



جمهورية العراق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

معهد العلمين للدراسات العليا

قسم الإعلام

# دور مواقع القنوات الفضائية الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم لدى الجمهور

((مدينة كربلاء المقدسة أنموذجاً))

رسالة ماجستير تقدم بها الطالب

ابراهيم قاسم محمد

إلى مجلس معهد العلمين للدراسات العليا/ قسم الإعلام

وهي جزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في الإعلام/ الإذاعة والتلفزيون

بإشراف

أ. د. حيدر شلال متعب

٢٠٢٦ م

١٤٤٧ هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ

بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ

الْمُفْلِحُونَ﴾

صدق الله العلي العظيم

(آل عمران، الآية: ١٠٤)

ب

## إقرار المشرف

أشهد أن إعداد الرسالة الماجستير للطالب (ابراهيم قاسم محمد) الموسومة (دور مواقع القنوات الفضائية الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم لدى الجمهور - مدينة كربلاء المقدسة أنموذجاً) قد جرى تحت إشرافي في معهد العلمين للدراسات العليا - قسم الإعلام وهي جزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في الإعلام وأوصي بمناقشتها.

**التوقيع:**

**المشرف: ا. د حيدر شلال متعب**

**التاريخ:** / / ٢٠٢٦

بناءً على التوصيات المتوافقة لشرح هذه الرسالة للمناقشة.

**التوقيع:**

**ا. د احمد عبد المجيد أمين**

**رئيس قسم الإعلام**

**التاريخ:** / / ٢٠٢٦

## إقرار المقوم اللغوي

إشارة إلى كتابكم ذي العدد (أ.ع.٨٤٦/٤٤) بتاريخ (٢٠٢٦/٥/١٧) نوّد إعلامكم أنه تمّ تقويم رسالة الماجستير للطالب (ابراهيم قاسم محمد) الموسومة (دور مواقع القنوات الفضائية الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم لدى الجمهور - مدينة كربلاء المقدسة أنموذجاً) لغوياً، وقد ثبتت التصويبات على الرسالة، وأخذ الباحث بها، لذا ارشحها للمناقشة.

الامضاء:

اللقب العلمي: أستاذ دكتور

الاسم: صادق فوزي الدباس

العنوان: جامعة الكوفة - كلية التربية الأساسية

التاريخ: ٢٠٢٦ / /

## إقرار لجنة المناقشة

نشهد نحن رئيس وأعضاء لجنة المناقشة بعد أن أطلعنا على رسالة الماجستير للطالب

(ابراهيم قاسم محمد) الموسومة (دور مواقع القنوات الفضائية الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم لدى الجمهور - مدينة كربلاء المقدسة أنموذجاً) وقد ناقشنا الطالب في محتوياتها وفيما له علاقة بها ونجد أنها جديرة بالقبول لنيل درجة الماجستير في الإعلام وبتقدير ( )

التوقيع

اللقب العلمي: أ.د.

الاسم: صلاح نصر حسن

التاريخ: / /

٢٠٢٦

عضوا

التوقيع

اللقب العلمي: أ.د.

الاسم: حيدر شلال متعب

التاريخ: / /

٢٠٢٦

التوقيع

اللقب العلمي: أ.د.

الاسم: عادل خليل مهدي

التاريخ: / /

٢٠٢٦

عضوا

التوقيع

اللقب العلمي: أ.د.

الاسم: عبد السلام احمد داخل

التاريخ: / /

٢٠٢٦

ح

رئيسا

عضوا ومشرفا

صادق مجلس معهد العلمين للدراسات العليا على قرار لجنة مناقشة الرسالة بجلسته المرقمة ( ) المفتوحة

بتاريخ / / ٢٠٢٦

١ . د زيد عدنان محسن العكيلي

عميد معهد العلمين للدراسات العليا

/ / ٢٠٢٦

## الإهداء

إلى من أحمل اسمهم بكل فخر وغرسوا في نفسي الطموح، ورسوموا لي طريق النجاح. .

إلى والدي العزيز، سندي ومنبع العطاء، الذي لم يخل عليّ يوماً بدعاء أو تشجيع، جزاك الله عني  
خير ما يجزي والداً عن ولده.

إلى والدتي الغالية، نبع الحنان، والسد المنيع، ودعائي المستجاب، التي كانت كلماتها تضيء لي عتمة  
السهر، ورضائك كان الوقود الذي لا ينفد. . إليك يا نبض قلبي.

إلى قرة عيني ابني ياسين أنت الأمل الذي يجدد قوتي، عذراً يا صغيري على ساعات سرقتها منك  
الدراسة، وهذا النجاح هو ثمرة أهديتها لمستقبلك.

إلى زهرتي الجميلة ابنتي رتاج. . التي أشرق فجر مقدمها مع تباشير هذا الإنجاز لتكوني مع أخيك  
بهجة العمر وأمل الغد.

إلى زوجتي الغالية. . التي صمدت معي في وجه الصعاب، وتحملت غيابي وانشغالي بصبر لا ينضب،  
فكانت هي السكن والسكينة.

إلى إخواني وأختي، رفاق الدرب والقلب

إلى كل من علمني حرفاً ..

أهديكم ثمرة جهدي هذا

رباعية

## شكر وعرfan

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، اللهم لك الحمد حمداً خالداً مع خلودك، ولك الحمد حمداً دائماً لا ينتهي له دون مشيئتك، وعند كل طرفة عين، والصلاة والسلام على معلم البشرية الأول، الحبيب المصطفى محمد، وعلى آله الطيبين الطاهرين وصحبه الغر الميامين المنتجبين.

بعد أن أنهيت رسالتي هذه بفضل الله وعونه، أجد لزاماً عليّ أن أتقدم بخالص الشكر والامتنان إلى الأستاذ الدكتور (حيدر شلال متعب)، الذي تفضل مشكوراً بقبول الإشراف على هذه الدراسة، فكان نعم المعلم والموجه والمرشد والداعم في مسيرتي البحثية، لقد كان لتوجيهاته السديدة، وصبره الكبير، وملاحظاته العلمية القيمة التي كانت بمثابة البوصلة لهذا العمل، الأثر البالغ في تطوير هذا البحث وإتمامه؛ فقاموس كلمات الشكر لدي عاجز عن وفائه حقه، وأسأل الله العليّ القدير أن يجزيه عني خير الجزاء، ويمده بموفور الصحة والتوفيق لمواصلة مسيرته العلمية والمهنية المشرفة.

وأجد من الوفاء أن أقدم خالص شكري وعرفاني إلى قسم الإعلام في معهد العلمين للدراسات والأساتذة الخبراء المحكّمين الذين أشرفوا على تحكيم استمارة الاستبيان، إذ لم يبخلوا عليّ بجهد أو وقت وهم يقدمون نصحتهم وإرشاداتهم الرصينة، وكل من ساعدني للحصول على المصادر والمعلومات ذات العلاقة بموضوع الدراسة. والحمد لله ربّ العالمين، وأفضل الصلاة وأتم التسليم على سيدنا وحبيبنا محمد المصطفى خاتم الأنبياء والمرسلين.

## مستخلص

(دور مواقع القنوات الفضائية الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم لدى الجمهور مدينة كربلاء أنموذجاً) ابراهيم قاسم محمد، رسالة ماجستير، معهد العلمين للدراسات العليا/ قسم الإعلام/ ٢٠٢٦.

تشكل مواقع القنوات الفضائية الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي اليوم نقطة تحول مهمة مع ثورة التكنولوجيا التي اجتاحت الساحة وغيّرت كثيراً من القواعد الكلاسيكية، ومن هذا المنطلق يسعى الباحث إلى دراسة دور مواقع القنوات الفضائية الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم لدى جمهور مدينة كربلاء. وتكمن مشكلة البحث بدراسة طبيعة دور مواقع القنوات الفضائية الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم لدى جمهور مدينة كربلاء المقدسة وما مدى متابعتهم لهذه المواقع والظروف والأوقات التي تزيد فيها المتابعة، ومواقع القنوات الفضائية الدينية التي يفضلون متابعتها.

وتلخصت أهم أهداف الدراسة بالتعرف على مواقع القنوات الفضائية الدينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وأسباب متابعة جمهور مدينة كربلاء لها والقيم التي تعززها وطبيعة المعلومات والمعارف التي يستقيها الجمهور. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت أداة الاستبيان التي وُزعت على عينة قصدية من جمهور مدينة كربلاء الذين بلغ عددهم (٤٠٠) شخص، وطبق مقياس ليكرت الثلاثي لاختبار الفروض العلمية وقياس الاتجاهات.

### وتوصل الباحث إلى جملة من النتائج منها:

١. حصلت قناة (كربلاء الفضائية) على المرتبة الأولى في تفضيلات الجمهور بنسبة (٤٤.١٪) تلتها قناة الإمام الحسين (عليه السلام) بنسبة (٤٢.٨٪).
٢. نجحت مواقع الفضائيات الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز "القيم الدينية" أولاً ثم "القيم الأخلاقية".
٣. جاء مقطع الفيديو كأكثر أشكال المحتوى تأثيراً في تفضيلات الجمهور بنسبة (٨٠.٣٪).
٤. أكدت النتائج وجود علاقات ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التعرض لهذه المواقع وتشكيل منظومة قيمية متماسكة.

الكلمات المفتاحية: (مواقع القنوات الفضائية الدينية، شبكات التواصل الاجتماعي، القيم، جمهور مدينة كربلاء)

| ثبت المحتويات                |            |
|------------------------------|------------|
| الموضوع                      | رقم الصفحة |
| الآية القرآنية               | أ          |
| إقرار المشرف                 | ب          |
| إقرار المقوم اللغوي          | ت          |
| إقرار لجنة المناقشة          | ث          |
| الإهداء                      | ج          |
| شكر وعرفان                   | ح          |
| المستخلص باللغة العربية      | خ          |
| ثبت المحتويات                | د_ذ_ر      |
| ثبت الجدول                   | ز_س        |
| ثبت الملاحق                  | ش          |
| المقدمة                      | ١          |
| الفصل الأول (الإطار المنهجي) |            |
| أولاً: مشكلة البحث           | ٦          |
| ثانياً: فروض البحث           | ٧          |
| ثالثاً: أهمية البحث          | ٩          |
| رابعاً: أهداف البحث          | ١٠         |

|    |                                       |
|----|---------------------------------------|
| ١٠ | خامساً: منهج البحث                    |
| ١١ | سادساً: أدوات جمع البيانات            |
| ١٣ | سابعاً حدود البحث ومجالاته            |
| ١٤ | ثامناً: مجتمع البحث وعينته            |
| ١٥ | تاسعاً: اختبار الصدق والثبات          |
| ١٨ | عاشراً: التعريفات الإجرائية           |
| ١٩ | احد عشر: الدراسات السابقة             |
| ٢٤ | أثنا عشر: الوسائل الاحصائية المستخدمة |

| النظرية المتصلة بالرسالة                                            |                                                    |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| ٢٥                                                                  | نظرية الغرس الثقافي                                |
| الفصل الثاني (الإعلام التلفزيوني المتخصص وتطور الفضائيات الدينية)   |                                                    |
| المبحث الأول: الأسس المفاهيمية والوظيفية للإعلام التلفزيوني المتخصص |                                                    |
| ٣١                                                                  | أولاً: مفهوم الإعلام التلفزيوني المتخصص            |
| ٣٥                                                                  | ثانياً: عوامل ظهور الإعلام التلفزيوني المتخصص      |
| ٣٦                                                                  | ثالثاً: وظائف الإعلام التلفزيوني المتخصص ومستوياته |
| ٣٩                                                                  | رابعاً: سمات ومزايا الإعلام التلفزيوني المتخصص     |
| ٤٠                                                                  | خامساً: أهداف الإعلام التلفزيوني المتخصص           |
| المبحث الثاني: الإعلام الإسلامي: المفهوم والمصادر والوسائل المعاصرة |                                                    |
| ٤٣                                                                  | أولاً: مفهوم الإعلام الإسلامي                      |
| ٤٣                                                                  | ثانياً: أهمية الإعلام الإسلامي                     |
| ٤٤                                                                  | ثالثاً: تعريف الإعلام الإسلامي                     |
| ٤٦                                                                  | رابعاً: خصائص الإعلام الإسلامي                     |
| ٤٧                                                                  | خامساً: أهداف الإعلام الإسلامي                     |
| ٤٨                                                                  | سادساً: مصادر الإعلام الإسلامي                     |
| ٤٩                                                                  | سابعاً: وسائل الإعلام الإسلامي المعاصر             |
| المبحث الثالث: الفضائيات الدينية والتأثير في القيم                  |                                                    |

|                                                            |                                                           |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| ٥١                                                         | أولاً: نشأة وتطور الفضائيات الدينية                       |
| ٥٢                                                         | ثانياً: تعريف الفضائيات الدينية                           |
| ٥٤                                                         | ثالثاً: مزايا الفضائيات الدينية                           |
| ٥٧                                                         | رابعاً: التحديات التي تواجه الفضائيات الدينية             |
| ٥٧                                                         | خامساً: تأثير الفضائيات الدينية في تغيير القيم الاجتماعية |
| الفصل الثالث (قيم الجمهور وشبكات التواصل الاجتماعي)        |                                                           |
| المبحث الأول: الجمهور (أنواعه، خصائصه، خصائص جمهور كربلاء) |                                                           |
| ٦١                                                         | أولاً: مفهوم الجمهور                                      |
| ٦١                                                         | ثانياً: خصائص وسمات الجمهور                               |
| ٦٢                                                         | ثالثاً: أنواع الجمهور                                     |
| ٦٥                                                         | رابعاً: قياس الجمهور                                      |
| ٦٦                                                         | خامساً: خصائص جمهور كربلاء                                |
| المبحث الثاني: القيم (أنواعها، تشكيلها، خصائصها)           |                                                           |
| ٧٠                                                         | أولاً: تعريف القيم لغةً واصطلاحاً                         |
| ٧١                                                         | ثانياً: أنواع القيم                                       |
| ٧٣                                                         | ثالثاً: مراحل تشكيل القيم                                 |
| ٧٤                                                         | رابعاً: خصائص القيم                                       |
| ٧٥                                                         | خامساً: مصادر القيم                                       |

|                                                                           |                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| ٧٦                                                                        | سادسًا: وظائف القيم                                               |
| ٧٧                                                                        | سابعًا: سابغًا: الفضائيات الدينية والقيم                          |
| <b>المبحث الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي (مفهومها، خصائصها، أهدافها)</b> |                                                                   |
| ٨٠                                                                        | أولًا: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي                               |
| ٨٢                                                                        | ثانيًا: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي                             |
| ٨٣                                                                        | ثالثًا: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي                             |
| ٨٤                                                                        | رابعًا: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي                             |
| ٩١                                                                        | خامسًا: إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي وسلبياتها                |
| <b>الفصل الرابع (الدراسة الميدانية)</b>                                   |                                                                   |
| ٩٨                                                                        | التحليل الوصفي لنتائج الدراسة المسحية لجمهور مدينة كربلاء المقدسة |
| ١٣٦                                                                       | اختبار الفروض والعلاقات الارتباطية والفروق                        |
| ١٤٩                                                                       | النتائج والاستنتاجات والتوصيات                                    |
|                                                                           |                                                                   |
| ١٥٩                                                                       | قائمة المصادر والمراجع                                            |
| ١٧١                                                                       | الملاحق                                                           |
| a-b                                                                       | Abstract ملخص البحث باللغة الانجليزية                             |

| ثبت الجداول |                                                                                              |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| رقم الصفحة  | الجدول                                                                                       |
| ١٦          | جدول (١) معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للمقياس                            |
| ١٧          | جدول (٢) يوضح ثبات وصدق المقياس                                                              |
| ٩٩          | جدول (٣) فئات تحليل المضامين في مواقع الفضائيات الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي          |
| ١٠١         | جدول (٤) فئات تحليل القيم في مواقع الفضائيات الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي             |
| ١٠٢         | جدول (٥) توزيع افراد العينة بحسب الجنس                                                       |
| ١٠٣         | جدول (٦) توزيع افراد العينة بحسب الفئات العمرية                                              |
| ١٠٣         | جدول (٧) توزيع افراد العينة بحسب المستوى التعليمي                                            |
| ١٠٤         | جدول (٨) توزيع افراد العينة بحسب المهنة والوظيفة                                             |
| ١٠٥         | جدول (٩) توزيع افراد العينة بحسب الحالة الاجتماعية                                           |
| ١٠٦         | جدول (١٠) مدى متابعة المبحوثين لمواقع الفضائيات الدينية                                      |
| ١٠٧         | جدول (١١) الوقت الذي يستغرقه المبحوثين لمتابعة مواقع الفضائيات الدينية على مدار اليوم الواحد |
| ١٠٨         | جدول (١٢) يبين الأوقات والظروف التي تزيد فيها متابعة المبحوثين لمواقع الفضائيات الدينية      |
| ١٠٩         | جدول (١٣) يبين أسباب متابعة المبحوثين لمواقع الفضائيات الدينية في الحصول على المعلومات       |

|     |                                                                                                                                    |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ١١٠ | جدول (١٤) يبين الفضائيات الدينية التي يفضل المبحوثين متابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي                                          |
| ١١١ | جدول (١٥) يبين مواقع الفضائيات الدينية التي اعتاد المبحوثين على متابعتها                                                           |
| ١١٢ | جدول (١٦) يبين المضامين التي يحرص المبحوثين على متابعتها في مواقع الفضائيات الدينية                                                |
| ١١٣ | جدول (١٧) يبين القيم التي تعززها مواقع القنوات الفضائيات الدينية لدى المبحوثين                                                     |
| ١١٤ | جدول (١٨) يبين دوافع المبحوثين لمتابعة مواقع الفضائيات الدينية                                                                     |
| ١١٥ | جدول (١٩) يبين طبيعة المضامين المحفزة للتفاعل الرقمي لدى المبحوثين عبر مواقع الفضائيات الدينية                                     |
| ١١٥ | جدول (٢٠) يبين مدى تأثير مضامين مواقع الفضائيات الدينية على قرارات المبحوثين                                                       |
| ١١٦ | جدول (٢١) يبين مدى موثوقية معلومات مواقع الفضائيات الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي                                             |
| ١١٧ | جدول (٢٢) يبين مدى مناقشة المبحوثين لمضامين البرامج التي تطرحها مواقع الفضائيات الدينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي                |
| ١١٧ | جدول (٢٣) يبين شكل المحتوى الذي يؤثر أكثر على المبحوثين                                                                            |
| ١١٨ | جدول (٢٤) يبين أبرز القيم التي تنتشر في مواقع الفضائيات الدينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وإسهاماتها                             |
| ١٢٢ | جدول (٢٥) يبين إسهام متابعة مواقع القنوات الفضائية الدينية في زيادة المعلومات والمعارف للجمهور وكشف الغموض وتوسيع المعتقدات.       |
| ١٢٦ | جدول (٢٦) يبين إسهام مضامين مواقع القنوات الفضائية الدينية في تشكيل منظومة قيم متماسكة تعبر عن الاتجاه الثقافي السائد لدى الجمهور. |

|     |                                                                                                                                                        |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ١٣٠ | جدول (٢٧) يبين اسهام فهم الجمهور لمضامين مواقع الفضائيات الدينية في غرس قيم تدعم حياتهم وسلوكهم، وتعزز الاستقرار والانسجام داخل المجتمع                |
| ١٣٤ | جدول (٢٨) يبين ازدياد الغرس الثقافي للقيم لدى الجمهور بزيادة تعرضهم لمواقع الفضائيات الدينية، خاصة حين تتوافق مضامينها مع عواطفهم واحتياجاتهم وميولهم. |
| ١٣٦ | جدول (٢٩) يوضح العلاقة بين التعرض لمواقع الفضائيات الدينية وكشف الغموض وتوسيع المعتقدات                                                                |
| ١٣٧ | جدول (٣٠) يوضح العلاقة بين التعرض لمواقع الفضائيات الدينية وتشكيل منظومة قيم متماسكة تعبر عن الاتجاه الثقافي السائد لدى الجمهور                        |
| ١٣٨ | جدول (٣١) يوضح العلاقة بين التعرض لمواقع الفضائيات الدينية وتعزيز القيم لدى الجمهور                                                                    |
| ١٣٨ | جدول (٣٢) يوضح العلاقة بين التعرض لمواقع الفضائيات الدينية وزيادة الغرس الثقافي للقيم لدى الجمهور                                                      |
| ١٣٩ | لبيان الفروق بين عينة الدراسة على وفق متغير الجنس T-test جدول (٣٣) يوضح اختبار ت لفروض الدراسة                                                         |
| ١٤٠ | لإجابات المبحوثين في مدى تأثيرهم ANOVA جدول (٣٤) يوضح اختبار التباين أحادي الاتجاه بالمحتوى الإعلامي المتعلق بالقضية على وفق متغير الفئة العمرية       |
| ١٤٢ | لإجابات عينة الدراسة لفروض ANOVA جدول (٣٥) يوضح اختبار التباين أحادي الاتجاه الدراسة على وفق متغير المستوى التعليمي                                    |
| ١٤٤ | لإجابات عينة الدراسة في فروض ANOVA جدول (٣٦) يوضح اختبار التباين أحادي الاتجاه الدراسة على وفق متغير المهنة والوظيفة                                   |
| ١٤٦ | لإجابات عينة الدراسة في فروض ANOVA جدول (٣٧) يوضح اختبار التباين أحادي الاتجاه الدراسة على وفق متغير الحالة الاجتماعية                                 |

ظ

|     |                                                |
|-----|------------------------------------------------|
| ١٤٧ | جدول (٣٨) اختبار ت لعينة واحدة لفروض الدراس    |
| ١٤٧ | جدول (٣٩) يوضح العلاقة بين فروض الدراسة والجنس |

| ثبت الملاحق |                                                                                                           |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| رقم الصفحة  | الملاحق                                                                                                   |
| ١٧١         | ملحق رقم (١) يبيّن نسبة اتفاق المحكمين على فقرات الاستمارة والمقياس                                       |
| ١٧٢         | ملحق رقم (٢) الاستمارة الاستطلاعية                                                                        |
| ١٧٤         | ملحق رقم (٣) استمارة الاستبيان                                                                            |
| ١٨٣         | ملحق رقم (٤) عدد سكان العراق بحسب التعداد العام للسكان عام ٢٠٢٤                                           |
| ١٨٤         | ملحق رقم (٥) عدد سكان محافظات العراق بحسب المحافظات والاقضية والنواحي وفقاً للتعداد العام للسكان عام ٢٠٢٤ |
| ١٨٥         | ملحق رقم (٦) المؤشرات العامة للأفراد وفقاً للتعداد العام للسكان عام ٢٠٢٤                                  |

# المقدمة

## مقدمة

برزت شبكات التواصل الاجتماعي كقوة اتصالية مهيمنة، كسرت احتكار الوسائل التقليدية للمعلومة وأتاحت فضاءً تفاعلياً يتجاوز ثنائية (المرسل والمستقبل) نحو آفاق التشارك والأنية، وفي ظلّ هذا الانفتاح الرقمي الذي تلاشت معه الحدود الجغرافية تعاضم التحدي الثقافي والاجتماعي إذ أصبحت المجتمعات تواجه سيلاً من المضامين العابرة للقارات التي قد تحمل في طياتها أنماطاً سلوكية وقيمية غريبة عن الهوية الثقافية الأصلية ممّا جعل من قضية القيم وتثبيتها في الوعي المجتمعي قضية أمن ثقافي بامتياز.

ومن هنا كان لزاماً على المؤسسات الإعلامية التقليدية ولا سيما القنوات الفضائية الدينية أن تعيد النظر في استراتيجياتها الاتصالية لتتنقل من شاشات البث الأحادي إلى رحاب المنصات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي وإن هذا التحول الرقمي للقنوات الدينية لم يكن مجرد مواكبة تقنية، بل كان ضرورة استراتيجية للوصول إلى جيل رقمي يقضي جلّ وقته في الفضاء السيبراني وتكمن أهمية هذا الاندماج في طبيعة القيم التي تسعى هذه القنوات لتعزيزها فالمضمون الديني لا يستهدف نقل المعلومة فحسب بل يهدف إلى التأسيس لفلسفة أخلاقية تضبط إيقاع المجتمع.

وبذلك تشكلت علاقة ثلاثية الأبعاد بين "التقنية" بوصفها وسيلة انتشار، و"البرامج الدينية" بوصفها حاملاً للمشروع الفكري، و"القيم" بوصفها المخرج النهائي والهدف الأسمى الذي يحدد هوية المجتمع وتماسكه.

وتكتسب هذه الدراسة أهميتها من خصوصية المجتمع المبحوث إذ تمثل مدينة كربلاء المقدسة مركزاً ثقلاً روحياً واجتماعياً يتميز بمنظومة قيمية عميقة الجذور ممّا يجعل من دراسة دور مواقع القنوات الفضائية الدينية في تعزيز هذه القيم أمراً في غاية الأهمية المنهجية والميدانية. وعلى الرغم من الانتشار الواسع لهذه المواقع وقدرتها على استقطاب شرائح واسعة من جمهور المدينة، إلا أن التساؤل العلمي يظل قائماً حول مدى نجاح هذه المنصات في التحول من الإعلام الوعظي التقليدي إلى إعلام قيمى تفاعلي قادر على غرس القيم الأصيلة وتنميتها في مواجهة التحديات المعاصرة، ومن هذا المنطلق تبلورت مشكلة البحث في محاولة فك الغموض المحيط بطبيعة الدور الذي تؤديه مواقع القنوات الفضائية الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم لدى جمهور مدينة كربلاء، وذلك عبر تساؤل رئيس يتقصى ماهية هذا الدور وتأثيره الفعلي، وما يتفرع عنه من تساؤلات تبحث في عادات المتابعة، والمنصات المفضلة، والمضامين التي تحظى بموثوقية الجمهور، فضلاً عن الدوافع الكامنة وراء هذا التعرض والإشباع المتحققة منه.

ولم يقف البحث عند حدود الوصف الظاهري، بل سعى إلى تحقيق أهداف ترسم خارطة طريق لفهم العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية للجمهور ومستويات تأثرهم بتلك المضامين، مع التركيز على نوعية القيم التي تجد صدًى أكبر في الوعي الكربلائي ولتحقيق هذه الغايات، اعتمد البحث منهجية علمية تتوسل بنظرية الغرس الثقافي لتفسير الظاهرة في سياقها الاتصالي الحديث وتكمن القيمة المضافة لهذا الجهد العلمي في توفير قاعدة بيانات تحليلية تضع أمام القائمين على الإعلام الديني رؤية واضحة حول عادات واتجاهات الجمهور، ممّا يساعد في تعزيز جودة المحتوى الإعلامي وجعله أكثر قدرة على محاكاة احتياجات المجتمع وتعزيز ركائزه القيمية.

وقد انتظم هذا المسعى البحثي في أربعة فصول، بدأت بالإطار المنهجي وتحديد المفاهيم، ثم عرجت على الأسس النظرية للإعلام التلفزيوني المتخصص وتطور الفضائيات الدينية وقيم الجمهور وشبكات التواصل الاجتماعي، وصولاً إلى تحليل العلاقة بين الجمهور وشبكات التواصل الاجتماعي، ليُتّوج البحث بفصل ميداني يختبر الفروض ويستعرض النتائج والتوصيات التي تليق بمكانة هذه المدينة المقدسة وتطلعاتها الثقافية.