

المعالجة الإعلامية لقضايا الخطاب الإسلامي في الصحف الدينية: دراسة تحليلية

د. عبدالحكم أبو حطب
مدرس الصحافة في كلية التربية النوعية جامعة طنطا

ملخص

الهدف: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على قضايا الخطاب الديني الإسلامي وأهدافه في الصحف الدينية، واستخدام الباحث لتحقيق هذه الغاية المنهج الوصفي، حيث أجريت الدراسة في إطار منهج المسح بالعينة للخطاب الديني الإسلامي المنشور بالصحف الدينية وهي (عقيدتي- اللواء الإسلامي- صوت الأزهر) والتي تصدر بصورة أسبوعية.

الأدوات: كانت أداة الدراسة هي تحليل المضمون.

النتائج: من النتائج التي تم التوصل إليها وجود تباين واضح في نسب القضايا المنشورة، مما يعطى انطباعاً بعدم وجود إستراتيجية ناظمة لعملية النشر الصحفي لقضايا الخطاب الديني الإسلامي، والتي يجب أن تحدد (في الأصل) وفق آلية معينة تبعاً لأولويات القضايا الواجب نشرها لذلك، وأخذت صحف الدراسة طابعاً رتيبياً في بعض الأحيان، ناتج عن الالتزام بشكل معين في أسلوب العرض، مما يعطى انطباعاً يوحي بعدم الرغبة في التجديد المستمر، وجاءت معالجة كثير من القضايا قاصرة، وغير موفية بالغرض وقد يرجع سببه إلى التركيز على محاور دون أخرى، وركزت الصحف الثلاث (عقيدتي، اللواء الإسلامي، صوت الأزهر) على أهداف معينة ومعدودة دون الأخرى، والفردت كل صحيفة بهدف أولته جزءاً كبيراً من اهتمامها، في حين أهملت أهدافاً أخرى أو همشتها من خلال منحه نسبة متدنية من جهة مجمل المنشور، ولم تحظ أهداف أخرى بالاهتمام الكافي، مع أنها أهداف رئيسية للخطاب الديني الإسلامي، وقلة الموضوعات المتعلقة بإصلاح المجتمع ومعالجتها على مستوى الصحيفة نفسها، والصحف مجتمعة، وعدم توازن بين أهداف الخطاب الديني الإسلامي التي تنشرها الصحف الدينية الثلاث على مستوى كل صحيفة والصحف مجتمعة.

Islamic Speech & Its handling in Religious Journals: Analytical Study

Aims: This study aims at recognizing the issues of Islamic speech, its goals in religious journals.

Approach: The researcher has used the descriptive approach to achieve this target.

Results: The study has been conducted using sample investigation technique of the Islamic speech published in 3 weekly religious newspapers; Aqidaty, Al- lewaa Al- Islamy, and sout Al- Azhar. The present study has used text analysis as a tool. The results show that There is a clear variance in the rate of the issues published, which gives the impression that there is no systematic strategy controlling the process of jouenal publication of Islamic speech issues. This should be originally determined by a certain mechanism according to the priorities of the issues that should be published, The Journals studied have sometimes a boring attitude due to being committed to a certain form of publication that reflects un willingness to renovation, Many of the issues are inappropriately cured and do not fulfill the target. This may be due to focusing on certain points while neglecting others, The three journals focus on certain numerable goals, Each newspaper has a certain goal which receives major concern where other goals are relected or minimized by giving it a small portion of the total topic, No other topics other than the above mentioned were approached, though they are major targets of Islamic speech, Scarcity of topics concerned with social reformation are handled by the same journal or the three of them, and no balance among the objectives of Islamic speech published in the same journalar the three of them.

لذا جاءت فكرة الباحث في التعرف على المعالجة الإعلامية لقضايا الخطاب الديني الموجه في الصحف الإسلامية واهتمام القائمين عليها. وقسم البحث إلى ثلاثة فصول، الفصل الأول الإطار المعرفي للدراسة وقد قسم إلى موضوعين الأول الصحافة الدينية الإسلامية، والموضوع الثاني خصص للخطاب الإعلامي الإسلامي، والفصل الثاني هو الإطار المنهجي للبحث والذي تضمن أهمية البحث ومشكلته وهدفه ومنهجه وإجراءات البحث ومجموعته. أما الفصل الثالث فقد خصص للدراسة التحليلية وفي نهاية البحث خرج الباحث ببعض النتائج إضافة إلى المصادر التي اعتمد عليها في البحث.

الإطار المفرد

الإعلام الإسلامي والصحافة الإسلامية:

مفهوم الإعلام الإسلامي والصحافة الإسلامية: تمثل الصحافة الإسلامية إحدى الوسائل الأساسية للإعلام الإسلامي. وفي هذا الإطار يتحدد مفهومها ومكانتها ووظائفها باعتبارها جزءاً من كل، ولذلك فإن مفهوم الصحافة الإسلامية يرتبط ارتباطاً مباشراً للمفهوم العام للإعلام الإسلامي.

وقد تعددت الآراء والاجتهادات حول مفهوم الإعلام الإسلامي، في إطار الحاجة للتأصيل العلمي للإعلام الإسلامي فبرزت عدة دراسات معاصرة، عنيت كل منها بطرح رؤاها المختلفة للإعلام الإسلامي من حيث المفهوم والخصائص، نستعرضها فيما يلي:

١. يعرف د. محيي الدين عبدالحليم الإعلام الإسلامي بأنه تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي مستمدة من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم، بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خلال وسيلة إعلامية متخصصة أو عامة، بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأى عام صائب، يعي الحقائق الدينية ويترجمها إلى دوافع في سلوكه ومعاملاته. (محيي الدين عبدالحليم، ١٩٨٠، ص ١٤٠)
 ٢. ويرى د. عبد اللطيف حمزة بأن الإعلام الإسلام يعني تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة التي تساعد الناس على تكوين رأى صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات. فإذا خلت هذه العملية الإعلامية من الصدق لم تصبح إعلاماً بالمعنى الصحيح. (عبد اللطيف حمزة، ١٩٧٨، ص ١٠٥).
 ٣. ويرى د. منير حجاب أن الإعلام الإسلامي هو جهد فني وعلمي مدروس ومخطط ومستمر وصادق من قبل قائم بالاتصال. هيئة كانت أم جماعة أو فرداً لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، ويستهدف الاتصال بالجمهور العام وهيئاته النوعية وأفراده بكافة إمكانيات وسائل الإعلام والإقناع، وذلك بغرض تكوين رأى عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعبادته ومعاملاته. (محمد منير صابر حجاب، ٢٠٠٢، ص ١٣٥)
 ٤. ويرى الباحث أن هذا التعريف يتفق تماماً مع تعريف د. محيي الدين عبدالحليم ويتطابقه.
 ٥. ويرى د. عبد العظيم المطعني أن مصطلح الإعلام الإسلامي مصطلح حديث ذاع أمره وشاع خلال الربع الثالث من القرن العشرين. ويقرر أن هذا المصطلح رديف حديث للدعوة الإسلامية، معناه معناها، ومادته مادتها، ووسائله ووسائلها، وليس الإعلام الإسلامي شيئاً مغايراً للدعوة، أو أن له من الخصائص والمقومات والمقاصد والوسائل والمجالات ما ليس للدعوة. (عبد العظيم المطعني، ١٩٨٨، ص ٢)
- وإن كان الباحث يرى اختلافاً كبيراً بين الإعلام الإسلامي وبين الدعوة الإسلامية من عدة وجوه أهمها ما يلي:

لقد شهدت الأعوام التي تلت أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١ تطوراً كبيراً في مضامين الخطاب الديني المنشورة، فقد أصبح هناك اهتمام أكبر بمضامين هذا الخطاب ومرجعياته، وتعلقت الأصوات منها ما يطالب بتطوير هذا الخطاب بما يتوافق مع معطيات العصر الحديث مع التمسك بالتراث والأصول، ومنها ما يطالب بالجمود خلف الصياغات الموروثة، التي قيلت في أزمان وعصور تختلف نوعاً ما من حيث البيئة الاجتماعية والتطور الزمني عن هذا الزمان، بل وأخذ هذا الخطاب أشكالاً متعددة وأنماطاً متباينة، كل خطاب يُعبر عن وجهة نظر معينة، حتى ظهرت نزعة جديدة تدعو للتفريق ما بين الخطاب الديني والنص الديني، وأن الخطاب الديني منطور متغير متباين في بعض الأحيان، بينما النص الديني فهو ثابت لا يزيد ولا ينقص، ولكن إسقاطاته على الحوادث والمسائل تتعدد بتعديدها، وتتجدد بتجديدها. وللتطور الهائل الذي شهده الإنسان في العصر الحديث في مجال وسائل وأساليب الاتصال الإعلامي، ومن بينها الصحافة المكتوبة أقدم هذه الوسائل وأكثرها مساهمة في نشر مضامين الخطاب الديني، وخصوصاً قبل الثورة الاتصالية في مجالى الإنترنت والبلث الفضائي.

وعلى هذا فإن جمهورها عدّ الأوسع في السابق، واليوم لا زالت حتى الآن تحتفظ بجاذبيتها وقدرتها على بث رسائلها التي تساهم في إحداث الحراك الفكري والاتصال السياسي والاجتماعي لشريحة واسعة من الجماهير، ويتميز هذا الجمهور في العادة بأنه من طبقة المثقفين أو المهتمين بمجريات الأمور المحلية والدولية، لذلك فإن ما تنتشره الصحف الدينية فيما يتعلق بالشؤون الدينية الموجهة لجمهورها المسلم في البلاد الإسلامية يُعد أحد أهم العوامل المؤثرة في نشر الوعي الاجتماعي بالمفاهيم الدينية، حيث تتميز لغة الصحافة في غالبية أطروحاتها بشيء من الفنية والوسطية والبعد عن التشدد والعلو.

وبما أن الخطاب الديني يعبر عن الفهم البشري للنصوص الدينية، وكيفية توظيفها في حل قضايا المجتمع المسلم، فإن مما تدعو الحاجة إليه هو وجود خطاب ديني معتدل يتلامح مع معطيات العصر من جهة، ولا يتقاطع مع الأصول الإسلامية الراسخة، حتى يُفتح المجال للتأثير الإيجابي المنشود، ولرشد المخزون الثقافي الديني عند الأمة الإسلامية. ولما كان الخطاب الديني الإسلامي هو أحد أهم أدوات عملية التوعية الفكرية والثقافية للمجتمع المصري لكون الغالبية من الشعب المصري يدينون بالإسلام، فإن التأثير المتوقع حصوله من قبل الصحف الدينية في جانب تشكيل وعي ديني إسلامي عند الجمهور المسلم بكافة فئاته العمرية والنوعية، مما يؤدي في المحصلة إلى إنتاج جيل مسلم عارف بأحكام الدين الإسلام بنطلق من فهم حقيقي، يبتعد فيه عن الغلو والتطرف، ويجافى من خلاله الغوغائية واللامبالاة في التصرف تجاه القضايا والمستجدات، لأجل هذا كان من الضرورة الإطلاع على ماهية المعالجات المتبعة من قبل المؤسسات الصحفية المصرية تجاه الخطاب الديني، والوقوف على مواطن القوة والضعف فيها، وتقديم المقترحات في هذا الجانب بغية الرقي بالعملية الإعلامية إلى آفاق أرحب تخدم المتلقين في مقام تزويدهم بالمعارف الصحيحة، التي تساهم في صقل قدراتهم، وترشيد صحوتهم، وتوجيهها الوجهة المثلى. ونظراً للميزات التي تحظى بها الصحافة بين وسائل الإعلام من خلال ما تقوم به من وظائف وأهداف، وحسب نظرية الثقل والتنافر، المتعلق بطبيعة الجمهور المستقبل والتي تهتم بمعرفة ميل سلوك ما يتلافاه من مضامين التي تنتشر مع معتقداته أو تنسق معها، كما تخضع هذه المضامين إلى عملية الانتقاء، لذا أعطت النظرية الإعلامية الإسلامية المسؤولية الذاتية للقائمين بالاتصال بالتركيز على الضمير والنية، فالقائم بالاتصال مطالب باستعراض القيم التي تتفق مع المبادئ الإسلامية والأخلاقية، فهو يعد شروحاته وتفسيراته ومقالاته وتحليلاته وأخباره ومعلوماته لا وفق ميوله أو ميول المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها بل وفق الموضوعية الهادفة التي تساهم في تحقق الاستقرار والتوجيه والتعليم والمعرفة والتحصيل. وكل ذلك يؤدي إلى إبراز أهمية دور الإعلام في بناء المجتمعات

١. الإعلام الإسلامي ليس (كما يتصور البعض) مجرد مواظب وإرشادات وأحاديث دينية وتقديم معلومات عن الإسلام للقراء والمستمعين والمشاهدين. بل هو عملية اتصال تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع، وتؤدي جميع وظائفه المثلى، الإخبارية والإرشادية والترويجية على المستوى الوطني والدولي والعالمى، وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها، وفيما يصدر عنها من رسائل ومواد إعلامية وثقافية وترويجية، وتعتمد على الإعلاميين الملتزمين بالإسلام قولاً وعملاً، وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة والعامّة.
٢. لا يمكن أيضاً أن نطلق على نشر الأخبار والتحقيقات، والمقالات، والآراء، والأفكار، والتعليقات، وغير ذلك من المواد الإعلامية التي تنشرها وسائل الإعلام الإسلامي المعاصرة (دعوة إسلامية) فالمعلومة الدينية ليست إلا قناة واحدة من قنوات الإعلام الإسلامي المتعددة، فالنظرية الإسلامية في الإعلام تنبسط على كل المادة التي تنبثها الوسيلة الإعلامية. (محمد كمال الدين إمام، ١٩٨١، ص ١٣)
- ويلاحظ على التعريفات السابقة للإعلام الإسلامي ما يلي:
١. قصر د. محيى الدين عبدالحليم. مصادر الإعلام الإسلامي على مصدرين هما القرآن الكريم والسنة المطهرة، باعتبارهما أصل التشريع.
٢. التعريفات السابقة للإعلام الإسلامي جميعاً تؤكد على التزام الإعلام الإسلامي بتعاليم ونشر الدين الإسلامي.
- وعلى ذلك فالإعلام الإسلامي من وجهة نظر الباحث هو استخدام منهج إسلامي بأسلوب فنى إعلامى، يقوم به علماء مسلمون، على علم بطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره، وذلك لنشر الأخبار والأفكار الصحيحة والقيم فى إطار من الموضوعية بهدف التوجيه والإرشاد.
٣. خصائص الصحافة الإسلامية: من خلال التعريفات السابقة للإعلام الإسلامي تتضح وتحدد خصائص الصحافة الإسلامية فيما يلي:
١. الصحافة الإسلامية تتسم بالواقعية إذ تمثل روية الواقع من المنظور الإسلامي مدخل رجل الإعلام الإسلامي فى تعامله مع واقع المجتمع سعياً لتغييره، بحيث يتطابق المجتمع فى واقعه مع الإسلام.
- ولا تعنى واقعية الإعلام الإسلامي هنا خضوعه للواقع فى كل شيء ومسارته فى كل اتجاه بل تمثل مادة هذا الواقع عنصراً يستعين به الإعلامى المسلم حتى لا ينفصل عن واقعه زماناً ومكاناً، فواقعية الإعلام الإسلامي تعنى التعامل مع الحقائق الموضوعية ذات الوجود الحقيقى المستقيم والأثر الإيجابى الفعال فهى واقعية مثالية أو مثالية واقعية لأنها تهدف للوصول إلى أرفع مستوى وأكمل نموذج تملك البشرية أن تصعد إليه.
٢. الصحافة الإسلامية إعلام واضح صريح الأسلوب، نظيف الوسيلة، شريف القصد، عنوانه الصدق والصراحة وغايته وسلاحه الحق، لا يضل ولا يضلل، بل يهدى للتي هي أقوم وهو لا يعلن إلا ما يبطن ويرفض إتباع الأساليب المكذوبة. (فيصل حسون، ١٩٧٦، ص ٤٥١)
٣. تستند الصحافة الإسلامية فى خصائصها إلى قوة الصدق ومنه:
- أ. الصدق فى تقدير الحقائق.
- ب. الموضوعية فى مناقشة الأحداث.
- ج. الالتزام بالموضوعية فى السلوك (محمد رمضان لاوند، ١٩٧٦، ص ٦٣).
٤. أهداف الصحافة الإسلامية: يمكن أن نحدد أهداف الصحافة الإسلامية فيما يلي:
١. الدعوة إلى الله، وذلك بتعريف الحق إلى الخلق ودعوتهم إلى توحيدهم وعبادته والعمل لما يرضيه حتى يدخل الناس فى دين الله أفواجا، ويتفق هذا مع ما يدعو إليه الأستاذ حسن على فى ضرورة وجود ما يعرف بالإعلام الإسلامى الدولى الذى لا يكتفى بالدعوة الداخلية بل يتعدى ذلك إلى خارج حدود

الأقطار الإسلامية. ويقتضى ذلك وضع عدد من الأهداف المرحلية والنوعية التى تؤدى بالإعلام الإسلامى إلى الوصول إلى تحقيق الهدف المنشود العام.

٢. تعريف المسلمين بحقائق الدين، وبأبى ذلك عن طريق دعم وتعميق القيم الروحية والدينية من أجل بناء الإنسان، وأن يكون الوعى الدينى هدفاً ليلتقى حوله الجميع وتلتف حوله الأجهزة الإعلامية، وأن يتم التلازم والاتساق بين الإعلام الدينى وبين الاتجاهات الإستراتيجية العامة للإعلام.

٣. الرد على الشبهات وذلك عن طريق تنفيذ الدعايات الكاذبة والافتراءات المغرضة التى يشنها أعداء الإسلام وخصومه، مستعينين فى ذلك بوسائل الإعلام واسعة الانتشار، وكذلك من خلال الأعمال الأدبية والفنية التى تصور المسلمين بشكل لا يتفق مع الواقع، خدمة للمخططات الصهيونية والإحادية أعداء الإسلام.

ويضع د. على عروة عدداً من أهداف الصحافة الإسلامية وهى:

١. التعريف الصحيح بالعقيدة الإسلامية كعبادة ومنهاج حياة، يحقق الخير للمؤمنين به والمتمسكين بمبادئه وتعاليمه.
٢. إبراز الجوانب الإيجابية والتأكيد على الإنجازات التى تحقق فى الدول الإسلامية، وعدم الخضوع لسيطرة الإعلام الغربى، لتصحيح الاختلال الكمي والكيفى الذى يميز هذا الإعلام فى تقديمه للمجتمعات الإسلامية.
٣. توعية المسلمين فى بلاد العالم المختلفة بدورهم الحاسم فى تكوين صورة الإسلام عند غير المسلمين والتصدى للدعايات المغرضة وتصحيح الصور الخاطئة والمفاهيم الباطلة التى يحاول أعداء الإسلام الترويج لها.
٤. التأكيد على أهمية القيم الروحية فى استعادة التوازن المفقود لهذا العالم الذى طغت عليه المادة، ودور الأديان فى تعميق هذه القيم دون دخول فى تفاصيل الديانات الأخرى.
٥. تأكيد المبادئ النبيلة التى يحث عليها الإسلام لتحقيق العدل والنظام والتكافل بين جميع المسلمين فى مواجهة الشدائد فى أسى صور الإيثار وإنكار الذات.
٦. التعريف بالشخصيات الإسلامية التى أسهمت فى صنع التقدم والتطور فى مجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.
٧. تنفيذ الدعايات الكاذبة والافتراءات المغرضة التى يشنها أعداء الإسلام وخصومه مستعينين فى ذلك بوسائل الإعلام واسعة الانتشار وكذلك من خلال الأعمال الأدبية والفنية التى تصور المسلمين بشكل لا يتفق مع الواقع خدمة للمخططات الصهيونية والإحادية.
٨. تصحيح الصورة الذهنية التى تكونت عند بعض الشعوب والجماعات عن الإسلام والمسلمين عن طريق تقديم الواقع الحقيقى للسلوك الإسلامى القويم وشرح أبعاد الفكر الإسلامى من خلال قضايا المجتمع الحقيقية والمعاصرة. (على عروة، ١٩٩٢، ص ١٨).

ويرى الباحث، أن الصحافة الإسلامية تكمن أهدافها فى العصر الحاضر فى تصحيح مفاهيم الإسلام، والدعوة إلى مبادئه السمة، وقيمه الأصيلة النافعة لتكون هذه القيم منهاج حياة كل مسلم فى معاملته وعاداته وتقاليده وعباداته.

٢. مميزات الصحافة: تتميز الصحافة كوسيلة إعلام بعدة خصائص إعلامية هي:

(إبراهيم إسمايل، ١٤١٤هـ، ص ٢٣، ٢٤)

١. قدرتها على الاحتفاظ بالمعلومات التى لديها أطول فترة ممكنة، ويمكن الرجوع إليها أكثر من مرة حسب حالة القارئ.
٢. المطبوعات بصفة عامة أكثر وأقدر وسائل الإعلام قدرة على التخصيص فى نوع معين من فروع المعرفة كالصحة، والسياسة، والاجتماع، والدين، ... وبالتالي فهى أنسب وسائل الإعلام الدينى المتخصصة.
٣. إن هذه الوسائل تمتاز بقدرتها على التصرف فى محتوياتها فى أى حجم وبأية تفصيلات تظهر الحاجة إليها، ومن هذا المنطلق فهى أفضل وسيلة

(المائدة: ١٥ - ١٦) فالخطاب الديني هو الذي يوجه العقل لإدراك المقاصد في الدين، وفي الأحكام التي يدعو إليها، من حيث إنه يضيء له طريق الحق ويهديه سواء السبيل، ويوجهه إلى التفكير الصحيح والتدبر الواعي الذي يقود إلى استنباط الأحكام، ويشعره بالحاجة إلى المعرفة الحقة، وفهم الحقائق التي تحكم هذا الكون، ويعطيه مفاتيح البرهنة والاستدلال على وجود القوة المدبرة لهذا الكون، ويمكنه من فهم المنظومة الأخلاقية التي تشكل دستور الحياة الجماعية والاجتماعية.

تجديد الخطاب الديني:

١. المقصود بالتجديد: التجديد مصطلح إسلامي ورد ذكره في القرآن الكريم وفي السنة المطهرة في طائفة من الأحاديث، وجرى على لسان أهل العلم وأصبح أحد المعالم المميزة لهذه الأمة.
٢. التجديد في القرآن الكريم: لم يرد في القرآن لفظ جدد أو تجدد، وإنما ورد لفظ جديد بمعنى الإحياء والإعادة لما كان موجوداً وبلى وفسد، ومن ذلك قوله تعالى: (وقالوا إذا كنا عظاماً ورفاتاً أينا لمبعوثون خلقاً جديداً) (الإسراء الآية ٤٩)، (وقال الذين كفروا هل ندلكم على رجل يبنيكم إذا مزلتم كل ممزق إنكم لفي خلق جديد) (سبأ الآية: ٧) (وقالوا أئذ ضلنا في الأرض أئنا لفي خلق جديد) (السجدة الآية ١٠)، (بل هم في لبس من خلق جديد) (ق الآية ١٥)

٣. التجديد في السنة النبوية: اشتملت طائفة من الأحاديث الصحيحة على هذا المصطلح، محددة ملامحه وأبعاده، وأوفى هذه الأحاديث، وأدلتها على المقصود، وأوسعها لجوانب التجديد هو حديث أبي هريرة عن النبي صلى الله عليه وسلم: "إن الله يبعث لهذه الأمة على رأس كل مائة سنة من يجدد لها دينها" (سنن أبي داود، رقم ٣٧٤٠، والحاكم في المستدرک ٤/ ٥٢٢) أي بإحياء ما اندس من معالم الدين، وانطمس من أحكام الشريعة وما ذهب من السنن، وخفي من العلوم الظاهرة والباطنة (فيض القدير ١/ ١٠ - ٢/ ٢٨٢) كذلك ورد مصطلح "التجديد" في أحاديث أخرى بمعنى إحياء الإيمان، كما في قوله صلى الله عليه وسلم "إن الإيمان يخلق في جوف أحدكم كما يخلق الثوب، فاسألوا الله تعالى أن يجدد الإيمان في قلوبكم" (رواه الطبراني)، وقوله صلى الله عليه وسلم "جددوا إيمانكم" قيل يا رسول الله وكيف نجدد إيماننا؟ قال "أكثروا من قول لا إله إلا الله" (أخرجه أحمد في المسند ٢/ ٣٥٩). والحاكم في المستدرک ٤/ ٢٥٦، كما جاء التجديد بمعنى الإعادة في قوله صلى الله عليه وسلم: "لا تسبوا الدهر، فإن الله عز وجل قال أنا الدهر، الأيام والليالي لي أجددها وأبليها وأتى بملوك بعد ملوك" (رواه أحمد في المسند ١٠/ ٤٩٦)

٤. خلاصة معنى التجديد:

- أ. التجديد في الاصطلاح الحديث: نزعة تأخذ بأساليب جديدة في نواحي الحياة الفكرية والعملية والتجديد المتطلع إليه هو تجديد في عرض الدعوة للإسلام بما يجعلها توافق وتواكب وتتاسب أهل الغرب المعاصرين من مسلمين وغير مسلمين، تجديداً 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. (مانع بن حماد الجهني، مايو ٢٠٠١، ص ٦٢٣)
- ب. ضرورات تجديد الخطاب الديني: الحياة متطورة، ومتجددة، وأحوال الأمم والشعوب وعاداتها وتقاليدها وأعرافها يعترضها الكثير من التغيير والتحول، وبالطبع فإن ذلك التغيير والتبدل في أوضاع المجتمعات لا يتمشى مع الحكم الشرعي الذي شرعه الشارع، ونهجه للأمة، وتبعاً لذلك تتضاعف الحاجة إلى معرفة حكم الشرع فيما استجد من أمور. (إبراهيم صالح الحسيني، مايو ٢٠٠١، ص ٩٦)

فالتجديد من مقتضيات تطور الحياة والمجتمعات، وكلنا ينشد التطور

لتقديم الموضوعات الدينية الطويلة والآراء المتعددة والتفسيرات المطولة. ويصدر في مصر ويوزع فيها عدد كبير من الصحف والمجلات الدينية الإسلامية المتخصصة، بالإضافة للعديد أيضاً من الصحف غير الدينية ولكنها تساهم بصورة ما في تحقيق رسالة الإعلام الديني، إما بتخصيص أبواب ثابتة ودورية للفكر الديني أو بالدعوة إلى المبادئ التي يدعو لها الإعلام الديني بشكل ضمنى. (محيى الدين عبدالحليم، مرجع سابق، ص ٢٨٤)

٤. تساعد الأفراد للشباب في هذه المرحلة بتعريفهم بالسلوك الديني المقبول الذي يقوم على المسؤولية وممارسته.
٥. تلعب الصحافة الدينية دوراً هاماً في حياة الشباب وذلك لتقديمهم نحو النضج المعرفي والعقلي واللغوي، من ناحية ولما تقدم من أخبار دينية تجعلهم على اتصال دائم بربهم مستخدمة في ذلك فنونها الصحفية المختلفة المناسبة لميولهم وسماتهم مستخدمة أيضاً عناصر الجذب الصحفى والتي تعمل على جذب الشباب لقراءة المتن والتأثر بما يحتويه.
٦. تقدم الصحافة الإسلامية المنهج الصحيح للشباب لمقاومة التيارات المضادة التي يتعرضون لها وتقويضها وتوعية الملثقى وتزويده بالحجج والبراهين لكشف الزيف ودحضه.
٧. قدرة الصحافة الإسلامية على التصدي للقوى العالمية المقبلة للبحث المباشر، وتقاضى العديد من أخطاره وذلك عن طريق استخدام المفاهيم الدينية الصحيحة في الإقناع بالأفكار المستحدثة والقضايا المعاصرة، ودعم وتقوية الاتجاه إلى أداء العبادات الإسلامية، وتعديل سلوك الجماهير ليتلاءم مع جوهر الإسلام، والإسهام في التقييم الخلقى للناس ولا سيما بين الشباب. (محيى الدين عبدالحليم، السابق، ص ٧٧)

مفهوم الخطاب الديني:

الخطاب لغة: على وزن فعال، مأخوذ من خاطب ومصدره خطاباً ومخاطبة على وزن مفاعلة، ومعناه الكلام والمحادثة، ومراجعة الكلام والمشورة فيه. (أحمد عبدالرحيم السايح، ٢٠٠٥، ص ٩)

والخطاب معناه الكلام، وفي القرآن الكريم "قال أكفنيها وعزني في الخطاب" (ص الآية، ٢٣)

ويستعمل لفظ الخطاب اصطلاحاً بمعان شتى تبعاً لطبيعة الموضوع الذي ينصب عليه الخطاب وتبعاً للأغراض التي يتوقع تحقيقها منه على النحو الذي يحدده المنطق، ولسفة التشريع، ومعنى هذا أن الخطاب يتجاوز الشكلانية اللغوية ويمتد إلى وسائل الإقناع، ونوعية البرهان، وأدوات الأسلوب البياني. (صلاح فضل، ١٩٩٦، ص ٩٠)

وفي علم اللغويات، يرى العلماء أن الخطاب مصطلح يشير إلى امتداد لغوي له بناء منطقي سليم. (سامي خشبه، ١٩٩٤، ص ٢٨١)

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. (محمود حمدي زقزوق، ٢٠٠٥، ص ٣٦)

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. (ابوعبدالله غلام الله، ٢٠٠١، ص ١٢١١)

هذا هو الخطاب الديني الذي ينطلق مما شرعه الله لعباده، وارتضاه لهم عن طريق الرسل ليكون لهم عوناً على فهم أنفسهم، ونورا لأبصارهم، وهداية لبصائرهم، وتوجيهها لعقولهم وسموا لأخلاقهم، ورفعاً لحياتهم، مصداقاً لقوله تعالى: (قد جاءكم من الله نور وكتاب مبين* يهدي به الله من اتبع رضوانه سبل السلام ويخرجهم من الظلمات إلى النور بإذنه ويهديهم إلى صراط مستقيم

سياسية إعلامية إسلامية محددة الأهداف ومتفق عليها من كافة المؤسسات الإسلامية، وحشد الجهود لتطوير خطاب ديني إسلامي قادر على مواكبة قضايا العصر.

٢. دراسة د. محمد عبدالديع السيد (٢٠٠٨) "اتجاهات القائمين بالاتصال في البرامج الدينية نحو تجديد الخطاب الديني: دراسة ميدانية على عينة من القنوات والمحطات المصرية". اعتمدت على المنهج المسحي الإعلامي، واستخدمت أسلوب جمع البيانات على أداة الاستبيان بالمقابلة. فقد تبين أن نسبة ٨٧,٦% من القائمين بالاتصال في البرامج الدينية يوافقون تماماً على تجديد الخطاب الديني بالإذاعة والتلفزيون المصري، وأن نسبة كبيرة يرون أن أسباب موافقتهم على تجديد الخطاب الديني هو وجود فهم خاطئ لدى الغرب عن الإسلام، وضرورة إبراز الوجه الحضاري للإسلام والمسلمين، وأن المجتمع في حاجة إلى الاجتهاد في قضايا العصر، وعجز الخطاب الديني الحالي عن تلبية حاجات الجماهير ورغباتهم، وأن الخطاب الديني الحالي لا يعكس روح الإسلام.

٣. دراسة صالح العراقي (٢٠٠٦) "أساليب تطوير الخطاب الديني عبر الفضائيات العربية: دراسة ميدانية"، قام فيها الباحث بعمل مسح ميداني على عينة شملت ٩٠ مفردة من الخبراء المتمثلين في أساتذة العلوم الشرعية في الجامعات، والقائمين بالاتصال في القنوات الفضائية العربية (اقرأ، ودرهم، والمحور، والفضائية المصرية) ممثلين في مدى ومقدمي ومخرجي البرامج الدينية في هذه القنوات الفضائية العربية. وخلصت النتائج إلى بعض المؤشرات، أهمها تشكلت أهم سليات الخطاب الديني (من وجهة نظر المبحوثين) في عدم إظهار جوهر الدين، ثم الانشغال بالشكليات والأمور الهامشية، وأهم 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، وبرزت العديد من القضايا التي من المهم إثارتها في إطار تجديد الخطاب الديني بالفضائيات العربية، أهمها: "التواصل الحضاري مع دول العالم"، و"تفعيل دور المنظمات الإسلامية في كل دول العالم"، و"الوحدة العربية"، و"قضية تأكيد مبدأ العدالة الاجتماعية والتكافل الاجتماعي"، و"المضامين التي تعرض مبادئ العقيدة الإسلامية في وضوح ويسر"، و"المضامين التي تسهم في إعداد المسلم إعداداً كاملاً على أسس منهجية سليمة"، و"المضامين التي تلتزم احترام الأديان السماوية وعدم الإساءة إلى المقدسات".

٤. دراسة علاء الشامي (٢٠٠٦) "دور الخطاب الديني في وسائل الاتصال في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو القضايا السياسية"، وقام الباحث في دراسته بإجراء دراستين إحداهما تحليلية والأخرى ميدانية، استهدفت الأولى تحليل الخطاب الديني الذي تروج له وسائل الاتصال العامة والمتخصصة، من خلال تحليل البرامج الدينية في كل من القناة الأولى في التلفزيون المصري، وإذاعة البرنامج العامة، وصحيفة الأهرام المصرية، أما الدراسة الميدانية فاعتمد خلالها الباحث على إجراء مقابلات ميدانية على عينة حصرية قوامها ٤٢٠ مفردة من الشباب الجامعي المصري. وتوصلت الدراسة بمجموعة من النتائج أهمها أن الإعلام الديني لا يمثل خطياً واحداً؛ إذ ثمة أنواع مختلفة من الخطاب الديني المعاصر، ويرجع ذلك إلى اختلاف المرجعيات الدينية والفكرية لمنجى الخطاب الديني، واعتمد الخطاب الديني الصحفي في هذا الجانب السياسي على المضمون التثري لا التحريضي، كما اعتمد الخطاب الديني الصحفي في إقناع المخاطبين على كل من الأطر المرجعية السياسية والدينية.

٥. دراسة محمد إمام الشريف (٢٠٠٦) "البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية"، استهدفت رصد واقع الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية

والرقي، ولا نكون مبالغين إذا قلنا إن التجديد والابتكار هما ركنان التطور، إذ التطور لا يأتي من فراغ وإنما هو نتيجة لدراسة الآراء والأفكار وأخذ الصالح المفيد منها مع إضافة رؤى أخرى عليها فيتولد من ذلك فكر نير تسترشد به الأمة في مسيرتها (محمد على الجوزو، مايو ٢٠٠١، ص ٩٦٥) والتجديد كما هو مطلب شرعي هو كذلك مطلب عقلي، إذ ليس من العدل والإنصاف أن نطلب من أحد أن يأخذ بفكر من سبقه من غير مناقشة أو إبداء رأي خاصة إذا كان أهلاً لذلك، مادام التطوير في إطار الحدود التي يسمح بها الشرع، ولا تمس الثوابت بحال من الأحوال، فباب التجديد والاجتهاد مفتوح في مجال الأحكام التي لم يرد فيها نص ولا إجماع، أو جاء فيها نص ظني الثبوت، أو ظني الدلالة.

ج. الحفاظ على ثوابت الهوية الإسلامية في إطار التجديد: لا يمكن لأي فكر تجديدي أن يمارس بدون الحفاظ على ثوابت الهوية الإسلامية. وإلا كان تجديدًا فاسداً واجتهاداً لا محل له، فهناك قواعد كلية يجب الحفاظ عليها من قبل المسلمين جماعة أو أفراد، ولعل القرآن الكريم ينهنا إلى ذلك، قال الله تعالى: (هو الذي أنزل عليك الكتاب منه آيات محكمات هن أم الكتاب وأخر متشابهات) (سورة آل عمران الآية ٧) فهذه الآيات المحكمات هي الإطار الثابت الذي لا يجوز المساس به، كما أنه هو الذي شكل ثوابت الحياة الإسلامية والشخصية الإسلامية على مر العصور.

الإطار المنهجي:

إذا كان هدف الصحفي أو الكاتب أن يحصل على استجابة أو تأثير فلا بد أن تكون له مقدرة اقناعية ودراسة عن طبيعة الجمهور المتلقى وتفضيلاته، والموضوعات الإسلامية تنتوع موضوعاتها وإصداراتها فإما أن تكون توجيهية أو إرشادية أو تعليمية أو تثقيفية... لكي تأخذ تأثيرها لدى المتلقى وحسب درجة ثقافته في تفسير المضمون الإعلامي الموجه له.

٢. دراسات سابقة في تحليل الخطاب: تمكن الباحث من رصد عدة أبحاث ودراسات أكاديمية تناولت الخطاب الإعلامي بصفة عامة والخطاب الديني بصفة خاصة وقام باستبعاد عدة دراسات عن الخطاب الإعلامي بعد أن استفاد منها في بلورة المشكلة البحثية وصياغة تساؤلاتها وركز على مجموعة من الدراسات المهمة التي تتميز بتنوع اتجاهاتها البحثية والمنهجية وطرق معالجتها وذات صلة مباشرة وثيقة بموضوع الدراسة وحددها على النحو التالي فيما يلي عدد من الدراسات ذات العلاقة بموضوع البحث مرتبة ترتيباً زمنياً:

١. دراسة محمد الجريبي (٢٠٠٩) "الخطاب الديني في الفضائيات العربية: دراسة في سوسيولوجيا التأثير على الشباب المصري"، هدفت إلى تحليل مضامين الخطاب الديني في البرامج الدينية في الفضائيات العربية، لمعرفة مدى تأثيرها على الشباب في المجتمع المصري، ولتحقيق هذا الهدف تم اختيار مجتمعين للدراسة؛ الأول مجتمع البرامج الدينية في القنوات الفضائية (الجزيرة، الرسالة، القناة المصرية)، والثاني فهو الشباب الجامعي في مرحلة البكالوريوس في الجامعات المصرية. وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج منها إن الخطاب الديني المقدم في البرامج الدينية هو خطاب سياسي، يعتمد على التوجهات والتأويلات والتفسيرات والاجتهادات الشخصية. وكذلك فإن الخطاب الديني المقدم في الفضائيات العربية لا يتطرق بشكل كافٍ ومفصل لأهم مشكلات المجتمع العربي كالتمية الاقتصادية. وانتهت بتقديم جملة من التوصيات كان منها الدعوة لإجراء دراسة حول الشباب المستهدف من قبل الخطاب الديني المقدم من القيادات الدينية والعلماء والمفكرين والدعاة، لمعرفة رؤيتهم نحو خطاب ديني معاصر وضرورة عقد برنامج تأهيلي للخطباء والوعاظ، والعلماء والمفكرين بهدف تطوير قدراتهم الإعلامية والاتصالية لمساعدتهم في نشر رسالة الدين الإسلامي، وإيجاد

طريق المشاركة بالمراقبة والمقابلات، ركزت الدراسة على الأبناء الترويجية لخطاب غير الشرعيين، وقد أجريت الدراسة زمنياً على مرحلتين (المرحلة الأولى تحليلًا تطبيقيًا Interpractice، والتي تحدد عملية إنتاج النص وتفسيره للاستفادة بشكل على بالممارسة التي كانت تستخدم لترويج التقارير الإخبارية وكشف العناصر الترويجية للممارسة الصحفية، والمرحلة الثانية تحليلًا كيفيًا Interdiscursivity، كشفت الصحافة الترويجية من خلال النص (النوع، مواضيع المنظور، اختيار المصادر، الإفراط والتماصك، وعمليات اختيار المشاركين))، كشفت الدراسة عناصر تعزيز الاستفادة من التقرير الإخباري داخل الخطاب، مثل استخدام ممثلي المنظمة الوحيدة تقريباً التحيز الإيجابي فقط للمشاركين، وتقييم خصائص الأنشطة التي ناقشها هذا الموضوع الذي جاء في مصلحة مروجي تلك النصوص التي ناقشها الخطاب وليس القراء.

١٠. دراسة ميرفت محمد كامل الطرايشي (٢٠٠٣) معالجة الخطاب الديني لقضية الإرهاب الدولي بالصحف المصرية العامة والدينية في ظل المتغيرات الدولية، دراسة تحليلية مقارنة استهدفت الدراسة التعرف على نوعية الموضوعات التي يؤثرها الخطاب الديني عن الإرهاب بالصحف المصرية العامة والدينية، والأطر المرجعية، ومسارات البرهنة المصاحبة للخطاب الديني، من خلال دراسة تحليلية لعينة من الصحف المصرية (الأهرام القومية) والوفد (الحزبية) وعقيدتي اللواء الإسلامي (الدينية))، وذلك خلال الفترة من ١٢ سبتمبر إلى ٣١ ديسمبر ٢٠٠١، وتعد الدراسة من البحوث الوصفية الكمية التي استخدمت منهج المسح بالعينة لصحيفتي الأهرام، والوفد، والمسح الشامل لكل من صحيفتي عقيدتي، واللواء الإسلامي معتمدة في ذلك على أدوات تحليل المضمون، والأطر المرجعية، ومسارات البرهنة، وقد توصلت الدراسة إلي: تنوع مصادر الإحالات المرجعية لمعلومات الخطاب الديني عن الإرهاب بالصحف المصرية، والخطاب الديني المثار في الصحف العامة المصرية أكد نبذ الدين الإسلامي للإرهاب والتطرف وكافة أشكال العنف، كما أكدت الصحف الدينية أن الإرهاب لا دين له.

٢ الفئات الفضائية الدينية:

١. دراسة جابر عبدالموجود (٢٠٠٢) اتجاهات النخبة حول تجديد الخطاب الديني ركزت هذه الدراسة على اتجاهات النخبة حول تجديد الخطاب الديني وتوصلت إلى أن المؤسسات الدينية والإعلامية هي التي تتحمل مسؤولية تجديد الخطاب الديني لما تملكه هذه المؤسسات من برامج دينية وتعليمية ولما لها من قدرة على الإدارة والتنظيم وأن الدعوة لتجديد الخطاب الديني جاءت لعدم أهلية الخطاب الديني الحالي لمسايرة المتغيرات الدولية والصورة السلبية المنطبقة لدى الغرب عن الإسلام والمسلمين بسبب وجود فهم غير صحيح لكثير من جوانب الإسلام لدى الغربيين وإغفال الخطاب الديني عن إبراز الوجه الحضاري للإسلام والمسلمين.

٢. دراسة إسلام أحمد عبده (٢٠٠١) الخطاب الصحفي الانتخابي لأحزاب المعارضة دراسة تحليلية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب لعام ٢٠٠٠ سعت الدراسة إلى رصد ومتابعة الخطاب الصحفي الانتخابي لأحزاب السياسة المعارضة، والتعرف على أهدافها، وذلك من خلال تحليل جريدتي الأهالي والوفد كعينة ممثلة للصحف الحزبية المعارضة، في الفترة من ٢١ سبتمبر، وحتى انتهاء الانتخابات في ١٤ نوفمبر سنة ٢٠٠٠، وهي أول انتخابات تجرى تحت إشراف القضاء، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الاستطلاعية التي اعتمدت على منهج المسح الإعلامي بتطبيق أسلوب التحليل الكمي والكيفي، واستخدمت أداة تحليل المضمون، ومن أهم النتائج أن الخطاب الصحفي الانتخابي لجريدتي الأهالي والوفد انطلق من المرتكزات الفكرية والأيدولوجية السياسية التي يعبر عنها الحزب الذي

حول القضايا السياسية والاقتصادية والثقافية الحيوية، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن هناك قصوراً في بعض الجوانب وتميزاً في جوانب أخرى في البرامج الدينية الفضائية العربية، فلا تهتم الفضائيات الخاصة بالبرامج الدينية فيما يتعلق بعدها مقارنة بالألوان الأخرى من البرامج. كما ركز الخطاب الإسلامي في البرامج الدينية على قضايا الاعتداءات الغربية على العالم الإسلامي، فقد جاءت هذه القضايا في المرتبة الثالثة. مما يدل على تفاعل الخطاب الديني مع القضايا التي تعرضت لها الأمة الإسلامية أثناء فترة الدراسة.

٦. دراسة أحمد زايد (٢٠٠٥) "خريطة الخطاب الديني في مصر" استهدفت التعرف على موضوعات وخصائص واليات إنتاج الخطاب الديني في مصر المعاصرة، وذلك عبر تحليل نصوص من الخطاب صادرة عن مؤسسات دينية متعددة إسلامية ومسيحية، وشملت العينة المقالات الافتتاحية بمجلة الأهرام باعتبارها تمثل المؤسسة الرسمية (الخطاب الأزهرى)، ونماذج من مقالات فهمي هويدي باعتباره يمثل التيار الفكري الصحفى فى الخطاب الدينى الإسلامى (الخطاب الناقد)، بالإضافة إلى نصوص من مقالات الداعية عمرو خالد على أنه يمثل الجيل الجديد من الدعاة (الخطاب الدعوى الجديد) وذلك فى الفترة الزمنية من ٢٠٠٠ وحتى ٢٠٠٤. وخلصت النتائج إلى أن النظرة المتأنيبة لقراء النصوص الدينية الإسلامية تظهر أنها محكمة إككاماً بآليات جامدة لا يخرج عنها النص، هذه الآليات المحركة والداعمة للنص إما أن تكون آليات النقد، أو النصح والإرشاد، أو الاستشهاد بالنصوص الدينية، أو التخويف والترهيب، وهو ما لا يعد ميزة من وجهة نظر الباحث؛ إذ يراها قولية الفكر ووضعها فى أنماط جامدة لا يستطيع صاحبها الخروج منها.

٧. دراسة إبراهيم البيومي غانم (٢٠٠٥) تجديد الخطاب الديني في مصر: تحليل آراء عينة من الجمهور العام" استهدفت التعرف على آراء عينة من الجمهور المصرى بشأن القضايا المتعلقة بتجديد الخطاب الديني، وبيان المعالم الرئيسية للوعى بأدبيات هذا الموضوع، واستخدم الباحث المقابلة المتعمقة الحرة مع ١٥ مفردة، وأشارت النتائج إلى أنه رغم كل الانتقادات التي وجهها الجمهور للخطاب الديني الرسمي ورموزه ومؤسساته إلا أنه يضع ثقته في تلك المؤسسات، كما أن الجمهور العام يسقط من حساب تجديد الخطاب الديني القضايا العامة وبخاصة تلك المتعلقة بالشأن السياسي وكل ما يتعلق بشؤون الحكم والسلطة ويعزف عن الخوض في الحديث عنها.

٨. دراسة رباب الجمال (٢٠٠٥) دور الخطاب الديني بالصحف المصرية في تلبية احتياجات الجمهور، دراسة في إطار نظرية التماس المعلومات، واهتمت هذه الدراسة بدور الخطاب الديني بالصحف المصرية في تلبية احتياجات الجمهور وتوصلت الباحثة فيها إلى تعدد مصادر الخطاب الديني الذى تسعى عينة الدراسة لالتماسها وجاء في مقدمتها إذاعة القرآن الكريم ثم الشرائط الدينية وتراجعت الصحف لمرآكز أخيرة كما سعت العينة لمتابعة مصادر محددة بالخطاب الديني الصحفى وفي مقدمتها الدعاة المشهورين ٥٨,٩% يليها علماء الأزهر الشريف ٢٧,٩٤% وأخيراً كبار الكتاب فى مجال الدين ١٣,٩٧% ولم يثبت وجود علاقة دالة بين الاعتماد على الراديو أو الصحف أو البرامج الدينية بالفئات الفضائية العامة أو التلفزيون المصرى وبين مستوى المعرفة الدينية فى حين تبين وجود ارتباط سلبى دال إحصائياً بين مستوى المعرفة والتماس الخطاب الديني.

٩. دراسة كارمن إرجافك (٢٠٠٤) ما بعد الإعلان والصحافة Karmen Erjavec, Beyond Advertising and Journalism: Hybrid Promotional News Discourse, Discourse & Society استهدفت هذه الدراسة إظهار فائدة تحليل الخطاب الذى يجمع بين تحليل النص وتحليل عمليات إنتاج الخطاب فى دراسة النص، وتفسيره، بالاعتماد على دراسة الحالة، عن

العلاقة بين الصحافة والسلطة محوراً رئيساً في تحديد ملامح السياسة التحريرية للصحيفة؛ إزاء معالجة القضايا الإسلامية ولاسيما في الصحف القومية، ويمثل الإطار الفكري للأحزاب المصرية محوراً رئيساً في تحديد ملامح السياسة التحريرية للصحف الحزبية في معالجتها للقضايا الإسلامية، وكشفت الدراسة تأثير علاقة السلطة بالتيار الإسلامي في مصر من حيث الوفاق والصدام عبر فترة الدراسة.

التعليق على الدراسات السابقة:

لقد أفاد الباحث من الدراسات السابقة فيما يلي:

١. الإسهام في التعرف على طبيعة المعالجة الصحفية لقضايا الخطاب الديني في البلاد العربية وتحديداً في جمهورية مصر العربية، كما في دراسة الصعيدي (٢٠٠١)، إلا أنها حددت الفئة المقصودة بالدراسة فئة المراهقين، ودراستنا لم تتعرض لدراسة الأثر على فئة معينة من الجمهور.
 ٢. أما دراسات يونس (٢٠٠٠) وهيبه (١٩٩٦) وأحمد زارع (١٩٨٨) فقد تناولت قضايا وأهداف الخطاب الديني، وكان الهدف منهما التعرف على نوع المعالجة، ومدى تأثير هذه المعالجة بالسياسة التحريرية للصحيفة، وموقفها من السلطة والإسلاميين، وكذلك تأثير التوجهات الحزبية لهذه الصحف. وفي دراستنا لم نهدف للكشف عن السياسية التحريرية حول هذه المعالجة. ولكن جاءت الإفادة منها من جهة النتائج التي حصلت عليها فيما يخص طبيعة القضايا والأهداف سواء من حيث جوانب النقص أو الكمال.
 ٣. أما بما يتصل بدراسة الجريبيع (٢٠٠٩)، ودراسة السيد (٢٠٠٨)، ودراسة العراقي (٢٠٠٦)، ودراسة الشامي (٢٠٠٦)، ودراسة الشريف (٢٠٠٦)، ودراسة زايد (٢٠٠٥)، ودراسة غانم (٢٠٠٥)، فقد اتفقت جميعها مع دراستنا من حيث طرحها لقضايا الخطاب الديني، واختلفت معها في أن مجال بحثها هو الخطاب الديني الموجه عبر القنوات الفضائية، بينما دراستنا حول الخطاب الديني في الصحافة الورقية.
- وبناءً على ما سبق فإن إجراء الدراسة الحالية يقوم على نظرة توصيفية لطبيعة المعالجة الإعلامية لقضايا وأهداف الخطاب الديني الإسلامي في الصحافة الإسلامية.

مشكلة الدراسة:

لا ينحصر الخطاب الديني الإسلامي فيما يقال في المساجد من خطب ودروس دينية، وإنما يشمل كل ما يقال عن الدين في جميع وسائل الإعلام مسموعة أو مقروءة أو مرئية أو ما ينشر منها ويبث على شبكة المعلومات العالمية. من هنا تتمحور مشكلة هذه الدراسة حول ماهية المعالجة الإعلامية للخطاب الإسلامي الموجه للجماهير في الصحف الدينية، وهل أن هذه المعالجة كافية لتوصيل مضامين الخطاب الإعلامي الإسلامي للجماهير بصورة جيدة، أم أنها مجرد مادة صحفية لرفع العتب عن القائمين على هذه العملية الصحفية، لاسيما وأن الخطاب الإعلامي الإسلامي المنشور في الصحف الدينية هو خطاب موسمي في غالبيته، ولا بد من التركيز على نوعية هذه المضامين من جهة، والمعالجات التي تجربها الصحف الدينية لها، كالأهداف المراد تحقيقها، من هنا رأى الباحث ضرورة دراستها وتحليلها للارتباط الوثيق بين هذه الجوانب من ناحية وبين عمليات التوعية الجماهيرية، لبيان نسب هذا الاهتمام المقدم من قبل المؤسسات الصحفية المهتمة بقضايا الخطاب الديني الذي يُعد أكثر أنواع الخطابات تأثيراً في الشارع المصري. وسيتم التوصل إلى هذا من خلال الإجابة عن الأسئلة الدراسة.

أسئلة وفروض الدراسة:

- س١: ما قضايا الخطاب الديني الإسلامي التي تناولتها الصحف الإسلامية، وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ حول هذه القضايا في الصحف عينة الدراسة؟
- س٢: ما الأهداف التي تسعى الصحف الإسلامية إلى تحقيقها من وراء نشر قضايا الخطاب الديني الإسلامي، وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند

تنتمي إليه الجريدة، واستند الخطاب الصحفي في الجريدتين إلى المرجعية التاريخية؛ لإثبات عراقة الحزبين اللذين يعبر عنهما.

٣. دراسة طارق محمد الصعيدي (٢٠٠١) "دور الصفحة الدينية بالصحف القومية في التنقيف الديني للمراهقين- دراسة مسحية"، أجريت بهدف التعرف إلى الدور الذي تقوم به الصفحة الدينية بالصحف القومية المصرية في عملية التنقيف الديني للمراهقين، حيث أجريت الدراسة التحليلية على جميع الصفحات الدينية التي أصدرتها الصحف القومية (الأهرام- الأخبار- الجمهورية) تحت اسم (فكر ديني، جريدة الجمعة، الدين للحياة)، والتي تصدرها أسبوعياً خلال الفترة ما بين ١/ ١٠/ ١٩٩٩ وحتى ٣١/ ٩/ ٢٠٠٠، بالإضافة إلى الصفحات الدينية التي تصدرها نفس الصحف يومياً طوال شهر رمضان في ذلك العام. وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن الصفحات الدينية بالصحف القومية المصرية أولت الاهتمام الأكبر لموضوعات النظم الإسلامية بأنواعها، يليها وعلى الترتيب التنازلي موضوعات السير والشخصيات والعبادات، ثم موضوعات القيم والأخلاق، ثم العلوم والمعارف والفنون والعمارة والقضايا العامة، موضوعات العقائد، موضوعات بلدان العالم الإسلامي، موضوعات مصادر الثقافة الدينية وأخيراً موضوعات الآداب والسلوكيات.

٤. دراسة (Donshimar (2000) الإعلام الدبلوماسي ومباحثات السلام بالشرق الأوسط وإيرلندا الشمالية، استخدمت الدراسة تحليل الخطاب للتغطية الإعلامية لمباحثات السلام بين إسرائيل وكل من فلسطين والأردن عام ١٩٩٣، ومعاهدة السلام في إيرلندا الشمالية ١٩٩٧-١٩٩٨، وكذلك مفاوضات واي ريفر Way River بين فلسطين وإسرائيل سنة ١٩٩٨، وذلك بتحليل جميع الموضوعات التي ترتبط بعملية السلام في إيرلندا الشمالية الواردة في مجلة Time، خلال الفترة من سبتمبر ١٩٩٧ وحتى سبتمبر ١٩٩٨، وجريدة Jerusalem Post الإسرائيلية الصادرة باللغة الإنجليزية، خلال الفترة من ٢٧ سبتمبر إلى ٣ نوفمبر ١٩٩٨، والتي ترتبط بمباحثات السلام في واي ريفر، وتم تحديد إطار السلام في خطاب الحرب عن طريق المصطلحات والعناوين المتنوعة وكلمات القادة ومثال ذلك كلمات الكفاح من أجل مستقبل السلام، وسوف يصاحبها شركاؤنا الفلسطينيون في مكافحة الإرهابيين، ووقف الفسق.

٥. دراسة محمد أحمد يونس (٢٠٠٠) "الخطاب الديني الإسلامي في الصحف المصرية خلال الفترة ما بين ١٨٨٣-١٩١٤" توصل فيها الباحث إلى وجود تأثير للخط الفكري بين عامي ١٨٨٣ و١٩١٤، والانتماء الحزبي ونوع الصحيفة سواء كانت عامة أو متخصصة على خطابها الديني. كما توصلت الدراسة إلى أن الخطاب الديني الإسلامي كشف عن احتياج الأمة إلى تجديد الفكر الديني، والإصلاح من خلال الاجتهاد، وإصلاح مؤسسة الأزهر والتوسع في إنشاء الجمعيات الخيرية الإسلامية كوسيلة من وسائل الإصلاح.

٦. دراسة محمد منصور هيبه (١٩٩٦) "القضايا الإسلامية في الصحافة المصرية- دراسة تحليلية للصحف المصرية من ١٩٥٢-١٩٨١". وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على معالجة العوامل المؤثرة في السياسات التحريرية للصحف المصرية عينة الدراسة وهي (الأهرام- روز اليوسف- الأحرار- الأهالي- الشعب)، وكيفية تأثير هذه السياسات التحريرية بالعلاقة بين النظام السياسي والتيار الإسلامي، بالإضافة إلى الكشف عن عوامل التميز في المعالجات الصحفية للصحف عينة الدراسة، إلى جانب بيان مدى انعكاس السياسة التحريرية على نوع المعالجة الصحفية لقضايا التيار الإسلامي. واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن والمنهج التاريخي، واستخدمت أدوات مسار البرهنة وتحليل الأطر المرجعية لإنجاز أهدافها. وقد توصلت إلى العديد من النتائج كان منها تمثل إشكالية

للخطاب الديني المنشور بالصحف الإسلامية وهي (عقيدتي- اللواء الإسلامي- صوت الأزهري) وهي صحف تصدر بصفة دورية أسبوعية. ويعتبر منهج المسح من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الإعلامية وبحوث الصحافة خاصة، ويتميز بأنه يسمح بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد وفي إطار جهود ونفقات مناسبة بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عن الظاهرة وعناصرها، وذلك من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها أو طرق الحصول عليها (محمد عبد الحميد، ١٩٩٢، ص ٩٣، ٩٤) واستخدم الباحث أداة تحليل المضمون، باعتباره تقنية بحثية للوصف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوى الظاهر للاتصال، وتتميز هذه الأداة بأربع سمات رئيسة تتمثل بالانتظام والموضوعية والوصف والكمية. (محمد الوفائي، ١٩٨٩، ص ١٤٩)

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من أعداد الصحف الإسلامية الثلاث (عقيدتي، اللواء الإسلامي، صوت الأزهري).

١. صحيفة عقيدتي (صحيفة أسبوعية): صدر العدد الأول منها يوم الثلاثاء ٢٢ من جمادى الأولى عام ١٤١٣هـ الموافق ١٧ نوفمبر عام ١٩٩٢ عن دار التحرير للطباعة والنشر، وكان الهدف من إنشائها هو ما يلي:

- حماية المجتمع من خطر التطرف والتيارات الوافدة ومحاربة الغلو في الدين.
- الاهتمام بالموضوعات والقضايا التي تتناول علم الشريعة الإسلامية إلى جانب الاهتمام بالمناسبات والأعياد الدينية.
- تزويد القارئ بالزاد الثقافي الذي ينمي وعيه الديني بعيداً عن التعصب.
- الرد على استفزازات القراء الدينية ونشر مشاكلهم وإيجاد الحلول المناسبة.
- تربية الشباب تربية دينية صحيحة وسد الفراغ الديني الذي يعاني منه ويحس معه بالقلق والحيرة.

٢. جريدة صوت الأزهري (جريدة أسبوعية): صدرت في أول نوفمبر من عام ١٩٩٩ تحت مسمى الشروق ثم تحولت إلى صوت الأزهري بدءاً من فبراير عام ٢٠٠٠ ويدير تحريرها نخبة من أساتذة قسم الصحافة والإعلام بكلية اللغة العربية بجامعة الأزهر. وكان الهدف من إنشائها:

- تعبير عن رأى الأزهر جامعاً وجامعاً في القضايا الدولية والمحلية المثارة.
 - تربية الشباب تربية دينية صحيحة وسد الفراغ الديني الذي يعاني منه.
 - تزويد القراء بالثقافة الدينية التي تنمي وعيهم بعيداً عن التطرف والتعصب.
٣. صحيفة اللواء الإسلامي (صحيفة أسبوعية): صدرت على هيئة ملحق داخل صحيفة مايو الأسبوعية الناطقة بلسان الحزب الوطني الديمقراطي وصدر العدد الأول منها في ٥ رمضان ١٤٠١هـ الموافق ٦ من يوليو ١٩٨١ وفي عدد ٣٠ من نوفمبر ١٩٨١ من جريدة مايو اختفى ملحق اللواء الإسلامي ثم صدرت مستقلة في ٧ من ربيع الثاني ١٤٠٢هـ الموافق ٢٨ يناير ١٩٨٢، وجاء صدورهما عقب فترة زمنية عصيبة اشتد فيها الصدام بين السلطة السياسية والتيار الإسلامي في مصر وكان الهدف من إنشائها هو ما يلي:

- الدعوة إلى الله والرد على كل من يحاول الافتراء على الدين الإسلامي.
- تشجيع الحوار بين العلماء وشباب الجماعات الإسلامية ومواجهة ظاهرة العنف والإرهاب
- مناقشة أفكار التيار الديني المعارض في مصر وبخاصة فكر جماعات التكفير والهجرة.
- التصدى للتيارات الفكرية التي تحاول النيل من الشرعية الإسلامية وبخاصة العلمانية والشيوعية.

عينة الدراسة:

تم اختيار عدد من كل صحيفة من كل شهر بطريقة العينة العشوائية المنتظمة وكتابة الأرقام من (١-٤) وتمثل عدد الأسابيع في الشهر، ويتضح اختيار العينة فيما يلي:

- مستوى ٠,٠٥ بين هذه القضايا وبين هذه الأهداف في الصحف عينة الدراسة؟
- ٣: ما هو اتجاه الخطاب الإعلامي الإسلامي الموجه من خلال مضمون المواد التحريرية المنشورة في الصحف موضوع البحث؟
- ٤: ما هي أنواع الموضوعات الإسلامية التي تناولتها تلك الصحيفة؟
- ٥: س ١: ما الأشكال الصحفية التي تناولت قضايا تجديد الخطاب الديني والتي تعتبر أكثر فعالية في نقل هذا الخطاب للجماهير؟
- ٦: ما هي المصادر التي تم الاعتماد عليها في تحرير تلك القضايا؟
- ٧: المناسبات التي كتبت فيها تلك القضايا؟
- ٨: ما نوع الخطاب الإعلامي الإسلامي الموجه في قضايا الخطاب الإعلامي التي عالجتها الصحف الدينية؟

أهمية الدراسة:

تعد دراسة قضايا الخطاب الإسلامي في الصحف الدينية من الموضوعات ذات الأهمية خاصة بعد أن شهدت الصحافة الدينية نشاطاً واضحاً وملحوظاً في حرية التعبير، مما أتاح فرصة للكتاب والباحثين والصحفيين وخاصة ذوو الاتجاهات الدينية حرية واسعة لنشر أفكارهم وآرائهم وأبحاثهم في مختلف الوسائل الإعلامية مما نضج الخطاب الإعلامي الإسلامي النابع من متطلبات الواقع وضروراته الموضوعية واتجاهاته الواضحة التي لها دور مؤثر في مجتمع يتصف بتأثيرها إلى حد ما بكل ما هو مغيب وجديد لاسيما الخطاب الديني الذي شهد تغييراً ممنهجاً. ويرى الباحث أن أهمية البحث ترجع إلى عدة اعتبارات هي:

- يعد الخطاب وسيلة من وسائل التواصل مع أفراد المجتمع ولمختلف الأعراس.
- أهمية الخطاب الديني ومسئولته في التعريف بصحيح الدين وتفنيد أية دعايات كاذبة لأعداء الإسلام.
- يعتبر الخطاب الديني المكون الأساسي للعقل العربي المسلم ويشكل المصدر الرئيسي لوعي الآخر بالمسلمين والعرب.
- تعد قضية تجديد الخطاب الديني إحدى القضايا المهمة التي شغلت عقل النخبة من الساسة والعلماء والمفكرين المسلمين الذين أدركوا عدم مساهمتهم للعصر.
- إن الخطاب الديني بحاجة إلى المراجعة والمتابعة والتطوير بصفة مستمرة لأن العالم يتغير بمتواليات أكبر من المتواليات الهندسية ويحقق في اليوم ما لم يمكن تحقيقه في عقود.
- التعرف على واقع الخطاب الديني في المؤسسات الصحفية الرسمية، من أجل التوصية بضرورة اعتماد آلية علمية ومهنية تصلح لوضع خطة إعلامية دينية، تقلل من العشوائية في الطرح، وتلغي الرتابة في أسلوب النشر أو مضامينه.
- مساعدة القائمين بالاتصال على تحديد أولوياته من الأهداف والقضايا الدينية الهامة والمتعددة التي تساهم في رفع هوية الوعي الديني الإسلامي لدى أبناء المجتمع المصري.
- تقديم مقترحات وتوصيات تساهم في إثراء وتطوير واقع المعالجة الصحفية للخطاب الديني في الصحف الإسلامية، للإسهام في توسيع رقعة الإفادة من هذه الوسيلة الهامة في التوجيه والإرشاد.

أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على ما يلي:
- قضايا ومضامين الخطاب الإسلامي التي تناولتها الصحف الدينية، وبيان الفروق إحصائياً حول هذه المضامين.
 - الأهداف التي تسعى الصحف الدينية إلى تحقيقها من وراء نشر قضايا أو مضامين الخطاب الديني، وبيان الفروق إحصائياً حول هذه الأهداف.
 - التعرف على نوع الخطاب الإعلامي الإسلامي لتلك القضايا.
 - التعرف على أنواع القضايا الإسلامية التي تناولتها الصحف الدينية.

منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج الوصفي، وأجريت الدراسة في إطار منهج المسح بالعينة

وصفاته، وكل مادة صحفية تتناول الإيمان بالله وملابته وكتبه ورسله واليوم الآخر والقدر خيره وشره، والديانات السماوية الأخرى كاليهودية أو النصرانية أو غيرها. (طارق الصعدي، مرجع سابق، ص ٣٢٢)

ب. القضايا الإعلامية والدعوية: ويقصد بها قيام المسلم بتبليغ الإسلام، وتعليمه للناس، وحثهم على التزامه عقيدة وشريعة وأخلاقاً، والعمل على تطبيقه في واقع الحياة (إبراهيم نورين، ٢٠٠٧، ص ١٧) ويشتمل هذا البند على كل ما يساعد في نشر الإسلام سواءً بالدعوة الصريحة أو الحث على التزام أوامر الشرع، أو النهي عن مخالفتها، وما ينشر عن محاسن الإسلام وكفاءة أنظمتها.

ج. القضايا التعبدية: وهي جملة التكاليف العملية التي طلب الحق تبارك وتعالى من المسلمين القيام بها، تعظيماً لحقه و عرفاناً بفضلها، فقال: ﴿وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ (٥٦) مَا أُرِيدُ مِنْهُمْ مِنْ رِزْقٍ وَمَا أُرِيدُ أَنْ يُطْعَمُونَ﴾ (سورة الذاريات: ٥٦-٥٧). وتشتمل على الصلاة والزكاة والصوم والحج، والطاعات المندوبة الأخرى التي تعمل تقرباً إلى الله تعالى.

د. القضايا المتعلقة بالسير والشمال: السيرة هي الطريقة وهي السنة، وهي ترجمة للشخص وكتب السير مأخوذة عن السير بمعنى الطريقة وأدخل فيها الغزوات وغير ذلك (مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، ص ٣٣١). وتشتمل على سجل تاريخ حياة النبي صلى الله عليه وسلم وغزواته، وكل ما قام به في حياته مما نقله الرواة الأثبات عنه، والذي يشكل منظومة معرفية فريدة يجب الإفادة منها، وإعادة استعراضها وقراءتها واعية ليستخلص منها المقومات الرئيسية التي اعتمدها النبي صلى الله عليه وسلم في دعوته وأثناء إقامته لأعدل دولة على مر العصور، وكذلك سير الصحابة والتابعين والصالحين والحكماء والعلماء والشخصيات التاريخية.

هـ. القضايا المتعلقة بالأخلاق الإسلامية: الخلق هو هيئة في النفس راسخة عنها تصدر الأفعال بسهولة ويسر من غير حاجة إلى فكر وروية، ويشتمل على كل ما حض عليه الإسلام من قيم إيجابية وما نهى عنه من قيم سلبية، والإيجابية كالصدق والأمانة والقناعة والصبر والكرم والاعتدال والتواضع. أما السلبية فهي كالكذب والخيانة والطمع واليأس والقنوط والبخل والظلم والتكبر.

و. القضايا المتعلقة بالفكر الإسلامي: من الفكر بكسر الفاء وهو إعمال النظر، ومنه الفكرة والفكري (انظر: الفيروز آبادي، القاموس المحيط، ص ٥٨٨). ويقصد بها كل ما يرتبط بالجانب النظري للتصور الإسلامي عن الإنسان والكون والحياة (أحمد بن علي العمير، ١٤٢٨، ص ٣٤)، مما استنبطه العقل المسلم من خلال اطلاعه على مصادر الثقافة الإسلامية، ويدخل في ذلك المحاولات المتكررة لصياغة رؤى ونظريات حول قضايا حياتية، وما يستوجبه كذلك من دفاع عن قيم الإسلام ومنجزاته بالحجة والبرهان العقليين. إذن فهو خلاصة الجهد البشري في فهم النص المقدس، وهو فكر قابل للتطور وفق المعطيات والحوادث لكن من خلال الثوابت والمرتكزات الأساسية للثقافة الإسلامية. والقضايا الفكرية هنا هي (كل ما يتعلق بالفلسفة ومشكلاتها مثل الوجود والعالم والكون، والإبداع الفكري والقضايا الفكرية مثل الغزو الثقافي، والحوار الحضاري، والصراع بين الثقافات، وغيرها.

(أحمد بن علي العمير، مرجع سابق، ص ٣٣)

ز. القضايا المتعلقة بالاقتصاد الإسلامي: المعايير والأسس الشرعية التي قررها الإسلام لضبط حركة التبادل التجاري، والتعامل المالي في كافة مناحي الحياة البشرية، والتي شكلت سابقاً وحاضراً أنموذجاً حياً قابلاً للتطبيق في كل زمان ومكان، وقد تناولت الصفحة الدينية هذا الموضوع في مقام التعريف بأهميته من ناحية، وبتبصير الناس بأحكامه وبوجوب تطوير خدماته وتطبيقاته القائمة على القواعد والثوابت المدلل عليها في الكتاب والسنة والإجماع.

١. صحيفة اللواء الإسلامي: تم اختيار رقماً عشوائياً فكان العدد ٣ من شهر يناير من سنة ٢٠١٥، وعلى ذلك يكون أول عدد لدراسة عينة اللواء الإسلامي هو عدد يوم الخميس الموافق ٢٠ يناير ٢٠١٥، والعدد الثاني يوم الخميس الموافق ٢٤ فبراير ٢٠١٥، والعدد الثالث يوم الخميس الموافق ٢ مارس ٢٠١٥... وهكذا.

٢. صحيفة عقيدتي: فكان الرقم ١ يمثل نقطة الانطلاق وعلى ذلك تم دراسة عدد يوم الثلاثاء الموافق ٤ يناير ٢٠١٥ والعدد الثاني يوم الثلاثاء ٨ فبراير ٢٠١٥ والعدد الثالث ٢١ مارس ٢٠١٥ والعدد الرابع يوم الثلاثاء ٢٥ أبريل ٢٠١٥... وهكذا.

٣. صحيفة صوت الأهر: تم اختيار رقماً عشوائياً فكان العدد ٢ من شهر يناير عام ٢٠١٥ وعلى ذلك يكون أول عدد تم تحليله هو عدد الجمعة ١٤ / ١ / ٢٠١٥، والعدد الثاني يوم الجمعة ١٨ / ٢ / ٢٠١٥، والعدد الثالث الجمعة ٢٤ / ٣ / ٢٠١٥ والعدد الرابع الصادر يوم الجمعة ٢٨ / ٤ / ٢٠١٥... وهكذا.

ومما سبق يتضح إجمالي الأعداد التي تم مسحها من صحف الدراسة الثلاث على مدار عام ٢٠١٥ كالتالي:

عقيدتي	لواء الإسلامي	صوت الأهر	إجمالي
١٢	١٢	١٢	٣٦

أداة الدراسة وفئات التحليل:

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها قام الباحث باستخدام تحليل المضمون من خلال تصميم استمارة تشتمل على فئتين.

ويُعد تحليل المضمون من أكثر الأدوات استخداماً في تحليل المواد الصحفية المنشورة في الصحف والمجلات ويُعرّف بأنه أسلوب للبحث العلمي يمكن أن يستخدمه الباحثون في مجالات بحثية متنوعة، وعلى الأخص في علم الإعلام لوصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون، تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسية، طبقاً للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث وذلك بهدف استخدام البيانات بعد ذلك؛ إما في وصف المواد الإعلامية التي تعكس السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال، أو لاكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تنبع منها الرسالة الإعلامية. (رشدي طعيمة، ص ٢٤)، (سمير حسين، ١٩٨٣، ص ١٨)

أمّا فئات التحليل Categories فتُعرّف بأنها عبارة عن أجزاء أصغر تجتمع فيها وحدة الصفات أو الخصائص أو الأوزان، وتعتبر بعد ذلك جيوب أو مستودعات، يضع فيها الباحث كل ما يقابله من وحدات تجتمع فيها هذه الصفات أو الخصائص أو الأوزان، من خلال الإطار النظري لمشكلة البحث. (محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص ١١٣).

وجاءت فئات التحليل على النحو الآتي:

١. فئة قضايا الخطاب الديني الإسلامي: ويقصد بها الموضوعات الدينية التي عالجتها الصحف والتي تجيب على سؤال ماذا قيل؟ وتعرف كذلك بأنها الموضوعات الفرعية التي تناولها المادة الموجودة ضمن وحدات التحليل. (محمد الوفاي، مرجع سابق ص ١٥٨).

وقد تم تحديد الموضوعات التي عالجتها الصحف الدينية والتي تمثل في جوهرها قضايا الخطاب الديني الإسلامي من خلال تحليل عينة الصحف محل الدراسة، فكانت إحدى عشر نوعاً من القضايا وهي:

أ. القضايا العقيدية: ويقصد بها الحكم الذي لا يقبل الشك فيه لدى معتقده، وفي الدين ما يقصد به الاعتقاد دون العمل، كعقيدة وجود الله تعالى وبعثه الرسل (إبراهيم مصطفى وآخرون، ١٩٦١، ج ٢ / ٦٢٠) وهي الإطار النظري الذي يطلب الإيمان به أولاً وقبل كل شيء إيماناً لا يرقى إليه الشك ولا تؤثر فيه شبهة، وأركانها الإيمان بالله وملابته وكتبه ورسله واليوم الآخر والقدر خيره وشره. أما ورودها كأحد فئات هذه الدراسة فالمقصود بها هو كل مادة صحفية تتناول موضوعات العقيدة الإسلامية، وتدور حول الله وأسمائه

- و. الدفاع عن الإسلام من خلال دفع الشبهات والأباطيل التي يثيرها أعداؤه.
 ز. الدعوة إلى إصلاح الفكر الإسلامي من خلال تجديد الخطاب الديني الإسلامي وتبني منهجية علمية متطورة للتعامل مع النصوص الأصلية.
 ح. الدعوة إلى التعايش مع الآخر واحترام حرية العقيدة والمعتقد في المجتمعات الإسلامية والعالمية.

وحدات التحليل: تعرّف وحدات التحليل بأنها الوحدات التي يتم عليها العد أو القياس مباشرة، وهذه الوحدات تتبلور في نموذج بناء رموز المحتوى الذي يبدأ بالفكرة، ثم يتم اختيار الوحدات اللغوية للتعبير عن هذه الفكرة وصياغتها وبعد ذلك يأخذ المحتوى الشكل الذي ينشر فيه على الصفحة. (محمد عبد الحميد، ١٩٩٢، ص ١٤٩)

وقد اعتمد الباحث على وحدة الموضوع (الفكرة) بشكل متكامل من خلال الشكل الصحفي الذي قدم به، ولم يلجأ للتحليل كلمة أو جملة أو فقرة، وإنما تناول الموضوع كوحدة واحدة، وقام باستخراج القضية التي يراد إيصالها، والأهداف التي يراد تحقيقها.

وتعد هذه الوحدة من أكثر الوحدات شيوعاً واستخداماً في بحوث الإعلام، ولأن تناول الفكرة كوحدة تحليل يفيد في تحديد الاتجاهات والأحكام التي تقع على محتوى الإعلام، ولأنها الوحدة التي تحكم تناول الكاتب للوحدات الأخرى (الكلمة، الجملة، الفقرة) حيث يتم اختيارها وبنائها بدقة لتخدم المعنى الذي يهدف الكاتب إلى توصيله للقارئ. (محمد عبد الحميد، السابق، ص ١٣٩)

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم معالجة البيانات وجداولها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS ومن خلال الأساليب الإحصائية التالية:

١. التكرارات والنسب المئوية للجداول الوصفية.
٢. اختيار مربع كاي Chi Squire لبيان الفروق من خلال التكرارات والنسب المئوية في أسئلة الدراسة الإحصائية.
٣. تطبيق معادلة هولستي Holisti لثبات الأداة.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

أولاً قضايا الخطاب الديني الإسلامي التي تناولتها الصحف الإسلامية: بلغ مجموع المواد الإعلامية المتعلقة بالخطاب الديني الإسلامي في كافة الصحف الثلاث (عقيدتي، اللواء الإسلامي، صوت الأزر) ١٩٧ رسالة موزعة على ثلاث صحف وعلى النحو الآتي: صحيفة اللواء الإسلامي ٨١ يليها صحيفة عقيدتي ٧٣ ثم صحيفة صوت الأزر ٤٣ والجداول الآتية تبين ذلك:

جدول (١) التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لمضامين الخطاب الديني التي تناولتها الصحف الإسلامية (عقيدتي، اللواء الإسلامي، صوت الأزر)

المضمون	الصحيفة		عقيدتي		لواء الإسلامي		صوت الأزر		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
القضايا العقيدية	٤	٥,٥	٥	١١	٣	٤	٩,٣	٥	١٩	٩,٦
القضايا الإعلامية والدعوية	٠	٠	١١	٥	٧	٧	١٦,٣	٢	١٢	١٦,٣
قضايا العبادات	٤	٥,٥	٥	١٢	٢	٢	١١,١	٤	١٨	٩,١
قضايا المسير والشمائل	١٠	١٣,٧	٣	١٤	١	١	٢,٣	٨	٢٥	١٢,٧
القضايا الأخلاقية الإسلامية	٢	٢,٧	٨	١١	٣	٣	٧	٧	١٦	٨,١
القضايا الفكرية	١٧	٢٣,٣	٢	٩	٦	٦	١٦,٣	٢	٣٢	١٦,٨
القضايا الاقتصادية الإسلامية	١	١,٤	٩	١	١٠	٤	٩,٣	٥	٦	٣
قضايا الدفاع عن الإسلام	٣	٤,١	٧	٤	٨	٨	١٦,٣	٧	١٠	٥,١
النظام الاجتماعي الإسلامي	٧	٩,٦	٤	٣	٩	٩	٢٣,٣	١	٢٠	١٠,٢
قضايا الإفتاء	١	١,٤	٩	١	١٠	١	٢٣,٣	٨	٣	١,٥
القضايا المعرفية والتعليمية	٢٤	٣٣	١	١٠	٥	٥	١٢,٣	٨	٣٥	١٧,٨
المجموع	٧٣	١٠٠	٨١	١٠٠	١٠٠	١٠٠	٤٣	١٠٠	١٩٧	١٠٠

١. النتائج الخاصة بصحيفة عقيدتي: تبين من الجدول أعلاه أن القضايا الأربعة والتي حصلت على نسبة ٧٩,٦% هي:

أ. القضايا المعرفية والتعليمية والتي حازت على نسبة بلغت ٣٣% وهي

ح. القضايا المتعلقة بالنظام الاجتماعي الإسلامي: يعرف المجتمع بأنه عدد كبير من الأفراد المستقرين، تجمعهم روابط اجتماعية ومصالح مشتركة، تصحبها أنظمة تضبط السلوك وسلطة ترعاها. ويشتمل هذا الجانب على كافة الجوانب التي سنها الإسلام وأمر بها أو أقرها مما يؤدي إلى بناء مجتمع قوى مترابط متآلف متحاب، مجتمع متعدد الأعراق، يؤمن بالله ولا يكره غيره على اعتناق دين الإسلام، يتعايش مع الجميع ويحترم الرأي المخالف.

ط. القضايا المتعلقة بنظام الإفتاء: الإفتاء هو قيام المفتي بجواب المستفتي وهنا تعنى الموضوعات التي أثارها الصحف الدينية في خطابها الموجه للعموم والخصوص، بغية تطوير أدوات الفتيا، والدعوة لإنشاء المجمع العلمية بدل التصديت الفردية للفتاوى التي غالباً ما تبني على رؤى شخصية، ومشارب مذهبية.

ي. القضايا المعرفية والتعليمية: وهي القضايا التي يتوخى من عرضها تزويد القارئ بحصيلة علمية ومعرفية، تفتح لها آفاقاً واسعة في تعاملاته المتعددة، وأساليب تفكيره وعمله مثل عرض نتائج الدراسات، نشر مفاهيم علمية وبيان دلالاتها، أو التحذير من بعض القضايا والمشكلات التي ترتبط بجانب معين.

٢. فئة أهداف نشر قضايا الخطاب الديني الإسلامي: ويقصد بها الغايات التي تسعى

الصحف الدينية إلى إيصالها للجمهور المستهدف، وقد تم تحديدها من خلال الإطلاع على جملة من المؤلفات في الخطاب الديني الإسلامي المعاصر، ورصد العديد من الأهداف التي حددتها، وكذلك الإطلاع على الأهداف التي ذكرها الباحثون في الدراسات السابقة والتي تتقارب مع موضوع هذه الدراسة، ثم استقراء عينة من الصحف الإسلامية، ومطابقة أهدافها لجملة الأهداف التي أوردتها الباحثون والمؤلفون، والأهداف الأخرى المستنبطة من المواد المستقرئة.

وبالمحصلة فقد شكلت هذه الأهداف بمجمليها ثمانية أهداف رئيسة تتبثق منها أهداف فرعية بلغ مجموعها خمسة وعشرين هدفاً، أما الأهداف الرئيسية فهي:

أ. توثيق الصلة بالله تعالى وتطبيق أوامره والابتعاد عن نواهيه من خلال قرن الإيمان بالعمل.

ب. التوعية بأحكام الدين الإسلامي وتنقيف المسلم بالجوانب الحياتية المتعددة.

ج. التربية بالقوة الحسنة والعمل على تحلي المسلم بالأخلاق الفاضلة والصفات الحميدة.

د. الدعوة إلى الدين الإسلامي عن طريق الإعلام عن المشروع الحضاري الإسلامي.

هـ. إصلاح المجتمعات من خلال الاهتمام بشؤونها وحل مشاكلها على صعيد الفرد والأسرة والمجتمع.

الأزهر)، وليبيان فيما إذا كان هناك فروق ذات إحصائية حول هذه القضايا في الصحف الدينية، تم استخدام اختبار مربع كاي Chi Squire لبيان الفروق من خلال التكرارات والجدول (٢) يبين ذلك.

جدول (٢) الفروق في قضايا الخطاب الديني الإسلامي تبعاً لمتغير الصحيفة

قضايا الخطاب الديني الإسلامي	قيمة مربع كاي	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
القضايا المعرفية والتعليمية	٢٠,٠٥٤	٢	*٠,٠٠٠
الفكر الإسلامي	٤,٠٩١	٢	٠,١٢٩
السير والشمال	٥,٧٧٩	٢	٠,٠٥٦
المجال الاجتماعي الإسلامي	١١,٨١٢	٢	*٠,٠٠٣
العقيدة	٢,٨٩٩	٢	٠,٢٣٥
العبادات	٥,٣٦٤	٢	٠,٠٦٨
الأخلاق الإسلامية	٦,١٤٣	٢	*٠,٠٠٤
الإعلام والدعوة	١٢,٥٣٨	٢	*٠,٠٠٢
الدفاع عن الإسلام	٠,٤٦٧	٢	٠,٧٩٢
الاقتصاد الإسلامي	٧,٢٩٤	٢	*٠,٠٢٦
مجال الإفتاء	٠,٢٤١	٢	٠,٨٨٦

* دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥

من خلال الجدول (٢) تم استخلاص عدد من النتائج، وهي على النحو الآتي:

١. وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ يرتبط بنوع الصحيفة في قضايا (المجال المعرفي، المجال الاجتماعي، الأخلاق الإسلامية، الإعلام والدعوة، الاقتصاد الإسلامي)، ومن خلال مراجعة النسب المئوية التي حصل عليها كل مجال من هذه المجالات يتبين ما يأتي:

أ. القضايا المعرفية والتعليمية: اتضح من خلال النتائج المعروضة في الجدول (٢) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين صحيفة عقيدتي من جهة وبين صحيفتي اللواء الإسلامي وصوت الأزهر من جهة أخرى، لصالح صحيفة عقيدتي في المجال المعرفي. وبمراجعة النسب المئوية تبين أن عقيدتي قد حصلت على نسبة مئوية بلغت ٣٣% تقريباً من المجموع العام للموضوعات المنشورة، بينما حصلت صحيفة اللواء الإسلامي على ١٢,٣% فقط، في حين انخفضت النسبة في صحيفة صوت الأزهر إلى ٢,٣%. ولعل ارتفاع النسبة في صحيفة عقيدتي مؤشر هام على سياسة الصحيفة في عملية البناء المعرفي عند الجمهور، عن طريق تزويده بمعارف متعددة حول الموضوعات الدينية بأسلوب ثقافي يعكس النظرة الشمولية للمعرفة التعليمية، وهي في هذا تساعد في زيادة الحصيلة المعرفية لدى القراء، وتؤدي إلى انتشار المفاهيم الصحيحة والبعيدة عن التفسيرات المغلوطة والشخصية القائمة على أساس الفهم الشخصي في كثير من الأحيان. وقد تركزت الموضوعات التي تم الإفادة منها حول موضوعات تتعلق بالقضايا القرآنية المتعددة حيث خصصت زوايا خاصة لهذا الغرض.

أما صحيفة اللواء الإسلامي التي حافظت على نسبة معتدلة في توزيعها لأكثر القضايا الدينية التي تناولتها، المتعلقة بالجانب المعرفي فنسبة ١٢,٣% هي نسبة متوازنة، إذا نظرنا إلى بقية الجوانب الأخرى، ولهذا فقد خصصت جملة من المقالات التي عرضت عدداً من المقالات التي تثرى الحصيلة المعرفية واللغوية عن الفرد المسلم.

ب. قضايا النظام الاجتماعي الإسلامي: تبين كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين صحيفة صوت الأزهر من جهة وصحيفتي عقيدتي واللواء الإسلامي من جهة أخرى لصالح صحيفة صوت الأزهر في المجال الاجتماعي. وبمراجعة النسب الخاصة بكل صحيفة فقد تبين أن نسبة ما عرضه صحيفة صوت

الديني الإسلامي. إلا أن إعطاء مثل هذه النسبة المرتفعة والتي تصل إلى ثلث المادة المنشورة تقريباً يؤدي إلى إحداث خلل واضح في توزيع القضايا الأخرى.

ب. وحصلت القضايا الفكرية على المرتبة الثانية في هذه الصحيفة، وجاءت بنسبة مرتفعة كذلك، وهو جانب مهم لكنه جاء مرتفعاً نسبياً في مقابل بقية القضايا الأخرى.

ج. أما السير والشمال فقد حازت على نسبة جاءت أقل من سابقتها، بلغت ١٣,٧% وبالنظر في قيمتها وأهميتها فإن هذه النسبة متوازنة أكثر من سابقتها، حيث إن هذه القضايا لها دور كبير في تزويد جمهور القراء بحاجة ماسة للإطلاع على نماذج من السيرة النبوية والسلف الصالح للمساعدة في تقديم صور من حياتهم بغية الإقتداء بها، والتحلي بأخلاقها.

د. أما قضايا النظام الاجتماعي، فقد حازت على نسبة بلغت ٩,٦%، وهي نسبة متوازنة، وتخدم واقع المجتمع المصري إذا ما أحسن توجيه رسائل إعلامية ذات مضامين متسقة، وأهداف واضحة تعين على علاج مشكلات المجتمع بغية إصلاحها، وإحياء دور الفرد والأسرة في المجتمع.

هـ. بينما نجد أن القضايا الأخرى وبالذات العقيدية والتعبدية والدفاع عن الإسلام قد حازت على نسب متدنية مقارنة بالنسب التي حصلت عليها القضايا الثلاث الأولى، حيث إنها لم تتجاوز ٥,٥%، مع العلم أن المجتمعات بحاجة ماسة إلى التعرف على قضايا عقيدية متعددة، وكذلك العبادات التي هي أكثر أحكام الإسلام ممارسة في حياة المسلم. ولم يكن الجهاد بأحسن حالاً منهما بل انخفضت نسبته عنهما حتى بلغت ٤,١%.

و. بينما حصلت بقية القضايا كالأخلاق والاقتصاد الإسلامي على نسب متدنية جداً، وكان أقلها على الإطلاق قضايا الدعوة والإعلام والتي لم تذكر في العينة التي خضعت للتحليل وعلى الرغم من أهميتها إلا أنها فقدت نصيبها من النشر في مقابل الارتفاع الذي حازت عليه القضايا المعرفية والقضايا الفكرية.

٢. النتائج الخاصة بصحيفة اللواء الإسلامي: تميزت النسب التي تم الحصول عليها في الجدول أعلاه بأنها كانت أكثر توازناً من النسب التي عرضت في تحليل صحيفة عقيدتي، حيث نجد أن أكثر من نصف القضايا حازت على نسب مقاربة مع شيء يسير من التفاوت، مما أعطى مؤشراً إلى وجود رؤية تحريرية ل نوعية القضايا المنشورة، وكانت هذه القضايا على التوالي هي (السير، التعبدية والأخلاق، والعقيدية، والمعرفية والفكرية والدفاع عن الإسلام)، إلا أنه ومع وجود مثل هذا المنظور الإيجابي في الاهتمام بقضايا أكثر من سابقتها، إلا أن هناك تهميشاً لقضايا أخرى مثل النظام الاجتماعي، والإفتاء والاقتصاد، على الرغم من أهميتها ومحوريتها في حياة الناس. لذا يتوجب على التنبيه لهذا الجانب لجسر الهوة والتقليل من هذا التفاوت الموجود بين هذه القضايا، على الرغم من أهميتها، مع ضرورة تقديم الأهم فالمهم.

٣. النتائج الخاصة بصحيفة صوت الأزهر: يتبين من الجدول السابق وجود اهتمام أكثر بجانب النظام الاجتماعي والإعلامي والاقتصادي والعقدي، على العكس من النسب السابقة التي تم الحصول عليها في صحيفتي عقيدتي واللواء الإسلامي، حيث حاز النظام الاجتماعي على نسبة مرتفعة بلغت ٢٣,٣% تلاه الإعلام والفكر بنسبة لكل منهما ١٦,٣% وكذلك قضايا الاقتصاد والعقيدة حيث بلغت نسبة كل منهما ٩,٣%، وحصول جانب الأخلاق على نسب أعلى من النسب التي حصلت عليها في صحيفة عقيدتي واللواء الإسلامي.

٤. نتائج الصحف الإسلامية الثلاث مجتمعة (عقيدتي، اللواء الإسلامي، صوت

أعلى، إلا أنها تساوت مع القضايا الفكرية، وفي هذا دليل على الربط بين قضية الفكر والإعلام.

ومع هذا فإن النسبة العامة جاءت ضئيلة، والتي بلغت ٦,٣% مما لا يتوافق مع مركزية هذه القضايا وأهميتها في عملية النشر الإعلامي. ذلك أنه من الضروري أن يكون هناك توجيه إعلامي لفئات الجمهور حول القضايا التي تساعد وتعين في نشر رسالة الإسلام ورد الشبهات عنها.

لذا يتوجب على محرري وكتاب هذه الصحف أن يولوا هذا الجانب اهتماماً أكبر، حيث إن تعدد الموضوعات التي تصب في مقام واحد هو توضيح لصورة الإسلام الصحيحة، وما الدعوة في الحقيقة إلا توضيح وبيان لصورة الإسلام الصحيحة بدون تفسيرات مغلوطة؛ فالحديث عن تجديد الخطاب الديني الإسلامي، ومحاولة رد الشبهات والمزاعم المسيئة للإسلام، وكذلك بيان شموليته وصلحيته، وقد الذات بتصحيح الأخطاء التي يقع فيها بعض الدعاة، كلها محاور متعددة تصب في مصلحة الدعوة للإعلام عن دين الإسلام.

٥. قضايا الاقتصاد الإسلامي: لقد أتضح من خلال استعراض النتائج في الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين صحيفة صوت الأزهر من جهة وبين صحيفتي عقيدتي واللواء الإسلامي لصالح صحيفة صوت الأزهر في المجال الاقتصادي. حيث بلغت نسبة القضايا التي تمت مناقشتها مما يتعلق بالاقتصاد الإسلامي في صحيفة صوت الأزهر ٩,٣% بينما لم تتجاوز في عقيدتي ١,٤% و١,٢% لصحيفة اللواء الإسلامي. وقد اشتملت الموضوعات التي تناولتها صحيفة صوت الأزهر في هذا المجال على الدعوة إلى تفعيل مبادئ الاقتصاد الإسلامي من خلال الممارسة العملية لها في السوق المحلي والعربي والعالمي، وكذلك تضمنت الإشارة إلى وجوب التقييد الجماهيري بأحكام الاقتصاد الإسلامي فيما يتعلق بالمعاملات المالية، بالإضافة إلى ما استجد مجالات جديدة للتعامل كالتعامل بالبورصة، وبعض المعاملات البنكية الأخرى. وقد جاء هذا التنظير الإعلامي من قبل صحيفة صوت الأزهر حول هذا المجال الحيوي والمهم استجابة للمطالب المتزايدة على خدمات الاقتصاد الإسلامي؛ سواء على المستوى الشعبي رغبة منهم في عدم مخالفة أحكام الشريعة الإسلامية طلباً لمرضاة الله سبحانه وتعالى وتجنباً لعقابه. وكذلك فإن الأزمة المالية العالمية التي أثبتت عجز النظام المالي الرأسمالي عن تأمين مستقبل مأمون للمخزون المالي في العالم، جعل الأنظار تتجه إلى الاقتصاد الإسلامي ومبادئه التي تعتمد جملة من الأدوات التي تقوم على الاقتصاد الحقيقي، وكذلك النزعة الأخلاقية التي تتداخل معها. لذا فقد قامت صحيفة صوت الأزهر، بتناول هذه القضية الحساسة بالتناغم مع مبادئها التي تقوم على الدعوة والإعلام بدين الإسلام، فبيان محاسن النظام الاقتصادي في الإسلام والدعوة إلى العمل به، هي دعوة ضمنية إلى دين الإسلام العلمي.

٢. تبين كذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة لمتغير الصحيفة في قضايا الخطاب الديني الإسلامي العقيدة، العبادات، السير والشمال، مجال الفكر الإسلامي، ومجال الجهاد، ومجال الإفتاء، حيث جاءت قيم الدلالات الإحصائية لها أعلى من مستوى ٠,٠٥. وقد أدى هذا إلى جملة من الأمور على النحو الآتي:

أ. بالنسبة لقضايا العقيدة: فإن نسبة القضايا أو القضايا العقيدة التي ناقشتها الصحف الثلاث عينة الدراسة خلال عام ٢٠١٥ كان التركيز

الأزهر مما يتعلق بهذا المجال بلغت ٢٣,٢% أما صحيفة عقيدتي فقد بلغت النسبة ٩,٦% وبلغت في صحيفة اللواء الإسلامي ٣,٧%. إن هذا التفاوت الواضح بين الصحف الثلاث في نسب النشر للموضوعات ذات العلاقة، يؤكد عدم وجود سياسة ناظمة لطبيعة الموضوعات المنشورة في الصحف الدينية، وكذلك وجود تفاوت في نسب التوزيع التي تؤدي إلى خلل في توازن عرض القضايا المختلفة للخطاب الديني. ففي حين أن نسبة صوت الأزهر مرتفعة فهناك نسبة عقيدتي أكثر توازناً من نسبة صحيفة صوت الأزهر في هذا المحور، في حين أنها تدرت كثيراً في صحيفة اللواء الإسلامي. وقد جاءت أغلب القضايا التي ناقشتها جريدة صوت الأزهر تتمحور حول: العلاقات الأسرية، والحقوق المترتبة شرعياً لكل فرد في الأسرة، وعن حقوق الضعفاء كالأرامل والأيتام، وحرية المرأة في الإسلام، وحقوق الجيران، وتناول مسائل وأحكام تتعلق بالزينة والاختلاط المحرم والزواج العرفي ومشاكل الشباب العامة وعدم قدرتهم على التكيف الإيجابي في مجتمعاتهم، وعن وجوب عدم نشر الباطل مما يتعلق بالفنائع والسلوكيات السيئة للمساعدة في أدها وعدم إشهارها بين الناس، وعن ضرورة التعايش بين أفراد المجتمع بغض النظر عن دينه أو مذهبه، وقضايا تتعلق بحقوق الإنسان. كل هذه القضايا التي تمت مناقشتها تهدف إلى نشر الوعي الجماهيري حول أحكام الإسلام وتشريعاته السامية، وفلسفته في بناء مجتمع مثالي بالمعايير البشرية.

ج. قضايا الأخلاق والفضائل الإسلامية: فقد تبين من الجدول (٢) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين صحيفة اللواء الإسلامي وعقيدتي وصوت الأزهر في المجال الأخلاقي لصالح صحيفة اللواء الإسلامي. حيث بينت النسب المئوية أن مجموع ما عرضته صحيفة اللواء الإسلامي مما يتعلق بهذا المجال هو ١٣,٦%، أما صحيفة عقيدتي فقد عرضت ما نسبته ٢,٧% وصحيفة صوت الأزهر ٧%، وبهذا يتضح أن صحيفة اللواء الإسلامي حصلت في المجال الأخلاقي على نسبة فاقت زميلاتها مما يؤكد على أهمية حرصها على تزويد المواطن المصري بخلفية نظرية عن النظام الأخلاقي في الإسلام.

إلا أنه يتوجب على صحيفة عقيدتي تحديداً أن تزيد من نسبتها الإعلامية فيما يخص محتويات هذه القضايا حتى تكون أشبه بحملة إعلامية لنشر الأخلاق عن طريق الحث على الممارسة العملية لها، لأنها خير وسيلة للقضاء على مظاهر الفساد الاجتماعي والأخلاقي، وكذلك لنشر ثقافة الإسلام التي تقوم على أساس الخلق القويم، وتكريساً لمقولة النبي صلى الله عليه وسلم (إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق).

د. مجال الإعلام والدعوة: تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين صحيفة صوت الأزهر من جهة وعقيدتي من جهة أخرى، وكانت الفروق لصالح صحيفة صوت الأزهر في مجال الإعلام والدعوة. حيث بلغت نسبة القضايا التي عرضتها صحيفة صوت الأزهر فيما يتعلق بهذا المجال ما نسبته من المجموع الكلي للصحيفة ١٦,٢% في مقابل ٦,٤% لصحيفة اللواء الإسلامي، وصفر% لصحيفة عقيدتي، وهذا يشير إلى اهتمام صحيفة صوت الأزهر بالمنحى الإعلامي والدعوى الإسلامي، اهتماماً يفوق غيرها من الصحف، مع أن نسبتها لم تكن هي الأعلى بين نسب القضايا في صحيفة صوت الأزهر فقد حازت القضايا الاجتماعية على نسبة

مع النسبة التي حصل عليها كل من مجال العقيدة ومجال العبادات فإنه الصورة التي تظهر هي عدم وجود توازن ما بين نسب القضايا الدينية التي تعرضها صحيفة عقيدتي، مع أنها في اللواء الإسلامي أكثر توازناً ونقل عنها في صوت الأزهر، ونسب نشر القضايا الفكرية، إلا أن زيادة نسبتي في عقيدتي وتليها صوت الأزهر يؤثر سلباً على بقية المجالات التي لم تحظ بنفس الدرجة من الاهتمام.

٥. مجال الدعوة إلى في سبيل الله تعالى: لم تشر البيانات السابقة إلى وجود دلالة إحصائية للقضايا الإحصائية حول مجال الدعوة عند متغير الصحف، وذلك أن نسب الموضوعات التي ناقشت هذا المجال تقاربت إلى حد كبير فكان المجموع الكلي لها ٥,١% حيث كانت في عقيدتي ٤,١% وفي اللواء الإسلامي ٤,٩% وفي صوت الأزهر ٧% ومع أنها نسب قليلة بالمقارنة مع قضايا أخرى.

٦. مجال الإفتاء: تعتبر القضايا التي تناولتها الصحف الدينية فيما يتعلق بمجال الإفتاء قليلة جداً، حيث بلغت النسبة العامة لها ١,٥% فقط، وتوزعت بصورة مقاربة بين الصحف الثلاث: ١,٤% لصحيفة عقيدتي، و١,٢% لصحيفة اللواء الإسلامي، و٢,٣% لصحيفة صوت الأزهر، ومثل هذه النسب الضئيلة قياساً بالمجموع الكلي العام لا تتناسب وأهمية هذا المجال في وقت زاد فيه الطلب على معرفة الحكم الشرعي لكثير من القضايا المثارة، والمستجدات التي يطلب فيها الناس حكم الشريعة الإسلامية ونظرتها لها، ولعل من الأسباب التي تؤثر على قلة الاهتمام بعرض هذا الجانب هو ضعف التواصل ما بين المؤسسات الصحفية وما بين الجهات التي تردها هذه المسائل وبالأخص وزارة الأوقاف ومجمع الفتوى، وقد تبين أن نسبة اعتماد صحيفة عقيدتي على المصدر الحكومي والمتمثل بوزارة الأوقاف ودار الإفتاء لم يتجاوز ١,٣% من مجمل اعتمادها على المصادر الأخرى، بينما وجد أن صحيفة اللواء الإسلامي وصوت الأزهر لم يعتمدا عليها نهائياً حيث كانت النسبة ٠%، وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على أن ضعف التواصل ما بين إدارات التحرير في هذه الصحف الدينية وما بين الجهات الحكومية المسؤولة عن جانب الفتاوى.

ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في هذا المحور:

١. بمقارنة هذه النتائج في ضوء نتائج الدراسات السابقة، تبين أن هذه الدراسة تتفق مع دراسة الصعدي (٢٠٠١) في نشر الصفحة الدينية لموضوعات متعددة، ولكنها تختلف من حيث التوزيع، أما من حيث التركيز على الموضوعات فقد وجد هناك تباين واضح في الموضوعات التي تم التركيز عليها ففي حين أن الصحف الدينية أولت القضايا المعرفية ثم الفكرية ثم السير والشمال ثم القضايا الاجتماعية، نسباً أعلى في النشر، فقد كانت الموضوعات التي تم التركيز عليها وإعطائها المساحة الأكبر من حيث النشر في دراسة الصعدي هي الموضوعات الخاصة بالنظم السياسية بأنواعها، يليها موضوعات السير والشخصيات، يليها موضوعات العبادات، يليها القيم والأخلاق، ثم العلوم والفنون. دراسة (طارق الصعدي، ٢٠٠١) مما يدل على التفاوت في الاهتمامات، ولعل هذا راجع إلى التناحيات المتعددة التي شهدها الساحة العربية والإسلامية منذ عام ٢٠٠١ وحتى عام ٢٠١٥، مما جعل من اللازم إجراء تعديلات على الأولويات المتعلقة بالخطاب الديني الإسلامي.

٢. وكذلك فقد اتفقت هذه الدراسة في هذا الجانب مع دراسة عبد الحميد والتي أكدت عدم كفاية ما ينشر من القضايا المثارة في الصحف الدينية، وضرورة أن تحظى هذه القضايا باهتمام أكبر. (أحمد عزت عبد الحميد، ١٩٩٠)

فيها على الجانب العقدي لم يتجاوز ١٣,٦% من المجموع العام بالنسبة لصحيفة اللواء الإسلامي بينما صوت الأزهر ٩,٣% وعقيدتي ٥,٥% وهي نسب متوازنة نسبياً في كل من اللواء الإسلامي وصوت الأزهر مقارنة بصحيفة عقيدتي، ومع أن نسبتها في صحيفة عقيدتي متدنية أكثر من غيرها، إلا أنها جاءت كافية في صحيفتي اللواء الإسلامي وصوت الأزهر. وكون المجتمع المصري المسلم مجتمع متدين، ولا توجد فيه مذاهب عقدية متعددة كغيره من المجتمعات العربية الأخرى، فإن القضايا العقدية التي تطرح تكون في أغلبها قضايا متفق عليها. ولكنه يتوجب على صحيفة عقيدتي أن تولي هذا الجانب اهتماماً أكبر، كونها من أوسع الصحف انتشاراً وأقدمها تاريخاً ومن ثم مقروئية من قبل المواطن المصري.

ب. بالنسبة لقضايا العبادات، فإن النسب المنوية التي حصلت عليها من المجموع الكلي في الصحف الثلاث لم يتجاوز ٩,١% مجتمعة وتوزعت على ٥,٥% بالنسبة لعقيدتي و١٤,٨% بالنسبة للواء الإسلامي و٤,٦% لصوت الأزهر، وهذه النسب بالرغم أنها متفاوتة بين صوت الأزهر وبين اللواء الإسلامي إلا أن هذا التفاوت لم يتمكن من تمثيل دلالة إحصائية، ذلك أن جميع الصحف الثلاث تناولت قضايا العبادات إما بشكل موسمي كما في رمضان وعيد الأضحى وما شابه، أو بصورة مقالة تدعو فيها إلى القيام بالعبادات والشعائر الدينية، ولكن بشكل مقتضب، وكأنها في ذلك تكفي بدور المسجد في خطبة الجمعة ودروس الوعظ التي تقام فيه، وكذلك دور الوسائل الأخرى كالبرامج الإذاعية أو التلفزيونية أو الفضائية التي تتناول هذه القضايا بشكل أوسع وأعمق.

وبالنظر إلى النسبة التي شكلها جانباً العقيدة والعبادات من المجموع العام والتي بلغت ١٨,٧% وهي نسبة تتساوى تقريباً مع النسبة التي حصلت عليها قضايا المعرفة والتعليم لوحدها، وعلى هذا فإنها لا تتفق ومركزية هذين المجالين في حياة الإنسان المسلم، فالعقيدة هي نصف الدين وأصله، والعبادة هي الشق الأول من النصف الثاني من الدين، لأن الدين يتكون في عرف أهل العلم من شقين رئيسيين هما: العقيدة والشريعة، والشريعة تشمل على العبادات والمعاملات، وقد زاد بعض العلماء فقالوا: يتكون الدين من العقيدة والشريعة والأخلاق، بينما اعتبر أصحاب الرأي الأول أن الأخلاق ليس قسماً منفصلاً وإنما هي ثمرة من ثمار الالتزام بالقسمين الأولين.

ج. بالنسبة لقضايا السير والشمال: لقد تفاوتت نسب الاهتمام بعرض موضوعات السير والشمال في ضمن قضايا الخطاب الديني الإسلامي في الصحف الدينية، فقد بلغت النسبة العامة له ١٢,٧% وهي نسبة متوازنة وتتلاءم مع نسبة النسب السابقة فيما يخص مجال العقيدة ومجال العبادات، وهذا يدل على مدى اهتمام الصحف الدينية بعرض سير السلف الصالح بغية الاقتداء بهم، والتمثل بأخلاقهم وطريقتهم في الإتيان والسير على منهاج النبوة، إلا أن اختبار مربع كاي لم يظهر دلالة إحصائية لهذه النسب بين الصحف الثلاث، على الرغم من وجود تفاوت واسع ما بين صحيفتي عقيدتي واللواء الإسلامي من جهة وبين صحيفة صوت الأزهر من جهة أخرى لصالح الصحيفتين.

د. القضايا الفكرية، والتي بلغ المجموع الكلي نسبة ما عرض في الصحف الثلاث ١٦,٨% توزعت على الصحف الثلاث بنسب لم تترك مجالاً لظهور دلالة إحصائية بينها ففي عقيدتي ٢٣,٣% وفي اللواء الإسلامي ١١,١% وفي صوت الأزهر ١٦,٣%، وبالمقارنة

أو طبيعة الصراعات الفكرية التي عانى منها المجتمع المصري.
 ثانياً الأهداف التي تسعى الصحف الإسلامية إلى تحقيقها من خلال نشر قضايا الخطاب الديني الإسلامي: تم التوصل إلى صياغة عدد من الأهداف بواسطة تحليل المضمون لعينة الدراسة، وكذلك الإطلاع على الأهداف التي أوردتها المراجع المتعلقة بالخطاب الديني، والدراسات السابقة، وقد بلغ مجموع هذه الأهداف ثمانية أهداف رئيسية، وتحقيقاً لهدف الدراسة من التعرف على ماهية الأهداف والفروق بين الصحف فيها وكذلك من المقارنة واستخراج النتائج فقد عرضت الأهداف الرئيسية في جدول يجمع الصحف الثلاث، تسهيلاً لعملية المقارنة بين الصحف الثلاث، وقد وضحت فيه التكرارات والنسب المئوية لكل هدف رئيسي على حدة، وعلى النحو الآتي:

المجموع		صوت الأهر		اللواء الإسلامي		عقيدتي		الصحيفة	
ترتيب	%	ترتيب	%	ترتيب	%	ترتيب	%	ترتيب	%
٣	١٠,٧	٢٢	٨	٢,٣	١	٣	٢١	١٧	٥,٥
١	٣١,٥	٦٢	١	٣٠,٢	١٣	٢	٢٤,٧	٢٠	٣٩,٧
٢	٢٥,٩	٥١	٢	٢٠,٩	٩	١	٣٣,٣	٢٧	٢٠,٥
٤	٧,١	١٤	٣	١٦,٣	٧	٥	٤,٩	٤	٤,١
٤	٧,١	١٤	٤	١١,٦	٥	٤	٦,٢	٥	٥,٥
٨	٤,١	٨	٥	٧	٣	٧	٣,٧	٣	٢,٧
٤	٧,١	١٤	٥	٧	٣	٥	٤,٩	٤	٩,٦
٧	٦,١	١٢	٧	٤,٧	٢	٨	١,٢	١	١٢,٣
١٠٠	١٩٧	١٠٠	٤٣	١٠٠	٨١	١٠٠	٧٣	٧٣	١٠٠

د. هدف إصلاح الفكر الإسلامي من خلال تجديد الخطاب الديني الإسلامي وتبني منهجية علمية متطورة للتعامل مع النصوص الأصلية. وقد حصل هذا الهدف على نسبة بلغت ٩,٦%، وهو هدف إيجابي إذا كان الدافع إلى هذا الهدف بريئاً، لأن الخطاب الديني الإسلامي يمكنه البشرية يجب أن يخضع لهذا التطور، وأن مفاهيم الخطاب الديني الإسلامي القائمة على الفهم البشري يعثرها النقص كما يمكن أن يصيب أي شيء آخر غير معصوم، مع ملاحظة أن مثل هذا الهدف لا يطال القواعد والأصول التي تُعد ثوابت في ديننا الحنيف. فالإصلاح المنشود هو القائم على قاعدة صلاحية الدين لكل زمان ومكان، وشرطه وجود حاجة حقيقية لمثل هذا الإصلاح. أما إن كان هذا الإصلاح مبني على أساس رغبات وأهواء خادمة لجهات معينة، فإن المسلم كيس فطن، ولا يضع نفسه في مقام التلاعب بدين الله وأحكامه إرضاء لشخص أو لجهة أياً كانت.

٢. النتائج الخاصة بصحيفة اللواء الإسلامي: يتبين من الجدول السابق أن الأهداف الرئيسية الثلاث التي حصلت على أعلى نسب نشر في الصحف الدينية لصحيفة اللواء الإسلامي بلغت ٧٩% هي:

أ. هدف التربية بالقوة الحسنة والعمل على تحلي المسلم بالأخلاق الفاضلة والصفات الحميدة، حيث حاز على أعلى نسبة من بين جميع الأهداف بلغت ٣٣,٣% وهي نسبة مرتفعة تدل على مدى وعي محرر وكتاب الصحف الدينية لأهمية التربية بالقوة الحسنة، ذلك أن كثيراً من الناس يتأثرون بالقوة أكثر من أي شيء آخر.

ب. هدف التوعية بأحكام الدين الإسلامي وتثقيف المسلم بالجوانب الحياتية المتعددة، وقد حصل على المرتبة الثانية من اهتمام الصحيفة حيث بلغت نسبته ٢٤,٧%، وذلك لأهمية هذا الجانب، حيث إن المسلم بحاجة دائمة للتزود بالمعارف المختلفة حول الدين الإسلامي سواء أكانت أحكام تعبدية أو أحكام المعاملات.

٣. وقد اختلفت مع دراسة (هيبه محمد منصور هيبه، ١٩٩٦) من حيث التركيز على ماهية العلاقة بين السلطة والإسلاميين، ووجود مواد إعلامية تهدف إلى تشويه صورة الإسلام والجماعات الإسلامية، بينما في الدراسة الحالية لم يتم التطرق إلى هذه الجوانب بشكل من الأشكال، وإنما في جزئية بسيطة تعكس طبيعة العلاقة الطيبة التي يجب أن يكون عليها الحال بين المؤسسات الدينية والسلطة السياسية. وانفقت كذلك مع دراسة (محمد أحمد يونس، ٢٠٠٠) في دعوتها لتجديد الخطاب الديني الإسلامي.

وعلى الأرجح فإن نقاط التوافق والاختلاف بين هذه الدراسة والدراسات الأخرى أموراً تتعلق باختلاف الزمان والمكان، فزمن بعض الدراسات السابقة كان متقدماً على هذه الدراسة، وكذلك المكان وطبيعة النظام الحاكم أو السياسات التحريرية، جدول (٣) التوزيعات التكرارية والنسب لأهداف الخطاب الديني موزعة على الصحف الثلاث

المجموع		صوت الأهر		اللواء الإسلامي		عقيدتي		الصحيفة	
ترتيب	%	ترتيب	%	ترتيب	%	ترتيب	%	ترتيب	%
٤	٥,٥	٥	١٧	٣	٢١	١٧	٥,٥	٤	٥,٥
٢٩	٣٩,٧	١	٢٠	٢	٢٤,٧	٢٠	٣٩,٧	٢٩	٣٩,٧
١٥	٢٠,٥	٢	٢٧	١	٣٣,٣	٢٧	٢٠,٥	١٥	٢٠,٥
٣	٤,١	٧	٤	٥	٤,٩	٤	٤,١	٣	٤,١
٤	٥,٥	٥	٥	٤	٦,٢	٥	٥,٥	٤	٥,٥
٢	٢,٧	٣	٣	٧	٣,٧	٣	٢,٧	٢	٢,٧
٧	٩,٦	٤	٤	٥	٤,٩	٤	٩,٦	٧	٩,٦
٩	١٢,٣	٣	١	٨	١,٢	١	١٢,٣	٩	١٢,٣
٧٣	١٠٠	٧٣	١٠٠	٧٣	١٠٠	٧٣	١٠٠	٧٣	١٠٠

يتبين من الجدول السابق مايلي:

١. النتائج الخاصة بصحيفة عقيدتي: إن الأهداف الأربعة التي حصلت على أعلى نسب نشر في الصحف الدينية في صحيفة عقيدتي بلغت ٨٢,١% هي:

أ. هدف الوعي بأحكام الدين الإسلامي وتثقيف المسلم بالجوانب الحياتية المتعددة. حيث بلغت نسبته أعلى نسبة مئوية من بين جميع الأهداف ٣٩,٧% ويعود هذا لأهمية هذا الجانب في حياة المسلم، والتي تُعد حجر الزاوية في تزويد المسلم بالأحكام الشرعية المختلفة، على تعدد درجاتها في الحكم الشرعي. وبما أن المسلم لا يعبد الله إلا كما شرع، فإن الصحيفة تعمل على نشر المعرفة بين قرآنها في هذه الجوانب.

ب. هدف التربية بالقوة الحسنة والعمل على تحلي المسلم بالأخلاق الفاضلة والصفات الحميدة. وهو هدف أسلوبى، يصل إلى غايته وهي حصول الالتزام بالسلوك الحسن من خلال استعراض نماذج بشرية لشخصيات إسلامية اشتهرت بأخلاقها وحسن سيرتها. وإذا ما تحقق مثل هذا الهدف فإن الشخصية التي تبني بهذه الطريقة هي شخصية عميقة، تحمل مواصفات راسخة ذات مرجعية تاريخية، تقوم على استحداث أنموذج قيمى يتكرر بتكرار ممارسات القوة التي يقومون بها.

ج. هدف التعايش مع الآخر واحترام حرية الرأي والمعتقد في المجتمعات الإسلامية والعالمية. وقد انفرادت صحيفة عقيدتي بالاهتمام بهذا الجانب أهمية أكثر من غيرها من الصحف عينة الدراسة، حيث حصل على نسبة مئوية بلغت ١٢,٣%، وهي غاية نبيلة دعا إليها الدين الإسلامي في غير موضع، وبسبب المفاهيم المغلوطة ونقص الوعي بأحكام الدين الإسلامي ومفاهيمه عند الكثيرين، وتناسخ بعض الأفكار المبتورة المأخوذة من مصادر غير علمية، فإن تحقيق هذا الهدف يُعد مسألة مهمة تساهم في نشر الأمان الاجتماعى وتآلف فئاته، وبناء علاقاتهم على أساس المواطنة الحققة.

أن التركيز عليه من قبل صحفيتي عقيدتي واللواء الإسلامي كان قليلاً، فقد حاز على نسبتين متقاربتين تراوحتا بين ٤,١- ٤,٩%، ولم يحتل عند كليهما إلا المرتبة الخامسة والسابعة، وبالتالي فإن النفاذ صحيفة صوت الأزهر لهذا الجانب يُعد إضافة نوعية في مجال نشر التعريف بالإسلام، والترويج له من خلال مشروعه الحضاري المتميز. وهو الجانب المغيب عند كثير من المنظرين في الخطاب الدين الإسلامي، حيث يتم تجاهله كمشروع حضاري للبشرية جمعاء، وقد بدأت معالم هذا التوظيف تتضح في الأونة الأخيرة وبالذات بعد الكارثة الاقتصادية التي تعرض لها العالم، حيث بدأ الحديث عن النظام المالي والاقتصادي في الإسلام، وكذلك عن النظام التشريعي في الإسلام، والنظام الاجتماعي في الإسلام.

د. هدف إصلاح المجتمعات من خلال الاهتمام بشؤونها وحل مشاكلها على صعيد الفرد والأسرة والمجتمع. وبلغت نسبته ١١,٦%، وقد تقارب من حيث المرتبة التي تتبناها في صحيفة اللواء الإسلامي وعقيدتي، إلا أنه تبين من حيث النسبة فقد جاءت نسبة النشر لهذا الهدف تساوي النسبتين في صحيفة عقيدتي واللواء الإسلامي والتي بلغت في كليهما ١١,٧%. وهذا الهدف بناء وأساس في لفت الأنظار إلى البناء الاجتماعي، حيث إن صلاح المجتمعات يكون بصلاح مكوناتها سواء أكانوا أفراداً أما جماعات، وأن التجاوب لحاجات المجتمع بسدها وعلاج مشكلاتها سيؤدي بالحصلة إلى تقوية هذه المجتمعات بالإصلاح أو المعالجة أو الحل هي أساليب متعددة للتعاظم مع واقع المجتمعات الإسلامية بشكل عام والمجتمع المصري بصورة خاصة وما تعانيه من تهيش في كثير من الأحيان. وهو تعزيز لدور الإعلام في توحيد الصفوف وإزالة التشوهات من النسيج الاجتماعي المترابط.

٤. الصحف الثلاث مجتمعة عقيدتي، اللواء الإسلامي، صوت الأزهر، وليبيان فيما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية حول هذه الأهداف في الصحف الإسلامية، فقد تم استخدام اختبار مربع كاي، والجدول الآتي يبين ذلك.

جدول (٤) الفروق في أهداف الخطاب الديني الإسلامي تبعاً لمؤشر الصحيفة

أهداف الخطاب الديني الإسلامي	قيمة مربع كاي	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
١. التوعية بأحكام الدين الإسلامي وتنقيف المسلم بالجوانب الحياتية المتعددة.	٤,٠٦٣	٢	٠,١٣١
٢. التربية بالقوة الحسنة والعمل على تحلي المسلم بالأخلاق الفاضلة والصفات الحميدة.	٣,٩٧٦	٢	٠,١٣٧
٣. توثيق الصلة بالله تعالى وتطبيق أوامره والابتعاد عن نواهيه من خلال قرن الإيمان بالعمل.	١٣,٦٤٣	٢	*٠,٠٠١
٤. الدعوة إلى الدين الإسلامي عن طريق الإعلام عن المشروع الحضاري الإسلامي	٧,٠٥٠	٢	*٠,٠٢٩
٥. إصلاح المجتمعات من خلال الاهتمام بشؤونها وحل مشاكلها على صعيد الفرد والأسرة والمجتمع	١,٧٣١	٢	٠,٤٢١
٦. إصلاح الفكر الإسلامي من خلال تجديد الخطاب الديني الإسلامي وتبني منهجية علمية متطورة للتعامل مع النصوص الأصلية.	١,٢٥٩	٢	٠,٥٣٣
٧. التعايش مع الآخر واحترام حرية عقيدتي والمعتقد في المجتمعات الإسلامية والعالمية	٨,٤٦١	٢	*٠,٠١٥
٨. الدفاع عن الإسلام من خلال دفع الشبهات والأباطيل التي يثيرها أعداء الإسلام	١,٢٩٢	٢	٠,٥٢٤

ج. هدف توثيق الصلة بالله تعالى وتطبيق أوامره والابتعاد عن نواهيه من خلال قرن الإيمان بالعمل. حيث حصل على نسبة ٢١%، وذلك لأن المسلم مطالب دائماً بالتزام أوامر الله تعالى، واجتتاب نواهي، وتظهر ثمره الهدف الأول والهدف الثاني بصورة إيجابية أو سلبية في تحقق الهدف الثالث من عدمه.

د. أما الأهداف الخمس الأخرى فقد توزعت على بقية النسبة المؤوية وكانت نسبها متقاربة ومتقاربة في نفس الوقت.

٣. النتائج الخاصة بصحيفة صوت الأزهر: يتبين من الجدول السابق أن الأهداف الرئيسة الأربعة التي حصلت على أعلى نسب نشر في الصحف الدينية فجاءت في صوت الأزهر نسبتها ٧٩% هي:

أ. هدف التوعية بأحكام الدين الإسلامي وتنقيف المسلم بالجوانب الحياتية المتعددة. وبلغت نسبته ٣٠,٢%، وهذه المرتبة التي حصل عليها هذا الهدف في صحيفة صوت الأزهر، هي نفسها المرتبة التي حصل عليها في صحيفة عقيدتي، وكذلك فقد حصل على المرتبة الثانية في صحيفة اللواء الإسلامي. مما يدل على أهميته لدى القائمين على هذا الخطاب في الصحف الثلاث، ولعل الحاجة إلى هذه الأحكام ما يجعله متصديراً لهذه المرتبة، وكذلك حائزاً على الاهتمام، حيث إن الجهل بأحكام الدين الإسلامي قد يؤدي إلى عواقب خطيرة لا تحمد عقباه، وكذلك فإن من أولويات مهام الخطاب الديني الإسلامي أن تحقق مثل هذا الهدف.

ب. هدف التربية بالقوة الحسنة والعمل على تحلي المسلم بالأخلاق الفاضلة والصفات الحميدة. وبلغت نسبته ٢٠,٩%، فقد حصلت على نفس المرتبة في صحيفة عقيدتي، أما هذه الصحيفة فقد أعطته الأولوية المطلقة من بين أهدافها، فجعلته في صدارة الأهداف جميعها، وهي كما تقدم غاية مهمة، فإن فلاح المجتمعات ونجاحها يقوم على أساس التربية، وإن انتقاء نماذج تربوية ملائمة هو من عوامل نجاح العملية التربوية.

ج. هدف الدعوة إلى الدين الإسلامي عن طريق الإعلام عن المشروع الحضاري الإسلامي. وبلغت نسبته ١٦,٣%، وهذا الهدف هدف هام، إلا

وحل مشاكلها على صعيد الفرد والأسرة والمجتمع. ويُعد هذا الهدف من وظائف الإعلام العام فضلاً عن الإعلام الإسلامي، لذا فإن حصوله على نسب متدنية كان أعلاه في صحيفة اللواء الإسلامي بنسبة ٦,٢% وجاءت عقيدتي في المرتبة التي تليها بنسبة ٥,٥% بينما جاءت صحيفة صوت الأزهر منخفضة جداً حيث بلغت ١,٦%، يتطلب من المؤسسات القائمة على الخطاب الديني أن تضعه في مقدمة أولوياتها، لأن الوظيفة الأساسية للإعلام هي إصلاح المجتمعات، فإذا كانت القضايا المثارة، والمضامين الموجهة للمجتمع قاصرة في هذا الاتجاه فإن هناك خللاً لا بد من تلافيه.

أما الهدف الثاني وهو إصلاح الفكر الإسلامي من خلال تجديد الخطاب الديني الإسلامي وتبني منهجية علمية منطوية للتعامل مع النصوص الأصلية. وقد حظي هذا الهدف بنسب مقاربة كان أعلاها في صحيفة عقيدتي حيث بلغت ٩,٦% وتلتها صحيفة صوت الأزهر ٧%، ثم صحيفة اللواء الإسلامي ٤,٩%، وهذه نسب متدنية مقارنة بالأهداف صاحبة المرتبة الأولى والثانية، والسبب في ذلك غياب إستراتيجية واضحة تقوم عليها عملية نشر الخطاب الديني في الصحف الدينية.

والهدف الأخير وهو الدفاع عن الإسلام ودفع الشبهات والأباطيل التي يثيرها أعداء الإسلام. وقد حظي هذا الهدف بنسبة بلغت ٤,١% ونسب توزعت على الصحف كان أعلاها لصحيفة صوت الأزهر فبلغت ٧% بينما انخفضت في اللواء الإسلامي إلى ٣,٦% وفي عقيدتي إلى ٢,٧%.

جدول (٥) يمثل الفئات الفرعية الخاصة بمواضيع العلوم الإسلامية المتخصصة المنشورة في الصحف الدينية الثلاث

النسبة	عدد التكرارات	الفئة الفرعية
٣٢,٩٤%	٢٨	١. إبراز المناسبات الدينية
٣٠,٥٨%	٢٦	٢. الإقتداء بسيرة الرسول وأهل البيت
١٧,٦٤%	١٥	٣. تفسير النصوص القرآنية والأحاديث النبوية
١٢,٩٤%	١١	٤. إبراز سيرة رجال الدين والعلماء الأفاضل
٥,٨٨%	٥	٥. التأكيد على المسائل الشرعية
١٠٠%	٨٥	المجموع

يتضح من الجدول (٥) أعلاه أن الفئات الفرعية للموضوعات الإسلامية المتخصصة المنشورة في صحف الدراسة، فقد جاءت المناسبات الدينية بالمرتبة الأولى وبنسبة ٣٢,٩٤%، ولأنها تعد من الموضوعات الإسلامية المتخصصة خاصة في نشر المناسبات في الصحيفة للتوعية والتذكير، أما سيرة النبي وأهل البيت لم تتناسب الجريدة الاهتمام بنشر سيرة النبي وأهل البيت وتجسيدها في الوقت الحاضر إذ بلغت نسبتها ٣٠,٥٨%، أما تفسيرات النصوص القرآنية والأحاديث النبوية فقد احتلت المرتبة الثالثة وبلغت نسبتها ١٧,٦٤%، وهذا يؤكد اهتمام القائمين على الصحيفة بنشر تفسيرات النصوص القرآنية والأحاديث النبوية في المناسبات الدينية وأظهرت المرتبة الرابعة لإبراز سيرة رجال الدين من العلماء في مجالات تخصصهم في الفكر الإسلامي والسنة النبوية الشريفة وبلغت نسبتهم ١٢,٩٤%، أما المرتبة الأخيرة للموضوعات الإسلامية المتخصصة التي تؤكد نشر المسائل الشرعية وتطبيقها في الحياة اليومية وتذكير المؤمن بذلك وبلغت نسبتها ٥,٨٨%.

جدول (٦) يمثل الفئات الفرعية للموضوعات الثقافية الإسلامية المنشورة في صحف الدراسة

النسبة	عدد التكرارات	الفئة الفرعية للموضوعات الثقافية
٢٨,٩٤%	١١	١. إبراز الموضوعات الأدبية والثقافية
٢٣,٤٨%	٩	٢. التأكيد على التسليمة المسابقات
٢١,١٠%	٨	٣. تشجيع الابتكارات العلمية
١٥,٧٨%	٦	٤. معالجة الموضوعات العامة
١٠,٥٢%	٤	٥. نشر الإصدارات

يتبين من الجدول أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥، في بعض الأهداف دون بعض، وبمراجعة النسب المئوية التي حصل عليها كل هدف من هذه الأهداف يتبين ما يلي:

أ. الأهداف التي حصلت على فروق ذات دلالة إحصائية، وهي كالاتي:

١. تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح صحيفة اللواء الإسلامي عند الهدف: توثيق الصلة بالله تعالى وتطبيق أوامره والابتعاد عن نواهي من خلال قرن الإيمان بالعمل، حيث بلغت نسبته ٢١% مقارنة بصحيفتي عقيدتي وصوت الأزهر اللتين حصلنا على نسب قليلة وعلى التوالي ٢,٣%، ٥,٥%.

٢. تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح صحيفة صوت الأزهر عند الهدف الدعوة إلى الدين الإسلامي عن طريق الإعلام عن المشروع الحضاري الإسلامي، حيث بلغت نسبته ١٦,٣% مقارنة بصحيفتي عقيدتي واللواء الإسلامي اللتين حصلنا على نسب قليلة وعلى التوالي ٤,١%، ٤,٩%.

٣. تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح صحيفة عقيدتي عند الهدف: التعايش مع الآخر واحترام حرية عقيدتي والمعتقد في المجتمعات الإسلامية والعالمية، حيث بلغت نسبته ١٢,٣% مقارنة بصحيفتي اللواء الإسلامي وصوت الأزهر اللتين حصلنا على نسب قليلة وعلى التوالي ١,٢%، ٤,٧%.

إن هذه الأهداف الثلاث التي أولتها كل صحيفة منها اهتماماً خاصاً تشكل في مجملها تكاملاً إيجابياً لو أن اختيارها تم بشكل منظم ووفق خطة منظمة، تكون على شكل اتفاق بين الصحف الثلاث، إلا أن انفراد كل صحيفة بهدف تعطيها ميزة على بقية الأهداف يؤدي إلى حرمان القارئ العادي - وهو المقصود بالخطاب - حرمانه من الإطلاع على مواد تزيد من منسوبه الثقافي، فيما لو عولجت هذه الأهداف مجتمعة في كل صحيفة، وبما أن القارئ في العادة لا يقرأ إلا صحيفة واحدة لذا فإن حرمانه من الإطلاع على هذه الجوانب بنسب مركزة أكثر من التي أظهرتها الإحصاءات السابقة.

ب. الأهداف التي اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عندها بين الصحف الثلاث، وقد حصل كل منها على مرتبتين متتاليتين في الصحف الثلاث، حيث احتل هدف التوعية بأحكام الدين الإسلامي وتثقيف المسلم بالجوانب الحياتية المتعددة المرتبة الأولى على الأهداف السبعة الأخرى في صحيفتي عقيدتي وصوت الأزهر، بينما جاء في صحيفة اللواء الإسلامي في المرتبة الثانية مباشرة.

أما هدف التربية بالقُدوة الحسنة والعمل على تحلي المسلم بالأخلاق الفاضلة والصفات الحميدة. فقد احتل المرتبة الأولى على رأس الأهداف الثمانية جميعها في صحيفة اللواء الإسلامي، وحاز على المرتبة الثانية في كل من صحيفتي عقيدتي وصوت الأزهر. فقد حصل هذه الهدف على نسب مئوية مرتفعة ومقاربة بين الصحف الثلاث. ومما يستنتج من هذا التوافق بين الصحف الثلاث في السعي لتحقيق هذين الهدفين التوعوية بأحكام الدين/ التربية بالقُدوة، وجعلها في المرتبة المتقدمة عن جميع الأهداف الأخرى يدل على أن الصحف الدينية تتحى في توجيهها للخطاب الديني منحى معرفياً دينياً، وتربوياً سلوكياً، وهذه إشارة إيجابية تحسب لهذه الصحف.

ج. الأهداف التي لم تحصل على دلالة إحصائية وكانت نسبها المئوية منخفضة جداً، في الصحف الثلاث؛ وتكررت حول الأهداف الثلاث الآتية:

١. كان الأول هدف إصلاح المجتمعات من خلال الاهتمام بشؤونها

حيث تعرضت حقوق الإنسان إلى الانتهاك والكل يعلم أن الدين الإسلامي هو أول قانون إلهي حظي باحترام تلك الحقوق وكرم الإنسان فضلا عن حقوقه الأخرى السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية.

جدول (٩) يمثل الفئات الفرعية للموضوعات الاقتصادية المنشورة في صفح الدراسة

النسبة	عدد التكرارات	الفئة الفرعية
٤١,٦٦%	٥	١. الدعوة على عدم التجاوز على المال العام
٣٣,٣٣%	٤	٢. إبراز تاريخ الاقتصاد الإسلامي
٢٥%	٣	٣. بيان نشاط البنوك الإسلامية
١٠٠%	١٢	المجموع

يوضح جدول (٩) الفئات الفرعية للموضوعات الاقتصادية المنشورة في صفح الدراسة فقد جاءت فئة حرمة الأموال العامة بالمرتبة الأولى وبنسبة ٤١,٦٦% أظهرت الصحيفة أن التعاليم الإسلامية بصورة خاصة والقوانين الوضعية بصورة عامة حذرت من التجاوز على المال العام بعد أن ظهرت حالات التجاوز على الممتلكات العامة للشعب من أراضي الدولة وبنائها والمال العام للدولة، وحصل التاريخ الاقتصادي الإسلامي على المرتبة الثانية بنسبة ٣٣,٣٣% أي تأكيد أن الإسلام أكد الاقتصاد وعده الأداة في تقدم المجتمع وتنميته، أما المرتبة الثالثة فقد حصلت على نسبة ٢٥% إذ أكدت فيها دور البنوك المصرفية الإسلامية في تنمية اقتصاد الفرد والمجتمع ودوره في الارتقاء بالمستوى المعاشي الذي يليق به من خلال تشغيل تلك الأموال في البنوك واستثمارها من قبل المجتمع.

جدول (١٠) تمثل الفئات الفرعية للموضوعات الرياضية المنشورة في صفح الدراسة

النسبة	عدد التكرارات	الفئة الفرعية
٥٠%	٣	١. إبراز القيم الأخلاقية لممارسة الرياضة في شهر رمضان
٣٣%	٢	٢. تأكيد على رعاية المؤسسات الدينية للرياضيين
١٧%	١	٣. بيان دور الرياضة والتدريب في الإسلام
١٠٠%	٦	المجموع

يوضح جدول (١٠) الفئات الفرعية للموضوعات الرياضية المنشورة ضمن الموضوعات الإسلامية في صفح الدراسة فقد احتلت فئة الرياضة في شهر رمضان في المرتبة الأولى وبنسبة ٥٠% أي ضرورة ممارسة الرياضة لإبعاد الإنسان عن الأمراض وتقوية الأجسام فضلا عن التسليّة وإبعاده من المغريات الأخرى هذا من وجهة النظر الإسلامية أما المرتبة الثانية هي رعاية المؤسسات الدينية للرياضيين من قبل المكاتب الإسلامية وقد حصل على نسبة ٣٣% من خلال دعمهم من الناحية المادية والمعنوية لغرض إدامة واستمرار تلك الممارسات وخاصة خلال شهر رمضان من خلال رعاية وتنظيم المسابقات الرياضية بكل أنواعها، أما المرتبة الثالثة فقد حصلت على نسبة ١٧% من خلال تأكيد دور الرياضة والتدريب في إكمال بنية الإنسان ومن خلال التعايش والوحدة بين أبناء المجتمع الواحد.

جدول (١١) يمثل الفئات الفرعية للموضوعات الصحية المنشورة في صفح الدراسة

النسبة	عدد التكرارات	الفئة الفرعية
٥٠%	٢	١. التوعية الصحية في المناسبات الدينية
٢٥%	١	٢. إبراز دور الطب الإسلامي
٢٥%	١	٣. الدعوة إلى التنظيم الغذائي لجسم الإنسان
١٠٠%	٤	المجموع

يتضح في الجدول (١١) أن فئة التوعية الصحية في المناسبات الدينية بصورة خاصة وبقية الأيام بصورة عامة أخذت المرتبة الأولى وبنسبة ٥٠% من خلال الإرشادات والتوجيهات سواء في شهر رمضان أو المناسبات الدينية من خلال الالتزام بالتعليمات الصحية، على المؤسسات الدينية فضلاً عن النصائح التي تقدم إلى ربوات البيوت باستخدام الطرق الصحية في استخدام الطبخ وغسل الأواني، أما الفئة الثانية فقد برزت فيها دور الطب في الإسلام من خلال الطب النبوي الشريف أو الآيات القرآنية والأدعية وقد حصلت على نسبة ٢٥%، أما المرتبة الثالثة وهي الدعوة إلى التنظيم الغذائي الخاص في بناء جسم الإنسان من خلال عدم الإفراط بالأكل لكي لا يتعرض الإنسان إلى مضاعفات تؤدي إلى عدم القيام

النسبة	عدد التكرارات	المجموع
١٠٠%	٣٨	

يتضح من الجدول (٦) الفئات الفرعية للموضوعات الثقافية الإسلامية فقد جاءت الأولى الموضوعات الأدبية والثقافية وبنسبة ٢٨,٩٤%، إذ تم نشر الموضوعات الأدبية والثقافية الإسلامية من شعر وقصص ونقد وأدب إسلامي يبرز الحماس والحنن لدى المؤمن وهو متأثر بالقصص والأحاديث النبوية وأكدت الموضوعات الإسلامية على التسليّة وخاصة المسابقات الإسلامية في شهر رمضان من خلال تجسيد تلك المناسبة بالموضوعات الإسلامية وبلغت نسبتها ٢٣,٤٨%، أما المرتبة الثالثة اتسمت بتشجيع الابتكارات العلمية الإسلامية من خلال ماهو مفيد للبشرية وبلغت نسبته ٢١,١٠%، أما المرتبة الرابعة فكانت لمعالجة الموضوعات العامة الثقافية من إرشادات وتوجيهات إسلامية بلغت نسبتها ١٥,٧٨%، أما المرتبة الخامسة فخصصت لنشر الإصدارات الإسلامية من كتب ونشرات ثقافية بكل اللغات سواء بالداخل أو في الخارج وبلغت نسبتها ١٠,٥٢%.

جدول (٧) يمثل الفئات الفرعية للموضوعات الاجتماعية المنشورة في صفح الدراسة

النسبة	عدد التكرارات	الفئة الفرعية
٢٩,٦٢%	٨	١. ترسيخ القيم والمبادئ الإسلامية العامة
٢٥,٩٢%	٧	٢. توضيح موضوعات المرأة والطفل
٢٥,٩٢%	٧	٣. التأكيد على التربية الأسرية الإسلامية
١٨,٥١%	٥	٤. التأكيد على التعايش السلمي مع الأديان الأخرى ونبذ الطائفية
١٠٠%	٢٧	المجموع

يوضح جدول (٧) الفئات الفرعية للموضوعات الاجتماعية المنشورة في صفح الدراسة، فقد حصلت فئة ترسيخ القيم والمبادئ الإسلامية العامة بالمرتبة الأولى وبنسبة ٢٩,٦٢%، لأنها تستمد هذه القيم من المبادئ الإسلامية أي القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة والأئمة الأطهار والعلماء الصالحين، وحصلت فئة موضوعات المرأة والطفل على نسبة ٢٥,٩٢% ركزت حول مكانة المرأة في المجتمع الإسلامي ودورها في تنشئة الطفل وتربيته ورعايته السليمة النابعة من التعاليم الإسلامية، أما المرتبة الثالثة فقد حصلت على نسبة ٢٥,٩٢% أي ركزت على العلاقة الأسرية والتي أوصى بها الإسلام من احترام الوالدين والأخوة والجيران والروابط العامة في المجتمع الإسلامي والتعامل وفق ما جاءت به التعاليم الإسلامية أما الفئة الرابعة فكانت للتعايش السلمي بين الأديان الأخرى إذ حصلت على نسبة ١٨,٥١% أي ركزت على أن الدين الإسلامي دين التسامح إذ أصبح المسلمون وبقية الأديان المتعايشة معه متساوين في الحقوق والواجبات لأنهم مواطنون عاشوا على هذه الأرض منذ أمد طويل.

جدول (٨) يمثل الفئات الفرعية للموضوعات السياسية المنشورة في صفح الدراسة

النسبة	عدد التكرارات	الفئة الفرعية
٣٦%	٩	١. الدعوة لإحلال السلام والتخفيف بالحرب والإرهاب
٢٤%	٦	٢. التأكيد على دعم الوحدة الوطنية ونبذ العنف
٢٤%	٦	٣. الدعوة على المشاركة في الانتخابات
١٦%	٤	٤. الدعوة إلى حماية حقوق الإنسان
١٠٠%	٢٥	المجموع

يوضح جدول (٨) الفئات الفرعية للموضوعات السياسية المنشورة ضمن الموضوعات الإسلامية السياسية. فقد جاء بالمرتبة الأولى فئة إحلال السلام والتخفيف بالحرب والإرهاب وبنسبة ٣٦% أي أن التعاليم الإسلامية حذرت من إراقة الدماء بدون جرم أو ارتكب كما جاء في القرآن والسنة النبوية الشريفة وهذا ما وجه به علماءنا ومفكرينا في الوقت الحاضر، أما المرتبة الثانية الموضوعات السياسية هي تأكيد على دعم الوحدة الوطنية وجاءت بنسبة ٢٤% أي التحلي بحب الوطن والشعب والتعلق بالمبادئ الإسلامية من أجل وحدة المسلمين في مشارق الأرض ومغاربها وكيف ونحن نعيش في بلد واحد لنا لغة واحدة فلم للفرقة والطائفية، أما المرتبة الثالثة فقد جاءت للدعوة للمشاركة بالانتخابات العامة وحصلت على نسبة ٢٤% أيضا لكي لا نفترق وباسم الإسلام ندعو للمشاركة في الانتخابات تعزيزا لوحدتنا الوطنية ولديننا الإسلامي الحنيف، أما الفئة الرابعة فهي الدعوة لحماية حقوق الإنسان وقد حصلت على نسبة ١٦%

بشكل معين في أسلوب العرض، مما يعطى انطباعاً يوحي بعدم الرغبة في التجديد المستمر.

٢. على الرغم من تعدد القضايا المطروحة في الصحف الدينية، إلا أن معالجتها لم تف بالغرض بسبب التركيز على جوانب دون الأخرى.
٣. تركيز الصحف الثلاث عقيدتي، اللواء الإسلامي، صوت الأزهر على أهداف معينة ومعدودة دون الأخرى.
٤. انفردت كل صحيفة بهدف أولته جزءاً كبيراً من اهتمامها، في حين أهملت أهدافاً أخرى أو همشتها من خلال منحه نسبة متدنية من جهة النشر.
٥. قلة الموضوعات أو القضايا المتعلقة بإصلاح المجتمع ومعالجة مشكلاته.
٦. وجود عدم توازن بين أهداف الخطاب الديني الإسلامي التي تنشرها الصحف الدينية الثلاث على مستوى كل صحيفة والصحف مجتمعة.

التوصيات:

توصى الدراسة بالآتي:

١. ببذل مزيد من الجهود الصحفية لجذب اهتمام القراء من خلال التركيز على الموضوعات التي تحقق غايات ومقاصد الخطاب الديني الإسلامي، والتي تساهم في توير وتنقيف الجمهور بمختلف قضايا الدين الإسلامي.
٢. الاهتمام بقضايا التنقيف الفقهية عن طريق نشر الفتاوى والاجتهادات الصادرة عن دور الفتيا المعتمدة محلياً وإسلامياً، بغية رفع الوعي الجماهيري بأحكام الشريعة حول القضايا المستجدة، ولربط الجمهور بالمؤسسات الدينية القادرة على القيام بهذا العمل، بدلاً من تركه عرضة لموجة الإفتاءات الفردية التي تنبني عادة على رؤية ضيقة أو توصيف فردي.
٣. بمزيد من التعاون وتوثيق الصلة ما بين إدارة تحرير الصحف الدينية المسؤولة عن الخطاب الديني الإسلامي، وبين الجهات المسؤولة في وزارة الأوقاف ودار الإفتاء والأزهر الشريف، ضماناً للتواصل وتمكيناً لهم من الإطلاع على ما يستجد من أحكام وفتاوى شرعية في حينها، تسهيلاً لنشرها في موعدها، وتمكيناً لفئات الجمهور المهتمة والمعنية به من التنوير والاستفادة.
٤. وجوب عقد اجتماعات دورية لمحرري الصحف الدينية للتشاور حول طبيعة القضايا المنشورة، ونوعية الأهداف المرجو تحقيقها، وذلك منعاً للتناقض في طريقة المعالجة، وزيادة في حشد الجهود من أجل إنجاح البرامج التوعوية من خلال تعاضد المواد المنشورة بعضها مع بعض.
٥. تبني حملة إعلامية إسلامية من خلال وسائل الإعلام تكون غايتها وهدفها توصيف المشكلات التي نعانيها، وتقديم الحلول المناسبة بغية إصلاح المجتمعات.

المصادر والمراجع:

١. القرآن الكريم.
٢. كتب التفاسير.
٣. كتب الحديث.
٤. صحف (عقيدتي- اللواء الإسلامي- صوت الأزهر) الصادرة عام ٢٠١٥.
٥. محمد الجريبي: الخطاب الديني في الفضائيات العربية: دراسة في سوسيولوجيا التأثير على الشباب المصري. (٢٠٠٩)
٦. محمد عبدالديع السيد، اتجاهات القائمين بالاتصال في البرامج الدينية نحو تجديد الخطاب الديني: دراسة ميدانية على عينة من القنوات والمحطات المصرية، المجلة المصرية للإعلام، جامعة القاهرة، الربع الثاني، (٢٠٠٨).
٧. أحمد بن علي العمير، الصفحات الثقافية في الصحافة السعودية اليومية، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، ١٤٢٧هـ- ١٤٢٨هـ.
٨. صالح العراقي (٢٠٠٦): أساليب تطوير الخطاب الديني عبر الفضائيات العربية: دراسة ميدانية. <http://www.egyptradio.tv/blank3.html>
٩. علاء الشامي، دور الخطاب الديني في وسائل الاتصال في تشكيل اتجاهات

بأعماله اليومية وكسب معيشته ومعيشة عائلته وحصلت هذه الفئة نسبة ٢٥%.

جدول (١٢) يمثل أساليب الخطاب الإعلامي الإسلامي الموجه إلى الجمهور

نوع الخطاب الإسلامي	عدد التكرارات	النسبة
١. توجيهي	٦٦	٣٣,٥٠%
٢. إرشادي	٥٤	٢٧,٤١%
٣. تربوي	٣٠	١٥,٢٢%
٤. تعليمي	٣١	١٥,٢٣%
٥. تنكري	١٦	٨,١٢%
المجموع	١٩٧	١٠٠%

يوضح الجدول (١٢) أسلوب الخطاب الإسلامي المستخدم في كتابة القضايا الإسلامية المنشورة في الصحف الدينية الثلاث. فقد جاءت أساليب التوجيه في المرتبة الأولى وبنسبة ٣٣,٥٠% ثم جاء الأسلوب الإرشادي في المرتبة الثانية وبنسبة ٢٧,٤١% أما الأساليب ذات الشأن التربوي فقد جاءت بالمرتبة الثالثة وبنسبة ١٥,٢٢% أما الأساليب التعليمية فقد جاءت بالمرتبة الرابعة وبنسبة ١٥,٢٣% وجاءت بالمرتبة الخامسة الأساليب التنكيرية وبنسبة ٨,١٢%. تبين من ذلك أن أنواع الخطاب توزع على كافة الأساليب المنشورة ضمن ٣٦ عدداً من الصحف الدينية الثلاث.

جدول (١٣) نوع الفن الصحفي المستخدم في كتابة القضايا الإسلامية المنشورة في الصحف الثلاث

نوع الفن الصحفي	عدد التكرارات	النسبة
١. المقال الصحفي	٧٠	٣٥,٥٣%
٢. العمود الصحفي	٥٢	٢٦,٣٩%
٣. التقارير	٣١	١٥,٣٦%
٤. التحقيقات	٢٤	١٢,١٨%
٥. البحوث والدراسات	٥	٢,٥٣%
٦. الأخبار	١٠	٥,٠٧%
٧. المقابلة	٥	٢,٥٣%
المجموع	١٩٧	١٠٠%

يتضح من جدول (١٣) بأنه يوضح شكل الموضوعات الإسلامية وحسب الفن الصحفي المستخدم فقد جاء المقال الصحفي بالمرتبة الأولى وبنسبة ٣٥,٥٣% وجاء في المرتبة الثانية العمود الصحفي بنسبة ٢٦,٣٩% أما المرتبة الثالثة كانت للتقارير وبنسبة ١٥,٣٦% أما المواضيع الإسلامية على شكل تحقيقات فقد احتلت المرتبة الرابعة وبنسبة ١٢,١٨%. أما البحوث والدراسات فقد احتلت المرتبة الخامسة وبنسبة ٢,٥٣% أما المرتبة السادسة فقد كانت للخبر الصحفي وكانت نسبة ٥,٠٧%. كما احتلت المقابلة المرتبة السابعة وبنسبة ٢,٥٣% هذا وقد بلغ عدد تكرارات القوالب الصحفية المنشورة في صحف الدراسة ١٩٧ تكراراً تمثل ٣٦ عدداً من أعداد الصحف الثلاث.

ويرى الباحث، أن ارتفاع النسبة المئوية للمقالات الصحفية قد ترجع إلى اهتمام الصحفيين بالمقالات للمناسبات الدينية كشهر ربيع الأول ورجب وشعبان ورمضان وشوال وذى الحجة والمحرم وحصول العمود الصحفي وهو نوع من المقال على المرتبة الثانية قد يسر مدى مساهمة رجال الدين بكثافة في زيادة الوعي الديني وعد النشر الصحفي جزءاً من واجبهم الإرشادي والتوجيهي.

النتائج:

بعدما قام الباحث بإجراء التحليلات الإحصائية على البيانات التي تم الحصول عليها من تحليل المضمون وفق أداة الدراسة، وقيامه بالتعليق على النتائج الدالة إحصائياً وغير الدالة في موضعها، كان لا بد أن يضع في نهاية هذا البحث جملة من النتائج النهائية التي توصل إليها في هذه الدراسة، ثم يتبعها بجملة من التوصيات التي يراها ضرورية، وعلى النحو الآتي:

١. وجود تباين واضح في نسب القضايا المنشورة، مما يعطى انطباعاً عن عدم وجود إستراتيجية منظمة لعملية النشر الصحفي لقضايا الخطاب الديني الإسلامي، والتي تحدد وفق آلية معينة طبيعة للقضايا والمضامين الواجب نشرها. لذلك نجد أن الصحف محل الدراسة تأخذ طابعاً رتيباً في بعض الأحيان، ناتج عن الالتزام

- ٢٠٠١.
٢٣. محمد أحمد بونس، الخطاب الديني في الصحف المصرية، خلال الفترة ما بين ١٨٨٣-١٩١٤، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (٢٠٠٠)
٢٤. سها فاضل، العوامل المؤثرة في تشكيل الخطاب الصحفي المتعلق بقضية الخصخصة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد التاسع، أكتوبر- ديسمبر ٢٠٠٠.
25. Don Shimmer (2000) *الإعلام الدبلوماسي ومباحثات السلام بالشرق الأوسط: Don Shimmer, Media Diplomacy and peace talk the middle east and north Ireland, Gazette, No 2, (2000)*
٢٦. محمد منصور هببة، القضايا الإسلامية في الصحافة المصرية، دراسة تحليلية للصحف المصرية ١٩٥٢-١٩٨١، رسالة دكتوراه، قسم الصحافة، كلية الإعلام- جامعة القاهرة، ١٩٩٦.
٢٧. حسن عماد مكاي، (١٩٩٢). استخدامات التلفزيون وإشباعا ته: دراسة مسحية مقارنة لعينة من طلاب الجامعة. بحوث الاتصال. كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٨.
٢٨. إبراهيم إسماعيل، الإعلام الإسلامي ووسائل الاتصال الحديثة مكة المكرمة: مطابع رابطة العام الإسلامي، (١٤١٤هـ).
٢٩. إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، تحقيق مجمع اللغة العربية، ج.م. المتحدة، مطبعة مصر، القاهرة، ١٩٦١. ج ٢/ ٦٢٠.
٣٠. الفيروز أبادي، القاموس المحيط، باب الراء، فصل الفاء، مادة فكر.
٣١. بسبوني حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، (١٩٩٦).
٣٢. جمال محمد ابوشنب، نظريات الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، مصر، (٢٠٠٥).
٣٣. رشدي طعيمه، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي، القاهرة. ص ٢٤. وانظر: سمير حسين، تحليل المضمون، عالم الكتب، القاهرة، (١٩٨٣).
٣٤. حسن عماد وليلى حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، (١٩٩٨).
٣٥. سامي خشبه، مصطلحات فكرية، القاهرة: المكتبة الأكاديمية، (١٩٩٤)
٣٦. صلاح فضل، بلاغة الخطاب وعلم النص، القاهرة: دار الفكر العربي، (١٩٩٦).
٣٧. عبدالعظيم الطمعي، نظرات في المنهج الدعوة أو حركة الإعلام الإسلامي القاهرة: بدون ناشر، (١٩٨٨).
٣٨. عبداللطيف حمزة: الإعلام في صدر الإسلام، ط١، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٧٨.
٣٩. مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز
٤٠. محمد الوفائي، مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، (١٩٨٩).
٤١. محمد كمال الدين إمام، النظرية الإسلامية للإعلام، محاولة منهجية، ط١ الكويت: دار البحوث العلمية، (١٩٨١)
٤٢. محمد عبدالحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، (٢٠١٠).
٤٣. محمد منير حجاب: الإعلام الإسلامي، القاهرة، دار الفجر للنشر والطباعة، (٢٠٠٢).
٤٤. محي الدين عبدالحليم: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العلمية، ط٢، القاهرة، مطبعة السرين، (١٩٨٤).
45. Baran, Etanley, J of Davis Dennisk, *Mass communication thesries*, 3rd edit, U. S. A: Wads worth pubising compamany, 1995
- الشباب المصري نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (٢٠٠٦).
١٠. محمد أحمد هاشم إمام الشريف، البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية، دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة والإعلام، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، (٢٠٠٦).
١١. إبراهيم البيومي غانم، تجديد الخطاب الديني في مصر: تحليل آراء عينة من الجمهور العام، ورقة بحثية في الحلقة المحدودة لمناقشة أعمال المشروع البحثي تجديد الخطاب الديني في مصر جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، مركز البحوث والدراسات السياسية، ١٥-١٦ يونيو ٢٠٠٥.
١٢. أحمد زايد، خريطة الخطاب الديني في مصر، ورقة بحثية في الحلقة المحدودة لمناقشة أعمال المشروع البحثي تجديد الخطاب الديني في مصر جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، مركز البحوث والدراسات السياسية، ١٥-١٦ يونيو ٢٠٠٥.
١٣. رباب رأفت الجمال، دور الخطاب الديني بالصحف المصرية في تلبية احتياجات الجمهور، دراسة في إطار نظرية التماس المعلومات، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، مستقبل وسائل الإعلام العربية، الجزء الرابع، من ٣-٥ مايو ٢٠٠٥.
١٤. إلهام أحمد العيناوي، تطور الخطاب الصحفي إزاء الصراع العربي الإسرائيلي منذ عام ١٩٧٧-١٩٩٣، دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال في مصر وسوريا وفلسطين، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (٢٠٠٤).
١٥. إيمان نعمان جمعة، أثر الخطاب الصحفي الأمريكي على تناول الصحافة المصرية لقضايا الهوية الثقافية، دراسة تطبيقية على مشروع الشرق الأوسط الكبير، المؤتمر العلمي السنوي العاشر: الإعلام والمعاصر والهوية العربية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ج١، ٤-٦ مايو ٢٠٠٤.
١٦. كارمن إرجافك، *ما بعد الإعلان والصحافة* Karmen Erjavec, Beyond Advertising and Journalism: Hybrid Promotional News Discourse, Discourse & Society
١٧. هشام عطية عبدالمقصود، سمات وعناصر صور الذات في الصحافة العربية- دراسة تحليلية لخطاب جريدة الحياة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المؤتمر العلمي السنوي العاشر: الإعلام والمعاصر والهوية العربية، الجزء الثالث، (٢٠٠٤).
١٨. ميرفت محمد كامل الطرابيشي، مها محمد كامل الطرابيشي، معالجة الخطاب الديني لقضية الإرهاب الدولي بالصحف المصرية العامة والدينية في ظل المتغيرات الدولية، دراسة تحليلية مقارنة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد العشرون، يوليو- سبتمبر ٢٠٠٣.
١٩. إيناس ابويوسف، الخطاب الصحفي العربي بين الذات والأخر، دراسة تحليلية تطبيقية على الأزمة العراقية الأمريكية فبراير ١٩٩٨ في القادسية العراقية النيويورك تايمز الأمريكية والأهرام المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد السادس عشر، يوليو- سبتمبر ٢٠٠٢.
٢٠. جابر محمد عبدالموجود، اتجاهات النخبة حول تجديد الخطاب الديني، جامعة الأزهر، مجلة البحوث الإعلامية، العدد الثامن عشر، أكتوبر ٢٠٠٢.
٢١. إسلام أحمد عبده، الخطاب الصحفي الانتخابي لأحزاب المعارضة دراسة تحليلية- بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب لعام ٢٠٠٠، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الرابع أكتوبر- ديسمبر ٢٠٠١.
٢٢. طارق محمد الصعيدي، دور الصفحات الدينية بالصحف القومية في التقويم الديني للمراهقين: دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، القاهرة،

46. Mccombs. M. E& D. L. Shaw, Explorers and sveyors: Expanding strategies for Agenda- setting research, **Journal of communication**, vol 50, No 2, spring, 2000.
47. Show L. Donald& Martin E. shanon, The function of Mass Media Agenda. **Stetting Journalism Quarterly**, vol 69, No4, winter, 1992.
٤٨. إبراهيم صالح الحسيني ضرورة التجديد الحدود والضوابط جمهورية مصر العربية: وزارة الأوقاف، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية، المؤتمر العلمي الثالث عشر، التجديد في الفكر الإسلامي، مايو ٢٠٠١.
٤٩. ابوعبدالله غلام الله، دور العقل في الخطاب الديني، جمهورية مصر العربية: وزارة الأوقاف، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية، المؤتمر العلمي الثالث عشر، التجديد في الفكر الإسلامي، مايو ٢٠٠١.
٥٠. احمد عبدالرحيم السايح، الخطاب الديني والواقع المعاصر، سلسلة قضايا إسلامية، القاهرة، وزارة الأوقاف، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية، العدد ١٢٨، ٢٠٠٥.
٥١. على عجوة، الإعلام الإسلامي في القرن الحادي والعشرين، ندوة الإعلام الإسلامي بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل، مؤسسة اقرأ، القاهرة، مايو، ١٩٩٢.
٥٢. مانع بن حماد الجهني، التجديد في طريقة عرض الإسلام في الغرب، جمهورية مصر العربية: وزارة الأوقاف، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية، المؤتمر العلمي الثالث عشر، التجديد في الفكر الإسلامي، مايو ٢٠٠١.
٥٣. محمد رمضان لاوند، مقدمة في الإعلام، ندوة الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية، الندوة العالمية للشباب الإسلامي السعودية: الرياض، أكتوبر ١٩٧٦.
٥٤. محمود حمدي زقزوق، الفكر الديني وقضايا الأمة الإسلامية جمهورية مصر العربية: وزارة الأوقاف.
٥٥. محمد على الجوزو، التجديد بين الدعوة والإعلام، جمهورية مصر العربية: وزارة الأوقاف، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية، المؤتمر العلمي الثالث عشر، التجديد في الفكر الإسلامي، مايو ٢٠٠١.
٥٦. أسماء السادة المحكمين مرتبة أجديا هم:
- أ.د. أحمد تاج، أستاذ المكتبات وتكنولوجيا التعليم، كلية الآداب، جامعة المنوفية.
- أ.د. جمال عبدالحى النجار، أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام، جامعة النهضة.
- أ.د. صالح عراقى، أستاذ ورئيس قسم الإعلام التربوى- كلية التربية النوعية- جامعة الزقازيق.
- د.عبدالهادهى النجار، أستاذ الصحافة المساعد- كلية الآداب- جامعة المنصورة.
- أ.د.محمد عبدالمطلب أستاذ علم النفس المساعد ومدير مركز الجودة بكلية التربية النوعية جامعة طنطا.
- أ.د.محمد على غريب، أستاذ الإعلام المساعد- كلية الآداب- جامعة الزقازيق.
- د.محمود عطية، نائب رئيس تحرير جريدة أخبار اليوم لشؤون البحوث.