

اتجاهات القائمين بالاتصال في المجال الديني من قضية تجديد الخطاب الديني

دراسة ميدانية

د / محمد علي أبو العلا قنديل*

أولاً: مقدمة :

إذا كان الفكر هو الذي يحرك الحياة فإن التجديد في الفكر وفي الحياة متلازمان لا انفصال بينهم وبدون هذا التجديد سيبقى كل شيء على حاله دون تغيير وبذلك تتجمد الحياة وتصبح حياة لا قيمة لها وهذا أمر مضاد لطبيعة الحياة ذاتها. ونظرًا لأن الفكر الديني يعد جزءاً من الفكر الإنساني فإنه يمكن القول بأن تجديد الفكر الديني يعد ضرورة حياتية.

والحديث عن التجديد في الفكر الديني في الإسلام يستدعي في الذهن الحديث عن العقل وعن الاجتهاد فهمًا عماد التجديد أما المقابل للتجديد فهو الجمود والانغلاق.

وإذا كان التجديد يعني التقدم إلى الأمام، فإن الجمود يعني التخلف بمختلف صورته وأشكاله. وقضية تجديد الفكر الديني ليست قضية هامشية وإنما هي قضية لها أهميتها البالغة في حياة المسلمين وذلك لما للدين من عمق مؤثر في النفوس. والأمر الذي لا جدال فيه ولا يستطيع أحد إنكاره هو أن الفكر الديني في العالم الإسلامي قد توقفت مسيرته وركن إلى السكون وفقد حيويته وضعف معه بالتالي المجتمع الإسلامي الذي لا يزال يزرح تحت وطأة التخلف ولا يجادل في وجود هذا التخلف إلا مكابر⁽¹⁾.

ويقصد هنا بالتجديد هو تجديد الفكر الديني بصفة خاصة. وفي البداية نود أن نؤكد بصفة عامة أن التجديد من طبيعة الإسلام وأنه لا تناقض بين تعاليم هذا الدين وبين التجديد، فالنبي صلى الله عليه وسلم نفسه أول من تحدث عن التجديد في الدين بقوله "أن الله يبعث لهذه الأمة على رأس كل مائة سنة من يجدد لها دينها"⁽²⁾.

* مدرس علاقات عامة - قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة كفر الشيخ

وإذ كان القرآن يعتبر الكون متغيرًا وأن ذلك في الآيات الدالة على الوجود الإلهي فإنه من الطبيعي أن يكون الإسلام مشجعًا على التجديد ودافعًا إليه حتى لا يتخلف المجتمع الإسلامي عن ركب التطور.

لا شك أن هناك خلل فيما يتصل بقضية الخطاب الديني المعاصر في العالم الإسلامي، لا يمكن إنكاره ولا تجاهله، وأن هذا الخلل قد عبر عن نفسه بصور مختلفة وصلت لاختزال الإسلام في الوقت الراهن في كلمتين اثنتين هما: (الإرهاب)، و(التخلف) وصار ذلك عنوانًا يتردد بقوة في الأدبيات المعاصرة في الشرق والغرب على السواء على كافة مستويات الخطاب المعاصر، سياسيًا كان هذا الخطاب، أو ثقافيًا، أو إعلاميًا. وقد ساهم هذا الخطاب بصورة المختلفة نتيجة لثورة الاتصالات والمعلومات في تثبيت هذا المفهوم بقوة وفاعلية غير مسبقة حتى أوشك أن يستقر ذلك المفهوم السلبي عن الإسلام كدين يُولد الإرهاب ويُكرس التخلف كصفة لازمة للإسلام وكعلامة تدفع المسلمين.

وقد خرجت الدعوة إلى ضرورة تجديد الخطاب الديني والدعوى باعتباره إشكالية حقيقية يجب مواجهتها، والتصدي لعلاجها بشجاعة، حتى نتمكن من علاج الخلل الذي أصاب الأمة، بعض الدعوات تدعو صراحة للتخلص من العرب، ففي حمى رد الفعل والغضب المنفلت بعد أحداث 11 من سبتمبر 2001م ضد الولايات المتحدة الأمريكية والفرع الذي سيطر على المجتمعات الغربية نتيجة لظاهرة الإسلاموفوبيا كما دعمتها وزكها الإعلام الغربي كتب أحد الصحفيين الأمريكيين يقول ماذا سيخسر العالم لو تم التخلص من 300 مليون عربي ودعا آخر صراحة لضرب مكة بالقنبلة النووية وتنصير من تبقى من العرب بقوة⁽³⁾.

كلمة الدعوة من الألفاظ المشتركة التي تطلق إسمًا، ويراد بها الدين، أي حقائق الإسلام وأركانه وتكاليفه، قال تعالى "لَهُ دَعْوَةُ الْحَقِّ"، سورة الرعد آية 14، أي دعوة التوحيد.

والدعوة بهذا المعنى مرادفة لمفهوم الاتصال الذي يعني كما يقول الباحث "كارل هوفلاند" العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد "القائم بالاتصال" منبهات "عادة ما تكون رموز لغوية" لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين "مستقبلي الرسالة".

والدعوة لغة من الدعاء إلى الشيء بمعنى الحث على قصره، أو المحاولة العملية أو القولية لإمالة الناس إليه. جاء في معجم مقاييس اللغة: أن الدال والعين الحرف المعتل أصل واحد ومعناه: أن تميل الشيء إليك بصوت، وكلام يكون عنك، تقول دعوت أدعو دعاء.

وجاء في المصباح المنير: دعوت الله أدعو دعاء: أي ابتهلت إليه بالسؤال ورغبت فيما عنده من الخير ودعوت زيلاً: ناديته، ودعا المؤذن إلى الصلاة: فهو داعي الله والجمع دعاة⁽⁴⁾.

وقد عرفها البعض من العلماء بأنها قيام العلماء والمستيرين في الدين بتعليم الجمهور من العامة ما يبصرهم بأمر دينهم ودنياهم على قدر الطاقة، أما الشيخ "البهى الخولي" فيعرف الدعوة بأنها نقل الأمة من محيط إلى محيط ويعرفها الشيخ "علي محفوظ" بأنها حث الناس على الخير والهدى والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ليفوزوا بسعادة الدارين⁽⁵⁾.

ولتحديد مفهوم الدعوة تحديداً جامعاً مانعاً لابد أن ننظر إليها على أنها اتصال ناجح بالجمهور. والاتصال في صورته العامة هو عملية نقل وتبادل الحقائق والخبرات والمعلومات والآراء والشعور والإحساس والاتجاهات وطرق الأداء والأفكار بواسطة رموز من شخص إلى آخر أو إلى مجموعة أفراد وقد تكون هذه الرموز لغة أو أرقاماً أو رسوماً أو غيرها.

ولكي يتحقق الاتصال الناجح لابد من توافر مقومات عديدة هي⁽⁶⁾:

(أ) مرسل، لديه أفكار أو معلومات أو خبرات أو وجهات نظر معينة يريد توصيلها. وهذا المرسل في مجال الإعلام الديني قد يكون فرد أو جماعة أو هيئة.

(ب) مستقبل، وهو الذي توجه إليه الرسالة من المرسل بأفكاره وآرائه واتجاهاته.

(ج) الرسالة، وهي النتاج المادي الفعلي للمصدر الذي يضع فكرة في رمز معين قد يكون خبرة أو فكرة أو دعوة لتغيير أو تجديد، وتتعدد الأشكال التي تتخذها الرسالة فقد تكون في صورة أو كلمات مكتوبة أو موجات صوتية أو إشارة يمكن تفسيرها.

(د) الوسيلة، وحينما يتم ترجمة هذه الصورة الذهنية إلى رموز فإنها تصبح قابلة للانتقال بسهولة وفاعلية ولكنها لا يمكن أن تذهب بعيداً إلا بواسطة المخترعات الحديثة.

(هـ) التأثير، والتأثير هنا قد يستهدف التأثير الديني البحت كتغيير السلوك نحو العادات مثل الإعلام بمناسبة الحج وأصول صيام رمضان وموقف الإسلام من غير المسلمين.

(و) البحوث، وتمثل البحوث الخطوة الأولى الأساسية في نجاح الدعوة، وتستمد بحوث الدعوة أهميتها من الإطار الذي تعمل في نطاقه والذي يقيم الاتجاهات والقيم والرغبات والحاجات الإنسانية.

(ز) التخطيط، ويعتبر التخطيط من أهم السمات التي يجب أن تعتمد عليها الدعوة الإسلامية.

سمات الخطاب الديني:

- 1- الشمولية.
- 2- الواقعية.
- 3- معايشة للأمة وقضايا الساعة.
- 4- الحق والصدق.
- 5- النصيحة.
- 6- الأمانة والنزاهة.
- 7- الحكمة.
- 8- الثوابت - والأصول - والمتغيرات والمستجدات.
- 9- الخطاب الديني وترتيب الأولويات والمقصود بترتيب الأولويات هنا تلك القضايا التي تشتد حاجة الجمهور من الناس لسماعها أو معرفة حكم الشرع فيها أو تحليل جناياها.

وقد تتعدد هذه الحاجات فالأمة لها حاجة، والبلد لها حاجة، والقرية لها حاجة، والحي الصغير له حاجة، وبيت الرجل له حاجة، وأحداث الساعة والقضايا الراهنة لها حاجة وهكذا.

ومن الأمور الجديرة بالملاحظة في هذا الصدد أن علماء الكلام حينما أرادوا التدليل على وجود الله لجئوا إلى استخدام مقدمات منطقية ينطلق من التغيير البادي في الوجود وبنوا عليها النتيجة التي تؤكد وجود الله، وذلك على النحو التالي: العالم متغير - وكل متغير حادث، إذن العالم حادث، وهذه النتيجة جعلوا منها مقدمة أولى في القياس المنطقي التالي: العالم حادث، وكل حادث لا بد له من محدث، إذن العالم لا بد له من محدث وهو الله.

والتجديد في الفكر الديني عمل يقوم به الإنسان الذي يرتاد الطريق لقومه فيرى ما لا يرون، والذين يرتادون الطريق ويتقدمون الصفوف لكشف معالمه هم الرواد في كل أمة وهم المجددون⁽⁷⁾.

وتُعد قضية ضرورة تجديد الدعوة الإسلامية والقائمين عليها إشكالية حقيقية، وأحد أوجه الخلل في الخطاب الديني المعاصر، وتحتاج إلى إعادة نظر للتطوير، وحتى تتناسب مع المجتمع المعاصر بتجلياته وتعقيداته العلمية والمعرفية، فلا تخطئ العين أن الغالبية العظمى من العاملين في حقل الدعوة من خريجي كليات الدعوة وغيرها من الكليات في الأزهر وما يناظره من جماعات إسلامية عجزوا عن ملئ الفراغ الديني لدى الجماهير، واستقطابها بعيداً عن الأفكار الخاطئة والغالبة.

والجدير بالذكر والملاحظ أن هناك الكثير من غير المختصين بالفكر الإسلامي ولا بقضايا الفقه والعقيدة، ونتيجة لعدم الفهم الحقيقي والمتكامل للإسلام تسارعت وتيرة الفتاوى المكفرة للمجتمع، والمطالبة باغتصاب أمواله وقتل الموافقين على العيش في ظل هذه الأنظمة الكافرة والرافضة لشرع الله، والتي تعيش في ظل القانون الوضعي الغربي⁽⁸⁾.

ثانياً: مشكلة الدراسة:

نظراً لوجود انقسامات داخل أفراد المجتمع المصري وذلك بعد ثورة يناير 2011م نجد أن هناك خلل واضح في الخطاب الديني وذلك لوجود ثنائية في الخطاب الديني

نفسه أيضًا وارتباط الخطاب الديني بالسياسة وأصبح كل فريق له اتجاهاته وآراءه التي يعبر عنها من خلال المنابر.

ولذلك تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على آراء واتجاهات علماء الدين الإسلامي وكذلك المسؤولين عن الدعوى والقائمين بالاتصال والمعنيين بتجديد الخطاب الديني ورؤيتهم المستقبلية لكيفية صياغة خطاب ديني يتماشى مع متغيرات العصر وإعداد خطاب ديني دعوي لتوحيد صفوف المسلمين وأبناء المجتمع المصري تحت راية واحدة ونبذ العنف والتفرقة وكذلك لتجنب النقد الموجه للخطاب الديني سواء النقد الداخلي أو الخارجي.

من هنا كانت مشكلة هذه الدراسة وهي التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو قضية تجديد وتحديث الخطاب الديني ليتواءم مع متغيرات العصر ويتماشى مع مستحدثاته من اتصالات وتكنولوجية حديثة وكيفية إيجاد خطاب ديني دعوي صحيح بعيدًا عن تكفير الغير وبعيدًا عن الدعوى للقتل والدمار كما شهد المجتمع المصري في الفترة الأخيرة بعد إقصاء حكم جماعة الإخوان المسلمين في مصر وما حدث من تفجيرات وعمليات قتل وإرهاب وبتهديد لكافة فئات المجتمع المصري.

وضرورة إيجاد خطاب ديني متوازن لكل فئات المجتمع المصري خطاب يوجه إلى كافة أفرادهِ وليس لفئة دون الأخرى.

الإطار المعرفي للدراسة:

معنى الخطاب الديني:

ويشير مفهوم الخطاب الدين إلى ذلك البناء من الأفكار والمعتقدات التي تتسم بأهميتها الاجتماعية التي تتبع من ارتباطها بدين ما، ومن ثم تأثيرها في تكوين تصور فتلقي الخطاب من المؤمنين بهذا الدين عن العالم الذي يعيشون فيه وتحديد كيفية تصرفهم إزاء هذا العالم.

ومصطلح الخطاب الديني قد ينطوي على خطاب ديني مغلق وهو الخاص بتفسيرات النصوص والشعائر، وكذلك خطاب ديني مفتوح وله عدة مستويات فقد يكون في إطاره إبداء القيادة الدينية الرأي في أسئلة تتعلق بقضايا شخصية توجه إليها، وهذا ما يمكن تسميته بالخطاب الديني الخاص، وقد يكون بخصوص قضايا

عامة مثل رأي الدين في الاقتصاد أو السياسة أو الهندسة الوراثية إلى أخرى وهذا ما يمكن تسميته بالخطاب الديني المفتوح العام أما التصنيف الثالث للخطاب الديني المفتوح فهو الخاص بالقضايا الملحة في واقع التفاعلات ولا بد أن ندرك جيدًا أن الخطاب الديني بكل مستوياته المغلق والمفتوح، العام والخاص والمعتدل حكومي ومعارض ومتطرف وتعليمي تربيوي وإعلامي يشترك في آلياته ومنطلقاته الفكرية⁽⁹⁾.

معنى التجديد الذي يجب أن تحمله رسالة " الخطاب الديني ":

والأمر في غاية الأهمية والخطورة، إذ لا يمكن لمشروع التجديد برمته أن يكتب له نجاح أو فلاح حتى تكون رسالته التي يدعو إليها قادرة على الوصول إلى عقول الناس وقلوبهم ولن يحدث شيء من هذا إلا إذا تميزت هذه الرسالة بما تميز به الإسلام نفسه في أول عهده ومبتدأ أمره.

إن الأمر باختصار شديد ينحصر في ثلاثة أمور⁽¹⁰⁾:

الأول: ويتعلق بالأمة أو المجتمع الإسلامي.

الثاني: ويتعلق بالحكم والقضاء.

الثالث: ويتعلق بغير المسلمين.

ولا يمكن أن نتحدث عن معنى "تحديث الخطاب الديني" إلا بمعرفة الحال الذي يجب أن يكون عليه حال "الخطاب الديني" في أصل الشرع وعرف العلماء والفقهاء، وذلك أن التحديث في أصل اللغة يأتي بمعنى إدخال الحداثة على شيء قديم موجود أصلاً، فما الأصل في الخطاب الديني؟ وما مضمونه وفحواه؟ وما صفاته وسماته؟ وما قنواته ومصادره؟ وما سمات حامله والناطق باسمه؟ كلها أسئلة تحتاج إلى إجابة، ومن جوابها يتحصل لنا المدخل الذي نستطيع من خلاله معرفة معنى "التحديث" الذي يريد الإصلاحيون الدخلاء إدخاله على خطابنا الديني.

ولا يمكن للخطاب الديني أن يبتعد في جوهره ومضمونه وفحواه عن الإسلام نفسه في جوهره، لأنه المعبر عنه والمترجم له، فإذا كان الإسلام في أصله ومضمونه أنه جاء للهداية والخير والفلاح وإرساء قواعد الحق والعدل وضمان السعادتين، سعادة الدنيا والآخرة، فإن الخطاب الديني لا يجوز أن ينقص عن هذا أو يعدوه، وسواء كان هذا الخطاب درسًا فقهيًا أو حصة قرآنية أو محاضرة ثقافية، أو فتوى شرعية أو كتابًا

أو مقالة أو رسالة جامعية أو ندوة علمية أو خطبة في يوم الجمعة أو عيد أو لقاء تلفزيونياً، أو برنامجاً إذاعياً أو احتفالاً بمناسبة دينية أو فيلماً سينمائياً أو وثائقياً أو عملاً فنياً تلفزيونياً أو مسرحياً أو إلى آخره كل ذلك يجب أن يكون نسخة صحيحة موثقة عن الإسلام نفسه⁽¹¹⁾.

إذن كما يرى د/ أحمد كمال أبو المجد، أن الخطاب الإسلامي لا يتعلق بالنص الديني، قرآنًا كان ذلك أو سنة، فكتاب الله كلام الله سبحانه وهو حق كله، وحكمه كله، ونور كله، وهو محفوظ بحفظ الله تعالى كما يقول سبحانه وتعالى في كتابه العزيز (إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ) سورة الحجر الآية (9) وأحاديث رسول الله صلى الله عليه وسلم هي الأخرى وهي يوحى المعنى فيها من عند الله سبحانه واللفظ من عند رسول الله صلى الله عليه وسلم الذي أولى جوامع الكلم.

أي أنه خطاب يمتاز بالأصالة وتمتد جذوره عميقة تضرب في الأرض كما أنه يهتم بالعلم ويدعو إلى التقدم والرقي، ويتطلع إلى اليوم الذي تعود فيه الأمة الإسلامية إلى ريادتها التي فقدتها في غفلة من الزمن⁽¹²⁾.

إذن الخطاب الديني في أصوله وأسسها لا يتغير، لكن الذي يتغير هو الأسلوب أو الطريقة وعلى ذلك يمكننا القول بأن الخطاب الإسلامي ليس هو خطاب الإسلام ممثلًا بنصوص الوحي من القرآن أو السنة، وإنما هو خطاب الإسلاميين في التعبير عن الرسالة التي يوجهونها إلى الآخرين في شأن من الشؤون.

إذا يجب أن يشمل التجديد ثلاثة مجالات وهي:

أولاً: العقيدة.

ثانياً: العبادة.

ثالثاً: الأخلاق.

أولاً: التجديد في مجال العقيدة :

وذلك بتخليص العقيدة من الإضافات البشرية لتصبح نقية صافية ليس فيها أثر كصنع بشر وآرائهم وفلسفاتهم ولتفهم بالبساطة والوضوح التي فهمها سلف هذه الأمة وربط آثارها الواقعية بها⁽¹³⁾.

ثانياً: التجديد في مجال العبادة :

وذلك ببيان مفهوم العبادة ومقاصدها في الإسلام من خلال الآتي:

(أ) العبادة هي الغاية التي خلق الإنسان من أجلها:

لقد خلق الله سبحانه وتعالى الإنسان وأوجده في هذا الكون من أجل عبادته كما جاء في القرآن الكريم (وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ) "الذاريات: 56"، ومن صور العبادة عمارة الأرض ولذا عدّها من الغايات فقال تعالى (هُوَ أَنْشَأَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا) "هود: 61".

(ب) العبادة محبة وخضوع:

العبادة قائمة على أصليين وهما غاية الخضوع وغاية الحب لأن العبادة أصل معناها الذل يقال طريق معبد إذا كان مذلاً وقد وطئته الأقدام، فمن خضع لإنسان مع نفضه له لا يكون عابداً له ولو أحب شيئاً ولم يخضع له لم يكن عابداً له كما قد يحب الرجل ولده وصديقه، ولهذا لا يكفي أحدهما في عبادة الله تعالى⁽¹⁴⁾.

(ج) واجب التقيد بالشرع في العبادة:

إن العبادة تتطلب التقيد بالشرع وعدم الوقوع في البدع والضلالات وتحليل الحرام أو تحريم الحلال مما يؤدي إلى الشرك وإحباط العمل قال تعالى (أَمْ لَهُمْ شُرَكَاءُ شَرَعُوا لَهُمْ مِنَ الدِّينِ مَا لَمْ يَأْذَنْ بِهِ اللَّهُ) "الشورى: 21".

(د) العبادة في الإسلام شاملة لكل أمور الدين والدنيا:

فلا تنحصر العبادة في الصلاة والصيام والحج وقراءة القرآن بل تتعدى ذلك فتشمل العبادة كل عمل نافع حتى الأمور النظرية والعادية حيث قال الله سبحانه وتعالى (فَمَنْ كَانَ يَرْجُوا لِقَاءَ رَبِّهِ فَلْيَعْمَلْ عَمَلًا صَالِحًا وَلَا يُشْرِكْ بِعِبَادَةِ رَبِّهِ أَحَدًا) "الكهف: 110".

ففي الحديث عن أبي ذر أن ناساً من أصحاب النبي صلى الله عليه وسلم قالوا للنبي صلى الله عليه وسلم يا رسول الله ذهب أهل الدثور بالأجور يصلون كما نصلي ويصومون كما نصوم ويتصرفون بفضول أموالهم قال: أو ليس قد جعل الله لكم ما

تقدمون إن بكل تسبيحة صدقة، وكل تكبيرة صدقة وكل تحميدة صدقة، وكل تهليلية صدقة وأمر بالمعروف صدقة ونهى عن المنكر صدقة وفي بضع أحدكم صدقة⁽¹⁵⁾.

ثالثاً: التجديد في مجال الأخلاق والسلوك الفردي والاجتماعي:

لقد أصبحت الشكوى مريرة، لما أصاب الناس في العصور المتأخرة وانهيار الأخلاق واضطراب في الموازين، ومن هنا يتحتم على الدعاة والمجددين أن يتنبهوا لهذا الخطر وأن يبينوا للناس حقيقة ما هم فيه.

ونلاحظ ذلك في نصوص كثيرة من الكتاب والسنة ومن ذلك قوله صلى الله عليه وسلم " مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيَقُلْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ " ⁽¹⁶⁾، وحسن الخلق دليل كمال الإيمان حيث قال صلى الله عليه وسلم "أكمل المؤمنين إيماناً أحسنهم أخلاقاً"⁽¹⁷⁾.

ومن أهم سمات الخطاب الإسلامي أيضاً - كما ينبغي أن يكون - ما يلي:

1- الدفع بالتي هي أحسن، قال تعالى (ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ) سورة فصلت آية 34⁽¹⁸⁾.

2- الدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة، قال تعالى (ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ) سورة النحل آية 125⁽¹⁹⁾.

3- أن يكون الخطاب الإسلامي مراعيًا للزمان والمكان بحيث يكون لكل زمان لسان، ولكل مكان أذان، ولكل حدث حديث ولكل مقام مقال ولكل مصاب جواب، ولكل داء دواء، فالداعية الحق هو الذي يتناسب خطابه مجال زمانه ومكانه والقضايا التي تثور، ويجب أن يكون خطابه جواباً لمشكلات العصر الذي يعيشه.

4- فهم المرحلة وفهم العصر وتحديد حاجاته والوقوف على سفين التغيير.

5- فهم المرحلة وفقه الواقع أصل معتبر في الشرع يؤيده كتعبير القرآن عن حاجات الناس والمناسبات ويؤكد تغيير الفتوى بتغيير الأزمنة والأمكنة والأصول والعوائد⁽²⁰⁾.

6- أن يتراوح الداعية الحق بين الواجب والواقع وبين التبليغ ومقتضيات العصر والداعية الموفق هو الذي ارتبط خطابه بزمانه ومكانه وبيئته وحال قومه وأهله.

7- أن يكون الخطاب الديني دائماً مع الناس على قدر ما تعي عقول المخاطبين روى البخاري في صحيحه، عن أم المؤمنين عن علي بن أبي طالب قال حدثوا الناس بما يعرفون، أتريدون أن يكذب الله ورسوله.

8- تحديد أهداف الدعوة العامة والأساسية والأهداف المرحلية.

9- ترتيب الأولويات بمعنى ترتيب ما هو أولى وما هو أدنى.

10- تكوين الرأي العام الجماهيري حول كل ما يهم المسلمون.

ثالثاً : الإطار النظري للدراسة:

النظرية الإعلامية الإسلامية:

اعتمدت هذه الدراسة في بنائها النظري على النظرية الإعلامية الإسلامية حيث أن هذه النظرية محل اهتمامها الأول القائمين بالاتصال في مجال الدعوة الإسلامية، وتهتم بالقائمين بالاتصال وتجعل منهم وحدة واحدة متكاملة وتوحد طرق الدعوة في كل مكان وتدعو أيضاً إلى التدقيق في صحة ما يقال من جانب القائمين بالاتصال وكذلك تدعو المتلقيين للرسالة الإعلامية إلى إعمال العقل والتفكير فيما يقال.

ومازال آلاف الباحثين منذ القرن الأول الهجري وحتى الآن يقدمون الدراسات والتفسيرات التي تفسر لنا سبب هذا الانتشار الواسع للدين الإسلامي.

وعلى الرغم من شمول هذه الدراسات لأغلب الجوانب تقريباً، إلا أن هناك جانباً منها ظل مهملاً طوال هذه العصور، ولم تزد المحاولات التي بذلت لاستكشافه عن الدراسات التي تناولت عنصر الرسالة الإعلامية والتي كانت محل اهتمام البلاغيين بالإضافة إلى بعض ملاحظات واستنتاجات لكبار الأئمة الدعاة.

على الرغم من هذه الوفرة التي تزخر بها المكتبة العربية في مجال الدعوة الإسلامية إلا أنها تكاد تخلو إلا من كتب قليلة تربط الدراسات الإعلامية الحديثة بأصول الدعوة الإسلامية، وتحاول أن تكشف لنا العطاء عن هذا البنيان المتكامل

للنظرية الإعلامية الإسلامية التي تضمن القرآن الكريم نظرياتها ونماذجها ومبادئها فيما اشتمل عليه من آيات كثيرة تتناول الجوانب المختلفة للقائمين بالاتصال والجمهور، والمضمون والوسائل الإعلامية والأساليب المختلفة للإقناع والتأثير مع تحديد كافة العوامل النفسية والعقلية والمادية والاجتماعية والمعنوية التي يمكن أن يكون لها تأثير على عملية الإقناع سواء بصورة مباشرة أو بصورة غير مباشرة.

ولقد استوعب المصطفى صلى الله عليه وسلم مضمون هذه النظرية وصدر عنها في كل أقواله وتصرفاته، وقدم لنا المعالجة الحقيقية لمشاكل التطبيق الإعلامي للنظرية الإسلامية، وفي ميدان هذا التطبيق الحي للنظرية استوعب الصحابة رضوان الله عليهم وعلماء المسلمين هذا المنهج الإعلامي والتزموا بحدوده ومبادئه الأمر الذي جعل لهم هذا التأثير الكبير على مسيرة التاريخ الإسلامي ويجعلهم ينجحون أعظم نجاح في غزو العقول واستمالة القلوب بالمنطق والحجة والموعظة الحسنة للدرجة التي جعلت الأمر يلتبس على البعض ويتهم العرب بمحاولة فرض الإسلام بالسيف⁽²¹⁾.

ولم تستبعد النظرية الإعلامية وجود أوعيات من القائمين بالاتصال يسعون بالنميمة والكذب والإشاعات داخل المجتمع ولذلك فقد حددت موقفها منهم على النحو الآتي في جانبين⁽²²⁾:

الأول: وتعتمد فيه على حسن إدراك وتصرف الجمهور، قال تعالى (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ) سورة الحجرات آية رقم 6، بمعنى أن الجمهور يجب أن يتحقق من مدى صحة هذه الأخبار ويدرسها جيداً ليوقف على أسبابها ومسبباتها ومدى صدقها وكذبها.

الثاني: فخاص بنشر الأخبار الكاذبة والشائعات وموقف النظرية الإعلامية من ذلك يوضحه حديث الرسول صلى الله عليه وسلم فيما أخرجه أبو الدرداء رضي الله عنه "أبما رجل أشاع على رجل مسلم بكلمة وهو منها برئ ليشينه في الدنيا كان حقاً على الله تعالى أن يدينه يوم القيامة في النار حتى يأتي بأفخاذ ما قال"، أما من يصح مثل هذه الأخبار الكاذبة فكما قال الرسول صلى الله عليه وسلم "من ذب عن عرض أخيه بالغيبة كان حق على الله أن يقبه النار".

وأخيراً فإن النظرية الإعلامية الإسلامية جعلت من القائمين بالاتصال أو الدعوة وحدة واحدة متكاملة منهم جميعاً ينهلون من منهل ثقافي واحد ويلتزمون بمبادئ واحدة يدعو إليها القائم بالاتصال في الصين واليابان وروسيا وأمريكا وجنوب أفريقيا اليوم وغداً وبعد ألف سنة، وهذه الوحدة العالمية تجعل من الدعاة مؤسسة عالمية للدعوة تجمعها رابطة واحدة هي رابطة الإسلام مهما اختلفت الأزمنة والأمكنة، وهو ما يطالب به الآن القائمين بالاتصال والمعنيين بتجديد الخطاب الديني في مصر حتى يكون الخطاب الديني دعوة للوحدة لا للتنافر وهذه مسئولية يجب أن تراعى من جانب الأئمة والدعاة الذين هم المعنيين بدعوة المسلمين.

نموذج الاتصال الذاتي كأحد نماذج الاتصال الإسلامي :

في هذا النموذج يتحول المستقبل في النموذج الأول إلى مرسل الرسالة الإعلامية وعلى هذا المستوى تتأكد حقيقة سبق بها الإسلام العالم الأمريكي "ولبرر شرام" بأربعة عشر قرناً وهي أن كل فرد يشترك في عملية الاتصال لا يكون دائماً مرسلًا أو مستقبلًا بل يقوم بكلا الوظائف معاً مرسل ومستقبل فهو يستقبل الرسالة الإعلامية ثم يقوم بعملية وضع الفكر في كود أو رمز ثم يفك كود ما يتلقاه ومستقبل الرسالة الإعلامية هنا ليس له أن يتدخل بأي تعديل أو تحريف على الرسالة، بمعنى أن خبرته الخاصة وقيمه وعاداته وتقاليده والنظام الاجتماعي القائم ليس لهم أن يتدخلوا بأي شكل من الأشكال بتعديل أو تحريف الرسالة الإعلامية.

وإذا كان مستقبل الرسالة الإعلامية على مستوى النموذج الأول ليس سوى مجرد ناقل فقط للأسس والمبادئ الإسلامية دون أي تدخل فيه إلا أنه أصبح بحكم طريقة إعدادة وتكوينه وكما قال رسول الله صلى الله عليه وسلم (أدبني ربي فأحسن تأديبي) تحول بحكم الاستيعاب الكامل للدعوة قولاً وعملاً وسلوكاً وبحكم رعاية الله له في كل أحواله إلى مصدر ثان للدعوة الإسلامية، وقد أكد القرآن له هذه الحقيقة يقول تعالى (وَمَا يَنْطِقُ عَنِ الْهَوَىٰ، إِنْ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ) سورة النجم آية 4، فكل كلمة فيه وكل حركة أو فعل أصل أساس للتشريع الإسلامي يجب اتباعه والاقتداء به "لقد كان لكم في رسول الله أسوة حسنة".

أما بالنسبة للدعاة الآخرين الذين استقوا من النبع الأول فكل اجتهاد لهم أو تصرف أو تفسير للرسالة الإعلامية محكوم بالتزام المبادئ الإسلامية وأي خروج عنها يعرضها لرفض الجمهور لها.

وسواء كان الفرد يتأمل ويفكر أن يقوم بعملية اتصال ذاتي أو كان يتصل بالآخرين فإن هذه العمليات العقلية التي تحدث ما بين التعرض لمنبه واتخاذ القرار أو لاستجابة واحدة بالنسبة للفرد الذي يرسل الرسالة أو للمستقبل الذي يستقبلها⁽²³⁾.

لذلك يجب ألا يخرج القائمين بالاتصال من الأئمة والدعاة عن تعليم الدين الإسلامي والالتزام بالأصول والثوابت التي أسسها الإسلام وهي القرآن والسنة حتى يكون الخطاب الديني متماسك ويدعو إلى وحدة المسلمين وتماسكهم ولا ينشر العنف والفرقة بين المسلمين بعضهم البعض.

نموذج احتمالية إعمال العقل :

يقدم نموذج احتمالية إعمال العقل "ELM" هيكلًا عامًا متكاملًا لتنظيم وتصنيف وفهم العمليات الأساسية المتضمنة في تأثير الرسائل الإعلامية، كما يحاول النموذج التوفيق بين عديد من النتائج المتعارضة والتوجهات النظرية المختلفة في مجال دراسات الاتجاهات تحت مظلة نظرية واحدة.

ويحدد النموذج عددًا من الطرق التي من خلالها يمكن لكل من المصدر والرسالة وغيرها من المتغيرات المتعلقة بالعملية الاتصالية إحداث التأثير المطلوب وتغيير الاتجاهات، كما يركز النموذج على فكرة مؤداها أن الأفراد يسعون لتكوين اتجاهات صحيحة⁽²⁴⁾.

ويرتكز النموذج على الفكرة القائلة بأن المتلقين يختلفون فيما بينهم في كم المجهود العقلي الذي يحتمل أن يبذلوه في معالجة الرسائل التي تستهدف تغيير اتجاهاتهم باختلاف الظروف المتعلقة بالرسالة والظروف المحيطة بها وهو ما يشير إلى إعمال العقل "Elaboration" الذي يقوم على الربط بين المعلومات التي تحملها الرسالة والمعرفة السابقة ويحقق التكامل بينهم⁽²⁵⁾، ويمكن تحليل عملية إعمال العقل "Elaboration" باعتبارها متصلًا Continuum يبدأ في أحد طرفيه من اللاتفكير في المعلومات المقدمة على الإطلاق، وينتهي في طرفه الآخر إلى التفكير التام في

كل التفاصيل والجزئيات المتعلقة بالمعلومات المقدمة في الرسالة ودمجها في عقل الفرد في بناء معرفي⁽²⁶⁾.

طرق تغيير الاتجاهات وفقاً للنموذج :

ويفترض نموذج احتمالية إعمال العقل أن هناك طريقتين لتغيير الاتجاه، أولهما: الطريق المركزي Central route وثانيهما: الطريق الهامشي Peripheral route.

والأفراد الذين يتبعون الطريق المركزي يدققون في الأفكار التي يتعرضون لها ويحاولون الوقوف على مزاياها الحقيقية ويفكرون ملياً في دلالاتها أي معالجة المعلومات الجديدة التي يتعرضون لها بأسلوب عقلائي.

أما الذين يتبعون الطريق الهامشي فإنهم يسلكون طرقاً مختصرة لاتخاذ قراراتهم بالقبول أو رفض الرسائل التي يتعرضون لها⁽²⁷⁾.

كما أن في نموذج إعمال العقل متغيرات متعلقة بالمصدر وذات تأثير مثل:

(أ) جاذبية المصدر في دراسة لباكيت وآخرين عام 1983م Pucket et al وجد أن مستوى معالجة الرسائل يكون أعلى إذا قدمها مصدر ذو جاذبية عما لو قدمها مصدر غير ذي جاذبية وبصورة أكثر تحديداً فإن جاذبية المصدر تؤدي إلى الاقتناع بالرسالة⁽²⁸⁾.

(ب) خبرة المصدر هيساكر وآخرون عام 1983م Heesacker et al وجدوا أن خبرة المصدر تجعل درجة إعمال العقل أكبر في الرسائل القوية وأن الرسائل القوية تكون أكثر إقناعاً إذا قدمها مصدر ذو خبرة⁽²⁹⁾.

(ج) مصداقية المصدر Source credibility كما وضحا سميث وشيفر عام 1995 Smith and Shaffer وجدوا أن كلما زادت سرعة الحديث زاد الاعتقاد في مصداقية المصدر⁽³⁰⁾.

رابعاً: الدراسات السابقة :

دراسة: يسري فهمي علي 2015م⁽³¹⁾:

تتحدد مشكلة هذه الدراسة في البحث ودراسة دور الصحف الإسلامية في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات الدينية والتي تسهم في تنمية الوعي الديني لديهم حيث يجب أن تكون الصحافة الإسلامية ذات دور فاعل ومهم في المجتمع.

وسعت هذه الدراسة أيضاً إلى تحديد دور الصحف الإسلامية كمصدر من المصادر التي تسهم في تشكيل وتنمية الوعي الديني لدى الشباب الجامعي بقضاياها.

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي واستخدم الباحث أسلوب المسح بالعينة وقام بمسح للمضمون ومسح للجمهور.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- أن الموضوعات الدينية جاءت في مقدمة الموضوعات التي تناولتها صحف الدراسة بنسبة بلغت 57.3%.

2- الموضوعات الدينية المتعلقة بالعبادات جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 24.6%.

3- الإلهيات جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 48.9% بالنسبة للموضوعات.

4- جاءت فئة الإيمان بالله وموضوعاتها في المرتبة الأولى بنسبة 69.8%.

5- جاء الإيمان بالرسول في مقدمة الموضوعات الدينية المتعلقة بالنبوات بنسبة بلغت 58.8%.

6- جاءت السلوكيات الإيجابية في مقدمة الموضوعات الدينية المتعلقة بالسلوكيات بنسبة 86.2%.

7- جاءت الأسرة المسلمة في مقدمة الموضوعات المتعلقة بالأسرة والأحوال الشخصية بنسبة 62.5%.

8- هناك إقبالاً ملحوظاً بين المبحوثين على قراءة الصحف الإسلامية مما يشير إلى أن الصحافة الإسلامية هي الأكثر استخداماً من عينة الشباب الجامعي.

9- دافع الشباب للتعرض إلى الصحف الدينية هو الإمداد بالمعلومات الدينية مما يدل على حاجتهم الشديدة للتوعية الدينية ولمزيد من الوعي الديني.

دراسة باكينام حسن غراب 2013م⁽³²⁾:

تمثلت مشكلة الدراسة في أن هناك ثمة اختلافات بين التيارات السياسية والفكرية المختلفة في موقفها من هذه القضية، وتشير الدراسات إلى أن موقف التيارات الإسلامية على اختلاف توجهاتها كان أحد المواقف التي يمكن وصفها بالراديكالية من هذه القضية حيث غلب على معظم التيارات الإسلامية موقف عدائي متشدد تجاه هذه القضية.

وتسعى هذه الدراسة إلى تحليل وتأسيس ذلك الموقف لتحديد التأثيرات المتبادلة بين الخطاب الفكري والأيديولوجي لهذه التيارات وصحفها وموقفهم من قضايا الديمقراطية في إطار سياق مجتمعي أكثر شمولاً يؤكد على وجود حالة من الصراع السياسي بين القوى السياسية والفكرية المختلفة حول مستقبل نظام الحكم في مصر.

وهدفت الدراسة إلى رصد وتوصيف وتحليل الملامح العامة لسياسات تحرير صحف التيارات الإسلامية في مصر ورصد وتوصيف وتحليل الخطاب الخاص بصحافة التيارات الإسلامية من قضايا الديمقراطية وتحديد أهم وتفسير خصائص خطابات هذه التيارات.

هذه الدراسة تنتمي إلى الدراسات الوصفية واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن استخدمت أدوات منها مسار البرهنة والقوى الفاعلة والأطر المرجعية.

دراسة: حنان محمد عبد المجيد 2013م⁽³³⁾:

مر المجتمع المصري خلال العقدين السابقين بتحويلات اجتماعية وسياسية متعاقبة ساعدت على انتشار مظاهر الفوضى المجتمعية، وقد تشابكت مجموعة من العوامل الداخلية والخارجية في خلق حالة من الانهزامية داخل المجتمع المصري في

ظل غياب المشروع القومي وتشويه البنية الاجتماعية واضطراب منظومة القيم الاجتماعية.

لذلك تمثلت مشكلة هذه الدراسة في الفوضى المجتمعية وانعكاساتها على فوضى الخطاب والإفتاء الديني بين القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية.

هذه الدراسة تنتمي إلى الدراسات الوصفية حيث تهتم بالتحليل الكيفي لأبعاد وتأثيرات ظاهرة الفوضى في المجتمع المصري.

واستخدمت الدراسة أسلوب البحث المكتبي النظري، كما تعتمد على تحليل نتائج الدراسات السابقة حول وسائل الإعلام الحديثة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- في ظل التحولات العالمية والداخلية تهيأ المجتمع المصري لحالة من الفوضى المجتمعية وفي إطار هذه الفوضى ظهرت موجة جديدة دينية شارك في صنعها مجموعة من الدعاة الجدد غير مؤهلين.
- اعتمد الدعاة الجدد على وسائل الاتصال الحديثة مثل الإنترنت والقنوات الفضائية لتقديم خطاباً دينياً جديداً يحمل مقولات فكرية وقضايا اجتماعية وسياسية تعبر عن رؤى ذات ملامح خاصة تميزت بمقدرة عالية على جذب الجماهير.
- أخذ خطاب الدعاة الجدد يتطرق إلى بعض المشكلات العصرية والاستشارات النفسية والأسرية في إطار الوعظ الفردي لفئات اجتماعية معينة.
- ساهمت القنوات الفضائية بشكل مباشر في انتشار الفوضى في الخطاب الديني الجديد.
- حدث تحول جوهري في مضمون الخطاب الديني المقدم من الدعاة الجدد فبعد أن كانوا يؤكدون حرصهم على تجنب الخوض في أمور الفتوى السياسية ويعرفون أنفسهم كوعاظ ودعاة إلى الله فحسب فإذا بهم يقدمون الفتاوى دون الاستناد إلى قاعدة شرعية ويتعرضون للأمور السياسية في الخطب الدينية.

دراسة: عبد الحكم أبو حطب 2012م⁽³⁴⁾:

تهدف الدراسة إلى تحقيق هدف عام يتمثل في التعرف على رؤية كل من علماء الدين الإسلامي والقائمين بالاتصال في الصحافة الدينية والوسائل المعنية بتجديد الخطاب الديني في الصحف الدينية.

واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وتتبع أهمية هذه الدراسة في ما يلي:

1- إن تجديد الخطاب الديني في الصحف الدينية المصرية ضروري في كل وقت ومتجدد دائماً.

2- تعرض عالمنا المعاصر لتيارات فكرية متعددة أتاحت لها وسائل الإعلام والاتصال الحديثة سبل الذبوع.

3- الحاجة إلى تجديد الخطاب الديني.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات ومنها أن أهم ضوابط تجديد الخطاب الديني من وجهة نظر علماء الدين والقائم بالاتصال في الصحف المصرية هو أن ينطلق فكر التجديد من القرآن الكريم والسنة النبوية أولاً ثم القياس والاجتهاد، وكذلك توصلت النتائج إلى أن أهم المضامين الذي يجب التركيز عليها المضامين المتعلقة بالقيم الإيجابية لدى أفراد المجتمع وحفظ الوطن والحفاظ عليه.

كما أوصت الدراسة بضرورة تخصيص صحف إسلامية لنشر تعاليم الدين الإسلامي ببساطة ويسر مع ترجمة مضامينها إلى كل اللغات، وكذلك ضرورة إبراز الجوانب الوسطية الإسلامية القائمة على الخير والرحمة والعدل والمساواة والتأكيد على أن تطوير الخطاب الديني لا يعني المساس بثوابت الدين.

دراسة: علي حمودة جمعة سليمان 2011م⁽³⁵⁾:

تمثلت مشكلة الدراسة في أن شبكة الإنترنت قدمت الفرصة لنشر الدعوة الإسلامية من خلال نشر تعاليم الدين الإسلامي والثقافة الإسلامي بالإضافة إلى أنها تتيح نوعاً من التعارف والتآلف من المسلمين وتدعم أواصر الوحدة بينهم وبخاصة في ظل الفراغ الديني الذي يعيشه كثير من الشباب الذي قد يتلقى تعاليم الدين عن طريق الصدفة، ومن كتب تصدر عن غير المتخصصين وفي ظل ذلك تتبلور المشكلة

البحثية في "مدى تأثير الشباب الجامعي بالمحتوى المقدم من خلال شبكة الإنترنت ومدى توعيتهم دينياً والعوامل التي تؤثر في اعتماد الشباب الجامعي على شبكة الإنترنت".

وهذه الدراسة من الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح الإعلامي واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون، وكذلك أداة الاستبيان المطبقة على الشباب الجامعي.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- 1- احتلت الموضوعات الدينية في اهتمامات المواقع بنسبة 51.7% ثم احتلت الموضوعات السياسية المرتبة الثانية بنسبة 23% ثم الموضوعات الاجتماعية من حيث اهتمام الموقع بنسبة 8.2%.
- 2- صحة الفرض بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التعرض للمواقع الإسلامية (يوميًا.. أسبوعيًا - شهريًا - حسب الظروف) والخدمات التي يستفيد منها المبحوثين في المواقع الإسلامية.
- 3- عدم صحة الفرض بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الاستفادة من المواقع الإسلامية في الموضوعات الدينية والتأثيرات المتحققة بعد التعرض.
- 4- تصحيح اعتقاد القائمين بالاتصال في مجال الدعوة لطغيان الصورة الذهنية السلبية لهذه الشبكة حيث يتصور الكثير أنها ارتبطت بموضوعات غير أخلاقية.

دراسة: حسام محمد إلهامي 2010م⁽³⁶⁾:

تهدف الدراسة إلى البحث والكشف عن أبرز ملامح ومكونات الخطاب الإعلامي المنشور على مدونات خاصة بجماعة الإخوان المسلمين، كما حاول الباحث تفسير هذا الخطاب في ضوء السياق السياسي والاجتماعي والثقافي الذي أنتجه وأخيرًا الدور الذي لعبته سمات الوسيلة الاتصالية في تشكيل ملامحه أيضًا.

واعتمدت الدراسة على تطبيق منهجية التحليل الكيفي للخطاب، وعلى وجه التحديد أسلوب التحليل النقدي ويستند التحليل النقدي للخطاب إلى رؤية وظيفية للغة تحاول أن ترصد الوظيفة الاجتماعية للنصوص اللغوية المدروسة.

وكانت أبرز مكونات وملامح الخطاب المنشور على مدونات الإخوان المسلمين كما أوضحتها نتائج الدراسة في إطار ثلاثة مكونات أساسية هي خطاب الذات أي الخطاب المتعلق بجماعة الإخوان المسلمين، ثم يليه الخطاب المتعلق بالآخر وهو الخطاب المتعلق بالطرف الخصم في معادلة الصراع السياسي وهو في هذه الحالة السلطة السياسية الحاكمة ثم خطاب الواقع وهو موضوع الصراع بين الذاتية والآخر.

وأخيراً كشفت الدراسة عن أن المدونات شكلت سبباً لأعمال وتطبيق النقد الذاتي للحركة من جانب أطراف جديدة لم يكن مسموحاً لها بممارسة هذا النقد في الإطار التنظيمي للحركة.

دراسة: نجلاء محمود المصيلحي 2009م⁽³⁷⁾:

تمثل مشكلة الدراسة في موقف الخطاب الإسلامي من العمليات التنموية في المجتمع المصري، وأن الحديث عن مجتمع مسلم مأزوم - يعاني من التخلف - لا يعني بحال من الأحوال الحديث عن الإسلام كدين مأزوم، بل عن رؤية وقراءة مأزومة للإسلام.

وموضوع الدراسة هي محاولة لإلقاء الضوء على الخطاب الإسلامي في مصر وعلاقته بالتنمية التي تتمثل في أبعادها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

كما تهدف الدراسة إلى الكشف عن العلاقة ما بين الخطاب الإسلامي في جانبه الرسمي (الأزهر - وزارة الأوقاف - دار الإفتاء) وغير الرسمي كالمساجد غير التابعة لوزارة الأوقاف والبرامج الدينية في الفضائيات والتنمية في مصر.

ولجأت الدراسة إلى تحليل المضمون الكمي والكيفي، كما استخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون لعدد 136 خطبة في كل من الجامع الأزهر وبعض مساجد القاهرة وتحليل مضمون مجلة الأزهر وكذلك تحليل مضمون (51) حلقة من البرامج الدينية، وتوصلت الدراسة إلى:

1- انخفاض مستوى الاهتمام بالموضوعات المتعلقة بالاقتصاد عمومًا ويميل إلى الاغتراب عن الواقع الاقتصادي وتجاهل الخطاب للعديد من القضايا الاقتصادية.

2- أكد الخطاب على الكثير من القيم التي تؤسس مكارم الأخلاق لأنه لم يول عناية لذلك الجانب القيمي الدافع للتغيير والتقدم.

3- فقد تأثر الخطاب الإسلامي بالظروف الدولية والضغط الخارجية التي تمارس على الدول الإسلامية في السنوات الأخيرة.

دراسة: صالح السيد العراقي 2006م⁽³⁸⁾:

تشكلت في هذه الدراسة مشكلتها أنها سعت إلى التعرف على أهم أساليب تطوير الخطاب الديني بالقنوات الفضائية العربية شكلاً ومضموناً وأداءً من وجهة نظر كلاً من الخبراء والقائمين بالاتصال في تلك القنوات الفضائية. كما سعت الدراسة إلى وضع أجندة للخطاب الديني انطلاقاً من إستراتيجية التطوير.

المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو منهج المسح الإعلامي الميداني المطبق على عينة من الخبراء في مجال الإعلام الديني والدعوة وعينة من القائمين بالاتصال بالقنوات الفضائية العربية، وبلغت 90 مفردة من الخبراء والقائمين بالاتصال. واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان بالمقابلة مع القائمين بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

1- أن جميع أفراد عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية العربية بنسبة 100%.

2- أن نسبة 76.7% من أفراد عينة الدراسة يشعرون بالرضا عن الخطاب الديني في القنوات الفائية.

3- شكل عدم قدرة الخطاب الديني على إظهار جوهر الدين الإسلامي الصحيح أبرز أوجه القصور التي يعاني منها الخطاب الديني الحالي بالقنوات الفضائية العربية وذلك بنسبة 76%.

4- أهم ضوابط تطوير الخطاب الديني يتمثل في أن ينطلق فكر التطوير من القرآن والسنة النبوية ثم اجتهاد العلماء.

التعليق على الدراسات السابقة:

بمراجعة التراث العلمي للدراسات والأبحاث التي تناولت الخطاب الديني لوحظ أن هناك دراسات اهتمت بالأدوار مثل: دور الصحف الإسلامية في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات، دراسة يسري فهمي، وكذلك دراسات اهتمت بالتيارات الفكرية والسياسية والتأثيرات المتبادلة للخطاب الديني، ودراسات اعتمدت على البحث المكتبي لتحليل الدراسات المتعلقة بالخطاب الديني، وكذلك دراسات هدفت إلى التعرف على رؤى القائمين بالاتصال في عملية تجديد الخطاب الديني كما في دراسة عبد الحكيم أبو حطب، ودراسات اعتمدت على تحليل الخطاب الديني على شبكة الإنترنت والمدونات كما في دراسة حسام محمد إلهامي، ودراسات تناولت موقف الخطاب الإسلامي من العمليات التنموية كما في دراسة نجلاء محمود المصيلحي، وأخيراً دراسات سعت في التعرف على أهم أساليب تطوير الخطاب الصحفي في القنوات الإعلامية والفضائية العربية كما في دراسة صالح العراقي.

ونحن في هذه الدراسة نتناول تجديد الخطاب الديني من رؤى ووجهات نظر القائمين بالاتصال الفعليين (الأئمة والدعاة) والتعرف على وجهة نظرهم خاصة بعد فترة التحول الديمقراطي في مصر وهذا لا ينفي أننا استفدنا من الدراسات السابقة في الإعداد لهذه الدراسة والتعرف على الإطار المنهجي للدراسات الأخرى.

خامساً: أهمية الدراسة :

إذا كان الدين في حاجة إلى من ينقله إلى الناس كما يُشير القرآن الكريم إلى ذلك بقوله (فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ) التوبة: 122.

فإن أسلوب الخطاب الديني لا بد أن يكون مواكباً للمتغيرات الحياتية وملائماً لظروف الزمان والمكان وإلا فإن رسالة الدين لن تصل إلى المتلقين لأن المتحدث باسم الدين سيكون في واد والمتلقون في واد آخر، وهذا يعني أنه لن يكون هناك تجاوب أو تفاعل بين الجانبين وبذلك يفقد الخطاب الديني معناه وتأثيره.

ويتضح من ذلك أن تجديد الخطاب الديني يعد ضرورة حياتية واجتماعية ودينية في الوقت نفسه، أما إنه ضرورة حياتية فلأن الدين للحياة والحياة متجددة، فلا بد أن يكون الخطاب الديني متجدد أيضاً وأما أنه ضرورة اجتماعية فلأن الدين له تأثيره البالغ في المجتمع وفي تشكيل سلوك الناس أفراداً أو جماعات، فإن أردنا أن تصل الرسالة الدينية إلى المجتمع لتؤدي الغرض المطلوب من أجل حماية المجتمع من كل أشكال التشدد والتطرف والإرهاب فلا مفر من تجديد الخطاب الديني.

وتتطلق الدراسة وأهميتها من:

- 1- الحاجة الضرورية إلى تجديد الخطاب الديني بعد فترة التحول الديمقراطي في مصر.
- 2- ظهور بعض الاتجاهات الدينية المتعارضة مع صحيح الدين.
- 3- انتشار بعض مظاهر التطرف والإلحاد بين الشباب في المجتمع المصري.
- 4- الثنائية الدينية في المجتمع المصري بعد زوال حكم الإخوان.

سادساً: أهداف الدراسة :

الدراسة تحاول جاهدة إلى تحقيق ضرورة تجديد الخطاب الديني المعاصر بما يتماشى مع متغيرات العصر الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وكذلك تجديد الخطاب الديني بما يتماشى مع وسائل وتكنولوجيا الاتصال الحديثة.

هذا بالإضافة إلى مجموعة من الأهداف الأخرى منها:

- 1- إعداد قائمين بالاتصال في مجال الخطاب الديني قادرين على تطويع الرسالة الدينية ومتغيرات العصر.
- 2- وضع تصور من جانب القائم بالاتصال لكيفية ضرورة تجديد الخطاب الديني.
- 3- ضرورة استخدام القائمين بالاتصال في مجال الخطاب الديني والدعوة مداخل إقناعية لإقناع المتلقين للرسالة الدينية.
- 4- توضيح مفاهيم الدين الإسلامي الصحيحة والسليمة وإزالة الفهم الغامض حول الإسلام والمسلمين.

5- تحديد مواضع الضعف وأسبابه في الخطاب الديني الموجه للمسلمين.

سابعاً: فروض الدراسة

افتترضت هذه الدراسة مجموعة من الفروض وسعت إلى التحقق من صحة هذه الفروض أو عدم صحتها وهذه الفروض كالتالي:

1- **الفرض الأول:** تجديد الخطاب الديني يأتي استجابة لضروريات دينية وحياتية.

2- **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأساليب الإقناعية المستخدمة في مجال الخطاب الديني والنقد الموجه له وضرورة التجديد والاهتمام بالقائمين بالاتصال في مجال الدعوة.

3- **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الضوابط اللازمة لتجديد الخطاب الديني والمضامين التي يجب التركيز عليها في مرحلة ما بعد 25 يناير.

4- **الفرض الرابع:** توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية نظراً لوجود اتجاهين داخل المجتمع المصري بالنسبة للقائمين بالاتصال التابعين لوزارة الأوقاف (الأئمة والدعاة) والإخوان المسلمين وغيرهم من الذين يمتهنون مجال الدعوة.

5- **الفرض الخامس:** توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين رؤى القائمين بالاتصال من (الأئمة والدعاة) وضوابط الخطاب الديني وأهم المضامين التي يجب التركيز عليها.

6- **الفرض السادس:** توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أهم القضايا التي يجب أن يتناولها الخطاب الديني والمضامين التي يجب التركيز عليها وأنسب الأفراد للدخول إلى مجال الدعوة.

ثامناً: تساؤلات الدراسة :

هذه الدراسة تسعى إلى الإجابة على التساؤلات الآتية:

- 1- هل الخطاب الديني الحالي يتماشى مع فترة التحول السياسي في المجتمع المصري؟
- 2- كيفية صياغة خطاب ديني يتماشى مع صحيح الدين ولا يتعارض مع النصوص القرآنية والأحاديث النبوية أي القرآن والسنة.
- 3- هل لابد من إعمال العقل تجاه الخطاب الديني الذي يُقال عبر منابر المساجد؟
- 4- ما هي أهم الوسائل لتجديد الخطاب الديني من وجهة نظر الأئمة والدعاة.
- 5- ما هي أهم الأساليب الإقناعية التي يستخدمها الأئمة والدعاة في خطابهم الديني؟
- 6- هل الخطاب الديني يتناول موضوعات هامة تمس حياة الأفراد الذين يستمعون إلى الخطاب الديني؟
- 7- هل توجد اتجاهات أخرى تحاول تنفيذ الخطاب الديني الذي تريده وزارة الأوقاف؟
- 8- هل هناك اتجاه لتوحيد الخطاب الديني على مستوى الجمهورية كأسلوب لتوحيد الصف؟

تاسعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة :

1 - نوع الدراسة والمنهج المستخدم :

تتنمي هذه الدراسة إلى مصفوفة الدراسات الوصفية التي تستهدف تقرير ظاهرة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التجديد، ويعتمد على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالتها حيث تحاول الدراسة التعرف على آراء ووجهات نظر القائمين بالاتصال بالنسبة للخطاب الديني لعملية تجديد هذا الخطاب الديني وتطويره بما يتماشى مع متغيرات العصر وهذا المنهج يتطلب الدقة في تحليل البيانات واختيار العينة. واستخدم المنهج الوصفي لتجميع الحقائق وتحليلها والوصول إلى تعميمات مقبولة⁽³⁹⁾.

منهج الدراسة :

تم استخدام المنهج الوصفي عن طريق إجراء مسح لأفراد مجتمع الدراسة الميدانية للتعرف على وجهة نظر القائمين بالاتصال على شئون الخطاب الديني والدعوى حول كيفية صياغة خطاب ديني وكيفية تجديد هذا الخطاب بما يتماشى مع مستجدات العصر والعمل على تطويره وتجديده وجمع الحقائق حول هذا الموضوع ثم تحليلها وتفسيرها والوصول إلى تعميمات ودلائل يمكن قبولها في هذا الإطار قام الباحث بتوظيف منهج المسح Survey method باعتباره أحد المناهج الخاصة بجمع البيانات والمعلومات عن الخطاب الديني وكيفية الدعوة إلى تجديده من جانب القائمين بالاتصال من الأئمة والوعاظ والدعاة.

أداة جمع البيانات:

استخدم الباحث استمارة (الاستقصاء) في جمع البيانات من القائمين بالاتصال والقائمين على الخطاب الديني حيث تعد استمارة "الاستقصاء" أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أساسية وأولية أو مباشرة من العينة المختارة عن طريق توجيه بعض من الأسئلة المحددة والمعدة مقدماً وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة ووجهات نظر الباحثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة⁽⁴⁰⁾.

اختبار الصدق والثبات:

تم إعداد استمارة (الاستقصاء) الخاصة بجمع البيانات في ضوء المشكلة البحثية وهي ضرورة تجديد الخطاب الديني وروعي أن تغطي الأسئلة أبعاد الدراسة البحثية المختلفة وللتأكد من الصدق الظاهري لأداة القياس تم عرضها على مجموعة من المحكمين^(*)، وكذلك رجال الدين وبعض الأئمة بوزارة الأوقاف وتم إدخال بعض

(*) المحكمين:

أ.د/ محمود يوسف – وكيل كلية الإعلام وأستاذ العلاقات العامة.
أ.م/ خالد عبد الجواد – رئيس قسم الإعلام – كلية الآداب جامعة الزقازيق.
أ.د/ أسما حسين حافظ – أستاذ الصحافة كلية الآداب – قسم الإعلام - جامعة الزقازيق.
الشيخ مجدي بدران – وكيل وزارة الأوقاف بالشرقية.
د/ محمد العريني – مدير عام الدعوة بمديرية أوقاف الشرقية.
د/ محمد حامد – مشرف عام الثقافة الدينية بمديرية أوقاف الشرقية.
* أنظر ملحق (1).

التعديلات على الاستمارة بناء على مقترحات المحكمون من أساتذة الإعلام وكذلك المعنيين بالخطاب الديني، أما فيما يتعلق باختبار الثبات فقد تم إجراء اختبار قبلي للاستمارة (Pretest) تم تطبيقه على 20 مفردة من المبحوثين تم اختيارهم عشوائياً وذلك للكشف عن وضوح أسئلة الاستمارة وتحقيقها لأهدافها كما تم إعادة نفس الاختبار بعد شهر retest وتم قياس معامل الثبات لهذه الاستمارة عن طريق حساب الأسس بنسبة الاتفاق في استجابات العينة في التطبيق وقد بلغت نسبة الاتفاق 89% وهي نسبة مرتفعة تجعل أداة القياس صالحة للتطبيق.

ويعد التأكد من صدق الاستمارة وثباتها قام الباحث بتطبيق الاستمارة على عدد من الأئمة والوعاظ والقائمين على الخطاب الديني والتابعين لوزارة الأوقاف وذلك عن طريق المسح الشامل للأئمة في محافظة الشرقية وعددهم (250) إمام وخطيب تابعين لمديرية الأوقاف بمحافظة الشرقية.

2 - عينة الدراسة:

اختار الباحث عينة قوامها (250) إمام وخطيب معينين من قبل وزارة الأوقاف يحملون مؤهلات أزهريّة ويمارسون عملهم لأنهم هم المسئولون عن الخطاب الديني وتجديده وذلك بعد موافقة مديرية الأوقاف بالشرقية على إجراء هذا الاستبيان عليهم خلال اجتماعاتهم الشهرية لأنهم هم القائمين بالاتصال في هذه الحالة والمسئولون أيضاً عن الخطاب الديني^(*)، ويمثلون إدارات الأوقاف بمحافظة الشرقية حيث أن الشرقية بها (31) إدارة وتم اختيار محافظة الشرقية لانتماء الباحث لها.

العينة المقصودة Purposive

تم الاستعانة بالعينة المقصودة وتعني أن يعتمد الباحث أو يقصد إجراء الدراسة على فئة معينة وقد يكون هذا التعمد لاعتبارات علمية كوجود أدلة أو براهين مقبولة أو منطقية تؤكد أن هذه العينة تمثل المجتمع، في هذه الحالة تكون نتائج الدراسة مقبولة، وقد تكون العينة المقصودة مبررة لاعتبارات واقعية أو منطقية⁽⁴¹⁾.

ولذلك كانت عينة الدراسة موضع البحث من الأئمة والدعاة الذين يتبعون وزارة الأوقاف المصرية لأنهم هم المعنيون بالخطاب الديني والدعوى وأنهم من يصيغون

الخطاب الديني للجماهير من المسلمين الذين يحضرون خطبة الجمعة ويستمعون إلى هؤلاء الخطباء والدعاة في اللقاءات والندوات والمناسبات والاحتفالات الدينية.

أهم خصائص أفراد عينة الدراسة:

جدول (1) يوضح أهم خصائص عينة الدراسة

السن	ك	%	المؤهل	ك	%
من 20 إلى أقل من 30	25	10.2	ليسانس أصول دين ودعوة	186	75.6
30 إلى أقل من 40	65	26.5	ليسانس شريعة وقانون	36	14.6
40 إلى أقل من 50	90	36.5	ماجستير	9	3.6
50 إلى أقل من 60	66	26.8	دكتوراه	15	6.2
الإجمالي	246	100%	الإجمالي	246	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن فئة السن من 40 إلى أقل من 50 بلغت أكبر فئة بين فئات الدعاة من حيث السن حيث بلغت (90) مفردة وبنسبة (36.5%)، بينما جاءت فئة من 30 إلى أقل من 40 سنة في المرتبة الثانية حيث بلغت (65) تكرار وبنسبة (26.5%)، وجاءت فئة 50 إلى أقل من 60 في الترتيب الثالث حيث بلغت (66) تكرار وبنسبة (26.8%)، وأخيراً جاءت فئة 20 إلى أقل من 30 في الترتيب الأخير بين فئات السن لأفراد عينة الدراسة حيث بلغت (25) تكرار وبنسبة (10.2%).

أما بالنسبة للمؤهل الدراسي فتعددت مؤهلات الذين يعملون في مجال الدعوة وذلك كما يوضحه الجدول السابق حيث بلغ من حصل على ليسانس أصول دين ودعوة ويعملون تابعين لوزارة الأوقاف (186) مفردة وبنسبة (75.6%).

فيما جاء في الترتيب الثالث ليسانس شريعة وقانون بعدد قدره (36) وبنسبة (14.6%) والذين يحملون مؤهل أعلى مثل الدكتوراه بلغوا (15) تكرار وبنسبة (6.2%). وجاء في الترتيب الأخير من يحملون مؤهل ماجستير في الدراسات الإسلامية بعدد قدره (9) وبنسبة (3.6%).

ومن الملاحظ أن الذين يعملون في مجال الدعوة وتابعين لوزارة الأوقاف يحملون مؤهلات أزهريّة سواء ليسانس أصول دين قسم تفسير وقسم عقيدة وفلسفة إسلامية، أو ليسانس الدراسات الإسلامية، أو كلية اللغة العربية جامعة الأزهر.

كما أن هناك من يحملون درجة الدكتوراه في مقارنة الأديان والمذاهب أو دكتوراه في أصول الدين والدعوة (قسم حديث) أو دكتوراه في الدعوة والثقافة الإسلامية أو دكتوراه في التفسير وعلوم القرآن الكريم. أما بالنسبة للماجستير فكانوا ماجستير في أصول الدين والدعوة الإسلامية أو الثقافة الإسلامية.

الوسائل الإحصائية التي استخدمها الباحث:

استخدم الباحث عدد من الوسائل الإحصائية مثل:

- معامل الارتباط والتوافق معامل "بيرسون".
- بعض المقاييس الإحصائية الوصفية البسيطة الوسط الحسابي - الانحراف المعياري - الخطأ المعياري.
- اختبار T-test لدراسة الفروق المعنوية بين مجموعتين مستقلتين.
- استخدام بعض العمليات الإحصائية مثل كا².

الدراسة الميدانية :

جدول (2) يوضح احتياج الخطاب الديني إلى التجديد والتطوير

الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة كا ²	%	ك	ك، % احتياج الخطاب الديني إلى التجديد
دالة	-	101.48	82.4	202	نعم
-	-	101.48	17.6	44	إلى حد ما
-	-	-	-	-	لا
دالة	صفر	101.48	%100	246	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق (2) أن هناك احتياج شديد إلى تجديد الخطاب الديني وتحديثه وتطويره بما يتماشى مع متغيرات المرحلة الحالية التي طرأت على المجتمع المصري ويتضح ذلك في إجابات أفراد عينة الدراسة حيث أشار (202)

مفردة بنسبة (82.4%) بأن الخطاب الديني يحتاج إلى تجديد بينما أشار (44) مفردة بنسبة (7.6%) إلى حد ما يحتاج الخطاب الديني إلى تجديد وتطوير فيما اختفت فئة (لا) ولم تظهر بين الفئات.

إذن هناك احتياج شديد لتطوير الخطاب الديني داخل المجتمع المصري وعلى كافة المنابر بما يتماشى مع القضايا المجتمعية والتحولت الديمقراطية التي شهدتها المجتمع المصري.

ومما يدل على ذلك ما تناولته ونشرته جريدة الأهرام تحت عنوان (إلى أي مدى نحتاج لتجديد الخطاب الديني)⁽⁴²⁾.

إن ما يثار حول تجديد الخطاب الديني هو حق أريد به باطل، أما أنه حق، فلأن هذا الخطاب ينبغي أن يمس واقع الناس، وما هو واقع منه بعيد كل البعد عن هذا الواقع باعتبار أن أكثره كلام مكرر ومعاد يتناول قضايا تقليدية لا تمس الواقع وتعالج قضاياها إذن نحن في احتياج شديد إلى تجديد الخطاب الديني بما يعبر عن الواقع المعاش أو الذي يعيشه الأفراد والجمهور. ومما يدل على أننا في احتياج شديد لتجديد الخطاب الديني ما قامت به وزارة الأوقاف "وثيقة وطنية لتجديد الخطاب الديني"⁽⁴³⁾.

قررت وزارة الأوقاف عقد مؤتمر وطني موسع بمشاركة علماء الدين ودعاة وأئمة وزارة الأوقاف وعدد من المفكرين والمتقنين لإعداد وثيقة وطنية لتجديد الخطاب الديني وعقد محمد مختار جمعة وزير الأوقاف اجتماعاً مطولاً لبحث الترتيبات النهائية للمؤتمر المقرر عقده في الخامس والعشرين من مايو 2015 وسوف تسهم رؤى ومقترحات حادة في ردم الفجوة بين الواقع والمأمول في الخطاب الديني.

جدول (3) الجهات المعنية بتطوير وتجديد الخطاب الديني

الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة كا ²	%	ك	ك، %	الجهات المعنية بتطوير الخطاب الديني
-	0.444	0.585	47.6	117		الأزهر الشريف
غير دالة	0.444	0.585	52.4	129		وزارة الأوقاف
-	-	-	-	-		المراكز الإسلامية بالخارج
-	-	-	-	-		السفارات والقنصليات
غير دالة	0.444	0.585	%100	246		الإجمالي

تشير بيانات الجدول (3) أن وزارة الأوقاف هي المسئول الأول عن تجديد وتطوير الخطاب الديني حيث بلغت نسبة من أشاروا إلى وزارة الأوقاف (129) وبنسبة (52.4%) بينما جاء الأزهر الشريف في المرتبة الثانية وبتكرار قدره (117) وبنسبة (47.6%).

ويوضح ذلك أن وزارة الأوقاف هي المعنية بالدرجة الأولى بتجديد وتطوير الخطاب الديني حيث أنها المسئولة عن تخريج الأئمة والدعاة الذين يتبعون إلى وزارة الأوقاف ويمثلونها على منابر المساجد المتعددة والمختلفة في كافة أنحاء جمهورية مصر العربية.

ثم كان هناك دور مماثل إلى الأزهر الشريف وذلك لأنه هو المسئول عن كافة القضايا الإسلامية وهو المسئول عن تعديل الفكر داخل المجتمع المصري والأزهر الشريف هو منارة الإسلام والمسلمين في الداخل والخارج.

ويتضح ذلك في ما تناولته جريدة الأهرام تحت عنوان "بدء الخطوات التنفيذية لمبادرة الرئيس بتجديد الخطاب الديني، الطيب يطلق مبادرة "الأزهر معكم" وفضائية لمجمع البحوث على اليوتيوب⁽⁴⁴⁾ في استجابة سريعة للدعوة التي أطلقها الرئيس عبد الفتاح السيسي بتجديد الخطاب الديني شهدت مشيخة الأزهر ودار الإفتاء ووزارة الأوقاف اجتماعات وورش عمل متواصلة لتحقيق عناصر ثورة التصحيح في الخطاب الديني، المسئولية مشتركة ما بين وزارة الأوقاف والأزهر الشريف في تجديد وتطوير الخطاب الديني لحماية المجتمع المصري.

جدول (4) التجديد في الخطاب الديني داخلياً وخارجياً

الدالة	مستوى الدالة	قيمة كا ²	%	ك	ك، %
-	-	225.46	78	192	التجديد في الخطاب الديني داخلياً وخارجياً
-	-	225.46	5.7	14	في الداخل
-	-	225.46	16.3	40	في الخارج
-	-	225.46	100%	246	داخلياً وخارجياً
-	صفر	225.46	100%	246	الإجمالي

تشير بيانات الجدول (4) إلى أننا نحتاج إلى تجديد الخطاب الديني في الداخل والخارج وفي الداخل والخارج سوياً.

وتشير الأرقام أن (192) تكراراً وبنسبة (78%) أشاروا إلى تجديد الخطاب الديني داخلياً وبنسبة مرتفعة إذن نحتاج إلى تطويره وتجديده في الداخل أولاً ثم في الخارج بعد ذلك حيث أشار (14) تكراراً وبنسبة (5.7%) من أفراد عينة الدراسة إلى أننا نحتاج أيضاً إلى تطوير الخطاب الديني في الخارج.

بينما أشار عدد (40) تكراراً وبنسبة (16.3%) إلى أننا نحتاج إلى التطوير في الداخل والخارج.

الاحتياج الأكثر في تجديد الخطاب الديني في الداخل أولاً ثم في الخارج بعد ذلك لتصحيح المفاهيم الخاطئة عن الإسلام والمسلمين في الخارج وتعديل الصورة الذهنية التي اتخذها الغرب عن المسلمين والإسلام وإبراز الحقيقة لهم.

ومما يدل على ذلك "الإرهاب شوه صورة المسلمين في العالم، ولا بد من ثورة لمواجهة الفكر التكفيري، تجديد الخطاب الديني ومعالجة التطرف والعنف مسئولية الأزهر والدعاة أمام الله" (45).

حيث أن سمعة المسلمين تأثرت بما يحدث من عنف وأنه لا يمكن لمليار وربع المليار مسلم التغلب على 6 مليارات بل يجب أن نراجع مفاهيمنا نحن ويجب التحلي من التخلق بأخلاق الرسول الكريم وإعمال سنته والتعايش مع الآخر، ويوضح ذلك أن التجديد في الداخل يعقبه تجديد في الخارج بما يصحح المفاهيم الخاطئة وأن التجديد لا بد منه داخلياً وخارجياً معاً.

جدول (5) الخطاب الديني الحالي يتماشى مع فترة التحول السياسي في المجتمع المصري

الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة كا ²	%	ك	ك، %
-	-	90.829	8.1	20	مسايرة الخطاب الديني للتحول السياسي يتماشى مع فترة التحول السياسي
دالة	-	90.829	3.41	84	إلى حد ما يتماشى مع التحول السياسي
-	-	90.829	57.7	143	لا يتماشى مع التحول السياسي
دالة	صفر	90.829	%100	246	الإجمالي

يتضح من الجدول (6) أن أغلب أفراد الدراسة وبعده قدره (142) تكراراً وبنسبة (57.7%) أشاروا أن الخطاب الديني لا يتماشى مع التحولات السياسية في مصر بينما أشار عدد قدره (84) وبنسبة (34.1%) أنه إلى حد ما يتماشى مع التحولات

السياسية، وأخيراً جاءت فئة يتماشى مع التحول السياسي بعدد قدره (20) تكرر ونسبة (8.1%) ويبدو أن أغلب أفراد الدراسة أشاروا إلى أنه لا يتماشى مع التحول السياسي بدليل حدوث تشتت في الفكر الديني وانتشار التطرف والإرهاب الفكري والديني، وكذلك انتشار الأفكار المتطرفة داخل المجتمع وظهور العديد من الجماعات الدينية التي تهدد سماحة الدين الإسلامي.

وكذلك بروز تناقضات بين غالب الخطابات والمنظومات الفكرية الإسلامية السائدة وبين متغيرات الحياة العصرية الحداثية وما بعدها والعولمة وقضاياها وتقنياتها.

وكذلك أدى الفكر الديني المحافظ والمتشدد إلى إنتاج مشكلات سوسيونفسية وسياسية إزاء التكامل القومي المصري أو الوحدة الوطنية وفق التعبير الشائع وإشاعة مواقف تتناقض مع قيم وتقاليد ومبادئ الدولة القومية ونظامها القانوني الحديث وحرية التدين والاعتقاد.

ويتضح من ذلك أن الخطاب الديني لا يتماشى مع التحول السياسي الذي شهده المجتمع المصري ولا بد من خطاب ديني يحافظ على القواعد الأساسية والسياسية للمجتمع المصري.

جدول (6) الضوابط اللازمة لتجديد وتطوير الخطاب الديني

الضوابط	ك، %	ك	%	قيمة كا ²	مستوى الدلالة	الدلالة
أن يستقي الخطاب الديني من القرآن والسنة	95	38.4	57.612	-	-	-
لا يتعارض مع صحيح الإسلام	50	24	57.612	-	-	-
أن يركز على بساطة وسماحة الإسلام ووسطيته	28	11.5	57.612	-	-	دالة
لا يأتي بأشياء غير موجودة في الإسلام	36	14.6	57.612	-	-	-
ألا يساعد على نشر الفكر المتطرف في الدين	28	11.5	57.612	-	-	-
أن يكون الخطاب بالضبط توازن المجتمع	-	-	-	-	-	-
أخرى تذكر	-	-	-	-	-	-
الإجمالي	246	100%	57.612	صفر	دالة	-

يشير الجدول (7) إلى أن هناك مجموعة من الضوابط اتفق عليها أغلب أفراد عينة الدراسة وهي لا بد أن يستقي الخطاب الديني من القرآن والسنة حيث أن القرآن هو دستور الأمة الإسلامية وهو أساس الإسلام وكذلك السنة النبوية المطهرة وهي

المكمله للدين الإسلامي وذلك بتكرار قدره (95) وبنسبة (38.4%) ويدل ذلك على أن القرآن الكريم هو أساس كل تجديد حيث فيه كل ما يهم أمور الإسلام والمسلمين.

ثم أكدت مجموعة من أفراد عينة الدراسة على أن التجديد يكون في محله بحيث لا يتعارض مع صحيح الإسلام حيث جاءت هذه الفئة بتكرار قدره (50) وبنسبة (24%)، ثم تلى ذلك لا يأتي الخطاب بأشياء غير موجودة في الإسلام وأشياء شاذة وغريبة عن الإسلام والمسلمين مثل ما نشاهده الآن من سفك دماء باسم الدين وقتل باسم الدين وإرهاب وتحت راية الدولة الإسلامية كل ذلك يتعارض مع صحيح الدين لأن الدين الإسلامي ليس دين قتل وإرهاب.

وجاءت فئة أن يركز الخطاب الديني على سماحة وبساطة الإسلام ووسطيته وتساوت مع ألا يساعد على نشر الفكر المتطرف حيث جاءت كلاهما بتكرار قدره (28) وبنسبة (11.5%).

أي أن الخطاب الإسلامي لابد أن يوضح سماحة الإسلام مع غير المسلمين وكذلك يضرب الأمثلة في تعامل الرسول مع اليهود والكفار وكذلك ألا يساعد الخطاب الديني على نشر الفكر المتطرف والإرهاب ويبعد عن المغالاة في الدين وألا يكون الدين الإسلامي هو الداعي للتطرف الديني والفكري.

ويتضح ذلك في ما تناولته جريدة الأهرام تحت عنوان "الصحفيون في لقاء ساخن مع "الرجل الطيب" هل ماتت الوسطية يا مولانا الإمام الأكبر: نقبل الخلاف في الرأي طالما يتم في إطار الاجتهاد"⁽⁴⁶⁾، أي أن من ضمن ضوابط الخطاب الديني وتجديده لابد من التركيز على وسطية الإسلام.

كما أوضحت ملامح التجديد في الخطاب الديني "علماء الأزهر يحددون ملامح تجديد الخطاب الديني، البعد عن الآراء الشاذة وتناول القضايا المعاصرة ونشر الأخلاق والتعایش السلمي"⁽⁴⁷⁾.

إذن الخطاب الديني أو ما نقصده بتجديد الخطاب الديني الذي نأمل أن يشتمل على الوصايا العشر في قوله تعالى (قُلْ تَعَالَوْا أَتْلُ مَا حَرَّمَ رَبِّيَ عَلَيْهِ إِلَّا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَلَا تَقْتُلُوا أَوْلَادَكُمْ مِّنْ إِمْلَاقٍ نَّحْنُ نَرْزُقُكُمْ وَإِيَّاهُمْ وَلَا تَقْرَبُوا الْفَوَاحِشَ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَّنَ وَلَا تَقْتُلُوا النَّفْسَ الَّتِي حَرَّمَ اللَّهُ إِلَّا بِالْحَقِّ ذَلِكُمْ

وَصَاكُم بِهِ لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ) "الأُنعام: آية 151"، يكون الخطاب الديني حتى يكون خطاب يدعو إلى التجمع لا التفرقة والشرذمة يدعو للخير لا للقتل والفساد.

جدول (7) القضايا التي يجب أن يتناولها الخطاب الديني ويركز عليها

الدالة	مستوى الدالة	قيمة كا ²	%	ك	ك، %	القضايا التي يجب أن يركز عليها الخطاب الديني
-	-	235.463	30.9	76		العدل والمساواة بين جميع الأفراد
-	-	235.463	20	54		نشر الفكر الديمقراطي السليم
-	-	235.463	2.4	6		التأكيد على مبدأ التكافل داخل المجتمع
دالة	-	235.463	6.5	16		احترام وقبول الآخر
-	-	235.463	9.8	24		الالتزام بالتعاون مع الدول
-	-	235.463	4.1	10		سماحة الدين الإسلامي
-	-	235.463	24	60		توضيح دور الإسلام في محاربة الإرهاب والتطرف
-	-	-	-	-		أخرى تذكر
دالة	صفر	235.463	%100	246		الإجمالي

يتضح من الجدول (8) أن أهم القضايا التي يحتاجها الخطاب الديني للمناقشة والحديث عنها هي نشر العدل والمساواة حيث بلغت (76) تكراراً وبنسبة (30.9%) وتلى ذلك توضيح دور الإسلام في محاربة الإرهاب والتطرف في الوقت الحالي حيث جاءت بتكرار (60) وبنسبة (24%)، ثم جاءت فئة نشر الفكر الديمقراطي السليم (54) تكراراً وبنسبة (20%) والالتزام بالتعاون مع الدول الأخرى بتكرار قدره (24) وبنسبة (9.8%) واحترام وقبول الآخر (16) تكراراً وبنسبة (6.5%) وسماحة الإسلام كدين يحترم الآخرين أيضاً بتكرار قدره (10) وبنسبة (4.1%) وأخيراً جاءت فئة التأكيد على مبدأ التكافل بين المسلمين داخل المجتمع بتكرار قدره (6) وبنسبة (2.4%).

كل هذه القضايا يحتاج الخطاب الديني أن يشملها ويتضمنها في مرحلة تجديد الخطاب الديني في الوقت الحاضر وفي المستقبل، ولا يقف الخطاب الديني عند حد الجمود.

التجديد التي نذهب إليه هنا هو ذلك التجديد الذي جاء انطلاقاً من حديث النبي صلى الله عليه وسلم "إن الله يبعث إلى هذه الأمة على رأس كل مائة سنة من يجدد لها دينها" والمقصود بالتجديد هنا تجديد الفهم الديني.

والتجديد هنا في القضايا والموضوعات التي يحتاجها الخطاب الديني وهو عملية إضافة جديد لا يهدم القديم من الثوابت بل تضيف الجديد الذي يحتاجه العصر، ومن أهم المشكلات التي تواجه الخطاب الديني مشكلة الغلو المتطرف التي استشرت في معظم البلاد وظهرت آثارها الوخيمة على الأمة الإسلامية في الفترة الماضية، ولقد تسارعت وتيرة الفتاوى الشاذة غير المنضبطة وأحدثت سيولة في فتاوى التكفير.

لذلك يجب أن ينشر الخطاب الديني مبادئ العدل والمساواة بين جميع أفراد المجتمع، ويوضح ذلك كما يوضح دور الإسلام في محاربة الإرهاب والتطرف وأن الإسلام دين ليس به تطرف أو ما يعرف بالإرهاب، وأن يتبرأ الخطاب الديني من كافة الأعمال الإرهابية التي تشهدها البلاد والبلاد العربية والغير عربية المجاورة لنا، وكذلك ينشر الفكر الديمقراطي السليم بين أبناء المجتمع والالتزام بالتعاون مع كافة الدول طالما في حدود مصالح كافة الأطراف واحترام وقبول الآخر أيضاً والتعايش معه سلمياً وأخيراً التأكيد على مبدأ التكافل الاجتماعي بين أبناء الوطن الواحد إعمالاً بحديث الرسول صلى الله عليه وسلم "المسلم للمسلم كالبنيان المرصوص يشد بعضه بعضاً" وكذلك "المسلم للمسلم كالجسد الواحد إذا اشتكى منه عضواً تداعى له سائر الجسد بالسهر والحمى".

إذن الخطاب الديني تواجهه بعض المشكلات والتحديات فلا بد من مواكبة الخطاب الديني للتقدم التكنولوجي وإيجاد آليات جديدة لذلك وضرورة إيجاد فهم منضبط للتعامل مع الأفكار التي يستغلها الأعداء لتدمير شباب الأمة الإسلامية وزعزعة قيمهم ومبادئهم.

جدول (8) المضامين التي يجب التركيز عليها في الخطاب الديني

الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة كا ²	%	ك	ك، %	المضامين التي يجب التركيز عليها
-	-	285.789	7.4	18		المضامين المتعلقة بالمعاملة مع الغير
-	-	285.789	15.8	39		المضامين التي تدعو إلى نشر القيم الإسلامية
-	-	285.789	2.5	6		المضامين التي تدعو إلى عمل الخير
دالة	-	285.789	30	74		المضامين التي تدعو إلى تماسك المجتمع
-	-	285.789	8.3	20		المضامين التي تدعو إلى نشر المساواة والعدل
-	-	285.789	14	35		المضامين التي تدعو إلى حب الوطن والمجتمع
-	-	285.789	12.3	30		المضامين التي تدعو إلى وحدة المجتمع والدول
-	-	285.789	8.9	22		المضامين التي تدعو إلى تربية الفرد في الإسلام
-	-	285.789	0.8	2		المضامين التي تدعو إلى نبذ العنف والتفرقة
-	-	-	-	-		أخرى تذكر
دالة	صفر	285.789	%100	246		الإجمالي

يتضح من الجدول (9) أن المضامين التي يجب أن يركز عليها الخطاب الديني هي المضامين التي تدعو إلى تماسك المجتمع حيث بلغت (74) تكراراً وبنسبة (30%)، ثم جاءت المضامين التي تدعو إلى نشر القيم الإسلامية بتكرار قدره (39) وبنسبة (15.8%) والمضامين التي تدعو إلى حب الوطن والمجتمع بتكرار قدره (35) وبنسبة (14%)، والمضامين التي تدعو إلى وحدة الأوطان والمجتمع الدولي بتكرار قدره (30) وبنسبة (12.3%)، والمضامين التي تدعو إلى تدين الفرد في الإسلام (22) تكراراً وبنسبة (8.9%)، ومضامين نشر العدل والمساواة (20) تكراراً وبنسبة (8.3%)، والمضامين المتعلقة بالمعاملة مع الغير (18) تكراراً وبنسبة (7.4%)، وأخيراً جاءت المضامين المتعلقة بعمل الخير بتكرار قدره (6) وبنسبة (2.5%) والمضامين المتعلقة بنبذ العنف والتفرقة (2) تكراراً وبنسبة (0.8%).

إن يتضح أن تماسك المجتمع في الخطاب الديني وتجديده ضرورة من ضروريات الحياة العصرية الحديثة في ظل التغيرات التي تشهدها كافة الدول والأقطار العربية على وجه الخصوص.

وأن الخطاب الديني وتجديده يجب أن يتناول القضايا المعاصرة وبيان الأحكام الشرعية في هذه القضايا بالتركيز على مكارم الأخلاق والبعد عن التشردم والتأكيد

على توافق المصلحة (مصلحة الوطن) مع الدين فأينما تكون المصلحة تتم شرع الله وهذا يتطلب بيان الأحكام الشرعية بالفهم الصحيح لمقاصد الدين والتصدي للفكر المنحرف والتعايش السلمي وقبول الآخر وكذلك الرأي المخالف، وكذلك التركيز على مكارم الأخلاق وحرمة النفس الإنسانية والتأكيد على الكراهية الشديدة في الشرع الإسلامي بل وفي كل الشرائع السماوية الإلهية لجرائم قتل النفس والاستيلاء على أموال الناس أو إتلافها.

ويركز أيضاً على نشر الآراء والقيم التي تدعو إلى نشر القيم الإسلامية والتماسك بين جنبات المجتمع المسلم مما يخلق لنا جيل من الشباب يرى في هذه الآراء الطريق والسلوك السليم.

جدول (9) أنسب الأفراد للدخول إلى مجال الدعوة

الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة كا ²	%	ك	ك، %	أنسب الأفراد للدعوة
-	-	35.919	30.9	76		داعية متخصص
دالة	-	35.919	69.1	170		علماء الأزهر
-	-	-	-	-		بعض الأفراد يرغبون في الدعوة علماء الدين
-	-	-	-	-		كل ما سبق
دالة	صفر	35.919	%100	246		الإجمالي

تشير بيانات الجدول (10) أن علماء الأزهر هم أنسب الأفراد لدخول مجال الدعوة حيث أشار عدد (170) ونسبة (69.1%) أن علماء الأزهر هم أنسب الأفراد في مجال الدعوة وأن يكونوا من خريجي كليات جامعة الأزهر المعنية بالدعوة والعقيدة والفلسفة الإسلامية وما إلى ذلك.

ثم جاءت فئة داعية متخصص بعدد قدره (76) تكرار ونسبة (30.9%) وهؤلاء دعاة متخصصون في مجال الدعوة وخريجي معاهد الدعاة الإسلامية وهم أهل تخصص في مجال الدعوة ويحملون مؤهلات أزهريّة أيضاً.

وذلك لأن الداعية على الحقيقة يحمل على عاتقه مهمة خطيرة وشديدة الأهمية فهو يجاهد ويكابذ من أجل البيان الأصيل لمعالم الإسلام ومفاهيمه ولاسيما ونحن نعيش حالة من الفوضى الفكرية فإن نجد اليوم تياراً يتسم بالجمود وتياراً ثانياً يحاول أن يعزل الدين عن الحياة ويضيق واسعاً، وتياراً ثالثاً يسارع بتكفير الناس، ورابعاً اختصر الأحكام التكليفية لذلك نحن نحتاج إلى الداعية الذي يعتدل ويلتزم بثوابت

الدين مع مراعاة مقتضيات العصر ويتسم بالمرونة ويراعي مصلحة الزمان والمكان ويقوم على إحياء تعاليم الإسلام بخطاب مستنير في رحاب النصوص ويعمل على إحياء قيم ومقاصد الدين الفكر الذي يعي مصلحة الأمة ويرشد الخطاب الديني منسجماً مع روح العصر وذلك هو الداعية المتخصص.

جدول (10) أهم الأساليب الإقناعية المستخدمة في مجال الخطاب الديني والدعوة

الأساليب الإقناعية	ك، %	ك	%	قيمة كا ²	مستوى الدلالة	الدلالة
أسلوب الدعوة والموعظة الحسنة	120	48.7	449.390	-	-	-
أسلوب الترغيب والترهيب	68	27.6	449.390	-	-	-
أسلوب الترغيب في الدين الإسلامي	9	3.7	449.390	-	دالة	-
أسلوب السرد القصصي	3	1.3	449.390	-	-	-
أسلوب مخاطبة العقل والمنطق	22	10	449.390	-	-	-
أسلوب القدوة الحسنة	14	5.7	449.390	-	-	-
أخرى تذكر	10	4	449.390	-	-	-
الإجمالي	246	%100	449.390	صفر	دالة	-

يوضح الجدول (11) أهم الأساليب والمداخل الإقناعية المستخدمة في مجال الخطاب الديني ومحاولة تجديد الخطاب الديني حيث جاء أسلوب الدعوة والموعظة الحسنة في المرتبة الأولى بتكرار قدره (120) وبنسبة (48.7%)، بينما جاء أسلوب الترغيب والترهيب بتكرار قدره (68) وبنسبة (27.6%)، وأسلوب مخاطبة العقل بالمنطق بتكرار قدره (22) وبنسبة (10%)، وأسلوب القدوة الحسنة بتكرار قدره (14) وبنسبة (5.7%)، وأخيراً جاء أسلوب السرد القصصي بتكرار قدره (3) وبنسبة (1.3%).

يتضح من ذلك أن أفضل الأساليب الإقناعية في ملامح التجديد في الخطاب الديني هو أسلوب الدعوة والموعظة الحسنة إعمالاً لقول الحق سبحانه وتعالى (أدعو إلى سبيل لربك بالحكمة والموعظة الحسنة) وحتى لا يتعد عن صحيح الدين يجب إتباع هذا الأسلوب في مجال الدعوة وفي الخطاب الديني.

وأيضاً إتباع أسلوب الترغيب والترهيب وهو إبراز الأجر العظيم في حالة الإتيان الجيد لتعاليم الدين الإسلامي والعقاب في حالة مخالفة تعاليم الدين الإسلامي إعمالاً لقول الحق (ومن يعرض عن ذكرني فإن له معيشة ضنكا ونحشره يوم القيامة أعمى قال ربي لما حشرتني أعمى وقد كنت بصيراً قال كذلك أتتك آياتنا فنسيتها فكذلك اليوم تنسى) صدق الله العظيم.

أي أن أفضل الأساليب الإقناعية في الخطاب الديني هما أسلوب الدعوة والموعظة الحسنة، وكذلك أسلوب الترغيب والترهيب وبيان الجزاء الحسن والجزاء العقابي للمخالفين للنصوص الإسلامية.

جدول (11) يوضح أهم الصفات التي يجب أن يتحلى بها القائم بالاتصال في مجال الدعوة

صفات القائم بالاتصال في مجال الدعوة	ك، %	ك	%	قيمة كا ²	مستوى الدلالة	الدلالة
العلم الوافر والقراءة في الدين	60	24.5	158.488	-	-	-
أن يكون مؤهل دراسياً وعلمياً في مجال الدعوة	74	30.1	158.488	-	-	-
أن يتمتع بالقدرة على التأثير في الأفراد	38	15.4	158.488	-	-	-
أن يكون من قادة الرأي وأصحاب المشورة	4	1.6	158.488	-	-	-
أن يكون في دعوته لا يبتغي سوى وجه الله	10	4.1	158.488	-	-	دالة
أن يكون محافظاً على وطنه ويخاف عليه	22	8.9	158.488	-	-	-
أن يكون حاصل على دورات في مجال الدعوة	11	4.5	158.488	-	-	-
أن تكون الدعوة إلى الخير هدفه	21	8.5	158.488	-	-	-
الشعور بالمسؤولية عن الأفراد في مجال الدعوة	6	2.4	158.488	-	-	-
أخرى تذكر	-	-	-	-	-	-
الإجمالي	246	100%	158.488	صفر	دالة	-

تشير بيانات الجدول (12) إلى أن هناك مجموعة من الصفات يجب أن يتحلى بها القائم بالاتصال في مجال الدعوة وكان أهم هذه الصفات أن يكون مؤهل دراسياً وعلمياً وعملياً في مجال الدعوة حيث بلغت (74) تكراراً وبنسبة (30.1%)، وتلى ذلك صفة العلم الوافر والقراءة والإلمام بعلم الدين حيث بلغت (60) تكراراً وبنسبة (24.5%)، ثم جاءت فئة أن يتمتع بالقدرة على التأثير في الأفراد في المرتبة الثالثة بتكرار قدره (38) وبنسبة (15.4%)، ثم أن يكون محافظاً على وطنه وبلده ويخشى عليها بتكرار (22) وبنسبة (8.9%) ثم أن يكون الدعوة إلى الخير هدفه (21) تكراراً وبنسبة (8.5%)، وجاءت فئة أن يكون حاصل على دورات في مجال الدعوة ولا يبتغي سوى وجه الله يكادوا أن يكونوا متقاربين في التكرار والنسب، وأخيراً جاءت فئتي الشعور بالمسؤولية عن الأفراد في مجال الدعوة بنسبة (2.4%) وفئة أن يكون من قادة الرأي وأصحاب المشورة في المرتبة الأخيرة بين الفئات بنسبة (1.6%).

يتضح من ذلك أن أهم الصفات الواجب توافرها في القائم بالاتصال في مجال الدعوة لتحقيق خطاب ديني متجدد يواكب العصر والمتغيرات المجتمعية أن يكون

مؤهلاً دراسياً وعلمياً وأزهرياً ومن أصحاب العلم الوافر والاطلاع الدائم والقراءة المتعمقة في الدين الإسلامي.

جدول (12) أهم الاحتياجات للأئمة والدعاة من أجل تحقيق تجديد واقعي للخطاب الديني

الدالة	مستوى الدالة	قيمة كا ²	%	ك	ك، %
-	-	33.829	44.7	110	أهمية الاحتياجات للأئمة والدعاة
-	-	33.829	28	69	رفع مستوى معيشة الأئمة والدعاة
-	-	33.829	21	53	تنقيفهم والاهتمام بثقافتهم الإسلامية
دالة	-	33.829	21	53	تحقيق معدل مرتفع من الرضا الوظيفي
-	-	-	-	-	عدم الإقلال من شأنهم داخل المجتمع
-	-	-	-	-	تدريبهم لرفع كفاءتهم
-	-	-	6.3	14	أخرى تذكر
دالة	صفر	33.829	%100	246	الإجمالي

تشير بيانات الجدول (13) أن أهم الاحتياجات التي يجب أن تلبي للأئمة والقائمين بالاتصال والدعاة من أجل تحقيق واقع حقيقي لتجديد خطاب ديني معاصر ومواكب لكافة الأحداث ومساير للعصر الذي نعيش فيه بعد فترة التحول الديمقراطي كان أهمها رفع مستوى معيشة الأئمة والدعاة حيث جاءت بـ(110) تكرار وبنسبة (44.7%)، وهنا إشارة إلى ضعف رواتب الأئمة والدعاة ضعف المستوى المادي وأن قلة المرتبات لا تتناسب مع أبسط ضروريات الحياة الملائمة التي يحتاجها الإمام من طعام وشراب وملبس والظهور بالمظهر اللائق للداعية وكما يحصل الإمام على ثقافة جيدة ومناسبة يحتاج أيضاً إلى أموال⁽⁴⁸⁾.

وهناك مطالبات بالأقل يقل الراتب للإمام عن 5 آلاف جنيه شهرياً كما أن هناك مطالبات بتوفير الرعاية الصحية للإمام وأسرته وإتاحة مصادر الثقافة للإمام وتزويدهم بأهميات الكتب وإقامة الدورات التدريبية لهم⁽⁴⁹⁾.

على الجانب الآخر نجد فئة تنقيفهم إسلامياً جاءت في المرتبة الثانية بتكرار قدره (69) وبنسبة (28%)، وذلك لأن الإمام يحتاج إلى ثقافة دينية تمكنه من أداء عمله على أكمل وجه ويجب أن توفر عملية التنقيف هي وزارة الأوقاف.

ثم جاءت فئة تحقيق معدل مرتفع من الرضا الوظيفي للإمام والدعاة أيضاً حتى يتمكن من أداء عمله على أكمل وجه نحو تجديد الخطاب الديني وبلغت هذه الفئة (53) تكرار وبنسبة (21%).

إذن يتضح لنا أن معدل الرضا الوظيفي كلما زاد نجد على الجانب الآخر أن الأئمة والدعاة يعملون نظراً لأن كل متطلباتهم متاحة لهم ولا يوجد أي شيء يؤثر على معدل الرضا الوظيفي.

وأخيراً جاءت فئة أخرى تذكر متضمنة إصلاح الداعية أولاً وإنشاء بنك أفكار لأفكار الدعوة ومرصد إعلامي في كل محافظة ترصد مشكلات البيئة المحلية ومشكلاتها الاجتماعية.

وكذلك يُدرس للدعاة النسق المعرفي الإسلامي والذي يبدأ من إدراك مصادر المعرفة في الإسلام والسنن الإلهية وسنن المواقف ويجب أن يلزم الداعي بالحصيلة العلمية التي تتكون له من قراءات متنوعة ومن مصادر شتى.

ويمكننا في هذا الصدد أن نحدد أهم ملامح المشكلات التي يعاني منها الأئمة والدعاة وهي ضعف المستوى المادي وضعف المستوى العلمي.

جدول (13) أهم المقترحات لتحقيق تجديد الخطاب الديني

أهم المقترحات	ك، %	ك	%	قيمة كا ²	مستوى الدلالة	الدلالة
التركيز على القضايا التي تدعو إلى الترابط والتماسك	-	-	-	-	-	-
الدعوة إلى نبذ العنف والتفرقة	-	-	-	-	-	-
عدم الاختلاف في صحيح الدين	-	-	-	-	-	-
تصحيح الروى الخاطئة عن طريق وسائل الإعلام	24	9.6	73.805	-	دالة	-
نقد وجهات النظر الأخرى بأسلوب حضاري	50	20.4	73.805	-	-	-
عدم الإساءة إلى الغير في الخطاب الديني	56	22.8	73.805	-	-	-
مواكبة الخطاب الديني مع القضايا المجتمعية	116	47.2	73.805	-	-	-
الاهتمام بلغة الخطاب لتناسب كافة المستويات	-	-	-	-	-	-
أخرى تذكر	-	-	-	-	-	-
الإجمالي	246	100%	73.805	صفر	دالة	-

يشير الجدول (14) إلى مقترحات ورؤى القائمين بالاتصال من أجل تجديد الخطاب الديني لأبد من مواكبة الخطاب الديني للقضايا المجتمعية العصرية الحديثة التي طرأت على المجتمع الإسلامي وخصوصاً المجتمع المصري، وبلغت هذه الفئة (116) تكرر وبنسبة (47.2%).

ثم جاءت فئة عدم الإساءة إلى الغير في الخطاب الديني الدعوي الصحيح حيث بلغت (56) تكراراً وبنسبة (22.8%)، وجاءت نقد وجهات النظر بأسلوب حضاري ومحاولة استيعاب الآراء الأخرى وعدم فرض الرأي الواحد بتكرار قدره (50) وبنسبة (20.4%)، وأخيراً جاءت فئة تصحيح الرؤى الخاطئة عن الإسلام والمسلمين في وسائل الإعلام الخارجية عن طريق وسائل إعلامنا المصري بأسلوب دقيق واستخدام كافة الوسائل الإعلامية المتاحة لنا لتوصيل صورة ذهنية صادقة وصحيحة عن الإسلام والمسلمين وأن الإسلام دين تسامح وتعايش مع الآخرين.

وكذلك استيعاب الآخرين بأرائهم وعدم الإساءة لهم أيضاً في الخطاب الديني المتجدد ومسيرة القضايا والمستجدات المجتمعية بكافة أشكالها وصورها.

الإجابة على فروض الدراسة:

جدول (14) الفرض الأول تجديد الخطاب الديني يأتي لاستجابة لضروريات دينية وحياتية.

الدرجة الحرة	قيمة إحصاء اختبار التجانس (ف)	مستوى الدلالة	الدلالة	قيمة اختبار T.test	مستوى الدلالة	الدلالة
490	62.5	0.00	دالة	-23.9	0.00	دالة

يشير الجدول (15) إلى أن هناك فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في الفرض الأول وهو ضرورة مسايرة الخطاب الديني جاء لضروريات دينية وحياتية وتحولات شهدتها المجتمع المصري، وتحقق الفرض الأول وذلك لأن قيمة الدلالة أقل من 0.05 وهذا يدل على صحة الفرض الأول.

جدول (15) الفرض الثاني: يوضح العلاقة الارتباطية بين الأساليب الإقناعية المستخدمة في مجال الخطاب الديني والنقد الموجه له وضرورة التجديد والاهتمام بالقائمين بالاتصال في مجال الدعوة

العبارات	معامل ارتباط بيرسون	ن	مستوى الدلالة	الدلالة
* أهم الأساليب الإقناعية المستخدمة في مجال الخطاب الديني. * أهم الاحتياجات اللازمة للأئمة والدعاة في مجال الدعوة والخطاب الديني	0.69	246	0.001	دالة

بالتحقق من صحة الفرض الثالث وهو وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأساليب الإقناعية في مجال الخطاب الديني والنقد الموجه له وضرورة التجديد والاهتمام بالقائمين بالاتصال وجد أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية طردية موجبة = 0.96 حيث أن علاقة الارتباط علاقة طردية موجبة ذات دلالة إحصائية بدرجة دلالة = 0.001 .

جدول (16) الفرض الثالث: يوضح العلاقة بين الضوابط اللازمة لتجديد الخطاب الديني في مصر والمضامين التي يجب التركيز عليها

العبارات	معامل ارتباط بيرسون	ن	مستوى الدلالة	الدلالة
* الضوابط اللازمة لتجديد الخطاب الديني في مصر. * المضامين التي يجب التركيز عليها في الخطاب الديني	0.87	246	0.040	دالة

تشير بيانات الجدول (17) أن هناك علاقة ارتباط طردية موجبة = 0.87 ذات دلالة إحصائية بين الضوابط اللازمة لتجديد الخطاب الديني والمضامين التي يجب التركيز عليها في هذه المرحلة ما بين ثورة يناير 2011 ويدل ذلك على أنه لا بد من اختبار المضامين التي تساير وتتماشى مع التغييرات السياسية التي طرأت على المجتمع المصري ويوضح ذلك أن هناك علاقة ارتباط (موجبة) ذات دلالة إحصائية ويثبت ذلك صحة هذا الفرض.

جدول (17) الفرض الرابع: توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين كلاً من الاتجاهين بالنسبة للقائمين بالاتصال التابعين لوزارة الأوقاف وغيرهم مثل الإخوان واتجاهات أخرى

درجة الحرية	قيمة إحصاء التجانس (ف)	مستوى الدلالة	الدلالة	قيمة إحصاء T-test	مستوى الدلالة	الدلالة
490	0.490	0.048	دالة	0.361	0.035	دالة

تشير البيانات بالجدول (18) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية معنوية بين كلاً من الاتجاهين بالنسبة للقائمين بالاتصال بالنسبة للتابعين لوزارة الأوقاف وآخرين مثل الإخوان وغيرهم وتحقق صحة ذلك الفرض حيث أن مستوى الدلالة أقل من 0.05 وهذا دال إحصائياً على وجود فروق معنوية بين كلا الاتجاهين.

**جدول (18) الفرض الخامس: يوضح وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين
رؤى القائمين بالاتصال وضوابط الخطاب الديني**

الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة إحصاء T-test	الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة إحصاء التجانس (ف)	درجة الحرية
دالة	0.028	2.2	دالة	0.001	11.819	490

تشير بيانات الجدول (19) أنه فعلاً وجدت علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين رؤى القائمين بالاتصال (الأئمة والدعاة) وضوابط الخطاب الديني على مستوى عام وأهم المضامين التي يجب التركيز عليها حيث بلغت مستوى الدلالة 0.028 إذن هناك دلالة إحصائية تثبت صحة هذا الفرض.

**جدول (19) الفرض السادس: يوضح العلاقة الارتباطية بين أهم القضايا التي
يجب أن يتناولها الخطاب الديني والمضامين التي يجب التركيز عليها في الخطاب
الديني وكذلك أنسب الأفراد للدخول إلى مجال الدعوة**

الدلالة	مستوى الدلالة	ن	معامل ارتباط بيرسون	العبارات
دالة	0.023	246	0.88	- أهم القضايا التي يجب أن يتناولها الخطاب الديني ويركز عليها. - المضامين التي يجب التركيز عليها
دالة	صفر	246	0.91	- المضامين التي يجب التركيز عليها في الخطاب الديني. - نسب الأفراد للدخول إلى مجال الدعوة
دالة	0.003	246	0.092	- أنسب الأفراد للدخول إلى مجال الدعوة - أهم القضايا التي يجب أن يتناولها الخطاب الديني ويركز عليها

يشير الجدول (20) أنه بالتحقيق من صحة العلاقة الارتباطية بين أهم القضايا التي يجب التركيز عليها ويتناولها الخطاب الديني والمضامين التي يجب أن تلقى الضوء عليها وكذلك أنسب الأفراد للدخول إلى مجال الدعوة، وجد أن هناك علاقة طردية (موجبة) = 0.88 وذات دلالة إحصائية بين أهم القضايا التي يجب أن يتناولها الخطاب الديني ويركز عليها والمضامين التي يجب أن يركز عليها الخطاب الديني.

كما وجد علاقة ارتباطية طردية موجبة = 0.91 ذات دلالة إحصائية بين المضامين التي يجب التركيز عليها في الخطاب الديني، وكذلك أنسب الأفراد للدخول إلى مجال الدعوة.

وفي هذا السياق نشرت جريدة الجمهورية تحت عنوان (قصر الخطبة على الأزهريين والمساجد الجامعة، منع غير الأزهريين من تحفيظ القرآن)⁽⁵⁰⁾.

وهذا يثبت صحة الفرض بأن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بالنسبة لأهم القضايا التي يجب أن يتناولها الخطاب الديني والمضامين التي يجب التركيز عليها وأنسب الأفراد للدخول إلى مجال الدعوة.

جدول (20) يوضح بعض المقاييس الوصفية البسيطة لاستجابات العينة مثل الوسط الحسابي والانحراف المعياري.

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارة
38و1	17و1	1- هل نرى أن الخطاب الديني في مصر يحتاج إلى تجديد وتطوير ؟
50و1	52و1	2- ما هي الجهات المعنية بتجديد الخطاب الديني ؟
75و1	38و1	3- التجديد في الخطاب الديني يحتاج الية داخليا وخارجيا
45و1	28و1	4- هل الدعوة لتجديد الخطاب الديني من وجهة نظرك تحتاج اليها قبل ثورة يناير أم بعد ثورة يناير ؟
64و1	49و2	5- الخطاب الديني الحالي يتمشى معفترة التحول السياسى فى المجتمع المصرى ؟
66و1	31و2	6- ما هي الضوابط الازمة لتجديد الخطاب الديني في مصر ؟
43و1	30و2	7- هي اهم القضايا التي يجب أن يتناولها الخطاب الديني ويركز عليها ؟
84و1	22و3	8- هناك مضامين يجب التركيز عليها في الخطاب الديني ؟
46و1	69و1	9- إختتر انسب هؤلاء الأفراد للدخول إلى مجال الدعوة ؟
61و1	96و1	10- ما أهم الأساليب الإقناعية المستخدمة فى مجال الخطاب الديني ؟
29و1	13و3	11- ما هي أهم الصفات التي يجب أن يتحلى بها القائم بالإتصال فى مجال الدعوة الإسلامية ؟
799و1	71و1	12- ما هي أهم الإحتياجات الازمة للأئمة والدعاة فى تحقيق واقعى لتجديد الخطاب الديني ؟
3و1	7و6	13- ما هي أهم المقترحات من وجهة نظرك لتحقيق المراد من تجديد الخطاب الديني ؟

نتائج الدراسة :

خرجت الدراسة بعد هذا العرض للإطار النظري والإطار الميداني بمجموعة من النتائج وهي كالآتي:

- 1- إن المجتمع المصري في أشد الاحتياج وأمس الحاجة إلى تجديد الخطاب الديني وتطويره وتحديثه بما يتمشى مع متغيرات ومستجدات هذه المرحلة حيث أشارت نسبة (82.4%) بأننا نحتاج إلى تجديد الخطاب الديني.

2- أوضحت نتائج الدراسة أيضاً إلى أن وزارة الأوقاف والأزهر الشريف هما الجهتين المسئولتين عن تجديد وتطوير الخطاب الديني وهما المسئولين عن كل القضايا الإسلامية في المجتمع العربي وفي مصر على وجه الخصوص ويبدو ذلك في إجابات المبحوثين حيث أشارت نسبة (52.4%) بأن وزارة الأوقاف هي المسئولة ونسبة (47.6%) بأن الأزهر هو المسئول إذن مسئولية مشتركة ومتضامنة بينهم.

3- الاحتياج لتجديد الخطاب الديني داخلياً بنسبة (78%) ثم خارجياً بنسبة (5.7%)، وهذا يؤدي إلى تصحيح مفاهيم عديدة راسخة لدى دول الغرب عن الإسلام والمسلمين دين إرهاب وإرهابيين ولا بد من تحسين الصورة لدى دول الخارج وتوضيح مفاهيم الإسلام السمحة وأن الدين الإسلامي دين سلام ولا يدعو للعنف واستخدام القوة ضد الغير.

4- تجديد الخطاب الديني في المجتمع المصري نتج عن تغيرات دينية وحياتية وتحولات مجتمعية شهدها المجتمع المصري في الفترة الأخيرة.

5- إن الخطاب الديني الحالي لا يتماشى مع التحول السياسي الذي شهده مجتمعنا حيث أشارت نسبة قدرها (57.7%) أن الخطاب الديني الحالي والواقع لا يتماشى مع فترة التحول السياسي.

6- توجد مجموعة من الضوابط لتجديد الخطاب الديني بحيث أن التجديد لا يعني البعد عن ثوابت وأصول الدين الإسلامي لا لهدم صحيح الإسلام وأن التجديد يتماشى مع وسطية الإسلام ولا يساعد على نشر الفكر الإلحادي والمتطرف والأفعال الشاذة التي شهدها المجتمع المصري في الفترة الماضية.

7- توجد قضايا يحتاج الخطاب الديني أن يتضمنها ويشملها في سياقه وهي نشر مبادئ العدل والمساواة ونشر الفكر الوسطي الديمقراطي ومحاربة الإرهاب والتطرف مع بيان أضرار الإرهاب والتطرف الفكري أيضاً واحترام وقبول الآخر والتأكيد على سماحة الإسلام.

8- أن أفضل الأفراد لمجال الدعوة هما رجال الأزهر الشريف والأوقاف والذين حصلوا على دورات تدريبية في مجال الدعوة وأن يكونوا دارسين للعقيدة والفلسفة الإسلامية ومتخصصون في مجال الدعوة فقط.

9- أن الخطاب الديني وتجديده لن يأتي بجديد ولن يؤتي ثماره إلا عن طريق الدعوة بالموعظة الحسنة والحكمة.

10- توجد بعض الصفات يجب توافرها في الداعية الإسلامي وهي المؤهل الدراسي الأزهرى وحصل على دورات ولديه القدرة على التأثير في الغير والقراءة المتعمقة في مجال الدين ومن أصحاب الثقافة الإسلامية المتنوعة وأن يشعر بمسئولية وهو يعمل في مجال الدعوة.

11- هناك بعض الاحتياجات التي لا بد من توافرها للأئمة والدعاة من أجل تحقيق تجديد وتطوير للخطاب الديني على أرض الواقع وهي رفع مستوى معيشة الأئمة وزيادة دخولهم والاهتمام بتنقيفهم إسلامياً لتحقيق معدل مرتفع من الرضا الوظيفي.

12- توجد مقترحات من جانب أفراد الدراسة لتحقيق تجديد حقيقي للخطاب الديني وهي تصحيح الرؤى الخاطئة عن الإسلام في الخارج باستخدام وسائل الإعلام المصرية مثل الفضائية المصرية والصحف المصرية الدولية مثل الأهرام الدولي وعدم الإساءة للغير في الخطاب الديني ومواكبة الخطاب الديني للقضايا المجتمعية التي تثار في المجتمع المصري.

توصيات الدراسة :

كما خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات وهي:

1- لا بد من تجديد الخطاب الديني ومواكبة متغيرات عصرية فرضت نفسها على المجتمع المصري.

2- أن يناقش الخطاب الديني كافة القضايا المجتمعية في مجتمعنا وأن يهتم بقضايا الشباب والعمل والتنمية.

- 3- الخطاب الديني لابد له أن يبتعد عن لغة التعصب والترهيب الذي يؤدي إلى نفور الأفراد عند الحديث في مواضيع دينية.
- 4- الاهتمام بالأئمة والدعاة ورفع مستواهم المادي وكذلك الثقافي.
- 5- أن يعالج الخطاب الديني قضايا التعصب والإرهاب والتطرف والإلحاد وتكفير الغير وبيان حرمة ذلك.
- 6- يجب أن يواكب الخطاب الديني متغيرات المرحلة السياسية التي تشهدها كافة المجتمعات.
- 7- تجديد الخطاب الديني واجب مع الحفاظ على ثوابت وصحيح الدين الإسلامي وعدم الإخلال بهم.

المراجع

القرآن الكريم

السنة المطهرة

- 1- محمود حمدي زقزوق. تجديد الخطاب الديني، مجلة منبر الإسلام، جمادى الأولى 1435هـ - مارس 2014م ص ص 5 - 6.
- 2- رواه أبو داود في سننه في محمود حمدي زقزوق، المرجع السابق.
- 3- أحمد عرفات القاضي. تجديد الخطاب الديني، القاهرة، مكتبة مدبولي، 2008، ص ص 9، 11.
- 4- محمد منير حجاب. الإعلام الإسلامي، المبادئ - النظرية - التطبيق، القاهرة، دار الفجر، 2002، ص 107.
- 5- محمد منير حجاب. المرجع السابق، ص 108.
- 6- محمد منير حجاب. الإعلام الإسلامي، المبادئ - النظرية - التطبيق، مرجع سابق، ص ص 109 - 110 - 111.
- 7- محمود حمدي زقزوق، تجديد الخطاب الديني، مجلة منبر الإسلام، مرجع سابق، ص 6.
- 8- أحمد عرفات القاضي، تجديد الخطاب الديني، مرجع سابق، ص 72.
- 9- نجلاء محمود المصيلحي. الخطاب الإسلامي والتنمية في المجتمع المصري، مطبوعات مركز الأهرام للدراسات السياسية والإستراتيجية، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية، مؤسسة الأهرام، القاهرة، 2009، ص 18.
- 10- محمد نعيم محمد هاني ساعي. الخطاب الديني بين تحديث الدخلاء وتجديد العلماء، ط1، القاهرة، دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، 2006، ص 152.
- 11- محمد نعيم محمد هاني ساعي. الخطاب الديني بين تحديث الدخلاء وتجديد العلماء، مرجع سابق، ص 71.
- 12- أحمد كمال أبو المجد، حول الخطاب الديني في:
<http://alarabnews.com/alsaab/gif/26-04-2008>.
Kamal%20abou%20zoal1%20Magd.htm.4/16/03.
- 13- محمد عمارة - بكر زكي عوض - سالم عبد الجليل. دليل الإمام إلى تجديد الخطاب الديني، القاهرة، مطابع الأهرام التجارية، 2007، ص 35.
- 14- ابن تيمية، الفتاوى الكبرى، ج2، ص 263.
- 15- صحيح مسلم، ج2، ص 697.
- 16- متفق عليه.
- 17- مسند أحمد بن حنبل، ج3، ص 250.
- 18- سورة فصلت، الآية 34.
- 19- سورة النحل، الآية 125.
- 20- إبراهيم رشاد محمد صبري. تجديد الخطاب الإسلامي، حوليات آداب عين شمس، المجلد 31 أبريل - يونيو/2003، ص ص 235 - 245.
- 21- محمد منير حجاب. الإعلام الإسلامي، المبادئ - النظرية - التطبيق، مرجع سابق، ص 101.
- 22- محمد منير حجاب. المرجع السابق، ص ص 125 - 127.
- 23- المرجع السابق، ص ص 161 - 162.
- 24- شيماء ذو الفقار زغيب. نظريات تشكيل اتجاهات الرأي العام، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2004، ص 149.
- 25- Daniel O'Keefe (1991). "Persuasion theory and Research" 3rd/ed. "Calif: Sage Publication" p.96.

- 26- Michael Miller and Timothy Levine (1996). Persvasion "In Michael Salwen and Don W. S taks (Eds.) "An Integrated Approach to Communication theory and research" (New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers", p.264.
- 27- شيماء ذو الفقار زعيب، مرجع سابق، ص ص 150 - 151.
- 28- J. Puckett et al. (1983). "The Relative Impact of Age and Attractiveness Stereotypes on Persuasion" Journal of Gerontology, Vol.38, pp. 340 - 343.
- 29- M. Hessacker Richard E. Petty and John T. Cacioppo (1983). "Field Dependence and Attitude change: Source credibility can alter persuasion by Affecting Message Relevant thinking" Journal of personality, Vol.51, pp. 653 - 666.
- 30- RE. Smith and D.R. Shaffer (1995). "Speed of speech and persuasion, Evidence for Multiple Effects" Personality and Social psychology Bulletin Vol.21, pp. 1051-1060.
- 31- يسري فهمي علي. دور الصحف الإسلامية في تنمية الوعي الديني لدى الشباب الجامعي، دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، قسم الصحافة والنشر، 2015.
- 32- باكينام حسن غراب. خطاب صحافة تيارات الإسلام السياسي في مصر إزاء أزمة الديمقراطية، بحث مقدم للمؤتمر السنوي الثاني إعلام الأزمات وأزمة الإعلام، كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية من 19 - 21 مارس 2013.
- 33- حنان محمد عبد المجيد. الفوضى المجتمعية وانعكاساتها على فوضى الخطاب والإفتاء بين القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية، بحث مقدم للمؤتمر السنوي الثاني بعنوان إعلام الأزمات وأزمة الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، في الفترة من 19 - 21 مارس 2013.
- 34- عبد الحكم أبو حطب. الخطاب الديني في الصحف الإسلامية في مصر بعد ثورة 25 يناير، بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الثامن والثلاثون، أكتوبر 2012.
- 35- علي حمودة جمعة سليمان. أثر شبكة المعلومات الدولية في الوعي الديني للشباب الجامعي في مصر، دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية بالقاهرة، قسم الصحافة والنشر، 2011.
- 36- حسام محمد إلهامي. الخطاب الإعلامي لمدونات أعضاء جماعة الإخوان المسلمين، بحث منشور بمجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد 30، 2010.
- 37- نجلاء محمود المصيلحي. الخطاب الإسلامي والتنمية في المجتمع المصري، مركز الأهرام للدراسات السياسية والإستراتيجية، 2009.
- 38- صالح السيد العراقي. أساليب تطوير الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية، مؤتمر كلية الإعلام السنوي الثاني عشر، جزء ثان، جامعة القاهرة، المنعقد في الفترة من 2 - 4 مايو 2006.
- 39- عاطف عدلي العبد. المنهج العلمي في البحوث الإعلامية، القاهرة، دار ألّهاني للطباعة، 1999، ص 27.
- 40- سمير محمد حسين. بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، 1992، ص ص 178 - 179.
- 41- بركات عبد العزيز. مناهج البحث الإعلامي، الأصول النظرية ومهارات التطبيق، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2012، ص 155.
- 42- جريدة الأهرام، 19 مارس، 2015، ص 25.
- 43- جريدة الأهرام، 15 مايو، 2015، ص 42.
- 44- جريدة الأهرام، 5 يناير، 2015، ص 6.

- 45 جريدة الأهرام، 2 يناير، 2015، ص 4.
-46 جريدة الأهرام، 2 يناير، 2015، ص 34.
-47 جريدة الأهرام، 9 يناير، 2015، ص 36.
-48 جريدة الأهرام، 9 يناير، 2015، ص 36.
-49 المرجع السابق.
-50 جريدة الأهرام، 3 يناير 2014، ص 17.

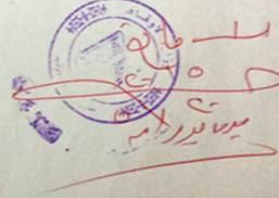
ملحق رقم (1)

معالي فضيلة وكيل وزارة الأوقاف بالشرقية

مقدمه لسيادتكم الدكتور / محمد علي أبو العلا قنديل

برجاء الموافقة من سيادتكم بتطبيق استبيان علي ٢٥٠ امام وخطيب من أنمة وخطباء محافظة الشرقية في ضوء بحث بعنوان تجديد الخطاب الديني كانعكاس للتطور الديمقراطي في مصر عام ٢٠١١ وذلك ضمن أبحاث الترقى لدرجة أستاذ مساعد حيث أنني اعمل مدرس علاقات عامة بكلية الآداب جامعة كفر الشيخ

مقدمه لسيادتكم
محمد علي أبو العلا قنديل



ملحق رقم (2)

جامعة كفر الشيخ
كلية الآداب
قسم الإعلام

استمارة استبيان حول

اتجاهات القائمين بالاتصال في المجال الديني من قضية تجديد الخطاب الديني
دراسة ميدانية

إعداد

د. محمد علي أبو العلا

مدرس العلاقات العامة بكلية الآداب

جامعة كفر الشيخ

2015م

الاسم :

السن :

المؤهل الدراسي :

مدة العمل بمجال الدعوة :

س1: هل ترى أن الخطاب الديني في مصر يحتاج إلى تحديد وتطوير؟

- نعم ()

- إلى حد ما ()

- لا ()

س2: ما هي الجهات المعنية بتجديد الخطاب الديني؟

- الأزهر الشريف.

- وزارة الأوقاف.

- المراكز الإسلامية في الخارج.

- السفارات والقنصليات (الملحقين الدينيين).

س3: التجديد في الخطاب الديني نحتاج إليه داخلياً وخارجياً:

- في الداخل.

- في الخارج.

- داخلياً وخارجياً.

س4: الخطاب الديني الحالي يتماشى مع فترة التحول السياسي في المجتمع المصري؟

- يتماشى مع فترة التحول السياسي.

- إلى حد ما يتماشى مع التحول السياسي.

- لا يتماشى مع فترة التحول السياسي.

س5: ما هي الضوابط اللازمة لتجديد الخطاب الديني في مصر؟

- أن يستقي الخطاب الديني من القرآن والسنة.
- لا يتعارض مع صحيح الإسلام.
- أن يركز الخطاب على بساطة وسماحة الإسلام ووسطيته.
- لا يأتي الخطاب الديني بأشياء غير موجودة في الإسلام.
- ألا يساعد الخطاب الديني على نشر الفكر المتطرف في الدين.
- أن يكون الخطاب الديني لضبط توازن المجتمع وعدم انهياره.
- أخرى تذكر.

س6: ما أهم القضايا التي يجب أن يتناولها الخطاب الديني ويركز عليها؟

- العدل والمساواة بين جميع الأفراد.
- نشر الفكر الديمقراطي السليم بين الأفراد.
- التأكيد على مبدأ التكافل داخل المجتمع الإسلامي.
- ضرورة احترام وقبول الآخر.
- الالتزام بالتعاون مع الدول الأخرى.
- التأكيد على سماحة الدين الإسلامي.
- توضيح دور الإسلام في محاربة ومواجهة الإرهاب والتطرف.
- أخرى تذكر.

س7: هناك مضامين يجب التركيز عليها في الخطاب الديني:

- المضامين التي تتعلق بالمعاملة مع الغير.
- المضامين التي تدعو إلى نشر القيم الإيجابية.
- المضامين التي تدعو إلى أعمال الخير.
- المضامين التي تدعو إلى تماسك المجتمع.
- المضامين التي تدعو إلى نشر المساواة والعدل.
- المضامين التي تدعو إلى حب المجتمع والمحافظة عليه.
- المضامين التي تدعو إلى وحدة الدول العربية.

- المضامين التي تدعو إلى تربية الفرد في الإسلام.
- المضامين التي تدعو إلى نبذ العنف والتفرقة والتشردم.
- أخرى تذكر.

س8: اختر أنسب هؤلاء الأفراد للدخول إلى مجال الدعوة؟

- داعية متخصص.
- علماء الأزهر.
- بعض الأفراد الذين يرغبون في الدعوة (علماء الدين).
- كل ما سبق.
- أخرى تذكر.

س9: ما أهم الأساليب الإقناعية المستخدمة في مجال الخطاب الديني؟

- أسلوب الدعوة والموعظة الحسنة.
- أسلوب الترغيب والترهيب.
- أسلوب الترغيب للدين الإسلامي.
- أسلوب السرد القصصي.
- أسلوب مخاطبة العقل والمنطق.
- أسلوب القدوة الحسنة.
- أخرى تذكر.

س10: ما هي أهم الصفات التي يجب أن يتحلى بها القائم بالاتصال في مجال الدعوة الإسلامية؟

- أن يتحلى بالعلم الوافر والقراءة المتعمقة في الدين.
- أن يكون مؤهلاً دراسياً وعلمياً في مجال الدعوة.
- أن يتمتع بالقدرة على التأثير في الغير.
- أن يكون من قادة الرأي ذوي التأثير والمشورة.
- أن يكون في دعوته لا يبتغي إلا وجه الله.
- أن يكون محافظاً لبلده ولوطنه ويخاف عليهما.
- أن يكون دارساً وحاصل على دورات في مجال الدعوة.

- أن تكون الدعوة إلى الخير هي هدفه.
- الشعور بالمسئولية عن الغير في مجال الدعوة.
- أخرى تذكر.

س11: ما أهم الاحتياجات اللازمة للأئمة والدعاة في تحقيق واقعي لتجديد الخطاب الديني؟

- رفع مستوى معيشة الأئمة والدعاة.
- تثقيفهم والاهتمام بثقافتهم الإسلامية.
- تحقيق معدل مرتفع من الرضا الوظيفي.
- عدم الإقلال من شأنهم داخل المجتمع.
- تدريبهم لرفع كفاءتهم في مجال الدعوة.
- أخرى تذكر.

س12: ما هي أهم المقترحات من وجهة نظرك لتحقيق المراد من تجديد الخطاب الديني؟

- التركيز على القضايا التي تدعو إلى التماسك.
- الدعوة إلى نبذ العنف والتفرقة.
- عدم الاختلاف في صحيح الدين.
- استخدام وسائل الإعلام وتصحيح الرؤى الخاطئة.
- نقد وجهات نظر الغير بأسلوب حضاري.
- عدم الإساءة إلى الغير في الخطاب الديني.
- مواكبة الخطاب الديني مع القضايا المجتمعية.
- الاهتمام بلغة الخطاب الديني لتناسب كافة مستويات الأفراد.
- أخرى تذكر.