاجات الدينية للمراهقين. رأت نسبة ٧٧,١% أن البرامج الدينية فى التلفزيون من أكثر المصادر التى يمكن الاعتماد عليها فى معرفة الدين الإسلامى ثم حصص التربية الدينية فى المدارس ٥٨,١% والبرامج الإذاعية فى إذاعة القرآن الكريم ٥٠%.

ودرس محمد أحمد محمد يونس (١٩٩٤) الصفحة الدينية فى الصحف المصرية خلال الفترة ما بين ١٩٨٤ - ١٩٨٩: دراسة تطبيقية على جريدتى الأهرام والوفد، حيث قام بتحليل مضمون الصفحة الدينية بالجريدتين وتبين أن المضمون الدينى يشتمل على كل من: العقائد والأحكام والنظم والدعوة، والسير والقرآن والسنة، كما درس أشكال هذا المضمون كالخبر والحديث والتحقيق والمقال أيضا، واستخدم الباحث أيضا مقابلات مع ٦ محررين فى الوفد إضافة إلى الملاحظة والمشاركة مع الصحفيين.

ودرس عبد الستار عبد اللاه عبد الرحمن (١٩٩٥) القضايا التى تتناولها البرامج الدينية فى الراديو والتلفزيون حيث أجرى الباحث دراسته تحليليه مقارنة استخدم فيها منهج المسح واعتمد على اسلوب الحصر الشامل لكل البرامج الدينية فى البرنامج العام والقناتين الأولى والثانية خلال دوره اذاعيه كامله هى دورة اكتوبر / ديسمبر ١٩٩٣،



ولقد أجرى الباحث أيضا دراسته ميدانية أعتمد فيها على عينه من المحكمين وأساتذة الجامعة المتخصصين وغيرهم ويبلغ قوام هذه العينة ٧٥ محكما. وكان من نتائج الدراسة أنه قد احتلت قضايا الشورى الترتيب الأخير بين قضايا البرامج الدينية للعينة بعد قضايا التثمينه وترشيد المد الاسلامى بنسبه ١٣,٦% من حجم معلومات عينه وقد احتلت برامج تفسير القرآن الترتيب الأول بين مختلف البرامج فى تقديم معلومات عن "قضايا الشورى". ركز المحكمون فى تصورهم لقضايا المد الاسلامى التى يجب ان تعالجها البرامج الدينية على الأبعاد الاجتماعيه والفكرية للظاهرة بينما كشفت نتائج الدراسة التحليلية لعينة البرامج الدينية المدروسه انها ركزت على الأبعاد الأمنيه للظاهرة، استخدم المنهج الوصفى والتاريخى وحلل برامج ٢٨ برنامجا من البرامج الدينية فى إذاعة البرنامج العام بالراديو والقناة الأولى بالتلفزيون، وقابل ٦٤ مفردة من المفكرين الدينين، وتوصل إلى ان حجم البرامج الدينية فى عينة الدراسة التحليلية ٣,٧% من الحجم الكلى لساعات البث خلال فترة البحث، وتبين أن البرامج ركزت على الجانب النظرى والأخلاقى فى معالجة قضايا التنمية أكثر من تركيزها على الجوانب التطبيقية والمادية، وأن ظاهرة التطرف حظيت باهتمام بارز فى البرامج الدينية، بينما لم تعط جوانب الشورى ما تستحقه من اهتمام مقارنة بمكانتها وضرورتها فى الشريعة الإسلامية.

وبحث سيد محمود النفراوى (١٩٩٥) المنهج الإسلامى لقياس تكلفة وفعالية برامج الإعلام الدينى المسموعة والمرئية فى مصر ، وترجع اهمية البحث الى الدور الذى تلعبه برامج الاعلام الدينى المسموعة والمرئية فى المجتمعات الاسلامية حيث تؤثر هذه البرامج على جميع افراد المجتمع وتهدف الدراسة الى قياس وترشيد تكاليف برامج الاعلام الدينى المسموعة والمرئية باتحاد الاذاعة والتلفزيون المصرى وتقويم الاساليب الحالية المستخدمة فى قياس التكلفة ، وقد استعان الباحث بالمنهج الاستنباطى والاستقرائى فى تطبيقه للدراسة وقد اثبتت الدراسة التطبيقية التى تمت على البرامج الدينية بالتلفزيون المصرى قصور النظام المتبع فى اتحاد الاذاعة والتلفزيون فى قياس فعالية برامج الاعلام الدينى واثبتت نتائج الدراسة الميدانية على عينة عشوائية من ١٠٠٠ ( الف

مفردة ) ان عدد كبير منهم لا يتابعون البرامج الدينية وان المتابعين يرغبون فى ادخال تعديلات تشمل وقت الاذاعة لتلك البرامج ونوعية البرامج والمادة العلمية المقدمة والقائمين على البرامج الدينية والشخصيات التى يستقبلها .

ودرس نجوى الفوال وآخرون (١٩٩٦) البرامج الدينية فى التلفزيون المصرى حيث مسحت البرامج الدينية فى التلفزيون المصرى وسعت لمعرفة اتجاهات القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية بالتلفزيون بمختلف القنوات الدينية نحو البرامج الدينية ومدى رضاهم عنها، أجريت الدراسة على عينة قوامها ٢٦ مبحوثا من القائمين بالاتصال فى مختلف قنوات التلفزيون المصرى وتبين أن الاتجاه السائد بينهم يدل على عدم كفاية الجرعة الدينية المقدمة ولذا يشعر أغلبهم بعدم الرضا عن البرامج أو عن الأشكال التى تقدم فيها البرامج الدينية، وتبين أيضا أنه لا يوجد اتفاق بينهم على أهمية المشاركة فى اى نشاط سياسى أو حزبى ولا يمتلكون فى الأساس بطاقات انتخابية.

ودرس محمد منصور هيبه (١٩٩٦) القضايا الإسلامية فى الصحافة المصرية: دراسة تحليلية للصحف المصرية عام ١٩٥٢ - ١٩٨١، ودرس القضايا الإسلامية فى الصحافة المصرية: دراسة تحليلية للصحف المصرية عام ١٩٥٢ - ١٩٨١ حيث قام الباحث بدراسة العلاقة بين النظام السياسى والتيار الإسلامى فى مصر وتناولت دراسته القضايا الإسلامية فى جرائد الأهرام والأهالى والشعب فى الفترة من ١٩٥٢ وحتى ١٩٨١ وكانت دراسته وصفية استخدمت منهج المسح والمنهج المقارن.

وبحث اتحاد الإذاعة والتلفزيون (١٩٩٦) تقييم إذاعة القرآن الكريم والبرامج الدينية المقدمة منها، أجريت الدراسة على عينة قوامها ١٢٠٠ مفردة على مستوى الجمهورية من سن ١٥ وحتى ٦٥ سنة، وتبين أن نسبة ٨٠,٧% من الجمهور يستمع للإذاعة، وأن ٦٣,٩% منهم يتعرضون لها يوميا، وأتت نسبة أعلى استماع للإذاعة فى الفترة من العاشرة إلى الحادية عشرة مساء فى المرتبة الأولى بنسبة ٦٧,٥%.

ودرست صفاء عطية عبدالدايم (١٩٩٧) ملامح الصورة الذهنية للداعية الإسلامية فى البرامج الدينية بالتلفزيون المصرى لدى عينة من المراهقين من سن ١٥-١٨ سنة تهدف الدراسة الى التأصيل النظرى لمفهوم الدعاة والدعوة الإسلامية كأحد أشكال الاتصال الإقناعى وتحديد وتحليل الصورة الذهنية دور وسائل الاعلام فى تكوين الصورة الذهنية وعلاقة المراهقين بوسائل الاعلام ورصد علاقة الخصائص الديموجرافية للمتلقى بخصائص الصورة الشكلية والموضوعية للدعاة داخل البرامج الدينية ومن اهم نتائج الدراسة ان العامل النوعى (كون البحث ذكر أو أنثى) هو العامل الأكثر تأثيراً على عملية التعرض لمشاهدة البرامج الدينية بالتلفزيون وكذلك هو العامل الأكثر تأثير فى تحديد ملامح الصورة الذهنية للداعية لدى المراهقين يليه فى ذلك عامل العمر والذي يؤثر بدرجة اقل فى الخصائص الشكلية لصورة الداعية لدى المتلقى فى حين ينتقى تأثير العامل الاجتماعى والاقتصادى على هذا الجانب من الصورة ويعد النوع ايضا من ابرز العوامل المؤثرة فى تحديد الخصائص الموضوعية للصورة الذهنية للدعاة لدى المراهقين ، وأجرت مقابلات مع عدد من علماء الدين وأساتذة الإعلام، تبين من نتائج الدراسة استقلال العلاقة بين كل من عمر المبحوث ومستواه الاقتصادى الاجتماعى ودرجة إقباله على مشاهدة البرامج الدينية بالتلفزيون، بينما وجدت علاقة دالة إحصائياً بين سن المبحوث وسن الداعية المفضل فكما تقدم العمر بالنسبة للمبحوث كان للداعية اعتباراً أكبر لدى المبحوث، ولقد فضلت النسبة الأكبر من المراهقين الدعاة الشيوخ وتبين أن الداعية لديه سمات شكلية يجب أن يتحلى بها كارتداء الزى الإسلامى وسلامة الحواس ووسامة الوجه والجاذبية الشخصية.

ودرس رزق سعد عبدالمعطى (١٩٩٧) استخدام الإعلام الدينى وإشباعاته فى مصر: دراسة ميدانية على عينة من جماهير المجتمع الريفى حيث أجريتمقابلات مع عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من المجتمع الريفى وتبين أن المسجد يأتى فى المرتبة الأولى كقناة إعلامية تحظى بدرجة إشباع عالية ٣٠,٦% تليها الإذاعة المسمومة بنسبة ٢٦,٣% ثم التلفزيون

وجاءت الأخلاق والآداب كأهم الموضوعات التى يفضلها المبحوثون فى التلفزيون ثم العبادات، ووافق ٢٦,٦٥ من المبحوثين على أن المضامين الدينية فى الإذاعة والتلفزيون تتفق مع توجهات الدولة، وحقق المضمون الدينى بالتلفزيون زيادة المعلومات الدينية كإشباع أول بنسبة ٢٨,٦٨%.

أما أسما حسين حافظ (١٩٩٧) فدرست مسؤولية الإعلام الدينى الصحفى تجاه المرأة: دراسة تحليلية للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور بالتطبيق على الصفحات الدينية الأسبوعية والتى تصدر كل جمعة لصحف الأهرام والأخبار والجمهورية عام ١٩٩٥ حيث أجرت الباحثة تحليل مضمون للصفحات الدينية على عينة قوامها ٧٢ عددا لكل صحيفة من الصحف الثلاثة، كما أجرت دراسة على ٩ مبحوثين من جميع القائمين على تحرير الصحف الدينية بالجراند الثلاثة، إضافة إلى دراسة ميدانية على عينة من جمهور المرأة قوامها ٣٠٠ مفردة بلغت الاستثمارات الصالحة منها ٢٨٢ استمارة فقط، وتبين من نتائج الدراسة أن الخبر جاء أولا فى الصفحات الدينية بالأهرام والجمهورية بنسبة ٣١% وتبين انخفاض معدلات الاهتمام نسبيا بتناول السلوكيات والمعاملات الإسلامية فى الصحف الثلاثة وأن الهدف التعليمى التثقيفى جاء أولا فى صحف الدراسة، وذكرت المبحوثات أن أهم سبب لعدم الإقبال على قراءة المادة الدينية بالصحف البعد عن الاحتياجات الدينية للقراء بنسبة ٢٥,٨٤%.

ودرس سامى العوضى (١٩٩٨) استخدامات الشباب الجامعى لقنوات الاتصال الشخصى وال جماهيرى فى الحصول على المعلومات الدينية حيث أجرى دراسته على عينة قوامها ٤٥٠ مفردة بالتساوى من الشباب الجامعى بجامعة القاهرة والأزهر والزقازيق، وتبين أن التلفزيون يأتى فى المرتبة الأولى من حيث وسائل الاتصال التى يستخدمها الشباب والتى يحرص على متابعتها ثم وسائل الاتصال الأخرى المقروءة المسموعة.

ودرس عبد الرافع عبد الحليم السيد (١٩٩٨)، دور الصحافة الإسلامية فى خدمة الدعوة الإسلامية فى مصر فى النصف الثانى من القرن الرابع عشر الهجرى ١٣٥٠/١٤٠٠هـ ١٩٣١/١٩٨٠ م ، والهدف من الرسالة ازالة التعقيم المفروض على تاريخ وجهاد وواقع الصحافة الاسلامية المظلومة اذ ان هناك اعلاء لقادة التغريب والمناوئين للاسلام لذلك فان الرسالة تهدف الى تذكير المسلمين بان لهم سلف صالح يدعو الى الله عن طريق الكلمة المكتوبة فى الصحف والمجلات ودافع عن قضايا الاسلام والمسلمين ومعرفة التاريخ الصحيح للدعوة الاسلامية فى مصر لتعرض تلك الفترة للتشويه والمسح وقلب الحقائق واشتملت الدراسة على عدد من الصحف الاسلامية منها المنار والفتح ونور الاسلام والشبان المسلمين والاعتصام ولواء الاسلام خلال فترة الدراسة من ١٩٣١ وحتى ١٩٨٠ وكان من أهم نتائج الدراسة من الناحية التاريخية ظهرت قوة الحركات والافكار التى ارادت ان تاخذ مصر بعيدا عن الاسلام وشرائعه وهى القوى التى تمثلت فى الاحتلال الانجليزى وعملائه بينما نجد ان هناك قوى تصدت لهذا الغزو على راسها الازهر الشريف وعلماؤه جامعا وجامعة ، والجمعيات الاسلامية التى تأسست بكثرة خاصة فى الفترة من ١٩٣٠ - ١٩٥٤ ، ظهور الحركات التبشيرية التى استخدمت العديد من الوسائل التبشيرية منها المدارس والمستشفيات والملاجئ والجامعات وافساد الشباب عن طريق الشهوات وغرس العادات والتقاليد الاجنبية فى سلوك افراد المجتمع .

وبحثت سحر فؤاد أحمد على (١٩٩٨) عن دور اذاعة القرآن الكريم فى التنقيف الدينى للشباب الجامعى اشتملت الدراسة سبعة فصول: الدين واثره فى بناء الشباب، المؤسسات القائمة على نشر الوعى الدينى فى المجتمع المصرى، شبكة القرآن الكريم، الاجراءات المنهجية للدراسة، نتائج الدراسة التحليلية، نتائج الدراسة الميدانية الخاصه بعينة الشباب، نتائج استطلاع رأى الخبراء فى اذاعة القرآن الكريم. وأجرت الباحثة دراسته ميدانية وتحليلية واستخدمت منهج المسح بالعينه بالنسبه للدراسة التحليلية اعتمدت الباحثة على عينه من البرامج بلغ عددها ٢٤ برنامج بما يعادل ٤٠ % من اجمالى برامج اذاعة القرآن الكريم خلال فترة الدراسة (٦٠ برنامج) وذلك خلال دوره الاذاعيه اكتوبر/ديسمبر

١٩٩٦ وتم اختيار هذه العينة بأسلوب الأسبوع الصناعي، وكذلك أسلوب الحصر الشامل، أما بالنسبة للدراسة الميدانية اختارت الباحثة مجتمع الطلبة الجامعيين ليكون مجتمعاً للبحث ويبلغ حجم هذه العينة ٤٠٠ مفردة من طلبة الجامعات المصرية وتم اختيار العينة بالطريقة العشوائية البسيطة. بينت نتائج الدراسة أنه قد استهدفت الغالبية العظمى من برامج العينة الجمهور العام في حين تم تقديم برنامج واحد للمرأة من إجمالي العينة وأوضحت نتائج التحليل ان البرامج الموجهة للجمهور العام تتسم بقصر مدة حلقتها وكانت اكثر تواجدا في الصباح وهذا يتلائم أكثر مع الجمهور العام. ، ملائمة الاساليب المتبعه في عرض الفكره لطبيعتها الى حد كبير، اظهرت النتائج ارتفاع نسبة الاستماع لإذاعة القرآن الكريم بين طلبة الجامعات وقد تأثرت نسبة الاستماع للإذاعة القرآن الكريم بالخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة ، بالنسبة لمصادر الأفكار المقدمه في برامج العينة كشفت النتائج عن احتلال القرآن الكريم والسنة النبويه للمراتب الأولى بين هذه المصادر. وتبين أن ٩٣,٨% يستمعون لإذاعة القرآن الكريم، وأن العقائد جاءت في المركز الاول ثم العبادات، واحتلت إذاعة القرآن الكريم المركز الثاني في مصادر التنقيف الإسلامي للشباب بنسبة ١٤,٧% بعد الكتب التي جاءت في المركز الأول بنسبة ٢٣,٣%.

**رابعا : الدراسات التي تناولت الاعلام الدينى فى العقد الاول من الالفية وعددها ٧٠ دراسة**

درس صالح عراقى (٢٠٠٠) دور إذاعة القرآن الكريم فى التنشئة الدينية للأطفال فى المرحلة العمرية من ٩ إلى ١١ سنة بمحافظة الشرقية، حيث أجرى مسحا شاملا لكل البرامج المقدمة للأطفال وأجرى دراسة ميدانية على عينة من ٢٤٠ طفلا كما أجرى استطلاعاً لرأى القائمين بالاتصال فى البرامج المقدمة للأطفال، وتبين أن ٩٧,٤% من الأطفال يستمعون لإذاعة القرآن الكريم ما بين دائما ٨٧,٧% و ١٨,٧% أحيانا، كما تبين أن البرامج المقدمة للأطفال تركز على موضوعات العبادات ٣١,٨% والعلوم

والمعارف ٢٩,٣% والمعاملات ٢٤,٨% وبينت النتائج أيضا وجود فرق معنوي في درجة التدين بين من يشاهد دائما وأحيانا.

ودرس محمد عبدالواحد طرابية (٢٠٠٠) البرامج الدينية المتخصصة في التلفزيون المصري: دراسة تحليلية مقارنة لعينة من البرامج الدينية في القناتين الأولى والثانية في ٢٠٠٠ حيث استخدم منهج المسح والمنهج المقارن ودرس عينة من البرامج بالقناتين باستخدام أسلوب الأسبوع الصناعي وتبين أن البرامج الدينية بالقناة الأولى تمثل ٥٨,١٢% من البرامج الدينية بالتلفزيون المصرى وأن أهم موضوعاتها التفسير والتراث الإسلامى، وتبين ان الحديث المباشر والحوار يأتیان في مقدمة الأشكال الفنية للبرامج وأن نشر الثقافة الإسلامية تأتي في قائمة أهداف هذه البرامج باستخدام المستوى اللغوى الفصيح بنسبة ٥٤,٩٢%.

ودرس محمد أحمد محمد يونس (٢٠٠٠) الخطاب الدينى فى الفترة من ١٨٨٢ وحتى ١٩١٤ لتحديد المقولات الأساسية التى تشكل فى مجملها الخطاب الدينى فى فترة الدراسة الزمنية أى منذ الاحتلال البريطانى لمصر وحتى قيام الحرب العالمية الأولى. شملت الدراسة صحف الأهرام والمؤيد والمنار واللواء والجريدة، وشملت قضايا الدراسة الشورى والاستبداد والدستور وتحرير المرأة وإصلاح التعليم والإصلاح الدينى والاجتهاد والتجديد والدفاع عن اللغة العربية والوطنية المصرية والجامعة الإسلامية والعلاقة بالغرب. استخدمت الدراسة المنهج المقارن والمنهج التاريخى واستخدمت أدوات التحليل التاريخى وتحليل مسار البرهنة. بينت نتائج الدراسة أن جميع صحف الدراسة تصدت للرد على محاولات الغرب لتشويه صورة الإسلام والمسلمين كالتعصب ومعارضة الإسلام للمدنية. تبين أيضا أن الزوايا التى نظرت منها صحف الدراسة لكيفية التعامل مع معطيات الحضارة الغربية قد اختلفت وفق رؤية كل جريدة، وأن الخطاب الدينى حول الشورى

والاستبداد كان فى مجمله داعما ومفسرا لمطالبه الحركات الوطنية بالدستور وأجمعت صحف الدراسة على أن الشورى أساس نظم الحكم فى الإسلام.

ودرس شعبان شمس (٢٠٠١) الاحتياجات التدريبية للدعاة فى مجال الاتصال واتجاهاتهم نحو مستحدثاته حيث استطلع آراء ١٥٤ داعية من الوجه القبلى والبحرى بالتساوى وبينت نتائج الدراسة أن ٩٦,١% منهم وافقوا على تطوير الخطاب الدينى لعرض الإسلام بشكل سليم، ووافق ٧٤,٤% من الدعاة على أنهم يحتاجون إلى دورات تدريبية لتطوير الخطاب الدينى.

ودرس اتحاد الإذاعة والتلفزيون (٢٠٠١) عن طريق الإدارة العامة لبحوث المستمعين والمشاهدين تقييم برامج ومواد إذاعة القرآن الكريم، أجريت الدراسة على عينة من ١٢٠٠ مفردة من مستمعى الإذاعة فى كافة محافظات مصر إضافة إلى عينة من ١١٠ مفردة من علماء الدين وأساتذة بالمعاهد والكلية الأزهرية، وتبين أن نسبة الاستماع للإذاعة بلغت ٨٤,٦% وأن الذكور يستمعون أكثر من الإناث، كما تبين أن نسبة ٩١,٦% من الجمهور ترى أن أسلوب تقديم البرامج بالإذاعة سهل ومفهوم، ووافقت نسبة ٥١,٨% من عينة علماء الدين على تقديم دراما من خلال الإذاعة، فى حين رأت نسبة ٨٩% أن الإذاعة يجب أن تركز على العبادات مقابل ٦٥,١% للتركيز على المعاملات، ورأت نسبة ٨١,٢% ضرورة أن تركز الإذاعة على الآداب والأخلاق الإسلامية.

ودرس عصام أنيس عبدالحميد زكى (٢٠٠١). المعالجة التليفزيونية للدراما الدينية وتأثيرها فى التنقيف الدينى للأسرة المصرية: دراسة ميدانية على الأسرة المصرية، حيث أجرى الباحث دراسة تحليلية على عينة من مسلسلات التليفزيون المصرى والسعودى من أكتوبر ١٩٩٧ وحتى مارس ١٩٩٨، وأجرى مقابلات ميدانية مع عينة قوامها ٤٥٥ مفردة من أرياب وربات الأسر المصرية سواء فى مصر أو المغتربين فى السعودية، وتبين أن ٩٤% من العينة يشاهدون الدراما المصرية وأن ٣٨,٢% يرون أن الدراما الدينية يمكن أن تساهم فى التنقيف بمعارف ومعلومات دينية.



ودرست وفاء محمود نصار (٢٠٠١) اتجاهات طالبات جامعة الأزهر نحو بعض البرامج التلفزيونية حيث أجرت دراسة على ١٤٠ طالبة من جامعة الأزهر وتبين أن نسبة ٩١,٤% من الفتيات يرين أن البرامج الدينية بالتلفزيون غير كافية وأن المسلسلات الدينية لا تأخذ حقها من حيث الإعداد أو التقديم، وأن صورة رجل الدين بعيدة عن الواقع بنسبة ٣٠,٧%، كما تبين أن ٧٥% من العينة من ذوى الاتجاه الإيجابي نحو البرامج الثقافية بالتلفزيون، ولم تجد الدراسة فروقا دالة إحصائيا بين تفضيلات الطالبات بالكليات النظرية والعملية فى البرامج الدينية والثقافية، ولكن وجدت هذه الفروق فى تفضيل المسلسلات الاجتماعية لصالح طالبات التخصص الأدبي.

ودرس طارق محمد محمد على الصعيدى (٢٠٠١) دور الصفحة الدينية بالصحف القومية فى التنقيف الدينى للمراهقين دراسة (مسيحية) ، وتهدف الدراسة الى توضيح الإهتمام بتخصيص صفحات مستقلة للفكر الدينى بالعديد من الصحف المصرية التى تعالج قضايا الدين تجسيدا لوظيفة الصحافة المعاصرة والتى تلعب دوراً فعالاً فى تنوير الرأى العام وتنقيفه دينياً باختلاف طبقاته وأعمارهم. والصحافة المصرية فى سعيها لتحقيق هذه الغاية وهى تعميق الوعى الدينى لدى القراء تقوم بهذا العمل الإعلامى فى ضوء الحقيقة التى تقول أن الدين هو الحياة وأن الإسلام دين ودنيا ، وأجريت الدراسة التى تعد من الدراسات المسيحية ( تحليلية ميدانية ) على جميع الصفحات الدينية التى تصدرها الصحف القومية الاهرام والايخبار والجمهورية تحت اسم فكر دينى جريدة الجمعة الدين والحياه والتى تصدرها تلك الصحف يوميا بالاضافة الى الصفحات الدينية التى تصدرها نفس الصحف طوال شهر رمضان فى المدة من ١٠/١/١٩٩٩ الى ٣١/٩/٢٠٠٠ واجريت الدراسة الميدانية على عينة طبقية متناسبة من المراهقين قوامها ٤٠٠ مفردة من سن ١٥ الى ١٨ سنة من تلاميذ المرحلة الثانوية بمحافظة المنوفية بالريف والحضر وفى اطار منهج المسح الشامل للصفحات الدينية باستخدام تحليل المضمون للدراسة التحليلية. وكان من أهم النتائج ان الصفحات الدينية بالأهرام أكثر الصفحات مساحة تليها الصفحات الدينية بالايخبار ثم الجمهورية، وتحتل الاشكال

الصحفية المساعدة ذات الطابع الديني اولويات الاهتمام مساحة وتكرارا وهى الفتوى ، تفسير النص الدينى النص القرانى الاحاديث النبوية والقدسية والادعية والابتهالات.

ودرست منى السيد (٢٠٠١) ودرست دور الأم المصرية فى توجيه أطفالها نحو مشاهدة برامج التلفزيون حيث أجرت الدراسة على عينة قوامها ١٠٠ أم ممن لديهن أطفال حتى سن ١٣ سنة، وتبين أن ٢٥% منهن من الريف يذكرن أن أطفالهم يفضلون البرامج الدينية مقارنة بنسبة ٢٠% فقط للأمهات فى الحضر، وتبين أن ٦٥% فقط من الأمهات الريفيات يحددن لأطفالهن ما يشاهدون مقابل ٨٠% من الأمهات فى الحضر، وأن الأمهات فى الريف يناقشن ما يتم مشاهدته بنسبة ٩٤% مقابل نسبة ٩٧% للأمهات فى الحضر.

ودرس محى الدين عبدالحليم (٢٠٠٢) الصورة الذهنية للعرب والمسلمين فى الإعلام الغربى بعد أحداث ١١ سبتمبر حيث حلل مضمون عينة من الصحف الغربية وتناول الصورة السلبية للعرب والمسلمين فى الإعلام الغربى وقدم بعض المقترحات للإسهام فى تصحيح هذه الصورة كإنشاء شركة عربية ضخمة للإنتاج التلفزيونى وعمل وكالة أنباء دولية تخاطب العالم بلغته وخلق قنوات للحوار مع العالم الغربى.

ودرس محمد حسام الدين محمد اسماعيل (٢٠٠٢) التغطية الصحفية الغربية لشئون العالم الإسلامى خلال عقد التسعينات، حيث استخدم الباحث المسح الإعلامى والأسلوب المقارن وأسلوب دراسة الحالة وحلل مضمون جريدتى التايم الأمريكية والإيكونومست البريطانية خلال الثلاثة شهور الأولى من عام ١٩٩٧ بطريقة الشهر الصناعى لمعرفة خطاب العولمة وكيفية تغطية الصحيفتين لشئون العالم الإسلامى كما هدف إلى وصف وتحليل وتفسير هذه التغطية من خلال نظرية التدفق الإخبارى والإطار، واستخدم الباحث تحليل الخطاب أيضا إضافة إلى تحليل المضمون. توصل الباحث إلى أن التغطية الخيرية للعالم الإسلامى متناساة مع عدد سكانه وأن الإيكونومست أكثر اهتماما بشئون

العالم الإسلامي، كما تبين أن العالم العربي بؤرة الاهتمام للتغطية الخبرية الغربية. تبين أيضا أن التغطية الخبرية تعتمد على المصادر الرسمية وأن الملوك والوزراء والرؤساء يمثلون مثلث التغطية. غاب عن التغطية أي دور فاعل لجامعة الدول العربية ومنظمة المؤتمر الإسلامي سواء كان إيجابيا أو سلبيا.

ودرس محمد عبدالجواد يونس (٢٠٠٢) الإنترنت كوسيلة اتصالية في الشؤون الإسلامية: دراسة للمواقع الإسلامية المدمة باللغة العربية على الشبكة وشملت عينة الدراسة بعض المواقع الإسلامية في مصر والإمارات من مارس إلى مايو ٢٠٠١، من خلال نظرية الإعلام في الفقه الإسلامي، وترجع أهمية الدراسة الى اتصالها بحياة المسلمين العملية واليومية وابرار سمات الشرع الحنيف واحكامه الصالحة لكل زمان ومكان وان الهدف الرئيسي هو ابراز نظرية الاعلام في الفقه الاسلامي بجميع شواردها وتفصيل قواعدها وعرض مسائلها في سفر واحد لتيسير الاطلاع عليها وان من اهم نتائجها ان الاعلام عن الصلاة فرض كفاية اذا قام به البعض سقط عن الباقيين ولايجب على المسلمين ابلاغ غير المسلمين بنقض العهد اذا تيقنوا من غدرهم، وتبين من نتائج الدراسة أن الإنترنت وسيلة جديدة للاتصال في مجال الشؤون الإسلامية بما لها من مزايا عديدة غير أن الاستفادة من إمكاناتها كان محدودا، كما تبين أن المواقع الإسلامية أولت اهتماما ملحوظا بالقضايا التقليدية كالعبادات والعقائد والدعوة، غير أن اهتمامها بالقضايا المعاصرة كقضية القدس والشورى والقضايا السياسية وحقوق الإنسان والعولمة والبيئة والعلم والسلام كان ضئيلا للغاية

ودرس محمد رضا أحمد (٢٠٠٢) أساليب تحسين صورة العرب والمسلمين كما تدركها الصفوة المصرية المؤتمر العلمى السنوى الثامن لكلية الإعلام جامعة القاهرة ودرس محمد رضا أحمد فى ٢٠٠٢ أساليب تحسين صورة العرب والمسلمين كما تدركها الصفوة المصرية وتوصل إلى أن العامل الإعلامى من أكثر العوامل تأثيرا فى تشكيل الصورة السلبية عن العرب والمسلمين

ودرس عادل ضيف (٢٠٠٢) رأى النخبة حول الإعلام فى تحسين صورة الإسلام والمسلمين بالخارج فتبين أن ٩٠% من النخبة يرون مسؤولية الحكومات والسفارات ووسائل الإعلام فى تحسين الصورة بالخارج ويؤيد ٧٣,٣% مسؤولية الحكومات العربية والإسلامية عن تحسين الصورة فى حين يذكر ٨٣,٣% أن وسائل الإعلام مسؤولة عن تحسين الصورة ولا بد من ترجمة وجهة النظر المسلمة وإيصالها للغرب.

أما سها فاضل (٢٠٠٢) فدرست دور الصحافة الدينية فى ترتيب أولويات القضايا الدينية لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية ميدانية، استخدمت الباحثة نظرية ترتيب الأولويات حيث أجرت مسحا شاملا لجريدتى الأهرام والوفد لمعرفة القضايا ثم أجرت دراسة ميدانية على عينة من ٣٠٠ مفردة من القاهرة، وبينت نتائج الدراسة أن قضية سماحة الدين الإسلامى ومقاومته للعنف تاتى فى المرتبة الأولى فى الصحافة بنسبة ٢١,٢% ثم جاءت موضوعات أخرى فى أجنده الاهتمام مثل طبيعة الخطاب الدينى المصرى والوحدة الوطنية والمعاملات الإسلامية، كما تبين أن هناك تقاربا بين أجنده الصحفيين فى الجريدتين.

ودرس أحمد سابق (٢٠٠٣) صحف الأهرام والأخبار والجمهورية والوفد لمعرفة قضايا المرأة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتعليمية وقضايا العمل والأحوال الشخصية باستخدام عينة الأسبوع الصناعى فى طيلة عام ٢٠٠١ ثم أجرى دراسة ميدانية على عينة طبقية متعددة المراحل قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب فى القاهرة الكبرى، وبينت نتائج الدراسة أن هناك اختلافا فى حجم الاهتمام بقضايا المرأة فى الصحف المصرية من فترة إلى أخرى، وتبين أن هناك دورا كبيرا للصحف اليومية فى تشكيل وعى الشباب بقضايا المرأة وتبين أن هناك اتجاها إيجابيا لدى الشباب فيما يتعلق بقضية المساواة بين الرجل والمرأة فى الحقوق والواجبات.

أما مرفت الطرابيشى ومها الطرابيشى (٢٠٠٣) فدرستا معالجة الخطاب الدينى لقضية الإرهاب الدولى بالصحف المصرية العامة والدينية فى ظل المتغيرات الدولية، حيث تم

تحليل مضمون الصحف القومية والحزبية فى الفترة من ١٢ سبتمبر ٢٠٠١ وحتى آخر ديسمبر ٢٠٠١، وتبين أن الخطاب الدينى أكد ان الإرهاب لا دين له، وركز على موقف الإسلام من الإرهاب وأنه يواجه العنف والإرهاب.

ودرس محمد غريب (٢٠٠٣) تعرض طلاب الجامعات لقناة اقرأ الفضائية وعلاقته بإدراك القيم والموضوعات الدينية: دراسة ميدانية فى إطار نظرية الغرس الثقافى. دراسة ميدانية فى إطار نظرية الغرس الثقافى، حيث قام الباحث بمسح ميدانى على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب جامعة الزقازيق وتبين أن ٧٧,٥% يشاهدون قناة اقرأ بانتظام و ٢٨% أحيانا، وكان من أهم أسباب التعرض تقديم المعلومات الدينية بشكل مبسط والنصح والإرشاد. تبين أيضا أن الشباب يفضل مشاهدة القناة لتحقيق إشباعات نفعية بنسبة ٦٨,١% مقابل ٥٥,٩% للدوافع الطقوسية أو التوعوية. تبين أيضا وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين كثافة المشاهدة والنوع، وبالنسبة لأنواع القيم التى يفضل الشباب مشاهدتها العبادات ثم القيم والأخلاق والمعاملات وجاءت برامج الفقه والشريعة الترتيب الأول ثم الفتاوى والأحكام بعدها.

ودرس محمد أحمد هاشم إمام الشريف فى (٢٠٠٣) البرامج الدينية فى القنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية حيث درس الباحث سمات البرامج الدينية فى القنوات الفضائية العربية العامة والخاصة لمعرفة ملامح الخطاب الدينى وقام بإجراء دراسة تحليلية باستخدام الحصر الشامل لجميع البرامج الدينية من يناير حتى مارس ٢٠٠٣ لقنوات دراسته العامة والخاصة عدا القناة الفضائية السعودية الأولى فاستخدم أسلوب الأسبوع الصناعى لغلبة برامجها الدينية، وتبين أن نسبة البرامج التى يتراوح زمنها بين ٤٠ إلى أقل من ٦٠ دقيقة تبلغ ٦٦% من عينة الدراسة. تبين أيضا تركيز الخطاب الدينى على قضايا اعتداء العالم الغربى على العالم الإسلامى بنسبة ١٥,٣% ، كما تبين أن البرامج الدينية فى الفضائيات العربية الخاصة تهتم الموضوعات السياسية بصفة عامة بينما تهتم

البرامج الدينية فى الفضائيات العامة بالقضايا الشرعية بنسبة ٤٠,٩% والاجتماعية بنسبة ٢٠,٨%.

و درس محمود حسن إسماعيل (٢٠٠٤) استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الدينية والإشباع المتحققة منها. وأجرى دراسة ميدانية على عينة عمدية من المراهقين مستخدمى القنوات الفضائية الدينية قوامها ٤٠٠ مفردة وتبين أن النوع يؤثر على كثافة مشاهدة هذه القنوات، وأتت قناة اقرأ كأكثر القنوات مشاهدة. تبين أيضاً أن أهم دوافع المشاهدة تمثل فى اكتساب المعلومات الدينية ومعرفة أحكام الشريعة.

و درس محمد غريب (٢٠٠٥) دور البرامج التلفزيونية فى التنقيف الدينى لدى طلاب الجامعات: دراسة ميدانية باستخدام نظرية الغرس الثقافى حيث أجرى دراسة مسحية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب جامعة الزقازيق، وتوصل إلى أن القنوات الفضائية المصرية والعربية جاءت فى المركز الأول لحصول الطلاب على معلوماتهم الدينى بنسبة ٢١,١%، وتبين أن هناك فروق دالة إحصائياً بين التخصص الدراسى (نظري أو عملي) ومصادر حصول الطلاب على معلوماتهم الدينية. تبين أيضاً أن قيم العبادات تأتى أولاً من بين نوعية القيم التى تقدم بالقنوات الفضائية ما يرى الشباب بنسبة ٢٦,٥% كما يرى الشباب يلبها قيم الأخلاق وقيم المعاملات، كما تبين أن مفهوم المنفعة ثم النافذة السحرية فالتوحد أتوا بالترتيب كأهم متغيرات إدراك القيم الدينية لدى الشباب.

أما رامى عطا (٢٠٠٥) فدرس صحافة الأقباط وموقفها من قضايا المجتمع المصرى من ١٨٧٧ إلى ١٩٣٠ حيث أجرى الباحث تحليلاً لمضمون أربع صحف قبطية الوطن ومصر والمحيط ورعسمسيس لمعرفة موقفها من القضايا الوطنية والاجتماعية المصرية، وتبين أن هذا الصحف انقسمت فيما بينها إلى تيارين أساسيين أحدهما ايد الحركات الوطنية بدرجات متفاوتة بين اعتدال وشدة والثانى تأرجحت سياسته بين مهادنة الاحتلال البريطانى ومعارضته. تبين أيضاً أن اصحف كانت تهدف إلى نشر الفكر المسيحى

وتتشيته والحوار بين الأديان. تبين أيضا أن ٨٥% من صحافة الأقباط فى مصر كانت تصدر عن مؤسسات ومراجع كنسية وكان دور العلمانيين فيها شبه غائب.

ودرس عبد الحكم محمود السيد (٢٠٠٥)، دور الصحف الدينية فى معالجه قضايا المراهقين، وتتعلق هذه الدراسة من تصور أن الصحافة تلعب دورا فعالا فى معالجة القضايا الدينية والاجتماعية المطروحة فى المجتمع ، وأن ذلك هو إحدى مسؤولياتها الأساسية باعتبارها المرآة التى تعكس اهتمامات المجتمع ومشاكله . وتتناول هذه الدراسة مجموعة من القضايا النفسية والدينية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية التى تقع فى بؤرة اهتمام المراهقين . وتتبع أهمية هذه الدراسة من الآتى:- تربط الدراسة بين الخط الفكرى لكل صحيفة من صحف الدراسة وبين المادة التحريرية المنشورة بها . تحاول الصحف الدينية - محل الدراسة - الكشف عن: المرجعيات التى تقف وراء بعض المقولات فى الصحافة الدينية إزاء بعض القضايا المثارة . وتقع هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التى تهدف إلى تحليل خصائص موقف معين بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها . وتلقى هذا الاهتمام فى تخصيص صحف دينية مستقلة وصفحات دينية ببعض الصحف القومية تعالج الموضوعات والقضايا المختلفة تجسيدا لوظيفة الصحافة المعاصرة ، التى تلعب دورا فعالا فى تنوير الرأى العام وتنقيفه دينيا مع اختلاف طبقاته وأعمارهم، وتشتمل الدراسة على تحليل مضمون لصحف صوت الازهر ، منبر الاسلام ، اللواء الاسلامى ، عقيدتى ، التوحيد ، بواقع ٣٦ عدد من كل منهم بواقع ١٨٠ عدد اجمالى عينة الدراسة التى تمت خلال الفترة من ١/١/٢٠٠٠ وحتى ٣١/١٢/٢٠٠٢ وتم تطبيق الاستمارة على ٤٠٠ مفردة من المراهقين فى المرحلة السنية من ١٥ إلى ١٧ سنة .

وما من شك أن الصحافة الدينية لها دور فعال وواضح فى التأثير خاصة فى مرحلة المراهقة ، تلك الفئة القادرة على التفاعل مع هذه الوسيلة التى تستطيع القراءة والفهم والتذكر فكان لزاما على الباحث أن يبرز أهمية الدور الذى تضطلع به الصحافة

الإسلامية فى معالجة قضايا المراهقين فى المرحلة العمرية من ( ١٥-١٧ سنة ) والتي تعادل المرحلة الثانوية.

ودرس مروي عبد اللطيف محمد (٢٠٠٥) دور مجلات الأطفال الدينية فى التنقيف الدينى للأطفال من ٩-١٢ سنة دراسة مسحية فى إطار نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام وتهدف الدراسة الى التعرف على أكثر الموضوعات التى تحظى باهتمام مجلات الأطفال الدينية الفردوس والمسلم الصغير المصريتين ، وبراعم الإيمان الكويتية واللغة التى تقدم من خلالها المادة الدينية فى كل من مجلات الأطفال الدينية عينة الدراسة و القوالب الفنية التى تقدم من خلالها المادة الدينية فى كل من مجلات الأطفال الدينية و العناصر التيبوغرافية التى تستخدم فى تقديم مضمون كل من مجلات الأطفال الدينية عينة الدراسة . الموضوعات التى يفضل الأطفال قراءتها فى مجلات الأطفال . مدى إقبال الأطفال عينة الدراسة على قراءة مجلات الأطفال الدينية وقد اجريت الدراسة على عينة قوامها ٤٥٠ مفردة من من الاطفال من ٩ إلى ١٢ سنة وكانت عينة الدراسة التحليلية من مجلات الاطفال الفردوس والمسلم الصغير وبراعم الايمان باجمالى ٣١ عدد خلال الفترة من ١/١/٢٠٠٢ وحتى ٣١ ديسمبر ٢٠٠٢ لتكون تلك الفترة متوافقة مع فترة التحليل الميدانى . وتم التعرف على الفروق بين الأطفال عينة الدراسة (وفق متغيرى النوع ، والمستوى الاقتصادى الاجتماعى ) فى قراءتهم لمجلات الأطفال الدينية من حيث ( مستوى الاستغراق فى القراءة . درجة الاهتمام . المستوى المعرفى . الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات .

ودرس عبدالعزيز عباس فرغلى على (٢٠٠٦) الشباب المسلم بين الغزو الثقافى ودور الإعلام الإسلامى، وكانت الدراسة نظرية، تناولت فصولها عناية الإسلام بالشباب ومنزلة الشباب بالقران والسنة، وتهدف الدراسة الى تعريف الشباب المسلم بالمكتبة المسلمة فى مقابل ذلك الغزو الثقافى الوافد من الغرب سواء كان مسموعا او مقروءا او مرئيا هذا الغزو الذى يستهدف عقول الشباب المسلم وغزوها بالافكار التى تؤدى الى



اختلال المفاهيم وتشويه المعتقدات الإسلامية مما يفترض على وسائل الاعلام بالتعاون مع الاسرة الوقوف امام تلك الظاهرة وقد استخدم الباحث المنهج القرآنى فى دراسته ومن أهم النتائج التى توصلت اليها الدراسة ابراز مكانة الشباب المسلم فى عناية القرآن الكريم به من حيث التربية الحسنة والتنشئة السليمة منذ نعومة اظفارهم وحتى بلوغهم الكبر ، ذكر القرآن الكريم لنماذج حسنة من الشباب المسلم كى يقتدى بهم الشباب المسلم فى هذه الايام ان على الشباب المسلم دور فى نشر الدعوة الإسلامية وحمايتها وان يوضح فضل الحضارة الإسلامية على الحضارة الغربية وذلك عن طريق نشر العلوم الانسانية واكتشافها وتأسيس بعض المواد الجديدة بفضل أولئك الشباب ، اظهر البحث ان الغزو الثقافى الغربى ليس وليد اليوم او الامس بل هو قديم نشأ مع مطلع الاسلام وذلك من خلال معاملة ومواقف المشركين والمنافقين واليهود للاسلام ولرسول الاسلام صلى الله عليه وسلم كما ان من اهم الاهداف التى يسعى الغزو الثقافى الى تحقيقها تفكيك الامة الإسلامية وبالتالي القضاء على الاسلام ، عمل اليهود على السيطرة على وسائل الاعلام العالمية مما ادى الى ضعف دور الاعلام الإسلامى فى التصدى للغزو الثقافى الغربى

أما فوزى خليل (٢٠٠٦) فدرس حال تجديد الخطاب الدينى فى شبكة القرآن الكريم. حيث قام بإجراء تحليل مضمون على عينة من برامج شبكة القرآن الكريم والتى أذيعت عامى ٢٠٠٤ و ٢٠٠٥ وبينت نتيجة دراسته أن الحديث الحوارى يعد أغلب ما يتم تقديمه فى الشبكة ٤٩% يليه الحديث المباشر ٢٥% ثم السؤال والجواب ٨%، كما تبين تنوع مجالات أفكار البرامج والشرائح المستهدفة كالشباب والمرأة والأطفال، غير أن البرامج التى تناولت قضايا ومشكلات الواقع ٥% فقط.

ودرس أحمد زايد (٢٠٠٦) خريطة الخطاب الدينى فى مصر حيث قام بتحليل نصوص من الخطا الصادر عن مؤسسات دينية إسلامية ومسيحية من ٢٠٠٠ وحتى ٢٠٠٤ مع التركيز على عام ٢٠٠١ الذى حدثت فيه أحداث سبتمبر الشهيرة، واشتملت دراسته على تحليل مقالات لكتاب إسلاميين وبرامج تليفزيونية دينية واعتمد على تحليل الخطاب

باستراتيجياته المختلفة من تفكيك النص ونقد النص والسياق والتأويل، وتوصلت الدراسة إلى أن النصوص تهتم بالصوم والصلاة والعبادة والمولد النبوى ويركز خطاب الأزهر على الوعظ والإرشاد وتمثلت أهم آليات الخطاب الإسلامى فى المقارنة بين الواقع والمثال والرجوع للنص والنقد وثنائيات المقارنة والانتقائية، وبالرغم من حضور الآخر الغربى فى كل مستويات الخطاب الإسلامى إلا أنه شمل حضورا أكبر للذات، وكان هناك كثير من الموضوعات المسكوت عنها كالفاد والاستبداد والقهر السياسى.

ودرس على منصور حبيب عثمان (٢٠٠٦) الضوابط الشرعية لحرية الإعلام فى الفقه الإسلامى، وتسعى هذه الدراسة الى بيان موقف الشريعة الاسلامية من الحرية الاعلامية وبيان الضوابط التى يجب ان تحكمها حتى تؤتى هذه الحرية ثمارها واشتملت الدراسة على ثلاثة ابواب وتم تقسيمها على النحو التالى الباب الاول جرائم الاعلام المستندة الى حرية الراى والتعبير وموقف الشريعة منها وتضمن الفصول التالية : حرية الراى والتعبير وضوابطها الشرعية والفصل الثانى جريمة العدوان على حرمة الاديان وموقف الشريعة الاسلامية منها والفصل الثالث جريمة العدوان على حرمة الاداب العامة والاخلاق اما الفصل الرابع فتناول جريمة الاعتداء على حرمة الحياه الخاصة وموقف الشريعة الاسلامية منها بينما تناول الفصل الخامس جريمة القذف والسب وموقف الشريعة الاسلامية منهما والفصل السادس الجرائم المتعلقة بنشر الاخبار وموقف الشريعة الاسلامية منها والباب الثانى تناول حرية الفنون الاعلامية وضوابطها الشرعية واشتمل على الفصول التالية الفصل الاول فن التمثيل وضوابطه الشرعية الفصل الثانى فن الموسيقى وموقف الشريعة الاسلامية منه والفصل الثالث فن الغناء وموقف الشريعة الاسلامية منه والفصل الرابع فن الكوميديا والترويح وضوابطه الشرعية الفصل الخامس فن الرقص وموقف الشريعة الاسلامية منه والباب الثالث فى الاعلانات وضوابطها الشرعية ويشتمل على تعريف الاعلانات ونشاتها واهميتها ودور وسائل الاعلام فيها وحكم الاعلانات وضوابطها الشرعية والمسابقات الاعلانية وموقف الشريعة منها ومن اهم نتائجها ان حرية الراى والتعبير ينبغى ان تنقيد ببعض الضوابط الشرعية التى تحفظ

لها مكانتها وتساعدنا على اداء دورها ، ان جرائم الاعلام المستندة الى الحرية كثيرة ومتنوعة منها العدوان على حرمة الاديان والاداب العامة والاخلاق والحياة الخاصة والقتل والسب وان من المهام النبيلة للاعلام نشر الاخبار لما تنطوى عليه من تسجيل للاحداث وتقديم المعلومات ونشر الاخبار الكاذبة حرام كما جرم القانون المصرى نشر الاخبار الكاذبة ونص على عقوبة من يفعل ذلك ، ان الشريعة الاسلامية بما تحويه من اداب واحكام قد استطاعت ان تصل بالاداب العامة والاخلاق الفاضلة الى اسمى درجاتها وذلك من خلال الوسائل الشرعية الموجبة لذلك من خلال ستر العورات وتحريم النظر اليها وتحريم الفحش فى القول .

أما علاء عبد المجيد يوسف الشامى (٢٠٠٦) فدرس دور الخطاب الدينى فى وسائل الإتصال فى تشكيل اتجاهات الشباب المصرى نحو القضايا السياسية وأجرى الباحث دراسة تحليلية على: صفحة الفكر الدينى، المواد الصحفية للكتاب من ذوى التوجه الإسلامى فى صحيفة الأهرام ، صحيفة عقيدتى. برنامج مأدبة القرآن - القناة الأولى بالتليفزيون المصرى وحديث الساعة البيئية، منتدى الصحافة - قناة أقرأ ، وكان ذلك على مدار ٣ أشهر متصلة من ٢٠٠٤/٧/١ حتى ٢٠٠٤/٩/٣١. وتبين أنه من أهم النتائج: وجود علاقة ارتباطية بين طبيعة الإتجاه السائد فى المجتمع نحو عمليات المقاومة العراقية المسلحة وبين معدل استعداد الشباب المصرى للتعبير علانية من آرائهم نحوها أمام الآخرين ، عدم وجود علاقة ارتباطية بين معدل الخوف العام من العربة الاجتماعية وبين معدل استعداد الشباب المصرى للتعبير علانية عن آرائهم نحو عمليات المقاومة العراقية المسلحة أمام الأخير. تبين أيضا وجود علاقة ارتباطية بين معدل الخوف من العزلة الاجتماعية وبين معدل استعداد الشباب المصرى للتعبير علانية عن آرائهم نحو عمليات المقاومة العراقية المسلحة أمام الآخرين ، عدم وجود علاقة ارتباطية بين معدل خوف الشباب المصرى من الجهات الأمنية ومعدل استعدادهم للتعبير علانية عن آرائهم. تبين أيضا عدم وجود علاقة ارتباطية بين مستوى الأهمية التى تحظى بها القضية العراقية

وبين معدل استعداد الشباب المصرى للتعبير علانيةً عن آرائهم نحو عمليات المقاومة المسلحة أمام الآخرين ، وتبين للباحث أن ٦٣,٨% من الشباب من عينة الدراسة البالغ قوامه ٤٢٠ طالبا جامعيًا يرون ضرورة تجديد الخطاب الدينى وعدادت النتائج للقولب المختلفة التى يفضلها الشباب عند متابعة الصحافة والتلفزيون، وعبر ٩١,٩% من الشباب عن شعورهم بالخوف منالجهات الأمنية، كما ارتفعت درجة الشك لديهم فى مصداقية وسائل الإعلام، كما تبين أن الخطاب الصحفى الدينى تجاه المقاومة العراقية مؤيد إلى حد كبير بنسبة ٩٥,٨% وكذلك للعمليات الاستشهادية فى فلسطين بنسبة ٧٢,٧% مقابل نسب ٨٩,٢% و ١٠٠% على التوالى بالنسبة للقضيتين فى الخطاب الدينى التلفزيوني.

ودرس الصايم قدرى الصايم عبدالسلام (٢٠٠٦) مركز الإعلام العربى وجهوده فى خدمة الدعوة الإسلامية من خلال مجلتى الرسالة والزهور، والدراسة نظرية وتناولت تعريف مجلتى الدراسة مجلة الرسالة ومجلة الزهور عينة الدراسة وجاء الباب الاول عن المجلة وخدمة العلوم الشرعية كما جاء فى القران الكريم وعلومه والفصل الثانى فى السنة النبوية وعلومها والفصل الثالث المجلة وعلم العقيدة والفصل الرابع عن المجلة واصول الفقه وتناول الباب الثانى فى فصلين اولهما عن المجلة والدعوة وثانيهما فى المجلة والداعية والباب الثالث عن المجلة وشئون المجتمع تناول الفصل الاول المجلة والمرأة والثانى المجلة والابناء وفصل تناول المجلة وبعض قضايا الامة والمجلة وبعض القضايا الفكرية المعاصرة هدفت الرسالة الى توضيح مالىصحافة من دور فى نشر الدعوة الاسلامية وذلك من خلال مؤسسة اعلامية مستقلة لها دور كبير فى خدمة الدعوة الاسلامية ويصدر عنها العديد من الاعمال الصحفية النافعة وهى مركز الاعلام العربى وتم اختيار اصدارين من اشهر اصداراتها وهما مجلة الرسالة ومجلة الزهور وقد استخدم الباحث عدة مناهج بحثية منها المنهج الوصفى والمنهج الاستنباطى والمنهج النقدى وقد جاءت أهم نتائج الدراسة ان لكل من المجلتين سلبياتها وايجابياتها وتلخصت النتائج فى تبنى عقيدة اهل السنة والجماعة والقضايا المختلف فيها السلف كذلك تبنى المنهج الوسطى وهو من

الإيجابيات كما اتسمت الأساليب المتناولة للموضوعات بالسهولة والاختراع الفنى المميز والشمول فى عرض الموضوعات والاختراع الفنى المميز مع مراعاة قواعد البحث العلمى السليم فالإيات القرآنية مخرجه وكذلك الأحاديث النبوية مع ذكر للمصادر والمراجع والخط واضح والصفحة منظمة تنظيماً دقيقاً فى عدد سطورها وغير ذلك كما أن لون الصفحة بعامة ووضوحها من أهم مميزات المجلة ومجلة الزهور تميزت باحترامها لعقل المرأة وقدمت لها العديد من القضايا والمضامين مما يساعدها على حسن توظيف طاقتها وعقلها فى شتى المجالات مع تدعيم الوعى النسائى بتقديم مزيج شهري من الاخبار والتقارير التى تجعلها تتدمج مع المجتمع.

وأجرى حسن نيازى الصيفي (٢٠٠٦) دراسة عن صورة الإسلام والمسلمين فى النيوزويك وفورين بولسي، حيث قام بمسح شامل لكل أعداد المجلتين فى عام ٢٠٠٣، ولقد تبين غلبت ملامح الصورة السلبية على المجلتين بنسبة ٨٦,٧% مقابل ١٣,٣% فقط للسمات الإيجابية لصورة الإسلام والمسلمين.

ودرس عبد الصمد محمد إبراهيم محمد (٢٠٠٦)، أحكام الإعلانات التجارية فى الفقه الإسلامى، وتناول الباحث فى هذه الدراسة تعريف التجارة والاسس الى تقوم عليها من خلال تعريف التجارة وأهميتها والاسس التى تقوم عليها ونشأة التجارة وتطورها ثم تناول فى الباب الأول الاعلان التجارى بأنواعه من خلال فصلين الأول عن الاعلان التجارى والثانى عن انواع الاعلان وفى الباب الثانى تناول انعقاد العقد عن طريق وسائل الاعلان وتطبيقه من خلال مافى العقد والفصل الثانى فى البيع عن طريق وسائل الاعلان والباب الثالث تناول مظاهر الخداع الاعلانى ووسائل الحماية منه وتبدو أهمية الدراسة فى تعلقها بجانب علم فن المعاملات وهو جانب عرض المبيع والترغيب فيه وبيان صورته من صورة وهى الإعلان وأن الشريعة الإسلامية نظام فى غاية الدقة وأن الأحكام تلبي كل متطلبات الحياة وتواكب التطور العلمى مادام لا يخالف أحكامها. شجع الباحث فى هذا الدراسة إلى علوم القرآن والسنة وكانت أهم النتائج أن المال فى نظر

الإسلام وسيلة لا غاية والناس فيه خلفاء لا أصلاء وينظر الإسلام إلى التجارة على أنها خدمة اجتماعية للمجتمع يترتب عليها تقديم المصالح للخلق ودرء المفساد عنهم بخلاف النظم الوضعيه. وان كل ما جاز التعاقد عليه جاز الإعلان عنه وما لا يجوز التعاقد عليه لا يجوز الإعلان عنه ، ظهور وسائل الإعلان الحديثة لا تمنع الشريعة الإسلامية إطلاقاً في التعامل بها نظر لأهمية العرف وتأثيره في المعاملات واعتباره في العقود، ان قضية خداع المستهلك واستغلاله هي قضية تمس أرزاق العباد.

و درس صالح عراقى (٢٠٠٦) أساليب تطوير الخطاب الدينى فى القنوات الفضائية العربية. اعتمد الباحث فى جمع بيانات الدراسة على الاستبيان بالمقابلة بهدف الحصول على البيانات المطلوبة بواسطة صحيفة الاستقصاء وتبين أنه توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الخبراء والقائمون بالاتصال فى القنوات الفضائية العربية فى درجة رضا كل منهما عن الخطاب الدينى الحالى فى تلك القنوات. توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الخبراء والقائمون بالاتصال فى القنوات الفضائية العربية فى ترتيب كل منهما للقضايا التى يجب التركيز عليها فى تناول الخطاب الدينى بتلك القنوات وفقاً لأهمية تلك القضايا. تبين أيضاً أنه توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الخبراء والقائمون بالاتصال فى القنوات الفضائية العربية فى رؤيتهم للمضامين التى يجب التركيز عليها فى الخطاب الدينى بتلك القنوات أهم النتائج: أشارت النتائج إلى أن جميع أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية العربية بنسبة ١٠٠% ، منهم ٤٠% يشاهدون تلك القنوات بشكل دائم ٤٥.٦% يشاهدونها أحياناً ، وذلك فى مقابل ١٤.٤% فقط يشاهدونها نادراً. أوضحت النتائج أن حوالى ٧٦.٧% من أفراد العينة يشعرون بالرضا عن الخطاب الدينى الحالى فى القنوات الفضائية العربية ، منهم ٦.٧% يشعرون بالرضا إلى حد كبير ، ٦٣.٣% يشعرون بالرضا إلى حد ما ، وذلك فى مقابل ٢٣.٣% غير راضين عن ذلك الخطاب .شكل عدم قدرة الخطاب الدينى على إظهار جوهر الدينى الإسلامى الصحيح" أبرز أوجه القصور التى يعانى منها الخطاب الدينى الحالى فى

القنوات الفضائية العربية وذلك بوزن مئوى مقداره ٧٦% ، يليه "كثيراً ما يشغل الخطاب الدينى نفسه بالشكليات والأمور الهامشية وذلك بنسبة ٧٤.٦٧% ، ثم "ميل الخطاب الدينى إلى رفض الحضارة الغربية" بنسبة ٧٢%.

وبحث عربى الطوخى (٢٠٠٦) فى علاقة الطفل المصرى ببرامج الأطفال فى القنوات الفضائية الدينية. واستخدم منهج المسح على عينة قوامها ٣٦٠ طفلاً من سن ٩-١٢ سنة وتبين أن الأطفال يشاهدون الفضائيات الدينية العربية بشكل مرتفع لتحقيق بعض الإشباعات أهمها إكساب الطفل معارف دينية. تبين أيضاً أن هناك علاقة دالة إحصائية بين النوع وتعرض الأطفال لبرامجهم فى القنوات الفضائية الدينية.

ودرست ريهام محمود عبد العزيز (٢٠٠٧)، دور برامج الاطفال بالتلفزيون المصرى فى التنقيف الدينى للاطفال فى المرحلة العمرية من ٩ الى ١٢ سنة (دراسة مسحية) وتهدف هذه الدراسة الى حصر المعلومات والقيم الدينية المقدمة فى برامج الاطفال بالتلفزيون المصرى كما وكيفا وطريقة تقديمها والتعرف على معدل فهم الاطفال واستيعابهم لمضمون تلك البرامج ومدى استفادتهم منها وذلك لمعرفة الدور الذى تقوم به برامج الاطفال التلفزيونية فى التنقيف الدينى للاطفال وتناولت الدراسة تحليل جميع برامج الأطفال المقدمة من خلال قناة النيل للأسرة والطفل بالتلفزيون المصرى لمدة دورة برامجية مدتها ثلاث شهور من ١/١/٢٠٠٦م حتى ٣١/٣/٢٠٠٦م، وأجريت الدراسة على عينة من الأطفال قوامها ٤٠٠ مفردة من أطفال المدارس الابتدائية والإعدادية بمحافظة الشرقية والبالغين من العمر ٩-١٢ سنة والمختارين بطريقة عشوائية. وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المستخدمة لمنهج المسح مستعينة بأداة تحليل المضمون وتتمثل العينة البرامجية فى برامج الاطفال المقدمة على قناة النيل للأسرة والطفل بالتلفزيون المصرى خلال دورة برامجية مدتها ثلاثة اشهر متتالية ، وأسلوب الاستبيان لاستطلاع آراء الأطفال عينة الدراسة الميدانية. وكان من أهم نتائج الدراسة ارتفاع معدل متابعة الاطفال عينة الدراسة لبرامجهم التلفزيونية بنسبة ٩٧,٤٥% منهم ٨٦% يتابعونها دائماً و ١١% يتابعونها احيانا ، اوضحت الدراسة ان برامج الاطفال

التلفزيونية تقدم مضمون ديني يلبي احتياجات الاطفال الدينية بنسبة ٨٢% منها ٤٠% تلبى احتياجاتهم دائما و ٤٢% تلبى احتياجاتهم احيانا ونسبة ١٧,٧% لا تلبى هذه البرامج احتياجاتهم الدينية، واكد نحو ٨٤,٧٥% من اطفال العينة انهم اكتسبوا سلوكيات وقيم دينية من خلال متابعتهم لبرامج الاطفال التلفزيونية، وأكدت نتائج الدراسة ان التلفزيون من اهم مصادر التنقيف الديني للاطفال بنسبة ٣١% يليه الاسرة بنسبة ٢٩,٢٥% ثم المدرسة بنسبة ١٤,٢٥% فالراديو بنسبة ٩% فخطيب المسجد بنسبة ٧%.

ودرس سعيد النادى سعد محمد (٢٠٠٧) دور بعض قنوات الأطفال الفضائية المتخصصة فى إكساب الأطفال المعلومات الدينية دراسة تطبيقية حيث أجرى دراسة على دور بعض قنوات الأطفال المتخصصة فى إكساب الأطفال المعلومات الدينية، حيث أجرى دراسة ميدانية على عينة قوامها ٤٣٢ من الأطفال من سن ٩-١٢ سنة كما أجرى دراسة تحليلية على قناتى من قنوات الأطفال ART and SPACETOON فى دورة إذاعية يوليو سبتمبر ٢٠٠٦، وتبين أن نسبة ٧٩,٩% من الأطفال يتعرضون للبرامج الدينية المقدمة على قنواتهم لأنها تلبى دوافع تفسير القرآن والحديث وتتناول سيرة الرسول والصحابة ولأنها تتناول العبادات وتقوى الصلة بالله. بينت الدراسة أيضا أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين التعرض للبرامج الدينية ومستوى المعلومات الدينية لدى الأطفال عينة الدراسة. كان من أهم النتائج العامة للدراسة شكل القرآن الكريم النسبة العددية بنسبة (٤٣.٥%)، فى حين شكلت السنة النبوية المطهرة المرتبة الثانية بنسبة (٢٥.٤%)، هذا وقد شكلت أحداث الحياة المرتبة الثالثة بنسبة (١٦.٩%)، بينما شكلت الأحداث التاريخية النسبة العددية الأقل بنسبة (١٤.٢%) من إجمالي مصادر المعلومات الدينية وشكلت الفصحى المبسطة النسبة العددية الأكبر بنسبة (٨٢.٣%)، بينما شكلت فصحى التراث النسبة العددية الأقل بنسبة (١٧.٧%) من إجمالي اللغة المستخدمة ، ٣٨,٤% من أفراد العينة يفضلون فترة المساء لعرض البرامج الدينية، و(٢٥.٧%) يفضلون فترة العصر، بينما (١٦.٤%) يفضلون فترة الضحى،. وجاءت قناة spacetoon فى المرتبة الأولى من حيث الأفضلية،وقناة mbc3 فى المرتبة الثانية، بينما شكلت قناة ART للأطفال



المرتبة الثالثة، فى حين شكلت قناة تسلية المرتبة الرابعة ،احتلت برامج الأطفال الدينية فى قنوات الأطفال الفضائية المتخصصة الترتيب الأول فى مصادر التوعية الدينية، فى حين شكل المسجد الترتيب الثانى، وشكلت الكتب الدينية الترتيب الثالث، ثم شكلت الصحف الدينية الترتيب الرابع، ثم شكلت البرامج الدينية فى الإذاعة الترتيب الخامس، ثم شكلت الأسرة الترتيب السادس. أتى قالب الكارتونى شكل الترتيب الأول فى اشكال البرامج المفضلة، فى حين شكل قالب التمثيلى الترتيب الثانى، وشكل قالب راوى الصورة الترتيب الثالث، ثم شكل قالب الحوار الترتيب الرابع.

أما منى الحمامسى (٢٠٠٧) فدرست صورة الداعية التى تعكسها القنوات الإسلامية المتخصصة وعلاقتها بصورته الذهنية لدى المراهقين ، حيث قامت بإجراء دراستين الأولى مسحية على عينة من المراهقين قوامها ٤٠٠ مفردة من المراهقين ذكور واناث فى المرحلة الثانوية من سن ١٥-١٧ سنة بمدارس بورسعيد الحكومية والمعاهد الأزهرية والثانية تحليلية على عينة من البرامج الفضائية المقدمة فى القنوات الفضائية الإسلامية المتخصصة خلال شهر والتى يظهر بها الداعية الاسلامى والتى ثبت أنها الأكثر تفضيلا من قبل عينة الدراسة الميدانية، وتبين أن برامج الفتاوى تأتى فى المرتبة الأولى والتى يفضل المراهقون مشاهدتها بنسبة ٧٥% ثم قصص السيرة وتفسير القرآن. تبين أيضا أن أهم الموضوعات التى تمس المراهقين ويتحدث فيها الدعاة الأحكام الدينية والفرائض ٧٤,٧% ثم مشكلات الواقع المعاصر ٤٨,٦% ثم الاختلاط ومعاصى الشباب فى المراهقة، وجاءت قضايا الشباب من أهم القضايا التى يرى المراهقون ضرورة توجيه البرامج الدينية إليها ومعالجتها بنسبة ٨٥,٦%.

ودرست أميمة عمران (٢٠٠٧) التعرض للمواقع الدينية بالانترنت وعلاقته بمنظومة القيم لدى الشباب وسعت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين مستويات تعرض الشباب الجامعى للمواقع الدينية الإسلامية بالانترنت وبين منظومة القيم الدينية والأخلاقية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية لديهم ، إلى جانب الكشف عن أولويات

القيم لدى الشباب ومدى ارتباطها بالتعرض لتلك المواقع. اعتمدت هذه الدراسة على مدخلين نظريتين أساسيتين هما " نظرية الاستخدامات والاشباعات" حيث تهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيرى دراسة وظيفية منظمة كما يسعى هذا النموذج لمعرفة وتفسير اسباب تفضيل أفراد الجمهور لوسائل الاعلام دون غيرها من المصادر وماهى الاحتياجات والرغبات التى يريدون تحقيقها فى تعرضهم لهذه الوسائل كما اعتمدت الدراسة على " نظرية التماس المعلومات " التى تركز على سلوك الفرد فى بحثه عن المعلومات من مصادر الاتصال المختلفة والتعرف على العوامل التى تؤثر فى هذا السلوك وبالتالي فان هذه النظرية تستهدف متلقى الاتصال بدلا من القائم بالاتصال أو الرسالة الاعلامية. واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الاعلامى فى جمع البيانات والمعلومات اللازمة كما استخدمت المنهج المقارن للمقارنة بين استجابات المبحوثين فيما يتعلق بتعرضهم للانترنت والمواقع الدينية ولدوافع الاستخدام ومجالات الاستخدام والاشباعات المتحققة من ذلك التعرض علاوة على اختلاف تفضيل الشباب لمضامين القيم موضع الدراسة بالاضافة الى سماتهم الاجتماعية. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: اتضح حرص الشباب الجامعى فى الصعيد على استخدام الانترنت ، وقد يرجع ذلك إلى انتشار أجهزة الكمبيوتر ومقاهى الانترنت فى معظم محافظات مصر ، إلى جانب حرص الجامعات على تزويد الكليات بقاعات انترنت مما جعل استخدام طلاب الجامعات للانترنت عادة يومية، أوضحت الدراسة تفوق الدوافع النفعية والمعرفية كأسباب لاستخدام شبكة الانترنت لدى عينة الدراسة متمثلة فى اعداد الأبحاث الدراسية وزيادة القدرة على التعامل مع الحاسب الالى والرغبة فى التزود بالمعلومات والمصادر فى مجالات الدراسة ، انخفاض مستوى ثقة المبحوثين فى المعلومات التى يتعرضون لها على الانترنت ، أوضحت الدراسة وجود اقبال ملحوظ من جانب عينة الدراسة على تصفح المواقع الدينية بالانترنت وتفق طلاب جامعة أسيوط فى معدل التعرض لتلك المواقع وكثافة التعرض اليومي لها ، كشفت النتائج عن أن تعرض المبحوثين للمواقع الدينية بالانترنت يحقق مجموعة من الاشباعات المعرفية والتى تمثلت فى التعرف على

آراء وتفسيرات دينية جديدة ، وزيادة المعلومات الدينية ، والاستفادة من تجارب الآخرين علاوة على اكتساب معلومات جديدة فى اطار الدراسة وتصحيح بعض السلوكيات.

أما عبد الجواد سعيد محمد ربيع وأسماء رأفت الشيخ (٢٠٠٧) فدرسا دور الاتصال التفاعلى فى امداد الشباب بالمعرفة فى مجال الشئون الدينية الاسلامية، سعت هذه الدراسة الى معرفة إلى أى مدى يعتمد الشباب على الاتصال التفاعلى من خلال شبكة الانترنت كمصادر أولية للمعلومات عن الشئون والقضايا الدينية الاسلامية وأثره على مدى وعيهم بالدين الاسلامى ومشاركتهم بالحوار حول القضايا المتعلقة بالدين الاسلامى اعتمدت الدراسة على مدخل الاستخدامات والاشباكات حيث يعد من أنسب المداخل لدراسة عملية الاتصال عبر شبكة الانترنت . اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفى والتحليلى لاكتشاف المشكلات وجمع كافة البيانات عن الظاهرة موضع الدراسة . توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أوضحت الدراسة أن ٨٣.٠٣% من المبحوثين يهتمون بالتعامل مع المواقع الدينية الاسلامية على شبكة الانترنت، أشارت الدراسة إلى أن ٥٧% من أفراد العينة يرون أن استخدام الانترنت فى مجال الشئون الاسلامية يشبع حاجاتهم من المعرفة فى القضايا الفقهية وأحكام الدين الاسلامى فيها ، أكدت الدراسة تزايد اهتمام الشباب العربى بمتابعة الأحداث الدينية الاسلامية وأن هذا الاهتمام غير مشروط بالتعرض للإنترنت لوقت معين ، جاءت المواقع الدينية الرسمية فى الترتيب الأول من حيث تعامل المبحوثين معها يليها المواقع الدينية الخاصة بالهيئات والمؤسسات ثم المواقع الدينية الشخصية.

ودرس هشام محمد عبد الغفار (٢٠٠٧) عناصر صورة العلاقة بين المسلمين والأقباط فى خطاب الصحف الخاصة فى مصر حيث سعت هذه الدراسة إلى التعرف على عناصر صورة العلاقة بين المسلمين والأقباط فى خطاب الصحف الخاصة فى مصر اعتمدت هذه الدراسة فى اطارها النظرى على الصورة الاعلامية كمدخل نظرى ملائم لهذه الدراسة. اعتمدت هذه الدراسة الاستطلاعية الوصفية على منهج المسح الشامل لكل

مقالات الرأى التى ظهرت فى صحف الدراسة مع استخدام المنهج المقارن فى تحديد أوجه التشابه والاختلاف بين مقالات صحف " الأسبوع" و" المصرى اليوم" و " وطنى" فى عناصر صورة العلاقة بين المسلمين والأقباط فى مصر وسماتها المطروحة فى خطاب كل منها، كما وظفت هذه الدراسة أسلوب التحليل الكيفى للخطاب بالاعتماد على تحليل مسار البرهنة كأداة لتحليل الخطاب للكشف عن المعانى والدلالات الظاهرة أو الكامنة للوصول إلى الأطروحات التى تتشكل منها عناصر الصورة الاعلامية. توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلى: اتفقت تصورات صحف " وطنى" و" المصرى اليوم" و " الأسبوع" بشأن وجود أزمة تتسم بها العلاقة بين المسلمين والأقباط فى مصر ، واختلفت تصوراتهم بشأن هذه الأزمة ، ففى حين رأت صحيفة " وطنى" أنها تتمثل فى عدم مساواة الأقباط بالمسلمين فى مصر ، بما يعنى أن الأقباط ليسوا مسئولين عن هذه الأزمة ، رأت كل من صحيفة " المصرى اليوم" وصحيفة " الأسبوع" أن هذه الأزمة ترتبط بسلبيات فى كل من الجانبين ، المسلمين والأقباط ، بما يوضح أن كلا من المسلمين والأقباط يتحمل جانبا من المسئولية عن هذه الأزمة ، اتفقت تصورات صحف " وطنى" و" المصرى اليوم" و" الأسبوع" بشأن ثلاثة أسباب أدت إلى تأزم العلاقة بين المسلمين والأقباط فى مصر هي: تجاهل المؤسسات السياسية لمشكلات الأقباط وجعلها مسئولية أجهزة الأمن ، شيوع التفسير الدينى للسلبية لدى الأقباط ، تحيز الإعلام المصرى ضد الأقباط ، أوضحت الدراسة أن عناصر صورة العلاقة بين المسلمين والأقباط فى مصر فى صحيفة " وطنى" كانت أقرب إلى العناصر المناظرة لها فى صحيفة " الأسبوع" ويأتى ذلك فى اطار اقتراب التوجه الأيديولوجى لصحيفة " وطنى" الذى يدافع عن حقوق الأقباط ومصالحهم من التوجه الأيديولوجى الليبرالى لصحيفة " المصرى اليوم" على نحو أكبر من اقترابه من التوجه الأيديولوجى القومى لصحيفة " الأسبوع" بعد تقاربه مع التوجه الإسلامى.

ودرست سهير صالح إبراهيم (٢٠٠٧) دور القنوات الفضائية الإسلامية فى إمداد الجمهور بالثقافة الدينية اعتمدت هذه الدراسة فى إطارها النظرى على نظرية الاعتماد

على وسائل الاعلام، كما اعتمدت الدراسة على نظرية فجوة المعرفة Knowledge Gap وقامت هذه الدراسة باختبار فروض نظرية الفجوة بالنسبة للفضائيات الدينية المتخصصة وإلى أى مدى ستعمل - كوسيلة حديثة - على توسيع الفجوة بين الأفراد المختلفين فى المستوى الاجتماعى والاقتصادى والتعليمى أم أن انتشار هذه الفضائيات سيزيد من سرعة انتشار المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة ويؤكد على ديموقراطية وسائل الاتصال ودورها فى تقليل فجوة المعرفة بينهم. اعتمدت الدراسة على منهج المسح الميدانى على عينة من الجمهور العام. اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستقصاء بالمقابلة نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: انخفاض معدلات تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية الاسلامية كما ظهر وجود فروق دالة بين الذكور والإناث فى معدل تعرضهم وبالنسبة للمستوى العمرى والاقتصادى والاجتماعى للمبحوثين ، فالفئات العمرية الأكبر سنا أكثر تعرضا والمستويات المنخفضة فى المستوى الاقتصادى والاجتماعى معدل تعرضهم أعلى من المستويات المرتفعة. جاءت قناة اقرأ وقناة الناس الفضائية كأهم قنوات إسلامية متخصصة يتابعها الجمهور يليها قنوات المجد والرسالة والعفاسى ، وجاءت برامج تلاوة وتفسير القرآن والحديث المباشر والحوارات كأهم أشكال فنية مفضلة لديهم وكذلك استخدام أسلوب الترغيب فى الدين باللين والحسنى كأفضل أساليب تقديم المضمون الدينى للفضائيات. سجل المبحوثون معدلات استفادة مرتفعة من القنوات الاسلامية ووجدت علاقة ارتباطية بين النوع والاستفادة حيث سجلت الإناث معدلات استفادة منها أكبر من الذكور. جاءت أهم هذه الإستقادات الحصول على المعلومات الدينية وتقوية صلة الإنسان بالله والحصول على فتاوى دينية فى شئون الحياة. جاءت القنوات الفضائية الاسلامية المتخصصة فى المرتبة الأولى كأهم مصادر يعتمد عليها المبحوثون فى الحصول على معلوماتهم الدينية يليها المسجد وخطبة الجمعة والإذاعة والكتب الدينية ، جاءت أهم ايجابيات القنوات الفضائية الاسلامية أنها تبرز العقيدة الاسلامية بشكلها الصحيح وأهم سلبياتها عدم مشاركة الجمهور واعتمادها على أشكال تقليدية ، وجود علاقة ارتباطية دالة بين معدلات تعرض المبحوثين للقنوات

الفضائية الإسلامية ودوافع وتأثيرات اعتمادهم عليها ، كذلك وجدت علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين دوافع الاعتماد على هذه القنوات وتأثيرات اعتماد الجمهور عليها ، وجدت علاقة ارتباطية دالة بين اعتماد الجمهور على القنوات الفضائية الإسلامية كمصدر للمعلومات الدينية ودوافع الاعتماد والتأثيرات المعرفية والوجدانية ، في حين لم تثبت صحة العلاقة بالنسبة للتأثيرات السلوكية ، لم يثبت وجود علاقة ارتباطية بين اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية الإسلامية كمصدر للمعلومات الدينية ومستويات المعرفة الدينية لديهم .

أما أمانى عبد الرؤوف محمد (٢٠٠٧) فسعت إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي على القنوات الفضائية الإسلامية كمصدر للتعرف على أهم القضايا الحياتية. اعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام. استخدمت الدراسة منهج المسح على عينة من الشباب الجامعي المصري. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي : ظهرت قناة " الناس " حديثة الظهور على ساحة القنوات الفضائية فى المرتبة الأولى فى تفضيلات الشباب ثم جاءت " اقرأ " فى المرتبة الثانية رغم كونها القناة الفضائية الإسلامية ثم جاءت قناة " القرآن الكريم " فى المرتبة الثانية ، وجاء برنامج " الفتاوى " فى المرتبة الثالثة ، فقد رأى الشباب الجامعي أهم قضية اجتماعية فى النظام الاجتماعى بالنسبة لهم هى بالترتيب " الزواج فى الحياة العصرية " ، " الزواج العرفى " ، " قضايا الشباب " ثم " التعامل مع البنوك " ثم " شرب المخدرات " ، " الختان " حيث تحتاج هذه القضايا إلى فتاوى لترشدهم للسبل الصحيحة أما عن معالجة النظام الاعلامى عبر الفضائيات الإسلامية للقضايا الحياتية فتختلف قليلا حيث ذكر الشباب بالترتيب حسب الأهمية يهتم بالقضايا التالية " الحجاب " ، " العبادات " ، " الزواج " ، " مشاكل الاختلاط " ، " الفساد الأخلاقى " ، " بر الوالدين " ، " المعاملات البنكية " أما بخصوص الاعتماد على القنوات الفضائية الإسلامية ونوع القناة ثبت دالة احصائية تشير إلى أن " كثيف الاعتماد " على القنوات الفضائية يشاهدوا قناة " الناس " و " المجد " ، أما بالنسبة للإتجاه نحو الفتوى ثبت وجود اتجاهات سلبية وإيجابية نحو الفتوى المذاعة على الفضائيات الإسلامية .

ودرست زينب محمد حامد حسن (٢٠٠٧) صورة الاسلام كما تعرضها المواقع العربية على شبكة الانترنت أجرت الباحثة دراسته تحليليه وميدانيه استخدمت فيها المنهج المسحي واعتمدت على اسلوب المسح بالعينه وذلك فيما يتعلق بمسح الجمهور والمضمون، واعتمدت فى الدراسه التحليليه على عينه من المواقع العربية الاسلاميه على شبكة الانترنت وعددهم ٢٠ مفرده تم اختيار ثلاثة مواقع كعينه للدراسه التحليليه هم اسلام أون لاين واخوان أون لاين وموقع دليل الشيعه، اما بالنسبه للدراسه الميدانيه تم اختيار عينه عمديه ممن يستخدمون المواقع العربية الاسلاميه على شبكة الانترنت فى مصر وعلى مستوى العالم وبلغ قوامها ٤٠٠ مفرده وتم تطبيق الاستبيان عليهم فى الفتره من ٢٠٠٦/٧/١١ الى ٢٠٠٦/٨/١١. نتائج الدراسه: ظهرت صورة الاسلام والمسلمين بشكل مباشر من خلال القضايا الثقافيه والفكرية التى عالجتها تلك المواقع وكانت فكرة الاسلام والمسلمين هى الفكره المحوريه التى سيطرت على جميع القضايا الاسلاميه التى عالجتها تلك المواقع ، سيطر الاطار الأخلاقى على معالجة غالبية القضايا التى تتناول صورة الاسلام والمسلمين وتعتبر نتيجة منطقيه لأن المواقع الاسلاميه الثلاث ذات اتجاه دينى ، هناك فروق ذات دلالة احصائية فى حالة انتماء المبحوثين لجماعه اسلاميه وتبنيهم لأطر العراق من موقع دليل الشيعه بينما لم يثبت صحته فى موقعى اسلام أون لاين واخوا أون لاين ولم يثبت هذا الغرض فى حالة انتماء المبحوثين لجماعه اسلاميه وتبنيهم لأطر المرأه من المواقع الاسلاميه الثلاث ، توجهت المواقع الاسلاميه الثلاث فى المقام الأول الى المسلمين العرب ثم المسلمين غير العرب وأخيرا غير المسلمين العرب.

وبحثت نهى العبد (٢٠٠٧) فى استخدامات الجمهور المسيحي للقنوات الفضائية المسيحية والإشباعات المتحققة: دراسة ميدانية على الصفوة والجمهور، حيث أجرت مسحا على عينة عشوائية بسيطة قواها ٥٢٠ مفردة ١٠٠ منها من الصفوة الدينية والعلمة المسيحية والباقي ٤٢٠ مفرة من الجمهور العام من سن ١٨ إلى ٦٠ سنة من القاهرة الكبرى من المسيحيين، وتبين للباحثة أن القنوات الفضائية المسيحية تُعد من أهم وسائل الإعلام التى يتعرض لها عينة الدراسة وتتابعها منهم نسبة ٩٥% ثم المجالات

المسيحية والصحف ثم مواقع الإنترنت فى المرتبة الثالثة، وتبين أيضا أن مشاهدة هذه القنوات أثرت على مشاهدة القنوات الأخرى.

ودرس شاكر حامد على حسن (٢٠٠٧) الإعلان التجارى والأثار المترتبة عليه فى الفقه الإسلامى. تتمثل أهمية البحث فى أن الإعلان التجارى أصبح يتم فى جميع وسائل الإعلام المختلفة ولاسيما الصحفى والإذاعة والتلفزيون والإنترنت مما يتطلب بيان موقف الشريعة الإسلامية من هذه البيوع نظراً لإقبال الناس على التفاعل بهذه الوسائل وما ينطوى عليها من تعرفات مستجدة يقتضى بيان حكمها. كانت أهم نتائج الدراسة أن العلماء اعتبروا الإعلام بمعنى الشيوخ والانتشار ولو لم يكن بوسيلة إعلامية معينة وأن الإعلان التجارى فى النظام الاقتصادى الإسلامى يقر حق التملك لوسائل الإعلام الخاصة وحرية المنتج أو المعلن فى الإعلان عن منتجاته ويوصى الباحث بضرورة إيجاد تشريعات مستمدة من الشريعة الإسلامية لتنظيم الإعلان التجارى.

أما هناء فاروق صالح (٢٠٠٧) فدرست الحق فى المعرفة ما بين حرية التعبير وحماية المقدرات : دراسة حالة لأزمة الإساءة للرسول والإسلام فى الصحافة الدولية . اعتمدت الدراسة على نظرية تحليل الإطار الإعلامى حيث تساعد هذه النظرية فى رصد السمات البارزة للرسالة خلال فترات زمنية مختلفة كما تستخدم الدراسة الإطار للتعرف على دوره فى تحديد سمات وأبعاد صورة الإسلام فى الصحافة الدولية وعلى فترات زمنية مختلفة. تعد الدراسة وصفية تحليلية مقارنة تستهدف الكشف عن أطر معالجة الأزمات المسيئة للرسول والإسلام فى الفترة من سبتمبر ٢٠٠٥ إلى ديسمبر ٢٠٠٦ ولذلك وظفت الباحثة منهجين أساسيين وهما :منهج المسح والمنهج المقارن. استخدمت الباحثة أسلوب التحليل الكيفى للخطاب من خلال تحليل الخطاب النقدى كما وظفت الباحثة أسلوب تحليل الأطر المرجعية والقوى الفاعلة وتحليل مسار البرهنة والحجج والأطروحات. اختارت الباحثة ثلاثة صحف وهى اللوموند الفرنسية و انترناشونال هيرالد تريبون الأمريكية وتصدر بالإنجليزية وتوركيش ديلى نيوز التركية وتصدر بالإنجليزية أيضا. أكدت نتائج





الدراسة أن أزمة الإساءة للرسول والإسلام ارتبطت بالسياق الأعم والأشمل لصورة الإسلام الموجودة في الثقافة الغربية بصفة عامة وفي وسائل الإعلام بصفة خاصة ، إذ تظهر معالجة الصحف الغربية للإسلام والمسلمين العديد من الصور النمطية يتم نشرها وتكرارها لخلق حالة من الفزع من المسلمين. أظهرت الدراسة وجود ثنائية حاضرة بشكل يكاد يكون مستقرا ما بين المتحضر الغربي والمتأخر الإسلامي ويرتبط بذلك استخدام صفات مثل ارهابي ، متطرف ، بدائي ، الإمام الكريه في الدنمارك ... لوصف المسلمين ، وما يترتب على ذلك من ردود فعل عاطفية لدى القراء وازكاء مشاعر الخوف لديهم تجاه المسلمين. أوضحت الدراسة أيضا ارتباط معالجات الصحف الدولية بالهوية الثقافية للمجتمعات التي تصدر عنها ، والدفاع عن الهوية الدينية للذات في مواجهة الآخر ، أظهرت الدراسة دور ووظيفة الصحافة الدولية في ابراز قيادة الدولة ودورها المركزي في العالم سواء كانت فرنسا باظهار دورها البارز في اليونسكو في تشجيع حوار الحضارات والثقافات والديانات أو بالنسبة لتركيا ودورها في اطلاق مبادرة تحالف الحضارات بالتعاون مع اسبانيا كما ارتبط ذلك أيضا في الصحافة التركية بالدفاع عن دور تركيا كجسر تواصل بين الغرب والشرق وأهمية وجودها في الاتحاد الأوروبي لتحقيق عدة فوائد للفريقيين وكذلك لمسلمي أوروبا ، اتسمت معالجة الصحافة الدولية الغربية بالتراوح ما بين اضعاف الغربية بالتراوح ما بين اضعاف المشروعية من جهة وابراز الانحراف عن الحق من جهة أخرى ، فاضفاء المشروعية اربط بالتأكيد بحرية التعبير والقيم الغربية التي تبنتها أوروبا في عصر التنوير ، أما الانحراف فتم التركيز عليه من خلال ابراز الصراع والعنف والقتل والتخريب في عدد من البلدان الاسلامية ، كما ارتبط الانحراف بأشخاص بعينهم مثل الرئيس الايراني أحمد نجاد و بن لادن والشيخ أبو لبن كأشهر ومصدر للصراع ومحرك رئيسي للأحداث ، وهو ما ارتبط بكثافة اللجوء إلى آلية التشخي أو شخصنة بعض الأحداث والتي تؤدي إلى نفي الموضوعية الصحفية وتلوين المعالجة ، وخاصة مع استخدام الصحفيين في اطار ذلك لجميع الكلمات والمصطلحات التي تجعل الحدث لأشخاص يقعون دائما في دائرة الإنحراف والشر ، أكدت نتائج الدراسة ارتباط

الصحافة الدولية وسياستها بالسياسة الرسمية للدولة التى تصدر عنها فيما يتعلق بأزمة الإساءة لرسول الإسلام اذ التزمت كل الصحف الدولية المدروسة بدعم الموقف الرسمى الصادر عن الدول التى تصدر عنها.

ودرست منال عبده محمد منصور (٢٠٠٧) دور الخطاب الدينى المقدم بالقنوات الفضائية الدينية المتخصصة فى تثقيف المراهقين دينياً: دراسة تطبيقية. حيث أجرت دراسة ميدانية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من المراهقين من سن ١٨-٢١ كما حلت مضمون قنوات المجد وقرأ والرسالة فى دورة إذاعية من مارس وحتى مايو ٢٠٠٦، وبينت نتائج الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اعتماد المراهقين على الخطاب الدينى المقدم فى الفضائيات الإسلامية كمصدر للمعلومات ومستوى الثقافة الدينية لديهم فى المجالات المختلفة. وُجدت أيضاً علاقة بين دوافع التعرض الهادفة ومستوى الثقافة الدينية لدى المبحوثين. تم تطبيق الدراسة على عينة من البرامج الدينية بقنوات (اقرأ- المجد- الرسالة)، وتمثلت فى برامج (على خطى الحبيب- قبل أن تحاسبوا- فقه النساء) بقناة اقرأ، كما قامت الباحثة باختيار عينة عشوائية طبقية بأسلوب التوزيع المتساوى من المراهقين بمحافظة بورسعيد وبلغ عدد مفردات العينة ٤٠٠ مفردة وذلك لقياس مستواً للثقافة الدينية لديهم . نتائج الدراسة : أثبتت الدراسة أن نسبة ٩٦.٩% من المراهقين (عينة الدراسة) يشاهدون القنوات الدينية المتخصصة فى حين نجد أن ٣.١% منهم لا يشاهدون القنوات الدينية المتخصصة ، وجاء المستوى المتوسط للثقافة الدينية لدى المراهقين فى الترتيب الأول بنسبة ٦٥.٩%، ويليه المستوى المنخفض للثقافة الدينية بنسبة ٢٢.٦%، وأخيراً المستوى المرتفع للثقافة الدينية بنسبة ١١.٥% . أثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين على الخطاب الدينى بالقنوات الفضائية الدينية كمصدر للمعلومات والتأثيرات السلوكية والوجدانية الناتجة عنه.

أما فاتن أحمد المتولى حمزه كريم (٢٠٠٧) فدرست دور الصحافه المدرسيه فى تنمية الوعى الدينى لدى تلاميذ المرحلة الإعداديه من سن ١٢-١٤ سنة من خلال حصر الموضوعات الدينيه المقدمه فى هذه الصحف كما وكيفا وكذلك التعرف على مدى فهم التلاميذ واستيعابهم لمضمون الموضوعات الدينيه المقدمه لهم من الصحف المدرسيه ومدى استفادتهم منها فى تنمية الوعى الدينى لديهم وفى إطار الدراسة الوصفية استعانت الباحثة بمنهجى المسح الشامل والمسح بالعينه وقد تم تطبيق أدوات الدراسه وهى استمارة تحليل المضمون ،الصحف المدرسيه (حائطيه -مطبوعه) واستمارة استبيان لتطبيقها على عينه من تلاميذ المرحلة الإعداديه بلغت ٤٠٠ مفردة وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى استخدمت منهج المسح حيث تم إجراء مسح شامل للصحف المدرسية الحائطية والمجلات المدرسية المطبوعة الصادرة خلال العام الدراسى (٢٠٠٤ - ٢٠٠٥) وكذلك تم استخدام منهج المسح بالعينه لعدد من تلاميذ المرحلة الإعدادية. بينت النتائج أنه يوجد ارتباط دال إحصائيا بين قراءة التلاميذ للصحف المدرسيه وإرتفاع مستوى الوعى الدينى لديهم. تبين أيضا أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التلاميذ الذين يشاركون فى إعداد الصحف المدرسيه والذين لا يشاركون على مقياس الوعى الدينى لصالح الذين يشاركون. تبين ايضا أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التلاميذ فى الحضر ومتوسطات درجات التلاميذ فى الريف على مقياس الوعى الدينى لصالح الريف ٤- أثبتت الدراسة صحة الفرض الخامس: الذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التلاميذ الأكبر سنا ومتوسطات درجات التلاميذ الأصغر سنا على مقياس الوعى الدينى لصالح الأكبر سنا.

ودرست ولاء عقاد (٢٠٠٧) دور الدراما التلفزيونية فى نشر الوعى الدينى لدى الشباب :دراسة تحليلية ميدانية وهدفت الدراسة إلى التعرف على الموضوعات التى تقدمها الدراما الدينية المصرية ودورها فى نشر الوعى الدينى لدى الشباب الجامعى ولذا حلت الباحثة مضمون ٩ مسلسلات كحصر شامل لكل المسلسلات الدينية لمدة عشر سنوات

من ١٩٩٥ إلى ٢٠٠٥، وأجرت دراسة ميدانية على عينة عشوائية من شباب الجامعات المختلفة قوامها ٤٠٠ مفردة ن طلاب جامعات مصرية مختلفة طنطا والقاهرة والأزهر والجامعة الحديثة ، وبينت نتائج الدراسة ان السمات الشخصية الإيجابية فى المسلسلات الدينية كما تبين وجود فروق دالة إحصائية ب مستوى تعرض الشباب الجامعى للدراما الدينية وبين اكتسابهم المعلومات الدينية لصالح كثيفى التعرض.

أما نهى حشيش (٢٠٠٨) فدرست استخدامات الشباب الجامعى للقنوات الفضائية العربية والإسلامية والإشباعات المتحققة: دراسة ميدانية تحليلية حيث طبقت دراستها الميدانية على عينة طبقية عمدية من الشباب قوامها ٤٣٠ مفردة فى الجامعة الأمريكية وجامعتى القاهرة والأزهر وطبقت دراستها التحليلية على بعض البرامج فى قنوات اقرأ والرسالة والناس، وبينت نتائج الدراسة أن معدل مشاهدة الشباب للقنوات الفضائية العربية الإسلامية ٩٧,١% وأن دافع الحصول على المعلومات اكتساب خبرات جديدة جاء فى الترتيب الأول من بين دوافع المشاهدة، وجاءت قناة الناس فى مقدمة القنوات التى يعتمد عليها المبحوثون للحصول على المعلومات الدينية بنسبة ٢٩,٩%.

وبحث خالد عبدالجواد (٢٠٠٨) فى دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الدينية والإشباعات المتحققة منها لربة المنزل المصرية واعتمد على نظرية الاستخدامات والإشباعات وبلغ قوام عينة الدراسة ٤٠٠ مفردة من السيدات اللاتى لا يعملن بمحافظة القاهرة والزقازيق وتبين أن ٩٨,٨% من السيدات يشاهدن القنوات الفضائية الدينية وذلك لإشباع دافع المعرفة عن أمور الدين فى المرتبة الأولى بنسبة ٢٥,٢%.

أما محمد عبدالبديع (٢٠٠٨) فدرس اتجاهات النخبة المصرية نحو القنوات الفضائية الإسلامية حيث استخدم الباحث منهج المسح على عينة قوامها ١٨٣ مفردة من النخبة الأكاديمية المصرية فى المجالات الأكاديمية والإعلامية والدينية، وتبين ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية ٤٩,٤% بصفة دائمة وجاءت قناة الناس فى المرتبة الأولى بالنسبة للقنوات المفضلة بين النخبة، وتبين أيضا أن هذه القنوات حظيت باتجاه

إيجابى لدى عينة النخبة لأنها تتناول قضايا عصرية مهمة فى المرتبة الأولى، وكشفت نتائج الدراسة أيضا عن وجود فروق دالة إحصائيا فى اتجاهات النخبة نحو كل من إيجابيات وسلبيات القنوات الفضائية الإسلامية.

ودرس محمد عبدالبديع السيد (٢٠٠٨) اتجاهات القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تجديد الخطاب الديني: دراسة ميدانية على عينة من القنوات والمحطات المصرية حيث أجرى دراسته على عينة عمدية من المذيعين ومقدمى البرامج والمحررين والمخرجين فى البرامج الدينية بالراديو والتلفزيون المصرى وتبين أن نسبة ٨٧,٦% من العينة توافق على ضرورة تجديد الخطاب الديني، وترى نسبة كبيرة أن التجديد يجب ان يتناول القضايا الحياتية المهمة وأن يتم تقديم الدراما بشكل أكبر لأنها تجذب انتباه الجماهير، وتبين أن ٥٣% يرون أن الخطاب يجب أن يركز على التسامح الديني.

ودرس عبد الرافع عبد الحليم السيد (٢٠٠٨) دور الصحافة الإسلامية فى خدمة الدعوة الإسلامية فى مصر وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية باستخدام منهج المسح ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة. ومجتمع الدراسة يشمل الصحافة والتلفزيون وأئمة المساجد من خلال تحليل عينة من المحتوى الإعلامى فى الصحافة والتلفزيون و ١٠٠ من خطاء وأئمة المساجد بالقاهرة الكبرى. ومن أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة: ان ٨٣% من القضايا المتناولة فى الصحف فى الصفحات الداخلية وأن ٦٧% من المواد المعروضة فى النشرات الإخبارية فى وسط النشرة. ان أهم دوافع الأئمة والخطباء لقراءة الصحف للتعرف على الأحداث الداخلية بمصر بنسبة ٨٢.٧%.

ودرس فودة محمد محمد على (٢٠٠٨)، دور التلفزيون والصحافة فى ترتيب أولويات اهتمام أئمة وخطباء المساجد فى مصر تجاه القضايا المحلية. وأهمية الدراسة فى أن الثورة الاتصالية التى شهدتها العالم فى الآونة الأخيرة قد ضاعفت من دور وسائل الاتصال على كافة المستويات ومن هنا تبرز أهمية تكثيف الجهود البحثية للوقوف على حقيقة الدور الذى تؤديه وسائل الإعلام وخاصة فى تأثيرها على فئات هامة فى المجتمع

كأئمة وخطباء المساجد من جمهور وسائل الإعلام. وتهدف الدراسة إلى التعرف على دور الصحافة والتلفزيون فى التعريف بالقضايا المحلية والدولية ومدى نجاحها فى صياغة المناقشات العامة بين الجمهور. معرفة المتغيرات المختلفة التى تؤثر فى ترتيب أولويات الجمهور ومعرفة أهم مصادر المعرفة لدى خطباء المساجد ومكانة التلفزيون والصحافة بين مصادر المعرفة المختلفة لديهم. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية باستخدام منهج المسح ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة. واستخدم الباحث نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة) ومجتمع الدراسة يشمل الصحافة والتلفزيون وأئمة المساجد من خلال تحليل عينة من المحتوى الإعلامى فى الصحافة والتلفزيون باستخدام اداة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان وكانت عينة الدراسة من التلفزيون فى الفترة من ٢٠٠٧/٣/٦ وحتى ٢٠٠٧/٤/٦ لعدد ٣١ نشرة بالتركيز على نشرة التاسعة بالقناة الاولى بالتلفزيون المصرى وتمثلت عينة الدراسة من صحف الدراسة وهى الاهرام والوفد والمصرى اليوم لنفس الفترة وبمعدل ٣١ عدد لكل صحيفة من الصحف الثلاث وكانت العينة الميدانية ل ١٠٠ من خطباء وأئمة المساجد بالقاهرة الكبرى.ومن أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة: ان ٨٣% من القضايا المتناولة فى الصحف فى الصفحات الداخلية وأن ٦٧% من المواد المعروضة فى النشرات الإخبارية فى وسط النشرة. ان أهم دوافع الاثمة والخطباء لقراءة الصحف للتعرف على الأحداث الداخلية بمصر بنسبة ٨٢.٧% وان اقبال الاثمة على مشاهدة التلفزيون كانت ضعيفة بنسبة ٣٦% من العينة لمن يشاهدونه بانتظام وان من يشاهدونه احيانا ٦٠% وان نسبة ٨٣,٣ من افراد العينة يفضلون مشاهدة البرامج الدينية.

ودرست آيات أحمد رمضان (٢٠٠٨) العلاقة بين قراءة الموضوعات الدينية فى الصحافة المصرية ومستوى الوعى بقضايا الأسرة. وكان الهدف من الدراسة التعرف على الدور الذى تقوم به الصحافة من خلال الموضوعات الصحفية داخل المجتمع المصرى ومدى إمكانية زيادة العينة الاستفادة من هذه الوسيلة ومعرفة الآثار المترتبة على معرفة المرأة على الموضوعات الإسلامية فى الصحافة كمصدر رئيسى للمعلومات من قضايا

وشئون الأسرة، وتعتمد الدراسة على منهج المسح وتم اختيار عينة من المرأة فى سن ١٦ وحتى ٦٠ سنة وأجرت الباحثة الدراسة على ٦٠٨ مفردة من خلال صحيفة استقصاء والمقابلة الشخصية. وتم استخدام نظرية فجوة المعرفة والاعتماد. أهم النتائج: ان ٨٥.٥% من عينة الدراسة تعتمد على الصحافة المصرية إلى جانب الوسائل الأقوى تتعرض ٨٨.٣٢% من عينة الدراسة إلى الصحف المصرية بنوعها الجرائد والمجلات. أكدت ٩٨.٥% من العينة أهمية الموضوعات الدينية فى الصحف كما أن ٩٨.٥% من العينة تفضلن الموضوعات الدينية فى الصحف المصرية.

أما أيمن منصور ندا (٢٠٠٨) فدرس توجهات استطلاعات الرأى العام الأمريكية عن الإسلام والمسلمين قبل أحداث الحادى عشر من سبتمبر وبعدها: دراسة مقارنة باستخدام أسلوب التحليل الثانوى استخدمت الدراسة : المنهج المسحي، المنهج التاريخى ، المنهج المقارن. بينت النتائج أن اهتمام استطلاعات الرأى العام الأمريكية حتى سبتمبر ٢٠٠١ كان مركزاً على قياس الاتجاهات نحو أحداث وقعت بالعالم الإسلامى وكان للولايات المتحدة دور فيها (قياس الاتجاهات نحو أزمة الرهائن الأمريكين فى إيران ، الثورة الإسلامية فى إيران ، الغزو السوفيتى لأفغانستان ، تفجيرات ، حرب البوسنة ، حرب العراق الأولى ) أو أحداث وقعت فى الولايات المتحدة ، وكان للمسلمين دور فيها ( تفجيرات مركز التجارة العالمى ، تفجيرات مدينة أوكلاهوما ) . أما بعد أحداث ١١ سبتمبر فانصب الاهتمام على قياس الاتجاهات نحو بعض الأفكار المرتبطة بالإسلام وعلاقتها بهذه الأحداث (الربط بين الإسلام وأحداث سبتمبر ، الربط بين الإسلام والعنف ، الربط بين الإسلام وفكرة التعصب الدينى والتطرف ) أو قياس الاتجاه نحو الإسلام والمسلمين بصفة عامة ( قياس الاتجاه نحو الإسلام كدين وعقيدة ، قياس الاتجاه نحو المسلمين فى الدول العربية والإسلامية ، قياس الاتجاه نحو المسلمين الأمريكين ، قياس الاتجاه نحو الدول الإسلامية...) ، تشير النتائج إلى أن اتجاهات الرأى العام الأمريكى نحو الإسلام كدين وعقيدة لم تختلف قبل أحداث الحادى عشر من سبتمبر عن هذه الاتجاهات بعد هذه الأحداث. فى الفترتين كانت الاتجاهات سلبية إلى حد ما ، وتقع فى

دائرة منخفضة من التفضيل، تشير النتائج إلى أن اتجاهات الرأي العام الأمريكي نحو المسلمين (في البلاد العربية والإسلامية) ونحو المسلمين الأمريكيين (داخل الولايات المتحدة) لم تختلف بعد أحداث ١١ سبتمبر عن اتجاهاتهم قبل هذه الأحداث ، تشير النتائج إلى أن تقييم الرأي العام للإسلام كمصدر تهديد لأمن الولايات المتحدة ، وكمصدر خطر على نظم المجتمعات الغربية ، قد زاد بعد أحداث ١١ سبتمبر ، وارتفع إلى مستويات غير مسبوقة ، وذلك مقارنة بهذا التقييم قبل هذه الأحداث .

أما هالة العسيلي (٢٠٠٨) فدرست المضمون التربوي لبعض برامج إذاعة القرآن الكريم في ضوء احتياجات المواطن المصري، وطبقت دراستها على ٣٧٥ مفردة من سكان مدينة القاهرة الكبرى ولكن لم يصلح من الاستثمارات سوى ٣٠٠ استثمار فقط، كما أجرت دراسة تحليلية على دورة برمجية كاملة لإذاعة القرآن الكريم من أول يوليو حتى نهاية سبتمبر ٢٠٠٤، وتوصلت الباحثة إلى أن نسبة الاستماع لإذاعة القرآن الكريم مرتفعة ٩٧,٣% تتوزع بين دائما ٥٢% وأحيانا ٤٥.٣% ونادرا ٢,٧%، كما تبين أن ٣٦,٧% يرون ضرورة اهتمام إذاعة القرآن الكريم بمشكلات المجتمع وبمشكلات الشباب وربطها بالواقع، كما رأَت نسبة ٣١,٧% ضرورة اهتمام برامج هذه الإذاعة بما يتفق مع مبادئ الإسلام، كما اتفقت نتائج هذه الدراسة فيما يتعلق بتحليل المضمون مع الدراسات السابقة في عدم جاذبية معظم البرامج للجمهور لعدم التجديد في أساليب تقديم البرامج.

ودرست منى هاشم (٢٠٠٨) استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت والإشباع المتحققة منها، وأجرت الباحثة دراستها على عينة عمدية قوامها ٤٤٤ مفردة من مستخدمي المواقع الإسلامية على الإنترنت من شباب جامعات القاهرة والأزهر والجامعة الأمريكية بالتساوي، وتوصلت الدراسة إلى أن القنوات الفضائية الإسلامية جاءت في المركز الأول من حيث اعتباره أكثر مصدر يعتمد عليه الشباب في الحصول على ملومات دينية، يليه الإنترنت، كما تبين أن ٦٠,٤% من المبحوثين تقييمهم متوسط للمواقع الإسلامية على الإنترنت ولذا لا يُقبل ٣٠,٦% من الشباب على



هذه المواقع، وتبين أيضا أن الخصائص الديموجرافية للمبجوثين تؤثر على كل من تعرضهم للمواقع الإسلامية على الإنترنت وأنماطه، كما تبين وجود علاقة دالة إحصائيا بين الخصائص الديموجرافية ودوافع التعرض.

دراسة أميرة أمين صابر (٢٠٠٨) الاعلام القرانى وبناء شخصية الطفل المسلم فى عصر العولمة فى اطار سورة الاعراف، وتهدف الدراسة الى التعرف على دور الاعلام القرانى فى بناء شخصية الطفل المسلم من خلال استقراء آيات سورة الاعراف وهى سورة مكية مع تحليل مضمونها لان فيها دعوة الى اتباع ما نزل الينا من الله فى القرآن العظيم وذلك بغية تقديم اعلام تنقيفى قرانى يحمى النشىء من الهجمة الشرسة للعولمة ثقافة واعلاما وتعلما وتربية وذلك ببناء حيل يعرف ان الوجود هو حرية مسئولة ويرتبط بربه وبمنهجه متمثلا للآيات محل الدراسة وقد استخلصت الباحثة عدة ملاحظات منها ان الايقاع القرانى ايقاع موسيقى معجز يؤدى الى السواء النفسى بما يحمل من سمات الاعجاز فى التأثير على النفس البشرية ، ان المسئولية على قدر الطاقة ، ان الاصلاح عماد المسئولية واولى القيم لدى المبدعين ، كما ان المسئولية فطرة لا ياباها الا الفاسق وتحتاج الى سلامة الجوارح

درست نوره حمدى ابو سنة (٢٠٠٩)، موقف المراهقات مما تقدمه الداعيات الاسلاميات فى الصحف والقنوات الفضائية الاسلامية بحث ميدانى مقارنة على بعض المراهقات المصريات والسعوديات ، ويهدف البحث الى التعرف على موقف المراهقات مما تقدمه الداعيات الاسلاميات فى الصحف والقنوات الفضائية الاسلامية ورصد الاختلافات بين مواقف المراهقات المصريات والسعوديات والتعرف على التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا التعرض وقد جرى البحث على عينة عشوائية عددها ٢٠٠ مفردة ( طالبة ) مراهقة من الفرقة الاولى فى التعليم الجامعى سن ١٨ سنة ١٠٠ طالبة من مصر ومثلهم من السعودية ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية وتم فى اطار منهج السح بالعينة للطالبات باستخدام استمارة استبيان من اعداد البحث تم تطبيقها

بطريقة المقابلة الجماعية وأسفرت أهم نتائج البحث عن : ان نسبة من يقرؤون الصحف احيانا ٦٠ % وجاءت صحيفة عكاظ السعودية والاهرام المصرية فى الترتيب الاول بالنسبة للصحف التى تقرأها المراهقات وان نسبة من تتابع القنوات الفضائية الاسلامية احيانا بنسبة ٧٣% وجاءت قناة المجد فى الترتيب الاول بالنسبة للقنوات التى تفضلها المراهقات وجاءت متابعة المراهقات لبرامج الداعيات فى القنوات الفضائية احيانا بنسبة ٧٤ % .

أما ندى نصر الدين عامر (٢٠٠٩) فدرست صورة المسلمين فى عينة من الصحف الأمريكية والفرنسية دراسة مقارنة بين صحيفتى ” نيويورك تايمز الأمريكية ولوموند الفرنسية ، عقب انتهاء الحرب الباردة التى دامت لعقود طويلة بين الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفيتى السابق فى بداية تسعينات القرن الماضى والتى انتهت بانهيار الكتلة الشيوعية أو ما أطلق عليه ” العدو الأحمر ” للولايات المتحدة الأمريكية، بزغ صدام الحضارات كمفهوم جديد عرفه العالم متزامناً مع مفهوم آخر سعت الدول الكبرى إلى فرضه على الدول الصغرى وهو العولمة. وهما المفهومان اللذان يؤكدان على التباعد وعكسه وعلى تقبل الآخر ونقيضه ويعبران عن هذه الفترة الحضارية المشوشة التى يعيشها عالمنا المعاصر المهتد بالأسلحة الذرية والساعى إلى الرخاء بالتكنولوجيا النووية، المتقارب بالمواصلات وثورة المعلومات والمحتدم بصراع الهويات الدينية والقومية ونظراً لأن الحكومات الغربية لا تستطيع تطبيق مخططاتها إلا من خلال التأيد الشعبى سعت الدول المهيمنة ذات النفوذ السياسى والقوة الاقتصادية والعسكرية والتقدم العلمى إلى الحصول على دعم شعوبها باستخدام كافة الوسائل الإعلامية الممكنة لإقناع مواطنيها داخلياً ودول العالم خارجياً بالصورة التى تقدمها عن نفسها وعن حلفائها وأعدائها بالشكل الذى يحقق لها مطامعها المحلية والدولية. ونظراً لما تمثله الصورة الإعلامية الذهنية والنمطية من أهمية شكلت الصورة السلبية التى رسمها الإعلام الغربى والأمريكى للمسلمين خطراً شديداً على مسلمى العالم وخاصة بعد أن تم تدعيم تلك الصورة المغلوطة بأحداث الحادى عشر من سبتمبر وما تلاها من حملات فكرية

وحروب عسكرية ضد بعض الدول الإسلامية وما أعقب ذلك من إساءات إعلامية غريبة متكررة ضد نبي الإسلام الكريم محمد صلى الله عليه وسلم. وقد برز أثر هذه الصور السلبية المشوهة عن المسلمين ليس فقط في الاعتقالات العشوائية التي اقترفت ضد المسلمين والعرب ليس في الولايات المتحدة فقط وإنما في الدول الغربية أيضا على حد سواء، وإنما تجلى أيضاً من خلال الاعتداءات العنصرية الفردية التي ارتكبت في حق بعض مسلمي الغرب ، الأمر الذي حتم على المسلمين ضرورة الوقوف على كيفية توصيف الإعلام الغربي لهم ولدينهم في وسائل الإعلام الغربية المختلفة تمهيداً لتضافر الجهود الإسلامية الساعية إلى تصحيح تلك الصورة بكافة الوسائل السلمية المتاحة ، كما تأمل هذه الدراسة أن تقدم مساهمة متواضعة في سبيل تحقيق ذلك عن طريق التعرف بشكل علمي منظم على صورة المسلمين في صحيفتين من أهم الصحف الأمريكية والفرنسية وهما نيويورك تايمز الأمريكية ولوموند الفرنسية

درس هانى عبد الله قرنى هلال ( ٢٠٠٩ ) علاقة إذاعة القرآن الكريم بالنتقيف الدينى للمراهقين المكفوفين، أجريت هذه الدراسة بهدف إيجاد العلاقة والدور الذى تقوم به إذاعة القرآن الكريم بالنتقيف الدينى للمراهقين المكفوفين، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية ، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفى والتحليلى ، وقد أجريت هذه الدراسة على عينة برمجية من إذاعة القرآن الكريم المقدمة وذلك خلال دورة إذاعية كاملة من (١/١/٢٠٠٨ م حتى ٣١/٣/٢٠٠٨ م) ، وعينة بشرية قوامها ١٥٠ مفردة من طلاب مدارس المرحلة الثانوية للمكفوفين وممثلة للذكور والإناث ( ٨٦ طالب - ٦٤ طالبة ) أسفرت نتائج الدراسة الميدانية عن إرتفاع نسبة استماع المراهقين المكفوفين للراديو بنسبة ١٠٠ % موزعة كالتالى : ٨٣.٧ % للذكور يستمعون إليها دائماً. وفى المقابل ٨٥.٩ % للإناث جاءت المصادر الشرعية التى تعتمد عليها إذاعة القرآن الكريم فى تقديم برامجها فى الترتيب الأول بنسبة ٦١.٩٣ % ثم تليها المصادر التاريخية بنسبة ١٥.٧٧ % ، ثم مصادر من الواقع بنسبة ١٣.٢٨ % ثم المصادر المعرفية بنسبة ١١.٣٦ % . جاء القرآن الكريم فى الترتيب الأول من بين المصادر الشرعية الواردة

ببرامج عينة الدراسة وذلك بنسبة ٥٣.٨٢ % يليها السنة النبوية بنسبة ٤١.٨٢ % ثم بعد ذلك. الأحاديث القدسية بنسبة ٢.٩ % . ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المراهقين المكفوفين طلاب المرحلة الثانوية على مقياس الثقافة الدينية وأبعاده الفرعية وفقاً لمستوى التعرض لإذاعة القرآن الكريم . لصالح المراهقين المكفوفين الأكثر تعرضاً لإذاعة القرآن الكريم وتبين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المراهقين المكفوفين طلاب المرحلة الثانوية الذكور والإناث على مقياس الثقافة الدينية وأبعاده الفرعية . ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المراهقين المكفوفين طلاب المرحلة الثانوية المقيمين بالريف والحضر على مقياس الثقافة الدينية وأبعاده الفرعية . لصالح المراهقين المكفوفين المقيمين بالريف .

أما نهال عمر الفاروق بدوى (٢٠٠٩) فدرست فى الخطاب الدينى كما تعكسه البرامج الدينية الموجهة باللغة الإنجليزية فى القنوات الفضائية العربية حيث حلت الباحثة مضمون ٧٠ برنامجاً فى قنوات تليفزيونية ممثلة للملكية الخاصة وللخدمة العامة لعينة فى عامى ٢٠٠٧، و ٢٠٠٨ وتبين أن مضمون الخطاب الدينى يركز على هدف التعريف بالإسلام وأحكامه حيث جاء فى مقدمة المضامين التى يركز عليها الخطاب الدينى بنسبة ٧٢,٨% كما يتم أيضاً تقديم النسبة الأكبر من الفتاوى الدينية متكاملة الأركان بتوضيح الحكم الشرعى وإن كان الخطاب لم يخل من وجود ظاهرة الفتاوى غير الشرعية به.

ودرس مصطفى محمد عبد الوهاب (٢٠٠٩) بنية الخطاب الدينى الإسلامى بالقنوات التليفزيونية (الحكومية والخاصة) والعوامل المؤثرة فيها، حيث حلل الباحث مضمون عينة من البرامج الدينية فى القنوات الحكومية والخاصة وتم تحليل ٨ برامج من أربع قنوات حكومية وخاصة، كما أجريت دراسة على عينة من الخبراء فى الإعلام والقائمين بالاتصال فى القنوات الحكومية والخاصة باستبيان تم تطبيقه على عينة من ٢٠٠ مفردة الذين بينوا ضرورة وجود القنوات الخاصة لإكمال دور الدولة ونشر الوعى الدينى بين الجماهير،

وتبين أن القضايا الاجتماعية في القنوات الخاصة جاءت بنسبة ٧٢,٩% مقابل ٥٢,١% للقنوات الحكومية، وتفاوتت قضايا الأحكام الشرعية والقضايا الإعلامية والسياسية بنسب مختلفة في النمطين. وتبين من النتائج أيضا أن القضايا المرتبطة بالقيم والأخلاقيات تبلغ ٥٢,١% في القنوات الخاصة مقابل ٣٥,٤% للقنوات الحكومية.

أما حسن على (٢٠٠٩) فدرس الفضائيات الإسلامية الدينية: التحديات وفرص النجاح دراسة استكشافية. كانت الدراسة نقدية نظرية واستهدفت البحث في الفضائيات التي ترفع الدين الإسلامي أو المسيحي شعارا لها وحاولت الدراسة معرفة مرجعيات هذه القنوات ومقاصدها، كما درست ظاهرة الفتاوى حيث ظهر على شاشات هذه الفضائيات شباب في ثياب دعاة ومعظمهم غير مؤهل، كما ان هناك فضائيات دينية ذات مرجعيات سنية أو شيعية كما ظهرت قنوات بوذية واخرى تنتمي لديانات لم نسمع عنها.

ودرس إيمان عز الدين دوابة (٢٠٠٩) دور القنوات الفضائية الدينية العربية في التنقيف الديني للجمهور المصري: دراسة مسحية. اعتمدت الدراسة على نظرية الغرس الثقافي حيث حللت مضمون بعض القنوات الفضائية الدينية المسلمة العربية في دوة إذاعية من أكتوبر وحتى ديسمبر ٢٠٠٨ ومسحت عينة من الجمهور قواها ٤٠٠ مفردة من الجمهور من سن ١٨ سنة فأكثر، وتبين وجود علاقة دالة إحصائيا بين معدل تعرض الجمهور للقنوات ومستوى التنقيف الديني لديهم، ووجدت العلاقة ذاتها بين كثافة المشاهدة وغدراك الجمهور لواقعية المضمون المقدم بها. تبين أيضا أن دافع التعرض للتعرف على القضايا الدينية المعاصرة جاء في الترتيب الاول لدى الجمهور بنسبة ٣٩,٧%، واحتلت موضع الصدارة لدى الجماهير بالنسبة للقضايا الموضوعات الخاصة بالقيم والأخلاقيات والسلوك.

درست أميرة أمين صابر (٢٠٠٩) بناء شخصية الطفل المسلم في اطار سورتي الكهف ويوسف رؤية اعلامية، وتتناول الباحثة في هذه الدراسة بناء شخصية الطفل المسلم في اطار سورتي الكهف ويوسف وماتضمنه من قيم وكذلك تعرضت للرسائل التي توحى بها



الرؤى والاحلام للطفل بما يساعد فى بناء شخصيته وكيف ان الحلم وسيلة الطفل للعلم اللدنى وتهدف الدراسة الى الدعوة الى تعاليم القران الكريم فى تربية النشئ فان الشريعة وثمرتها الحقيقية لكل زمان ومكان واكدت الدراسة على بعض النتائج منها ان الحلم بما يتضمن من وسائل تاثير جاذبة لدى الطفل للتعرف على نفسه فهو جميل كيوسف ضعيف لايقوى على من هم اقوى منه ثم هو بدون تجارب لا يعلم الخير من الشر فيرى الاحداث التى ترويهها سورة الكهف فيستشعر حكمه الله عز وجل فى كل ما يواجهه من متاعب وصعاب ، كما ان رواية وحفظ الرؤى القرانية تجذب حواس الطفل اليها لان الحلم يعود للبدائية القريبة للطفل واقعا وتخبيلا ان عالم الاحلام فى مرحلة الطفولة اقرب من الاطفال من عالم الواقع لانه يملك مفاتحه فهو لديه بلا رمزية .

ودرست داليا إبراهيم المتبولى (٢٠٠٩) صورة المحجبات كما تعكسها الدراما التلفزيونية المصرية لدى الفتيات حيث أجرت الباحثة دراسة تحليل مضمون على عينة قوامها ٢١ مسلسلا مصرية تم عرضها على قناتى بانوراما دراما والنيل للدراما من أول مارس وحتى آخر اغسطس ٢٠٠٨ كما أجرت دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة عين شمس قوامها ٢٧٩ مفردة وتبين من نتائج الدراسة التحليلية أن أغلب ادوار المحجبات فى الدراما ايجابية بنسبة ٥٦.٥% وان عدد المحجبات فى الدراما وصل إلى ٢٣ شخصية ويقوم بالدور الرئيسى منهن ٧ شخصيات فقط بنسبة ٣٠.٤% ، وبالنسبة للسمات الإيجابية للمحجبة فى الدراما كانت تحمل المسؤولية ٧٣.٩% والاعتزاز بالنفس ٦٩.٩% والإيمان بالله ٦٥.٢% بينما كان التشاؤم أهم سمة سلبية للمحجبات بنسبة ٦٠.٩% ، وأظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن أغلب الفتيات عينة الدراسة سواء كن محجبات أو غير محجبات يرين أن المرأة المحجبة فى المسلسلات تظهر بصورة تجمع بين الإيجابية والسلبية ويرون أن الملابس التى ترتديها المرأة المحجبة فى المسلسلات مناسبة إلى حد ما بنسبة ٦٤.٩% وأن شكل الحجاب الذى ترتديه المرأة المحجبة فى المسلسلات قريب من الواقع بنسبة ٥٨.١% .

## خامسا : الدراسات التي تناولت الاعلام الدينى فى العقد الثانى من الألفية وعددها ٥٠ دراسة

درست سهى عبدالرحمن محمد المهدي (٢٠١٠) دور قنوات الاتصال الدينية المتخصصة فى تفعيل العمل التطوعى ودراسة التنمية البشرية فى المجتمع المصرى حيث اعتمدت على منهج المسح والمنهج المقارن وجمعت البيانات من خلال المقابلة الشخصية داخل بعض المؤسسات الأهلية مثل رسالة وبنك الطعام ودار الأورمان وصناع الحياة وكانت عينة الدراسة ٤٠٠ مفردة من المتطوعين داخل هذه المؤسسات، كما تم تحليل مضمون ثلاثة برامج تليفزيونية صناع الحياة و خدعوك فقالوا والطريق الصحيح إضافة إلى بعض المواقع الإلكترونية كموقع عمرو خالد وإسلام اون لاين من ٢٢ مايو وحى ٢٢ يوليو، وتبين أن معدل مشاهدة المتطوعين للقنوات الفضائية الدينية مرتفع مما يعكس الحرص من الشباب على تعلم صحيح الدين وجاءت قناة اقرأ فى المرتبة الاولى ٥٤,٥% وتبين أن البرامج الدينية استعانت بالأساليب التى تخدم نموذج العلم خاصة عند رض التنمية البشرية، وجاءت الآيات القرآنية أولا فى مقدمة أساليب عرض القيم المتلفة ويرى ٥٩% من الشباب أن البرامج الدينية كانت دافعا لهم لممارسة الأنشطة التطوعية وجاء برنامج صناع الحياة فى مقدمة هذه البرامج

ودرس رضا عكاشة (٢٠١٠) دور المصادر الصحفية فى بناء اتجاهات الصحافة المصرية نحو أزمة الحجاب: دراسة تحليلية على عينة من الصحف الصادرة من ١٦ نوفمبر حتى ١٦ ديسمبر ٢٠٠٦ (١٤٢٨ هجرية)، حيث استخدم نظرية حارس البوابة وأجرى دراسة تحليلية على مجلات وجرائد تمثل نمط الملكية الحكومية والحزبية والخاصة والجمعيات الأهلية، وتبين أن المحاور الفكرية حول موضوع الحجاب تعددت ما بين خطاب دينى وشرعى وجانب سياسى واجتماعى وسلوكى عام وجانب فردى يركز على الحرية الشخصية وتباينت وجهات النظر طبقا للإطار الفكرى واهتمامات المصادر المختلفة، وتبين أن تحليل العناصر المسببة لأزمة قضية الحجاب اختلفت ما بين وزير

الثقافة وجماعة الإخوان وكتاب والبرلمانيين، وتبين أيضا أن الاتجاهات السلبية نحو الحجاب أكثر من الاتجاهات الإيجابية بنسبة ٤٥% مقابل ٢٦,٢% للاتجاهات الإيجابية.

أما نشوى الشلقانى (٢٠١٠) فدرست دور القنوات الدينية المتخصصة فى تكوين الوعى الدينى لدى الشباب المصرى واستخدمت نظرية الاعتماد، حيث أجرت الباحثة دراسة ميدانية على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة من الشباب فى محافظة القاهرة وتبين أن الشباب يشاهد القنوات الدينية بشكل منخفض بنسبة ٥٩,٣% ثم بشكل متوسط ٣٠,٧% بينما المشاهدة المرتفعة فكانت بين الشباب بنسبة ١٠% فقط، وعبرت نسبة ٤٥,٩% من الشباب عن ضيقهم بقرار إغلاق قناة الرحمة، وتبين أن النوع لا يؤثر على كثافة مشاهدة القنوات الدينية، كما تبين أن هناك علاقة إحصائية دالة بين درجة ثقة الشباب فى القنوات الدينية ومدى تغير اتجاهاتهم نحو قضايا معينة.

درس عرفة عامر (٢٠١٠) اتجاهات الأكاديميين المصريين نحو تغطية الفضائيات العربية للدعاية المضادة للإسلام والمسلمين حيث أجرى دراسته على عينة من الأكاديميين المصريين فى ليبيا قوامها ١٠٠ مفردة، وتبين أن الفضائيات العربية لا تركز على القدوة الحسنة ولا تهتم بعالمية الإسلام وأن الفضائيات تعرض الإسلام وتعرض لمعالجة الأسباب الحقيقية للدعاية النمطية بشكل جيد ولكن تعالجها بشكل ضعيف. تبين أيضا أن نسبة ٤١,٤% توافق على أن الفضائيات العربية تعالج الأسباب الإعلامية للدعاية المضادة، كما جاءت الأسباب السياسية فى المرتبة الأولى من بين الأسباب التى ساهمت فى صنع الصورة النمطية للإسلام والمسلمين.

أما سكرة البريدى ونورا حمدى ابو سنة (٢٠١٠) فدرستا دور الإعلام الإسلامى فى تنمية الوعى الدينى للمرأة المصرية والسعودية (دراسة تطبيقية مقارنة) وباستخدام منهج المسح بشقيه أجريت دراستان الأولى تحليلية على عينة من القنوات التلفزيونية الفضائية الخاصة بقناتى الرحمة والرسالة لبرامج المرأة فيهما من مارس إلى مايو ٢٠٠٥ إضافة



إلى عينة من بعض المجالات الدينية بمصر والسعودية بأسلوب الأسبوع الصناعي، والدراسة الأولى ميدانية على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة بمصر والسعودية، وتبين أن المحادثات التليفونية جاءت فى المرتبة الأولى من حيث القوالب الفنية المستخدمة فى عينة البرامج التليفزيونية بنسبة ٤٤% وأن السؤال والجواب جاء أولاً فى عينة المجالات بنسبة ٥١,٨%، وتبين أن المرأة تتابع الفضائيات الدينية أولاً لمعرفة قضاياها الدينية بنسبة ٩٤,٥% ثم المجالات الدينية بنسبة ٥٢%.

ودرس عاطف أحمد محمد يوسف (٢٠١٠) العلاقة بين استخدام الصحف والمجلات الدينية الإسلامية ومستوى المعرفة الدينية لدى الشباب الجامعى حيث طبق دراسته على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب جامعات القاهرة وعين شمس والمنوفية وطنطا، وبينت نتائج الدراسة أن معدل استخدام الصحف والمجلات الدينية مرتفع ٨٨% وتبين أن نمط تعليم الشباب يُعد عاملاً مؤثراً فى معدل الاستخدام لصالح الشباب الجامعى ذوى التعليم النظرى الأدبي. جاءت موضوعات السيرة النبوية فى مقدمة المواد التى يقوم الشباب بقراءتها ٥٣,٨% ثم الفتاوى. احتلت الكتب الدينية المصدر الأول للشباب للحصول على المعلومات الدينية ثم القنوات الفضائية الدينية ثم إذاعة القرآن الكريم. تبين أيضاً من نتائج الدراسة أن من أهم سلبيات الصحف والمجلات الدينية البعد عن تناول قضايا ومشكلات الواقع ومشكلات الشباب الحقيقية والتقليدية فيعرض وتناول الموضوعات بشكل لا يجذب الشباب إليها.

أما وائل صلاح نجيب (٢٠١٠) فدرس التعرض للقنوات الفضائية الدينية وعلاقته باتجاه المشاهدين المصريين نحو قضايا العالم الإسلامى: دراسة تطبيقية، حيث استخدم الباحث منهج المسح بشقيه التحليلى فى ١٦ برنامجاً بقناتى اقرأ والناس والميدانى لعينة قوامها ٦٠٠ مفردة من القاهرة ودمياط والمنيا، وتوصلت الدراسة إلى ان تسجيل الحلقات لقناة الناس كان داخل الاستوديو وبنسبة ٥٩% لقناة اقرأ، واعتمدت القناتان على قالبى

الحديث المباشر والحوار كشكلين أكثر استخداما في عرض المدة المذاعة، وتبين أن الجمهور يختلف في أهم القضايا المعروضة على الساحة بالنسبة للعالم الإسلامي.

ودرست مروة كامل عبدالعزيز عفيفي (٢٠١٠) العلاقة بين التعرض لبرامج الأطفال بالفنوت الفضائية الدينية والقيم الأخلاقية لدى عينة الأطفال (٩-١٢ سنة) حيث أجرت دراسة على عينة من ٣٢٧ تلميذا في المرحلة الابتدائية وحللت مضمون ثلاثة برامج: حكايات تربوية وعظماء الصغار وترجمان القرآن وتبين أن البرامج الدينية قدمت مواد تتلاءم مع المرحلة العمرية للأطفال في مرحلة الطفولة المتأخرة بنسبة ٧٧,٧٩% من إجمالي الموضوعات المطروحة، كما تبين أنه لا يوجد فروق بين الجنسين في كل من التعرض للبرامج الدينية ومتوسطات الدرجات على مقياس القيم الأخلاقية، بينما توجد فروق بين الجنسين الأقل تعرضا للبرامج الدينية في متوسط درجاتهم على مقياس القيم الأخلاقية لصالح الإناث.

أما جيهان يحيى (٢٠١١) فدرست معالجة قضايا الأسرة في البرامج الدينية بالفضائيات العربية ودورها في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحوها حيث أجرت تحليل مضمون على عشرة برامج في دورة إذاعية أبريل يونيو ٢٠١٠ ثم أجرت الباحثة دراسة ميدانية على عينة قوامها ٤٢٠ مفردة من الجمهور في محافظات القاهرة والغربية والمنيا وتبين من نتائج الدراسة أن مشاهدة البرامج الدينية دائما ٤٥,٧% وأحيانا ٣٨,٣% ونادرا ١١,٢% ولا يشاهدها ٤,٨٥، وذكر ٦١,٥% من الجمهور يحصلون على المعارف والمعلومات عن قضايا الأسرة من البرامج الدينية أحيانا و ٢٧,٥% دائما. وتبين أيضا أن ٧١% من عينة الدراسة ذكرت أن التعرض للبرامج الدينية قد غير بالفعل من اتجاهات الجمهور نحو قضايا الأسرة.

ودرست سارة سعيد المغربي (٢٠١١) صورة الجاليات المسلمة في الصحافة الأوروبية : دراسة تحليلية لعينة من الصحف والمجلات الألمانية والبريطانية، حيث قامت الباحثة بتحليل مضمون كل الفنون التحريرية ما بين عامي ٢٠٠٩ و ٢٠١٠ في صحيفتين

أحدهما بريطانية والأخرى ألمانية، وتبين أن ملامح الصورة إيجابية في الصحافة البريطانية مقارنة بالصحف الألمانية، وتبين أن أهم القضايا المثارة تتمثل في الإرهاب وقضايا المرأة والتعليم والمساجد، وكانت أهم الأطر المستخدمة لعرض صورة الجاليات المسلمة: الصراع والضحية والجاني والمؤامرة والتهديد.

ودرس شعيب الغباشي (٢٠١١) دور الإعلام الإسلامي في مواجهة المذاهب الفكرية الوافدة مجلة البحوث الإعلامية: دراسة تأصيلية وكانت الدراسة نظرية وحدد الباحث المذاهب الفكرية الوافدة في الاستشراق والتتصير والتغريب والعلمانية وتناول الباحث خطر هذه المذاهب على الهوية الإسلامية وضرورة العمل على حماية هذه الهوية وموقف الإسلام من هذه المذاهب الوافدة، ثم تناول كيفية عمل خطة للإعلام الإسلامي لمواجهة هذه المذاهب من خلال خمسة مراحل: جمع المعلومات وإجراء البحوث القبليّة ثم تحديد الأهداف ووضع الخطة وترجمة الخطة إلى برامج تنفيذية وتكتيكات عملية للاتصال بال جماهير وأخيرا مرحلة التقييم.

أما منى محمود عبد الجليل (٢٠١١) فدرست إعلانات المواقع العربية العامة والإسلامية على شبكة المعلومات الدولية الإنترنت وعلاقتها بالسلوك الاستهلاكي لدى الجمهور، وسعت الدراسة للتعرف على شكل ومضمون الإعلانات في المواقع العربية العامة والإسلامية على شبكة الإنترنت والمقارنة بين شكل ومضمون الإعلان في المواقع العربية العامة ونظيره في المواقع الإسلامية، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح بالاعتماد على عينة من المواقع العربية بلغت ٣٠ موقعاً عاماً وإسلامياً و٤٠٠ مفردة من الجمهور المتقدم للمواقع محل الدراسة من خلال صحيفة استقصاء ، وكان أهم نتائج الدراسة أن الشريط المتحرك يعد أكثر الأشكال الإعلانية شيوعاً في المواقع العامة يليه إعلانات النوافذ ثم الرعاية ثم الروابط وأن أكثر المواقع التي يفضل الجمهور زيارتها هي المواقع الإخبارية تليها المواقع العامة ثم الإسلامية والثقافية ثم الإعلامية. ذكرت نسبة كبيرة من المبحوثين أن موقع إسلام أون لاين هو أكثر المواقع

الإسلامية تفضيلاً بالنسبة لهم يليه الشبكة الإسلامية وأن الدافع الأول لاستخدام ومشاهدة الإعلانات هو الحصول على المعلومات.

ودرس طارق محمود يوسف الشوريجى (٢٠١١) سمات وأطر المعالجة الإخبارية لقضايا العالم الإسلامى فى التلفزيون المصرى ودورها فى تشكيل معرفة الجمهور واتجاهاته، سعت هذه الدراسة للتعرف على سمات وأطر المعالجة الإخبارية لقضايا العالم الإسلامى فى التلفزيون المصرى ودورها فى تشكيل معرفة الجمهور واتجاهاته ، من خلال دراسة العلاقة بين حجم تعرض الجمهور لأطر المعالجة الإخبارية لهذه القضايا ، من ناحية ، وإدراك الجمهور لبروز القضايا محل الدراسة وتقييمه لها وتبنيه للأطر التى توطنها التغطية الخبرية فى تناولها لهذه القضايا ، أى دراسة العملية التى يتم بمقتضاها تشكيل معرفة الجمهور واتجاهاته نحو قضايا العالم الإسلامى من قبل التلفزيون خلال فترة زمنية معينة واعتمدت الدراسة على نظرية تحليل الأطر الخبرية كإطار نظرى رئيسى للدراسة النتائج العامة للدراسة:توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج ، سواءً على مستوى سمات وخصائص المضمون الإخبارى الذى خضع للتحليل ، وأطر معالجة القضايا العالم الإسلامى ، أو على مستوى سمات تعرض الجمهور لهذا المضمون والعوامل المؤثرة فيه ومدى تبنيه أو قبوله لأطر معالجة قضايا العالم الإسلامى. اهتمت المعالجة الإخبارية بالتلفزيون المصرى بصفة عامة بقضايا العالم الإسلامى ، حيث جاءت هذه القضايا فى مقدمة القضايا التى تناولتها المعالجة بنسبة ٤٤% من إجمالى عينة الدراسات من النشرات والبرامج ، تلتها الأخبار المحلية بنسبة ٣٨.٥% من إجمالى عدد أخبار النشرات و ٤١% من إجمالى النشرات والبرامج معاً. تبين أن غالبية المبحوثين يشاهدون التلفزيون أكثر من أربعة أيام فى الأسبوع ( بنسبة ٨٠.٥% من عينة الدراسة) وأن أكثر من نصف هذه النسبة من المبحوثين (٤٤%) يشاهدون التلفزيون يومياً ، ويشاهد ثلاثة أرباع المبحوثين التلفزيون من ساعة إلى أقل من ٤ ساعات. وتأتى القنوات الفضائية المصرية الخاصة فى المرتبة الأولى بين القنوات التلفزيونية التى يشاهدها المبحوثون ، وجاءت قنوات التلفزيون المصرى - إجمالاً - فى المرتبة الثانية ،

وبعدها جاءت قناة الجزيرة الإخبارية. واحتلت القناة الأولى - عينة الدراسة التحليلية - مقدمة قنوات التليفزيون المصرى ،تلتها القناة المصرية الفضائية ، فقنوات تليفزيون النيل "NTN"، ثم قناة النيل للأخبار ، وبعدها القناة الثانية.

أما سلمى عبد المؤمن السيد عبداللاه (٢٠١١) فدرست القيم التى تعكسها برامج الأطفال والشباب فى القنوات الفضائية الدينية : دراسة مقارنة بين قناتى إقرأ وسات وقامت بإجراء ملاحظة علمية وحللت طبيعة المحتوى المقدم للأطفال والشباب من خلال القناتين من فبراير إلى مارس ٢٠٠٥ وشهرى مارس وإبريل ٢٠٠٨ ، وتبين أن الموضوعات الأخلاقية والشخصيات الإيجابية تأتى فى مقدمة الموضوعات التى اهتمت بها القناتان خلال فترة الدراسة. تبين أن نسبة الموضوعات الأخلاقيات والشخصية الإيجابية تأتى أولاً من إجمالى الموضوعات التى تقدمها قناة إقرأ مقابل ٧٧,٨٧% لقناة سات ٧ وجاءت الموضوعات العلمية فى المرتبة الثالثة للقناتين على حد سواء، بينما جاءت الموضوعات الاجتماعية فى الترتيب الرابع بين الموضوعات التى قدمتها إقرأ، فى حين جاءت فى الترتيب الثامن لقناة سات ٧ خلال فترتى الدراسة.

ودرست منى هاشم الصدقة (٢٠١١) دور القنوات الفضائية فى تشكيل اتجاهات المراهقين نحو القضايا الدينية حيث أجرت الباحثة دراسة ميدانية على عينة عشوائية منتظمة من ٤٠٠ مفردة من طلاب الفرقتين الأولى والثانية بجامعة عين شمس والزقازيق من مشاهدى القنوات الفضائية الإسلامية كما أجرت دراسة تحليلية على أربعة برامج من قناتى الرحمة والناس فى دورة إذاعية مايو يوليو ٢٠٠٩ ، وبينت النتائج ارتفاع معدل مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الإسلامية وأن أكثر القنوات التى يفضلها أفراد العينة الناس والرحمة وإقرأ وأن من أهم أسباب مشاهدة هذه القنوات أنها تقدم معلومات دينية وأن هذه القنوات تناقش قضايا دينية معاصرة.

ودرس عبدالحكم أبو حطب فى (٢٠١١) قارئية الشباب الجامعى للصحف الدينية الإسلامية: دراسة مسحية لعينة من طلاب جامعتى الأزهر والزقازيق واعتمدت الدراسة

على نظرية الاستخدامات والإشباعات حيث أجرى الباحث دراسة ميدانية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب جامعتى القاهرة والزقازيق وتبين أن نسبة ٨,٧% فقط لا تقرأ الصحف الدينية، وتبين أن الشباب يستفيدون من قراءة الصحف الدينية حيث طرحت قضايا وموضوعات تهم الشباب وأوجدت الحل المناسب لها بنسبة ٨٢,٥%، وتبين أن النوع ومكان الإقامة لا يؤثران على قراءة الشباب للصحف الدينية بينما تتأثر القراءة بكل من المستوى الاقتصادى ونوع التعليم عاما كان أم أزهريا.

أما عرفة عامر (٢٠١١) فدرس تحسين صورة الإسلام والمسلمين على الفضائيات الإسلامية خلال فترة التحول الديمقراطى العربى: دراسة ميدانية على طلبة الإعلام المصريين حيث أجرى دراسة ميدانية على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من طلاب الجامعات المصرية بالقاهرة والأزهر و٦ أكتوبر، وتبين أن ٢١,٥% من العينة لا يشاهدون الفضائيات الإسلامية، وعدد الطلاب بعض المحاور كأساليب لتحسين صورة الإسلام والمسلمين على الفضائيات مثل: أساليب تتصل بواقع عرض الإسلام لذاته وأساليب تتصل بواقع المسلمى وأساليب أخرى سياسية وثقافية ونفسية وتاريخية وإعلامية. تبين أيضا أن نسبة ١٣,٤% غير راضين عن عرض صورة الإسلام والمسلمين بالطريقة التى تعرضها الفضائيات، وتبين أيضا أن الجامعة التى ينتمى إليها المبحوث تؤثر على كثافة مشاهدة الفضائيات وكذلك النوع، كما تبين أيضا أن الجامعة التى ينتمى إليها المبحوث تؤثر على مستوى رضا معالجة الفضائيات لصورة الإسلام والمسلمين.

ودرس محمود عبدالعاطى مسلم (٢٠١٢) مدى اعتماد أئمة وخطباء المساجد على القنوات الفضائية الدينية الإسلامية كمصدر للمعلومات واستند الباحث فى دراسته على نظريتى الاستخدامات والإشباعات ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث أجريت دراسة ميدانية على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة من الأئمة وخطباء المساجد فى محافظتى القاهرة والجيزة وبينت نتائج الدراسة الاستخدام المرتفع والمتوسط للقنوات الفضائية بين عينة الأئمة والخطباء بنسبة ٩٢,٦٦% وجاءت قناة الناس فى المرتبة الاولى ثم الحافظ

والرسالة. غلب الاتجاه الإيجابي للعينة نحو القنوات الفضائية الإسلامية بنسبة ٥٩,٦٦% ثم المحايد ٣٥,٦٧% وأخيرا الاتجاه السلبي ٤,٦٦%، ولم ترض عن المعالجة التي تقدمها القنوات سوى نسبة ١٦,٦٦% في حين رضت النسبة الباقية عنها. تبين وجود فروق بين مفردات العينة حسب السن وكثافة المشاهدة والحرص على مشاهدة القنوات الدينية. لم تثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة دالة إحصائية بين السن وترتيب الإشباع التي تحققها مشاهدة العينة للبرامج، بينما وُجدت علاقة دالة إحصائية بين اعتماد العينة على القنوات الدينية وكل من المعرفية والوجدانية والسلوكية لمشاهدة القنوات الدينية.

ودرست مروة الصيفي (٢٠١٢) استخدام الأطفال للقنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمستوى المعلومات الدينية لديهم، واستعانت الباحثة بنظريتي الاستخدامات والإشباع وفجوة المعرفة كإطار نظري لدراستها حيث أجرت دراسة على عينة من ٤٠٠ مفردة من الأطفال في المرحلة الابتدائية والإعدادية من سن ٩ إلى ١٢ سنة من مشاهدي القنوات الفضائية الإسلامية في محافظات القاهرة والمنوفية وسوهاج ، وتبين أن ٢١,٨% فقط من الأطفال من ذوى التعرض المرتفع لهذه القنوات مقابل ٣٤,٥% من ذوى التعرض المتوسط في حين أن النسبة الأكبر ٤٣,٨% من الأطفال من ذوى التعرض المنخفض، كما تبين أن نسبة ٨٤% يشاهدون القنوات الفضائية الإسلامية مع الأسرة، وأن الأطفال يفضلون مشاهدة البرامج الحوارية بهذه القنوات مع العلماء والمشايخ بنسبة ٦٣,٣%، وتبين أن النوع لا يؤثر في معدل تعرض الأطفال لهذه القنوات بينما الطلاب في المدارس الخاصة أكثر تعرضا لهذه القنوات، وُجدت علاقة دالة إحصائية بين تعرض الأطفال لهذه القنوات والإشباع التي تحققها، بينما لم توجد نفس العلاقة بين معدل التعرض والمعلومات الدينية.

أما زينب محمد حامد حسن (٢٠١٢) فقد درست تأثير الاعتماد على الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية على معارف وسلوكيات الجمهور المصري، واستخدمت

الباحثة نظرية الاعتماد وحللت مضمون ثلاثة مواقع للإنترنت: إسلام أون لاين وإخوان أون لاين ودليل الشيعة، كما طبقت استبياناً على ٤٠٠ مفردة من مستخدمي الإنترنت فى مصر ودول عربية وأوروبية أخرى، وتبين للباحثة أن هذه المواقع أظهرت اهتماماً بالغاً بالسؤال والجواب كشكل يتم به معالجة القضايا الإسلامية، بينما لم يتم الاستفادة من إمكانيات الإنترنت، وتبين أيضاً أن هدف تواجد المواقع الإسلامية الرئيسى يُعد شرح مبادئ الإسلام والرد على تساؤلات الجمهور، وتبين أن أقوال العلماء والفقهاء تُعد المصدر الأول الذى تعتمد عليه مواقع الإنترنت فى التدليل على ما تُقدمه، وبالنسبة للجمهور تبين أن أهم أسباب تعرض الجمهور لهذه المواقع معرفة أخبار العالم الإسلامى فى المرتبة الأولى يليه معرفة الفتاوى الضرورية فى الحياة، كما وضحت الدراسة أن الإنترنت يتقدم غيره من الوسائل الإعلامية التى يثق فيها الجمهور للحصول على الفتاوى التى تهتمه ، وأجرت الباحثة تحليل مضمون على عينة من برامج لفتاوى من مايو حتى يوليو ٢٠١١ ودراسة على عينة من ٤٠٠ مفردة وتبين وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين دوافع الاعتماد على الفتاوى الدينية والتأثير الناتجة عن هذا الاعتماد وتبين أن الإناث يقدمون برامج الفتاوى أكثر من الذكور وأن مداخل الإقناع المستخدمة فى الرد على المتصلين دينية وعقلية بنسبة ٥٠,٥% وعاطفية ٢٦,١% وعلمية وصحية ١٩,٨%، كما تبين من مسح الجمهور أن ٨٨,٥% من الجمهور عينة الدراسة يشاهدون برامج الفتاوى

ودرست سهى فوزى أحمد (٢٠١٢) العلاقة بين اعتماد الجمهور المصرى على القنوات الفضائية الإسلامية ومستوى المعرفة الدينية لديهم حيث قامت الباحثة بعمل دراستين الأولى تحليل للمضمون لثلاث قنوات أزهرى واقرأ والرسالة فى دورة من فبراير وحتى إبريل ٢٠١١ وتبين أن معظم مقدمى البرامج من الذكور ٩٢,٣% وأن الضيوف الذكور أكثر من الإناث ٨٦,٤% وأن القضايا الدينية تم تناولها أولاً فى البرامج بنسبة ٥١% ثم السياسية والاجتماعية، والدراسة الثانية كانت على عينة من ٤٠٠ مفردة من الجمهور فى مدينة القاهرة الكبرى وتبين أن نسبة مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية بشكل مرتفع



٣٥,٨% وأن الجمهور يحصل على المعلومات الدينية من هذه القنوات بنسبة ٨٤% ، ويعتمد على هذه القنوات فى الحصول على المعرفة بدرجة كبيرة. تبين أيضا أن القنوات الدينية تقدم الخطاب الدينى بشكل صحيح وأن الجمهور يفضل برامج الحوار فى المرتبة الأولى بنسبة ٨٤,٣%. وُجدت أيضا علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين اعتماد امبحوثين على القنوات الدينية كمصدر للمعرفة الدينية ومتغيرات الاعتماد عليها.

ودرس محمد أحمد عبدالحفيظ أحمد (٢٠١٣) القيم الحضارية فى ضوء السنة النبوية والدراسة نظرية وتتبع أهمية البحث من غياب الكثير من أبناء الامة الاسلامية عما فى الاسلام من قيم حضارية دعا اليها القران والتقصير فى تناول هذه القيم وتطبيقها وتفعيلها فى واقعنا وبيان وتوضيح مكانه النبى ص ورفع رسالته لغير المسلمين واشتملت الدراسة على مقدمة لاهمية الموضوع وسبب اختياره ومنهج البحث الذى اعتمد على الاستدلال من التوجيه النبوى القولى بالالتزام بهذا الادب والهدى النبوى العملى وقد اشتملت الرسالة على اربعة ابواب جاءت على النحو التالى : الباب الاول عن القيم العلمية فى السنة النبوية وفيه خمسة فصول الاول منها عن الاسس العلمية فى العملية التعليمية التربوية التى ارتكز عليها الرسول ( ص ) والفصل الثانى تناول خصائص التعليم والتعلم من خلال منهج النبوة والفصل الثالث عن مقاصد العلم والفصل الرابع عن الابداع والابتكار والفصل الخامس عن اثر اتباع القيم العلمية على الفرد والمجتمع وتناول الباب الثانى القيم الاجتماعية واثرها فى السنة النبوية وتناول الفصل الاول منه مكونات المجتمع الاسلامى والفصل الثانى حقوق الانسان الاجتماعية وتناول الفصل الثالث منهج السنة النبوية فى ترسيخ القيم الاجتماعية فى النفوس اما الباب الثالث فتناول قيم الاتصال والاعلام فى السنة النبوية وتناول الفصل الاول منه مفهوم الاتصال والاعلام والفصل الثانى اسس الخطاب الاعلامى وقواعده والفصل الثالث عن اهداف الخطاب الاعلامى والفصل الرابع وسائل الخطاب الاعلامى وتناول الفصل الخامس حرية التعبير وادابها وتناول الباب الرابع القيم الاقتصادية فى السنة النبوية وقد توصلت الدراسة الى بعض النتائج منها : ان الاسلام فى ضوء ما جاءت به السنة النبوية لايفصل بين العلم

والاخلاق وقد ركزت السنة على اهمية العلم واخلاقياته ومسئولية العلماء حتى لا يكونوا كعلماء بنو اسرائيل الذين كانوا يامرون الناس وينسون انفسهم ، ان الإعلام الإسلامى تكمن أهميته فى كونه دين اعلامى فالاعلام اساس هذا الدين الذى تعبر منه هذه الرسالة الى الناس ، ان الاسلام حارب الشائعات وحث على مقاومتها وعدها جريمة ضد أمن المجتمع وسلامته ومروجها مجرم فى حق دينه ومجتمعه.

أما محمد مصطفى رفعت محرم عزت (٢٠١٣) فدرس اعتماد الشباب المصرى على المواقع الإسلامية العربية: دراسة مسحية وكيفية حيث أجرى دراسة ميدانية على عينة من الشباب قوامها ٤٠٠ مفردة من سن ١٨-٣٥ سنة، وشمل مجتمع الدراسة الكيفية بعض القائمين على شؤون المواقع الإسلامية وعددهم ١٢ مبحوثا من مديريين أو باحثين باستخدام عينة كرة الثلج. بينت نتائج الدراسة أن هناك قلة فى اهتمام الجهات الإسلامية بدعم وتدشين المواقع الإسلامية وتم تقديم بعض المقترحات لتطويرها، وتبين أن الجمهور يهتم بالموضوعات السياسية أولا ٧٧,٣٥ ثم بالموضوعات الدينية فى المرتبة الثانية بنسبة ٦١,٥% ثم الاقتصادية ٣٣,٣% وبالنسبة للخدمات التى تفضلها عينة الجمهور كانت فى المرتبة الأولى خدمة الفتاوى الدينية ٦٤% تليها خدمات التحميل للبرامج وبعض المواد ٥٣% وقدمت العينة الميدانية أيضا العديد من المقترحات لتطوير المواقع.

ودرس كريسيتين بدوى أمين (٢٠١٣) دور الخطاب الدينى بالقنوات المسيحية العربية فى التنقيف الدينى لدى الشباب المسيحى المصرى حيث أجرت تحليل مضمون على عينة من برامج تذاع فى قناتين مسيحييتين CTV وقناة أغابى وأجرت دراسة ميدانية على عينة من ٤٠٠ مفردة من الشباب المسيحى فى محافظات القاهرة والمنوفية وأسيوط وتبين ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات المسيحية ٧١,٦% دائما و ٢٦,٥% أحيانا، واحتلت هاتين القناتين قائمة تفضيل عينة الدراسة بالنسبة لقائمة المصادر التى يعتمد عليها الشباب المسيحى فى التنقيف الدينى، وبالنسبة لدوافع التعرض جاء التزود بالمعلومات الدينية فى المرتبة الاولى ٦٠,٣%.

أما منى سمير (٢٠١٤) فدرست دور الخطاب الدينى الإسلامى فى القنوات الفضائية فى تنمية الوعى الدينى لدى الشباب الجامعى واستخدمت منهج المسح بشقيه التحليلى على عينة من البرامج المقدمة بقناتى الحافظ والناس لمدة ثلاثة شهور والميدانى على عينة من ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعى، وتبين أن ٨١% من العينة يشاهدون هذه القنوات أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب للبرامج الدينية وذات المضمون السياسى على القنوات والوعى السياسى بأبعاده المختلفة ( المعرفة السياسية والنشاط السياسى والاهتمام السياسى

ودرست يسرا محمود صبيح (٢٠١٤) المواقع الالكترونية للدعاه العرب على شبكة الإنترنت وهدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة المواقع الشخصية للدعاه العرب والتعرف على القضايا والموضوعات والأفكار الرئيسية التى يعرضها الدعاه فى مواقعهم والتعرف على الأطر المرجعية التى استند إليها الدعاه فى خطابهم الدينى والتعرف على التأثير المعرفى والسلوكى والوجدانى الذى يحدث للمبحوثين جراء تعرضهم لمواقع الإسلاميين، تم اختيار العينة من خلال موقع اليكسا العالمى وبطريقة انتقائية لأشهر المواقع للدعاه العرب وهم عمرو خالد وسلمان العودة وراتب النابلسى ، وتم استخدام أداة تحليل المضمون فى الخطاب لتلك المواقع خلال الفترة من ٢٠١٣/٣/١ وحتى ٢٠١٣/٥/٣١ بواقع ثلاث دورات حيث تعد الدورة على مواقع التواصل كل شهر ومن خلال استمارة استبيان تم تطبيقها على ٢٠٠ مفردة من مستخدمي الشبكات ومواقع الدعاه من المقيمين بمحافظة القاهرة الكبرى ( القاهرة والجيزة والقليوبية ) . وكانت أهم نتائج الدراسة : اعتمد الدعاه على التقرير الصحفى بنسبة ٢٩.٩% والمقال بنسبة ٢٦.٩% نسبة ٨١.٦% من الموضوعات والقضايا فى المواقع الإسلامية الدعوية موجهة إلى الجمهور العام ، كما خلصت الدراسة إلى أن نسبة تعرض الذكور للمواقع الإسلامية بلغت ٥٨% والإناث ٤٢% والفئة العمرية من ٢٠ : ٣٠ فى المرتبة الأولى ٤٤.٥%، ثم الفئة من ٣٠ : ٤٠ بنسبة ٣٧.٥% وأن القرآن الكريم فى مقدمة المضامين التى

يحرص المبحوث على متابعتها بنسبة ٦٣%. ثم الخطب والدروس بنسبة ٥٦% فالفتاوى بأنواعها ٥٤.٥% ثم الأحاديث الشريفة بنسبة ٥٢%. ولم تستخدم أى نظرية علمية.

ودرست هبة محمد عفت خطاب (٢٠١٤) دور الدراما التى يقدمها التلفزيون المصرى فى نشر ثقافة التسامح الدينى بين المواطنين المصريين باستخدام نظرية الغرس، حيث قامت الباحثة فى دراستها بتحليل مضمون عينة عمدية من الأفلام والمسلسلات التى تناولت العلاقة بين المسلمين والمسيحيين والتى تم عرضها فى الفترة من أول يناير ٢٠١٢ وحتى ٣١ مايو ٢٠١٢، وأجرت دراسة مسحية على ٤٠٠ مفردة من القاهرة والمنوفية، وبينت النتائج أن الموقف من التسامح الدينى مع الآخر فى الدراما يأتى فى المرتبة الاولى من حيث التأييد بنسبة ٥٠,٧% وجاءت الشخصيات الإيجابية المتسامحة فى المرتبة الأولى بنسبة ٢٨,٢%، ووجدت الباحثة أن نسبة ٦٥,١% من المبحوثين يحرصون على مشاهدة الدراما التى تتناول العلاقة بين المسلمين والمسيحيين، وتبين أنه لا توجد علاقة ارتباط طردية موجبة بين كثافة التعرض للدراما المقدمة عن التسامح الدينى والتسامح الدينى لدى المبحوثين.

أما السيد عبد السلام الشاذلى (٢٠١٤) فدرس دور برامج القنوات الفضائية الدينية المصرية فى تعلم قراءة القرآن الكريم للمرحلة العمرية (٤ - ٦) سنوات . تم مسح عينة من القنوات الدينية التى تقدمها القنوات الفضائية. وقام الباحث بسحب عينة عشوائية قوامها (١٣٠) مبحوث، وتقسّم بأسلوب التوزيع المتساوى على أولياء الأمور للأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية الدينية. تبين ارتفاع معدل مشاهدة المبحوثين الأطفال عينة الدراسة للقنوات الفضائية الدينية، فيشاهد ٤٣.١% منهم هذه القنوات بصفة دائمة، ويشاهدها ٥٦.٩% أحياناً ارتفاع مشاهدة المبحوثين برامج تعلم قراءة القرآن الكريم فى القنوات الفضائية الدينية، فيشاهد ٤٧.٦% منهم هذه البرامج بصفة دائمة، ويشاهدها ٤٩.٢% أحياناً، ويشاهدها ٣.١% من المبحوثين نادراً . جاءت قناة (الفتح) فى مقدمة القنوات الفضائية الدينية التى يفضل الأطفال مشاهدتها من وجهة نظر المبحوثين،

فيشاهدها ٨٦.١٥% منهم؛ ويشاهد ٧٩.٢٣% قناة (أمجاد)، ويشاهد ٧٩.٢٣% قناة (اقرأ)، في حين يشاهد ٤٥.٣٨% قناة (طيور الجنة)، ويشاهد ٣٣.٨٥% قناة (قرآن تايم)، ويشاهد ٣١.٥٤% قناة (كراميش)، ويشاهد ٢٦.١٥% قناة (نور الحكمة)، ويشاهد ٢٥.٣٨% قناة (المجد للأطفال)، ويشاهد ٢٢.٣١% قناة (المجد للقرآن الكريم).

ودرست أمل السيد عبد الحكم صقر (٢٠١٤) القيم الدينية المتضمنة في مواقع الأطفال الإلكترونية. تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج المسح بأداة تحليل المضمون. وتتمثل عينة الدراسة في ثلاثة مواقع هي: (الفتاح، كيدز دوت جو، بنين وبنات) في الفترة من ٢٠١١ إلى ٢٠١٤. أهم نتائج الدراسة: جاءت القيم الدينية في الترتيب الأول من بين باقي القيم التي قدمت في مواقع الأطفال الإلكترونية بنسبة ٥٩,١٦%، تلتها القيم الاجتماعية في الترتيب الثاني بنسبة ٥٢,٥%، ثم القيم الوجدانية في الترتيب الثالث بنسبة ٢٥,٨%. وبالنسبة لترتيب القيم الدينية، فكان كالتالي: في العبادات: جاءت الصلاة في الترتيب الأول بنسبة ٧.٥% من إجمالي القيم الدينية، وفي الترتيب الثاني جاء الصوم بنسبة ٥.٨%، وفي الترتيب الثالث جاءت الزكاة بنسبة ٢.٥% وفي العقائد: جاء الإيمان بالله في الترتيب الأول بنسبة ٢١.٧%، وجاء الإيمان باليوم الآخر في الترتيب الثاني بنسبة ١٤.٢%، وجاء الإيمان بالرسول في الترتيب الثالث بنسبة ١٢.٥%. وفي المعاملات: جاءت قيمة الاعتراف بالخطأ في المقدمة بنسبة ١٣,٣%، ثم الإحسان إلى الناس في المرتبة الثانية بنسبة ١١,٧%، ثم العدل في المرتبة الثالثة بنسبة ١١,٦%، ثم الصدق في المرتبة الرابعة بنسبة ١٠,٨%، ثم بر الوالدين في المرتبة الخامسة بنسبة ١٠%. أما عن مصادر الاستشهاد التي قدمت من خلالها القيم الدينية في مواقع الأطفال الإلكترونية محل الدراسة، فجاء الاستشهاد بالأمثال الشعبية والحكم في الترتيب الأول بنسبة ١٧,٢%، ثم فعل الخير في الترتيب الثاني بنسبة ١٥%، ثم التجارب الشخصية والشعر في الترتيب الثالث بنسبة ١٤.٢%

ودرست مها أحمد عبد العظيم (٢٠١٤) اتجاهات طالبات الجامعات الإسلامية نحو استخدام المواقع الإسلامية على شبكة الانترنت دراسة ميدانية مقارنة بين جامعة الأزهر والامام محمد بن سعود ، وقد استهدفت الدراسة الحالية التعرف على اتجاهات الطالبات الدارسات بالجامعات الإسلامية المصرية والسعودية نحو استخدامهم للمواقع الإسلامية للتأكيد على الاستخدام المتخصص من قبلهن لهذه المواقع وتنتمي هذه الدراسات الى الدراسة الوصفية وطبقت على عينة من ٤٠٠ مفردة باستخدام استمارة الاستقصاء وكانت اهم النتائج للدراسة هي وجود فروق دالة احصائية بين الطالبات عينة الدراسة فى تصفح الانترنت لصالح المصريات ، عدم وجود فروق بين السعوديات والمصريات فى مصادر المعرفة الدينية المتعلقة بالكتب الدينية والمحاضرات الدينية بينما كانت هناك فروقا معنوية بين المجموعتين لصالح المصريات فيما يخص مصادر المعرفة المتعلقة بالقنوات الفضائية المصرية - اذاعة القران الكريم - الصحف الإسلامية - المواقع الإسلامية وعكست النتائج اهم القضايا المستفاه من المواقع وكانت ( الفتاوى - الحجاب - الاحكام الفقهية - الرد على الشيعة).

ودرس محمد أبو العلا (٢٠١٤) انتشار الشائعات فى المجتمع المصرى بعد فترة التحول الديمقراطى ٢٠١١ وكيفية مواجهتها من منظور إسلامى حيث أجرى دراسته على عينة من طلاب خمس جامعات مصرية بلغ قوامها ٤٥٨ مفردة واستبعد منها ٤٢ استمارة، وبينت نتائج الدراسة أن مصدر الشائعات الأكبر من وجهة نظر الطلاب كان لوسائل إعلام الإخوان بنسبة ٧٧,١% ثم لوسائل الإعلام الخارجية بنسبة ٥٠,٤% ثم لوسائل الإعلام القومية بنسبة ٤٩,٨%. بينت نتائج الدراسة أيضا كيفية حماية المجتمع من أضرار الشائعات عن طريق: متابعة الشائعة ومحاربتها فى مهدها ٨١% ثم تصريح المسؤولين بالمعلومات الصحيحة ثم مواجهة الشائعات بشائعات أخرى، كما تبين أيضا وجود علاقة دالة إحصائية بين انتشار الشائعات والمسؤول عن انتشارها من وسائل إعلامية مختلفة.

أما عبدالرازى البلوشى وإبراهيم السعيد (٢٠١٤) فدرسا ٢٠١٤ اعتماد ممارسى العلاقات العامة على وسائل التواصل الاجتماعى للإعلام عن أنشطة المؤسسات الإسلامية الدعوية فى مصر والسعودية: دراسة ميدانية، وتم استخدام نظرية الاعتماد ومنهج المسح والمنهج المقارن حيث أجريت الدراسة على عينة من المؤسسات الدعوية فى مصر والسعودية بلغت أربع مؤسسات وعينة من ممارسى العلاقات العامة بالمؤسسات المختارة بالدولتين بلغ قوامها ١٢٠ مفردة، وبينت نتائج الدراسة أن ٩٣,٣% من ممارسى العلاقات العامة بالمؤسستين الدعويتين فى السعودية يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعى مقارنة بنسبة ٨٦,٧% من نظرائهم فى مصر، وأسباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعى أنها تصل لجمهور أكبر لإيصال قضاياهم الدعوية للناس كالإيمان بالله والقضايا الأخلاقية والقضايا المتعلقة بالرسول، وتبين وجود علاقة دالة إحصائية بين نوعية الفئات المستهدفة من الجمهور (جمهور العامة من الناس وجمهور المسلمون فى الخارج) والمؤسسات الدعوية.

درست إنجى سامى (٢٠١٥) تحليل صورة الإسلام السياسى فى الكاريكاتور واستخدمت منهج المسح بشقيه التحليلى والميدانى حيث قامت بتحليل مضمون سيميولوجى لعينة من رسوم الكاريكاتور قوامها ١٠٠٤ كاريكاتور تناولت بالنقد جماعات الإسلام السياسى فى عينة عمدية من كل من الصحف الورقية (الأخبار والوفد والمصرى اليوم) والصحف الإلكترونية (جريدة شباب مصر الجديدة وجريدة المصريون) وموقع الفيسبوك خلال عامى ٢٠١٢ و٢٠١٣، فى حين كانت الدراسة الميدانية على عينة عشوائية متاحة من الجمهور المصرى بلغ قوامها ٤٠٠ مفردة. استخدمت الباحثة مدخل الصورة النمطية ومدخل التحليل الثقافى. بينت نتائج الدراسة أن معظم الرسوم التى تناولت الإسلام السياسى تناولت بالنقد اللاذع والسخرية الواضحة تلك التيارات والأفراد التى ينتمون إليها باستثناء صحيفة الأخبار التى بدأ بها مصطفى حسين برسومات تشجع الرئيس محمد مرسى وتحثه على بناء مصر الحديثة ولكنه لم يستمر وتغير، أما عمرو سليم فتناول برسوماته الباكية حال مصر، وظهرت الرسوم الكاريكاتورية فى الجرائد الإلكترونية بشكل

جديد ابتدعه عادل جرجس دمج بين الكاريكاتور والجرافيتى وأسماه الجرافيكاتور. بينت الدراسة أن اتجاه معظم رسامى الكاريكاتور كان سلبيا. بينت نتائج الدراسة الميدانية أن الانتماء لحركة سياسية معينة وعمر المبحوث لهما أثر على إجابات المبحوث، وذكر المبحوثون أن أهم ما يميز الكاريكاتور فى الصحف الإلكترونية أمكانية التعليق والإعجاب والمشاركة وذكرت نسبة ٣٧% من المبحوثين أن الكاريكاتور من أهم أسباب تكوين صورة سلبية حول الإسلام السياسى لأنه فن ساخر ينتقد الواقع، فى حين ذكرت نسبة ٣٣,٣% أن الكاريكاتور يعكس صورة ذهنية سيئة للإسلام السياسى.

ودرست نسمة محمد محمد ابراهيم (٢٠١٥) معالجة القنوات الفضائية الاسلامية للاحداث السياسية بعد ثورة ٢٥ يناير. تم إجراء دراستين الأولى تحليلية على برنامج مع الشباب بقناة الرحمة وبرنامج مباشر من القاهرة بقناة أزهرى ودراسة ميدانية على ٤٥٠ مفردة من الشباب الجامعى بجامعة الأزهر لتمثل التعليم الدينى وجامعة المنصورة لتمثل التعليم الحكومى وجامعة الدلتا لتمثل التعليم الخاص. تبين ارتفاع معدلات مشاهدة القنوات الاسلامية ، حيث بلغ نسبة من يشاهدونها ٨٩.٣% من عينة الدراسة ، موزعة ما بين من يشاهدونها دائما بنسبة ٢٦.٧% ، ومن يشاهدونها دائما ٦٢.٧% ، فى حين ذكر ١٠.٧% من أفراد العينة لا يشاهدون القنوات الفضائية الاسلامية. أشارت الدراسة إلى أن نسبة ٢٩.٦% من أفراد العينة يتابعوا الأحداث والقضايا السياسية على القنوات الفضائية الإسلامية ، ونسبة ٤٩.٣% منهم يتابعونها أحيانا، ونسبة ٢١.١% منهم لا يتابعونها. أوضحت الدراسة أن نسبة ٢١.٨% من أفراد العينة تأثرت اتجاهاتهم نحو الأحداث والقضايا السياسية التى شاهدتها على القنوات الفضائية الإسلامية، ونسبة ٥٣.٩% منهم تأثرت اتجاهاتهم نحو الأحداث والقضايا السياسية إلى حد ما، ونسبة ٢٤.٣% منهم لم تتأثر اتجاهاتهم نحو الأحداث والقضايا السياسية. أوضحت الدراسة أن لأنها تقدم المعلومات والمعارف بشكل مبسط ، كانت فى مقدمة أسباب حرص المشاهدين على متابعة القنوات الفضائية الإسلامية ، حيث جاء فى الترتيب الأول بنسبة ٥١.٥% ، وجاء سبب عدم ثقته فى مصداقية وسائل الإعلام الأخرى فى الترتيب الثانى



بنسبة ٤٣.٨% ، وجاء سبب لمكانة وتميز الشخصيات التي تستضيفها البرامج فى الترتيب الثالث بنسبة، ٤٣.٨% لموضوعية المعالجة للقضايا المطروحة السبب الرابع بنسبة ٤٢.٥% وهذا يشير إلى رؤية عينة الدراسة أن حرصهم على متابعة هذه القنوات يرجع بصفة عامة الى المضمون البرامجى لهذه القنوات والمتمثل فى ضيوف البرامج والموضوعات المطروحة والمعلومات والمعارف التى تقدمها ، ويشير أيضاً الى رؤية المبحوثين الى ضعف هذه القنوات على المستوى الفنى والبرامجى حيث جاءت أسباب : المستوى الحوارى الجيد لمقدمى البرامج وثقافتهم ، والعرض الشيق للبرامج ، وتوقيت إذاعة البرامج مناسبة فى مؤخرة أسباب حرص عينة الدراسة على متابعة القنوات الإسلامية. تشير الدراسة إلى أن نسبة ٣٢.٤% من الاستمالات المستخدمة فى عرض القضايا برنامج مباشر من القاهرة بقناة أزهرى عاطفية وعقلية معا لتحتل المرتبة الاولى، ونسبة ٣١.٤% منها استمالات عاطفية لتأتى فى المرتبة الثانية ، ونسبة ٢١.٦% منها استمالات عقلية لتحتل المرتبة الثالثة، ونسبة ١٤.٧% منها غير واضحة. بينما تمثلت نسبة ٤٠.٧% من الاستمالات المستخدمة فى عرض القضايا ببرنامج مع الشباب بقناة الرحمة عاطفية وعقلية معا، ونسبة ٢٠.٩% منها غير واضح الاستمالات المستخدمة ، ونسبة ٢٠.٩% منها عقلية ونسبة ١٧.٤% منها استمالات عاطفية.

أما يمنى عاطف (٢٠١٥) فدرست السياسات الإعلامية للقنوات الفضائية الدينية وعلاقتها بمعالجة القضايا الوطنية فى مصر. استخدمت الباحثة أطرا نظرية مختلفة كما استخدمت تحليل الخطاب لعينة من قنوات إسلامية سنوية معتدلة ووسطية ومتشددة وقنوات مسيحية أيضا فى الفترة من أبريل وحتى آخر يونيو ٢٠١٣ وأجرت استبيانا على عينة من قادة الرأى الإسلاميين قوامها ٣٩ مفردة و ١٩ من قادة الرأى المسيحيين، وبينت نتائج الدراسة أن المؤسسات الدينية الرسمية الإسلامية والمسيحية تتجه للاستعانة برجال الدين من الشباب على السواء، وأنه لا يوجد فرق بين قادة الرأى من الدينين فى أهمية بعض القضايا الدينية بالنسبة للقنوات الفضائية، وتبين اهتمام الفضائيات الدينية الإسلامية والمسيحية بقضية الوحدة الوطنية كوضع أساس للمناقشة، ووجد اتفاق نسبي بين قادة

الرأى على ضرورة ارتباط أجندة القنوات بقضايا المواطنة والعلاقة بين أصحاب الأديان المختلفة، وتبين أيضا غموض سياسات الفضائيات الدينية بشكل عام حيث اتفق أفراد العينة على عدم معرفتهم بسياسات الفضائيات الدينية بشكل كاف.

ودرس باكينام غراب (٢٠١٥) خطاب صحافة التيارات الدينية فى مصر تجاه قضايا الديمقراطية وحقوق الإنسان حيث حلت مضمون صحف متعددة تمثل تيارات دينية متعددة وشملت عقيدتى الحرية والعدالة والنور الجديد والرحمة ووطنى من سبتمبر ٢٠١١ وحتى سبتمبر ٢٠١٣ واستخدمت منهج المسح والمنهج المقارن وأساليب التحليل الكمى والكيفى للخطاب الصحفى بالاعتماد على أدوات مسار البرهنة والقوى الفاعلة والأطر المرجعية مستخدمة مدخل التحليل الثقافى، وتوصلت الباحثة إلى ان هناك اختلافا فى الاهتمام بقضايا الديمقراطية وحقوق الإنسان المدنية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية فى الصحف عينة الدراسة. تبين أيضا أن الصحف المعبرة عن التيار السلفى اختلفت فيما بينها فيما يتعلق بطبيعة نظرة القوى المالكة لها طبقا لمفهومها عن الصحافة وطبيعتها ودورها فى المجتمع وتراوحت بين الانفتاح والجمود، أما اهم القوى الفاعلة فكانت القوى السياسية المعارضة للتيار الإسلامى وجماعة الإخوان المسلمون والتيارات الإسلامية والسلطة السياسية المصرية والرئيس مبارك والرئيس محمد مرسى والشعب المصري.

أما محمد رشاد عوض الله أحمد (٢٠١٥) فدرس علاقة العوامل الدلالية والمعرفية بآليات تلقى القراء لخطاب الدولة الدينية والدولة المدنية بصحف الأحزاب الدينية، حيث أجرى الباحث دراسة تحليل مضمون على جرائد الحرية والعدالة والمصريون والنور الجديد والفتح، وأجرى دراسة تجريبية على ١٨٠ طالبا من كلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، وتبين ثبوت الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائيا بين درجة فهم وتفسير المبحوث للمتغيرات الدلالية فى مادة الرأى محل التطبيق وفقا لمستوى الخلفية المعرفية واختلاف تناول الحقول الدلالية المختلفة بين صحف الدراسة سواء فى حقل الدولة الدينية

أو حقل الدولة المدنية، وتم رفض الفرض القائل بأنه توجد فروق دالة بين المبحوثين في فهم وتفسير مادة الرأى لصالح المجموعة التجريبية وفقا لمتغيرات البناء ( كثافة المعلومات) واللغة ( انخفاض نسبة الصفات والأفعال فى النص ) والمعالجة ( عرض النص من وجهة نظر واحدة ).

ودرست ريهام سامى حسين يوسف (٢٠١٥) دور التلفزيون و المواقع الاجتماعية فى تشكيل إتجاهات الرأى العام نحو الجماعات الإسلامية، استخدمت الباحثة نظرية الأطروقات بعمل تحليل مضمون لجميع الفترات الإخبارية من فترة السابعة إلى العاشرة مساء فى قناتى الحياة ١ والجزيرة مباشر مصرمن ٣١ أغسطس وحتى ٣١ أكتوبر ٢٠١٣، وأجرت دراسة ميدانية على عينة من ٤٠٠ مفردة من مستخدمى الفيسبوك فى مصر، وبينت النتائج أن الشكل الخبرى يأتى فى المرتبة الأولى فى تناول قضايا الجماعات الإسلامية بنسبة ٥١,٤% ثم البث الحى بنسبة ٢٥,٤% ، وتبين ان ٤٢,٦% من المبحوثين يشاهدون البرامج الإخبارية، وثبت وجود علاقة دالة إحصائيا بين كثافة مشاهدة القنوات وتأثيرات الأطر فيما يتعلق بقضايا جماعة الإخوان المسلمين.

أما الشيماء محمد أحمد حسن طه (٢٠١٥) فدرست تعرض المراهقين للصفحات الإسلامية على "الفيس بوك" وعلاقته بإكسابهم المعلومات الدينية. تم تحليل صفحة "من كان آخر كلامه لا إله الا الله دخل الجنة ٢"، و صفحة "المصحف الجامع"، و صفحة "Islam Question and Answer" موقع الإسلام سؤال وجواب "فى الفترة من ٢٠/٤/٢٠١٥ إلى ١٧/٦/٢٠١٥ ميلاديا، والتي توافق هجريا من أول شهر رجب إلى آخر شهر شعبان ١٤٣٦ . وأجريت دراسة ميدانية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الطلاب "ذكور - إناث" (٢٠٠) جامعة عين شمس، (٢٠٠) جامعة ٦ أكتوبر. أدوات الدراسة :استمارة استبيان : استمارة تحليل المضمون، نتائج الدراسة:أهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج :أن اللغة العربية جاءت فى مقدمة اللغات التى يتم استخدامها فى نشر المعلومات عبر صفحات عينة الدراسة بنسبة بلغت (٩٣.٤%)، تليها اللغة العربية

والإنجليزية معاً بنسبة بلغت (٥,٢ %). (أن المنشور بدون صورة تصدر الأشكال التى تنشر بها المعلومات الدينية فى الصفحات عينة الدراسة بنسبة بلغت (٣٨.٤%)، يليها المنشور بصورة بنسبة بلغت (٣٧.٢%)، يليها مقطع الفيديو نقلاً عن الانترنت بنسبة (١٥.٦%).

ودرس محمد حسام الدين إسماعيل (٢٠١٥) صورة العالم الإسلامى فى الكاريكاتور الروسى: دراسة فى التحليل السيميولوجى والثقافى من ٢٠١١ إلى ٢٠١٥ واستخدم الباحث دراسة الحالة والمنهج المسحى حيث حلل مضمون رسوم الكاريكاتور لأشهر رسامين بالصحف الروسية وهما سيرجى تابونينوسيرجى إلكين من ٢٠١١ وحتى ٢٠١٥ بصحيفة كومرسانت إضافة إلى رسوم ثلاثة رسامين آخرين وبلغ مجموع الرسوم ١٠٢ وبينت نتائج الدراسة أن هناك بعض الأفكار فى الكاريكاتور الروسى عن العالم الإسلامى كتخلف المسلمين وأن الإرهاب مكون أساسى لدينهم، وأحياناً تظهر المرأة المسلمة كمعوق لحرية المرأة فى العالم، وتركزت فكرة الاستعارات على خطر المسلمين على الحضارة الغربية وكيفية مواجهة الخطر الإسلامى الذى يتغذى بالإسلام.

أما نوران السيد محمد منصور (٢٠١٥) فدرست تجسيد الشخصيات الدينية فى الدراما الإيرانية وعلاقته بصورتهم الذهنية لديهم. طبقت الدراسة التحليلية على عينة من الدراما الإيرانية التى جسدت الشخصيات الدينية، كما طبقت الدراسة الميدانية على عينة عشوائية طبقية من المراهقين بمحافظة القاهرة قوامها ٤٠٠ مفردة (ذكور/ إناث). ولقد بينت نتائج الدراسة التحليلية: أنه جاءت طبيعة الشخصية (نبى أو رسول) فى مقدمة طبيعة الشخصية الدينية الرئيسية بنسبة بلغت ٤٥.٢٦% من الأفلام والمسلسلات عينة الدراسة، تلتها (ابن نبى) فى المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٢.١١%، ثم (صحابي) بنسبة بلغت ٢٠.٤٢%، وأخيراً جاء (أم نبى) بنسبة بلغت ١٢.٢١%. جسدت الشخصية الدينية الرئيسية فى شكل (شخص كامل طبيعى) بنسبة مرتفعة بلغت ٩٦%، ثم فى شكل (شخص طبيعى مخفى الوجه) بنسبة بلغت ٤%. جاءت الدراما (الدينية) فى مقدمة نوعية

الأفلام والمسلسلات الإيرانية المدبلجة التي يفضلها المبحوثين بالقنوات الفضائية من وجهة نظر المبحوثين بنسبة بلغت ٥٨.٦%، بينما جاءت التاريخية بنسبة بلغت ٢٤.١%، إن ٨٣% من المبحوثين يرفضون تجسيد و ظهور الشخصيات الدينية (الأنبياء - الصحابة) في الدراما الإيرانية، بينما ٩.٩% منهم محايدون، وفي المقابل نجد ٦.٧% منهم يوافقون على تجسيد و ظهور الشخصيات الدينية إن ٧٢.٢% من المبحوثين لا يعتقدون بأن الشخصيات الدينية المقدمة في الدراما الإيرانية هي شخصيات قريبة من الشخصيات الحقيقية، بينما ٢٢.٥% منهم محايدون، وفي المقابل نجد ٥.٣% منهم يعتقدون بأن الشخصيات الدينية المقدمة في الدراما الإيرانية هي شخصيات قريبة من الشخصيات الحقيقية.

أما دعاء مجاهد (٢٠١٦) فدرست تأثير تناول وسائل الإعلام الجديدة للفتاوى الدينية على اتجاهات الجمهور المصري نحوها حيث أجرت دراسة ميدانية على عشوائية طبقية قوامها ٤٠٤ مفردة من سكان القاهرة الكبرى وتبين أن هناك قنوات فضائية دينية تحظى بثقة الجمهور بنسبة ٣٨,٨% وجاءت الفتاوى السياسية المثيرة للجدل من وجهة نظر المبحوثين بنسبة ٥٠% تليها الدينية بنسبة ٣١,٢%. رأت نسبة ٧٠% أن الفضائيات الدينية تسببت في ظهور دعاة جدد يمكن للجمهور اللجوء إليهم للفتوي.

ودرست نهال عمر الفاروق (٢٠١٦) كيفية توظيف الخطابين السياسى والدينى بالفضائيات الشيعية لاساليب الدعاية فى الترويج للقوى والايديولوجية الشيعية ودراسة اتجاهات الجمهور المصرى السنى نحو هذه القنوات وكيفية تعامله مع خطابها بالاضافة الى التعرف على رؤية النخبة المتخصصة فى الاعلام والشئون الدينية والسياسية لتلك القنوات وذلك من خلال ثلاث دراسات : دراسة تحليلية للخطابين السياسى والدينى بقنوات كربلاء والانوار والعالم والمنار ودراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصرى السنى قوامها ١٠٠ مفردة ودراسة على عينة من النخبة المتخصصة قوامها ١٨ مفردة واستخدمت الدراسة نظرية التنافر المعرفى ، ودرست أساليب الدعاية فى الخطاب الشيعى

فى القنوات الفضائية واشتملت الدراسة على أربعة محاور رئيسة شملت تحليل الخطابين الدينى والسياسى بالفضائيات الشيعية ودراسة علاقة الجمهور المصرى السننى بها، وتقييم النخبة المصرية المتخصصة لها ، وتناولت تحليل الخطاب الدعائى المقدم فى قنوات كربلاء والأنوار والمنار والعالم لمدة شهر، وكان من أهم نتائج الدراسة تشويه تلك الفضائيات لصورة الإسلام من خلال دعايتها الهجومية ضد صحابة النبى صلى الله عليه وسلم وهم خيرة هذه الأمة والجيل الذى حمل راية هذا الدين، حيث أمعن الخطاب الشيعى بتلك الفضائيات فى سب الصحابة رضوان الله عليهم وتكفيرهم وتقديمهم كمجموعة من الشخصيات المتصارعة والمتآمرة، واستخدم الخطاب أبشع ألوان السب والقذف بحقهم رضى الله عنهم وأرضاهم، كما أثبتت الدراسة تبنى الفضائيات الشيعية لخطاب الكراهية ضد السنة من خلال تكفيرهم وتسميتهم "بأعداء آل البيت" وتقديم المذهب السننى من خلال ثنائية الأنا والآخر للحط من شأن أهل السنة والجماعة، كما قدم الخطاب السياسى السنة كمجموعات إرهابية تثير الفوضى والعنف فى المنطقة العربية وتمارس الظلم بحق الشيعة "المظلومين" دائماً وفقاً لخطاب تلك القنوات، حيث تصدر طرح " الحرب ضد الإرهاب السننى" قائمة أطروحات معالجة الخطاب لغالبية القضايا السياسية محل الدراسة ، وكان من أهم النتائج الصادمة فى الدراسة إعلاء الخطاب من شأن أئمة الشيعة الإثنى عشر على النبى صلى الله عليه وسلم وهو ما يعد مخالفة صريحة للعقيدة الإسلامية، فقد تم تقديم النبى صلى الله عليه وسلم فى أغلب البرامج كقوة غير فاعلة فى الشأن الإسلامى على نقيض أئمة الشيعة الذين تصدروا القوى الفاعلة الإيجابية فى الشأن الإسلامى ، وقد جاءت هذه الدراسة لتتسلف مزاعم الشيعة بشأن فاعلية فضائياتهم التبشيرية وقوتها، وتروجهم لدور هذه القنوات فى تشييع أهل السنة والجماعة؛ حيث أثبتت الدراسة إنخفاض نسبة مشاهدة الجمهور المصرى السننى لهذه القنوات وضعف تأثيرها عليه، حيث انخفضت نسبة التتافر المعرفى والتذبذب الفكرى الذى يتعرض له الجمهور نتيجة مشاهدة هذه القنوات ، وكان دافع الفضول هو أهم دوافع مشاهدة الجمهور لها، كما أرجع البعض مشاهدته للفضائيات

الشيعة لرغبته في السخرية من الشيعة وهم يمارسون طقوس اللطم في عاشوراء وغيرها من المناسبات الشيعية.

ودرست هنية محمود عبد السلام (٢٠١٦) صورة المؤسسات والتيارات الإسلامية كما تعكسها الصحافة المصرية دراسة تطبيقية وتتمثل أهمية الدراسة في رصد معالجة الصحافة المصرية لصورة المؤسسات والتيارات الإسلامية من خلال تحليل المادة الصحفية المتعلقة بشئون هذه المؤسسات وتتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية. وتسعى الدراسة إلى إلقاء الضوء على سمات صورة المؤسسات والتيارات الإسلامية بمصر في الصحافة المصرية وتتمثل عينة الدراسة في ٤٠٠ مفردة من الجمهور العام ونحو ٦٠٧٨ مادة صحفية باستخدام تحليل المضمون وصحيفة الاستبيان من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام وأهم نتائج الدراسة أن درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة شئون المؤسسات والتيارات الإسلامية. وجاءت مؤسسة الأزهر في المرتبة الأولى، ثم جماعة الإخوان ووزارة الأوقاف، ثم التيار السلفي واختلفت صورة الأزهر في كل من الصحف إيجابية ٨٧.٧% والجمهور ١٩.٧% وجاء اهتمام الصحف بالأزهر بنسبة ٢٠.٧% بينما جاء اهتمام المبحوثين بالأزهر ٨٥.٥%.

أما نورا حمدي أحمد عمر (٢٠١٦) فدرست علاقة المسلمين بالمسيحيين في الدراما الدينية وأثرها على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي بينهما. ماجستير جامعة الأزهر وتهدف الدراسة إلى التعرف على سمات وملامح العلاقة بين المسيحيين والمسلمين كما تقدمها الأفلام السينمائية عن طريق تحليل محتوى هذه الأفلام لمعرفة جوانب هذه العلاقة والعناصر الإيجابية والسلبية بها. وتبلغ عينة الدراسة ٤٠٠ مفردة منهج المسح والدراسة التحليلية على الأفلام السينمائية التي تتناول علاقة المسلم بالمسيحي وبلغ عددها ٣٨ فيلم منذ ١٩٤٠ وحتى ٢٠١٤ ونظرية الغرس الثقافي. وكان من أهم نتائج الدراسة أن هناك غزارة في إنتاج الأفلام المنتجة عن علاقة المسلم بالمسيحي في فترة التسعينيات من ٢٠٠٠ إلى ٢٠١٠، حرص الأفلام على تقديم علاقة المسلم بالمسيحي

الإيجابية وبلغت نسبة الإيجابية ٥٦.٥% ، جاء إدراك الجمهور المصرى للواقع الاجتماعى لعلاقة المسلم بالمسيحى فى مجمله إيجابياً حيث جاءت استجابات المبحوثين عينة الدراسة بالموافقة على العبارات الإيجابية المتعلقة بالواقع الاجتماعى.

ودرست شيرين أحمد السيد (٢٠١٦) استخدامات الشباب المصرى لشرائط الخطب الدينية والإشباعات التى تحققها ، وتحدد موضوع البحث فى التعرف على الخطاب الدينى الذى يطرح بواسطة شرائط الكاسيت، ومعرفة مدى إستخدام الجمهور لهذه الشرائط ودوافعهم (النفعية و الطقوسية ) لإستخدام هذه الشرائط ، و الإشباعات المتحققة من هذا الإستخدام و ذلك من خلال إستخدام نظرية الإستخدامات و الإشباعات. وفى هذا الإطار يتم تحليل الخطاب الدينى من خلال تحديد معالجته للقضايا المطروحة وتحديد مدى الإختلاف أو الاتفاق بين الدعاة بعضهم وبعض من حيث اشتراكهم فى بعض القضايا ومعالجتها، ورصد مدى التجديد فى الفكر الإسلامى من خلال الخطاب الدينى الذى يطرح بواسطة شرائط الكاسيت. وتتنمى هذه الدراسة إلى منهج "المسح" وتم المسح على عينة من شرائط الكاسيت التى تتضمن الخطب الدينية و على عينة من شباب الجامعات المصرية . سوف يتم استخدام الأدوات الآتية فى عملية جمع البيانات والمعلومات وهى : تحليل المضمون وتحليل الخطاب. مجتمع الدراسة : شرائط الكاسيت التى تتضمن الخطاب الدينى : تمثل مجتمع الدراسة فى شرائط الكاسيت المتضمنة الخطب الدينية الصادرة بمصر على إختلاف إتجاهاتها الدينية والفكرية و الحاصلة على تصريح من مجمع البحوث الإسلامية التابع للأزهر الشريف. خلال الفترة من عام ٢٠٠٤ حتى عام ٢٠٠٧. و قد استطاعت الباحثة رصد (١٢٤) شريط كاسيت متاح من خلال منافذ التوزيع الخاصة بإصدار شرائط الكاسيت الدينية و تم سحب عينة البحث منها ، جمهور الشباب : يتمثل جمهور الشباب من الشباب الجامعى بالجامعات التالية : ( جامعة عين شمس - جامعة القاهرة - جامعة الأزهر - جامعة حلوان ، عينة الدراسة ١ - بالنسبة لعينة شرائط الكاسيت : تم تحديد أكثر خمسة دعاة إصدارا لشرائط الكاسيت فى كل عام من أعوام الفترة الزمنية للبحث. وقد توصلت الباحثة من خلال منافذ التوزيع إلى (١٢٤)



شريط كاسيت على مدار الأربعة اعوام؛ وأخذت الباحثة (٥٢%) من (١٢٤) شريط كاسيت الذى يمثل مجتمع الدراسة ، فوصلت العينة إلى (٦٤) شريط كاسيت . بالنسبة لعينة جمهور الشباب : تم اختيار عينة عشوائية للشباب الجامعى .

و درس عنتر إبراهيم عبدالسلام علام (٢٠١٦) المضمون القيمى فى البرامج الدينية الموجهة باللغة الانجليزية فى الإذاعة والتلفزيون المصرى دراسة تحليلية. تعتمد الدراسة فى مجملها على المنهج الوصفى لملائمة طبيعة الدراسة والذى لايقف عند حد الوصف وإنما يمتد لتفسير البيانات وتحليلها وإستنباط دلالات ذات مغزى وبعد منها، كما إعتمدت الدراسة بشكل رئيسى - على منهج تحليل المضمون الذى يستخدمه الباحثون فى مجالات بحثية متنوعة وخاصة فى مجال الإعلام التربوى لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل المضمون. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج والتي من اهمها: لا يوجد تعريف شامل للقيمة اتفق عليه علماء التربية والمعنيين بموضوع القيم ، أنه ليس ثمة منظومة محدودة للقيم يتبعها القائلون على أمر البرامج الدينية الموجهة ، وأن غالب الاهتمام منصب على الموضوع لا المضمون والقضية لا المحتوى المغلف بالقيم المتنوعة المتوازنة بما تتطلبه طبيعة المرحلة التى يذاع فيها البرنامج . توصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات الهامة والتي من أهمها: هذا الاطار القيمى ينبغى أن ينبع من الثقافة الاسلامية والتي لا تتعارض مع الثوابت المجتمعية بحيث يعبر هذا الاطار عن فلسفة الاسلام وايدولوجيته، وضرورة مواجهة قيم العولمة الهدامة بقيم الاسلام المضادة لها حتى يعلم أهل الغرب المستهدف بالخطاب الدينى أن الاسلام له هويته الخاصة التى يستطيع من خلالها المحافظة على نفسه و نفوس المؤمنين به ، كما أن له قدرته على مجابهة كل ما هو ممجوج من أيديولوجيات أخرى.

و درس سليم رجب سليم عبد الله (٢٠١٦) معالجة بعض البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية الدينية المصرية للقضايا السياسية وعلاقتها باتجاهات الطلاب. وتستخدم

الدراسة منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلى والميدانى.مجتمع وعينة الدراسة :يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية فى البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية الدينية المصرية، بسحب عينة عمدية حصصيه موزعة بالتساوى بين المشاهدين وغير المشاهدين، أعمارهم (١٧-١٨) سنة بواقع ٢٠٠ مفردة أدوات الدراسة :استمارة تحليل مضمون، واستمارة الاستبيان ، نتائج الدراسة:مثل الحوار أكثر القوالب الفنية المستخدمة فى طرح القضايا السياسية، تلاه (المناقشة) والتي اعتمد عليها برنامج (مصر الجديدة) بشكل كبير.تصدرت القضايا السياسية مقدمة القضايا التي تناولتها البرامج الحوارية، ثم القضايا القانونية فى المرتبة الثانية، تلتها القضايا الاقتصادية فى المرتبة الثالثة، -الصراع السياسى بين تيار (الإسلام السياسى) والتيارات المدنية الأكثر حضورا فى المرتبة الأولى بنسبة كبيرة (٤١.٨٩%)، وفى المرتبة الثانية التطرف والعنف السياسى بنسبة (٢١.٦٢) %أغلب المبحوثين بنسبة ٥٠% يوافق بشروط على عودة القنوات الدينية التي تم إغلاقها فى ٢٠١٣/٧/٣٠، مقابل نسبة ٣٠.٥% (لا أوافق)، ونسبة ١٩.٥% (أوافق أن تعود كما كانت)، وتمثلت تلك الشروط فى المقام الأول (التزام العمل الدعوى والبعد عن السياسة)، وفى الترتيب الثانى (أن يكون مقدمى البرامج مؤهلين إعلاميا)، وفى الترتيب الثالث خضوع مضمون برامجها لمراجعة الأزهر

ودرست علا عبدالقوى (٢٠١٦) استخدامات الشباب المصرى لمواقع التواصل الاجتماعى وعلاقتها بإدراكهم للقضايا الدينية المطروحة عبر تلك المواقع واعتمدت الباحثة على نظريتي الاستخدامات والإشباع وثراء الوسيلة وأجرت دراسة ميدانية على عينة عمدية متاحة من الشباب الذى يستخدم مواقع التواصل الاجتماعى قوامها ٤٠٠ مفردة وبينت نتائج الدراسة أن ٩٠,٣% يستخدمون الفيسبوك مقابل ٩,٧% يستخدمون التويتر وأن قضايا الفروض والعبادات تأتى فى المرتبة الأولى التي يهتم بها الشباب بنسبة ٩٣,٥% وجاء دافع أن مواقع التواصل تطرح موضوعات وقضايا لا تطرحها وسائل الإعلام الأخرى فى مقدمة دوافع الشباب لاستخدام هذه المواقع بمتوسط حسابى ٢,٦% وفى المرتبة الأولى. تبين أيضا أن اشباب يشارك فى القضايا الدينية عبر المواقع بنسبة

٨٩,٣% ، ومع هذا ذكر الشباب بعض الآثار الإيجابية والسلبية التي تنتج عن إدراك المبحوثين للقضايا الدينية عبر مواقع التواصل. تبين كذلك أن هناك علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين إدراك الشباب للقضايا الدينية عبر مواقع التواصل وبين التغير في الاتجاهات الدينية والحياتية والمجتمعية.

ودرست هدى حميد معوض امام (٢٠١٦) صحافة الأطفال الدينية ودورها في تنمية الوعي الدينى للطفل من (٩ - ١٢ سنة) ويمكن بلورة مشكلة الدراسة فى التساؤل الرئيس التالى ما دور صحافة الأطفال الدينية فى تنمية الوعي الدينية للأطفال من (٩ - ١٢) استخدمت الدراسة مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الغرس الثقافى تستعين الدراسة الحالية بمنهج المسح الإعلامى بشقيه التحليلى والميدانى، وتحددت عينة الدراسة التحليلية فى مجلة سمير وماجد علاء الدين فارس والمجلات الدينية الفردوس وبراعم الايمان - نور ) وتحددت عينة الدراسة الميدانية فى المرحلة العمرية من ٩ إلى ١٢ سنة مكونة من ٤٠٠ مفردة ، وكانت أدوات الدراسة صحيفة استقصاء وصحيفة تحليل المضمون بينت الدراسة وجود علاقة بين اعتماد الأطفال على قراءة صحافة الأطفال الدينية ومستوى الوعي الدينى لديهم . أكدت الدراسة حرص المبحوثين على الاعتماد على قراءة الصفحة الدينية بمجلات الأطفال العامة حيث جاءت نسبة من يحرصون على القراءة بشكل دائم ٤٢.٠% ، وبشكل غير منتظم ( أحيانا ) ٥٠.٠% ، بينما بلغت نسبة من لا يحرصون على قراءتها ٨.٠% حددت الدراسة أسباب تفضيل المبحوثين لقراءة الصفحة الدينية بمجلات الأطفال العامة فجاء فى الترتيب الأول تلبى حاجتى من المعلومات الدينية بنسبة بلغت ٦١.١% ، وجاء فى الترتيب الثانى أقرؤها لأنها موجودة بالمجلة بنسبة بلغت ٢٧.٢% - حددت الدراسة مجموعة من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية والناجمة من اعتماد الأطفال على قراءة الصحافة الدينية . أكدت الدراسة على وجود فروق بين الحضر والريف فى معدل قراءتهم للموضوعات الدينية بصحافة الأطفال الدينية لصالح الحضر .

## الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

الإجابة عن التساؤل الأول: يوضح الجدول التالى توزيع البحوث حسب كل فترة زمنية من فترات الدراسة:

### جدول رقم (١)

توزيع البحوث عينة الدراسة حسب كل فترة زمنية من فترات الدراسة

الفترة الزمنية	التكرار	النسبة المئوية
فترة السبعينيات	٥	٣,١
فترة الثمانينيات	١١	٧
فترة التسعينيات	٢٢	١٤
العقد الأول من الألفية الجديدة	٧٠	٤٤,٣
فترة من ٢٠١٦ - ٢٠٠٠	٥٠	٣١,٦
المجموع	١٥٨	١٠٠

ويتضح من خلال البيانات الواردة فى الجدول السابق أن أكبر فترة زمنية تم عمل بحوث فيها كانت فى العقد الأول من هذه الألفية بنسبة ٤٤,٣%، وقد يرجع هذا إلى انتشار القنوات التليفزيونية الفضائية وانتشار الإنترنت أيضا، إضافة إلى التوسع فى إنشاء كليات وأقسام الإعلام المختلفة فى هذه الفترة وزيادة عدد المجالات العلمية التى تعنى بنشر البحوث الإعلامية، وجاءت بعدها الفترة الزمنية من ٢٠٠٠ - ٢٠١٦ فى المرتبة الثانية بنسبة ٣١,٦%، تلتها فترة التسعينيات بنسبة ١٤% ثم فترة الثمانينيات بنسبة ٧% وأخيرا فترة السبعينيات بنسبة ٣,١% فقط، وقد يرجع هذا إلى أن فترة السبعينيات كانت الدراسات الإعلامية لا تزال فى مهدها، ولم تكن هناك سوى كلية الإعلام جامعة القاهرة فقط والتى استأثرت بثلاث دراسات من إجمالى البحوث الخمسة التى تم إجراؤها فى هذه

الفترة، في حين كانت هناك دراسة وحيدة لكل من كلية اللغة العربية شعبة الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر واتحاد الإذاعة والتلفزيون.

تجدر الإشارة أيضا إلى أن نسبة تزيد عن ثلاثة أرباع البحوث وبالتحديد ٧٥,٩% تم إجراؤها في الفترة من عام ٢٠٠٠ وحتى ٢٠١٦، ويدل هذا على كثرة البحوث التي أجريت في هذه الفترة مقابل الفترة من السبعينيات وحتى عام ٢٠٠٠، ويعكس هذا مدى انتشار كليات الإعلام وأقسامه ونشاط الباحثين بعد افتتاح الدراسات العليا بهذه الكليات والأقسام الجديدة التي تم افتتاحها، وقيامهم بعمل بحوث أكثر في مجال الإعلام الديني.

الإجابة عن التساؤل الثاني:

## جدول رقم (٢)

توزيع بحوث الدراسة حسب كونها منشورة او غير منشورة

النسبة المئوية	التكرار	نوع الدراسة	
٣٤,٢	٥٤	ماجستير	غير منشورة
٣٠,٤	٤٨	دكتوراة	
٢٢,٨	٣٦	(دوريات) مجلات علمية	منشورة
٦,٩	١١	مؤتمرات	
٣,٨	٦	بحوث هيئات	
١,٩	٣	كتب	
١٠٠	١٥٨	المجموع	

ويتضح من خلال تحليل بيانات الجدول السابق أن نسبة ٦٤,٦% من عينة الدراسة تتمثل في بحوث الماجستير والدكتوراة غير المنشورة والتي يقوم بها غالبا باحث فرد واحد وبغرض الحصول على درجة علمية تأتي في المرتبة الأولى، ويؤكد هذا مدى غلبة



النزعة الفردية على بحوث الإعلام الدينى فى مصر فى هذه الفترة، كما أن البحوث المنشورة فى دوريات علمية تأتى فى المرتبة الثانية بنسبة ٢٢,٨%، ثم تأتى بعد ذلك البحوث المنشورة فى المؤتمرات العلمية وبحوث والهيئات والبحوث المنشورة فى كتب.

### الإجابة عن التساؤل الثالث:

#### جدول رقم (٣)

#### توزيع بحوث الدراسة حسب نوع الباحثين

النسبة المئوية	التكرار	النوع
٥٥,١	٨٧	ذكور
٤٢,٤	٦٧	إناث
٢,٥	٤	ذكور وإناث
١٠٠	١٥٨	المجموع

يتضح من تحليل بيانات الجدول السابق أن الذكور من الباحثين قاموا بإجراء نسبة أكبر من البحوث مقارنة بزملائهم من الإناث بنسبة ٥٥,١% للذكور مقابل ٤٢,٤% من الإناث، وهذا يبين الدور الكبير الذى تقوم به المرأة فى عملية البحث فى الجامعات وفى المجتمع بشكل عام، كما يبين التقدم الكبير الذى حققته المرأة فى المجتمع، كما تتناسب هذه النسبة مع عدد الرجال والنساء فى مصر حيث تكاد النسبة تتساوى كما بين آخر إحصاء للسكان فى مصر، ولكن لا تزال نسبة البحوث المشتركة بين الذكور والإناث قليلة حيث بلغت ٢,٥% فقط، وهنا يمكننا الدعوة إلى مزيد من الاهتمام بعمل البحوث المشتركة.

الإجابة عن التساؤل الرابع:

جدول رقم (٤)

توزيع بحوث الدراسة حسب الهيئات التي قامت بها

النسبة المئوية	التكرار	جهة إنتاج البحث	
٣٩,٢	٦٢	جامعة القاهرة	جامعات
٢٠,٩	٣٣	جامعة عين شمس	
٢٧,٩	٤٤	جامعة الأزهر	
٦,٣	١٠	جامعات إقليمية	
٢,٥	٤	اتحاد الإذاعة والتلفزيون	هيئات حكومية
١,٣	٢	المركز القومي للبحوث	
١,٩	٣	كتب	أخري
١٠٠	١٥٨	المجموع	

يتضح من تحليل بيانات الجدول السابق أن ٩٤,٣% من البحوث الخاصة بالإعلام الديني في مصر في فترة الدراسة قام بها باحثون في الجامعات المصرية والتي أتت في المرتبة الأولى من حيث الهيئات التي قامت بإنتاج البحوث في هذه الفترة، وقد يرجع هذا كما ذكرنا من قبل إلى أن بحوث الماجستير والدكتوراة تأتي في المرتبة الأولى، ثم تأتي هيئات حكومية أخرى كاتحاد الإذاعة والتلفزيون كدور منها لتقييم ما تقدمه من برامج ومعرفة رد فعل الجمهور تجاهه ولكن للأسف بواقع أربعة بحوث فقط، ثم المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية بواقع بحثين، وهنا نتساءل عن دور المراكز البحثية المختلفة ومراكز البحوث الخاصة وبعوث الهيئات الدينية المختلفة كوزارة الأوقاف ومشيخة الأزهر والكنائس وغيرها، ونطالبها بعمل المزيد من البحوث الخاصة بالإعلام الديني.



## الإجابة عن التساؤل الخامس:

### جدول رقم (٥)

توزيع بحوث الدراسة حسب عدد القائمين بإجراء البحث

عدد القائمين بالبحث	التكرار	النسبة المئوية
فردى	١٤٨	٩٣,٧
مشترك بين باحثين	٤	٢,٥
جماعى	٦	٣,٨
المجموع	١٥٨	١٠٠

يتضح من خلال بيانات الجدول السابق غلبة الأبحاث الفردية بنسبة ٩٣,٧% على بحوث الإعلام الدينى فى مصر فى فترة الدراسة وتفوقها على البحوث المشتركة والتي جاءت بنسبة ٢,٥% وكذلك البحوث الجماعية والتي جاءت بنسبة ٣,٨%، مما يدل على أن الاتجاه البحثى فى مصر بشكل عام لا يهتم بالبحوث المشتركة والجماعية.

## الإجابة عن التساؤل السادس:

### جدول رقم (٦)

توزيع البحوث عينة الدراسة من حيث الوسيلة الإعلامية التي تمت دراستها

الوسيلة	التكرار	النسبة المئوية
الصحافة	٣٦	٢٢,٨
الإذاعة	١١	٧
التلفزيون	٦٤	٤٠,٥
الإنترنت	١٣	٨,٢
أكثر من وسيلة	٣٤	٢١,٥
المجموع	١٥٨	١٠٠



يتضح من تحليل بيانات الجدول السابق أن البحوث التي تناولت التليفزيون أتت في المرتبة الأولى بنسبة ٤٠,٥% وقد يرجع هذا إلى مدى شيوع التليفزيون وانتشار مشاهدته بين قطاعات مختلفة من الجماهير في البيوت وتزايد القنوات العامة والمتخصصة التي تُقدم المضمون الديني، ثم جاءت الصحافة في المرتبة الثانية بنسبة ٢٢,٨ تلتها البحوث التي تناولت أكثر من وسيلة، في حين جاء الإنترنت في المرتبة قبل الأخيرة بنسبة ٨,٢% على الرغم من شيوعه وانتشاره، ولكن يبدو أن الباحثين يرون أن استخدام الإنترنت قد يكون من أجل التسلية أكثر، أو لأن الإنترنت وسيلة جاءت متأخرة نسبياً فلم يُتَح للباحثين الوقت الكافي لدراسته، على الرغم من أن الإنترنت يمكن أن يُستخدم كوسيلة هامة للدعوة ونشر مفاهيم الدين الصحيح. النتيجة الغريبة أن الإذاعة أتت في المرتبة الأخيرة بنسبة ٧% فقط على الرغم من دور الإذاعة الهام في نشر التنقيف والوعى الديني وخصوصاً إذاعة القرآن الكريم وغيرها من إذاعات دينية متخصصة!!

أَيكون هذا عزوف من الباحثين لانتشار المحطات الموسيقية ومحطات الأغاني بالراديو وانتشارها؟؟!!

الإجابة عن التساؤل السابع:

### جدول رقم (٧)

توزيع البحوث عينة الدراسة حسب الجمهور المستهدف

النسبة المئوية	التكرار	الجمهور المستهدف
٣٩,٧	٣٩	الشباب
٣٤,٧	٣٤	الجمهور العام
١٢,٢	١٢	الأطفال
٣,١	٣	المرأة
٣,١	٣	القائم بالاتصال

٣,١	٣	النخبة
٣,١	٣	الدعاة
١	١	الأكاديميين
١٠٠	٩٨	المجموع

يوضح تحليل بيانات الجدول السابق أن الشباب أتى فى المرتبة الأولى من حيث الجمهور المستهدف فى بحوث الإعلام الدينى فى مصر فى فترة الدراسة بنسبة ٣٩,٧%. تعكس هذه النتيجة مدى أهمية الشباب ليس فى المجتمع المصرى فحسب، ولكن أيضا فى مدى اهتمام الباحثين به كشريحة عمرية مهمة تؤثر فى المجتمع وترقى به. لا شك أن الشباب عصب أى أمة وركيزة كل تقدم كما أنه أمل الغد وذخيرة كل دين وبه تنهض الشعوب وتتقدم الدول. جاء الجمهور العام فى المرتبة الثانية من حيث اهتمام الباحثين فى الإعلام الدينى. جاء الأطفال فى المرتبة الثالثة بنسبة ١٢,٢% على الرغم من أهمية هذه الشريحة وضرورة الاهتمام بها وتعليمهم أساسيات الدين. تراجع اهتمام الباحثين بالمرأة والقائم بالاتصال والنخبة والدعاة على الرغم من أهمية هذه الشرائح المجتمعية، ولذا نوصى الباحثين فى بحوث الإعلام الدينى بالاهتمام بهذه الشرائح كما نوصى القائمين بالاتصال أن يعطوها جانبا كبيرا من الاهتمام وتخصيص نسبة كبيرة من البرامج لهم وخصوصا فى مجال الإعلام الدينى.

## الإجابة عن التساؤل الثامن:

## جدول رقم (٨)

## توزيع البحوث عينة الدراسة وفقا للأديان التي تمت دراستها

النسبة المئوية	التكرار	الأديان
٩٢,٤	١٤٨	الإسلام
١,٩	٣	المسيحية
١,٣	٢	اليهودية
٤,٤	٥	أكثر من دين
١٠٠	١٥٨	المجموع

يتبين من تحليل بيانات الجدول السابق أن الدين الإسلامي جاء في المرتبة الأولى من حيث الأديان التي تمت دراستها، ويرجع هذا لأن الإسلام الدين الرسمي لمصر وان أكثر من ٩٠% من السكان يدينون به، وقد يعود إلى وجود بحوث جامعة الأزهر في عينة الدراسة أيضا، بينما جاءت البحوث التي تناولت أكثر من دين في المرتبة الثانية ثم جاءت البحوث التي تناولت المسيحية في المرتبة الثالثة بنسبة ١,٩% تلها البحوث التي تناولت اليهودية بواقع بحثين فقط. تجدر الإشارة هنا إلى أن توجه الباحثين إلى ضرورة إجراء المزيد من الدراسات عن التدين ودى الالتزام الدينى بين الجمهور بشكل عام بغض النظر عن الديانة التي ينتمى إليها أفراد الجمهور، كما تجدر الإشارة أيضا إلى ضرورة مناقشة قضايا الإلحاد والملحدين وأسباب البعد عن الدين فى مجتمع مثل مصر يرتضى بجذوره فى أحضان الدين منذ عصور التاريخ الأولي.



## الإجابة عن التساؤل التاسع:

### جدول رقم (٩)

#### توزيع البحوث عينة الدراسة وفقا للأدوات البحثية المستخدمة

النسبة المئوية	التكرار	الأداة
٢٩,١	٤٦	الاستبيان فقط
١٥,٨	٢٥	تحليل المضمون فقط
٣٩,٢	٦٢	الاستبيان وتحليل المضمون معا
٩,٥	١٥	تحليل الخطاب
٦,٤	١٠	دراسات نظرية
١٠٠	١٥٨	المجموع

يتبين من الجدول السابق أن البحوث التى استخدمت كلا من الاستبيان وتحليل المضمون معا جاءت فى المرتبة الأولى بنسبة ٣٩,٢%، ويبدو هذا منطقيا فلابد من معرفة المضمون الذى يتم تقديمه أولا وتحليله ثم معرفة أثره على الجمهور، تلتها البحوث التى استخدمت الاستبيان فقط فى المرتبة الثانية بنسبة ٢٩,١%، وهذا يبين مدى الأهمية التى توليها البحوث لدراسات الجمهور، ثم البحوث التى استخدمت تحليل المضمون فقط بنسبة ١٥,٨%، ثم البحوث التى استخدمت تحليل الخطاب بنسبة ٩,٥%، وجاءت البحوث النظرية فى المرتبة الأخيرة بنسبة ٦,٤% وبواقع عشرة بحوث فقط لم تستخدم أى أداة بحثية.

## الإجابة عن التساؤل العاشر:

### جدول رقم (١٠)

#### توزيع البحوث عينة الدراسة وفقا للمنهج المستخدم

النسبة المئوية	التكرار	المنهج
٧٦,٥	١٢١	المسح بشقيه الميدانى والتحليلي
٦,٣	١٠	التاريخي
٣,٢	٥	المقارن
٣,٢	٥	المنهج القرآني
صفر	صفر	المنهج التجريبي
٧,٦	١٢	أكثر من منهج
٣,٢	٥	غير واضح
١٠٠	١٥٨	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر من ثلثى بحوث العينة وبالتحديد ٧٦,٥% قد استخدمت منج المسح بشقيه أى مسح الجمهور ومسح المضمون، وهذا يوضح مدى غلبة البحوث الوصفية على بحوث الإعلام الدينى فى مصر، يليها البحوث التى استخدمت أكثر من منهج، ثم جاءت البحوث التى استخدمت المنهج التاريخى بنسبة ٦,٣% ثم البحوث التى اعتمدت على المنهج المقارن والمنهج القرآنى فى مراتب متاخرة. ولعل هذه النتيجة تشير أيضاً إلى مدى التكرار والتشابه الذى يشوب بحوث الإعلام الدينى فى هذه الفترة. ندعو الدراسات المستقبلية فى هذا المجال أن تتجه أكثر نحو استخدام مناهج جديدة تتميز بالابتكارية والتفرد مثل دراسة الحالة والبحوث التجريبية وشبه التجريبية.

الإجابة عن التساؤل الحادى عشر:

جدول رقم (١١)

توزيع البحوث عينة الدراسة وفقا للموضوعات التى تمت دراستها

النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات
١٨,٤	٢٩	السياسية
١٧,٧	٢٨	الاجتماعية
٤٨,١	٧٦	الدينية
٤,٤	٧	الدراما
٣,٨	٦	التقييمية
٠,٦	١	التاريخية
١,٩	٣	الاقتصادية
٥,١	٨	موضوعات متنوعة
١٠٠	١٥٨	المجموع

يتضح من خلال بيانات الجدول السابق أن الموضوعات الدينية حظيت بالترتيب الأول فى قائمة بحوث الدراسة بنسبة تقترب من النصف وبالتحديد ٤٨,١%، ولا يعنى هذا أن بحوث الإعلام الدينى ناولت موضوعات دينية فحسب، ولكنها أيضا تناولت موضوعات أخرى، فلقد جاءت الموضوعات السياسية فى الترتيب الثانى بنسبة ١٨,٤% تليها الموضوعات الاجتماعية فى المرتبة الثالثة بنسبة ١٧,٧%، ثم جاءت موضوعات أخرى فى ذيل ترتيبات الموضوعات التى تمت دراستها فى هذه الفترة على الرغم من أهميتها كالتقييمية والتى تبحث تقييم الجمهور للبرامج الدينية والاقتصادية والتاريخية، كما تجدر الإشارة أيضا هنا إلى قلة عدد البحوث الخاصة بالدراما فى بحوث الإعلام الدينى فى هذه الفترة، على الرغم من جاذبية الدراما للجماهير وقدرتها الفائقة فى تغيير اتجاهات وسلوكيات الأفراد نحو الأفضل.

## الإجابة عن التساؤل الثاني عشر:

## جدول رقم (١٢)

## توزيع البحوث عينة الدراسة وفقا للنظريات المستخدمة

النسبة المئوية	التكرار	النظريات
٨,٣	١٣	نظرية الغرس الثقافي
٨,٣	١٣	نظرية الاستخدامات والإشباع
٥,١	٨	نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
١,٩	٣	نظرية الأطر
٠,٦	١	نظرية التدفق الإخباري
٠,٦	١	نظرية ترتيب الأولويات
٠,٦	١	نظرية التماس المعلومات
٠,٦	١	نظرية حارس البوابة
٠,٦	١	نظرية فجوة المعرفة
٢,٥	٤	أكثر من نظرية
٧٠,٩	١١٢	بحوث بدون نظرية
١٠٠	١٥٨	المجموع

وينضح من خلال بيانات الجدول السابق أن بحوث الإعلام الديني في فترة الدراسة التي لم تستخدم نظرية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٧٠,٩%، وتعكس هذه النتيجة مدى افتقار بحوث الإعلام الديني إلى أطر نظرية تسيير على هديها، كما تدعو إلى ضرورة توجيه الدعوة إلى باحثي الإعلام بشكل عام والإعلام الديني بشكل خاص إلى استخدام نظريات إعلامية تعتمد عليها البحوث حتى يتسنى الباحثون من تفسير نتائجهم والاعتماد عليها في الإطار النظري والمنهجي لبحوثهم، ثم جاءت البحوث التي استخدمت نظريتي الغرس الثقافي والاستخدامات والإشباع في المرتبة الثانية بنسبة ٨,٣% لكل منهما، ثم



أنت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فى المرتبة الثالثة بنسبة ٥,١% تلتها نظرية الأطر فى المرتبة الرابعة بنسبة ١,٩% ثم جاءت النظريات التالية: التدفق الإخبارى وترتيب الأولويات والتماس المعلومات وحارس البوابة وفجوة المعرفة فى مراتب متأخرة بنسبة ٠,٦% لكل نظرية منها.

### الإجابة عن التساؤل الثالث عشر:

#### جدول رقم (١٣)

توزيع البحوث عينة الدراسة وفقا لاتجاهات البحوث التى تمت دراستها

النسبة المئوية	التكرار	الاتجاهات
٩,٥	١٥	بحوث الصورة
٧,٦	١٢	بحوث القيم
٥,٧	٩	بحوث الدعوة
٣٨,٦	٦١	بحوث الاتجاهات الدينية
٢٢,٨	٣٦	بحوث الاتجاهات التربوية
٩,٥	١٥	بحوث الخطاب الدينى
٦,٣	١٠	بحوث الوعى والتثقيف الدينى
١٠٠	١٥٨	المجموع

يتبين من بيانات الجدول السابق أن بحوث الاتجاهات الدينية جاءت فى المرتبة الأولى بنسبة ٣٨,٦% تليها بحوث الاتجاهات التربوية فى المرتبة الثانية بنسبة ٢٢,٨% وتعد هذه النتيجة منطقية حيث أن تعاليم الدين وقيمه تتسق مع الاتجاه التربوى فى حياة الناس، ثم جاءت بحوث صورة الإسلام والمسلمين فى المرتبة الثالثة متساوية تماما مع



بحوث الخطاب الدينى وضرورة تجديده، وهذا ما يتسق تماما مع أهمية الاتجاهين فى حياة المسلمين المعاصرة، وجاءت بحوث القيم فى المرتبة الرابعة بنسبة ٧,٦% تليها بحوث الوعى والتتقىف الدينى بنسبة ٦,٣%.

### الإجابة عن التساؤل الرابع عشر:

١- ركزت بحوث الإعلام الدينى فى مصر على أنواع معينة من الجمهور بشكل كبير، كما يبين الجدول رقم (٧) حيث حاز الشباب على نسبة ٣٩,٧% من البحوث عينة الدراسة، كما ركزت البحوث على الجمهور العام بشكل كبير ٣٤,٧% ، ولكن التركيز على المرأة كان قليلا ٣,١% فقط على الرغم من أهميتها ودورها الأساسى فى المجتمع لكونها نصف المجتمع تصنع النصف الآخر، وكذلك الأطفال لم يكن التركيز عليهم كافيا حيث بلغ ١٢,٢%، بينما لم تول اهتماما بفئات المعوقين وذوى الاحتياجات الخاصة إلا فى بحث واحد كان عن الأطفال المكفوفين بالرغم من أن هذه الفئة تشكل شريحة كبيرة وهامة فى مجتمعنا ويجب الاهتمام بها ، وكذلك لم يول كبار السن اهتماما على الإطلاق، ، كما كانت بحوث الإعلام الدينى عن الفقراء والمهمشين فى المجتمع قليلة جدا أو لا تكاد تُذكر، فى حين أن البحوث فى هذا المجال يجب أن يكون لها دور فى عكس كل الطبقات والشرائح فى المجتمع مع العلم بأن الطبقات الفقيرة والمهمشة هى الأكبر فى المجتمع ولكننا نادرا ما نسمع لها صوتا فى البحوث على الرغم من تحملها تبعات وأعباء كثيرة.

٢- بلغت نسبة البحوث عن دور الإعلام الدينى فى تحقيق التنمية البشرية ٠,٦ فقط والنسبة ضئيلة جدا ويواقع بحث واحد فقط، ولم يوجد بحث واحد عن دور الإعلام الدينى فى تنمية وعى المرأة أو المرأة الريفية مع العلم بأن الإعلام الدينى له دور كبير فى التنمية فى كافة مجالاتها وتحفيز الجماهير للتنمية ، وإن كانت هناك بعض البحوث أشارت من بعيد أو توصلت بأهمية الإعلام الدينى ودورها فى حل مشكلات التنمية ولكنها كانت قليلة فعلا.

٣- كان الاهتمام بالبحوث التاريخية ضئيلا فى مجال بحوث الإعلام الدينى فى مصر حيث تبين نتائج هذه الدراسة أنها لم توجد سوى فى دراسة واحدة فقط بنسبة ٠,٦% ، كما يتضح من بياناتالجدول رقم (١١) ولم تستحوذ بحوث الدراما إلا باهتمام ضئيل من الباحثين بلغت نسبته ٤,٤% فقط على الرغم من أهميتها وعلى الرغم من أن مجتمعنا المصرى لا زالت تحكمه تعليمات الدين والأخلاق وتحوز مشاهدة الواد الدرامية على أعلى نسبة فى التعرض، كما يمكن تعليم تاريخنا المضيئ للأجيال القادمة من خلال تناول الفترات الرائعة والتميزة فيه من خلال الدراما الدينية وتعليم القدوة من خلال الشخصيات التاريخية.

٤- أغفلت بحوث الإعلام الدينى هذه الموضوعات ولم تتناولها :

- عرض البرامج والدراما الدينية على الإنترنت وأثره على الجمهور.

- دراسات زمنية تتبعية Longitudual Studies لتأثيرات مشاهدة المضمون الدينى على الجماهير أو فئات منه، ومعرفة مدى التغير الذى تحدثه فى قيمه واتجاهه وسلوكياته.

- تأثير اقتناء التقنيات الحديثة كالإنترنت والتليفونات المحمولة الذكية والسيديات على استخدام الجمهور لمواد ومضامين الإعلام الدينى أو استخدامها كوسائل للتعرض لهذه المضامين بدلا من الوسائل التقليدية المعروفة كالصحافة والإذاعة والتلفزيون.

- دور الدين فى التعرض أو عدم التعرض لنوعيات معينة فى المضامين المختلفة المعروضة كالدراما ذات التوجه الجنى والعنيف أو التعرض للمواقع الإباحية على الإنترنت، وما أثر الأسرة فى هذا الصدد وجماعات الرفاق.

- أثر استخدام أساليب الترغيب أو التهيب المختلفة على النفور من التعرض للمضامين الدينية أو زيادة الإقبال على التعرض لها.

- آراء الجماهير فى مدى التزام المضامين الدينية فى وسائل الإعلام المختلفة بسياسات الدولة ومصالحها العليا ومدى اتفاقها مع النظام السياسى القائم .
- ظاهرة قيام الممثلين أو الفنانين أو المشهورين بتقديم برامج ومواد ذات مضمون دينى وأثر ذلك على الجماهير، وخصوصا وأنهم غير مؤهلين للقيام بهذا الدور .
- المضمون الدينى فى وسائل الإعلام بدول تتفق أو تختلف سياسيا مع توجهات الدولة، ومدى ثقة الجماهير فى المضامين المختلفة: دراسة مقارنة.
- ردود أفعال الجمهور تجاه المضامين الدينية غير المسؤولة اجتماعيا و دور التربية الإعلامية فى الضغط على القائمين بالاتصال فى هذا الصدد لحماية الجماهير من البلبلة والتخبط الذى قد ينشأ عن هذا الاستخدام .
- دراسات تجريبية ودراسات حالة عن تأثيرات محتوى الإعلام الدينى فسيولوجيا ونفسيا بالنسبة للأفراد العاديين والمنحرفين.
- أثر استخدام الدراما الدينية أو ذات التوجه الدينى على علاج بعض المشكلات السيكوباتية والانحرافات السلوكية للأطفال والمراهقين والكبار .

### الخلاصة وأهم النتائج والتوصيات

تناولت الدراسة بحوث الإعلام الدينى فى مصر فى الفترة من ١٩٧٨-٢٠١٦ وتناولت الدراسة ١٥٨ بحثا، والملاحظ أن بحوث الإعلام الدينى فى مصر فى هذه الفترة لم تواكب أهمية هذا الموضوع الهام فى أى عقد من عقود الدراسة من حيث الأهمية التاريخية أو على مستوى الاحداث والتحول التاريخى فى مصر، كما ان البحوث لم تواكب التطور التكنولوجى والتزايد الكبير فى عدد الصحف والمجلات والمحطات الإذاعية والقنوات الفضائية وتطور الإنترنت، ففى السبعينيات لم توجد سوى خمسة بحوث، ولقد تأكدت هذه النتيجة فى فترات الدراسة التالية حيث كانت ثورة الكاسيت



والفيديو ووجدت وسيلة جديدة أتاحت للمضمون الديني الانتشار أكثر وهي الإنترنت ومع ذلك ظل عدد بحوث الإعلام الديني قليلا في مصر نسبيا ، ومع ذلك كانت دراسات الدراما في الثمانينيات ١١ دراسة فقط ، وفي التسعينيات انتشرت القنوات الفضائية بشكل كبير وزاد عرض المواد الدينية فيها و زاد عددها على ألف قناة وتخصصت قنوات كثيرة في مجال الدين ومع ذلك لم نجد سوى ٢٢ بحثا فقط ، وفي العقد الأول من الألفية الجديدة ازدادت القنوات الفضائية ومع ذلك لم يتم عمل سوى ٧٠ دراسة فقط في هذا العقد، وفي الفترة من ٢٠١٠ وحتى ٢٠١٦ لم يتم عمل سوى ٥٠ بحثا، ونخلص من هذا إلى ان البحوث والدراسات العلمية في مصر لم تواكب الطفرة الهائلة لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة في هذا العقد ولا حتى في العقود السابقة على الرغم من كثرة عدد القنوات الفضائية المتخصصة التي تزايدت بشكل واضح .

وعلى أية حال يمكن أن نشير إلى النتائج التالية والتي يمكن أن تتبثق منها بعض التوصيات والرؤى المستقبلية:

١- تبين أن منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني يعد المنهج السائد في بحوث الإعلام الديني في هذه الفترة بنسبة ٧٦,٥% وهي نسبة كبيرة جدا مقارنة بالمنهج الأخرى التي تم استخدامها في مناهج البحث الأخرى، كما يتبين من الجدول رقم (١٠) أنه لم توجد دراسة تجريبية واحدة عن أثر التعرض للمضمون الديني على الجمهور، وتبين أيضا أن البحوث الخاصة بالإعلام الديني في هذه الفترة كانت تهتم بالجانب الكمي على حساب الجانب الكيفي ولذلك تم إهمال أساليب التحليل الكيفي . ولذا نوصي بضرورة التركيز على الدراسات الكيفية واستخدام تكتيكاتها المختلفة كدراسة الحالة ومجموعات النقاش المركز وعدم استخدام الأساليب الكمية فحسب بل واستخدام البحوث الكيفية، وعدم التركيز على العينات الكبيرة فالعينة المكونة من ٤٠٠ مفردة كانت الأكثر شيوعا في بحوث الجمهور .

٢- يتبين من نتائج الجدول رقم (٩) مدى الاهتمام بالدراسات الكمية حيث كانت نسبة البحوث التي استخدمت الاستبيان وتحليل المضمون معا في المرتبة الأولى ٣٩,٢% يليها البحوث التي استخدمت الاستبيان فقط بنسبة ٢٩,١% ، ثم بحوث تحليل المضمون والتي جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة ١٥,٨% .

٣- تبين جدول رقم (٥) أن هناك قصورا في البحوث المشتركة حيث لم يوجد سوى ٤ بحوث مشتركة قام بها باحثان فقط بنسبة ٢,٥%، كما جاءت البحوث الجماعية في ستة بحوث فقط بنسبة ٣,٨%، في حين أن باقى البحوث كانت فردية وهذا بنسبة ٩٣,٧% ، وهذا يجعلنا نوصى بعمل بحوث ضخمة تشترك في تمويلها مؤسسات بحثية كثيرة وأن تُرصد لها ميزانيات كبيرة وأن تدعمها الدولة من أجل عمل بحوث راقية وذات مستوى علمي متميز وأن يشترك فيها الأكاديميون والممارسون في مجال الإعلام الديني والمجالات المختلفة وأن يتم عمل ورش عمل وندوات في إطار هذه البحوث التي تشترك فيها المؤسسات والأكاديميون والممارسون ، كما ننوه هنا إلى أهمية أن يكون هناك اهتمام كبير بالدوريات والمجلات العلمية والمؤتمرات التي تنشر بدون مقابل مادي حيث يشتركى الباحثون من أن تكلفة نشر البحث أو الاشتراك ببحث علمي في مصر قد تصل إلى أكثر من ألف جنيه وهذا يشكل عبئا ماديا كبيرا على الباحثين.

٤ - ضرورة الاهتمام بالتأصيل النظرى فى مجال بحوث الإعلام الدينى ، حيث تبين أن غالبية البحوث عينة الدراسة بنسبة ٧٠,٩% لم تستخدم نظرية إطلاقا كما يبين الجدول رقم (١٢)، كما تبين أن البحوث عينة الدراسة التي استخدمت نظرية اعتمدت على نظريات تقليدية كنظرية الغرس الثقافى ونظرية الاستخدامات والإشباع بنسبة ٨,٣% لكل منهما، لذا يوصى الباحثان بضرورة الاهتمام باستخدام نظريات جديدة غير تقليدية فى مجالها بحيث تتوافق مع بيئتنا العربية حيث لم نجد سوى نظريات قليلة تم استخدامها فى بحوث الإعلام الدينى مثل نظرية وضع الأجندة ونظرية الأطر ونظرية التماس المعلومات وفجوة المعرفة والتي لم تستخدم إلا بنسبة ٠,٦% لك منها.

٥- ضرورة تناول موضوعات جديدة والبعد عن الموضوعات النمطية والمكررة ومن هنا نطرح رؤية مستقبلية لبحوث الإعلام الدينى فى الفترة القادمة تركز على دور الجمهور وجماعات الضغط فى تغيير المضمون السيئ فى الدراما بالأفلام والمسلسلات ومطالبتها برسم صورة جيدة عن المجتمع وعن المرأة والشباب ودفعها لمزيد من التأكيد على حل مشكلات المجتمع وتنميته عن طريق الالتزام الدينى ، كما نوصى بالمزيد من البحوث عن دراما الراديو الدينية وتأثيراتها لأن نتائج دراستنا التحليلية أبرزت مدى ضآلة الاهتمام الذى تحظى به .

٦- ضرورة الاهتمام بتحسين الصورة الذهنية للمواطنين المصريين بشكل عام على اعتبار أن المضمون الدينى وما يتم تقديمه من مواد ذات توجه دينى تساهم بشكل كبير فى تكوين الصورة الذهنية عنا نحن المصريين لدى غير المصريين سواء العرب أو الغرب ، وهنا نركز بشكل خاص على ضرورة تحسين صورة المرأة فى الدراما، والاهتمام بها وتوجيه برامج دينية كثيرة خاصة بها، لا سيما وأن البحوث تؤكد على صورتها السلبية المشوهة على الرغم من أنها تبوات مكانة راقية فى المجتمع ، وهنا نؤكد على أن الباحثات الإناث قمن بإجراء نسبة ٤٢,٤% فى حين قام الباحثون الذكور بعمل نسبة ٥٥,١% وبلغت نسبة البحوث المشتركة بين الذكور والإناث والتي قاموا بعملها معا ٢,٥%.

٧- توصى الدراسة بأن يتم تقديم المضمون الدينى بشكل جذاب للجمهور وفى أوقات تناسبه، على أن يكون تقديم هذا المضمون باستمرار وألا يقتصر تقديمه على الارتباط بتوقيت معين أو مناسبات بعينها، مع الأخذ فى الاعتبار ضرورة الاهتمام بطرق الجذب والإبهار حتى تحرص جميع فئات الجمهور وخصوصا الشباب على التعرض لها والانجذاب إليها.

## هوامش الدراسة ومراجعها

1 Folkerts, J, Lacy, S, and Larnbee, A., (2008). *The Media in Your Life: An Introduction to Mass Communication*, 4Th ed., Boston: Pearson Education, Inc.

2 Seib, P. (Ed.). (2007). *New Media and the New Middle East*, New York: Palgrave Macmillan.

٣ يمكن الرجوع إلى هذين الموقعين:

[https://en.wikipedia.org/wiki/Islam\\_by\\_country](https://en.wikipedia.org/wiki/Islam_by_country)

<http://www.npr.org/sections/thetwo-way/2015/04/02/397042004/muslim-population-will-surpass-christians-this-century-pew-says>

٤ عاطف عدلى العبد (١٩٧٩) دور الاذاعة الصوتية فى تغيير النظرة التقليدية الى المرأه فى القرية. رسالة ماجستير. غير منشورة. كلية الإعلام جامعة القاهرة.

٥ سوزان يوسف احمد القاينى (١٩٨٦). تأثير استخدام الاقمار الصناعية على مضمون نشرات الاخبار رسالة ماجستير. غير منشورة. كلية الاعلام جامعة القاهرة.

٦ نجوى الفوال وآخرون ١٩٩٤. البرامج الدينية فى التليفزيون المصري. التقرير الأول: تحليل الرسالة الإعلامية. القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية.

٧ يمكن الرجوع إلى الموقع التالى لمزيد من المعلومات

<https://arabic.cnn.com/arab-satellite-channel-statistics>

8 Vartanian, Thomas. P. (2011) . *Secondary Data Analysis*, New York: Oxford University Press.

9 Smith, Alexander K., (2011). Conducting High-Value Secondary Data Analysis : An Introductory guide and Resources, *Journal of Internal Medicine*, 26 (8),920-929.

- 10 Heaton ,J. (1998). Secondary Analysis of qualitative data, *Social Research Update*, 22, Autumn on line, Available at: srs-soc.surry.ac.uk/sru22.html.
- 11 Church, Russell M. (2001). Effective use of Secondary Data Analysis. *Learning and Motivation*, 33,32-45.

١٢ - يمكن الرجوع إلى هذه الدراسات بالتفصيل :

- سامى عزيز. الإنتاج الفكرى المصرى فى الدراسات الإعلامية منذ النشأة وحتى ١٩٧٠ المؤتمر العلمى الأول لكلية الإعلام جامعة القاهرة .مجموعة البحوث والدراسات والأوراق.ديسمبر ١٩٨١.ص ص ٥١-٧٠
- سامى عبدالعزيز. اتجاهات الدراسات الإعلانية فى مصر ١٩٥٠-١٩٩٢ مجلة بحوث الاتصال. العدد التاسع. يوليو ١٩٩٣
- سامى طابع.بحوث الإعلام بين الماضى والحاضر.المجلة المصرية لبحوث الإعلام. العدد ٧ يناير -يوليو ٢٠٠٠ ص ص ١٩٧-٢٠٣
- هشام مصباح واقع الدراسات الإعلامية المصرية فى مجال الوسائل الإلكترونية فى العقدين الأخيرين من القرن العشرين:دراسة تحليلية .المجلة المصرية لبحوث الإعلام. العدد الثامن .أغسطس أكتوبر ٢٠٠٠ ص ص ١٧١-٢٠٤
- سلوى إمام ٢٠٠٢ الاتجاهات العالمية الحديثة لبحوث التأثيرات الإيجابية والسلبية للتلفزيون على الأطفال.المجلة المصرية لبحوث الإعلام. العدد ١٧ أكتوبر -ديسمبر ٢٠٠٢ ص ص ٢٤٩-٣٢٧
- Kim , S. T., weaver , D. (2002) Communication research about the internet: a thematic meta-analysis, *New Media & Society*, 4,518-538.
- محمود عبدالرؤف كامل. اتجاهات بحوث الصحافة فى أمريكا ومصر :دراسة تحليلية مقارنة استبصارية لدوريتى الصحافة والإعلام الفصلية الأمريكية والمجلة المصرية لبحوث الإعلام.المؤتمر العلمى الرابع لأكاديمية أخبار اليوم القاهرة ٢٤-٢٤ أكتوبر ٢٠٠٧ ص ص ٣٧٢-٣٩٥.
- عبد الهادى أحمد النجار (٢٠٠٦). تقييم استخدام المقاييس الإحصائية فى بحوث الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، العدد ٢٦ ، أكتوبر ٢٠٠٦ ص ص ٢٦٧ - ٣٤٨.
- رزق سعد عبد المعطى (٢٠١١). اتجاهات الدراسات الإعلامية فى قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر فى الفترة من ١٩٩٦ إلى ٢٠١١ ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، العدد ٣٦ ، المجلد الثانى ، أكتوبر ٢٠١١. ص ص ٩-٤٢ .



- رجاء الغمراوى (٢٠١١) البحوث الإعلامية فى ربع قرن. مجلة البحوث الإعلامية جامعة الأزهر المجلد الثانى العدد ٣٦ المجلد الثانى. ص ص ٣٢٩ - ٣٨٥.
- أمانى ألبرت (٢٠١١) الاتجاهات الأساسية لدراسات الصورة الذهنية فى مصر خلال العقد الأول من القرن ٢١. مجلة البحوث الإعلامية .جامعة الأزهر المجلد الثانى العدد ٣٦ المجلد الثانى. ص ص ٣٨٧ - ٤٤٦. بحوث
- عبدالرحيم درويش (٢٠١٥) الدراما فى مصر فى خمسين عاما فى الفترة من ١٩٦٠ - ٢٠١٠. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون. كلية الإعلام جامعة القاهرة. العدد الثانى يونيو ص ص ١٠٤ - ١٨٠.
- ولاء عقاد (٢٠١٥) واقع البحوث الإعلامية فى مجال الإذاعة والتلفزيون فى الفترة من يناير ٢٠٠٠ حتى أكتوبر ٢٠١٤ (بالتطبيق على جامعة الأزهر) مجلة البحوث الإعلامية جامعة الأزهر المجلد الثانى العدد ٤٤. ص ص ١٠٥ - ١٤٦.

## قائمة البحوث التى اعتمدت عليها الدراسة

١. أحمد زايد ٢٠٠٦ ، خريطة الخطاب الدينى فى مصر، نادية مصطفى وإبراهيم البيومى غانم (محرران) حال تجديد الخطاب الدينى فى مصر، (القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، ٢٠٠٦).
٢. أحمد عزت عبد الحميد شرارة (١٩٩٠) المعالجة الصحفية للشئون الدينية فى الصحافة المصرية: دراسة تحليلية للمضمون والقائم بالاتصال والقراء، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، قسم الصحافة، ١٩٩٠).
٣. أحمد محمد أحمد سابق (٢٠٠٣) دور الصحافة المصرية اليومية فى تشكيل الوعى الدينى بقضايا المرأة لدى الشباب، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، قسم الصحافة، ٢٠٠٣).
٤. الإدارة العامة لبحوث المستمعين والمشاهدين ٢٠٠١. بحث تقييم برامج ومواد إذاعة القرآن الكريم
٥. الإدارة العامة لبحوث المستمعين والمشاهدين ١٩٩٢ استطلاع رأى الجمهور حول البرامج الدينية المقدمة من الإذاعة والتلفزيون.
٦. أسما حسين حافظ ١٩٩٧، مسؤولية الإعلام الدينى الصحفى تجاه المرأة: دراسة تحليلية للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور بالتطبيق على الصفحات الدينية لصحف الأهرام والأخبار والجمهورية عام ١٩٩٥. مجلة كلية الدراسات العربية والإسلامية جامعة الأزهر فرع البنات بالقاهرة. الزهراء. العدد ١٥. ص ص ٧٨٣-٩٤٧.
٧. أماتى عبد الرؤوف محمد ٢٠٠٧ ، دور القنوات الفضائية الاسلامية فى إمداد الشباب بالمعلومات حول القضايا الحياتية المؤتمر العلمى السنوى الثالث عشر لكلية الاعلام (الإعلام والبناء الثقافى والاجتماعى للمواطن العربى، جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، ٢٠٠٧)

٨. **أمل السيد عبد الحكم صقر ٢٠١٤** القيم الدينية المتضمنة فى مواقع الأطفال الإلكترونية ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل.
٩. **اميرة امين صابر ٢٠٠٨** الاعلام القرانى وبناء شخصية الطفل المسلم فى عصر العولمة فى اطار سورة الاعراف، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، مجلة دراسات الطفولة.
١٠. **اميرة امين صابر ٢٠٠٩**، بناء شخصية الطفل المسلم فى اطار سورتي الكهف ويوسف رؤية اعلامية، وتتناول الباحثة فى هذه الدراسة بناء شخصية الطفل المسلم فى اطار سورتي الكهف ويوسف ومانتضمنه من قيم ، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، مجلة دراسات الطفولة.
١١. **أميمة عمران ٢٠٠٧** التعرض للمواقع الدينية بالانترنت وعلاقته بمنظومة القيم لدى الشباب ، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعى بالصعيد ، المؤتمر العلمى السنوى الثالث عشر لكلية الاعلام (الإعلام والبناء الثقافى والاجتماعى للمواطن العربى ، جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، ٢٠٠٧)
١٢. **إنجى محمد سامى ٢٠١٥** أنماط تقديم الإسلام السياسى فى الكاريكاتور بالصحف الإلكترونية والورقية ومواقع التواصل الاجتماعى وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الجمهور، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، قسم الصحافة، ٢٠١٥).
١٣. **آيات أحمد رمضان ٢٠٠٨** العلاقة بين قراءة الموضوعات الدينية فى الصحافة المصرية ومستوى الوعى بقضايا الأسرة. رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، قسم الصحافة، ٢٠٠٨)
١٤. **إيمان عبده حافظ ١٩٩٢**. دور البرامج الدينية فى التلفزيون فى تنمية الثقافة الإسلامية لطلاب الجامعات. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة طنطا: كلية التربية، قسم أصول التربية، ١٩٩٢).

١٥. **إيمان عز الدين دواية ٢٠٠٩** دور القنوات الفضائية الدينية العربية فى التنقيف الدينى للجمهور المصرى: دراسة مسحية. رسالة دكتوراة. غير منشورة. المنصورة. جامعة المنصورة. كلية التربية النوعية. قسم الإعلام التربوي.
١٦. **أيمن منصور ندا ٢٠٠٨**، توجهات استطلاعات الرأى العام الأمريكية عن الإسلام والمسلمين قبل أحداث الحادى عشر من سبتمبر وبعدها: دراسة مقارنة باستخدام أسلوب التحليل الثانوى المؤتمر العلمى الدولى الرابع عشر لكلية الاعلام بعنوان الإعلام بين الحرية والمسئولية، (جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، ٢٠٠٨)
١٧. **باكينام حسن غراب، ٢٠١٥** خطاب صحافة النيا ارت الدينية فى مصر تجاه قضايا الديمقراطية وحقوق الانسان،. رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الصحافة ٢٠١٥.
١٨. **بحث تقييم إذاعة القرآن الكريم والبرامج الدينية المقدمة منها ١٩٩٦** ،
١٩. **جيهان يحيى ٢٠١١** معالجة قضايا الأسرة فى البرامج الدينية بالفضائيات العربية ودورها فى تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحوها رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة الأزهر: كلية الدراسات الإسلامية والعربية، قسم الصحافة والنشر.
٢٠. **حسن على ٢٠٠٩** الفضائيات الإسلامية الدينية: التحديات وفرص النجاح دراسة استكشافية. مؤتمر أخلاقيات الإعلام والإعلان. جامعة النهضة والمركز الإعلامى للتربية الأخلاقية ٢٨-٢٩ مارس ٢٠٠٩.
٢١. **حسن نيازى الصيفى ماجستير ٢٠٠٥** صورة الإسلام والمسلمين فى النيوزبيك وفورين بولسي، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الأزهر: كلية اللغة العربية ، قسم الصحافة والإعلام.
٢٢. **حمدى حسن محمود ١٩٨٥**، الاتجاهات الدينية فى برامج الإذاعة: دراسة تحليلية: لعينة من البرامج الدينية من ٦١-١٩٨١ رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة الأزهر: كلية اللغة العربية ، قسم الصحافة والإعلام.

٢٣. **خالد عبدالجواد ٢٠٠٨** دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الدينية والإشباع المتحققة منها لربة المنزل المصرية المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. كلية الإعلام جامعة القاهرة. المجلد التاسع العدد الأول يناير يونيو ٢٠٠٨.
٢٤. **داليا إبراهيم المتبولي**. صورة المحجبات كما تعكسها الدراما التلفزيونية المصرية لدى الفتيات: دراسة تطبيقية. دراسات الطفولة. المجلة العلمية المتخصصة لمعهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس. الإصدار ٤٥. المجلد ١٢. أكتوبر ديسمبر ٢٠٠٩. ص ٣٠-١
٢٥. **دعاء مجاهد (٢٠١٦)** . تأثير تناول وسائل الإعلام الجديدة للفتاوى الدينية على اتجاهات الجمهور المصرى نحوها ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٦ .
٢٦. **رامى عطا ٢٠٠٥** صحافة الأقباط وموقفها من قضايا المجتمع المصرى من ١٨٧٧ إلى ١٩٣٠، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الصحافة ، ٢٠٠٥ .
٢٧. **رزق سعد عبدالمعطي ١٩٩٧** استخدام الإعلام الدينى وشباعاته فى مصر : دراسة ميدانية على عينة من جماهير المجتمع الريفي. مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. العدد السابع. يوليو ١٩٩٧ .
٢٨. **رضا عكاشة ٢٠١٠** دور المصادر الصحفية فى بناء اتجاهات الصحافة المصرية نحو أزمة الحجاب: دراسة تحليلية على عينة من الصحف الصادرة من ١٦ نوفمبر حتى ١٦ ديسمبر ٢٠٠٦ (١٤٢٨ هجرية). مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. العدد ٣٣ يناير ٢٠١٠ ص ٩٣-١٧٢ .
٢٩. **رضا محمود عكاشة ١٩٩٠** ، الاتجاه الإسلامى فى الصحافة المصرية: دراسة تحليلية رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الصحافة ،
٣٠. **ريهام سامى حسين يوسف ٢٠١٥** دور التلفزيون و المواقع الاجتماعية فى تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الجماعات الإسلامية رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة ، ٢٠١٥ .
٣١. **ريهام محمود عبد العزيز عبد العاطى ٢٠٠٧** دور برامج الأطفال بالتلفزيون المصرى فى التنقيف الدينى للأطفال فى المرحلة العمرية من ٩ إلى ١٢ سنة، رسالة

- ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل.
٣٢. زينب محمد حامد حسن ٢٠١٢ تأثير الاعتماد على الفتاوى الدينية المقدمة فى الفضائيات العربية على معارف وسلوكيات الجمهور المصري، رسالة دكتوراه رسالة غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ٢٠١٢.
٣٣. زينب محمد حامد حسن (٢٠٠٧). "صورة الاسلام كما تعرضها المواقع العربية على شبكة الانترنت ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الاذاعة ، ٤١٤ص.
٣٤. سارة سعيد المغربي (٢٠١١) صورة الجاليات المسلمة فى الصحافة الأوروبية : دراسة تحليلية لعينة من الصحف والمجلات الألمانية والبريطانية ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الصحافة ، ٢٠١١.
٣٥. سامى العوضى ١٩٩٨ استخدامات الشباب الجامعى لقنوات الاتصال الشخصى والجاهيرى فى الحصول على المعلومات الدينية رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الأزهر : كلية اللغة العربية ١٩٩٨
٣٦. سحر فؤاد أحمد على (١٩٩٨). "دور اذاعة القرآن الكريم فى التنقيف الدينى للشباب الجامعى رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الاذاعة ، ٥١٨ص.
٣٧. سعيد النادى سعد محمد ٢٠٠٧ ، دور بعض قنوات الأطفال الفضائية المتخصصة فى إكساب الأطفال المعلومات الدينية دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠٧.
٣٨. سكرة البريدى ٢٠١٠ ونورة أبوسنة دور الإعلام الإسلامى فى تنمية الوعى الدينى للمرأة المصرية والسعودية (دراسة تطبيقية مقارنة) مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد ٣٤ أكتوبر، صص ٢٢٥-٢٦٧.

٣٩. سلام أحمد عبده (١٩٩٠). التحرير الصحفى فى المجالات الإسلامية المتخصصة فى العقدين الثامن والتاسع من القرن العشرين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الصحافة.
٤٠. سلمى عبد المؤمن السيد عبداللاه (٢٠١١) القيم التى تعكسها برامج الأطفال والشباب فى القنوات الفضائية الدينية : دراسة مقارنة بين قناتى إقرأ وسات ٧ ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الإذاعة ٢٠١١.
٤١. سليم رجب سليم عبد الله ٢٠١٦ معالجة بعض البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية الدينية المصرية للقضايا السياسية وعلاقتها باتجاهات الطلاب نحوها ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطويلة، قسم الإعلام وثقافة الطفل ٢٠١٦.
٤٢. سها فاضل ٢٠٠٢ ، دور الصحافة الدينية فى ترتيب أولويات القضايا الدينية لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية ميدانية المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد ١٤ يناير مارس ٢٠٠٢ ص ص ٦٩-١٠١.
٤٣. سهام نصار (١٩٧٨) صحافة اليهود العربية فى مصر. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ١٩٧٨.
٤٤. سهام نصار(١٩٨٦) صحافة اليهود الفرنسية فى مصر رسالة دكتوراة غير منشورة. جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ١٩٨٦.
٤٥. سهى فوزى أحمد (٢٠١٢) العلاقة بين اعتماد الجمهور المصرى على القنوات الفضائية الإسلامية ومستوى المعرفة الدينية لديهم، رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ٢٠١٢.
٤٦. سهى عبدالرحمن محمد المهدي ٢٠١٠ دور قنوات الاتصال الدينية المتخصصة فى تفعيل العمل التطوعى ودراسة التنمية البشرية فى المجتمع المصري. رسالة دكتوراة. غير منشورة ، جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم الإعلام ، ٢٠١٠.
٤٧. سهير صالح إبراهيم ٢٠٠٧ ، دور القنوات الفضائية الإسلامية فى إمداد الجمهور بالثقافة الدينية المؤتمر العلمى السنوى الثالث عشر كلية الإعلام جامعة القاهرة بعنوان

- (الإعلام والبناء الثقافى والاجتماعى للمواطن العربى) ٢٠٠٧. ص ص ١٤٤٥-١٤٨٩.
٤٨. السيد عبد السلام الشاذلى ٢٠١٤ دور برامج القنوات الفضائية الدينية المصرية فى تعلم قراءة القرآن الكريم للمرحلة العمرية (٤ - ٦) سنوات أطروحة (ماجستير)- جامعة عين شمس. معهد الدراسات العليا للطفولة. قسم الإعلام وثقافة الأطفال
٤٩. سيد محمود النفراوى ١٩٩٥ المنهج الإسلامى لقياس تكلفة وفعالية برامج الإعلام الدينى المسموعة والمرئية فى مصر ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة الأزهر: كلية التجارة ، قسم المحاسبة، ١٩٩٥.
٥٠. شاکر حامد على حسن ٢٠٠٧، الإعلان التجارى والأثار المترتبة عليه فى الفقه الإسلامى، رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة الأزهر : كلية الشريعة والقانون، الدراسات العليا قسم الفقه.
٥١. شحات جزر ١٩٨٧ ، البرامج الدينية الإسلامية فى التلفزيون المصرى، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الأزهر: كلية اللغة العربية ، قسم الصحافة والإعلام.
٥٢. شعبان شمس ٢٠٠١ الاحتياجات التدريبية للدعاة فى مجال الاتصال واتجاهاتهم نحو مستحدثاته، جامعة الأزهر، مجلة الدراسات والبحوث الإعلامية، العدد ١٦، أكتوبر ٢٠٠١.
٥٣. شعيب الغباشى دور الإعلام الإسلامى فى مواجهة المذاهب الفكرية الوافدة: دراسة تأصيلية مجلة البحوث الإعلامية جامعة الأزهر العدد ٣٥ يناير ٢٠١١ ص ص ٤٢٩-٤٦٦.
٥٤. شيرين أحمد السيد ٢٠١٦ ، استخدامات الشباب المصرى لشرائط الخطب الدينية و الإشباعات التى تحققها ( ماجستير)- جامعة عين شمس. كلية الآداب. قسم علوم الإتصال و الإعلام
٥٥. الشيماء محمد أحمد حسن طه ٢٠١٥ تعرض المراهقين للصفحات الإسلامية على "الفييس بوك" وعلاقته بإكسابهم المعلومات الدينية ، رسالة ماجستير غير



- منشورة ، جامعة عين شمس:معهد الدراسات العليا للطفولة. قسم الإعلام وثقافة الأطفال.
٥٦. **صابر سليمان عسران سليمان (١٩٨٧).** "القيم الإسلامية التي يتضمنها المسلسل العربى فى التلفزيون"رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون) ٤٧٨ص.
٥٧. **صالح السيد عراقى ابراهيم ٢٠٠٠** دور اذاعة القرآن الكريم فى التنشئة الدينية للأطفال فى المرحلة العمرية من ٩ الى ١٢ سنة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل.
٥٨. **صالح عراقى ٢٠٠٦**، أساليب تطوير الخطاب الدينى فى القنوات الفضائية العربية المؤتمر العلمى الثانى عشر لكلية الاعلام جامعة القاهرة " الإعلام وتحديث المجتمعات العربية ٢- ٤ مايو ٢٠٠٦.
٥٩. **الصايم قدرى الصايم عبدالسلام ٢٠٠٦** مركز الإعلام العربى وجهوده فى خدمة الدعوة الإسلامية من خلال مجلتى الرسالة والزهور ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الازهر: كلية الدعوة الإسلامية.
٦٠. **صفاء عطية عبدالدايم ١٩٩٧** ملامح الصورة الذهنية للداعية الإسلامى فى البرامج الدينية بالتلفزيون المصرى لدى عينة من المراهقين. رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة عين شمس:معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ١٩٩٧.
٦١. **طارق محمد محمد على الصعيدى ٢٠٠١** دور الصفحه الدينيه بالصحف القوميه فى التثقيف الدينى للمراهقين دراسه (مسيحيه) ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال.
٦٢. **طارق محمود يوسف الشوربجى ٢٠١١** المعالجة الإخبارية لقضايا العالم الإسلامى فى التلفزيون المصرى ودورها فى تشكيل معرفة الجمهور واتجاهاته ، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون) ٢٠١١.
٦٣. **طه محمد طه بركات ( ١٩٨١ )** دور الإعلام الدينى الإسلامى فى مجال الدعوة

- لتنظيم الأسرة من خلال الاتصال المباشر، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان).
٦٤. عادل ضيف ٢٠٠٢ رأى النخبة حول الإعلام فى تحسين صورة الإسلام والمسلمين بالخارج المؤتمر العلمى السنوى الثامن لكلية الإعلام جامعة القاهرة
٦٥. عادل فهمى البيومي (١٩٩١) "البرامج الدينية فى التلفزيون المصرى ودورها فى التنقيف الدينى للشباب" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون).
٦٦. عاطف أحمد محمد يوسف ٢٠١٠ العلاقة بين استخدام الصحف والمجلات الدينية الإسلامية ومستوى المعرفة الدينية لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنوفية: كلية الآداب. قسم الإعلام.
٦٧. عبد الجواد سعيد محمد ربيع وأسماء رأفت الشيخ ٢٠٠٧، دور الاتصال التفاعلى فى امداد الشباب بالمعرفة فى مجال الشئون الدينية الاسلامية - دراسة ميدانية المؤتمر العلمى السنوى الثالث عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة بعنوان (الإعلام والبناء الثقافى والاجتماعى للمواطن العربى) ٢٠٠٧.
٦٨. عبدالحكم أبو حطب قارئية الشباب الجامعى للصحف الدينية الإسلامية: دراسة مسحية لعينة من طلاب جامعتى الأزهر والزقازيق جامعة الأزهر العدد ٣٥ يناير ٢٠١١ ص ٤٦٧-٤٩٨.
٦٩. عبد الحكم محمود السيد ٢٠٠٥، دور الصحف الدينيه فى معالجه قضايا المراهقين، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة عين شمس:معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال.
٧٠. عبد الرافع عبد الحليم السيد (١٩٩٨) دور الصحافة الإسلامية فى خدمة الدعوة الإسلامية فى مصر. رسالة دكتوراة. غير منشورة ، جامعة الازهر: كلية اللغة العربية ، قسم الصحافة والاعلام.

٧١. **عبد الستار عبد اللاه عبد الرحمن (١٩٩٥)** القضايا التي تتناولها البرامج الدينية فى الراديو والتلفزيون، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون).
٧٢. **عبد الصمد محمد إبراهيم محمد ٢٠٠٦** ، أحكام الإعلانات التجارية فى الفقه الإسلامى رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة الأزهر: كلية الشريعة والقانون قسم الفقه المقارن.
٧٣. **عبد ربه أحمد محمد شحوت ١٩٧٩** ، بحث فى الدراما التمثيلية الدينية فى التلفزيون المصرى رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الأزهر: كلية اللغة العربية ، قسم الصحافة والاعلام.
٧٤. **عبدالباسط السيد مرسى ١٩٨٩** أهداف الإعلام الإسلامى ومميزاته رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الأزهر: كلية الدراسات الاسلامية، ١٩٨٩.
٧٥. **عبدالراضى البلبوشى وإبراهيم السعيد ٢٠١٤** اعتماد ممارسى العلاقات العامة على وسائل التواصل الاجتماعى للإعلام عن أنشطة المؤسسات الإسلامية الدعوية فى مصر والسعودية: دراسة ميدانية مجلة البحوث الإعلامية جامعة الأزهر العدد ٤٢ أكتوبر ٢٠١٤ ص ص ٢٩٣-٣٣٣.
٧٦. **عبدالعزيز عباس فرغلى على ٢٠٠٦** ، الشباب المسلم بين الغزو الثقافى ودور الإعلام الإسلامى رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الأزهر : كلية الدراسات الاسلامية والعربية .
٧٧. **عربى الطوخى ٢٠٠٦** علاقة الطفل المصرى ببرامج الأطفال فى القنوات الفضائية الدينية. المجلة المصرية لبحوث الرأى العام. كلية الإعلام جامعة القاهرة المجلد السابع العدد الأول يناير يونيو ٢٠٠٦ ص ص ٤٠٣-٤٥٠.
٧٨. **عرفة عامر ٢٠١٠** اتجاهات الأكاديميين المصريين نحو تغطية الضائقات العربية للدعاية المضادة للإسلام والمسلمين مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. العدد ٣٤ أكتوبر ٢٠١٠ ص ص ١٤٢-١٧٣.

٧٩. **عرفة عامر ٢٠١١** تحسين صورة الإسلام والمسلمين على الفضائيات الإسلامية خلال فترة التحول الديمقراطى العربى: دراسة ميدانية على طلبة الإعلام المصريين. مجلة البحوث الإعلامية جامعة الأزهر العدد ٣٦ أكتوبر ٢٠١١ ص ص ٩-٥٤.
٨٠. **عصام أنيس عبد الحميد زكى ٢٠٠١**. المعالجة التليفزيونية للدراما الدينية وتأثيرها فى التنقيف الدينى للأسرة المصرية: دراسة ميدانية على الأسرة المصرية. رسالة دكتوراة غير منشورة جامعة الزقازيق: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠٠١.
٨١. **علا عبدالقوى** استخدامات الشباب المصرى لمواقع التواصل الاجتماعى وعلاقتها بإدراكهم للقضايا الدينية المطروحة عبر تلك المواقع المجلة المصرية لبحوث الرأى العام كلية الإعلام جامعة الازهر المجلد الخامس عشر العدد الرابع أكتوبر ديسمبر ٢٠١٦ ص ص ٣٦٥-٤٠٨.
٨٢. **علاء عبد المجيد يوسف الشامى ٢٠٠٦**. «دور الخطاب الدينى فى وسائل الإتصال فى تشكيل اتجاهات الشباب المصرى نحو القضايا السياسية» رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتليفزيون) ٣٨٨ ص.
٨٣. **على منصور حبيب عثمان ٢٠٠٦**، الضوابط الشرعية لحرية الإعلام فى الفقه الإسلامى، رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة الازهر: كلية الشريعة والقانون ، قسم الفقه العام.
٨٤. **عنتر إبراهيم عبدالسلام علام ٢٠١٦**، المضمون القيمى فى البرامج الدينية الموجهة باللغة الانجليزية فى الإذاعة والتليفزيون المصرى دراسة تحليلية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة عين شمس: كلية التربية
٨٥. **فودة محمد محمد على ٢٠٠٨**، دور التليفزيون والصحافة فى ترتيب أولويات اهتمام ائمة وخطباء المساجد فى مصر تجاه القضايا المحلية. رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة الازهر: كلية اللغة العربية ، قسم الصحافة والإعلام ، شعبة الإذاعة والتليفزيون) ٢٠٠٨.

٨٦. **فاتن أحمد المتولى حمزه كريم ٢٠٠٧** دور الصحافه المدرسيه فى تنمية الوعى الدينى لدى تلاميذ المرحلة الإعداديه ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال.
٨٧. **فوزى خليل ٢٠٠٦** حال تجديد الخطاب الدينى فى شبكة القرآن الكريم. فى ناديه مصطفى وإبراهيم البيومى غانم (محرران) حال تجديد الخطاب الدينى فى مصر (القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، ٢٠٠٦)
٨٨. **كريستين بدوى أمين ٢٠١٣** ، دور الخطاب الدينى بالقنوات المسيحية العربية فى التنقيب الدينى لدى الشباب المسيحي المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة : كلية التربية النوعية، قسم الإعلام.
٨٩. **محمد أبو العلا ٢٠١٤** انتشار الشائعات فى المجتمع المصرى بعد فترة التحول الديمقراطى ٢٠١١ وكيفية مواجهتها من منظور إسلامى مجلة البحوث الإعلامية جامعة الأزهر العدد ٤٢ أكتوبر ص ص ١٠٥-١٤٨،
٩٠. **محمد أحمد عبدالحفيظ أحمد ٢٠١٣** القيم الحضارية وفيها الاتصال والإعلام فى ضوء السنة النبوية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة الأزهر: كلية اصول الدين والدعوة بالمنصورة ، قسم الحديث وعلومه ٢٠١٣.
٩١. **محمد أحمد محمد يونس (٢٠٠٠)** الخطاب الدينى فى الصحف المصرية خلال الفترة ما بين عامى ١٨٨٢-١٩١٤ ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الصحافة).
٩٢. **محمد أحمد محمد يونس(١٩٩٤)** الصفحة الدينية فى الصحف المصرية خلال الفترة ما بين ١٩٨٤-١٩٨٩ : دراسة تطبيقية على جريدتى الأهرام والوفد، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الصحافة).
٩٣. **محمد أحمد هاشم إمام الشريف ٢٠٠٣**، البرامج الدينية فى القنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية
٩٤. **محمد حسام الدين محمد اسماعيل(٢٠٠٢)** التغطية الصحفية الغربية لشئون العالم الإسلامى خلال التسعينات، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الصحافة).

٩٥. **محمد حسام الدين إسماعيل** صورة العالم الإسلامى فى الكاريكاتور الروسى: دراسة فى التحليل السيميولوجى والثقافى من ٢٠١١ إلى ٢٠١٥ المجلة المصرية لبحوث الرأى العام كلية الإعلام جامعة الازهره المجلد الرابع عشر العدد الثالث يوليو سبتمبر ٢٠١٥ ص ص ١٥٧-٢٢٢.
٩٦. **محمد رشاد عوض الله أحمد** ٢٠١٥ ، علاقة العوامل الدلالية والمعرفية بآليات تلقى القراء لخطاب الدولة الدينية والدولة المدنية بصحف الأحزاب الدينية، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة القاهرة : كلية الاعلام، قسم الصحافة)
٩٧. **محمد رضا أحمد** ٢٠٠٢ أساليب تحسين صورة العرب والمسلمين كما تدركها الصفوة المصرية المؤتمر العلمى السنوى الثامن لكلية الإعلام جامعة القاهرة
٩٨. **محمد عبدالبديع** ٢٠٠٨ اتجاهات النخبة المصرية نحو القنوات الفضائية الإسلامية: دراسة ميدانية. مجلة البحوث الإعلامية جامعة الأزهر. العدد ٣٠ أكتوبر ٢٠٠٨. ص ص ٩٥-١١.
٩٩. **محمد عبدالبديع السيد** ٢٠٠٨ اتجاهات القائمين بالاتصال فى البرامج الدينية نحو تجديد الخطاب الدينى: دراسة ميدانية على عينة من القنوات والمحطات المصرية. المجلة المصرية لبحوث الرأى العام. العدد ٣٠، أبريل يونيو ٢٠٠٨. ص ص ٣٤٥-٤١٥
١٠٠. **محمد عبدالجواد يونس** ٢٠٠٢، نظرية الإعلام فى الفقه الإسلامى رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة الازهر : كلية الدراسات الاسلامية والعربية، ٢٠٠٢.
١٠١. **محمد عبدالقوى الغمام** ١٩٩٠ دراسة تحليلية للمضمون التربوى فى البرامج الدينية بالإذاعة المصرية رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة الازهر : كلية التربية .
١٠٢. **محمد عبدالواحد طرابيبة** ٢٠٠٠ البرامج الدينية المتخصصة فى التلفزيون المصرى: دراسة تحليلية مقارنة لعينة من البرامج الدينية فى القناتين الأولى والثانية،مجلة كلية اللغة العربية بالقاهرة. العدد ١٨. ص ص ١١٠١ - ١١٩٤.

١٠٣. **محمد غريب ٢٠٠٣** تعرض طلاب الجامعات لقناة اقرأ الفضائية وعلاقته بإدراك القيم والموضوعات الدينية: دراسة ميدانية فى إطار نظرية الغرس الثقافي، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، مجلة دراسات الطفولة.
١٠٤. **محمد غريب ٢٠٠٥** دور البرامج التلفزيونية فى التنقيف الدينى لدى طلاب الجامعات: دراسة ميدانية. المجلة المصرية لبحوث الرأى العام. كلية الإعلام جامعة القاهرة. المجلد السادس العدد الثانى يونيو ديسمبر ٢٠٠٥. ص ص ٣٩٥-٤٤٨.
١٠٥. **محمد محمد عبدالعال الحناوي ١٩٩١**، الحلال والحرام بين وسائل الإعلام المعاصرة ووسائل الدعوة الإسلامية رسالة غير منشورة ، جامعة الأزهر : كلية اصول الدين والدعوة الاسلامية .
١٠٦. **محمد مصطفى رفعت محرم عزت (٢٠١٣)** اعتماد الشباب المصرى على المواقع الإسلامية العربية: دراسة مسحية وكيفية، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٣.
١٠٧. **محمد منصور محمود منصور هيبية (١٩٨٧)** الصحافة الإسلامية فى مصر من ٢٣ يوليو ١٩٥٢ حتى ٥ سبتمبر ١٩٨١م، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الصحافة).
١٠٨. **محمد منصور هيبية (١٩٩٦)** القضايا الإسلامية فى الصحافة المصرية: دراسة تحليلية للصحف المصرية عام ١٩٥٢ - ١٩٨١ ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الصحافة، ١٩٩٦).
١٠٩. **محمد منير حجاب (١٩٧٨)** موقف الصحافة اليومية من قضايا الفكر الدينى، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الصحافة).
١١٠. **محمد يونس ٢٠٠٢** الإنترنت كوسيلة اتصالية فى الشؤون الإسلامية: دراسة للمواقع الإسلامية المدمجة باللغة العربية على الشبكة. المجلة المصرية لبحوث الرأى العام. كلية الإعلام جامعة القاهرة. العدد ٣ يوليو سبتمبر ٢٠٠٢ ص ص ١١٣-١٧٣.
١١١. **محمود حسن إسماعيل ٢٠٠٤** استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الدينية والإشباع المتحققة منها. المجلة المصرية لبحوث الرأى العام. كلية الإعلام جامعة القاهرة. المجلد الخامس. العدد الثانى. يونية ديسمبر ٢٠٠٤. ص ص ٢٨٧-٣٢٨.

١١٢. **محمود عبدالعاطى ٢٠١٢** مسلم مدى اعتماد أئمة وخطباء المساجد على القنوات الفضائية الدينية الإسلامية كمصدر للمعلومات مجلة البحوث الإعلامية جامعة الأزهر العدد ٣٧ أكتوبر ٢٠١٢ ص ص ٩-٦٢.
١١٣. **محمود محمد محمود خليل ١٩٩٤**، علاقة برامج اذاعة القرآن الكريم بالاتجاهات الدينية لدى الشباب فى المرحلة العمرية من ١٨-٢٢ سنة رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس. كلية الدراسات العليا للطفولة. قسم الاعلام وثقافة الطفل
١١٤. **محمود يوسف مصطفى عبده (١٩٨٣)** أصول العلاقات العامة فى الدعوة الإسلامية: دراسة تحليلية لأساليب ممارسة العلاقات العامة بالمفهوم العلمى الحديث فى نشر الدعوة الإسلامية منذ بعثة الرسول صلى الله عليه وسلم و حتى وفاته، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، العلاقات العامة والإعلان).
١١٥. **محمود يوسف مصطفى عبده (١٩٨٧)** دور قادة الرأى الدينيين فى معالجة قضايا الشباب: دراسة فى الريف المصرى، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٨٧).
١١٦. **نوال عمر ١٩٨٤**. دور الإعلام الدينى فى تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية. ط٢. (القاهرة: دار نهضة الشرق، ١٩٨٤)،
١١٧. **محي الدين عبدالحليم ٢٠٠٢** ، الصورة الذهنية للعرب والمسلمين فى الإعلام الغربى بعد أحداث ١١ سبتمبر المؤتمر العلمى السنوى الثامن لكلية الإعلام جامعة القاهرة ٢٠٠٢.
١١٨. **محيى الدين عبد الحليم ١٩٧٨**، الإعلام الدينى وأثره فى الرأى العام"رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ١٩٧٨) ٥٤١ ص.
١١٩. **المراقبة العامة للبحوث والإحصاء ١٩٧٩** تقييم البرامج الدينية فى الإذاعة والتلفزيون. دراسات اتحاد الإذاعة والتلفزيون ،



١٢٠. **مرفت الطرابيشى ومها الطرابيشى** ٢٠٠٣، معالجة الخطاب الدينى لقضية الإرهاب الدولى بالصحف المصرية العامة والدينية فى ظل المتغيرات الدولية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. العدد ٢٠ يوليو سبتمبر ٢٠٠٣ ص ص ١٥٥-١٨٦.
١٢١. **مروة الصيفى** ٢٠١٢. استخدام الأطفال للقنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمستوى المعلومات الدينية لديهم. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٢)
١٢٢. **مروة كامل عبدالعزيز عفيفى** ٢٠١٠ العلاقة بين التعرض لبرامج الأطفال بالقنوات الفضائية الدينية والقيم الأخلاقية لدى عينة الأطفال (٩-١٢ سنة) رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الاعلام وثقافة الطفل)
١٢٣. **مروى عبد اللطيف محمد** ٢٠٠٥ دور مجلات الأطفال الدينية فى التنقيف الدينى للأطفال من ٩-١٢ سنة دراسة مسحية فى إطار نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة. قسم الاعلام وثقافة الطفل)
١٢٤. **مصطفى محمد عبد الوهاب** ٢٠٠٩، بنية الخطاب الدينى الإسلامى بالقنوات التلفزيونية (الحكومية والخاصة) والعوامل المؤثرة فيها، رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٩).
١٢٥. **مصطفى سيد عبدالله عبدالمطلب** (١٩٨٧) رسالة المسجد الإعلامية: دراسة لدور المسجد فى تطوير المجتمعات الإسلامية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سوهاج كلية الآداب، قسم الصحافة.
١٢٦. **منال عبده محمد منصور** دور الخطاب الدينى المقدم بالقنوات الفضائية الدينية المتخصصة فى تنقيف المراهقين دينياً) دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة. قسم الاعلام وثقافة الطفل)
١٢٧. **منى على السيد الحماصى** ٢٠٠٧ ، صورة الداعية التى تعكسها القنوات الإسلامية المتخصصة وعلاقتها بصورته الذهنية لدى المراهقين رسالة ماجستير

- غير منشورة ، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الاعلام وثقافة الطفل ٢٠٠٧
١٢٨. **منى محمود عبد الجليل ٢٠١١** إعلانات المواقع العربية العامة والإسلامية على شبكة المعلومات الدولية الإنترنت وعلاقتها بالسلوك الاستهلاكي لدى الجمهور دكتوراه، جامعة الأزهر: كلية الدراسات الإسلامية والعربية، شعبة الصحافة والإعلام قسم العلاقات العامة والإعلان
١٢٩. **منى السيد ٢٠٠١**، دور الأم المصرية فى توجيه أطفالها نحو مشاهدة برامج التلفزيون. مجلة كلية الدراسات العربية والإسلامية جامعة الأزهر. العدد ١٩ الجزء الثالث. ٢٠٠١. ص ص ٩٦٥-١٠٢٩.
١٣٠. **منى سمير ٢٠١٤** دور الخطاب الدينى الإسلامى فى القنوات الفضائية فى تنمية الوعى الدينى لدى الشباب الجامعي. رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة دمياط: كلية التربية النوعية. قسم الإعلام التربوي.
١٣١. **منى هاشم الصدقة ٢٠١١** دور القنوات الفضائية فى تشكيل اتجاهات المراهقين نحو القضايا الدينية رسالة دكتوراة غير منشورة ، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة. قسم الاعلام وثقافة الطفل.
١٣٢. **منى هاشم ٢٠٠٨**. استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت والإشباع المتحققة منها. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنوفية: كلية الآداب. قسم الإعلام)
١٣٣. **مها احمد عبد العظيم ٢٠١٤** اتجاهات طالبات الجامعات الاسلامية نحو استخدام المواقع الاسلامية على شبكة الانترنت دراسة ميدانية مقارنة بين جامعة الازهر والامام محمد بن سعود ، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، مجلة دراسات الطفولة .
١٣٤. **نجوى الفوال وآخرون ١٩٩٤**. البرامج الدينية فى التلفزيون المصري. التقرير الأول: تحليل الرسالة الإعلامية (القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، (١٩٩٤)

- ١٣٥ . **نجوى الفوال وآخرون ١٩٩٦** . البرامج الدينية فى التلفزيون المصري . التقرير الثانى : القائم بالاتصال (القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٩٦)
- ١٣٦ . **ندى نصر الدين عامر ٢٠٠٩** صورة المسلمين فى عينة من الصحف الأمريكية والفرنسية دراسة مقارنة بين صحيفتى " نيويورك تايمز الأمريكية ولوموند الفرنسية رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس : كلية الآداب، قسم الاعلام وعلوم الاتصال.
- ١٣٧ . **نسمه محمد محمد ابراهيم ٢٠١٥**، معالجة القنوات الفضائية الاسلامية للاحداث السياسية بعد ثورة ٢٥ يناير، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الاعلام.
- ١٣٨ . **نشوى الشلقانى ٢٠١٠** دور القنوات الدينية المتخصصة فى تكوين الوعى الدينى لدى الشباب المصري . مجلة البحوث الإعلامية . جامعة الأزهر . العدد ٣٣ يناير ٢٠١٠ ص ص ١٧٣-٢٧٨ .
- ١٣٩ . **نهال عمر الفاروق بدوى (٢٠٠٩)** الخطاب الدينى كما تعكسه البرامج الدينية الموجهة باللغة الإنجليزية فى القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة . (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٩ .
- ١٤٠ . **نهال عمر الفاروق ٢٠١٦** . أساليب الدعاية فى الخطاب الشيعى فى القنوات الفضائية: دراسة تطبيقية . رسالة دكتوراة غير منشورة . (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٦)
- ١٤١ . **نهى العبد فى ٢٠٠٧** استخدامات الجمهور المسيحى للقنوات الفضائية المسيحية والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية على الصفوة والجمهور . المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، المجلد الثامن، العدد الثالث، يوليو سبتمبر ٢٠٠٧ .
- ١٤٢ . **نهى حشيش ٢٠٠٨** استخدامات الشباب الجامعى للقنوات الفضائية العربية والإسلامية والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية تحليلية . رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الأزهر: كلية الدراسات الإسلامية والعربية ، شعبة الصحافة والإعلام .

١٤٣. **نورا حمدى أحمد عمر ٢٠١٦** ، علاقة المسلمين بالمسيحيين فى الدراما الدينية وأثرها على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعى بينهما، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الأزهر: كلية الدراسات الإسلامية والعربية ، شعبة الصحافة والإعلام .
١٤٤. **نوران السيد محمد منصور ٢٠١٥** عثمان تجسيد الشخصيات الدينية فى الدراما الإيرانية وعلاقته بصورتهم الذهنية لدى المراهقين، رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال .
١٤٥. **نوره حمدى ابو سنة ٢٠٠٩** ، موقف المراهقات مما تقدمه الداعيات الاسلاميات فى الصحف والقنوات الفضائية الاسلامية بحث ميدانى مقارنة على بعض المراهقات المصريات والسعوديات ، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، مجلة دراسات الطفولة .
١٤٦. **هالة العسلى ٢٠٠٨**. المضمون التربوى لبعض برامج إذاعة القرآن الكريم فى ضوء احتياجات المواطن المصري. رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة عين شمس القاهرة: كلية التربية، قسم أصول التربية، ، ٢٠٠٨ )
١٤٧. **هانى عبد الله قرنى هلال ٢٠٠٩** علاقة إذاعة القرآن الكريم بالتنقيف الدينى للمراهقين المكفوفين رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال.
١٤٨. **هبة محمد عفت خطاب ٢٠١٤** دور الدراما التى يقدمها التلفزيون المصرى فى نشر ثقافة التسامح الدينى بين المواطنين المصريين، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٤)
١٤٩. **هدى حميد معوض امام ٢٠١٦** صحافة الأطفال الدينية ودورها فى تنمية الوعى الدينى للطفل من (٩ - ١٢ سنة) رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠١٦.
١٥٠. **هشام محمد عبد الغفار ٢٠٠٧** عناصر صورة العلاقة بين المسلمين والأقباط فى خطاب الصحف الخاصة فى مصر المؤتمر العلمى السنوى الثالث عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة بعنوان (الإعلام والبناء الثقافى والاجتماعى للمواطن العربى) ٢٠٠٧.

١٥١. **هناء فاروق صالح ٢٠٠٧** ، الحق فى المعرفة ما بين حرية التعبير وحماية المقدسات : دراسة حالة لأزمة الإساءة للرسول والإسلام فى الصحافة الدولية المؤتمر العلمى السنوى الثالث عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة بعنوان (الإعلام والبناء الثقافى والاجتماعى للمواطن العربى) ٢٠٠٧ .
١٥٢. **هنية محمود عبد السلام ٢٠١٦** جامعة الأزهر كلية الدراسات الإسلامية والعربية شعبة الصحافة والإعلام قسم العلاقات العامة دكتوراه
١٥٣. **وائل صلاح نجيب ٢٠١٠** التعرض للقنوات الفضائية الدينية وعلاقته باتجاه المشاهدين المصريين نحو قضايا العالم الإسلامى: دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة دمياط: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.
١٥٤. **وفاء محمود نصار ٢٠٠١**، اتجاهات طالبات جامعة الأزهر نحو بعض البرامج التلفزيونية. جامعة الأزهر: مجلة كلية الدراسات العربية والإسلامية. العدد ١٩ الجزء الثالث. ص ص ٨١٢-٨٩١.
١٥٥. **ولاء ابراهيم عقاد علي ٢٠٠٧**، دور الدراما الدينية التلفزيونية فى نشر الوعى الدينى لدى الشباب الجامعي، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة الأزهر: كلية الدراسات الإسلامية والعربية ، شعبة الصحافة والإعلام.
١٥٦. **وليد كامل على الليثى ١٩٩٥** اتجاهات المراهقين نحو البرامج الدينية بالتلفزيون المصرى رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل.
١٥٧. **يسرا محمود صبح ٢٠١٤** ، المواقع الالكترونية للدعاه العرب على شبكة الإنترنت رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة الأزهر: كلية الدراسات الإسلامية والعربية، قسم الصحافة والنشر .
١٥٨. **يمنى عاطف ٢٠١٥** . السياسات الإعلامية للقنوات الفضائية الدينية وعلاقتها بمعالجة القضايا الوطنية فى مصر: دراسة تطبيقية. رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة أسيوط: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٥)