

أساليب تطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية

دراسة علي عينة من الخبراء و القائمون بالاتصال في تلك المواقع

د . أحمد عمران محمود

مدرس الإعلام بالمعهد العالى للإعلام وفنون
الاتصال بأكتوبر

المقدمة:

تواجه الأمة العربية والإسلامية اليوم حملة ضارية من أخطر حملات الحرب النفسية ، والتشكيك وتشويه المفاهيم والقيم الإسلامية ، هذه الحملة أتاحت لها وسائل الإتصال الحديثة سبل الدبوع والانتشار ، فالعالم الإسلامى يواجه فى الوقت الحاضر خطراً كبيراً يكاد يقتلع جذوره ، ويهمش الدور الذى يجياه الإنسان ألا وهو خطر العولمة التى تعنى إبدال القيم الدينية التى يعيش عليها المسلمون وتنبع من أصول عقيدتهم وأحكام شريعتهم بقيم أخرى جديدة للنظام الدولى^(١) .

وهذا يستدعى ضرورة إبراز خطاب من المسلمين يتعاملون من خلاله مع المجتمعات الإنسانية يؤكد على ثوابت الإسلام فى التفاعل الحضارى ، ويبين للناس حرص الإسلام على الاستفادة من الحضارات الإنسانية والحوار معها^(٢) خطاب يوضح الفكر التكاملى للدين الإسلامى ويؤكد على ضرورة قبول الآخر واحترام التعددية الدينية

هذا الخطاب ليس مجرد عبادات أو آداب أو أخلاق فقط ، وإنما هو دين كامل شامل نشأت عن تعاليمه حضارة دينية ودينية استوعبت كل أفاق الحياة الروحية والمادية ، ومقومات هذه الحضارة هي تطبيق الأسس والقواعد التي وضعها الإسلام للإصلاح العام ، والرجوع بالإنسان إلى أصل الفطرة متمثلاً ذلك في إصلاح الفرد والجماعة وتقديم الأخلاق وتهذيب النفس وتطهير القلب وإصلاح الأسرة والمجتمع^(٣).

و مما لا شك فيه أن الإعلام في عصرنا الحالى أصبح يمثل فى جوهره مجموعة من الضرورات النفسية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية لأية أمة من الأمم فى كل جانب من جوانب حياتها ، فالإعلام بوجه عام ومواقع الصحف الإلكترونية على وجه الخصوص يمكن أن تكون حافزة للهمم ، مفجرة للطاقات ومقوية للعزائم وداعية إلى الخير إن أحكم توجيهها وصلحت موادها ، كما يمكنها أن تقوم بدور المثبط لكل هذه القيم والمبادئ الإنسانية إن كان الأمر غير ذلك^(٤).

ومن هنا فإن الدعوة إلى تطوير الخطاب الدينى فى مواقع الصحف الإلكترونية تعد دعوة جديرة بالأخذ والاعتبار إذا وضعت فى إطارها الصحيح ، وكان الهدف منها حل المشكلات وإزاحة العقبات التى تقف حائلاً أمام تقدم الأمة ونهضتها ، فتطوير الخطاب الدينى فى تلك المواقع لا يعنى بأى حال من الأحوال المساس بثوابت العقيدة والعبادات وما ورد فى الكتاب والسنة من أحكام قطعية ، وإنما يعنى إعمال العقل والفكر فى مشكلات الحياة المعاصرة التى أوجدتها المتغيرات التى حدثت فى العالم لاستنباط الأحكام المناسبة لها من أدلتها الشرعية^(٥) كما أن التطوير لا يعنى إلغاء أو إهدار جهود المجتهدين السابقة ، وإنما يستوجب الاهتمام بما لاستخراج ما يناسب ظروف العصر منها دون التقيد برأى فقهى معين أو مذهب بعينه^(٦) ولا يتحقق التطوير إلا إذا قام على أسس منهجية يتعامل مع خريطة أعمالنا على نحو شمولى مترابط متناسق لا ينزع إلى الجزئية ولا إلى الانتقائية على أن يتم ذلك بموضوعية علمية وعقلية حيادية.

الإطار المعرفي للدراسة :

أولاً : مفهوم الخطاب الديني :-

الخطاب لغة : على وزن فعال ، مأخوذ من خاطب ومصدره خطاباً ومخاطبة على وزن مفاعلة ، ومعناه الكلام والمحادثة ، ومراجعة الكلام والمشورة فيه^(٧).

والخطاب معناه الكلام ، وفى القرآن الكريم «فقال أكفليها وعزنى فى الخطاب»^(٨) . ويستعمل لفظ الخطاب اصطلاحاً بمعان شتى تبعاً لطبيعة الموضوع الذى ينصب

عليه الخطاب وتبعاً للأغراض التي يتوفى تحقيقها منه على النحو الذي يحدده المنطق ، وفلسفة التشريع ، ومعنى هذا أن الخطاب يتجاوز الشكلانية اللغوية ويمتد إلى وسائل الاقناع ، ونوعية البرهان ، وأدوات الأسلوب البياني (٩).

وفي علم اللغويات : يرى العلماء أن الخطاب مصطلح يشير إلى امتداد لغوى له بناء منطقي سليم (١٠).

والخطاب الديني يبنى على الفكر الديني السائد في المجتمع ، فإذا كان الفكر الديني سليماً فسيكون الخطاب الديني إيجابياً ، أما إذا لم يكن الفكر كذلك فسوف ينعكس بالسلب على الخطاب الديني (١١).

والخطاب الديني هو الدعوة إلى الله تعالى ، وإلى الإيمان بالرسول، والإقتداء بهم، واقتفاء نهجهم في إقامة الدين الحق، وإتباع أوامر الخالق واجتناب نواهيه، وتربية الخلق وتنظيم حياة المجتمعات، وتوطيد التعامل الإيجابي مع مقتضيات الأحوال المتغيرة التي تطرأ على الحياة الاجتماعية في مستوياتها المختلفة (١٢).

هذا هو الخطاب الديني الذي ينطلق مما شرعه الله لعباده، وارتضاه لهم عن طريق الرسل ليكون لهم عوناً على فهم أنفسهم، ونوراً لأبصارهم، وهداية لبصائرهم، وتوجيهها لعقولهم وسموا لأخلاقهم، ورفعاً لحياهم، مصداقاً لقوله تعالى: (قد جاءكم من الله نور وكتاب مبين * يهدي به الله من اتبع رضوانه سبيل السلام ويخرجهم من الظلمات إلى النور بإذنه ويهديهم إلى صراط مستقيم) (١٣) فالخطاب الديني هو الذى يوجه العقل لإدراك المقاصد فى الدين، وفى الأحكام التى يدعو إليها، من حيث إنه يضىء له طريق الحق ويهديه سواء السبيل، ويوجهه إلى التفكير الصحيح والتدبر الواعى الذى يقود إلى استنباط الأحكام، ويشعره بالحاجة إلى المعرفة الحقة، وفهم الحقائق التى تحكم هذا الكون، ويعطيه مفاتيح البرهنة والاستدلال على وجود القوة المدبرة لهذا الكون، ويمكنه من فهم المنظومة الأخلاقية التى تشكل دستور الحياة الجماعية والاجتماعية .

ثانياً : تجديد الخطاب الديني :-

١- المقصود بالتجديد :-

التجديد مصطلح إسلامي ورد ذكره فى القرآن الكريم وفى السنة المطهرة فى طائفة من الأحاديث، وجرى على لسان أهل العلم وأصبح أحد المعالم المميزة لهذه الأمة .
التجديد فى القرآن:

لم يرد فى القرآن لفظ جدد أو تجدد، وإنما ورد لفظ جديد بمعنى الإحياء والإعادة لما كان موجوداً وبلى و رث، ومن ذلك قوله تعالى: (وقالوا إذا كنا عظاما ورفاتا إنا

لمبعوثون خلقا جديدا) (١٤).

(وقال الذين كفروا هل ندلكم على رجل ينبئكم إذا مزقتم كل ممزق إنكم لفي خلق جديد) (١٥).

(وقالوا إذا ضللنا في الأرض أإننا لفي خلق جديد) (١٦) ، (بل هم في لبس من خلق جديد) (١٧).

خلاصة معنى التجديد :

التجديد في الاصطلاح الحديث: نزعة تأخذ بأساليب جديدة في نواحي الحياة الفكرية والعملية ، و التجديد المتطلع إليه هو تجديد في عرض الدعوة للإسلام بما يجعلها توافق وتواكب وتناسب أهل الغرب المعاصرين من مسلمين وغير مسلمين، تجديدا يتسع مفهومه ليشمل أسلوب الداعية، ومناهج الدعوة وموادها، وأدوات التبليغ ووسائله .وهو تجديد يحفظ للإسلام أصالته ومرونته في آن واحد، وهو وليد وسطيته ودليل من أدلة شموليته وخلوده. (٢٣)

٢- ضرورات تجديد الخطاب الديني :-

الحياة متطورة، و متجددة ، وأحوال الأمم والشعوب وعاداتها وتقاليدها وأعرافها يعترضها الكثير من التغيير والتحول ، و بالطبع فإن ذلك التغيير والتبدل في أوضاع المجتمعات لا يتماشى مع الحكم الشرعى الذى شرعه الشارع، ونهجه للأمة ، وتبعاً لذلك تتضاعف الحاجة إلى معرفة حكم الشرع فيما استجد من أمور. (٢٤)

و التجديد كما هو مطلب شرعي هو كذلك مطلب عقلى، إذ ليس من العدل والإنصاف أن نطلب من أحد أن يأخذ بفكر من سبقه من غير مناقشة أو إبداء رأى خاصة إذا كان أهلاً لذلك، (٢٦) مادام التطوير في إطار الحدود التى يسمح بها الشرع، ولا تمس الثوابت بحال من الأحوال ، فباب التجديد والاجتهاد مفتوح في مجال الأحكام التى لم يرد فيها نص ولا إجماع، أو جاء فيها نص ظنى الثبوت، أو ظنى الدلالة .

٣- الحفاظ على ثوابت الهوية الإسلامية في إطار التجديد :-

لا يمكن لأى فكر تجديدى أن يمارس بدون الحفاظ على ثوابت الهوية الإسلامية. وإلا كان تجديدا فاسدا واجتهادا لا محل له ، فهناك قواعد كلية يجب الحفاظ عليها من قبل المسلمين جماعة أو أفرادا ، ولعل القرآن الكريم ينبهنا إلى ذلك، قال الله تعالى:

(هو الذى أنزل عليك الكتاب منه آيات محكمات هن أم الكتاب وأخر متشابهات) (٢٧) فهذه الآيات المحكمات هي الإطار الثابت الذى لا يجوز المساس به ، كما أنه هو الذى شكل ثوابت الحياة الإسلامية والشخصية الإسلامية على مر العصور.

وقد اعتمدت الدراسة فى بنائها النظرى على نظرية ترتيب الأولويات «وضع الأجندة» «setting theory-Agenda» التى تمثل إحدى التأثيرات المعرفية لوسائل الإعلام ، حيث تهتم بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التى تتعرض لتلك الوسائل فى تحديد أولويات القضايا التى تهم المجتمع (٢٨). وتفترض هذه النظرية الاتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام ، وترتيب أجندة الجمهور للاهتمام بالقضايا والموضوعات الإعلامية (٢٩).

فوسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التى تقع فى المجتمع وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التى يتم التركيز عليها بشدة والتحكم فى طبيعتها ومحتواها ، هذه الموضوعات تثير اهتمامات الناس تدريجياً وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها ويقلقون بشأنها وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجمهور أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى التى لا تطرحها وسائل الإعلام (٣٠) ، وبناءً عليه فإن بحوث الأجندة بشكل عام تقوم ببحث العلاقة الإرتباطية بين الترتيب الناتج لمفردات المحتوى من خلال التحليل ، والترتيب الذى يقدمه الجمهور من وجهه نظره من خلال الإجراءات المنهجية للمسح وبناءً على هذه العلاقة يتحدد تأثير وسائل الإعلام على بناء أجندة اهتمامات الجمهور بالقضايا والموضوعات المطروحة (٣١).

وتوصل والتر ليبمان Lippman " إلى أن وسائل الإعلام تساعد فى بناء الصورة الذهنية لدى الجماهير وذلك من خلال خلق الصلة بين الأحداث التى تقع فى العالم الخارجى والصورة التى تنشأ فى أذهان الجماهير عن هذه الأحداث (٣٢) ، وبالتالي فإن وسائل الإعلام من وجهة نظره هى التى توجه الاهتمام نحو قضايا بعينها من خلال طرح الموضوعات ، واقتراح ما الذى ينبغى أن يفكر فيه الأفراد ، وما الذى ينبغى أن يعرفه ، وما الذى ينبغى أن يشعروا به (٣٣) .

وقد حدد الباحثان «شاو» و «مارتن» (Shaw, & Martin) استراتيجيتان لوضع الأولويات هما :-

١- دراسة القضايا السائدة فى وسائل الإعلام وعند الجمهور على فترة زمنية واحدة أو فترتين.

٢- دراسة قضية واحدة على فترات زمنية مختلفة ، أى دراسة ممتدة.

والدراسة التي نحن بصددتها تنطلق من الاستراتيجية الثانية حيث تركز على قضية «الخطاب الديني» وأساليب تطويره في مواقع الصحف الإلكترونية العربية من وجهة نظر كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في تلك المواقع ، فهذه الدراسة تسعى إلى وضع أجندة لأولويات الخطاب المقدم بمواقع الصحف الإلكترونية العربية في إطار استراتيجية تطوير ذلك الخطاب لمواكبة التطورات التي طرأت على الصعيدين الإقليمي والدولي .

الدراسات السابقة :

من خلال مراجعة الأدبيات العلمية في مجال الدراسة تبين وجود عدد من الدراسات التي تتناول الإعلام الجديد بآلياته وقنواته المتنوعة وعلاقاته بالقضايا المجتمعية المختلفة ، وسوف يتم استعراض أهم الأدبيات العلمية التي إهتمت بدراسة عدة مشكلات علمية تتعلق بموضوع الدراسة بشكل مباشر ، ويعد من أهم الدراسات التي تناولت موضوع الخطاب الديني الدراسات التالية :

دراسة حسن (٢٠٠٧)^(٣٤) حيث أجرت الباحثة دراسة تحليلية وميدانية ، إستهدفت عينة من المواقع العربية الإسلامية على شبكة الإنترنت والتي بلغ عددها ٢٠ مفردة ، تم إختيار ثلاثة مواقع منها كعينة للدراسة التحليلية ، وهى إسلام أون لاين ، إخوان أون لاين ، وموقع دليل الشيعة ، أما الميدانية فقد تم إختيار عينة عمدية ممن يستخدمون المواقع العربية الإسلامية على شبكة الإنترنت في مصر وعلى مستوى العالم ، بلغ قوامها ٤٠٠ مفردة ، وطبق الإستبيان عليهم ، ودلت النتائج على أن صورة الإسلام والمسلمين ظهرت بشكل مباشر من خلال القضايا الثقافية والفكرية التي عالجتها تلك المواقع ، وسيطر الإطار الأخلاقي على معالجة غالبية القضايا التي تتناول صورة الإسلام والمسلمين ، وتعد تلك النتيجة منطقية لأن المواقع الإسلامية الثلاث التي خضعت للرصد والتحليل ذات إتجاه ديني ، وتوجهت المواقع الثلاثة إلى المسلمين العرب ، و غير العرب وأخيرا إلى غير المسلمين ، واتسمت غالبية الموضوعات المقدمة في المواقع الثلاثة بعدم إمكانية إضافة تعليق عليها أوإبداء الرأى بشأنها .

أما في دراسة الفاروق (٢٠٠٨)^(٣٥) حول الخطاب الديني كما تعكسه البرامج الدينية الموجهة باللغة الإنجليزية في القنوات الفضائية العربية ، فقد إستخدمت الباحثة أدوات تحليل الخطاب ، بهدف تحليل الخطاب الديني في هذه البرامج ، وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية البرامج تفتقد إلى عنصر التواصل مع الجمهور ، و غالبية

مقدمى البرامج الدينية من الذكور وذلك بنسبة ٩٣,٥٪ ، حيث إنخفضت بشدة نسبة ظهور الإناث كمقدمات للبرامج وكانت نسبتها ٦,٥٪ فقط ، كما جاء غالبية ضيوف البرامج أيضا من الذكور ، وذلك بنسبة ٨٢,٤٪ في مقابل نسبة ١٧,٦٪ فقط من الإناث ، وظهر المتخصصون في الشؤون الدينية الإسلامية في مقدمة ضيوف البرامج محل الدراسة وذلك بنسبة ٤١,٨٪ ، يليهم المتخصصون في مجالات أخرى غير الشأن الديني الإسلامي بنسبة ٣٥,٩٪ ، وهو فارق بسيط مع وجود نسبة ٢٢,٣٪ من الضيوف لم تتضح تخصصاتهم ، وجاءت موضوعات التعريف بالإسلام في مقدمة المضامين التي قدمها الخطاب الديني وذلك بنسبة ٧٢,٨٪ ، وركز الخطاب عينة الدراسة على التعريف بالمصادر التقليدية للمعرفة الإسلامية ممثلة في الكتب الدينية الإسلامية التي جاءت في المرتبة الأولى بين مصادر المعرفة الإسلامية الأخرى التي ذكرها الخطاب ، وذلك بنسبة ٧٥,٩٪ وجاء في المرتبة التالية ولكن بنسبة منخفضة المواقع الإلكترونية الدينية الإسلامية وذلك بنسبة ١٣,٥٪ فقط .

وتتفق دراسة الفاروق مع دراسة عامر المعنونة (المرأة في الخطاب الإسلامي المعاصر) (٢٠١٣)^(٣٦) حيث أوضحت هذه الدراسة أن التعرض للمواقع الإسلامية جاء في ترتيب متقدم بالنسبة للذكور في مقابل تراجع استخدام المرأة لهذه المواقع ، وتركزت دوافع استخدام الذكور للمواقع الإسلامية في معرفة أحوال المسلمين ، أما الإناث فقد تركزت دوافعهم للاستخدام في الحصول على الفتاوى والاستشارات الدينية .

ووظفت دراسة بواطنة (٢٠٠٩)^(٣٧) منهج المسح الوثائقي لتحليل الكتب والدراسات العلمية وتوصلت إلى أن هناك قصور واضح في الخطاب الديني المعاصر ، ففيه تجديد محدود ولكنة غير كاف ، وقد بات تجديد الخطاب الديني من أهم التحديات المعاصرة التي تشغل المهتمين بالفكر الإسلامي المعاصر وتتفق دراسة عبدالرحيم (٢٠١٠)^(٣٨) مع دراسة بواطنة من حيث التأكيد على أن مصطلح تجديد الخطاب الدعوى المعاصر تتجاذبة إتجاهات عقائدية ، فليس من اليسير التعامل مع هذا المصطلح ، نظرا لتعدد مذاهب العلماء وفرقهم الدينية والسياسية وصعوبة متابعة النتاج الفكري المتعلق بتجديد الخطاب الديني الدعوى .

وتشير دراسة smith (2010)⁽³⁹⁾ إلى أن للدين تأثير هام في حياة الشباب ويلعب دورا بارزا في كافة مجالات الحياة وخاصة في رسم الجوانب الروحية والممارسات والمعتقدات ، بما يسهم في توعية الشباب وتأهيلهم على التكيف الإجتماعي وكيفية التعامل مع الطوائف الدينية وغيرها من المؤسسات .

وتتفق دراسة صادق (٢٠١٠)^(٤٠) المعنونة (رؤية سوسيولوجية للخطاب الديني

الإسلامى ومشكلات الشباب فى المجتمع المصرى) مع دراسة Smith فى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض الشباب للمواقع الإسلامية ودرجة الاستفادة من الموضوعات الدينية المتاحة على هذه المواقع ، فى حين تختلف معها فى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجات الاستفادة من المواقع الإسلامية والتأثيرات المتحققة بعد التعرض وربما يعود ذلك للإختلاف فى المجتمع الخاص بكل دراسة . ودلت دراسة عبد القوى (٢٠١٤)^(٤١) التى تتفق إلى حد ما مع دراسة Smith على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعى للبرامج الدينية ذات المضمون السياسى فى القنوات الفضائية وزيادة الوعى لديهم حيث وصلت نسبة المشاهدة إلى ٨١٪ من إجمالى العينة .

وتأتى دراسة العبيدى (٢٠١٧)^(٤٢) تحت عنوان (إعادة تشكيل الخطاب الدينى بعد داعش : رؤية عقائدية ،) لتشير بدورها إلى إنعكاس واقع وتطور الإعلام الجديد على لغة الخطاب الإعلامى الدينى ، حيث يرى أن هذا الإنعكاس جاء لتعويض عجز الخطاب الدينى التقليدى عن الإستجابة لمتطلبات الواقع وعقباته ، خاصة لدى الشباب ، وبالتالى بدا الخطاب الدينى عاجزا عن إقناع بعض الفئات المتدينة داخل المجتمع ، حيث ينتمى الجمهور فى أغلبه إلى إلى تقاليد متنوعة ومذاهب فقهية متعددة ومناطق جغرافية مختلفة

وتكشف دراسة زقاي (٢٠١٢)^(٤٣) عن إشكالية تجديد الخطاب الدينى فى الجزائر لبيان الإنحرافات الخاصة بالقائمين على عملية تجديد الخطاب ، حيث أسفرت الدراسة التى طبقت إستمارة إستبيان على عينة عشوائية من خطباء المساجد إلى أن الخطاب الدينى يعبر عن مختلف الإتجاهات الفكرية ، ولم ينجح الخطاب الدينى فى إصلاح واقع الأفراد اصلاحا حقيقيا لأنه كان خطابا تبريريا للواقع ولم يكن خطابا تغييرا أو نضويا ، مما أدى الى استمرار التخلف وترسيخ المشكلات والإنحرافات وعدم القدرة على التكيف مع الأحداث التى عرفتها الجزائر فى حقبة المختلفة .

ويرى دريدى (٢٠١٥)^(٤٤) فى دراسة حول خطاب علماء الدين فى وسائل التواصل الإجتماعى أن تحليل بنية الخطاب الدينى فى سياق وسائل الإتصال الإجتماعى ، تتطلب قراءة فى مضامينة وأهدافه وطرائق إستخدامه ، ومستويات إختلافه عن البنية التقليدية للخطاب الذى دام قرونا من الزمن ، وأبرزت الدراسة نتائج إستقصاء تم تطبيقه على عينة من طلبة الإتصال والإعلام فى الجزائر ، بهدف معرفة تمثلاتهم ” حول الخطاب الدينى ومستويات تفحصهم لمواقع ” التواصل الإجتماعى للدعاة والشيوخ .

وأشارت الدراسة أن ٤٨٪ من الطلبة يعتقدون بأن الشيوخ والدعاة يستخدمون لغة "العقل" على مواقع التواصل الإجتماعى ، في مقابل ٢٨٪ يعتقدون بأنهم يستخدمون لغة " المشاعر " وتبقى نسبة ٢٤٪ ترى أن الدعاة والشيوخ يستخدمون لغة الترهيب . كما برزت الموضوعات الدينية ضمن أكثر النسب التي يركز عليها الدعاة والشيوخ على صفحات الشبكات الإجتماعية . وفيما يتعلق برصد دور الخطاب الديني في الفضائيات الإسلامية تجاه القضايا المعاصرة في المجتمع .

وتتفق دراسة يونس (٢٠١٣)^(٤٥) إلى حد كبير مع دراسة زقاي التي جاءت تحت عنوان « تجديد الخطاب الإسلامي من المنبر إلى شبكة الإنترنت» وعرضت لمعالم الخطاب الإسلامي المعاصر وأنواعه وخصائصه وركائزته الأساسية وسبل تطويره عبر الوسائل المقررة والمسموعة والمرئية والإلكترونية ، وقد اعتمدت على تحليل عدد من مقولات هذا الخطاب ، ودلت على وجود تباين واضح بين مروجي الخطاب وحمالية ، حيث التجاهل الواضح لواقع المتلقين وظروفهم الحياتية مع كثرة المتحدثين في أمور الدين والإسلام وعدم أهلية غالبيتهم لهذه المهمة ، مع إصابة المؤسسات الإسلامية ذاتها بالضعف وخضوعها للسلطة السياسية ، مما مهد الطريق لنشأة جماعات وحركات دينية غير مؤهلة لتسد هذا الفراغ .

ولا ينكر ال A. LKazemi في دراسته (2013)⁽⁴⁶⁾ أن وسائل الاعلام تلعب دورا هاما في التقريب والعلاقات بين الأديان من خلال خلق صورة عامة عن الأديان ، لكن تظل هناك الكثير من علامات الإستفهام حول دور وسائل الإعلام في تهيئة بيئة يتم فيها تشجيع التواصل مع الدين ، فالتعرض لوسائل الإعلام لم يؤثر على رغبة المبحوثين في إجراء الإتصال حول الدين وذلك بغض النظر عن ما إذا كان التعرض قد حدث من خلال وسائل الإعلام التقليدية أو من خلال الإنترنت .

وركز الشهرى (٢٠١٣)^(٤٧) في دراسته على جانب آخر وهو رصد مجالات توظيف الشبكات الإجتماعية في خدمة القرآن وعلومه ، ومن خلال دراسة عينة من صفحات تويتر ويوتيوب وفيس بوك أوضحت النتائج أن السمة البارزة التي كشفت عنها الدراسة هي تأثير عاملى مستوى التفاعلية ، وتنوع المواد في الشبكة أفقيا وعموديا ، وأن إستقرار الشبكة يتأثر بدورة بدرجة التقارب الذى يصنع من خلالها التفاعل المستمر بين الأعضاء ، والتنوع في المواد شكلا ومحتوى، إلا أن النتائج أظهرت أيضا ضعفا عاما في الصفحات وفي عدد المتابعين لعلوم القرآن في الشبكات الإجتماعية . وأرجع الباحث ذلك لضعف العمل المؤسسى، و الرؤية المتخصصة ، حيث أن نسبة ٨٤٪ من تلك المواقع تدار بواسطة أفراد .

ويوضح الفيلايني (٢٠١٤) (٤٨) أن القنوات الفضائية تعكس جزءاً من أزمة الفراغ التي تركها إنعدام وجود مؤسسة دينية قادرة على إنتاج خطاب ديني له مصداقية ويرصد الفيلايني إشكالية الخطاب الديني عبر الفضائيات ، حيث يرى أن التدين تحول إلى فتح إعلامي يخضع لمقتضيات المنافسة التجارية وسوق الإعلام والإشهار والتوجهات المتحيزة للسياسات الدينية . فالمضمون يغلب عليه الطابع الإنفعالي ولا يخاطب العقول بقدر ما يخاطب الوجدان الديني ، ويشير الليموني (٢٠١٥) (٤٩) في مقالة علمية أن الخطاب الديني المستخدم في وسائل الاتصالات الحديثة والتقنيات المعلوماتية ، يعاني أزمة واضحة في الشكل والمضمون فهو يواجه أزمة صارخة طالما إرتضى لنفسه ان يكون عالمياً و جزءاً من المحتوى الإلكتروني المكشوف لكافة البشر في كافة المناطق ويواجه (إستراتيجيات استخدام وسائل الإتصال الحديثة بكل إشكالياتها وقواعدها وأبعادها ، وخصوصاً البعد الخاص بتأثير الوسائل التواصلية الحديثة على المتلقي الذي يحتاج إلى خطاب يقترب من اللغة العصرية والواقع اليومي المعاش فيجعل أكثر تفاعلاً وإنسجاماً وتقبلاً لهذا الخطاب .

وأجابت دراسة عبادي (٢٠١٤) (٥٠) وعنوانها (رسائل الخطاب الدعوى في ضوء التجديد) عن بعض التساؤلات التي تتعلق بضوابط تجديد الخطاب الدعوى وأثر تجديد الخطاب الديني على الواقع الدعوى ، وقد إعتمدت الدراسة على المنهج الإستقراي التحليلي ، وتوصلت إلى أن الخطاب الدعوى يمكن أن يعمل على تجميع جهود الأمة الإسلامية وترشيد سلوك أفرادها .

وأنتقدت سيد في دراستها (٢٠١٥) (٥١) لرصد وتحليل وتفسير خطاب الصحافة العربية تجاه قضية تجديد الخطاب الديني لدى الشباب ، حيث توصلت الدراسة إلى أن الخطاب الديني السائد خطاب معاكس ومعاد للفلسفة - ممثلة في الفكر والتعقل - ومعاد للفن، وأن تجديد الخطاب الديني الحقيقي لن يتحقق ، إلا من خلال تعريض الخطاب الديني التقليدي للنقد والفحص والمراجعة.

وأوضحت نتائج دراسة A. Ikazamia . (2015) (52) استجابة المبحوثين للأستبيان الإلكتروني الذي تناول العديد من المتغيرات بما في ذلك الرغبة في التواصل حول الدين ومبادئ السمحة وأظهرت النتائج أن المسلمين الذين يشاهدون التلفزيون أقل إستعداداً للتواصل الديني مع الآخرين .

وجمع المصطفى (٢٠١٥) (٥٣) في دراسته المعنونة بـ ” الإسلاميون والتواصل الإجتماعي : ” المؤثرات الثقافية ” بين المنهج السيوسولوجي عبر لقاءات مع بعض الإسلاميين بخصوص إستعمالهم وسائل التواصل الإجتماعي ، ومن خلال تحليل

مضمون خطابات الإسلاميين ووسائل التواصل بينهم التي يستخدمونها بكثرة تبين أن ما يميز الجيل الجديد من الإسلاميين هو ظهور فئة منهم أكثر احتجاجاً وانفعالاً ، وأقل تكويناً من الناحية الثقافية والدينية ، وتفترض الدراسة أن وسائل التواصل الإجتماعي الحديثة ليست عاملاً محددًا فقد أصبحت عاملاً شديد الأثر في إضعاف المستوى الثقافي لهذا الجيل من الإسلاميين .

وتحت عنوان الظاهرة الدينية عبر مواقع الشبكة العنكبوتية تفترض رزقي (٢٠١٥) ^(٥٤) في طرحها أن الشبكة العنكبوتية أسهمت في تحديث فكر الإسلاميين في إتجاه مضامين أكثر إعتدالاً ووسطية وإفتاحاً على الآخر ، فقد أدرك الإسلاميون أن وسائل التواصل الإجتماعي تتجاوز في نجاتها وتأثيرها الإعلام التقليدي وتتفوق عليه في أداء الرسالة المطلوبة ، ويعتبر رزقي أن وسائل التواصل الإجتماعي قد أعادت الظاهرة الدينية إلى الفضاء العمومي بشكل أكثر توهجاً من قبل ، لاسمياً في تمظهراتها المسيسة ، فقد منحها رواجاً وسرعة وكثافة ، وجعلت عدد الملتقين عليها يتنامى بشكل كبير ، بإعتبارها متاحة للجميع ومنفلتة ، أيضاً ، من كل القيود .

اتفقت نتائج دراستي (دعاء عبد الصبور إبراهيم^(٥٥) ، و منى سمير محمد ، ٢٠١٥)^(٥٦) علي أن الخطاب الديني في الفضائيات ضعيف فلم يسعى إلي تثبيت الذات وهوية الأمة وبناء ثقافة مميزة وتنمية القدرات الإبداعية، مع خلو الخطاب من الأهداف الخاصة بتحرير الأمة واستقلال مقدراتها ونهضتها الشاملة، وبهذا يقدم الخطاب الديني فهماً جزئياً للإسلام.

ويؤكد خيرى ، في دراسته (٢٠١٥) ^(٥٧) بدوره على هذه الحقيقة فيشير إلي أن الخطاب الديني يغلب عليه الطابع الرجعي فيما يتعلق بالقضايا التقدمية ، مثل الحرية السياسية وحقوق المرأة والتشجيع علي العمل والتعايش السلمي مع الآخر، وأن المؤسسات الدينية الرسمية عجزت عن تقديم خطاب ديني متزن يمثلها علي مستوي القنوات الفضائية بشكل مؤسسي منظم.

وأوضحت دراسة إبراهيم (٢٠١٦)^(٥٨) المعنونة (إتجاهات الخطاب الديني في الفضائيات الإسلامية نحو القضايا المرتبطة بالهوية الإسلامية) أن المواقع الإلكترونية جاءت في الترتيب الأول من بين المصادر التي إعتد عليها الباحثون في الحصول على المعلومات الدينية بوزن نسبي ٢٠,٢٪ ، ويأتى في الترتيب الثاني التلفزيون ، ثم الكتب الدينية والأسرة و خطباء المساجد وإذاعة القرآن الكريم وأخيرا الصحف والمجلات ، كما ثبت إسهام المواقع الإلكترونية الإسلامية في التثقيف الديني والإمداد بالمعلومات الدينية ، حيث ذكر ٧٦,٢٪ من الباحثين أنهم يعتمدون على تلك

المواقع في إستقاء معلوماتهم الدينية .

وفي دراسة الرمال (٢٠١٧)^(٥٩) المعنونة بـ « خطاب وسائل الإعلام الديني ومطابقتها لمبادئ السلام الأهلى فى لبنان » وقد هدفت التعرف على مضامين الرسائل التى تبثها وسائل الإعلام الدينى فى لبنان وإعتمدت على تحليل مضمون عددا من البرامج الدينية فى إذاعات لبنان ، ودللت النتائج على أن ٦٣٪ من البرامج الدينية ترتكر على أصل العقائد الدينية الإسلامية والمسيحية ، وأن ٨٨٪ من المسئولين عن البرامج الدينية يركزون فى تلك البرامج على بناء ثقافة دينية لدى المتلقى عبر دعوة للعودة إلى الأصول والتعاليم المنصوص عليها فى الكتب السماوية .

وفي دراسة عبيد (٢٠١٨)^(٦٠) المعنونة (التوظيف السياسى للخطاب الدينى فى الصحافة المصرية تجاه القضايا الداخلية) والتي طبقت على عدد من الصحف الورقية ومواقع الصحف الإلكترونية ، وأهتتم برصد القضايا الداخلية فى تلك الصحف والمواقع ، أثبتت النتائج تصدر قضية الأمن ومحاربة الإرهاب على بقية القضايا الأخرى بنسبة ٥٣٪ ، وجاء الخطاب التوعوى فى الترتيب الثالث بنسبة ٢٠٦٪ من بين القضايا التى ركزت عليها الصحف الورقية ومواقع الصحف الإلكترونية .

التعليق على الدراسات السابقة :-

باستعراض الدراسات السابقة تبين للباحث ما يلي :-

١- أن معظم الدراسات السابقة إهتتم بدراسة المضمون الدينى فى كافة وسائل الإعلام ، المقررة والمسموعة والمرئية وأهتتم بتناول المضمون الدينى فى مواقع الصحف الإلكترونية .

٢- اعتمدت القليل من الدراسات السابقة فى مجملها على مسح الجمهور ، إلا أنه لم تطبق أى دراسة على الخبراء و لا على القائمين بالاتصال فى مواقع الصحف الإلكترونية . بل إهتتمت الصحف الورقية والقنوات الفضائية بجملى الخطاب الدينى فقط فاعتمدت على آراء العلماء و الفقهاء والخبراء فى مجال الفكر الإسلامى .

٣- أفادت الدراسات السابقة الباحث فى تحديد مشكلة الدراسة ، وبلورة أهدافها و تساؤلاتها ، كما أفادت فى تصميم صحيفة الاستقصاء ، وبخاصة فيما يتعلق بوضع أجندة الخطاب الدينى فى مواقع الصحف الإلكترونية .

الإطار المنهجي للدراسة :

يمكن تناول الإطار المنهجي للدراسة من خلال ما يلي :

مشكلة الدراسة :-

تتناول هذه الدراسة أساليب معالجة مواقع الصحف المصرية للخطاب الديني في فترة زمنية شهدت تفاعلات كثيرة على المستويات المحلية والإقليمية والدولية ، حيث شغل إتجاه تغيير الخطاب الديني حيزا كبيرا من التغطيات الصحفية بالصحف والمواقع الإلكترونية وتنوعت الأفكار والاتجاهات حول هذا الموضوع الذي أصبح وما يزال حديث الرأي العام في مصر وغيرها من بلدان العالم الإسلامي كما أصبحت حديث المواطن العادي .

ومما لاشك فيه أن الخطاب الديني لا ينحصر فيما يقال في المساجد من خطب ودروس دينية ، وإنما يشمل ما يقال عن الدين في جميع وسائل الإعلام مسموعة أو مقروءة أو مرئية ، وغير ذلك من إصدارات أخرى و ما ينشر منها على شبكة الإنترنت ، لكن ما يعنينا في هذه الدراسة هو الخطاب الديني الموجه عبر مواقع الصحف الإلكترونية .

ومن هذا المنطلق فإن تلك الدراسة « تسعى إلي التعرف على أهم أساليب تطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية شكلا ومضمونا وأداءً من وجهة نظر كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في تلك المواقع ، كما تسعى إلى وضع أجندة للخطاب الديني انطلاقا من استراتيجية التطوير في مواقع الصحف المصرية الأربع (الأهرام والأخبار والوفد والمصري اليوم) خلال فترة الدراسة .

أهمية الدراسة :-

تنبثق أهمية الدراسة مما يلي :-

١- الحاجة الملحة إلى تطوير الخطاب الديني الإسلامي ، حيث أن الحياة في تطور مستمر ، وهذا التطور في شتى نواحي الحياة يجب أن يواكبه فكر ديني متجدد ينبع من رؤية شاملة لقضايا الإنسان واهتماماته.

٢- لما كان تطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية ضروري في كل وقت ومتجدد بتجدد الزمان ، فإن الظروف الحالية التي تحيط بالعالم العربي والإسلامي تضيف على هذه العملية أهمية خاصة لأسباب عديدة منها :-

أ- تعرض عالمنا المعاصر لتيارات فكرية متباينة أتاحت لها وسائل الاتصال الحديثة سبل الذبوع الانتشار.

ب- إن العالم العربي والإسلامي يأتي في مقدمة المناطق التي تستهدفها الحملات المعادية للدين الإسلامي ، منذ قيام جريدة «يولاند زوستن» Oland Soapstone الدانمركية بنشر رسومات مسيئة لشخص الرسول الكريم صلى الله عليه وسلم وذلك في عددها الصادر في ٣٠ سبتمبر عام ٢٠٠٥ ، تم تكرار نشر تلك الرسوم في جريدة «فيك اندفيسن» Fake End vision الدانمركية ، وجريدة «مجازينت» Magazines النرويجية ، وبعض الصحف الفرنسية ، وتأييد الاتحاد الأوروبي لتلك الإساءة باتخاذ موقف سلبى حيالها .

- ج- ظهور اتجاهات نشطة مناوئة للإسلام في بلاد بها أقليات إسلامية.
- ٣- أهمية تطوير الخطاب الديني انطلاقاً من كونه أداة لفهم الخطاب الشرعي ، ووسيلة من وسائل توضيح مفاهيم وتعاليم الدين الإسلامي.
- ٤- النقد الموجه للخطاب الديني المعاصر في وسائل الإعلام بوجه عام والقنوات الفضائية ومواقع الصحف الإلكترونية على وجه الخصوص ، وتعرضه للعديد من الضغوط الداخلية والخارجية المطالبة بتطويره على كافة المستويات.
- ٥- أهمية وضع أسس وضوابط وأساليب لتطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية الموجهة للمسلمين ولغير المسلمين من أجل إبراز الصورة المشرفة للإسلام فكراً وعملاً وأسلوب حياة.
- ٦- أهمية وضع أجندة للخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية ، تنبثق من رؤية شاملة ومتعمقة من قبل الخبراء والقائمين بالاتصال في تلك المواقع لأولويات الخطاب الديني الموجه للجمهور بوجه عام ولكل فئة من فئاته على الأخص.
- ٧- تمثل ألدراسة خطوة في مجال الدراسات العربية التي تعاني ندرة ملحوظة فيما يتصل بالخطاب الديني في وسائل الإعلام عامة ، ومواقع الصحف الإلكترونية على وجه الخصوص وأساليب تطوير ذلك الخطاب.

أهداف الدراسة :-

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف عام يتمثل في التعرف على رؤية كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في مواقع الصحف الإلكترونية لأساليب تطوير الخطاب الديني في تلك المواقع

وفي إطار هذا الهدف تسعى الدراسة إلى ما يلي :-

- ١- رصد الواقع الحالي للخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية.
- ٢- تحديد ضوابط تطوير الخطاب الديني في تلك المواقع بناءً على رؤية الخبراء و

القائمون بالاتصال .

٣- التوصل إلى أهم أساليب تطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية ، من حيث الشكل والمضمون والقائم بالاتصال والأسلوب الاقناعي المستخدم وتحديد أهم الإجراءات الخاصة بتطوير ذلك الخطاب.

٤- محاولة وضع أجندة للخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية مستمدة من رؤية كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في تلك القنوات وانطلاقاً من استراتيجية تطوير ذلك الخطاب.

٥- التعرف على مقترحات الخبراء والقائمين بالاتصال في القنوات الفضائية العربية لأساليب تطوير الخطاب الديني في تلك المواقع.

فروض الدراسة :-

١-الفرض الأول : « توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في مواقع الصحف الإلكترونية في درجة رضاء كل منهما عن الخطاب الديني الحالي في تلك المواقع».

٢- الفرض الثاني : «توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في مواقع الصحف الإلكترونية في ترتيب كل منهما للقضايا التي يجب التركيز عليها في تناول الخطاب الديني بتلك المواقع وفقاً لأهمية تلك القضايا».

٣- الفرض الثالث : « توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في مواقع الصحف الإلكترونية في رؤيتهم للمضامين التي يجب التركيز عليها في الخطاب الديني بتلك المواقع».

٤- الفرض الرابع : « توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائيا بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في مواقع الصحف الإلكترونية في رؤية كل منهما للإجراءات الخاصة بتطوير البرامج الدينية في تلك المواقع».

٥- الفرض الخامس : « توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائيا بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في مواقع الصحف الإلكترونية في رؤية كل منهما للقائم بالاتصال المناسب لتقديم الخطاب الديني في تلك المواقع».

تساؤلات الدراسة :-

تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية:

١- ما معدل تعرض كل من الخبراء والقائمين بالاتصال للمضامين الدينية في

- مواقع الصحف الإلكترونية .
- ٢- ما مدى حرص كل من الخبراء والقائمين بالاتصال (عينة الدراسة) على متابعة المضامين الدينية في مواقع الصحف الإلكترونية .
 - ٣- ما المواد الدينية التي يحرص أفراد العينة على مطالعتها على مواقع الصحف الإلكترونية ؟
 - ٤- ما رؤية الخبراء والقائمين بالاتصال للواقع الحالي للخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية ؟
 - ٥- ما أوجه القصور التي يعاني منها الخطاب الديني الحالي في مواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر كل من الخبراء والقائمين بالاتصال عينة الدراسة ؟
 - ٦- ما أساليب تطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر الخبراء والقائمين بالاتصال في تلك المواقع ؟
 - ٧- ما القضايا التي يجب التركيز عليها في الخطاب الديني بمواقع الصحف الإلكترونية ؟
 - ٨- ما الشكل المناسب لتقديم الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في تلك المواقع ؟
 - ٩- ما المضامين الواجب التركيز عليها في تناول الخطاب الديني بمواقع الصحف الإلكترونية ؟
 - ١٠- ما الإجراءات الخاصة بتطوير المواد الدينية في مواقع الصحف الإلكترونية ؟
 - ١١- ما الأسلوب الإقناعي المناسب لتقديم الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية ؟
 - ١٢- ما الصفات الواجب توافرها في القائم بالاتصال في الخطاب الديني بمواقع الصحف الإلكترونية ؟
 - ١٣- ما أولويات الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في تلك المواقع ؟
 - ١٤- ما مقترحات الخبراء والقائمين بالاتصال لتطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية ؟

الإجراءات المنهجية للدراسة :-

١- نوع الدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية ، حيث تستهدف وصف وتحليل وتفسير أساليب تطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية ، من وجهة نظر كل

من الخبراء والقائمين بالاتصال في تلك المواقع ، ومحاولة وضع أجندة للخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية انطلاقاً من استراتيجية التطوير.

٢- منهج الدراسة :-

تستخدم هذه الدراسة منهج المسح ، وفي إطار هذا المنهج تم استخدام أسلوب المسح الميداني على عينة من الخبراء في مجال الإعلام الديني والدعوة وعينة من القائمين بالاتصال في مواقع الصحف الإلكترونية من أجل التوصل إلى رؤيتهم لأساليب تطوير الخطاب الديني في تلك المواقع .

٣- عينة الدراسة :-

اختار الباحث عينة قوامها ٩٠ مفردة من الخبراء ممثلين في أساتذة (الإعلام ، والإعلام الديني ، والشريعة الإسلامية ، والدراسات الإسلامية والعربية ، وأصول الدين والدعوة ، والتفسير وعلوم القرآن الكريم ، علم الحديث) ، والقائمين بالاتصال في مواقع الصحف الإلكترونية ممثلين في (القائمين بالإتصال من الصحفيين المتخصصين في الكتابات الدينية في مواقع الصحف الإلكترونية المصرية (صحيفة الأهرام ، الأخبار ، الوفد ، المصرى اليوم) وبعض الشخصيات المحورية في تلك المواقع ، وهى عينة عمدية غير احتمالية روعي في اختيارها التخصصات السالف ذكرها وفقاً للتوصيف التالي :-

١- توزيع مفردات العينة وفقاً للنوع: -

جدول رقم (١)

المجموع		القائمون بالاتصال		الخبراء		الخبراء والقائمون بالاتصال
ك	%	ك	%	ك	%	
٥٥,٦	٥٠	٤٢,٢	١٩	٦٨,٩	٣١	ذكور
٤٤,٤	٤٠	٥٧,٨	٢٦	٣١,١	١٤	إناث
١٠٠	٩٠	١٠٠	٤٥	١٠٠	٤٥	المجموع

٢- توزيع مفردات العينة وفقاً للسن (المرحلة العمرية): -

جدول رقم (٢)

الخبراء		القائمون بالاتصال		المجموع	
ك	%	ك	%	ك	%
١٠	٢٢,٢	٢٧	٦٠	٣٧	٤١,١
٢٠	٤٤,٤	١٤	٣١,١	٣٤	٣٧,٨
١٥	٣٣,٣	٤	٨,٩	١٩	٢١,١
٤٥	١٠٠	٤٥	١٠٠	٩٠	١٠٠

٣- توزيع مفردات العينة وفقاً للمستوي التعليمي:

جدول رقم (٣)

الخبراء		القائمون بالاتصال		المجموع	
ك	%	ك	%	ك	%
-	-	١	٢,٢	١	٢,٢
٢	٤,٤	٣٨	٨٤,٤	٤٠	٤٤,٤
٤٣	٩٥,٦	٦	١٣,٣	٤٩	٥٤,٤
٤٥	١٠٠	٤٥	١٠٠	٩٠	١٠٠

٤ - توزيع مفردات العينة وفقاً لعدد سنوات الخبرة: -

جدول رقم (٤)

الخبراء والقائمون بالاتصال	الخبراء		القائمون بالاتصال		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
١- أقل من ٥ سنوات	٦	١٣,٣	١٧	٣٧,٨	٢٣	٢٥,٦
٢- من ٥ - لأقل من ١٠ سنة	١٤	٣١,١	١٨	٤٠	٣٢	٣٥,٦
٣- من ١٠ - أقل من ٢٠ سنة	١٥	٣٣,٣	٨	١٧,٨	٢٣	٢٥,٦
٤- ٢٠ سنة فأكثر	١٠	٢٢,٢	٢	٤,٤	١٢	١٣,٣
المجموع	٤٥	١٠٠	٤٥	١٠٠	٩٠	١٠٠

٥- توزيع مفردات العينة وفقاً للتخصص العلمي الدقيق: -

جدول رقم (٥)

	الخبراء		القائمون بالاتصال		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
١- الشريعة الإسلامية	١٥	٣٣,٣	١٣	٢٨,٩	٢٨	٣١,١
٢- الإعلام	-	-	٥	١١,١	٥	٥,٦
٣- الدراسات الإسلامية والعربية	٩	٢٠	٧	١٥,٦	١٦	١٧,٨
٤- أصول الدين الدعوة	٦	١٣,٣	٨	١٧,٨	١٤	١٥,٦
٥- التفسير و علوم القرآن	٥	١١,١	٤	٨,٩	٩	١٠
٦- علم الحديث	٥	١١,١	٣	٦,٧	٨	٨,٩
٧- الإعلام الديني	٥	١١,١	٥	١١,١	١٠	١١,١
المجموع	٤٥	١٠٠	٤٥	١٠٠	٩٠	١٠٠

٤- أدوات جمع البيانات :-

- اعتمد الباحث في جمع بيانات الدراسة على الاستبيان بالمقابلة بهدف الحصول على البيانات المطلوبة بواسطة صحيفة الاستقصاء وقد اشتملت علي المحاور التالية :-
- ١- معدل قراءة مواقع الصحف الإلكترونية .
 - ٢- رصد الواقع الحالي للخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية .
 - ٣- أسس تطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية .
 - ٤- أساليب تطوير الخطاب الديني في تلك المواقع
 - ٥- أجندة الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر كل من الخبراء والقائمين بالاتصال .

٥- اختبار الصدق والثبات :-

- تم إجراء اختبار الصدق والثبات من خلال :-
- ١- وضع الاستمارة في ضوء أهداف الدراسة.
 - ٢- عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين روعي أن يكونوا من خبراء الإعلام والفقهاء الإسلاميين و تم إجراء التعديلات اللازمة لجعل الاستمارة صالحة للتطبيق بناءً على توجيهاتهم .
 - ٣- إجراء اختبار قبلي للاستمارة على عينة قوامها ٢٠ مفردة ، بواقع ١٠ من الخبراء ، و ١٠ من القائمين بالاتصال بما يعادل ٢٢,٢٪ من إجمالي العينة وقد بلغت نسبة الثبات ٩٣٪ ، وهو معدل يدل على صلاحية الاستمارة للقياس.

٦- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة :-

- ١- اختبار (ت) T. Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval or Ratio)
- ٢- اختبار (كا٢) chi-square Test لتقصي العلاقة بين متغيرين من متغيرات الدراسة .
- ٣- معامل التوافق Contingency Coefficient لدراسة شدة العلاقة بين متغيرين .
- ٤- الوزن المئوي الذي يحسب من المعادلة : الوزن المئوي = (المتوسط الحسابي × ١٠٠) ÷ الدرجة العظمى للعلاقة .

٥ - مستوى الدلالة الإحصائية . Sig عند مستوى معنوية ٠,٠٥ .

نتائج الدراسة :

سوف نستعرض نتائج الدراسة ، من خلال عرض النتائج العامة للدراسة ، ثم نتائج اختبارات فروض الدراسة .

أولاً : النتائج العامة للدراسة :-

نستعرض النتائج العامة للدراسة من خلال التركيز على أربع محاور أساسية تتمثل في أنماط تعرض عينة الدراسة لمواقع الصحف الإلكترونية ، ورصد الواقع الحالي للخطاب الديني في تلك المواقع ، وأساليب تطوير الخطاب الديني فيها ، و أجندة الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية ، وذلك على النحو التالي :

(١) المحور الأول : أنماط تعرض عينة الدراسة لمواقع الصحف الإلكترونية :
- وفي هذا المحور تركز الدراسة على معدل التعرض لمواقع الصحف الإلكترونية ، وأهم المضامين التي يحرص أفراد العينة على متابعتها في تلك المواقع ، ومدى الحرص على متابعة المضامين الدينية ، وأهم المواد الدينية التي يقرأها أفراد العينة في مواقع الصحف الإلكترونية .

معدل قراءة أفراد العينة لمواقع الصحف الإلكترونية :-

جدول رقم (٦)

معدل قراءة مواقع الصحف الإلكترونية لدى عينة الدراسة

مدى الدلالة	مستوى المعنوية	قيمة كا ^٢	المجموع		القائمون بالاتصال		الخبراء		
			ك	%	ك	%	ك	%	
غير دالة	٠,٤٩٠	١,٤١٣	٣٦	٤٠	١٩	٤٢,٢	١٧	٣٧,٨	١ - دائماً
			٤١	٤٥,٦	١٨	٤٠	٢٣	٥١,١	٢ - أحياناً
			١٣	١٤,٤	٨	١٧,٨	٥	١١,١	٣ - نادراً
			٩٠	١٠٠	٤٥	١٠٠	٤٥	١٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق رقم (٦) أن جميع أفراد العينة يتابعون قراءة مواقع الصحف الإلكترونية وذلك بنسبة ١٠٠٪، منهم ٤٠٪ يتابعون تلك المواقع بشكل دائم . ونسبة ٤٥,٦٪ يتابعونها أحياناً ، وذلك في مقابل ١٤,٤٪ فقط يتابعونها نادراً. كما يتضح عدم وجود علاقة ارتباطية بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في معدل متابعة كل منهما لمواقع الصحف الإلكترونية ، حيث بلغت قيمة كاي^٢ (١,٤١٣) وبلغ مستوى المعنوية (٠,٤٩) وباستقراء بيانات الجدول السابق نجد تقارب النسب بين كل منهما فيما يتعلق بأنماط متابعة تلك المواقع.

المضامين التي يحرص أفراد العينة على قراءتها في مواقع الصحف الإلكترونية :-

جدول رقم (٧)

يوضح أنواع المضامين التي يحرص أفراد العينة على متابعة قراءتها في مواقع الصحف الإلكترونية

مدى الدلالة	مستوى المعنوية	قيمة كاي ^٢	المجموع		القائمون بالاتصال		الخبراء		
			ك	%	ك	%	ك	%	
دالة	٠,٠٣	٤,٦٣	٣٦	٤٠	٢٨,٩	١٣	٥١,١	٢٣	١- المضامين السياسية والإخبارية
غير دالة	٠,٣٤	٠,٩٠٩	٢٤	٢٦,٧	٢٢,٢	١٠	٣١,١	١٤	٢- المضامين العلمية والثقافية
غير دالة	٠,٢٧	١,٢١٦	٧٤	٨٢,٢	٧٧,٨	٣٥	٨٦,٧	٣٩	٣- المضامين الدينية
دالة	٠,٠٠١	١١,١٤	٢٤	٢٦,٧	١١,١	٥	٤٢,٢	١٩	٤- المضامين الرياضية
غير دالة	٠,٥٨	٠,٣٠٤	١٦	١٧,٨	١٥,٦	٧	٢٠	٩	٥- المضامين الترفيهية
غير دالة	١,٠٠	٠,٠٠٠	١٢	١٣,٣	١٣,٣	٦	١٣,٣	٦	٦- المضامين الفنية
-	-	-	٩٠			٤٥		٤٥	جملة من سفلوا

تشير بيانات الجدول السابق رقم (٧) إلى أن ”المضامين الدينية“ شكلت أهم المواد الدينية التي يحرص أفراد العينة على قراءتها في مواقع الصحف الإلكترونية وذلك بنسبة ٨٢,٢٪ ، يليها وبفارق كبير جداً المضامين السياسية والإخبارية بنسبة ٤٠٪ ، ثم

كل من المضامين العلمية والثقافية والمضامين الرياضية ، حيث بلغت نسبة كل منهما ٢٦,٧٪ ، ثم المضامين الترفيهية بنسبة ١٧,٨٪ وأخيراً جاءت المضامين الفنية في المركز الأخير ، وذلك بنسبة ١٣,٣٪ من إجمالي نسبة المضامين التي يحرص أفراد العينة على قراءتها بانتظام في مواقع الصحف الإلكترونية .

- يرجع السبب في ذلك إلى أن جميع أفراد العينة من الخبراء في العلوم الإسلامية والإعلام والإعلام الديني ، وهو ما يساهم في التعرف على رؤيتهم لأساليب تطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية.

- **ولدراسة العلاقة بين الخبراء والقائمين بالاتصال في الحرص على متابعة مضامين بعينها في مواقع الصحف الإلكترونية :** فقد أظهر استخدام اختبار (كا^٢) وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في تفضيل كل منهما لمتابعة المضامين السياسية والإخبارية والمضامين الرياضية حيث بلغت قيمة كا^٢ (٤,٦٣) للمضامين السياسية والإخبارية وبلغ مستوى المعنوية (٠,٠٣) في حين بلغت كا^٢ (١١,١٤) بالنسبة للمضامين الرياضية وبلغ مستوى المعنوية (٠,٠٠١) وباستقراء بيانات الجدول السابق يتبين أن الخبراء أكثر حرصاً على متابعة المضامين السياسية والإخبارية وكذا المضامين الرياضية في مواقع الصحف الإلكترونية مقارنة بالقائمين بالاتصال ، وذلك بنسبة ٥١,١٪ للمضامين السياسية والإخبارية ، و ٤٢,٢٪ للمضامين الرياضية ، وعلى العكس من ذلك فقد تقاربت النسب بينهما فيما يتعلق بالحرص على متابعة باقى المضامين.

الحرص على متابعة المضامين الدينية في مواقع الصحف الإلكترونية :-
جدول رقم (٨) يوضح الحرص على متابعة المضامين الدينية في القنوات
الفضائية العربية

مدى الدلالة	مستوى المعنوية	قيمة كا ^٢	المجموع		القائمون بالاتصال		الخبراء		
			%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	٠,١٤٤	٣,٨٧٢	٣٣,٣	٣٠	٣٥,٦	١٦	٣١,١	١٤	١- دائماً
			٥٦,٧	٥١	٤٨,٩	٢٢	٦٤,٤	٢٩	٢- أحياناً
			١٠	٩	١٥,٦	٧	٤,٤	٢	٣- نادراً
			١٠٠	٩٠	١٠٠	٤٥	١٠٠	٤٥	المجموع

يتبين من الجدول السابق رقم (٨) أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يحرصون على متابعة المضامين الدينية بمواقع الصحف الإلكترونية وذلك بنسبة ٩٠٪، منهم ٥٦,٧٪ يقرأونها أحياناً، ٣٣,٣٪ يقرأونها بشكل دائم، وذلك في مقابل ١٠٪ فقط هم الذين يقرأون تلك المضامين نادراً.

- كما تبين عدم وجود علاقة إرتباطية بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في مدى حرص كل منهما على متابعة المضامين الدينية في مواقع الصحف الإلكترونية، حيث بلغت قيمة كا^٢ (٣,٨٧٢) وبلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,١٤٤). وهذا يعني أن كل من الخبراء والقائمين بالاتصال يحرصون على متابعة المضامين الدينية في مواقع الصحف بنفس الدرجة من الأهمية.

المواد الدينية التي يحرص أفراد العينة على قراءتها بانتظام في مواقع الصحف الإلكترونية :-

جدول رقم (٩)

يوضح المواد الدينية التي يحرص أفراد العينة علي متابعتها بانتظام في مواقع الصحف الإلكترونية

مدى الدلالة	مستوى المعنوية	قيمة كا ^٢	المجموع		القائمون بالاتصال		الخبراء		
			ك	%	ك	%	ك	%	
غير دالة	٠,٧٩	٠,٢٧٨	٢٠	١٨	٢٢,٢	١٠	١٧,٨	٨	١- فكر ديني (بوابة الأهرام)
غير دالة	١,٠٠	٠,٠٥٣	٣٠	٢٧	٣١,١	١٤	٢٨,٩	١٣	٢- السنة النبوية (بوابة أخبار اليوم)
غير دالة	٠,٨٣	٠,١٨٠	٤٤,٤	٤٠	٤٦,٧	٢١	٤٢,٢	١٩	٣- فتاوى وأحكام (موقع الوفد)
غير دالة	-	-	٤,٤	٤	٦,٧	٣	٤,٤	١	٤- شهد الكلمات-تجديد الخطاب الديني (المصرى اليوم - مصراوى)
-	-	-	٩٠		٤٥		٤٥		جملة من سئلوا

- تشير بيانات الجدول السابق رقم (٩) إلى أن المواد الدينية ”فتاوى وأحكام“ ، أهم المواد التي يحرص أفراد العينة على قراءتها بانتظام في مواقع الصحف الإلكترونية وذلك بنسبة ٤٤,٤% لكل منهما ، يليه المواد الدينية ” السنة النبوية ” في بوابة أخبار اليوم بنسبة ٣٠% ، ثم المواد ”فكر ديني“ في بوابة الأهرام بنسبة ٢٠% ، ”وأخيرا المواد الدينية شهد الكلمات ، وتجديد الخطاب الديني بنسبة ٤,٤% ، في موقع صحيفة المصرى اليوم ومصراوى .

- وقد أظهر استخدام اختبار كا^٢ عدم وجود علاقة إرتباطية بين كل من الخبراء والقائمون بالاتصال في المواد التي يحرصون على قراءتها بانتظام في مواقع الصحف

الإلكترونية ، حيث أوضحت النتائج تقارب النسب بين كل منهما في جميع مواقع الصحف التي يحرصون على متابعتها بانتظام وقراءة المواد الدينية في تلك المواقع .

٢) المحور الثاني : رصد الواقع الحالي للخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية :-

- وفي هذا المحور سوف نستعرض مدى الرضاء عن الخطاب الديني الحالي في مواقع الصحف الإلكترونية ، وأهم أوجه القصور التي يعاني منها الخطاب الديني الحالي في تلك المواقع وذلك على النحو التالي :

مدى الشعور بالرضا عن الخطاب الديني الحالي في مواقع الصحف الإلكترونية :-

جدول رقم (١٠)

يوضح مدى الرضاء عن الخطاب الديني الحالي بمواقع الصحف الإلكترونية

	الخبراء		القائمون بالاتصال		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
١- راض إلى حد كبير	٢	٤,٤	٤	٨,٩	٦	٦,٧
٢- راض	٥	١١,١	١	٢,٢	٦	٦,٧
٣- راض إلى حد ما	٢٧	٦٠	٣٠	٦٦,٧	٥٧	٦٣,٣
٤- غير راض	٧	١٥,٦	٣	٦,٧	١٠	١١,١
٥- غير راض بالمرّة	٤	٨,٩	٧	١٥,٦	١١	١٢,٢
المجموع	٤٥	١٠٠	٤٥	١٠٠	٩٠	١٠٠

يتبين من الجدول السابق رقم (١٠) أن حوالي ٧٦,٧% من أفراد العينة يشعرون بالرضا عن الخطاب الديني الحالي بمواقع الصحف الإلكترونية ، منهم ٦,٧% يشعرون بالرضا إلى حد كبير ، ٦,٧% أيضا يشعرون بالرضا فقط و ٦٣,٣% يشعرون بالرضا إلى حد ما عن هذا الخطاب ، وذلك في مقابل ٢٣,٣% من إجمالي العينة غير راضين عن الخطاب الديني الحالي في مواقع الصحف الإلكترونية منهم ١١,١% غير راض ، ١٢,٢% غير راض بالمرّة عن هذا الخطاب ، ويرى الباحث أن الشعور

بعدم الرضا عن الخطاب الحالي من قبل أفراد العينة من شأن أن يثير نزعة التطوير والتجديد في الخطاب الديني الحالي لكي يساير روح العصر.
أوجه القصور التي يعاني منها الخطاب الديني الحالي في مواقع الصحف الإلكترونية :-

جدول رقم (١١)
يوضح أوجه القصور التي يعاني منها الخطاب الديني الحالي في مواقع الصحف الإلكترونية

الخطاب الديني في مواقع الصحف	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المتوي
	ك	%	ك	%	ك	%			
١- غير قادر علي إظهار جوهر الدين الإسلامي الصحيح	٤٧	٥٢,٢	٢١	٢٣,٣	٢٢	٢٤,٤	٢,٢٨	٠,٨٣٥	٧٦
٢- كثيراً ما يشغل نفسه بالشكليات و الأمور الهامشية	٤٦	٥١,١	٢٠	٢٢,٢	٢٤	٢٦,٧	٢,٢٤	٠,٨٥٢	٧٤,٦٧
٣- يركز في كثير من الأحيان علي أمور الآخرة	٣٢	٣٥,٦	٣١	٣٤,٤	٢٧	٣٠,٠	٢,٠٦	٠,٨١٢	٦٨,٦٧
٤- في كثير من الأحيان يكون منفصلاً عن واقع الحياة	٣٢	٣٥,٦	٢٥	٢٧,٨	٣٣	٣٦,٧	١,٩٩	٠,٨٥٥	٦٦,٣٣
٥- يميل إلي التشديد علي الناس في أمور دينهم	١٤	١٥,٦	٣٤	٣٧,٨	٤٢	٤٦,٧	١,٦٩	٠,٧٢٩	٥٦,٣٣
٦- يركز علي أسلوب الترهيب ويتجاهل الترغيب	١٧	١٨,٩	٣١	٣٤,٤	٤٢	٤٦,٧	١,٧٢	٠,٧٦٥	٥٧,٣٣
٧- ينظر إلي المرأة نظرة متدنية	٣٣	٣٦,٧	٢٥	٢٧,٨	٣٢	٣٥,٦	٢,٠١	٠,٨٥٥	٦٧
٨- يتوسع في التحريم بدرجة كبيرة جداً	١٤	١٥,٦	٢٤	٢٦,٧	٥٢	٥٧,٨	١,٥٨	٠,٧٤٩	٥٢,٦٧
٩- كثيراً ما يميل إلي الرفض التام للحضارة الغربية	٣٩	٤٣,٣	٢٦	٢٨,٩	٢٥	٢٧,٨	٢,١٦	٠,٨٣٣	٧٢
١٠- لا يراعي فقه الأولويات	٢٤	٢٦,٧	٣٧	٤١,١	٢٩	٣٢,٢	١,٩٤	٠,٧٧٠	٦٤,٦٧
جملة من ستلوا	٩٠								

- يتبين من الجدول السابق رقم (١١) أن عدم قدرة الخطاب الديني على إظهار جوهر الدين الإسلامي الصحيح» شكل أبرز أوجه القصور التي يعاني منها الخطاب الديني الحالي في مواقع الصحف الإلكترونية ، وذلك بوزن مئوي مقداره ٧٦٪ ، يليه «كثيراً ما يشغل الخطاب الديني نفسه بالشكليات والأمور الهامشية وذلك بنسبة ٧٤,٦٧٪ ، ثم «ميل الخطاب الديني إلى رفض الحضارة الغربية» بنسبة ٧٢٪ ، و «تركيز الخطاب الديني على أمور الآخرة وإهماله لأمر الدنيا» بنسبة ٦٨,٦٧٪ ، ثم «نظرته المتدنية للمرأة» بنسبة ٦٧٪ ، و«انفصاله عن واقع الحياة» بنسبة ٦٦,٣٣٪ ، ثم «عدم مراعاته لفقهاء الأولويات» بنسبة ٦٤,٦٧٪ ، و «تركيزه على أسلوب الترهيب والبعد عن الترغيب» بنسبة ٥٧,٣٣٪ ، ثم التشدد في الأمور الدينية والدينية «بنسبة ٥٦,٣٣٪ و أخيراً «التوسع في التحريم بدرجة جعلت من الدين قائمة كبيرة من المحرمات» وذلك بنسبة ٥٢,٦٧٪.

٣- العلاقة بين رؤية الخبراء والقائمين بالاتصال لأوجه القصور التي يعاني منها الخطاب الديني الحالي في مواقع الصحف الإلكترونية :-

جدول رقم (١٢)

يوضح العلاقة بين رؤية الخبراء و القائمين بالاتصال لسلبيات الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية

النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
١- غير قادر علي إظهار جوهر الدين الإسلامي الصحيح	٤٥	٢,٢٧	٠,٨٨٩	٠,١٢٦	٨٨	٠,٩٠٠
	٤٥	٢,٢٩	٠,٧٨٧			
٢- كثيراً ما يشغل نفسه بالشكليات و الأمور الهامشية	٤٥	٢,٢٢	٠,٨٧٦	٠,٢٤٦	٨٨	٠,٨٠٦
	٤٥	٢,٢٧	٠,٨٣٧			
٣- يركز في كثير من الأحيان علي أمور الآخرة	٤٥	١,٩٨	٠,٧٨٣	٠,٩٠٧	٨٨	٠,٣٦٧
	٤٥	٢,١٣	٠,٨٤٢			

٠,٩٠٣	٨٨	٠,١٢٣-	٠,٨٢٦	٢,٠٠	٤٥	خبير	٤- في كثير من الأحيان يكون منفصلاً عن واقع الحياة
			٠,٨٩٢	١,٩٨	٤٥	قائم بالاتصال	
٠,٧٧٤	٨٨	٠,٢٨٨	٠,٧٦٩	١,٦٧	٤٥	خبير	٥- يميل إلى التشديد علي الناس في أمور دينهم وديناهم
			٠,٦٩٥	١,٧١	٤٥	قائم بالاتصال	
٠,٠٧٣	٨٨	١,٨١٥	٠,٧٨٣	١,٥٨	٤٥	خبير	٦- يركز علي أسلوب الترهيب ويتجاهل الترغيب
			٠,٧٢٦	١,٨٧	٤٥	قائم بالاتصال	
٠,٠٣٥	٨٨	٢,١٣٩-	٠,٨١٥	٢,٢٠	٤٥	خبير	٧- ينظر إلى المرأة نظرة متدنية
			٠,٨٦٠	١,٨٢	٤٥	قائم بالاتصال	
٠,٤٠٢	٨٨	٠,٨٤٣-	٠,٧٧٣	١,٦٤	٤٥	خبير	٨- يتوسع في التحريم بدرجة كبيرة جداً
			٠,٧٢٧	١,٥١	٤٥	قائم بالاتصال	
٠,٦١٦	٨٥,١٦٦	٠,٥٠٤-	٠,٧٥٧	٢,٢٠	٤٥	خبير	٩- كثيراً ما يميل إلى الرفض التام للحضارة الغربية
			٠,٩١٠	٢,١١	٤٥	قائم بالاتصال	
٠,٨٩٢	٨٨	٠,١٣٦-	٠,٧٦٧	١,٩٦	٤٥	خبير	١٠- لا يراعي فقه الأولويات
			٠,٧٨٠	١,٩٣	٤٥	قائم بالاتصال	

تبين وجود فروق معنوية دالة إحصائياً بين الخبراء والقائمون بالاتصال عينة الدراسة في «نظرة الخطاب الديني الحالي للمرأة نظرة متدنية» حيث بلغت قيمة ت (٢,١٣٩) وبلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٣٥) وذلك عند درجة حرية ٨٨ وباستقراء بيانات الجدول السابق رقم (١٢) يتضح أن قيمة المتوسط الحسابي للخبراء (٢,٢٠) أكبر من قيمة المتوسط الحسابي للقائمين بالاتصال (١,٨٢) وهذا يعني أن الخبراء أكثر شعوراً بعدم إعطاء المرأة حقها الذي كفله لها الإسلام في الخطاب الديني الحالي مواقع الصحف الإلكترونية، وهو من شأنه أن يساهم في تطوير الخطاب الديني الموجه للمرأة عبر المواقع الإلكترونية، وعلى العكس من ذلك فقد أظهر استخدام اختبار(ت) عدم وجود فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الخبراء والقائمون بالاتصال عينة الدراسة في باقى أوجه القصور التي يعاني منها الخطاب الديني الحالي في مواقع

الصحف الإلكترونية ، حيث نلاحظ تقارب قيم المتوسط الحسابي لكل من الخبراء والقائمون بالاتصال في كافة اوجه القصور الأخرى.

٣) المحور الثالث: أساليب تطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية - في هذا المحور تركز الدراسة على أهم أساليب تطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية ، من وجهة نظر كل من الخبراء و القائمون بالاتصال في تلك المواقع والتي تتمثل فيما يلي :

١- ضوابط تطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية :-

جدول رقم (١٣)

يوضح ضوابط تطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية

	١ ت		٢ ت		٣ ت		٤ ت		٥ ت		٦ ت		٧ ت		الوزن المرجح	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
١- ألا يؤدي التطوير إلي التضادم مع النصوص الشرعية أو الإخلال بها	١٦	١٧,٨	٣٢	٣٥,٦	١٣	١٤,٤	٦	٦,٧	٨	٨,٩	٤	٤,٤	٢	٢,٢	٤٢٧	١٨,٥١
٢- أن يراعي التطوير القواعد العامة في الإنشاء	١٦	١٧,٨	٦	٦,٧	٢٥	٢٧,٨	١٣	١٤,٤	١٢	١٣,٣	٢	٢,٢	٤	٤,٤	٣٦٩	١٥,٩٩
٣- ألا يكون فكرُ صحاح العلماء عديم اعتبار	١	١,١	٧	٧,٨	٧	٧,٨	١٨	٢٠	١٤	١٥,٦	١٦	١٧,٨	٩	١٠	٢٣٩	١٠,٣٦

١٣,٢٢	٣٠٥	٧,٨	٧	١٢,٢	١١	١٢,٢	١١	١٣,٣	١٢	١٢,٢	١١	٢٣,٣	٢١	٢,٢	٢	٤- ألا يكون التطوير ملفقاً بين المذاهب أو من الآراء الشاذة فيها
٢٢,٢٨	٥١٤	-	-	٣,٣	٣	٢,٢	٢	٣,٣	٣	١٣,٣	١٢	١٢,٢	١١	٥٧,٨	٥٢	٥- أن ينطلق فكر التطوير من القرآن الكريم والسنة ثم الاجتهاد
٨,٧١	٢٠١	٢٦,٧	٢٤	١١,١	١٠	١٢,٢	١١	١١,١	١٠	٨,٩	٨	٥,٦	٥	٢,٢	٢	٦- أن يسعى التطوير إلى الانفتاح على الآخرين علمانيين أو غيرهم
١٠,٩٢	٢٥٢	١٢,٢	١١	١٦,٧	١٥	١٥,٦	١٤	١٧,٨	١٦	١٢,٢	١١	٦,٧	٦	٢,٢	٢	٧- أن يؤكد الفكر التطويري على الوسطية الإسلامية
٪١٠٠	٢٣٠٧	مجموع الأوزان الترجيحية الكلي														

بعد تطبيق الأوزان المرجحة لضوابط تطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية ، وكما تشير بيانات الجدول السابق رقم (١٣) فقد أوضحت النتائج أن أهم ضوابط تطوير الخطاب الديني من وجهة نظر الخبراء والقائمون بالاتصال هو «أن ينطلق فكر التطوير من القرآن الكريم والسنة النبوية أولاً ، ثم اجتهاد العلماء والمفكرين فيما بعد» وذلك بنسبة ٢٢,٢٨٪ ، يليها «ألا يؤدي التطوير إلى التصادم مع النصوص الشرعية أو الإخلال بها» بنسبة ١٨,٥١٪ ، ثم «أن يراعى التطوير القواعد العامة في الإفتاء» وذلك بنسبة ١٥,٩٩٪ ، وجاء «ألا يكون التطوير ملفقاً

بين المذاهب أو من الآراء الشاذة فيها» في الترتيب الرابع بنسبة ١٣,٢٢٪ ، ثم «أن يؤكد الفكر التطويري علي الوسطية الإسلامية» في الترتيب الخامس وذلك بنسبة ١٠,٩٢٪ ، و«ألا يكون التطوير فكراً صرح العلماء برده أو عدم اعتباره» بنسبة ١٠,٣٦٪ ، وأخيراً جاء «أن يسعى التطوير إلى الانفتاح على الآخرين علمانيين أو غيرهم» في الترتيب الأخير بنسبة ٨,٧١٪. ويرى الباحث أن هذه النتيجة تعد منطقية إلى حد كبير وذلك انطلاقاً من قول رسول الله صلى الله عليه وسلم «تركت فيكم ما أن تمسكتم به لن تضلوا بعدى أبداً كتاب الله وسنتي» وهما الأصل الذي ينطلق منه تطوير الخطاب الديني في كل زمان ومكان.

- وتتفق تلك النتيجة مع ما توصل إليه كل من رضا عبدالواحد (٢٠٠٩) (٦١) ، رباب رأفت الجمال (٢٠٠١) (٦٢) ، إبراهيم صالح الحسيني (٢٠٠١) (٦٣) م.

٢- العلاقة بين الخبراء والقائمون بالاتصال في رؤيتهم لضوابط تطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية

جدول رقم (١٤)

العلاقة بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في رؤيتهم لضوابط تطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف

النوع	العدد	متوسط الترتيبات	قيمة U	مستوي المعنوية	مدى الدلالة
خبير	٤٥	٣٧,٤٧	٦٥١,٠	٠,٠٠٣	دالة
	٤٥	٥٣,٥٣			
خبير	٤٥	٤٩,٦٩	٨٢٤,٠	٠,١٢١	غير دالة
	٤٥	٤١,٣١			
خبير	٤٥	٤٧,٥٧	٩١٩,٥	٠,٤٤٧	غير دالة
	٤٥	٤٣,٤٣			
خبير	٤٥	٤٤,٣٢	٩٥٩,٥	٠,٦٦٥	غير دالة
	٤٥	٤٦,٦٨			
خبير	٤٥	٤٦,١٦	٩٨٣,٠	٠,٧٩٠	غير دالة
	٤٥	٤٤,٤٨			

غير دالة	٠,٥٤٣	٩٣٨,٠	٤٧,١٤	٤٥	خبير	٦- أن يسعى التطوير إلى الانفتاح على الآخرين علمانيين أو غيرهم
			٤٣,٨٦	٤٥	قائم بالاتصال	
غير دالة	٠,٤٠٣	٩١٠,٠	٤٧,٧٨	٤٥	خبير	٧- أن يؤكد الفكر التطويري علي الوسطية الإسلامية
			٤٣,٢٢	٤٥	قائم بالاتصال	

للتوصل إلى هذه العلاقة استخدم الباحث اختبار «مان ويتني» لدراسة معنوية الفروق بين متوسط ترتيبات كل من الخبراء والقائمين بالاتصال لضوابط تطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية ، وكما تشير بيانات الجدول السابق رقم (١٤) فقد تبين وجود فروق معنوية دالة إحصائيا بين الخبراء والقائمين بالاتصال في متوسط ترتيبهم لواحدة فقط من الضوابط وهي « ألا يؤدي التطوير إلى التصادم مع النصوص الشرعية أو الإخلال بها» حيث بلغت قيمة معامل m (٠,٦٥١,٠) وبلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٠٣) وباستقراء بيانات الجدول السابق يتضح أن متوسط ترتيبات الخبراء (٣٧,٤٧) أقل من متوسط ترتيبات القائمين بالاتصال (٥٣,٥٣) وهو ما يشير إلى أن الأهمية النسبية لهذا الضابط لدى الخبراء أكبر منه لدى القائمين بالاتصال.

- كما تبين عدم وجود فروق معنوية دالة إحصائيا بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في ترتيبهم لباقي ضوابط تطوير الخطاب الديني ، حيث تقاربت قيم المتوسط الترتيبي بين كل منهما في باقي الضوابط».

٢- القضايا التي يجب التركيز عليها في الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية في إطار عملية تطوير:-

جدول رقم (١٥)

الوزن المرجح	ت ٧		ت ٦		ت ٥		ت ٤		ت ٣		ت ٢		ت ١		١- الانحياز لقضية التواصل الحضاري
	%	نقاط	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٩,٤٧	٥١١	٢٣,٣	٢١	١٥,٦	١٤	١٧,٨	١٦	١٥,٦	١٤	٥,٦	٥	١,١	١	٧,٨	٧

٢٣	٢٥,٦	١٧	١٨,٩	١١	١٢,٢	٨	٨,٩	١١	١٢,٢	١١	١٢,٢	١	١,١	٤٠,٦	١٥,٤٧	٢- الأحيار القضية الوحدة العربية
٣١	٣٤,٤	٢٢	٢٤,٤	٩	١٠	٦	٦,٧	١١	١٢,٢	٧	٧,٨	١	١,١	٤٦٦	١٧,٧٦	٣- تفعيل دور المنظمات الإسلامية في كل دول العالم
٣	٣,٣	٢٢	٢٤,٤	١٨	٢٠	١٤	١٥,٦	٥	٥,٦	١٠	١١,١	٦	٦,٧	٣٤٠	١٢,٩٦	٤- تبني قضية الديمقراطية في الدول الإسلامية
١٠	١١,١	١٢	١٣,٣	١٢	١٣,٣	١٤	١٥,٦	٤	٤,٤	١٧	١٨,٩	١٢	١٣,٣	٣١٦	١٢,٠٤	٥- تأكيد مبدأ الشورى و إفساح المجال لقبول الأخر
١٦	١٧,٨	٧	٧,٨	١٩	٢١,١	١٩	٢١,١	١٤	١٥,٦	٦	٦,٧	٢	٢,٢	٣٥٣	١٣,٤٥	٦- تأكيد مبدأ العدالة الاجتماعية و التكافل الاجتماعي
٣	٣,٣	٦	٦,٧	١٢	١٣,٣	٦	٦,٧	١٦	١٧,٨	٩	٩	١٠	١٠	٢٣٢	٨,٨٤	٧- إنصاف المراة لتشارك الرجل القيام بالعمل العام
															مجموع الأوزان الترجيحية الكلي	
															٢٦٢٤	٪ ١٠٠

يتضح من الجدول السابق رقم (١٥) أن ترتيب القضايا التي يجب التركيز عليها في الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية لدى عينة الدراسة في إطار عملية التطوير جاء كما يلي :-

- شكلت قضية "التوصل الحضاري مع دول العالم" أهم القضايا التي يجب التركيز عليها في الخطاب الديني بمواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر الخبراء والقائمين بالاتصال وذلك بوزن مرجح مقداره ١٩,٤٧٪ ، يليها قضية "تفعيل دور المنظمات الإسلامية في كل دول العالم وذلك بنسبة ١٧,٧٦٪ ، ثم قضية "الوحدة العربية"

بنسبة ١٥,٤٧٪ ، وقضية ”تأكيد مبدأ العدالة الاجتماعية والتكافل الاجتماعى“ بنسبة ١٣,٤٥٪ ، ثم تبنى قضية الديمقراطية فى الدول الإسلامية ” بنسبة ١٢,٩٦٪ ، وقضية ”تأكيد مبدأ الشورى وإفساح المجال لقبول الآخر“ بنسبة ١٢,٠٤٪ ، وأخيراً جاءت قضية ”إنصاف المرأة لتشارك الرجل القيام بمهام العمل العام“ وذلك بنسبة ٨,٨٤٪. ولعل قضية ”التواصل الحضارى مع كافة دول العالم“ تعد من أهم أولويات قضايا الخطاب الدينى المعاصر نظراً للظروف الراهنة التى تحيط بالعالم العربى والإسلامى وتعرضه لتيارات وأفكار متباينة أتاحت لها وسائل الاتصال الحديثة سبل الذبوع والانتشار ، مما يتطلب من القائمين على الخطاب الدينى المعاصر ضرورة التصدى لتلك التيارات والأفكار وإبراز جوهر الدين الإسلامى الصحيح.

٣- الشكل الصحفى المناسب لتقديم الخطاب الدينى فى مواقع الصحف الإلكترونية :-

جدول رقم (١٦)

مدى الدلالة	مستوى المعنوية	قيمة ك ^٢	المجموع		القائمون		الخبراء		
			ك	%	ك	%	ك	%	
غير دالة	٠,١٦	١,٤٦	٢٣	٢٥,٦	٢٠	٩	٣١,١	١٤	١- الخبر المباشر
غير دالة	٠,٥٠٠	٠,٠٥	٣٩	٤٣,٣	٤٤,٤	٢٠	٤٢,٢	١٩	٢- الحوار
دالة	٠,٠٣	٥,٤٨	٣٩	٤٣,٣	٣١,١	١٤	٥٥,٦	٢٥	٣- السؤال و الجواب (الفتوى)
غير دالة	٠,٤٣	١,٣٩	٧	٧,٨	٤,٤	٢	١١,١	٥	٤- التحقيق (الريپورتاج)
غير دالة	-	-	٣	٣,٣	٢,٢	١	٤,٤	٢	٥- المقال
غير دالة	٠,٠٨	٢,٥٩	٢٧	٣٠	٣٧,٨	١٧	٢٢,٢	١٠	٦- الجمع بين أكثر من شكل
-	-	-	٩٠		٤٥			٤٥	جملة من سفلوا

يتبين من الجدول السابق رقم (١٦) أن كل من قالب «الحوار» ، وقالب «السؤال والجواب» الذى يتعلق بالفتوى كانا أهم الأشكال الصحفية المناسبة لتقديم الخطاب الدينى فى مواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر كل من الخبراء والقائمين بالاتصال عينة الدراسة وذلك بنسبة ٤٣,٣٪ لكل منهما ، يليها «الجمع بين أكثر من شكل صحفى لتقديم الخطاب الدينى» وذلك بنسبة ٣٠٪ ، ثم «الخبر المباشر»

بنسبة ٢٥,٦٪ ، وقال «التحقيق» «الريورتاج» بنسبة ٧,٨٪ ، وأخيراً جاء قالب «المقال» في المركز الأخير بنسبة ٣,٣٪ من إجمالي نسبة الأشكال الصحفية المناسبة لتقديم الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية .

٤- المضامين الواجب التركيز عليها في الخطاب الديني بمواقع الصحف الإلكترونية :-

جدول رقم (١٧)

يوضح المضامين الدينية المفضلة لدى المبحوثين في مواقع الصحف الإلكترونية

	الترتيب الأول		الترتيب الثاني		الترتيب الثالث		الترتيب الرابع		الخامس		الوزن المرجح	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	النقاط	%
١- المضامين التي تعرض مبادئ العقيدة	٣٦	٤٠	١١	١٢,٢	٨	٨,٩	١	١,١	٥	٥,٦	٢٥٥	٢١,٨٤
٢- المضامين التي تسهم في إعداد المسلم إعداداً كاملاً علي أسس منهجية سليمة	١٠	١١,١	١٤	١٥,٦	٩	١٠	٧	٧,٨	٦	٦,٧	١٥٣	١٢,٨٩
٣- مضامين تغلب عليها الصبغة الإيمانية	٣	٣,٣	٩	١٠	٢	٢,٢	١	١,١	١	١,١	٦٠	٥,٠٥
٤- المضامين التي تسهم في تعميق الفكر الديني في النفس البشرية	٥	٥,٦	١٧	١٨,٩	١١	١٢,٢	٨	٨,٩	١٠	١١,١	١٥٢	١٢,٨١

٢,٨٦	٣٤	١,١	١	٤,٤	٤	٤,٤	٤	٢,٢	٢	١,١	١	٥- المضامين التي تنطلق من القيم السائدة في المجتمع و المستمدة من ثقافته
٦,٣٢	٧٥	٥,٦	٥	٧,٨	٧	٧,٨	٧	٥,٦	٥	٣,٣	٣	٦- المضامين التي تؤدي دوراً إرشادياً
١١,٢	١٣٣	٣,٣	٣	١١,١	١٠	١٣,٣	١٢	١٢,٢	١١	٦,٧	٦	٧- المضامين التي تغرس الأمل و الرحمة في النفوس
٩,٤٤	١١٢	١٠	٩	١٠	٩	٧,٨	٧	٦,٧	٦	٨,٩	٨	٨- المضامين التي تعرض الدين الإسلامي باعتباره منهج حياة
١١,٨٨	١٤١	١٣,٣	١٢	١٢,٢	١١	١٤,٤	١٣	٧,٨	٧	٨,٩	٨	٩- المضامين التي تلزم احترام الأديان السماوية وعدم الإساءة إلى المقدسات
٩,٥٢	١١٣	١٥,٦	١٤	١٦,٧	١٥	١٢,٢	١١	٤,٤	٤	٤,٤	٤	١٠- المضامين التي تؤكد علي ضرورة الإيمان بجميع الأنبياء و الرسل

١١	المضامين التي تسعى إلي إيجاد وعي إسلامي مستنير في نطاق الفرد و المجتمع	٢	٢,٢	١	١,١	٤	٤,٤	٤	٤,٤	٦	٦,٧	٤٠	٣,٣٧	
١٢	المضامين التي تسهم في تربية الإنسان علي حرية الفكر و استقلال الإرادة	١	١,١	٢	٢,٢	-	-	٨	٨,٩	٧	٧,٨	٣٦	٣,٠٣	
١٣	مضامين تسعى إلي محاربة الجمود	١	١,١	١	١,١	١	١,١	٢	٢,٢	٨	٨,٩	٢٤	٢,٠٢	
مجموع الأوزان الترجيحية الكلي													١١٨٧	١٠٠

بعد تطبيق الأوزان المرجحة للمضامين التي يجب أن يركز عليها الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر كل من الخبراء والقائمين بالاتصال عينة الدراسة ، وكما تشير بيانات الجدول السابق رقم (١٧) فقد أوضحت النتائج أن «المضامين التي تعرض مبادئ العقيدة الإسلامية في وضوح ويسر» جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٢١,٨٤٪ ، ويليهما وبفارق كبير «المضامين التي تسهم في إعداد المسلم إعداداً كاملاً على أسس منهجية سليمة» وذلك بنسبة ١٢,٨٩٪ ، ثم «المضامين التي تسهم في تعميق الفكر الديني في النفس البشرية» بنسبة ١٢,٨١ ، وجاءت «المضامين التي تلزم احترام الأديان السماوية وعدم الإساءة إلى المقدسات» في الترتيب الرابع بنسبة ١١,٨٨٪ ، ثم «المضامين التي تغرس الأمل والرحمة في النفوس» في الترتيب الخامس بنسبة ١١,٢٪ ، أما «المضامين التي تؤكد على « ضرورة الإيمان بجمع الأنبياء والرسل » فقد احتلت المركز السادس بنسبة ٩,٥٢٪ ، والترتيب السابع كان من نصيب «المضامين التي تعرض الدين الإسلامي باعتباره منهج حياة» وذلك بنسبة

٩,٤٤٪ ، ثم جاءت باقى المضامين كما هو موضح فى الجدول السابق.

٥- الأسلوب الإقناعى الأنسب لتقديم الخطاب الدينى فى مواقع الصحف الإلكترونية : -

جدول رقم (١٨)

يوضح الأساليب الإقناعية المناسبة لتقديم الخطاب الدينى فى مواقع الصحف الإلكترونية

الخبراء	القائمون بالاتصال		المجموع	
	ك	%	ك	%
١٧	٣٧,٨	١٦	٣٥,٦	٣٦,٧
٥	١١,١	٥	١١,١	١١,١
٢	٤,٤	١	٢,٢	٣,٣
-	-	-	-	-
٨	١٧,٨	١١	٢٤,٤	٢١,١
٣	٦,٧	-	-	٣,٣
١٠	٢٢,٢	١١	٢٤,٤	٢٣,٣
-	-	١	٢,٢	١,١
٤٥	١٠٠	٤٥	١٠٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق رقم (١٨) إلى أن «أسلوب الوعظ والإرشاد» هو أنسب الأساليب الإقناعية لتقديم الخطاب الدينى فى مواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر الخبراء والقائمين بالاتصال عينة الدراسة ، حيث جاء فى الترتيب الأول بنسبة ٣٦,٧٪ ، يليه «أسلوب الحوار والمجادلة» بنسبة ٢٣,٣٪ ، ثم «الأسلوب الذى يجمع بين كل من الترغيب والترهيب» وذلك بنسبة ٢١,١٪ ، وجاء «تقديم نموذج القدوة» فى الترتيب الرابع بنسبة ١١,١٪ ، أما كل من أسلوب «الترغيب» و«الأسلوب القصصى» فقد

احتلا المركز الخامس بنسبة ٣,٣٪ لكل منهما ، وأخيراً جاء أسلوب «تقديم المساعدات والهبات والخدمات الاجتماعية» في المركز السادس والأخير وذلك بنسبة ١,١٪.

٦- القائم بالاتصال المناسب لتقديم الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية :-

جدول رقم (١٩) يوضح نوعية القائم بالاتصال لتقديم الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية

	الترتيب الأول		الترتيب الثاني		الترتيب الثالث		الترتيب الرابع		الوزن المرجح
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
١- محرر صحفي	٢	٢,٢	٣	٣,٣	٥٥	٦١,١	٧	٧,٨	١٣٤
٢- عالم من علماء الدين	٤٤	٤٨,٤	٣٥	٣٨,٩	٣	٣,٣	-	-	٢٨٧
٣- داعية إسلامي متخصص	٤١	٤٥,٦	٤١	٤٥,٦	٣	٣,٣	-	-	٢٩٣
٤- شخصية عامة	٢	٢,٢	-	-	٥	٥,٦	٤٦	٥١,١	٦٤
مجموع الأوزان الترجيحية الكلي									٧٧٨
									١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق رقم (١٩) على أن «الداعية الإسلامي المتخصص» يعد الأنسب لتقديم الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر الخبراء والقائمين بالاتصال ، حيث جاء في الترتيب الأول بين القائمين بالاتصال في الخطاب الديني ، وذلك بنسبة ٣٧,٦٦٪ ، يليه وبفارق بسيط جداً «عالم من علماء الدين» بنسبة ٣٦,٨٩٪ ، ثم «المحرر الصحفي» بنسبة ١٧,٢٢٪ ، وأخيراً جاء تقديم الخطاب الديني من خلال شخصية عامة وذلك بنسبة ٨,٢٣٪.

٧- الصفات الواجب توافرها في القائم بالاتصال في الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية :-

جدول رقم (٢٠)

يوضح الصفات والمؤهلات الواجب توافرها في القائم بالاتصال في الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية

مدى الدلالة	مستوى المعنوية	قيمة كا ^٢	المجموع		القائمون بالاتصال		الخبراء		
			%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	٠,٢٤٥	١,٩٤٧	٢٨,٩	٢٦	٢٢,٢	١٠	٣٥,٦	١٦	١- أن يكون أسلوبه الدعوى منسجماً و متماشياً مع فكر و ثقافة المجتمع
غير دالة	٠,٥١٥	٠,٧٥٦	٣٧,٨	٣٤	٤٢,٢	١٩	٣٣,٣	١٥	٢- أن يكون حاصلاً علي دورات تدريبية متخصصة في أمور الدين و الدنيا
غير دالة	١,٠٠	٠,٠٥٨	٢٥,٦	٢٣	٢٤,٤	١١	٢٦,٧	١٢	٣- أن يزيد بمناهج و برامج علمية و تأهيلية
غير دالة	٠,٨٣٣	٠,١٧٩	٥٣,٣	٤٨	٥١,١	٢٣	٥٥,٦	٢٥	٤- أن يكون مطلع علي منجزات العصر ، قادرا علي أن يدلل عليها من الكتاب و السنة
غير دالة	٠,٥٠٩	٠,٧٧٦	٣٥,٦	٣٢	٣١,١	١٤	٤٠	١٨	٥- أن يكون ملماً بتعاليم الأديان السماوية الأخرى كالنصرانية و اليهودية

غير دالة	٠,٨٣٣	٠,١٧٩	٤٦,٧	٤٢	٤٤,٤	٢٠	٤٨,٩	٢٢	٦- أن تتوافر فيه الأهلية و الصلاحية للدعوة إلى دين الله عز و جل
غير دالة	٠,٢٠٢	٢,٢١٧	٤٣,٣	٣٩	٣٥,٦	١٦	٥١,١	٢٣	٧- أن يكون علي بصيرة من أمره و دراية تامة بما يدعوا إليه
غير دالة	٠,٨٢٨	٠,١٨٩	٣٧,٨	٣٤	٣٥,٦	١٦	٤٠	١٨	٨- أن يكون مبشراً في دعوته لا منفراً
غير دالة	٠,٦٧١	٠,٤٠٧	٤٣,٣	٣٩	٤٠	١٨	٤٦,٧	٢١	٩- أن يكون قادر علي اختيار أنسب الوسائل و الطرق التي تعينه علي نشر دعوته
دالة	٠,٠٣٢	٤,٢٨٦	٣٠	٢٧	٢٠	٩	٤٠	١٨	١٠- أن يتصف بالعدل و الإنصاف حتى مع من يخالفه في العقيدة
غير دالة	٠,٥٠٠	٠,٠٤٤	٥٠	٤٥	٤٨,٩	٢٢	٥١,١	٢٣	١١- أن يتسلح بالصدق و الأمانة و الإخلاص
غير دالة	٠,٢٩٦	٠,٦٥٣	١٨,٩	١٧	١٥,٦	٧	٢٢,٢	١٠	١٢- أن يترجم المذهبية الإسلامية في شخصه فكراً و سلوكاً و في رسالته شكلاً و مضموناً
غير دالة	٠,٥٠٠	٠,٠٤٥	٤٣,٣	٣٩	٤٤,٤	٢٠	٤٢,٢	١٩	١٣- أن يكون متفهماً لطبيعة عمله

غير دالة	٠,٢٥٩	٠,٧٤١	٤٠	٣٦	٣٥,٦	١٦	٤٤,٤	٢٠	١٤- أن يكون لديه القدرة علي التأثير في الجماهير و التكيف معهم
غير دالة	٠,٤١٤	٠,١٨٩	٣٧,٨	٣٤	٣٥,٦	١٦	٤٠	١٨	١٥- أن يتسم بالصبر و الموضوعية
غير دالة	٠,٠٩٩	٢,٢٤٩	٥٨,٩	٥٣	٥١,١	٢٣	٦٦,٧	٣٠	١٦- أن يكون قدوة حسنة في أقواله و أفعاله
-	-	-	٩٠			٤٥		٤٥	جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق رقم (٢٠) إلى الصفات الواجب توافرها في القائم بالاتصال في الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر الخبراء والقائمين بالاتصال عينة الدراسة، ويأتي في مقدمتها «أن يكون قدوة حسنة في أقواله وأفعاله» بنسبة ٥٨,٩٪، يليها «أن يكون مطلع على منجزات العصر قادرا على أن يأتي بالدليل عليها من الكتاب والسنة» بنسبة ٥٣,٣٪، ثم «أن يتسلح بالصدق والأمانة والإخلاص» بنسبة ٥٠٪، و«أن تتوافر فيه الأهلية والصلاحية للدعوة إلى دين الله عز وجل» بنسبة ٤٦,٧٪، ثم كل من «أن يكون على بصيرة من أمره ودراية تامة بما يدعوا إليه»، و«أن يكون قادر على اختيار أنسب الوسائل والطرق التي تعينه على نشر دعوته»، و«أن يكون مؤمنا برسائله متفهما لطبيعة عمله» بنسبة ٤٣,٣٪ لكل منهما ثم «أن يكون لديه القدرة على التأثير في الجماهير والتكيف معهم» بنسبة ٤٠٪، ثم «أن يكون حاصلاً على دورات تدريبية في أمور الدين والدنيا»، و«أن يكون مبشراً في دعوته وأن يتحلى بالرفق واللين» و«أن يتسم بالصبر والموضوعية و التواضع» وذلك بنسبة ٣٧,٨٪ لكل منها، و«أن يكون ملماً بتعاليم الأديان السماوية الأخرى» بنسبة ٣٥,٦٪، و«أن يتصف بالعدل والانصاف حتى مع من يخالفه في العقيدة» بنسبة ٣٠٪، و«أن يكون أسلوبه الدعوى منسجماً ومتماشياً مع فكر وثقافة المجتمع» وذلك بنسبة ٢٨,٩٪، و«أن يزود بمناهج وبرامج علمية وتربوية وتأهيلية» بنسبة ٢٥,٦٪، وأخيراً جاء صفة «أن يترجم المذهبية الإسلامية في شخصه وسلوكه ورسائله» بنسبة ١٨,٩٪.

- كما تشير بيانات الجدول السابق رقم (٢٥) إلى عدم وجود فروق معنوية دالة إحصائية بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في رؤيتهم لجميع الصفات الواجب توافرها في القائم بالاتصال في الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية باستثناء صفة واحدة فقط هي «أن يتصف بالعدل والانصاف حتى مع من يخالفه في العقيدة» ، حيث بلغت قيمة كا^٢ (٤,٢٨٦) ، وقيمة مستوى المعنوية (٠,٠٣٢) فالخبراء أولوها أهمية أكبر من القائمين بالاتصال، حيث جاءت النسب ٤٠٪ للخبراء في مقابل ٢٠٪ للقائمين بالاتصال.

المحور الرابع : أجندة الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية كما يراها الخبراء و القائمين بالاتصال في تلك المواقع :-

- في هذا المحور سوف نقوم بوضع أجندة للخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية وذلك من خلال تحديد أولويات الخطاب الديني الموجه للجمهور بوجه عام ، ثم أولويات الخطاب الديني الموجه لبعض الفئات الخاصة كالمرأة والطفل والأقليات المسلمة ، في بلاد المسلمين أو غير المسلمين في دول أخرى وذلك على النحو التالي :

١- أولويات الخطاب الديني الموجه للجمهور بشكل عام في مواقع الصحف الإلكترونية :-

جدول رقم (٢١)

يوضح القضايا الهامة وأولويات الخطاب الديني الموجه للجمهور الداخلي أو الخارجي

مدى الدلالة	مستوى المعنوية	قيمة كا ^٢	المجموع		القائمون بالاتصال		الخبراء		
			ك	%	ك	%	ك	%	
غير دالة	٠,٠٨٣	٢,٥٩٣	٦٣	٧٠	٢٨	٦٢,٢	٧٧,٨	٣٥	١- تصحيح التصور العام للإسلام
غير دالة	٠,٠٦٩	٢,٨٨٠	٤٠	٤٤,٤	١٦	٣٥,٦	٥٣,٣	٢٤	٢- توسيع نطاق الاجتهاد الفقهي و تقويم الاجتهاد الجماعي

غير دالة	٠,٠٦٤	٣,٠٢٥	٣٧,٨	٣٤	٤٦,٧	٢١	٢٨,٩	١٣	٣- معاودة النظر في منهج تفسير القرآن الكريم
غير دالة	٠,٢٦١	٠,٧٢٩	٤٢,٢	٣٨	٣٧,٨	١٧	٤٦,٧	٢١	٤- متابعة الاجتهاد في كل ما يشتمل عليه علم الحديث النبوي الشريف
غير دالة	٠,٢٣١	٠,٩٦٣	٢٤,٤	٢٢	٢٠	٩	٢٨,٩	١٣	٥- الرجوع في كسب معارف الدين من مصادرها الأولى
غير دالة	٠,٥٠٠	٠,٠٤٦	٤١,١	٣٧	٤٠	١٨	٤٢,٢	١٩	٦- التركيز علي الترغيب و التبشير و غرس الأمل في النفوس
غير دالة	٠,٤١٢	٠,٢٠٠	٣٣,٣	٣٠	٣١,١	١٤	٣٥,٦	١٦	٧- مراعاة فقه الاولويات
غير دالة	٠,٢١٥	١,١١١	٢٠	١٨	٢٤,٤	١١	١٥,٦	٧	٨- الانفتاح علي الثقافات المختلفة
غير دالة	٠,٣٠٩	٠,٥٥٩	٢٣,٣	٢١	٢٠	٩	٢٦,٧	١٢	٩- ضرورة قبول الآخر و احترام التعددية الدينية و الثقافية و العرقية
غير دالة	٠,١٩٩	١,١٢٠	٤٥,٦	٤١	٤٠	١٨	٥١,١	٢٣	١٠- الفهم التكاملي للدين الإسلامي
-	-	-	٩٠	٤٥	٤٥	٤٥	٤٥	٤٥	جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق رقم (٢١) إلى أن «تصحيح التصور العام للإسلام والمسلمين» شكل أهم أولويات الخطاب الديني الموجه للجماهير بوجه عام في مواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر الخبراء والقائمين بالاتصال عينة الدراسة، حيث

جاء في الترتيب الأول بنسبة ٧٠٪ ، يليها «الفهم التكاملي للدين الإسلامي» وذلك بنسبة ٤٥,٦٪ ، ثم «توسيع نطاق الاجتهاد الفقهي وتقييم الاجتهاد الجماعي» بنسبة ٤٤,٤٪ ، و«متابعة الاجتهاد في كل ما يشمل عليه علم الحديث النبوي الشريف بنسبة ٤٢,٢٪ ، ثم «التركيز على الترغيب والتبشير وغرس الأمل في النفوس» ٤١,١٪ ، و«معاودة النظر في منهج تفسير القرآن الكريم» بنسبة ٣٧,٨٪ ، ثم «مراعاة فقه الأولويات والاهتمام بمقاصد الشريعة» بنسبة ٣٣,٣٪ ، و«الرجوع في كسب معارف الدين إلى مصادرها أو بنايعها الأولى» بنسبة ٢٤,٤٪ ، ثم «ضرورة قبول الآخر واحترام التعددية الدينية والثقافية والعرقية» بنسبة ٢٣,٣٪ وأخيراً جاء «الانفتاح على الثقافات والحضارات المختلفة في المركز الأخير بنسبة ٢٠٪.

- كما تشير البيانات أيضاً إلى عدم وجود فروق معنوية دالة إحصائية بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في رؤيتهم لأولويات الخطاب الديني الموجه للجمهور بوجه عام في مواقع الصحف الإلكترونية .

٢- أولويات الخطاب الديني الموجه للطفل بمواقع الصحف الإلكترونية :-

جدول رقم (٢٢)

يوضح المواد الهامة وأولويات الخطاب الديني الموجه للطفل في مواقع الصحف الإلكترونية

مدى الدلالة	مستوى المعنوية	قيمة كا ^٢	المجموع		القائمون بالاتصال		الخبراء		
			ك	%	ك	%	ك	%	
غير دالة	٠,١١٠	٢,١٦٦	٦٨	٧٥,٦	٦٨,٩	٣١	٨٢,٢	٣٧	١- تعليم الطفل المفاهيم الإسلامية الصحيحة بصورة مبسطة
غير دالة	٠,١٩٨	١,١٣١	٥١	٥٦,٧	٦٢,٢	٢٨	٥١,١	٢٣	٢- بناء عقيدة الطفل علي أسس سليمة من الفهم و الممارسة عبادة وسلوكاً
غير دالة	٠,٤١٦	٠,١٨٠	٥٠	٥٥,٦	٥٧,٨	٢٦	٥٣,٣	٢٤	٣- توعية الطفل حب الخير و بذل المعونة للمحتاج

غير دالة	٠,٢٥٥	٠,٧٧٦	٣٥,٦	٣٢	٣١,١	١٤	٤٠	١٨	٤- تعويد الطفل على المثابرة و القدرة على مواجهة الحياة في تفاؤل وثقة بربه
غير دالة	٠,٤١٦	٠,١٨٠	٤٤,٤	٤٠	٤٦,٧	٢١	٤٢,٢	١٩	٥- إعداد الطفل بدنياً و عقلياً و روحياً و اجتماعياً و خلقياً
غير دالة	٠,٥٨٥	٠,٠٠٠	٦٠	٥٤	٦٠	٢٧	٦٠	٢٧	٦- تعويد الطفل علي العبادات
غير دالة	٠,٤١٦	٠,١٧٩	٥٣,٣	٤٨	٥٥,٦	٢٥	٥١,١	٢٣	٧- تربية روح الطفل و تعويده الآداب
غير دالة	٠,٥٨٤	٠,٠٠٠	٥٧,٨	٥٢	٥٧,٨	٢٦	٥٧,٨	٢٦	٨- تقديم قصص الأنبياء بصورة مبسطة
غير دالة	٠,١٣٥	١,٧٤٦	٣٥,٦	٣٢	٤٢,٢	١٩	٢٨,٩	١٣	٩- تعريف الطفل بالأحكام الشرعية
-	-	-		٩٠		٤٥		٤٥	جملة من سئلوا

يتضح من الجدول السابق رقم (٢٢) أن «تعليم الطفل المفاهيم الإسلامية الصحيحة بصورة مبسطة» جاء في مقدمة أولويات الخطاب الديني الموجه للطفل عبر مواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر الخبراء والقائمين بالاتصال عينة الدراسة ، وذلك بنسبة ٧٥,٦٪ ، يليه «تعويد الطفل على ممارسة العبادات» بنسبة ٦٠٪ ، ثم «تقديم قصص الأنبياء للطفل بصورة مبسطة» في الترتيب الثالث بنسبة ٥٧,٨٪ ، وجاء «بناء عقيدة الطفل على أسس سليمة من الفهم والممارسة عبادة وسلوكاً» في الترتيب الرابع بنسبة ٥٦,٧٪ ، ثم «تعويد الطفل حب الخير وبذل المعونة للمحتاج» في الترتيب الخامس بنسبة ٥٥,٦٪ ، والمركز السادس كان من نصيب «تربية روح الطفل وتعويده الآداب الإسلامية» وذلك بنسبة ٥٣,٣٪ ، وجاء «إعداد الطفل بدنياً وعقلياً وروحياً وخلقياً» ليحتل المركز السابع بنسبة ٤٤,٤٪ ، وأخيراً جاء كل من «تعويد الطفل على المثابرة والقدرة على مواجهة الحياة في تفاؤل وثقة» و«تعريف

الطفل بالأحكام الشرعية» في المركز الأخير بنسبة ٣٥,٦٪ لكل منهما.
- ويتضح من الجدول السابق أيضاً عدم وجود فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في رؤية كل منهما لأولويات الخطاب الديني الموجه للطفل بمواقع الصحف الإلكترونية ، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية أكبر من (٠,٠٥) لجميع البدائل.

٣- أولويات الخطاب الديني الموجه للمرأة في مواقع الصحف الإلكترونية :-

جدول رقم (٢٣) يوضح المواد الهامة وأولويات الخطاب الديني الموجه للمرأة في مواقع الصحف الإلكترونية

مدى الدلالة	مستوى المعنوية	قيمة كاً ^٢	المجموع		القائمون بالاتصال		الخبراء		
			ك	%	ك	%	ك	%	
غير دالة	٠,٣٣١	٠,٤٣١	٥٧	٦٣,٣	٣٠	٦٦,٧	٦٠	٢٧	١- عرض صور تكريم الإسلام للمرأة
غير دالة	٠,٥٠٠	٠,٠٤٥	٥١	٥٦,٧	٢٦	٥٧,٨	٥٥,٦	٢٥	٢- التركيز علي الأمور الفقهية المتعلقة بالمرأة
غير دالة	٠,١٤٣	١,٦٤٠	٥٢	٥٧,٨	٢٣	٥١,١	٦٤,٤	٢٩	٣- تقديم نماذج القدوة للمرأة المسلمة
غير دالة	٠,٤١٦	٠,١٧٩	٤٢	٤٦,٧	٢٠	٤٤,٤	٤٨,٩	٢٢	٤- توضيح الحقوق المشتركة بين الرجل والمرأة
غير دالة	٠,٥٠٠	٠,٠٤٦	٥٣	٥٨,٩	٢٦	٥٧,٨	٦٠	٢٧	٥- إبراز دور المرأة في بناء الأسرة المسلمة و تكوين المجتمع المسلم
غير دالة	٠,٥٠٠	٠,٠٤٦	٣٧	٤١,١	١٩	٤٢,٢	٤٠	١٨	٦- تقديم انساب الأساليب العلمية للمرأة لتربية الأطفال في الإسلام
غير دالة	٠,١٩٩	١,١١٣	٤٣	٤٧,٨	١٩	٤٢,٢	٥٣,٣	٢٤	٧- مناقشة قضايا المرأة المسلمة
-	-	-	٩٠		٤٥			٤٥	جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق رقم (٢٣) إلى أن «عرض صور تكريم الإسلام للمرأة» شكل أهم أولويات الخطاب الديني الموجه للمرأة عبر مواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر كل من الخبراء والقائمين بالاتصال وذلك بنسبة ٦٣,٣٪ ، يليه «إبراز دور المرأة في بناء الأسرة المسلمة وتكوين المجتمع المسلم» بنسبة ٥٨,٩٪ ، ثم «تقديم نماذج قدوة للمرأة المسلمة» وذلك بنسبة ٥٧,٨٪ ، و«التركيز على الأمور الفقهية المتعلقة بالمرأة» بنسبة ٥٦,٧٪ ، ثم «مناقشة قضايا المرأة» بنسبة ٤٧,٨٪ ، و«توضيح الحقوق المشتركة بين الرجل والمرأة» بنسبة ٤٦,٧٪ ، وأخيراً جاء «تقديم أنسب الطرق العلمية للمرأة بشأن كيفية تربية الأطفال في منهج الإسلام» وذلك بنسبة ٤١,١٪ .

- كما تشير بيانات الجدول السابق أيضاً إلى عدم وجود فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في رؤية كل منهما لأولويات الخطاب الديني الموجه للمرأة عبر مواقع الصحف الإلكترونية .

٢- أولويات الخطاب الديني الموجه للأقليات المسلمة في بلاد غير المسلمين عبر مواقع الصحف الإلكترونية :-

جدول رقم (٢٤)

يوضح أهم القضايا وأولويات الخطاب الديني الموجه للأقليات المسلمة في مواقع الصحف الإلكترونية

مدى الدلالة	مستوى المعنوية	قيمة كا ^٢	المجموع		القائمون بالاتصال		الخبراء		
			ك	%	ك	%	ك	%	
غير دالة	٠,٢١٥	١,١١١	٧٢	٨٠	٧٥,٦	٣٤	٨٤,٤	٣٨	١- توضيح الأحكام الفقهية الخاصة بالعبادات في بلاد غير المسلمين
غير دالة	٠,١٤٤	١,٦٢٠	٤٠	٤٤,٤	٣٧,٨	١٧	٥١,١	٢٣	٢- توضيح كيفية إقامة صلاة الجمعة و الجماعة في بلاد غير المسلمين

٣- توضيح أحكام أخذ وإعطاء الزكاة و الصدقات لغير المسلمين	١٩	٤٢,٢	١٧	٣٧,٨	٣٦	٤٠	٠,١٨٥	٠,٤١٥	غير دالة
٤- توضيح كيفية تحديد أوقات الصيام في بلاد غير المسلمين	١٧	٣٧,٨	١٤	٣١,١	٣١	٣٤,٤	٠,٤٤٣	٠,٣٢٩	غير دالة
٥- توضيح الأحكام الفقهية الخاصة بالمعاملات بلاد غير المسلمين	٢٧	٦٠	٢٤	٥٣,٣	٥١	٥٦,٧	٠,٤٠٧	٠,٣٣٥	غير دالة
٦- توضيح أحكام البيع و الشراء من غير المسلمين	١٣	٢٨,٩	١١	٢٤,٤	٢٤	٢٦,٧	٠,٢٢٧	٠,٤٠٦	غير دالة
٧- توضيح حكم النكاح من غير المسلمات و حقوق الزوجة غير المسلمة	٢١	٤٦,٧	٢٥	٥٥,٦	٤٦	٥١,١	٠,٧١١	٠,٢٦٤	غير دالة
٨- توضيح أحكام المعاشة والمخالطة مع غير المسلمين	١٩	٤٢,٢	١٤	٣١,١	٣٣	٣٦,٧	١,١٩٦	٠,١٩١	غير دالة
٩- توضيح حكم تجنس المسلم بجنسية الدول غير المسلمة	١٤	٣١,١	١٢	٢٦,٧	٢٦	٢٨,٩	٠,٢١٦	٠,٤٠٨	غير دالة
١٠- توضيح حكم إخفاء المسلم إسلامه في بلاد غير المسلمين	١٥	٣٣,٣	١٦	٣٥,٦	٣١	٣٤,٤	٠,٠٤٩	٠,٥٠٠	غير دالة
جملة من ستلوا	٤٥		٤٥		٩٠		-	-	-

تشير بيانات الجدول السابق رقم (٢٤) إلى أهم القضايا والموضوعات التي يرى

الخبراء والقائمين بالاتصال (عينة الدراسة) ضرورة أن يشتمل عليها الخطاب الديني الموجه للأقليات المسلمة في بلاد غير المسلمين من خلال مواقع الصحف الإلكترونية تتمثل حسب أهميتها فيما يلي :

- جاء « توضيح الأحكام الفقهية الخاصة بالعبادات في بلاد غير المسلمين» في الترتيب الأول بنسبة ٨٠٪ ، يليه «توضيح الأحكام الفقهية الخاص بالمعاملات في بلاد غير المسلمين» وذلك بنسبة ٥٦,٧٪ ، ثم «توضيح حكم النكاح من غير المسلمات وحقوق وواجبات الزوجة غير المسلمة» بنسبة ٥١,١٪ ، و«توضيح كيفية إقامة صلاة الجمعة وصلاة الجماعة في بلاد غير المسلمين» بنسبة ٤٤,٤٪ ثم «توضيح أحكام أخذ وإعطاء الزكاة والصدقات لغير المسلمين» بنسبة ٤٠٪ ، وتوضيح أحكام المعاشة والمخالطة مع غير المسلمين» بنسبة ٣٦,٧٪ ، ثم كل من «توضيح كيفية تحديد أوقات الصيام في بلاد غير المسلمين» ، و«توضيح حكم إخفاء المسلم إسلامه في بلاد غير المسلمين» وذلك بنسبة ٣٤,٤٪ لكل منهما ، ثم «توضيح حكم تجنس المسلم بجنسية الدول غير المسلمة» بنسبة ٢٨,٩٪ ، وأخيراً «توضيح أحكام البيع والشراء من غير المسلمين» وذلك بنسبة ٢٦,٧٪.

- كما تشير بيانات الجدول السابق أيضاً إلى عدم وجود فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في رؤية كل منهما لأولويات الخطاب الديني الموجه للأقليات المسلمة في بلاد غير المسلمين من خلال مواقع الصحف الإلكترونية .

٥- أولويات الخطاب الديني الموجه لغير المسلمين في الدول الغربية من خلال مواقع الصحف الإلكترونية :-

جدول رقم (٢٥)

يوضح أهم القضايا وأولويات الخطاب الديني الموجه لغير المسلمين في الدول الغربية عبر مواقع الصحف الإلكترونية

مدى الدلالة	مستوى المعنوية	قيمة كا ^٢	المجموع		القائمون		الخبراء		
			ك	%	ك	%	ك	%	
غير دالة	٠,٣٢٩	٠,٤٤٣	٥٩	٦٥,٦	٢٨	٦٢,٢	٣١	٦٨,٩	١- عرض الإسلام بصورته النقية الصافية
غير دالة	٠,٥٠٠	٠,٠٤٥	٤١	٤٥,٦	٢١	٤٦,٧	٢٠	٤٤,٤	٢- نشر الإسلام من خلال التعامل الطيب

٣- الدعوة الي الإسلام بالحكمة و الموعظة	٣٥	٧٧,٨	٢٥	٥٥,٦	٦٠	٦٦,٧	٥٠,٠٠٠	٠,٠٢٢	دالة
٤- تعديل نظرة الغرب للشخصية الإسلامية	٢٦	٥٧,٨	١٩	٤٢,٢	٤٥	٥٠	٢,١٧٨	٠,١٠٣	غير دالة
٥- تصحيح صورة الإسلام المشوهة في وسائل الإعلام الغربية	٢٨	٦٢,٢	٢٨	٦٢,٢	٥٦	٦٢,٢	٠,٠٠٠	٠,٥٨٦	غير دالة
٦- تنشيط وتعليم اللغة العربية لغير العرب	١٧	٣٧,٨	١٢	٢٦,٧	٢٩	٣٢,٢	١,٢٧٢	٠,١٨٤	غير دالة
٧- الاهتمام بعرض ترجمة المؤلفات الإسلامية بلغة	٢٣	٥١,١	٢٢	٤٨,٩	٤٥	٥٠	٠,٠٤٤	٠,٥٠٠	غير دالة
٨- دعوة غير المسلمين لحضور المؤتمرات و الندوات الإسلامية ليروا سماحة الإسلام	٢١	٤٦,٧	١٨	٤٠	٣٩	٤٣,٣	٠,٤٠٧	٠,٣٣٥	غير دالة
٩- التأكيد علي الثوابت الإسلامية و عرضها بصورتها الصحيحة بكل جرأة	١٧	٣٧,٨	٩	٢٠	٢٦	٢٨,٩	٣,٤٦٢	٠,٠٥	دالة
١٠- الحفاظ علي الهوية الإسلامية لدى الغرب	١٥	٣٣,٣	٨	١٧,٨	٢٣	٢٥,٦	٢,٨٦٢	٠,٠٧٣	غير دالة
١١- إظهار الجوانب المشرقة للمسلمين	١٦	٣٥,٦	١٢	٢٦,٧	٢٨	٣١,١	٠,٨٢٩	٠,٢٤٧	غير دالة
١٢- ملء الفراغ الروحي لدي الغرب	٩	٢٠	٧	١٥,٦	١٦	١٧,٨	٠,٣٠٤	٠,٣٩٢	غير دالة

غير دالة	٠,٢٨٦	٠,٧٢٠	١٦,٧	١٥	١٣,٣	٦	٢٠	٩	١٣- العمل على طرح البعد الروحي والعقلي للحضارة الإسلامية عالمياً
-	-	-	٩٠	٤٥	٤٥	٤٥	٤٥	٤٥	جملة من سئلوا

يتضح من الجدول السابق رقم (٢٥) أن «الدعوة إلى الإسلام بالحكمة والموعظة الحسنة» شكلت أهم الأولويات التي يجب أن يشتمل عليها الخطاب الديني الموجه لغير المسلمين في الغرب من خلال مواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر الخبراء والقائمين بالاتصال (عينة الدراسة) وذلك بنسبة ٦٦,٧٪، يليها «عرض الإسلام بصورته النقية الصافية» بنسبة ٦٥,٦٪ ثم «تصحيح صورة الإسلام المشوهة في وسائل الإعلام الغربية» بنسبة ٦٢,٢٪، وكل من «تعديل نظرة الغرب للشخصية الإسلامية» و«الاهتمام بعرض ترجمة وتفسير المؤلفات الإسلامية بلغة الغرب» بنسبة ٥٠٪ لكل منهما، ثم «نشر الإسلام من خلال التعامل الطيب وتقديم نموذج القدوة بنسبة ٤٥,٦٪، وجاء «دعوة غير المسلمين لحضور المؤتمرات والندوات الإسلامية ليروا سماحة الإسلام» في المركز السادس بنسبة ٤٣,٣٪، واحتل تنشيط وتعليم اللغة العربية لغير العرب» المركز السابع بين أولويات الخطاب الديني الموجه لغير المسلمين في الغرب من خلال مواقع الصحف الإلكترونية وذلك بنسبة ٣٢,٢٪، والمركز الثامن كان من نصيب «إظهار الجوانب المشرقة للمسلمين في خدمة الوطن» بنسبة ٣١,١٪، وتأخر «التأكيد على الثوابت الإسلامية وعرضها بصورتها الصحيحة بكل جرأة للمركز التاسع وذلك بنسبة ٢٨,٩٪، واحتل «الحفاظ على الهوية الإسلامية وتأكيد لها لدى الغرب» المركز العاشر بنسبة ٢٥,٦٪، ثم جاء «ملء الفراغ الروحي لدى الغرب» في المركز الحادي عشر بنسبة ١٧,٨٪، وأخيراً احتل «العمل على طرح البعد الروحي والعقلي للحضارة الإسلامية عالمياً» المركز الأخير بين أولويات الخطاب الديني الموجه لغير المسلمين في الغرب من خلال القنوات الفضائية العربية وذلك بنسبة ١٦,٧٪.

- وقد أظهر استخدام اختبار كا^٢ وجود فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في رؤية كل منهما لأولويات الخطاب الديني الموجه لغير المسلمين في الغرب فيما يتعلق بقضيتين هما: «الدعوة إلى الإسلام بالحكمة والموعظة الحسنة» حيث بلغت قيمة كا^٢ (٥,٠٠)، وبلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٢) حيث نلاحظ أن الخبراء أعطوها أهمية نسبية أكبر من القائمين بالاتصال فقد جاءت

النسب ٧٧,٨٪ ، ٥٥,٦٪ على التوالي. و«التأكيد على الثوابت الإسلامية وعرضها بصورتها الصحيحة بكل جرأة» ، حيث بلغت قيمة ك^٢ (٣,٤٦٢) وبلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٥). وتشير بيانات الجدول السابق إلى أن الخبراء أعطوا القضية أيضاً أهمية نسبية أكبر من القائمين بالاتصال ، حيث بلغت النسب ٣٧,٨٪ ، ٢٦٪ بالترتيب.

٦- مقترحات الخبراء والقائمين بالاتصال لتطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية

جدول رقم (٢٦)
يوضح مقترحات الخبراء والقائمين بالاتصال لتطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية

	الخبراء		القائمون بالاتصال		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
١- الدقة في اختيار الأشخاص المناسبين في البرامج الدينية	٣	٦,٧	٤	٨,٩	٧	٧,٨
٢- البعد عن التشدد والمغالاة في مناقشة القضايا الدينية و الدنيوية	٤	٨,٩	٤	٨,٩	٨	٨,٩
٣- استخدام أساليب الجذب و التشويق في تقديم البرامج الدينية	-	-	٣	٦,٧	٣	٦,٧
٤- الاستعانة بالتقنيات الحديثة في مجال العمل التلفزيوني عند تقديم الخطاب الديني	-	-	٣	٦,٧	٣	٦,٧
٥- أن يقتصر تقديم الفتاوى على علماء الشريعة و الفقه الإسلامي	٢	٤,٤	٥	١١,١	٧	٧,٨
٦- الاهتمام بتصحيح صورة الإسلام و الرد على الإساءة للرسول الكريم صلى الله عليه وسلم	٦	١٣,٣	١٢	٢٦,٧	١٨	٢٠
٧- زيادة الجرعة الدينية في القنوات الفضائية العربية	٣	٦,٧	١٤	٣١,١	١٧	١٨,٩

٣,٣	٣	٤,٤	٢	٢,٢	١	٨- تحري الدقة في كل ما يطرح من موضوعات دينية
١٠	٩	٨,٩	٤	١١,١	٥	٩- مناقشة القضايا الحالية التي يعيشها المجتمع
٢,٢	٢	٤,٤	٢	-	-	١٠- توحيد الفتوى و البعد عن الفتاوى الشاذة
٤,٤	٤	٤,٤	٢	٤,٤	٢	١١- تقديم برامج دينية لجميع المراحل السنوية
٥,٦	٥	٢,٢	١	٨,٩	٤	١٢- إعادة بث البرامج الدينية في أوقات مختلفة من اليوم
٨,٩	٨	٦,٧	٣	١١,١	٥	١٣- عرض و مناقشة القضايا الخلافية بين المسلمين و الغرب
١٤,٤	١٣	١١,١	٥	١٧,٨	٨	١٤- تخصيص قنوات فضائية عربية عالمية لنشر الإسلام
					٩٠	جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق رقم (٢٦) إلى أن «الاهتمام بتصحيح صورة الإسلام و الرد علي الإساءة للرسول الكريم صلى الله عليه وسلم» «شكل أهم مقترحات الخبراء والقائمين بالاتصال لتطوير الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية وذلك بنسبة ٢٠٪، يليه «زيادة الجرعة الدينية في القنوات الفضائية العربية» بنسبة ١٨,٩٪، ثم «تخصيص قنوات فضائية عالمية تهتم بنشر الإسلام والدود عنه» بنسبة ١٤,٤٪ / و«مناقشة القضايا الحالية التي يعيشها المجتمع» بنسبة ١٠٪، ثم كل من «البعد عن التشنج والتشدد والمغالاة في مناقشة القضايا الدينية والدينية» و«عرض ومناقشة القضايا الخلافية بين المسلمين والغرب» بنسبة ٨,٩٪ لكل منهما ، وكل من «الدقة في اختيار الأشخاص المشاركين في البرامج الدينية» و«قصر الفتاوى على علماء الشريعة والفقهاء الإسلاميين» بنسبة ٧,٨٪ لكل منهما ثم «إعادة بث البرامج الدينية في أوقات مختلفة» بنسبة ٥,٦٪، و«تقديم برامج دينية لجميع المراحل العمرية» بنسبة ٤,٤٪، ثم كل من «استخدام أساليب الجذب والتشويق في تقديم البرامج الدينية»، و«الاستعانة بالتقنيات الحديثة في مجال العمل التلفزيوني عند تقديم الخطاب الديني»، و«تحري الدقة في كل ما يطرحه من موضوعات وذلك بنسبة ٣,٣٪ لكل منهم ، وأخيراً جاء «توحيد الفتوى والبعد عن الفتاوى الشاذة»

في الترتيب الأخير بين مقترحات الخبراء والقائمين بالاتصال لتطوير الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية ، وذلك بنسبة ٢,٢٪.

ثانياً : نتائج اختبار فروض الدراسة :-

١-الفرض الأول : « توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في مواقع الصحف الإلكترونية في درجة الرضى كل منهما عن الخطاب الديني الحالي في تلك المواقع »
لاختبار صحة هذا الفرض استخدم الباحث اختبار (ت) وتوصل إلي ما يلي :-

جدول رقم (٢٧)

يوضح العلاقة بين الخبراء و القائمين بالاتصال في مدى رضاء كلا منهما عن الخطاب الديني الحالي

النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
مدى الرضاء عن الخطاب الديني الحالي	٤٥	٢,٨٧	٠,٨٩٤	-٠,٢١٩	٨٨	٠,٨٣
	٤٥	٢,٨٢	١,٠٢٩			

تشير بيانات الجدول السابق رقم (٢٧) إلى عدم وجود فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في مدى شعور كل منهما الرضى عن الخطاب الديني الحالي في مواقع الصحف الإلكترونية ، حيث بلغت قيمة ت (٠,٢١٩) ، وقيمة مستوى المعنوية (٠,٨٣) وذلك عند درجة حرية ٨٨ ، حيث نجد تقارب قيم المتوسط الحسابي لكل من الخبراء (٢,٨٧) والقائمون بالاتصال (٢,٨٢) بالنسبة للشعور بالرضاء تجاه الخطاب الديني الحالي في مواقع الصحف الإلكترونية .

٢- الفرض الثاني : ” توجد فروق دالة إحصائياً بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في مواقع الصحف في ترتيب كل منهما للقضايا التي يجب التركيز عليها في تناول الخطاب الديني بتلك المواقع وفقاً لأهمية تلك القضايا ”
لاختبار صحة هذا الفرض استخدم الباحث اختبار (مان ويتني) وتوصل إلي ما يلي :-

جدول رقم (٢٨) يوضح إختبار صحة الفرض الثاني

النوع	العدد	متوسط الترتيبات	قيمة U	مستوي المعنوية	مدي الدلالة
١- الانحياز لقضية التواصل الحضاري	٤٥	٤٦,٣٠	٩٧٦,٥	٠,٧٦٨	غير دالة
	٤٥	٤٤,٧٠			
٢- الانحياز لقضية الوحدة العربية	٤٥	٤٧,٦٠	٩١٨,٠	٠,٤٣٩	غير دالة
	٤٥	٤٣,٤٠			
٣- تفعيل دور المنظمات الإسلامية في كل دول العالم	٤٥	٥٢,٩٦	٦٧٧,٠	٠,٠٠٥	دالة
	٤٥	٣٨,٠٤			
٤- تبني قضية الديمقراطية في الدول الإسلامية	٤٥	٤٦,٩٢	٩٤٨,٥	٠,٦٠٠	غير دالة
	٤٥	٤٤,٠٨			
٥- تأكيد مبدأ الشورى و إفساح المجال لقبول الآخر	٤٥	٤٢,٧٤	٨٨٨,٥	٠,٣١٢	غير دالة
	٤٥	٤٨,٢٦			
٦- تأكيد مبدأ العدالة الاجتماعية و التكافل الاجتماعي	٤٥	٤١,٥٢	٨٣٣,٥	٠,١٤٣	غير دالة
	٤٥	٤٩,٤٨			
٧- إنصاف المرأة لشارك الرجل القيام بالعمل العام	٤٥	٤٥,٩٦	٩٩٢,٠	٠,٨٦٦	غير دالة
	٤٥	٤٥,٠٤			

تشير بيانات الجدول السابق رقم (٢٨) إلى وجود فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال عينة الدراسة في ترتيبهم لقضية «تفعيل دور المنظمات الإسلامية في كل دول العالم»، حيث بلغت قيمة معامل $M(٦٧٧,٠)$ وبلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٠٥) وباستقراء النتائج يتضح أن قيمة متوسط الترتيبات للقائمين بالاتصال (٣٨,٠٤) أقل من قيمة متوسط الترتيبات للخبراء (٥٢,٩٦) وهو ما يعني أن القائمين بالاتصال أعطوا هذه القضية أهمية نسبية أكبر من الخبراء. ولعل السبب في ذلك هو شعورهم بأهمية الدور الاعلامي للمنظمات الإسلامية في نشر وتوضيح الخطاب الديني في كافة دول العالم.

- وعلى العكس من ذلك فلم تظهر أى فروق معنوية بين كل من الخبراء والقائمون بالاتصال في ترتيبهم لباقي القضايا المنوط بها الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية.

٣- الفرض الثالث : « توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في مواقع الصحف الإلكترونية في رؤيتهم للمضامين التي يجب التركيز عليها في الخطاب الديني بتلك المواقع »
لاختبار صحة هذا الفرض استخدم الباحث اختبار (مان ويتني) وتوصل إلي ما يلي :-

جدول رقم (٢٩) يوضح إختبار صحة الفرض الثالث

النوع	العدد	متوسط الترتيبات	قيمة U	مستوي المعنوية	مدى الدلالة
١- المضامين التي تعرض مبادئ العقيدة الإسلامية في وضوح و يسر	٤٥	٤٧,٥٠	٩٢٢,٥	٠,٤٤٤	غير دالة
	٤٥	٤٣,٥٠			
٢- المضامين التي تسهم في إعداد المسلم إعداداً كاملاً علي أسس منهجية سليمة	٤٥	٤٨,٣٩	٨٨٢,٥	٠,٢٦٢	غير دالة
	٤٥	٤٢,٦١			
٣- كافة المضامين التي تصبغ بالصبغة الإيمانية	٤٥	٤٤,٦٠	٩٧٢,٠	٠,٦٢٣	غير دالة
	٤٥	٤٦,٤٠			
٤- المضامين التي تسهم في تعميق الفكر الديني في النفس البشرية	٤٥	٤٦,٥٧	٩٦٤,٥	٠,٦٨٤	غير دالة
	٤٥	٤٤,٤٣			
٥- المضامين التي تنطلق من القيم السائدة في المجتمع و المستمدة من ثقافته	٤٥	٤٦,٦٢	٩٦٢,٠	٠,٤٩٠	غير دالة
	٤٥	٤٤,٣٨			
٦- المضامين التي تؤدي دوراً تعليمياً إرشادياً تربوياً تثقيفياً	٤٥	٤٥,٠٧	٩٩٣,٠	٠,٨٤٦	غير دالة
	٤٥	٤٥,٩٣			
٧- المضامين التي تغرس الأمل و الرحمة في النفوس	٤٥	٤٣,٤٦	٩٢٠,٥	٠,٤١٩	غير دالة
	٤٥	٤٧,٥٤			

غير دالة	٠,٢٨٥	٨٩٣,٠	٤٢,٨٤	٤٥	خبيير	٨- المضامين التي تعرض الدين الإسلامي باعتباره منهج حياة
			٤٨,١٦	٤٥	قائم بالاتصال	
غير دالة	٠,٥٧٤	٩٤٦,٠	٤٦,٩٨	٤٥	خبيير	٩- المضامين التي تلزم احترام الأديان السماوية وعدم الإساءة إلى المقدسات
			٤٤,٠٢	٤٥	قائم بالاتصال	
غير دالة	٠,٩٢٨	١٠٠٢	٤٥,٧٣	٤٥	خبيير	١٠- المضامين التي تؤكد على ضرورة الإيمان بجميع الأنبياء و الرسل
			٤٥,٢٧	٤٥	قائم بالاتصال	
غير دالة	٠,٢٥٥	٨٩٨,٠	٤٢,٩٦	٤٥	خبيير	١١- المضامين التي تسعى إلى إيجاد وعي إسلامي مستنير في نطاق الفرد و المجتمع
			٤٨,٠٤	٤٥	قائم بالاتصال	
غير دالة	٠,٣٣٨	٩٤٠,٠	٤٣,٣١	٤٥	خبيير	١٢- المضامين التي تسهم في تربية الإنسان علي حرية الفكر و استقلال الإرادة
			٤٧,١١	٤٥	قائم بالاتصال	
غير دالة	١,٠٠٠	١٠١٢	٤٣,٨٩	٤٥	خبيير	١٣- المضامين التي تسعى إلى محاربة الجمود و التقاليد
			٤٧,١١	٤٥	قائم بالاتصال	

يتبين من الجدول السابق رقم (٢٩) عدم وجود فروق معنوية دالة إحصائية بين كل من الخبراء والقائمون بالاتصال في ترتيبهم للمضامين التي يجب التركيز عليها في الخطاب الديني بالقنوات الفضائية العربية ، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية أكبر من (٠,٠٥) لجميع المضامين ، وباستقراء بيانات الجدول السابق يتضح لنا تقارب قيم المتوسط الترتيبي بين كل من الخبراء والقائمون بالاتصال في كافة المضامين.

٤- الفرض الرابع : « توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في مواقع الصحف الإلكترونية في رؤية كل منهما للإجراءات الخاصة بتطوير البرامج الدينية في تلك المواقع»

لاختبار صحة هذا الفرض استخدم الباحث اختبار (كا^٢) وتوصل إلي ما يلي :-

جدول رقم (٣٠) يوضح إختبار صحة الفرض الرابع

مدى الدلالة	مستوى المعنوية	قيمة كا ^٢	المجموع		القائمون		الخيراء		
			%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	٠,٠٦٩	٢,٨٦	٥٣,٣	٤٨	٦٢,٢	٢٨	٤٤,٤	٢٠	١- زيادة عدد البرامج الدينية في مواقع الصحف الإلكترونية
غير دالة	٠,٢٥١	٠,٨٠	٣٣,٣	٣٠	٢٨,٩	١٣	٣٧,٨	١٧	٢- إعادة بث البرامج الدينية علي فترات
غير دالة	٠,١٣٨	١,٧٠	٦٢,٢	٥٦	٥٥,٦	٢٥	٦٨,٩	٣١	٣- تخصيص مواد خاصة لمخاطبة غير المسلمين في الغرب بلغاتهم المختلفة
غير دالة	٠,١٨٤	١,٢٧	٣٢,٢	٢٩	٢٦,٧	١٢	٣٧,٨	١٧	٤- استضافة شخصيات عالمية لها حضور جماهيري في المواقع الدينية
غير دالة	٠,٦٠٠	٠,٠٠	٢٢,٢	٢٠	٢٢,٢	١٠	٢٢,٢	١٠	٥- الاستعانة بأحدث التقنيات الفنية في إنتاج و إخراج المواد الدينية
غير دالة	٠,٥٠٠	٠,٠٥	٣٦,٧	٣٣	٣٥,٦	١٦	٣٧,٨	١٧	٦- التنوع في أساليب تقديم المواد الدي.
غير دالة	٠,٤١٠	٠,٢١	٣١,١	٢٨	٣٣,٣	١٥	٢٨,٩	١٣	٧- التنوع في مضامين المواد الدينية بما يتماشى مع طبيعة الجمهور المستهدف
-	-	-		٩٠		٤٥		٤٥	جملة من سفلوا

تشير بيانات الجدول السابق رقم (٣٠) إلى عدم وجود علاقة إرتباطية دالة إحصائيا

بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في رؤية كل منهما للإجراءات الخاصة بتطوير المواد الإعلامية الدينية في مواقع الصحف الإلكترونية حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية أكبر من (٠,٠٥) لجميع الإجراءات.

- وعن الإجراءات الخاصة بتطوير المواد الدينية في مواقع الصحف الإلكترونية فقد شكل «تخصيص مواد خاصة لمخاطبة غير المسلمين في الغرب بلغاتهم المختلفة» أهم الإجراءات الخاصة بتطوير المواد الدينية في مواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر كل من الخبراء والقائمين بالاتصال عينة الدراسة وذلك بنسبة ٦٢,٢٪ ، يليه «زيادة عدد ونوعية المواد الدينية في تلك المواقع» وذلك بنسبة ٥٣,٣٪ ، ثم «التنوع في أساليب تقديم المواد الدينية» بنسبة ٣٦,٧٪ ، و«إعادة تقديم تلك المواد الدينية على فترات متفاوتة من اليوم» بنسبة ٣٣,٣٪ ، ثم «استضافة شخصيات عالمية لها حضور جماهيري في المواقع الدينية» بنسبة ٣٢,٢٪ ، و«التنوع في مضامين المواد الدينية بما يتماشى مع طبيعة الجمهور المستهدف» بنسبة ٣١,١٪ ، وأخيراً جاء الاستعانة بأحدث التقنيات الفنية في إنتاج وإخراج المواد الدينية» في المركز الأخير بنسبة ٢٢,٢٪ ، ولعل هذا يؤكد على أن تطوير الخطاب الديني يركز على المضمون أكثر من تركيزه على الشكل وذلك باعتبار أن الخطاب هو فكر مستمد من العقل وليس شكلاً إعلامياً .

٥- الفرض الخامس : « توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في مواقع الصحف الإلكترونية في رؤية كل منهما للقائم بالاتصال المناسب لتقديم الخطاب الديني في تلك المواقع»
 اختبار صحة هذا الفرض استخدم الباحث اختبار (مان ويتني) وتوصل إلي ما يلي :-

جدول رقم (٣١) يوضح إختبار صحة الفرض الخامس

النوع	العدد	متوسط الترتيبات	قيمة U	مستوي المعنوية	مدي الدلالة
١- محرر صحفي	٤٥	٥٣,١٨	٦٦٧,٠	٠,٠٠١	دالة
	٤٥	٣٧,٨٢			
٢- عالم من علماء الدين	٤٥	٤٧,١٧	٩٣٧,٥	٠,٥٠٥	غير دالة
	٤٥	٤٣,٨٣			
٣- داعية إسلامي متخصص	٤٥	٤٤,٣٣	٩٦٠,٠	٠,٦٣٨	غير دالة
	٤٥	٤٦,٦٧			
٤- شخصية عامة	٤٥	٤٨,٥٢	٨٧٦,٥	٠,٢٢٢	غير دالة
	٤٥	٤٢,٤٨			

أظهر استخدام اختبار «مان ويتني» وجود فروق معنوية دالة إحصائية بين كل من الخبراء والقائمين بالاتصال عينة الدراسة في متوسط ترتيبهم للقائم بالاتصال المناسب لتقديم الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية فيما يتعلق «بفئة المحرر الصحفي» فقط ، حيث بلغت قيمة معامل $M(667,0)$ ، قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٠١) وباستقراء بيانات الجدول السابق رقم (٣١) يتضح أن المتوسط الترتيبي للقائمين بالاتصال (٣٧,٨٢) أقل من المتوسط الترتيبي للخبراء (٥٣,١٨) ، وهو ما يعني أن القائمين بالاتصال قد أعطوا فئة «المحرر الصحفي» أهمية نسبية أكبر من الخبراء.

خلاصة نتائج الدراسة :-

١- أشارت النتائج إلى أن جميع أفراد العينة يقرأون المواد الدينية في مواقع الصحف الإلكترونية بنسبة ١٠٠٪ ، منهم ٤٠٪ يتابعون تلك المواقع بشكل دائم ٤٥,٦٪ يتابعونها أحياناً ، وذلك في مقابل ١٤,٤٪ فقط يتابعونها نادراً.

٢- أوضحت النتائج أن حوالي ٧٦,٧٪ من أفراد العينة يشعرون بالرضاء عن الخطاب الديني الحالي في مواقع الصحف الإلكترونية ، منهم ٦,٧٪ يشعرون بالرضاء إلى حد كبير ، ٦٣,٣٪ يشعرون بالرضاء إلى حد ما ، وذلك في مقابل ٢٣,٣٪ غير راضين عن ذلك الخطاب .

٣- شكل عدم قدرة الخطاب الديني على إظهار جوهر الدين الإسلامي الصحيح» أبرز أوجه القصور التي يعاني منها الخطاب الديني الحالي في مواقع الصحف الإلكترونية وذلك بوزن مئوي مقداره ٧٦٪ ، يليه «كثيراً ما يشغل الخطاب الديني نفسه بالشكليات والأمور الهامشية وذلك بنسبة ٧٤,٦٧٪ ، ثم «ميل الخطاب الديني إلى رفض الحضارة الغربية» بنسبة ٧٢٪ .

٤- أوضحت النتائج أن أهم ضوابط تطوير الخطاب الديني من وجهة نظر الخبراء والقائمين بالاتصال في القنوات الفضائية العربية ، هو «أن ينطلق فكر التطوير من القرآن الكريم والسنة النبوية أولاً ثم اجتهاد العلماء والمفكرين فيما بعد» وذلك بنسبة ٢٢,٢٨٪ ، يليها «ألا يؤدي التطوير إلى التصادم مع النصوص الشرعية أو الإخلال بها» بنسبة ١٨,٥١٪ ، ثم «أن يراعى التطوير القواعد العامة في الإفتاء» وذلك بنسبة ١٥,٩٩٪ .

٥- شكلت قضية «التوصل الحضاري مع دول العالم» أهم القضايا التي يجب التركيز عليها في الخطاب الديني بمواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر الخبراء والقائمين بالاتصال وذلك بوزن مرجح مقداره ١٩,٤٧٪ ، يليها قضية «تفعيل دور المنظمات الإسلامية في كل دول العالم وذلك بنسبة ١٧,٧٦٪ ، ثم قضية «الوحدة العربية» بنسبة ١٥,٤٧٪ ، وقضية «تأكيد مبدأ العدالة الاجتماعية والتكافل الاجتماعي» بنسبة ١٣,٤٥٪ .

٦- أوضحت النتائج أن «المضامين التي تعرض مبادئ العقيدة الإسلامية في وضوح ويسر» جاءت في الترتيب الأول بين المضامين الواجب تقديمها في الخطاب الديني بمواقع الصحف الإلكترونية وذلك بنسبة ٢١,٨٤٪ ، يليها ويفارق كبير «المضامين التي تسهم في إعداد المسلم إعداداً كاملاً على أسس منهجية سليمة» وذلك بنسبة ١٢,٨٩٪ ، ثم «المضامين التي تسهم في تعميق الفكر الديني في النفس البشرية»

بنسبة ١٢,٨١ ، وجاءت «المضامين التي تلزم احترام الأديان السماوية وعدم الإساءة إلى المقدسات» في الترتيب الرابع بنسبة ١١,٨٨٪ .

٧- أشارت النتائج إلى أن «تخصيص مواد دينية خاصة لمخاطبة غير المسلمين في الغرب بلغاتهم المختلفة» شكل أهم الإجراءات الخاصة بتطوير مواقع الصحف الإلكترونية الدينية من وجهة نظر كل من الخبراء والقائمين بالاتصال عينة الدراسة وذلك بنسبة ٦٢,٢٪ ، يليه زيادة عدد ونوعية المواد الدينية في تلك المواقع «وذلك بنسبة ٥٣,٣٪ ، ثم «التنوع في أساليب تقديم المواد الدينية بنسبة ٣٦,٧٪ .

٨-- شكلا كل من قالب «الحوار» وقالب «السؤال والجواب الخاص بالفتوى» أهم الأشكال الإعلامية المناسبة لتقديم الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر كل من الخبراء والقائمين بالاتصال عينة الدراسة وذلك بنسبة ٤٣,٣٪ لكل منهما ، يليها «الجمع بين أكثر من شكل من الأشكال الصحفية لتقديم الخطاب الديني» وذلك بنسبة ٣٠٪ ، ثم «الخبر المباشر» بنسبة ٢٥,٦٪ ، وقالب «التحقيق «الريپورتاج» بنسبة ٧,٨٪ .

٩-- أكدت النتائج علي أن «أسلوب الوعظ والإرشاد» هو أنسب الأساليب الإقناعية لتقديم الخطاب الديني في مواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر الخبراء والقائمين بالاتصال عينة الدراسة ، حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة ٣٦,٧٪ ، يليه «أسلوب الحوار الصحفى» بنسبة ٢٣,٣٪ ، ثم «الأسلوب الذى يجمع بين كل من الترغيب والترهيب» وذلك بنسبة ٢١,١٪ ، و «تقديم نموذج القدوة» بنسبة ١١,١٪ .

١٠- اشارت النتائج إلي أن «تصحيح التصور العام للإسلام والمسلمين» شكل أهم أولويات الخطاب الديني الموجه للجمهور بوجه عام في مواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر الخبراء والقائمين بالاتصال ، في حين شكل «تعليم الطفل المفاهيم الإسلامية الصحيحة بصورة مبسطة» أهم أولويات الخطاب الديني الموجه للطفل ، و «عرض صور تكريم الإسلام للمرأة» أهم أولويات الخطاب الديني الموجه للمرأة ، و «توضيح الأحكام الفقهية الخاصة بالعبادات في بلاد غير المسلمين» شكل أهم أولويات الخطاب الديني الموجه للأقليات المسلمة في بلاد غير المسلمين ، و جاءت «الدعوة إلى الإسلام بالحكمة والموعظة الحسنة» كأهم أولويات الخطاب الديني الموجه لغير المسلمين في الغرب من خلال مواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر الخبراء والقائمين بالاتصال في تلك المواقع .

التوصيات :-

في ضوء ماسبق توصي الدراسة بما يلي :-

١- التأكيد على أن تطوير الخطاب الديني لا يعنى بأى حال من الأحوال المساس بثوابت العقيدة والعبادات وما ورد في الكتاب والسنة من أحكام قطعية، وإنما يعنى إعمال العقل والفكر في مشكلات الحياة المعاصرة التي أوجدتها المتغيرات التي حدثت في العالم لاستنباط الأحكام المناسبة لها من أدلتها الشرعية. ومن ثم فلا محل للتخوف من أن التطوير قد يؤدي إلى دخول أفكار غريبة عن الشريعة فيها أو الأخذ بأحكام تناقض مقاصدها .

٢- ضرورة إبراز جوانب الوسطية الإسلامية القائمة على الخير والرحمة والعدل والمساواة وتطبيقاتها في التشريع الإسلامي وخاصة مبدأ التكافل والتضامن الاجتماعي ، ضمانا لتماسك الأسرة المسلمة وتربية الأجيال على أسس سوية وتحقيقا للتوازن الاقتصادي بين صالح الفرد وصالح الجماعة، وإبراز الجانب الإيماني لهذه الوسطية وذلك من خلال الخطاب الديني في وسائل الإعلام بوجه عام و مواقع الصحف الإلكترونية علي وجه الخصوص .

٣- ضرورة توخي الحرص التام في طريقة عرض صورة الإسلام في الغرب ، وذلك بالتركيز على أن تقوم الدعوة الإسلامية على الحكمة والموعظة الحسنة ونبذ العنف، و أن يكون الداعية مجيدا للغة البلد التي يدعو فيها وفاهما لأحكام الدين السائد فيها، وظروف هذا المجتمع و أن يكون الداعية على علم تام بالموضوعات الخلافية بين الإسلام والنظم الغربية مثل نظامي المواريث والزواج.. وغيرهما من مسائل الأحوال الشخصية.

٤- تخصيص مواقع إلكترونية عربية لنشر تعاليم الدين الإسلامي ببساطة ويسر مع ترجمة مضامينها إلى كل اللغات وبث برامجها إلى كافة دول العالم ، علي أن تخضع لرقابة المنظمات الإسلامية المختصة في الدول العربية .

مراجع الدراسة :

- (١) عبد السلام ، جعفر ، (٢٠٠١) « الحفاظ على الهوية الإسلامية في إطار التجديد » ، جمهورية مصر العربية : وزارة الأوقاف ، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية ، المؤتمر العلمي الثالث عشر ، التجديد في الفكر الإسلامي ، مايو ٢٠٠١) ص ٤٤٠ .
- (٢) السايح أحمد عبد الرحيم (٢٠٠٥) ، « الخطاب الديني والواقع المعاصر » ، (جمهورية مصر العربية : وزارة الأوقاف ، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية سلسلة قضايا إسلامية ، العدد ١٢٨ ، ٢٠٠٥) ص ٣ .
- (٣) الحسيني ، إبراهيم (٢٠٠١) «ضرورة التجديد الحدود والضوابط» ، (جمهورية مصر العربية: وزارة الأوقاف ، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية) ، المؤتمر العلمي الثالث عشر ، التجديد في الفكر الإسلامي ، مايو ٢٠٠١) ص ٢١١ .
- (٤) سفر ، محمود (١٩٨٢) الإعلام موقف ، « الكتاب العربي السعودي » ، العدد ٦٣ ، (السعودية : جدة ، ١٩٨٢) ص ٦٠ .
- (5) [http://www. Islamic-council.com/ conf_au/13/4/asp,p.5](http://www.Islamic-council.com/conf_au/13/4/asp,p.5)
- (٦) الطيب ، أحمد ، (٢٠٠١) «ضرورة التجديد» ، (جمهورية مصر العربية : وزارة الأوقاف ، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية ، المؤتمر العلمي الثالث عشر ، التجديد في الفكر الإسلامي ، مايو ٢٠٠١) ص ٦٥ .
- (٧) أحمد عبد الرحيم السايح ، « الخطاب الديني والواقع المعاصر » ، مرجع سابق ص ٩ .
- (٨) سورة ص : الآية : «٢٣» .
- (٩) فضل ، صلاح ، (١٩٩٦) « بلاغة الخطاب وعلم النص » ، (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٩٦) ص ٩٠ .
- (١٠) خشبه ، سامي ، (١٩٩٤) « مصطلحات فكرية » ، (القاهرة : المكتبة الاكاديمية ، ١٩٩٤) ص ٢٨١ .
- (١١) زقزوق ، محمود حمدي ، (٢٠٠٥) «الفكر الديني وقضايا الأمة الإسلامية» ، (جمهورية مصر العربية : وزارة الأوقاف ، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية ، سلسلة قضايا إسلامية ، العدد ١٢٧ ، ٢٠٠٥) ص ٣٦ .
- (١٢) غلام الله ، أبو عبد الله ، (٢٠٠١) «دور العقل في الخطاب الديني» ، (جمهورية مصر العربية : وزارة الأوقاف ، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية ، المؤتمر العلمي الثالث عشر ، التجديد في الفكر الإسلامي ، مايو ٢٠٠١ م) ص ١٢١ .
- (١٣) المائة : الآية ١٥ - ١٦
- (١٤) الإسراء الآية ٤٩ .
- (١٥) سبأ الآية ٧
- (١٦) السجدة الآية ١٠

- (١٧) ق الآية ١٥
- (١٨) سنن أبي داود، «كتاب الملاحم»، باب ما يذكر في قرن المائة ح رقم 3740 والحاكم في المستدرک 4/522
- (١٩) فيض القدير ١ / ١٠ - ٢٨٢/٢. والمراد بالعلوم الباطنة علوم الخشبية والمراقبة ونحوهما.
- (٢٠) رواه الطبراني.
- (٢١) أخرجه أحمد في المسند ٢/٣٥٩. والحاكم في المستدرک ٤/٢٥٦ من طريق صدقة بن موسى الدقيقي
- (٢٢) رواه أحمد في المسند ١٠/٤٩٦ - من طريق هشام بن سعد عن زيد بن أسلم.
- (٢٣) الجهني، مانع بن حماد، (٢٠٠١) «التجديد في طريقة عرض الإسلام في الغرب» ، (جمهورية مصر العربية : وزارة الاوقاف ، المجلس الاعلى للشئون الاسلامية ، المؤتمر العلمي الثالث عشر ، التجديد في الفكر الاسلامي ، مايو ٢٠٠١ م) ص ٦٢٣ .
- (٢٤) الحسيني، إبراهيم صالح (٢٠٠١) ، «ضرورة التجديد والحدود والضوابط» ، (جمهورية مصر العربية : وزارة الاوقاف ، المجلس الاعلى للشئون الاسلامية ، المؤتمر العلمي الثالث عشر ، التجديد في الفكر الاسلامي ، مايو ٢٠٠١ م) ص ٩٦ .
- (٢٥) الجوزي ، محمد على (٢٠٠١) ، «التجديد بين الدعوة والإعلام» ، (جمهورية مصر العربية : وزارة الاوقاف ، المجلس الاعلى للشئون الاسلامية ، المؤتمر العلمي الثالث عشر ، التجديد في الفكر الاسلامي ، مايو ٢٠٠١ م) ص ٩٦٥ .
- (26) http://www.islamic-council.com/conf_au/13/3.asp
- (٢٧) سورة آل عمران الآية : ٧
- (٢٨) عماد، حسن و حسين ، ليلي (١٩٩٨) «الاتصال و نظرياته المعاصرة» ، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٨ م) ص ٢٨٨ .
- (٢٩) عبد الحميد ، محمد ، (٢٠٠٤) «نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير» ، ط ٣ ، (القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٤ م) ص ٣٤٣ .
- (٣٠) عماد ، حسن وحسين ، ليلي (١٩٩٨) «الاتصال و نظرياته المعاصرة» ، مرجع سابق ، ص ٢٨٨ .
- (٣١) محمد عبد الحميد ، « نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير » ، مرجع سابق ، ص ٣٤٥ .
- (32) Baran, Tinley, J of Davis Dennis, «**Mass communication theories**», 3rd edit, (U.S.A : wads worth publishing company, 1995). 256.
- (٣٣) مكواي ، حسن عماد ، « دور تليفزيون سلطنة عمان في وضع أولويات القضايا الإخبارية نحو المشاهدين دراسة مسحية لعينة من طلاب الجامعة في سلطنة عمان » ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الاتصال ، العدد السادس ، ديسمبر ١٩٩٧) ص ١٢٠ .

- (٣٤) حسن ، زينب محمد حامد .(٢٠٠٨) «صورة الإسلام كما تعرضها المواقع العربية على شبكة الانترنت» رسالة ماجستير غير منشورة . (قسم الاذاعة . كلية الاعلام . جامعة القاهرة . ص ص ١٣-٢٣
- (٣٥) الفاروق ، نihal عمر .(٢٠٠٨) . الخطاب الديني كما تعكسه البرامج الدينية الموجهة باللغة الانجليزية في القنوات الفضائية العربية . رسالة ماجستير غير منشورة . قسم الاذاعة . كلية الاعلام . جامعة القاهرة . ٩-١٢
- (٣٦) الفاروق ، نihal عمر .(٢٠١٣) . الخطاب الديني كما تعكسه البرامج الدينية الموجهة باللغة الانجليزية في القنوات الفضائية العربية . رسالة ماجستير غير منشورة . قسم الاذاعة . كلية الاعلام . جامعة القاهرة . ١٥-٢٢
- (٣٧) بواطنة ، جمال محمد ، (٢٠٠٩) : تجديد الخطاب الديني المعاصر ضرورة ملحة، المؤتمر العام الواحد والعشرين، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية، فلسطين في الفترة من ١٢ - ١٤ سبتمبر ٢٠٠٩ م ص ص ١- ٥٤
- (٣٨) (عبد الرحيم ، أحلام محمد ، (٢٠١٠): (التجديد في الخطاب الدعوي المعاصر، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الدعوة والثقافة الإسلامية، كلية أصول الدين، جامعة أم القرى، كلية أصول الدين المملكة العربية السعودية) ٢٠١٠، ص ص ١٦-٦٦
- (39) Christian smith, (2010): study of youth and religion, research project, department of sociology at the university of Notre dame and Lisa Pearce, assistant professor of sociology at the university of north Carolina at chapel hill, 2007-2010.
- (٤٠) نسرین ، محمد صادق (٢٠١٠) رؤية سوسيولوجية للخطاب الديني والإسلامي ومشكلات الشباب في المجتمع المصري ، دراسة تحليلية على عينة من شباب الجامعة بمدينة المنصورة بمحافظة الدقهلية ، دكتوراة غير منشورة ، قسم الاجتماع ، كلية الآداب ، جامعة المنصورة ، ص ص ١٤٢-١٤٦ .
- (٤١) عبد القوى ، محمود حمدي (٢٠١٣) ، إتجاهات الخطاب الديني الإلكتروني نحو شرعية ثورة ٢٥ يناير (المجلة العربية لبحوث الاعلام، والاتصال، العدد ٢، السنة الأولى، يوليو - سبتمبر ٢٠١٣) . ص ص ١٢-١٨ .
- (٤٢) العبيدي ، صلاح (٢٠١٧) . إعادة تشكيل الخطاب الديني بعد داعش : رؤية عقائدية ، مركز نون للدراسات الإستراتيجية ، العراق . ص ص ٤ ، ١٦ .
- (٤٣) زقاي، عمر(٢٠١٢) : (تجديد الخطاب الديني في الجزائر، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية ٢٠١٢ . ص ص ٣-٦٧ .
- (٤٤) دريدى ، فوزي (٢٠١٥) . خطاب علماء الدين في وسائل التواصل الاجتماعي . في : الدين ومناير التواصل الاجتماعي . الكتاب الشهري (٩٨) لمركز المسبار . مركز المسبار . دبي - ٩٨ - <http://www.almesbar.net> / @ تم الاسترجاع في ٢٩ / ٧ / ٢٠١٧

(٤٥) يونس ، محمد . (٢٠١٣) . تجديد الخطاب الاسلامى من المنبر إلى شبكة الانترنت .
الدار العربية : القاهرة

(46) Mariam F. Alkazemi, “Students Spiraling Silence and Willingness to Communicate about Religion in the United States: An Exploration of the Media’s Role in Stigmatizing Religion”, Journal of Religion, Media and Digital Culture, Vol. 2, Issue. 1, June 2013, Pp 1-17, accessed from <http://jrmdc.com>.

(٤٧) الشهري ، ياسر بن على (٢٠١٣). مجالات توظيف الشبكات الاجتماعية في خدمة القرآن وعلومه : دراسة تحليلية على عينة من صفحات وحسابات تويتر وفيسبوك ويوتيوب المتخصصة في علوم القرآن . كرسى القرآن الكريم وعلومه , جامعة الملك سعود ، الرياض .
(٤٨) الغيلاني . محمد (٢٠١٤) . الخطاب الديني في القنوات الفضائية . دراسة وتحليل مضمون ، ٢١-١٠-٢٠١٦ تم الاسترجاع بتاريخ <http://www.mominoun.com/Arabic/ar-sa/articles>

(49) الليموني ، رمضان عيسى (2015) . صناعة الخطاب الديني وأزمة التواصل @
bookoflife01.blogspot.com الاسترجاع بتاريخ 2016/10/21

(٥٠) عبادى ، عماد الدين ، (٢٠١٤) : (وسائل الخطاب الدعوي في ضوء التجديد، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الوادي، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ٢٠١٤ ص ص ٨- ٣٨)
(٥١) سيد ، أميرة محمد (٢٠١٥): دور الصفحات الدينية علي مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدي الشباب -دراسة ميدانية-، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد الثالث (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، يوليو-سبتمبر ٢٠١٥) ص ١٥٣-٢١٧.
Mariam F. Alkazemi , (2013) op. cit. pp 18- 22 (52)

(٥٣) المصطفى ، عكاشة (٢٠١٥) . الاسلاميون والتواصل الاجتماعي . في : الدين ومنابر التواصل الاجتماعي . الكتاب الشهري (٩٨) لمركز المسبار . مركز المسبار . دبي - <http://www.almesbar.net> / ٩٨ // تم الاسترجاع في ٢٩ / ٧ / ٢٠١٧ @

(٥٤) رزقى ، منيرة (٢٠١٥) . الظاهرة الدينية عبر مواقع الشبكة العنكبوتية . في : الدين ومنابر التواصل الاجتماعي . الكتاب الشهري (٩٨) لمركز المسبار . مركز المسبار دبي - / @ <http://www.almesbar.net> / ٩٨ // تم الاسترجاع في ٢٩ / ٧ / ٢٠١٧

(٥٥) إبراهيم ، دعاء عبد الصبور ، اتجاهات الخطاب الديني في الفضائيات الإسلامية نحو القضايا المرتبطة بالهوية الإسلامية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنيا: كلية الآداب، قسم الإعلام)، ٢٠١٥، ص ص ١١-٢٢

(٥٦) محمد ، منى سمير ، دور الخطاب الديني الإسلامي بالقنوات الفضائية في تنمية

- الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة دمياط، كلية التربية النوعية: قسم الإعلام التربوي)، ٢٠١٥، ص ٧- ١٩
- (٥٧) خيرى، أحمد (٢٠١٥) الخطاب الديني عبر القنوات الفضائية المصرية وانعكاسه علي فرص التقدم الحضاري للمجتمع المصري، ورقة بحثية بمؤتمر اتحاد كتاب مصر بقنا، يناير ٢٠١٥ ص ص ٤٣-٥٨
- (٥٨) إبراهيم ، دعاء عبد الصبور(٢٠١٥) ، اتجاهات الخطاب الديني في الفضائيات الإسلامية نحو القضايا المرتبطة بالهوية الإسلامية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنيا: كلية الآداب، قسم الإعلام)، ٢٠١٥، ص ص ٨-٣٤
- (٥٩) الرمال ، على : (٢٠١٧) ، خطاب وسائل الإعلام الديني ومطابقتها لمبادئ السلم الأهلي ، (مجلة مهارات، العدد ١٨ مؤسسة مهارات الدولية، النجمة - بيروت لبنان ٢٠١٧ م) ص ٥٣-
- (٦٠) عبيد ، أحمد شحاتة عبد الفضيل ، (٢٠١٨) ، التوظيف السياسي للخطاب الديني في الصحافة المصرية تجاه القضايا الداخلية بالتطبيق على عينة من الصحف المطبوعة والمواقع الإلكترونية ، رسالة دكتوراه غير منشورة قسم الصحافة ، كلية الاعلام جامعة القاهرة (٢٠١٨) ، ص ص ١ - ٣٦
- (٦١) أمين ، رضا عبدالواحد ، استخدام الشباب الجامعى فى مملكة البحرين لموقع يوتيوب ، المؤتمر العلمي لجامعة البحرين بعنوان ” الإعلام الجديد ، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، جامعة كلية الإعلام ، ٢٠٠٩ . ص ص ٧-١٦
- (٦٢) الجمال ، رباب رأفت (٢٠٠٥) ، « دور الخطاب الديني بالصحف المصرية فى تلبية إحتياجات الجمهور دراسة فى إطار نظرية إلتماس المعلومات ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، المؤتمر العلمي الحادى عشر ، مستقبل وسائل الإعلام ، ٢٠٠٥ م) ص ٣٨١
- (٦٣) الحسينى ، إبراهيم صالح ، « ضرورة التجديد الحدود والضوابط » ، (جمهورية مصر العربية : وزارة الاوقاف ، المجلس الاعلى للشئون الاسلامية ، المؤتمر العلمى الثالث عشر ، التجديد فى الفكر الاسلامى ، مايو ٢٠٠١ م) ص ٩٦ .

- (64) http://www.islamic-council.com/conf_au/13/30.asp
- (65) http://www.islamic-council.com/conf_au/13/38.asp
- (66) http://www.islamic-council.com/conf_au/13/3.asp
- (67) http://www.islamic-council.com/conf_au/13/4.asp
- (68) http://www.islamic-council.com/conf_au/13/6.asp
- (69) http://www.islamic-council.com/conf_au/13/8.asp
- (70) http://www.islamic-council.com/conf_au/13/9.asp

- (71) http://www.islamic-council.com/conf_au/13/10.asp
 (72) http://www.islamic-council.com/conf_au/13/12.asp
 (73) http://www.islamic-council.com/conf_au/13/24.asp
 (74) http://www.islamic-council.com/conf_au/13/29.asp
 (75) http://www.islamic-council.com/conf_au/13/33.asp
 (76) http://www.islamic-council.com/conf_au/13/41.asp

(٧٧) أسماء السادة المحكمين للاستمارة مرتبة وفقاً للترتيب الأبجدي :-

- ١- أ.د / فاتن عبد الرحمن الطنباري ، أستاذ الإعلام بكلية دراسات الطفولة ، جامعة عين شمس .
 ٢- أ.د / صالح العراقي ، استاذ الإعلام بكلية التربية النوعية ، جامعة الزقازيق .
 ٣- أ.د / هالة كمال نوفل ، أستاذ الإعلام ، عميد كلية الإعلام جامعة جنوب الوادي .
 ٤- د. / ماجدة مخلوف أستاذ الإعلام المساعد بالمعهد . بالمعهد العالي للإعلام وفنون الإتصال
 بآكتوبر .
 ٥- د. / وائل ماهر قنديل مدرس الإعلام بالمعهد العالي للإعلام وفنون الإتصال .



جامعة الأهرام الكندية
AHRAM CANADIAN UNIVERSITY