

مجلة بحوث الشرق الأوسط

مجلة علمية مُدَكَّمة
(مُعتمدة) شهرياً

العدد التسعون
(أغسطس 2023)

السنة التاسعة والأربعون
تأسست عام 1974

الترقيم الدولي: (2536-9504)
الترقيم على الإنترنت: (2735-5233)



يصدرها
مركز بحوث
الشرق الأوسط



الأراء الواردة داخل المجلة تعبر عن وجهة نظر أصحابها وليست مسئولية مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

رقم الإيداع بدار الكتب والوثائق القومية : ٢٤٣٣٠ / ٢٠١٦

الترقيم الدولي: (Issn :2536 - 9504)

الترقيم على الإنترنت: (Online Issn :2735 - 5233)

شروط النشر بالمجلة

- تُعنى المجلة بنشر البحوث المهمة بمجالات العلوم الإنسانية والأدبية ؛
- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين ويتم التحكيم إلكترونياً ؛
- تقبل البحوث باللغة العربية أو بإحدى اللغات الأجنبية، وترسل إلى موقع المجلة على بنك المعرفة المصري ويرفق مع البحث ملف بيانات الباحث يحتوي على عنوان البحث باللغتين العربية والإنجليزية واسم الباحث والتايتل والانتماء المؤسسي باللغتين العربية والإنجليزية، ورقم واتساب، وإيميل الباحث الذي تم التسجيل به على موقع المجلة ؛
- يشار إلى أن الهوامش والمراجع في نهاية البحث وليست أسفل الصفحة ؛
- يكتب الباحث ملخص باللغة العربية واللغة الإنجليزية للبحث صفحة واحدة فقط لكل ملخص ؛
- بالنسبة للبحث باللغة العربية يكتب على برنامج "word" ونمط الخط باللغة العربية "Simplified Arabic" وحجم الخط 14 ولا يزيد عدد الأسطر في الصفحة الواحدة عن 25 سطر والهوامش والمراجع خط Simplified Arabic حجم الخط 12 ؛
- بالنسبة للبحث باللغة الإنجليزية يكتب على برنامج word ونمط الخط Times New Roman وحجم الخط 13 ولا يزيد عدد الأسطر عن 25 سطر في الصفحة الواحدة والهوامش والمراجع خط Times New Roman حجم الخط 11 ؛
- (Paper) مقياس الورق (B5) 17.6 × 25 سم، (Margins) الهوامش 2.3 سم يمينًا ويسارًا، 2 سم أعلى وأسفل الصفحة، ليصبح مقياس البحث فعلي (الكلام) 13×21 سم. (Layout) والنسق: (Header) الرأس 1.25 سم، (Footer) تذييل 2.5 سم ؛
- مواصفات الفقرة للبحث: بداية الفقرة First Line = 1.27 سم، قبل النص = 0.00، بعد النص = 0.00، تباعد قبل الفقرة = 6pt (تباعد بعد الفقرة = 0pt)، تباعد الفقرات (مفرد single) ؛
- مواصفات الفقرة للهوامش والمراجع: يوضع الرقم بين قوسين هلاكي مثل: (1)، بداية الفقرة Hanging = 0.6 سم، قبل النص = 0.00، بعد النص = 0.00، تباعد قبل الفقرة = 0.00، تباعد بعد الفقرة = 0.00، تباعد الفقرات (مفرد single) ؛
- الجداول والأشكال: يتم وضع الجداول والأشكال إما في صفحات منفصلة أو وسط النص وفقًا لرؤية الباحث، على أن يكون عرض الجدول أو الشكل لا يزيد عن 13.5 سم بأي حال من الأحوال ؛
- يتم التحقق من صحة الإملاء على مسئولية الباحث لتفادي الأخطاء في المصطلحات الفنية ؛
- مدة التحكيم 15 يوم على الأكثر، مدة تعديل البحث بعد التحكيم 15 يوم على الأكثر ؛
- يخضع تسلسل نشر البحوث في أعداد المجلة حسب ما تراه هيئة التحرير من ضرورات علمية وفنية ؛
- المجلة غير ملزمة بإعادة البحوث إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تنشر ؛
- تعتبر البحوث عن آراء أصحابها وليس عن رأي رئيس التحرير وهيئة التحرير ؛
- رسوم التحكيم للمصريين 650 جنيه، ولغير المصريين 155 دولار ؛
- رسوم النشر للصفحة الواحدة للمصريين 25 جنيه، وغير المصريين 12 دولار ؛
- الباحث المصري يسدد الرسوم بالجنيه المصري (بالفيزا) بمقر المركز (المقيم بالقاهرة)، أو على حساب حكومي رقم : (9/450/80772/8) بنك مصر (المقيم خارج القاهرة) ؛
- الباحث غير المصري يسدد الرسوم بالدولار على حساب حكومي رقم : (EG71000100010000004082175917) (البنك العربي الأفريقي) ؛
- استلام إفادة قبول نشر البحث في خلال 15 يوم من تاريخ سداد رسوم النشر مع ضرورة رفع إيصالات السداد على موقع المجلة ؛
- تحصيل قيمة العدد من الباحث (نقدًا)، ويستلم الباحث عدد 6 مستلآت من بحثه 5 منها (مجانًا) و (15) جنيه للمستلة السادسة الإضافية ؛
- المراسلات : توجه المراسلات الخاصة بالمجلة إلى: merc.director@asu.edu.eg
- السيد الدكتور/ مدير مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية، ورئيس تحرير المجلة جامعة عين شمس-العباسية- القاهرة - ج.م.ع (ص.ب 11566)
- للتواصل والاستفسار عن كل ما يخص الموقع : محمول / واتساب: (+2) 01555343797
- (وحدة النشر merc.pub@asu.edu.eg) (وحدة الدعم الفني technical.support@asu.edu.eg)
- ترسل الأبحاث من خلال موقع المجلة على بنك المعرفة المصري: www.mercj.journals.ekb.eg
- ولن يلتفت إلى الأبحاث المرسله عن طريق آخر .



مجلة بحوث الشرق الأوسط

مجلة علمية مُدكَّمة متخصصة في شؤون الشرق الأوسط

مجلة مُعتمَدة من بنك المعرفة المصري



موقع المجلة على بنك المعرفة المصري

www.mercj.journals.ekb.eg

- معتمدة من الكشاف العربي للاستشهادات المرجعية (ARCI). المتوافقة مع قاعدة بيانات كلاريفيت Clarivate الفرنسية.
- معتمدة من مؤسسة أرسيف (ARCif) للاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية ومعامل التأثير المتوافقة مع المعايير العالمية.
- تنشر الأعداد تبعاً على موقع دار المنظومة.



العدد التسعون - أغسطس ٢٠٢٣

تصدر شهرياً

السنة التاسعة والأربعون - تأسست عام 1974



مجلة بحوث الشرق الأوسط
(مجلة مُعتمدة) دورية علمية مُكَّمة
(اثنا عشر عددًا سنويًا)
يصدرها مركز بحوث الشرق الأوسط
والدراسات المستقبلية - جامعة عين شمس

رئيس مجلس الإدارة

أ.د. غادة فاروق

نائب رئيس الجامعة لشؤون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

ورئيس مجلس إدارة المركز

رئيس التحرير د. حاتم العبد

مدير مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

هيئة التحرير

أ.د. السيد عبدالخالق، وزير التعليم العالي الأسبق، مصر

أ.د. أحمد بهاء الدين خيرى، نائب وزير التعليم العالي الأسبق، مصر؛

أ.د. محمد حسام لطفي، جامعة بني سويف، مصر؛

أ.د. سعيد المصري، جامعة القاهرة، مصر؛

أ.د. سوزان القبيني، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. ماهر جميل أبوخوات، عميد كلية الحقوق، جامعة كفر الشيخ، مصر؛

أ.د. أشرف مؤنس، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. حسام طنطاوي، عميد كلية الآثار، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. محمد إبراهيم الشافعي، وكيل كلية الحقوق، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. تامر عبدالمنعم راضي، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. هاجر قلديش، جامعة قرطاج، تونس؛

Prof. Petr MUZNY، جامعة جنيف، سويسرا؛

Prof. Gabrielle KAUFMANN-KOHLER، جامعة جنيف، سويسرا؛

Prof. Farah SAFI، جامعة كليرمون أوفيرني، فرنسا؛

إشراف إداري

أ/ سونيا عبد الحكيم

أمين المركز

سكرتارية التحرير

أ/ ناهد مبارز رئيس وحدة النشر

أ/ راندانوار وحدة النشر

أ/ زينب أحمد وحدة النشر

أ/ شيماء بكر وحدة النشر

د/ امل حسن رئيس وحدة التخطيط والمتابعة

المحرر الفني

أ/ رشا عاطف وحدة الدعم الفني

تنفيذ الغلاف والتجهيز والإخراج الفني للمجلة

وحدة الدعم الفني

تدقيق ومراجعة لغوية

د. هند رافت عبد الفتاح

تصميم الغلاف أ/ أحمد محسن - مطبعة الجامعة

ترجمة المراسلات الخاصة بالمجلة (إلى): د. حاتم العبد، رئيس التحرير merc.director@asu.edu.eg

• وسائل التواصل: البريد الإلكتروني للمجلة: technical.support.mercj2022@gmail.com

البريد الإلكتروني لوحدة النشر: merc.pub@asu.edu.eg

جامعة عين شمس - شارع الخليفة المأمون - العباسية - القاهرة، جمهورية مصر العربية، ص.ب: 11566

(وحدة النشر - وحدة الدعم الفني) موبايل / واتساب: 01555343797 (+2)

ترسل الأبحاث من خلال موقع المجلة على بنك المعرفة المصري: www.mercj.journals.ekb.eg

ولن يلتفت إلى الأبحاث المرسله عن طريق آخر

الرؤية

السعي لتحقيق الريادة في النشر العلمي المتميز في المحتوى والمضمون والتأثير والمرجعية في مجالات منطقة الشرق الأوسط وأقطاره .

الرسالة

نشر البحوث العلمية الأصيلة والرصينة والمبتكرة في مجالات الشرق الأوسط وأقطاره في مجالات اختصاص المجلة وفق المعايير والقواعد المهنية العالمية المعمول بها في المجالات المُحكَّمة دولياً.

الأهداف

- نشر البحوث العلمية الأصيلة والرصينة والمبتكرة .
- إتاحة المجال أمام العلماء والباحثين في مجالات اختصاص المجلة في التاريخ والجغرافيا والسياسة والاقتصاد والاجتماع والقانون وعلم النفس واللغة العربية وآدابها واللغة الانجليزية وآدابها ، على المستوى المحلى والإقليمي والعالمي لنشر بحوثهم وإنتاجهم العلمي .
- نشر أبحاث كبار الأساتذة وأبحاث الترقية للسادة الأساتذة المساعدين والسادة المدرسين بمختلف الجامعات المصرية والعربية والأجنبية .
- تشجيع ونشر مختلف البحوث المتعلقة بالدراسات المستقبلية والشرق الأوسط وأقطاره .
- الإسهام في تنمية مجتمع المعرفة في مجالات اختصاص المجلة من خلال نشر البحوث العلمية الرصينة والتميزة .



مجلة بحوث الشرق الأوسط

- رئيس التحرير د. حاتم العبد

- الهيئة الاستشارية المصرية وفقاً للترتيب الهجائي:

- أ.د. إبراهيم عبد المنعم سلامة أبو العلا
- أ.د. أحمد الشربيني
- أ.د. أحمد رجب محمد علي رزق
- أ.د. السيد فليفل
- أ.د. إيمان محمد عبد المنعم عامر
- أ.د. أيمن فؤاد سيد
- أ.د. جمال شفيق أحمد عامر
- أ.د. حمدي عبد الرحمن
- أ.د. حنان كامل متولي
- أ.د. صالح حسن السلوت
- أ.د. عادل عبد الحافظ عثمان حمزة
- أ.د. عاصم الدسوقي
- أ.د. عبد الحميد شلبي
- أ.د. عفاف سيد صبره
- أ.د. عفيفي محمود إبراهيم
- أ.د. فتحي الشرقاوي
- أ.د. محمد الخزامي محمد عزيز
- أ.د. محمد السعيد أحمد
- ثواء / محمد عبد المقصود
- أ.د. محمد مؤنس عوض
- أ.د. مدحت محمد محمود أبو النصر
- أ.د. مصطفى محمد البغدادى
- أ.د. نبيل السيد الطوخي
- أ.د. نهى عثمان عبد اللطيف عزمي
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة الإسكندرية - مصر
- عميد كلية الآداب السابق - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الآثار - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الدراسات الأفريقية العليا الأسبق - جامعة القاهرة - مصر
- أستاذ التاريخ الحديث والمعاصر - كلية الآداب - جامعة القاهرة - مصر
- رئيس الجمعية المصرية للدراسات التاريخية - مصر
- كلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس - مصر
- عميد كلية الحقوق الأسبق - جامعة عين شمس - مصر
- (قائم بعمل) عميد كلية الآداب - جامعة عين شمس - مصر
- أستاذ التاريخ والحضارة - كلية اللغة العربية - فرع الزقازيق
- جامعة الأزهر - مصر
- عضو اللجنة العلمية الدائمة لترقية الأساتذة
- كلية الآداب - جامعة المنيا،
- ومقرر لجنة الترقيات بالمجلس الأعلى للجامعات - مصر
- عميد كلية الآداب الأسبق - جامعة حلوان - مصر
- كلية اللغة العربية بالمنصورة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الدراسات الإنسانية بنات بالقاهرة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الآداب - جامعة بنها - مصر
- نائب رئيس جامعة عين شمس الأسبق - مصر
- عميد كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة الجلالة - مصر
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء - مصر
- كلية الآداب - جامعة عين شمس - مصر
- كلية الخدمة الاجتماعية - جامعة حلوان
- قطاع الخدمة الاجتماعية بالمجلس الأعلى للجامعات ورئيس لجنة ترقية الأساتذة
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة المنيا - مصر
- كلية السياحة والفنادق - جامعة مدينة السادات - مصر

- الهيئة الاستشارية العربية والدولية وفقاً للترتيب الهجائي:

- أ.د. إبراهيم خليل العلاف جامعة الموصل- العراق
- أ.د. إبراهيم محمد بن حمد المزيني كلية العلوم الاجتماعية - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- السعودية
- أ.د. أحمد الحسو جامعة مؤتة- الأردن
- أ.د. أحمد عمر الزيبي مركز الحسو للدراسات الكمية والتراثية - إنجلترا
- أ.د. عبد الله حميد العتابي جامعة الملك سعود- السعودية
- أ.د. عبد الله سعيد الغامدي الأمين العام لجمعية التاريخ والآثار التاريخية
- أ.د. فيصل عبد الله الكندري كلية التربية للبنات - جامعة بغداد - العراق
- أ.د. مجدي فارح جامعة أم القرى - السعودية
- أ.د. محمد بهجت قبيسي عضو مجلس كلية التاريخ، ومركز تحقيق التراث بمعهد المخطوطات
- أ.د. محمود صالح الكروي جامعة الكويت- الكويت
- أ.د. محمد بهجت قبيسي رئيس قسم الماجستير والدراسات العليا - جامعة تونس ١ - تونس
- أ.د. محمود صالح الكروي جامعة حلب- سوريا
- أ.د. محمود صالح الكروي كلية العلوم السياسية - جامعة بغداد- العراق

- *Prof. Dr. Albrecht Fuess* Center for near and Middle Eastem Studies, University of Marburg, Germany
- *Prof. Dr. Andrew J. Smyth* Southern Connecticut State University, USA
- *Prof. Dr. Graham Loud* University Of Leeds, UK
- *Prof. Dr. Jeanne Dubino* Appalachian State University, North Carolina, USA
- *Prof. Dr. Thomas Asbridge* Queen Mary University of London, UK
- *Prof. Ulrike Freitag* Institute of Islamic Studies, Belil Frie University, Germany

محتويات العدد 90

عنوان البحث

الصفحة

LEGAL STUDIES

الدراسات القانونية

1. المحكمة الإلكترونية وأثرها في تحقيق العدالة الإجرائية..... 30-3
الباحث/ أحمد عزت أنور
2. طرق الترويج في الحيازة العقارية ودورها في كسب الملكية في الفقه القانون..... 70-31
الباحث/ عبود راشد عثمان حسن الأحمدى

HISTORICAL STUDIES

الدراسات التاريخية

3. سيرابيوم مدامود 122-73
الباحثة/ خلود عارف غريب
4. جهود منظمة الأمم المتحدة فى مكافحة الإرهاب الدولي 214-123
د. أحمد محمد رضوان حسن هيكل
5. التحالف الإسرائيلي مع إثيوبيا وتطويق مصر فى حوض النيل 258-215
د. نورا محمد ماهر

SOCIAL STUDIES

الدراسات الاجتماعية

6. الأبعاد الاجتماعية والثقافية لظاهرة الإرهاب فى المجتمع المصري ... 296-261
الباحثة/ سها سمير حماد سالم
7. المشكلات الاجتماعية والصحية المرتبطة بالتلوث الناتج عن النشاط الصناعي «دراسة على إحدى الشركات بمحافظة المنيا»..... 338-297
الباحث/ فرج محمد فرج إبراهيم

PHILOSOPHICAL STUDIES

الدراسات الفلسفية

•

8. فوائد الديمقراطية وتحدياتها المستقبلية بين "دال" و"ليبست" 370-341
الباحثة/ رنا عبد الجليل إبراهيم

MEDIA STUDIES

الدراسات الإعلامية

•

9. اتجاهات الجمهور المصري نحو أداء المؤسسات الإسلامية الرسمية
وقت الأزمات "دراسة ميدانية" 430-373
الباحث/ محمود عبد الرحمن عبد العليم محمد

LINGUISTIC STUDIES

الدراسات اللغوية

•

10. Winter Clothing in ancient Egypt 26-3
الباحثة/ نورهان محمد هجان

الدراسات الإعلامية

MEDIA STUDIES

اتجاهات الجمهور المصري نحو أداء
المؤسسات الإسلامية الرسمية وقت الأزمات

"دراسة ميدانية"

Attitudes of the Egyptian public towards the performance of
official Islamic institutions at crises time

"A field study"

محمود عبد الرحمن عبد العليم محمد
باحث دكتوراه - قسم علوم الاتصال والإعلام
كلية الآداب - جامعة عين شمس

Mahmoud Abdel Rahman Abdel Aleem Mohamed

Doctorate - Communication and Media Sciences Department

Faculty of Arts - Ain Shams University



www.mercj.journals.ekb.eg



الملخص :

تستهدف هذه الدراسة التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو أداء المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية (الأزهر الشريف و دار الإفتاء و وزارة الأوقاف) أثناء الأزمات من خلال المقارنة بينها، حيث اعتمد الباحث على استمارة استقصاء لعينة من جمهور المتابعين للصفحات الرسمية للمؤسسات عينة الدراسة على فيس بوك.

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن صفحة الأزهر الشريف على فيس بوك جاءت في مقدمة الصفحات التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على المعلومات وقت الأزمات تلاها دار الإفتاء ثم وزارة الأوقاف، كما جاءت أزمة العدوان الإسرائيلي على غزة في المركز الأول من حيث متابعة المبحوثين لها، تلاها أزمة كورونا، وجاءت ثقة المبحوثين في مؤسسة الأزهر الشريف في المرتبة الأولى بنسبة 93% تلاها دار الإفتاء بنسبة 63.2% ثم وزارة الأوقاف بنسبة 61.5%، وقد بلغت نسبة الاتجاه الإيجابي نحو مؤسسة الأزهر الشريف 90.6%، تلاها الاتجاه الإيجابي نحو دار الإفتاء بنسبة 59.8%، وأخيراً وزارة الأوقاف بنسبة 44.6%.

وخلصت الدراسة إلى أنه كلما زاد اعتماد المبحوثين على صفحات المؤسسات عينة الدراسة زاد الاتجاه الإيجابي وزادت أيضاً درجة الثقة في المؤسسات عينة الدراسة.

الكلمات المفتاحية

اتجاهات الجمهور - المؤسسات الإسلامية الرسمية - الأزمات.



Abstract :

This study aims to identify the Egyptian public's attitudes towards the performance of the official Islamic religious institutions (Al-Azhar Al-Sharif, Dar Al-Ifta, the Ministry of Awqaf) during crises by comparing them. The researcher relied on a questionnaire form for a sample of the followers of the study sample institutions on Facebook.

The results of the study concluded that Al-Azhar Institution took the lead in terms of respondents' reliance on it to obtain information during crises, followed by Dar Al-Ifta and then the Ministry of Awqaf. The crisis of the Israeli aggression against Gaza ranked first in terms of respondents' follow-up to it, followed by the Corona virus crisis.

The respondents' trust in Al-Azhar came first with 93%, followed by Dar Al-Ifta with 63.2%, then the Ministry of Awqaf with 61.5%. The positive attitude towards Al-Azhar reached 90.6%, followed by the positive attitude towards Dar Al Iftaa with 59.8%, and finally the Ministry of Awqaf with 44.6%.

The study concluded that more respondents relying on the institutions pages, the higher positive attitudes towards the institutions. Consequently, the degree of confidence in the study sample institutions increases.



مقدمة

إن الأنشطة الاتصالية المقدمة من مراكز الإعلام وإدارات العلاقات العامة تمثل الآن ضرورة حتمية ليس فقط في المؤسسات الدينية ، وإنما في كل المؤسسات الحديثة والمنظمات بمختلف تخصصاتها وتوجهاتها من أجل إنجاز أهدافها بكفاءة وفعالية؛ مما يعزز من ثقة الجمهور في هذه المؤسسات ويرفع من درجة ولائه لها ويدعم سمعتها و صورتها الإيجابية؛ ومن ثم قدرتها في التأثير على الرأي العام المحيط بها خاصة أوقات الاضطرابات والأزمات.

وفي ظل عصر تكنولوجيا المعلومات وثورة الاتصال تحتاج هذه المؤسسات إلى أنشطة اتصالية وجهود متطورة حديثة تتوافق مع روح العصر من أجل الاضطلاع بدورها بشكل فعال خاصة مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وإمكاناتها المتعددة وانتشارها وتغلغلها في جميع مجالات الحياة. ومن ثم زيادة استخدام تلك المواقع ليس فقط بين الأشخاص العاديين ، وإنما في المؤسسات أيضًا ؛ حيث توجهت أنظار المؤسسات المختلفة نحو استخدام مثل تلك المواقع في تكوين علاقات متبادلة مع الجماهير، وذلك لانتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الجماهير على اختلاف فئاتهم، وسرعتها في نشر المعلومات، خاصة موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك.

وتستخدم المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية ممثلة في (الأزهر الشريف و دار الإفتاء المصرية و وزارة الأوقاف) صفحاتها الرسمية على موقع فيس بوك للتوجه إلى الجمهور من خلال منشوراتها المتعددة خاصة أوقات الأزمات ؛ وذلك من أجل التأثير في الجماهير التي تعتمد عليها للحصول على المعلومات ؛ ومن ثم يتكون لدى



الجماهير اتجاهات محددة نحو المؤسسات الدينية يترتب عليها درجة ثقتهم في هذه المؤسسات و مدى اعتمادهم على محتوى منشوراتها للتعامل مع الأزمات وإيجاد حلول لها.

أولاً: مشكلة البحث

تتحدد مشكلة الدراسة في مدى فاعلية الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية في مصر ممثلة في (مؤسسة الأزهر الشريف و دار الإفتاء و وزارة الأوقاف) عبر صفحاتها الرسمية على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك وقت الأزمات، وتأثيرها على اتجاهات الجمهور المصري نحو هذه المؤسسات.

ثانياً: أهمية البحث

- 1- تعد هذه الدراسة استكمالاً للدراسات التي تناولت الأزمات مما يشكل إضافة للمكتبة العربية.
- 2- يمكن استخدام نتائج هذه الدراسة من قبل المؤسسات الدينية لمعرفة أهمية جهودهم الاتصالية تجاه المجتمع أثناء وقوع الأزمات وتقييمها سعياً نحو الأفضل.
- 3- تفيد نتائج هذه الدراسة القائمين بالاتصال في المؤسسات عينة الدراسة لتوظيف الأنشطة والاستراتيجيات الاتصالية بطريقة فعالة وقت الأزمات من خلال معرفة أسباب اعتماد الجمهور على هذه الأنشطة ودوافعهم واتجاهاتهم نحوها.

ثالثاً: أهداف البحث

- 1- قياس مدى اعتماد الجمهور المصري على صفحات المؤسسات عينة الدراسة على فيس بوك.
- 2- رصد وتحليل وتفسير اتجاهات الجمهور المصري نحو المؤسسات الرسمية الدينية في إدارتها للأزمات.



3- التعرف على درجة ثقة الجمهور في الأنشطة الاتصالية للمؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات.

رابعاً: الدراسات السابقة

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين هما:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في مراحل إدارة الأزمات

استهدفت دراسة **Milad Mirbabaie, Stefan Stieglitz, Felix**

(2021) Brünker التحقيق في الاتصالات على تويتر خلال أزمات (تفجيرات مانسستر وإطلاق النار في ميونيخ) وكارثة (إعصار هارفي). وتسهم الدراسة في فهم أنماط سلوك التقارب خلال الأزمات حيث جمع المؤلفون بيانات تويتر وحللوها ما يقرب من 7.5 مليون حالة ذات صلة بالأزمات باستخدام تقنيات تحليل الشبكة الاجتماعية و تحليل المحتوى اليدوي لتحديد نماذج سلوك التقارب؛ حيث إنه في حالات الأزمات تتشارك مختلف فئات الجمهور في مواجهة تداعيات الأزمة كما في ضحايا المنطقة المتضررة والمهتمين بالأزمة. و تواجه وكالات إدارة الطوارئ حالة من عدم اليقين في مثل هذه المواقف و القدرة على اتخاذ القرارات ومن ثم تأتي أهمية توفير معلومات دقيقة ومستمرة عن الأزمات لإزالة حالة عدم اليقين، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود ثلاثة أنواع من التقارب في السلوك هي : التقارب الشخصي، والتقارب المادي، والتقارب المعلوماتي. كما أكدت الدراسة على حقيقة أن المؤسسات الإعلامية والمشاهير لا ينفردون بالإسهام في الحد من التعقيد الناجم عن عدم اليقين على وسائل التواصل الاجتماعي؛ بل إن الأقليات مثل الأفراد والمنظمات الأصغر حجماً يمكنهم التأثير أيضاً بشكل كبير والمساعدة في إدارة الأزمة وحلها (1).



كما استهدفت دراسة **Wenlin Liu, Weiai (Wayne) Xu (2020)** & **Jiun-Yi (Jenny) Tsai** الجمهور كإطار لتقييم التواصل في حالات الكوارث بواسطة وسائل التواصل الاجتماعي و قدرة رسائل فيس بوك المرسله من قبل منظمات إدارة الكوارث على التأثير أثناء وقوع كارثة طبيعية ، وذلك من خلال ثلاثة مستويات من الاتصال الحواري هي : (مستوى البنية و مستوى الموضوع ، والمستوى اللغوي) . وقد استخدمت الدراسة نموذج إدارة الأزمة بواسطة وسائل التواصل الاجتماعي واعتمدت على منهج تحليل المحتوى، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن المواطنين يحتاجون إلى التواصل كأولوية لإدارة الكوارث ؛ فهناك أهمية قصوى لإجراء تواصل حواري متعدد المستويات مع الجمهور أثناء وقوع الأزمات والكوارث ، كذلك تؤثر السمات اللغوية لرسائل وسائل التواصل الاجتماعي التنظيمية - بشكل كبير - على مستوى المشاركة العامة (2).

وأبرزت دراسة **KAVOTA & Others (2020)** عوامل تبني وسائل التواصل الاجتماعي وتأثير استخدامها في إدارة الكوارث وأهمية تدفق المعلومات في الوقت المناسب لمنع الأخطار، وقد تم اختيار محافظتي كيفو الشمالية وكيفو الجنوبية، من جمهورية الكونغو الديمقراطية التي تواجه كوارث طبيعية قاتلة. واعتمدت الدراسة على نظرية قبول التكنولوجيا TAM ونظرية انتشار المبتكرات، وأجريت دراسة ميدانية عبر الإنترنت على عينة قوامها 418 شخصًا من سكان مقاطعات شمال كيفو وجنوبها من خلال البريد الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي WhatsApp، Facebook ، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن منصات التواصل الاجتماعي سهلة الاستخدام من خلال الهواتف المحمولة أو الهواتف الذكية و أجهزة الكمبيوتر أثناء دورة حياة إدارة الأزمات؛ وبالتالي فهي مفيدة بنسبة كبيرة



وضرورية لإدارة الكوارث والأزمات، وأشارت النتائج أيضاً إلى أن استخدام الوسائط الاجتماعية في إدارة الكوارث يعزز من إمكانية الوصول إلى المعلومات، فضلاً عن القدرة على التكيف والاستباقية والمرونة لدى السكان المعنيين، ويؤثر أيضاً على صانعي السياسات لمعرفة كيفية استخدام الوسائط الاجتماعية لتحديد المواطنين المناسبين لإشراكهم في الحدث ؛ وذلك لدمج الشبكات الاجتماعية في إجراءات إدارة الأزمات الخاصة بهم (3).

كما ركزت دراسة **Jayasekara, P.K. (2019)** على دور فيس بوك كوسيلة اتصال في حالات الكوارث، والغرض من هذه الورقة البحثية هو تحديد أنواع المحتويات التي تمت مشاركتها عبر Facebook خلال المراحل المختلفة لإدارة الكوارث ؛ حيث اختار الباحث 50 مستخدماً سريلانكيًا على Facebook يمكنهم قراءة اللغة السنهالية وفهمها مع أكثر من 1000 صديق باستخدام طريقة أخذ عينات من كرة الثلج. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن السريلانكيين لم يستخدموا Facebook خلال مرحلة ما قبل الكارثة، وكان الاستخدام الأكثر بروزاً في مرحلتي أثناء الكارثة وما بعدها في مرحلة وقوع الكارثة، وقد أُستخدِم Facebook لتحديث حالة الكارثة، ومشاركة المزيد من التحذيرات من الكوارث، ومشاركة أرقام الإنقاذ في حالات الطوارئ، وطلب المساعدة من فرق الإنقاذ، وطلب المعدات اللازمة لمهام الإنقاذ، ومشاركة التقدم المحرز في مهام الإنقاذ والنصائح الصحية. بالإضافة إلى ذلك، تم جمع التبرعات وتوزيعها على نطاق واسع عبر Facebook طوال فترة الكارثة، وفي مرحلة ما بعد الكارثة، تم استخدام Facebook لطلب المتطوعين لتنظيف المنازل المتضررة من الفيضانات وجمع التبرعات وتوزيعها (4).

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الأنشطة الاتصالية للمؤسسات الدينية الإسلامية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي



استهدفت دراسة **سامح غازي (2021)** ⁽⁵⁾ رصد الأنشطة الاتصالية وتقييمها في المؤسسات الدينية "الأزهر، والكنيسة" ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو ترسيخ قيم المواطنة، وقد تم تحليل مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك و تويتر و يوتيوب) والمواقع الإلكترونية الرسمية للمؤسسات الدينية عينة الدراسة . واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى تميز الصفحة الرسمية على فيس بوك لكل من الأزهر والكنيسة بالتفاعل الإيجابي من الجمهور والمتابعة المرتفعة، واقتصرت الأنشطة الاتصالية لكل من الأزهر والكنيسة على الفيديوهات والصور، بينما تميزت الصفحة الخاصة بالكنيسة القبطية بتخصيص مكان لإتاحة الفرصة للجمهور لإبداء المقترحات والآراء، وكان من أهم أسباب متابعة الجمهور لصفحات الأزهر والكنيسة هو معرفة الأحداث والأنشطة للمؤسسة، كما احتلت مواقع التواصل الاجتماعي المركز الأول بين الوسائل الاتصالية التي يتابع الجمهور من خلالها أنشطة مؤسسة الأزهر ، بينما جاء التلفزيون في المركز الأول بالنسبة للكنيسة، وجاء مقياس اتجاه الجمهور نحو دور الأنشطة الاتصالية للكنيسة في ترسيخ قيم المواطنة منخفضاً في حين جاء المقياس مرتفعاً بالنسبة لمؤسسة الأزهر الشريف.

واستهدفت دراسة **محمد حسني محروص (2021)** ⁽⁶⁾ قياس مدى فاعلية المرصد الإعلامية الخاصة بالمؤسسات عينة الدراسة ودورها في مواجهة الأزمات والتغلب على ظاهرة التطرف؛ حيث تم تحليل عينة من الموضوعات على موقعي (الأزهر الشريف و اعتدال السعودي) بواقع 120 موضوعاً لموقع الأزهر بنسبة 89.6%، 14 موضوعاً لموقع اعتدال بنسبة 14.4%، وكانت أبرز النتائج أن أزمة (اللاجئين) احتلت المرتبة الأولى على موقعي الدراسة بنسبة بلغت 60.4%، تلاها أزمة (الروهينجا) بنسبة 39.6%، وجاءت فئة "اطفال اللاجئين وأزمة التعليم" ضمن



الموضوعات المتعلقة بأزمة اللاجئين لموقعي الدراسة في المرتبة الأولى بنسبة 21% فكانت النسبة الأكبر من الضحايا الأكثر معاناة هم الأطفال في حوادث الهروب والحرائق والاعتداءات، وجاءت (الروابط الداخلية) في الترتيب الأول لموقعي الدراسة بنسبة 96.3% وتدل هذه النسبة العالية على امتلاء الموقعين بالموضوعات والقضايا الخاصة بمحاربة الدعاوى التكفيرية الشاذة ومواجهة الفكر المتطرف، واحتل "الخبر" المركز الأول على موقعي الدراسة بنسبة بلغت 51.5%، تلاه "التقرير الإخباري" بنسبة 28.4%، ثم جاء كل من "المقال" و"التعليق" في المركز الثالث بنسبة 7.5%؛ كما بلغ عدد الموضوعات لموقع الأزهر 120 موضوعاً مقابل 14 موضوعاً لموقع اعتدال مما يدل على الجهود المكثفة التي يوليها الأزهر لهاتين الأزميتين.

استهدفت دراسة محمد حسني محروس⁽⁷⁾ (2021) التعرف على إدارة أزمة الإساءة للنبي محمد (صلى الله تعالى عليه وسلم) في المواقع الرسمية وذلك عبر صفحتي الأزهر، وفرنسا 24، وقد بلغ عدد الموضوعات المحللة على صفحتي الدراسة (44) موضوعاً منها: (17) موضوعاً لصفحة الأزهر، بنسبة (38.64%)، و(27) موضوعاً لصفحة فرنسا 24، بنسبة (61.36%)، في تحليل هذه الأزمة، وكان من أهم نتائج الدراسة قيام فرنسا باستغلال الأزمة في شن حرب على المسلمين المقيمين في فرنسا بل تطرق الأمر إلى الجمعيات والهيئات حيث قامت فرنسا بحل جمعية (بركة سيتي) وأظهر ذلك أن الدول التي ترعى الحرية هي أول من يعارض هذا المبدأ عندما يتعارض الأمر مع مصلحتها، وخاصة إذا تعلق الأمر بالدين الإسلامي، مما أثار غضب مشيخة الأزهر الشريف وعلى رأسها الإمام الأكبر من الرسوم المسيئة؛ الأمر الذي دعاه إلى إعلان تعقب صحيفة "شارلي إبدو" لمقاضاتها دولياً واستصدار تشريع يجرم التعرض للإسلام ونبيه صلى الله تعالى عليه وسلم، وقد تراجعت فرنسا عن موقفها من خلال تصريحات الرئيس الفرنسي وخطاباته بعد



حملات المقاطعة التي شنتها الشعوب الإسلامية والعربية، وقد سعت فرنسا إلى تهدئة حدة الأزمة من خلال زيارة وزير الخارجية الفرنسي لمصر ومقابلة شيخ الأزهر، وعقد مؤتمر صحفي من مشيخة الأزهر ؛ صرح فيه أنهم يحاربون الإرهاب وليس الإسلام في تراجع واضح لموقفهم.

من ناحية أخرى استهدفت دراسة أم الرزق محمود (2017) ⁽⁸⁾ التعرف على سلوكيات الجمهور المصري في التماس المعلومات عن المؤسسات الدينية الرسمية (الأزهر الشريف و دار الإفتاء و وزارة الأوقاف) عبر شبكة الإنترنت، ومدى اعتماد الجمهور عليها بوصفها مصدرًا للحصول على المعلومات الخاصة بالمؤسسات الدينية ودرجة ثقتهم فيها، ومن أبرز نتائج الدراسة : تصدّر مؤسسة الأزهر الشريف المؤسسات الدينية الأخرى في التماس الجمهور للمعلومات عبر شبكة الإنترنت تلاها دار الإفتاء ثم وزارة الأوقاف، وجاءت "مواقع التواصل الاجتماعي مثل موقع المؤسسة على شبكة الإنترنت" في المركز الأول بوصفها مصدرًا لحصول الجمهور على معلومات عن المؤسسات الدينية عبر شبكة الإنترنت ، وكان من أهم نتائج التماس المعلومات عن المؤسسات الدينية "اكتساب معلومات جديدة"، كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين درجة الاعتماد على شبكة الإنترنت في الحصول على المعلومات عن المؤسسات الدينية ودرجة الثقة فيما تقدمه من معلومات.

التعليق على الدراسات السابقة

- 1- أظهرت الدراسات السابقة الدور المهم للمؤسسات الدينية الرسمية في التأثير على الجمهور من خلال اهتمامهم بأنشطتها الاتصالية ومتابعتهم لها.
- 2- أظهرت الدراسات أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في الوصول إلى الجماهير خاصة في مراحل إدارة الأزمات والتي يأتي على رأسها موقع فيس بوك.



3- أشارت الدراسات السابقة إلى أهمية إقامة اتصال حواري بين المؤسسات وجماهير المتابعين من أجل توطيد العلاقات بينها.

جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة :

ترتبط الدراسة الحالية بالدراسات السابقة لأنها تتعلق بدراسة المؤسسات الدينية الرسمية ودورها في معالجة الأزمات والقضايا المجتمعية المختلفة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وقد استفاد منها الباحث من خلال ما يلي:

- 1- أسهمت الدراسات السابقة في زيادة معرفة الباحث بالأنشطة والأساليب والاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في المؤسسات والهيئات الرسمية وغير الرسمية، مما كان له أكبر الأثر في تحديد المشكلة البحثية وكيفية الاستفادة منها وتوظيفها في الدراسة الحالية.
- 2- وجهت الدراسات السابقة نظر الباحث إلى التركيز على دور وسائل التواصل الاجتماعي في معالجة القضايا والأزمات المجتمعية والكوارث البيئية ؛ خاصة موقع فيس بوك وهو ما اعتمد عليه الباحث في الدراسة الحالية.
- 3- ساعدت الدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة الحالية و صياغة فروضها و تساؤلاتها بشكل علمي مما يسهم في تحقيق أهداف الدراسة.
- 4- استطاع الباحث من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة اختيار عينة الدراسة بأسلوب كرة الثلج Snowball من خلال إجراء الاستبيان بطريقة إلكترونية للحصول على إجابات المبحوثين خاصة في ظل انتشار جائحة كورونا.

خامساً: الإطار النظري للدراسة

تعتمد الدراسة الحالية على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media

Dependency Theory

مفهوم نظرية الاعتماد وتطوره :

تقوم نظرية الاعتماد على أساس وجود علاقة تبادلية بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي حيث تكمن قوة وسائل الإعلام في سيطرتها على مصادر



معلومات يعتمد عليها الأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم، كما تعتمد وسائل الإعلام على موارد تتحكم فيها النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية الأخرى كي تمارس عملها بكفاءة وهو ما يوصف بالاعتماد المتبادل Interdependence ؛ فوسائل الإعلام والمنظمات الأخرى في المجتمع لا تستطيع العمل بكفاءة دون الاعتماد على بعضها البعض⁽⁹⁾.

وبالتالي تفترض نظرية الاعتماد أن هناك علاقة تكاملية بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام السياسي والاقتصادي حيث إن الأفراد يقومون بالاعتماد على وسائل الإعلام لتحقيق أهداف شخصية و هي: الفهم والمعرفة والتسلية والتوجيه⁽¹⁰⁾ حيث تستند نظرية الاعتماد على نظرية "الاستخدامات والإشباع" و التي ترتبط أيضاً بنظرية "بناء الأجندة"⁽¹¹⁾.

وكما زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام، أدى ذلك إلى زيادة حجم التأثير الكلي لهذه الوسائل على المجتمع؛ وبالتالي زادت أهمية الوظائف التي يمكن أن تؤديها هذه الوسائل للمجتمع، كما أن تأثير الاعتماد على وسائل الإعلام يتوقف على العلاقات المتداخلة بين الوسائل والجمهور والمجتمع ؛ فرغبة الفرد في الحصول على المعلومات هي المتغير الرئيس الذي يفسر التأثيرات المعرفية والنفسية لوسائل الإعلام⁽¹²⁾.

ويتضح مما سبق أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لا تمت بصلة لنظريات التأثيرات المحدودة ؛ حيث ترى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أنه في مجتمعنا المعقد والمتغير على وجه الخصوص، يزيد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام والمحتوى الإعلامي لفهم ما يجري حولنا ، وتعلم ماذا نفعل و"كيف نسلك" في مواجهة أزمة أو قضية ما مثل الأهداف الشخصية التي يسعى الفرد لتحقيقها مثل



الرغبة في الامتلاك أو الالتحاق بجامعة مرموقة أو غيرها؛ فنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تتوقع أو تنتبأ باستخدامنا لوسائل الإعلام وتأثيرها على تلك المواقف ، وفي بعض الأحيان تكون وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة للهروب من الواقع أو الموقف المحيط بالإنسان⁽¹³⁾.

إن تعقد المجتمعات ومحدودية الخبرات المباشرة بالواقع الاجتماعي فضلاً عن تراجع قنوات الاتصال المباشر جعل من وسائل الإعلام المصدر الأول لاستقاء المعلومات عن الأحداث والقضايا التي يفرزها الواقع الاجتماعي⁽¹⁴⁾.

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

- 1- يختلف النظام الاجتماعي تبعاً لدرجة استقراره وكلما زادت حالات التغيير وعدم الاستقرار في مجتمع ما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام ؛ ففي حالات الأزمات والاضطرابات المختلفة سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية تزداد الحاجة إلى المعلومات والأخبار.
- 2- كلما كان النظام الإعلامي قادراً على إشباع احتياجات الجمهور أدى ذلك إلى اعتماد الجمهور عليه بشكل أكبر، وبالتالي تزداد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الوسائل على أفراد الجمهور، ولكن إذا فقد النظام الإعلامي قدرته على إشباع حاجات الجمهور فإنه سوف يبحث في هذه الحالة عن مصادر معلومات بديلة تقدمها مصادر إعلامية خارجية، ومن ثم يقل اعتماد الجمهور على النظام الإعلامي داخل هذا المجتمع⁽¹⁵⁾.
- 3- يختلف أفراد الجمهور في درجة اعتمادهم على وسائل الاتصال طبقاً لسماتهم وأهدافهم وظروفهم، فيمكن أن تعتمد طبقات الصفوة في المجتمع على مصادر بديلة غير وسائل الإعلام.
- 4- كلما توافرت لأفراد المجتمع مصادر بديلة للحصول على المعلومات قل اعتمادهم على وسائل الإعلام⁽¹⁶⁾.

علاقة نظرية الاعتماد بالأزمات:

تتعلق نظرية الاعتماد بالمجتمعات التي تعاني من الأزمات وعدم الاستقرار؛ حيث يميل الأفراد إلى الاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات، وقد



أشارت بعض الدراسات إلى أن استخدام وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطية يكون أقل أهمية نسبياً من المجتمعات غير الديمقراطية ؛ ففي فترات التحول الديمقراطي مثلاً يسعى الفرد إلى إيجاد استراتيجيات جديدة للحصول على المعلومات، ومن ثم تؤكد النظرية اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام واستخدامه لها في فترات عدم الثقة أكثر من غيرها؛ ففي حالات عدم الاستقرار ووجود نوع من الصراعات السياسية أو الاجتماعية يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الاتصال للحصول على معلومات لإزالة ما قد يحدث من غموض (17).

العلاقة بين نظرية الاعتماد ووسائل التواصل الاجتماعي:

إن الدراسات الإعلامية في حاجة إلى التعمق للتعرف على ظاهرة الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي ؛ حيث إن الأفراد أصبحوا أكثر اعتماداً على هذه الوسائل؛ للتعرف على الأخبار، والأحداث، والمعلومات، والتواصل مع الآخرين، و الحديث حول قضايا الساعة والأزمات و موضوعات الهوية والمواطنة والانتماء وغيرها ؛ حيث تشير الدراسات الإعلامية الحديثة إلى أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لديها القدرة على التطور لشرح بيئة وسائل الإعلام (18).

وقد اعتمدت الدراسة الحالية في إطارها النظري على مدخل نظرية الاعتماد "Theory Dependency" وتطبيقها على وسائل الإعلام الجديد، ويعد هذا الاتجاه المتمثل في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل "Theory Interdependency" بين وسائل الإعلام الجديد والنظم الاجتماعية، والتي تشكل بدورها علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام الرقمي، ويفسر علماء الغرب هذه العلاقة على أساس الاعتماد المتبادل، وهو ما يتفق مع الأسس الخاصة بالبنائية الوظيفية ؛ فالعلاقات القائمة على الحاجة



المتبادلة يمكن تفسيرها في إطار الاعتماد المتبادل لكل من المؤسسات ووسائل الإعلام الرقمي التي تعتمد على بعضها البعض ؛ فأصبحت عملية إلزامية في أي مجتمع حضاري حديث (19).

من ناحية أخرى تعتمد الكثير من النظم الاجتماعية في المجتمع مثل العائلة والمؤسسات التعليمية، والاقتصادية والعسكرية وغيرها على ما تقدمه وسائل الإعلام الرقمي من معلومات أكثر من الوسائل أو الطرق الأخرى، وفي ذات السياق فإن هذه العلاقات المتبادلة تفسر أسباب وكيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام الرقمي وتأثرهم بها ؛ إذ إن متابعة الأفراد لوسائل الإعلام الرقمي واعتمادهم عليها تتحدد من خلال علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام الرقمي والنظم الاجتماعية الأخرى ؛ فالفرد يعتمد على وسائل الإعلام الرقمي بوصفه مصدراً بشكل تفاعلي، كما أن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام الرقمي والنظم الاجتماعية الأخرى هي التي تحدد الأدوار الاجتماعية لوسائل الإعلام الرقمي ، وتحدد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام الرقمي، ومن ثم نستنتج أن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام الرقمي والنظم الاجتماعية الأخرى تشكل طبيعة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الرقمي (20).

كما أن التطور المذهل لوسائل التواصل الاجتماعي قدم مصادر جديدة للاعتماد على المعلومات من خلال إمداد الأفراد بإمكانية بناء المعلومات ؛ حيث غيرت وسائل التواصل الاجتماعي علاقات الاعتماد، فقد وفرت تلك المواقع للجمهور حرية التفاعل مع الآخرين، بالإضافة إلى تكوين المعلومات وتشويها وإعادة نشرها ؛ حيث أصبح الجمهور منتجاً للمعلومات ومصدراً للشائعات، كما توافرت لدى الجمهور إمكانية الحصول على المعلومات وسهولة الوصول إليها (21).



وقد أثبتت التجربة أن الأحداث التي تزداد فيها درجات الصراع ومستويات التغيير تزيد من إمكانية اعتماد الأفراد والمجتمعات على شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي المختلفة ، وخاصة منصات الإعلام ؛ حيث يزداد الاعتماد عليها في هذه الأوقات باعتبارها مصدراً للمعلومات يُمكن الأفراد من بناء أفكارهم وترتيبها ومن ثم تكوين اتجاهاتهم حيال الموضوعات والقضايا (22).

كما تقتض نظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام" أن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الإلكترونية يؤثر على إدراك الجمهور للديمقراطية ؛ حيث إن تعرض الفرد للمضامين الجادة مثل الموضوعات السياسية يعد مؤشراً لتوفر عنصر الديمقراطية لديه، كما أن درجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام بوصفها مصدراً للمعلومات السياسية تعد مؤشراً لقياس مدى اهتمامه بالمعلومات السياسية، كما نجد أن الإنترنت أصبح بديلاً لوسائل الإعلام التقليدية، وذلك بالنسبة للمعلومات السياسية وغيرها، وفقاً لعدد من الدراسات (23).

آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعرف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بنظرية القوة الإعلامية وتأثيراتها، حيث تهتم بالشروط التي تزيد من قوة وسائل الإعلام، وتستند قوة الاعتماد على العلاقة بين وسائل الإعلام والأفراد؛ فالأفراد يستخدمون الوسيلة الإعلامية التي يتوقعون أن محتواها يناسبهم ويشبع حاجاتهم، ومن ثمّ فالاعتماد الأكبر على رسالة معينة لوسائل الإعلام يعني أن هذه الرسالة ستعدل معارف الجمهور ومشاعره وسلوكه وقناعاته بدرجة كبيرة (24)، وقد حدد واضعوا النظرية الآثار الناتجة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام فيما يلي:



أولاً: الآثار المعرفية: Cognitive Effects

تشمل التأثيرات المعرفية: كشف الغموض ويحدث نتيجة نقص المعلومات حيال موضوع أو حدث يشغل الناس بما يدفعهم للاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات لإزالة هذا الغموض؛ وبالتالي يتحقق التأثير المعرفي، كما أن تكوين الاتجاهات من الآثار المعرفية الشائعة لدى الأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام حيث يستخدمون معلومات تلك الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو القضايا والأحداث المثارة في المجتمع، ثم (ترتيب أولويات الاهتمام، واتساع المعتقدات والقيم)، وكلاهما ينتج مع الاعتماد الزائد على وسائل الإعلام؛ حيث تبرز موضوعات ومحتويات إعلامية تحظى باهتمام أكبر لتصبح أولوية لدى الفرد، وبالتالي تتسع معتقداته وقيمه واهتماماته بشأنها نتيجة متابعته للوسائل الإعلامية.

ثانياً: الآثار الوجدانية: Affective Effects

وتتمثل في المشاعر أو العواطف التي قد يتأثر بها الفرد نتيجة تعرضه المكثف لوسائل الإعلام واعتماده عليها في أوقات الأزمات والأحداث الهامة، كما يمكن التعرف على تأثير وسائل الإعلام على الوجدان وقياس هذا التأثير، وتتمثل التأثيرات الوجدانية في الفتور العاطفي أو اللامبالاة، والخوف والقلق، والدعم المعنوي، والاعتراب.

ثالثاً: الآثار السلوكية: Behavioral Effects

وتتلخص هذه الآثار في سلوكين أساسيين هما: التنشيط و الخمول؛ والتنشيط يتمثل في قيام الفرد بعمل ما أو اتخاذ موقف مؤيد لحدث ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية؛ وقد يكون هذا التنشيط مفيداً للمجتمع مثل تبنى أفكار إيجابية، وقد يكون ضاراً في بعض الأحيان كارتكاب أفعال ضد المجتمع؛ أما الخمول فيعني



عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل، وتعد الآثار السلوكية بمثابة المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية (25).

توظيف النظرية في الدراسة :

- تسعى الدراسة الحالية إلى قياس مدى اعتماد الجمهور المصري على صفحات المؤسسات الدينية عينة الدراسة على فيسبوك ودرجة ثقتهم فيها؛ إذ تقترض النظرية أن الجمهور سيعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل زائد لاستقاء المعلومات والأخبار من أجل تكوين اتجاهاته، خاصة في فترات الأزمات وتقترض الدراسة أن الجمهور - نظراً لوقوع عدد من الأزمات مؤخراً- يقوم بالاعتماد على الصفحات الرسمية للمؤسسات الإسلامية على فيس بوك للحصول على المعلومات.

- إن نظرية الاعتماد تؤثر على العلاقات المتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور وتولي أهمية كبيرة للقضايا والأزمات وحالة عدم الاستقرار التي تعيشها المجتمعات في وقت ما والتي تؤدي بشكل مباشر إلى زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام، كما أن علاقة الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي جعل هذه النظرية أصلح النماذج لهذه الدراسة؛ إذ لا تغفل أن التأثيرات التي تحدثها وسائل الاتصال في أفراد الجمهور يمكن أن تؤدي إلى تغيير النظام الاجتماعي والسياسي بل والنظام الإعلامي نفسه وظهور وسائل إعلام بديلة.

- استطاع الباحث من خلال نظرية الاعتماد صياغة تساؤلات وفروض الدراسة.



سادساً: تساؤلات الدراسة

- 1- ما درجة اعتماد الجمهور على الصفحات الرسمية للمؤسسات عينة الدراسة على فيس بوك في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات؟
- 2- ما مدى متابعة الجمهور للأزمات من خلال الصفحات الرسمية للمؤسسات عينة الدراسة؟
- 3- ما درجة ثقة الجمهور في محتوى الصفحات الرسمية للمؤسسات عينة الدراسة؟
- 4- ما اتجاهات الجمهور المصري نحو أداء المؤسسات الدينية الإسلامية عينة الدراسة وقت الأزمات؟

سابعاً: فروض الدراسة

- 1- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين على صفحات المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية على فيس بوك واتجاهاتهم نحو المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات.
- 2- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة ثقة المبحوثين في محتوى صفحات المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية على فيس بوك واتجاهاتهم نحو المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات.

ثامناً: مصطلحات الدراسة

الاتجاه: هو حالة من الاستعداد أو التأهب النفسي والعصبي لدى الفرد نتيجة ما تلقاه من معلومات تولد تأثيراً ديناميكياً في استجابته ويساعده على اتخاذ القرارات المناسبة فيما يتعرض له من مواقف ومشكلات سواء أكان بالرفض أم بالإيجاب، ويتأثر بالخبرات التي مر بها الفرد من ناحية، وبالسمات المزاجية من ناحية أخرى⁽²⁶⁾. ويقصد به في هذه الدراسة آراء و انطباعات الجمهور المصري نحو أداء المؤسسات الإسلامية الرسمية أثناء الأزمات بناءً على ما تلقاه من معلومات عبر صفحاتها الرسمية على موقع فيس بوك.



المؤسسات الإسلامية الرسمية: هي مؤسسات ذات طابع حكومي تختص بكل ما يرتبط بالدين الإسلامي داخلياً وخارجياً؛ وتعمل على ترسيخ القيم الإسلامية في المجتمع، ولها هياكل إدارية ولوائح تحدد أنشطتها وأهدافها، والمقصود بها في الدراسة الحالية (الأزهر الشريف، و دار الإفتاء، و وزارة الأوقاف) (27).

الأزمة: حدث غير متوقع وغير معتاد يشكل تهديداً لأهداف المنظمات أو المؤسسات وأولوياتها (28) ويقصد بها في هذه الدراسة أزمة "كورونا"، وأزمة "العدوان الإسرائيلي على غزة و اقتحام المسجد الأقصى مايو 2021".

تاسعاً: الإجراءات المنهجية

1. نوع و منهج الدراسة

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمد الباحث في هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي؛ وذلك من خلال مسح عينة من الجمهور للتعرف على اتجاهاته نحو المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية عينة الدراسة وقت الأزمات.

2. مجتمع الدراسة

يتمثل في الجمهور المصري من المتابعين للصفحات الرسمية للمؤسسات الدينية الإسلامية عينة الدراسة على فيس بوك.

3. عينة الدراسة

تم تصميم صحيفة استقصاء إلكترونية على موقع Google drive وقام الباحث بإرسال رابط الاستمارة عن طريق وسائل و تطبيقات التواصل الاجتماعي "فيس بوك واتس آب"، والبريد الإلكتروني لعينة متاحة من الجمهور المصري العام المتابع للصفحات الرسمية للمؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية على موقع فيس بوك



وتتمثل في صفحات (الأزهر الشريف، ودار الإفتاء المصرية "المركز الإعلامي"، ووزارة الأوقاف المصرية)، كما اعتمد الباحث أيضاً على أسلوب كرة الثلج Snowball sample والتي تستخدم حين يصعب الوصول لكل المبحوثين؛ حيث تم إرسال رابط الاستمارة إلى مجموعة من المبحوثين ثم طلب منهم إرسال الرابط إلى أصدقائهم ومعارفهم والمجموعات "Groups" المشتركين فيها، وهو تطبيق مباشر لعينة كرة الثلج التي يتم فيها اختيار المشاركين بواسطة الترشيحات، وقد تم تطبيق الدراسة الميدانية في الفترة من 2021/5/25 إلى 2021/7/25، وقد بلغ حجم العينة 433 مفردة من الذين استجابوا وقاموا بملء الاستمارة بواقع 175 ذكور و258 إناث ممن تبلغ أعمارهم 18 عام فأكثر.

خصائص عينة الدراسة

جدول رقم (1)

خصائص عينة الدراسة (ن=433)

المتغيرات	ك	%
النوع	ذكر	40.4
	أنثى	59.6
السن	من 18 إلى 29 سنة	49
	من 30 إلى 39 سنة	37.9
	من 40 إلى 49 سنة	10.1
	50 سنة فأكثر	3
نوع التعليم	أزهري	14.1



المتغيرات	ك	%
عام	372	85.9
مستوى التعليم	متوسط	1.8
	فوق المتوسط	7.6
	تعليم جامعي	58.7
	دراسات عليا	31.9
المستوى الاقتصادي	منخفض	52.6
	متوسط	19.9
	مرتفع	27.5

4. أداة جمع البيانات

اعتمد الباحث على استمارة استبيان لقياس اتجاهات الجمهور المصري نحو المؤسسات عينة الدراسة.

5. اختبار الصدق والثبات

قام الباحث بعرض استمارة الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام والإحصاء⁽²⁹⁾ وذلك لقياس مدى صدق الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق، وقد تم تعديل الاستمارة بناء على المقترحات والملاحظات التي أبدتها السادة المحكمون.



وفيما يتعلق باختبار ثبات الاستمارة؛ قام الباحث باستخدام معامل ثبات (ألفا كرونباخ) للتأكد من ثبات الاستبانة حيث تم حساب الثبات لمحاور الدراسة على العينة الاستطلاعية المكونة من (40) استمارة وقد أظهرت النتائج كما هو مبين بالجدول رقم (2) أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات.

جدول رقم (2):

معاملات ثبات ألفا كرونباخ لمحاور الدراسة "العينة الاستطلاعية ن=40"

المتغير	ثبات ألفا كرونباخ	معامل الصدق الذاتي
درجة الاعتماد على صفحات المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية على فيسبوك	0.714	0.844
الاتجاه نحو أداء المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات	0.736	0.857
الآثار المعرفية للمتابعة	0.801	0.894
الآثار الوجدانية للمتابعة	0.834	0.913
الآثار السلوكية للمتابعة	0.829	0.910
درجة الثقة في محتوى صفحات المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية على فيسبوك	0.698	0.835
تقييم درجة اهتمام المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية بالأزمات	0.687	0.828



6. المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة قام الباحث بترميزها ومن ثم إدخالها إلى الحاسب الآلي، كما تم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" "SPSS" Statistical Package .Science For the Social

عاشراً: النتائج العامة للدراسة الميدانية

1. درجة الاعتماد على الصفحات الرسمية للمؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية

علي فيسبوك للحصول على المعلومات وقت الأزمات

جدول رقم (3)

درجة الاعتماد على الصفحات الرسمية للمؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية علي فيسبوك للحصول على المعلومات وقت الأزمات

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	درجة ضعيفة		درجة متوسطة		درجة كبيرة		درجة الاعتماد المؤسسات
		%	ك	%	ك	%	ك	
86.5%	2.60	7.2	31	26.1	113	66.7	289	الأزهر الشريف
72.3%	2.17	14.1	61	55	238	30.9	134	دار الإفتاء
69.1%	2.07	16.6	72	59.6	258	23.8	103	وزارة الأوقاف

تشير بيانات الجدول السابق أن صفحة الأزهر الشريف جاءت في المقدمة بمتوسط حسابي 2.60 ووزن نسبي 86.5%، تليها صفحة دار الإفتاء بمتوسط حسابي 2.17 ووزن نسبي 72.3%، وأخيراً صفحة وزارة الأوقاف بمتوسط حسابي



2.07 ووزن نسبي 69.1%، ويوضح ذلك تفوق صفحة الأزهر الشريف بفارق عن صفحة دار الإفتاء في حين احتلت وزارة الأوقاف المرتبة الأخيرة من حيث درجة اعتماد المبحوثين عليها للحصول على المعلومات وقت الأزمات؛ ويمكن أن يرجع ذلك إلى أن مؤسسة الأزهر الشريف تهتم بكافة القضايا والأزمات الداخلية والخارجية فضلاً عن تنوع أنشطتها الاتصالية على صفحاتها الرسمية وتقديمها بشكل أكثر عمقاً مع استخدام الصور والرسوم التوضيحية والفيديوهات المتعلقة بالقضايا المختلفة مما يساعد على جذب انتباه المتابعين لها، ويتفق ذلك مع دراسة **سامح غازي (2021)** ⁽³⁰⁾ حيث أشارت نتائج الدراسة إلى أن منشورات وتغريدات فيس بوك وتويتر جاءت في مقدمة الأنشطة الاتصالية لمشيخة الأزهر الشريف والتي يتابعها الجمهور بنسبة مرتفعة، كما تتفق هذه النتيجة أيضاً مع دراسة **أم الرزق محمود (2017)** ⁽³¹⁾ حيث أوضحت نتائج الدراسة أن مشيخة الأزهر الشريف تصدرت المقدمة بنسبة 67.9% تليها في المرتبة الثانية دار الإفتاء المصرية بنسبة 36.4%، ثم وزارة الأوقاف المصرية في المرتبة الأخيرة بنسبة 21.4% وذلك فيما يتعلق بالمؤسسات الدينية التي يلتمس المبحوثون المعلومات عنها عبر الإنترنت.

2. مدي متابعة أخبار وتطورات الأزمات على صفحات المؤسسات عينة الدراسة



جدول رقم (4)

مدي متابعة أخبار وتطورات الأزمات عينة الدراسة

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	نادرًا		أحيانًا		دائمًا		مدي المتابعة المؤسسات
		%	ك	%	ك	%	ك	
83.2%	2.50	9.7	42	30.9	134	59.4	257	العدوان الاسرائيلي علي غزة واقتحام المسجد الأقصى (مايو 2021)
71.5%	2.15	12.7	55	60	260	27.3	118	كورونا

تشير بيانات الجدول السابق أن متابعة المبحوثين عينة الدراسة لأزمة العدوان الإسرائيلي على غزة واقتحام المسجد الأقصى مثلت الأغلبية بمتوسط حسابي 2.50 ووزن نسبي 83.2%، بينما جاءت أزمة كورونا في المركز الثاني بمتوسط حسابي 2.15 ووزن نسبي 71.5%، وهو ما يوضح اهتمام المبحوثين عينة الدراسة بكلا الأزميتين حيث جاءت نسبة المتابعة بدرجة مرتفعة لكلٍ منهما، ولكن تفوقت أزمة العدوان الإسرائيلي على أزمة كورونا في مدي متابعة المبحوثين لها، ويرجع ذلك إلى أن وقت تطبيق الدراسة كان عقب أزمة العدوان الإسرائيلي مباشرة فكانت أكثر جذباً لاهتمام الجمهور، بالإضافة إلى أن أزمة كورونا-الموجة الثالثة - وقت التطبيق كانت قد هدأت ذروتها وقلت حدتها، كما أن الجمهور ربما كان قد تشبع بالمعلومات إلى حدٍ كبير فيما يختص بأزمة كورونا إذ إنها استمرت لفترة طويلة منذ اندلاعها ومازالت مستمرة وتتاولتها مؤسسات الدولة بكافة أجهزتها ولا سيما وزارة الصحة مما قلل من مدي متابعتها وقت تطبيق الدراسة على المبحوثين، فضلاً عن أن أزمة



العدوان الإسرائيلي على غزة واقتحام المسجد الأقصى تعد من الأزمات ذات الطابع الديني نظراً لمكانة القدس والمسجد الأقصى لدى المجتمع المصري؛ والمؤسسات عينة الدراسة هي مؤسسات دينية بالدرجة الأولى فكانت متابعة المبحوثين للأزمة بشكل أكبر على الصفحات الرسمية لتلك المؤسسات.

3. درجة الثقة في محتوى الصفحات الرسمية للمؤسسات الدينية الإسلامية التي تتعرض لها وقت الأزمة

جدول رقم (5): درجة الثقة في محتوى الصفحات الرسمية للمؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية التي تتعرض لها وقت الأزمة

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	لا أتق فيها مطلقاً		أتق فيها بدرجة متوسطة		أتق فيها بدرجة كبيرة		درجة الثقة المؤسسات
		%	ك	%	ك	%	ك	
93%	2.79	3	13	15	65	82	355	الأزهر الشريف
63.2%	1.90	24	104	62.4	270	13.6	59	دار الإفتاء
61.5%	1.85	25.9	112	63.7	276	10.4	45	وزارة الأوقاف

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أكثر أفراد عينة الدراسة بنسبة بلغت 93% يتقون في مؤسسة الأزهر الشريف، تليها دار الإفتاء المصرية بنسبة 63.2%، وأخيراً وزارة الأوقاف بنسبة 61.5%، وهو ما يؤكد تفوق الأزهر الشريف في درجة الثقة لدى المبحوثين بفارق عن دار الإفتاء ووزارة الأوقاف حيث تقاربت النسب بينهما، وربما يرجع ذلك إلى استقلال مؤسسة الأزهر الشريف حيث ينص الدستور المصري على أن الأزهر الشريف هيئة إسلامية علمية مستقلة يختص دون غيره بالقيام على كافة شؤونه وهو المرجع الأساسي في العلوم الدينية والشؤون الإسلامية،



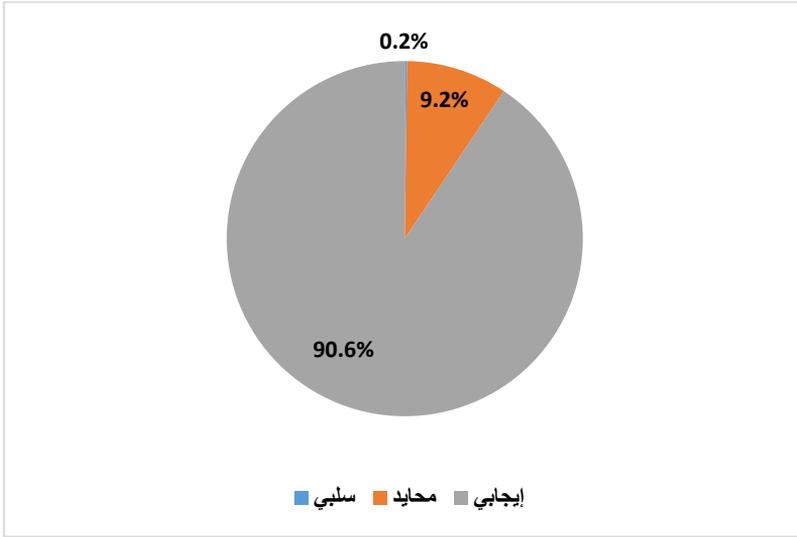
وربما يمكن تفسير ذلك أيضاً بالمواقف المتتابة للإمام الأكبر شيخ الأزهر الشريف تجاه عدد من المواقف والقضايا والأزمات على المستوى المحلي والإقليمي والدولي منها على سبيل المثال موقفه من "أزمة الرسوم المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم" و"أزمة سد النهضة" وغيرها والتي لاقت استحسان الجمهور المصري خلال الفترة الماضية وهو ما انعكس على مؤسسة الأزهر ككل.

ويتفق ذلك مع دراسة على حمودة جمعة و محمد حسني حسين (2015) (32) من حيث ثقة المبحوثين في المؤسسات الدينية الرسمية حيث أظهرت نتائج الدراسة أن درجة الثقة في المؤسسات الدينية تصدرت المركز الأول بنسبة 50.3% من حيث أسباب تردد المتابعين على هذه المؤسسات ومتابعتهم لها.

4. اتجاهات متابعي الصفحات الرسمية نحو الأزهر الشريف ودار الإفتاء ووزارة الأوقاف من مجموعة العبارات الآتية والمتعلقة بدور المؤسسات الدينية وقت الأزمات

شكل رقم (1)

الاتجاه نحو دور الأزهر الشريف وقت الأزمات



يبرز الشكل التوضيحي السابق تفوق الاتجاه الإيجابي نحو مؤسسة الأزهر الشريف حيث جاء في الصدارة بأغلبية كبيرة بلغت نسبتها 90.6% بفارق شاسع عن الاتجاه المحايد والذي بلغت نسبته 9.2%، وأخيراً وبنسبة ضئيلة جداً جاء الاتجاه السلبي حيث بلغ 0.2%.

جدول رقم (6)

اتجاهات متابعي الصفحة الرسمية للأزهر الشريف من مجموعة العبارات الآتية والمتعلقة بدور مؤسسة الأزهر الشريف وقت الأزمات



الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاتجاه العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
%97.1	2.91	1.8	8	5.1	22	93.1	403	تغلب المصلحة العامة للوطن
%96.4	2.89	1.6	7	7.6	33	90.8	393	تهتم بكافة قضايا المجتمع
%96.2	2.89	2.8	12	5.8	25	91.4	396	تساعد على تحقيق التماسك المجتمعي أثناء الأزمات
%94.8	2.84	1.8	8	12	52	86.2	373	تبادر باتخاذ القرارات الصائبة وقت الأزمات
%94.8	2.85	1.6	7	12.2	53	86.2	373	تعمل على دعم المؤسسات والوزارات الأخرى للتغلب على الأزمات
%92.8	2.78	4.2	18	13.4	58	82.4	357	تعمل على تهدئة الرأي العام
%88.6	2.66	2.8	12	28.6	124	68.6	297	تتسم بالشفافية



الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاتجاه العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
								والمسؤولية
79.3%	2.38	15.9	69	30.3	131	53.8	233	لا تتواصل بدرجة كافية مع الجمهور وقت الأزمة
38.5%	1.15	87.1	377	10.4	45	2.5	11	تطوع الدين لأغراض معينة
38.4%	1.15	86.4	374	12	52	1.6	7	تعمل على التهويل من حجم الأزمة
36.6%	1.10	91.4	396	7.4	32	1.2	5	تؤدي الى زيادة الشائعات وقت الأزمة
36.4%	1.09	92.4	400	6	26	1.6	7	تتخذ مواقف سلبية تجاه الأزمات

توضح بيانات الجدول السابق أن أهم الاتجاهات الإيجابية للمبحوثين نحو مؤسسة الأزهر الشريف جاءت في مقدمتها عبارة "تغلب المصلحة العامة للوطن" حيث جاءت في الصدارة بمتوسط حسابي 2.91 ووزن نسبي 97.1%. وتشير هذه النتيجة إلى أن مؤسسة الأزهر الشريف مؤسسة وطنية حيادية تراعي الصالح العام ولا تتحاز إلا من أجل المصلحة العليا للوطن ، وظهر ذلك من خلال الأزمات المتكررة



التي مر بها المجتمع المصري حيث تصدت مؤسسة الأزهر الشريف لجميع القضايا والأزمات التي مر بها المجتمع ، وقدمت الدعم المادي والمعنوي خلال أزمة كورونا ؛ حيث كانت صفحتها الرسمية تضع العديد من المنشورات التي تدعم المرضى والمصابين بفيروس كورونا وذويهم وتوجه لهم النصائح من الناحية الدينية والطبية، بالإضافة إلى القوافل الطبية المتنقلة وفتح مستشفيات جامعة الأزهر لعلاج المصابين وتخصيص مستشفيات للعزل إلى غير ذلك من الإجراءات التي اتخذتها مؤسسة الأزهر في دعم القطاع الصحي، تليها في المرتبة الثانية عبارة "تهتم بكافة قضايا المجتمع بمتوسط حسابي 2.89 ووزن نسبي 96.4% ، ويرجع ذلك إلى أن الأزهر الشريف لا يهتم بالقضايا الداخلية أو القضايا ذات الطابع الديني فحسب وإنما يهتم بجميع القضايا التي تمس المجتمع سواء داخل حدود مصر أو خارجها ولعل أزمة العدوان الإسرائيلي على غزة من أبرز الأمثلة على ذلك . وجاءت في المرتبة الثالثة عبارة " تساعد على تحقيق التماسك المجتمعي أثناء الأزمات" بمتوسط حسابي 2.89 ووزن نسبي 96.2% وتشير هذه النتيجة إلى الدور المهم الذي تضطلع به مشيخة الأزهر الشريف أثناء الأزمات ومكانتها بوصفها مؤسسة دينية لها تأثيرها البالغ في الرأي العام، وجاءت عبارة "تبادر باتخاذ القرارات الصائبة وقت الأزمات" وعبارة "تعمل على دعم المؤسسات والوزارات الأخرى للتغلب على الأزمات" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 2.85 ووزن نسبي 94.8% وربما قد يرجع ذلك إلى تضامن الأزهر الشريف مع وزارة الصحة ودعم القطاع الصحي أثناء أزمة كورونا، علاوة على دعم الأزهر لمؤسسة الرئاسة ووزارة الخارجية في تحركاتهما الدبلوماسية ودعمهما للقضية الفلسطينية أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي على غزة، وجاءت عبارة "تعمل على تهدئة الرأي العام" في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 2.78 ووزن نسبي 92.8% وهو ما يؤكد التأثير القوي لمؤسسة الأزهر الشريف على المجتمع من خلال ما تتخذه من



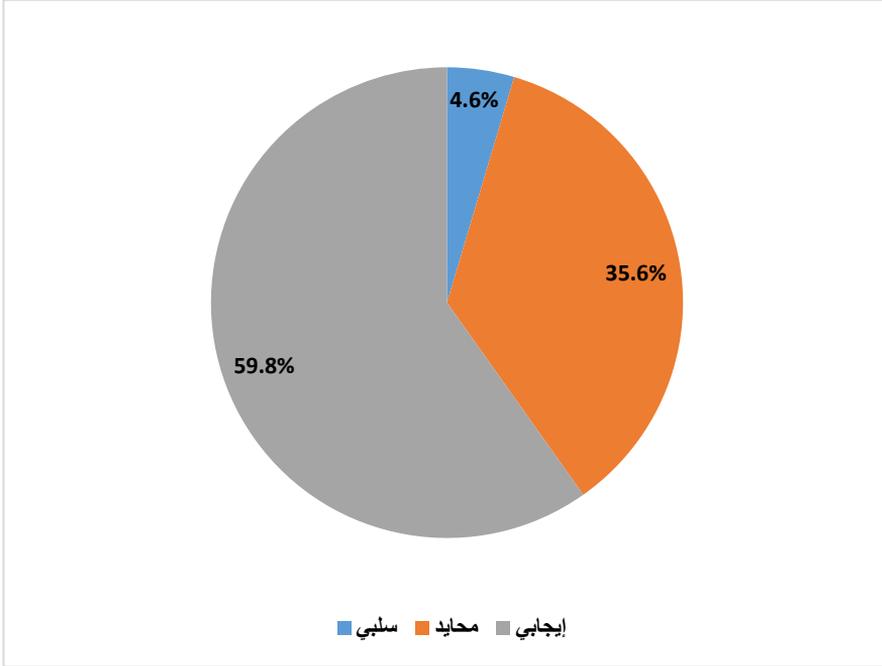
قرارات أو توصيات أو مواقف تجاه الأزمات المختلفة، وجاء في المرتبة السادسة عبارة "تتسم بالشفافية والمسؤولية" بمتوسط حسابي 2.66 ووزن نسبي 88.6% ويرجع ذلك إلى مدى ما تتمتع به مشيخة الأزهر من نزاهة وحرص على الصالح العام وأنها مستقلة في اتخاذ قراراتها ومواقفها إلى حد كبير ولا تخضع لضغوط خارجية.

وعلى صعيد آخر كانت أبرز الاتجاهات السلبية نحو الأزهر عبارة "لا تتواصل بدرجة كافية مع الجمهور" في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي 2.38 ووزن نسبي 79.3% وتبرز هذه النتيجة ضعف التواصل بين المؤسسة وجمهورها إلى حد كبير حيث ندر وجود ردود من مسؤولي الصفحة الرسمية للأزهر على تعليقات المتابعين واستفساراتهم مما قلل بدرجة كبيرة من فرص تكوين اتصال حواري في اتجاهين؛ بين المؤسسة من ناحية وجمهورها من ناحية أخرى، في حين جاءت عبارة "تطوع الدين لأغراض معينة" بمتوسط حسابي 1.15 ووزن نسبي 38.5%، تلتها مباشرة في المرتبة الثامنة و بفارق طفيف عبارة "تعمل على التهويل من حجم الأزمة" بمتوسط حسابي 1.15 ووزن نسبي 38.4%، وتوضح هذه النسب أن الاتجاهات السلبية نحو مؤسسة الأزهر الشريف كانت ضعيفة.



شكل رقم (2)

الاتجاه نحو دور دار الإفتاء وقت الأزمات



يبرز الشكل التوضيحي السابق أن الاتجاه الإيجابي نحو دار الإفتاء شكل الأغلبية بنسبة 59.8%، تلاه الاتجاه المحايد بنسبة 35.6%، وأخيراً الاتجاه السلبي بنسبة 4.6% .



جدول رقم (7)

اتجاهات متابعي الصفحة الرسمية لدار الإفتاء من مجموعة العبارات الآتية
والمتعلقة بدور دار الإفتاء وقت الأزمات

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاتجاه العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
93.2%	2.80	3.7	16	12.9	56	83.4	361	تهتم بكافة قضايا المجتمع
89.8%	2.69	4.2	18	22.4	97	73.4	318	تعمل على دعم المؤسسات والوزارات الأخرى للتغلب على الأزمات
89.4%	2.68	6.9	30	18	78	75.1	325	تغلب المصلحة العامة للوطن
83.6%	2.51	7.6	33	33.9	147	58.5	253	تساعد على تحقيق التماسك المجتمعي أثناء الأزمات
81.2%	2.44	8.5	37	39.3	170	52.2	226	تعمل على تهدئة الرأي العام
78.1%	2.34	27	117	11.5	50	61.5	266	لا تتواصل بدرجة كافية مع الجمهور



الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاتجاه العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
								وقت الأزمة
76%	2.28	14.8	64	42.5	184	42.7	185	تبادر باتخاذ القرارات الصائبة وقت الأزمات
70.4%	2.11	18.5	80	51.7	224	29.8	129	تطوع الدين لأغراض معينة
62.7%	1.88	26.6	115	58.6	254	14.8	64	تتسم بالشفافية والمسؤولية
50.3%	1.51	61.4	266	26.1	113	12.5	54	تؤدي الى زيادة الشائعات وقت الأزمة
44.9%	1.35	75.7	328	13.9	60	10.4	45	تتخذ مواقف سلبية تجاه الأزمات
37.7%	1.13	88.9	385	9	39	2.1	9	تعمل على التهويل من حجم الأزمة



يتضح من بيانات الجدول السابق أن أهم الاتجاهات الإيجابية نحو دار الإفتاء تمثلت في عبارة "تهتم بكافة قضايا المجتمع" حيث جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.80 ووزن نسبي 93.2% ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن دار الإفتاء تركز اهتمامها على كل القضايا التي تواجه المجتمع سواء كانت متعلقة بالناحية الدينية أو السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية؛ ويرجع ذلك إلى طبيعة عمل الدار وهي إصدار الفتاوى الدينية والتي تتعلق بمختلف شؤون الحياة، وجاء في المرتبة الثانية عبارة "تعمل على دعم المؤسسات والوزارات الأخرى للتغلب على الأزمات" بمتوسط حسابي 2.69 ووزن نسبي 89.8% وظهر ذلك من خلال دعم دار الإفتاء للقطاع الصحي والأطعم الطبية أثناء أزمة كورونا من خلال فتاواها المتعددة الخاصة بأحكام الصلاة والصيام في زمن كورونا، بالإضافة إلى الفتاوى المتعلقة بتحريم احتكار السلع والمواد الغذائية أثناء الأزمة؛ فضلاً عن إصدار فتاوى تتعلق بمساعدة المتضررين من أزمة كورونا من العمالة المؤقتة وذلك بتوجيه أموال الزكاة والصدقات والحج والعمرة لهذه الفئات من المجتمع، وجاء في المرتبة الثالثة عبارة "تغلب المصلحة العامة للوطن" بمتوسط حسابي 2.68 ووزن نسبي 89.45 وربما يرجع ذلك إلى الدعم الذي توجهه دار الإفتاء لمواقف الدولة أثناء الأزمات من خلال الفتاوى التي تصدرها مثل تأييد موقف الدولة في فرض غرامات مالية على المخالفين للإجراءات الوقائية، وجاء في المرتبة الرابعة عبارة "تساعد على تحقيق التماسك المجتمعي" بمتوسط حسابي 2.51 ووزن نسبي 83.6% ويمكن تفسير ذلك بأن دار الإفتاء لها تأثير كبير على اتجاهات الرأي العام أثناء الأزمات نتيجة ما تصدره من فتاوى وما تتخذه من مواقف.

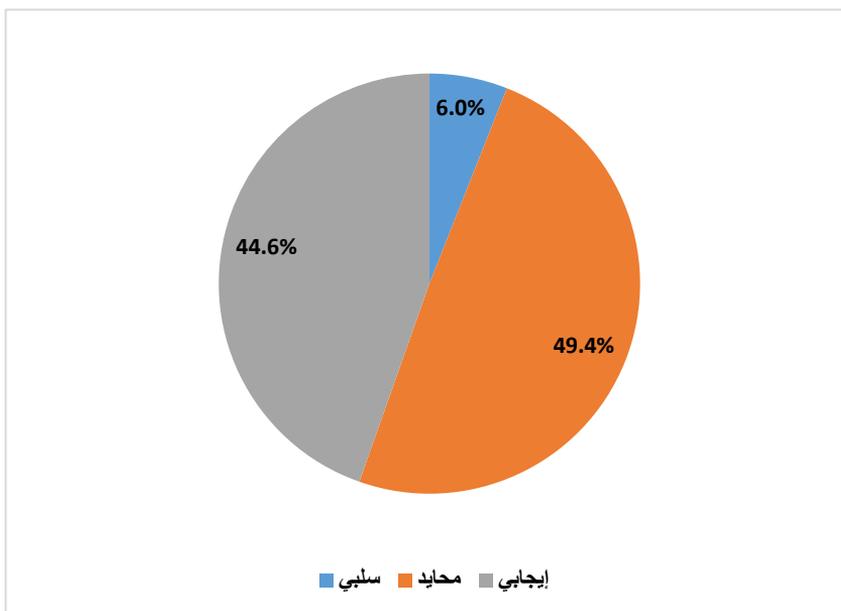
وعلى صعيد آخر تمثلت أهم الاتجاهات السلبية في عبارة "لا تتواصل بدرجة كافية مع الجمهور وقت الأزمة" حيث جاءت في المرتبة السادسة بمتوسط



حسابي 2.34 ووزن نسبي 78.1% وهو ما يبرز أيضاً ضعف التواصل مع الدار من خلال صفحاتها الرسمية مما يقلل من قيمة رجع الصدى في قياس اتجاهات المتابعين نحو الدار وإقامة تواصل حواري معهم حيث لم تقم الصفحة الرسمية لدار الإفتاء بالرد على تعليقات المتابعين، وجاءت عبارة " تُطوع الدين لأغراض معينة" بمتوسط حسابي 2.11 ووزن نسبي 70.4% وتبرز هذه النتيجة اتجاهاً سلبياً لدى الجمهور نحو دار الإفتاء إذ إن المبحوثين يرون أن الدار غير مستقلة في اتخاذ قراراتها ومواقفها وتوجه الفتاوى الدينية لخدمة مصالح وأغراض معينة، وجاءت عبارة "تؤدي إلى زيادة الشائعات وقت الأزمة" بمتوسط حسابي 1.51 ووزن نسبي 50.3% وتبرز هذه النتيجة أيضاً اتجاهاً سلبياً آخر لدى الجمهور من أفراد عينة الدراسة نحو دار الإفتاء ويمكن تفسير ذلك بعدم اقتناع البعض بفتاوى الدار والتي يرى أنها قد تكون موجهة مما قد يحدث نوع من البلبلة تنتج عنها شائعات خاصة أثناء الأزمات.



شكل رقم (3) الاتجاه نحو دور وزارة الأوقاف في وقت الأزمات



يبرز الشكل التوضيحي السابق أن الاتجاه المحايد نحو وزارة الأوقاف جاء في المقدمة بنسبة بلغت 49.4%، تلاه الاتجاه الإيجابي بنسبة 44.6%، في حين جاء الاتجاه السلبي في المرتبة الأخيرة بنسبة 6% وفقاً للمبحوثين عينة الدراسة.



جدول رقم (8)

اتجاهات متابعي الصفحة الرسمية لوزارة الأوقاف من مجموعة العبارات الآتية
والمتعلقة بدور وزارة الأوقاف وقت الأزمات

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الموقف العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
%92.9	2.79	3.2	14	14.8	64	82	355	تعمل على دعم المؤسسات والوزارات الأخرى للتغلب على الأزمات
%92.5	2.77	6.5	28	9.7	42	83.8	363	لا تتواصل بدرجة كافية مع الجمهور وقت الأزمة
%91.1	2.73	5.5	24	15.7	68	78.8	341	تغلب المصلحة العامة للوطن
%83.4	2.50	6	26	37.6	163	56.4	244	تساعد على تحقيق التماسك الاجتماعي أثناء الأزمات
%83.1	2.49	6.5	28	37.6	163	55.9	242	تعمل على تهدئة الرأي العام



الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الموقف العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
74.5%	2.24	12.7	55	51	221	36.3	157	تبادر باتخاذ القرارات الصائبة وقت الأزمات
74%	2.22	14.1	61	49.9	216	36	156	تطوع الدين لأغراض معينة
62%	1.86	38.1	165	37.9	164	24	104	تهتم بكافة قضايا المجتمع
60.7%	1.82	44.1	191	29.6	128	26.3	114	تعمل على التحويل من حجم الأزمة
57%	1.71	38.1	165	52.9	229	9	39	تنسم بالشفافية والمسؤولية
42.7%	1.28	77.1	334	17.6	76	5.3	23	تتخذ مواقف سلبية تجاه الأزمات
42.2%	1.27	76.7	332	20.1	87	3.2	14	تؤدي الى زيادة الشائعات وقت الأزمة



توضح بيانات الجدول السابق أن أهم الاتجاهات الإيجابية نحو وزارة الأوقاف تمثلت في عبارة " تعمل على دعم المؤسسات والوزارات الأخرى للتغلب على الأزمات " ؛ حيث جاءت في الصدارة بمتوسط حسابي 2.79 ووزن نسبي 92.9% وتوضح هذه النتيجة إدراك الجمهور من أفراد عينة الدراسة جهود وزارة الأوقاف في دعم المؤسسات والوزارات خاصة فيما يتعلق بأزمة كورونا وظهر ذلك من خلال دعم الوزارة للقطاع الصحي أثناء الأزمة مثل إنشاء وحدة لإنتاج دروع واقية و فتح مستشفى الدعاة لاستقبال حالات كورونا وإهداء كميات كبيرة من الدروع الواقية للأطعم الطبية، وجاءت في المرتبة الثالثة عبارة " تغلب المصلحة العامة للوطن " بمتوسط حسابي 2.73 ووزن نسبي 91.1% وربما يرجع ذلك إلى الجهود التي بذلتها وزارة الأوقاف في دعم الدولة وحماية المواطنين أثناء أزمة كورونا؛ وظهر ذلك في إصدار فتاوى بتوجيه أموال الزكاة لعلاج مصابي كورونا، فضلاً عن الإجراءات الوقائية التي اتبعتها الوزارة لحماية المصلين في المساجد حتى لا ينتشر الوباء وتتفاقم الأزمة، وجاء في المرتبة الرابعة عبارة " تساعد على تحقيق التماسك المجتمعي أثناء الأزمات " بمتوسط حسابي 2.50 ووزن نسبي 83.4%، وهو ما يوضح الدور المحوري الذي تقوم به وزارة الأوقاف أثناء الأزمات وظهر ذلك من خلال تخصيص بعض خطب الجمعة للحديث عن جائحة كورونا ومواساة الأطقم الطبية وتحريم الاعتداء عليهم وتقديم الدعم المادي للمتضررين من الأزمة، وجاء في المرتبة الخامسة عبارة " تعمل على تهدئة الرأي العام " بمتوسط حسابي 2.49 ووزن نسبي 83.1% وهذه النتيجة تؤكد ما سبقها وتبين تأثير وزارة الأوقاف على الرأي العام وهي نتيجة منطقية إذ إن الوزارة تدير شؤون المساجد وتوجه خطب الجُمُعات للجمهور وبالتالي تؤثر على الرأي العام من خلال الاحتكاك المباشر به.



وعلى صعيد الاتجاهات السلبية جاءت عبارة "لا تتواصل بدرجة كافية مع الجمهور وقت الأزمة" بمتوسط حسابي 2.77 ووزن نسبي 92.5% وتبرز هذه النتيجة اتجاهاً سلبياً نحو الصفحة الرسمية لوزارة الأوقاف إذ إنها تشير إلى ضعف التواصل بينها وبين المتابعين إلى حد كبير ويمكن تفسير ذلك بسبب عدم رد صفحة الوزارة على تعليقات المستخدمين والتي ندر وجودها على الصفحة بسبب خاصية فلترة التعليقات التي تتبعها الصفحة والتي لا تسمح بمزيد من التعليقات خاصة التي تحتوي على ألفاظ نابية أو التي توجه انتقادات لاذعة تجاه سياسات وقرارات الوزارة وذلك وفقاً للمقابلة المتعمقة التي أجراها الباحث مع المتحدث الرسمي لوزارة الأوقاف، وجاءت عبارة "تطوع الدين لأغراض معينة" بمتوسط حسابي 2.22 ووزن نسبي 74% وتبرز هذه النتيجة اتجاهاً سلبياً أيضاً نحو وزارة الأوقاف حيث تشير إلى أن الوزارة غير مستقلة في اتخاذ قراراتها ومواقفها مما يجعلها تطوع الدين لصالح أغراض معينة.

كما جاءت عبارة "تعمل على التهويل من حجم الأزمة" في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي 1.82 ووزن نسبي 60.7% ويمكن تفسير ذلك بمبالغة وزارة الأوقاف في بعض الإجراءات التي اتخذتها تجاه أزمة كورونا مثل إغلاق المساجد إغلاقاً تاماً وذلك خلال الموجة الأولى من انتشار جائحة كورونا، وجاءت في المرتبة الحادية عشرة عبارة "تتخذ مواقف سلبية تجاه الأزمات" بمتوسط حسابي 1.28 ووزن نسبي 42.7% وربما يرجع ذلك إلى قيام وزارة الأوقاف بإغلاق المساجد خلال الموجة الأولى لأزمة كورونا في حين كان يرى البعض أنه كان الممكن اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تكفل حماية رواد المساجد دون التسرع بغلقها خاصة وأن المواصلات العامة والأسواق كانت مزدحمة أثناء فترة غلق المساجد، وجاء في المرتبة الأخيرة عبارة "تؤدي إلى زيادة الشائعات وقت الأزمة" بمتوسط حسابي 1.27 ووزن نسبي 42.2%، وربما يرجع ذلك إلى إطلاق بعض الشائعات التي نسبت إلى وزارة



الأوقاف مثل فتح المساجد وعودة صلاة الجمعة وصلاة التراويح خلال شهر رمضان 1441 هـ خلال الموجة الأولى من انتشار أزمة كورونا؛ ورغم نفي وزير الأوقاف لمثل هذه الشائعات وإعفاء المتحدث الرسمي لوزارة الأوقاف من منصبه إلا أنها ترددت بقوة خلال تلك الفترة.

وتشير النتائج السابقة إلى أن المؤسسات الدينية عينة الدراسة اهتمت بتحقيق المصلحة العليا للوطن وتحقيق التماسك المجتمعي وفقاً لآراء الباحثين ويتفق ذلك مع دراسة **على حمودة جمعة ومحمد حسني حسين (2015)** ⁽³³⁾ حيث جاءت عبارة (حتى يكون الوطن للجميع مهما اختلفت الانتماءات) في المركز الثاني بنسبة 33.5%، كما جاءت عبارة (المساهمة في تحقيق التماسك الاجتماعي بين شرائح المجتمع وطوائفه المتنوعة) في المركز الخامس بنسبة 25.6% وفقاً للمبجوثين عينة الدراسة.

وعلى صعيد المقارنة بين نتائج المؤسسات الدينية الثلاث عينة الدراسة من حيث اتجاهات المبجوثين نحوها بوجه عام نجد أن مؤسسة الأزهر الشريف تميزت بالاتجاه الإيجابي نحوها حيث جاءت في الصدارة بنسبة بلغت 90.6% بفارق عن دار الافتاء والتي بلغت نسبة الاتجاه الإيجابي نحوها 59.8%، وأخيراً جاء الاتجاه الإيجابي نحو وزارة الأوقاف بنسبة 44.6%، ويتفق ذلك مع دراسة **سامح غازي (2021)** ⁽³⁴⁾ حيث أشارت نتائج الدراسة إلى أن مقياس اتجاه الجمهور نحو دور الأنشطة الاتصالية لمشيخة الأزهر الشريف جاء مرتفعاً بنسبة 81.1%.

نتائج فروض الدراسة



الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين على صفحات المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية على فيسبوك واتجاهاتهم نحو أداء المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات .

جدول رقم (9)

معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على صفحات المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية على فيسبوك واتجاهاتهم نحو أداء المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات

الاتجاه نحو وزارة الأوقاف	الاتجاه نحو دار الإفتاء	الاتجاه نحو الأزهر الشريف	متغيرات العلاقة
		0.576**	معامل بيرسون
		0.000	مستوى المعنوية
	0.551**		معامل بيرسون
	0.000		مستوى المعنوية
0.509**			معامل بيرسون
0.000			مستوى المعنوية

(ن=433)

** دال عند مستوى معنوية 0.01

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (9) الخاص بالعلاقة بين درجة اعتماد المبحوثين على صفحات المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية على فيسبوك واتجاهاتهم نحو أداء المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات ما يلي:

1- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة الاعتماد على الصفحة الرسمية للأزهر الشريف والاتجاه نحو مؤسسة الأزهر الشريف حيث بلغت قيمة معامل



- ارتباط بيرسون 0.576 وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.000، ومن حيث اتجاه العلاقة يتبين أنها علاقة طردية وهو ما يعني أنه كلما زادت درجة الاعتماد على الصفحة زادت الاتجاهات الإيجابية نحو مؤسسة الأزهر والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة متوسطة الشدة.
- 2- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة الاعتماد على الصفحة الرسمية لدار الإفتاء والاتجاه نحو دار الإفتاء، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.551 وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.000، ومن حيث اتجاه العلاقة تتبين أنها علاقة طردية وهو ما يعني أنه كلما زادت درجة الاعتماد على الصفحة زادت الاتجاهات الإيجابية نحو الوزارة والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة متوسطة الشدة.
- 3- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة الاعتماد على الصفحة الرسمية لوزارة الأوقاف والاتجاه نحو وزارة الأوقاف حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.509 وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.000، ومن حيث اتجاه العلاقة تبين أنها علاقة طردية وهذا يعني أنه كلما زادت درجة الاعتماد على الصفحة زادت الاتجاهات الإيجابية نحو مؤسسة الأزهر والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة متوسطة الشدة.

من هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار صحة الفرض الأول القائل بمعنوية العلاقة الارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على صفحات المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية على فيسبوك واتجاهاتهم نحو أداء المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كلي؛ أي أنه كلما زاد الاعتماد على الصفحات الرسمية للمؤسسات عينة الدراسة على فيس بوك زاد الاتجاه الإيجابي نحوها.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة ثقة المبحوثين في محتوى صفحات المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية على فيسبوك واتجاهاتهم نحو أداء المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات.



جدول رقم (10)

معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة ثقة المبحوثين في محتوى صفحات المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية على فيسبوك واتجاهاتهم نحو أداء المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات

الاتجاه نحو وزارة الأوقاف	الاتجاه نحو دار الإفتاء	الاتجاه نحو الأزهر الشريف	متغيرات العلاقة	
		0.664**	معامل بيرسون	درجة الثقة في الصفحة الرسمية للأزهر الشريف
		0.000	مستوى المعنوية	
	0.665**		معامل بيرسون	درجة الثقة في الصفحة الرسمية لدار الإفتاء
	0.000		مستوى المعنوية	
0.644**			معامل بيرسون	درجة الثقة في الصفحة الرسمية لوزارة الأوقاف
0.000			مستوى المعنوية	

(ن=433)

** دال عند مستوى معنوية 0.01

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (10) الخاص بالعلاقة بين درجة ثقة المبحوثين في محتوى صفحات المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية على فيسبوك واتجاهاتهم نحو أداء المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات ما يلي:

1- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة ثقة المبحوثين في محتوى الصفحة الرسمية للأزهر الشريف على فيسبوك والاتجاه نحو أداء مؤسسة الأزهر الشريف حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.664 وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.000، ومن حيث اتجاه العلاقة تبين أنها علاقة طردية وهو ما يعني أنه كلما زادت درجة ثقة المبحوثين في محتوى الصفحة زادت الاتجاهات الإيجابية نحو أداء مؤسسة الأزهر والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة متوسطة الشدة.



2- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة ثقة المبحوثين في محتوى الصفحة الرسمية لدار الإفتاء على فيسبوك والاتجاه نحو أداء مؤسسة دار الإفتاء حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.665 وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.000، ومن حيث اتجاه العلاقة تبين أنها علاقة طردية وهو ما يعني أنه كلما زادت درجة ثقة المبحوثين في محتوى الصفحة زادت الاتجاهات الإيجابية نحو أداء دار الإفتاء والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة متوسطة الشدة.

3- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة ثقة المبحوثين في محتوى الصفحة الرسمية لوزارة الأوقاف على فيسبوك والاتجاه نحو أداء الوزارة حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.664 وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.000، ومن حيث اتجاه العلاقة تبين أنها علاقة طردية وهو ما يعني أنه كلما زادت درجة ثقة المبحوثين في محتوى الصفحة زادت الاتجاهات الإيجابية نحو أداء وزارة الأوقاف والعكس صحيح، ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة متوسطة الشدة.

من هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار صحة الفرض الثاني القائل بمعنوية العلاقة الارتباطية بين درجة ثقة المبحوثين عينة الدراسة في محتوى صفحات المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية على فيسبوك واتجاهاتهم نحو أداء المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كلي.

النتائج العامة للدراسة

- 1- جاء اعتماد المبحوثين على صفحة الأزهر الشريف في المرتبة الأولى تليها صفحة دار الإفتاء وأخيراً وزارة الأوقاف.
- 2- احتلت مؤسسة الأزهر الشريف الصدارة من حيث اعتماد المبحوثين عليها في الحصول على المعلومات وقت الأزمات تليها دار الإفتاء ثم وزارة الأوقاف.
- 3- جاءت أزمة العدوان الإسرائيلي على غزة في المقدمة من حيث متابعة المبحوثين لها، تليها أزمة كورونا.
- 4- جاءت ثقة المبحوثين في مؤسسة الأزهر الشريف في المرتبة الأولى تليها دار الإفتاء ثم وزارة الأوقاف، كما جاء الاتجاه الإيجابي نحو مؤسسة الأزهر الشريف في المقدمة، تلاه الاتجاه الإيجابي نحو دار الإفتاء، وأخيراً الاتجاه الإيجابي نحو وزارة الأوقاف.



5- خلصت الدراسة إلى أنه كلما زاد اعتماد الباحثين على صفحات المؤسسات عينة الدراسة زاد الاتجاه الإيجابي نحو المؤسسات وزادت أيضاً درجة الثقة في المؤسسات عينة الدراسة.

توصيات الدراسة

- 1- ضرورة التعاون والتنسيق بين المؤسسات الثلاث عينة الدراسة من أجل تحقيق التكامل بينها لأنها في مجال عمل مشترك حتى لا يحدث تعارض أو اضطراب فيما بينها خاصة وقت الأزمات.
- 2- التواصل بشكل فعال مع الجمهور من خلال الرد على تعليقاتهم واستفساراتهم أو وضع منشورات عامة للرد عليهم خاصة أوقات الأزمات.
- 3- الوصول إلى فئات الجمهور بمختلف شرائحه وذلك لتوجيه رسائل متناسب مع طبيعة الجمهور وإحداث التأثير المطلوب خاصة وقت الأزمات.
- 4- التركيز على الشخصيات الدينية ذات التأثير الكبير وتدعيم محتوى المنشورات بأرائهم أو كلمات مصورة لهم للتأثير في جمهور المتابعين على الصفحات الرسمية خاصة أثناء الأزمات.
- 5- تشكيل فريق عمل متخصص ومؤهل من المؤسسات الثلاث لإدارة الأزمات ذات الطابع المشترك.
- 6- استخدام الاستراتيجيات الاتصالية المناسبة لطبيعة كل أزمة ومحاولة تطبيق الاستراتيجيات الاستباقية والمستقبلية للتعامل مع الأزمات الناشئة والمحتملة لوأد الأزمة في مهدها أو إيجاد حلول مبكرة لها أو محاولة التخفيف من حدتها وأضرارها .
- 7- إعداد منهج مشترك خاص بالأزمات من المنظور الديني بالتعاون بين المؤسسات الثلاث يتم تدريسه للطلاب في المراحل التعليمية المختلفة سواء في التعليم العام أو الأزهري وإعداد خطب دينية تتلاءم مع مستجدات العصر لمواجهة ما يطرأ من كوارث وأوبئة وأزمات ، وتدريب القائمين بالفتوى على التعامل مع الأزمات.

مقترحات بدراسات وبحوث مستقبلية:

- 1- المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية ودورها في تشكيل وعي الجمهور واتجاهاته نحوها وقت الأزمات.
- 2- الصورة الإعلامية لعلماء الدين في مصر وعلاقتها بواقعهم الاجتماعي.
- 3- فاعلية الأنشطة الاتصالية للكنيسة المصرية أثناء الأزمات المجتمعية.



الهوامش

- 1- Milad Mirbabaie; Stefan Stieglitz; Felix Brünker, Dynamics of convergence behaviour in social media crisis communication – a complexity perspective, **Information Technology & People**, Vol. 34, Issue 1, 2021.
- 2- Wenlin Liu Weiai (Wayne) Xu Jiun-Yi (Jenny)Tsai, Developing a multi-level organization-public dialogic communication framework to assess social media-mediated disaster communication and engagement outcomes, **Public Relations Review**, Vol. 46, Issue 4, November 2020, pp. 1-9.
- 3- Kavota, J. K., J. R. K.Kamdjou, S.Fosso Wamba, Social media and disaster, management: Case of the north and south Kivu regions in the Democratic Republic of the Congo, **International Journal of Information Management**, 2020, p.p. 1-19.
- 4- Jayasekara, P.K., "Role of Facebook as a disaster communication media", **International Journal of Emergency Services**, Vol. 8 No. 2, 2019, pp. 191-204.
- 5- سامح غازي، الأنشطة الاتصالية للمؤسسات الدينية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو قيم المواطنة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، 2021، ص. ص 316-324.
- 6- محمد حسني حسين محروس، فاعلية المرصد الإعلامية للمؤسسات الدينية في إدارة الأزمات، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، ع 75، 2021، ص. ص 455، 456.
- 7- _____، إدارة أزمة الإساءة للنبي محمد صلى الله عليه وسلم (في الصفحات الرسمية دراسة تحليلية لصفحتي الأزهر الشريف، وفرنسا 24، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، ع 56، 2021، ص. ص 107، 108.
- 8- أم الرزق محمود عبد العال، التماس الجمهور المصري للمعلومات عن المؤسسات الدينية الرسمية عبر شبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر: كلية الدراسات الإسلامية والعربية، قسم الصحافة والنشر، 2017، ص 230.



- 9- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة ط2**، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2012، ص317.
- 10- Einwiller A. Sabine, Carroll E Craig, Korn Kati. Under what condition do the news media influence corporate reputation? The role of media dependency and need for orientation, **Corporate Reputation Review**, Macmillan Publisher LTD, Vol. (12), No. (4), 2014 p.p. 299-315.
- 11- Narasim Hamurthy N., New media and new culture: The Dependency of Indian Online Community, **JOSR Journal of Humanities and Social Communities**, Vol.9, Issue 10, Oct. 2014, p.113.
- 12- Stanly J. Barons & Dennis. R. Lo; **Mass communication theory, Foundations Ferment and future**, New York, wads worth publishing company, 1995, p. 226.
- 13- Baran, Stanley J., **Introduction to mass communication: Media Literacy and culture**, Updated fifth Edition, Boston: Mc Graw- Hill, 2010, p 29.
- 14- ياسمين صلاح عبد الرحمن، استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية في بناء مواقف الاحتجاج والرفض أثناء ثورة 25 يناير، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2016، ص49.
- 15- Defleur, M. L. & Ball Rokeach, S. J, **Theories of Mass communication**, London: Longman Inc, 4th Ed, 1982, p.p.240 -242.
- 16- Thomas A., Morton Juliem Duck, Social Identity and Media Dependency With Gax Community The Prediction Of Safe Sex Attitudes, **Communication Research** Vol. 27, No. 4, 2000, p.4.
- 17- Loveless Matthew, Media Dependency: Mass Media as source of information in democratizing countries of central and Eastern Europe, **Democratization**, Vol. 15, No. 1, 2008, p.p. 162-183.
- 18- راللا عبد الوهاب، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في دعم قضايا المواطنة والانتماء لدى الرأي العام، **مجلة البحوث الإعلامية**، ع 57، ج 3، كلية الإعلام: جامعة الأزهر، 2021، ص1339.
- 19- ربحاب لطيف، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد- 19) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه، **مجلة البحوث الإعلامية**، ع 55، ج 5، كلية الإعلام: جامعة الأزهر، 2020، ص3117.



- 20- Little John, Stephen W. and Foss, Karen A., **Theories of Human Communication**, 9th Edition, Australia: Thomson wodsworth), 2008, pp 302-303.
- 21- Chei Sian Lee, Exploring emotional expressions on you tube through the lens of media system dependency theory, **New Media and Society**, Vol. (14), No (3), 2012, p 470.
- 22- راللا عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 1339.
- 23- Ognyanova Katherine, J. Sandra Rokeach Ball, Political Efficacy on the internet, A media system dependency approach Communication and technologies annual, **Studies in Media & Communication**, Vol. 9, Jan. 2015, pp. 3-27.
- 24- ریحاب لطیف، مرجع سابق، ص 3119.
- 25- Defleur, M. L. & Ball Rokeach, S. J, **Op. Cit.**, p.p.242-250.
- 26- محمد منیر حجاب، المعجم الإعلامي، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004 ص8.
- 27- نسرین محمد صادق، المؤسسات الدينية ودورها نحو قضايا الشباب ومشكلاته، مجلة كلية الآداب، ع62، جامعة المنصورة: كلية الآداب، 2018، ص5.
- 28- Ulmer, R. R., Sellnow, T. L., & Seeger, M. W. **Considering the future of crisis communication research**: Understanding the opportunities inherent to crisis events through the discourse of renewal, The handbook of crisis communication, UK: A John Wiley & Sons, Ltd., Publication, 2010, pp.691-692.
- 29- أسماء السادة المحكمين:
1. أ.د. بركات عبد العزيز أستاذ الإذاعة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
 2. أ.د. داليا محمد عبد الله رئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
 3. أ.د. دينا فاروق أبو زيد أستاذ الإعلام وعميد شعبة الإعلام بالأكاديمية الدولية لعلوم الهندسة والإعلام.
 4. أ.د. رضا عبد الواحد وكيل كلية الإعلام جامعة الأزهر.
 5. أ.د. عادل فهمي بيومي أستاذ الإذاعة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
 6. أ.د. علي عجوة أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
 7. أ.د. محمد عتران أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
 8. أ.د. وائل اسماعيل عبد البارئ أستاذ الإعلام بكلية البنات جامعة عين شمس



9. د. منى عبد الجليل أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الدراسات الإسلامية جامعة الأزهر.
10. د. محمود زكي مدرس الإذاعة - كلية الإعلام بجامعة سيناء وخبير إحصائي.
- 30- سامح أحمد محمد غازي، مرجع سابق، 2021، ص324.
- 31- أم الرزق محمود عبد العال، مرجع سابق، ص 230.
- 32- علي حمودة جمعة، محمد حسني محروص، الدور الاتصالي للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر قيم التسامح الديني، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، ع 44، 2015، ص 261.
- 33- المرجع السابق نفسه، ص 267.
- 34- سامح أحمد محمد غازي، مرجع سابق، ص323.



قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر والمراجع العربية

أ - بحوث و دراسات عربية غير منشورة:

- 1- أم الرزق محمود عبد العال، التماس الجمهور المصري للمعلومات عن المؤسسات الدينية الرسمية عبر شبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر: كلية الدراسات الإسلامية والعربية، قسم الصحافة والنشر، 2017.
- 2- سامح أحمد محمد غازي، الأنشطة الاتصالية للمؤسسات الدينية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو قيم المواطنة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، 2021.
- 3- ياسمين صلاح عبد الرحمن، استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية في بناء مواقف الاحتجاج والرفض أثناء ثورة 25 يناير، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2016.

ب - بحوث و دراسات عربية منشورة:

- 1- راللا عبد الوهاب، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في دعم قضايا المواطنة والانتماء لدى الرأي العام، مجلة البحوث الإعلامية، ع 57، ج 3، كلية الإعلام: جامعة الأزهر، 2021.
- 2- ربحاب لطيف، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد- 19) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه، مجلة البحوث الإعلامية، ع 55، ج 5، كلية الإعلام: جامعة الأزهر، 2020.
- 3- علي حمودة جمعة، محمد حسني محروص، الدور الاتصالي للمؤسسات الدينية الرسمية في نشر قيم التسامح الديني، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، ع 44، 2015.
- 4- محمد حسني حسين محروص، إدارة أزمة الإساءة للنبي محمد صلى الله عليه وسلم (في الصفحات الرسمية دراسة تحليلية لصفحتي الأزهر الشريف، وفرنسا 24، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، ع 56، 2021.



- 5- _____ ، فاعلية المرصد الإعلامية للمؤسسات الدينية في إدارة الأزمات،
مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، ع 75، 2021.
- 6- نسرين محمد صادق، المؤسسات الدينية ودورها نحو قضايا الشباب ومشكلاته، مجلة كلية
الآداب، ع 62، جامعة المنصورة: كلية الآداب، 2018.

ج - كتب عربية:

- 1- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة ط12، القاهرة: الدار
المصرية اللبنانية، 2012.
- 2- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.

ثانياً: المصادر والمراجع الأجنبية

أ - بحوث ودراسات أجنبية منشورة

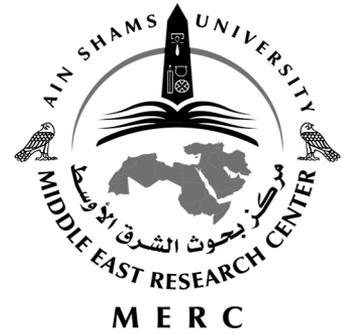
- 1- Chei Sian Lee, Exploring emotional expressions on you tube through the lens of media system dependency theory, **New Media and Society**, Vol. (14), No (3), 2012.
- 2- Einwiller A. Sabine, Carroll E Craig, Korn Kati. Under what condition do the news media influence corporate reputation? The role of media dependency and need for orientation, **Corporate Reputation Review**, Macmillan Publisher LTD, Vol. (12), No. (4), 2014.
- 3- Jayasekara, P.K., "Role of Facebook as a disaster communication media", **International Journal of Emergency Services**, Vol. 8 No. 2. 2019.
- 4- Kavota, J. K., J. R. K.Kamdjou, S.Fosso Wamba, Social media and disaster, management: Case of the north and south Kivu regions in the Democratic Republic of the Congo, **International Journal of Information Management**, 2020.
- 5- Loveless Matthew, Media Dependency: Mass Media as source of information in democratizing countries of central and Eastern Europe, **Democratization**, Vol. 15, No. 1, 2008.
- 6- Milad Mirbabaie; Stefan Stieglitz; Felix Brünker, Dynamics of convergence behaviour in social media crisis communication – a complexity perspective, **Information Technology & People**, Vol. 34, Issue 1, 2021.



- 7- Narasim Hamurthy N., New media and new culture: The Dependency of Indian Online Community, **JOSR Journal of Humanities and Social Communities**, Vol.9, Issue 10, Oct. 2014.
- 8- Ognyanova Katherine, J. Sandra Rokeach Ball, Political Efficacy of the internet, A media system dependency approach Communication and technologies annual, **Studies in Media & Communication**, Vol. 9, Jan. 2015.
- 9- Thomas A., Morton Juliem Duck, Social Identity and Media Dependency With Gax Community The Prediction Of Safe Sex Attitudes, **Communication Research** Vol. 27, No. 4, 2000.
- 10- Wenlin Liu Weiai (Wayne) Xu Jiun-Yi (Jenny)Tsai, Developing a multi-level organization-public dialogic communication framework to assess social media-mediated disaster communication and engagement outcomes, **Public Relations Review**, Vol. 46, Issue 4, November 2020.

ب - كتب أجنبية:

- 1- Baran, Stanley J., **Introduction to mass communication: Media Literacy and culture**, Updated fifth Edition, Boston: Mc Graw- Hill, 2010.
- 2- Defleur, M. L. & Ball Rokeach,S. J, **Theories of Mass communication**, London: Longman Inc, 4th Ed, 1982.
- 3- Little John, Stephen W. and Foss, Karen A., **Theories of Human Communication**, 9th Edition, Australia: Thomson wodsworth), 2008.
- 4- Stanly J. Barons & Dennis. R. Lo; **Mass communication theory, Foundations Ferment and future**, New York, wads worth publishing company, 1995.
- 5- Ulmer, R. R., Sellnow, T. L., & Seeger, M. W. **Considering the future of crisis communication research**: Understanding the opportunities inherent to crisis events through the discourse of renewal, The handbook of crisis communication, UK: A John Wiley & Sons, Ltd., Publication, 2010.



Middle East Research Journal

Refereed Scientific Journal
(Accredited) Monthly



Issued by
Middle East
Research Center

Vol. 90
August 2023

Forty-ninth Year
Founded in 1974



Issn: 2536 - 9504
Online Issn: 2735 - 5233