

دور برامج المنبر الحسيني التلفزيونية في تشكيل  
اتجاهات الجمهور نحو زيارة الاربعين  
دراسة مسحية على جمهور مدينة الصدر

م.د. كريم عبدالله كريم طاهر البيضاني

دكتوراه اعلام/ وزارة التربية

## المستخلص

تناول البحث (دور برامج المنبر الحسيني التلفزيونية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو زيارة الأربعين) انطلاقاً من تساؤل رئيس وهو: هل تؤدي برامج المنبر الحسينية التلفزيونية دوراً في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو زيارة الأربعين؟ كمشكلة للدراسة، وتم تحديد الهدف بالكشف عن ذلك الدور وفق خطة علمية للبحث. ويقوم هذا البحث أساساً على اختبار الفروض الآتية:

١- الفرض الأول: تسهم برامج المنبر الحسيني التلفزيونية في تشكيل اتجاهات معرفية للجمهور نحو زيارة الأربعين.

٢- الفرض الثاني: تسهم برامج المنبر الحسيني التلفزيونية في تشكيل اتجاهات وجدانية (عاطفية) للجمهور نحو زيارة الأربعين.

٣- الفرض الثالث: تسهم برامج المنبر الحسيني التلفزيونية في تشكيل اتجاهات سلوكية للجمهور نحو زيارة الأربعين.

ويعد البحث من البحوث الوصفية القائمة على المسح لجمهور مدينة الصدر كمجتمع للدراسة بعينة ممثلة لهذا المجتمع بلغت (١٠٠) مفردة وفقاً للعينة متعددة المراحل.

وبعد اجراءات العد والفرز والعمليات الاحصائية توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

١. احتلت المتابعة الدائمة (اليومية) المرتبة الأولى ضمن خيارات المشاهدة لبرامج المنبر الحسيني خلال موسم العزاء لشهري محرم وصفر، تلاه بالمرتبة الثانية خيار المشاهدة المتوسطة (احياناً)، ليشكلاً معاً نسبة (٩٢%).. فيما نال خيار المشاهدة في المنزل غالبية التكرارات حيث وصل الى (٩٨) فيما سجلت الخيارات الاخرى تكرارات منخفضة من (١٤) فنزولاً.

٢. حصل خيار فترة المشاهدة المسائية على اجماع العينة، فيما حلت فئة (البحث الذي يقدمه الخطيب في المحاضرة) اولاً في سؤال ماذا يستهويك من فقرات وأجزاء في برامج المنبر الحسيني بشكل أساس.

٣. في سؤال القنوات المفضلة لمتابعة برامج المنبر الحسيني حلت (قناة الانوار) اولاً بنسبة مرتفعة، تلتها (قناة العقيلة) ثم (قناة كربلاء).

٤. اتفق غالبية الباحثين بأن برامج المنبر الحسيني تسهم في تشكيل المكون المعرفي والعاطفي والسلوكي نحو زيارة الأربعين.. وبذلك ثبتت صحة فروض البحث وتحققت اهدافه التي تشير الى ان برامج المنبر الحسيني تؤدي دوراً في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الحشد الشعبي.

## المقدمة

مع غروب دولة المنع ومحاربة الشعائر الدينية، انطلقت القنوات الفضائية تجوب التخصصات المختلفة لتتنافس على جمهور متعطش ومحروم منذ عقود طويلة من ممارسة حقه في اقامة الطقوس والشعائر التي يؤمن بها وممارستها .

في هذه الاجواء كان للشعائر الدينية الحسينية أهمية خاصة لاسباب عديدة، منها: انها تمثل العمق الشيعي المتوارث على مر الأجيال، وايضا دوريتها السنوية والمدة الطويلة نسبيا التي تغطيها من زمن العام الهجري على مدى شهرين تقريبا، وكذلك الحرمان الطويل من ممارستها سابقا، ولعل الاله هو ما تمثله من مظلومية تثير التعاطف الشديد مع اقترانه بالتربية الاجتماعية منذ الطفولة حتى الكهولة.

فكان طبيعيا أن تظهر قنوات متخصصة بالدين اولا، وبالشعائر التي تتعلق بالامام الحسين وقضيته ثانيا، ومع ظهور تلك القنوات كان لابد لها أن تستعين بالمظهر الأهم المستخدم في احيائها منذ قرون عديدة، وهو المنبر الحسيني وما يقوم عليه من وعظ وخطابة ورتاء.

وبما اننا نتحدث عن قنوات تلفزيونية، فان هذا يعني توظيف المنبر الحسيني بكل تفاصيله تلفزيونيا، الامر الذي يفود الى ان تكون ضمن طابع برامج معين، وهو ما يمكن تسميته ببرامج المنبر الحسيني التلفزيونية.

وعليه باتت برامج المنبر الحسيني التلفزيونية ظاهرة دائمية تقريبا للتواصل مع الجمهور، وهي تزداد كثافة اثناء موسم العزاء الحسيني لشهري محرم وصفر، بالمقابل فان احياء زيارة الاربعة للامام الحسين (ع) والمشاركة في مراسيمها ازدادت بمرور السنوات التي اعقبت سقوط النظام السابق في ٢٠٠٣م، وهناك نوع من التأثير لبرامج المنبر الحسيني في شدة الاقبال على الزيارة لكنه غير مثبت علمياً.

من هذا المنطلق نحاول دراسة دور التلفزيون في تشكيل اتجاهات الجمهور عبر برامج المنبر الحسيني نحو الزيارة الأربعينية.

وقد قسم الباحث دراسته على ثلاثة محاور، خصص الأول للمنهجية العلمية للبحث، فقام باستعراض اهمية البحث ومشكلته وفروضه وأهدافه ونوعه ومنهجه ومجتمعه وعينته، فيما تناول الثاني الاطار النظري بثلاثة مطالب: الاول عن الاتجاهات وتعريفها ومكوناتها، والثاني عن برامج المنبر الحسيني من حيث تعريفها وتصنيفها، وأما الثالث فقد تناول الدراسة الميدانية بثلاثة اقسام: الاول للديمغرافيا، والثاني لانماط التعرض، والثالث لمقياس الاثار المترتبة على التعرض لبرامج المنبر الحسيني حيث تم تقسمة الى ثلاث: آثار معرفية ووجدانية وسلوكية، بعدها قام الباحث بتثبيت النتائج التي توصل اليها.

### المحور الاول: الاطار المنهجي للبحث

#### اهمية البحث

يتناول البحث (دور برامج المنبر الحسيني التلفزيونية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو زيارة الاربعة) موضوعاً جديداً لم يتم تناوله سابقا بهذا التحديد، وأن القضية التي يتم القياس بشأنها هي الأخرى حديثة لم يتسن بعد إخضاعها لهكذا بحث علمي.. هذا فضلاً عما لزيارة الاربعة من اهمية نراها كل عام حيث يشارك في

مراسيمها الملايين على مدار ايام عديدة، يرافقتها اهتمام واسع من قبل الفضائيات التي تبث على مدار الساعة وتخصص مساحة كبيرة من بثها لبرامج المنبر الحسيني.. فالمشاركة المليونية من جهة، والكثافة البرمجية التلفزيونية من جهة ضاعفت اهمية الموضوع الذي نحن بصدد دراسته.

### مشكلة البحث

تكمّن مشكلة البحث بوجود غموض يكتنف الدور الذي تلعبه القنوات التلفزيونية في تشكيل الاتجاهات عن طريق برامج المنبر الحسيني نحو زيارة الاربعةين... اذ لدينا بث مكثف لتلك البرامج يصاحبها تفاعل جماهيري كبير.. ولكن هناك غموض حول مدى اسهامها في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الاربعةينية.. اذن التساؤل الرئيس للمشكلة هو: هل تؤدي برامج المنبر الحسيني للقنوات التلفزيونية دورا في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو زيارة الاربعةين؟.

ويتفرع من التساؤل الرئيس مجموعة اسئلة تمثل مشكلة البحث وهي كالاتي:

١- هل للمتابعة المنتظمة دور في تأثر الجمهور ببرامج المنبر الحسيني نحو زيارة الاربعةين؟

٢- هل تؤدي برامج المنبر الحسيني دوراً في تشكيل اتجاهات معرفية وعاطفية وسلوكية نحو زيارة الاربعةين؟.

٣- ما القنوات التي يفضلها الجمهور في متابعة برامج المنبر الحسيني؟

٤- هل لبرامج المنبر الحسيني دور في مشاركة جمهور مدينة الصدر بزيارة الاربعةين؟

### فروض البحث

الفرض عبارة أو جملة ترتبط بعلاقة متوقعة بين متغيرين أو أكثر يمكن اخضاعها للدراسة والاختبار لبيان مدى مصداقيتها، وغالبا ما يكون على شكل جملة توكيدية احتمالية قابلة للإثبات أو النفي.. ويمكن التوصل إلى النتائج المترتبة عليها منطقيا بالاستناد إلى المقدمات.<sup>(١)</sup>

ويقوم هذا البحث أساسا على اختبار الفروض الآتية:

١- الفرض الأول: تسهم برامج المنبر الحسيني التلفزيونية في تشكيل اتجاهات معرفية للجمهور نحو زيارة الاربعةين.

٢- الفرض الثاني: تسهم برامج المنبر الحسيني التلفزيونية في تشكيل اتجاهات وجدانية (عاطفية) للجمهور نحو زيارة الاربعةين.

٣- الفرض الثالث: تسهم برامج المنبر الحسيني التلفزيونية في تشكيل اتجاهات سلوكية للجمهور نحو زيارة الاربعةين.

### اهداف البحث

بناءً على الاسئلة الممثلة لمشكلة البحث عملت الدراسة على تحقيق الأهداف الآتية:

١- الكشف عن الدور الذي تؤديه برامج المنبر الحسيني للقنوات التلفزيونية في تشكيل اتجاهات الجمهور ازاء زيارة الاربعين.

٢- معرفة طبيعة الاتجاه المتشكل (معرفي وعاطفي وسلوكي) لدى الجمهور عن زيارة الاربعين اعتماداً على ما تقدمه القنوات التلفزيونية.

٣- معرفة أهم الفضائيات التي يعتمد عليها الجمهور في تشكيل اتجاهاته نحو زيارة الاربعين.

٤- الكشف عن أنماط وعادات التعرض لبرامج المنبر الحسيني.

### نوع البحث ومنهجه

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية (التي تهدف إلى جمع المعلومات اللازمة لإعطاء وصف لأبعاد أو متغيرات الظاهرة المدروسة<sup>(٢)</sup>) فالبحوث الوصفية تتناول وصف الوضع الراهن ووصفه، وتحديد العلاقات التي توجد بين الظواهر والاتجاهات، وهو ليس مجرد وصف لما هو ظاهر للعيان بل يتضمن كثيراً من التقصي ومعرفة الأسباب الكامنة وراء الظواهر.. بطريقة كمية (كالنسب المئوية والتكرارات الحسابية) أو وصفية (الشرح والتفسير والتعليق) أو بكتليهما (وهو الغالب)<sup>(٣)</sup>. وقد استخدم الباحث المنهج المسحي في جمع البيانات والمعلومات المطلوبة.

### مجتمع البحث وعينته

مثلت مدينة الصدر مجتمع الدراسة للأفراد الذين بسن (١٨) فأكثر، وتم اختيار عينة ممثلة لهذا المجتمع بلغت (١٠٠) مفردة وفقاً للعينة متعددة المراحل حيث تنقسم مدينة الصدر الى قضائين (الصدر الاولي والصدر الثانية) ومن ثم اختيار اربع محلات ممثلة لكل قضاء بطريقة عشوائية بسيطة، وجرى توزيع العينة البالغة (١٠٠) على تلك المحلات بطريقة حصصية، ومن ثم توزيع كل حصة على المحلة المقصودة بالعشوائية المنتظمة بقسمة الـ(١٠٠) على حصة كل محلة. وكما يتضح من جدول (أ) في ادناه

١٠		حي القدس	محلة ٥١٢	مركز قضاء الصدر / ٢	الصدر الثانية
١٣		حي الصدر	محلة ٥٣٢	ابناء الرافدين	الصدر الثانية
١٤		حي الصدر	محلة ٥٢٨	ابناء الرافدين	الصدر الثانية
٢٠		حي الصدر	محلة ٥٥٠	المنورة	الصدر الثانية
٥٧	٣٦٤١٠٩				
٩		حي الصدر	محلة ٥٣٥	الصديق الاكبر	الصدر الاولي
١١		حي الصدر	محلة ٥٣٩	الصديق الاكبر	الصدر الاولي
١١		حي اشبيلية	محلة ٥١٥	مركز قضاء الصدر / ١	الصدر الاولي
١٢		حي الصدر	محلة ٥٣٩	الصديق الاكبر	الصدر الاولي
٤٣	٢٥٨٧٧٧				

جدول (أ) يبين توزيع عينة البحث على جمهور مدينة الصدر

المحور الثاني: الاطار النظري للبحث  
يضم هذا المحور ثلاثة مطالب وكالاتي:

المطلب الاول: برامج المنبر الحسيني:

تمتلك برامج المنبر الحسيني مقومات البرامج التلفزيونية فهي تقدم بمواعيد ثابتة ولمدة شهرين كاملين من كل عام ولها مقدمة وخاتمة (خارج زمن الخطبة) مع عرض لاسماء كادر البرنامج (الايخراج والتصوير والبيت).

ونستطيع ان نضع تصنيفا عاما لتلك البرامج نجد عن طريقه ان برامج المنبر الحسيني هي جزء او فرع من منظومة برامج يمكن ان نطلق عليها تسمية (البرامج الحسينية) التي تتخذ من الامام الحسين (ع) وفاجعة كربلاء مادة رئيسية او فرعية من حيث المضمون اولا: ، ومن حيث الشكل ثانيا:- المضمون: أي برنامج تلفزيوني يقدم خلال موسم العزاء الحسيني او خارجه ويحمل مضمونا حسنيا او ما يتعلق به كتناول سيرة الامام الحسين (ع) او احد اصحابه او اهل بيته او تناول مواضيع ذات صلة بواقعة الطف وشخصياتها وما نتج عنها او ارتبط بها حتى وان تناول مواضيع معاصرة او سابقة لوقوع حادثة الطف الاليمة وسواء كان منبريا ام غير منبري كالخطبة المنبرية والحديث الديني والتحقيق التلفزيوني والبرنامج الوثائقي والروائي والحواري وغيرها من انواع واشكال وقوالب البرامج التلفزيونية وبضمنها ما يطلق عليه (اللطميات والاناشيد ذات الصلة) وسواء كان مقدمو تلك البرامج شخصيات دينية ام غيرها.

- الشكل: أي برنامج يقدم صورة معروفة لدى المتلقين بدلالة تشير للامام الحسين (ع) او عاشوراء وشخصها وافرازاتها حتى يومنا هذا كالمنبر وطقوس العزاء والنياحة وكل ما يتعلق بذلك.

وبناء عليه فان برامج المنبر الحسيني هي فرع من البرامج الحسينية التي هي بدورها فرع من البرامج الدينية العامة.

واستناداً الى ذلك يمكن القول ان برامج المنبر الحسيني تشمل: جميع ما ينقله التلفزيون من خطب دينية في المسجد او الحسينية الى الجمهور ولكنها تتحدد بشكل دقيق بما ينقله التلفزيون من خطب منبرية وقعت او تقع خلال موسم العزاء الحسيني في شهري محرم وصفر من كل عام.

وعليه لا يمكن عد ما ينقل من خطب خارج هذين الشهرين ببرامج منبر الحسينية بل هي برامج حسينية فقط، كما انها تبقى مجرد خطب دينية ولا تكتسب صفة البرامج التلفزيونية اذا لم تنقل الى جمهورها عبر شاشة التلفزيون.

كذلك لا يمكن عد البرامج التلفزيونية المتعلقة بالقضية الحسينية ببرامج منبر الحسيني اذا قدمت بشكل اخر كما اسلفنا.

اذن فالمقصود ببرامج المنبر الحسيني: هي تلك البرامج التلفزيونية التي تنتقل للمشاهد خطبة الواعظ الحسيني من مكانها الحقيقي في المسجد او الحسينية وبحضور جمهورها المعتاد في ايام العزاء الحسيني المعروفة بشهري محرم وصفر من كل عام هجري.

أي نقل ذات الطقوس المتعلقة بالمنبر الحسيني (الخطبة امام الجمهور تحديدا) بتفاصيلها الكاملة عبر التلفزيون دون تدخل يذكر سوى علم الخطيب انه يتوجه الى جمهور اوسع من الذي امامه يجلس خلف شاشات التلفزيون وببث مباشر .

لقد تحول المنبر هنا من وسيلة اتصال بدائية الى مرسل بوسيلة اتصال حديثة ومؤثرة هي التلفزيون.

أي اننا امام وسيلتي اتصال جمعي<sup>(٥)</sup> (المنبر) وجماهيري<sup>(٦)</sup> (التلفزيون)، اتحدتا معا لتقدم صورة مزوجة اتصالية مؤثرة تستند الى حدث مؤثر ومتكرر في موسم العزاء الحسيني السنوي.

ان ما تفعله برامج المنبر الحسيني ببساطة هو مجرد نقل نمط من الخطابة والعزاء الخاص الذي تفرع عن الخطابة العامة الى المشاهدين مع ممارسة بعض الفنون التلفزيونية.<sup>(٧)</sup>

أي ان المنبر هو المنبر والخطبة هي الخطبة والخطيب هو الخطيب وجمهورهم هو ذات الجمهور غير ان الجديد هو دخول ذلك كله عصرا آخر هو عصر التلفزيون الفضائي والنقل المباشر عبر الاقمار الصناعية الى جمهور واسع ومختلف وفي مناطق شتى من الارض.

وتتمثل تلك التجربة في النقل المباشر (الحي) للمحاضرات الدينية في مناسبات عدة من السنة<sup>(٨)</sup> اهمها محاضرات العزاء الحسيني لمدة تزيد عن السنتين يوماً .

ومع ان هناك برامج مشابهة تبث خلال شهر رمضان ومناسبات اخرى متفرقة على مدار السنة الا انها لا تكتسب صفة (برامج المنبر الحسيني) الا من حيث الشكل ( منبر وخطيب، واحيانا نفس الخطيب<sup>(٩)</sup>، ومسجد او حسينية، وجمهور، ونقل مباشر) وبعض المضمون ( مقدمة ومواعظ دينية وخاتمة مؤثرة)، وتختلف معها في انها لا تأتي كخطبة عزاء محددة بواقعة عاشوراء (خلال محرم وصفر) ولا تستلزم ذات المضمون الخاص بالواقعة او الديكور والاكسسوار المرتبط بها كأرتداء الخطيب زيا اسوداً او تجنب ارتداء الوان زاهية تعبر عن الفرح<sup>(١٠)</sup>.

ويمكن تصنيف برامج المنبر الحسيني فرعاً من البرامج الحسينية (من حيث الشكل والمضمون والنوع) ضمن البرامج الدينية تحت عنوان (الشعائر) حيث يأتي شكلها كبرامج تنقل شعائر دينية هي الشعائر الحسينية ومنها المنبر الحسيني، مثلها في ذلك مثل الشعائر الدينية الاخرى كشعائر الحج وولادة الرسول الاعظم (ص) والسيد المسيح (ع)، ولا يحتاج المشاهد الى جهد كبير كي يعرف ان ما يراه من شكل هو ديني اولا وحسيني ثانيا.

ويصنف الدكتور عبد النبي خزعل برامج المنبر الحسيني (للدكتور احمد الوائلي) ضمن برامج الحديث التلفزيوني الى جانب برنامج شهادة حرة الذي قدمه حسن العلوي عبر فضائية الحرة-عراق، وكذلك برنامج الراحل محمد حسنين هيكل المقدم عبر فضائية الجزيرة.<sup>(١١)</sup>

والباحث يجد صعوبة في اعتبار برامج المنبر الحسيني برامج حديث تلفزيوني الى جانب برامج الاحاديث التي اشار اليها الدكتور عبد النبي، فلا يمكن ان يكون برنامج هيكل كبرنامج الفالي او المهاجر لاسباب عديدة اهمها وجود جمهور متفاعل ومشارك في البرنامج وهو بخلاف الحديث التلفزيوني الذي يظهر فيه المتحدث بمفرده ويتناول موضوعا محددا حسب اختصاصه، او يتحدث عن سيرة حياته وذكرياته، اما برامج المنبر الحسيني (وان كانت تأتي ضمن قالب الشعائر في البرامج الدينية) الا ان لها خصوصية تعلقها بمناسبة سنوية متكررة واجواء عزاء حزينة، أي انها جزء من طقوس متوارثة دخلت التلفزيون مؤخرا كما سبق ودخلت الى الراديو او الصحافة، أي انها لم تصمم للتلفزيون بل انها موجودة قبل التلفزيون وتم توظيف التلفزيون لنقلها كما هي.

### المطلب الثاني: الاتجاهات

تعد الاتجاهات من نواتج عملية التنشئة الاجتماعية، اذ يتكون لدى كل فرد وهو ينمو اتجاهات نحو الأفراد والجماعات والمؤسسات والمواقف والموضوعات الاجتماعية، ومن أمثلة الموضوعات التي كون أغلبنا اتجاهات نحوها موضوعات مثل الزواج من امرأة عاملة، الوظيفة الحكومية، الاجانب، الوحدة العربية... الخ، ومصطلح (الاتجاهات) ترجمة عربية لمصطلح (Attitudes) في اللغة الانجليزية، وكان الفيلسوف الانجليزي (هربرت سبنسر Spencer) أول من استخدمه عام ١٨٦٢م في كتابه المسمى (المبادئ الأولى).<sup>(١٢)</sup>

ويعني الاتجاه أصلا وضعاً معيناً يتخذه الجسم للقيام بفعل معين، إلا أن معناه اخذ يتسع شيئاً فشيئاً لكي يغطي جميع أنواع الاستعدادات التي تتخذ للقيام بأفعال سواء كانت هذه الاتجاهات ظاهرة، أو نفسية كامنة.<sup>(١٣)</sup>

وهناك معان مختلفة للاتجاه النفسي، تكشف عنها التعريفات المتعددة التي قدمها كثير من الباحثين في علم النفس الاجتماعي. والواقع أن تعدد هذه التعريفات يمكن أن يعين على الفهم الأفضل للمقصود بهذا المفهوم، وما يرتبط به من متغيرات هامة، مع ذلك يمكن تصنيف هذه التعريفات إلى فئتين:

الفئة الأولى من التعريفات تشير إلى أن الاتجاه النفسي مفهوم بسيط، أحادي البعد، بمعنى أنه لا يشير إلى أكثر من مجرد الجانب الوجداني، أو التقويمي (بالحب أو الكراهية) الذي يتبناه الفرد تجاه الأشخاص أو الموضوعات أو الأشياء المختلفة.<sup>(١٤)</sup>



أما الفئة الثانية من التعريفات التي يتبناها معظم الباحثين في علم النفس الاجتماعي، فتؤكد أن الاتجاه النفسي مفهوم مركب، وأنه لا يعني مشاعر الفرد أو حكمه التقويمي للأشياء فحسب، بل يتضمن فضلاً عن ذلك، مكونين آخرين هما: المكون المعرفي، الذي يشير إلى أفكار ومعتقدات الشخص عن موضوع الاتجاه، والمكون السلوكي، الذي يشير إلى ميل الشخص أو استعداده للاستجابة نحو موضوع الاتجاه، أي نواياه أو مقاصده السلوكية، أو ما يقرر الفرد أنه سوف يفعله أو يقوم به نحو موضوع الاتجاه. (١٥)

ويمكن تعريف الاتجاه حسب رأي الباحث بأنه: استعداد مكتسب بالتعلم والخبرة ينظم المشاعر والمعارف والسلوك نحو موضوع معين بشكل متدرج بين الرفض والقبول والحياد وله ثبات نسبي.

### مكونات الاتجاه

يتكون الاتجاه من محتويات عقلية وأخرى عاطفية وهي متداخلة ويقوي بعضها بعضاً، وللاتجاه ارتباط بالسلوك تختلف درجاته، وبعض درجات الاتجاه تدفع الفرد إلى الفعل تعبيراً عن الاتجاه الذي عنده. (١٦)

عليه تصنف دراسات علم النفس الاجتماعي حول موضوع الاتجاهات النفسية، مكونات هذه الأخيرة إلى ثلاثة عناصر أساسية هي:

#### ١- المكون العاطفي الانفعالي:

يشير هذا المكون إلى أسلوب شعوري عام يؤثر في استجابة قبول الاتجاه أو رفضه، ويتألف هذا المكون من مجموعة العواطف والمشاعر التي تظهر لدى صاحب الاتجاه في تعامله مع موضوع الاتجاه، أنها تظهر في حبه ذلك الموضوع من درجة ما، أو نفوره منه من درجة ما كذلك. (١٧)

ويتضمن المكون العاطفي أو الوجداني في الاتجاه النفسي، مجموع المشاعر والانفعالات التي يحملها الفرد نحو موضوع معين، مثل الحب والكرهية والحقد والتسامح والود والخوف والاستئناس وهكذا.. (١٨)

#### ٢- المكون العقلي المعرفي:

ويتضمن المعلومات والحقائق الموضوعية المتوافرة لدى الفرد عن موضوع الاتجاه. فإذا كان الاتجاه في جوهره عملية تفضيل موضوع على آخر فإن هذه العملية تتطلب عادة بعض العمليات العقلية كما للتمييز والفهم والاستدلال والحكم. (١٩)

ويبني كثير من الأفراد اتجاهاتهم بناء على ما يتوافر لديهم من معلومات، لاسيما في وقتنا الحالي الذي انتشرت فيه وسائل الاعلام بشكل كبير وملأت حياتنا الاجتماعية. فاتجاهاتنا مثلا نحو حماية البيئة ومقاومة الاحتباس الحراري والحد من تفكك الغطاء النباتي وما يسببه من أمراض للإنسان، كان مصدره في المقام الأول المعلومات التي تبثها وسائل الاعلام. النتيجة أن الاتجاه النفسي له تصور معرفي في ذهن الفرد قبل التعبير عنه سلوكيا. (٢٠)

### ٣- المكون النزوعي (السلوكي):

و يتمثل هذا الجانب في أساليب الفرد السلوكية ازاء المثير سواء كانت ايجابية أم سلبية. (٢١)

ويتضمن المكون السلوكي شقين: المقاصد السلوكية والسلوك الفعلي لذلك يحبذ بعض المتخصصين في الجوانب النفسية تسمية هذا المكون بالاستعداد للقيام بالفعل، وأن نوايا الأشخاص لأداء سلوك محدد تمثل هذا المكون وهذه النوايا يمكن قياسها عن طريق ما يظهر الشخص من عزم أو تأدية سلوكيات مختلفة نحو موضوع معين أو من الملاحظات أو الاستجابات اللفظية للاستبيانات. (٢٢)

### المطلب الثالث: زيارة الاربعين

زيارة او مسيرة الأربعين عنوان يطلق على تظاهرة ينطلق خلالها الملايين باتجاه كربلاء لزيارة الامام الحسين بن علي بن أبي طالب (ع) في العشرين من صفر من كل عام حيث يتقاطر المؤمنون من شتى المدن والقرى العراقية تشاركهم في ذلك الوفود الكثيرة من أتباع مدرسة أهل البيت من شتى البلدان كإيران والبحرين والكويت ولبنان وباكستان و...، ويعد أكبر تجمع بشري سنوي وأضخم مسيرة راجلة في العالم. (٢٣)

### المحور الثالث: الجانب التطبيقي

ويضم ثلاثة اقسام:

#### القسم الاول: بيانات عامة

١- جنس المبحوثين: توزع المبحوثون المشاركون في البحث ضمن العينة المختارة من مدينة الصدر بحسب متغير النوع (الجنس) إلى (٦٠) مبحوثاً من الذكور بلغت نسبتهم (٦٠%) مثلوا الجزء الأكبر من عينة البحث مقابل (٤٠) مبحوثة من الإناث نسبتهم (٤٠%). كما في جدول رقم (١) أدناه

الجنس	التكرار	النسبة المئوية %
ذكر	٦٠	%٦٠
أنثى	٤٠	%٤٠
المجموع	١٠٠	%١٠٠

جدول (١) المبحوثون بحسب متغير الجنس (النوع)

٢- الفئات العمرية للمبحوثين: توزعت الفئات العمرية للمشاركين في البحث بين مستويات عدة على وفق الآتي:

أ- مستوى (من ١٨ - ٣٠) عاماً: (٣٠) مبحوثاً نسبتهم (٣٠%).

ب- مستوى (من ٣١ - ٤٠) عاماً: (٢٧) مبحوثاً نسبتهم (٢٧%).

ت- مستوى (من ٤١ - ٥٠) عاماً: (٢٢) مبحوثاً نسبتهم (٢٢%).

ث- مستوى (من ٥١ - ٦٠) عاماً: (١٣) مبحوثاً نسبتهم (١٣%).

ج- مستوى (من ٦١ عاماً فأكثر): (٨) مبحوثاً نسبتهم (٨%). ينظر جدول (٢) ادناه.

المستويات العمرية	التكرار	النسبة المئوية %
من (١٨ - ٣٠) عاماً	٣٠	%٣٠
من (٣١ - ٤٠) عاماً	٢٧	%٢٧
من (٤١ - ٥٠) عاماً	٢٢	%٢٢
من (٥١ - ٦٠) عاماً	١٣	%١٣
من (٦١ فأكثر) عاماً	٨	%٨
المجموع	١٠٠	%١٠٠

جدول (٢) المبحوثون بحسب فئاتهم العمرية

٣- متغير المستوى التعليمي: توزعت مستويات التحصيل التعليمي (الدراسي) للمشاركين في البحث بين درجات ومستويات عدة على وفق الآتي :

أ- شهادة الإعدادية: جاءت هذه الفئة بالمرتبة الاولى إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين على الشهادة الإعدادية (٢٣) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٢٣%).

ب- شهادة البكالوريوس: حلت بالمرتبة الثانية إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين على الشهادة الجامعية (٢٠) مبحوثاً وبنسبة (٢٠%).

ت-شهادة المتوسطة: جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين على هذه الشهادة (١٨) مبحوثاً نسبتهم (١٨%).

ث-شهادة الابتدائية: جاءت هذه الفئة بالمرتبة الرابعة إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين على الشهادة الابتدائية (١٤) مبحوثاً ونسبة (١٤%).

ج-يقرأ ويكتب (لم يكمل الشهادة الابتدائية): بلغ عدد المشاركين في البحث من هذه الفئة (١٢) مبحوثاً بلغت نسبتهم (١٢%) فحلت خامساً.

ح-شهادة الدبلوم (خريج معهد): جاءت هذه الفئة سادساً إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من خريجي المعاهد (٩) مبحوثاً بنسبة (٩%).

خ-شهادة عليا (دبلوم عالي، ماجستير، دكتوراه): حلت سابعا وبلغ عدد المشاركين منهم في البحث (٤) مبحوثاً نسبتهم (٤%). كما في جدول ٣ أدناه.

التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية%
شهادة الإعدادية	٢٣	٢٣%
بكالوريوس	٢٠	٢٠%
شهادة المتوسطة	١٨	١٨%
شهادة الابتدائية	١٤	١٤%
يقرأ ويكتب (لم يكمل الدراسة الابتدائية)	١٢	١٢%
شهادة الدبلوم (خريج معهد)	٩	٩%
شهادة عليا (دبلوم عالي، ماجستير، دكتوراه)	٤	٤%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

جدول (٣) المبحوثون بحسب متغير التحصيل أو المستوى التعليمي

٤-متغير المهنة: توزعت وظائف ومهن واعمال المشاركين في البحث كالاتي:

أ - الموظفون: بلغ عدد المبحوثين المشاركين في البحث من الموظفين (٣١) مبحوثاً، وهم الفئة الأولى والأكبر ضمن عينة البحث ونسبة شكلت (٣١%).

ب- ربات البيوت: بلغ عدد المبحوثات المشاركات في البحث من ربات البيوت (١٩) مبحوثاً، مثلن الفئة الثانية من حيث العدد وبلغت نسبتهن (١٩%).

ت- المتقاعدون: بلغ عدد المتقاعدين المشاركين في البحث (١٧) مبحوثاً، مثلوا الفئة الثالثة ضمن عينة البحث ونسبة شكلت (١٧%).

ث- الطلبة: بلغ عدد المبحوثين من الطلبة المشاركين في البحث (١٢) مبحوثاً، مثلوا الفئة الرابعة وبلغت نسبتهم (١٢%).

ج- الكسبة: بلغ عددهم في البحث (١٢) مبحوثاً، مثلوا الفئة الخامسة وشكلت نسبتهم (١٢%) وقد شملت عدداً من الأعمال والمهن مثل (سائق، حداد، نجار، صاحب محل، حلاق، تاجر، عامل).

ح- غير العاملين (عاطل وعاجز): بلغ عدد المبحوثين المشاركين في البحث من الذين لا يعملون (٩) مبحوثين، مثلوا الفئة السادسة ضمن عينة البحث وبنسبة (٩%). كما موضح في جدول (٤) أدناه.

المهنة أو العمل	التكرار	النسبة المئوية %
موظف	٣١	٣١%
ربة بيت	١٩	١٩%
متقاعد	١٧	١٧%
طالب	١٢	١٢%
كاسب	١٢	١٢%
لا يعمل	٩	٩%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

جدول (٤) المبحوثون حسب متغير الوظيفة (المهنة) أو الأعمال

### القسم الثاني: حجم وشدة وأنماط التعرض لبرامج المنبر الحسيني

أولاً: حول نمط مشاهدة المبحوثين لبرامج المنبر الحسيني خلال موسم الغزاء (محرم وصفر):

١. دائماً (أشاهدها يومياً): أكثر من نصف عينة المبحوثين يواظبون على المشاهدة اليومية بعدد ونسبة (٥٨)، وإذا اضفنا لهم الفئة التالية (أحياناً) يكون العدد والنسبة عند (٩٢) وهي نسبة مشاهدة مرتفعة، مع الأخذ بالاعتبار ان الفئة الاخيرة (نادراً) لا تعني عدم المشاهدة بل المشاهدة القليلة.

٢. أحياناً (أشاهدها بين يوم وآخر): وهؤلاء هم متوسطو المشاهدة وبلغ عددهم ونسبتهم (٣٤) من حجم العينة الكلي البالغ ١٠٠ مبحوث.

٣. نادراً (حسب الظروف وأوقات الفراغ): بلغ عدد المبحوثين ضمن هذا الخيار (٨ فقط) وهم قليلو المشاهدة. وكما يتضح من الجدول التالي :

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	٥٨	%٥٨
أحياناً	٣٤	%٣٤
نادراً	٨	%٨
المجموع	١٠٠	%١٠٠

جدول (٥) نمط مشاهدة جمهور البحث لبرامج المنبر الحسيني

ثانياً: حول مدة مشاهدة جمهور البحث لبرامج المنبر الحسيني في القنوات الفضائية في اليوم الواحد على وجه التقريب:

١. أقل من ساعة: هذا الخيار يؤشر على نسبة المشاهدة اليومية بمعدل أقل من ساعة، وهناك (٣٤) مبحوثاً يتعرضون لبرامج المنبر الحسيني بهذا المعدل، أي بمقدار القسم الأكبر من محاضرة دينية أو القصائد التراثية بعد المحاضرة أو قسم من هذه وتلك.
٢. ساعة: معروف أن المحاضرات الدينية هي في الغالب بمقدار ساعة، فالمبحوث هنا يشير إلى تلك الحقيقة أو لعله يقصد بشكل منقطع وتقريبي، وبلغ عدد المبحوثين نحو الثلث من عينة البحث بـ(٣٣).
٣. ساعتان: يشير هذا الخيار إلى التعرض أو المشاهدة المتوسطة، وبلغ من يشاهدون بهذه الطريقة (٢٢) مبحوثاً.
٤. ثلاث ساعات فأكثر: بلغ عدد المشاهدين ضمن هذه الفئة (١١) مبحوثاً، وهم كثيرون المشاهدة، فهؤلاء يتعرضون إلى البرامج الحسينية مدة طويلة يومياً، وهؤلاء أيضاً هم من الذين يشاهدون برامج المنبر الحسيني ضمن خيار (دائماً) من السؤال السابق.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	٣٤	%٣٤
ساعة	٣٣	%٣٣
ساعتان	٢٢	%٢٢
ثلاث ساعات فأكثر	١١	%١١
المجموع	١٠٠	%١٠٠

جدول (٦) مدة المشاهدة لبرامج المنبر الحسيني

ثالثاً: حول مكان مشاهدة برامج المنبر الحسيني للمبحوثين (يسمح للمبحوث اختيار أكثر من بديل)

١. في المنزل: يشير عدد التكرارات لهذا الخيار البالغ (٩٨) الى ان (٢) فقط من العينة لا يشاهدون برامج المنبر الحسيني في المنزل، بمعنى ان المنزل هو المكان الرئيس لمشاهدتها.
  ٢. في منزل الأقارب: هذا الخيار والخيارات التالية تأتي مرافقة للخيار الاول (في المنزل) بمعنى ان المبحوث يشاهد في المنزل اساساً وهناك من يشاهد في المنزل وفي مكان اخر، وبلغ عدد المشاهدين في منازل الاصدقاء (١٤).
  ٣. في منزل الأصدقاء : بلغ عدد التكرارات (١٣) بنسبة (٩%).
  ٤. في الأماكن العامة: بلغ عدد التكرارات (١١) بنسبة (٧,٦%).
  ٥. في مكان العمل: بلغ عدد التكرارات (٩) بنسبة (٦,٢%).
- اذا تمعنا ما سبق فان هناك (٥٣) مبحوثاً يشاهدون برامج المنبر الحسيني في المنزل فقط، هذا اذا سلمنا ان من يشاهدون ضمن الخيارات الاخرى هم بمعزل عن غيرهم، بمعنى ان الـ(١٤) في خيار (في منزل الاقارب) هم غير الـ(١٣) في خيار (في منزل الاصدقاء)...وهكذا. والا فان عدد من يشاهد في البيت ستكون اعلى من ذلك بكثير. وكما يتضح من الجدول في ادناه.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
في المنزل	٩٨	%٦٧,٦
في منزل الأقارب	١٤	%٩,٦
في منزل الأصدقاء	١٣	%٩
في الأماكن العامة	١١	%٧,٦
في مكان العمل	٩	%٦,٢
المجموع	(٢٤)١٤٥	%١٠٠

جدول (٧) مكان مشاهدة لبرامج المنبر الحسيني

٤: حول وجود أيام مفضلة لمشاهدة برامج المنبر الحسيني خلال موسم العزاء (محرم وصفر):

١. نعم: (٦٥) من المبحوثين نسبتهم (٦٥%) لديهم ايام معينة خلال موسم العزاء لمشاهدة برامج المنبر الحسيني، والسؤال التالي يتقصى تلك الايام.

٢. لا: (٣٥) مبحثاً نسبتهم (٣٥%) ليس لديهم ايام مفضلة، بمعنى انهم لا يتقصدون اياما بعينها لمتابعة تلك البرامج.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٦٥	%٦٥
لا	٣٥	%٣٥
المجموع	١٠٠	%١٠٠

جدول (٨) خيار المشاهدة وعدمها لايام محددة

❖ الايام المفضلة للمبجوثين الذين اجابوا بـ(نعم) ..

١. العشرة الاولى من محرم: تشير خيارات المبجوثين لهذه الفئة والفئة التالية ان الـ(٦٥) مبحثاً جميعهم الذين اختاروا (نعم) من السؤال السابق يشاهدون برامج المنبر الحسيني في العشرة الاولى من محرم الحرام والعشرة الثانية ايضاً. بمعنى انهم يواكبون الاستعدادات ليوم عاشوراء ويستمررون في العشرة الثانية لمتابعة احداث السبي والعزاء.

٢. العشرة الثانية من محرم: بلغ عدد المبجوثين ونسبتهم كما اشرنا (٦٥).

٣. ٢١ محرم إلى ١٠ صفر: تشير نتائج هذه الفئة الى انخفاض حجم المتابعة ليصل الى (٣٨) بعد ان كان (٦٥).

٤. العشرة التي قبل يوم الاربعين: ضمن هذه المدة يعود عدد المشاهدين من المبجوثين ليكتمل مجدداً عند الرقم (٦٥). وهي المدة التي تأخذ بالتصاعد نحو زيارة الاربعين والحث على المشاركة فيها.

٥. العشرة الاخيرة من صفر(بعد الاربعين): ثم تعود لتتباطأ بعد الاربعين الى (٣٣). وكما يتضح من الجدول في ادناه:



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
العشرة الاولى من محرم	٦٥	%٢٤,٤
العشرة الثانية من محرم	٦٥	%٢٤,٤
٢١ محرم إلى ١٠ صفر	٣٨	%١٤,٤
العشرة التي قبل يوم الاربعين	٦٥	%٢٤,٤
العشرة الاخيرة من صفر(بعد الاربعين)	٣٣	%١٢,٤
المجموع	(٢٥)٢٦٦	%١٠٠

جدول (٩) خيار المشاهدة لايام معينة

٥: برامج المنبر الحسيني التي يفضلها جمهور البحث أكثر من غيرها  
برامج المنبر الحسيني المسائية (المباشرة): العينة باكملها تشاهد برامج المنبر الحسيني المسائية التي تبث عبر الاقمار الصناعية بشكل مباشر.

١. برامج المنبر الحسيني المسائية (المعادة): هناك (٢٨) مبحوثا نسبتهم (١٩%) يشاهدون اضافة الى المسائية المباشرة البرامج المعادة في المساء ايضا، وتشمل هذه المحاضرات والقصائد الملحنة (اللطميات) المسجلة ضمن الموسم نفسه او ضمن مواسم سابقة، وقد تكون لاشخاص رحلوا عن عالم الدنيا كالشيخ الوائلي رحمه الله تعالى.

٢. برامج المنبر الحسيني المعادة في النهار: هناك (١٩) مبحوثا نسبتهم (١٣%) يشاهدون البرامج الحسينية المعادة في النهار، وتشمل ما يعاد من الليلة السابقة او ضمن الموسم الحالي او مواسم عزاء سابقة. وكما يتضح من الجدول التالي.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
برامج المنبر الحسيني المسائية (المباشرة)	١٠٠	%٦٨
برامج المنبر الحسيني المسائية (المعادة)	٢٨	%١٩
برامج المنبر الحسيني المعادة في النهار	١٩	%١٣
المجموع	١٤٧	%١٠٠

جدول (١٠) خيار المشاهدة خلال اليوم

٦: حول الفقرات والأجزاء التي يفضلها المبحوثون في برامج المنبر الحسيني (يسمح السؤال اختيار أكثر من بديل):

١. البحث الذي يقدمه الخطيب في المحاضرة: جاءت اولاً بـ (٩٢) تكراراً ونسبة (٣٥,٨%)، وهذا يعني ان غالبية الجمهور تميل (إذا تذكرنا ان عينة هذا البحث هي ١٠٠) الى ما يطرحه المحاضر من موضوع جديد يتناول حجج وبراهين يبينها بطريقته وقد تمس حياة الجمهور الحالية.
٢. اللطمية التي تُقدم بعد المحاضرات: يبدو ان القصائد الملحنة (اللطمية) تأخذ نسبة مرتفعة من اهتمام الجمهور ايام العزاء، لهذا حلت ثانياً بـ (٦٨) بنسبة (٢٦,٤%).
٣. المقدمة (النعي والآية): حلت ثالثاً بـ (٥٧) تكراراً بلغت نسبتها (٢٢,٢%).
٤. الخاتمة بما تضمه من ذكر مصيبة معينة مع النعي: جاءت رابعاً بـ (٤٠) تكراراً ونسبة (١٥,٦%). كما موضح في الجدول التالي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
البحث الذي يقدمه الخطيب في المحاضرة	٩٢	٣٥,٨%
اللطمية التي تُقدم بعد المحاضرات	٦٨	٢٦,٤%
المقدمة (النعي والآية)	٥٧	٢٢,٢%
الخاتمة بما تضمه من ذكر مصيبة معينة مع النعي	٤٠	١٥,٦%
المجموع	٢٥٧	١٠٠%

جدول (١١) خيارات المبحوثين لاقسام البرنامج الحسيني

٧: حول القنوات الفضائية التي يحرص المبحوثين على متابعة برامج المنبر الحسيني عبرها (يتيح السؤال ذكر اكثر من قناة مع ترتيبها وفقاً لدرجة أهميتها وتفضيلها):

- جاء ترتيب القنوات التي يتابع جمهور البحث برامج المنبر الحسيني عبرها كالاتي:
- ١- قناة الانوار: حصلت على (٨٨) تكراراً بنسبة (١٨,٩%)<sup>(٢٣)</sup> بمعنى ان غالبية المبحوثين (وبالتالي الجمهور بشكل عام) يتابعون برامج المنبر الحسيني عبر قناة الانوار.
  - ٢- العقيلة: جاءت قريبة من قناة الانوار وبفارق ثلاثة تكرارات فقط فسجلت (٨٥) تكراراً نسبتها (١٨,٢%).
  - ٣- كربلاء: حلت ثالثاً بـ (٥٣) تكراراً ونسبة (١١,٤%) من المجموع الكلي لكل القنوات.
  - ٤- الانوار ٢، والمعارف: حصل كل منهما على (٣٩) تكراراً، وبلغت النسبة لكل واحدة منهما (٨,٣%) من المجموع الكلي.
  - ٥- الاوحد، الكوثر، المهدي: بلغ تكرار كل واحدة (٢٠) والنسبة لكل واحدة (٤,٣%).

- ٦- الشعائر، الغدير: بلغ التكرار لكل واحدة (١٨) والنسبة (٣,٨%).
- ٧- الزهراء: حصلت على (١٥) تكرارا بلغت نسبتها (٣,٢%).
- ٨- الحجة، النبراس: نالت كل واحدة (١٤) تكرارا ونسبة (٣%).
- ٩- حصلت القنوات المتبقية على اقل من (٢%) من نسبة التكرارات الكلية، وكما يتضح من الجدول في ادناه

القناة	التكرار	النسبة المئوية
الاتوار	٨٨	%١٨,٩
العقيلة	٨٥	%١٨,٢
كربلاء	٥٣	%١١,٤
الاتوار ٢	٣٩	%٨,٣
المعارف	٣٩	%٨,٣
الاوحد	٢٠	%٤,٣
الكوثر	٢٠	%٤,٣
المهدي	٢٠	%٤,٣
الشعائر	١٨	%٣,٨
الغدير	١٨	%٣,٨
الزهراء	١٥	%٣,٢
الحجة	١٤	%٣
النبراس	١٤	%٣
الاهواز	٩	%١,٩
الامام الحسين	٨	%١,٧
الفرات	٣	%٠,٦
العراقية	٢	%٠,٤
المجموع	٤٦٥ <sup>(٢٧)</sup>	%١٠٠

جدول (١٢) خيارات المبحوثين لأقسام البرنامج الحسيني

القسم الثالث: مقياس الآثار الناتجة عن التعرض لبرامج المنبر الحسيني

جاءت نتائج خيارات المبحوثين حول عبارات مقياس الآثار المترتبة على متابعة برامج المنبر الحسيني كالآتي:  
١. الآثار المعرفية

اظهرت خيارات المبحوثين بأنهم يميلون لصالح المكون المعرفي، بمعنى ان المبحوثين يتفقون مع كون برامج المنبر الحسيني تسهم في تشكيل المكون المعرفي لديهم وفقاً للآتي:

١- اتفق غالبية المبحوثين على ان (ما تقدمه برامج المنبر الحسيني تسهم في توعيتي بضرورة المشاركة في زيارة الاربعين)، حيث بلغ عدد المؤيدين لتلك العبارة (٧٠ مبحوثاً) نسبتهم (٧٠%)، فيما لم يعارضها سوى مبحوثين فقط، وبلغ عدد المحايدون (٢٨) تشكل نسبتهم (٢٨%) وهذا العدد كما هو معروف احصائياً يميل لصالح التأييد، اي ان هناك نسبة اتفاق مرتفعة حول هذه العبارة.

٢- ولاختبار صدق المبحوثين وضع الباحث عبارة سلبية تنفي ما تذهب اليه بقية العبارات الايجابية، واثبتت خيارات المبحوثين بخصوصها درجة عالية من الفهم والصدق، حيث رفض (٧٦ مبحوثاً) العبارة الثانية التي تنص: (لا تسهم برامج المنبر الحسيني في تزويدي بمعلومات كافية نحو زيارة الاربعين) فيما ايدها (٧) منهم فقط، والتزم الحياد (١٧ مبحوثاً)، اي ان اتجاه المبحوثين يتجه نحو المعارضة، والمعارضة هنا تعني التأييد لما هو عكس العبارة بمعنى ان برامج المنبر الحسيني تسهم بتزويد الجمهور بالمعلومات حول زيارة الاربعين.

٣- اتفق (٨١ مبحوثاً) على ان (برامج المنبر الحسيني تسهم في تعديل بعض تصوراتي السابقة بشأن زيارة الاربعين)، وعارضها مبحوث واحد فقط، فيما التزم (١٨ مبحوثاً) الحياد، بمعنى ان اجابات المبحوثين تتجه نحو التأييد وهذا يقود الى ان برامج المنبر الحسيني تزود الجمهور بالمعرفة حول زيارة الاربعين التي تؤدي بالتالي الى تعديل في تصوراتهم حولها.

٤- حصلت فقرة (تسهم برامج المنبر الحسيني في كل الحالات في إحاطتي بالمعلومات والآراء بشأن زيارة الاربعين) على اتفاق عال من المبحوثين بلغ (٩٦)، وهو ما يؤكد بالتالي الجانب المعرفي كمكون اساس من مكونات الاتجاه الثلاثة. وكما في الجدول ادناه

وكخلاصة للآثار المعرفية فان اجابات المبحوثين تؤيد ما ذهب اليه عبارات المقياس بشأنها وهو ما يشير الى تحقق الفرض الاول وثبوت صحته.

ت	العبارة	أويد		محايد		اعراض		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	تكرار	نسبة
١	ما تقدمه برامج المنبر الحسيني تسهم في توعيتي بضرورة المشاركة في زيارة الاربعين	٧٠	%٧٠	٢٨	%٢٨	٢	%٢	١٠٠	%١٠٠
٢	لا تسهم برامج المنبر الحسيني في تزويدي بمعلومات كافية نحو زيارة الاربعين	٧	%٧	١٧	%١٧	٧٦	%٧٦	١٠٠	%١٠٠
٣	برامج المنبر الحسيني تسهم في تعديل بعض تصوراتي السابقة بشأن زيارة الاربعين	٨١	%٨١	١٨	%١٨	١	%١	١٠٠	%١٠٠
٤	تسهم برامج المنبر الحسيني في كل الحالات في إحاطتي بالمعلومات والآراء بشأن زيارة الاربعين	٩٦	%٩٦	٣	%٣	١	%١	١٠٠	%١٠٠

جدول (١٣) خيارات المبحوثين حول الآثار المعرفية

## ٢- الآثار الوجدانية

ايضا اظهرت خيارات المبحوثين هنا ميلا واضحا نحو المكون الوجداني (العاطفي)، وكالاتي:

١- اتفق (٩٥) مبحوثا على ان (برامج المنبر الحسيني زودتني بمشاعر الحب لزيارة الاربعين) ولم يعارضها سوى مبحوث واحد قد يرى انه يحبها دون الحاجة الى ان تدعمه او تزيد حبه قناة فضائية معينة، فيما التزم الحياد (٤) مبحوثين ربما للسبب نفسه.

٢- حصلت العبارة الثانية (المعلومات عن الثواب والعقاب حول زيارة الاربعين تسهم في تكريس مشاعر الاهتمام بزيارة الاربعين) على اعلى تكرار ونسبة ضمن جدول الآثار الوجدانية حيث بلغ عدد المؤيدين لها (٩٧) مبحوثا بنسبة (٩٧%)، بمعنى ان اسلوب الترغيب والترهيب يحظى بدرجة عالية من التأثير في مشاعر الجمهور حول زيارة الاربعين. وعارض هذه العبارة مبحوث واحد فقط والتزم الحياد مبحوثان فقط.

٣- تأتي المعنويات ضمن الجانب الوجداني سواء بارتفاعها او انخفاضها، وايد (٩٤) مبحوثا العبارة الخاصة بشأنها (تسهم برامج المنبر الحسيني بالضرورة في دعم معنوياتي في مساعدة الناس الذين يؤدون زيارة الاربعين) وعارضها كالعبارتين السابقتين مبحوث واحد فقط، فيما كان (٥) مبحوثين على الحياد.

٤- سجلت عبارة (متابعتي لبرامج المنبر الحسيني قللت من ترددي من المشاركة بالزيارة) انخفاضا في واضحا في عدد المؤيدين حيث بلغ (٦٧) وعارضها (٧) ووصل عدد المحايدين (٢٦) مبحوثا.. وقد يعني ذلك ان الجمهور يرفض منطق التردد اساسا وهذا ما تدعمه مواسم الزيارات السابقة عندما كان الزائرون يتعرضون للخطف والقتل لكنهم لم يتخلوا عن المشاركة في الزيارة. وكما يتضح من الجدول التالي

وكخلاصة للآثار الوجدانية فان اجابات المبحوثين تؤيد ما ذهب اليه عبارات المقياس بشأنها وهو ما يشير الى تحقق الفرض الثاني وثبوت صحته.

ت	العبارة	أويد		محايد		اعراض		المجموع
		ت	%	ت	%	ت	%	
١	برامج المنبر الحسيني زودتني بمشاعر الحب لزيارة الاربعة	٩٥	%٩٥	٤	%٤	١	%١	١٠٠
٢	المعلومات عن الثواب والعقاب حول زيارة الاربعة تسهم في تكريس مشاعر الاهتمام بزيارة الاربعة	٩٧	%٩٧	٢	%٢	١	%١	١٠٠
٣	تسهم برامج المنبر الحسيني بالضرورة في دعم معنوياتي في مساعدة الناس الذين يؤدون زيارة الاربعة	٩٤	%٩٤	٥	%٥	١	%١	١٠٠
٤	متابعتي لبرامج المنبر الحسيني قللت من ترددي من المشاركة بالزيارة	٦٧	%٦٧	٢٦	%٢٦	٧	%٧	١٠٠

جدول (١٤) خيارات المبحوثين حول الآثار الوجدانية

### ٣. الآثار السلوكية

حصلت الآثار السلوكية (الرغبة في القيام بفعل معين) على تأييد واضح ايضا، وهي مبنية على الآثار المعرفية والعاطفية، فالفرد يحصل على المعرفة اولا ثم يميل او يحب وقد يكره، ثم يميل للتصرف من هذا المنطلق.. وكما يأتي:

١- حصلت عبارة (تدفعني برامج المنبر الحسيني الى المشاركة في زيارة الاربعة) على تأييد (٧٩) من المبحوثين، ورفضها (٧) منهم، وبلغ عدد المحايدون (١٤) مبحوثا. ويشير الرفض والحياد فيما يشير اليه ان هناك من الجمهور من لديه عوامل اخرى قد تكون اكثر تأثيرا من برامج المنبر الحسيني، او انهم يرفضون ربط مشاركتهم بالزيارة بتلك البرامج فقط.. مع ملاحظة ان المشاركة هنا تعني الاتيان بالزيارة بشكل من الاشكال مثل تأديتها بالسيارة قبل قطع الطرق، او تلمس وسيلة نقل بين مسافة واخرى ضمن مدة القطوعات.

٢- حصلت عبارة (تسهم برامج المنبر الحسيني في دفعي الى الخدمة بالموكب خلال زيارة الاربعة) على موافقة (٧٤) وعارضها (٥) وبلغ المحايدون (٢١)، ولعل ما قيل عن العبارة السابقة ينطبق على هذه العبارة مع فارق انها هنا لا تخص الزيارة بشكل عام وانما الخدمة في الموكب، ومعلوم انه ليس كل الناس يعملون او يقدمون الخدمة في الموكب.

٣- حصلت عبارة (تساعدني في المشاركة بفعالية في الأنشطة المتعلقة بزيارة الاربعة مثل جمع التبرعات للموكب) على موافقة (٨٣)، ولم يعارضها سوى مبحوث واحد، وبلغ عدد من ذهب لخيار محايد (١٦). بمعنى ان هناك رغبة كبيرة لدى الجمهور بتقديم الدعم لكل ما يتعلق بزيارة الاربعة كالتبرع للموكب الحسينية.

٤- عبارة (زادت من رغبتني في المشاركة في المسيرات الراجلة الى كربلاء) تشير الى الزيارة مشيا على الاقدام فقط، وبلغ المؤيدون لها (٩٠) ونسبتهم (٩٠%) ايضا، وعارضها مبحوثان فقط، وبلغ المحايدون

(٨). اي ان ما تنقله القنوات الفضائية من برامج حسينية تساعد في زيادة رغبة الجمهور بالمشاركة في الزيارة الاربعينية مشيا على الاقدام. وكما يتضح من الجدول في ادناه وكخلاصة للآثار السلوكية فان اجابات المبحوثين تؤيد ما ذهبت اليه عبارات المقياس بشأنها وهو ما يشير الى تحقق الفرض الثالث وثبوت صحته.

ت	العبارة	أويد		محايد		اعارض		المجموع	
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	نسبة
١	تدفعني برامج المنبر الحسيني الى المشاركة في زيارة الاربعين	٧٩	%٧٩	١٤	%١٤	٧	%٧	١٠٠	%١٠٠
٢	تسهم برامج المنبر الحسيني في دفعي الى الخدمة بالموكب خلال زيارة الاربعين	٧٤	%٧٤	٢١	%٢١	٥	%٥	١٠٠	%١٠٠
٣	تساعدني في المشاركة بفعالية في الأنشطة المتعلقة بزيارة الاربعين(مثل جمع التبرعات للمواكب)	٨٣	%٨٣	١٦	%١٦	١	%١	١٠٠	%١٠٠
٤	زادت من رغبتني في المشاركة في المسيرات الراجلة الى كربلاء	٩٠	%٩٠	٨	%٨	٢	%٢	١٠٠	%١٠٠

جدول (١٥) خيارات المبحوثين حول الآثار السلوكية

## النتائج

توزعت النتائج بشكل رئيس الى قسمين:

الاول: ما يخص أنماط التعرض لبرامج المنبر الحسيني وعاداته :

٥. حلول المتابعة الدائمة (اليومية) اولا في خيارات المشاهدة لبرامج المنبر الحسيني خلال موسم العزاء لشهري محرم وصفر، تلاه خيار المشاهدة المتوسطة (احيانا)، ليشكلها معا ما نسبته (٩٢%).
٦. حل خيار (اقل من ساعة) اولا تلاه (ساعة) في خيارات سؤال المتابعة اليومية، وبلغت نسبتهما معا (٦٧%).
٧. نال خيار المشاهدة في المنزل غالبية التكرارات حيث وصل الى (٩٨) فيما سجلت الخيارات الاخرى تكرارات منخفضة من (١٤) فنزولا.
٨. حصل خيار (نعم) من سؤال وجود ايام معينة لمتابعة برامج المنبر الحسيني على (٦٥%) فيما حصل خيار (لا) على (٣٥%).
٩. حصلت فئات (العشرة الاولى من محرم) و(العشرة الثانية من محرم) و(العشرة التي قبل يوم الاربعين) على تأييد الـ(٦٥) الذين اشاروا بـ(نعم) ممن تزداد متابعتهم في ايام معينة، فيما انخفض العدد الى (٣٨) في المدة (٢١ محرم إلى ١٠ صفر) والى (٣٣) في المدة (العشرة الاخيرة من صفر) بعد الاربعين).
١٠. حصل خيار فترة المشاهدة (برامج المنبر الحسيني المسائية المباشرة) على اجماع العينة، فيما نالت (برامج المنبر الحسيني المسائية المعادة) ما نسبته (١٩%)، وحصلت (برامج المنبر الحسيني المعادة في النهار) على نسبة (١٣%).
١١. حلت فئة (البحث الذي يقدمه الخطيب في المحاضرة) اولا في سؤال ماذا يستهويك من فقرات وأجزاء في برامج المنبر الحسيني بشكل أساس، تلتها (اللطمية التي تُقدم بعد المحاضرات)، ثم (المقدمة -النعي والآية)، واخيرا (الخاتمة بما تضمنه من ذكر مصيبة معينة مع النعي).
١٢. في سؤال القنوات المفضلة لمتابعة برامج المنبر الحسيني حلت (قناة الانوار) اولا بنسبة مرتفعة، تلتها (قناة العقيلة) وبنسبة مرتفعة، وكذلك (قناة كربلاء) التي حلت ثالثا، فيما توزعت القنوات الاخرى نزولا بنسب مختلفة.

الثاني: ما يخص مقياس الآثار الناتجة عن التعرض لبرامج المنبر الحسيني

١. الآثار المعرفية

اظهرت خيارات المبحوثين ميلا واضحا لصالح المكون المعرفي، بمعنى ان المبحوثين يتفقون مع كون برامج المنبر الحسيني تسهم في تشكيل المكون المعرفي، حيث اتفق ما نسبته (٩٦%) من المبحوثين على عبارة (تسهم برامج المنبر الحسيني في كل الحالات في إحاطتي بالمعلومات والآراء بشأن زيارة الاربعين)، فيما نالت العبارات الاخرى على نسب مرتفعة ايضاً. وبذلك ثبتت صحة الفرض الاول الذي ينص: (برامج المنبر الحسيني التلفزيونية تسهم في تشكيل اتجاهات معرفية للجمهور نحو زيارة الاربعين).



## ٢- الآثار الوجدانية

ايضا اظهرت خيارات المبحوثين هنا ميلا واضحا نحو المكون الوجداني (العاطفي)، حيث حصلت عبارات (المعلومات عن الثواب والعقاب حول زيارة الاربعين تسهم في تكريس مشاعر الاهتمام بزيارة الاربعين) على تأييد ما نسبته (٩٧%)، فيما سجلت العبارات الاخرى نسب مرتفعة ايضاً. وبذلك ثبتت صحة الفرض الثاني الذي ينص: (برامج المنبر الحسيني التلفزيونية تسهم في تشكيل اتجاهات وجدانية (عاطفية) للجمهور نحو زيارة الاربعين).

## ٣. الآثار السلوكية

حصلت الآثار السلوكية (الرغبة في القيام بفعل معين) على تأييد واضح ايضاً، حيث حصلت عبارة (زادت من رغبتني في المشاركة في المسيرات الراجلة الى كربلاء) على تأييد ما نسبته (٩٠%) من جمهور البحث، فيما سجلت العبارات الاخرى نسب مرتفعة ايضاً. وبذلك ثبتت صحة الفرض الثالث الذي ينص: (برامج المنبر الحسيني التلفزيونية تسهم في تشكيل اتجاهات سلوكية للجمهور نحو زيارة الاربعين).

## الهوامش

١. د. مصطفى حميد الطائي و خير ميلاد ابو بكر: مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، ٢٠٠٧، ص٦٢-٦٥.
٢. ينظر: د. مي العبدالله: البحث في علوم الإعلام والاتصال..من الاطر المعرفية إلى الاشكاليات البحثية، دار النهضة العربية، بيروت، ٢٠١١، ص١٧٤. و: د. شيماء ذو الفقار زغيب: مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٩، ص٨٩-٩٠.
٣. ينظر: د. كامل القيم: مناهج واساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الانسانية، بيسان للتوزيع والنشر، بيروت، ٢٠١٢، ص٩٩-١٠١. و: د. سعيد اسماعيل صيني: قواعد اساسية في البحث العلمي، مؤسسة الرسالة، بيروت، ١٩٩٤، ص٦٣.
٤. تم تحديد المجتمع والعينة وطريقة توزيعها بالتعاون مع (د. فاضل نايوخ) مدير مركز التدريب بوزارة التخطيط.
٥. يعكس هذا النوع كبر حجم المشاركين في الاتصال قياسا بالاتصال المواجهي، بالإضافة الى ان اعضاء هذه الجماعات يتفاعلون مع بعضهم او مع آخرين رغم الكثرة حيث يسود التأثير الانفعالي، مثل لقاءات المرشحين مع مواطني الدوائر الانتخابية (والخطب المنبرية التي نحن بصدددها). ينظر: د. محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ٣٨، ٢٠٠٤، ص٣٨.
٦. يتميز بالتعدد والضخامة في كل العناصر، ورسائله الاتصالية ترسل الى اعداد كبيرة جدا من المتلقين بوسائل اتصال جماهيرية منها التلفزيون، واهم ما يميز جمهوره: ضخامة الحجم، وانتشارهم الواسع، وعدم تجانس افراده، بالإضافة الى عدم معرفة القائم بالاتصال بهم. ينظر: المصدر السابق نفسه، ص٣٨-٣٩.
٧. تتمثل تلك الفنون في الانتقال بالمشاهد الى صور حية مباشرة من كربلاء لرصد جموع الزائرين مع اقتراب زيارة الاربعة في صفر، او في ادارة التصوير داخل الحسينية لنقل مشاهد مقربة تتماشى ولحظة التأثير التي يصل الخطيب بجمهوره الحاضر اليها.
٨. مثل محاضرات ولادات ووفيات الائمة (ع) كالايام الفاطمية وولادة الامام المهدي (ع) في شعبان.
٩. كأن يكون الشيخ جعفر الابراهيمي او الشيخ عبد الحميد المهاجر او السيد محمد باقر الفالي كما يحدث في محاضرات شهر رمضان مثلا.
١٠. يتضح ذلك مثلا في الخطب الشعبانية المعبرة عن السرور بولادة الامام المهدي المنتظر (ع).
١١. ينظر: فن تحرير الاخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الاذاعية، بيروت، دار النهضة العربية، ٢٠١٠، ص٦٦.
١٢. د. نبيلة عبد الكريم الشرجبي: علم النفس الاجتماعي رؤية معاصرة، دار الايام للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥، ص١٣٥.
١٣. د. محمد منير حجاب: الاعلام الاسلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٢، ص٢٢٤.
١٤. ومن التعريفات المختلفة لهذه الفئة تعريف (بروفولد Bruvold) للاتجاه بأنه: (رد فعل وجداني، ايجابي أو سلبي، نحو موضوع مادي، أو مجرد أو نحو قضية مثيرة للجدل). د. زين العابدين درويش: علم النفس الاجتماعي اسسه وتطبيقاته، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٥، ص٩٠.
١٥. د. معتز سيد عبدالله: الاتجاهات التعصبية، سلسلة عالم المعرفة، العدد ١٣٧، مايو ١٩٨٩، ص٤٠.
١٦. ينظر: د. سعيد اسماعيل صيني: مدخل إلى دراسة الراي العام والمنظور الاسلامي، مؤسسة الرسالة، دون مكان أو سنة، ص٨٨. و: د. عبد الستار ابراهيم: الانسان وعلم النفس، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٨٦، فبراير ١٩٨٥، ص٢١١-٢١٣.

١٧. د. سليمان عبد الواحد ابراهيم: علم النفس التعليمي – نماذج التعلم و تطبيقاته في حجرة الدراسة، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٣، ص ١٠٥-١٠٦ .

١٨. د. عامر مصباح: علم النفس الاجتماعي في السياسة والاعلام، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ٢٠١١، ص ٢٥١.

١٩. د. محمد جاسم العبيدي: المدخل الى علم النفس العام، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٣، ص ١٢٦.

٢٠. د. عامر مصباح: مصدر سبق ذكره، ص ٢٥١-٢٥٢ .

٢١. د. زهير عبد اللطيف عابد: الراي العام وطرق قياسه، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٤، ص ٨٤.

٢٢. د. عامر مصباح: مصدر سبق ذكره، ص ٢٥٢.

٢٣. عن موقع الموسوعة الحرة (ويكيبيديا) بتاريخ ١١/١٠/٢٠١٦.

[https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B3%D9%8A%D8%B1%D8%A9\\_%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B1%D8%A8%D8%B9%D9%8A%D9%86#cite\\_ref-1](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B3%D9%8A%D8%B1%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B1%D8%A8%D8%B9%D9%8A%D9%86#cite_ref-1)

وقد سجلت زيارة الاربعةين خطأ تصاعديا من حيث عدد المشاركين في احيائها، وقد اوردت موسوعة ويكيبيديا احصائية توثق ذلك التصاعد كالاتي:

أ- تجمع ما يقدر بنحو ٢٦ مليون شخص في كربلاء ، العراق لاداء زيارة الأربعينية يوم ٤ ديسمبر عام ٢٠١٥.

ب- تجمع ما يقدر بنحو ٢٠ حتى ٢٢ مليون في كربلاء ، العراق لاحياء زيارة الأربعينية يوم ١٣ ديسمبر ٢٠١٤.

ت- زار ما يقدر ١٥- ١٨ مليون من الناس ضريح الحسين بن علي في كربلاء ، العراق خلال الأربعينية في يناير كانون الثاني عام ٢٠١٣.

ث- زار ما يقدر بنحو ١٥ مليون شخص ضريح الحسين بن علي في كربلاء ، العراق خلال الأربعينية في عام ٢٠١٢.

ج- زار ما يقدر بنحو ١٥ مليون شخص ضريح الحسين بن علي في كربلاء ، العراق خلال الأربعينية في عام ٢٠١١.

ح- ما يقدر ب ١٠ حتى ١٤ مليون شخص زار ضريح الحسين بن علي في كربلاء ، العراق خلال الأربعينية في عام ٢٠١٠.

خ- ما يقدر ب ١٠ مليون شخص زاروا ضريح الحسين بن علي في كربلاء ، العراق خلال الأربعينية في عام ٢٠٠٩.

للمزيد ينظر موقع الموسوعة على الرابط:

[https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_largest\\_peaceful\\_gatherings\\_in\\_history#cite\\_note-1](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_largest_peaceful_gatherings_in_history#cite_note-1)

٢٤. عدد المبحوثين ١٠٠ ولكن هنا ١٤٥ لان السؤال اتاح للمبحوث تأشير اكثر من خيار.

٢٥. عدد المبحوثين الكلي لهذا السؤال (٦٥) ولكن السؤال اتاح لكل واحد منهم اختيار اكثر من بديل اذا رغب.

٢٦. النسبة هنا من عدد التكرارات الكلي لجميع القنوات البالغ (٤٦٥) تكرارا، وفي الحقيقة ان الـ(٨٨) تعني من (١٠٠) التي

تمثل عدد المبحوثين الكلي لهذا البحث.. وهذه الملاحظة تنطبق على بقية القنوات.. بمعنى ان المبحوث يتابع بشكل

اساسي قناة او اثنتين او ثلاث وقد يتابع قنوات اخرى بدرجة اقل.

٢٧. عدد المبحوثين (١٠٠) ولكن السؤال اتاح لكل مبحوث ذكر اكثر من قناة.

## مصادر البحث

١. زهير عبد اللطيف عابد: الراي العام وطرق قياسه، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٤.
٢. د. زين العابدين درويش: علم النفس الاجتماعي اسسه وتطبيقاته، القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠٥.
٣. سعيد اسماعيل صيني: قواعد اساسية في البحث العلمي، مؤسسة الرسالة، بيروت، ١٩٩٤.
٤. \_\_\_\_\_: مدخل إلى دراسة الراي العام والمنظور الاسلامي، مؤسسة الرسالة، دون مكان أو سنة.
٥. سليمان عبد الواحد ابراهيم: علم النفس التعليمي - نماذج التعلم و تطبيقاته في حجرة الدراسة، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٣.
٦. شيماء ذو الفقار زغيب: مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٩.
٧. عامر مصباح: علم النفس الاجتماعي في السياسة والاعلام، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ٢٠١١.
٨. عبد الستار ابراهيم: الانسان وعلم النفس، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٨٦، فبراير ١٩٨٥.
٩. عبد النبي خزعل: فن تحرير الاخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الاذاعية، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، ٢٠١٠.
١٠. كامل القيم: مناهج واساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الانسانية، بيسان للتوزيع والنشر، بيروت، ٢٠١٢.
١١. محمد جاسم العبيدي: المدخل الى علم النفس العام، ط٥، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠١٣.
١٢. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط٣، ٢٠٠٤.
١٣. محمد منير حجاب: الاعلام الاسلامي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢.
١٤. مصطفى حميد الطائي و خير ميلاد ابو بكر: مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، ٢٠٠٧.
١٥. معتز سيد عبدالله: الاتجاهات التعصبية، سلسلة عالم المعرفة، العدد ١٣٧، مايو ١٩٨٩.
١٦. مي العبدالله: البحث في علوم الإعلام والاتصال..من الاطر المعرفية إلى الاشكاليات البحثية، دار النهضة العربية، بيروت، ٢٠١١.
١٧. نبيلة عبد الكريم الشرجبي: علم النفس الاجتماعي رؤية معاصرة، دار الايام للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥.
١٨. الموسوعة الحرة (ويكيبيديا).