

اتجاهات طلاب الجامعات الفلسطينية نحو الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية

أعداد

د. أحمد أبو السعيد

عميد كلية الإعلام - جامعة الأقصى

د. زهير عابد

أستاذ مساعد - كلية الإعلام

جامعة الأقصى

موضوع الدراسة :

في ظل المتغيرات الدولية والهجمة المنظمة على العالمين الإسلامي والعربي من قبل اليهود الصهاينة أو المسيحيين الإنجلوتوراتية ، والذي طال رمز الرسول صلى الله عليه وسلم ، والإساءة إلى شخصيته الكريمة بالرسوم الكاريكاتيرية ، من قبل الصحف الغربية ، أو تدنيس المصحف في سجون العراق ، والعدوان على كل من العراق وأفغانستان تحت ذرائع مختلفة ، مثل نشر الديمقراطية والحرية ، وفي ظل الحصار الإسرائيلي على الشعب الفلسطيني ومعاقبته الجماعية على خياره الديمقراطي بانتخاب حركة حماس للسلطة ، ومعاناة المسلمين في كل مكان من العالم ، والظلم الذي يتعرضون له ، فهذا ولا شك فيه يتطلب من العالمين العربي والإسلامي العمل على وضع رؤية موحدة للخطاب الإعلامي الموحد ، يتصدى لهذه الهجمة العنصرية الشرسة التي يتبناها المتطرفون الدينيون في كل من أمريكا والغرب وإسرائيل من الصهاينة المسيحيين الذين يمثلون الكنيسة الإنجيلية في بريطانيا وأمريكا بالذات وفي عموم أوروبا عامة .

كما لا يخفى على أحد الأثر الهائل لوسائل الإعلام في توجيه الأمم والشعوب إلى الوجهة المرغوبة والمطلوبة ، لذا سعت الأمم والشعوب إلى التطوير المستمر لوسائل الإعلام المختلفة والهيمنة عليها ، لتكون في خدمة مصالحها وتحقيق أهدافها ، وفي ظل هذه الهيمنة نجد أن مجتمعاتنا العربية والإسلامية قد فشلت إلى يومنا هذا في وضع سياسة ، إعلامية وثقافية عربية وإسلامية تترجم هويتنا الثقافية ومعطياتنا الحضارية وتوجهاتنا التربوية على أسس من عقيدتنا وقيمنا وآمالنا في مواجهة هذه الهيمنة.^(١)

وفي ظل عالمين عربي وإسلامي يعيش في انقسام وضعف لم يسبق له مثيل في تاريخ الأمة منذ نشأتها ، تعتمد مؤسسات الإعلام في الدول العربية والإسلامية من إذاعة وصحافة وتلفاز على تدفق المعلومات والمادة الإعلامية بالذات من الخارج ، مثل وكالة اسشوستيدبرس ، ووكالة يونيتدبرس ،

ووكالة رويترز ، ووكالة الصحافة الفرنسية ، حيث تسيطر هذه الوكالات حسب تقرير الأمم المتحدة على ٨٠% مما ينشر في العالمين النامي والمتقدم.^(٢)

كما أن المؤسسات الإعلامية الإسلامية والعربية ليست وحدها على الساحة ، بل يوجد مؤسسات إعلامية إقليمية ودولية أخرى تتوجه إلى القارئ والمستمع والمشاهد العربي والإسلامي ، وتقدم له مادة إعلامية مختلفة في المضمون على طبق يختلف ، وينافي إلى حد كبير عما تقدمه وسائل الإعلام الإسلامية والعربية في الشكل والمضمون والمصادقية ، فالعالم العربي والإسلامي معرض إلى غزو ثقافي وفكري ، وخاصة أن الإنسان في ظل التطور الفكري والثقافي أصبح في حاجة كبيرة إلى المزيد من المعلومات التي في كثير من الأحيان تحرمه منه المنابر الإعلامية المحلية ، فكلما استوعب حقائق الموضوعات التي يتلقاها ومدى الصحة والخطأ فيها إلى الهروب إلى مصادر أخرى ، وبالتالي يصبح تأثره بهذه المصادر أكبر ، كما إننا في العالمين العربي والإسلامي مازلنا في حاجة إلى الغرب ليس في المادة الإعلامية وحسب ، ولكن إلى الأجهزة والتقنية الغربية نفسها التي تبت هذه المادة وتصنعها .

كما أن نسبة تطور وسائل الإعلام في بعض الدول الإسلامية والعربية هي أقل من نسبة النمو البشري ، مما يعني أنه لا تلقى التخطيط الكافي من القائمين على الإعلام في هذه الدول.^(٣)

ومن حيث الأساس فإن للإعلام في الإسلام ثوابت لا يكون إلا بها ، وتوجد العديد من الآيات القرآنية التي تتحدث عن هذه الثوابت والأخلاقيات ، وكيفية تعامل الإسلام مع الآخرين من خلالها، قال سبحانه وتعالى " لا إكراه في الدين قد تبين الرشد من الغي " ^(٤)

أيضا في الجدل الفكري اعتمد الرسول ﷺ في حوارهِ مع المشركين على أسلوب الحوار المتكافئ ، لقوله تعالى "وإنا وإياكم لعلى هدى أو في ضلال مبين" ^(٥) ، كما أن سبحانه وتعالى في قرآنهِ الكريم يدعو جميع

المؤمنين إلى اتباع أسلوب الحوار المبني على أسس وأخلاق حميدة ، تطبيقاً لقوله سبحانه وتعالى " ادع إلى ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن إن ربك هو أعلم بمن ضل عن سبيله وهو أعلم بالمهتدين ". (٥) .

كما يعتبر الإسلام الكلمة الطيبة هي أساس الحوار لقوله سبحانه وتعالى " ألم تر كيف ضرب الله مثلاً كلمة طيبة كشجرة طيبة أصلها ثابت وفرعها في السماء تؤتي أكلها كل حين بإذن ربها ويضرب الأمثال للناس لعلهم يتذكرون ومثل كلمة خبيثة اجتثت من فوق الأرض ما لها من قرار ". (٦) .

ويحث الإسلام على قول الصدق ، والحق ، وعدم اللجوء للكذب ، وتزوير الحقائق ، كما فعل اليهود والنصارى في تحريف كلام الله في التوراة والإنجيل ، لقوله سبحانه وتعالى " يا أيها الذين آمنوا إذا جاءكم فاسق بنبأ فتبينوا أن تصيبوا قوماً بجهالة فتصبحوا على ما فعلتم نادمين " . (٧) .

وبناءً على هذه الثوابت والأخلاق ، فلا بد للإعلام الفلسطيني من رسم خطوط واضحة لخطابه الإسلامي لمواجهة التحديات ، والتصدي للهجمة العنصرية اليهودية والخطاب الديني الإسرائيلي التي يتعرض لها المسلمون في فلسطين خاصة والعالمين العربي والإسلامي الذي هو عضو فعال في جسده ، ولمكانة فلسطين في عيون العرب والمسلمين بصفتها الأرض المقدسة ، وأرض المسجد الأقصى مسرى ومعراج الرسول ﷺ إلى السماء ، وأولى القبلتين وثالث الحرمين التي تشد إليه رحال المسلمين من كل مكان ، فالعالمان العربي والإسلامي يواجه في خطابه الإعلامي العديد من المشكلات لمواجهة المتغيرات والصراع الذي تحاول أن تفرضه الدول الغربية عليه، ومن هذه المشكلات التنوع المذهبي والطائفي ومدى الفقر بين دوله المختلفة.

والخطاب الإسلامي يتحمل مسؤولية ضخمة في هذا المجال فعليه أن يوقظ الهمم ، ولا يكتفي بالضرب على أوتار العواطف ، وعليه أن يسهم بفاعلية في مكافحة سلبيات وإيجابيات الأمة ، والتركيز على أولوياتها وما

يهمها ، والارتقاء بمستوى أسباب الأمة التي تعمل على تقدمها ، وإيرازها كأمة ذات ماض عريق قدم للبشرية كل الخير والسلام ، وعدم الدخول في جدل عقيم حول الهامشيات

والخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية ليس بمنأى عن العالمين العربي والإسلامي ، فهو يواجه من المعوقات والمشاكل ما تواجهه وسائل الإعلام في الدول العربية والإسلامية ، كما لشباب العالمين العربي والإسلامي من دور في النهوض بأمتهما العربية والإسلامية ، فإن للشباب الفلسطيني وخاصة طلاب الجامعات من التضحيات الكبيرة والنضال من أجل نصره هذه الأمة ، ولا أحد يستطيع التشكيك في دورهم ومكانتهم في المجتمع كفئة فعالة .

وإذا كان الإنسان كفرد هو حجر الزاوية في العملية الاتصالية باعتباره مبدعها ومنتجها ومستهلكها ، فإن طلاب الجامعات يقومون بدور رئيسي في العملية الاتصالية ، لما لآرائهم من أهمية نحو الخطاب الإسلامي ، فوسائل الإعلام تهتم كثيراً بهذه الفئة من المجتمع بصفقتها جيل المستقبل ، والذي سوف يكون على عاتقه حماية الأمة والدفاع عنها ، ولهذا يوجه إليه المعلومات والتعليقات والثقافات والأفكار التي تغطي كافة أشكال الحياة والنشاط الإنساني . (٩)

ويكتسب طلاب الجامعات أهمية خاصة ليس بصفقتهم عنصراً فعالاً في المجتمع فقط ، بل بما لديهم من قدرة كامنة على التأثير في الأفكار والآراء وتشكيلها ، فالرأي العام يعتمد على أولئك الذين يمثلون فئة كبيرة في المجتمع ، وبصفة طلاب الجامعات سفراء لأسرهم في الجامعات ، يبحثون عن العلم والحقيقة والمعرفة ، وكونهم يتصرفون على أساس أنهم أعين الجماهير الساهرة .

ومما لا شك فيه أن وسائل الإعلام الفلسطينية من منطلق قضية فلسطين كقضية عربية إسلامية ومالها من أهمية دينية وقومية وتاريخية ، فهو يلعب دوراً مهماً في ظل المتغيرات الدولية للعمل على تصحيح خطابه الإسلامي ليتماشى مع هذه المتغيرات .

أهمية الدراسة :

١- تكمن أهمية الدراسة في كونها تجمع بين فئة طلاب الجامعات الفلسطينية ووسائل الإعلام معاً على اعتبار أن هناك علاقة تفاعل متبادل بينهما ، وبخاصة وأن طلاب الجامعات تمثل فئة الشباب الذين يشكلون قطاعاً حيوياً ليس في البناء الاجتماعي فحسب بل بين جمهور وسائل الإعلام ، كما وأن طلاب الجامعات هم الفئة الأكبر استخداماً وتعرضاً لوسائل الإعلام .

٢- يمثل الطلاب صنفوة علمية واجتماعية تسمح لهم بالتأثير في دوائر صنع القرار والرأي العام ، ولهذا فإن دراسة اتجاهاتهم نحو الخطاب الإسلامي تكتسب أهمية خاصة .

٣- يتمتع عدد كبير من طلاب الجامعات بالتعبير عن آرائهم في وسائل الإعلام باعتبارها المصدر المهم الذي لا يستغنى عنه طلاب الجامعات في الموضوعات المختلفة التي يقرؤون عنها ، ولذلك فإنهم يكونون اتجاهات نحو الخطاب الإسلامي ينبغي الكشف عنها .

٤- تمثل وسائل الإعلام قنوات مهمة لحصول طلاب الجامعات الفلسطينية على الأخبار والمعلومات والآراء التي تشكل جزءاً من اتجاهاتهم نحو الخطاب الإسلامي .

٥- استكمال التراكم العلمي حيث يتناول البحث موضوعاً لم يسبق دراسته على الساحة الفلسطينية .

الدراسات السابقة :

قليلة هي الدراسات الإعلامية التي تتناول الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام المختلفة ، بالرغم أنه يوجد في السنوات القليلة الماضية اهتمام ملحوظ بالدراسات التي تناول علاقة الجمهور بوسائل الإعلام المختلفة ، نتيجة مالها من أهمية ، ونظراً للتطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصال ، والأحداث العالمية في جميع المجالات المختلفة السياسية والاجتماعية

والاقتصادية ، ولعل من أهم هذه الدراسات التي تمت بصلة قريبة من دراستنا هذه ، الدراسات التالية :

١ - دراسة بعنوان : " أساليب الاستخدام السياسي للإسلام في مضمون الدعاية العراقية خلال حرب الخليج " (١٩٩٢م) (١٠)

شملت الدراسة على العديد من المواد والمضامين الإعلامية ، حيث بلغ مجموع المضامين التي تم تسجيلها من إذاعة بغداد ساعة وخمس وثلاثون دقيقة ، وهي تشتمل على ٤٢ نشرة إخبارية وموجز أنباء ، و ٢٤ تعليقا سياسياً وقراءة لافتتاحيات صحف ومقالات لكتاب أعمدة ، و ٢٠ فقرة إذاعية ، وأقوال وتصريحات وأحاديث لكبار المسؤولين العراقيين ، وأغان وطنية وحماسية ، وقد استخدم في هذه الدراسة منهج الدراسات المسحية ويعد هذا أحد مجالات تحليل المضمون ، وتبين من الدراسة أن من الأساليب الدعائية العراقية التي شاع فيها استخدام المضامين والمعاني الإسلامية محاولة الدعاية تبرير قتال العراقيين وإلباسه ثوب الشرعية الإسلامية ، كذلك من الأساليب الدعائية التي برز فيها استخدام الدين بمفاهيمه وقيمه تسمية الأسلحة العراقية بأسماء إسلامية ، أيضاً التركيز على الخط الإسلامي باستخدام الآيات القرآنية والرموز الإسلامية لحث المقاتلين على ما أسمته الجهاد .

٢ - دراسة بعنوان : "قارئية الصحف الدينية في مصر - دراسة ميدانية" (١٩٩٧م) (١١)

وهي دراسة طبقت على ١٥٠ مفردة عشوائياً من بين الذين يقرأون الصحف الدينية في ثلاث محافظات هي القاهرة الكبرى ، محافظة بني سويف ، محافظة كفر الشيخ ، بواقع ٥٠ مفردة لكل منها ، حيث استخدم الباحث المنهج المسحي وأداة الاستقصاء ، وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ، انخفاض كبير في نسبة قراءة الصحف الدينية بانتظام ، حيث أنها لم تتجاوز ١٥,٢% ، وأن أهم الصحف التي يقرأها أفراد العينة بانتظام هي ، اللواء الإسلامي ، ومجلة الأزهر والوعي الإسلامي ، وجريدة عقيدتي ،

ومجلة منبر الإسلام ، ومنار الإسلام ، وأن أهم الصحف التي ترتفع نسبة عدم قراءتها هي مجلة التصوف الإسلامي ، والهدى النبوي ، والمجاهد ، وجريدة العالم الإسلامي ، ومجلة التوحيد ، وجريدة النور الإسلامية ، وتبين أن أهم دوافع قراءة الصحف الدينية بانتظام لدى أفراد العينة هي متابعة أخبار ومشكلات المسلمين محلياً وإقليمياً ودولياً، يليها معرفة الاتجاه الإسلامي من القضايا والأحداث الجارية ثم التزود بالثقافة الإسلامية ومعرفة أحكام الدين .

٣ - دراسة بعنوان : " تأثيرات الإنترنت على المجتمع الإسلامي " ، دراسة باللغة الانجليزية عام (١٩٩٩م). (١٢)

حيث أوضح الباحث من خلال التطبيق على مستخدمي الإنترنت بجامعة ماليزيا الإسلامية ، أن هناك علاقة قوية بين استخدام الإنترنت كوسيلة عالمية للاتصال ، والثقافة الامبريالية ، فقد عبر معظم مستخدمي الانترنت محل الدراسة عن شعورهم بهيمنة الثقافة الغربية عبر الشبكة ، غير أن الدراسة لم تجد دعماً قوياً للافتراض القائل بأن الإنترنت توسع الثقافة الغربية على حساب الثقافة الإسلامية ، وتخلص الدراسة إلى أن شبكة المعلومات العالمية قد ينظر إليها باعتبارها وسيلة حيوية للحوار أكثر منه وسيلة للصدام بين الإسلام والغرب .

٤ - دراسة بعنوان : " الإسلام الافتراضي : الاتصال باستخدام الحاسب الآلي والبيئات الإسلامية الكونية " دراسة باللغة الإنجليزية عام (٢٠٠٠م). (١٣)

ركزت الدراسة على تفاعل الإسلام مع شبكة الإنترنت ، وقد تناول فيها بعض مظاهر حياة الأمة الإسلامية على الإنترنت ، وعينت الدراسة بتأثير تقنية المعلومات على الكيفية التي يقترب بها المسلمون من الإسلام و يترجمونه ، كما تناولت تأثير الانترنت على الكيفية التي يدرك بها غير المسلمين الإسلام والقضايا المتعلقة به ، وخلصت الدراسة إلى أن التكامل في

الوسائط المتعددة ومشاهدتها يؤثر على فهم الإسلام والهوية الإسلامية .

٥ - دراسة بعنوان : " العوامل المؤثرة في تشكيل خطاب الصحافة

العربية والدولية تجاه أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠٠م وتداخياتها " (٢٠٠٢م) (١٤).

في هذه الدراسة استخدمت الباحثة منهج المسح لمواد الرأي المباشر بصحيفة الدراسة ، وهي : المقالات بأنواعها ، بريد القراء ، والكاريكاتير ، في الفترة من ٩/١٢ وحتى نهاية ٢٠٠١م ، كما استخدمت الباحثة تحليل المضمون ، وتحليل مسار البرهنة ، ووجدت أن أحداث سبتمبر قد نجم عنها العديد من النتائج أهمها : حملات التشويه ضد الدول العربية والإسلامية ، وفي مقدمتها مصر والسعودية ، وبداية ظهور ملامح خريطة جديدة للعالم ، وإسقاط طالبان ، والتهديد بضرب العراق ، كما أشارت الدراسة إلى أن هناك قصوراً في الإعلام العربي بشكل عام.

٦ - دراسة بعنوان : "أبرز القضايا التربوية المستتبطة من خطابات

الإمام أحمد ياسين " (٢٠٠٥م) (١٥).

تتناول هذه الدراسة أبرز القضايا المستتبطة من الخطاب الإعلامي للشيخ أحمد ياسين ، وتحديداً أبرز صفاته التربوية ، والأساليب التربوية التي كان يستخدمها الشيخ وموقفه من تعليم المرأة ، ثم المجالات التربوية الإسلامية عنده ، وقد استخدم الباحث في دراسته المنهجين التاريخي و الوصفي التحليلي ، كما استند الباحث إلى طريقة تحليل المضمون الكيفي للخطاب الإعلامي الذي تناول الشيخ أحمد ياسين ، ومن أبرز النتائج التي توصل إليها الباحث ، أن هناك العديد من القضايا التربوية التي تم استنباطها من الخطاب الإعلامي مثل : الأساليب التربوية ، كأسلوب القدرة الحسنة وأسلوب الرفق وكذلك أسلوب الإبداع ، ومن النتائج أيضاً موقف الشيخ أحمد ياسين الإيجابي من تعليم المرأة، كذلك توصل الباحث إلى عدد من المجالات التربوية الإسلامية كالتربية الجهادية والبدنية والاجتماعية والأخلاقية .

٧ - دراسة بعنوان : "خصائص الخطاب الإعلامي للشيخ أحمد ياسين - دراسة تحليلية لمقابلات الشيخ الصحفية في انتفاضة الأقصى" (٢٠٠٥م). (١٦)

تسعى الدراسة لتعرف على خصائص الخطاب الإعلامي للشيخ أحمد ياسين في فترة انتفاضة الأقصى ٢٨/٩/٢٠٠٠م - ٢٢/٣/٢٠٠٤م ، من خلال تحليل المقابلات الصحفية ، سواء على صعيد الصحف المحلية أو العربية أو الدولية ، مستخدماً أداة تحليل المضمون الكيفي لا الكمي . ومن أهم النتائج التي توصل إليها : أن الشيخ كان يهتم كثيراً بالإعلام والإعلاميين ، وأنه ملك خطاباً يعتمد على القرآن والسنة النبوية والتاريخ ، الذي يتميز بالتعبير عن الهم العام ، والقوة والعزة والكرامة ، والأمل في المستقبل ، والدعوة إلى الوحدة الوطنية وتوضيح الإستراتيجية والتكتيك عند حركة حماس .

٨ - دراسة بعنوان: " وسائل الإقناع والتأثير في الخطاب الديني" (٢٠٠٥م) (١٧)

استعرض الباحث الأساليب الدعوية للخطاب الديني لدى العديد من الأنبياء والمرسلين داعياً إلى التجديد في أسلوب الخطاب الديني ، ثم قسم الخطاب الديني إلى نوعين : خطاب ديني خاص بالمسلمين ، وخطاب ديني لغير المسلمين ، وتحدث عن أساليب الإقناع والتأثير في الخطاب الديني للمسلمين ، ومنها : الدعوة بالقدرة ، والدعوة بالقول ، والدعوة بالكتابة ، ثم تحدث عن وسائل الإقناع والتأثير في الخطاب الديني لغير المسلمين منها : الدعوة بالخلق الحسن ، والدعوة بالقول ، والدعوة بالكتابة ، وعدد كل الوسائل الإعلامية اللازمة لعملية الإقناع في كل منهما .

٩ - دراسة بعنوان : " دور الخطاب الديني بالصحف المصرية في تلبية احتياجات الجمهور" (٢٠٠٥م) (١٨) .

هدفت الدراسة إلى فهم الخطاب الشرعي ومسئوليته في التعريف

الصحيح بالدين وتفنيد أي دعايات كاذبة لأعداء الإسلام ، وبيان تأثيره كمصدر لالتماس الفكر الديني ، ومن ثم الوصول إلى تفعيل دور الخطاب الديني ، وأهم ما توصلت إليه الدراسة أن أهم الموضوعات التي تهم أفراد العينة الخاصة بالمعلومات ٤٢% - تليها العبادات بنسبة ٣٠% - وأخيراً العقائد بنسبة ٢٨% ، وأن أهم مصادر الخطاب الديني هي الدعاة المشهورين بنسبة ٥٨,٩% ، يليها علماء الأزهر بنسبة ٢٧,٩٤% ، وأخيراً كبار الكتاب بنسبة ١٣,٩٧% ، أما من حيث مصادر الخطاب الديني وترتيبها في وسائل الإعلام ، فقد جاءت إذاعة القرآن الكريم أولاً ، ثم الشرائط الدينية ، وأخيراً الكتب الدينية .

١٠ - دراسة بعنوان : "الإعلام والخطاب الدعوي" (٢٠٠٥م) (١٩) .

فرق الباحث في دراسته بين الإعلام الإسلامي والإعلام العام فالأول يقوم على قاعدة الحرام والحلال ، لذلك نوه إلى أن الوسائل المستخدمة في الإعلام ليست حراماً ، إنما الحرام في المضمون إذا كان مخالفاً لأصول الشرع ، والخطاب الدعوي يتطلب من الداعي الالتزام بالدعوة والارتقاء من أجل تخفيف الرسالة الدعوية والإعلامية ، واختتم دراسته بالدعوة إلى تجديد الخطاب الدعوي ، لأن الإسلام والدعوة رسالة ومسؤولية وليست تجارة ، ولأن الإعلام والدعوة رسالة محبة وتفاعل وخير ، وليست إثارة النعرات والقبليات ، بل رسالة تفاهم وتقدم .

تعقيب على الدراسات السابقة الدراسات السابقة :

١. استخدمت الدراسات السابقة المناهج البحثية التالية : منهج المسح الإعلامي ، والمنهج المقارن والمنهج التاريخي ، واستعانت بالأساليب البحثية التالية: المقابلة الحرة والمقننة ، والملاحظة العلمية المقصودة ، والاستقصاء ، ودراسة الحالة ، وتحليل المضمون الكمي والكيفي .
٢. اعتمدت الدراسات السابقة على اختيار العينة العشوائية من المجتمع الذي تقوم بدراسته وتتراوح حجم العينة بين ٥٠-٢٠٠ مفردة .

٣. جمعت الدراسات العربية بين الأبحاث النظرية والميدانية التي سعت إلى تصنيف وتحليل الأوضاع الراهنة للخطاب الإعلامي الإسلامي في كل من فلسطين والعراق ، والدراسات باللغة العربية تناولت الخطاب الإعلامي في شبكة الانترنت والحاسب الآلي ، بالتطبيق على العديد من المواقع .

٤. ركزت الدراسات السابقة على الخطاب الإعلامي الإسلامي وعلاقته بالجمهور ، وكذلك تعرض هذا الجمهور واستخدامه لوسائل الإعلام والعلاقة التفاعلية بينهما .

٥. لذا تسعى هذه الدراسة الحالية لاستكمال التراكم العلمي بدراسة هذا الموضوع الذي لم يسبق دراسته .

مشكلة الدراسة :

أدت التطورات السريعة والمتلاحقة في المجالات العلمية المختلفة وخاصة في مجال تطور وسائل الإعلام وتقنيته إلى التنافس الشديد بين وسائل الإعلام في العالم كله ، بعد أن أصبح يعيش في قرية كونية صغيرة ، تتوارد إليه الأحداث ثانية بثانية ، وهو ما ترك أثر قوياً على مدركات واتجاهات طلاب الجامعات نحو الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطيني ، حيث تعتبر من الفئات الفعالة في المجتمع ، الذي تحمل على عاتقها مستقبل وهموم وآمال وطموحات هذه الأمة ، حيث تكمن مشكلة الدراسة في معرفة اتجاهات طلاب الجامعات الفلسطينية نحو واقع الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية ، وفي كونه من أول البحوث التي تجرى على الساحة الفلسطينية وعلى فئة الشباب بشكل خاص ، من أجل تحديد المعوقات التي تواجهه ، ووضع الحلول المناسبة أمام الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية ، لكي يواكب المتغيرات الدولية المعاصرة ، ويتصدى لما يتعرض له العالمين العربي والإسلامي في كل مكان وفي فلسطين خاصة .

أهداف الدراسة :

- ١- تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف عام وهو معرفة اتجاهات طلاب الجامعات نحو الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية .
- ٢- تحديد العوامل التي تؤثر في مستقبل الخطاب الإسلامي الفلسطيني من منظور طلاب الجامعات الفلسطينية .
- ٣- تحديد خصائص وسمات الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية .
- ٤- توضيح أهمية الخطاب الإسلامي طبقاً لمفهوم طلاب الجامعات الفلسطينية في وسائل الإعلام الفلسطينية .
- ٥- تحديد أهم المعوقات والمشاكل التي تواجه الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية .
- ٦- وضع رؤية مشتركة لمستقبل الخطاب الإسلامي في الإعلام الفلسطيني .

تساؤلات الدراسة :

١. ما هو الواقع العملي للخطاب الإسلامي كما يراه طلاب الجامعات الفلسطينية في وسائل الإعلام الفلسطينية ؟
٢. ما هي أهمية الخطاب الإسلامي من مفهوم طلاب الجامعات الفلسطينية ؟
٣. ما تأثير الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية على طلاب الجامعات الفلسطينية ؟
٤. ما هي العوامل التي تؤثر على الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية ؟
٥. كيف يمكن للخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية من التصدي

للهمجة على الإسلام ؟

٦. ما هو الدور الذي يلعبه الخطاب الإسلامي في دعم القضية الفلسطينية ؟
٧. هل عمل الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية على دعم الوحدة الوطنية خاصة والعربية والإسلامية عامة ؟
٨. هل تم توظيف الخطاب الإسلامي لصالح انتفاضة الأقصى بشكل مميز في وسائل الإعلام الفلسطينية ؟
٩. هل استطاع الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية مقاومة الخطاب الديني الإسرائيلي ؟
١٠. ما هي القضايا المهمة التي يتناولها الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطيني ؟
١١. ما الموضوعات التي تهم طلاب الجامعات الفلسطينية ويجب أن تتناولها الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية ؟
١٢. ما هي أهم المشكلات التي تواجه الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطيني .
١٣. ما هي رؤية طلاب الجامعات الفلسطينية لمستقبل الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية ؟
١٤. هل وسائل الإعلام الفلسطينية تلتزم في أدبياتها بالثوابت والمبادئ الإسلامية ؟
١٥. ما هو المطلوب من الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية ليواكب المتغيرات الدولية ؟

نوعية البحث :

ينتمي هذا البحث إلى مجموعة البحوث الاستطلاعية الوصفية التي تهتم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة محل الدراسة ، وتعمل

على تحليل وتفسير وتقييم خصائص هذه الظاهرة ، بهدف تقديم توصيف دقيق لاتجاهات طلاب الجامعات الفلسطينية للخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية عامة ، بهدف جمع البيانات اللازمة لرصد وتوصيف الظاهرة محل الدراسة ، والذي يساعد على إمكانية التعميم والتنبؤ بالنسبة للخطاب الإسلامي موضوع البحث .(٢٠)

منهجية البحث :

اعتمد هذا البحث على منهجين رئيسيين هما :

- المنهج الوصفي التحليلي من أجل توصيف الظاهرة وتحليلها للوقوف على اتجاهات طلاب الجامعات الفلسطينية تجاه الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية.

- المنهج المقارن : للتعرف على درجة الاتفاق أو الاختلاف بين إجابات طلاب الجامعات الفلسطينية نحو الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية .(٢١)

مجتمع البحث :

تحدد مجتمع البحث من طلاب الجامعات الفلسطينية المختلفة الخاصة والحكومية المتواجدة في قطاع غزة ، وهي جامعة الأقصى ، والجامعة الإسلامية ، وجامعة الأزهر ، كما أن ظروف الاحتلال لم تسمح للباحثين بالتنقل بين قطاع غزة والضفة الغربية لمعرفة اتجاهات الطلبة في الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية ، حيث يتناسب هذا المجتمع مع موضوع البحث ، ويساعد على تحقيق الهدف الرئيسي للبحث وهو معرفة اتجاهات طلاب الجامعات الفلسطينية نحو الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية ، وقد روعي في طلاب الجامعات ما يلي :

• التنوع في المستويات الدراسية .

- التوزيع على الجامعات الخاصة والحكومية .
- التوزيع على مختلف التوجهات السياسية .
- الممارسة الفعلية والاهتمام بالجانب العلمي .
- التنوع في التخصصات العلمية المختلفة .

عينة البحث :

اختار الباحثان عينة قوامها (٣٠٠) مفردة تم اختيارها طبقاً للاعتبارات السابقة ، وهي عينة عشوائية طبقية روعي فيها التوزيع المتناسب على الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة ، وعينة عمدية مقصودة من مفردات العينة من الطلاب ، روعي فيها التوزيع المتساوي بين الطلاب والطالبات ، وتم اختيارها على هذا الأساس نظراً لتجانس مجتمع البحث ، واشترائه في كثير من الصفات المشتركة فيما بين فئاته ، من أجل التوصل إلى رؤية شاملة تعبر عن كافة الاتجاهات لطلاب الجامعات الفلسطينية تجاه الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية .

أدوات جمع البيانات :

١- استمارة الاستبيان : اعتمد البحث في جمع البيانات على الاستبيان كأداة منهجية لجمع البيانات ، ثم تطبيق هذا الأداة في إطار منهج المسح بأسلوب الاستبيان الحر ، وهو ترك الاستبيان مع المبحوثين فترة من الزمن تتيح لهم الإجابة بحرية تامة دون تدخل من الباحثين ، من أجل سبر أغوارهم ومعرفة اتجاهاتهم بحرية مطلقة ، ولقياس متغيرات الدراسة القابلة للقياس من حيث الوعي باحتياجات طلاب الجامعات الفلسطينية للخطاب الإسلامي والعوامل المؤثرة في الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية ، خلال شهر أغسطس ٢٠٠٦م ، وقد روعي في تصميم صحيفة الاستبيان الخطوات المنهجية في بنائها بحيث تغطي كل الأهداف المحدده للبحث ، (٢٢)

وأن تقيس المتغيرات التي يهدف البحث التحقق منها، حيث اشتملت على مجموعة من الأسئلة التي تهدف إلى رصد وتحليل وتوصيف رؤية واتجاهات طلاب الجامعات الفلسطينية للخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية، وقد اشتملت صحيفة الاستبيان على عدة محاور أساسية وهي :

- العوامل الديموغرافية للمبحوثين من طلاب الجامعات الفلسطينية .
- واقع الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية.
- الظروف المحيطة بالخطاب الإسلامي .
- دور الخطاب الإسلامي في دعم الوحدة الفلسطينية .
- الموضوعات التي يتناولها الخطاب الإسلامي الفلسطيني .
- رؤية طلاب الجامعات لمستقبل الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية .

٢- الملاحظة المباشرة : استخدم البحث أداة الملاحظة المباشرة للتوصل إلى بعض الدلالات التي تفيد في بناء الاستنتاجات العلمية الخاصة باتجاهات طلاب الجامعات الفلسطينية نحو الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية. (٢٣)

أسلوب تحليل البيانات والمعالجة الإحصائية :

تم اتباع الآتي :

- استخدام الأسلوب الإحصائي المتبع في العلوم الاجتماعية برنامج SPSS.
- الاستعانة بالمقاييس الإحصائية التالية :
- الجداول التكرارية البسيطة والمتقاطعة .
- النسب المئوية .

إجراءات الصدق والثبات :

أولاً : صدق المقياس :

لا بد أن يتيح المحتوى نتائج صادقة ، والصدق هو حكم عام على أن المقياس يقيس بالفعل ما يفترض أن يقيسه ويرتبط الصدق بالإجراءات التي تتبع عند التحليل مثل تحديد مجتمع الدراسة ، وعينة البحث . والصدق ليس مطلقاً ولكنه نسبياً فلا يوجد مقياس صادقاً تماماً ، أو مقياس غير صادق مطلقاً ، وهنا استخدم احد أنواع الصدق وهو الصدق الظاهر ، حيث تم عرض المقياس في صورته الأولية على مجموعة من السادة المحكمين والخبراء الذين يقررون أن الأداة تقيس بالفعل ما يفترض قياسه ظاهرياً ،^(٢٤) وللتعرف على آرائهم فيما يلي :

- ١ . تحديد انتماء كل عبارة للمحور المندرجة تحته .
- ٢ . إضافة عبارات أخرى مناسبة أو حذف عبارات غير مناسبة .
- ٣ . وضوح وملاءمة الصياغة اللفظية للعبارات .
- ٤ . مدى تناسب العبارات لكل محور من محاور القياس .
- ٥ . ملاءمة أو عدم ملائمة أبعاد المقياس واقتراح أخرى يمكن إضافتها .
- ٦ . دمج أحد الأبعاد في آخر .
- ٧ . إضافة اقتراحات أخرى .

ثانياً : ثبات المقياس :

الثبات يعبر عن الاتساق الذي يتم إحرازه من جمع بيانات الدراسة ، ويشير إلى مصطلح الثبات إلى إمكانية الوصول إلى النتائج نفسها عندما يقوم باحث آخر بإتباع إجراءات البحث نفسها.^(٢٥) ثم تم تطبيق الاستمارة على عدد (٣٠) مفردة من العينة ، حيث بلغت قيمة معامل الثبات (٠,٨٥) مما يشير إلى ثبات المقياس ودقته .

الإطار النظري التفسيري للدراسة :

استندت الدراسة الحالية في تفسير المشكلة البحثية إلى نظرية التأثير المعتدل لوسائل الإعلام ، والتي برزت في أواخر الستينيات وفي السبعينيات من القرن الماضي ، وهي تشمل العديد من المداخل لفهم تأثير وسائل الإعلام والتي منها النماذج التالية :

١- الاستخدامات والإشباعات : Uses and Gratifications

٢- الاتكال (التبعية) على وسائل الإعلام: The Media Dependency

يرى بعض الباحثين أن أي محاولة لدراسة الاتجاهات البحثية والنظرية في التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري في المستقبل يصعب عليها أن تتجاهل نموذج الاستخدامات والإشباعات ، فقد أدى ظهور وانتشار وسائل الاتصال الجماهيرية الجديدة كالانترنت إلى بعث الحياة من جديد في هذا النموذج ، حيث يتسم هذا النموذج بطبيعة نفسية اجتماعية وتتخذ من الجمهور محوراً لها ، كما تبحث في التأثيرات الاجتماعية غير المباشرة ، وتفترض أن الجمهور نشيط وإيجابي في تفاعله مع وسائل الإعلام بهدف إشباع الاحتياجات النفسية والاجتماعية له ، فإن هذا النموذج يأخذ في الاعتبار المتلقي كنقطة بدء له بدلاً من الرسالة الإعلامية ثم يخبرنا عن سلوكه الاتصالي فيما يتعلق بتجربة الفرد مع وسائل الاتصال. (٢٦)

ويشير نموذج الاستخدامات والإشباعات إلى أن الجمهور لديه دوافع يستند إليها في سلوكه الاتصالي وعاداته مع وسائل الإعلام ، وأن الجمهور يسعى لتحقيق إشباع بعينها من تعرضه لوسائل الإعلام .

هذا المدخل يهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منتظمة مركزة على الوظائف الأساسية التي تقوم بها وسائل الإعلام من وجهة نظر الأفراد المستخدمين لهذه الوسائل والمستهلكين لمضمونها. (٢٧)

ويرى هذا النموذج أن الأفراد يوظفون بفاعلية مضامين الرسائل الإعلامية بدلاً من أن يتصرفوا سلبياً تجاهها ، ومن ثم فإن هذا المدخل لا

يفترض وجود علاقة مباشرة بين الرسائل الإعلامية والتأثيرات على الجمهور ، ويفترض بدلاً من ذلك أن الجمهور يستخدمون الرسائل لأمر كثيرة ، وتلك الاستخدامات تلعب كعوامل وسيطة في عملية التأثير،^(٢٨) وفي هذا الصدد عيّنت الدراسة الحالية بالتعرف على دوافع تعرض طلاب الجامعات الفلسطينية إلى وسائل الإعلام الفلسطينية ، ورصد لاحتياجاتهم الإعلامية وإشباعاتهم المتحققة من سلوكهم الاتصالي .

فالأفراد يختارون محتوى الوسائل بإرادتهم ، ووفقاً لاهتماماتهم وقيمهم وأدواتهم الاجتماعية التي تؤثر في اختيارهم لوسيلة معينة ولمضمون معين^(٢٩) .

وفي ضوء هذا الإطار التفسيري يمكن رسم السياسات وإعداد البرامج والمواد الإسلامية التي تلبي احتياجات الطلاب الجامعيين كقطاع مهم في المجتمع الفلسطيني عامة وجمهور وسائل الإعلام خاصة.

وهذا ما أكد عليه شرام (Shramm) بأن ٧٠% من الصور التي يبينها الإنسان لعالمه مستمدة من وسائل الإعلام الجماهيرية ، وتعد احتمالات تأثير الفرد بما يتعرض له من وسائل الإعلام احتمالات كبيرة ، لذا تلعب المعلومات التي تتناقلها وسائل الإعلام دوراً كبيراً في تكوين معارفنا واتجاهاتنا وانطباعاتنا عما يدور حولنا بما يؤثر في تصرفات الإنسان.^(٣٠)

ومن ناحية أخرى يشير نموذج الانتكال (التبعية) أن الجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام ليحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة ، وينسجم هذا النموذج مع نموذج الاستعمال والإشباع ، ولكنه يختلف عنه بأن نموذج التبعية يفترض تفاعلاً بين وسائل الإعلام ، والجمهور المنلقي والمجتمع ، وتأثير وسائل الإعلام يرتبط بهذا التأثير ، وفي مثل هذه الأوقات فإن انتكال الناس على وسائل الإعلام يزداد للحصول على المعلومات التي تساعدهم في الاختيارات ، ويشتمل هذا النموذج على ثلاثة أنماط من التأثيرات، التأثير المعرفي ، والتأثير العاطفي ، والتأثير السلوكي ، وتأثيرات الاتصال الجماهيرية في هذه الحقول الثلاثة هي وظيفة مرتبطة إلى حد كبير

بدرجة الاتكال على المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام ، (٣١) حيث أن المجتمعات المعاصرة تتسم بانحسار الخبرات الذاتية والمباشرة للجمهور مع القضايا والموضوعات والأحداث المختلفة ، وإزاء ذلك يعتمد أفراد الجمهور على وسائط الخبرات غير المباشرة وإبرازها في وسائل الإعلام ، وذلك لاستقاء المعلومات عن الأحداث والقضايا المثارة .

ومن خلال نموذج التأثيرات المعرفية التي تحدد إلى أي حد يعتمد الشباب الفلسطيني على الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام في إستقاء معلوماتهم ، كذلك التأثيرات الوجدانية التي تحدد مدى تأثير الخطاب الإسلامي ورسوخه في أذهانهم .

فالأفراد وفقاً لهذا النموذج يختلفون في تكوينات وسائل الإعلام التي تشكل نظم وسائلهم ، لذا فإن قوة وسائل الإعلام تكمن في السيطرة على مصادر معينة يحتاجها الفرد لبلوغ أهدافهم ، ويتغير النظام الذي يتعامل فيه الأفراد مع وسائل الإعلام مع تغير الموقف الذي يجدون أنفسهم فيه (٣٢) .

ويبدو في هذا الصدد تحديد مستوى اعتماد طلاب الجامعات على وسائل الإعلام الفلسطينية مقارنة بالوسائل الأجنبية ، وذلك على اعتبار أن مفهوم السيادة الإعلامية يترجم إلى اعتماد متزايد على وسائل الإعلام الفلسطينية من قبل طلاب الجامعات الفلسطينية . حيث اثبتت العديد من الدراسات أن الجمهور يعتمد بشكل كبير على وسائل الإعلام في الأزمات عنها في الأوقات العادية (٣٣) .

ومن ناحية أخرى تعتبر وسائل الإعلام عامة من أبرز وسائط النقل الخصوصية الثقافية للمجتمع ونشرها والحفاظ عليها ، وإزاء ذلك فإن اعتماد طلاب الجامعات بشكل أساسي على الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية ، يعني تفاعلاً مع ثقافة المجتمع ، على حين أن انخراط طلاب الجامعات على القنوات الأجنبية تعني اغتراباً مع ثقافات قد لا تتسق من حيث المضمون والشكل على الخصوصية الثقافية للمجتمع الفلسطيني .

تحليل نتائج الدراسة :

جدول (١)

توزيع عينة الدراسة حسب تعداد الجامعات ونوع المبحوثين

النوع التعداد	الجامعة	طالب	طالبة	العينة		طلاب		طالبات	
				ك	%	ك	%	ك	%
١٦٤٥٨	الإسلامية	٦٩٠٨	٩٥٥٠	١١٦	%٤٣	٥٨	%٥٠	٥٨	%٥٠
١٢٢٠٣	الأزهر	٥٢٠٣	٧٠٠٠	٨٦	%٣٢	٤٣	%٥٠	٤٣	%٥٠
٩٦٠٢	الأقصى	٣٤٤٣	٦١٥٩	٦٨	%٢٥	٣٤	%٥٠	٣٤	%٥٠
٣٨٢٦٣	المجموع	١٥٥٥٤	٢٢٧٠٩	٢٧٠	%١٠٠	١٣٥	%٥٠	١٣٥	%٥٠

تم توزيع العينة عشوائياً طبقياً وحسب حجم أعداد الطلبة في كل جامعة توزيعاً نسبياً، وكما يظهر الجدول رقم (١) فإن عدد الطلبة في العينة في الجامعة الإسلامية (١١٦) طالباً ، و مفردات عينة الأزهر (٨٦) طالباً ، و مفردات عينة جامعة الأقصى (٦٨) طالباً ، ليصبح العدد الإجمالي لمفردات عينة الدراسة ٢٧٠ مفردة ، ثم تم توزيع العينة بالتساوي بين الذكور والإناث بنسبة ٥٠% ، حيث تم انتقاء أفراد العينة بشكل مقصود من قبل الباحثين ، نظراً لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم ، ولكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة ، وتوفر البيانات اللازمة للدراسة لدى هذه الفئة من مجتمع الدراسة الأصلي وهو طلاب الجامعات الفلسطينية، كذلك ما لديهم من اطلاع ومشاهدة لوسائل الإعلام الفلسطينية ، وخاصة حول الخطاب الإسلامي ، لان من غير المنطق أن تتضمن الدراسة أفراد لا يطلعون أو يهتمون بالخطاب الإسلامي في تلك الوسائل ، وهذه الجامعات عينة من مجتمع الجامعات الفلسطينية الذي تبلغ اثنتا عشرة جامعة وكلية تضم كافة التخصصات التطبيقية والنظرية ، وحسب إحصائية وزارة التربية والتعليم العالي لعام ٢٠٠٥-٢٠٠٦ فإن إجمالي عدد طلاب الجامعات الفلسطينية بلغ ٨٨٠٠٠ طالب وطالبة^(٣٤) ، وقد اختيرت الجامعات الثلاث في قطاع غزة نظراً لتعذر الوصول إلى الضفة الغربية ، وقد تم توزيع عينة الدراسة توزيعاً نسبياً بين المجتمع الأصلي ، وقد استخدم الباحثان العينة العمدية الغير احتمالية في توزيع مفردات العينة بالتساوي ، نظراً لتجانس

أفراد المجتمع فهم جميعاً من الطلاب والطالبات والشباب (٣٥) .

جدول (٢)

توزيع مفردات عينة الدراسة طبقاً لعمر المبحوثين

العمر	ك	%
من ٢٠-١٨ سنة	١٢٥	%٤٦,٣
من ٢٣-٢١ سنة	١٢٩	%٤٧,٨
من ٢٦-٢٤ سنة	١٢	%٤,٤
من ٢٧ سنة فأكثر	٤	%١,٥
المجموع	٢٧٠	%١٠٠

يبين الجدول رقم (٢) أن أعلى نسبة وزعت عليهم الاستبانة كانت الفئة العمرية من ٢٣-٢١ سنة ، فقد بلغت نسبتها (٤٧,٨%) ، ثم جاءت في المرتبة الثانية الفئة العمرية من ٢٠-١٨ سنة بنسبة مقدارها (٤٦,٣%) من المبحوثين عينة الدراسة ، وفي المرتبة الثالثة الفئة العمرية من (٢٦-٢٤ سنة) بما نسبته (٤,٤%) ، وكانت الفئة العمرية من ٢٧ سنة فأكثر أقل الفئات العمرية بنسبة (١,٥%) من المبحوثين . وهذا يدل على أن هذه الفئة في الغالبية من الطلاب الذين لا يكثرثون بموعد نهاية المرحلة الجامعية ، أو قد يكونوا من العاملين بما يؤثر على دراستهم الجامعية ، والملاحظ من الدراسة أن الفئتين العمريتين الأولى والثانية في الترتيب هي من تمثل طلاب الجامعة في هذا العمر ، فهو العمر الطبيعي للمرحلة الجامعية.

جدول (٣)

توزيع مفردات الدراسة من المبحوثين حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	ك	%
سنة أولى	٤١	%١٥,٢
سنة ثانية	٧٥	%٢٧,٨
سنة ثالثة	١١٥	%٤٢,١
سنة نهائية	٣٩	%١٤,٤
المجموع	٢٧٠	%١٠٠

يوضح الجدول رقم (٣) أن ما نسبته (٤٢,٦%) من المبحوثين طلاب الجامعات الفلسطينية من المستوى التعليمي السنة الثالثة ، وهذا يدل

على النضج الثقافي والسياسي عند هذه الفئة، والتي أصبح لديها الخبرة الكافية للممارسة والاطلاع على الأحداث وما يهم الطالب داخل الحرم الجامعي، وأما الفئة الثانية فكانت للسنة الثانية من المستوى التعليمي بنسبة مقدراها (٢٧,٨%)، وهذه الفئة قد اكتسبت جزءاً من الممارسة والاطلاع على العمل والنشاط الطلابي، وجاء في المرتبة الثالثة فئة السنة الأولى بنسبة (١٥,٢%)، وهي فئة مبتدئة في الجامعة وما زالت خبرتها قليلة في العمل والنشاط الطلابي أو الاهتمام بالقضايا السياسية، وفي المرتبة الأخيرة كانت الفئة من السنة الرابعة بنسبة (١٤,٤%) والملاحظ أن الفئة سنة أولى والفئة السنة الرابعة متقاربة في النتيجة، وقد يرجع ذلك إلى أن طلاب سنة أولى الجو الجامعي الجديد عليهم لم يصقلهم بعد، أو يعرفهم على طريقة إيداء الرأي، أو فهم أسئلة الاستبانة والتعبير عن مستويات فهمهم للموضوعات، أما السنة الرابعة قد يرجع قلة نسبتهم لتفكيرهم في الظروف الخارجية المحيطة بالجامعة، والتطلع إلى العمل أكثر من الإجابة عن أسئلة الاستبانة، أو معرفة وجهة نظرهم في الخطاب الإسلامي، أو الاهتمام بما تبثه أو تنشره وسائل الإعلام.

جدول (٤)

توزيع مفردات عينة الدراسة حسب التخصص العلمي للمبحوثين

التخصص	ك	%
الأداب	٥٢	١٩,٣%
التجارة	٢٧	١٠,٠%
الإعلام	٥٠	١٨,٥%
الهندسة	٢٢	٨,١%
سياسة واقتصاد	٠	٠%
الصيدلة	١٦	٥,٩%
القانون	١٠	٣,٧%
أخرى	٩٣	٣٤,٤%
المجموع	٢٧٠	١٠٠%

وتظهر نتائج الجدول (٤) أن ما نسبته (٣٤,٤%) من المبحوثين طلاب الجامعات الفلسطينية كانوا من ذوي التخصصات الأخرى المختلفة عن التي

ذكرت ، مثل العلوم والتربية والفقه والشريعة الإسلامية، وهذا يدل على مدى اهتمام جميع التخصصات بالخطاب الإسلامي أو ما ينشر أو يذاع من وسائل الإعلام الفلسطينية ، أو قد ترجع هذه النسبة إلى تخصصات من ضمن الآداب والتجارة وفهمت على غير قصد من المبحوثين بأنها تخصصات مختلفة عن التي ذكرت ، ويأتي في المرتبة الثانية طلاب كلية الآداب بنسبة (١٩,٣%) من المبحوثين ، وبنسبة مقاربة لها في المرتبة الثالثة طلاب كلية الإعلام بنسبة (١٨,٥%) ، وفي المرتبة الرابعة طلاب كلية التجارة بنسبة (١٠,٠%) من المبحوثين ، وفي المرتبة الخامسة طلاب كلية الهندسة بما نسبته (٨,١%) ، وبنسبة أقل طلبة كلية الصيدلية (٥,٩%) ، في المرتبة ما قبل الأخيرة كان لطلاب كلية القانون بنسبة (٣,٧%) ، والملاحظ من هذه النتائج على مدى اهتمام طلبة كلية الإعلام والآداب بالقضايا التي تنقلها وسائل الإعلام ، يفوق اهتمام باقي طلاب التخصصات الأخرى، ويأتي في المرتبة الأخيرة وبدون أي نسبة، ويبدو أن هذه الفئة بالرغم من تخصصها في هذا المجال المهم ، إلا إن ليس لديها أي اطلاع على ما تبثه وسائل الإعلام من برامج أو إنها غير مهتمة أصلاً بالبرامج والخطاب الإسلامي بالذات ، وهذه مفارقة بين التخصص والواقع .

جدول (٥)

توزيع مفردات عينة الدراسة حسب الانتماء السياسي للمبحوثين

الانتماء	ك	%
حركة فتح	١٨٣	٦٧,٨%
حركة حماس	٢٧	١٠%
الجهاد الإسلامي	٠	٠%
الجبهة الشعبية	٠	٠%
لا يوجد انتماء	٦٠	٢٢,٢%
أخرى انكرها	٠	٠%
المجموع	٢٧٠	١٠٠%

يبين الجدول السابق رقم (٥) أن ما نسبته (٦٧,٨%) من المبحوثين من حركة فتح ، وهذا يدل على سيطرة حركة فتح الواضحة على كل من

جامعتي الأزهر و الأقصى ، ثم يأتي في المرتبة الثانية من المبحوثين من الطلاب الذين ينتمون إلى حركة حماس بنسبة (١٠%) من إجمالي عدد المبحوثين ، وهي حركة تقوم على العلاقة الوجدانية الدينية المتأثرة بالدعوة الإسلامية ، وجاء المبحوثون من الطلاب الذين لا انتماء لديهم في المرتبة الثانية بنسبة (٢٢,٢%) من المبحوثين، والواضح أن هذه النسبة مرتفعة ، وهذا مؤشر على عدم اكتراث الطلاب بالتوجهات السياسية أو برامج الأحزاب المختلفة المطروح على الساحة الفلسطينية ، حيث يؤكد هذا أن كلاً من حركة الجهاد الإسلامي أو الجبهة الشعبية أو أي تنظيم آخر لم يحصل على أي نسبة ، قد يرجع إلى ارتباط الجهاد الواضح بعلاقات مع دول خارجية ، والجبهة الشعبية كفكر اشتراكي الذي لم يلق رواجاً في الشارع الفلسطيني ، وأيضاً يدل على عدم الثقة في بعض الحركات الفلسطينية ، وخاصة في أن الظروف التي تمر بها الساحة الفلسطينية معقدة وتموج بالصراعات الداخلية بين التنظيمين الرئيسيين ، مما أفرز طبقة لا بأس بها في عدم الانتماء ، لعدم الشعور والإحساس نحو أي من التنظيمات أو الأحزاب الفلسطينية.

جدول (٦)

تقديم وسائل الإعلام الفلسطينية خطاباً إسلامياً فعالاً

الإجابة	ك	%
نعم	٢٠	٧,٤%
أحياناً	١٣٩	٥١,٥%
لا	١١١	٤١,١%
المجموع	٢٧٠	١٠٠%

توضح بيانات جدول (٦) أن غالبية المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام تقدم أحياناً خطاباً إسلامياً فعالاً بنسبة مقدارها (٥١,٥%) ، والملفت إلى الانتباه أن المدعى ثين الذين لا يرون أن الخطاب الإسلامي الذي تقدمه

وسائل الإعلام الفلسطينية فعلاً وبنسبة كبيرة بلغت (٤١,١%) من المبحوثين، وفي المرتبة الأخيرة للمبحوثين الذين أجابوا بنعم لفعالية الخطاب الإسلامي الذي تقدمه وسائل الإعلام الفلسطينية بنسبة (٧,٤%) من إجمالي المبحوثين عينة الدراسة ، وهذا يدل على نمط عدم استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام مرتفع ، إذا ما قورن بجمع الاستخدام بنعم وأحياناً وعدم الاستخدام الناتج عن عدم الاهتمام من قبل وسائل الإعلام ، بما تقدم من خطاب فعال للمشاهد أو القارئ على السواء ، كذلك عدم اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام في معرفة الخطاب الإسلامي.

جدول (٧)

درجة فعالية الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية

درجة فعالية الخطاب الإسلامي	ك	%
ممتاز	٥٠	٣١,٤٤%
جيد جداً	١٦	١٠,٦%
جيد	٤٣	٢٧,٤%
متوسط	٣٧	٢٣,٧%
ضعيف	١٣	٨,١٧%
المجموع	١٥٩	١٠٠%

بعد استبعاد المبحوثين الذين أجابوا بعدم تقديم وسائل الإعلام الفلسطيني لخطاب فعال ، والذي بلغ عددهم (١١١) مبحوثاً ، وسؤال المبحوثين الذي أجابوا بنعم وأحياناً لفعالية الخطاب المقدم من وسائل الإعلام الفلسطينية ، فإن نتائج الجدول رقم (٧) توضح أن ما نسبته (٣١,٤٤%) قيموا فاعلية الخطاب الإسلامي بالتمتاز ، وأن ما نسبة (٢٧,٤%) من رؤوا أن مدى درجة الفاعلية جيد ، ثم يأتي في المرتبة الثالثة الذين يرون أن فاعليته متوسطة بنسبة (٢٣,٢٧%)، يليهم المبحوثون الذين قالوا بأن درجة الفاعلية جيد جداً بنسبة (١٠,٠٦%) ، وفي المرتبة الأخيرة للمبحوثين الذين قالوا أن درجة الفاعلية كانت ضعيفة بنسبة (٨,١٧%) . وهذه النتائج تؤكد أن الذين اختاروا بنعم وأحياناً يؤكدون على أنه توجد درجة فاعلية للخطاب للخطاب الإسلامي المقدم من قبل وسائل الإعلام الفلسطيني ، ولكن تتفاوت

درجة الاستخدام ، ولهذا تفاوتت درجة تقييم درجة الفاعلية.

جدول (٨)

السبب في فاعلية الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية

السبب	ك	%
- لأن الخطاب الإسلامي مهم للوحدة الوطنية الفلسطينية	٥٦	٣٥,٢٢%
- يعمل على دعم القضية الفلسطينية إسلامياً وعربياً	٥٧	٢٥,٨٤%
- يشرح القضية الفلسطينية من وجهة نظر إسلامية	٣١	١٩,٤٩%
- يتصدى للخطاب الديني الإسرائيلي	٢٨	١٧,٦١%
- أسباب أخرى	٣٢	٢١,١٢%
المجموع	٢٠٤	١٢٨,٢٨%

بعد استبعاد المبحوثين الذين رأوا بعدم فاعلية الخطاب الإسلامي الذي تقدمه وسائل الإعلام الفلسطينية والذي بلغ عددهم ١١١ مبحوثاً، وسؤال المبحوثين الذين أجابوا بنعم وأحياناً ، فإن نتائج الجدول رقم (٨) توضح أن ما نسبته (٣٥,٨٤%) من المبحوثين يرون أن سبب فاعلية الخطاب الإسلامي هو أنه يدعم القضية الفلسطينية إسلامياً وعربياً ، وهذا ما يؤكد على ترابط العالم العربي والإسلامي من وجهة نظر طلاب الجامعات ، وهم فئة الشباب الفعالة والتي يعقد عليها العزم في بناء الوطن ومستقبله إلا أنهم دائماً بحاجة إلى من يربط العالمين العربي والإسلامي ، ويدعو إلى الوحدة ونبذ الخلاف ، وجاء في المرتبة الثانية المبحوثون الذين وجدوا أن السبب في فاعلية الخطاب الإسلامي ، أنه مهم للوحدة الوطنية الفلسطينية لتعميقها، ولأن الإسلام يدعو للترابط والاعتصام بيد واحدة أمام الأعداء . إذاً فهم بحاجة إلى خطاب يدعوهم دائماً إلى الوحدة والتكاتف بنسبة (٢٥,٨٤%) ، وفي المرتبة الثالثة للمبحوثين الذين يرون أسباب أخرى في فاعلية الخطاب الإسلامي بنسبة (٢١,١٢%)، ولعل من أهم الأسباب التي ذكرها المبحوثون وجود فصائل تتخذ من الإسلام منهجاً لها ، وفي المرتبة الرابعة المبحوثون

* ارتفاع حجم العينة نظراً لاختيار المبحوثين أكثر من إجابة

* ارتفاع نسبة العينة عن ١٠٠% نظراً لاختيار أكثر من إجابة

الذين قالوا بأن السبب هو شرح القضية الفلسطينية من وجهة نظر إسلامية بنسبة (١٩,٤٩%) . وبفارق قليل جاء في المرتبة الأخيرة المبحوثون الذين يرجعون السبب إلى تصدي الخطاب الإسلامي إلى الخطاب الديني الإسرائيلي بنسبة (١٧,٦١%)

جدول (٩)

عدم فاعلية الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية

السبب	ك	%
وجود طوائف فلسطينية متعددة المذاهب	٨٦	٧٧,٤%
وسائل الإعلام معظمها وسائل علمانية	٨	٧,٢%
وسائل الإعلام الفلسطينية تسيطر عليها السلطة التابعة لحركة فتح	٥٣	٤٧,٧٤%
خوفاً من التطرف الديني والمحافظة على العلمانية	٩	٨,١٠%
رداءة المضمون	٤٣	٣٨,٧٣%
أسباب أخرى	٣٦	٣٢,٤٣%
المجموع	٢٣٥	١٠٠%

ولمعرفة أسباب عدم فاعلية الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام فقد سؤل المبحوثون الذين يرون ذلك والذي بلغ عددهم ١١١ مبحوثاً عن هذه الأسباب ، والذي يوضحها جدول (٩) ، فقد بين أن ما نسبته (٧٧,٤٧%) من المبحوثين يرون أن السبب في عدم فاعلية الخطاب الإسلامي المقدم من قبل وسائل الإعلام الفلسطينية هو وجود طوائف فلسطينية متعددة المذاهب ، وهو ما يقصد به الأديان السماوية المسيحية واليهودية والإسلام ، ومذاهب هذه الطوائف المختلفة . وهذا يعزز دور التمازج المطلوب بين الأديان من أجل صالح الإنسانية جمعاء . وجاء في المرتبة الثانية المبحوثين الذين يرون أن من أسباب عدم فاعلية الخطاب الإسلامي هو سيطرة السلطة الفلسطينية على وسائل الإعلام والسيطرة عليها من قبل حركة فتح كبرى الفصائل الفلسطينية وأقواها وأقدمها على الساحة الفلسطينية بنسبة (٤٧,٧٤%) ، وتلي ذلك

* ارتفاع حجم العينة نظراً لاختيار المبحوثين أكثر من إجابة

* ارتفاع نسبة العينة عن ١٠٠% نظراً لاختيار أكثر من إجابة

المبحوثون الذين يرجعون السبب في عدم الفاعلية إلى رداءة مضمون الخطاب الإسلامي بنسبة (٣٨,٧٣%) ، ثم المبحوثون الذين قالوا بأن هناك أسباباً أخرى وراء عدم فاعلية الخطاب الإسلامي بنسبة (٣٢,٤٣%) ، وفي المرتبة ما قبل الأخيرة السبب هو الخوف من التطرف والمحافظه على العلمانية بنسبة (٨,١٠%) وفي المرتبة الأخيرة بنسبة (٧,٢%) من المبحوثين يرون أن السبب هو ان وسائل الإعلام معظمها علمانية وهي قريبة من المرتبة السابقة لها.

جدول (١٠)

ترتيب وسائل الإعلام الفلسطيني حسب الأفضلية في تقديم الخطاب الإسلامي

الترتيب	ك	الوسيلة
الرابع	٣٧	الصحافة
السادس	٢٩	الكتاب
الثاني مكرر	٥٢	الإذاعة
الثاني	٥٢	التسجيلات الصوتية
السابع	٦	السينما
الأول	٥٦	التلفزيون
الخامس	٣٢	شبكة الإنترنت

يوضح الجدول (١٠) أن وسيلة الإعلام الفلسطينية الأولى المفضلة في تقديم الخطاب الإسلامي هي التلفزيون ، وهذا ما يؤكد على اعتماد المبحوثين على هذه الوسيلة بالدرجة الأولى وطريقة استخدامها لهم ، ثم جاء في المرتبة الثانية كل من الإذاعة والتسجيلات الصوتية ، وتلي ذلك الصحافة في المرتبة الرابعة ، وفي المرتبة الخامسة شبكة الإنترنت ، وفي المرتبة السادسة الكتاب ، وفي المرتبة الأخيرة والسابعة السينما ، وهذا ما يؤكد انحصار دور السينما كثيراً في المجتمع الفلسطيني بسبب الظروف الأمنية ووجود الاحتلال داخل الأراضي الفلسطينية، ويؤكد دور التلفزيون كوسيلة إعلامية ذات تأثير على طلاب الجامعات الفلسطينية، وهذا يدعو للتركيز لمخاطبة هذه الفئة من خلال هذه الوسيلة من أجل العمل على إشباع حاجيات الطلاب من المعلومات وخاصة الخطاب الإسلامي.

يوضح الجدول (١١) أسباب تفضيل المبحوثين للوسائل الإعلامية، حيث وجد أن ما نسبته (٢٥,٥٥%) من المبحوثين عينة الدراسة يفضلون الوسيلة التي تم اختيارها بسبب حجم المعلومات التي تقدمها في الخطاب الإسلامي ، وجاء في المرتبة الثانية إلى إعداد البرامج التي تقدم فيها الخطاب الإسلامي بنسبة (٢٤,٠٧%) ، ثم تلي ذلك للوسيلة التي تتسم بالموضوعية في استخدام الخطاب الإسلامي بنسبة (٢١,٨٥%) ، وأما ما نسبته (٢٠,٧٤%) من المبحوثين فقد أرجع السبب في تفضيله للوسيلة إلى مصداقيتها في عرض الخطاب الإسلامي، و تبعه المبحوثون الذين يرون أن سبب تفضيلهم هو تنوع مضامين الخطاب الإسلامي في الوسيلة الإعلامية ، بنسبة (١٩,٢٥%). أما ما نسبته (١٥,١٨%) من المبحوثين فيرون أن السبب كان للمبحوثين الذين فضلوا الوسيلة الإعلامية لأسباب أخرى.

جدول (١١)

سبب تفضيل الوسيلة الإعلامية في تقديم الخطاب الإعلامي

السبب	ك	%
حجم المعلومات التي تقدمها في الخطاب الإسلامي	٦٩	٢٥,٥٥%
مصداقيتها في عرض الخطاب الإسلامي	٥٦	٢٠,٧٤%
الموضوعية في استخدام الخطاب الإسلامي	٥٩	٢١,٨٥%
شموليتها في تقديم الخطاب الإسلامي	٤١	١٥,١٨%
إعداد البرامج التي تقدمها الخطاب الإسلامي	٦٥	٢٤,٠٧%
تنوع مضامين الخطاب الإسلامي فيها	٥٢	١٩,٢٥%
أسباب أخرى	٢٢	٨,١٤%
المجموع	٣٦٤	١٣٤,٧٨%

* ارتفاع حجم العينة نظراً لاختيار المبحوثين أكثر من إجابة
* ارتفاع نسبة العينة عن ١٠٠% نظراً لاختيار أكثر من إجابة

جدول (١٢)

مدى التزام وسائل الإعلام الفلسطينية في تجديد الخطاب الإسلامي

مدي الالتزام بالتجديد	ك	%
إلى حد كبير	٣٦	١٣,٣٣%
متوسط	١٠١	٣٧,٤٠%
قليل	٨٨	٣٢,٥٩%
لا شيء	٤٥	١٦,٦٦%
المجموع	٢٧٠	١٠٠%

تشير نتائج الجدول (١٢) أن ما نسبته (٣٧,٤٠%) من المبحوثين يرون أن مدى التزام وسائل الإعلام الفلسطينية في تجديد الخطاب الإسلامي متوسطاً ، ثم جاء في المرتبة الثانية المبحوثون الذين قالوا أن مدى الالتزام قليلاً بنسبة (٣٢,٥٩%) ، وفي المرتبة الثالثة ما نسبته (١٦,٦٦%) رأوا أن مدى الالتزام معدوم ، وفي المرتبة الأخيرة الذين قالوا أن مدى الالتزام عند وسائل الإعلام الفلسطينية في تجديد الخطاب كان إلى حد كبير بنسبة (١٣,٣٣%)

بعد استبعاد المبحوثين الذين لا يرون أي التزام من قبل وسائل الإعلام الفلسطينية في تجديد الخطاب الإسلامي والذي بلغ عددهم (٤٥) مبحوثاً ، فقد كانت إجابة المبحوثين الذين يرون أن هناك التزاماً إلى حد كبير ، ومتوسط ، وقليل في تجديد الخطاب الإسلامي والذي بلغ عددهم (٢٢٥) مبحوثاً على النحو الذي يوضحها الجدول رقم (١٣) .

جدول (١٣)

أساليب التجديد في الخطاب الإسلامي التي تتبعها وسائل الإعلام الفلسطينية

الأساليب	ك	%
تجديد السياسة الإعلامية	١٧	٦,٢٩%
اعتماد مساحة للحوار والرأي الآخر	٢٦	٩,٦٢%
معالجة القضايا العصرية بمنظور إسلامي	٧٤	٢٧,٤٠%
الاهتمام بالتقنية الحديثة	٦٢	٢٢,٩٦%
الرد السريع والموضوعي على الخطاب المعادي	٤٢	١٥,٥٥%
أساليب أخرى أذكرها	٤٤	١٦,٢٦%
المجموع	٢٦٥	٩٨,٠٨%

حيث تبين أن ما نسبته (٢٧,٤٠%) من المبحوثين أن من أساليب التجديد في الخطاب الإسلامي التي تتبعها وسائل الإعلام الفلسطينية هو معالجة القضايا العصرية بمنظور إسلامي ، وهذا يدل على مواكبة الإعلام لتطور التكنولوجي والتقني الحاصل في العالم ، وهذا يؤكد حرص الإعلام الفلسطيني على الاهتمام بالمتغيرات الدولية والنظر إليها بمنظور جديد ، وأن ما نسبته (٢٢,٩٦%) ، من المبحوثين يرون أن من الأساليب التجديد الاهتمام بالتقنية الحديثة ، وفي المرتبة الثالث المبحوثون الذين يرون أن هناك أساليب أخرى لتجديد الخطاب الإسلامي غير المذكورة بنسبة (١٦,٢٩%) ، ثم جاء في المرتبة التالية المبحوثون الذين يرون أن من أساليب التجديد الرد السريع والموضوعي على الخطاب المعادي بنسبة (١٥,٥٥%) وهذا ما شاهدناه عندما تعدى أحد رسامي الكاريكاتير في الترويج على الرسول صلى الله عليه وسلم- وكذلك عندما اتهم بوش المسلمين بالفاشية ، أو عندما صرح بابا الفاتيكان بتصريحات تسيء إلى الإسلام، أما اعتماد الحوار والرأي الآخر فكانت نسبته (٩,٦٢%) من المبحوثين، وهذا ما يدل على وجود قيود نظامية على وسائل الإعلام ، وفي المرتبة الأخيرة كان للمبحوثين الذين يرون أن من أساليب التجديد في

* ارتفاع حجم العينة نظراً لاختيار المبحوثين أكثر من إجابة

* نقص نسبة العينة عن ١٠٠% نظراً لاختيار أكثر من إجابة

السياسة الإعلامية بنسبة (٦,٢٩%).

وتوضح النتائج أن ما نسبته (٤٤,٨%) من المبحوثين يؤثر فيهم الخطاب الإسلامي أحياناً ، وأن ما نسبته (٢٩,٣%) بنعم لتأثير الخطاب الإسلامي، وإذا ما جمعنا النسبتين يدل على أن الخطاب الإسلامي مؤثر في المبحوثين بشكل مقبول ، وجاء في المرتبة الأخيرة المبحوثين الذين لا يؤثر فيهم الخطاب الإسلامي بنسبة (٢٥,٩%) من المبحوثين عينة الدراسة ، وهذه نسبة مرتفعة يجب على وسائل الإعلام إعادة النظر مرة أخرى في أساليب عرض الخطاب الإسلامي كي يتم تخفيض هذه النسبة.

جدول (١٤)

سبب تأثير المبحوثين بالخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية

السبب	ك	%
مضمون جيد	٩٢	%٤٦,٠٠
يقدم ما أحتاج إليه ككتاب	٧٧	%٣٨,٥٠
يواكب العصر والمتغيرات الدولية	٩٧	%٤٨,٥٠
أسباب أخرى	٤٢	%٢١,٠٠
المجموع	٣٠٨	%١٠٠*

بعد استبعاد المبحوثين الذين لا يؤثر في رأيهم الخطاب الإسلامي، يوضح الجدول (١٤) أن ما نسبته (٤٨,٥%) من المبحوثين يرجعون سبب تأثرهم بالخطاب الإسلامي الذي تقدمه وسائل الإعلام الفلسطينية إلى أنه يواكب العصر والمتغيرات الدولية. وهذا يدل على أن وسائل الإعلام تتبع الأسلوب الجيد في مواكبة المتغيرات الدولية ، ثم جاء المبحوثون الذين يرون أن السبب في تأثرهم هو مضمون الخطاب الإسلامي بنسبة (٤٦,٠٠%) ، وفي المرتبة الثالثة كان المبحوثون الذين قالوا أن سبب تأثرهم هو تقديم الخطاب الإسلامي ما يحتاج إليه طلاب الجامعات ككتاب ، وفي المرتبة الأخيرة للمبحوثين الذين يرون أن هناك أسباباً أخرى وراء تأثرهم بالخطاب

* ارتفاع حجم العينة نظراً لاختيار المبحوثين أكثر من إجابة

* ارتفاع نسبة العينة عن ١٠٠% نظراً لاختيار أكثر من إجابة

الإسلامي بنسبة (٢١,٠%).

وتشير الدراسة إلى أن ما نسبته (٥٦,٦٦%) من المبحوثين أحياناً يخلق الخطاب الإسلامي لديهم انطباعاتاً وصورة إيجابية ، ثم تلى ذلك المبحوثون الذين قالوا نعم بأن الخطاب الإسلامي يخلق انطباعاتاً وصورة إيجابية بنسبة (٢٦,٢٩%) وفي المرتبة الأخيرة الذين يرون أن الخطاب الإسلامي لا يخلق انطباعاتاً أو صورة إيجابية لديهم بنسبة (١٧,٠٣%) من المبحوثين عينة الدراسة.

وتبين الدراسة أن ما نسبته (٤٣,٣٣%) من المبحوثين أجابوا بوجود معوقات أمام الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية ، وما نسبته (٣٧,٤٠%) من المبحوثين أجاب بأحياناً تواجه الخطاب الإسلامي معوقات، وفي المرتبة الأخيرة وبنسبة (١٩,٢٥%) أجاب بعدم وجود أي معوقات أمام الخطاب الإسلامي ، والملاحظ هنا ارتفاع نسبة من يرى نعم أو أحياناً بوجود معوقات أمام الخطاب الإسلامي.

وبعد استبعاد المبحوثين الذين قالوا لا والذين بلغ عددهم (٥٢) مبحوثاً يوضح الجدول رقم (١٥) أن ما نسبته (٤٢,٢٠%) من المبحوثين يرون أن من المعوقات التي تواجه الخطاب الإسلامي ضعف الإمكانيات المادية والبشرية ، وهذا قد يكون ناتج عن الحصار والاحتلال الإسرائيلي الدائم على مقدرات وأبناء الشعب الفلسطيني ،

جدول (١٥)

المعوقات التي تواجه الخطاب الإسلامي

المعوقات	ك	%
عدم وجود سياسة إعلامية واضحة	٨١	%٣٧,١٥
عدم وجود إعلاميين متخصصين	٧٤	%٣٣,٩٤
ضعف الإدارة في المؤسسات الإعلامية	٨١	%٣٧,١٥
ضعف الإمكانيات المادية والبشرية	٩٢	%٤٢,٢٠
القائمون على الإعلام تسيطر عليهم النزعة العلمانية	٥٥	%٢٥,٢٢
يعمل الإعلام على إرضاء السلطة الفلسطينية وهي سلطة علمانية	٢٣	%١٥,١٣
الإعلام الفلسطيني يعمل على مخاطبة الشعب الفلسطيني بجميع طوائفه	٢٢	%١٠,٠٩
لا يجد الإعلام الفلسطيني أي دعم من المؤسسات الإسلامية	٥٥	%٢٥,٢٢
إرضاء لأمريكا والغرب المعادي للخطاب الإسلامي	٤٣	%١٩,٢٧
الاعتماد على المادة الإعلامية الغربية	٤٨	%٢٢,٠١
الاعتماد على التقنية الغربية للحصول على أجهزة الإعلام	٢٧	%١٦,٩٧
اختلال التوازن في تدفق المعلومات	٤٣	%١٩,٧٢
مراعاة تركيبة المجتمع من حيث تعدد الأديان	٣٤	%١٥,٥٩
الاحتلال الإسرائيلي وما رافقه من مجازر	١٠	%٤,٥٨
أسباب أخرى	٣٤	%١٥,٥٩
المجموع	٧٧٨	%٣٤٠٠٤*

ثم جاء في المرتبة الثانية المبحوثون الذين يرون أن من أهم المعوقات عدم وجود سياسة إعلامية واضحة ، ويشاركهم الرأي وفي المرتبة المبحوثون الذين يرجعون المعوقات إلى ضعف الإدارة في المؤسسات الإعلامية بنسبة (٣٧,١٥%)، وجاء في المرتبة الرابعة المبحوثون الذين قالوا من أهم المعوقات عدم وجود إعلاميين متخصصين بنسبة (٣٣,٩٤%).

وفي المرتبة الخامسة كان للمبحوثين الذين أجابوا أن من أهم المعوقات أمام الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية بأن القائمين بالاتصال تسيطر عليهم النزعة العلمانية ، ويشاركهم الرأي والمرتبة المبحوثون الذين يرون بأن الإعلام الفلسطيني لا يجد أي دعم من المؤسسات الإعلامية الإسلامية ، وفي المرتبة السابعة جاء المبحوثون الذين يرون أن من أهم

* ارتفاع حجم العينة نظرا لاختيار المبحوثين أكثر من إجابة
* ارتفاع نسبة العينة عن ١٠٠% نظراً لاختيار أكثر من إجابة

المعوقات هي اعتماد الإعلام الفلسطيني على المادة الإعلامية الغربية بنسبة (٢٢,٠١%) ، ثم تلى ذلك المبحوثون الذين يرون أن الخلل في التوازن في تدفق المعلومات بين الغرب والإسلام بنسبة (١٩,٧٢%)، وشاركهم المرتبة والنسبة هو إرضاء أمريكا والغرب المعادي للخطاب الإسلامي. وفي المرتبة التاسعة المبحوثون الذين قالوا بأن من أهم المعوقات هو مراعاة تركيبة المجتمع الفلسطيني من حيث تعدد الأديان، وشاركهم الرأي المبحوثون الذين يرون أن أسباباً أخرى هي المعوقات التي تقف في وجه الخطاب الإسلامي، وفي المرتبة الحادية عشر المبحوثون الذين يرون أن إرضاء السلطة الفلسطينية وهي سلطة علمانية يقف معوقاً أمام الخطاب الإسلامي بنسبة (١٥,١٣%) ، وفي المرتبة التالية لها المبحوثون الذين يرون أن من أهم المعوقات أمام الخطاب الإسلامي هو أن يعمل على مخاطبة الشعب الفلسطيني بجميع أطيافه بنسبة (١٠,٠٩%)، وفي المرتبة الأخيرة الاحتلال الإسرائيلي ما رافقه من مجازر بنسبة (٤,٥٨%).

جدول (١٦)

مدى المعوقات التي تواجه الخطاب الإسلامي

مدى المعوقات	ك	%
قوية جداً	٥٣	١٩,٦٢%
قوية	١٠٨	٤٠,٠%
متوسطة	٧٧	٢٨,٥١%
ضعيفة	٣٢	١١,٨٥%
المجموع	٢٧٠	١٠٠%

يوضح الجدول رقم (١٦) أن ما نسبته (٤٠,٠%) من المبحوثين يرون أن المعوقات التي تواجه الخطاب الإسلامي قوية ، وما نسبته (٢٨,٥١%) من المبحوثين وجد أن مدى المعوقات متوسط ، وفي المرتبة الثالثة للمبحوثين الذين يرون أن المعوقات التي تواجه الخطاب الإسلامي كانت قوية جداً وبنسبة (١٩,٦٢%) ، وفي المرتبة الأخيرة المبحوثون الذين قالوا أن مدى المعوقات ضعيف بنسبة (١١,٨٢%).

وأشارت الدراسة أن ما نسبته (٥٨,٨٨%) من المبحوثين أن أحيانا يلبي الخطاب الإسلامي لحاجاتهم و رغباتهم والمرتبة الثانية للمبحوثين الذين يرون أن الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية لا يلبي حاجاتهم و رغباتهم بنسبة (٢٤,٨١%) ، وفي المرتبة الأخيرة كان المبحوثون الذين قالوا بأن الخطاب الإسلامي يلبي حاجاتهم و رغباتهم بنسبة (١٦,١٩%) ، والملاحظ ارتفاع نسبة عدم تلبية الخطاب الإسلامي و رغبات طلاب الجامعات الفلسطينية.

جدول (١٧)

أسباب عدم تلبية الخطاب الإسلامي لحاجات و رغبات المبحوثين

السبب	ك	%
لا يحقق الخطاب الإسلامي الأهداف والرغبات التي أسعى إليها	٣٦	٥٣,٧٣%
لا يتعاطف مع القضايا العربية والإسلامية بشكل جيد	٣٢	٤٧,٧٦%
لا يتناسب مع اهتماماتي	٢٦	٣٨,٨١%
لا يتفق مع ميولي واتجاهاتي	٣٢	٤٧,٧٦%
غير صادق في تناوله للأحداث	٥١	٦,١١%
أسباب أخرى اذكرها...	١٢	١٧,٩١%
المجموع	١٨٩	٢١٢,٠٧%*

بعد أستبعاد المبحوثين الذين أجابوا بنعم وأحيانا بأن الخطاب الإسلامي يلبي حاجاتهم و رغباتهم ، يوضح الجدول (١٧) إجابة المبحوثين الذين أجابوا بعدم تلبية حاجاتهم و رغباتهم وكان في المرتبة الأولى وبنسبة مقدارها (٥٣,٧٣%) للمبحوثين الذين يرجعون عدم تلبية حاجاتهم نتيجة أن الخطاب الإسلامي لا يحقق الأهداف والرغبات التي يسعى إليها المبحوثون، وفي المرتبة الثانية جاء المبحوثون الذين يرجعون السبب إلى أن الخطاب الإسلامي لا يتعاطف مع القضايا العربية والإسلامية بشكل جيد، واتفق معهم في النسبة المبحوثون الذين يرجعون السبب إلى أن الخطاب الإسلامي لا يتفق مع ميولهم واتجاهاتهم ، وفي المرتبة الرابعة جاء المبحوثون الذين يروا

* ارتفاع حجم العينة نظراً لانتشار المبحوثين أكثر من إجابة

* ارتفاع نسبة العينة عن ١٠٠% نظراً لاختيار أكثر من إجابة

أن السبب في عدم تلبية حاجتهم راجع إلى أن الخطاب الإسلامي لا يتناسب مع اهتماماتهم ، وما نسبة (١٧,٩١%) من المبحوثين يرجع السبب إلى أسباب أخرى ، وفي المرتبة الأخيرة بنسبة (٦,١١%) أن الخطاب الإسلامي غير صادق في تناول الأحداث.

جدول (١٨)

أهم ما يميز الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية

أهم المميزات	ك	%
الإعلام الهادف	٦٦	٢٤,٤٤%
المعلومات الدينية المهمة للشباب الفلسطيني	٧٢	٢٦,٦٦%
تعزيز الثوابت الإسلامية	٧٥	٢٧,٧٧%
دحض الافتراءات على الإسلام والمسلمين	٦٣	٢٣,٣٣%
يساعد على فهم الإسلام بطريقة مقبولة	٧٣	٢٧,٠٣%
مميزات أخرى أذكرها	٣٥	١٢,٩٦%
المجموع	٣٨٤	١٤٢,١٩%

الجدول (١٨) يبين أن ما نسبته (٢٧,٧٧%) من المبحوثين يرون أن أهم ما يميز الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية هو تعزيز الثوابت الإسلامية ، وجاء في المرتبة الثانية المبحوثون الذين يرون أن من مميزات الخطاب الإسلامي أنه يساعد على فهم الإسلام بطريقة مقبولة بنسبة مقدارها (٢٧,٠٣%) ، والمرتبة الثانية للمبحوثين الذين قالوا أن أهم ما يميز الخطاب الإسلامي أنه يقدم المعلومات الدينية المهمة للشباب الفلسطيني بنسبة (٢٦,٦٦%) ، أما ما نسبته (٢٤,٤٤%) من المبحوثين يرون أن مميزات الخطاب الإسلامي أنه إعلام هادف ، وفي المرتبة الخامسة المبحوثون الذين يرون أن أهم ما يميز الخطاب الإسلامي هو دحض الافتراءات عن الإسلام والمسلمين بنسبة (٢٣,٣٣%) ، وفي المرتبة الأخيرة بنسبة (١٢,٩٦%) يرون أن هناك أسباباً أخرى.

* ارتفاع حجم العينة نظراً لاختيار المبحوثين أكثر من إجابة

* ارتفاع نسبة العينة عن ١٠٠% نظراً لاختيار أكثر من إجابة

توضح نتائج الدراسة أن ما نسبته (٤٤,٤%) من المبحوثين يرون أحياناً يقوم الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية بدعم الوحدة الفلسطينية ، والمرتبة التالية كان المبحوثون الذين أجابوا بأن بأن الخطاب الإسلامي يدعم الوحدة بنسبة (٣١,١%) وفي المرتبة الأخيرة المبحوثون الذين أجابوا بعدم استطاعة الخطاب الإسلامي دعم الوحدة الوطنية.

جدول (١٩)

مدى درجة دعم الخطاب الإسلامي للوحدة الوطنية

مدى درجة دعم الخطاب الإسلامي للوحدة الوطنية	ك	%
ممتاز	٤١	١٥,١٨%
جيد جداً	٤٥	١٦,٦٦%
جيد	٩١	٣٣,٧٠%
مقبول	٦٧	٢٤,٨١%
ضعيف	٢٦	٩,٦٢%
المجموع	٢٧٠	١٠٠%

يوضح الجدول (١٩) بأن ما نسبته (٣٣,٧٠%) من المبحوثين يرون أن مدى درجة دعم الخطاب الإسلامي للوحدة الوطنية الفلسطينية كان جيداً، وأن ما نسبته (٢٤,٨١%) من المبحوثين يقولون أن مدى الدعم مقبول ، وفي المرتبة الثالثة للمبحوثين الذين يقولون أن مدى الدعم للوحدة الوطنية الفلسطينية جيد جداً بنسبة (١٦,٦٦%)، ثم تلى ذلك المبحوثون الذين قالوا بأن الخطاب الإسلامي ممتاز في دعم الوحدة الوطنية بنسبة (١٥,١٨%)، وفي المرتبة الأخيرة للمبحوثين الذين وجدوا أن الخطاب الإسلامي ضعيف في دعم الوحدة الوطنية بنسبة (٩,٦٢%).

جدول (٢٠)

دور الخطاب الإسلامي في دعم الوحدة الوطنية الفلسطينية

النور	ك	%
تحسين صورة الإسلام	٧٠	٢٥,٩%
التصدي للعادات والتقاليد الدخيلة على المجتمع الفلسطيني	٩٤	٣٤,٨%
نشر مبادئ الدين الإسلامي الحنيف	٨١	٣٠,٠%
التصدي لمن يسيء للمسلمين والإسلام	٤٧	١٧,٤%
يبرز أهمية التمسك بالقيم الإسلامية الأصيلة	٦٨	٢٥,٢%
بحث على تقديم التضحيات من أجل الوطن ووحدته	٥٧	٢٢,١%
يؤكد على الاعتزاز بالهوية الإسلامية الفلسطينية	٨٠	٢٩,٦%
مضمونه يقوي الوحدة الوطنية	٨٨	٣٥,٦%
أدوار أخرى أذكرها	٥٣	١٩,٦%
المجموع	٧١٠	٢٣٠,٢%*

تشير نتائج الجدول (٢٠) إلى أن ما نسبته (٣٤,٨%) من المبحوثين يرون أن من أهم الأدوار التي يقوم بها الخطاب الإسلامي في دعم الوحدة الوطنية الفلسطينية هو التصدي للعادات والتقاليد الدخيلة على المجتمع الفلسطيني ، وفي المرتبة الثانية للمبحوثين الذين يرون أن دور الخطاب الإسلامي يعمل على زيادة الوعي بالثقافة الإسلامية بنسبة (٣٢,٦%) و(٣٠,٠%) من المبحوثين يرون أن دور الخطاب الإسلامي هو نشر مبادئ الدين الإسلامي الحنيف ، أما المبحوثون الذين قالوا أن دور الخطاب الإسلامي هو التأكيد على الاعتزاز بالهوية الإسلامية الفلسطينية بنسبة (٢٩,٦%) وفي المرتبة الخامسة المبحوثون الذين يرون أن الدور هو تحسين صورة الإسلام الذي يدعم الوحدة الوطنية بنسبة (٢٥,٩%)، وجاء في المرتبة التالية المبحوثون الذين اختاروا بأن الدور الذي يقوم به الخطاب الإسلامي لتوحيد الوحدة الوطنية هو إبراز أهمية التمسك بالقيم الإسلامية بنسبة مقدارها (٢٥,٢%) ، وفي المرتبة السابعة وبنسبة (٢٢,١٥)

* ارتفاع حجم العينة نظراً لاختيار المبحوثين أكثر من إجابة

* ارتفاع نسبة العينة عن ١٠٠% نظراً لاختيار أكثر من إجابة

المبحوثون الذين يرون أن دور الخطاب الإسلامي هو الحث على تقديم التضحيات من أجل الوطن ووحدته ، وفي المرتبة الثامنة للمبحوثين الذين أختاروا بأن دور الخطاب الإسلامي هو أن مضمونه يقوي الوحدة الوطنية بنسبة (١٩,٦%) ، وفي المرتبة الأخيرة أن دور الخطاب الإسلامي يرجع إلى أسباب أخرى .

وتوضح الدراسة أن ما نسبته (٦٨,٥%) من المبحوثين يرون أن أحياناً يقدم الخطاب الإسلامي موضوعات تهمة ، وأن ما نسبته (٢٢,٦%) من المبحوثين يرون أن الخطاب الإسلامي لا يقدم الموضوعات التي تهمة وأن ما نسبته (٨,٥%) من المبحوثين يرون أن الخطاب الإسلامي يقدم الموضوعات التي تهمة.

جدول (٢١)

الموضوعات التي يتناولها الخطاب الإسلامي وتهمة المبحوثين

الموضوعات	ك	%
القضية الفلسطينية على وجه الخصوص	١١٩	٦٥,٩٣%
القضايا الإسلامية عامة	٤٥	٢١,٥٣%
القضايا العربية والإسلامية والمجتمع	٦٧	٢١,١٥%
العنوان الصليبي اليهودي على الإسلام في كل مكان	٥٠	٢٣,٩٢%
الهيمنة الأمريكية والصهيونية على مقدرات العالمين العربي والإسلامي	٥٦	٢٦,٧٩%
الوحدة الإسلامية	٧٠	٣٣,٤٩%
فضح سياسة اليهود تجاه تهويد المدينة المقدسة	٧٤	٣٥,٤٠%
موضوعات أخرى أذكرها	١٤	٦,٦٩%
المجموع	٦٩٠	٢٥٩,٥%*

يوضح الجدول رقم (٢١) بأن ما نسبته (٥٦,٩٣%) من المبحوثين يرون أن أهم الموضوعات التي يتناولها الخطاب الإسلامي وتهمة المبحوثين هي القضية الفلسطينية بشكل خاص ، وهذا يرجع لكونها تهمة أيضاً العرب والمسلمين بشكل عام وقضيتهم الأولى ، ولما لها من أهمية عربية وإسلامية،

* ارتفاع حتم العينة نظراً لاختيار المبحوثين أكثر من إجابة
* ارتفاع نسبة العينة عن ١٠٠% نظراً لاختيار أكثر من إجابة

وجاء في المرتبة الثانية المبحوثون الذين يرون أن من أهم الموضوعات التي يطرحها الخطاب الإسلامي هي فضح سياسة اليهود تجاه تهويد المدينة المقدسة وهدم الأقصى الشريف بنسبة (٣٥,٤٠%)، وفي المرتبة الثالثة المبحوثون الذين يرون أن الموضوعات التي تهمهم ويتناولها الخطاب الإسلامي هي الوحدة الإسلامية ونسبة (٣٣,٤٩) ، أما ما نسبته (٣٢,٠٥) من المبحوثين فأنهم يرون أن من الموضوعات القضايا العربية والإسلامية مجتمعة التي يتناولها الخطاب الإسلامي ، وفي المرتبة الخامسة ونسبة (٢٦,٧٩) أن الموضوعات التي تهمهم هي الهيمنة الأمريكية والصهيونية على مقدرات العالمين العربي و الإسلامي، وجاء في المرتبة السادسة المبحوثون الذين يرون أن الموضوعات هي العدوان الصليبي اليهودي على الإسلام ونسبة (٢٣,٩٢) ، أما المرتبة السابعة فكانت للمبحوثين الذين يرون أن أهم الموضوعات التي يتناولها الخطاب الإسلامي هي القضايا الإسلامية عامة ونسبة (٢١,٥٣) ، وجاء في المرتبة الأخيرة المبحوثون الذين يرون أن ما يتناوله الخطاب الإسلامي ، من موضوعات تهمهم هي موضوعات غير التي ذكرت بنسبة (٦,٦٩%).

جدول (٢٢)

تأثير الموضوعات والقضايا التي يتناولها على رأي المبحوثين

التأثير	ك	%
إلى حد كبير	٣٨	١٤,٤٤%
متوسط	٩٥	٣٥,١٨%
قليل	٩٦	٣٥,٥٥%
لا شيء	٤١	١٥,١٨%
المجموع	٢٧٠	١٠٠%

الجدول (٢٢) يبين أن ما نسبته (٣٥,٥٥%) من المبحوثين يرون أن الموضوعات والقضايا التي يتناولها الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية تؤثر على رأيهم قليلاً ، وفي المرتبة الثانية المبحوثون الذين وجدوا أن تأثير القضايا والموضوعات على رأيهم متوسط بنسبة (٣٥,١٨%)، وفي المرتبة الثالثة ونسبة (١٥,١٨%) المبحوثون الذين لا

يرون أي تأثير لهذه الموضوعات ، وفي المرتبة الأخيرة المبحوثون الذي يرون أن التأثير إلى حد كبير على رأيهم بنسبة (١٤.٤٤%) .

جدول (٢٣)

سبب تأثير الموضوعات والقضايا التي يطرحها الخطاب الإسلامي

السبب	ك	%
موضوعية وصادقة	٧٨	٣٤,٠٦%
تتفق مع ميولي واتجاهاتي	٥٢	١٠,٩١%
تواكب متغيرات العصر	٨١	٣٥,٣٧%
تفسر لي الإسلام بطريقة سهلة مفهومة	٦٦	٢٨,٨٢%
أسباب أخرى تذكر	٥٩	٢٥,٧٦%
المجموع	٣٣٦	١٣٤,٩٢%

تشير نتائج الجدول رقم (٢٣) أن المبحوثين الذين سبب تأثرهم بالقضايا التي يطرحها الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية هو أنها تواكب متغيرات العصر وبنسبة مقدارها: (٣٥,٣٧%) ، وفي المرتبة الثانية جاء المبحوثون الذين يرون أن سبب تأثير الموضوعات عليهم هي موضوعيتها ومصداقيتها بنسبة (٣٤,٠٦%) ، وفي المرتبة الثالثة المبحوثون الذين يرجعون سبب تأثير الموضوعات التي يتناولها الخطاب الإسلامي هو أنها تفسر الإسلام بطريقة سهلة وبنسبة (٢٨,٨٢%) . أما ما نسبته (٢٥,٧٦%) من المبحوثين يرون أن سبب تأثير القضايا والموضوعات هو أسباب غير المذكور في السؤال ، وفي المرتبة الأخيرة للمبحوثين الذين يرون أن الموضوعات تتفق مع ميولهم واتجاهاتهم بنسبة (١٠,٩١%) .

* ارتفاع حجم العينة نظراً لاختيار المبحوثين أكثر من إجابة

* ارتفاع نسبة العينة عن ١٠٠% نظراً لاختيار أكثر من إجابة

جدول (٢٤)

العوامل التي تساهم في تطوير الخطاب الإسلامي

العوامل	ك	%
استراتيجية إسلامية عربية موحدة وواضحة للخطاب الإسلامي	٨٣	٣٤,٢٩%
تكثيف المشاركة الجماهيرية	٦٥	٢٨,٨٠%
الاهتمام بالقضايا الجديدة التي تهم الشباب	١١٤	٤٧,١٠%
زيادة مساحة الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية	٥٥	٢٠,٣٧%
الابتعاد عن التطرف الديني	٨٧	٣٢,٢٢%
تعاون وتنسيق بين المؤسسات الإعلامية العربية والإسلامية	٥٢	٢١,٤٨%
اتباع الوسطية في أسلوب الخطاب الإسلامي	٦٤	٢٦,٤٤%
استقطاب كوادر إعلامية متخصصة	١١٢	٤٦,٢٩%
الاهتمام بمضمون الخطاب الإسلامي	٧٦	٣١,٤٠%
تحسين البنية الأساسية للاتصال بمختلف أشكاله	٧١	٢٩,٣٧%
توفير جو من الحرية والديمقراطية	٨١	٣٣,٤٧%
إعطاء أهمية التخطيط البرامج الدينية للأهمية	٧٤	٣٠,٧٥%
تطوير الأساليب التقليدية في تناول القضايا التي تهم الشباب خاصة والمجتمع عامة	٦٧	٢٧,٦٨%
عوامل أخرى أذكرها	٥٢	٢١,٤٨%
المجموع	١٠٥٣	٦٦٠,١٤%**

توضح نتائج الجدول (٢٤) أن ما نسبته ٤٧,١٨% من المبحوثين يرون أن من أهم العوامل التي تؤدي إلى تطوير الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية هو الاهتمام بقضايا الشباب، وجاء في المرتبة الثانية المبحوثون الذين يرون أن من العوامل التي تعمل على تطوير الخطاب الإسلامي هي استقطاب كوادر إعلامية متخصصة في المجال الإعلامي بنسبة (٤٦,٢٨٥%)، وفي المرتبة الثالثة وضع استراتيجية إسلامية عربية موحدة وواضحة للخطاب الإسلامي بنسبة (٣٤,٢٩%)، ثم يأتي عامل توفير جو من الديمقراطية والحرية بنسبة (٣٣,٢٧%)، ويليه عامل الابتعاد عن التطرف (٣٢,٢٢%)، وجاء بعد ذلك من العوامل التي تؤدي على تطوير الخطاب الإسلامي هو الاهتمام بمضمون الخطاب الإسلامي بنسبة (٣١,٤%)، ثم عامل إعطاء تخطيط البرامج الدينية الأهمية بنسبة (٣٠,٥٧%)، ثم تلي ذلك الاهتمام بتحسين البنية الأساسية للاتصال بمختلف أشكاله بنسبة (٢٩,٣٣%)، ثم تطوير الأساليب التقليدية في تناول قضايا التي

تهم الشباب خاصة والمجتمع عامة بنسبة (٢٧,٦٨%) ، ثم تكثيف المشاركة الجماهيرية بنسبة (٢٦,٨٥%).

تفسير نتائج البحث في ضوء النظريات المستخدمة في الدراسة :

١. أثبتت الدراسة صحة ما جاء في نظرية الاستخدام والإشباع عن مدى حاجة طلاب الجامعات إلى وسائل إعلام تتبنى خطاب إسلامي يلبي حاجتهم ويهتم بقضاياهم المختلفة.
 ٢. أكدت الدراسة أهمية الاعتماد على وسائل الإعلام في تقديم خطاب إسلامي معتدل بعيداً على التطرف الديني في برامج متنوعة.
 ٣. أكدت الدراسة على أهمية الاعتماد على نوع معين من وسائل الإعلام كوسيلة التلفزيون التي فضلها المبحوثون على باقي وسائل الإعلام الأخرى في نقل الخطاب الإسلامي ، والرغبة في إشباع حاجياتهم عن طريق هذه الوسيلة أكثر من غيرها من الوسائل.
 ٤. أثبتت الدراسة ما جاء في نظرية الاستخدام والإشباع حول مضمون الرسالة الإعلامية ، وما يجب أن يحتويه الخطاب الإسلامي ، حيث أكدت الدراسة أن من معوقات الخطاب الإسلامي ضعف المضمون ، أي أن التعرض لمضمون الرسالة الإعلامية لا يشبع احتياجات الجمهور نحو قضية الدراسة.
 ٥. التأكيد على دور الإعلام كوظيفة إخبارية وثقافية وسياسية يعتمد عليها من خلال خطاب إسلامي يتبعه وسائل الإعلام الفلسطينية ، لكي يؤثر على الجماهير المستخدمة لهذه الوسائل.
 ٦. أن نوع التغطية المستخدمة في وسائل الإعلام تلعب دوراً في إشباع احتياجات الجمهور ، كما جاء في الدراسة.
- أهم النتائج التي توصل إليها البحث :

١. أن ما نسبته (٣٥,٨٤%) من طلاب الجامعات الفلسطينية ترى أن الخطاب الإسلامي فعالاً لأنه يعمل على دعم القضية الفلسطينية إسلامياً

وعربياً.

٢. أن ما نسبته (٧٧,٤٧%) من طلاب الجامعات الفلسطينية ترى عدم فاعلية الخطاب الإسلامي ناتج عن وجود طوائف فلسطينية متعددة المذاهب.

٣. أن التلفزيون هو الوسيلة الأكثر تفضيلاً ، وفي المرتبة الأولى في استخدام الطلاب له والاعتماد عليه في معرفة الخطاب الديني الإسلامي وإشباع حاجاتهم ، ثم يلي ذلك الإذاعة ، ثم التسجيلات الصوتية والسبب في تفضيلاتهم يرجع إلى حجم المعلومات المقدمة من هذه الوسائل، وتعدد البرامج، ثم الموضوعات التي يطرحها الخطاب الإسلامي عبر هذه الوسائل.

٤. وما نسبته (٢٧,٤٠%) من المبحوثين طلاب الجامعات الفلسطينية ترى من أساليب تجديد الخطاب الإسلامي التي يجب أن تتبعها وسائل الإعلام الفلسطينية هو الاهتمام بالتقنية الحديثة، ثم الرد السريع والموضوعي على الخطاب المعادي للإسلام.

٥. أن ما نسبته (٤٢,٢٠%) من المبحوثين طلاب الجامعات الفلسطينية الذين قالوا بوجود معوقات ، رأوا أن السبب هو ضعف الإمكانيات البشرية والمادية ، ثم عدم وجود سياسية إعلامية واضحة ، وكذلك ضعف الإدارة في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية ، كذلك السيطرة الأمنية والقيود المفروضة على كتابه الخطاب الإسلامي.

٦. أن نسبة (٢٧,٧٧%) من المبحوثين طلاب الجامعات الفلسطينية وجدوا أن أهم ما يميز الخطاب الإسلامي الذي تقدمه وسائل الإعلام الفلسطينية هو تعزيز الثوابت الإسلامية ثم وبما يساعد على فهم الإسلام بطريقة مقبولة بنسبة (٢٧,٠٣%).

٧. وجد ما نسبة (٣٤,٨%) من المبحوثين أن الخطاب الإسلامي الذي تقدمه وسائل الإعلام الفلسطينية يمكن أن يلعب دوراً في تدعيم الوحدة الوطنية

من خلال التصدي للعادات والثقافات الدخيلة على المجتمع الفلسطيني ، ثم زيادة الوعي بالثقافة الإسلامية بنسبة (٣٢,٦%).

٨. أن ما نسبته (٥٦,٩٣%) من المبحوثين وجد أن أهم القضايا التي تناولها الخطاب الإسلامي في الإعلام الفلسطيني هو القضية الفلسطينية بشكل خاص ، ثم فضح سياسة اليهود في تهويد القدس وهدم الأقصى بنسبة (٣٥,٤٠%) من المبحوثين.

٩. أن ما نسبته (٤٧,١٠%) من المبحوثين يرون إمكانية تطوير الخطاب الإسلامي في وسائل الإعلام الفلسطينية من خلال الاهتمام بالقضايا الجديدة التي تهم الشباب ، ثم استقطاب كوادر إعلامية متخصصة تعمل في وسائل الإعلام بنسبة (٤٦,٢٨%) من المبحوثين.

١٠. أن أهم ما اقترح به المبحوثون هو عدم التطرف الديني ، وان يكون الخطاب الإسلامي معتدلاً ووسطياً في تناوله للقضايا المختلفة.

التوصيات :

في ضوء النتائج التي توصل إليها الباحثان نوصي بالآتي :

١. مشاركة الخطاب الإسلامي في معاشة الأحداث والدفاع عن مصالح الجماهير الإسلامية والقضايا العربية وعلى رأسها القضية الفلسطينية ، وإعلام الجمهور وتعليمه وتوجيهه من خلال سياسة إعلامية إسلامية واضحة ومعتدلة الخطاب والمنهج.

٢. وضع خطة مدروسة لإنتاج برامج تجذب الأجيال الشابة وتوجيههم التوجيه السليم ، ولا تحرمهم في الوقت نفسه من الاستمتاع بالفنون الراقية في جميع المجالات ، على أن تتميز هذه البرامج بالإعداد الجيد والتنوع والمصداقية حتى تكون وسيلتنا الأساسية وخط الدفاع الأول ضد الغزو الثقافي الدخيل ومجتمعنا الإسلامي.

٣. إعطاء أهمية كبيرة لتدريب الكوادر الإعلامية والفنية لتواكب معلوماتهم

وأساليبهم أحدث ما في العصر من وسائل للجذب والانبهار والتأثير الإيجابي على مجتمعنا الفلسطيني خاصة الإسلامي والعربي بشكل عام ، مما يحد من تأثير الوسائل الإعلام الأجنبية بفتح أبواب معرفة جديدة من الثقافة الإسلامية.

٤. التركيز على المشاكل التي تواجه الشباب المسلم وعرضها بصورة تتلاءم من عاداتنا وتقاليدنا الإسلامية والعربية.

٥. إعطاء الاهتمام لوكالات الأنباء العربية والإسلامية في انتقاء الأخبار والثقافة والعلوم المختلفة والفنون المحترمة وتقديمها للشباب المسلم.

٦. البعد عن التطرف والتعصب إلى مذهب معين أو جهة معينة عندما يخاطب الخطاب الإسلامي الشباب المسلم.

٧. أن يقوم الخطاب الإسلامي بالرد الموضوعي والسليم بعيداً عن التشنج والانفعال على كل يسيء إلى الإسلام والمسلمين لقوله تعالى " وجادلوهم بالتّي هي أحسن " صدق الله العظيم.

المراجع

١. د. محمد عبده يماني : الإعلام الإسلامي في عصر الفضاء ، مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد ٩ ، يناير - مارس ١٩٩٨م ص ١١
٢. إحصائيات اليونسكو لعام ١٩٨٢-١٩٨٣م.
٣. محمد السماك : الإعلام الديني في الشرق الأوسط ، مجلة الدراسات الإعلامية ، المركز العربي للدراسات الإعلامية ، العدد ٦٦ يناير - مارس ١٩٩٢م ، ص ٧٥-٧٦.
٤. سورة البقرة ، آية ٢٥٦.
٥. سورة سبأ ، آية ٢٤.
٦. سورة النمل ، آية ١٢٥.
٧. سورة إبراهيم ، الآيات ٢٤-٢٥-٢٦.
٨. سورة الحجرات ، آية ٦.
٩. د. محمد حمد زقزوق : الإعلام في مواجهة الإستشراق ، مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد ٩١ ، إبريل - يونيو ١٩٩٨ ، ص ١٣.
١٠. د. محمود يوسف مصطفى ، " أساليب الاستخدام السياسي للإسلام في مضمون الدعاية العراقية خلال حرب الخليج " ، مجلة بحوث الاتصال ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد السابع يوليو ١٩٩٢م .
١١. عبد الصبور فاضل ، " قارئية الصحف الدينية في مصر - دراسة ميدانية " ، مجلة البحوث الإعلامية ، القاهرة ، جامعة الأزهر ، العدد السادس يناير ١٩٩٧م.
12. Basyouni Hamada : The Initial Effects of the Internet on a Muslim Society Journal of international Communication.V.6,N.2, December 1990.
13. Gary Bunt :Virtually Islamic : Computer Mediated Communication and Cyber Islamic Environments.(Cardiff University of Wales Press,2000)
WWW.lamp.acuk/cis/liminal/virtuallyislamic/
١٤. رباب رأفت الجمال : ،"العوامل المؤثرة في تشكيل خطاب الصحافة العربية والدولية تجاه أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠٠م وتداعياتها ، كلية

- الإعلام ، جامعة القاهرة ، الجزء ١ ، مايو ٢٠٠٢ ، ص ٣٧٥ .
- ١٥ . د. بسام أبو حشيش ، " أبرز القضايا التربوية المستنبطة من خطابات الإمام أحمد ياسين " ، مجلة الجامعة الإسلامية ، كلية الآداب ، الجامعة الإسلامية ، مارس ٢٠٠٥ .
- ١٦ . د. حسن أبو حشيش ، " خصائص الخطاب الإعلامي للشيخ أحمد ياسين ، دراسة تحليلية لمقابلات الشيخ الصحفية في انتفاضة الأقصى " ، مجلة الجامعة الإسلامية ، كلية الآداب ، الجامعة الإسلامية ، مارس ٢٠٠٥ .
- ١٧ . د. عدنان الكحلوت ، وسائل الإقناع والتأثير في الخطاب الديني ، مؤتمر الوعظ والإرشاد السنوي نحو خطاب إسلامي معاصر ، وزارة الأوقاف والشؤون الدينية ، فلسطين ، غزة ، ٢٠٠٥ م .
- ١٨ . د. رباب رأفت الجمال ، دور الخطاب الديني في الصحف المصرية في تلبية احتياجات الجمهور في إطار نظرية التماس المعلومات ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المؤتمر العلمي الحادي عشر ، مستقبل وسائل الإعلام العربية ، مايو ، ٢٠٠٥ م .
- ١٩ . د. حسين أبو شنب ، الإعلام والخطاب الدعوي ، مؤتمر الوعظ والإرشاد السنوي ، نحو خطاب إسلامي معاصر ، وزارة الأوقاف والشؤون الدينية ، غزة ، فلسطين ، ٢٠٠٥ م .
20. Poul D. Leedy "Practical Research Planning and Design " 5th ed. (New York : Macmillan Publishing company 1993) P.143.
- ٢١ . فؤاد أبو حطب وأمال صادق : منهج البحث في العلوم الاجتماعية والنفسية (القاهرة : مكتبة الانجلو مصرية ، ١٩٩١ م) ، ص ٥٠ .
22. Arthur Asa Berger " Media research Techniques " 2nd. Ed., (London Sage Publication 1994) P.P. 40-44.
23. Joseph R. Dominick and James E. Fletcher " Proud casting Research (Boston : Allyn and Bacon, Inc., 1985) P.189.
24. Wimmer, Roger D. and Dominick , Joseph R., Mass media Research (Belmont, California : Wadsworth Publisng company ,1987) pp.167-170.
25. Carroll , Raymond L. "Analysis of Broadcast News Content " in

Dominick, J.R., and Fletcher, J. E. 1995)P.55 .

26. Elihu Katz, Jay Blumler & Michael Gurevitch, "Uses of Mass Communication by the Individual," in Mass communication research Mager Issues & Future. Ed. Philips Bavidson & Frrederich Yu, Directions (New York Praoger Publisher 1974)p.p. 11-12.
27. Jams A. and Timothy M, Function and the Mass Media, Jurnal of Broadcasting and Electronic Media, (Vol.19, No.1, Winter 1975)P.P.12-18.

٢٨. د. صالح أبو إصبع : الاتصال الجماهيري (عمان : دار الشروق

للنشر والتوزيع ، ١٩٩٩م) ، ص ٢١٥ .

29. Gunter ,B, Media Research : Measuring Audiences Reaction and Impact (London : Sage Publications, 2000)P.P.15-21

٣٠. د. عاطف عدلي عبيد ، صورة المعلم في وسائل الإعلام ، ط ١

(القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٩٧م) ، ص ٢٠ .

٣١. د. فضل دليو : الاتصال نظرياته ومفاهيمه (القاهرة : دار "نجر

للنشر ، ٢٠٠٣) ، ص ٦٥ .

٣٢. د. ايناس أبو يوسف ، الصورة الذهنية لانتماء الفلسطينيين لدى

النشء ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، كلية الإعلام ، جامعة

القاهرة ، المجلد الثاني ، العدد الرابع ، ديسمبر - أكتوبر ٢٠٠١م .

٣٣. هويدا مصطفى ، دور الإعلام في الأزمات الدولية ، مركز

المحروسة للبحوث والتدريب والنشر ، القاهرة ، ٢٠٠٠م ، ص ٣٨ .

٣٤. سامي طابع ، بحوث الإعلام (القاهرة : دار النهضة العربية ، ٢٠٠١)

ص ٣٠٥

35. www.mohe.gov.ps/statistics.htm