

اعتماد المرأة المصرية على القنوات
الدينية الإسلامية في القضايا الحياتية

إعداد

سامح محمد عبد البديع السيد

* مقدمة :

انتشرت فى السنوات الأخيرة القنوات الفضائية الدينية فى العالم العربى واختلفت هذه القنوات فى التمويل والإدارة والتخصص والجمهور والمضمون ، ويثير العدد الكبير لهذه القنوات أسئلة كثيرة عن مصادر تمويلها وإدارتها ، والمضامين التى تقدمها ، ومدى تأثير الجمهور بها .

وقد أحدثت هذه القنوات تأثيراً إيجابياً لدى الكثيرين ، وشغلت حيزاً من الفراغ الإعلامى ظل شاغراً لعقود عدة ، وعملت جاهدة فى حدود إمكانياتها المتفاوتة على تثقيف المسلمين فى دينهم وإظهار الوجه المشرق للدين الإسلامى ، بينما يرى البعض أن هذه القنوات قدمت أحياناً فكر دينى لا يتسم بالاعتدال .

والمُتابع لبرامج القنوات الإسلامية يجد أن معظمها يتناول قضيتين هما الوعظ والإفتاء ، مع تواجد هامشى لبرامج أخرى كالعقيدة والبرامج التعليمية والتربوية والاجتماعية والترفيهية والإخبارية وكذلك برامج التاريخ والمرأة وبرامج الأطفال⁽¹⁾ .

* مشكلة الدراسة :

نتيجة لتطور تكنولوجيا البث التليفزيونى ، شهدت السنوات الأخيرة تزايد انتشار القنوات الدينية الإسلامية ، وتنوعت هذه القنوات من قنوات طائفية سنية فى مواجهة شيعية ، وقنوات إسلامية ضد قنوات مسيحية ، وقنوات سلفية متشددة وأخرى معتدلة⁽²⁾ . وتزايد اعتماد الجمهور على هذه القنوات خاصة فى ظل تراجع دور الأسرة والمدرسة والمؤسسات الدينية فى عملية نشر المعلومات والمعرفة بالشئون الدينية ، ولعل المرأة المصرية من الشرائح المهمة التى تتعامل مع هذه القنوات للحصول على المعلومات والأحكام المتعلقة بأمورها الحياتية وذلك فى ظل نقص المعرفة بالشئون الدينية لدى معظم شرائح المجتمع .

وانطلاقاً مما سبق ، يمكن بلورة المشكلة البحثية فيما يلي : ما مدى اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية فى تلبية احتياجاتها النفسية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية ، والدور الذى يمكن أن تؤديه هذه القنوات فى التعبير عن القضايا الحياتية للمرأة المصرية .

* أهمية الدراسة :

- 1- تنامى ظاهرة القنوات الدينية الإسلامية التى طرحت نفسها على الساحة ، ولاقت قبولاً كبيراً عند جماهير المشاهدين .
- 2- تأثير القنوات الدينية الإسلامية فى الفئات المختلفة للجمهور ومنها المرأة ، والدور الذى تقوم به فى تغيير ثقافة المجتمعات وعاداتها .
- 3- تمثل القنوات الدينية الإسلامية مصدراً بديلاً للمعرفة الإسلامية وللفتوى الدينية خاصةً عند الفتيات والنساء .
- 4- التعرف على رأى المرأة المصرية فى القنوات الدينية الإسلامية ونوعية البرامج التى تريدها من هذه القنوات ومدى استفادتها منها سلوكياً ومعرفياً

* أهداف الدراسة :

- 1- التعرف على كيفية معالجة القنوات الدينية الإسلامية لقضايا المرأة المصرية.
- 2- التعرف على مدى تأثير القنوات الدينية الإسلامية على سلوك ومعارف واتجاهات المرأة المصرية فى حياتها اليومية .
- 3- معرفة أبرز القضايا التى تتناولها برامج المرأة المصرية فى القنوات الدينية الإسلامية .
- 4- التعرف على أسباب تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية الإسلامية .
- 5- معرفة مدى اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية فى شئونها اليومية .

* الإطار النظرى للدراسة " نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام " :

كانت البداية الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة ساندرا بول روكيتش وزملائها عام 1974م عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "إدراك المعلومات" وطالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التى ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتى يستمد من اعتمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التى تسيطر عليها وسائل الإعلام ، أى قدرة وسائل الإعلام على خلق المعلومات ومعالجتها ونشرها بين الجمهور أى أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الاجتماعية الأخرى⁽³⁾ .

من هذا المنطلق تقوم فكرة النظرية على أن الأفراد فى المجتمع الحديث يعتمدون بصورة متزايدة على المعلومات المستمدة من وسائل الإعلام وذلك لإمدادهم بالمعلومات والتوجيه المتعلق بما يحدث فى مجتمعهم . وكلما زادت الحاجة إلى وسائل الإعلام وزاد الاعتماد عليها زاد احتمال أن تغير المعلومات من معارف الجمهور ومشاعره وسلوكه⁽⁴⁾ .

وفى عام 1976م وضع ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش النموذج الأول لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام⁽⁵⁾ ، وتتلور فكرة هذا النموذج حول العلاقة المتبادلة بين النظام الإعلامى والاجتماعى والجمهور ، وأن نوع ودرجة التغييرات التى يتوقع أن يحدثها النظام الإعلامى على الجمهور تتغير وفقاً لهذه العلاقة⁽⁶⁾ .

وفى عام 1982م ظهر النموذج الثانى لنظرية الاعتماد ويتضمن مجموعة معقدة من العوامل والمتغيرات التى تكون موجودة داخل النظام الاجتماعى المتشابك العلاقات ، والتى ينتج عن علاقتها التفاعلية مع وسائل الإعلام التأثيرات المختلفة على الجمهور⁽⁷⁾ . وظهر النموذج الثالث للنظرية عام 1989م ويركز على الطبيعة الحيوية والتراكمية للعلاقات الاعتمادية الظاهرة بين أعضاء الجمهور ومصدر الوسيلة

ويتعلق فقط بالتأثيرات الناجمة عن محتوى وسيلة محددة على الأفراد⁽⁸⁾ . ويتمثل الفرض الرئيسي لهذا النموذج في قيام الأفراد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاتهم عن طريق الوسيلة ، وكلما لعبت الوسيلة دوراً مهماً في حياة الأفراد زاد تأثيرها عليهم ، وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأفراد ، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام⁽⁹⁾ .

* الآثار المترتبة على الاعتماد على وسائل الإعلام :

يرصد ملفين ديفلير وساندرا روكيتش مجموعة الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاثة فئات أساسية هي :

أولاً - الآثار المعرفية : وتتمثل في :

أ- الغموض : فالغموض يمكن أن يحدث لأن الناس يفتقرون إلى معلومات كافية لفهم معنى حدث ، أو يفتقرون إلى المعلومات التي تحدد التفسير الصحيح من بين تفسيرات عديدة تقدمها وسائل الإعلام⁽¹⁰⁾ .

ب- تكوين الاتجاه : حيث أن الأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام يستخدمون معلومات تلك الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع .

ج- ترتيب الأولويات : تقوم وسائل الإعلام بدور هام في ترتيب أولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا الهامة تبعاً لترتيب هذه الوسائل لها⁽¹¹⁾ .

د- اتساع المعتقدات : تساهم وسائل الإعلام في توسيع معتقدات الجمهور بنشر المعلومات عن معتقدات جديدة⁽¹²⁾ .

ثانياً - الآثار الوجدانية : ويحدد ديفلير وروكيتش هذه الآثار على النحو التالي :

اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية فى القضايا الحياتية سامح عبدالبديع

أ- **الفتور العاطفى** : حيث يفترض أن كثرة التعرض المكثف والمستمر للعنف فى وسائل الإعلام له تأثير كالمخدر يودى إلى الشعور بالتبلىد ، وعدم الرغبة فى مساعدة الآخرين حين تقع أحداث عنيفة فى الواقع الحقيقى⁽¹³⁾ .

ب- **الخوف والقلق** : هو شعور يتولد لدى الفرد نتيجة التعرض المستمر للأحداث السيئة المعروضة بوسائل الإعلام مثل أخبار المجاعات والاضطهاد فإنها تثير مشاعر الخوف لدى المتلقين والقلق من الوقوع ضحايا لأعمال العنف فى الواقع⁽¹⁴⁾ .

ج- **الدعم المعنوى والاعتراب** : وتسهم وسائل الإعلام فى رفع الروح المعنوية لدى المتلقى أو قد تزيد من شعوره بالاعتراب .

ثالثاً - الآثار السلوكية :

وهى محصلة التأثيرات الوجدانية والمعرفية التى لن يكون لها تأثير اجتماعى إن لم تتحول إلى سلوك . وتظهر التأثيرات السلوكية للإعلام فى الفعل والتنشيط والحركة نحو قضايا وسلوكيات معينة ، أو فقدان الرغبة وتهدة الحركة نحو القضايا والحلول . فالإعلان مثلاً يدفع المستهلك للقيام بفعل محدد . وعدم توافر معلومات عن الحدث يثبط عزم الفرد نحو الفعل⁽¹⁵⁾ .

وقد استفاد الباحث من هذه النظرية فى اختبار مدى اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية كوسيلة ومصدر من مصادر المعلومات عن القضايا التى تشغلها فى حياتها اليومية ، حيث تربط النظرية بين النظام الاجتماعى من ناحية وبين الجمهور من ناحية ثانية (المرأة المصرية) وبين وسائل الإعلام من ناحية ثالثة (القنوات الدينية الإسلامية) فهى تساعد فى التعرف على إجابة محاور رئيسية فى الدراسة مثل متى ؟ ولماذا تتعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية الإسلامية وما هى التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد ؟

* **الدراسات السابقة** : قسم الباحث الدراسات السابقة إلى محورين على النحو التالى :

- دراسات تناولت قضايا المرأة في القنوات التلفزيونية الفضائية والأرضية .
 - دراسات تناولت القنوات والبرامج الدينية وتأثيرها في المجتمع .
- * المحور الأول : دراسات تناولت قضايا المرأة في القنوات التلفزيونية الفضائية والأرضية وتشمل الدراسات التالية :

1- دراسة ياسمين المهدي (2015) حول دور البرامج التلفزيونية في معالجة قضايا المرأة⁽¹⁶⁾: هدفت الدراسة إلى التعرف على نوعية قضايا عمل المرأة التي تتناولها البرامج التلفزيونية ، حيث قامت الباحثة بإجراء دراسة تحليلية على ثلاث قنوات تلفزيونية عربية هي قناة العائلة وقناة CBC وقناة MBC1 وامتدت فترة الدراسة ستة أشهر في الفترة من 1-1-2014 حتى 1-7-2014 ، وخلصت الدراسة إلى الآتي :

- جاءت في المرتبة الأولى للقضايا المرتبطة بعمل المرأة التي تقدمها البرامج محل الدراسة النماذج القيادية للمرأة بنسبة 28,6% ، يليها قضية العمل غير المنظم بنسبة 23,8% ، ثم قضيتي المرأة المعيلة والقوانين المنظمة للعمل بنسبة 14,3% .

- أثبتت الدراسة إلى أن هناك عدداً محدوداً من البرامج التي تنطرق إلى قضايا عمل المرأة.

- تناولت 90% من البرامج قضايا عمل المرأة في الحضر ولم يكن هناك تطرق لقضايا عمل المرأة في الريف بالقدر الكافي .

2- دراسة نجلاء محمود (2013) حول دور برامج المرأة بتلفزيون الصعيد في تنمية وعي الفتاة بقضاياها⁽¹⁷⁾: استهدفت الدراسة المساهمة في تشكيل وعي الفتاة وتنمية مهارتها وقدراتها بما يتلاءم مع متطلبات العصر ، والاهتمام بالقضايا التي تهم الفتاة في تلك المرحلة .

اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية في القضايا الحياتية سامح عبدالبديع

وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من الفتيات من سن 18 إلى 21 عاماً في محافظتى المنيا والفيوم من الريف والحضر . كما قامت الباحثة بإجراء دراسة تحليلية على برنامج نون النسوة الذى يذاع على قناة الصعيد الفضائية الإقليمية لمدة ثلاثة شهور من الفترة 1 يناير 2013 وحتى 31 مارس 2013 . وتوصلت الدراسة إلى تقدم **القضايا الاجتماعية** مقدمة القضايا التى يناقشها برنامج نون النسوة حيث ناقش قضايا اجتماعية مثل كيفية التعامل مع الأبناء فى فترة المراهقة بنسبة 22,2% ، وتعدد الزوجات وأثره على المرأة والأبناء بنسبة 4,4% . يليها **قضايا التعليم** حيث احتلت قضية إكمال تعليم الفتاة فى مقدمة قضايا التعليم بنسبة 50% . وجاءت فى مقدمة **القضايا الاقتصادية** الفتاة والمرأة الريفية بنسبة 38,8% . وعلى محور **القضايا الصحية** التى يناقشها البرنامج جاءت التغذية الصحية بنسبة 94,4% . كما ناقش البرنامج أيضاً **القضايا الفنية** كأفكار للمائدة بنسبة 86,6% ، والديكور بنسبة 50% . وعلى صعيد **القضايا السياسية** احتلت المشاركة السياسية نسبة 50% . كما جاءت قضية الدين المعاملة بنسبة 27,7% فى مقدمة **القضايا الدينية** التى يناقشها البرنامج ، ثم قضية فقه المرأة والقضايا الشرعية بنسبة 11,1% .

3- هدفت دراسة حسن قاسم (2013) بعنوان **دور الفضائيات فى معالجة قضايا الصحة العامة لدى المرأة المصرية**⁽¹⁸⁾ إلى التعرف على درجة اعتماد المرأة المصرية على البرامج الصحية فى تصحيح عاداتها الصحية ، والتعرف على مدى نجاح هذه البرامج فى تغيير سلوكها واتجاهاتها تجاه هذه القضايا ، بالإضافة إلى إمداد المرأة بالمعلومات الصحية التى تعمل على تغيير سلوكها واتجاهاتها . وقام الباحث بإجراء الدراسة على عينة عمدية قوامها 600 مفردة من المرأة المصرية من سن 18 إلى 50 سنة . وخلصت نتائج الدراسة إلى أن 60% يعتمدون على وسائل الإعلام فى الحصول

على المعلومات الصحية . كما أظهرت النتائج أن نسبة الاعتماد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات الصحية بلغت 56% من إجمالي العينة .

4- تناولت زينب إبراهيم (2012) في دراستها دور المسلسلات التلفزيونية المصرية في ترتيب أولويات قضايا المرأة لدى المراهقات⁽¹⁹⁾ نوعية القضايا الاجتماعية التي تهتم المرأة ولم تتناولها الدراما ، بالإضافة إلى التعرف على مدى معرفة المراهقات لهذه القضايا .

وتم تطبيق الدراسة على عينة بلغت 400 مفردة من المراهقات من سن 18 إلى 21 سنة من طالبات جامعتى بنها و6 أكتوبر ، وبلغت عينة الدراسة التحليلية خمس مسلسلات مصرية هي الأدهم - الباطنية - قصة حب - أزمة سكر - إحنا الطلبة مذاعة على قناتى النيل للدراما والقناة الأولى على التلفزيون المصرى وبلغت فترة التحليل دورة تلفزيونية كاملة بدأت من أول سبتمبر 2011 وحتى نهاية نوفمبر 2011 ، وتمثلت أهم نتائج الدراسة فى الآتى :

- جاءت القضايا الاجتماعية فى مقدمة القضايا المتعلقة بالمرأة عموماً والفتاة المراهقة تحديداً فى الترتيب الأول بنسبة 41% ، يليها القضايا النفسية فى الترتيب الثانى بنسبة 25,8% ، بينما جاءت القضايا العاطفية والرومانسية فى الترتيب الثالث بنسبة 23,9% ، وأخيراً القضايا الأسرية فى الترتيب الرابع بنسبة 9,3% من إجمالي قضايا المرأة .

- أظهرت نتائج الدراسة أن المسلسلات التلفزيونية التى خضعت للدراسة والتحليل نجحت إلى حد كبير فى تحقيق أهدافها فى التعبير عن قضايا المرأة أثناء تناولها أو عرضها بنسبة 78,5% ، فى حين أشار البعض الآخر إلى أنها لم تنجح فى عرض تلك القضايا بنسبة 9,8% ، كما أوضح البعض أنها نجحت إلى حد ما فى تناول تلك القضايا بنسبة 6,6% ، بينما أشارت بعض المبحوثات أنها لم تعرف إذا نجحت المسلسلات فى عرض تلك القضايا أم لا بنسبة 5,1%

5- دراسة شيرين خليل (2011) حول اعتماد الجمهور العربى على البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية العربية فى تشكيل معارفه نحو قضايا المرأة⁽²⁰⁾.

استهدفت الدراسة توضيح درجات تعرض الجمهور للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية ودرجة اعتماده عليها فى تشكيل معارفه نحو قضايا المرأة ودوافع التعرض لها وتمثلت عينة الدراسة الميدانية فى 400 مفردة من مشاهدى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية من الجمهور العربى المقيم فى مصر ، كما أجرت الباحثة دراستها التحليلية على برنامج كلام نواعم الذى يذاع على قناة MBCI خلال فترة إذاعية كاملة من 2010/3/6 وحتى 2010/5/30 ، وتمثلت أهم نتائج الدراسة فى الآتى :

• جاءت القضايا الاجتماعية فى مقدمة القضايا التى يتناولها برنامج كلام نواعم بنسبة 55,6% ، يليها القضايا الإعلامية والفنية بنسبة 23,6% ، تنفق فى نفس النسب القضايا القانونية والثقافية والتعليمية والصحية والدينية بنسبة 8,3% لكل منهما ، يليهم القضايا الاقتصادية بنسبة 6,9% ، ثم الرياضية بنسبة 5,5% ، ثم القضايا السياسية والبيئية بنسبة 4,2% ، وأخيراً الموضة والتجميل والديكور بنسبة 1,4% .

• أرجعت عينة الدراسة أسباب مشاهدتها للبرامج الحوارية إلى أنها بديل يكسبها معرفة ومعلومات بقضايا المرأة بنسبة 76,8% ، ثم تساعد فى إيجاد الحلول لمشكلات المرأة بنسبة 49,2% ، تلاها تقدم نقداً موضوعياً حول قضايا المرأة 40,8% ، وأخيراً تساعد فى التعامل مع المرأة بشكل عام بنسبة 26,4% .

* المحور الثانى : دراسات تناولت القنوات والبرامج الدينية وتأثيرها فى المجتمع ويمكن تناولها على النحو التالى :

1- دراسة إبراهيم عويس (2014) بعنوان : " دور البرامج الدينية فى الفضائيات فى تشكيل اتجاهات طلاب الجامعات نحو الأحزاب السياسية ذات المرجعية الإسلامية(21)".

هدفت الدراسة إلى التعرف على مضمون البرامج الدينية التى تقدم فى الفضائيات من موضوعات وقضايا يحرص الطلاب على متابعتها ، والتعرف على مدى تعرض الطلاب الجامعيين لهذه البرامج فى الفضائيات . واختار الباحث عينة عمدية قوامها 400 مفردة من طلاب جامعات الفيوم والأزهر والزقازيق و6 أكتوبر . وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية :

- أهم أسباب مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الدينية هى استضافة العلماء والمتخصصين وأصحاب الشأن فى الموضوعات التى تتم مناقشتها بنسبة 43,9% يليها المصداقية بنسبة 30,3% .
- من أهم القنوات الفضائية التى يفضل المبحوثين مشاهدتها قناة الرحمة بنسبة 72,9% ، يليها قناة الناس بنسبة 65,2% ، فقناة الحافظ بنسبة 49,4% .

2- دراسة إيهاب عبد الرحيم (2013) حول التأثيرات المختلفة لتعرض طلاب الجامعات لبرامج الفتاوى الدينية فى القنوات الفضائية المصرية(22) هدفت إلى الدراسة التعرف على التأثيرات المختلفة للفتاوى الدينية التى عرضت فى القنوات الفضائية على طلاب الجامعات ، ومعرفة مدى إقبال طلاب الجامعات على تلك الفتاوى الدينية التى عرضت فى القنوات الفضائية

وبلغت عينة الدراسة 400 مفردة من طلاب الجامعات فى المرحلة العمرية من 15 إلى 18 سنة من محافظة القاهرة لتمثل الحضر ، ومحافظة سوهاج لتمثل الريف . وتمثلت أهم نتائج الدراسة فى الآتى : أهم أسباب مشاهدة طلاب الجامعات لبرامج الفتاوى هى : زيادة الثقافة والمعرفة الدينية بنسبة 74,3% ، الحاجة إليها لمعرفة

اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية فى القضايا الحياتية سامح عبدالبدیع

الأحكام الشرعية 59,3% ، تقدم حلول للمشكلات والمعلومات الدينية بنسبة 55,3% ، لطرح بعض الأسئلة على العلماء والمفكرين من خلال المشاركة بنسبة 34,5% .
أهم الدوافع وراء مشاهدة برامج الفتاوى الدينية بالقنوات الفضائية هى معرفة أحكام الفتاوى الشرعية بنسبة 39,3% كأعلى النسب ، والتوعية الدينية بشكل عام بنسبة 35%.

3- دراسة سهى أحمد (2012) بعنوان العلاقة بين اعتماد الجمهور المصرى على القنوات الفضائية الإسلامية ومستوى المعرفة الدينية لديهم⁽²³⁾ استهدفت الدراسة معرفة أهم الموضوعات والمضامين والأشكال التى يحرص الجمهور على مشاهدتها ويفضلها فى برامج القنوات الفضائية الإسلامية ، وتحديد أهم المصادر التى يعتمد عليها الجمهور فى استقاء معارفه الدينية .

وبلغت عينة الدراسة 400 مفردة من مشاهدى القنوات الفضائية الإسلامية فى محافظات القاهرة والجيزة والقليوبية . كما تمثلت عينة الدراسة التحليلية فى تسعة برامج نذاع على قنوات أزهرى وقرأ والرسالة بواقع ثلاثة برامج الأكثر مشاهدة فى هذه القنوات ، وامتدت فترة الدراسة ثلاثة شهور من 1-2-2011 حتى 30-4-2011 ، وتمثلت أهم نتائج الدراسة فى الآتى :

- ناقشت البرامج الدينية 40 قضية ذات طابع دينى بنسبة 51% من إجمالى القضايا التى قدمتها البرامج عينة الدراسة ، ثم القضايا الاجتماعية بنسبة 7,6% ، يليها القضايا العلمية 6,3% .
- جاءت الفتاوى والآراء فى مقدمة المضامين التى تحرص عينة الدراسة على متابعتها فى الفضائيات الإسلامية بنسبة 70,8% ، يليها قراءات وتفسير القرآن الكريم بنسبة 61,3% ، ثم السيرة النبوية والسلف الصالح بنسبة 58,5% ، ثم

موضوعات العبادات بنسبة 50,5% ، فالموضوعات الفقهية بنسبة 41,8% ، يليها موضوعات العقائد بنسبة 35,5% ، وأخيراً التاريخ الإسلامى بنسبة 18% .

4- دراسة آمال الجابرى (2012) حول أثر الفضائيات الإسلامية على المرأة الريفية المصرية⁽²⁴⁾: هدفت الدراسة إلى رصد معدلات تعرض المرأة الريفية للفضائيات الإسلامية والتعرف على أهم القنوات التي تحظى بنسبة مشاهدة مرتفعة ، والتعرف على الإشباع المتحققة للمرأة الريفية من مشاهدة هذه القنوات ، بالإضافة إلى الكشف عن التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن مشاهدة المرأة الريفية للقنوات الفضائية الإسلامية .

واختارت الباحثة عينة عمدية قوامها 400 مفردة من المرأة الريفية التي تمتلك أطباق استقبال القنوات الفضائية وتشاهد هذه القنوات من محافظتى الغربية "قرية تفهنا العزب" ممثلة للوجه البحرى ، والأقصر "قرية أصفون المطاعنة" ممثلة للوجه القبلى موزعة بالتساوى . وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية :

- ارتفاع نسبة مشاهدة المبحوثات للفضائيات الإسلامية بنسبة 94,8% ما بين مشاهدة دائماً بنسبة 54% ، ومشاهدة أحياناً بنسبة 40,8% ، ثم مشاهدة نادرة بنسبة 5,3% .
- تمثلت أهم المعلومات والمعارف الدينية التي اكتسبتها المبحوثات من خلال متابعة الفضائيات الإسلامية فى التعرف على سيرة الرسول والصحابة والشخصيات الإسلامية البارزة بنسبة 37% ، يليها التعرف على كيفية أداء العبادات المختلفة بنسبة 25% ، ثم التعرف على القضايا الإسلامية بنسبة 16,8% .
- جاءت القنوات الفضائية الإسلامية فى مقدمة الوسائل التي تعتمد عليها المبحوثات فى الحصول على المعلومات الدينية بنسبة 44,5% .

اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية في القضايا الحياتية سامح عبدالبدیع

5- دراسة محمود ابراهيم (2011) حول القنوات الفضائية الإسلامية وأثرها على الاتجاهات المعرفية للجمهور المصري⁽²⁵⁾ . استهدفت الدراسة الكشف على مدى اعتماد الجمهور المصري على القنوات الفضائية الإسلامية كمصدر للحصول على المعرفة بالقضايا المختلفة ، وعلاقة هذا الاعتماد بمستوى المعرفة بتلك الموضوعات . وتم اختيار عينة عنقودية قوامها 400 مفردة قسمها الباحث إلى ثلاثة أقاليم هي إقليم الوجه القبلي متمثلة في محافظة أسيوط ، وإقليم الوجه البحري متمثلة في محافظة الغربية ، ومحافظة الجيزة لتمثل إقليم القاهرة الكبرى . وتوصلت الدراسة أن المعرفة بالقضايا الدينية تعتبر أهم المعارف التي تبحث عنها عينة الدراسة من خلال تعرضهم للقنوات الإسلامية ، حيث احتلت الترتيب الأول من بين المعارف الأخرى بنسبة 99% ، وجاءت باقى المعارف لما أحرزته من تكرارات على الترتيب : المعرفة بالقضايا التاريخية بنسبة 46% ، المعرفة بالقضايا العلمية بنسبة 39,6% ، المعرفة بالقضايا الاجتماعية بنسبة 34,8% ، المعرفة بالقضايا الصحية بنسبة 33,1% ، المعرفة بالقضايا السياسية بنسبة 9,3% ، وأخيراً المعرفة بالقضايا الاقتصادية بنسبة 4,5% .

* التعليق على الدراسات السابقة :

بعد استعراض الدراسات السابقة تبين ما يلي :

- كانت القضايا الاجتماعية من أبرز القضايا التي تناولتها دراسات المحور الأول حيث احتلت الترتيب الأول في مختلف الدراسات وتراوحت نسبة هذه القضايا من 55,6% إلى 31,5% ، يليها القضايا الاقتصادية حيث تراوحت نسبتها من 38,8% إلى 4,2% ، ثم الاهتمامات التقليدية للمرأة وتراوحت نسبتها من 29,4% إلى 1,4% ، وبلغت نسبة القضايا الصحية من 22,1% إلى 8,3% ، بينما احتلت القضايا السياسية نسب تراوحت من 14,4% إلى 8,8% ، يليها

قضايا التعليم نسب 14,2% إلى 2,2% ، وأخيراً جاءت القضايا الدينية بنسبة 11,1% إلى 1,2% .

- تعتبر المعرفة بالقضايا الدينية من أهم المعارف التي يبحث عنها الجمهور من خلال تعرضهم للقنوات الإسلامية ، حيث احتلت الترتيب الأول من بين المعارف الأخرى بنسبة 99% ، وجاءت باقى المعارف لما أحرزته من تكرارات على الترتيب : المعرفة بالقضايا التاريخية بنسبة 46% ، المعرفة بالقضايا العلمية بنسبة 39,7% ، المعرفة بالقضايا الاجتماعية بنسبة 34,8% ، المعرفة بالقضايا الصحية بنسبة 33,1% ، المعرفة بالقضايا السياسية بنسبة 9,3% ، وأخيراً المعرفة بالقضايا الاقتصادية بنسبة 4,5% .
- جاءت البرامج الدينية فى مقدمة المصادر التي يعتمد عليها الجمهور فى حصولهم على معلومات حول المجالات الدينية المختلفة بنسبة 30,1% ، ثم المسجد بنسبة 23,5% ، يليه الأسرة بنسبة 17,6% ، فالكتب الدينية بنسبة 12,2% ، ثم المدرسة بنسبة 17,6% ، ثم البرامج الدينية بالإذاعة 20,5% ، فالصحف بنسبة 5,3% ، وأخيراً المجالات الدينية بنسبة 2,4% .

* أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة :

- ساعدت هذه الدراسات الباحث فى تحديد الإطار النظرى والمنهجى للدراسة ورصد وتحليل ظاهرة القنوات الدينية والتعرف على اتجاهاتها ومضمونها وعلاقتها بقضايا المرأة .
- استطاع الباحث تحديد مشكلة الدراسة والتعمق فيها وتحديد أهدافها وأهميتها .

اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية فى القضايا الحياتية سامح عبدالبديع

- صياغة فروض وتساؤلات الدراسة بشكل علمى لتحقيق أهدافها المحددة ، وتحديد أدوات جمع البيانات المناسبة .

* تساؤلات الدراسة :

تسعى الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية :

- 1- ما أبرز القضايا التى تتناولها برامج المرأة فى القنوات الدينية الإسلامية ؟
- 2- ما هى القضايا التى تشغل المرأة فى حياتها اليومية ؟
- 3- هل تلبى القنوات الدينية الإسلامية كافة احتياجات المرأة المعرفية ؟
- 4- ما أثر هذه القنوات على سلوك المرأة فى حياتها اليومية ؟
- 5- هل تتعرض هذه القنوات لقضايا المرأة بشكل كاف ؟

* فروض الدراسة :

تسعى الدراسة لاختبار الفروض التالية :

- 1- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية الإسلامية وبين درجة اعتمادها عليها .
- 2- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية ودوافع تعرضها لهذه القنوات .
- 3- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد .
- 4- توجد فروق دالة إحصائياً بين المتغيرات الديموغرافية للمرأة المصرية ودرجة اعتمادها على القنوات الدينية الإسلامية .

* الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية :

* نوع الدراسة ومنهجها :

تتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية ، التي تهتم بجمع معلومات تؤدي إلى وصف الظاهرة بدقة من واقع الإحصائيات التي تعكس الواقع الفعلي⁽²⁶⁾ . كما تعتمد الدراسة على منهج المسح وهو من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصادرها وطرق الحصول عليها⁽²⁷⁾، إلى جانب أنه ملائم لدراسة مشكلة البحث .

* مجتمع الدراسة وعينتها :

يتمثل مجتمع الدراسة في عينة عمدية من المرأة المصرية التي تشاهد القنوات الدينية الإسلامية في جامعتي القاهرة والمنصورة إحداهما تمثل الحضر والأخرى تمثل الريف ، وبلغت عينة الدراسة 400 مفردة من (عضوات هيئة التدريس ومعاونيهـم - الموظفات - الطالبات - العاملات) وتتضمن العينة مستويات علمية وتعليمية واجتماعية واقتصادية مختلفة .

* أدوات جمع البيانات :

تمثلت أدوات جمع بيانات الدراسة في صحيفة استبيان خاصة بالدراسة ، وتم توزيعها على العينة المطلوبة حيث تمثل العينة مختلف المتغيرات الديموغرافية من مستويات تعليمية واجتماعية واقتصادية مختلفة ، ويوضح الجدول التالي خصائص عينة الدراسة كالآتي :

جدول رقم (1)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

جامعة المنصورة	جامعة القاهرة	المتغير الديموغرافي

اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية في القضايا الحياتية سامح عبدالبديع

ك	%	ك	%	
39	19,5	35	17,5	أقل من 20 سنة
111	55,5	81	40,5	من 20 لأقل من 30 سنة
24	12	26	13	من 30 لأقل من 40 سنة
9	4,5	26	13	من 40 لأقل من 50 سنة
17	8,5	32	16	50 سنة فأكثر
132	66	109	54,5	لم تتزوج أبداً
60	30	78	39	متزوجة
6	3	5	2,5	مطلقة
2	1	8	4	أرملة
6	3	10	5	تقرأ وتكتب
4	2	6	3	مؤهل أقل من المتوسط
29	14,5	42	21	مؤهل متوسط أو فوق المتوسط
141	70,5	120	60	مؤهل جامعي
20	10	22	11	دراسات عليا (ماجستير - دكتوراه)
55	27,5	49	24,5	أقل من 1000 جنيه
107	53,5	103	51,5	1000 - 3000 جنيه
25	12,5	34	17	3000 - 5000 جنيه
8	4	9	4,5	5000 - 10,000 جنيه
5	2,5	5	2,5	أكثر من 10,000 جنيه
200	100	200	100	الإجمالي

* اختبارا الصدق والثبات :

تم استخدام الصدق الظاهري وذلك بعرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين⁽²⁸⁾ الذين أشاروا إلى ضرورة إدخال بعض التعديلات عليها ، وقام

الباحث بإجراء هذه التعديلات بناء على ملاحظات المحكمين ، كما استخدم الباحث أسلوب إعادة الاختبار أى إعادة تطبيق الاستبيان على عينة عشوائية قوامها 20 مفردة وتتوافر فيها نفس مواصفات وسمات عينة الدراسة ، وذلك بعد أسبوعين جاءت نسبة الثبات مقبولة إحصائياً . أما الثبات الداخلى لإجابات عينة الدراسة فقد بلغت وفقاً لمعامل ارتباط كرونباخ ألفا (a) 0,81 وهى نسبة عالية .

* المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة :

تم استخدام برنامج SPSS الإحصائى لحساب التكرارات والنسب المئوية لمتغيرات الدراسة واستخدام الجداول المزدوجة واستخراج المعاملات وإجراء الاختبارات الإحصائية التالية :

- 1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية .
 - 2- المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى .
 - 3- معامل ارتباط بيرسون (*Pearson Correlation Coefficient*) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة ، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0,30 ، ومتوسطة ما بين 0,30-0,70 ، وقوية إذا زادت عن 0,70 ،
 - 4- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (*T-Test*) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة فى أحد المتغيرات .
 - 5- تحليل التباين ذو البعد الواحد (*Oneway Analysis of Variance*) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة فى أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة .
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر ، أى عند

اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية فى القضايا الحياتية سامح عبدالبديع

مستوى معنوية 0,05 فأقل .

نتائج الدراسة :

1- كثافة مشاهدة المرأة المصرية للقنوات الفضائية الدينية الإسلامية :

جدول رقم (2) يوضح كثافة مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الدينية الإسلامية

المتغيرات		جامعة القاهرة		جامعة المنصورة		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك
دائماً	37	18,5	35	17,5	72	18	
أحياناً	151	75,5	153	76,5	304	76	
نادراً	12	6	12	6	24	6	
الإجمالى	200	100	200	100	400	100	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة من يشاهدن القنوات الدينية الإسلامية أحياناً إلى 76% من إجمالى عينة الدراسة ، وبلغت نسبة من يشاهدن هذه القنوات دائماً 18% و نادراً 6% .

وتشير هذه النتيجة إلى أن القنوات الدينية لا تقدم بما يجذب الجمهور لمتابعتها ، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة سهى فوزى⁽²⁹⁾ حيث بلغت نسبة من يشاهدون القنوات الفضائية الإسلامية أحياناً بنسبة 48,8% ، يلها المشاهدة دائماً بنسبة 30,5% ، و نادراً بنسبة 20,8% ، وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أمال الجابرى⁽³⁰⁾ التى أشارت فيها إلى ارتفاع نسبة مشاهدة الفضائيات الإسلامية دائماً بنسبة 54% ، وأحياناً بنسبة 40,8% ، و نادراً بنسبة 5,2% .

2- أسباب مشاهدة المرأة المصرية للقنوات الدينية الإسلامية :

جدول رقم (3) أسباب مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الدينية الإسلامية

م	المتغيرات	جامعة القاهرة			جامعة المنصورة		
		دائماً	أحياناً	لا	دائماً	أحياناً	لا
1	أتعرف منها على أمور ديني	ك	106	87	7	132	65
		%	53	43,5	3,5	66	32,5
2	أتابع برامج الإفتاء التي تذييعها وأستفيد من الإجابة على الأسئلة	ك	61	116	23	63	104
		%	30,5	58	11,5	31,5	52
3	تقدم لي معلومات دينية في شكل بسيط	ك	93	92	15	96	93
		%	46,5	46	7,5	48	46,5
4	أثق في المعلومات التي تقدمها	ك	70	109	21	50	130
		%	35	54,5	10,5	25	65
5	أتعرف منها على سيرة الرسول ﷺ والصحابة	ك	124	70	6	139	52
		%	62	35	3	69,5	26
6	أتعلم منها كيفية قراءة القرآن الكريم وأحكامه	ك	87	84	29	98	83
		%	43,5	42	14,5	49	41,5
7	تصحح لي بعض معتقداتي الدينية الخاطئة في المجالات الدينية المختلفة	ك	68	110	22	77	105
		%	34	55	11	38,5	52,5
8	تعطى لي القدوة الحسنة للتعامل مع الآخرين	ك	111	78	11	111	80
		%	55,5	39	5,5	55,5	40
9	تقدم لي حلول لبعض المشكلات التي تواجهني	ك	57	125	18	61	117
		%	28,5	62,5	9	30,5	58,5
10	أتعلم منها حقوقى وواجباتى تجاه أسرتى وأولادى	ك	101	88	11	96	83
		%	50,5	44	5,5	48	41,5
جملة من ستلوا		200			200		

بالنظر إلى نتائج الجدول السابق نلاحظ أن أهم أسباب مشاهدة القنوات الدينية الإسلامية لعينة الدراسة في كلتا الجامعتين هي التعرف على سيرة الرسول ﷺ والصحابة كأعلى النسب المئوية 69,5% و 62% ، بينما أجمعت العينة الكلية للدراسة

اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية فى القضايا الحياتية سامح عبدالبديع

على أن القنوات الدينية الإسلامية تعطى لهن القدوة الحسنة للتعامل مع الآخرين بنسبة 55,5% ، بينما اختلفت باقى الخيارات فى الترتيب بين الجامعتين . وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة مصطفى عبد الوهاب⁽³¹⁾ حيث أرجع أسباب متابعة المضمون الدينى إلى متابعة الفتاوى الدينية بنسبة 47% ، معرفة أمور الدين بنسبة 40% ، يليها تفسير القرآن الكريم والأحاديث النبوية بنسبة 30% ، كما تتفق مع دراسة آمال الجابرى⁽³²⁾ التى أشارت فيها إلى التعرف على سيرة الرسول والصحابة والشخصيات الإسلامية البارزة من أهم المعلومات والمعارف الدينية التى اكتسبتها المبحوثات من متابعة الفضائيات الإسلامية بنسبة 37% .

3- عدد أيام مشاهدة المرأة المصرية للقنوات الدينية الإسلامية :

جدول رقم (4) أيام المشاهدة لعينة الدراسة

المتغيرات		جامعة القاهرة		جامعة المنصورة		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	
يوم واحد فى الأسبوع	54	27	68	34	122	30,5	
يومان إلى ثلاثة أيام	101	50,5	92	46	193	48,2	
أربعة أيام إلى خمسة	17	8,5	15	7,5	32	8	
طوال أيام الأسبوع	28	14	25	12,5	53	13,3	
الإجمالى	200	100	200	100	400	100	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الدينية الإسلامية بين يومين إلى ثلاثة أيام بنسبة 48,2% ، ثم جاءت نسبة المشاهدة يوم واحد فى الأسبوع بنسبة 30,5% ، ثم طوال أيام الأسبوع بنسبة 13,3% ، وأخيراً جاءت نسبة المشاهدة من أربعة أيام إلى خمسة بنسبة 8% . وتختلف هذه النتيجة مع دراسة سهى فوزى⁽³³⁾ التى ترى أن مشاهدة الفضائيات الدينية من ثلاثة أيام إلى خمسة أيام بنسبة 37,5% ، يليها من يوم إلى يومين بنسبة 34% ، من وستة أيام إلى

سبعة أيام بنسبة 28,5% ، كما اختلفت مع دراسة آمال الجابري⁽³⁴⁾ التي أشارت فيها زيادة نسبة مشاهدة المبحوثات للفضائيات الدينية الإسلامية أكثر من خمسة أيام بنسبة 30,3%، تليها نسبة مشاهدة من يومين إلى ثلاثة أيام بنسبة 4,3%.

4- عدد ساعات مشاهدة المرأة المصرية للقنوات الدينية الإسلامية في اليوم :

جدول رقم (5)

ساعات المشاهدة التي تقضيها عينة الدراسة أمام القنوات الدينية الإسلامية

المتغيرات		جامعة القاهرة		جامعة المنصورة		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
أقل من ساعة		65	32,5	72	36	137	34,2
ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات		120	60	113	56,5	233	58,3
ثلاث ساعات فأكثر		15	7,5	15	7,5	30	7,5
الإجمالي		200	100	200	100	400	100

بالنظر إلى بيانات الجدول السابق نلاحظ ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الدينية من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة 58,3% ، ثم أقل من ساعة بنسبة 34,2% ، وأخيراً أكثر من ثلاث ساعات بنسبة 7,5% . وتختلف هذه النتيجة مع دراسة آمال الجابري⁽³⁵⁾ التي أشارت فيها ارتفاع نسبة مشاهدة الفضائيات الإسلامية إلى أقل من ساعتين بنسبة 14,3% يليها ثلاث ساعات فأكثر بنسبة 11,8% ، ثم من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة 9% ، كما تختلف مع دراسة سهى فوزي⁽³⁶⁾ في عدد ساعات مشاهدة تلك القنوات بنسبة 33,5% من ساعة إلى أقل من ساعتين ، يليها 29% من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات ، ثم 19,8% أكثر من ثلاث ساعات ، وأخيراً 17,8% لأقل من ساعة .

5- الفترة التي تشاهد فيها المرأة المصرية القنوات الدينية الإسلامية :

جدول رقم (6) فترة مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الدينية الإسلامية

اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية في القضايا الحياتية سامح عبدالبديع

الإجمالي		جامعة المنصورة		جامعة القاهرة		المتغيرات
%	ك	%	ك	%	ك	
10,2	41	13,5	27	7	14	في الفترة الصباحية (6 ص - 10 ص)
20,5	82	23,5	47	17,5	35	في فترتي الضحى والظهيرة (10ص - 5م)
56,8	227	50,5	101	63	126	في الفترة المسائية (5 م - 10 م)
11,3	45	11,5	23	11	22	في فترة السهرة (10 م - 2 ص)
1,2	5	1	2	1,5	3	في فترة السهرة الممتدة (2 ص - 6 ص)
100	400	100	200	100	200	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الدينية الإسلامية في الفترة المسائية بنسبة 56,8% ، يليها فترتي الضحى والظهيرة بنسبة 20,5% ، ثم فترة السهرة بنسبة 11,3% ، ثم الفترة الصباحية بنسبة 10,2% ، وأخيراً فترة السهرة الممتدة بنسبة 1,2% . وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أمال الجابري⁽³⁷⁾ التي أشارت فيها إلى ارتفاع نسبة مشاهدة الفضائيات الإسلامية في الفترة المسائية بنسبة 30,5% .

6- سمات المضمون الإعلامي في القنوات الدينية الإسلامية :

جدول رقم (7)

يوضح مدى توافر المضمون الإعلامي في القنوات الدينية الإسلامية

م	العبارة	درجة التوفر				الترتيب	الوزن النسبي	الإحتراف المعياري	المؤوسط
		ب	ج	د	هـ				
1	القنوات الدينية الإسلامية تناول قضايا مهمة تخص المرأة	ك	140	228	32	75,7	0,598	2,27	
		%	35	57	8				
2	معالجة القنوات الدينية الإسلامية للقضايا تتسم بالموضوعية	ك	81	247	72	67,4	0,619	2,02	
		%	20,3	61,7	18				
3	القضايا المثارة في القنوات الدينية الإسلامية تعالج من خلال وجهات نظر متعددة	ك	115	208	77	69,8	0,687	2,10	
		%	28,8	52	19,2				
4	تراعى آداب الحوار في البرامج الدينية الإسلامية	ك	190	163	47	78,5	0,683	2,36	
		%	47,5	40,7	11,8				
5	هناك قضايا تتسم بالجرأة تطرحها القنوات الدينية الإسلامية	ك	99	216	85	67,8	0,678	2,04	
		%	24,7	54	21,3				
6	بعض المتحدثين في البرامج الدينية الإسلامية متشددون في طرح قضايا المرأة	ك	130	179	91	69,9	0,738	2,10	
		%	32,5	44,7	22,8				
7	تحرص القنوات الدينية الإسلامية على استضافة شخصيات متميزة في تناول قضايا المرأة	ك	111	209	80	69,3	0,688	2,08	
		%	27,7	52,3	20				
8	تناول القنوات الدينية الإسلامية	ك	145	206	49	74,7	0,655	2,24	

اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية فى القضايا الحياتية سامح عبدالبديع

				12,	51,	36,	%	كافة القضايا الحياتية
				2	5	3		
400								جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم سمات المضمون الإعلامى فى القنوات الدينية الإسلامية هى : تراعى آداب الحوار فى البرامج الدينية الإسلامية بوزن نسبى 78,5 حيث جاءت فى الترتيب الأول ، يليها القنوات الدينية الإسلامية تتناول قضايا مهمة تخص المرأة بوزن نسبى 75,7 ، وجاء فى الترتيب الثالث تتناول القنوات الدينية الإسلامية كافة القضايا الحياتية بوزن نسبى 74,7 ، ثم بعض المتحدثين فى البرامج الدينية الإسلامية متشددين فى طرح قضايا المرأة فى الترتيب الرابع بوزن نسبى بلغ 69,9 ، وجاء فى الترتيب الخامس القضايا المثارة فى القنوات الدينية الإسلامية تعالج من خلال وجهات نظر متعددة بوزن نسبى بلغ 69,8 ، يليها تحرص القنوات الدينية الإسلامية على استضافة شخصيات متميزة فى تناول قضايا المرأة بوزن نسبى 69,3 ، وجاء فى الترتيب السابع هناك قضايا تتسم بالجرأة تطرحها القنوات الدينية الإسلامية بوزن نسبى 67,8 ، وأخيراً معالجة القنوات الدينية الإسلامية للقضايا تتسم بالموضوعية بوزن نسبى بلغ 67,4 .

7- الوسيلة الإعلامية التى تعتمد عليها المرأة المصرية فى الحصول على معلوماتها الدينية

جدول رقم (8)

الوسيلة الإعلامية التي تعتمد عليها المرأة في حصولها على المعلومات الدينية

م	الوسيلة الإعلامية	جامعة القاهرة			جامعة المنصورة		
		دائماً	أحياناً	لا	دائماً	أحياناً	لا
1	القنوات الدينية الإسلامية	ك	77	105	84	98	18
		%	38,5	52,5	42	49	9
2	الراديو	ك	58	78	42	63	95
		%	29	39	21	31,5	47,5
3	الصحف والمجلات الدينية	ك	19	54	26	56	118
		%	9,5	27	13	28	59
4	البرامج الدينية في القنوات الفضائية العامة	ك	68	95	67	89	44
		%	34	47,5	33,5	44,5	22
5	المواقع الدينية على الإنترنت	ك	46	63	59	78	63
		%	23	31,5	29,5	39	31,5
جملة من سئوا			200	200		200	

يبين الجدول السابق الوسيلة الإعلامية التي تعتمد عليها المرأة في الحصول على معلوماتها الدينية حيث احتلت القنوات الدينية الإسلامية الترتيب الأول في جامعتي القاهرة والمنصورة بنسبة 38,5% ، و 42% ، يليها البرامج الدينية في القنوات الفضائية العامة بنسبة 34% بجامعة القاهرة و 33,5% بجامعة المنصورة . وقد اتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة زينب حامد⁽³⁸⁾ حيث أرجعت مصادر المعلومات المفضلة للمبحوثين إلى القنوات الدينية المتخصصة بنسبة 66,8% ، يليها

اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية فى القضايا الحياتية سامح عبدالبديع

برامج الفتاوى الدينية فى الفضائيات العربية بنسبة 65,8% ، كما اتفقت مع دراسة آمال الجابرى⁽³⁹⁾ التى أشارت فيها إلى أن الفضائيات الإسلامية من أهم مصادر المعرفة الدينية للمبحوثات ، واتفقت أيضاً مع دراسة سهى فوزى⁽⁴⁰⁾ التى أشارت فيها إلى تصدر الفضائيات الدينية الإسلامية بنسبة 22,6% من أهم المصادر التى يعتمد عليها الجمهور فى استقاء معلوماته الدينية .

8- اهتمام القنوات الدينية الإسلامية بقضايا المرأة الحياتية :

جدول رقم (9)

مدى اهتمام القنوات الدينية الإسلامية بقضايا المرأة الحياتية

المتغيرات		جامعة القاهرة		جامعة المنصورة		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	
تُحتم	53	26,5	39	19,5	92	23	
تُحتم إلى حد ما	135	67,5	147	73,5	282	70,5	
لا تُحتم	12	6	14	7	26	6,5	
الإجمالى	200	100	200	100	400	100	

يوضح الجدول السابق مدى اهتمام القنوات الدينية الإسلامية بقضايا المرأة حيث أجابت نسبة 70,5% أنها تهتم بهذه القضايا إلى حد ما ، و 23% أنها تهتم ، بينما أجابت نسبة 6,5% أنها لا تهتم بهذه القضايا الحياتية .

9- تأثير القنوات الدينية الإسلامية فى فهم المرأة المصرية لقضاياها الحياتية :

جدول رقم (10)

يوضح مدى تأثير القنوات الدينية الإسلامية على فهم المرأة للقضايا الحياتية

المتغيرات		جامعة القاهرة		جامعة المنصورة		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	
نعم	78	39	77	38,5	155	38,8	
إلى حد ما	105	52,5	117	58,5	222	55,5	

5,7	23	3	6	8,5	17	لا
100	400	100	200	100	200	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن متابعة المرأة المصرية عينة الدراسة للقنوت الدينية الإسلامية قد اثر على فهمها لقضاياها الحياتية حيث أجابت نسبة 55,5% أنها أثرت فيها إلى حد ما ، يليها 38,8% أنها أثرت فيها بصفة دائمة ، بينما جاءت نسبة 5,7% أنها لم تؤثر فيها وتختلف هذه النتيجة مع دراسة آمال الجابري⁽⁴¹⁾ التي تشير إلى أن الفضائيات الإسلامية تؤثر في المرأة الريفية دائماً بنسبة 51,3% ، يليها أحياناً بنسبة 44,7% ، ثم نادراً بنسبة 4% .

10- ثقة المرأة المصرية في القنوت الدينية الإسلامية :

جدول رقم (11)

يوضح مدى ثقة المرأة المصرية عينة الدراسة في القنوت الدينية الإسلامية

الإجمالي		جامعة المنصورة		جامعة القاهرة		المتغيرات
ك	%	ك	%	ك	%	
80	20	45	22,5	35	17,5	أثق فيها بدرجة كبيرة
271	67,8	129	64,5	142	71	أثق فيها أحياناً
43	10,7	25	12,5	18	9	أثق فيها نادراً
6	1,5	1	,5	5	2,5	لا أثق فيها نهائياً
400	100	200	100	200	100	جملة من سئلوا

تبين نتائج الجدول السابق مدى ثقة المرأة المصرية عينة الدراسة في القنوت الدينية الإسلامية حيث ارتفعت نسبة بمن تثق فيها أحياناً بـ 67,8% يليها أثق فيها بدرجة كبيرة بنسبة 20% ، يليها أثق فيها نادراً بنسبة 10,7% ، وأخيراً لا أثق فيها نهائياً بنسبة 1,5% ، وتدل هذه النسبة على ارتفاع درجة الثقة في القنوت الدينية الإسلامية .

11- تأثير القنوات الدينية الإسلامية فى حياة المرأة المصرية :

جدول رقم (12)

یوضح مدى تأثير القنوات الدينية الإسلامية فى حياة المرأة المصرية عينة الدراسة

المتغيرات		جامعة القاهرة		جامعة المنصورة		الإجمالى	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	64	32	32	56	28	120	30
إلى حد ما	109	54,5	54,5	130	65	239	59,7
لا	27	13,5	13,5	14	7	41	10,3
جملة من سئلوا	200	100	100	200	100	400	100

یوضح الجدول السابق مدى التأثير الذى تحدثه القنوات الدينية الإسلامية فى حياة المرأة المصرية عينة الدراسة حيث ارتفعت نسبة المبحوثات اللاتي قلن أن هذه القنوات أثرت فيهن إلى حد ما إلى 59,7% ، يليها نسبة 30% لمن قلن نعم ، بينما انخفضت نسبة من قلن بعدم تأثير هذه القنوات إلى 10,3% .

12- القضايا التى تتناولها برامج القنوات الدينية الإسلامية :

أثبتت نتائج الدراسة أهم القضايا التى تتناولها برامج القنوات الدينية الإسلامية الخاصة بالمرأة المصرية عينة الدراسة فى جامعتى القاهرة والمنصورة على النحو التالى :

أولاً - القضايا السياسية : احتلت قضية التصويت فى الانتخابات المرتبة الأولى بنسبة 35% ، يليها قضية عرض الندوات والمؤتمرات السياسية المختلفة بنسبة 22,8% ، ثم تشجع على الانضمام إلى الأحزاب والائتلافات السياسية بنسبة 21,7% ، وجاءت فى المرتبة الرابعة قضية الترشح للمجالس النيابية المختلفة بنسبة 18,8% ،

وجاءت قضية تشجع على العمل في الحقل الدبلوماسي في المرتبة الأخيرة بنسبة 17,5% .

ثانياً - القضايا الدينية : جاءت قضية الاهتمام بالفتاوى الدينية الخاصة بالمرأة في مقدمة القضايا الدينية بنسبة 83,3% ، يليها تهتم بقضيتي النقاب والحجاب بنسبة 79% ، ثم تهتم بقضية تبرج المرأة بنسبة 71% ، فقضية تعدد الزوجات في الشرع بنسبة 67% ، يليها تهتم بقضية عمل المرأة في مجال الدعوة بنسبة 57,2% ، وأخيراً تهتم باختلاط الذكور بالإناث في العمل والتعليم بنسبة 44,7% .

ثالثاً - القضايا الاجتماعية : احتلت قضية الميراث مقدمة القضايا الاجتماعية بنسبة 82% ، يليها قضية علاقة الأم بأولادها بنسبة 76,2% ، ثم قضية الطلاق بنسبة 75,2% ، فقضية الزواج المبكر بنسبة 63,5% ، يليها قضية العنف ضد المرأة بنسبة 62,8% ، يليها أيضاً قضية حضانة الطفل بنسبة 58% ، ثم قضية التحرش الجنسي بنسبة 57,5% ، ثم قضية التعامل مع ذوى الاحتياجات الخاصة بنسبة 57% ، يليها قضية الزواج العرفي بنسبة 56% ، فقضية المساواة في التنشئة بين الذكر والأنثى بنسبة 55,7% ، ثم قضية ختان الإناث بنسبة 54,2% ، يليها قضية التمييز ضد المرأة بنسبة 45% ، ثم قضية أُلُح بنسبة 42,8% ، وأخيراً قضية العنوسة بنسبة 40% .

رابعاً - القضايا الاقتصادية : بالنظر إلى القضايا الاقتصادية التي تتناولها القنوات الدينية الإسلامية جاءت كالتالي : تعالج قضايا الأسر المنتجة بنسبة 53% ، يليها تشجع المرأة على إدارة أعمالها الخاصة بنسبة 52,2% ، ثم تشجع المرأة على الخروج إلى العمل بنسبة 40% ، ثم تعرض نماذج ناجحة للمرأة في سوق العمل بنسبة 39,5% ، يليها ، تشجع المرأة على استخدام المنتج الوطني بنسبة 36,2% ، وأخيراً تزود المرأة بالمهارات الخاصة بسوق العمل بنسبة 33,3% .

خامساً - القضايا الصحية : احتلت قضية التدخين والإدمان المرتبة الأولى بنسبة 72,5% ، بينما احتلت قضية مشكلات الحمل والرضاعة المرتبة الثانية بنسبة 52,2% ،

اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية في القضايا الحياتية سامح عبدالبدیع

وجاءت قضية ضغوط العمل وتأثيرها على صحة المرأة في المرتبة الثالثة بنسبة 44,5% ، واحتلت قضية مشكلات التجميل المرتبة الرابعة بنسبة 31% ، وأخيراً قضية صعوبات العمل الطبى بنسبة 28%.

سادساً – القضايا الثقافية : جاءت قضية الأمية في مقدمة القضايا الثقافية التي تهتم بها القنوات الدينية الإسلامية بنسبة 60% ، يليها قضية التسرب من التعليم بنسبة 45,3% ، ثم قضية الغزو الفكرى بنسبة 43,3% ، وأخيراً قضية عدم الإقبال على القراءة بنسبة 43% .

سابعاً – القضايا العامة : تصدرت قضية كيفية التعامل مع الأسرة والطفل الترتيب الأول بنسبة 74% ، بينما جاءت أتعرف على معلومات تقيدى فى حياتى فى الترتيب الثانى بنسبة 70% ، وجاء فى الترتيب الثالث تعلمنى كيفية إدارة المنزل بنسبة 48,5% ، يليها فى الترتيب الرابع تعلمنى طرق إعداد طعام جديدة بنسبة 44,2% ، ثم تعلمنى مهارات يدوية جديدة فى الترتيب الخامس بنسبة 29% ، وجاء فى الترتيب السادس تعلمنى ديكورات المنزل بنسبة 24,8% ، وأخيراً أتعلم أشياء عن الفنون والأزياء فى الترتيب السابع بنسبة 24% .

من خلال النتائج السابقة يلاحظ الباحث اهتمام القنوات الدينية الإسلامية بالقضايا الدينية والاجتماعية حيث احتلت أعلى النسب المئوية يليها القضايا العامة ، ثم القضايا الصحية ، فالقضايا الثقافية ، يليها القضايا الاقتصادية ، وأخيراً القضايا السياسية . واتفقت هذه النتيجة مع دراسة سلمى السيد⁽⁴²⁾ التي أكدت فيها تقدم المضامين والموضوعات الدينية فى قناتى اقرأ الإسلامية وسات 7 المسيحية بنسبة 30,5% ، ثم الموضوعات الاجتماعية بنسبة 4,9% ، كما اتفقت مع دراسة محمد هاشم⁽⁴³⁾ التي أشار فيها إلى تركيز الخطاب الإعلامى الدينى فى الفضائيات العربية الحكومية على القضايا الشرعية بنسبة 40,9% يليها القضايا الاجتماعية بنسبة 20,8% .

13- نوعية التأثيرات التي تحدث للمرأة المصرية نتيجة متابعتها للقنوات الدينية الإسلامية :

جدول رقم (13) يوضح توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً للتأثيرات التي تحدثها القنوات الدينية الإسلامية

نوع التأثيرات	العبرة	درجة الموافقة			المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
		معارض	محايد	موافق				
تأثيرات معرفية	زادت معرفتي بأمور ديني	ك	249	104	6	2,68	89,2	6
		%	69,4	28,9	1,7			
	وضحت لي موقف الإسلام من الخلع والزواج العرفي	ك	201	117	41	2,45	81,5	10
		%	56	32,6	11,4			
	فهمت من خلالها موقف الإسلام من الإرهاب والجماعات الإرهابية	ك	187	114	58	2,36	78,6	12
		%	52,1	31,7	16,2			
	تعرفت من خلالها على شخصيات إسلامية مؤثرة في التاريخ	ك	262	76	21	2,67	89	7
		%	73	21,2	5,8			
	أوضحت لي حقوق الحيوان والميراث الشرعي	ك	266	78	15	2,70	90	3
		%	74,1	21,7	4,2			
تأثيرات وجدانية	تعلمت منها أداء عباداتي بشكل صحيح	ك	269	73	17	2,70	90,1	2
		%	75	20,3	4,7			
	لم أعد أتعاطف مع أصحاب التيارات المتأخرة باسم الدين	ك	212	106	41	2,48	82,5	9
		%	59,1	29,5	11,4			
	تعاطفت كثيراً مع ضحايا الجماعات المتشددة	ك	159	111	89	2,19	73,2	16
		%	44,3	30,9	24,8			
	ازداد خوفي من انتشار فوضى الفتاوى في المجتمع	ك	224	106	29	2,54	84,8	8
		%	62,4	29,5	8,1			
	شعرت بالكراهية تجاه المذاهب الإسلامية الأخرى	ك	77	127	155	1,78	59,4	18
		%	21,4	35,4	43,2			
تزيد من إيماني وتمسكي بالدين	ك	260	87	12	2,69	89,7	4	
	%	72,4	24,2	3,4				
أحببت تصفية القلوب وعدم	ك	271	72	16	2,71	90,3	1	

اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية في القضايا الحياتية سامح عبدالبدیع

				4,5	20	75,5	%	التخاصم مع الآخرين	
15	75,1	0,762	2,25	70	128	161	ك	لم أشارك في الندوات والمؤتمرات التي تعقدها التيارات الإسلامية	تأثيرات سلوكية
				19,5	35,7	44,8	%		
14	75,3	0,768	2,26	71	124	164	ك	لم أشارك أو أساهم في انتخابات نخوضها التيارات الإسلامية	
				19,8	34,5	45,7	%		
13	76,3	0,805	2,29	79	97	183	ك	لم أشارك في المظاهرات والاعتصامات المؤيدة للتيارات الإسلامية	
				22	27	51	%		
5	89,4	0,533	2,68	12	90	257	ك	أشجع الآخرين على الالتزام بأمر الدين	
				3,3	25,1	71,6	%		
11	81,1	0,673	2,43	37	130	192	ك	أقدم التبرعات العينية والمادية للجمعيات الخيرية الإسلامية	
				10,3	36,2	53,5	%		
17	72,1	0,749	2,16	76	149	134	ك	أشارك بالحضور في الدروس الدينية	
				21,2	41,5	37,3	%		
359								جملة من سئلوا	

توضح بيانات الجدول السابق إلى أكثر التأثيرات المعرفية التي حدثت للمرأة المصرية عينة الدراسة نتيجة متابعتها للقنوات الدينية الإسلامية هي تعلمت منها أداء عباداتي بشكل صحيح بوزن نسبي 90,1 ، يليها أوضحت لي حقوق الجيران والميراث الشرعي بوزن نسبي 90 ، ثم زادت معرفتي بأمر ديني بوزن نسبي 89,2 ، يليها تعرفت من خلالها على شخصيات إسلامية مؤثرة في التاريخ بوزن نسبي 89 ، يليها وضحت لي موقف الإسلام من الخلع والزواج العرفي بوزن نسبي 81,5 ، وأخيراً فهمت من خلالها موقف الإسلام من الإرهاب والجماعات الإرهابية بوزن نسبي 78,6

وتشير هذه النتيجة إلى أن متابعة المرأة للقنوات الدينية الإسلامية يؤثر في معارفها خاصة القضايا الدينية .

وفيما يتعلق بالتأثيرات الوجدانية التي تحدثت للمرأة المصرية عينة الدراسة فقد جاء في الترتيب الأول أن القنوات الدينية حبيبت لهن تصفية القلوب وعدم

التخاصم مع الآخرين بوزن نسبي 90,3 ، يليها تزيد من إيماني وتمسكي بالدين بوزن نسبي 89,7 ، ثم ازداد خوفاً من انتشار فوضى الفتاوى في المجتمع بوزن نسبي 84,8 ، يليها لم أعد أتعاطف مع أصحاب التيارات المتاجرة باسم الدين بوزن نسبي 82,5 ، يليها تعاطفت كثيراً مع ضحايا الجماعات المتشددة بوزن نسبي 73,2 ، وأخيراً جاءت شعرت بالكراهية تجاه المذاهب الإسلامية الأخرى بوزن نسبي 59,4 .

أما فيما يتعلق بالتأثيرات السلوكية فقد وافقت عينة الدراسة على أن أهم التأثيرات السلوكية التي تحدثها القنوات الدينية الإسلامية هي أشجع الآخرين على الالتزام بأمور الدين بوزن نسبي 89,4 ، يليها أقدم التبرعات العينية والمادية للجمعيات الخيرية الإسلامية بوزن نسبي 81,1 ، ثم لم أشرك في المظاهرات والاعتصامات المؤيدة للتيارات الإسلامية بوزن نسبي 76,3 ، يليها لم أشرك أو أساهم في انتخابات تخوضها التيارات الإسلامية بوزن نسبي 75,3 ، يليها لم أشرك في الندوات والمؤتمرات التي تعقدها التيارات الإسلامية بوزن نسبي 75,3 ، وأخيراً أشرك بالحضور في الدروس الدينية بوزن نسبي 72,1 .

وتشير هذه النتيجة إلى تصدر التأثيرات الوجدانية للاعتماد على القنوات الدينية الإسلامية على غيرها من التأثيرات المعرفية والسلوكية كأعلى وزن نسبي (90,3) ، وهو ما يؤكد أن عينة الدراسة تهتم بالتعرض للقنوات الدينية الإسلامية للحصول على المعلومات الدينية المختلفة وغيرها من المعلومات في القضايا الاجتماعية وهو ما يوضح تأثير هذه القنوات في حياة المرأة وأنها تتأثر بما تقدمه من معلومات في حياتها اليومية .

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة زينب محمد حامد⁽⁴⁴⁾ التي أشارت فيها إلى تصدر التأثيرات المعرفية للاعتماد على برامج الفتاوى الدينية على غيرها من التأثيرات الوجدانية والسلوكية . كما اختلفت مع ما توصلت إليه دراسة جيهان أحمد⁽⁴⁵⁾ إلى تصدر التأثيرات المعرفية على غيرها من التأثيرات الوجدانية والسلوكية .

ثانياً - نتائج اختبارات الفروض :

الفرض الأول : توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية الإسلامية وبين درجة اعتمادها عليها .
ولاختبار صحة هذا الفرض تم إجراء معامل ارتباط بيرسون كما يوضحه الجدول التالى :

جدول رقم (14)

كثافة التعرض ودرجة الاعتماد على القنوات الدينية الإسلامية

درجة الاعتماد على القنوات الدينية الإسلامية		الاعتماد
R	P	كثافة التعرض
0,01	0,304	كثافة التعرض للقنوات الدينية الإسلامية
400		ن

وبتطبيق معامل ارتباط بيرسون وجدت علاقة طردية متوسطة بين كثافة التعرض للقنوات الدينية الإسلامية ودرجة اعتماد المرأة عليها ، حيث إن معامل قيمة الارتباط (0,304) وتشير النتيجة إلى وجود علاقة دالة إحصائياً حيث بلغت الدلالة الإحصائية (0,01) وهى أقل من مستوى معنوية (0,05) وبالتالي يقبل الفرض الأول القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية الإسلامية وبين درجة اعتمادها عليها.

وتشير هذه النتيجة إلى أنه كلما زادت كثافة تعرض المرأة للقنوات الدينية الإسلامية زادت درجة اعتمادها عليها .

الفرض الثانى : توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية ودوافع تعرضها لهذه القنوات .

ولاختبار صحة هذا الفرض تم إجراء معامل ارتباط بيرسون على النحو التالي :

جدول رقم (15)

درجة الاعتماد ودوافع التعرض للقنوات الدينية الإسلامية

دوافع الكلية		دافع التوجيه		دافع الفهم		دوافع التعرض
R	P	R	P	R	P	دوافع الاعتماد
0,01	0,388	0,01	0,304	0,01	0,402	دوافع الاعتماد على القنوات الدينية الإسلامية
400						ن

بتطبيق معامل ارتباط بيرسون كما توضح بيانات الجدول السابق وجدت علاقة طردية متوسطة بين اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية ودوافع تعرضها لهذه القنوات حيث كانت قيمة الارتباط بدافع الفهم (0,402) ودافع التوجيه (0,304) . وقد بلغت الدلالة الإحصائية لهذين الدافعين (0,01) وهى دالة إحصائياً حيث أنها أقل من مستوى معنوية (0,05) .

وبالتالى يتم قبول صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية ودوافع تعرضها لهذه القنوات .

الفرض الثالث : توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد .

ولاختبار صحة هذا الفرض تم إجراء معامل ارتباط بيرسون على النحو التالي :

جدول رقم (16)

التأثيرات الناتجة عن القنوات الدينية الإسلامية ودوافع مشاهدتها

دوافع الكلية	دافع التوجيه	دافع الفهم	دوافع التعرض
--------------	--------------	------------	--------------

اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية في القضايا الحياتية سامح عبدالبدیع

R	P	R	P	R	P	التأثيرات
0.01	0,383	0.01	0,333	0.01	0,350	التأثيرات المعرفية
0.01	0,149	0.01	0,140	0,01	0,127	التأثيرات الوجدانية
0,505	0,035	0,578	0,029	0,522	0,034	التأثيرات السلوكية
400						ن

بتطبيق معامل ارتباط بيرسون كما توضحه بيانات الجدول السابق وجدت علاقة طردية متوسطة بين دوافع الاعتماد على القنوات الدينية الإسلامية والتأثيرات المعرفية الناتجة عن هذا الاعتماد ، حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0,383) ، وهي علاقة دالة إحصائياً عن مستوى معنوية (0,05) إذا كانت الدلالة الإحصائية (0,01) . كما وجدت علاقة طردية ضعيفة بين دوافع اعتماد عينة الدراسة على القنوات الدينية الإسلامية والتأثيرات الوجدانية الناتجة عن هذا الاعتماد حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0,149) وهي علاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0,05) إذ كانت الدلالة الإحصائية (0,01) . ووجدت أيضاً علاقة طردية ضعيفة جداً بين دوافع الاعتماد والتأثيرات السلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0,035) إلا أنها غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0,05) إذ كانت الدلالة الإحصائية (0,505) .

وبالتالي يقبل صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية والتأثيرات المعرفية والوجدانية الناتجة عن هذا الاعتماد ما عدا التأثيرات السلوكية .

الفرض الرابع : توجد فروق دالة إحصائياً بين المتغيرات الديموغرافية للمرأة المصرية ودرجة اعتمادها على القنوات الدينية الإسلامية .

اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية فى القضايا الحياتية سامح عبدالبديع

ولاختبار صحة هذا الفرض تم إجراء الاختبارات التالية :

أ- اختبار (ت - $T-Test$) لاختبار الفروق بين عينتى الدراسة (جامعة القاهرة وجامعة المنصورة) على النحو التالى :

جدول رقم (17)

اختبار (ت - $T-Test$) لاختبار الفروق بين عينتى الدراسة من حيث اعتمادهم على القنوات الدينية الإسلامية

مستوى المعنوية	د . ح	قيمة ت	الخطأ المعيارى	الانحراف المعيارى	المتوسط	العدد	المجموعات	الجامعة
0,579	398	0,556	0,044	0,624	2,295	200	جامعة القاهرة	
			0,045	0,635	2,330	200	جامعة المنصورة	

تشير بيانات الجدول السابق بعدم وجود فروق دالة إحصائياً بين درجة الاعتماد والجامعة ، حيث أن قيمة (ت - $T-Test$) 0,556 عند مستوى معنوية 0,579 ، وتعنى هذه النتيجة عدم وجود اختلافات بين المرأة المصرية فى كلا الجامعتين (الحضر والريف) من حيث الاعتماد على القنوات الدينية حيث أن مكان إقامة المرأة سواء فى الحضر أو الريف لا يؤثر فى درجة اعتمادها على القنوات الدينية الإسلامية .

ب- تحليل التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) لبيان الفروق الديموغرافية باختلاف السن والحالة الاجتماعية والمؤهل الدراسي والمستوى الاقتصادي الاجتماعي

جدول رقم (18)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) لبيان الفروق الديموغرافية

المتغير	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	درجة الحرية		قيمة F	مستوى المعنوية
					بين المجموعات	داخل المجموعات		
السن	74	2,39	0,593	0,069	4	395	0,815	6 غير دال إحصائياً
	19	2,31	0,612	0,044				
	50	2,30	0,580	0,082				
	35	2,31	0,676	0,114				
	49	2,18	0,755	0,108				
الحالة الاجتماعية	24	2,32	0,601	0,039	3	396	1,500	4 غير دال إحصائياً
	13	2,32	0,674	0,057				
	11	2,27	0,647	0,195				
	10	1,90	0,568	0,180				
المؤهل	16	2,43	0,512	0,12				

اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية في القضايا الحياتية سامح عبدالبديع

0,70 9 غير دال إحصائياً	0,53 6	395	4	8		8			
				0,16	0,516	2,40	10	2- مؤهل أقل من المتوسط	
				3		0			
				0,08	0,719	2,35	71	3- مؤهل متوسط أو فوق المتوسط	
				5		2			
				0,03	0,625	2,30	26	4- مؤهل جامعي	
				9		7	1		
				0,08	0,565	2,21	42	5- دراسات عليا	
				7		4			
0,10 1 غير دال إحصائياً	2,30 8	397	2	0,04	0,61	2,36	25	1- مستوى منخفض	
							0		
				0,06	0,65	2,23	13	2- مستوى متوسط	
							8		
				0,17	0,58	2,17	12	3- مستوى مرتفع	

بتطبيق اختبار (*ANOVA*) اتضح عدم وجود فرق بين عينة الدراسة حسب السن وفقاً لمقياس درجة الاعتماد على القنوات الدينية الإسلامية ، فقد اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة حسب السن وذلك عند قيمة ف (0,815) ومستوى دلالة إحصائية (0,516) . وأشارت النتيجة أيضاً بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية حيث بلغت قيمة ف (1,500) ، ومستوى معنوية (0,214) . كما أثبتت نتيجة الجدول السابق بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة حسب المؤهل الدراسي حيث بلغت قيمة ف (0,536) ، ومستوى معنوية (0,536) . وأخيراً أثبتت النتيجة بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة حسب المستوى الاقتصادي الاجتماعي حيث بلغت قيمة ف (2,308) ، ومستوى معنوية (0,101)

وتبرز هذه النتيجة أن المتغيرات الديموغرافية للمرأة المصرية لا تؤثر في درجة اعتمادها على القنوات الدينية الإسلامية في الحصول على مختلف المعلومات في حياتها اليومية .

وبالتالي يُرفض صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين المتغيرات الديموغرافية للمرأة المصرية ودرجة اعتمادها على القنوات الدينية الإسلامية .

خاتمة الدراسة وتوصياتها:

أولاً : خاتمة الدراسة :

هدفت دراسة (اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية فى القضايا الحياتية) التعرف على كيفية معالجة القنوات الدينية الإسلامية لقضايا المرأة المصرية ، ومعرفة مدى تأثيرها على سلوكها ومعارفها واتجاهاتها فى حياتها اليومية ، بالإضافة إلى معرفة أبرز القضايا التى تتناولها برامج المرأة المصرية فى هذه القنوات . وقام الباحث بإجراء هذه الدراسة على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من جمهور المرأة المصرية بجامعة القاهرة والمنصورة حيث يمثلن مختلف المستويات الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية . وأثبتت الدراسة النتائج التالية :

- ارتفاع نسبة من يشاهدن القنوات الدينية الإسلامية أحياناً إلى 76% من عينة الدراسة .
- أهم أسباب مشاهدة القنوات الدينية الإسلامية لعينة الدراسة فى كلتا الجامعتين هى التعرف على سيرة الرسول ﷺ والصحابة كأعلى النسب المئوية 69,5% و62% .
- ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الدينية الإسلامية بين يومين إلى ثلاثة أيام بنسبة 48,2% .
- ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الدينية من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة 58,3% .
- ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الدينية الإسلامية فى الفترة المسائية بنسبة 56,8% .
- تقدمت القنوات الدينية الإسلامية الوسائل الإعلامية التى تعتمد عليها المرأة فى الحصول على معلوماتها الدينية فى جامعة القاهرة والمنصورة بنسبة 38,5% ، و42% .

- أثبتت نتائج الدراسة ارتفاع ثقة المرأة المصرية عينة الدراسة في القنوات الدينية الإسلامية أحياناً بنسبة 67,8% يليها أثق فيها بدرجة كبيرة بنسبة 20% .
- اهتمام القنوات الدينية الإسلامية بالقضايا الدينية والاجتماعية حيث احتلت أعلى النسب المئوية يليها القضايا العامة ، ثم القضايا الصحية ، فالقضايا الثقافية ، يليها القضايا الاقتصادية ، وأخيراً القضايا السياسية .

ثالثاً : توصيات الدراسة :

من خلال نتائج الدراسة تم استخلاص بعض المقترحات لتطوير أداء القنوات الدينية الإسلامية على النحو التالى :

1- ضرورة توفير الإمكانيات المادية والبشرية للعمل فى هذه القنوات من خلال إقامة دورات تدريبية لهذه الكوادر واستخدام أحدث تقنيات الصورة والصوت لما تحدثه من تأثير على المشاهدين .

2- ضرورة الإكثار من إنتاج البرامج المباشرة وعدم الاقتصار على البرامج المسجلة ، أو البرامج المباشرة فى مناسبات دينية معينة .

3- تنوع المضامين التى تقدمها القنوات الدينية ، فلا تقتصر على تقديم البرامج الدينية فقط ولكن لابد أن تقدم برامج اجتماعية وسياسية وصحية وثقافية بحيث تكون قناة متنوعة شاملة تجذب إليها كافة فئات الأسرة مع مراعاة الضوابط الشرعية .

4- التنسيق بين القنوات الدينية الإسلامية للخروج بخطاب إعلامى موحد يؤكد فى المقام الأول على إشاعة مبادئ المحبة والسلام والإخاء بين سائر الأمم والشعوب ومواجهة أفكار الإلحاد والفساد ، ومحاربة نزعات التطرف والدعوة إلى اليأس والانتحار .

5- ضرورة إنشاء قنوات دينية إسلامية ناطقة باللغات الأجنبية تحت إشراف علماء الأزهر الشريف لما له من وزن كبير فى الدول الإسلامية وغير الإسلامية ، توضح فيها حقيقة الدين الإسلامى للمسلمين الأجانب وغير المسلمين ، خاصة قضية الإرهاب وما ينشر على المواقع على الإنترنت والقنوات التلفزيونية المختلفة بأن الإسلام دين قتل وتدمير ورفض الآخر .

المراجع :

- 1- منى هاشم صدقة ، دور القنوات الفضائية الإسلامية فى تشكيل اتجاهات المراهقين نحو القضايا الدينية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس ، 2011 ، ص ص 178 ، 179 .
- 2- محمد شومان ، مأساة القنوات الدينية ، متاح علي الرابط التالي : <http://www.elwatannews.com/news/details/132182>, date of search 18-5-2013
- 3- سهى فوزى أحمد ، العلاقة بين اعتماد الجمهور المصرى على القنوات الفضائية الإسلامية ومستوى المعرفة الدينية لديهم ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ص 31 .
- 4- سوزان يوسف القلبنى ، الاتصال ووسائله ونظرياته ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، 1998 ، ص 189 .
- 5- سامى السعيد النجار ، دور الصحافة المصرية فى تشكيل اتجاهات الشباب الجامعى نحو قضية العولمة والهوية والثقافية دراسة ميدانية ، المؤتمر العلمى السنوى العاشر للإعلام المعاصر والهوية العربية ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، الجزء الأول ، 4-6 مايو 2004 ، ص 385 .
- 6- Seven Windahl & Dennis McQuail, *Communication Models for the study of mass communication*, New York, Longman, 1993, p111
- 7- غادة عبد التواب اليمانى ، الاعتماد على الصحف المصرية فى الأزمات الداخلية ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، العدد الثلاثون ، المجلد الأول ، أكتوبر 2008 ، ص 111 .
- 8- غادة عبد التواب اليمانى ، الاعتماد على الصحف المصرية فى الأزمات الداخلية ، مرجع سابق ، ص 111
- 9- محمد عبد البديع السيد ، علاقة مشاهدة القنوات الفضائية العربية والأجنبية ببعض قيم العمل فى مصر دراسة ميدانية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد 37 ، يناير - يونيه 2011 ، ص 125 .

اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية فى القضايا الحياتية سامح عبدالبديع

- 10- حسن عماد مكاوى وليلى حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ط4 ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ص 326 .
- 11- ليلي فرج محمود فرج ، العلاقة بين استخدام المكفوفين للإذاعة ومستوى معرفتهم بالأحداث الجارية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2012 ، ص93
- 12- Seven Windahl & Benno H. Sighitzer, *Using communication theory*, 2nd edition, California, Thousand Oaks, 2009, p250.
- 13- ميرفت الطرابيشى وعبد العزيز السيد ، نظريات الاتصال ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، 2006 ، ص140 .
- 14- خالد توحيد السيد شرف ، العلاقة بين استخدام الإنترنت وتطوير الأداء المهني للإعلاميين الرياضيين فى مصر ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2012 ، ص47 .
- 15- رضا عكاشة ، تأثيرات وسائل الإعلام من الاتصال الذاتى إلى الوسائط الرقمية المتعددة ، الطبعة الثانية ، الجيزة ، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع ، 2009 ، ص210 .
- 16- ياسمين على الدين محمد المهدي ، دور البرامج التلفزيونية فى معالجة قضايا المرأة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2015 .
- 17- نجلاء مصطفى محمود ، دور برامج المرأة بتلفزيون الصعيد فى تنمية وعى الفتاة بقضاياها ، رسالة ماجستير غير منشورة ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس ، 2013 .
- 18- حسن على قاسم ، دور الفضائيات فى معالجة قضايا الصحة العامة لدى المرأة المصرية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2013 .

- 19- زينب جودة إبراهيم ، دور المسلسلات التليفزيونية المصرية فى ترتيب أولويات قضايا المرأة لدى المراهقات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس ، 2012 .
- 20- شيرين عوض خليل ، اعتماد الجمهور العربى على البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية العربية فى تشكيل معارفه نحو قضايا المرأة - دراسة ميدانية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، القاهرة ، جامعة الدول العربية ، معهد البحوث والدراسات العربية ، 2011 .
- 21- إبراهيم سيد عبد الرحمن عويس ، دور البرامج الدينية فى الفضائيات فى تشكيل اتجاهات طلاب الجامعات نحو الأحزاب السياسية ذات المرجعية الإسلامية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس ، 2014 .
- 22- إيهاب خيرى عبد المبدى عبد الرحيم ، التأثير المختلفة لتعرض طلاب الجامعات لبرامج الفتاوى الدينية فى القنوات الفضائية المصرية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس ، 2013 .
- 23- سهى فوزى أحمد ، العلاقة بين اعتماد الجمهور المصرى على القنوات الفضائية الإسلامية ومستوى المعرفة الدينية لديهم - دراسة تطبيقية ، مرجع سابق .
- 24- آمال عبد الله محمد الجابرى سلامة ، أثر الفضائيات الإسلامية على المرأة الريفية المصرية "دراسة ميدانية" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة الأزهر ، 2012 .
- 25- محمود عبد المنصف سويفى إبراهيم ، القنوات الفضائية الإسلامية وأثرها على الاتجاهات المعرفية للجمهور المصرى - دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الأزهر ، كلية اللغة العربية ، قسم الصحافة والإعلام ، 2011 .

اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية فى القضايا الحياتية سامح عبدالبديع

- 26- زكريا الشربيني وآخرون ، **مناهج البحث العلمى الأسس النظرية والتقنية الحديثة** ، ط1، القاهرة ، دار الفكر العربى ، 2012 ، ص80
- 27- محمد عبد الحميد ، **البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية** ، القاهرة ، عالم الكتب ، 2000 ، ص160 .

28- أسماء السادة المحكمين تم ترتيبهم حسب الدرجة الوظيفية وهم :

- أ.د/ عبد الصبور فاضل ... عميد كلية الإعلام ، جامعة الأزهر
- أ.د/ بركات عبد العزيز ... وكيل كلية الإعلام لشئون الدراسات العليا والبحوث ، جامعة القاهرة
- أ.د/ سامى النجار ... رئيس قسم الإعلام ، كلية الآداب ، جامعة المنصورة
- أ.د/ محمد وهدان ... رئيس قسم الإعلام ، كلية البنات ، جامعة الأزهر
- أ.د/ منى الحديدى ... أستاذ الإذاعة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة
- أ.د/ خالد صلاح الدين ... أستاذ الإذاعة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة
- أ.د/ شيماء ذو الفقار ... أستاذ الإذاعة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة
- أ.د/ نجوى كامل ... أستاذ الصحافة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة
- أ.د/ جمال النجار ... أستاذ الصحافة والإعلام ، كلية البنات ، جامعة الأزهر
- أ.م.د/ سميرة عرفات ... رئيس قسم الإعلام ، كلية الآداب ، جامعة بنها
- أ.م.د/ إيناس أبو يوسف ... الأستاذ المساعد بقسم الصحافة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة
- أ.م.د/ محمود حماد ... الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة ، كلية الإعلام ، جامعة الأزهر
- د/ أماني فهمى ... المدرس بقسم الإذاعة ، كلية الإعلام جامعة الأزهر

29- سهى فوزى أحمد ، **مرجع سابق** ، ص256 .

30- آمال عبد الله محمد الجابرى سلامة ، **أثر الفضائيات الإسلامية على المرأة الريفية المصرية** ، **مرجع سابق** ، ص163 .

31- مصطفى محمد عبد الوهاب ، **بنية الخطاب الدينى الإسلامى بالقنوات التليفزيونية (الحكومية والخاصة) والعوامل المؤثرة فيه** ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتليفزيون ، 2009 ، ص238 .

- 32- آمال الجابري ، مرجع سابق ، ص 179 .
- 33- سهى أحمد ، مرجع سابق ، ص 257 .
- 34- آمال الجابري ، مرجع سابق ، ص 166 .
- 35- آمال الجابري ، نفس المرجع السابق ، ص 166 .
- 36- سهى فوزى ، مرجع سابق ، ص 258 .
- 37- آمال الجابري ، مرجع سابق ، ص 167 .
- 38- زينب محمد حامد ، تأثير الاعتماد على الفتاوى الدينية المقدمة فى الفضائيات العربية على معارف وسلوكيات الجمهور المصرى ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2012 ، ص 197 .
- 39- آمال الجابري ، مرجع سابق ، ص 181 .
- 40- سهى فوزى ، مرجع سابق ، ص 266 .
- 41- آمال الجابري ، مرجع سابق ، ص 185 .
- 42- سلمى عبد المؤمن السيد عبد الله ، القيم التى تعكسها برامج الأطفال والشباب فى القنوات الفضائية الدينية - دراسة مقارنة بين قناتى اقرأ وسات 7 ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، 2011 ، ص 260 .
- 43- محمد أحمد هاشم إمام الشريف ، البرامج الدينية فى القنوات الفضائية العربية - دراسة تحليلية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الأزهر ، كلية اللغة العربية ، قسم الصحافة والإعلام ، 2003 ، ص 261 .
- 44- زينب محمد حامد ، مرجع سابق ، ص 216 .
- 45- جيهان سيد أحمد ، معالجة قضايا الأسرة فى البرامج الدينية بالفضائيات العربية ودورها فى تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحوها ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الدراسات الإسلامية والعربية ، جامعة الأزهر ، 2011 ، ص 379 .

اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية فى القضايا الحياتية سامح عبدالبديع

أبريل 2015

العدد الأربعون