

مجلة



البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

داخل العدد

• الاحتياجات التدريبية للدعاة في مجال الاتصال
وتجاهاتهم نحو مستحدثاته.

(د. شعبان أبو البريد شمس)

• موقف الصحافة المصرية من قضية العولمة والهوية
الثقافية.

(د. سهام نصال)

• مستقبل العلاقة بين الإعلام والتعليم في ظل ثورة
المعلومات.

(د. محمد رضا احمد محمد)

• دور القنوات الفضائية العربية في زيادة المشاركة
الجهابرية.

(د. عادل فهمي البيومي)

• مستقبل الإعلام الإسلامي.

(د. أسامة بن صالح حريري)

• التسويق الاجتماعي نحو أجنحة لحملات التغيير
الاجتماعي في مصر.

(د. سلوى إمام)

العدد

السادس عشر

أكتوبر ٢٠٠١

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفق القواعد التالية:

- * أن لا يكون البحث قد سبق نشره في أى مكان آخر .
- * أن يكون مطبوعاً على الكمبيوتر وخالياً من الأخطاء اللغوية
- * لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة .
- * يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث على أن يكتب اسم الباحث وعنوان البحث على غلاف مستقل .
- * أن توضع قائمة المصادر والمراجع التي اعتمدها الباحث في آخر الدراسة أو البحث لافى أسفل الصفحة .
- * يعتمد النشر على رأى اثنين من المحكمين المتخصصين فى تحديد صلاحية المادة للنشر .
- * ترد الأبحاث التى لا تقبل النشر لأصحابها .
- * تحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر ، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها .
- * بالنسبة للبحوث المحكمة والصالحة للنشر تلتزم المجلة بإشعار الباحث بصلاحية بحثه للنشر خلال أسبوعين من استلام ردود المحكمين .



مجلة

البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

داخل العدد

• الاحتياجات التدريبية للدعاة في مجال الاتصال
واتجاهاتهم نحو مستحدثاته.

«د. شعبان أبو اليزيد شمس»

• موقف الصحافة المصرية من قضية العولمة والهوية
الثقافية.

«د. سهام نصاب»

• مستقبل العلاقة بين الإعلام والتعليم في ظل ثورة
المعلومات.

«د. محمد رضا أحمد محمد»

• دور القنوات الفضائية العربية في زيادة المشاركة
ال جماهيرية.

«د. عادل فهمي البيومي»

• مستقبل الإعلام الإسلامي.

«د. أسامة بن صالح حريري»

• التسويق الاجتماعي نحو أجندة لحملات التغيير
الاجتماعي في مصر.

«د. سلوى إمام»

العدد

السادس عشر

أكتوبر ٢٠٠١م

قائمة

كيفية استخدام كتيبنا

مع الأمانة العامة للجامعة الإسلامية



المنار

لجميع خدمات

الكمبيوتر

٣٨ عامريك . بالعباسية

تليفون : ٦٧٤١٤٥٠

رقم الإيداع :

٦٥٥٥

العدد السادس عشر

أكتوبر ٢٠٠١ م

عدد
مستند
١٠٠٦٩

مجلة

البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر



رئيس مجلس الإدارة
الأستاذ الدكتور: أحمد عمر هاشم

رئيس التحرير
الأستاذ الدكتور: محيي الدين عبد الحلیم

مدير التحرير
د. محمود عبد العاطی مسلم

سكرتير التحرير
د. أحمد منصور هبیه

توجه باسم الدكتور/مدير التحرير على العنوان التالي:
جامعة الأزهر - كلية اللغة العربية بالقاهرة قسم الصحافة والإعلام

المراسلات

تليفون : ٥١٠١٤٦٦

هيئة المحكمين في هذا العدد

أ.د. جيهان رشدي

أ.د. علي عجمو

أ.د. محيي الدين عبد الحلیم

أ.د. عدلي رضا

أ.د. حمدي حسن محمود

أ.د. ماجي الحانوي

أ.د. حسن عماد مكي اوي

أ.د. سامي الشريف

أ.د. أشرف صالح

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

العدد الخامس عشر

يناير ٢٠٠١م



مكتبة
المعهد العالي للتربية
بجامعة أسيوط

دورية علمية محكمة تصدر مرتين سنوياً

الاحتياجات التدريبية للدعاة في مجال الاتصال واتجاهاتهم نحو مستحدثاته

«دراسة ميدانية على عينة من الدعاة»

إعداد

د / شعبان أبو اليزيد شمس

رئيس قسم الصحافة والإعلام
جامعة الأزهر

العدد
السادس عشر
أكتوبر ٢٠٠١

مقدمة

ما زالت الأديان السماوية بمصادرها القوية وأصولها هي القوى الرئيسة التي تتصدى لمتغيرات الحياة بمجالاتها المختلفة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والعلمية وما تحلمه من نتائج، تتوافق أو تختلف مع مضمون هذه الأديان، إلا أن المتلقى في النهاية لا بد أن يعود إلى دينه متمثلاً في دعائه والمتخصصين فيه لمعرفة الرأي القاطع في مستجدات ومستحدثات الأفكار وما يترتب عنها من تكنولوجيا تقتحم خصوصياته ولم يكن له عهد بها في سنوات خلت.

ولأن الإنسان كما يقال «يعيش بعقيدته، لذا كان من الضروري على القائمين في مجال الاتصال أن تكون لديهم حساسية خاصة فيما يتعلق بالمعتقدات، فالإنسان العادي بمعتقداته الراسخة لا يمكن أن يقبل أي دعوة تتعارض مع تلك المعتقدات»^(١).

وقد ذهب كل من «William Kelly and William.B» إلى أنه عكس ما كان متوقفاً فإن الثقافات المحلية وبخاصة الأديان تزداد تأثيراً مع التقدم في المواصلات وتكنولوجيا الاتصال، وعلى الرغم من أن العالم أصبح قرية عالمية بفعل وتأثير وسائل الاتصال الجماهيري إلا أن محاولات التوصل إلى ثقافة عالمية متجانسة «Homogenized global culture» هي درب من دروب الخيال. ويتساءل الباحثان: كيف يتم ذلك مع شعوب مختلفة ثقافياً ودينياً؟ لقد حاولنا خلال الخمسين عاماً الأخيرة عن طريق العلوم الاجتماعية (علم النفس، والاجتماع، والاتصال.. وغيرها) أن نتعرف ونتفهم الثقافات المحلية للشعوب، إلا أننا لاحظنا نمواً وازدهاراً للأديان فيها، باتت تحدد لها أساليب وطرق حياتها اليومية بشكل فعال^(٢).

ويأتي الإسلام بمرجعيته القوية من قرآن كريم وسنة نبوية وبمعايشته لمشكلات الإنسان الحياتية من عبادات ومعاملات في مقدمة هذه الأديان التي تتصدى لأية ثقافة لا تتوافق مع مضمونه وأهدافه النبيلة في السمو بمكانة الإنسان وتقدمه.

ويعد الدعاة الذين يحملون أمانه توصيل رسالة الإسلام إلى جمهور

متعطش لمعرفة رأي الدين في كل صغيرة وكبيرة هم الحلقة الأقوى في العملية الاتصالية في مجال الدعوة الإسلامية، حيث بدأت المؤسسات الدينية تولى اهتماما كبيرا بهؤلاء القائمين على الاتصال في الدعوة لعدة أسباب أهمها:

١- لوحظ أن هناك نوع من القصور في التأهيل العلمي للدعاة في مراحل التعليم المختلفة مما يستلزم إقامة برامج تدريبية لصقل خبرات هؤلاء الدعاة وتأهيلهم.

٢- تتطلب الظروف الراهنة نوعاً من التجديد في الخطاب الديني بحيث يستطيع الداعية التعامل مع قطاعات جماهيرية تختلف مصادر الثقافة لديها عما سبقها من أجيال لم تعيش التطورات التكنولوجية الحديثة.

٣- ظهور العديد من مستحدثات العلم لم يسبق للدعاة معرفة بها مثل الاستنساخ وتأجير الأرحام والحقن المجهري وتنظيم الأسرة والهندسة الوراثية مما يستوجب تعرض هؤلاء الدعاة لخبراء ومتخصصين في هذه المجالات جنباً إلى جنب مع المتخصصين في أصول الدين والشريعة.

٤- صعوبة الاعتماد الكلي على الطريقة التقليدية في مخاطبة الجمهور الذي يحتاج إلى دراسة متعمقة من الداعية للتعرف على طبقاته ومشاربه وخصائصاته، وألوان وأنواع الثقافة التي يتلقاها حتى ينجح في النهاية في إقناعه بمضمون الرسالة الدعوية.

٥- أهمية معرفة وإلمام الداعية بعلوم العصر بشقيها: الإنساني من (علم نفس واجتماع واقتصاد وتاريخ وغيرها)، والطبيعي من (طب وهندسة وإعلام وصيدلة وزراعة وغيرها)، حتى يمزج بينها وبين رؤية الإسلام للقضايا التي تثيرها.

من هنا جاءت أهمية هذه الدراسة في التعرف على الاحتياجات التدريبية للدعاة من خلال استطلاع آرائهم لوضع برنامج تدريبي يعكس تلك الاحتياجات، حتى نصل في النهاية إلى إعداد داعية يسهم بشكل فعال في تنمية وطنه وخدمة مقاصد شريعته.

٢- نوع البحث ومنهجه: ينتمي هذا البحث إلى نوعين من البحوث

الأول: البحوث الاستطلاعية Exploratory Studies وهي نوع من الدراسات تهدف إلى التعرف على ظاهرة جديدة، أو موضوعات أو أجزاء من موضوعات لم يسبق تناولها، ويتم ذلك في هذا البحث من خلال استطلاع آراء الدعاة - عينة الدراسة - في الاحتياجات التدريبية المطلوبة لإعدادهم إعداداً جيداً كقائمين بالاتصال في مجال الدعوة، ومع أن البحوث الاستطلاعية قد تنشأ من جراء رغبة محدودة لدى الباحث في فحص الأبعاد الظاهرة، وإشباع فضوله في التعرف عليها، إلا أن ذلك يجب أن لا يقلل من أهمية هذا النوع من البحوث، وذلك لأنها كثيراً ما تقود إلى آفاق جديدة في مجالات اهتمام مستخدميها^(١).

الثاني: البحوث الوصفية Descriptiv Studies، حيث تتجاوز هذه الدراسة حدود الاستكشاف عن الاحتياجات التدريبية لتتعمق إلى البحوث الوصفية التي تركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين وهم هنا «الدعاة»، أو موقف أو جماعة أو فرد وتكرارات حدوث الظواهر المختلفة^(٢). ويتمثل ذلك من خلال التعرف على اتجاهات الدعاة نحو مستحدثات الإتصال وهي هنا شبكة الانترنت.

وتستخدم هذه الدراسة منهج المسح بالعينة والذي يتمثل في اختيار عينة من الدعاة للتعرف على احتياجاتهم التدريبية، وأيضاً اتجاهاتهم نحو مستحدثات الاتصال من خلال استمارتين الأولى للاحتياجات والثانية لمعرفة الاتجاهات نحو الانترنت.

٣- تساؤلات الدراسة: وتدور تساؤلات هذه الدراسة حول ثمانية محاور رئيسة كالآتي:

المحور الأول: الإطار الفكري للدراسة:

- ١- ماهية الاحتياجات التدريبية؟ وما مفهوم التدريب؟
- ٢- ما أهمية التعرف على الاحتياجات التدريبية علي عملية إعداد الدعاة؟
- ٣- كيف تهتم الديانات الأخرى بعملية التدريب؟
- ٤- هل يحتاج الداعية إلى معرفة بالعلوم الاجتماعية والطبيعية؟

المحور الثاني: التأهيل العلمي للدعاة؟

- ١- هل تكفي الدراسة في المراحل التعليمية المختلفة لإعداد داعية ناجح؟
- ٢- هل المحتوى العلمي للمقررات الدراسية يكفي لهذا الإعداد؟
- ٣- ما ضرورة اللغات الأجنبية للداعية؟
- ٤- هل من الأهمية أن تتضمن المقررات الدراسية الفلسفات والسياسات الدولية؟

المحور الثالث: الخلفية الثقافية للدعاة.

- ١- ما مدى معرفة الدعاة بالقضايا الإقتصادية المستحدثة؟
 - ٢- ما مدى معرفة الدعاة بمستجدات العلم في العديد من القضايا «كالاستنساخ - وتأجير الأرحام - والهندسة الوراثية وغيرها»؟
- المحور الرابع: دراسة جمهور الدعوة:

- ١- ما أهمية معرفة الداعية بجمهور الدعوة؟
- ٢- هل يختلف هذا الجمهور حالياً عن ذي قبل؟
- ٣- هل تحتاج بعض القطاعات الجماهيرية أساليب خاصة في الاقتناع؟
- ٤- هل يواجه الداعية صعوبة في طريقة مواجهة الجمهور؟

المحور الخامس: فنون الاتصال

- ١- ما مدى إجادة الداعية لفن الإلقاء؟
- ٢- ما موقف الداعية من الخطابة عبر التلفزيون؟
- ٣- هل الدعاة في حاجة إلى التعرف على الفنون الصحفية؟

المحور السادس: اتجاهات الدعاة نحو وسائل الإعلام:

- ١- هل تساعد وسائل الإعلام الداعية في أداء عمله؟
- ٢- وهل هناك مواد إعلامية تؤثر سلباً على عمله؟

٣- ما موقف الدعاة من المواد الترفيهية في التلفزيون؟

٤- هل يحتاج الدعاة إلى دورات تدريبية في التعامل مع وسائل الإعلام؟.

المحور السابع: تطوير الخطاب الديني:

١- ما مدى موافقة الدعاة على تطوير الخطاب الديني؟

٢- وهل يحتاجون إلى دورات تدريبية لتطوير هذا الخطاب؟

٣- وهل يمكن لوسائل الإعلام مساعدة الدعاة في عملية التطوير؟

٤- هل هناك علاقة بين تطوير الخطاب الديني والإعداد الجيد للدعاة؟

٥- هل عملية تطوير الخطاب الديني تعني تغييراً في أساليب الرسالة المقدمة

من الداعية؟

المحور الثامن: اتجاهات الدعاة نحو مستحدثات الاتصال (الانترنت).

١- ما موقف الدعاة واتجاهاتهم نحو شبكة «الانترنت»؟

٢- هل يمكن أن تساعد هذه الشبكة الدعاة في أعمالهم؟

٣- ما العوائق التي تحول دون تعامل الدعاة مع الانترنت؟

٤- وهل تغير مصادر الثقافة يحتم على الدعاة التعرف على مستحدثات

الاتصال؟

٥- ما العلاقة بين المؤهل العلمي للداعية واتجاهاته نحو الانترنت؟

٦- ما العلاقة بين المنطقة الجغرافية التي ينتمي إليها الداعية واتجاهاته نحو

الانترنت؟

أما عينة الدراسة وطرقها واجراءاتها فسترد تفصيلا في الجزء الثاني من هذا البحث (الدراسة الميدانية) وأيضا سترد الدراسات السابقة ضمن الاطار الفكري للدراسة للإفادة منها بشكل مباشر.

الإطار الفكري للدراسة

ماهية الاحتياجات التدريبية

التعليم وحده والدرجة العلمية وحدها - مهما كان نوعها ومستواها - لا تؤهل لوظائف القيادة أو الإدارة العليا أو المتخصصة، وإنما الذي يؤهل لها أنواع معينة من الخبرات العملية التي تكتسب من الممارسة والمران. وعندما تبدأ الممارسة لوظائف القيادة أو الإدارة العليا أو المتخصصة دون نظرية أو دليل للعمل فستعتمد بالقطع على التجربة التلقائية غير المصممة أو غير الموجهة.

ومن هنا فإن نقص كفاية عملية التجربة والخطأ، واحتمالات زيادة الخطأ أثناء علمية الخبرة الفردية التي يكتسبها الفرد بمعرفته وبنفسه من ناحية، وامكانية استخدام الطريقة العلمية من ناحية أخرى، هي التي تمهد الطريق إلى أهمية التدريب المنظم وفق برامج مرسومه^(٥).

وعلى الرغم من أن المؤسسات التعليمية من مدارس ومعاهد وجامعات تلعب دورا هاما وأساسيا في إعداد كوادر متخصصة إلا أن الأمر يتطلب وضع استراتيجيات لتحسين وتطوير عمل هذه الكوادر لرفع كفاءتها الانتاجية أو الخدمية^(٦).

ويرى كثير من المتخصصين في مجال التعليم على المستوى الدولي أن النظام التعليمي قاصر في تخريج متخصص يواجه متطلبات المهنة دون اللجوء إلى نظام تدريبي يصقل خبراته ويعده بأسلوب عملي وتقني، ويشير «Rowntree» إلى أن مناهج التعليم الحالية تفتقر إلى الحراك العلمي، بمعنى أنها مفاهيم وحقائق ينقصها الجانب التطبيقي، فهناك فجوة بين المادة النظرية والتدريب في العديد من المجالات^(٧).

أما «Lynn olsm» في كتابه «The School to work

rovolution» فإنه يتتقد نظام التعليم الأمريكي الذي لم يربط بين تعليم الطلاب ومستقبلهم، مما قتل الحماس لديهم في العملية التعليمية برمتها وخلق نوعًا من الملل من الدراسة الأكاديمية خاصة بين المراهقين الأمريكيين، ويرى «Olson» أن الأمر يحتاج إلى عدة معالجات منها^(٨):

- أن العمل الحديث يحتاج إلى مستوى أكاديمي مرتفع ومعرفة فنية تقنية وتدريبية.

- علينا أن نعد الدارسين للعمل والتعلم طيلة حياتهم، لأن هذا التعلم هو سمة هامة لكل الأعمال.

- نحتاج إلى تدريس أكثر جاذبية وأكثر إيجابية، حيث علينا أن نتيح الفرص أمام الدارسين لتوسيع معرفتهم واستخدامها، وعدم الوقوف عند سرد الحقائق وإجترارها.

- كما نحتاج إلى ربط التعليم بالعمل حتى يرى شباب الخريجين كيف يطبقوا المعارف التي حصلوا عليها.

ومن هنا فإن النظم التعليمية تحرص على توفير جهاز للتدريب يتولى مسئولية النهوض المستمر بمستوى الخريجين الذين يعودون إليها بين الحين والآخر للتدريب والتعليم على أحدث المستجدات في مجال تخصصهم، حيث تتاح الفرصة لهم ليقفوا على كل جديد في مجال عملهم^(٩).

ويتم التدريب المنظم عن طريقين أولهما الممارسة الفعلية داخل العمل وضرورة أن يتم هذا التدريب وينظم ويرسم وفق برنامج محدد بحيث يحقق أقصى خبرة مكتسبة في أقصر وقت ممكن، وثانيهما التدريب المنظم خارج العمل، وطالما سلمنا بنظام التدريب المنظم داخل العمل فإننا لا بد أن ننظر إلى التدريب المنظم خارج العمل بوصفه استكمالاً وامتداداً.

وهكذا تصبح العناصر الثلاثة الأساسية الداخلة في تكوين المتدرب هي^(١٠):

١- التعليم

٢- الخبرة المكتسبة من العمل أو التدريب المنظم داخل العمل

٣- التدريب المنظم خارج العمل

وعلى الرغم من أن هناك اهتماماً متزايداً في العديد من دول العالم بأعداد العاملين وتطوير أساليب ذلك الإعداد مهنيًا قبل وأثناء الخدمة إلا أن واقع

الحال يؤكد على عدم الرضا من هؤلاء المتدربين يمثل هذه البرامج^(١١)، حيث يرى الباحثون في مجال تدريب القوى البشرية أن التدريب الجيد والفعال يقوم على الحاجات التدريبية الفعلية Assistance Needs للمتدربين، فتحديد الاحتياجات يعد الخطوة الهامة والأولى في بناء وتخطيط أي برنامج تدريبي ناجح لتحقيق أهدافه، لذلك لا بد أن يتم تحديده بطريقة علمية دقيقة لأن تحديد الحاجات المهنية يعتبر ضرورة أساسية لأي عملية تدريبية ناجحة ودعامة من دعائمها، كما أن الاحتياجات التدريبية تمثل الأساس المعقول في مجال التخطيط للتدريب فيما إذا تم التعرف عليه بدقة^(١٢).

وعلى أن نتعرض أولاً لمفهوم التدريب وما يهدف إليه وكذلك مفهوم الاحتياجات التدريبية وأهدافها بغية وضع برنامج تدريبي ناجح يتوافق فعلياً مع حاجات المتدربين

أ- مفهوم التدريب: يندرج التدريب ضمن «العملية التدريبية» وهي عبارة عن «مجموعة فعاليات تدخل ضمن إطار تخطيط وتنفيذ وتقييم التدريب^(١٣)».

وهناك عدة تعريفات للتدريب منها:

١- «أنه نشاط مخطط يهدف إلى أحداث تغيير في الفرد والجماعة ويشمل المعلومات، والخبرات، والمهارات، ومعدلات الأداء، وطرق العمل، والسلوك، والاتجاهات، مما يؤهل الفرد، أو الجماعة للقيام بأعمالهم بكفاءة، وإنتاجية عالية، وإحساس متزايد بالأمن، والاستقرار المهني والوظيفي^(١٤)».

٢- وهناك تعريف يقول ان التدريب هو عملية مخططة مركبة متكاملة ومستمرة تهدف إلى تنمية قدرات الفرد وتغيير سلوكه واتجاهاته للإرتقاء بمستوى أدائه في العمل المكلف قيامه به في جميع مراحل الوظيفة مما يعود بالنفع على المنظمة في أقصر وقت ممكن، وبأقل تكلفة ممكنة في ظل الإمكانيات المتاحة^(١٥).

٣- ويعرف أيضاً بأنه «عبارة عن نظام علمي مدروس يقوم على مجموعة من العمليات المتكاملة بهدف إعداد الأفراد للعمل مع استمرار تنميتهم

وترقيتهم من خلال اكسابهم معلومات ومهارات - قد تكون فنية أو مهنية أو إشرافية - في مجالات محدودة وذلك تمثيا مع برامج تدريبية موضوعة طبقا لمواصفات علمية مستندة إلى تحليل دقيق للوظائف في سوق العمل» (١٦).

٤ - أما التعريف الأخير للتدريب فهو اكثر شمولاً لعناصره المختلفة حيث يرى «أن التدريب هو ذلك النوع من التوجيه أو الإرشاد كما أنه الوسيلة للحصول على أكبر قدر ممكن من الكفاية والقدرة على نقل الأفكار والمعلومات الفنية والإدارية والممارسات الجديدة من المستوى النظري إلى المستوى التطبيقي، ويبنى على أساس معين من الممارسات العملية وتحليل لعمل الفرد للتعرف على واجباته ومسئولياته واحتياجات العمل، وما يتطلبه من خبرات وقدرات ومهارات ومواقف اجتماعية وإنسانية ثم تصميم البرامج بحيث تحقق هذه الأهداف» (١٧).

ويعتبر التدريب من المحاور الأساسية في تطوير القوى العاملة، وتنميتها، في أي مؤسسة من المؤسسات، وهو - بالضرورة - يتضمن التعليم رغم اختلافهما، حيث يتجه التدريب نحو الوظيفة، بالدرجة الأولى، بينما يتجه التعليم نحو الفرد (١٨).

ويرى عدد من الباحثين أن التدريب يتميز عن التعليم بعدد من الأهداف أهمها (١٩):

١ - أنه ترشيد للخبرة المكتسبة من قبل، حيث يتيح القدرة للمتدرب على أن يستنبط من هذه الخبرة دروساً مستفادة أكبر مما كان يمكن أن يستنبطه دون تدريب.

٢ - مساعدة الفرد على اكتساب مهارات جديدة متعلقة بعمله.

٣ - يؤدي إلى تعميق حصيلة الخبرة المكتسبة ويجعلها مخزونا أكثر تنظيماً وأقرب إلى تناول المتدرب منها قبل التدريب.

٤ - زيادة قدرة الفرد على التفكير المبدع بما يمكنه من التكيف مع عمله ومواجهة مشكلاته.

- ٥- تنمية الاتجاهات السليمة للفرد نحو تقديره لقيمة عمله
٦- تغيير اتجاهات الأفراد نحو عملهم تغييراً إيجابياً.
٧- يؤدي التدريب إلى مواءمة العامل لعمله ورفع روحه المعنوية ويجعله قادراً على التصرف بحكمة، كما يساعده على تنمية قدراته.

مفهوم الاحتياجات التدريبية:

تعتبر عملية تحديد الاحتياجات التدريبية خطوة هامة قبل إعداد البرنامج التدريبي، فأهمية التدريب وتحديد احتياجاته لكل مؤسسة لا بد أن يكون وفقاً لمتطلبات البيئة التي تعمل فيها المؤسسة

وتعرف دائرة المعارف الدولية لتكنولوجيا التعليم International Encyclopedia of Educational Tecnology need

assessment الاحتياجات التدريبية بأنها الفرق بين ما يجب أن يؤديه العامل بكفاءة تحقق أهداف مؤسسته التي ينتمي إليها، وما يستطيع أن يؤديه فعلاً، أي أنها تعني الفرق بين ما هو مطلوب من معرفة أو مهارة أو اتجاهات وما هو موجود بالفعل» (٢٠).

كما تعرف الاحتياجات التدريبية «بأنها مجموع التغيرات والتطورات المطلوب احداثها في الفرد والمتعلقة بمعارفه ومهاراته واتجاهاته لجعله لائقاً لشغل وظيفة أو أداء اختصاصات وظيفته الحالية بما يحقق أهداف المنظمة بالكفاءة المطلوبة» (٢١).

وتعرف أيضاً بأنها «المتطلبات التي يتوقع من برامج التدريب المهني تغطيتها لإعداد الراغبين في العمل لأداء الأعمال المتاحة لهم. سواء كانوا يدخلون سوق العمل لأول مرة، أو يتحولون إلى مهن أخرى أو يرفعون إلى مهن أعلى وقد تكون هذه المتطلبات على مستوى مهنة واحدة، أو منشأة واحدة أو قطاع جغرافي أو اقتصادي معين، أو على المستوى القطري» (٢٢).

وقد عبر أحد الباحثين عن الاحتياجات التدريبية الكمية والنوعية بالصيغتين

التاليتين:

(١) الاحتياجات التدريبية = إجمالي عدد العاملين - عدد العاملين غير المحتاجين للتدريب.

(٢) الاحتياجات التدريبية = المعارف والمهارات اللازمة لأداء العمل بكفاءة مقبولة - المعارف والمهارات الموجودة لدى العاملين.

فعند تساوي المهارات والمعارف الموجودة مع المعارف والمهارات اللازمة. عند ذلك لا توجد حاجة تدريبية، فاستخدام المعادلة الأولى يمكن أن يعطي صورة من حجم (كم) الاحتياجات التدريبية، أما المعادلة الثانية فيمكن أن تحدد (نوع) تلك الاحتياجات لتستخدم في تخطيط ورسم الأهداف والسياسات التدريبية وفي تصميم البرامج التدريبية والوسائل المستخدمة في التدريب واختيار المتدربين وتقييم التدريب.

وبمعنى آخر أن تقدير الاحتياجات التدريبية هو الطريق الأفضل لتحديد القدر المطلوب تزويد المتدربين به - كما ونوعاً - من المعلومات والمعارف والمهارات والخبرات الهادفة إلى إحداث التغيير ورفع الكفاءة، وهو كذلك الأسلوب الأحسن المساعد لقياس المسافة بين المستوى الذي عليه المتدرب قبل بدء التدريب والمستوى الذي نأمل الوصول إليه عند نهايته وهو ما نعبر عنه بتقييم البرامج التدريبية، وخلاصة القول أن عدم وجود تحديد للاحتياجات التدريبية بشكل واقعي ودقيق نسبياً يمكن أن يجعل الفعاليات التدريبية المنقذة محدودة الفائدة للمتدربين وللمنظمة ومضيعة للجهد والوقت والمال (٢٣).

وتمثل الحاجات التدريبية الحلقة الأولى من سلسلة حلقات مترابطة، تكون العملية التدريبية، وإهمال تحديد الحاجات التدريبية بالأسلوب العلمي، أو عدم تحديدها بدقة، يهدر الأساس الأول، والركيزة المهمة التي يبني عليها أي برنامج تدريبي (٢٤) فهي المؤشر الذي يوجه التدريب في الاتجاه الصحيح، بحيث يمكن تحقيق الكفاءة، وتحسين الأداء، والارتقاء بالمهارات والسلوك، وتوجيه التفكير بما يتفق واتجاهات المجتمع وتطلعاته، واحتياجاته (٢٥).

وتتفرع أساليب الاحتياجات التدريبية إلى عدة أساليب أهمها (٢٦):

- أساليب المسوحات Survey Techniques

- اتجاهات العاملين Employee Attitude
- مسوحات الحاجات التعليمية Educational - Needs
- مسوحات المشكلة Problem Survey
- أسلوب التدقيق Organizational Audit
- الأسلوب الفردي Individual Approach
- تحليل المؤسسة Organization Analysis
- تحليل العمل Jop Analysis
- تحليل القوى العاملة Man Power Analysis

ويخلص كثير من الباحثين إلى أن تحديد الاحتياجات التدريبية يرجع إلى عدة أسباب أهمها:

- ١- أنها تحقق فاعلية التدريب، وتوفر الوقت، والجهد، والمال إذ تبنى في ضوء برامج التدريب، وإذا لم تحدد بطريقة سليمة، أصبح التدريب مضيعة للوقت، والجهد والمال، وفقد قيمته، وأهميته بالنسبة للفئة المستهدفة (٢٧).
- ٢- أنها تعد الأساس الذي يقوم عليه التدريب، والمؤشر الذي يوجهه إلى الاتجاه الصحيح (٢٨).
- ٣- أنها تعني بالتعرف على مجموع التغيرات الواجب إحداثها في المتدرب، من حيث معلوماته، وخبراته، وأدائه، وسلوكه واتجاهاته، لتمكينه من أداء اختصاصات وظيفته، أو جعله لائقاً لشغل وظيفة أعلى (٢٩).
- ٤- أنها تساعد على تحديد أوجه النقص المطلوب تعويضه عن طريق التدريب من خلال مقارنة الكفايات، والمهارات المختلفة المتاحة في المنظمة، مع ما يتم تحديده من الحاجات التدريبية، والكشف عن مشكلات العمل، ومعوقاته، والوصول إلى قرارات فعالة، وسليمة فيما يتصل بتخطيط العملية التدريبية وتصميمها (٣٠).

«الاحتياجات التدريبية للدعاة»

أ- ضرورة الاهتمام بالدعاة:

القائم بالاتصال أو المرسل في مجال الدعوة أو ما يطلق عليه في مجالها الداعية، هو أهم العناصر التي يتوقف عليها نجاح الرسالة التي تحملها الخطبة أو المحاضرة مهما كانت فاعلية الوسيلة وقوة تأثيرها، ذلك أن افتقاد عملية الإتصال هنا لداعية قادر على نقل الفكرة، وعلى إحداث الأثر المطلوب، سيقضي حتماً على كل احتمالات النجاح حتى لو كان مضمون الرسالة الدعوية على درجة كبيرة من الأهمية والحيوية.

واختيار هذه النوعية من الدعاة يجب أن يتم على أسس سليمة، ولا يجب أن يتم اختيارهم إلا إذا توافرت لديهم الملكات الذهنية والمهارات الاتصالية والقدرات الفكرية التي تمكنهم من اعتلاء المنابر وتوجيه الجماهير وحشد طاقاتهم وزرع المفاهيم والقيم التي يعكسها هذا الدين.

وموقع الداعية سواء أكان خطيباً في مسجد أو إماماً أو واعظاً أكثر دقة وأشد حساسية، فهو هنا لا يمثل جهة أو مؤسسة أو دولة معينة، ولكنه يعكس قيم الإسلام ومبادئه، ويرتبط في أذهان الجماهير بهذا الدين ويترك في عقولهم صورة ذهنية تحكمها ملكات هذا الداعية وقدراته إيجاباً وسلباً، والداعية الذي أحسن اختياره وتأهيله وتدريبه يستطيع أن يقدر المسؤولية المنوطة به، والدور الذي عليه أن يضطلع بتحملة ويفهم طبيعة الوسيلة التي يستخدمها، والاهتمامات المتغيرة للجماهير التي يتوجه إليها، والمستوى الثقافي والاقتصادي والاجتماعي لهذه الجماهير التي يتوجه إليها، والمستوى الثقافي والاقتصادي والاجتماعي لهذه الجماهير، ويقوم بتكييف الموضوع الذي يتناوله بحسب المتطلبات التي تحكم طبيعة الوسيلة المستخدمة، ويراعي القدرات المختلفة للجماهير التي يحاول استمالتها وإقناعها والتأثير فيها، ثم يعرف ظروف المجتمع الذي يعمل فيه وطبيعة القضايا والمشكلات التي يمر بها^(٣١).

ولا يقتصر الأمر على الدعاة المسلمين، ففي جميع الأديان تولى المؤسسات الدينية إهتماماً كبيراً بالقائم بالاتصال وخاصة الديانة المسيحية التي تهتم كثيراً

باعداد المبشرين خاصة في المناطق التي تعتنق ديانات أخرى وبالأخص الإسلام، وهناك العديد من المعاهد المتخصصة لهذا الإعداد تعليميا وتدريبيا منها (٣٢):

١- معهد يونثيفيكو للدراسات العربية ومقره روما في إيطاليا، وهو معهد تشرف عليه الكنيسة الكاثوليكية، وأنشئ ليكون أداة من ادواتها في سعيها نحو المسلمين، ومن ثم يهتم المعهد بتوفير كافة الدراسات التي تتعلق بالاسلام، والتي تصلح كقاعدة للمعلومات اللازمة للحوار المسيحي الإسلامي.

٢- معهد الآداب العربية ومقره تونس والذي يهدف إلى إعداد وتدريب المتخصصين المتمكنين في اللغة العربية والإسلاميات، وتزويدهم بخلفية ثقافية عامة في كل ما يهم العالم العربي.

٣- المركز النصراني لدراسات شمال أفريقيا، وكان مقره الجزائر وأغلقتة الحكومة عام ١٩٦٩.

٤- مركز دراسات العالم العربي الحديث وهو مركز يتبع جامعة سان جوزيف في بيروت ويتخصص في إجراء الدراسات والبحوث التي تعني بالتغيرات الاجتماعية والثقافية في العالم العربي، مع التركيز على المظاهر الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للتحديث وأثر ذلك على الإسلام.

٥- معهد الشرق الأدنى للاهوت: ومقره بيروت وترعاه عدة طوائف، وقد أنشئ لمساعدة النصارى في الشرق الأوسط خاصة على فهم الإسلام ومعرفته والقدرة على الاتصال مع المسلمين.

٦- مركز دراسات الإسلام في أفريقيا: ومقره نيروبي في كينيا ويهدف إلى توفير المعلومات للمنصرين والعاملين في كنائس أفريقيا وتوفير المعلومات للمنصرين والعاملين فيها لتساعدهم على فهم أحوال الإسلام والمسلمين في هذه المناطق.

٧- المركز النصراني للدراسات: ومقره روا البندي في باكستان وأنشئ لمساعدة الكنيسة على ممارسة دورها في نشر تعاليم الانجيل واجراء الدراسات في العقيدتين الإسلامية والنصرانية، والدعوة إلى التقارب بين الإسلام والنصرانية.

٨- معهد هنري مارتن للدراسات الإسلامية: ومقره حيدرآباد في الهند ويتنوع نشاطه تنوعاً هائلاً فيشتمل على إقامة برامج تدريبية في الكنائس والمعاهد وعقد دورات دراسية بالمراسلة للنصارى والمسلمين، وإجراء ندوات وحلقات دراسية مشتركة فضلاً عن دعوة علماء المسلمين لإلقاء محاضرات وإجراء حوارات ومناقشات واسعة معهم.

٩- مركز أبحاث دانسلان: ومقره مدينة أليجان في الفلبين ويعني بإجراء البحوث والدراسات المتعلقة بالإسلام والمسلمين في الفلبين وتعميم هذه المعلومات وتنظيم المؤتمرات والحلقات الدراسية وتنظيم دورات صيفية لمدرسي المدارس واقتراح المشروعات المتعلقة بتقديم الخدمات الاجتماعية إلى جانب إصدار المطبوعات والنشرات وتدور معظم أهداف هذه المراكز والمعاهد حول عدة محاور:

- إجراء البحوث والدراسات وتدريب المنصرين عليها.
- إصدار المطبوعات الدورية وإنتاج المواد الإعلامية المسموعة والمرئية.
- تدريب وإعداد المنصرين والراغبين في هذا العمل من الرجال والنساء
- إيفاد أعضاء هيئة تدريس وباحثين إلى الكنائس للتعليم والوعظ

وقد أورد الباحث هذه المراكز السابقة للتدليل على أن إعداد القوائم بالاتصال يلقي اهتماماً كبيراً في الأديان الأخرى وهذا حق لكل صاحب عقيدة في طرحها أمام الرأي العام، ويبقى في النهاية الرسالة الأقوى حجة والتوافق مع حاجات الناس وأهدافهم في الدين والدنيا والآخرة.

ب- قضايا الاحتياجات التدريبية للدعاة:-

بدأت المؤسسات الدينية الرسمية (الأزهر ووزارة الأوقاف) تولي إهتماماً كبيراً في السنوات الأخيرة بدراسة أحوال الدعاة والتعرف على مشكلاتهم، إنطلاقاً من أن هؤلاء القائمين بالاتصال مع جماهير عريضة تقبل على المساجد ومراكز الدعوة راغبة في التعرف على دينها بأساليب وطرق ومحتوى صحيح بعيداً عن الغلو والتطرف.

وقد تمثل هذا الإهتمام في عقد الندوات والمؤتمرات وتأليف الكتب والمراجع

التي ركزت على أحوال الدعوة والدعاة والتعرف على المعوقات التي تحول دون نجاح الداعية في الوصول إلى عقول وقلوب الجمهور في مجال حيوي يتعلق بحياة الإنسان وهو الدين.

وصاحب هذا الإهتمام بعض الدراسات الأكاديمية التي نزلت إلى الميدان للتعرف على ما يجول في خواطر الدعاة من آراء ووجهات نظر من ناحية، والمشكلات العلمية والمرجعية والإدارية التي تواجههم من جهة أخرى.

وقبل التعرف على احتياجات الدعاة التدريبية، يحدد الدكتور على عجوة احتياجاتنا كمجتمع إسلامي منهم في ثلاثة مجالات أو احتياجات رئيسية (٣٣):

الاحتياج الأول «معرفي»: ويتمثل في أننا جميعاً نريد أن نعرف أشياء عن ديننا الإسلامي وعن العبادات والأركان الرئيسية، ونريد أن نعرف أشياء عن الزكاة، والصيام والحج وغيرها، وعن المشكلات المتعلقة بالتعامل الأسري. وهذه كلها أمور معرفية ينبغي أن تقدم باستمرار، وفي المناسبات التي تكثر فيها الحاجة وتصبح ملحة للاستماع إلى مثل هذه المعلومات.

الاحتياج الثاني «سلوكي»: يتمثل في أن الدين الإسلامي دين معاملة مثلما هو دين عبادة، وكثير من المعاملات تغيب عن أذهان الدعاة ولا يتحدثون فيها كثيراً. والمشكلات التي تواجه المجتمع الإسلامي المعاصر تختلف إلى حد كبير عن المشكلات التي واجهته في فترات سابقة، كقضية البيئة على سبيل المثال، وقضية استغلال الموارد المائية وعدم الإسراف في المياه، وحينما يتحدث الإعلامي من خلال حملة إعلامية في التلفزيون أو الإذاعة عن قضية من هذه القضايا لن يحصل على نفس التقدير الذي يحصل عليه الداعية حينما يتناول هذه الموضوعات في خطبة الجمعة كما أن هناك قضايا سلوكية تتعلق بالأمن وأهداف المرور واحترام حقوق الآخرين وعدم التعدي على حقوق المواطنين في الشارع، إذا تم تناولها من منظور ديني يمكن أن يأتي بالأثر المرجو للمجتمع.

الاحتياج الثالث «وجداني»: يتمثل في أننا نذهب إلى المسجد لأداء الصلاة وفي يوم الجمعة على وجه التحديد نبحث عن غذاء روحي لتزود من

الجمعة إلى الجمعة بدفعة قوية حيث نريد الاستماع إلى الآيات القرآنية وتفسير واضح لهذه الآيات ونستمع إلى قراءة صحيحة، كما نتلهف إلى معرفة القصص القرآني الذي يشدنا إلى متابعة السلف الصالح، ومعرفة كيف كان يفكر ويتغذى على ذلك، ويكون سلوكنا انعكاسا لذلك.

ولكي تتحقق هذه الاحتياجات لنا من قبل الدعاة، علينا أن نتعرف على المشكلات والعوائق التي تواجههم فيما يشكل احتياجات تدريبية تترجم إلى برنامج تدريبي منظم ينبع أساسا من واقع تلك الاحتياجات الفعلية التي ترفع إلى صانع القرار ليصوغها في صورة خطط تدريبية واقعية، يقوم متخذ القرار في النهاية بتحويلها إلى واقع تدريبي فعلي قابل للتنفيذ والتقييم.

ويمكن اجمال تلك الاحتياجات التدريبية فيما يلي:

١- **قصور التأهيل العلمي:** يلاحظ أن عدد المساجد التي تشرف عليها وزارة الأوقاف يقترب من ثلاثين ألف مسجد أي أن هناك ثلاثين ألف إمام يعملون بها، بجانب إشرافها على المساجد الأخرى التي تقترب من أربعين ألف مسجد، أي أننا لدينا سبعون ألف مسجد، ورغم ذلك نعاني من الأمية الدينية، وهذه مشكلة حقيقية وتؤكد قصور عمل الدعاة، ومع أن وزارة الأوقاف تنظم دورات تدريبية وتمد الدعاة بالمطبوعات، لكن الاعتقاد أن المسألة لا تبدأ بالوزارة حيث هناك أحد العوامل الهامة في إعداد الدعاة وهو العملية التعليمية ابتداء من مرحلة التعليم الابتدائي الأزهري حتى التخرج من الجامعة^(٣٤).

فإذا كانت الملكة الفطرية والسلوك النموذجي والاستقامة والصلاح ورجاحة العقل والجرأة في الحق واللسان المبين والرغبة الصادقة في الدعوة إلى الله تعد عوامل رئيسة لإختيار خطباء المساجد، فإنه لا بد من وضع المناهج الدراسية التي تمكن هؤلاء الدعاة من ممارسة نشاطهم على الوجه الأكمل، «فإلى جانب الفهم الكامل للعلوم الإسلامية والحفظ الصحيح للقرآن الكريم والفهم العميق لسيرة الرسول، والإدراك الواعي لأصول الفقه والعقيدة، والمعرفة الدقيقة للتاريخ الإسلامي والمعاصر، والمذاهب السياسية والنظريات الفكرية وأحوال العالم الإسلامي ومشكلاته وقضايا الأقليات، فإن وضع مناهج تطبيقية في علم الخطابة وأصول الدعوة وفنون الإلقاء، ومهارات الاتصال، وعلوم الإعلام يعد

أساساً هاما لخطباء المساجد المعاصرين، لأن جهل الداعية بهذه المعطيات تجعله يعيش بمعزل عما يدور في العالم من أحداث ولا تمكنه هذه الأمور من المنظور الإسلامي الصحيح^(٣٥).

هذه العلوم بشقيها الإسلامي والاتصالي تساعد الداعية على التصدي للموضوعات ذات الطابع الخلاف في بحجة ومنطق وأساليب إقناعية ناجحة، وذلك لتوفر عدة شروط مكتسبة من تأهيله العلمي أهمها^(٣٦):-

أ- المعرفة الجيدة والإحاطة التامة بموضوع الخلاف، وبأبعاده التي وصل إليها، ومحاولة حصره في أضيق نطاق، ومحاولة عزله أيضاً عن أن يختلط بموضوعات أخرى.

ب- التعرف الهادئ المتأنى لوجهة نظر كل طرف من أطراف الخلاف، وتقبل هذه الوجهات كلها في بادئ الأمر، بل احترام أصحابها مع ضرورة التعرف على الأسباب التي أدت إلى تكوين وجهة نظر كل طرف في موضوع بعينه، ثم العمل على إزالة الأسباب، والتقريب بين الوجهات أولاً، ثم توحيدها بإذابة الخلاف بعد ذلك.

ج- تناول الموضوع الذي دب حوله الخلاف بحيادية وموضوعية، وتكوين وجهة نظر خاصة بالداعية، مبنية على دقة التحليل، وصواب الاستنتاج، ثم دعوة أطراف الخلاف إلى التفكير والتدبر فيما ذهب إليه الداعية من رأي، مع وضع أيديهم على أسلوب التحليل والاستنتاج، وتقديم كافة الأدلة والبراهين، التي دعمت ما ذهب إليه الداعية من رأي واجتهاد، حتى يصل بالأطراف جميعاً إلى حد الاقتناع.

د- إذا كان الصواب الذي وصل إليه الداعية في الموضوع، هو نفسه رأي أحد أطراف الخلاف، فعليه أن يكون رفيقاً بسائر الأطراف التي اجتهدت فأخطأت، وإلا يقع في مأزق نصر فريق على فريق، وإنما يكون رائده نصر الحق الذي تبين له، والترحيب والدعاء للطرف الذي اجتهد فأخطأ لأنه ماجور عند الله سبحانه بأجر واحد، بينما يؤجر من اجتهد فأصاب بأجرين.

هـ- تلقى أي تعقيبات أو تعليقات على وجهة النظر التي قدمها الداعية،

وتقبل هذه وتلك، لإثراء معنى الشورى الإسلامية من جانب ولتدريب أصحاب وجهات النظر المختلفة على الحوار الهادف البناء الذي يستهدف إحقاق الحق، وللتأكيد على أن أهم أخلاقيات المسلمين، احترام الرأي الآخر.

و- محاولة الوصول إلى رأي يحظى بالإجماع، أو بما هو قريب من الإجماع بأخذ الآراء والأصوات، ومحاولة صياغة ذلك، بالأسلوب الذي لا يفضي، إلى تخطئة فريق من الناس.

٢- الخلفية الثقافية للدعاة؛

تشير الدراسات والمراجع العلمية إلى ضرورة وجود خلفية ثقافية للداعية تجعله يتعامل مع طبقات الجمهور المختلفة وخاصة الجماهير النوعية المتخصصة في العديد من العلوم والتي تشكل جمهور الداعية في المساجد والمراكز الإسلامية والمؤتمرات والندوات العلمية ذات العلاقة.

ويمكن للباحث أن يقسم تلك الخلفية الثقافية بشكل إجمالي في نوعين من العلوم:

أ- العلوم الإنسانية؛ ويقصد بها أن يلم الداعية إلماما مناسبة بأصول ما يعرف الآن باسم «العلوم الإنسانية» مثل علم النفس والاجتماع والاقتصاد والفلسفة والأخلاق والتاريخ والإعلام والسياسة. ويرجع ذلك لعدة أسباب (٣٧):

= إن موضوعها له علاقة وثيقة بموضوع الدعوة، ويمكن القول إن موضوعها واحد هو: الإنسان.. في الماضي أو الحاضر، الإنسان فرداً أو مجتمعاً، الإنسان مفكراً لنفسه أو مقلداً لغيره، الإنسان منتجاً أو مستهلكاً، الإنسان ريفياً أو متحضراً، الإنسان أمياً أو متعلماً.

= إن الإلمام بهذه العلوم يعين على فهم الناس، وبخاصة الذين تثقفوا بهذه العلوم، وأصبحت جزءاً من تكوينهم الفكري، ومزاجهم الثقافي. والداعية مأمور أن يخاطب الناس على قدر عقولهم، وأن يبين لهم بلسانهم ليفهموا عنه، ولا يستطيع ذلك مالم يكن بينه وبينهم جسر مشترك من الثقافة، يقرب

المسافة، ويزيل الهوة أو الفجوة العقلية والنفسية بين عالم الدين والمثقفين بالعلوم الحديثة.

= أن لهذه العلوم في كثير من الأحيان آثار ضارة على الثقافة المعاصرة، وسموما تنفثها في شتى المجالات، لا يكاد يسلم منها كتاب أو مجلة أو صحيفة، أو إذاعة أو غيرها، ومن لم يعرف مصادر هذه النتائج والسموم لا يستطع أن يقاومها بأسلوب علمي رصين.

= أن الخطب التي تحدث تأثيرا طيبا في حياة الناس هي تلك التي تنبع من فكر الداعية، وهي وليدة جهده العقلي ونشاطه الذهني الخلاق لكي تنفذ إلى قلوب الناس فتجعلهم يتفاعلون مع الواقع بصورة طبيعية، أي أن ثقافة القائم بالاتصال «الداعية» ومستوى معرفته تلعب دورا مؤثرا في عملية الاتصال، وليس هناك ما يمنع من أن يكون مستوى المعرفة وثقافة القائم بالاتصال أعلى من مستوى ثقافة الجمهور المتلقى، وبالتالي فإن الداعية يجب أن يحيا حياة علم وفكر وثقافة واسعة تمكنه من ملاحقة إيقاع الحياة السريع، ومعايشة أحداث العصر ومعطياته العلمية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية، لأن هذه الأحداث هي المادة التي يصوغ منها رسالته الدعوية (٣٨).

= وعن الاحتياجات التدريبية للدعاة في مجال الاتصال توصلت إحدى الدراسات العلمية إلى أن ٩٣، ٨٦٪ من الأئمة أفراد عينة البحث أقرروا بأن مألديهم من معلومات غير كاف لممارسة دورهم في مجال الدعوة، وأنهم في حاجة إلى المزيد من التثقيف والتدريب، وبالذات على فنون الخطابة والإلقاء، والتأثير في الجماهير، وعاودوا التأكيد على احتياجاتهم إلى الكتب، والدوريات السيارة لمزيد من الاطلاع والتثقيف العام، في ظل ثورة المعلومات والاتصال، وارتفاع مستوى التعليم لدى كافة طوائف الشعب، ولم تتجاوز نسبة من أشاروا إلى كافة مألديهم من معلومات دينية تتيح لهم ممارسة دورهم في مجال الدعوة على الوجه الأكمل عن ٨٩، ١٣٪ من اجمالي الباحثين وهي بيانات تؤكد تراجع المكانة الاتصالية للأئمة وانحسار قدراتهم التأثيرية، أو فاعليتهم في الحياة الواقعية، واحتياجهم للمزيد من الرعاية والاعتناء في مجال التأهيل والتدريب (٣٩).

= لما كانت عملية الاتصال الفعال في مجال الدعوة تأخذ في اعتبارها طبيعة الجمهور الموجه إليه الرسالة الدعوية كمحدد أساسي للعملية الاتصالية، فإن خطوة دراسة الجمهور وتحديد فئاته تعتبر أساسية لنجاح الداعية بل هي واحدة من احتياجاته التدريبية بهدف امكان تقديم الموضوعات والقضايا التي تناسب ذلك الجمهور وبالأسلوب والطريقة والحجج والاستمالات التي يفهمها ويستهدف الاتصال في مجال الدعوة إحداث تغييرات ثلاثة في سلوك الجمهور المستقبل^(٤٠):

(أ)- تغييرات في معلومات الجماهير

(ب)- تغييرات في اتجاهات الجماهير

(ج)- تغييرات في السلوك العلني لهذه الجماهير

ولذلك يجب على الداعية دراسة جمهوره واستكشاف قضايا ومشكلاته ورغباته وأنماط تفكيره وبواعث سلوكه وكيفية تكوين أحكامه، وتحليل سلوك هذه الجماهير لمعرفة التوجهات المختلفة، ثم إعداد الخطة العلمية الواقعية الكفيلة بالاقناع وإزالة الجهل والتحيز لتحقيق التوافق والتكيف مع الرسالة الموجهة إليهم^(٤١).

ب- العلوم الطبيعية:- ويقصد بها تلك العلوم التي تقوم على الملاحظة العلمية والتجربة وتخضع للقياس والإختبار، ويطلق عليها الطابع المادي الملموس، مثل علوم الفيزياء والكيمياء والأحياء والجيولوجيا والفلك والتشريع والطب وغيرها.

وتعد معرفة الداعية لهذه العلوم من الاحتياجات التدريبية الهامة خاصة في هذه الأيام التي ظهرت فيها قضايا لا يفهمها الداعية ولا يستوعب محتواها العلمي، وبالذات ما يتوافق منها أو يتعارض مع الدين مثل الهندسة الوراثية، وأطفال الأنابيب، والحقن المجهري، وتأجير الأرحام، والاستنساخ وغيرها من الموضوعات الجديدة على حقل الدعوة «فرقة البحث العلمي اتسعت وامتدت وتشعبت طويلاً وعرضاً وعمقاً لتتناول مجالات لم يسبق للعلم أن طرقها من قبل، وما كان المجتمع ينظر إليه من قبل على أنه من مجال الخيال العلمي أصبح

الآن في متناول الواقع، وأصبح على الداعية والمجتمع أن يتعاملوا معه من خلال قيم وضوابط جديدة، فالبحث العلمي لم يعد له حدود جغرافية، وأصبحت الدولية من معالمة، حيث يشارك العديد من العلماء من بلدان مختلفة في البحث العلمي الواحد ضمناً للجهود، واختصاراً للوقت وتقييماً للنتائج في ضوء الظروف المختلفة للمجتمعات وتتطلب دولية البحث العلمي اتفاقاً أو حداً أدنى من الاتفاق على الضوابط والقيم التي تحكم البحث العلمي في البلدان المختلفة، وخصوصاً ما يتعلق منها بسلامة الأفراد الذين تجرى عليهم البحوث والحفاظ على خصوصياتهم، وينبغي أن لا ننسى ما حدث من أضرار خطيرة وجسيمة للمجتمعات نتيجة بعض البحوث العلمية التي لم تستخدم استخدماً صحيحاً أو استخدمت دون الإلتزام بالقواعد الأخلاقية للبحوث فعادت هذه البحوث على المجتمعات بالضرر الشديد، ومثال ذلك قبلة هيروشيما وتشيرنوبل واستخدام الساليدوميد، وال ددت واحتمال استخدام المعلومات الجينية والاستنساخ في غير مصلحة الأفراد^(٤٢).

والخلفية الثقافية هامة للدعاة في العلوم الطبيعية، خاصة مع هذه المستجدات للأسباب الأتية^(٤٣):

١- أنها مهمة لفهم الحياة المعاصرة، وقد أصبح العلم شريانها والمحرك لكثير من أمورها، فما من بيت إلا دخلته آثار العلم الحديث، من كهرباء، وأجهزة وأدوات، حتى المسجد نفسه أصبح مليئاً من إنتاج العلم الحديث، ولا يجمل بالداعية أن يعيش في دنيا يسيرها العلم ويدير رحاها، ولا يدرك الأوليات والأساسيات لهذا العلم.

٢- أن بعض ما يعزى للعلم - وتحتويه كتبه ومقرراته-، يتخذ وسيلة للتشكيك في الدين، مثل نظرية «النشوء والارتقاء» في الكائنات الحية التي تعرف بنظرية «التطور» لداروين وغيره. فلا بد من معرفة شيء عن مثل هذه النظرية، وقيمتها من الناحية العلمية حتى يمكن للداعية اتخاذ موقف محدد منها، بناء على دراسة صحيحة لاعلى خيالات أو إشاعات.

٣- أن من الحقائق العلمية ما يمكن الداعية استخدامه في تأييد الدين

الدراسة الميدانية

أولاً: قياس الاحتياجات التدريبية للدعاة:

قام الباحث بعدة اجراءات لإعداد وتنفيذ الدراسة الميدانية يمكن تلخيصها فيما يلي:

أ- عينة الدراسة: بلغت عينة الداسة «١٥٤» داعية، منهم ٧٧ داعية من محافظات الوجه البحري شملت البحيرة وكفر الشيخ والقليوبية، ٧٧ داعية من محافظات الوجه القبلي شملت: الفيوم وبني سويف والمنيا وأسيوط وسوهاج وقنا وأسوان. ومن ناحية المؤهل العلمي روعي اختيار هؤلاء الدعاة من خريجي الكليات الأزهرية المختلفة وشملت خمس كليات هي الشريعة وأصول الدين والدراسات الإسلامية والدعوة واللغة العربية، وجاءت أعمارهم ما بين ٢٥-٣٠ سنة.

ب- مقياس الاحتياجات: تم تقسيم الاحتياجات التدريبية للدعاة بعد اجراء دراسة استطلاعية على عدد (٣٥ داعية) لتحديد القضايا المثارة في عملية الاحتياجات التدريبية من خلال ست محاور رئيسة كما تبين جداول الدراسة وتحليلاتها.

وقد صيغت تلك الأحتياجات على شكل عبارات بلغت «٢٦» عبارة وتم تحديد درجات الموافقة في ثلاث درجات هي موافق، غير موافق، محايد، ثم تم تفرغ إجابات الدعاة كل حسب المحور الذي تنتمي إليه.

ج- المعاملات الاحصائية: استخدام الباحث في عملية تفرغ البيانات برنامج «Spss» حيث تم تفرغ المادة الخام وهي الاستمارات المجمعة من الباحثين بشكل فردي على هذا النظام وأمكن الحصول على ما يلي:-

١- التعرف على درجة الموافقة على كل عبارة ثم كل محور من خلال التكرارات والنسب المئوية.

٢- استخدام الباحث إختبار (كا^٢ - X^٢) للتعرف على العلاقة بين المؤهل العلمي للداعية وبين درجة موافقته، وبالتالي احتياجاته، وأيضاً للتعرف على

العلاقة بين المنطقة الجغرافية (الوجه البحري - الوجه القبلي) وبين درجة موافقة الداعية.

ومن خلال التحليل الكمي، تدخل الباحث مستنداً للدراسات السابقة والمراجع العلمية، ورأيه الشخصي المبني على تلك الدراسات والملاحظات والمقابلات التي أجراها مع عدد كبير من الباحثين للتعليق على النتائج التي ظهرت من خلال الجداول المختلفة.

وفيما يلي نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة بالجزء الأول في عمليتي القياس وهي الاحتياجات التدريبية للدعاة.

المحور الأول: التأهيل العلمي للدعاة:

اشتمل المحور الأول على أربع قضايا رئيسة، تعكسها أربع عبارات تناولت التأهيل العلمي في المراحل التعليمية المختلفة، ومدى فاعليته في إعداد داعية يتصدى للقضايا والمشكلات التي يواجهها جمهور الدعوة في هذا العصر.

وقد جاءت نتائج هذا المحور وقضاياها الأربع من خلال الجدول رقم (١) كما يلي:-

١- بلغت نسبة الدعاة الذين وافقوا على أن الدراسة العلمية كافية لإعداد داعية ناجح ٦, ٣٩٪، بينما بلغت نسبة الذين لم يوافقوا ١, ٤٨٪ والمحيدون ٣, ١٢٪، ويرجع ذلك في رأي الباحث إلى أن العملية التعليمية في تلك المراحل ما زالت بعيدة عن إشباع حاجات الداعية، خاصة أن هذه المراحل تعد بمثابة تفرغ كامل لتلقي العلوم الدعوية المتخصصة، وغيرها من المواد المساندة لها، مما يعني أن المدارس والكلية ذات العلاقة بأعداد الداعية لم تستغل هذه المراحل بشكل فاعل في الإعداد التعليمي الأساسي للدعاة.

وقد تبين وجود تباين إحصائي معنوي بين المؤهل العلمي للداعية وبين درجة موافقتها على أن الدراسة كافية لإعداد الدعاة، وذلك من خلال تطبيق اختبار كا^٢ الذي بلغت قيمته ٢, ٣٢ وهي أقل من 0. 05. كما تبين وجود تباين إحصائي معنوي بين المنطقة الجغرافية التي ينتمي إليها الداعية وبين درجة موافقتها حيث بلغت قيمة كا^٢ ٤, ٧، وهي أيضاً أقل من 0. 05.

٢- بلغت نسبة الدعاة الذين وافقوا على أن «المحتوى العلمي للمقررات الدراسية يتوافق مع الحياة العملية للداعية» ٦, ٣٩٪، بينما بلغت نسبة غير الموافقين ٥, ٥٤٪، والمحايدين ٨, ٥٪، وهذه النتيجة تنسجم إلى حد كبير مع نتيجة العبارة السابقة المتعلقة بها، كما تبين وجود تباين إحصائي معنوي بين المؤهل العلمي وبين درجة الموافقة بتطبيق كافي الذي بلغت قيمته ٦, ٥٧، بينما لا يوجد هذا التباين في العلاقة بين المنطقة الجغرافية ودرجة الموافقة حيث بلغت قيمة كافي ٦, ٤، وهي أكبر من 0.05.

٣- أما عن ضرورة اللغات الأجنبية للدعاة في الظروف الحالية، فقد بلغت نسبة الموافقة عليها ٧, ٨٥٪، وغير الموافقين ٥, ٦٪، والمحايدين ٨, ٧٪.

وهذه النتيجة تتوافق مع ما ذهبت إليه كثير من الدراسات العلمية وآراء العاملين في الدعوة والدبلوماسيين الذين كتبوا عن تجاربهم مع الدعاة الذين وفدوا من مصر لبعض دول العالم، وكان حاجز اللغة عاملاً هاماً في عدم نجاح الداعية في تحقيق الهدف الذي أتى من أجله «فنحن نحتاج إلى تنمية اللغات الأجنبية وتدريب الدعاة عليها وإتقانها لكي ننشر الفكر الإسلامي بين الأمم، لأن غيرنا لن يقدم على ترجمة أفكارنا ومقاصدنا، فمنذ سنوات أرسل الأزهر سبعة دعاة إلى زائير تركزوا في كينشاسا العاصمة وكينجالي العاصمة الثانية، وكانت المفاجأة أنهم لا يتكلمون الفرنسية ولا يعرفون شيئاً منها، فأنحصر دورهم في إقامة الصلاة في المسجد وقراءة القرآن الكريم ولم يتمكنوا من مخاطبة الجماهير، وبالتالي لم يصل علمهم ودعوتهم إلى الأقلية المسلمة، مما اضطر الدبلوماسيون المصريون إلى الاتفاق مع بعض المسلمين هناك على التعاون في تقديم بعض الأحاديث والموضوعات والمجلات لتبث من خلال التلفزيون الزائيري» (٤٥).

وهناك كثير من النماذج المشابهة في العديد من دول العالم تؤكد على أن السبب الرئيسي في عدم دقة نقل الصورة في الرسالة الدعوية هو عدم إجادة اللغة «فالكلمات التي يستخدمها الداعية ليضع فيها تصوره لواقع معين لا تتفق بالضرورة في معانيها مع الصورة التي يدركها المستقبل، فالكلمات قد تحمل معاني مختلفة، بالإضافة إلى احتمال اختلاف الإطار الدلالي بين المرسل

(الداعية) والمستقبل، أي عدم وجود الخبرة المشتركة بينهما مما يجعل الصورة المنقولة عن طريق الكلمات غير دقيقة في التعبير عن ذلك الواقع» (٤٦).

وقد تبين وجود تباين إحصائي معنوي بين المؤهل العلمي ودرجة موافقته حيث بلغت قيمة كاي^٢ ٢, ١٩٠ وأيضاً وجود تباين إحصائي بين المنطقة الجغرافية وبين درجة الموافقة حيث بلغت قيمة كاي^٢ = ٦

٤- بلغت نسبة موافقة الدعاة على «أهمية معرفة الداعية بالفلسفات والسياسات الدولية ٨, ٩٦٪، وغير الموافقين ٣, ١٪، والمحايدين ٩, ١٪، وهي نسبة مرتفعة للغاية وتؤكد مدى أهمية هذه المعارف للدعاة الذين يعدون من قادة الرأي في المجتمع أو ما أطلق عليه أحد الباحثين «المؤثرون» (٤٧)، حيث يفقد الداعية عادة لوعي وفهم كاملين لتلك الفلسفات، ويلاحظ الباحث من خلال متابعته للخطباء في المساجد هذه الحاجة، حيث يتصدى هؤلاء الدعاة للعديد من القضايا السياسية والفلسفية بدون وعي مما يجعلهم يقعون في أخطاء نتيجة عدم تعمقهم في الاطلاع على ما يتناولون، مع وجود مقاومة للإقناع من بعض المتخصصين الذين يشكلون جزءاً لا بأس به من الجمهور المتلقي.

العلاقة بين المنطقة الجغرافية ودرجة الموافقة		العلاقة بين المؤهل ودرجة الموافقة		محايد		غير موافق		موافق		درجة الموافقة المحور الأول التأهيل العلمي
P	X2	P	X2	%	ك	%	ك	%	ك	
* < 0.05	٧, ٤	* < 0.05	٣٢, ٢	١٢, ٣	١٩	٤٨, ١	٧٤	٣٩, ٦	٦١	١- الدراسة في المراحل التعليمية كافية لإعداد داعية ناجح
>	٤, ٦	* < 0.05	٥٧, ٦	٥, ٨	٩	٥٤, ٥	٨٤	٣٩, ٦	٦١	٢- المحتوى العلمي للمقررات الدراسية يتوافق مع الحياة العلمية للداعية
* < 0.05	٦	* < 0.05	١٩٠, ٢	٧, ٨	١٢	٦, ٥	١٠	٨٥, ٧	١٣٢	٣- اللغات الأجنبية ضرورة للداعية في الظروف الحالية
>	٥, ٢	* < 0.05	٢٧٨, ٧	١, ٩	٣	١, ٣	٢	٩٦, ٨	١٤٩	٤- من الأهمية معرفة الداعية بالفلسفات والسياسات الدولية

جدول رقم (١) التأهيل العلمي للدعاة ودرجة موافقتهم عليه

* وجود تباين احصائي معنوي $P < 0.05$

المحور الثاني: الخلفية الثقافية للدعاة:-

وقد حدد الباحث ثلاث قضايا هامة دار حولها هذا المحور، وذلك من خلال الملاحظات والمقابلات العديدة التي أجراها الباحث لاستطلاع آراء ٣٥ داعية للتعرف المبدي على احتياجات الدعاة لتنمية ثقافتهم وذلك قبل تصميم هذا المقياس، وتبين أن هذا المحور كما يوضح الجدول رقم (٢) يشمل القضايا التالية:

١- بلغت نسبة الموافقة على معرفة الدعاة القليلة بالعوامة وقضاياها ٨,٤٦٪، وغير الموافقين ٩,٤٢٪، والمحايدين ٣,١٠، وتعد قضية العوامة من القضايا المثارة في الأوساط الأكاديمية من خلال البحوث والدراسات والمؤتمرات العلمية، إلا أنها غير مطروقة في المجال الدعوى، حيث تختلط مفاهيم العوامة بين الاقتصاد متمثلاً في سيطرة الغرب من خلال الاتفاقات الدولية علي مقدرات العالم الثالث وبين الثقافة حيث يتصورها العديد من المثقفين وعلى رأسهم الدعاة بأنها نوع من الغزو الثقافي والإعتداء على خصوصيات الدول، وبالأخص الأديان، وتشير النتيجة السابقة إلى حاجة الداعية إلى التعرف بعمق على العوامة وعناصرها المختلفة.

وقد تبين عدم وجود تباين احصائي معنوي بين علاقة المؤهل ودرجة الموافقة حيث بلغت قيمة كا^٢-٦,١٣، بينما يوجد هذا التباين بين علاقة المنطقة الجغرافية ودرجة الموافقة حيث بلغت قيمة كا^٢=١,١٥.

٢- ومن القضايا الهامة التي تثير اهتمام الدعاة، ويحتاجون فيها إلى معرفة وتدريب هي المصطلحات والمسميات الاقتصادية التي سادت في السنوات الأخيرة وأشهرها (الجات - منظمة التجارة العالمية - الملكية الفكرية)، حيث بلغت نسبة عدم معرفة الدعاة بها ٥,٥٤٪، بينما ٨,٢٠٪ رأوا أن لديهم معرفة بها، والمحايدون ٧,٢٤٪. وقد تبين عدم وجود تباين إحصائي معنوي بين علاقة المؤهل العلمي للداعية وبين درجة معرفته بها (موافقته)، حيث بلغت قيمة كا^٢=٦,١٣ وهي > 0.05، بينما وجد تباين إحصائي معنوي بين المنطقة الجغرافية التي ينتمي إليها الداعية وبين درجة معرفته بتلك القضية، فقد بلغت قيمة كا^٢=٢,٢٨.

٣- أما قضية المستجدات العلمية من (استنساخ- تأجير أرحام- تخصيص - هندسة وراثية) ومدى حاجة الدعاة للتعرف بعمق عليها فتعد من أكثر القضايا إلحاحا من حيث الاحتياجات التدريبية لهم فقد بلغت نسبة الذين وافقوا على حاجاتهم للتدريب عليها ٣, ٩٠٪ وغير الموافقين ٧, ٩٪، وعلى الرغم من أن هناك العديد من المؤتمرات العملية التي تناولت هذه القضايا بالتفصيل مع بيان رأي الإسلام في كل تفاصيلها، سواء في الأزهر أو غيره من المؤسسات ذات العلاقة، إلا أن تأثير تلك المؤتمرات يبقى محدودا على المترددين والمشاركين فيها.

وقد تبين وجود تباين احصائي معنوي بين علاقة المؤهل العلمي ودرجة الموافقة على حاجة الدعاة إلى التدريب في هذه القضية حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 1, 16$.

العلاقة بين المنطقة الجغرافية ودرجة الموافقة		العلاقة بين المؤهل ودرجة الموافقة		محايد		غير موافق		موافق		درجة الموافقة المحور الثاني الخلفية الثقافية للدعاة
P	X2	P	X2	%	ك	%	ك	%	ك	
* <	١٥, ١	>	١٣, ٦	١٠, ٣	١٦	٤٢, ٩	٦٦	٤٦, ٨	٧٢	١- معرفتي قليلة بالعمولة وقضاياها.
* <	٢٨, ٢	* <	٢٤, ٥	٢٤, ٧	٣٨	٢٠, ٨	٣٢	٥٤, ٥	٨٤	٢- الجات - منظمة التجارة العالمية الملكية الفكرية أمور لا أعرفها.
>	٣, ٦	* <	١٦, ١	صفر	صفر	٩, ٧	١٥	٩٠, ٣	١٣٩	٣- مستجدات العلم «الاستنساخ - تأجير أرحام - تخصيص - هندسة وراثية تتطلب دورات تدريبية.

جدول رقم (٢) الخلفية الثقافية للدعاة

* وجود تباين احصائي معنوي $P = 0.05$

المحور الثالث: دراسة الجمهور:

إن قضية التوافق بين الداعية والجمهور هي قضية أساسية، حتى يأنس هذا

الجمهورية إلى هذا الداعية ويرجع إليه ويستشيريه ويستمد منه المشورة في القضية التي تواجهه، فالدعوة موهبة في المقام الأول، وليس أي دارس للدعوة الإسلامية يصلح داعيا، ولكن نظرا للكم الهائل من المساجد، والاحتياج الشديد للدعاة، أصبح عدد الموهوبين قليلا، ومن هنا أصبح من الضروري تعويض نقص الموهبة بالتدريب الذي يجب أن يجمع بين الشكل والمضمون (٤٨).

وقد تم تقسيم هذا المحور إلى سبع قضايا رئيسة طبقا للجدول رقم (٣) والشكل رقم (١) كما يلي:

١- **اختلاف جمهور الدعوة في السنوات الأخيرة:** بلغت نسبة الدعاة الذين وافقوا على هذه العبارة ٩٠٪، وغير الموافقين ٣، ١٪، والمحايدين ٧، ٨٪، وهذا يعني إحساس الدعاة باختلاف الجمهور من حيث مصادر المعرفة وكثرتها، والانفتاح على ثقافات جديدة مما يشكل احتياجا تدريبيا للداعية للتوافق مع هذا الاختلاف.

وقد تبين وجود تباين احصائي في العلاقة بين المنطقة الجغرافية للداعية وبين درجة موافقته على العبارة السابقة حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 6, 7$.

٢- **صعوبة تصنيف الجمهور من قبل الداعية:** بلغت نسبة الموافقة على هذه العبارة ٤٤٪، وغير الموافقين ٩، ٥٣٪، والمحايدين ٣، ١٪، وتبين وجود تباين احصائي في العلاقة بين المؤهل ودرجة الموافقة حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 9, 23$.

ويرى الباحث أن السبب في صعوبة تصنيف الجمهور من قبل الداعية يعود إلى ظهور قوة وسائل الإعلام المسموعة والمرئية التي تخطت حاجز الأمية، وتوجهت إلى الجمهور الأكثر عددا من الأميين وأنصاف المتعلمين، حيث شكلت مصدرا للمعلومات لديهم أدى إلى ظهور طبقات منهم تتسم بالتفكير الناقد صعبت من مهمة الداعية في تصنيف هذه القطاعات الجماهيرية الجديدة.

٣- **بعض أفراد الجمهور يناقشون الداعية بعد الخطبة:** وكان الهدف من وضع هذه العبارة هو التعرف على مدى إهتمام جمهور الدعوة في

معرفة التفاصيل والمزيد من المعلومات، ومناقشة الداعية فيما يقول استنادا لمصادر معلوماتية ينقلها أفراد الجمهور له ويطلبون التعقيب والرد عليها.

وقد بلغت نسبة الموافقة من الدعاة على ذلك ٤, ٨٤٪، وغير الموافقين ١, ٩٪، والمحايدين ٥, ٦٪، وتبين وجود تباين إحصائي في العلاقة بين المؤهل العلمي ودرجة الموافقة حيث جاءت قيمة $\chi^2 = ١٦, ٥$ ، وأيضا وجود تباين إحصائي بين المنطقة الجغرافية وبين درجة الموافقة حيث بلغت قيمة $\chi^2 = ١٤, ٥$.

٤- **معاناة الدعاة من إقناع الغلاة الذين يجادلونهم**: وقد ظهرت هذه القضية من خلال الداسة الاستطلاعية المبدئية حيث ذكرها العديد من الدعاة الذين أكدوا على أن هناك قطاع من الجمهور خاصة الشباب في مرحلتي الثانوي والجامعة يجادلون في الكثير من القضايا كالتياب واللحية والأذان يوم الجمعة وفوائد البنوك وغيرها. ويحتاجون إلى مجهود أكبر من الداعية لإقناعهم نظراً لتعدد المصادر التي يرجعون إليها سواء كانت صواباً أم خطأ.

وقد بلغت نسبة الموافقة على العبارة السابقة ٥, ٤٣٪، وغير الموافقين ٥, ٥٦٪، وتبين وجود تباين إحصائي في العلاقة بين المؤهل وبين درجة الموافقة على معاناة الداعية في إقناع الغلاة، حيث بلغت قيمة $\chi^2 = ٣٠, ٥$.

٥- **الحاجة إلى معرفة الأسلوب العلمي لدراسة الجمهور**: وقد بلغت نسبة الموافقة على هذه العبارة ٧٤٪ وغير الموافقين ٢, ١٦٪، والمحايدين ٧, ٩٪، وهذا يؤكد أن هناك حاجة تدريبية للدعاة في هذه القضية حيث إن عملية الاتصال الفعال تأخذ في اعتبارها دراسة الجمهور الموجه إليه الإتصال كمحدد أساسي للعملية الإتصالية وتعتبر البيانات الخاصة بفئات الجمهور هي السند الذي يرجع إليه الداعية للتعرف على جمهوره من خلال المعلومات التي يتم تصنيفها وتحليلها، لتحديد طبيعة فئات الجمهور الذي ستوجه إليه الرسالة الدعوية.

وبتطبيق اختبار χ^2 تبين وجود تباين إحصائي بين المؤهل ودرجة الموافقة حيث بلغت قيمتها = ٦, ٥٣، وأيضا بين المنطقة ودرجة الموافقة بلغت ٤, ٩.

٦- هناك قطاعات تحتاج إلى أسلوب عقلي ذي حجج في أداء الداعية؛- ويقصد بذلك القطاعات المثقفة من الجمهور، وأيضاً المتعلمة وتحمل مؤهلات تسمح لها بالمناقشة والحوار والبحث عن حجج وبراهين للإقناع تختلف عن باقي القطاعات التي تجذبها الاستمالات العاطفية القائمة على استثارة المشاعر الدينية والحماس.

ومن خلال الدراسة الاستطلاعية الأولية تبين أن كثيراً من الدعاة يؤكدون على وجود هذه القطاعات من الجمهور، وهو ما أكدته نتائج هذه الدراسة، حيث بلغت نسبة الموافقة على العبارة ٨، ٩٤٪، وغير الموافقين ٥، ٤٪، والمحايدين ٦، ٠٪، وتبين وجود تباين إحصائي بين المؤهل ودرجة الموافقة حيث بلغت قيمة $\chi^2 = ٨، ١٣$ ، وتبين أيضاً وجود علاقة بين المنطقة الجغرافية ودرجة الموافقة، فقد بلغت قيمة $\chi^2 = ٤، ٨$.

٧- دراسة طريقة مواجهة الجمهور؛ وتعني هذه العبارة أن هناك صعوبة تواجه الداعية تتطلب تدريباً عملياً للتعرف على الأساليب المختلفة التي يواجه بها الجمهور، فرغم أن الكثيرين من الدعاة متمكنون من إعداد رسائلهم الدعوية، ولديهم المبررات والحجج المساعدة في نجاح تلك الرسائل إلا أن مواجهة الجمهور كثيراً ما تسبب لهم إرباكات قد تؤثر على تسلسل أفكارهم، أو نسيان بعض النقاط أو الانفعال الشديد الذي يؤثر على مصداقية الداعية لدى جمهوره وقد بلغت نسبة الموافقة على حاجة الدعاة لذلك ٩، ٩٢٪، وغير الموافقين ٥، ٦٪، والمحايدين ٦، ٠٪. كما تبين وجود تباين إحصائي بين المؤهل ودرجة الموافقة ($\chi^2 = ٥، ١٦$)، وبين المنطقة ودرجة الموافقة ($\chi^2 = ٦، ١١$).

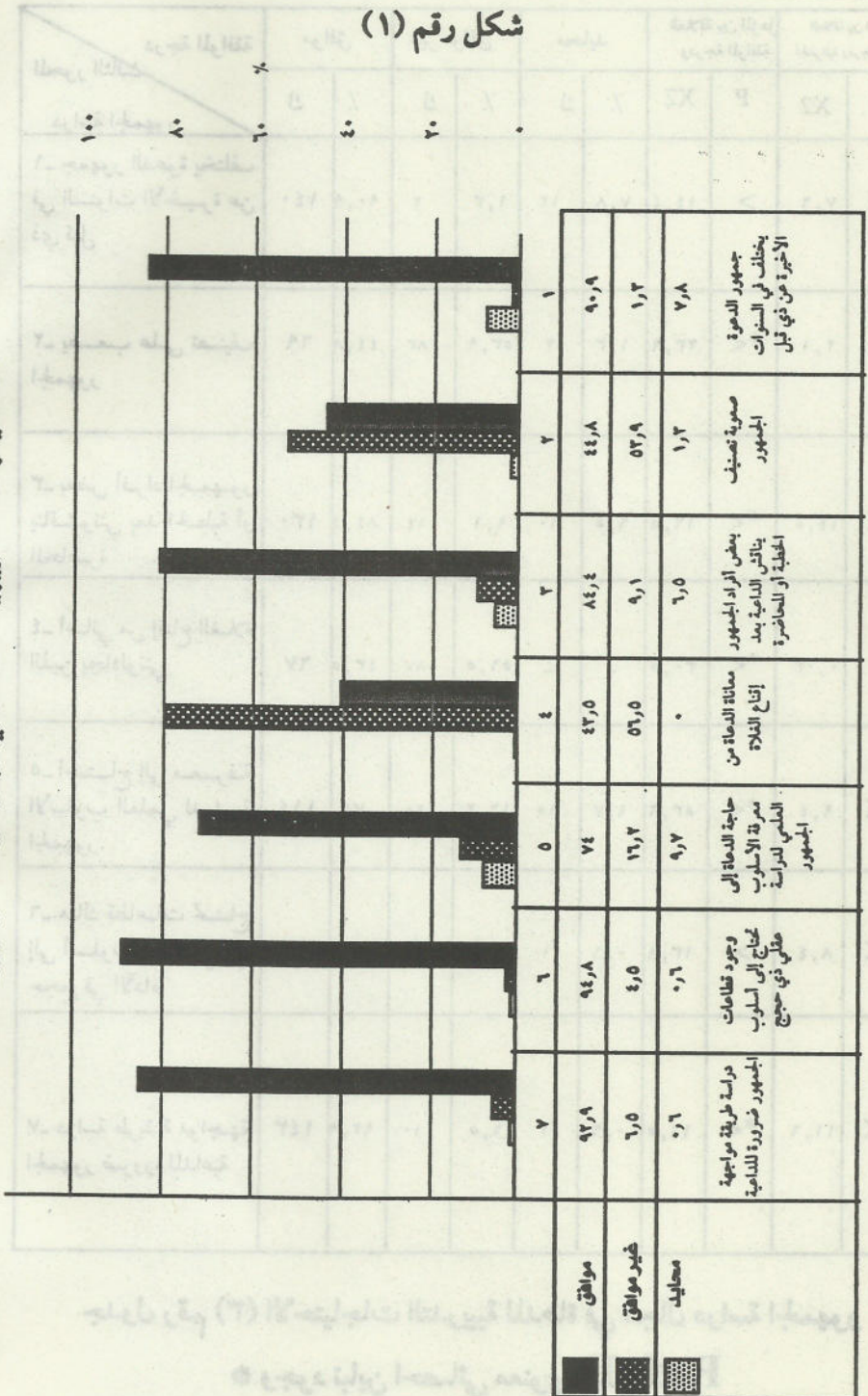
العلاقة بين المتطقة الجغرافية ودرجة الموافقة		العلاقة بين المؤهل ودرجة الموافقة		محايد		غير موافق		موافق		درجة الموافقة المحور الثالث دراسة الجمهور
P	X2	P	X2	%	ك	%	ك	%	ك	
* <	٧,٦	>	١٤,٤	٧,٨	١٢	١,٣	٢	٩٠,٩	١٤٠	١- جمهور الدعوة يختلف في السنوات الأخيرة عن ذي قبل
>	٢,١	* <	٢٣,٩	١,٣	٢	٥٣,٩	٨٣	٤٤,٨	٦٩	٢- يصعب على تصنيف الجمهور
* <	١٤,٥	* <	١٦,٥	٦,٥	١٠	٩,١	١٤	٨٤,٤	١٣٠	٣- بعض أفراد الجمهور يناقشونني بعد الخطبة أو المحاضرة
>	٠,٠٣	* <	٣٠,٥	-	-	٥٦,٥	٨٧	٤٣,٥	٦٧	٤- أعاني من إقناع الفلاة الذين يجادلونني
* <	٩,٤	* <	٥٣,٦	٩,٧	١٥	١٦,٢	٢٥	٧٤	١١٤	٥- أحتاج إلى معرفة الأسلوب العلمي للدراسة الجمهور.
* <	٨,٤	>	١٣,٨	٠,٦	١	٤,٥	٧	٩٤,٨	١٤٦	٦- هناك قطاعات تحتاج إلى أسلوب عقلي ذي حجج في الأداء
* <	١١,٦	* <	١٦,٥	٠,٦	١	٦,٥	١٠	٩٢,٩	١٤٣	٧- دراسة طريقة مواجهة الجمهور ضرورة للدعاة

جدول رقم (٣) الاحتياجات التدريبية للدعاة في مجال دراسة الجمهور

* وجود تباين احصائي معنوي $P < 0.05$

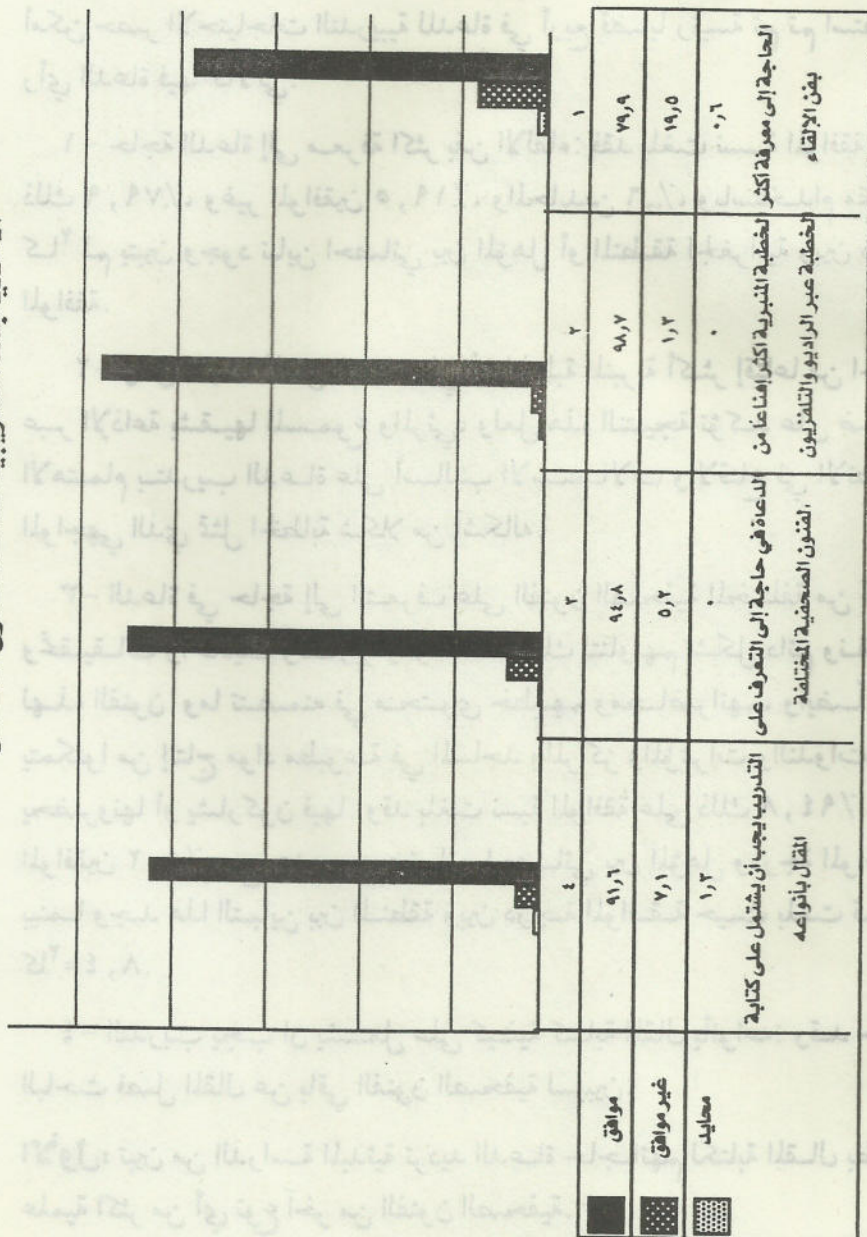
شكل رقم (١)

الاحتياجات التدريبية للتدريبية للدعاة في مجال دراسة الجمهور



شكل رقم (٢)

الاحتياجات التدريبية للدعاة لفنون الاتصال



المحور الرابع: التعرف على فنون الاتصال: - ويقدر بها تلك الفنون التي تساعد الداعية في أداء عمله لإكسابه مهارات تسهم في فاعلية رسالته الدعوية في اقناع الجمهور بمضمون تلك الرسالة.

وطبقا للجدول رقم (٤) والشكل رقم (٢) الذي يوضح ذلك المضمون أمكن حصر الاحتياجات التدريبية للدعاة في أربع قضايا رئيسة ثم تم استطلاع رأي الدعاة فيها كالآتي:-

١- حاجة الدعاة إلى معرفة أكثر بفن اللقاء: فقد بلغت نسبة الموافقة على ذلك ٧٩,٩٪، وغير الموافقين ١٩,٥٪، والمحايدين ٦,٦٪، وباستخدام مقياس كاي^٢ لم يتبين وجود تباين إحصائي بين المؤهل أو المنطقة الجغرافية وبين درجة الموافقة.

٢- وافق ٩٨,٧٪ من الدعاة على أن الخطبة المنبرية أكثر إقناعا من الخطبة عبر الإذاعة بشقيها المسموع والمرئي، ولعل هذه النتيجة تؤكد على ضرورة الاهتمام بتدريب الدعاة على أساليب الاستمالات والاقناع في الاتصال المواجهي الذي تمثل الخطابة شكلا من أشكاله.

٣- الدعاة في حاجة إلى التعرف على الفنون الصحفية المختلفة من أخبار وتحقيقات وأحاديث وتقارير ودراسات وذلك لتناولهم بشكل دائم ونقدم لهم هذه الفنون وما تتضمنه في محتوى خطبهم ومحاضراتهم، وأيضاً لكي يتمكنوا من إنتاج مواد مطبوعة في المساجد والمراكز والمؤتمرات والندوات التي يحضرونها أو يشاركون فيها. وقد بلغت نسبة الموافقة على ذلك ٩٤,٨٪ وغير الموافقين ٥,٢٪، مع عدم وجود تباين إحصائي بين المؤهل ودرجة الموافقة، بينما وجد هذا التباين بين المنطقة وبين درجة الموافقة حيث بلغت قيمة كاي^٢ = ٤,٨.

٤- التدريب يجب ان يشتمل على كيفية كتابة المقال بأنواعه: وقد حاول الباحث فصل المقال عن باقي الفنون الصحفية لسببين:

الأول: تبين من الدراسة المبدئية ترديد الدعاة لحاجاتهم لكتابة المقال بطريقة علمية أكثر من أي نوع آخر من الفنون الصحفية.

الثاني: التشابه القائم بين المقال والخطبة من حيث المقدمة والمتن والخاتمة مما يجذب الدعاة إلى الإطلاع والتدريب أكثر على هذا الفن الصحفي.

وقد بلغت نسبة الموافقة على حاجة الدعاة لذلك ٦, ٩١٪، وغير الموافقين ١, ٧٪، والمحايدين ٣, ١٪، كما تبين عدم وجود تباين إحصائي بين المؤهل ودرجة الموافقة حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 2$, ١٤، بينما وجد تباين إحصائي بين المنطقة الجغرافية ودرجة الموافقة حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 2$, ١٤.

العلاقة بين المنطقة الجغرافية ودرجة الموافقة		العلاقة بين المؤهل ودرجة الموافقة		محايد		غير موافق		موافق		درجة الموافقة المحور الرابع فنون الاتصال
P	X2	P	X2	%	ك	%	ك	%	ك	
>	٥,٣	>	١٤,٧	٠,٦	١	١٩,٥	٣	٧٩,٩	١٢٣	١- أحتاج إلى معرفة أكثر بفن الإلقاء
>	٢	>	٣,٥	-	-	١,٣	٢	٩٨,٧	١٥٢	٢- الخطبة المنبرية أكثر إقتناعاً من الخطبة عبر الراديو والتلفزيون
* <	٨,٤	>	٦	-	-	٥,٢	٨	٩٤,٨	١٤٦	٣- الدعاة في حاجة إلى التعرف على الفنون الصحفية المختلفة.
* <	١٤,٢	>	١٤,٢	١,٣	٢	٧,١	١١	٩١,٦	١٤١	٤- التدريب يجب أن يشمل على كيفية كتابة المقال بأنواته

جدول رقم (٤) الاحتياجات التدريبية للدعاة لفنون الاتصال

المحور الخامس: علاقة الدعاة بوسائل الإعلام ومدى الحاجة إليها:

تعد وسائل الإعلام، وخاصة التلفزيون من العناصر الأساسية في الرسالة الدعوية التي يلقيها الدعاة في المساجد أو المراكز الإسلامية أو حتى في استضافتهم في برامجها، حيث تزيد نسبة اتهامهم لها بفساد الشباب والمرأة من خلال المواد المعروضة، خاصة الدراما التلفزيونية وبرامج المنوعات والأغاني

وغيرها وقد أمكن صياغة هذا المحور من خلال ست قضايا طبقا للجدول رقم (٥) كما يلي:-

١- وسائل الإعلام تساعد الداعية في أداء عمله: بلغت نسبة الموافقة عليها ٦٦, ٢٦٪، أما غير الموافقين ٣, ٦٢٪، والمحايدين ١١٪ مع وجود تباين إحصائي بين المؤهل ودرجة الموافقة (كا^٢=٤, ٦٢٪)، وأيضا وجود تباين بين المنطقة الجغرافية ودرجة الموافقة (كا^٢=١٧).

٢- بلغت نسبة الذين وافقوا من الدعاة على أن هناك بعض المواد الإعلامية تؤثر سلبا على مردود عملهم ٨٧٪، وغير الموافقين ٧, ١١٪، والمحايدين ٣, ١٪، وتتوافق هذه النتيجة مع نتائج إحدى الدراسات التي تؤكد على أن وسائل الإعلام تعرض أحيانا أعمالا تتعارض مع العقيدة الإسلامية حيث أجريت تلك الدراسة على أعضاء هيئة التدريس في مجال الدعوة، والإعلام، والتربية، وقد أيد ذلك الرأي ٦٦, ٧٨٪ جاء في مقدمتهم أساتذة الدعوة ٣٣, ٨٩٪، بينما الإعلام ٣٣, ٨١٪، ثم التربية ٣٣, ٦٥٪ (٤٩).

٣- بلغت نسبة الموافقة على أن المواد الترفيهية في التلفزيون تتعارض أحيانا مع أهداف الداعية ٨٠٪، وغير الموافقين ٥, ١٧٪، والمحايدين ٩, ١٪ مع وجود تباين إحصائي بين المؤهل ودرجة الموافقة (كا^٢=٧, ٢١) وأيضا بين المنطقة ودرجة الموافقة (كا^٢=١, ١٠).

وعلى الرغم من هارولد لازويل اعتبر التسلية والترفيه -Entertain- ment الوظيفة الرابعة من وظائف وسائل الإعلام الجماهيرية من خلال ما تقدمه من ترويح عن الإنسان^(٥٠)، إلا أن هناك حساسية لدى الدعاة المسلمين تجاه تلك الوسائل يرجع سببها إلى أمور دينية تتعلق بتحريم ظهور المرأة بشكل سافر في الدراما والبرامج المختلفة، بالإضافة إلى موروث تاريخي متمثل في العادات والتقاليد المحافظة خاصة في ريف مصر وصعيدها اللذين ينتمي إليهما

معظم الدعاة في مصر، وذلك على عكس التلفزيون المسيحي في الولايات المتحدة الأمريكية كما تؤكد إحدى الدراسات والذي يجمع بين الترفيه والدين من أجل اجتذاب المشاهدين، كما أنه اتبع واستخدم الأنماط التي أثبتت نجاحها في التلفزيون العلماني، وتحول دعاة التلفزيون إلى مذيعين» (٥١).

٤- مدى استفادة الدعاة من برامج الإذاعة والتلفزيون في الإعداد لخطبهم ومحاضراتهم: بلغت نسبة الموافقة على ذلك ٣, ٥١٪، وغير الموافقين ٩, ٤٠٪، والمحايدين ٨, ٧٪، مع وجود تباين إحصائي بين المؤهل ودرجة الموافقة (كا^٢=٨, ٣١) وايضا بين المنطقة الجغرافية ودرجة الموافقة (كا^٢=٩, ٧).

٥- وافق ٧٤٪ من الدعاة على أن الصحافة وسيلة جيدة كمصدر للمعلومات للدعاة، بينما لم يوافق ٦, ١٥٪، والمحايدون ٤, ١٠٪، وتعد هذه أعلى نسبة إيجابية بين الدعاة وبين وسائل الإعلام. ويرجع السبب في ذلك في رأي الباحث إلى ثلاث نقاط:-

أ- إمكانية الرجوع إلى الصحيفة أكثر من مرة للمراجعة والتدقيق للحصول على المعلومات مقارنة بباقي الوسائل.

ب- أن عناصر الإبراز في الصحيفة من صور وعناوين وأبناط تعد أكثر وقارا من التلفزيون ولا تسيء إلى الذوق العام أو العقائد أو العادات والتقاليد.

ج- أن الوظيفة التفسيرية للإعلام تظهر أكثر في الصحافة من خلال المقالات والدراسات والأحاديث وغيرها مقارنة بباقي الوسائل.

العلاقة بين المتطقة الجغرافية ودرجة الموافقة		العلاقة بين المؤهل ودرجة الموافقة		محايد		غير موافق		موافق		درجة الموافقة	المحور الخامس وسائل الإعلام
P	X2	P	X2	%	ك	%	ك	%	ك		
* <	١٧	* <	٦٢,٤	١١	١٧	٦٢,٣	٩٦	٢٦,٦	٤١	١- وسائل الإعلام تساعدني في أداء عملي.	
>	٢,٢	>	١٠,٩	١,٣	٢	١١,٧	١٨	٨٧	١٣٤	٢- بعض المواد الإعلامية تؤثر سلباً على مردود عملي.	
* <	١٠,١	* <	٢١,٧	١,٩	٣	١٧,٥	٢٧	٨٠,٥	١٢٤	٣- المواد الترفيهية في التلفزيون تمارض أحياناً مع أهداف الداعية.	
* <	٧,٩	* <	٣١,٨	٧,٨	١٢	٤٠,٩	٦٣	٥١,٣	٧٩	٤- أستفيد من برامج الإذاعة والتلفزيون في الإعداد الخطابي ومحاضراتي.	
* <	٣٤,٣	* <	١٦,٣	١٠,٤	١٦	١٥,٦	٢٤	٧٤	١١٤	٥- الصحافة وسيلة جيدة كمصدر معلومات للداعية.	
* <	٦,٢	>	٣,٥	-	-	٣,٩	٦	٩٦,١	١٤٨	٦- أحتاج إلى دورات تدريبية في كيفية التعامل مع وسائل الإعلام	

جدول رقم (٥) علاقة الدعاة بوسائل الإعلام ومدى الحاجة إليها

المحور السادس: تطوير الخطاب الديني:-

نبعت فكرة تطوير الخطاب الديني في العالم الإسلامي خلال السنوات الأخيرة من قبل العديد من القيادات السياسية والدينية، وذلك في محاولة لإقناع المتلقى للرسالة الدينية عبر وسائل الإعلام أو عن طريق الإتصال المواجهي المتمثل في الخطابة الدينية في المساجد والمراكز الإسلامية في العالم

الإسلامي أو خارجه بالصورة الصحيحة للإسلام والمسلمين، وتعديل أو تغيير تلك الصورة المشوهة التي زرعتها وسائل الإعلام الصهيونية في عقول الأوربيين والأمريكيين وغيرهم.

وقد تم تقسيم هذا المحور إلى خمس قضايا رئيسة تعكسها العبارات بالجدول رقم (٦) كالآتي:

١- بلغت نسبة الذين وافقوا على تطوير الخطاب الديني لعرض الإسلام بشكل صحيح ١, ٩٦٪، وغير الموافقين ٩, ٣٪، مع وجود تباين إحصائي بين المنطقة الجغرافية ودرجة الموافقة (كا^٢=٢, ٦).

ولعل هذه النتيجة تؤكد إحساس عينة الدراسة من الدعاة بضرورة تطوير الخطاب الديني شكلا ومضمونا وذلك لأهمية هذا التطوير في نشر الدعوة الإسلامية التي تعد رسالة على كل داعية، بالإضافة إلى تصحيح ما شوّهه المفرضون في هذا الصدد.

٢- وافق ٤, ٧٤٪ من الدعاة على حاجتهم إلى دورات تدريبية لتطوير الخطاب الديني، بينما لم يوافق ٩, ١٤٪، والمحايدون ٦, مع وجود تباين إحصائي بين المؤهل ودرجة الموافقة. وتظهر هذه النتيجة أهمية التدريب وصقل الخبرات لهؤلاء الدعاة، وعدم الاكتفاء بالخلفية التعليمية، خاصة مع هذا المتطلب الجديد وهو تجديد الخطاب الديني.

٣- بلغت نسبة الموافقة على أن وسائل الإعلام يمكنها تقديم برامج تدريبية للدعاة لتطوير الخطاب الديني ٧٩٪، وغير الموافقين ١٣٪، والمحايدون ٨, ٧٪، مع وجود تباين إحصائي بين كل من المؤهل العلمي والمنطقة من ناحية وبين درجة الموافقة. ولعل ذلك يؤكد مدى أهمية وسائل الإعلام في عملية التدريب، حيث تؤكد الدراسات العلمية أن المؤسسات التعليمية والتدريبية لا يمكن أن تظل بمنأى عن وسائل الإعلام، بل يجب أن تستفيد من تقنياتها في تحقيق بعض أهداف التعليم والتدريب مثل تقديم الموضوعات الجديدة أو

البرامج التي تعمل على إثراء المنهج أو البرنامج التدريبي، التي تتفق مع امكانياتها إضافة لما تقدمه مؤسسات التدريب من معلومات.

٤- وافق ٧, ٨٧٪ من الدعاة على أن عملية تطوير الخطاب الديني تنبع أساساً من إعداد الدعاة إعداداً مميزاً، مع وجود تباين إحصائي بين المؤهل ودرجة الموافقة (كا^٢=٦, ٣٦).

ويتمثل هذا الإعداد المتميز في الناحية التعليمية من خلال إطلاع الدعاة على القضايا السياسية والإجتماعية والاقتصادية الدولية والمحلية، إضافة إلى مواد التخصص، وأيضاً التدريب المستمر للتعرف على الجديد في مجال الأساليب والأسس العلمية في توصيل الرسالة الدعوية. كما أن هذا الإعداد المتميز يحتاج إلى إيجاد نوع من الرضا الوظيفي لدى الدعاة والمتمثل في إحساس الداعية بأهمية مهنته لدى المجتمع ولدى الإدارة التي يتبعها، أي أن يكون هناك نوع من الرضا الذاتي والإداري والمجتمعي لمهنة الداعية والتي تؤكد بعض الدراسات على افتقاد الدعاة له.

٥- بلغت نسبة الذي وافقوا على أن تطوير الخطاب الديني يعني تغييراً في أساليب الرسالة المقدمة من الداعية ٤, ٦٠٪، وغير الموافقين ٨, ٢٩٪، والمحايدين ٧, ٩٪، مع وجود تباين إحصائي بين المؤهل ودرجة الموافقة (كا^٢=٦, ٥٣)، وبين المنطقة الجغرافية ودرجة الموافقة (كا^٢=٩, ٩)

ويرى الباحث أن انخفاض نسبة الموافقة في هذه القضية إلى ٤, ٦٠٪ يرجع إلى حساسية الدعاة من أن عملية التطوير ما هي إلا استجابات للقوى الكبرى في العالم، وبالتحديد الولايات المتحدة. وقد تبين ذلك من خلال اللقاءات مع بعض أعضاء العينة وأيضاً أثناء الدراسة الاستطلاعية المبدئية، حيث كان الدعاة يربطون بين تغيير أسلوب الرسالة المقدمة منهم وبين الإرهاب الدولي التي تنادي بالتصدي له القوى الغربية، ولعل ذلك لا يعني أنهم لا يرغبون في التصدي للإرهاب، ولكن مواقف الغرب تجاه القضايا العربية وخاصة القضية الفلسطينية يؤثر على مصداقيتهم عند الدعاة وبالتالي أثر على درجة موافقتهم

العلاقة بين المتصفة الجغرافية ودرجة الموافقة		العلاقة بين المؤهل ودرجة الموافقة		محايد		غير موافق		موافق		درجة الموافقة المحور السادس تطوير الخطاب الديني
P	X2	P	X2	%	ك	%	ك	%	ك	
* <	٦,٢	>	٥,٢	-	-	٣,٩	٦	٩٦,١	١٤٨	١- تطوير الخطاب الديني ضرورة لعرض الإسلام بشكل صحيح.
>	١,٥	* <	١٧,٩	٠,٦	١	١٤,٩	٢٣	٨٤,٤	١٣٠	٢- أحتياج إلى دورات تدريبية لتطوير الخطاب الديني.
* <	١٢,٧	* <	٢٣,١	٧,٨	١٢	١٣	٢٠	٧٩	١٢٢	٣- وسائل الإعلام يمكنها تقديم برامج تدريبية للدعاة لتطوير الخطاب الديني.
>	٢,٩	* <	٣٦,٦	-	-	١٢,٣	١٩	٨٧,٧	١٣٥	٤- عملية تطوير الخطاب الديني تنبع أساساً من إعداد الدعاة إعداداً مميّزاً.
* <	٩,٩	* <	٣٦,٦	٩,٧	١٥	٢٩,٨	٤٦	٦٠,٤	٩٣	٥- تطوير الخطاب الديني يعني تفسيراً في أساليب الرسالة المقدمة من الداعية.

جدول رقم (٦) الاحتياجات التدريبية لتطوير الخطاب الديني

ثانياً: قياس اتجاهات الدعاة نحو شبكة الانترنت:

تعد شبكة «الانترنت» تقدماً تكنولوجياً راقياً في مجال الاتصال الجماهيري، وأصبح لها تأثير فعال على كافة المستويات وأفادت منها العلوم بشقيها الطبيعي والإنساني.

ويأتي هذا التقدم التكنولوجي كما تبين إحدى الدراسات في إطار المعالم الأساسية للاتصال الإنساني الذي تحد في أمرين أساسيين هما^(٥٢):

أ- أن الثورات الاتصالية أمر يحدث دائماً في التاريخ الإنساني، حيث تهيم كل وسيلة جديدة أساليب يمكن بواسطتها إحداث تغييرات مهمة في تنظيم المجتمع وتراكم الثقافة

ب- أن ظهور وسائل الإتصال الجماهيري أحدثت ثورة إتصالية لم يتم الجزء الأكبر منها إلا مؤخراً فقط، وأن الكثير من صور ظهورها الأساسية حدثت خلال العقود الأخيرة وكل هذا الوسائل أضيفت إلى ما يتوفر من فرص للإنسان المعاصر. وهكذا تتراكم هذه الأدوات خلال التاريخ الحديث مما يتطلب زيادة في خطي السلوك الاتصالي لغالبية السكان في المجتمعات المعاصرة، وهو تغيير ما يزال تأثيره بحاجة إلى تقويم ودراسة

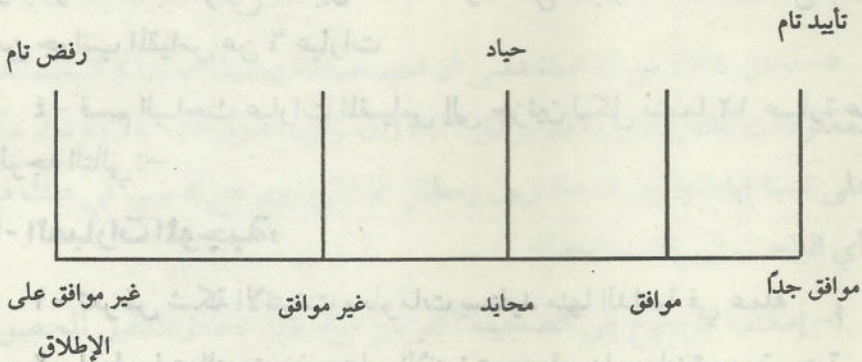
وإذا كانت التكنولوجيا تعرف وفقاً لبوش Bush بأنها «نمط من أنماط النشاط الثقافي الإنساني الذي يخضع العلم والألات لحل المشكلات، وفقاً للمعطيات البيئية والاقتصادية من خلال السياق الاجتماعي^(٥٣)»

كما أنها تعرف بأنها «تلك الأدوات أو الوسائل التي تستخدم لأغراض تطبيقية، والتي يستعين بها الإنسان في عمله لإكمال قواه وقدراته وتلبية تلك الحاجات التي تظهر في إطار ظروفه الاجتماعية ومرحلته التاريخية الخاصة، أي أنها وسائل يستخدمها الإنسان لتكملة ما ينقصه من قدرات ولسد نقص يشعر به المجتمع في مرحلة معينة من مراحل تطوره^(٥٤)»، وإذا كان الدعاة يشكلون قطاعاً مؤثراً في سلوكيات الجمهور بمختلف طبقاته، فقد استطلع الباحث من خلال مقياس للاتجاهات رأي هؤلاء الدعاة وموقفهم من شبكة الانترنت ومدى الافادة من محتواها في عملهم الدعوي

اجراءات تصميم المقياس:

١- تحدد الهدف من هذا المقياس في معرفة إتجاهات الدعاة البالغ عددهم «١٥٤» داعية نحو شبكة الانترنت كأحد أهم مستحدثات الاتصال الحديثة من حيث القبول (ايجابي) أو الرفض (سلبى) أو الحياد.

٢- يستند هذا المقياس إلى (مقياس أوثرستون) ومن أشهر طرقه «ليكرت»^(٥٥) والذي تم إعداد مجموعة من العبارات بلغت (٢٤) عبارة، ١٢ منها موجبة و ١٢ سالبة، وأمام كل عبارة عدد من بدائل الاستجابات تبدأ بالتأييد التام وتنتهي بالمعارضة الشديدة كما هو مبين بالشكل التالي:



شكل رقم (٣) درجة الاستجابة (الموافق) المستخدمة في المقياس

٣- تقدر العبارات الموجبة (٥، ٤، ٣، ٢، ١)، وتقدر العبارات السالبة (١، ٢، ٣، ٤، ٥)

وقد وضع الباحثون عددا من المعايير التي ينبغي مراعاتها عند إعداد مقاييس الاتجاهات على طريقة «ليكرت» أهمها:

أ- عدد بدائل الاستجابة: حيث تتطلب طريقة ليكرت أن يقوم المبحوث وهو هنا الداعية بتحديد استجابته على كل عبارة من عبارات المقياس، وذلك باختيار أحد بدائل الاستجابة المقدمة له وهذه البدائل تتكون من ثلاثة أو خمسة

بدائل، وقد أوصى باستخدام الصورة ذات البدائل الخمسة عند إعداد مقاييس الاتجاهات، حيث أنها تعطي المبحوث بدائل أكثر، يختار فيما بينها ما يتوافق مع شدة انفعاله مع كل عبارات المقياس.

ب- البديل المحايد وهو البديل الذي يفترض أن يقوم المبحوث باختياره عندما يكون موقفه محايداً أو وسطاً من عبارة الاتجاه، وبعض الباحثين يرون أن الأشخاص يتجهون إلى تفضيل البديل المحايد، حتى وإن كان ليس محايداً من العبارة، ولم يظهر ذلك بهذا التوقع في هذه الدراسة، حيث كان البديل المحايد متوازناً.

ج- تتطلب طريقة «ليكرت» أن يحتوي مقياس الاتجاه على عبارات موجبة وعبارات سالبة تتراوح ما بين ٢٠-٢٥ ولا تقل العبارات الممثلة لكل جانب من جوانب المقياس عن ٦ عبارات

٤- قسم الباحث عبارات المقياس إلى جزئين لكل منهما ١٢ عبارة على الوجه التالي:-

أ- العبارات الموجبة:

- ١- تعرض شبكة الانترنت معلومات يستفيد منها الداعية في عمله
- ٢- المعلومات التي تعرض على الانترنت مصادرها محايدة وموضوعية
- ٣- يجب تشجيع ودعم عملية تصميم مواقع إسلامية على الانترنت
- ٤- على المؤسسات الدينية الرسمية الاشراف على مواقع الانترنت
- ٥- الدعاة في حاجة إلى التدريب على التعامل مع الانترنت
- ٦- يجب على الكليات الدينية تعليم الطلاب كيفية التعامل مع الانترنت
- ٧- شبكة الانترنت تختلف في محتواها عما يقدم في التلفزيون
- ٨- ثقافة جمهور الدعوة تحتم معرفة الداعية بمستحدثات الإتصال
- ٩- التعامل مع شبكة الانترنت يحفزني على تعلم اللغة الانجليزية
- ١٠- يفتح الانترنت لي بابا جديدا للوصول بالدعوة إلى جمهور واسع ومتنوع

١١- يتيح لي التعامل مع الانترنت فرص عمل دعوى إضافة إلى عملي

١٢- يتيح لي الانترنت فرصا للإطلاع على كتب ومراجع علمية

ب- العبارات السلبية:-

١- ما يعرض على شبكة الانترنت يخالف الدين

٢- تستغل الدول الكبرى شبكة الانترنت لغزونا ثقافيا

٣- المعلومات التي تعرض على الانترنت مصادر غير محايدة

٤- لكل فرد أو طائفة الحق في عمل موقع إسلامي له على الانترنت بعبء

عن فكره

٥- تعامل الدعاة مع الانترنت يؤثر سلبا على آدابهم

٦- علينا تخصيص أبنائنا في مراحل التعليم الجامعي مما يذاع على شبكة

الانترنت

٧- شبكة الانترنت هي إمتداد لما يقدمه التلفزيون من محتوى

٨- الجمهور لا يحتاج من الداعية إلى الجديد من المعلومات من الانترنت

٩- ليس شرطا معرفة الانجليزية حتى أتعامل مع الانترنت

١٠- لا أربغ في زيادة عدد الجمهور الذي أخاطبه

١١- لا يفيدني الانترنت في الحصول على أي عمل

١٢- لا أحتاج إلى كتب ومراجع على شبكة الانترنت.

٥- تم جمع درجات كل استمارة على حده، وذلك من حاصل جمع

العبارات الموجبة والعبارات السالبة، حيث بلغت الدرجة العظمى لكل استمارة

(١٢٠ درجة)، وذلك لأن أقصى درجة تحصل عليها العبارة الواحدة (٥

درجات) سواء أكانت إيجابية أم سلبية أي أن العبارة الإيجابية ١٢×٥ وكذلك

السلبية ١٢×٥.

٦- تم تحديد اتجاهات الدعاة نحو مستحدثات الإتصال المتمثلة في هذه

الدراسة في شبكة «الانترنت» في ثلاثة أنواع من الاتجاهات:-

أ- اتجاه ايجابي من ٨٠٪ فأكثر

ب- اتجاه محايد من ٦٠٪ - أقل من ٨٠٪

ج- اتجاه سلبي أقل من ٦٠٪

ويقرر الباحث هذه النسب بأن الأولى (إيجابي) وتشمل درجتي موافق جداً (٥ درجات) وموافق (٤ درجات) وهدما الأدنى ٨٠٪، أما المحايد فهي الدرجة الوسطى ومقدارها ٣ درجات سلبا وإيجابا ونسبتها ٦٠٪، أما الاتجاه السلبي فيأتي أقل من الحد الأدنى للمحايد أي أقل من ٦٠٪.

وعلى الرغم من أن طريقة ليكرت في معظم الدراسات التي تقيس الاتجاهات تؤكد على أن نسبة ٨٠٪ هي الحد الأدنى للإيجاب إلا أن الباحث هنا قصد تصنيف الثلاثة أنواع حتى يتم التعرف بشكل تفصيلي على مدى هذه الاتجاهات ونسبتها.

ويتبين من الجدول رقم (٧) والشكل رقم (٤) أن نسبة الأتجاه الايجابي للدعاة نحو شبكة الانترنت لم يصل إلى الحد الأدنى، حيث بلغت نسبته ٤٣٪، منهم ٢٢٪ من الدعاة من محافظات الوجه البحري، و٢١٪ من محافظات الوجه القبلي، أما الأتجاه السلبي فقد بلغت نسبته ٣١٪، منهم ١٧٪ من الوجه البحري، ٦٪ من الوجه القبلي. أما الأتجاه المحايد فقد بلغت نسبته ٢٥٪، منهم ١٠٪ من محافظات الوجه البحري، ٩٪ من محافظات الوجه القبلي مع عدم وجود تباين إحصائي بين المنطقة الجغرافية وبين الأتجاه نحو الانترنت حيث بلغت قيمة كا^٢=٢، وقيمة P=36 وهي >0.05

ويرى الباحث أن الأتجاه السلبي من الدعاة تجاه شبكة الانترنت يرجع إلى عدة أسباب أهمها:-

أ- أن شبكة «الانترنت» مازالت وسيلة إتصالية جديدة على المشاهد العربي والمسلم، فهي تعتبر من مستحدثات الإتصال الجماهيري في مرحلة التجريب من قبل الجمهور العام والحذر من قبل بعض الجماهير النوعية ومنهم الدعاة.

ب- هناك حساسية خاصة لدى القائمين بالاتصال في مجال الدعوة توابت مع دخول «الانترنت» ضمن وسائل الاتصال الجماهيري، تمثلت تلك الحساسية

في طغيان الصورة الذهنية السلبية لهذه الشبكة، حيث يتصور الكثير أنها ترتبط أكثر بالجنس، والفساد الأخلاقي، وإقامة علاقات بين الشباب والفتيات بطرق غير مشروعة أو تتنافى مع النسق القيمي Value system للمجتمعات العربية والإسلامية، وعلي الرغم من جزئية هذه الصورة وأهمية الجانب الثقافي والعلمي للإنترنت، إلا أن الدعاة طبعت في أذهانهم الصورة السلبية وبنقلونها عبر خطبهم ومحاضراتهم إلى جمهور الدعوة.

ج- يرى الباحث أيضا أن ضعف الدعاة في اللغة الانجليزية وهي اللغة السائدة في التعامل مع «الإنترنت»، بالإضافة إلى عدم تدريبهم على التعامل مع جهاز الكمبيوتر خلق نوعا من الحواجز بينهم وبين هذه الشبكة مما أثر في النهاية على اتجاهاتهم نحوها.

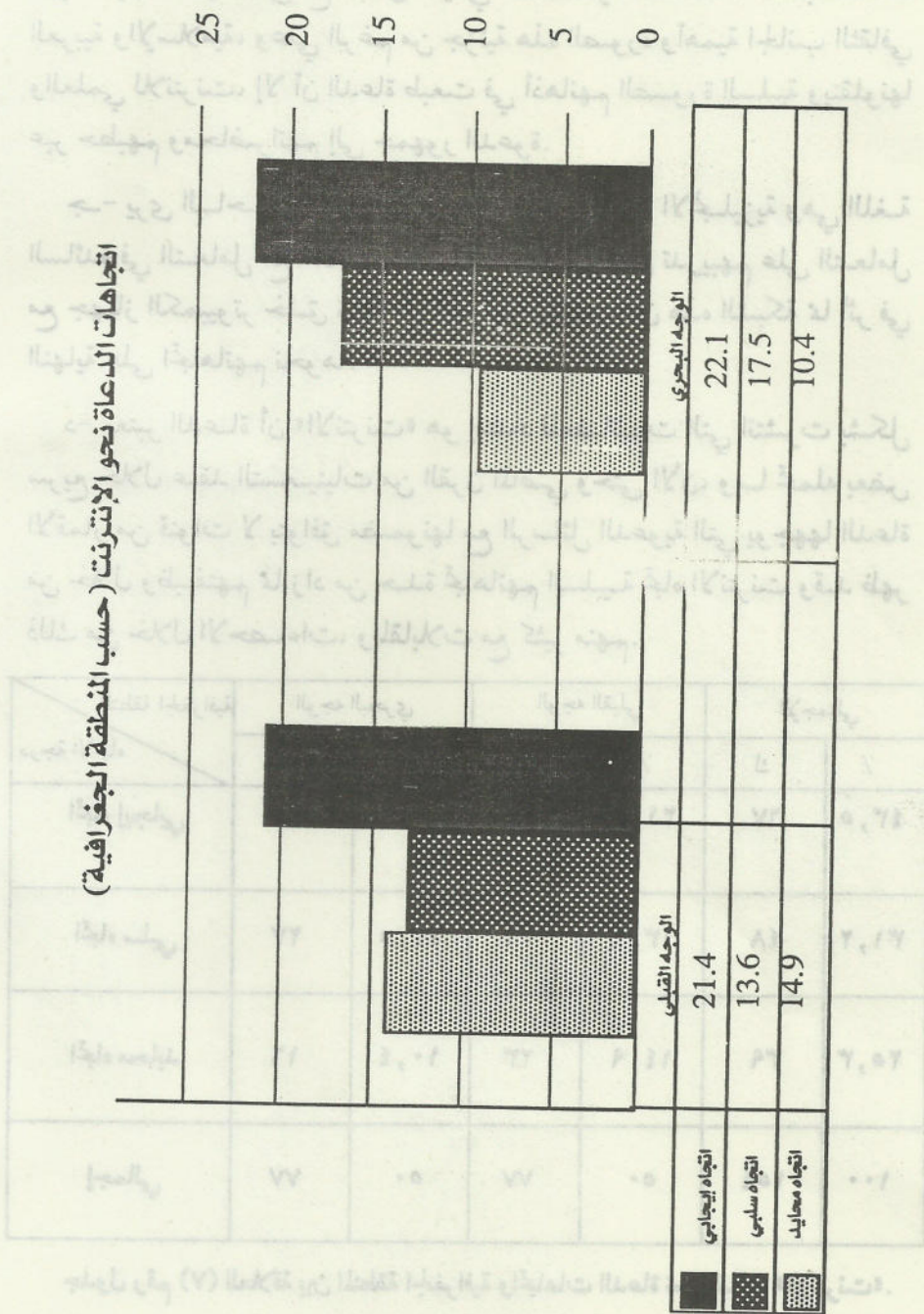
د- يعتبر الدعاة أن «الإنترنت» هو إمتداد للفضائيات التي انتشرت بشكل سريع خلال عقد التسعينيات من القرن الماضي وحتى الآن، وما تحمله بعض الأقمار من قنوات لا يتوافق مضمونها مع الرسائل الدعوية التي يوجهها الدعاة من خلال وظيفتهم مما زاد من حدة اتجاهاتهم السلبية تجاه الإنترنت وقد ظهر ذلك من خلال الاحصاءات، والمقابلات مع كثير منهم.

الإجمالي		الوجه القبلي		الوجه البحري		المنطقة الجغرافية درجة الانحياز
%	ك	%	ك	%	ك	
٤٣,٥	٦٧	٢١,٤	٣٣	٢٢,١	٣٤	اتجاه إيجابي
٣١,٢	٤٨	١٣,٦	٢١	١٧,٥	٢٧	اتجاه سلبي
٢٥,٣	٣٩	١٤,٩	٢٣	١٠,٤	١٦	اتجاه محايد
١٠٠	١٥٤	٥٠	٧٧	٥٠	٧٧	إجمالي

جدول رقم (٧) العلاقة بين المنطقة الجغرافية واتجاهات الدعاة نحو شبكة «الإنترنت».

$$P=٣٦ \quad \chi^2=٢٤ \quad >0.05$$

شكل رقم (٤)



اتجاهات الدعاة نحو الإنترنت (حسب المنطقة الجغرافية)

٧- ويبين الجدول رقم (٨) والشكل رقم (٥) اتجاهات الدعاة من حيث مؤهلاتهم العلمية نحو شبكة «الانترنت» فقد جاءت كلية الدعوة في المرتبة الأولى في الاتجاه الإيجابي بنسبة ٦, ١٥٪، يليها كل من الشريعة والدراسات الإسلامية بنسبة ٤, ٨٪، ثم أصول الدين بنسبة ٥, ٦٪، وأخيراً اللغة العربية في المرتبة الأخيرة بنسبة ٥, ٤٪. ويرى الباحث أن الدعاة من خريجي كلية الدعوة هم أكثر تأييداً وموافقة على الانترنت نظراً لأنهم الأكثر صلة بالتخصص والأكثر حاجة إلى صقل هذه الدراسة بالخبرة التدريبية في مجالات الاتصال الحديث ومنها الانترنت، بينما يرجع سبب تراجع نسبة الموافقة من الدعاة خريجي اللغة العربية إلى قلة المحتوى التعليمي في مرحلة الليسانس في المواد ذات العلاقة بتخصص الدعوة حيث تغطي علوم اللغة على المواد المؤهلة في إعداد الداعية وبالتالي أثر ذلك على اتجاهاتهم نحو الانترنت وباستخدام اختبار كا^٢ تبين وجود تباين إحصائي بين المؤهل العلمي وبين درجة الاتجاه حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٢, ١٩ وقيمة P = ٠, ١٤ - < 0.05

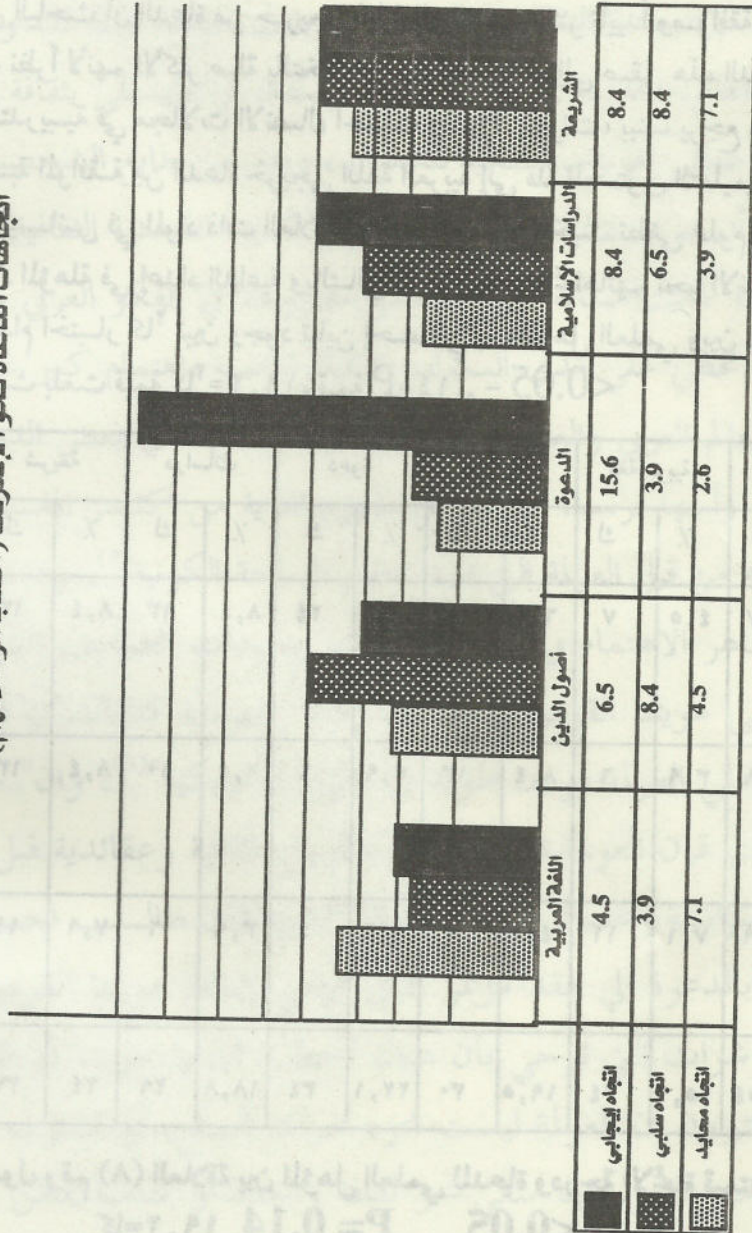
درجة الاتجاه		المؤهل العلمي		شريعة		دراسات		دعوة		أصول دين		لغة عربية		إجمالي	
		ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
اتجاه إيجابي	١٣	٨,٤	١٣	٨,٤	٢٤	١٥,٦	١٠	٦,٥	٧	٤,٥	٦٧	٤٣,٥			
اتجاه سلبي	١٣	٨,٤	١٠	٦,٥	٦	٣,٩	١٣	٨,٤	٦	٣,٩	٤٨	٣١,٢			
اتجاه محايد	١١	٧,١	٦	٣,٩	٤	٢,٦	٧	٤,٥	١١	٧,١	٣٩	٢٥,٣			
إجمالي	٣٧	٢٤	٢٩	١٨,٨	٣٤	٢٢,١	٣٠	١٩,٥	٢٤	١٥,٦	١٥٤	١٠٠			

جدول رقم (٨) العلاقة بين المؤهل العلمي للدعاة ودرجة الاتجاه قيمته
 كا^٢ = ٢, ١٩ P = 0.14 < 0.05

شكل رقم (٥)

%
16
14
12
10
8
6
4
2
0

اتجاهات الدعاة نحو الإنترنت (حسب مؤهلاتهم)



مناقشة نتائج الدراسة

تبين من خلال الإطار الفكري للدراسة الذي عكس آراء المتخصصين في الإتصال، والمفكرين الإسلاميين، والمتمثل في الدراسات العلمية الأكاديمية، والكتب والمراجع التي ألفها كبار الدعاة والأئمة أصحاب التجارب والممارسات في حقل الدعوة، وأيضاً من خلال الدراسة الميدانية التي أجراها الباحث بشقيها «الاحتياجات» و «الاتجاهات نحو مستحدثات الاتصال» أن هناك احتياجات تدريبية في مجال الاتصال يرى الباحثون من الدعاة أنها تشكل ضرورة في إعدادهم، خاصة في ظل المتغيرات الحياتية والإتصالية حتى يتسم الخطاب الديني الصادر عنهم بالأسس العلمية للإتصال بجمهور الدعوة توطئة لإقناعهم بمضمون الرسالة الدعوية، حيث يشكل القائم بالاتصال في هذا المجال الحلقة الأقوى في العملية الإتصالية كونه أحد قادة الرأي المؤثرين في الجمهور حسبما أثبتت العديد من الدراسات العلمية.

وقد تمثلت تلك الإحتياجات من خلال محاور الدراسة فيما يلي:

أولاً: على الرغم من ضرورة المراحل التعليمية المختلفة لإعداد الداعية المسلم، حيث إنها تعد مراحل تفرغ كامل لتلقى العديد من مصادر المعرفة في هذا المجال إلا أنها طبقاً لآراء ١، ٤٨٪ من الباحثين لا تكفي لإشباع حاجات الدعاة في مجال الاتصال ومتغيراته سواء تمثل ذلك في المقررات الدراسية التي تفتقد إلى علوم العصر وفلسفاته وسياساته التي تواجه حتماً الدعاة في أعمالهم أو ضعف الداعية في اللغات الأجنبية التي تعد مصدراً أساسياً للتعرف على علوم العصر بشقيها الطبيعي والإنساني.

ثانياً: يتبين من خلال الدراسة الميدانية أن هناك حاجة إلى التعرف على القضايا العصرية التي أفرزها التقدم العلمي من ناحية مثل الاستنساخ وتأجير الأرحام والتخصيب والهندسة الوراثية وغيرها والتي تثير حفيظة قطاع كبير من الجمهور مما يؤدي إلى وجود ضغوط على الداعية من قبل هذا الجمهور لمعرفة رأي الدين في تلك القضايا، ومن ناحية أخرى ظهور قضايا أفرزتها الحياة الاقتصادية كالعولمة، والجلات، ومنظمة التجارة العالمية والملكية الفكرية، يحدث فيها خلط في المفاهيم والمحتوى من قبل الداعية حين التعرض لها في وسائل

الاتصال الجماهيري مما يحتم ضرورة التدريب لصقل خبرات هؤلاء الدعاة وإمدادهم بالمعلومات التي تسهل من مهمة الإقناع لديهم.

ثالثاً:- يحتاج الداعية إلى التعرف أكثر والتعمق في دراسة الجمهور المتلقي للدعوة خاصة في السنوات الأخيرة التي كثرت فيها مصادر المعرفة، وظهرت فيها قوة وسائل الإعلام المسموعة والمرئية التي تخطت حاجز الأمية، وتوجهت إلى الجمهور الأكثر عدداً من الأميين وأنصاف المتعلمين، حيث شكلت مصدراً للمعلومات لديهم أدى إلى ظهور طبقات منهم تتسم بالتفكير الناقد صعبت من مهمة الداعية في تصنيف هذه القطاعات الجماهيرية. كما تبين من خلال الدراسة الميدانية أن هناك قطاعات نوعية من الجمهور تحتاج إلى أسلوب عقلي ذي حجج في أداء الداعية، وأيضاً هناك بعض الغلاة الذي يجادلون في العديد من القضايا الدينية والحياتية ويحتاج الداعية معهم إلى الأساليب والاستمالات التي تعزز من قوة أدائه وطريقة إقناعه، كما أن عملية مواجهة الجمهور خاصة جمهور الدعوة الغير متجانس في تعليمه ووظائفه وأعمارهم وثقافته يحتاج إلى أن نمد الداعية بالأساليب العلمية التي تؤدي إلى نجاحه في إقناع تلك القطاعات

رابعاً:- يتبين من خلال الدراسة الميدانية حاجة الدعاة إلى التعرف على فنون الاتصال المختلفة التي تساعد على أداء أعمالهم وإكسابهم المهارات الاتصالية التي تسهم في فاعلية رسائلهم الدعوية في إقناع الجمهور بضمونها، وقد ظهرت تلك الاحتياجات في ضرورة التدريب على الفنون الصحفية المختلفة (أخبار- تحقيقات- أحاديث- تقارير- دراسات) وذلك لتعرض هؤلاء الدعاة الدائم لهذه الفنون في محتوى خطبهم ومحاضراتهم، وأيضاً لتمكنهم من إنتاج مواد مطبوعة في المساجد والمراكز والمؤتمرات والندوات التي يحضرونها أو يشاركون فيها. كما يتبين أن هناك حاجة تدريبية في معرفة أكثر بفن الإلقاء الذي يمثل العنصر الرئيس في الاتصال المواجهي الذي يمارسه الداعية

خامساً: تبين أن هناك حساسية لدى الدعاة تجاه مضمون وسائل الإعلام، خاصة المرئية منها حيث أكد ٨٧٪ منهم على أن هناك مواد إعلامية تؤثر سلباً

على مردود عملهم، وأيضاً ٥, ٨٠٪ منهم يرون أن المواد الترفيهية في التلفزيون تتعارض أحياناً مع أهدافهم، وجاءت الصحافة في مقدمة الوسائل التي يعتبرها ٧٤٪ منهم مصدراً جيداً للمعلومات بالنسبة للداعية.

ومن خلال سلبيات وإيجابيات تلك الوسائل في رأي الدعاة تبين أن هناك حاجة ماسة لديهم لدورات تدريبية في كيفية التعامل مع وسائل الإعلام.

سادساً:- كما تبين من خلال هذه الدراسة أن هناك وعي كامل من قبل الدعاة بأهمية تطوير الخطاب الديني لكي يفهم العالم الإسلام بشكل صحيح، وظهر ذلك من خلال موافقة ٩٦, ١٪ منهم على هذا التطوير، وحاجاتهم التدريبية لتطوير هذا الخطاب كما وافق ٧٩٪ منهم على دور وسائل الإعلام في الإسهام في عملية تدريب الدعاة على تطوير الخطاب الديني، ولعل ذلك يبرز مدى أهمية تلك الوسائل في عملية التدريب، حيث تؤكد الدراسات العلمية أن المؤسسات التعليمية والتدريبية لا يمكن أن تظل بمنأى عن وسائل الإعلام، بل يجب أن تستفيد من إمكاناتها العلمية والتقنية.

وقد انخفضت نسبة الموافقة على أن تطوير الخطاب الديني يعني تغييراً في أساليب الرسالة المقدمة من الداعية، ويرجع ذلك إلى حساسية الدعاة نحو عملية التطوير والتي يربطون بينها وبين متطلبات الدول الكبرى، وبالتحديد الولايات المتحدة التي ترغب بشدة في هذا التطوير بما يخدم مصالحها.

سابعاً:- تبين من خلال دراسة اتجاهات الدعاة نحو شبكة الانترنت كأحدى مستحدثات الإتصال، أن نسبة الاتجاه الايجابي نحوها بلغت ٤٣, ٥٪، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب نلخصها فيما يلي:

أ- أن هذه الشبكة ما زالت وسيلة جديدة على المشاهد العربي والمسلم، وتلقى حذراً من بعض القطاعات خاصة الدعاة.

ب- هناك حساسية خاصة لدى القائمين بالإتصال في مجال الدعوة تمثلت في الربط بين شبكة الانترنت والجنس والفساد الأخلاقي مما يتنافى مع الأنساق القيمة للمجتمع وأهمها العقيدة الإسلامية .

ج- أدى ضعف الدعاة في اللغة الانجليزية، بالإضافة إلى عدم تدريبهم

على كيفية التعامل مع الانترنت إلى خلق نوع من الحواجز بينهم وبين تلك الوسيلة

د- يعتبر كثير من الدعاة أن «الانترنت» هو إمتداد للفضائيات التي انتشرت بشكل سريع خلال عقد التسعينيات من القرن الماضي وحتى الآن، وما تحمله بعض الأقمار من قنوات لا يتوافق مضمونها مع محتوى الرسائل الدعوية مما زاد من حدة تجاهاتهم السلبية نحوها.

وهذا هو الحال في كثير من المجتمعات العربية، حيث انتشرت الفضائيات والبرامج التلفزيونية التي تبثها الأقمار الصناعية، مما جعلها من الوسائل التي لا يمكن تجاهها التوجه السلبى، بل أصبحت من الوسائل التي لا يمكن تجاهها التوجه الإيجابى، بل أصبحت من الوسائل التي لا يمكن تجاهها التوجه المحايد، بل أصبحت من الوسائل التي لا يمكن تجاهها التوجه المتعدد.



وهذا هو الحال في كثير من المجتمعات العربية، حيث انتشرت الفضائيات والبرامج التلفزيونية التي تبثها الأقمار الصناعية، مما جعلها من الوسائل التي لا يمكن تجاهها التوجه السلبى، بل أصبحت من الوسائل التي لا يمكن تجاهها التوجه الإيجابى، بل أصبحت من الوسائل التي لا يمكن تجاهها التوجه المحايد، بل أصبحت من الوسائل التي لا يمكن تجاهها التوجه المتعدد.

وهذا هو الحال في كثير من المجتمعات العربية، حيث انتشرت الفضائيات والبرامج التلفزيونية التي تبثها الأقمار الصناعية، مما جعلها من الوسائل التي لا يمكن تجاهها التوجه السلبى، بل أصبحت من الوسائل التي لا يمكن تجاهها التوجه الإيجابى، بل أصبحت من الوسائل التي لا يمكن تجاهها التوجه المحايد، بل أصبحت من الوسائل التي لا يمكن تجاهها التوجه المتعدد.

أهم المراجع والمصادر

- (١) علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة (القاهرة، عالم الكتب، ١٩٨٢)
- (2) William Kely and William B. Hart, What Religions Say about intercultural Relations, the Journal of intercultural Relations, Summer 1998, vol. 1 (3). www.interculturalrelations.com/stor/stor.htm.
- (٣) محمد عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية (أسسها، أساليبها، مجالاتها) (الرياض: مطبعة سفير، ١٩٩٨) ص ١٩
- (٤) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٦) ص ٣.
- (٥) سمير حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٤) ص ٣٠٢.
- (6) Antia J.M, Education adminstration, the journal of the British Educational Society, 1976, vol, 5, N0.2.
- (7) Rowntree, D. Eduction Technology and curriculum Development (London: Harper and Row Publishers) p.17.
- (8) Lynnolson the school to work Revolution, How Employers and Educators are Joining Forces to prepare Tomorrows Skilled Workforce, Copyright, Ispn 0-201-14940-0,1997. P33.
- (9) A.J Cropley & R.H Dave: Life long Education and the traning of teachers - New Yourk - Toronto, Sydney - Paris V5 - 1978, P:41.
- (١٠) سمير حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير، مرجع سابق، ص ٣٠٣
- (12) Smith T: A survey of mathematics teacher needs science and mathematics, vol, 92 (4), 1992 PP: 212- 215
- (١٣) طالب بن عايد الأحمدى، احتياجات مندوبي الصحف السعودية من التعليم والتدريب الإعلامي، دراسة مسحية لمندوبي الصحف السعودية في مكة المكرمة، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد رقم (١٠)، يناير ١٩٩٩، ص ١٥٢. وأيضاً:

Echevarria, santos de perez: "Astudy of inservice training needs of teachers as perceived by teachers and Principals of elementary school of puerto - Rico" Ph D. the university of connecticut, D. A. L, vol. 42. No. 3, september 1981 P. 1106.

(١٤) نضال محمد سعيد، مدخل إلى العملية التدريبية، المفهوم والممارسة (بغداد: المركز القومي للاستشارات والتطوير الإداري، ١٩٨٢) ص١٢.

(١٥) علي عبد العظيم سلام، الحاجات التدريبية (المهنية والأكاديمية) لمعلمي اللغة العربية، مجلة مستقبل التربية العربية، المجلد الثاني، العدد الأول، ١٩٩٦، ص٥٦.

(١٦) أسماء حسين حافظ، التدريب الإعلامي الصحفي لطلبة التخصص الدراسي الجامعي: نموذج تدريبي مقترح (القاهرة: دار الثقافة للطباعة والنشر، ١٩٩١) ص١٨.

(١٧) المعهد العربي للتخطيط بالكويت، اجتماع خبراء الاحتياجات التدريبية للدول العربية الأقل نمواً (صنعاء: من ١٦ - ١٩ مايو ١٩٨٣) ص٢٦٢.

(١٨) عمر الجوهري، التدريب الإداري، الجهاز المركزي للتنظيم والإدارة، سلسلة العلوم الإدارية، القاهرة، ١٩٨٦، ص١٤.

(١٩) محمود موسى، التربية ومجالات التنمية في الإنماء التربوي (القاهرة: مكتبة وهبه، ١٩٨٥) ص١٤٩.

(٢٠) انظر: سمير حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير مرجع سابق، ص٣٠٣
ابراهيم عبد الرحمن الطخيس: التدريب والعلاقات الإنسانية، المجلة العربية للتدريب، المجلد الأول، العدد الثاني، يناير - فبراير ١٩٨٨
ص٦٥.

- نبيل أحمد عامر صبيح، الأسس الإدارية والتنظيمية لبرامج التدريب مع التطبيق على تدريب المعلمين في الدول العربية: الكتاب السنوي في التربية وعلم النفس، المجلد الخامس، (القاهرة، دار الثقافة للطباعة والنشر، ١٩٧٨) ص٤٦.

- محمد عزت عبد الموجود: تدريب المعلمين في أثناء الخدمة، دراسة في المفهوم والوظيفة - حلقة المسئولين عن تدريب المعلمين أثناء الخدمة، المنامة، البحرين، نوفمبر ١٩٧٥ ص ٧٥.

(21) The International Encyclopedia of Educational technology. P
334 - 335.

(٢٢) عبد الكريم درويش وليلى تكلا، أصول الإدارة العامة (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٤) ص ٦٠٦.

(٢٣) محمد عبد السلام الحسيني، دليل الاحتياجات التدريبية في الوطن العربي، اجتماع الخبراء العرب حول تحديد الاحتياجات التدريبية في الوطن العربي، القاهرة، منظمة العمل العربية، من ١٤ - ١٧ ديسمبر ١٩٩٣، ص ٤٤٣.

(٢٤) هشام محمد سعيد وآخرون، نحو بناء أداة لتقدير الاحتياجات التدريبية لأعضاء هيئة التدريس في التعليم التقني في الجمهورية العراقية، مجلة اتحاد الجامعات العربية، العدد (٢٦)، يناير ١٩٩١، ص ١١٣.

(٢٥) عبد الكريم درويش، التدريب، منظور علمي عملي، المجلة العربية للتدريب، المجلد الأول، العدد الثاني، يناير - فبراير ١٩٨٨، ص ١٨.

(٢٦) على عبد العظيم سلام، الحاجات التدريبية، مرجع سابق، ص ٥٩.

(٢٧) هيام نجيب الشريدة، الاحتياجات التدريبية للعاملين الإداريين في جامعة اليرموك، مجلة دراسات تربوية، المجلد التاسع، الجزء ٦١، ١٩٩٤، ص ٢٣٩، ص ٢٥٩.

(٢٨) صلاح عبد الرحمن، الاحتياجات التدريبية في القطاع العام (القاهرة: الجهاز المركزي للتنظيم والإدارة، ١٩٧٤) ص ٥١.

(٢٩) محمد حربي ومحمد قريظم، الأسس العامة للتدريب (القاهرة: دار المعارف) ص ٢٩.

- (٣٠) محمد جمال برعي، التخطيط للتدريب في مجال التنمية (القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة) ص٢٢٤.
- (٣١) محي الدين عبد الحلیم، خطبة الجمعة والاتصال بالجماهير (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٩٠) ص٦٥.
- (٣٢) كرم شلبي، الإذاعات التنصيرية الموجهة إلى المسلمين العرب (القاهرة: مكتبة التراث الإسلامي، ١٩٩١م) ص٢٩.
- (٣٣) على عجوة، قضية العلاقات العامة في نشاط الدعوة الإسلامية، حلقة نقاشية: ماذا يريد الإعلاميون من الدعاة وماذا يريد الدعاة من الإعلامين، مركز الاتصال والإعلام، وزارة الأوقاف، مصر، د.ت ص١٩، ص٢٠.
- (٣٤) السيد عبد الرؤوف، الرؤية الصحفية للعمل الدعوي، حلقة نقاش: ماذا يريد الإعلاميون من الدعاة وماذا يريد الدعاة من الإعلامين، ص٢٢، ٢٣.
- (٣٥) محي الدين عبد الحلیم، خطبة الجمعة والاتصال بالجماهير، مرجع سابق، ص٧١.
- (٣٦) محمود بدوي، الجودة في العمل الإسلامي، دراسة تبحث في جودة الفرد والمؤسسة مع تطبيقات في مجال الدعوة والإعلام (القاهرة: دار الفكر العربي، ط١، ٢٠٠٠م) ص١٦٢.
- (٣٧) يوسف القرضاوي، ثقافة الداعية (القاهرة: مكتبة وهبة، الطبعة العاشرة، ١٩٩٦) ص١٠٤.
- (٣٨) محي الدين عبد الحلیم، خطبة الجمعة والاتصال بالجماهير، مرجع سابق، ص٧٢.
- (٣٩) عبد الفتاح عبد النبي، المؤثرون: دراسة نموذج أئمة المساجد في بناء الاتصال (القاهرة: دار العربي، ١٩٩٦) ص١٩٨.
- (٤٠) محي الدين عبد الحلیم، خطبة الجمعة، مرجع سابق، ص٨٢.
- (٤١) إبراهيم إمام، العلاقات العامة والمجتمع (القاهرة: دار المعارف) ص١٦٨.

(٤٢) لمزيد من التفاصيل: * Gamal. A, serour, Ethics of Scientific research and techndogy, AMuslim Perspective, Ministry of Al Awqaf, Supreme, Council For Islamic Affairs, the 12 General Conference, 11 - 14 June 2000 "Towards a Civilized Project for the Renaissance of the Muslim World. 2 nd session "Islam and Mutations of the Epoch. p 2-3.

+ مؤتمر «دليل الضوابط والأخلاقيات في بحوث التكاثر البشري بالعالم الإسلامي»، المركز الدولي الإسلامي للدراسات والبحوث السكانية، جامعة الأزهر، من ١٠-١٣ ديسمبر ١٩٩١م.

+ المؤتمر الدولي عن «السكان والصحة الأنجابية في العالم الإسلامي» ٢١-٢٤ فبراير ١٩٩٨م، المركز الدولي الإسلامي للدراسات والبحوث السكانية، جامعة الأزهر.

(٤٣) يوسف القرضاوي، ثقافة الداعية، مرجع سابق، ص ١١٣

(٤٤) يوسف القرضاوي، ثقافتنا بين الانفتاح والانغلاق (القاهرة: دار الشروق، ط١، ٢٠٠٠م) ص ٣٥.

(٤٥) فوزي عبد الحميد، أزمة الدعوة الإسلامية في أجهزة الإعلام العالمية، ماذا يريد الاعلاميون من الدعاة، مركز الاتصال والإعلام، وزارة الأوقاف، مصر، ص ٢٥.

(٤٦) علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٢) ص ١٤٨

(٤٧) عبد الفتاح عبد النبي، المؤثرون، مرجع سابق، ص ٣

(٤٨) علي عجوة، ماذا يريد الاعلاميون من الدعاة، مرجع سابق، ص ٢١.

(٤٩) شعبان شمس، ضرورة الإعلام التربوي في ظل المتغيرات الاتصالية الحديثة، مؤتمر الإعلام والتعليم، كلية التربية، جامعة عين شمس، ١٩٩٥.

(50) Charles Wright, Mass Communication: Sociological Perspective,

Second Edition, Random House, New Yourk, 1979, P8-9.

(51) Michael Corbett and Julia Mitchell, Politics and Religion in the

United States (Los Anglos, Grand publishing, Inc1999).P.161.

(٥٢) م. دي فلوروس. بال روكاخ، نظريات الاتصال، ترجمة محمد الجوهر
(الأردن: دار الأمل للنشر والتوزيع، ١٩٩٤) ص١٣.

(53) Mcomber, James B: Technological Autonomy and three

Definitions of Technology, Journal of communication, vol, 49,

No, 3, Summer, 1999. PP 137-153.

(٥٤) ابراهيم شوقي عبد الحميد، علم النفس وتكنولوجيا الصناعة (القاهرة:
دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٨) ص٢٠.

(٥٥) كمال زيتون، التعليم: نماذجه ومهاراته (الاسكندرية، المكتب العلمي
للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠) ص٦٤٨.
