

مجلة



البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

داخل العدد

- عادات وأنماط قراءة الصحف المصرية اليومية
لدى عضوات هيئة التدريس بجامعة الأزهر.
- اتجاهات النخبة حول تجديد الخطاب الديني.
- تغطية التقارير الإخبارية التليفزيونية لأحداث
الإرهاب.
- صورة الطفلة في مجلات الأطفال.
- تطوير التعليم في الصحافة المصرية، دراسة
تحليلية علي صحيفتي الأهرام والوفد..
- الملاحق الأسبوعية في الصحافة المصرية، دراسة
للمضمون والقائم بالاتصال..
- مدى مراعاة الضوابط الأخلاقية في الأغنية
العربية المصورة.
- دور الإعلام في تكوين تصورات النخبة حول
مفهوم الإرهاب.

العدد

الثامن عشر

أكتوبر ٢٠٠٢م

دار البيان



للطباعة
والنشر
والتوزيع

٧،٤ عمارات الجبل الأخضر

أمام نادي السكة الحديد

مدينة نصر

تليفاكس: ٤٨٢٢٤٨٧

ت : ٤٨٣٤٣٢٧

رقم الإيداع :

٦٥٥٥

العدد الثامن عشر

م ٢٠٠٢

مجلة



البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة

الأستاذ الدكتور: أحمد عمر هاشم

رئيس التحرير

أ.د. محيى الدين عبد الحليم

مدير التحرير

أ.د. شعبان أبو اليزيد شمس

رئيس قسم الصحافة والإعلام

سكرتير التحرير

د. أحمد منصور هيبية

توجه باسم الدكتور/ مدير التحرير على العنوان التالي

جامعة الأزهر - كلية اللغة العربية بالقاهرة قسم الصحافة والإعلام

تليفون: ٥١٠١٤٦٦

المراسلات

هيئة تحكيم المجلة

أ.د. جيهان رشدي

أ.د. فاروق أبووزيد

أ.د. علي جودة

أ.د. محيي الدين عبد الحليم

أ.د. ماجي الحانوي

أ.د. عادل رضيا

أ.د. حمادي حسن محمود

أ.د. أشرف صالح

أ.د. محمود يوسف مصطفى

أ.د. شعبان أبو الوالي زيد شمس

جميع الآراء الواردة في هذه المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة.

العدد الثامن عشر

أكتوبر ٢٠٠٢م

اتجاهات النخبة

حول تجديد الخطاب الديني

د. جابر محمد عبد الموجود

اتجاهات النخبة حول تجديد الخطاب الديني

أولاً: الإطار النظري والمنهجي للدراسة

مقدمة البحث وأهميته

لا جدال في أن المرحلة التاريخية الراهنة قد حفلت بمتغيرات متعددة الأشكال والألوان مست جوانب الحياة العلمية والثقافية والفكرية والدينية وكان لها تأثيرها الملحوظ في كثير من مضامين الأعمال الإنسانية في شتى بقاع العالم بحيث لم يعد في مقدور مجتمع من المجتمعات أن يعيش بعيداً عنها أو ينعزل في دائرة محدودة من فكره وعاداته وتقاليده التي توارثها عبر الأجيال.

وتجديد الخطاب الديني قضية قديمة تختفي وتبرز حسب المناسبات ثم عادت للظهور بقوة وإلحاح في تسعينيات القرن العشرين الذي ولى عقب انهيار الاتحاد السوفيتي وكتلته بدعوى أنه لم يعد هناك من خصم للقوى الغربية بزعامة الولايات المتحدة الأمريكية سوى الإسلام بحضارته ودولته وأمتة وفتن الأمة نسبياً فيما بعد من جانب الأمة الإسلامية بينما استمر الآخرون في مخططهم حتى كانت أحداث سبتمبر الفرصة الذهبية التي تم استثمارها في توجيه ضربات متلاحقة لتركيبة الأمة الإسلامية التي تضم الأمة العربية وعدداً من شعوب متفرقة في دول القارات الخمس ليصفو الجو للغرب وللولايات المتحدة الأمريكية.

وترجع أهمية تناول موضوع النخبة وتجديد الخطاب الديني إلى عدة

اعتبارات من أهمها: (١)

- ١- أن الخطاب يعد وسيلة التواصل مع البشر أفراداً وجماعات ولمختلف الأغراض - فكلما كان الخطاب واضح العبارات والألفاظ أدرك الجمهور هدفه ومحتواه وكان أوضح دلالة على ما تضمن من أحكام وإشارات.
- ٢- أن الخطاب يعد العامل الخارجي والأهم في تشكيل الصورة الذهنية التي تتصل اتصالاً وثيقاً بالاتجاهات والمواقف والاستجابات العملية التي يتعامل بها الفرد أو الجماعة مع الموضوعات والقضايا والآخرين في الحياة.
- ٣- أن الخطاب الديني في الدول العربية والإسلامية يعتبر المكون الأساسي للعقل العربي المسلم كما أنه يشكل المصدر الأساسي لوعي الآخر بالمسلمين

والعرب ومن هنا يبدو واضحاً ومفهوماً أنه مهما يكن بالإسلام من حال العمق أو الضحالة والسلامة أو التشوه والصحة أو الزيف إنما يعكس أساساً حال الخطاب الديني.

٤- الاعتقاد السائد لدى النخبة بأن إشكالية العرب والمسلمين هي لدرجة كبيرة إشكالية خطابية فالخلل في فهم المسلمين للخطاب يعد من أهم عوامل تعثرهم كما يصح القول بأن كثرة اختلافات العرب والمسلمين التي أذهبت ريحهم وثيقة الصلة بالخطاب وأن غالبية مظاهر الخلل الحضاري مثل ضعف الحصانة الذاتية والثقافية والصورة الذاتية المشوهة للإسلام والمسلمين وضعفهم أمام الدعاية الصهيونية يمكن أن يعود ذلك في بعض جنوره على الأقل إلى الخلل القائم في الخطاب الإعلامي السائد.

٥- السيطرة الغربية على وسائل الإعلام من أجل الإساءة للإسلام وإثارة فزع الغربيين منه وإظهار العرب في صورة المتناقضين مع الغرب ووضعهم موضع العدو بعد زوال الخطر الشيوعي الأمر الذي يتطلب خطاباً دينياً يعي هذه المستجدات ويناقشها من خلال منهجية علمية.

٦- ضعف تفاعل الخطاب الديني الحالي مع واقع المجتمع كالأوضاع الثقافية بكل مشتملاتها والأوضاع التربوية والاقتصادية والتشريعية والقانونية والسياسية وعدم قدرة هذا الخطاب على تطوير الواقع الأمر الذي سبب تشويهاً غير متعمد من جانب الخطاب الديني للصورة الذهنية للإسلام كدين ودولة وللمسلمين كأفراد يؤمنون بهذا الدين الحنيف.

٧- أنه على الرغم من تعدد القنوات الفضائية والجراند والمجلات ذات الطبعات الدولية وامتلاك المؤسسات العربية لمواقع متعددة على شبكة الإنترنت إلا أن الخطاب الديني ما زال بعيداً عن سياسة هذه المؤسسات وتعمل على عزله عن بقية الخطابات الأخرى بالمقارنة بالخطاب الفني والرياضي والسياسي "مثلاً".

٨- أن الخطاب الديني بحاجة إلى المراجعة والمتابعة والتطوير بصفة مستمرة لأن العالم يتغير بمتواليات أكبر من الهندسية ويحقق في اليوم ما لم يمكن تحقيقه في عقود فكيف يمكن أن نلاحق هذه المتغيرات؟ وهل يجوز أن نتغير

الدنيا من حولنا وتتغير حاجاتها ومشكلاتها ونحاول أن نعالجها بنفس الوسائل ونفس الطرح ونفس المنطق أو التصور أو الخطاب؟

٩- أن قضية تجديد الخطاب الديني تعد إحدى القضايا المهمة التي شغلت عقل النخبة من الساسة والعلماء والمفكرين المسلمين الذين أدركوا عدم مسايرتهم للعصر وأنهم في وادٍ والعالم الآخر في وادٍ رغم كثرة عددهم ورغم تملكهم للكثير من أسباب التقدم الحضاري ويأتي على رأسها العلم الديني ومرجعياته المحفوظة الباقية وهي القرآن الكريم والسنة النبوية ثم مصادر الطاقة والمياه والمواد الأولية وكذا الثروة البشرية.

١٠- أهمية التعرف على رأي النخبة في تجديد الخطاب الديني وذلك باعتبار ما يقومون به من دور قيادي يحتل موقع المسؤولية في المجتمع، وهي من أكثر فئات المجتمع تأثيراً في الحياة العامة وقدرة على اتخاذ القرارات في القضايا التي تتعلق بالأمة وبالذات في قضية كقضية تجديد الخطاب الديني.

الدراسات السابقة:

أولاً: دراسات سابقة حول النخبة وتحليل الصورة:

١- أجرى عادل عبد الرازق ضيف (٢٠٠٢) دراسة بعنوان رأي النخبة حول دور الإعلام في تحسين صورة العرب والمسلمين في الخارج^(٣) توصل فيها إلى أن غالبية أفراد النخبة يدركون أن صورة العرب والمسلمين في الغرب صورة مشوهة وأن اليهود ووسائل الإعلام الغربية يلعبون أهم الأدوار في تشويه هذه الصورة، ويقترح غالبية أفراد النخبة ضرورة الاتصال المباشر بالغرب كوسيلة فعالة من وسائل الإقناع بوجهة نظر العرب والمسلمين ويجمع أفراد النخبة على ضرورة التحرك العربي والإسلامي الفعال على الصعيدين الداخلي والخارجي لتحسين الصورة.

٢- وأوضح محمد رضا (٢٠٠٢) في دراسته المعنونة بـ "أساليب تحسين صورة العرب والمسلمين كما تدرکها الصفوة المصرية"^(٣) أن أهم أساليب تحسين صورة العرب والمسلمين من وجهة نظر النخبة تمثلت في:

١- ضرورة أن يتناول المضمون الموجه إلى الغرب شرح شمول الدين الإسلامي للمعاملات والأمور الحياتية.

- ٢- وأن مؤسسات المجتمع الديني والجمعيات الأهلية في الدول العربية والإسلامية يقع عليها مسئولية تحسين الصورة.
- ٣- كما وأن أهم فئات الجمهور المستهدف تتمثل في مجموعة النخب وصناع القرار في المجتمع الغربي.
- ٤- وتعد شبكة المعلومات الدولية "الإنترنت" من أهم الوسائل التي ينبغي استخدامها في تحسين صورة العرب والمسلمين.

٣- وأجرت أمانسي عمر الحسيني (٢٠٠٢) دراسة بعنوان "إدراك المصريين لصورتهم الذاتية بعد أحداث ١١ سبتمبر من خلال تعرضهم للتلفزيون دراسة ميدانية على عينة من النخبة الأكاديمية"^(٤) توصلت من خلالها إلى وجود متغيرات معينة خاصة بمشاهدة المواد والبرامج السياسية بقنوات التلفزيون قد أحدثت تغيراً في الصورة الذاتية للعرب بعد أحداث ١١ سبتمبر ومن ضمن هذه المتغيرات نوعية القنوات التي تمت مشاهدتها ونوعية المواد والبرامج السياسية فالتحليل الإخباري والبرامج النقاشية كانت أكثر تأثيراً عن نشر الأخبار كمادة سياسية مفضلة للشخص في تشكيل نظرة سلبية لدى النخبة الأكاديمية عن أنفسهم كعرب ومسلمين، وأيضاً إدراك النخبة لما تعكسه القنوات التلفزيونية التي يتابعونها فكلما كانت الصورة التي تتناقلها القنوات التلفزيونية سلبية تأثرت صورتهم الذاتية عن أنفسهم سلباً، وكلما كانت هناك محاولات عربية وإسلامية لتحسين هذه الصورة تأثرت صورتهم الذاتية عن أنفسهم إيجاباً.

٤- وتوصل بسيوني حمادة في دراسته "صورة العرب في أذهان صناع الصورة الغربيين"^(٥) إلى أن صورة العرب والمسلمين لدى غالبية صناع الصورة الغربيين سلبية وأن ٧٨,٦% منهم يدركون أن العرب ضد الغرب وأن ٦٩% يزعمون أن العرب عدوانيون وهم ضد المرأة وأن ٦٦,١% منهم ينظرون إلى العرب كإرهابيين ولم يذكر غالبيتهم أية صفة إيجابية للعرب.

ثانياً: دراسات سابقة حول الخطاب والخطاب الديني:

٥- أجرى عبد العزيز شادي (٢٠٠٢) دراسة بعنوان "الخطاب الديني والصراعات الدولية خبرة ما بعد الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١"^(٦) توصل

فيها إلى أن الخطاب الديني تأثر بالخلفية الأكاديمية والأطر السياسية والاجتماعية التي يعيش فيها منتجوا الخطاب الأمر الذي انعكس على الخطاب الديني في معالجته لقضايا مثل العلاقة السياسية بين الحاكم والمحكوم والولاء حيث يرى منتجوا الخطاب الديني في لبنان مثلاً ضرورة التمييز بين الولاء للوطن والولاء للحكومة في حين أن الثقافة السياسية المصرية لا تعرف ذلك التمييز والعلاقة بين المسلمين والغرب التي ينظر إليها بعض منتجي الخطاب على أنها علاقة تعاون وأنها دار دعوة ينظر إليها البعض الآخر على أنها علاقة عدائية وأنها دار حرب.

٦- وقد ذكرت سحر فاروق الصادق (٢٠٠٢) في دراسة لها بعنوان "صورة الغرب في الصحافة المصرية" دراسة تحليلية للخطاب الإعلامي قبل وبعد ١١ سبتمبر في صحف "الأهرام - الأهالي - الأسبوع"^(٧) أن صورة الغرب في الصحف المصرية مرتبطة بأدواره وسياساته ومواقفه على المستويين الدولي والعربي وما يرتبط بهذه الأدوار من أوصاف وسمات يطرحها الخطاب حيث بدت صورته متمثلة في الولايات المتحدة الأمريكية سلبية سواء في معدل كثافة الخطاب أو في لهجته ولم يطرأ عليها أي تغيير قبل وبعد ١١ سبتمبر.

٧- وأوضح محمد أحمد يونس (٢٠٠٠) في دراسة له بعنوان "الخطاب الديني في الصحف المصرية خلال الفترة ما بين عامي ١٨٨٣/١٩١٤م."^(٨)

١- وجود تأثير للخط الفكري والانتماء الحزبي ونوع الصحيفة "عامية - متخصصة" على خطابها الديني.

٢- وأن من أهم القضايا التي حرص عليها الخطاب الديني قضية الشورى باعتبارها أساس الحكم في الإسلام وتأكيد على الوحدة الوطنية بين المسلمين والأقباط والوقوف ضد الطائفية وإبرازه للعناصر المشتركة التي تجمع بينهم.

٣- كما كشف الخطاب الديني عن احتياج الأمة إلى الإصلاح الديني. وعرض لعدة وسائل لتحقيق هذا الإصلاح وتجديد الفكر وذلك

بالاجتهاد وإصلاح الأزهر والتوسع في إنشاء الجمعيات الخيرية والإسلامية كوسيلة من وسائل الإصلاح.

٤- كما دعت الدراسة إلى ضرورة إجراء دراسة ميدانية حول الخطاب الديني في فترات زمنية مختلفة للتعرف على أثر هذا الخطاب في ترسيخ القيم الإسلامية مثل الشورى والعدل وأدب الاختلاف وغير ذلك.

٨- وقد أجرى أحمد محمد أحمد ١٩٩٧ دراسة بعنوان "الخطاب الإلهي وكيف تلقته أفهام المخاطبين"^(٩) توصل من خلالها إلى عدة نتائج من أهمها:

١- أن الله سبحانه وتعالى هو الذي اختار بنفسه اللغة التي يخاطب بها البشر غير أن عقولهم لم تكن على سواء في تلقي هذا الخطاب وفهمه فمنهم من كان ظالماً لنفسه ومنهم مقتصد ومنهم سابق بالخيرات بإذن الله، كما أن منهم من يتهم بقصور الفهم ومنهم من يتهم بضلالات العقيدة ومنهم من يتهم بمعاداة الحقيقة.

٢- أن الخطاب الإلهي يقوم على حقائق في المعاني وثوابت في الأحكام والتشكيك في المعاني هدم للغة كما أن التشكيك في الأحكام هدم لنصوص المنهج.

٣- أن البشرية قد بلغت في العصر الذي نعيش فيه درجة التكامل العالمي الذي يتطلب منها بالضرورة أن تكون ذات خطاب يبسر لها سرعة ودقة التفاهم العالمي وأن تكون ذات منهج يحقق لها اتساق واتزان العلاقات الدولية دون أي قصور في هذه اللغة أو أي خلل في هذا المنهج.

٤- أن أي مفكر يريد أن يتعمق في عبارات الخطاب ويستخرج منها ما لم يسبق إليها لا معارضة له ولا حجر عليه شريطة أن يكون هذا التعمق في نطاق الدلالات المتبادرة للفهم من هذه العبارات.

٩- وقد توصل على بن شوبل القرني (١٩٩٧) في دراسة له بعنوان "الخطاب الإعلامي العربي"^(١٠) إلى أن الخطاب الإعلامي العربي محمل بالكثير من قوة الساطة وتأثيرها وهو انعكاس مباشر للعلاقة التي تربط بين هيئات

السلطة المختلفة وبقية المؤسسات الاجتماعية والثقافية وغيرها من الفئات والجماعات في المجتمع.

وبعد استعراض الدراسات السابقة يلاحظ أن الدراسات التي تناولت النخبة كانت تركز على اتجاهاتهم نحو سبل تحسين صورة العرب والمسلمين أما الدراسات التي تناولت الخطاب الديني فهي دراسات تحليلية تناولت مضمون الخطاب الديني بالصحف ومن هنا كانت هذه الدراسة الميدانية للتعرف على اتجاهات النخبة نحو تجديد الخطاب الديني.

مشكلة الدراسة:

نظراً لتميز النخبة والدور القيادي الذي يقومون به وتأثيرهم في الحياة العامة وقدرة أفرادها على اتخاذ القرارات وبالذات فيما يتعلق بالقضايا الآتية لمثارة على الساحتين المحلية والإقليمية والدولية. ولما كان موقف هؤلاء النخبة تجاه تجديد الخطاب الديني يكتنفه الغموض فإن هذه الدراسة تحاول إجلاء هذا الغموض من خلال رصد وتحليل آراء واتجاهات النخبة نحو الخطاب الديني القائم وإمكانية قبوله للتجديد وعلى من تقع مسؤولية هذا التجديد؟ وأهم المضامين التي ينبغي أن يتضمنها هذا الخطاب والوسائل التي يعتمد عليها والجمهور الذي يتوجه إليه والعقبات التي تحد من هذا التجديد والمقترحات التي تسهم في إنتاج خطاب ديني فعال.

تساؤلات الدراسة وفروضها:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على عدة تساؤلات واختبار مجموعة من الفروض تم تحديدها في ضوء مشكلة الدراسة وإطارها الفكري ونتائج الدراسات السابقة.

أولاً: تساؤلات الدراسة:

- س ١: ما مفهوم الخطاب الديني؟ وما سمات وخصائص هذا الخطاب؟
- س ٢: ما مدى موافقة النخبة على تجديد الخطاب الديني؟ وعلى من تقع مسؤولية هذا التجديد؟

- س٣: ما الوسائل والأشكال الاتصالية التي تعتبر أكثر فعالية في نقل الخطاب الديني؟ وإلى أي مدى ينعكس التطور التقني لوسائل الإعلام على مواصفات الخطاب الديني؟
- س٤: ما المضامين التي ينبغي أن يتناولها الخطاب الديني؟ وما مدى ارتباط الخطاب الديني بالخطابات الأخرى؟
- س٥: ما القطاعات الجماهيرية التي تعتبر أكثر فاعلية في توجيه الخطاب الديني إليها؟

س٦: ما العقبات التي تحد من تجديد الخطاب الديني؟

س٧: ما المقترحات التي تجعل من الخطاب الديني خطاباً متجدداً؟

ثانياً: فروض الدراسة:

- ١- يوجد تأثير لخصائص وسمات النخبة على الاتجاه نحو الدعوة لتجديد الخطاب الديني.
- ٢- توجد فروض ذات دلالة إحصائية بين سمات وخصائص النخبة والاتجاه نحو فاعلية الخطاب الديني في ظل المتغيرات الدولية المعاصرة.
- ٣- توجد فروض ذات دلالة إحصائية بين سمات وخصائص النخبة والاتجاه نحو تجديد الخطاب الديني.
- ٤- تستعد وتتنوع الوسائل والأشكال الاتصالية التي تعتبر أكثر فاعلية في نقل الخطاب الديني تبعاً لاختلاف سمات وخصائص النخبة في المجال الديني.
- ٥- تختلف رؤية الخطاب الديني لفئات الجمهور التي تتأثر بالخطاب الديني تبعاً لاختلاف سمات وخصائص النخبة.
- ٦- توجد علاقة ارتباطية بين سمات وخصائص النخبة والاتجاه نحو مضمون الخطاب الديني.
- ٧- تختلف رؤية الخطاب الديني لأحداث الحادي عشر من سبتمبر والسلوك الأمريكي بعدها تبعاً لاختلاف سمات وخصائص النخبة في المجال الديني.

مفاهيم الدراسة:

أولاً: مفهوم النخبة:

يقصد بمصطلح النخبة في اللغة "المختار من كل شيء" (١١) ووفقاً لقاموس ويبستر Webster فإن النخبة هي "المجموعة المنتقاة والتي تعد بمثابة أفضل عناصر أي مجتمع من المجتمعات" (١٢) وتستخدم كلمة "نخبة" بالمعنى المفرد وكلمة "نخب" بالمعنى الجمع فيقولون مثلاً "نخبة" مسيرة بالمعنى المفرد "ونخب" غير مسيرة بالمعنى الجمع بينما يفضل بعض الكتاب كتابة الكلمة بالمعنى المفرد فقط فيقولون نخبة مسيرة أو موجهة كما يستعمل بعضهم كلمة "طبقة" أو "صفوة" كمرادف لكلمة نخبة وكلها تعابير قابلة للتداول (١٣).

ويتناول البعض "النخبة" من جانبها السلبي ويذهب إلى تعريفها بأنها "جملة جوانب سلبية تتمثل في أشكال من النفوذ والسيطرة والهيمنة تلغى واجب الأخير في المشاركة والتغيير تجعل من ذاتها محوراً ومركزاً والباقي هو هامش وأطرافاً تابعة" (١٤).

ويقدم باحث آخر مفهوماً للنخبة من جانبها الإيجابي وهي "مجموعة متقفة وواعية من أفراد الرأي العام تتميز بالإطلاع والخبرات وحسن التصرف حيث تقوم بقيادة الرأي العام في مجالات عديدة مما يكسبها أهمية كبيرة في أي مجتمع" (١٥).

كما نجد من يحاول ملامسة الدور الحقيقي "للنخبة" أو "المتقف" فيقدم مفهوماً يعتقد أنه جامع فالمتقف أو النخبة من وجهة نظره "هو ذلك الشخص المتعلم الواعي المشارك" وصفة المشارك يقصد بها ذلك الشخص الذي تعلم وأدرك واستوعب وتفهم قضايا مجتمعه ثم نزل إلى ساحة الميدان للمشاركة التطوعية في العمل الوطني لبناء مجتمعه أي كان نمط مشاركته وطبيعتها ونوعها ومستواها ودرجاتها وهذه المشاركة تحدث طواعية مدفوعاً إليها اندفاعاً ذاتياً.

ويمكن للباحث تعريف النخبة بأنه "الشخص المتقف ثقافة واسعة إلى ثقافته الدينية والواعي بقضايا مجتمعه والمشارك في إنتاج الخطاب الديني

وإيصاله إلى الجمهور المستهدف والقادر على إقناع المتلقى بمضمون الخطاب قولاً وعملاً".

ثانياً: مفهوم الخطاب:

يقصد بكلمة الخطاب والمخاطبة في اللغة كالمه وحادثه أي وجه إليه كلاماً ويقال: خاطبه في الأمر: حدثه بشأنه: والخطاب: الكلام والرسالة وفصل الخطاب: ما ينفصل به الأمر من الخطاب^(١٧) وفي القرآن الكريم "وآتينا الحكمة وفصل الخطاب"^(١٨).

وقد يراد به مخاطبة المحاج والمجادل كما في قوله تعالى "وعزني في الخطاب"^(١٩) أي إذا خاطبته كان كلامه أقوى من كلامي وقوله أعظم من قلبي والخطاب المفتوح كلام يوجه إلى بعض أولى الأمر علانية، والخطب: الحال والشأن وفي القرآن الكريم "قال فما خطبكم أيها المرسلون"^(٢٠) أي ما شأنكم الخطير الذي من أجله أرسلتم^(٢١) وعلى هذا فالخطب يعني الأمر الشديد الذي يكثر فيه الخطاب.

فالخطاب إذن ليس مجرد كلاماً يقال فحسب بل لابد من انتظار رد فعل أو نتيجة بشأنه وليس أيضاً كما يتخيله البعض بأنه مجرد الخطابة التي نتلقاها من على منابر المساجد والكنائس في "صورة خطبة" أو "موعظة" أو "درس" بالتعبير الشائع هذه الأيام بينما المقصود هو "مجمل ما يصلنا من أفكار أو تصورات بكل أشكال التعبير اللغوي مسموعاً أو مكتوباً وبكل وسائل التوصيل التقليدية أو المستحدثة وبتلك التي نتلقاها جماعة أو فرادى"^(٢٢).

والخطاب في أحد تعريفاته الإجرائية هو عبارة عن "وصف المضمون الفكري الذي تشير إليه لغة فرد أو جماعة وما يحمله هذا المضمون من رسالة إلى الآخرين ويتضمن هذا الوصف في العادة تحليل اللغة المستعملة في الخطاب ومدى وضوح دلالتها عند المخاطبين ومدى الاتساق الداخلي لأصحاب الخطاب الواحد ومدى توافق هذا الخطاب مع المواقف العمالية لأصحابه ومستوى الاختلاف والتميز الذي يحققه هذا الخطاب من أشكال الخطابات الأخرى"^(٢٣).

ويذهب أحد الكتاب إلى تعريف الخطاب الديني بأنه "اجتهادات علماء الدين - في غير الثوابت - التي تتلائم مع مستجدات كل من الواقع "والمعرفة"

والتي تصل مشافهة أو مسجلة أو مكتوبة إلى الجمهور فيتلقاها بالسماع أو الكتابة فتكسبه المنعة والقدرة على مواجهة متغيرات العصر وعلى التعامل معها بالكفاءة المطلوبة^(٢٤).

والحديث عن الخطاب الديني ليس معناه أننا نجب أي خطاب آخر - السياسي - الاقتصادي - الثقافي - الفني - مثلاً لأنه ليس المطلوب عزل الخطاب الديني عن الحديث في الشؤون السياسية والاقتصادية والاجتماعية وحوار الحضارات وحقوق الإنسان على العكس فعلى الخطاب الديني أن يتناول كل هذه الأمور والقضايا وإعلان رأي وتوجه الدين بشأنها أي أن الخطاب الديني يكون بمثابة الضابط الأخلاقي والروحي لقضايا السياسة والاقتصاد والاجتماع وليس وسيلة يستخدمها الخطاب السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي لتحقيق مآربه^(٢٥).

وقد عرف أحد الباحثين الخطاب الديني الإسلامي بأنه "كل خطاب يتمحور حوله الإسلام بياناً وعرضاً له واستلهاماً أو تشويهاً لحقائقه وتحليلاً أو نقداً لنصوصه أو دعوة إليه أو صدا عنه وسواء كان ذلك في المجال الفقهي أو العقدي أو الأدبي ... إلخ"^(٢٦).

وإن كان البعض يرى أن المقصود بالخطاب الإسلامي ليس هو خطاب الإسلام ممثلاً في نصوص الوحي من القرآن والسنة وإنما هو خطاب "الإسلاميين" في التعبير عن الرسالة التي يوجهونها إلى الآخرين في شأن من الشؤون، إلا أن هذا المفهوم ينطوي على فصل واضح بين الدين والدولة والدين والحياة، ومن شأنه أن يخلق جماعات من الإسلاميين كل له رؤيته وفلسفته ومنهجه تجاه الأصول العامة التي أرساها الإسلام والتي يجب الأخذ بأصولها والاجتهاد في فروعها.

ويرى الباحث أن الخطاب الإسلامي من حيث الأصول والثوابت هو خطاب واحد لا اختلاف فيه أو ينبغي أن يكون كذلك أما من حيث الفروع فالاجتهاد مطلوب لذلك من الخطأ أن نتحدث عن خطاب إسلامي واحد والسبب في ذلك أن البيئات المختلفة ولديها أولويات تختلف عن البيئات الأخرى والاجتهاد مطلوب.

وإذا كان البعض يعترض على وصف الخطاب الذي نتناوله بالخطاب الديني ويرى أن ذلك يحمل اتهاماً للخطابات الأخرى بأنها غير دينية فمردود عليه، فوصف حزب مثلاً بأنه "وطني" لا يعني اتهام الأحزاب الأخرى بأنها غير وطنية ووصف حزب آخر بأنه "تقدمي" لا يعني أن الأحزاب الأخرى متخلفة وهكذا.

ويذكر البعض أن وصف الخطاب بالديني يجعل هذا الخطاب مقدساً لا يجوز نقده إذ قد يتعرض الناقد إلى الاتهام بالكفر لأن الخطاب الديني يتصل بمصدري الإسلام الكتاب والسنة النبوية وهذا أيضاً مردود عليه فالنصوص لا يجوز نقدها أما ما يستتبط منها من أحكام فالاجتهاد مطلوب، والدليل على ذلك الاختلافات الشهيرة بين المذاهب الفقهية الكبرى إذ انطلق كل فقيه بخالص عقله وإخلاص قلبه يقرأ النص الديني ويفهمه بما قدر الله له من الاستعدادات الإدراكية ويظهر من يعارضه دون أن يتهم أحد أهداً بالكفر^(٢٧).

وقد اجتهد الباحث في وضع مفهوم للخطاب الديني "أنه مجموع الأفكار والتصورات التي يطرحها منتجوا الخطاب الديني في أي شكل من أشكال الاتصال من خلال مناهج مستحدثة للتعامل مع النظام العالمي الجديد بقضاياها وإشكالياته وصيغاً جديدة تتواصل مع التراث بشكل أوسع من مفهوم الاجتهاد الذي اعتبره الفقهاء مدخلاً أساسياً في تعامل الشريعة مع المتغيرات الحديثة. وهذا المفهوم يتكون من شقين هما:

أولاً: التعامل مع النظام العالمي الجديد ونعني به:

- أ- الانفتاح على المنجزات العلمية التي أتاحتها الثورة العلمية والتعرف على التصورات الفكرية العالمية ورصد التطور الحضاري الذي تمر به المجتمعات الإنسانية بما يفتح جميع الأبواب للأخذ عن الآخر بوعي والاقتراب من منظومته الفلسفية والأخلاقية والتشريعية من منظور الناقد الذي يضيف لا الناقل الذي ينبهر، أي بمنهج الإبداع لا مجرد الاتباع.
- ب- ضرورة أن يراعى الخطاب الديني في إطار العالمية الأولويات المشتركة للبشرية والحاجات الإنسانية الملحة والقضايا المثارة وفي مقدمتها قضايا الأمن والسلام العالمي والمسائل المتعلقة بالعلاقات الدولية وحماية الإنسان

وضمن حقوقه - وحل مشكلات المرض والجوع ومعالجة ظاهرة التطرف والإرهاب التي صارت ظاهرة عالمية.

ثانياً: التواصل مع التراث ونعني به:

الاستفادة من خبرات الأجداد في مجالات الحضارة المختلفة ببيان مناهجهم وإبراز إسهاماتهم في جوانب العلم والمعرفة وفهم المداخل التي تعاملوا بها مع الكتاب والسنة باعتبارهما مرجعية الأمة ومصادرها الأصلية وليس جزءاً من التراث أو عصراً من عصور خبرتها التاريخية.

وهذا الجانب من الخطاب ينطوي على دعوة إلى التجديد تحقق الأصالة والمعاصرة وتتطلب معرفة ثوابت الأمة التي تفتح أمامها آفاق الحياة المعاصرة بسياج يحميها من الذوبان والتبعية ويدعم العقل المستتير الذي يرفض إرهاب الفكر وإرهاب السلوك والعمل على السواء.

نوع البحث ومنهجه:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل خصائص مجموعة معينة أو موقف معين أو دراسة حقائق أو ظاهرة "ما" أو مجموعة من الناس أو الأحداث للحصول على بيانات كافية عنها بالإضافة إلى تصنيف هذه البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج منها بحيث نتيج لنا إصدار تعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة^(٢٨).

وفي إطاره تم استخدام أسلوب المسح الميداني على عينة من النخبة المسئولة عن إنتاج الخطاب الديني وتوصيله سواء كان عن طريق الاتصال الشخصي أو الجماهيري.

كما تم استخدام المنهج المقارن وهو الذي يستخدم للموازنة بين حالتين مختلفتين توجد بينهما أسس منطقية للمقارنة وقد استخدم هذا المنهج للمقارنة بين موضوعات متعددة منها السن والخبرة وطبيعة العمل ... إلخ.

عينة الدراسة:

بلغ إجمالي عينة الدراسة (١٠٠) مائة فرد من أفراد النخبة وهي كالاتي:
(٥٠) مفردة من المسؤولين عن إنتاج وتوصيل الخطاب الديني المباشر وتكونت من أساتذة الجامعات وشيوخ ووكلاء المعاهد الأزهرية وكبار الأئمة

الذين يتبعون وزارة الأوقاف وكبار الوعاظ الذين يتبعون الأزهر والجمعيات الدينية.

(٥٠) مفردة من المسؤولين عن إنتاج الخطاب الديني الجماهيري وهم من الكتاب والصحفيين وبعض المسؤولين عن إنتاج وتقديم البرامج الدينية في وسائل الإعلام وكبار العلماء والمتقنين والأدباء في المجلس الأعلى للشئون الإسلامية ومجمع البحوث الإسلامية والمجلس الأعلى للثقافة ورابطة الأدب العربي.

أسلوب جمع البيانات:

تم استخدام صحيفة استبيان مع النخبة لمعرفة اتجاهاتهم نحو الخطاب الديني وإمكانية قبوله للتجديد ومدى فاعليته في ظل المتغيرات الاتصالية الحديثة. وقد تم تصميم صحيفة الاستبيان في ضوء تساؤلات وفروض الدراسة والإطار النظري المتمثل في مفهوم الخطاب الديني وأهميته ووسائله وجمهوره ومدى فاعليته ورؤية هذا الخطاب لبعض الأحداث والقضايا المعاصرة.

وقد تم عمل اختبار قبلي على صحيفة الاستبيان طبق على عينة عشوائية قوامها (١٠%) بواقع عشر مفردات وتم إجراء التعديلات التي أشارت إليها النخبة وقد تم ملء صحف الاستبيان بمعرفة المبحوثين إليهم في الفترة من يونيو إلى أغسطس ٢٠٠٢.

المعالجة الإحصائية:

استخدم الباحث المعاملات الإحصائية التالية:

- ١- الجداول التكرارية البسيطة.
- ٢- متوسط الوزن المرجح حيث تم قياس وزن العبارة وفقاً لقيمة كل عبارة على أساس ترتيبها من قبل المبحوثين حيث تم إعطاء الترتيب الأول - مثلاً - أعلى القيم بين البدائل، يليه الثاني وهكذا تم قسمة الناتج النهائي على عدد أفراد العينة.
- ٣- معامل (U) mon-whithney ويستخدم هذا المعامل لقياس الفروق الترتيبية بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين فقط.

٤- معامل كيرسكال واليس Kurskal. Wollis ويستخدم هذا المعامل لقياس الفروق الترتيبية بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين مثل فئات السن والمهنة وجهة العمل ويتأسس هذا المعامل على معامل (كا^٢).

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية

أولاً: أسباب الدعوة لتجديد الخطاب الديني:

يعتقد بعض المتقنين أن الدعوة لتجديد الخطاب الديني وبالذات بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر لها أبعاد سياسية ويتخوفون من أن تكون الدعوة لتجديد الخطاب خطوة تتبعها خطوات أخرى تمس العقيدة ومصادرها الحقيقية. والجدول التالي يوضح أسباب الدعوة لتجديد الخطاب الديني من وجهة نظر النخبة.

جدول رقم (١)

أسباب الدعوة لتجديد الخطاب الديني

مدى الموافقة		موافق		لا أرى		غير موافق		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أسباب الدعوة لتجديد الخطاب									
٦٤	٦٤	١٤	١٤	٢٢	٢٢	٢٢	٢٢	١٠٠	١٠٠
١- لعدم أهلية الخطاب الديني لمسايرة المتغيرات الدولية.									
٣٣	٣٣	٢٦	٢٦	٤١	٤١	٤١	٤١	١٠٠	١٠٠
٢- استجابة لمطالبات بعض القوى الدولية بعد ١١ سبتمبر.									
٢٨	٢٨	٣١	٣١	٤١	٤١	٤١	٤١	١٠٠	١٠٠
٣- لضغوط سياسية وبالذات بعد دعوة السلطة الحاكمة.									
٩٠	٩٠	٩	٩	١	١	١	١	١٠٠	١٠٠
٤- لإعداد المسلم ليكون مشاركاً ومؤثراً في عالمه.									
٢٢	٢٢	٣٧	٣٧	٤١	٤١	٤١	٤١	١٠٠	١٠٠
٥- بمثابة مؤامرة غربية على العقيدة الإسلامية									
٨٨	٨٨	٥	٥	٧	٧	٧	٧	١٠٠	١٠٠
٦- لتصحيح صورة الإسلام والمسلمين لدى الغرب									
٨٢	٨٢	١٣	١٣	٥	٥	٥	٥	١٠٠	١٠٠
٧- لتجنب الضعف القائم في أساليب الدعوة الحديثة									

ويتضح من الجدول السابق أن الغالبية العظمى من النخبة ترى أن الدعوة لتجديد الخطاب الديني جاءت لعوامل تتعلق بضرورة إعداد المسلم ليكون مشاركاً في عالمه بدرجة موافقة ٩٠% ولتصحيح الصورة الذهنية المشوهة عن الإسلام والمسلمين لدى الغرب بنسبة موافقة ٨٨% ولعدم أهمية الخطاب لمسايرة المتغيرات الدولية بنسبة موافقة ٦٤% واستبعدت نسبة ٤١% أن تكون الدعوة لتجدد الخطاب الديني جاءت استجابة لمطالبات بعض القوى الغربية وبالذات بعد الحادي عشر من سبتمبر أو أن تكون لضغوط سياسية داخلية من السلطة الحاكمة أو أن تكون بمثابة مؤامرة غربية على العقيدة الإسلامية.

ومن وجهة نظر الباحث لا يمكن إرجاع الدعوة لتجديد الخطاب الديني إلى عامل بعينه لأنه من الصعب عزل العوامل بعضها عن بعض فالصراعات الدولية وأحداث الحادي عشر من سبتمبر وسيطرة القوى العظمى والضعف الذي آل إليه المجتمع الإسلامي جعلت من المستحيل تغيير ما يحدث دون إحداث ما يلزم من التغيير أو الإصلاح في الخطاب الديني.

ثانياً: مدى موافقة النخبة على تجديد الخطاب الديني:

جدول رقم (٢)

مدى موافقة النخبة على تجديد الخطاب الديني

الإجمالي		موافق		موافق إلى حد ما		موافق تماماً		مدى الموافقة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	١٠٠	٢	٢	٢٣	٢٣	٧٥	٧٥	درجة الموافقة

ويتضح من الجدول السابق أن الغالبية العظمى وبنسبة ٩٨% يوافقون على تجديد الخطاب الديني وذلك باعتبار أن الشريعة الإسلامية صالحة لكل زمان ومكان وعليها أن تواكب المتغيرات الدولية الجديدة التي فرضت على الخطاب الديني أن يجدد نفسه باعتباره من أقوى الخطابات التي تؤثر في تحريك الجماهير لكي تسهم في دفع مسيرة المجتمع الإسلامي نحو النمو واكتساب المنعة والقدرة على مواجهة المتغيرات والضرورات وعلى التعامل معها بالكفاءة المطلوبة.

ثالثاً: أسباب موافقة النخبة على تجديد الخطاب الديني:

إعادة النظر في الخطاب الديني المعاصر إحدى القضايا الهامة التي تشغل عقل النخبة الذين أدركوا وجود قصور واضح في الخطاب الديني الإسلامي من حيث افتقاده إلى استراتيجيات معدة له وعدم اتفاق بين الدول الإسلامية على الخطوط الأساسية التي يجب أن يتضمنها الخطاب وبالذات وقت الأزمات كما أن أجهزة الاتصال والإعلام الموجودة بين الدول الإسلامية قاصرة ولا يمكن أن تقدم ما يسهم في علاج الأزمة فضلاً عن مواجهتها من هنا كانت الدعوة إلى تجديد الخطاب الديني.

والجدول التالي يوضح أسباب موافقة النخبة على تجديد الخطاب الديني.

جدول رقم (٣)

أسباب الموافقة على تجديد الخطاب الديني

الوزن النسبي المرجح	أسباب الموافقة على تجديد الخطاب الديني
١٠,٦٢	١- لوجود فهم غير صحيح في كثير من جوانب الإسلام لدى الغرب
١٠,٢٨	٢- للتأكيد على أهمية القضايا الاجتماعية وكيفية تناولها بما يبرز الوجه الحضاري للإسلام والمسلمين.
٨,٧٧	٣- ظهور وقائع لم يتناولها الخطاب الديني الموروث مباشرة مثل المعاملات الاقتصادية الجديدة.
٨,٣٠	٤- ظهور متغيرات طبية حديثة مثل الاستسناخ ونقل الأعضاء وتأجير الأرحام.
٨,٢٩	٥- لتحديد الاتجاهات والغايات المرجوة من الخطاب الديني في عصر العولمة.
٧,٩٧	٦- حاجة المجتمع إلى الاجتهاد في قضايا مثل الديمقراطية والتعددية الحزبية ودار الحرب والسلام.
٧,٨٢	٧- لأن الخطاب الديني الحالي خطاب عاطفي انفعالي لا يعكس روح الإسلام
٧,٧٢	٨- لارتباط الخطاب الديني الحالي بتوجهات السلطة وعجزه عن تلبية حاجات الجماهير ورغباتهم.
٧,٢٣	٩- لأن الخطاب الديني الحالي عبارة عن رد فعل وليس ساعياً لدعوة الآخر
٦,٦٩	١٠- لتغيير الوضع أو الواقع الذي لاحظته الخطاب ونظر وشرع له في بدايته كالرق - مثلاً -
٦,٥٥	١١- لمواكبة ما يسمى بحوار الحضارات
٦,٣٩	١٢- لتشديد كثير من الدعاة على الناس في عصر يحتاج إلى التخفيف والتيسير
٥,٥٩	١٣- لمواجهة ما يسمى بصراع الحضارات

ويتضح من الجدول السابق أن من أهم الأسباب التي تدعو إلى تجديد الخطاب الديني من وجهة نظر النخبة تمثلت في:

١- الصورة الذهنية المنطبعة لدى الغرب عن الإسلام والمسلمين والتي ساهمت فيها عدة عوامل منها:

• وجود فهم غير صحيح لكثير من جوانب الإسلام لدى الغرب وذلك بوزن نسبي ١٠,٦٢.

• القصور في تناول القضايا الاجتماعية وعدم معالجتها بما يبرز الوجه الحضاري للإسلام والمسلمين بوزن نسبي ١٠,٢٨.

وهو ما يشير إلى وعي النخبة لمدى تشوه صورة الإسلام والمسلمين لدى الغرب وإدراكهم للعوامل التي ساهمت في هذا التشوه والتي يرجع بعضها إلى الغربيين الذين لا يدركون جوانب هذا الدين وأحكامه لكثير من القضايا، كما يساهم الواقع المعاصر للدول الإسلامية في تدعيم الصورة الذهنية السلبية فالتمزق الذي حل بالمسلمين وتخلفهم في كثير من المجالات جعل من الضروري على الخطاب الديني أن يتجه إلى القضايا التي عُنى على الغرب فهمها ويعيد إبرازها بشكل حضاري يتلاءم وطبيعة المرحلة التي يمر بها العالم المعاصر.

٢- مجموعة القضايا التي تتعلق بالاجتهاد وذلك مثل:

• ظهور وقائع لم يتناولها الخطاب الديني الموروث مباشرة كالمعاملات الاقتصادية الجديدة بوزن نسبي مرجح ٨,٧٧.

• ظهور متغيرات طبية حديثة مثل الاستنساخ ونقل الأعضاء وتأجير الأرحام بوزن نسبي ٨,٣٠.

• ولحاجة المجتمع إلى الاجتهاد في قضايا مثل الديمقراطية والتعددية الحزبية ودار الحرب والسلام وتلك القضايا التي لم يأت بشأنها نص صريح في القرآن والسنة بوزن نسبي ٧,٩٧. وذلك باعتبار أن التكليف بالتجديد والاجتهاد والمراجعة الذي أخبر عنه رسول الله ﷺ بقوله "أن الله يبعث لهذه الأمة على رأس كل مائة سنة من يجدد لها

دينها" هو تكليف دائم ومستمر لحماية المسيرة الإسلامية من السقوط والارتقاء بالمسلمين حتى يكونوا على مستوى الإسلام والعصر.

٣- العوامل التي تتعلق بطريقة إلقاء الخطاب والاستراتيجية التي ينبغي اتباعها وذلك مثل:

- أن الخطاب الديني خطاب انفعالي لا يعكس روح الإسلام بوزن نسبي ٧,٨٢.
- ولارتباط الخطاب الديني الحالي بتوجهات السلطة الحاكمة وعجزه عن تلبية حاجات الجماهير ورغباتهم بوزن نسبي ٧,٧٢.
- ولأن استراتيجية الخطاب الديني الحالي عبارة عن رد فعل وليس ساعياً لدعوة الآخر وذلك بوزن نسبي ٦,٦٩.

٤- أما السبب المتعلق بصراع الحضارات فقد جاء في المرتبة الأخيرة من حيث الأسباب التي تدعو إلى التجديد وهو ما يشير إلى تقليل النخبة من أهمية هذه الدعوات وعدم اقتناعهم بها على الرغم من قيام وسائل الإعلام الغربية وبعض الوسائل المحلية بتريدها.

رابعاً: أسباب عدم الموافقة على تجديد الخطاب الديني:

وإذا كانت الغالبية العظمى وبنسبة ٩٨% قد وافقت على تجديد الخطاب الديني فإن مفردتين قد أشارتا إلى عدم الموافقة على التجديد وذلك لعدة اعتبارات من أهمها:

- ١- لأن الخطاب الديني يتحدث عن مقدسات فما يقوله القائم بالاتصال يعضده بآيات من القرآن الكريم والأحاديث النبوية لا يجرؤ أحد في مناقشتها.
- ٢- لأن الخطاب الديني يتحدث عن "حقائق" أما أن تكون خيراً مطلقاً أو شراً مطلقاً.
- ٣- لأن الخطاب الديني يركز على الذات والدعوة للانتماء وتعلم المبادئ الأساسية وتجديده قد يمس الذات الثقافية للأمة.
- ٤- لأن الخطاب الديني بطبيعته يرفض الحوار، فالخطاب له اتجاه واحد من القائم بالاتصال إلى المتلقي.

- ٥- لأن الخطاب الديني قد يكشف عدم فهم كثير من الدعاة لطبيعة الدين الذي يهتم بأمر الدين والدنيا وهو ما يوقعهم في حرج أمام جمهورهم ويفقدهم مكانتهم التي طالما حافظوا عليها.
- ٦- لأن تجديد الخطاب الديني قد يمس جوهر الدين وقديسية النص بحجة الدعوة إلى التجديد والتغيير.

خامساً: الجهات المسؤولة عن تجديد الخطاب الديني:

ويوضح الجدول التالي رؤية النخبة لأهم الجهات التي يمكنها أن تضطلع بمسئولية أكبر في تجديد الخطاب الديني.

جدول رقم (٤)

الجهات المسؤولة عن تجديد الخطاب الديني من وجهة نظر النخبة

الوزن النسبي المرجح	أهم الجهات
٥,٣١	١- المؤسسات الدينية الرسمية.
٣,٨٨	٢- المؤسسات الدينية الأهلية.
٣,٧٧	٣- المؤسسات الإعلامية.
٣,٦٦	٤- الكتاب وقادة الفكر.
٢,٨٧	٥- السلطات السياسية.

ويتضح من الجدول السابق ما يلي:

- ١- أن المؤسسات الدينية كالأزهر والأوقاف وما شابهها في كل قطر عربي وإسلامي - يقع عليها العبء الأكبر في تجديد الخطاب الديني لما يلي:
- أ- البرامج الدينية والتعليمية التي تقدمها هذه المؤسسات والتي من شأنها أن تأخذ بالتجديد من ناحية وتزيد من القدرة على المقاومة الذاتية من ناحية أخرى.
- ب- قدرة هذه المؤسسات على التنظيم والإدارة من خلال خبرة القائمين عليها.
- ت- الإمكانيات المادية والبشرية التي تدعمها بها الحكومات.

٢- وجاء في الترتيب التالي المؤسسات الدينية الأهلية التي تخضع للإشراف غير المباشر من جانب الدولة وذلك مثل الجمعيات والتنظيمات المنتشرة على المستويين العربي والإسلامي، غير أن هذه المؤسسات والتنظيمات لا يمكنها القيام بهذا الدور دون أن تمهد لها الحكومات المختلفة الطريق لأداء دورها في عمليات التجديد المنشودة.

٣- وفي الترتيب الثالث جاءت المؤسسات الإعلامية بوزن نسبي ٣,٧٧ وذلك باعتبار أن المؤسسات الدينية الرسمية والأهلية لا يمكنها القيام بالدور المنوط بها إلا بتكامل واتساق الوسائل المهمة بنشر المعلومات والأفكار ومن أهمها وسائل الإعلام التي يقع عليها الدور المتعاظم في توصيل الخطاب الديني وإفساح مساحات زمنية في برامج الراديو والتلفزيون، ومكانية على صفحات الجرائد في إطار مضمون وشكل يزيد من فاعلية الخطاب الديني.

٤- وفي الترتيب الرابع جاء الكتاب وقادة الفكر بوزن نسبي ٣,٦٦ حيث يُنظر إليهم على أنهم يعملون غالباً لصالح جمهورهم ومجتمعهم من خلال تهيئة الجماهير للتغيرات التي ستحدث وتفسير هذه التغيرات ومساعدة الجماهير على فهمها والتكيف معها والعمل على تخفيف التوتر والقلق الناتج عن الاحتكاك بين الأفكار التقليدية السائدة في المجتمع والأفكار الجديدة المراد تبنيها.

٥- وقد جاءت السلطات السياسية في المرتبة الأخيرة من حيث القيام بتجديد الخطاب الديني بوزن نسبي ٢,٨٧، وإذا كانت السلطات السياسية لا تقوم بدور مباشر في عملية التجديد إلا أنه يمكنها القيام بدور هام في هذا الشأن وذلك باعتبار ما في أيدي السياسيين والحكام من سلطة اتخاذ القرار وإفساح قدر من الحرية للقائمين على الخطاب الديني نحو ممارسة دورهم بفاعلية واقتدار.

سادساً: مضمون الخطاب الديني:

لقد صيغ الخطاب الديني الإسلامي لينطلق داعياً إلى إقامة الدين وسياسة الدنيا به وهو دعوة لجعل الحياة كلها تقوم وتمضي وترسى أركانها وقوائمها ومقوماتها على أهداف الإسلام وغاياته ومقاصده.

والجدول التالي يوضح أهم المضامين التي يجب أن يتناولها الخطاب الديني من وجهة نظر النخبة.

جدول رقم (٥)

مضمون الخطاب الديني

الوزن النسبي المرجح	مضمون الخطاب الديني
٦,٠٠	١- شرح شمول الدين الإسلامي للمعاملات والأمر الحياتية اليومية.
٥,٣٠	٢- التركيز على القضايا المعاصرة ومعالجتها.
٥,٢٥	٣- التركيز على التسامح الإسلامي مع أصحاب الديانات الأخرى.
٤,٨٣	٤- الفصل بين التطرف والإرهاب والدعوة إلى التمسك بصحيح العقيدة.
٤,٧٨	٥- شرح العبادات الإسلامية والهدف منها دنيوياً وأخروياً.
٤,٧٥	٦- إبراز الدور الحضاري للإسلام وفضله على الحضارة الغربية.
٤,٠٦	٧- التركيز على مفهوم الوحدة بين المسلمين والتكافل الاجتماعي.

وتشير بيانات الجدول السابق إلى أن المضامين التي يجب أن يركز عليها الخطاب الديني تتمثل في الشمول والمعاصرة.

- شمول الدين الإسلامي للمعاملات والأمر الحياتية اليومية بوزن نسبي ٦,٠٠ والتركيز على القضايا الإسلامية المعاصرة ومعالجتها بوزن نسبي ٥,٣٠.

وذلك باعتبار أن عالمية الرسالة جعلت من الخطاب الديني خطاباً معاصراً بصفة دائمة قادراً على استيعاب حركة الزمان والمكان ومتغيرات كل العصور في إطار الثوابت الإسلامية.

وفي عصرنا وواقعا جوانب صارت أكثر إلحاحاً على الدعاة في أن يضمنوا خطابهم هموم الجماهير وحاجتهم وما أكثرها فالهم المباشر وخاصة بالنسبة لقليل الدخل ومن ضاقت بهم أسباب المعيشة الرغدة وهم التعليم والسكن والزواج وغيرها من الهموم التي صارت ظاهرة عالمية يشترك في الاغتنام بها الناس دون انحصار بحدود دولة أو فقر دولة.

- التركيز على التسامح الإسلامي مع أصحاب الديانات الأخرى بوزن نسبي ٥,٢٥ والابتعاد تماماً عن التشدد أو التعصب في عرض حقائق الإسلام والتركيز على سماحة ووسطية الإسلام واستهدافه صالح الإنسان بغض النظر عن دينه ومن هنا يجب إبراز قبول الإسلام لكل الديانات السابقة وجعل الإيمان بكل الأنبياء والكتب السابقة شرطاً لصحة الإيمان في الإسلام.
- الدعوة إلى التمسك بصحيح العقيدة والفصل بين التطرف والإرهاب والعمل على قطع الطريق أمام الذين يستخدمون كلمة التطرف والإرهاب كما يحلو لهم ويطلقونها على بعض الشباب المتمسك بعقيدته المحافظ على حدود دينه من إطلاق لحية أو استعمال سواك أو اتخاذ الحجاب أو هجر عوائد الغرب وأصحاب الديانات الأخرى أو الدعوة إلى تحكيم الشريعة أو قتال المحتلين واعتبار غير المؤمنين كفاراً فأساس الإيمان الديني أن يعتقد المسلم أنه على حق وأن مخالفه على باطل.
- شرح العبادات الإسلامية والهدف منها دنيوياً وأخروياً بوزن نسبي ٤,٧٨ وذلك حتى يكون الخطاب الديني قوة دافعة ومحركة يفجر في النفس البشرية قدرة هائلة على العطاء والبذل.
- إبراز الدور الحضاري للإسلام وفضله على الحضارة الغربية بوزن نسبي ٤,٧٥ وهو ما يرد على مزاعم الغرب بأن المسلمين يصادمون الحضارة ويسعون إلى تدميرها وقد كانت كتابات العلماء المسلمين هي المصدر الرئيسي للحضارة الأوروبية في عصر النهضة، والدول الإسلامية المعاصرة لم تتردد في الأخذ بما قدمته الحضارة الغربية من إنجازات في الوقت الحاضر طالما أنها لا تصادم الأصول الحضارية الثابتة في الإسلام.

• التركيز على مفهوم الوحدة بين المسلمين والتكافل الاجتماعي بوزن نسبي ٤,٠٦ وهو ما يحتم على الخطاب الديني أن يركز على ما يجمع شمل الأمة ويوجد وحدتها وينبذ التنازع والاختلاف ويعمل على الاعتصام بالكتاب والسنة ويجعل بين المسلمين أخوة دائمة مصداقاً لقوله سبحانه "إنما المؤمنون أخوة" ٢٩ وقوله سبحانه "وتعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم والعدوان" ٣٠ وقول النبي ﷺ "المسلم أخو المسلم لا يظلمه ولا يخذله ولا يسلمه من كان في حاجة أخيه كان الله في حاجته ومن فرج عن مسلم كربه فرج الله بها كربته من كرب يوم القيامة ومن ستر مسلماً ستره الله يوم القيامة" ٣١.

سابعاً: فاعلية الخطاب الديني في ظل المتغيرات الاتصالية الحديثة:

لقد أسهمت الثورة المعلوماتية الحديثة في التأثير على كافة مناحي الحياة ونشاطاتها المختلفة، وقد كان لهذه الثورة عدة تأثيرات على الخطاب الديني بعضها إيجابي والآخر سلبي.

أما عن التأثيرات الإيجابية فتمثلت في تطويع هذه التكنولوجيا وتسخيرها لخدمة الدعوة الإسلامية وأما عن التأثيرات السلبية فتمثلت في عجز الخطاب الديني عن الاستفادة بهذه التكنولوجيا وسياسة الإغراء والإلهاء التي يسلكها العاملون في وسائل الاتصال الجماهيري الذين يجرون وراء التقليد والانبهار بالتقنيات الغربية والعمل على نشرها على حساب الدين والقيم والعادات والتقاليد الأصيلة للمجتمع الإسلامي.

والجدول التالي يوضح مدى فاعلية الخطاب الديني في ظل المتغيرات الاتصالية والثورة المعلوماتية التي يشهدها العالم.

جدول رقم (٦)

اتجاهات النخبة نحو فاعلية الخطاب الديني

إجمالي التكرارات		مدى فاعلية الخطاب الديني
%	ك	
٤٩	٤٩	١- الخطاب الديني الحالي له فاعلية.
٣٣	٣٣	٢- الخطاب الديني الحالي له فاعلية محدودة.
١٨	١٨	٣- عدم فاعلية الخطاب الديني.
١٠٠	١٠٠	الإجمالي

ويتضح من الجدول السابق أن غالبية النخبة وبنسبة ٨٢% يعتقدون أن الخطاب الديني الحالي يمكن أن تكون له فاعلية بنسبة ٤٩% أو فاعلية محدودة بنسبة ٣٣% وذلك إذا استفاد الخطاب الديني من تكنولوجيا الاتصال وتم استغلال وسائلها وأدواتها المختلفة بدءاً من منبر المسجد أو قاعة المحاضرات ومن النشرة والكتاب محدود التوزيع إلى أفاق الإنترنت التي كسرت الحواجز وتخطت الحدود وكذلك الأقمار الصناعية التي حولت العالم إلى ما يشبه البيت الزجاجي بعد أن كان يطلق عليه القرية الكونية الصغيرة.

في حين يعتقد ١٨% أن الخطاب الديني لن تكون له تلك الفاعلية التي كانت له في الماضي وذلك لمنافسة المواد الاتصالية الأخرى التي تعمل على التقليل من هيبة الخطاب الديني وتحد من تأثيره على النفوس من ناحية واستخدامها للأساليب الإخراجية ذات الكفاءة العالية التي لم يتم توظيفها بعد مع الخطاب الديني من ناحية أخرى.

ثامناً: عوامل فاعلية الخطاب الديني على المستوى الدولي:

تسهم العديد من العوامل في فاعلية الخطاب الديني وبالذات الخطاب الموجه إلى الآخر بعض هذه العوامل تتعلق بالقائم بالاتصال وبعضها يتعلق بالرسالة الاتصالية وبعضها يتعلق بالوسيلة وأخرى تتعلق بالجمهور المتلقي.

والجدول التالي يوضح أهم العوامل التي تجعل من الخطاب الديني خطاباً

فاعلاً ومؤثراً على المستوى الدولي.

جدول رقم (٧)
عوامل فعالية الخطاب الديني

الوزن النسبي المرجح	أهم العوامل
٦,٨٩	١- انتقاء واختيار العناصر المؤهلة والفاعلة في حقل الدعوة والإعلام.
٦,٦٨	٢- أن يشغل الخطاب الديني بتقويم السلوك العملي في حياة المسلمين.
٦,٥٠	٣- مراعاة الخطاب الديني لطبيعة وتفكير ولغة الجمهور المستقبل.
٦,٤٩	٤- ضرورة أن يتحرر الخطاب من قيود السلطة السياسية.
٦,٣٠	٥- الإعداد الثقافي واللغوي للقائم بالاتصال.
٥,٨١	٦- اختيار المبعوثين للخارج بحيث يكونوا قدوة وأ نموذجاً لما يدعون إليه.
٥,٣٤	٧- أن لا يتم تجديد الخطاب الديني بمعزل عن الخطابات الأخرى.
٥,٠٥	٨- استعانة الخطاب الديني بالتقنيات الحديثة.
٥,٠١	٩- إنتاج خطاب ديني يعي المستجدات الطبية والعلمية والتكنولوجية التي تعد نتاجاً مباشراً للعولمة.

ويُضاح من الجدول السابق تعدد وتنوع العوامل التي تسهم في فاعلية

الخطاب الديني والتي أمكن حصرها في جانبين:

الجانب الأول ويركز على منتجي ومقدمي الخطاب الديني من حيث:

١- اختيارهم من ذوي الكفاءة العلمية والمهنية في حقل الدعوة والإعلام لأن

القضية من وجهة نظر النخبة لم تعد قضية دعوية أو خطابية فقط وإنما

صار بعض هؤلاء محتاجين إلى العلم الصحيح بأمور العقيدة والشريعة

والتصور العام الإسلامي.

٢- انتقاء وتدريب القائمين على الخطاب الديني لأن المنتج من المدارس والكلليات المؤهلة ليس بالضرورة أن يكون جميعهم صالحاً لهذه المهمة فإذا كان تصور البعض للإسلام نفسه ناقصاً أو مغلوطاً فلا حاجة لتدريبه وتمكينه عقول الناس وقلوبهم وإنما يتم تدريب من يرجى نفعه وتعمم فائدته.

٣- العامل الأخلاقي وضرورته بالنسبة للقائمين على الخطاب الديني لأن العلم والثقافة والتدريب يمكنها أن تفشل في إقناع الجمهور بتبني الخطاب الديني إذا لم يكن القائمين على التجديد قدوة ونموذجاً صالحاً لما يدعون إليه من قول وعمل.

الجانب الثاني ويركز على مضمون الخطاب الديني وضرورة أن تتوافر فيه عدة مقومات من أهمها:

١- ضرورة أن ينشغل الخطاب الديني بتقويم السلوك العملي في حياة المسلمين حيث يسود المجتمع الإسلامي والعربي مجموعة من الصفات غير المحمودة مثل السلبية والغش واللامبالاة والكذب والنفاق وغير ذلك من السلوكيات التي تحدث نوعاً من الانفصام بين القول والعمل وتوقع الناس في حيرة تجعل الخطاب الديني غير ذات فاعلية وخاصة بين غير المسلمين.

٢- ضرورة أن يراعي الخطاب الديني طبيعة الجمهور المستقبل ولغته وحاجاته وذلك من منطلق أن يتوافق الكلام مع مقتضى الحال، فالخطاب لا بد أن يمس مصالح الناس وأفكارهم ويساعدهم في تحقيق أهدافهم بدلاً من أن يتجه إلى فرعيات لا تمس المثقفين ولا تؤثر فيهم لكي يوضح فيها رأي الدين بينما القضايا الجوهرية تحتاج إلى من يوضح ويشرح.

٣- ضرورة أن يتحرر الخطاب الديني من قيود السلطة التي تتدخل بالترغيب والترهيب من أجل إنتاج خطاب ديني يتماشى مع اتجاهاتها ويخدم كياناتها ويحافظ على بقائها.

٤- ضرورة أن لا يتم تجديد الخطاب الديني بمعزل عن الخطابات الأخرى . فالخطاب الديني من وجهة نظر النخبة ينبغي أن يكون برؤية أوسع من أن ينحصر في الدين بمفهومه الدقيق أو أن يمس التجديد بينما تبقى الخطابات الأخرى بعيدة عن هذا التجديد وذلك باعتبار أن الخطاب الديني يتصل

بالأبنية الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ليكون تجديداً متصلاً ومتفاعلاً مع الرؤى السياسية والاقتصادية والاجتماعية حتى يكون الداعية الذي ينطلق في نهاية المطاف محدثاً بخطاب ديني جديد له كافة المقومات التي ينظر من خلالها إلى العالم من مرجعيته الإسلامية وحضارته العربية.

٥- وحتى يكون الخطاب الديني فاعلاً فلا بد من استعانته بالتقنيات الحديثة من منطلق أن الدين يبارك التطور العلمي ولا يقف أمام التكنولوجيا بل يدعو المسلم أن يكون شريكاً فاعلاً في كل ما ينتجه الغرب من تقنيات وتكنولوجيا حديثة.

كما تشير اتجاهات النخبة وبوزن نسبي مرجح ٥,١ إلى أن من أهم عوامل فاعلية الخطاب الديني ضرورة إنتاج خطاب يعي المستجدات العلمية والتكنولوجية التي ظهرت في وقت متأخر من فترة تكون الخطاب الإسلامي الموروث وبعضها لم يظهر إلا حديثاً وقد ترتب على ظهورها أن الخطاب الديني الموروث لم يتناولها ولم يعالجها بعد الخطاب الديني الحالي علاجاً ناجحاً مما ترتب عليه افتقاد هذا الخطاب لما كان يتسم به في أول عهده من خصائص مثل الشمولية والإبداع والابتكار.

تاسعاً: وسائل وأشكال اتصال الخطاب الديني بجمهوره:

يوضح الجدول التالي الوسائل والأشكال الاتصالية التي يعتبرها النخبة أكثر فاعلية في النقل وتوصيل الخطاب الديني إلى جمهوره.

جدول رقم (٨)

وسائل وأشكال الاتصال المستخدمة في الخطاب الديني

الوزن النسبي المرجح	الوسائل والأشكال الاتصالية
٨,٧٢	١- الاتصال عن طريق الدعاة والمبوعوثين والمفكرين.
٨,١٥	٢- الإنترنت والقنوات الفضائية والتليفزيونية.
٦,٩٢	٣- وسائل إعلامية غربية لها مصداقيتها.
٦,٨٩	٤- الاعتماد على الإعلاميين الغربيين المتعاطفين مع الإسلام.
٦,٦٥	٥- قنوات فضائية إسلامية مثل "أقرأ".
٦,٦٣	٦- العمل من خلال المؤسسات الأهلية.
٦,٢١	٧- العمل الرسمي الحكومي.
٥,٦٧	٨- العمل من خلال المؤسسات التعليمية.
٥,٣٨	٩- صحف عربية دولية كالأهرام والشرق الأوسط.
٤,٥٨	١٠- مراكز البحوث والدراسات الدولية.

ويتضح من الجدول السابق أن أهم الوسائل التي يعتبرها النخبة أكثر فاعلية في توصيل الخطاب الديني هي:
أولاً: الاتصال عن طريق الدعاة والمبوعوثين والمفكرين وهي طريقة تتم من خلال شكلين:

الشكل الأول: الاتصال الشخصي أو المواجهي وهي طريقة اتصال يتم فيها اللقاء بين القائم بالاتصال والفرد أو الأفراد المستهدفين بطريقة مباشرة.

الشكل الثاني: الاتصال الجمعي وهو الذي يتم الاتصال فيه بين شخص ومجموعة أشخاص كما هو الحال في خطبة الجمعة والعيدين والدروس والمواعظ الدينية - أو هو مجموعة أشخاص ومجموعة أخرى كما يحدث الآن في الندوات والاجتماعات، وقد يرجع تفوق هذا الشكل من أشكال الاتصال على غيره من الأشكال الأخرى إلى عدة أمور هي:

- حدوث اتصال في اتجاهين من المرسل إلى المتلقي.
- حدوث ترجيح أثر فوري ومباشر في الموقف الاتصالي.
- حدوث سيطرة المرسل على العمليات الانتقائية كالإدراك والتعرض الانتقائي التي يقوم بها المتلقي.
- ازدياد الثقة فيما يعرض من آراء ومعلومات وبخاصة إذا ما كان القائم بالاتصال موضع تقدير المتلقي.

ثانياً: وسائل الاتصال المسموعة والمرئية والتي تتخذ عدة أشكال منها:

- شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) التي تجمع بين الإعلام المسموع والمرئي والتي تعد الوسيلة الجماهيرية الأحدث من حيث قيامها بنقل المعلومات وتبادلها وقدرتها على التعبير النصي الحركي والصوتي بالإضافة إلى ما توفره من قدرة على استرجاع البيانات من قواعد البيانات الفورية وتبادل الاتصال بين الأفراد وهو ما يساعد في جذب الجمهور تدريجياً

باستخدام جاذبيات جديدة تدفعهم للاطلاع من خلال ما هو متاح على الشبكة بدلاً من التضليل من خلال وسائل الاتصال الأخرى.

• القنوات التليفزيونية أو الفضائية بما لها من مقدرة فائقة على جذب الجمهور والتأثير فيه بما تقدمه من برامج وبما تمتلكه من تقنيات عالية إلا أن استخدام هذه الوسائل في الخطاب المقدم إلى الغرب تحفه محاذير كثيرة منها طبيعة المشاهد الغربي ذاته وانتشار الخدمات الإذاعية والتليفزيونية وتعددتها وبالتالي يجب أن يتم اختيار نظام للوصول بالرسالة عبر هذه الوسائل بطريقة متوافقة مع احتياجات المستمعين والمشاهدين وتحقيق الهدف من الرسالة ذاتها.

ثالثاً: الوسائل المطبوعة والتي تتمثل في الصحف والكتيبات والدراسات التي تصدرها مراكز البحوث المختلفة باعتبارها الأقدر على الوصول إلى فئات محددة من الجماهير.

رابعاً: العمل من خلال المؤسسات الإسلامية الأهلية والحكومية باعتبارها شكل من أشكال الاتصال بالجماهير كاللقاءات والمؤتمرات والزيارات التي تتم عن طريق هذه المؤسسات تعتبر من الأشكال الاتصالية ذات الفعالية في نقل الخطاب الديني.

ومن هنا يصبح من الضروري الاستفادة من الخطاب الديني بشتى الوسائل الإعلامية التقليدية منها والحديثة لنشر الأفكار الإسلامية والترويج لقيم الإسلام ومبادئه وبالذات بين الغربيين الذين لا يعرفون عن الإسلام إلا اسمه.

عاشراً: جمهور الخطاب الديني:

يعتبر الجمهور أهم متغير في عملية الاتصال وإذا لم يكن لدى المعنيين بإنتاج وتوصيل الخطاب الديني فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور المستهدف والخصائص والسمات التي يتميز بها ومستوى وعيه وتعليمه وتدريبه وأكثر الفئات حاجة وتأثراً في نفس الوقت سوف يحد ذلك من مقدرتهم الاتصالية ونجاحهم في إقناع جمهورهم بالمضامين التي يحملها الخطاب.

والجدول التالي يوضح الفئات التي يعتبرها النخبة أكثر فاعلية في توجيه

الخطاب الديني إليها.

جدول رقم (٩)
جمهور الخطاب الديني

الوزن النسبي	الجمهور المستهدف
٤,٤٥	١- الجمهور العام دون تحديد فئة معينة.
٤,٣٤	٢- مجموعة النخب وصناع القرار.
٣,٨٢	٣- المؤسسات الإعلامية والرئاسية والبرلمانية.
٣,٦٨	٤- جماعات الضغط والجماعات المتعاطفة مع المسلمين.
٣,٦٧	٥- شباب الجامعات وتلاميذ المدارس.

وتعكس نتائج الجدول السابق مجموعة من المؤشرات أهمها:

- أن الخطاب الديني ينبغي أن يتوجه إلى الجمهور العام دون تحديد فئة معينة بوزن نسبي مرجح ٤,٤٥ وذلك باعتبار أن الخطاب الديني في طبيعته للناس كافة وليس خطاب قوم أو فئة أو أمة أو إقليم "أن هو إلا ذكر للعالمين".
- وقد جاء مجموعة النخب وصناع القرار في الترتيب التالي بوزن نسبي ٤,٣٢ وذلك باعتبارهم ممثلين للجمهور والوصول إليهم هو وصول للجمهور وتأثرهم بالخطاب ينعكس على تابعيهم.
- وتدل بقية النتائج على التقارب الشديد نحو الفئات التي ينبغي توجيه الخطاب الديني إليها والتي من أهمها:
- المؤسسات الإعلامية والرئاسية والبرلمانية بوزن نسبي ٣,٨٢ وذلك باعتبار أن هؤلاء هم القادرون على توجيه السياسة الإعلامية وصناعة القرارات السياسية لمؤسساتهم وبالتالي توجيه اهتمامات الجماهير نحو الأفكار والقضايا التي يطرحها الخطاب الديني.
- جماعات الضغط والجماعات المتعاطفة مع المسلمين بوزن نسبي ٣,٦٨ حيث ظهرت في الفترة الأخيرة سياسات جعلت العديد من المؤسسات المدنية تأخذ دوراً مهماً في جهود تشكيل السياسات الرسمية كما أن بعض هذه المؤسسات تقفز فوق الدولة ومن ثم يكون التركيز عليها لدعم وتبني الخطاب الديني المرغوب فيه.

- شباب الجامعات وتلاميذ المدارس بوزن نسبي ٣,٦٧ وذلك عن طريق البرامج التعليمية واللقاءات المفتوحة مع هؤلاء الطلاب ودعوتهم لزيارة المؤسسات الإسلامية للوقوف على حقيقة هذا الدين والتعرف على مبادئه وقيمه.

حادي عشر: الخطاب الديني وأحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١:
عندما جاءت أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١ أشار الكثير من الكتاب والمفكرين إلى كونها نقطة فاصلة في تاريخ العلاقات الدولية، وبدأت الكتابات والتحليلات تتخذ هذا التاريخ كنقطة بداية لنمط جديد من أنماط النظام الدولي والتفاعلات الإنسانية، ولم يقف الخطاب الديني بعيداً عن هذه الأحداث ووصفها بأوصاف متباينة تختلف باختلاف المشرعين وانتماءاتهم.
والجدول التالي يوضح رؤية النخبة للخطاب الديني نحو أحداث الحادي عشر من سبتمبر والسلوك الأمريكي بعدها.

جدول رقم (١٠)

الإجمالي		غير موافق		لا أرى		موافق		درجة الموافقة	العبارة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
١٠٠	١٠٠	١٩	١٩	٣٢	٣٢	٤٩	٤٩	١- تعتبر أحداثاً إرهابية إلى مرتبة ترويع الأمنين.	
١٠٠	١٠٠	٦١	٦١	٣٣	٣٣	٦	٦	٢- لجوء الولايات المتحدة إلى الانتقام له ما يبرره.	
١٠٠	١٠٠	٤	٤	٢٢	٢٢	٧٤	٧٤	٣- الدعوة إلى عدم الربط بين فعل القاعدة ومجموع العرب والمسلمين.	

ويتضح من الجدول السابق عدة نتائج من أهمها:

- أن أفراد النخبة وبنسبة (٤٩%) يعتبرون أحداث الحادي عشر من سبتمبر أحداثاً إرهابية ترقى إلى درجة ترويع الأمنين والحرابة في الأرض بينما تحفظ (٣٢%) وفضلوا أن لا يذكروا رأياً في هذه المسألة، في حين يعتقد

(١٩%) من أفراد النخبة بأن هذه الأحداث لا تعتبر أحداثاً إرهابية بل هي قتال للكفرة والمشركين واعتبروا ضحايا هذه الأحداث غير أبرياء بل هم كفرة ويجوز قتالهم حتى ولو كان بينهم مسلمين. وقد يرجع اختلاف وجهة نظر النخبة في هذه الأحداث إلى اختلاف المشرعين وكبار العلماء والمتقنين الذين يعتمد عليهم في مثل هذه الأمور العظيمة وذلك مثل الشيخ القرضاوي والدكتور سليم العوا والمستشار طارق البشرى والدكتور/ على جمعة والشيخ حمود بن عبد الله الشعبي وغيرهم.

- أما عن اتجاهات النخبة نحو لجوء الولايات المتحدة الأمريكية إلى الانتقام إذا كان له ما يبرره أم لا فقد أشارت غالبية النخبة وبنسبة ٦١% إلى عدم موافقتهم على قيام الولايات المتحدة بالانتقام وأن قيامها بذلك هو عمل غير مشروع وذلك لأمرين هما:

١- استغلال الولايات المتحدة الأمريكية للأحداث وتوظيفها لصالحها لظلم المسلمين مهما كان الفاعل.

٢- عدم الثقة في نوايا السياسة الخارجية الأمريكية ودوافعها التي تسعى إلى وجود عسكري قوي للولايات المتحدة في آسيا لدعم توازنات القوى بما يمنع من سيطرة قوة واحدة على القارة وتفاعلاتها.

كما أشارت الغالبية العظمى وبنسبة ٧٤% إلى موافقتهم على ضرورة أن يتضمن الخطاب الديني الدعوة إلى عدم الربط بين عمل جماعة بعينها ومجموع العرب والمسلمين لأنه لا يمكن للجزء أن يعطي صورة كاملة عن الكل ولا يمكن حصر الإسلام في أعمال مجموعة قد يكون لها دوافع لا ترتبط بالدين.

ثاني عشر: العقبات التي تحد من فاعلية الخطاب الديني:

ويوضح الجدول التالي أهم العقبات التي تحد من فاعلية الخطاب الديني

من وجهة نظر النخبة.

جدول رقم (١١)

أهم المقومات التي تحد من فاعلية الخطاب الديني

الوزن النسبي	أهم العقبات
٨,٣٤	١- اتباع الخطاب الديني لأساليب نمطية لا تساعد على إقناع الجمهور بمضمون الخطاب.
٧,٧١	٢- جهل الدعاة بالقضايا العصرية ومعالجتها الإسلامية.
٧,٥٠	٣- عدم إحاطة الدعاة بالتقنيات الحديثة في مجال الإعلام والاتصال بال جماهير.
٦,٩٧	٤- ضعف المسلمين في مجالات متعددة وهو ما انعكس على الخطاب الديني.
٦,٧٣	٥- عدم تناسب لغة الخطاب الديني مع لغة وميول واتجاهات الجمهور المستهدف.
٦,٤٨	٦- وجود قوى فكرية وسياسية يهملها تهميش الإسلام وعزله.
٥,٦١	٧- عدم وجود خطة أو هدف واضح من الخطاب الديني الموجه للغرب.
٥,٤٨	٨- التحديات الاقتصادية وتأثيراتها السلبية.
٥,٤١	٩- عدم وجود حرية في إنتاج وعرض الخطاب الديني المتجدد.
٤,٧٤	١٠- غياب النقد الذاتي في الخطاب الديني.

ويتضح من الجدول السابق وجود عدة عقبات تحد من فاعلية الخطاب

الديني من أهمها:

- ١- اتباع الخطاب الديني لأساليب نمطية لا تساعد على إقناع الجمهور المستهدف بمضمون الخطاب الديني بوزن نسبي ٨,٣٤ فعلى الرغم من امتلاك المسلمين لكثير من أسباب التقدم ومن بينها المعلومات إلا أنهم لا يحسنون عرض ما لديهم من ثروة علمية ومعرفية، فالخطاب الهجومي والدفاعي والساخر والمتجهم هي الأساليب السائدة في عرض الخطاب الديني الإسلامي.

- ٢- أما جهل الدعاة بالقضايا العصرية وكيفية معالجتها في ضوء الإسلام فقد جاء في الترتيب الثاني بوزن نسبي ٧,٧١ وهي قضية يكاد يجمع عليها كل المشتغلين بالعمل الدعوى الذين يرون أن سبب عجز الخطاب الديني مرده إلى أن شريحة لا يستهان بها من المشتغلين بالخطاب الديني ليسوا على المستوى الثقافي الذي يؤهلهم للقيام بأمر مخاطبة الناس لأن الأمر ليس مجرد حفظ لكتاب الله بل المشكلة هي القصور في حسن فهمه واستيعاب إحياءاته وفقه مضامينه والوقوف على سننه وقوانينه في الناس والحياة. ومن هنا يسقط الكثيرون من أهل هذا الخطاب الديني عاجزين عن إقناع المخاطب بما يتحدثون به بل وكما هو ملحوظ على الكثيرين أنهم لا ينجحون حتى في مجرد استمالة المخاطب إلى جانبهم بل ينفرونه ويثيرون نفوره وإعراضه.
- ٣- وقد جاء في الترتيب الثالث عقبة أخرى تتعلق بالدعاة والتي تتمثل في عدم إحاطتهم بالتقنيات الحديثة في مجال الإعلام والاتصال بال جماهير بوزن نسبي ٧,٥، وإذا كان العلم والمعرفة مطلباً هاماً بالنسبة للداعية فإن الداعية الفنان له أهميته ونقصه بالفن هنا "المهارة المكتسبة في تطبيق العلم" بمعنى حسن توظيف هذه المعارف والثقافة الإسلامية مع حسن استخدام آليات التوصيل سواء أكانت صحافة أو إذاعة أو تليفزيون وهذا هو التحدي الرئيسي خاصة ونحن نعيش في عصر تزدهم فيه السماوات المفتوحة بالآلاف الرسائل الإعلامية التي يقبل عليها المواطن بنهم شديد مع ما تتمتع به من درجة كبيرة بالغلة الإبهار وحتى أصبح المتلقي دون أن يعي ودون أن يشعر يعيش في حالة من الاغتراب عن مجتمعه نتيجة لتعرضه لآلاف الرسائل التي تطل عليه من أجهزة أعلام أخرى في السماوات المختلفة.
- ٤- وقد جاء في الترتيب الرابع ضعف المسلمين في مجالات متعددة، وهو ما انعكس على الخطاب الديني بوزن نسبي ٦,٩٧ وضعف البنية الاقتصادية والإدارية والفنية والبشرية والعسكرية في كثير من البلاد الإسلامية انعكس أثره على الخطاب الديني الذي لا يمكن عزله عن بقية الخطابات في المجالات الأخرى.

٥- أما عدم تناسب لغة الخطاب الديني مع لغة وميول واتجاهات الجمهور المستهدف فقد جاء في الترتيب الخامس بوزن نسبي ٦,٧٣ فالخطاب الديني ينبغي أن يجدد دائماً ليتلاءم مع طبيعة المتلقي الذي يتعرض لمؤثرات متعددة منها الأسرة التي ضعف شأنها وإعداد النشء ومنها وسائل الإعلام والأندية ومنها رفقاء السوء ومنها ثورة الاتصال والمعلومات بالجانب السلبي منها وليس الجانب الإيجابي، فالقائم بالاتصال في المجال الديني يعمل على ترسيخ العقيدة وفي تجديد إيمان المتقين من خلال خطاب تناسب لغته طبيعة واتجاهات الجمهور.

٦- وقد جاء في الترتيب السادس وبوزن نسبي ٦,٤٨ وجود قوى فكرية وسياسية يهملها تهमيش الإسلام وعزله، ففي ظل محاولات فرض العولمة على شعوب العالم الإسلامي فإن الدول الغربية وبالذات الولايات المتحدة الأمريكية تحاول استقطاب بعض الدول المؤثرة على الرأي العام في الدول الإسلامية لتتبنى خطاباً يعمل على تهميش الإسلام وعزله باعتبار أن الدين الإسلامي يمثل عنصر المقاومة الرئيسي الذي يحفظ للأمة قدرتها على الاستمرار والبقاء وهو العدو البديل أو الخطر الأخضر بعد زوال الخطر الأحمر وهو الشيوعية.

٧- ومن العقبات التي تحد من فاعلية الخطاب الديني عدم وجود خطة أو هدف واضح من الخطاب الديني وبالذات الموجه إلى الغرب بوزن نسبي (٥,٦١) حيث يكاد يجمع كثير من المفكرين على عدم وجود خطة أو هدف واضح للخطاب الديني ويؤكدون على غياب الاستراتيجية الدعوية بسبب الخلافات السياسية ويطالبون بخطة مدروسة للخطاب الإسلامي وبالذات الموجه إلى الخارج مع الأخذ في الحسبان طبيعة الدول والرسالة الإعلامية التي تختلف من بلد لآخر في إطار الحضارات التي يخاطبها ونوع الرسالة التي يتضمنها، فخطاب العقيدة غير خطاب الدعوة، وخطاب الدعوة غير خطاب الدولة وخطاب المعركة غير خطاب الحوار وخطاب العلاقات الاجتماعية غير خطاب الولاء والبراء والخطاب الموجه إلى غير المسلمين يختلف تماماً عن الخطاب الموجه إلى المسلمين بل ويختلف الخطاب الموجه إلى المسلمين

داخل البلدان الإسلامية عن الخطاب الموجه إلى المسلمين خارج البلدان الإسلامية، وعلى سبيل المثال عقب أحداث الحادي عشر من سبتمبر تعرضت بعض الفتيات المسلمات المحجبات للاعتداء الأمر الذي جعل بعض علماء الدين يفتي بجواز عدم ارتداء الحجاب إذا شعرت الفتاة أنه قد يسبب لها اعتداء من الآخرين فمثل هذه الفتوى الموجهة إلى المسلمين في الخارج لا يجوز توجيهها إلى مسلمي الداخل لأنه لا يوجد ما يمنع من ارتداء الفتاة المسلمة للحجاب أو تعرضها للأذى من الآخرين بسببه.

٨- وقد جاءت التحديات الاقتصادية وتأثيراتها السلبية على المجتمعات النامية بوزن نسبي ٥,٤٨، فالمجتمعات الإسلامية تتعرض لضغوط حادة وعنيفة ومستمرة وبالذات في المجال الاقتصادي وذلك للسيطرة على مقدرات الأمة الإسلامية التي تمثل ما يقرب من ربع سكان العالم وتسيطر على قدر هائل من ثرواته الطبيعية وبالتالي انعكس هذا الوضع على الخطاب الإعلامي والديني الذي لا بد وأن يستجيب لمتطلبات القوى العظمى حتى ولو كان ذلك يتعارض مع نصوص القرآن أو الحديث النبوي الشريف.

٩- وفي الترتيب التاسع وبوزن نسبي ٥,٤١ جاء السبب المتعلق بعدم وجود حرية في إنتاج وعرض الخطاب الديني المتجدد فالضعف النسبي لهامش الحرية المتاحة في البلاد الإسلامية يحول بالضرورة من إنتاج خطاب ديني يؤدي وظائفه على النحو المرغوب فيه والواجب عليه "وعلى سبيل المثال فتوى الإمام الأكبر بشأن ختان الإناث والتي نكر فيها ضعف الأحاديث التي تدعو إلى ختان الإناث وأن هذه العملية لا تتفق مع تعاليم الدين" مع أن الناس لديهم قناعة بصحة هذه الأحاديث ولم ينكر أحد من العلماء في يوم من الأيام عملية الختان فلماذا في هذا الوقت بالذات؟

١٠- وقد جاء غياب النقد الذاتي في الخطاب الديني في الترتيب العاشر وبوزن نسبي ٤,٧٤ حيث يتجنب القائمون على الخطاب الديني النقد الذاتي والعمل على تصحيح الأوضاع الداخلية وبالذات فيما يتعلق بقضايا الحريات والحقوق في انتظار من يقوم بها غيرهم.

مقترحات تفعيل الخطاب الديني:

ويوضح الجدول التالي المقترحات الضرورية لتفعيل الخطاب الديني

جدول رقم (١٢)

مقترحات تفعيل الخطاب الديني

الوزن النسبي	المقترحات
٧,٢٩	١- إعادة تأهيل رجال الدعوة والإعلام بما يواكب التغيرات
٦,٤٤	الحادثة في العالم ويقومون بدور فاعل في الدفاع عن الإسلام.
٦,١٤	٢- استمرارية تدريب الدعاة والإعلاميين واستحداث نظم جديدة لهذا التدريب تواكب مستجدات العصر.
٥,٨٦	٣- الاهتمام بالخطاب الديني الموجه للخارج وترتيب الحجج التي تتناسب وطبيعة المجتمعات المستهدفة.
٤,٨٤	٤- العمل على إصلاح ذات البين بين المسلمين وتوحيد كلمتهم.
٤,٤٥	٥- ضرورة إحساس رجال الإعلام والدعاة بالسياق العام للأحداث.
٤,٤٤	٦- العمل على توحيد الفتاوى الشرعية من خلال التنسيق بين الجامعات الفقهية في العالم الإسلامي.
٤,٢١	٧- ضرورة تبني خطاب إسلامي أكثر تسامحاً مع غير المسلمين.
	٨- التغلغل في مناهج التعليم المختلفة وخاصة بالنسبة لمناهج الأطفال في الدول الأوروبية.

ويتضح من الجدول السابق أن أهم المقترحات تمثلت فيما يلي:

- ١- ضرورة العمل على تأهيل وتدريب الدعاة واستخدام نظم جديدة لهذا التدريب تواكب مستجدات العصر.
- ٢- الاهتمام بالخطاب الديني الموجه إلى الخارج وترتيب الحجج التي تتناسب وطبيعة المجتمعات المستهدفة ونمط تفكير أبنائها وأساليب الإقناع التي تعد أكثر فاعلية في التعامل مع هذه المجتمعات.

- ٣- العمل على إصلاح ذات البين بين المسلمين وتوحيد كلمتهم باعتبار الأساس في الانطلاق نحو العالمية. وإذا كان الخطاب الإسلامي يعجز عن هذا الإصلاح فكيف تتوقع منه أن يصل إلى مرحلة العالمية.
- ٤- ضرورة إحساس رجال الإعلام والدعاة بالسياق العام للأحداث لأن أخطر ما في الخطاب الديني هو الانفصال عن واقع الناس وعدم مجارته للأحداث والانحصار في رؤية محلية خالصة.
- ٥- العمل على توحيد الفتاوى الشرعية من خلال التنسيق بين المجمع الفقهي في العالم الإسلامي وذلك لرسم استراتيجية إعلامية متفق عليها بين كل الدول الإسلامية حتى لا يتناقض الخطاب الديني الموجه للدول الأجنبية من دولة إسلامية إلى أخرى. فكثرة الخلافات التي أذهبت ربح المسلمين وثيقة الصلة بالخطاب الديني.
- ٦- ضرورة تبني خطاب إسلامي أكثر تسامحاً مع غير المسلمين فالإسلام لا يعادي المسيحية أو اليهودية كدين وهو يعترف بالشرائع السماوية الأخرى السابقة عليه.
- ٧- ضرورة التغلغل في مناهج التعليم المختلفة وخاصة بالنسبة لمناهج الأطفال في الدول الأوروبية.
- اختبار فروض الدراسة:**
- الفرض الأول: ينص على أنه: يوجد تأثير لخصائص وسمات النخبة على الاتجاه نحو الدعوة لتجديد الخطاب الديني، بإجراء المختبر الإحصائي Kruskal-Wallis على بيانات الجدول رقم (٢) تبين ما يلي:
- أولاً: العلاقة بين السن والاتجاه نحو أسباب الدعوة لتجديد الخطاب الديني: تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السن وبعض أسباب الدعوة لتجديد الخطاب الديني حيث تميل الفئات الأكبر سناً من (٥٠-٦٠) إلى ربط الدعوة بالتجديد إلى طبيعة الخطاب الديني نفسه الذي ينبغي أن يكون متجدداً حيث بلغت قيمة كاي K-W-CHI ٩,٨٦ عند مستوى معنوية ٠,٠٤٤ بينما تميل الفئات متوسطة السن إلى ربط الدعوة بتصحيح صورة الإسلام لدى الغرب حيث بلغت قيمة كاي K-W-CHI ٩,٦٣٧ عند مستوى معنوية ٠,٠٤٧ في حين

تميل الفئات الأحدث سناً إلى اعتبار أن الدعوة لتجديد الخطاب الديني تعد بمثابة مؤامرة على العقيدة الإسلامية وهي نتاج لضغوط سياسية داخلية وخارجية.

ثانياً: العلاقة بين الخبرة والاتجاه نحو أسباب الدعوة لتجديد الخطاب الديني:

تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخبرة وبعض أسباب الدعوة إلى تجديد الخطاب الديني حيث تميل الفئات ذات الخبرة الدعوية والإعلامية المتوسطة من (٥-١٠) سنوات إلى ربط الدعوة إلى التجديد بسببين رئيسيين أحدهما يتعلق بمطالبات القوى الدولية بعد ١١ سبتمبر حيث بلغت قيمة $K-W-CHI$ ٦,٠٩٩ عند مستوى معنوية ٠,٠٠١,٠٧، والسبب الثاني لتجنب الضعف القائم في أسباب الدعوة حيث بلغت قيمة $K-W-CHI$ ٢ ٨,٦٣٩ عند مستوى معنوية ٠,٠٣٣، بينما لم تثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخبرة والأسباب الأخرى.

ثالثاً: العلاقة بين العمل والاتجاه نحو أسباب الدعوة لتجديد الخطاب الديني:

بإجراء المختبر الإحصائي تبين ضعف تأثير نوع العمل وطبيعته على الاتجاه نحو أسباب الدعوة لتجديد الخطاب الديني حيث تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النخبة في مجال الاتصال المباشر والجماهيري نحو هذه الأسباب ولم تظهر هذه الفروق إلا في البند رقم (٢) حيث يميل العاملون في مجال الاتصال الجماهيري إلى ربط الدعوة إلى التجديد بأحداث الحادي عشر من سبتمبر أكثر من العاملين في مجال الاتصال المباشر حيث بلغت قيمة $K-W-CHI$ ٢,٧٦٤ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠٦، ومن خلال اختبار هذا الفرض يمكن القول إجمالاً أن تأثير السن والخبرة ومجال العمل على الاتجاه نحو أسباب الدعوة إلى تجديد الخطاب الديني تأثير محدود وغير كاف لإظهار فروق ذات دلالة إحصائية.

الفرض الثاني: ينص على أنه: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين سمات وخصائص النخبة والاتجاه نحو فاعلية الخطاب الديني في ظل المتغيرات الدولية المعاصرة" بإجراء المختبر الإحصائي $KRUSKAL.WALLIS$ على بيانات الجدول رقم (٦) تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السن والخبرة وطبيعة العمل الذي تقوم به النخبة من ناحية والاتجاه نحو فاعلية الخطاب الديني

في ظل المتغيرات الدولية من ناحية أخرى وهو ما يشير إلى عدم صحة الفرض الثاني أي أن متغير السن والخبرة وطبيعة العمل ليس لهذه المتغيرات أي تأثير على فاعلية الخطاب الديني في ظل الثورة المعلوماتية والاتصالية التي يشهدها العام المعاصر.

الفرض الثالث: ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين سمات وخصائص النخبة والاتجاه نحو مسئولية تجديد الخطاب الديني، بإجراء المختبر الإحصائي JRUSKAI WALIS على بيانات الجدول رقم (٤) تبين ما يلي:

أولاً: العلاقة بين السن والاتجاه نحو مسئولية تجديد الخطاب الديني:

تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السن والجهة المسؤولة عن تجديد الخطاب الديني حيث تعتقد الفئات الأكبر سناً من (٥٠-٦٠) إلى أن المؤسسات الإعلامية تقع عليها المسئولية الأكبر في عملية التجديد حيث بلغت قيمة χ^2 K-W-CHI ٩,٦٣٧ وثبت عند مستوى معنوية ٠,٠٠٩ في حين لم تثبت وجود أي علاقة ذات دلالة إحصائية بين السن والفئات الأخرى.

ثانياً: العلاقة بين الخبرة والاتجاه نحو مسئولية تجديد الخطاب الديني:

بإجراء المختبر الإحصائي تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخبرة والاتجاه نحو مسئولية تجديد الخطاب الديني حيث تعتقد الفئات الأقل خبرة من (٣-٥) سنوات بأن مسئولية التجديد تقع على الجمعيات الأهلية والسلطات السياسية أكثر من غيرها من الفئات الأخرى حيث بلغت قيمة χ^2 K-W-CHI ٩,٢٩٤ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٢٦.

ثالثاً: العلاقة بين المهنة والاتجاه نحو مسئولية تجديد الخطاب الديني:

بإجراء المختبر الإحصائي تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المهنة ومسئولية تجديد الخطاب الديني حيث يعتقد العاملون في مجال الاتصال الجماهيري أكثر من غيرهم أن مسئولية التجديد تقع على عاتق المؤسسات الإسلامية أكثر من غيرها فقد بلغت قيمة χ^2 K-W-CHI ٤,٢٥٠ عند مستوى معنوي ٠,٠٠٠ وهو ما يشير إلى وجود تأثير لسمات وخصائص النخبة الذين يعتقدون بأن المسؤولين عن المؤسسات الإعلامية يقع عليهم مسئولية تجديد

الخطاب الديني باعتبار ما للمؤسسة الإعلامية من تأثير على الجمهور وما تمتلكه من تقنيات عالية تمكنها من نقل الخطاب الديني بفاعلية وإقتدار.

الفرض الرابع: ينص على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين سمات وخصائص النخبة والاتجاه نحو وسائل وأشكال الاتصال التي تعتبر أكثر فاعلية في نقل الخطاب الديني.

بإجراء الاختبر الإحصائي KRUSKAL-WALLIS على بيانات الجدول رقم (٨) يتبين ما يلي:

أولاً: العلاقة بين السن والاتجاه نحو الوسائل والأشكال الاتصالية:

بإجراء الاختبر الإحصائي تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السن والاتجاه نحو الوسائل والأشكال الاتصالية فيما عدا عن المتغير رقم (٦) والمتغير رقم (٨) حيث تعتقد الفئات من (٤٠-٦٠) في أن أهم الوسائل والأشكال الاتصالية التي ينبغي توجيهها تتمثل في الاعتماد على الإعلاميين الغربيين المتعاطفين مع المسلمين حيث بلغت قيمة χ^2 K-W-CHI ٢ ١٥,٣٤٦ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٤ وفي الاعتماد على القنوات الفضائية حيث بلغت قيمة χ^2 K-W-CHI ٢ ١٥,٩٩١ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٣.

ثانياً: العلاقة بين طبيعة العمل والاتجاه نحو الوسائل والأشكال الاتصالية:

بإجراء الاختبر الإحصائي تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة العمل والاتجاه نحو الوسائل والأشكال الاتصالية التي تعتبر أكثر فاعلية في نقل الخطاب الديني فيما عدا عن المتغير رقم (٤) حيث حظيت الصحف والوسائل الإعلامية الغربية باهتمام العاملين في مجال الاتصال الجماهيري أكثر من غيرهم كوسيلة لها فاعليتها في نقل الخطاب الديني حيث بلغت قيمة كا ٤,١٠٢ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠.

ثالثاً: العلاقة بين الخبرة والاتجاه نحو الوسائل والأشكال الاتصالية:

بإجراء الاختبر الإحصائي تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخبرة والاتجاه نحو وسائل وأشكال الاتصال التي تعتبر أكثر فاعلية في نقل الخطاب الديني فيما عدا عن المتغيرين رقم (٥) ورقم (٦) حيث حظيت المؤسسات التعليمية والجماعات الغربية المتعاطفة مع المسلمين باهتمام الفئات

ذات الخبرة الطويلة (١٠) سنوات حيث بلغت قيمة $K-W-CH_2$ بالنسبة للمتغير رقم (٥) ٩,٢٦٩ عند مستوى معنوية ٠,٠٣٥.

ويمكن القول أن متغير السن والخبرة وطبيعة العمل الاتصالي الذي يقدم من خلاله الخطاب الديني لا يعتبر كافياً في التأثير على الاتجاه نحو نوعية الوسائل والأشكال الاتصالية التي تعتبر أكثر فاعلية في نقل الخطاب الديني.

الفرض الخامس: ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين سمات وخصائص النخبة والاتجاه نحو الفئات التي تعتبر أكثر فاعلية لتوجيه الخطاب الديني إليها.

بإجراء الاختبر الإحصائي $KRUSKAL-WALLIS$ على بيانات الجدول رقم (٩) تبين ما يلي:

أولاً: العلاقة بين السن ونوعية الجمهور المستهدف:

بإجراء الاختبر الإحصائي تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السن والمتغيرين رقم (٣) ورقم (٤) حيث تعتقد الفئات الأكبر سناً بضرورة أن يتوجه الخطاب الديني إلى:

١- المسؤولين عن المؤسسات البرلمانية والإعلامية حيث بلغت قيمة $K-W-2$ عند مستوى معنوية ٠,٠٣٠.

٢- جماعات الضغط والجماعات المتعاطفة مع المسلمين حيث بلغت قيمة $K-2$ عند مستوى معنوية ١٦,٣٥٣ $W-CHI$.

ثانياً: العلاقة بين الخبرة ونوعية الجمهور المستهدف:

بإجراء الاختبر الإحصائي تبين عدم وجود علاقة بين الخبرة ونوعية الجمهور في جميع المتغيرات التي تم استطلاع الرأي بشأنها عدا عن المتغير رقم (٥) حيث تميل الفئة الأكثر خبرة إلى توجيه المضمون إلى شباب الجامعات وتلاميذ المدارس حيث بلغت قيمة $K-W-CHI_2$ ٨,٩٢٤ عند مستوى معنوية ٠,٠٣.

ثالثاً: العلاقة بين العمل ونوعية الجمهور المستهدف:

بإجراء الاختبر الإحصائي تبين عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية العمل الاتصالي الذي تمارسه النخبة والمتغيرات المرتبطة بنوعية

الجمهور المستهدف عدا البند رقم (٣) حيث يميل العاملون في مجال الاتصال المباشر إلى أهمية توجيه المضمون إلى العاملين في المؤسسات البرلمانية والرئاسية ورؤساء المؤسسات الإعلامية حيث بلغت قيمة $K-W-CHI_2$ ٢,٩٢٢ عند مستوى معنوية ٠٠٠,٠٠٣.

ويمكن القول بعدم وجود علاقة ارتباطية بين السن ونوع العمل والخبرة وكلامن المتغير رقم (١) ورقم (٢) وضعفها مع المتغير رقم (٤) ورقم (٥) وقوة هذه العلاقة مع المتغير رقم (٣) الذي يعني بوجود علاقة ارتباطية بين سمات وخصائص القائم بالاتصال من ناحية والتوجه بالمضمون إلى صانعي القرار في المؤسسات البرلمانية والرئاسية والإعلامية من ناحية أخرى وذلك باعتبار ما في أيديهم من سلطة اتخاذ القرارات نحو الخطاب الديني. **الفرض السادس:** ينص على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين سمات وخصائص النخبة والاتجاه نحو مضمون الخطاب الديني.

بإجراء المختبر الإحصائي KRUSKAL-WALLIS على بيانات الجدول رقم (١٠) تبين ما يلي:

أولاً: العلاقة بين السن والاتجاه نحو مضمون الخطاب:

بإجراء المختبر الإحصائي على بيانات الجدول رقم (١٠) تبين وجود علاقة بين السن والبند رقم (١) والبند رقم (٥) حيث تعتقد الفئات الأكبر سناً بأن المضامين التي ينبغي أن يركز عليها الخطاب الديني تتمثل في شرح شمول الدين الإسلامي للمعاملات والأمور الحياتية حيث بلغت قيمة $K-W-CHI_2$ ١٧,١٤٣ عند مستوى معنوية ٠٠٠,٠٠٢ وإبراز الدور الحضاري للمسلمين وفضلهم على الحضارة الغربية حيث بلغت قيمة $K-W-CHI_2$ ١٩,٤٨٩ عند مستوى معنوية ٠٠٠,٠٠١.

ثانياً: العلاقة بين الخبرة والاتجاه نحو مضمون الخطاب الديني:

بإجراء المختبر الإحصائي تبين عدم وجود علاقة ارتباطية بين الخبرة وجميع المتغيرات المرتبطة بنوعية المضمون الذي يجب أن يركز عليه الخطاب الديني.

ثالثاً: العلاقة بين طبيعة العمل والاتجاه نحو مضمون الخطاب الديني:

بإجراء المختبر الإحصائي تبين وجود علاقة ارتباطية بين طبيعة العمل الاتصالي الذي تمارسه النخبة والاتجاه نحو مضمون الخطاب الديني حيث يميل القائمون بالاتصال المباشر إلى المضامين التي تشرح العبادات الإسلامية والهدف منها دنيوياً وأخروياً حيث بلغت قيمة (كا) ٢,٥٨ عند مستوى معنوية ٠,٠٣١,٠٠ بينما يميل القائمون بالاتصال الجماهيري إلى الحديث عن التطرف والإرهاب والدعوة إلى التمسك بصحيح العقيدة حيث بلغت قيمة (كا) ٣,٨٣٨ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠,٠٠٠.

ومن خلال اختبار هذا الفرض يمكن القول أن خبرة النخبة ليس لها أي علاقة بنوع المضمون الذي ينبغي أن يتناوله الخطاب الديني في حين وجد تأثير للسن وطبيعة العمل الذي تمارسه النخبة على نوعية المضامين التي ينبغي أن يتناولها الخطاب الديني.

الفرض السابع: ينص على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين سمات وخصائص النخبة والاتجاه نحو أحداث الحادي عشر من سبتمبر والسلوك الأمريكي بعدها.

بإجراء المختبر الإحصائي KRUSKAL-WALLIS على بيانات الجدول رقم (١١) تبين ما يلي:

أولاً: العلاقة بين السن وأحداث الحادي عشر من سبتمبر:

بإجراء المختبر الإحصائي على بيانات الجدول رقم (١١) تبين وجود علاقة ارتباطية بين السن والاتجاه نحو أحداث الحادي عشر من سبتمبر حيث تعتقد الفئات الأكبر سناً بأن أحداث الحادي عشر من سبتمبر تعتبر أحداثاً إرهابية ترقى إلى درجة ترويع الأمنيين فقد بلغت قيمة χ^2 K-W-CHI ٢ ١٧,١٤٣ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٢,٠٠٠ ويدعون إلى ضرورة أن يتضمن الخطاب الديني الدعوة إلى عدم الربط بين فعل القاعدة ومجموع العرب والمسلمين حيث بلغت قيمة χ^2 K-W-CHI ٢ ١٩,٤٨٩ عند مستوى معنوية ٠,٠٠١,٠٠٠.

ثانياً: العلاقة بين الخبرة والاتجاه نحو أحداث الحادي عشر من سبتمبر:

بإجراء المختبر الإحصائي تبين عدم وجود علاقة ارتباطية بين الخبرة وجميع المتغيرات المرتبطة باتجاه النخبة نحو أحداث الحادي عشر من سبتمبر. **ثالثاً: العلاقة بين طبيعة عمل النخبة والاتجاه نحو أحداث الحادي عشر من سبتمبر:**

بإجراء المختبر الإحصائي تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية نحو أحداث الحادي عشر من سبتمبر حيث يميل العاملون في مجال الاتصال المباشر "الدعاة والوعاظ وغيرهم" إلى اعتبار أحداث الحادي عشر من سبتمبر قتال للكفرة والمشاركين حيث بلغت قيمة χ^2 K-W-CHI ٢,١٥٨ عند مستوى معنوية ٠,٠٣١. بينما يميل العاملون في مجال الاتصال الجماهيري "إذاعة وتلفزيون وكتاب" إلى الحديث عن عدم مشروعية السلوك الأمريكي تجاه أفغانستان وطالبان حيث بلغت قيمة χ^2 K-W-CHI ٢,٨٣٨ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠.

وباختبار الفرض السابع تبين وجود علاقة ارتباطية بين السن وطبيعة العمل الاتصالي حيث تميل النخبة الأكبر سناً إلى وصف أحداث الحادي عشر من سبتمبر بأنها أحداث إرهابية بعكس الفئات الأقل سناً الذين يعتبرون هذه الأحداث قتال للكفرة والمشاركين كما تبين وجود علاقة بين طبيعة العمل الاتصالي حيث تعتبر النخبة في مجال الاتصال المباشر الأحداث قتال للكفرة والمشاركين بعكس النخبة في مجال الاتصال الجماهيري الذين يتجنبون الحديث حول هذه القضية ويدعون في خطابهم إلى تيرئة المسلمين وضرورة عدم الربط بين فعل القاعدة وجموع العرب والمسلمين.

خلاصة الدراسة وتوصياتها:

بعد أن عرضت الدراسة تفصيلاً لمفهوم الخطاب الديني وأهميته ومدى موافقة النخبة على تجديده وعلى من تقع مسؤولية هذا التجديد؟ وأهم المضامين التي يجب أن يتناولها الخطاب الديني ونوعية الجمهور الذي يتوجه إليه هذا الخطاب وأهم العقبات التي تحد من فاعلية الخطاب الديني والمقترحات التي تسهم في إنتاج خطاب ديني فعال ومؤثر.

نعرض فيما يلي بإيجاز لأهم النتائج والتوصيات:

أولاً: خلاصة الدراسة:

١- أسباب الدعوة إلى تجديد الخطاب الديني:

ترى غالبية النخبة أن الدعوة لتجديد الخطاب الديني جاءت لعوامل تتعلق بإعداد المسلم ولتصحيح صورة المسلمين ولعدم أهلية الخطاب الديني الحالي لمسائرة المتغيرات الدولية أكثر من كون هذه الدعوة جاءت لضغوط داخلية أو خارجية.

٢- مدى موافقة النخبة على تجديد الخطاب الديني:

وبالنسبة لمدى موافقة النخبة على تجديد الخطاب الديني فإن الغالبية العظمى يوافقون على تجديد الخطاب الديني باعتبار أن الشريعة الإسلامية صالحة لكل زمان ومكان وأن التكليف بالتجديد والاجتهاد والمراجعة من أصول هذا الدين ليكون المسلمون بمستوى الإسلام الذين يدينون به والعصر الذي يعيشون فيه.

٣- أسباب موافقة النخبة على تجديد الخطاب الديني:

وأما عن أسباب موافقة النخبة على تجديد الخطاب الديني فقد تمثلت في الصورة السلبية المنطبعة لدى الغرب عن الإسلام والمسلمين بسبب وجود فهم غير صحيح لكثير من جوانب الإسلام لدى الغربيين ولإغفال الخطاب الديني عن إبراز الوجه الحضاري للإسلام والمسلمين.

٤- الجهات المسؤولة عن الخطاب الديني:

ومن حيث الجهات المسؤولة عن تجديد الخطاب الديني فقد أشارت النخبة الدينية إلى أن المؤسسات الدينية الرسمية - كالأزهر والأوقاف - والجمعيات الدينية الأهلية - والمؤسسات الإعلامية هي التي تتحمل مسؤولية تجديد الخطاب الديني لما تملكه هذه المؤسسات من برامج دينية وتعليمية ولما لها من قدرة على الإدارة والتنظيم وحرية إفساح المجال من خلال الوسائل الإعلامية التي تمتلكها لإنتاج خطاب ديني فعال مؤثر.

٥- مضمون الخطاب الديني:

أما عن المضامين التي ينبغي أن يركز عليها الخطاب الديني فقد تمثلت من وجهة نظر النخبة في شرح شمول الدين الإسلامي للمعاملات والأمور الحياتية اليومية بوزن نسبي ٦,٠٠ والتركيز على القضايا المعاصرة ومعالجتها الإسلامية بوزن نسبي ٥,٣٠ والتركيز على التسامح الإسلامي مع أصحاب الديانات الأخرى بوزن نسبي ٥,٢٥ والدعوة إلى الفصل بين الإرهاب والتطرف والتمسك بصحيح العقيدة بوزن نسبي ٤,٨٣ والتركيز على مفهوم الوحدة بين المسلمين والتكافل الاجتماعي بوزن نسبي ٤,٠٦.

٦- مدى فاعلية الخطاب الديني الحالي:

وفيما يتعلق بمدى فاعلية الخطاب الديني الحالي فإن غالبية النخبة يؤكدون على فاعلية الخطاب الديني وتأثيره على المتلقي إذا استعان بتكنولوجيا الاتصال واستفاد بوسائلها وأدواتها المختلفة بدءاً من منبر المسجد أو قاعة المحاضرة ومن النشرة والكتاب محدودي التوزيع إلى آفاق الإنترنت التي كسرت الحواجز وتخطت الحدود وكذلك الأقمار الصناعية التي حولت العالم إلى ما يشبه البيت الزجاجي بعد أن كان يطلق عليه القرية الكونية الصغيرة.

٧- عوامل فاعلية الخطاب الديني:

أما عن عوامل فاعلية الخطاب الديني فقد أشارت غالبية النخبة إلى تعدد وتنوع هذه العوامل والتي من أهمها:

أ- انتقاء واختيار العناصر المؤهلة والفاعلة في حقل الدعوة والإعلام بوزن نسبي ٦,٠٨٩.

ب- أن ينشغل الخطاب الديني بتقويم السلوك العملي في حياة المسلمين بوزن نسبي ٦,٠٦٨.

ت- أن لا يتم الخطاب الديني بمعزل عن الخطابات الأخرى السياسية والاجتماعية والاقتصادية والرياضية والفنية... إلخ بوزن نسبي ٥,٥.

٨- وسائل وأشكال اتصال الخطاب الديني بجمهوره:

وفيما يتعلق بالوسائل والأشكال الاتصالية التي تعتبر أكثر فاعلية في نقل الخطاب الديني وتوصيله إلى الجمهور المستهدف فقد تمثلت في الاتصال

الشخصي بوزن نسبي ٨,٧٢ والإنترنت والقنوات الفضائية ووسائل الإعلام المطبوعة بوزن نسبي ٤,٥٨ ولذا يصبح من الأهمية استفاضة الخطاب الديني بشتى الوسائل الإعلامية التقليدية منها والحديثة وبالذات بالوسائل التي تكون أكثر فاعلية بين الغربيين الذين لا تصلهم إلا الصور المغلوطة عن الإسلام والمسلمين.

٩- جمهور الخطاب الديني:

ومن حيث الجمهور الذي يعتبر أكثر تأثراً بالخطاب الديني وفاعليته في توجيهه إلى الآخرين فقد جاء الجمهور العام دون تحديد فئة معينة في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٤,٣٢ والمؤسسات الإعلامية بوزن نسبي ٣,٨٢ وشباب الجامعات وتلاميذ المدارس بوزن نسبي ٣,٦٧.

١٠- الخطاب الديني وأحداث الحادي عشر من سبتمبر:

لقد تباينت وجهة نظر النخبة نحو أحداث الحادي عشر من سبتمبر، ففي حين اعتبرها البعض وبنسبة ٤٩% أحداثاً إرهابية ترقى إلى درجة ترويع الأمنين والحراية في الأرض، فإن البعض الآخر وبنسبة ١٩% اعتبرها قتالاً للكفرة والمشركين وأن ضحاياها غير أبرياء ويجوز قتالهم. كما أشارت غالبية النخبة وبنسبة ٦١% إلى عدم ثقتهم في السياسة الخارجية الأمريكية ودوافعها التي تسعى إلى وجود عسكري قوي للولايات المتحدة الأمريكية في كثير من دول العالم لدعم توازنات القوى بما يمنع من سيطرة قوة واحدة على العالم وتفاعلاته.

١١- أهم العقبات التي تحد من فاعلية الخطاب الديني:

وقد مثلت أهم العقبات في اتباع الخطاب الديني لأساليب نمطية لا تساعد على إقناع الجمهور المستهدف بمضمون الخطاب الديني بوزن نسبي ٧,٧١ وفي جهل الدعاة بالقضايا التي يعالجونها بنسبة ٧,٧١ وضعف المسلمين في مجالات متعددة بنسبة ٦,٠٩٧ وهو ما انعكس على الخطاب الديني.

ثانياً: توصيات الدراسة:

وبعد أن عرضت الدراسة لأهم نتائج تخلص إلى بعض التوصيات وهي:

١- ضرورة انتقاء واختيار القائمين على الخطاب الديني من العناصر المؤهلة علمياً ومهنياً وأخلاقياً لأن انتقاد القائم بالخطاب لعنصر منها يجعله غير صالح لمخاطبة الجمهور وغير قادر على إقناعه بمضمون الخطاب.

٢- يجب تحديد ماذا نعني بالخطاب الديني، فالمفهوم لا يجب أن يقتصر على ما يتلقاه الجمهور من على منابر المساجد أو الندروس أو المحاضرة أو المناظرة أو من خلال الكلمة المسموعة أو المشاهدة أو المطبوعة. ذلك أن الخطاب الديني يمتد ليشمل جوانب كثيرة يجب الاهتمام بها عند محاولة تجديده ومن هذه الجوانب المهمة إعداد المسلسلات والأفلام ومن خلال استخدام أحدث التقنيات والأساليب الحديثة في الإخراج والتمثيل والتصوير وكتابة النص بحيث يتفق مع نوق المتلقي ويحمل في نفس الوقت الرسالة التي نريد أن نوصلها إليه.

٣- ضرورة إنتاج خطاب ديني يعي المستجدات التكنولوجية والعلمية والطبية التي ظهرت في وقت متأخر من فترة تكون الخطاب الإسلامي الموروث وبعضها لم يظهر إلا حديثاً وقد ترتب على ظهورها أن الخطاب الديني الموروث لم يتناولها ولم يعالجها بعد الخطاب الديني الحالي علاجاً ناجحاً مما ترتب عليه انتقاد هذا الخطاب لما كان يتسم به في أول عهده من خصائص مثل الشمولية والإبداع والابتكار.

٤- ضرورة أن يعمل الخطاب الديني على تحقيق الوحدة والتكافل بين المسلمين وإلى التقريب بين المذاهب المختلفة وإلى تطهير المجتمع من الأفكار الضالة والفلسفات الملحدة من أجل أن يصبح المسلمون صفاً واحداً أمام التكتلات والمؤامرات المعادية للإسلام والمسلمين.

٥- ضرورة أن يتوجه القائمون على الخطاب الديني بخطابهم إلى تلاميذ المدارس وطلاب الجامعات ورواد النوادي ومعسكرات الشباب. وعدم حصر أنفسهم في نطاق المسجد يناقشون شؤون الدنيا والحياة برحابة صدر

وبأسلوب علمي ومجادلة حسنة لا تعصب فيها ولا سيطرة ولا إكراه، حرية تامة في المناقشة تربط الدنيا بالدين لأن الإسلام دين ودنيا يتلاءم مع كل زمان ومكان.

٦- ضرورة أن نتجنب الخطاب العاطفي بمعنى أن لا تكون الانفعالات والعواطف هي الموجهة لخطابنا الديني وبعده عن التجزئة عند طرحه للمشاكل والبحث لها عن حلول باعتبار أن الإسلام كل لا يتجزأ وأن لا يكون الموقف الدفاعي هو كل ما يستخدمه الخطاب الديني من أساليب إقناعية دون استخدامه لتكنيكات الإقناع الأخرى.

٧- ضرورة أن يتحرر الخطاب الديني من قيود السلطة وأن لا يتم تجديده بمعزل عن الخطاب السياسي والاجتماعي والاقتصادي والفني والرياضي ... إلخ باعتبار أن الخطاب ينهل من الشريعة الإسلامية التي تتصل بالبناء الاجتماعي والاقتصادي والسياسي للمجتمع.

٨- أن البشرية قد بلغت في العصر الحديث درجة التكامل الإعلامي الأمر الذي يحتم على الخطاب الديني أن يكون بلغة تيسر له سرعة ودقة التفهم العالمي وأن يكون صاحب منهج يحقق له اتساق واتزان العلاقات الدولية دون أي قصور في هذه اللغة أو أي خلل في هذا المنهج.

٩- الدعوة للتنسيق بين المؤسسات العاملة في حقل الدعوة والإعلام في الدول الإسلامية لرسم استراتيجية إعلامية واحدة حتى لا يتناقض الخطاب الديني وبالذات الموجه للدول الأجنبية بين دولة إسلامية وأخرى.

مراجع الدراسة:

- ١- رجع الباحث إلى عدة مراجع من أهمها:
 - وزارة الأوقاف تجديد الخطاب الديني لماذا وكيف؟ العدد ٨٤، ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٢م - ص ٧.
 - أحمد حمد أحمد: الخطاب الإلهي وكيف تلقته أفهام المخاطبين، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، العدد ٥٧، ١٩٩٧ ص ص ١٣٠-١٩٠.
 - مرعي مذكور: الاتجاهات الحديثة في بحوث الصورة الذهنية للعالم الإسلامي عند الغربيين، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد التاسع، يولية ١٩٩٨، ص ص ٧-٣٤.
 - عبد الملك منصور: خصائص الخطاب الإسلامي، بحث منشور في كتاب الإسلام وتطوير الخطاب الديني، رابطة الجامعات الإسلامية، ٢٠٠٢م، ص ص ٦٥، ٨٠.
 - جعفر عبد السلام: لماذا الدعوة إلى خطاب إسلامي معاصر، كتاب الإسلام وتطوير الخطاب الديني، مرجع سابق، ص ص ١٦-٢٠.
 - محمود حماد: الإعلام والدعوة بين التكامل والتضاد، بدون ناشر، ١٩٩٤، ص ٣٨.
 - عبد الله الزيد عبد الرحمن: دعوة الجماهير، مكونات الخطاب ووسائل التسديد، كتاب الأمة، وزارة الأوقاف، قطر، العدد ٧٦، ربيع الأول، ١٤٢١ هـ، ص ٣١.
 - على عجوة: الإعلام الإسلامي في القرن الحادي والعشرين، في كتاب الإسلام وتطوير الخطاب الديني، مرجع سابق، ص ص ٧٩-١٠٩.
 - محيي الدين عبد الحلیم: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، ط ٢، مكتبة الخانجي بالقاهرة، ١٩٨٤ ص ص ١٩-٢٣.
 - Samuel huntington, the clash of civilization, foreign affairs, volume 72, no 3, u.s.a, summer 1993 p.22-24.

- Yahya R. kamalipour, media images of Arabs Muslims and middle east in the united states: I : leo a, gherand and Hussein y amin, civic discourse and digital age communications in the middle east (u.s.a: ablex publishing corporation 2000, p.55.
- ٢- عادل عبد الرازق ضيف: رأي النخبة حول دور الإعلام في تحسين صورة العرب والمسلمين في الخارج، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثامن لكلية الإعلام "الإعلام وصورة العرب والمسلمين" الجزء الأول - ٢٠٠٢ م ص ٧٧-١٤٤.
- ٣- محمد رضا أحمد: أساليب تحسين صورة العرب والمسلمين كما تتركها الصفوة المصرية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثامن لكلية الإعلام، مرجع سابق، الجزء الثاني ص ص ٩٢٦-٥٩٥.
- ٤- أماني عمر الحسيني: إدراك المصريين لصورتهم الذاتية بعد أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١ من خلال تعرضهم للتلفزيون دراسة ميدانية على عينة من النخبة الأكاديمية بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثامن لكلية الإعلام، مرجع سابق، ص ص ٩٢٦-٩٥٩.
- 5- Bsyouni Ibrahim Hamada Arab image in the mind of eastern image makers the egyptia journal of communication research vol.1 no. 3, uly, September 2000.
- ٦- عبد العزيز شادي: الخطاب الديني والصراعات الدولية. خبرة ما بعد الحادي عشر من سبتمبر، ٢٠٠١، مجلة شئون عربية، الأمانة العامة لجامعة الدول الإسلامية، العدد ١٠٩، ربيع ٢٠٠٢، ص ص ١٤٨-١٦٧.
- ٧- سحر فاروق الصادق: صورة الغرب في الصحافة المصرية، دراسة تحليلية الإعلام قبل وبعد ١١ سبتمبر في صحف الأهرام - الأهالي، الأسبوع، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثامن لكلية الإعلام ، مرجع سابق الجزء الأول ص ص ٦٩٥-٧٣٧.

- ٨- محمد أحمد يونس: الخطاب الديني في الصحف المصرية خلال لافترة ما بين عامي ١٨٨٣ - ١٩١٤م، دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ٢٠٠٠م.
- ٩- أحمد حمد أحمد: مرجع سابق، ص ص ١٣٠-١٩٠.
- ١٠- على شوبل القرني: الخطاب الإعلامي العربي، المجلة المصرية لبحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الأول، يناير ١٩٩٧ ص ص ٣٧-٥١.
- ١١- مجمع اللغة العربية: المعجم الوجيز، جمهورية مصر العربية، ١٩٩٦، ص ٦٠٧.
- 12-Eguene ehrlich. Webster's dictionary. "Harper collions publishers. New York. 1993, p.176.
- ١٣- سعيد بشار: في مفهوم "النخبة ودور الوسيط أو المصادر الثقافية" الكلمة للدراسات والأبحاث العدد، ٢٥، السنة السادسة، ١٩٩٩، ص ص ٧٢-٨٤.
- ١٤- نفس المصدر.
- ١٥- عادل عبد الرازق ضيف: مرجع سابق. ص ص ٧٧-١٤٤.
- ١٦- جمال على زهران: تأثير الأوضاع الاجتماعية على المنقف العربي "مجلة الوحدة، عدد ٤، السنة الرابعة و ١٩٨٨، ص ٣٥.
- ١٧- مجمع اللغة العربية، مرجع سابق، مادة خطب، ص ٢٢.
- ١٨- سورة: ص، آية ٢٠.
- ١٩- سورة: ص آية ٢٣.
- ٢٠- سورة الذاريات آية ٣١.
- ٢١- محمد على الصابوني: صفوة التفاسير، جزء ١٧، المطبعة العربية الحديثة، القاهرة، ص ١٤١٧.
- ٢٢- القس إكرامي لمعي: تجديد الخطاب الديني، جريدة الأهرام، ٨ مارس ٢٠٠٢.
- ٢٣- عبد الملك منصور: مرجع سوابق ص ص ٦٥-٨٠.

- ٢٤- سامي خشبة: تجديد الخطاب الديني، جريدة الأهرام، ٢٩، ٢٣، ١٥ مارس ٢٠٠٢.
- ٢٥- القس إكرامي لمعي: مرجع سابق.
- ٢٦- عبد الملك منصور: مرجع سابق ص ص ٦٥-٨٠.
- ٢٧- سعيد إسماعيل على: الخطاب الإسلامي التربوي، بحث منشور في كتاب الإسلام وتطوير الخطاب الديني، مرجع سابق، ص ص ١٤١-١٦٠.
- ٢٨- سمير حسين: بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٥، ص ١٣٢.
- ٢٩- سورة الحجرات آية ١٠.
- ٣٠- سورة المائدة آية ٢.
- ٣١- أبو داود سليمان (الإمام الحافظ) سنن أبي داود، جزء ٤، دار الريان للتراث، ص ٢٧٥.
- ٣٢- سورة التكوير: آية ٢٧.