

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الوادي



شعبة العلوم الإسلامية
تخصص دعوة وإعلام واتصال

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإنسانية

الخطاب الدعوي المعاصر في الصحافة الجزائرية المكتوبة

— دراسة تحليلية لجريدة الجديد اليومي —

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر

في العلوم الإسلامية تخصص: دعوة وإعلام واتصال

إشراف الأستاذ :

رشيد خضير

إعداد الطالبة:

عواطف معوش

السنة الجامعية: 1434هـ-1435هـ / 2013م-2014 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

الحمد والتناء للذي عز وجل . الذي من . علمي . بالقدرة على إتمام هذه الدراسة المتواضعة

أشكر مجزي شكري وعظيم امتناني للاستاذ المتصرف رشيد خضير الذي تولى إشراف هذه الدراسة والذي قد

ملاحظاتي قيمة ومفاتيح ونوحيها صائبة ساهمت في إخراج هذه الدراسة

شكرا جزيل . لكل أستاذة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الوادي والأخص بالذكر أستاذة شعبة العلوم

الإسلامية

والشكر موصول للطالبة ماجدة مليح التي استغرت من توجيهاتها ونصائحها السديدة في مجال هذه الدراسة

شكرا . لكل طلبة تخصص دعوة وإسلام والأخص بالذكر منهم الطالبة سارة حازب الشيخ التي كات لها

إسهام في تنزيل بعض صعوبات هذه الدراسة

ملخص الدراسة

عاجت الدراسة إشكالية مدى مساهمة جريدة الجديد اليومي في الخطاب الدعوي المعاصر، وتهدف بذلك إلى معرفة أهم الموضوعات التي تناولتها عينة الدراسة بالإضافة إلى معرفة أهم الأساليب الإقناعية والأشكال الصحفية التي اعتمدتها الصحيفة في تحرير المادة الدعوية في صفحات العينة، مع معرفة أهم القيم المستهدفة من قبل صفحات العينة.

هذا وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي وأداة تحليل المضمون، من خلال عينة متاحة تتكون من (24) أربعة وعشرون عددا جرى حصرها في الفترة ما بين 28 أبريل 2012 إلى غاية مارس 2014.

وأعدت الدراسة استمارة تحليل المضمون التي تتكون من (9) تسعة موضوعات رئيسية وهي الموضوعات: الأخلاقية، الاجتماعية، العقائدية، التعبدية أو العبادات، والثقافية والحضارية، والموضوعات الإسلامية المتخصصة، والصحية وفئة السير والتراجم وأخرى وتم تصنيف وتقسيم هذه الموضوعات إلى فئات فرعية اشتملت على (45) خمسة وأربعون فئة، وفئة القيم التي قسمت إلى (7) سبعة فئات، وفئة مصدر المعلومة، التي صنفتم إلى (5) خمسة فئات، كما أنها تتكون من ثلاث (3) فئات رئيسية خاصة بفئات الشكل (كيف قيل) وهي فئة الأشكال الصحفية، فئة الأساليب الإقناعية، وفئة الصور الفوتوغرافية، وقد تم تصنيف هذه الفئات إلى فئات فرعية اشتملت على (27) سبعة وعشرين فئة.

وكشفت نتائج الدراسة أن الموضوعات الإسلامية المتخصصة كانت أكثر اهتماماً بالنسبة للصحيفة، أما بالنسبة للقيم التي قصدها صفحات العينة بالدراسة كانت أولها القيم الفردية و القيم الدينية والقيم الأخلاقية.

أما بالنسبة للعناصر التيبوغرافية وطبيعة المادة المستخدمة في اعداد مادة الخطاب الدعوي في صفحات عينة الدراسة، فقد تميز غالبا بالضعف والتقليد، وهذا لعدم اعتماد الصحيفة على الأساليب الإقناعية المتنوعة التي من شأنها أن تحقق التأثير والإقناع بالإضافة إلى عدم اعتمادها الأشكال الصحفية، بالشكل الذي يجسد فاعلية الخطاب الدعوي في صفحات العينة، كذلك الأمر بالنسبة للصور الفوتوغرافية.

Summary of the Study

Addressed the study problematic the contribution of the newspaper 's new daily speech lawsuit contemporary , aiming thereby to know the most important topics covered in the study sample in addition to the knowledge of the most important methods persuasive and shapes press adopted by the newspaper in the liberation of Article advocacy in the pages of .the sample, with the knowledge of the most important target values by pages sample

This study was based on a descriptive survey methodology and content analysis tool , through sample code consists of (24) twenty-four number was counted in the period . between 28 April 2012 to March 2014 too

The study was prepared form content analysis , which consists of eight (8) major topics which topics : moral , social , theological , devotional or worship , Althagafahoeelhoudaria , topics Islamic specialist , health , and the other was the classification and division of these . topics into sub-categories included (33) three thirty category

The results of the study subjects Islamic specialized came first , while The threads of worship in second place , and reflects the attention the pages of the study sample to worship the one hand, and its view that the speech lawsuit is limited only in matters of worship, on the other hand , as were the topics of ethical ranked third this reflects the interest of the sample pages . and promotion of moral values in the individual and society

As for the values that Qsdtha pages sample study was the first individual values by repeating . ((78) and then repeating the religious values (54) moral values are repeated (23

As for the elements Altibogreveh and the nature of the material used in the preparation of material speech lawsuit in the pages of the study sample , the distinction is often weak and tradition , and that the lack of adoption of the newspaper's methods persuasive diverse that will check the influence and persuasion , in addition to the lack of dependence shapes journalistic manner that reflects the effectiveness of the speech the lawsuit in the pages of . the sample, Kzlkalomrbalnsph photo

مقدمة:

يعد الخطاب الدعوي أهم وسائل تبليغ رسالة الإسلام للناس كافة، حيث أنه يعتبر السبيل الأمثل لنشر تعاليم ومبادئ الدين الإسلامي نظرا لأنه يساهم في إبراز حقيقة الإسلام وبناء كيان الأمة الإسلامية ثقافيا واجتماعيا وسياسيا وأخلاقيا... الخ وهذا من طرف دعاة أكفاء وعبر وسائل إعلامية متعددة ومتنوعة منها: الإذاعة، التلفزيون، شبكات التواصل الاجتماعي وكذلك الصحف أو الصحافة المكتوبة التي لها دور كبير هي الأخرى في خدمة الدين الإسلامي هذا من جهة، ومن جهة أخرى تعتبر من أبرز الوسائل الإعلامية من حيث استخدامها أو تأثيرها في الوسط الجماهيري، ومن الصحف المكتوبة في الجزائر نجد صحيفة (الجديد اليومي) التي تخصص هي الأخرى صفحة إسلامية يومية تتناول فيها موضوعات إسلامية تسعى من خلالها إلى توعية الناس بتعاليم وقيم الدين الإسلامي الحنيف.

-ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة التي اهتمت بمعالجة واقع الخطاب الدعوي المعاصر من خلال هذه الصحيفة والذي يعد الخطاب الدعوي جزء من المواد الإعلامية لها، فجاءت هذه الدراسة بغية معرفة مدى اهتمام ومساهمة هذه الجريدة في الخطاب الدعوي المعاصر على ضوء تحليل صفحات إسلامية من حيث المضمون والشكل، وتضمنت بذلك ثلاث فصول رئيسية: تمثل الفصل الأول في الإطار المنهجي الذي تستند إليه الدراسة، بينما تعلق الفصل الثاني بدراسة الخطاب الدعوي و الصحافة المكتوبة دراسة نظرية

وتضمن الفصل المنهجي: الإشكالية الرئيسية للدراسة التي تفرعت عنها تساؤلات فرعية مع ذكر أهداف وأهمية الدراسة وتحديد المصطلحات المتعلقة بها وهي المفاهيم الخاصة بالخطاب الدعوي من جهة، والمتعلقة بالصحافة المكتوبة من جهة أخرى، كما تطرقت الدراسة في هذا الجزء الحديث عن أهم الدراسات السابقة والمثابغة لهذه الدراسة. كما تضمن المنهج المتبع في الدراسة ، و الخطوات المنهجية المتعلقة بها وتضمن ذلك إبراز الأسس النظرية التي قام عليها تطبيق منهج تحليل المحتوى في الدراسة التحليلية كما تم فيه تحديد عينة ومجتمع الدراسة مع تحديد فئات الموضوع، والشكل ، والوحدات الخاصة بتحليل فئات الموضوع ، والشكل وتحديد أسلوب العد المستخدم في

الدراسة وتحديد إجراء الصدق ، من خلال عرض استمارة الأداة على أساتذة محكمين ، للتأكد من صلاحية المنهج في هذه الدراسة.

أما الفصل الثاني من الدراسة فقد عنون بالخطاب الدعوي المعاصر في الصحافة المكتوبة وقد تمت دراستهما في هذا الفصل دراسة نظرية وصنف (الفصل) إلى مبحثين اثنين، اندرج المبحث الأول تحت عنوان الخطاب الدعوي المعاصر: الأولويات والواقع وتعلق بدراسة الخطاب الدعوي من حيث المفهوم، والأساليب، والأولويات وكذا واقعه في الصحافة .

فيما كان المبحث الثاني بعنوان الصحافة المكتوبة ودورها في تفعيل الخطاب الدعوي المعاصر، وتضمن هذا المبحث دراسة الصحافة المكتوبة من حيث المفهوم والأنواع والدور المنوط بها في تفعيل الخطاب الدعوي المعاصر، كما أشير في أول المبحث إلى نبذة تاريخية للصحافة المكتوبة في الجزائر.

أما الفصل الثالث فقد تضمن التعريف بصحيفة الجديد اليومي، وتحليل صفحات العينة منها وعرض نتائج التحليل الخاصة بالمضمون والشكل، قصد معرفة مدى اهتمام الجريدة بمعالجة مواضيع الخطاب الدعوي المعاصر ، واستفادت الدراسة في هذا الإطار من رسائل ودراسات أكاديمية عالجت هذا الموضوع بالدراسة التحليلية، ومن هذه الدراسات دراسة: حاتم بديوي عبيد الشمري الصادرة عن مركز بابل للدراسات الحضارية والتاريخية والموسومة بعنوان: المواضيع الإسلامية في الصحافة الحلية، صحيفة الفيحاء أنموذجاً للفترة من 2008/4/20 إلى 2009/4/21 .

كذلك دراسة محمود أحمد محمد الرجبى بعنوان: اتجاهات الخطاب الإسلامي في المواقع الإلكترونية الإخبارية، تحليل مضمون موقع البوصلة الإخباري، بالإضافة إلى بعض الدراسات الآخرة في هذا المجال، هذا من ناحية الدراسة التحليلية للموضوع .

أما من ناحية تطبيق إجراءات تحليل المحتوى فقد تمت الاستفادة إلى حد ما من دراسة هند عزوز: بعنوان المعالجة الصحفية لانتفاضة الأقصى _دراسة تحليلية ليوميتي النصر والشروق اليومي _

كما تجدر الإشارة إلى المراجع والكتب التي عالجت موضوع الخطاب الدعوي، وتم الاستناد عليها في الإلمام بمعلومات هذه الدراسة، نذكر منها كتاب خطابنا الإسلامي في

عصر العولمة ليوسف القرضاوي، وكتاب إدارة العمل الدعوي لصقر شحاتة، والمدخل إلى علم الدعوة لمحمد أبو الفتوح البيانوني، بالإضافة إلى بعض الملتقيات والمؤتمرات التي تناولت هذا الموضوع من نواحي مختلفة، كذلك الأمر بالنسبة للصحافة المكتوبة والتي نذكر من بين مراجعها: كتاب الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة لفؤاد توفيق العاني، أيضاً مدخل إلى علم الصحافة لفاروق أبو زيد ، هذا وغيرها من الكتب التي تخص شأن هذا الموضوع وتم الاعتماد عليها في هذه الدراسة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

1- إشكالية الدراسة:

منذ أن خلق الله تعالى الخلق وأوجد الكون أرسل أنبياءه ورسله لتوصيل هداية الناس ودعوتهم إلى دين الحق والتوحيد، وقد اتخذت هذه الدعوة أشكالاً عدة في خطاب الناس من المتلقين على مر الأزمنة والعصور، وفي ظل الظروف الراهنة التي شهدتها الأمة العربية والإسلامية، أصبح الخطاب الدعوي بأساليبه المختلفة ضرورة ملحة أكثر من ذي قبل، باعتباره التعبير الحقيقي عن الرؤية الإسلامية بكل مضامينها وأشكالها وأساليبها داخل الأمة بكافة شرائحها وأقطارها التي تحفظ تماسكها وبقائها، وذلك عبر وسائل متعددة كالإذاعة والتلفزيون والصحف أو الجرائد، هذه الأخيرة التي تعتبر من أبرز الوسائل الإعلامية وأجداها وذلك في دورها في طرح و معالجة القضايا الأمة الإسلامية بكل مجالاتها الفكرية والدينية والسياسية والاجتماعية... الخ، انطلاقاً من نقد الواقع الاجتماعي وتحديد مشاكله وصولاً إلى إيجاد حلول لهذه المشكلات، وعلى هذا الأساس يمكننا أن نطرح الإشكالية الآتية : ما مدى مساهمة جريدة "الجديد اليومي" في الخطاب الدعوي المعاصر؟

2- أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الأساسي لهذه الدراسة في معرفة مدى مساهمة جريدة الجديد اليومي في الخطاب الدعوي المعاصر، إضافة إلى أهداف فرعية تتمثل في التعرف على:

- أهم الموضوعات التي تناولتها الصحيفة في الخطاب الدعوي المعاصر.
- مصادر المعلومات التي تم الاعتماد عليها في كتابة هذه المواضيع.
- نوع الأساليب والقوالب الإقناعية المستخدمة في تلك المواضيع.
- الكشف عن أهم الأشكال الصحفية المتبعة في إعداد مواضيع الصفحة الإسلامية في الصحيفة - صفحات عينة الدراسة -
- التعرف على أهم القيم التي تسعى صفحات عينة الدراسة إلى ترسيخها من خلال المواضيع التي تناولتها.

3- أهمية الدراسة:

بعد الإطلاع على مضامين بعض وسائل الإعلام بشكل عام، والصحافة المكتوبة بشكل خاص، في ما يخص المحتوى الديني (الإسلامي) ، تمت دراسة هذا المضمون لما له من أهمية بالغة الأثر في حياة الناس بجميع جوانبها الروحية، والاجتماعية والفكرية

والاقتصادية ولما كان لهذا الأمر من أهمية فإنه حظي باهتمام واسع مثلته وسائل الإعلام المختلفة المسموعة منها المرئية والمكتوبة.

ولنكشف أكثر عن المزايا التي تتطوي عليها هذه الدراسة، نتاولنا بالدراسة هذا الموضوع والمتعلق بالخطاب الدعوي المعاصر في الصحف الجزائرية مستعينين بذلك بصحيفة (الجديد اليومي) كنموذج لهذه الدراسة، ونظراً لأهمية الخطاب الدعوي في الصحافة المكتوبة من جهة ، وأهمية الدور الذي تلعبه الصحافة المكتوبة بأنواعها سواء كانت إسلامية متخصصة أو إخبارية عامة من جهة أخرى ، فإنه على هذا الأساس تم اختيار صحيفة الجديد اليومي كونها تحتوي صفحة إسلامية تطرح من خلالها مواضيع إسلامية وهي المقصودة بالتحليل في هذه الدراسة ، مستفيدين بذلك من دراسات سابقة تم طرحها في رسائل مختلفة متعلقة بقضايا إسلامية.

4- تساؤلات الدراسة: تتفرع عن الإشكال الرئيسي تساؤلات فرعية هي:

- ماهي أهم موضوعات الخطاب الدعوي المعاصر التي تناولتها صفحات عينة الدراسة من الصحيفة ؟

- ما هي مصادر المعلومات التي تم الاعتماد عليها في كتابة هذه المواضيع؟

- ما هي أنواع الأساليب والقوالب الإقناعية المستخدمة في تلك المواضيع؟

- فيما تتمثل الأشكال الصحفية المتبعة في إعداد مواضيع صفحات عينة الدراسة في الصحيفة؟

- ما هي أبرز القيم التي عالجتها مواضيع الخطاب في صفحات عينة الدراسة؟

5- تحديد المفاهيم:

1- مفهوم الخطاب:

أ- في اللغة: كلمة الخطاب مشتقة من اللفظ (خَطَبَ)، تفيد المكالمة والمحادثة بين اثنين أو أكثر، يقال خاطبه في الأمر أي حدثه بشأنه¹، والخطب الشأن والأمر صغر أو

عظم وفصل الخطاب: الحكم بالبينة²، يقول الله عز وجل قَالَ تَعَالَى: أَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ

¹ مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، (ط:4، مصر، مكتبة الشروق العربية، 1425 هـ/2004 م)، ص 243.

² مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي الشيرازي، القاموس المحيط، ج 1، (ط:3، لا،م الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1301 هـ)، فصل (الخاء) باب (الباء)، ص 62-63.

الشَّيْطَانِ الرَّجِيمِ ﴿ وَشَدَدْنَا مُلْكَهُ. وَءَاتَيْنَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَصَّلَ الْخِطَابِ ﴾¹. ويفسر ابن كثير هذه الآية يقول: أي النبوة وكل ما يقتضيه من العقل والفهم والفتنة، والإصابة في الحكم وفي كل شيء².

ب- في الاصطلاح: ويقصد بالخطاب في الاصطلاح: انه نطق أو كتابة تحمل وجهة نظر محددة من المتكلم، أو الكاتب، ويفترض فيه التأثير على السامع، أو القارئ، مع الأخذ بعين الاعتبار كل الظروف التي تم فيها الخطاب . كما يعرف الخطابي أنه إيصال الأفكار إلى الآخرين بواسطة الكلام المفهوم بلغة مفهومة وألفاظ واضحة المعنى³.
إذاً الخطاب هو الكلام في شأن مهم يتوجه به إلى شخص أو مجموعة أشخاص بغية تحقيق هدف ما.

2- مفهوم الدعوة:

أ- في اللغة: الدعوة مشتقة من كلمة (دعا)، يقال دعوا، دعوة ودعاء أي طلب إحضار الشيء، يقال دعا الله: أي رغب إليه وابتهل ورجا منه الخير، والدعوة ما يدعى إليه من اجتماع أو دين أو مذهب أو غيره⁴.
ب- الاصطلاح: الدعوة تبليغ رسالة الإسلام إلى الناس كافة، في ضوء ما جاء في القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة وما أثر عن النبي ﷺ وخلفائه الراشدين، بأساليب متعددة منها الكتب والصحف والإذاعات والفضائيات... الخ. حيث تساهم في التعرف على العالم وحل مشكلاته وأحواله وذلك عن طريق الدعوة إلى الدين الإسلام⁵.
هيايضاً تبليغ الإسلام للناس، وتعليمه إياهم وتطبيقه في واقع الحياة⁶.

¹ -سورة ص الآية 20

² - محمد نسيب الرفاعي، تيسير العلي القدير لاختصار ابن كثير، مج4 ، (لا: ط، الرياض، مكتبة المعارف، د،ت)، ص 28.

³ - جمال محمد بواطنة، تجديد الخطاب الديني المعاصر ضرورة ملحة، المؤتمر العام الواحد والعشرون للمجلس الأعلى للشؤون الإسلامية، فلسطين، ص 2.

⁴ - مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، (لا: ط، مصر، وزارة التربية والتعليم، 1415 هـ -1994 م)، مادة (دعا)، ص 228-229.

⁵ - أحمد عمر هاشم، الدعوة الإسلامية منهجها أو معالمها ، (لا: ط، لا، م، مكتبة غريب، د، ت)، ص 6-7.

⁶ - محمد أبو الفتوح البيانوني، المدخل إلى علم الدعوة ، (ط:3، بيروت ، مؤسسة الرسالة 1415هـ / 1990 م (ص17.

3- المعاصر: من عاصر، يعاصر، معاصرة فهو معاصر، وعاصره أي : عاش معه في عصر واحد أي في زمن واحد، ويقال كاتب معاصر أي هو في الزمن والعصر الحاضر، ويقال حَدَّثَ معاصر أي ما حدث في زمنك وعصرك¹، والعصر هو الدهر².

4- مفهوم الخطاب الدعوي المعاصر: هو بيان الدعوة الهادف إلى تعريف الناس

بالدين الإسلامي الذي ارتضاه الله عزَّ وجلَّ للعالمين قال تعالى: **قَالَ تَعَالَى: أَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ**

الشَّيْطَانِ الرَّجِيمِ ﴿١﴾ **الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتِمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا** ﴿٢﴾

﴿١﴾، ويتضمن الخطاب الدعوي المعاصر كل ما يصلح من وسائل مختلفة في إفهام المخاطبين سواءً مسلمين أو غير مسلمين⁴. بواسطة مناهج وأساليب قابلة للتجديد والتطوير مع تطور ظروف المجتمع المعاصر، بالقدر الذي يزيد الدعوة وضوحاً وتأثيراً⁵.

وهو البيان الذي يوجه باسم الإسلام إلى الناس كافة، لدعوتهم إلى الإسلام أو تعليمه لهم، وتربيتهم عليه، هذا ويتناول الخطاب الدعوي المعاصر قضايا دينية وثقافية واجتماعية واقتصادية وسياسية ... ومعالجتها معالجة إسلامية صحيحة⁶.

- و من هنا يمكننا أن نقول أن الخطاب الدعوي هو الأداة الأمثل التي لا يستغني عنها داعية في نشر دعوة الله عزَّ وجلَّ للناس كافة، ويعد من أهم الوسائل الدعوية في نشر وتبليغ دين الله عزَّ وجلَّ لجميع خلقه.

¹ - إسماعيل الحكيم، نحو خطاب دعوي معاصر ومتجدد، الملتقى التنسيقي السابع للوزراء المعنيين بالدعوة، تحت شعار «ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة» السودان، 22-23 ربيع الأول 1433 هـ/15-16 فبراير 2012م، ص 3.

² - أحمد بن محمد بن علي الفيومي المقرئ، المصباح المنير، (لا: ط، بيروت، مكتبة لبنان، 1987 م)، باب (العين مع الصاد)، مادة (عصر)، ص 157.

³ - سورة المائد الآية 3

⁴ - طالب حمّاد أبو شعر، معالم الخطاب الدعوي عند النبي ﷺ، مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر: 7-8 ربيع الأول 1426 هـ، 16-17 أبريل 2005 م، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، غزة فلسطين، ص 3.

⁵ - عبد العزيز بن عثمان التويجري، العالم الإسلامي في عصر العولمة، (لا: ط، لا، م، دار الشروق د، ت)، ص 161.

⁶ - يوسف القرضاوي، خطابنا الإسلامي في عصر العولمة، (ط:1، القاهرة، دار الشروق 1424 هـ/2004 م)، ص 15، 16.

5- مفهوم الصحافة المكتوبة:

أ- في اللغة: الصحافة مشتقة من صحف جمع صحاف، والصحيفة الكتاب، والجمع صحف، وصحائف، والمصحف مأخوذ من أصف أي جمعت فيه الصحف¹.

والصحف مجموعة من الصفحات تصدر يوميا أو في مواعيد منتظمة بأخبار السياسة والاقتصاد والثقافة وغيرها². وفي قوله تعالى ﴿إِنَّ هَذَا لَفِي الصُّحُفِ الْأُولَى﴾ (١٨) صُحُفِ إِبْرَاهِيمَ وَمُوسَى (١٩) وجاء في المفهوم القرآني أن الصحيفة هي المبسوط من كل شيء، كصحيفة الوجه والصحيفة التي يكتب فيها والمصحف ما جعل جامعا للصحف المكتوبة⁴

ب- مفهوم الصحف اصطلاحا: اختلف الباحثون في مجال الدراسات الصحفية وتباينت آرائهم في إيجاد تعريف دقيق وشامل لكلمة (صحافة)، فمنهم من يرى بأن *الصحافة هي أول وسيلة إعلامية وأقدمها، استخدمها الإنسان في نشر الأخبار والمعلومات المختلفة،⁵ سواء كانت دينية أو ثقافية أو سياسية ...

بواسطة زوارق مطبوعة ومحدودة يوميا أو أسبوعيا أو شهريا أو دوريا وتوزع على القراء للإطلاع بما تنقله إليهم⁶.

*ومنهم من يقر بأن الصحافة ما هي إلا مهنة البحث عن الحقائق والأخبار ونشرها بطريقة حكيمة من شأنها أن تحقق النفع للمجتمع وتنميته فكريا وثقافيا وعلميا⁷.
*وهناك من يقول بأن الصحافة هي كل ما تشمله من كتابة ونشر الصحف والدوريات فجمع وإرسال الأخبار وأعمال الإدارة والإعلان كلها تدخل في إطار الصحافة⁸.

¹ - إسماعيل بن حماد الجوهري، الصحاح، تحقق: أحمد عبد الغفور عطار، ج4، (ط:2)، بيروت، دار العلم للملايين، 1399 هـ/1979 م)، فصل (الصاد)، مادة (صحف)، ص 1384.

² - مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مرجع سابق، ص 508.

³ سورة الأعلى الآية 18 - 19

⁴ - محمد الأمين بن عبد الله الأرمي العلوي الهري الشافعي، تيسير حقائق الروح والريحان في علوم القرآن ج31 (لا:ط، مكة المكرمة دار طوق النجاة، د، ت)، ص 361.

⁵ - محمد فريد محمود عزت، مدخل إلى الصحافة، (لا:ط، القاهرة، لا، ن، 1414 هـ - 1993 م)، ص 2.

⁶ - فؤاد توفيق العاني، الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة، (ط:1 بيروت، مؤسسة الرسالة، 1414 هـ - 1993 م) ص 50.

⁷ - محمد سيد محمد، الصحافة بين التاريخ والأدب، (ط:القاهرة، دار الفكر العربي، 1405 هـ / 1980 م)، ص 7.

⁸ - محمد حسن عبد العزيز، لغة الصحافة المعاصرة، (لا:ط، القاهرة دار المعارف، د، ت)، ص 14.

- وقد جاء تعريفها في معجم مصطلحات الإعلام بأنها : صناعة إصدار الصحف وذلك باستقاء الأنباء ونشر المقالات ، يهدف الإعلام ونشر الرأي والتعليم والتسلية، كما أنها واسطة تبادل الآراء والأفكار بين أفراد المجتمع ، وبين الهيئة الحاكمة والهيئة المحكومة فضلاً عن أنها من أهم وسائل التوجيه الرأي العام .¹

- وهي بمثابة نشرة دورية لكل الصحف والمجلات بكل أنواعها والتي تصدر على فترات منتظمة، وتصنيف النشرات الدورية إلى صنفين هما: الصحف الإخبارية العامة، والصحف الدورية المتخصصة.²

6- الدراسات السابقة:

رغم أهمية الخطاب الدعوي المعاصر في وسائل الإعلام اليوم بأنواعها المكتوبة والمسموعة والمرئية، إلا أنه وبعد بحث وإطلاع على دراسات وأبحاث في هذا المجال، لم تحصل الدراسة إلا على عدد يسير من الدراسات المشابهة لهذه الدراسة، ومن هذه الدراسات:

1-دراسة بحثية لحاتم بديوي عبيد الشمري، الصادرة عن مراكز بابل للدراسات الحضارية والتاريخية، بعنوان (المواضيع الإسلامية في الصحافة الحلية، صحيفة الفيحاء نموذجاً للفترة من 2008/04/20م إلى 2009/04/21م، حيث عالجت هذه الدراسة إشكالية أهم المواضيع الدينية الإعلامية المنشورة في صحيفة الفيحاء الحلية، وكان هدف هذه الدراسة معرفة أبرز أنواع المواضيع الإسلامية التي تتناولها الصحيفة، والتعرف على المناسبات التي كتبت فيها هذه المواضيع، كذلك تهدف إلى التعرف على نوع الخطاب الإعلامي الإسلامي لتلك المواضيع، واتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي وأداة تحليل مضمون من خلال جمع المعلومات وتبويبها وأخذت هذه الدراسة عينة من مجتمع البحث وهي العينة القصدية إذ تم اختيار أعداد الجريدة الخاصة بموضوع البحث وعددها (46 عدداً)، فيما توصلت هذه الدراسة إلى نتائج كان أهمها:

• أن الموضوعات الإسلامية في جريدة كانت مواضيع خاصة بالعلوم الإسلامية المتخصصة.

¹ - أحمد زكي بدوي ، معجم مصطلحات الإعلام ، (ط:2 بيروت ، دار الكتاب اللبناني 1414هـ — 1994م)، ص

² - فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة ، (لا: ط، القاهرة، عالم الكتب، 1986 م)، ص 40.

• ظهر نوع الخطاب الإسلامي المنشور في جريدة الفيحاء بصيغ مختلفة، منها توجيهي وإرشادي وتربوي وتعليمي وتذكيري.

• إنَّ معظم المواضيع المنشورة في الجريدة وضمن العينة خلال فترة البحث لها وظيفتين هما: الأولى الإرشاد والتوجيه والتثقيف والتذكير بمعنى الإعلام، والثانية هي تربوية تتعلق بالتربية الإسلامية المأخوذة من القرآن والسنة النبوية الشريفة.

2- والدراسة الثانية أيضا دراسة بحثية للباحث حاتم بديوي عبيد الشمري الموسومة بعنوان (البرامج الدينية الإسلامية في إذاعة الفراتين خلال شهري محرم وصفر لسنة 1432هـ الصادرة عن مركز بابل للدراسات، وتناولت هذه الدراسة إشكالية أبرز مواضيع البرامج الدينية المباشرة والمسجلة في الإذاعة، وتسليط الضوء على الوظائف التي تؤديها هذه البرامج وكان من أهداف هذه الدراسة معرفة العملية التي يتم بها اختيار البرامج الدينية والكشف عن الوظائف التي تؤديها تلك البرامج، كما أنها ترمي إلى تسليط الضوء على الفئات الاجتماعية المستهدفة من تلك البرامج، هذا وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، والاستعانة بأداة تحليل مضمون، مع استخدام أداة الملاحظة من خلال الاستماع إلى البرامج، والمقابلة المفردة لغرض معرفة خطط البرامج، إضافة إلى اللقاءات مع المخططين ومسؤولي البرامج الدينية، حيث تمثلت عينة هذه الدراسة في البرامج الدينية الإسلامية المسجلة والمباشرة لشهري محرم وصفر عام 1432 هـ والذي بلغ 23 برنامجا موزعة 10 برامج مسجلة مباشرة و13 برنامج مسجل، وأخذت عينة البحث بالعينة العشوائية غير المنتظمة، وخرجت هذه الدراسة بنتائج منها:

- كانت وظائف البرامج الدينية الإسلامية المسجلة في إذاعة الفراتين وظيفة الإعلام والتبليغ بالمرتبة الأولى، ووظيفة الشرح والتوضيح في المرتبة الثانية، أما المرتبة الثالثة فكانت لوظيفة التعليم والتوجيه فيما جاءت وظيفة التفسير في المرتبة الرابعة والأخيرة.

- تشير نتائج الدراسة أنَّ مصادر المعلومات في البرامج الدينية الإسلامية المسجلة تمثلت في الكتب والمفكرين والباحثين والانترنت أولاً، ثم جاءت الصحف والمجلات والفضائيات في المرتبة الثانية أما المرتبة الثالثة فكانت للإذاعات والوكالات.

3- أما الدراسة الثالثة فكانت للباحث محمود أحمد محمد الرجبى بعنوان (اتجاهات الخطاب الإسلامي في المواقع الإلكترونية الإخبارية تحليل مضمون موقع البوصلة الإخباري)، وهي رسالة مقدمة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في

الإعلام، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أهم الموضوعات التي يركز عليها الخطاب الإسلامي في موقع البوصلة الإلكتروني، وكذلك معرفة الأساليب الإقناعية المستخدمة في الخطاب. وهذا انطلاقاً من إشكالية طرحتها الدراسة وهي الكشف عن اتجاهات الخطاب الإسلامي في موقع البوصلة الإلكتروني وأهم الموضوعات التي يركز عليها الخطاب. هذا وقد اعتمد الباحث صاحب الدراسة على المنهج الوصفي وأسلوب تحليل المضمون من خلال عينة قصديه تتكون من 195 مقالا جرى حصرها في الفترة المحددة من 2010/07/10 م إلى غاية 2011/7/10م، وقد تم اختيار المقالات التي نشرت أيام الأحاد من هذه السنة لتكون عينة البحث قصدية، ومن بين النتائج التي اهتمت إليها هذه الدراسة: أن موضوعات "الديمقراطية" احتلت المرتبة الأولى، بينما جاءت الموضوعات السياسية في المرتبة الثانية و"القضية الفلسطينية" في المرتبة الثالثة، بعدها الموضوعات "الدينية" في المرتبة الرابعة وفسرت الدراسة هذا بشمولية الخطاب الإسلامي في موقع البوصلة الإلكتروني وتبنيه قضايا مختلفة، ثم الموضوعات الاجتماعية والثقافية والموضوعات الأخرى.

- أما بالنسبة للأساليب الإقناعية المستخدمة في الخطاب الإسلامي تبين أن الأساليب المنطقية حازت النسبة الأكبر ثم الأساليب العاطفية، بينما جاءت الأساليب الدينية في المرتبة الثالثة، فيما حازت أساليب التخويف على نسبة ضئيلة جداً.
- ومن خلال ما سبق من هذه الدراسات نستطيع أن نقول أنها تتفق مع الدراسة التي نحن بصدد دراستها في المنهج المتبع في الدراسة، وهو منهج تحليل المضمون كونه يتماشى مع هذا النوع من الدراسات وتختلف عنها في:
- اختلافها مع الدراستين الثانية والثالثة في الوسيلة الإعلامية التي من خلالها درس مضمون الخطاب الإسلامي.
- وتختلف مع الدراسات المذكورة في الدراسة التحليلية فالدراسات الفاتنة تحلل مضمون الخطاب أما هذه الدراسة كانت دراسة تحليلية للصحيفة، ومدى اهتمامها بالخطاب الدعوي المعاصر.

7- منهج الدراسة وأدواتها:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية ذلك أنها تنطلق من فحص وتحليل موضوعات الصفحة الإسلامية في جريدة (الجديد اليومي)، وتسعى إلى الوقوف على واقع الخطاب الدعوي المعاصر، ومعرفة الكيفية أو الطريقة التي عولجت بها موضوعات الخطاب الدعوي في تلك الصفحات .

وعلى إثر هذا فقد اعتمدت الدراسة على منهج أساسي من مناهج البحث العلمي، وهو المنهج المسحي أو الوصفي من خلال استخدام أداة تحليل المضمون باعتباره الأنسب للدراسة، وعلى هذا يعرف تحليل المضمون على أنه «أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمه الباحثون في مجالات بحثية متنوعة، وعلى الأخص في علم الإعلام، لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون، تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسية طبقاً للتطبيقات الموضوعية التي يحددها الباحث»¹

ويعرف أيضاً بأنه «أسلوب في البحث لوصف المحتوى الظاهر لمادة الاتصال، وصفا موضوعيا وكميا دون محاولة التعرف على نوايا ومقاصد المؤلف أو الكاتب»² وفي منهج تحليل المحتوى يتبين على الباحث تحديد مراحل تطبيق المنهج في الدراسة حتى يتمكن من صياغة خطة الترميز وكيفية تنفيذها وتتضمن خطة الترميز ثلاث قرارات وهي:

- 1- تصنيف المحتوى وتحديد فئاته.
- 2- تحديد وحدات التحليل.
- 3- تصميم استمارة جمع البيانات (الفئات، ووحدات التحليل والبيانات الأولية عن الوثيقة).

¹ - رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، مضمونه، أسسه، استخداماته، (لا: ط، د، م، دار الفكر العربي، د، ت)، ص 24.

² - فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، (ط: 1، مصر، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفني، 2002 م)، ص 158

- ويلي ذلك خطة العدو القياس لتقييم الوحدات المختارة وتقرير النتائج، لتكتمل بذلك خطوات منهج تحليل المحتوى¹.

ويقصد بفئات تحليل المضمون: «مجموعة من التصنيفات أو الفصائل التي يقوم الباحث بإعدادها طبقاً لنوعية المضمون ومحتواه بهدف استخدامها في وصف هذا المضمون بأعلى نسبة من الموضوعية والشمول، وبما يتيح إمكانية التحليل واستخراج النتائج النهائية»

وقد قسم الباحثون فئات التحليل إلى مجموعتين رئيسيتين هما:

- فئات الموضوع (ماذا قيل) والتي تتركز أهداف تحليل النصوص الإعلامية تحليلًا كميًا منتظمًا

- فئات الشكل (كيف قيل): والتي تركز على تحليل الجوانب الشكلية التي قدم بها النص ، وقسمت فئات التحليل لهاتين القسمين باعتبارهما الفئات التي تحقق أهداف تحليل النصوص الإعلامية تحليلًا كميًا منتظمًا².

- أما وحدات التحليل فتعرف بأنها «وحدات المحتوى التي يمكن إخضاعها للعدو والقياس ، بسهولة ويعطي وجودها أو غيابها وتكراراتها أو إبرازها ، دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية ، وتبعا لأغراض البحث وفروضه، فإنّ الباحث يبدأ في تقسيم المحتوى إلى الوحدات القابلة للعدو والقياس أصغرها الكلمة وأكبرها الفكرة ثم الموضوع»³

- أما استمارة التحليل باعتبارها إطارا كميًا لبيانات البحث فإنها تعتبر «نهاية عملية ملاحظة الباحث للمحتوى في وثائق النشر أو الإذاعة أو العرض، وبداية عملية العدو والإحصاء للرموز الكمية واستخراج النتائج الكمية، تمهيدا لتفسير النتائج والاستبدال من خلالها في عملية التحليل»⁴ وبذلك يضم الهيكل العام لاستمارة التحليل الأقسام التالية:

1- البيانات الأولية للصحيفة.

¹ - محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، (لا: ط، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1979م)، ص 112.

² - مجموعة مؤلفين، بحوث في الصحافة المعاصرة، (ط: 1، القاهرة، العربي للنشر، 2000 م)، ص 233.

³ - محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 136.

⁴ - المرجع نفسه، ص 152-153.

2- وحدات التحليل.

3- وحدات القياس.

4- تسجيل الملاحظات بما يفيد في تقرير النتائج ورسم الاستدلالات.¹

- وتعتبر بعد ذلك الجداول التفريغية جزءاً مكملًا لاستمارة التحليل بحيث تخصص استمارة واحدة لوثيقة واحدة من وثائق التحليل ، تضم بياناتها بحيث يفرغ الباحث في الجداول مجموعة البيانات الخاصة بمجموعة الوثائق التي تمثل وحدة واحدة، تتبعاً لأحد المعايير المحددة في تصنيف البيانات بما يتفق وأهداف الدراسة.²

8- تحديد مجتمع وعينة الدراسة:

أولاً: مجتمع الدراسة:

ويقصد به مجموعة الرسائل المتماثلة والمعبرة في حوامل يطلق عليها وسائل الاتصال، والتي يريد الباحث معرفة خصائصها³. وفي هذه الدراسة يتمثل مجتمع البحث أو الدراسة في الصحافة المكتوبة ، تمثلت في جريدة (الجديد اليومي)، خلال الفترة الزمنية المحددة لبحث مادة الدراسة.

ثانياً: عينة الدراسة:

وقبل تحديد عينة الدراسة يجدر بنا أن نحدد مفهوماً عاماً للعينة، فيعد استخدام العينات من الأمور العادية في مجال البحوث والدراسات العلمية والاجتماعية والإعلامية⁴، إلا أنه في بحوث الصحافة بصفة خاصة ، كثيراً ما يصعب دراسة المجتمع ككل أو مجموعة المفردات التي تمثلها، نظراً لسعة هذا المجتمع وضخامة عدده، سواء كانت مجموع قرّاء الصحف أو مجموع الوثائق (الأعداد من الصحف) التي يقوم بدراستها خلال إطار زمني كبير، لهذا فمن الضروري أن يلجأ الباحث إلى اختيار عدد أصغر من المفردات، وهذا العدد من المفردات يدعى بالعينة⁵.

¹ - محمد عبد الحميد تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 160.

² - محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص 161.

³ - يوسف تمار ، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين ، (ط:1، الجزائر، طاكسيج كوم، 2007 م)، ص 20.

⁴ - محمد عبيدات، وآخرون : منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات ، (ط : 2، عمان، دار وائل،

1999م) ص 73.

⁵ - محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة ، (ط:1، القاهرة، عالم الكتب، 1412 هـ/ 1992 م)، ص 71.

- والعينة هي «جزء من المجتمع الكلي، المراد تحديد سماته، ممثلة بنسبة مئوية يتم حسابها طبقاً للمعايير الإحصائية وطبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته»¹، وفي هذه الدراسة فقد تم اعتماد العينة المتاحة: والتي تعد من العينات غير احتمالية ، ، وتتكون من مجموعة من الأفراد يسهل الوصول إليهم للدراسة ، يمكن أن تكون مفيدة في الاختبار المسبق للاستبيانات ، أو أي عمل استكشافي آخر ، وهي مفيدة في جمع معلومات استكشافية ، وقد تتوصل إلى بيانات مفيدة في بعض الحالات². حيث تم في هذه الدراسة اختيار 24 أربع وعشرين عددًا من جريدة الدراسة، بحيث تم اختيار العدد الأول من العينة عشوائياً والذي صادف يوم السبت 28 أبريل 2012 ، ثم اختيار عدد من شهر ماي ، وهكذا إلى غاية 22 مارس 2014 ، و الاختيار بهذه الطريقة مرده عدم وجود الأرشفة لدى الجريدة.

- وقد تم اختيار أربع وعشرين عددًا من الصحيفة استنادًا لما توصل إليه بعض الباحثين لإخضاع فئة موضوع واحد في صحيفة واحدة لمدة سنة كاملة للاختيار، وتم سحب 10 عشرة عينات بحجم (6-12-18-24-28) ثم قورنت النتائج بنتائج السنة بأكملها كما قورنت بمجاميع العينات مع بعضها، وتوصلت الدراسة بذلك إلى أنّ العينة المفردة تفي بالغرض، وأنّ زيادة حجم العينة إلى أكثر من 12 اثني عشر لا يؤدي إلى أحداث فروقات واضحة في النتائج³.

- وتعتبر دراسة ستمبل (Stemple) لتحديد حجم العينة مبررا لاستخدام العينات الصغيرة، وعلى إثرها استخدام عدد من الباحثين العينات الصغيرة في دراسات تحليل المحتوى، فدرس هاتشين (Hachen) صحف الأحد خلال الفترة (1939-1959 م) واكتفى بثلاث أعداد لكل سنة من سنوات الدراسة، معللا ذلك بأنه إذا كان اختيار 12 اثني عشر عددا يعتبر كافياً بالنسبة إلى 312 عددًا في السنة، فإنّ 3 ثلاث أعداد تعتبر كافية لأثنتا وخمسين عددًا أسبوعيًا⁴.

¹ - محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 91.

² - عاطف عدلي العبد، استطلاعات وبحوث الإعلام و الرأي العام الأسس النظرية والنماذج التطبيقية ، (لا : ط ، القاهرة دار الفكر العربي ، 2006) ، ص 16 .

³ - ريتشارد بن لويس دونيهيو روبرت ثورب ، (ترجمة) محمد ناجي الجوهري: تحليل مضمون الإعلام المنهج والتطبيقات العربية ، (ط:1، د ، م، قدسية للنشر ، 1412 هـ/ 1992 م)، ص 40-41.

⁴ - محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 96.

2- الإطار الزمني للدراسة: اقتصرَت الدراسة على دراسة الفترة الزمنية من السبت 28 أبريل 2012 إلى 22 مارس 2014 م، وقد تم اختيار هذه الفترة باعتبارها فترة معاصرة يمكن من خلالها رصد واقع الخطاب الدعوي المعاصر في صفحة الدراسة.

3- عينة المصادر: تمثلت عينة المصادر في هذه الدراسة في جريدة الجديد اليومي عينة قصدية ، من الصحافة المكتوبة نظراً لاحتوائها صفحة إسلامية وهي المقصودة بالتحليل في الدراسة .

4- عينة الأعداد : وتمثلت عينة الأعداد في هذه الدراسة في أربع وعشرين عدداً من الصحيفة ، كما هي موضحة في الجدول الآتي :

جدول رقم (01) يبرز أعداد العينة في جريدة (الجديد) التي خضعت للدراسة :

الرقم	اليوم	التاريخ	الشهر	السنة
01	السبت	28	أفريل	2012
02	الأحد	06	ماي	2012
03	الاثنين	11	جوان	2012
04	الثلاثاء	17	جويلية	2012
05	الأربعاء	15	أوت	2012
06	الأحد	16	سبتمبر	2012
07	الخميس	25	أكتوبر	2012
08	الثلاثاء	20	نوفمبر	2012
09	الأحد	30	ديسمبر	2012
10	الأربعاء	02	جانفي	2013
11	الخميس	14	فيفري	2013
12	الخميس	21	مارس	2013
13	الخميس	04	أفريل	2013
14	الخميس	09	ماي	2013
15	الأحد	16	جوان	2013
16	الأربعاء	24	جويلية	2013

17	الثلاثاء	20	أوت	2013
18	الاثنين	23	سبتمبر	2013
19	الأربعاء	30	أكتوبر	2013
20	السبت	23	نوفمبر	2013
21	الاثنين	23	ديسمبر	2013
22	الأحد	05	جانفي	2014
23	الثلاثاء	18	فيفري	2014
24	السبت	22	مارس	2014

9- تحديد الفئات الخاصة بالمضمون (ماذا قيل):

ترتبط عملية تحديد الفئات بمفهوم التجزئة، أي تحويل الكل إلى أجزاء ذات خصائص مشتركة قابلة للعدّ والقياس، وتعتبر هذه المرحلة من أصعب المراحل بالنسبة للباحث وانطلاقاً من إشكالية الدراسة يبدأ الباحث في هذه المرحلة بصياغة معايير التصنيف كي لا تصبح الفئات المختارة مجرد مسميات أو عناوين دون دلالات تطبيقية¹.

- وفي هذه الدراسة، وبعد إجراء مسح استطلاعي لبعض الصفحات الإسلامية في جريدة -محل الدراسة- تم تحديد فئات الموضوع في صفحات -عينة الدراسة- كالآتي:

1- فئة الموضوعات: والتي بدورها صُنفت إلى موضوعات أو فئات فرعية وتعد هذه الفئة من أكثر الفئات استخداماً في بحوث الإعلام والاتصال إذ أنها تجيب على السؤال (ماذا قيل أو على ما يدور المحتوى) وعلى أساس هذا السؤال يصنف الباحث المواضيع التي يريد دراستها، والتي يمكنها الإجابة عن إشكالية بعته².

- ولقد اعتمدت هذه الدراسة (9) تسعة فئات رئيسية في فئة الموضوع (ماذا قيل) وكل فئة منها تتدرج تحتها فئات فرعية أو جزئية وهي:

أ- موضوعات أخلاقية: تشمل الموضوعات التي تتعلق بالأخلاق والآداب العامة للأفراد وتتدرج ضمنها فئات فرعية وهي:

• حق الطريق

• العدل

¹ - محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 112.

² - يوسف تمار، مرجع سابق، ص 60.

- التقوى
- الرحمة
- التواضع
- البر
- محاسن الأخلاق
- الصبر
- فعل الخير
- السلام
- محاسبة النفس

ب- موضوعات في العبادات: والمقصود بها الموضوعات الخاصة بركائز الدين الإسلامي وفروعه من الصوم، الصلاة، الزكاة، .. وتتضمن هذه الفئة فئات فرعية وهي:

- الطهارة
- الصلاة
- الزكاة
- الحج
- الدعاء
- الجهاد
- الصوم

ج- موضوعات عقائدية: ويقصد بها الموضوعات التي تخص معتقدات الدين الإسلامي التي جاء بها القرآن الكريم والسنة النبوية، وما يتعلق بإيمان العبد. كذلك هذه الفئة تتضمن فئات فرعية هي:

- الإيمان
- التوحيد

د- موضوعات اجتماعية: والمقصود بها كل ما يدخل في إطار العلاقات الاجتماعية والمصلحة الاجتماعية، وتتضمن هذه الفئة فئات فرعية وهي:

- العلاقات الاجتماعية
- التأكيد على التربية الإسلامية العامة

- ترسيخ المبادئ والقيم الإسلامية العامة
- هـ-موضوعات ثقافية وحضارية: وتشمل المواد الخاصة بالحضارة والثقافة الإسلامية، وتتضمن هذه الفئة فئات فرعية وهي:
 - التاريخ الإسلامي
 - الآثار الحضارية الإسلامية
 - احترام الوقت
- و-موضوعات صحية: وتشمل المواد أو المواضيع التي لها علاقة بالصحة سواء كانت نفسية أو بدنية، وتتضمن فئات فرعية وهي:
 - النظام الغذائي
 - الصحة النفسية والبدنية
- ز-موضوعات إسلامية متخصصة: وهي التي تشمل معظم شمائل الدين الإسلامي وتتضمن فئات فرعية وهي:
 - الاقتداء بهدي النبي ﷺ وصحابته الكرام.
 - تفسير آيات القرآن الكريم وعلومه.
 - تفسير الأحاديث النبوية.
 - التأكيد على المسائل والأحكام الشرعية.
 - فضائل الأعمال.
- ر- فئة السير والتراجم : وهذه الفئة تساعد على تحديد الأشخاص والجماعات التي تظهر في المحتوى على أنها قامت بدور ما أو كأن لها تاريخ حافل بالأعمال والانجازات في مختلف المجالات¹. ولقد تمثلت فئة السير والتراجم في هذه الدراسة في عرض موجز لحياة النبي ﷺ أو صحابته أو غيره، وتضمنت هذه الفئة فئات فرعية وهي:
 - سيرة النبي صلى الله عليه وسلم
 - سيرة الخلفاء الراشدين
 - سيرة الصحابة الكرام

¹ - محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 129.

- سير سيدات بيت النبوة
- سير شخصيات إسلامية متخصصة
- بالإضافة إلى فئة موضوعات (أخرى): وتشمل ما تعذر تصنيفه في أحد الموضوعات السابقة.

- أما الفئة الثانية من فئات الموضوعات فهي فئة مصدر المعلومة: وتعتبر هذه الفئة المنبع الرئيسي لدعم أو تغذية المضمون محل الدراسة¹، وتتضمن هذه الفئة فئات فرعية وهي:

- الصحفي
- الباحث والأمام
- مواقع العلماء والدعاة
- كتب متخصصة
- مجهولة

- أما الفئة الأساسية الثالثة فهي فئة القيم : والقيم ترتبط بعاملين أساسيين هما: رغبات الفرد وميوله، وقوانين وضوابط اجتماعية يفرضها المجتمع فهي تكتسب دراستها في وسائل الإعلام أهمية بالغة، لأنها تظهر في كثير من الأحيان حركية القيم في أي مجتمع². ولذلك تم تصنيف القيم في هذه الدراسة إلى:

- قيم فردية : وتشمل ما يتعلق بنفس الإنسان وأخلاقه مع ذاته وغيره ،كالصدق والإحسان و العفو و الصفحالخ
- قيم أسرية :وتشمل كل ما له علاقة بشؤون الأسرة ، من تربية وحقوق وواجبات الآباء أو الأبناء أي العلاقات الأسرية بصورة عامة.
- قيم اجتماعية :والمقصود بها كل ما يتعلق بالعلاقات الاجتماعية ، وما يحقق المصالح المشتركة بين أفراد المجتمع ،وذلك بالتكافل والتعاون الاجتماعي والمحبة والتآخي.....وغيرها.
- قيم أخلاقية :وتتمثل في كل ما يتحلى به الإنسان من أخلاق مثل الصبر الرحمة التقوى.....

¹- يوسف تمار، مرجع سابق، ص 74.

²-يوسف تمار، المرجع نفسه ، ص 69.

- قيم دينية :والمقصود بها القيم المتضمنة في المعتقدات والشعائر الدينية الإسلامية مثل القيم التي يتضمنها الصوم أو الصلاة أو الزكاة .
- قيم ثقافية وحضارية :والمقصود بها في هذه الدراسة كل ما يتعلق بثقافة التاريخ الإسلامي أو الحضارة الإسلامية
- قيم إنسانية : و المقصود بها في هذه الدراسة ملامح وسمات البعد الإنساني ، وما يتعلق بمعاملات الإنسان بمن حوله .

10- تحديد الفئات الخاصة بالشكل: (كيف قيل)

تهتم فئات الشكل بالقوالب والأنماط التي قدمت من خلالها المادة الإعلامية، ولقد تم اختيار (3) ثلاث أنواع من فئات الشكل في هذه الدراسة، وهي فئة شكل المادة، وفئة الأساليب الإقناعية، وفئة الصور الفوتوغرافية.

1- فئة الشكل النشر أو القوالب الصحفية: وتعد هذه الفئة من أكثر الفئات استخداماً لبساطتها وتعبيرها عن الشكل التفصيلي للوسيلة في تقديم المحتوى الإعلامي، حيث تسعى هذه الفئة إلى تقسيم المحتوى المراد تحليله إلى أنواع كتابية مثل الخبر والتقرير¹، الخ وفي هذه الدراسة قسم شكل المادة الصحفية إلى فئتين وهي:

أ- أشكال صحفية وتضمنت فئات فرعية ، وهي :

- خبر: وهو ما ينقل ويحدث به قولاً أو كتابة يحتمل الصدق والكذب ، ويعتبر المادة الأولى لكل ما تتناوله الصحيفة من تحقيقات وأحاديث وآراء وغيرها.²
- مقال :وهو أحد الأشكال الصحفية الهامة ،التي تتناول ظاهرة أو حدث أو مجموعة ظواهر ذات حضور اجتماعي هام.³
- تقرير :و هو شكل أساسي من أشكال الكتابة الصحفية حيث يقدم حقائق أساسية حول حدث أو ظاهرة ،كما يقدم أيضاً معلومات عن طبيعة ومراحل تكون ذلك الحدث.⁴
- بورتريه :ويعد من الأشكال الصحفية التي تقوم على رسم وإبراز ملامح صورة شخص أو سرد مراحل من حياته ، ويسعى إلى تقديم رؤية ذاتية لهذه الشخصية ،ويرفع من مكانتها في عيون الجمهور ليتأثر بها أو يتفاعل معها أو يستفيد من خبرتها .⁵
- حديث صحفي :وهو فن صحفي يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية ما ،بهدف الوصول إلى معلومات أو أخبار أو شرح وجهة نظر معينة لتلك الشخصية .⁶

¹ - يوسف تمار ، مرجع سابق، ص 134.

² - مرعي مذكور ،الصحافة الإخبارية ،(ط:1، القاهرة ،دار الشروق ،1422هـ/2002م)،ص25-26

³ - محمد الدروبي ،الصحافة والصحفي المعاصر ،(ط:1 ، لا ، م ، لا ، د ، 1996 م)،ص144.

⁴ - المرجع نفسه ، ص 128-129.

⁵ -مقال منشور في شبكة الانترنت ،لنصر الدين العياضي بعنوان ،(الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية ،نشأة

مستأنفة أم قطعية) ضمن الموقع .[www.http://site.iugaza.edu](http://www.site.iugaza.edu)، تاريخ التصفح 20 افريل 2014

⁶ -فاروق أبو زيد ،فن الكتابة الصحفية ،المصدر موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي

www.al.raeed.net/training

ب- أشكال غير صحفية وتضمنت:

- آيات قرآنية
- أحاديث نبوية
- آيات وأحاديث
- أقوال مأثورة
- أدعية
- أمثال وحكم
- أقوال الصحابة
- غير محدد

أما الفئة الرئيسية الثانية من فئات الشكل: هي فئة الأساليب الإقناعية: وتعتبر الأساليب وسائل يسعى بها الباحث أو المصدر أو الكاتب استثارة عدد أكبر من القراء أو المستمعين.. وإقناعهم بالأفكار التي يتبناها في المحتوى الإعلامي، واللجوء إلى الإستمالات العاطفية في تقديمه (المحتوى) ، وغيرها من الأساليب التي تهدف إلى إقناع مستقبل الرسالة الإعلامية¹.

وتضمنت فئة الأساليب الإقناعية في الدراسة فئات فرعية وهي:

- الاستدلال بالقرآن الكريم
- الاستدلال بالأحاديث النبوية
- الاستدلال بأقوال الصحابة والفقهاء
- الاستدلال بالأحداث التاريخية
- الاستدلال بالسيرة النبوية
- الاستدلال بالدراسات العلمية
- الموعظة الحسنة
- القدوة الحسنة
- سرد القصص
- النصيح والإرشاد والتذكير

¹ - محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 134.

• الترغيب والترهيب

• أخرى

- أما الفئة الثالثة من فئات الشكل وهي العناصر التيبوغرافية ، ويقصد بها الكيفية التي يتم بها إخراج المادة الإعلامية ولها أهمية كبيرة في التأثير على نفسية القراء والمشاهدين¹. ويندرج تحت هذه الفئة فئات فرعية متنوعة، إلا أن الدراسة اقتصرنا فقط على فئة الصور الفوتوغرافية، والتي تعد شكل من أشكال التعبير عن جزء من الواقع، وهي ذات أهمية بالغة في مجال الإعلام والاتصال². ففي هذه الدراسة تضمنت فئة الصور الفوتوغرافية فئتين فرعيتين هما:

• توجد صورة

• لا توجد صورة

- أما بالنسبة لفئتي الموقع والمساحة فقد استبعدت دراستهما نظراً لعدم توفر النسخ الورقية لأعداد عينة الدراسة للصحيفة .

- **11- وحدات التحليل:** لقد اعتمدت الدراسة في تحليل مضمون المادة الدعوية في صفحات العينة على وحدة الفكرة كونها تتماشى مع طبيعة إشكالية الدراسة وتسألاتها وتحقق أهدافها.

أما في تحليل الناحية الفنية أي الشكل في صفحات العينة ، فقد اعتمدت الدراسة على فئات الشكل نفسها كوحدات للتحليل والدراسة.

12- أسلوب العدّ المستخدم في الدراسة:

لقد اعتمدت الدراسة في وحدة العدّ على رصد التكرارات والنسب المئوية ، كوحدة للعدّ باعتباره الأسلوب الأنسب للدراسة ، وذلك عن طريق رصد تكرار ظهور الفئات الخاصة بالمضمون ، كالموضوعات والقيم ومصدر المعلومة... كذلك اعتمدت وحدة عدّ التكرارات بالنسبة لفئات الشكل و النسب المئوية .

¹- يوسف تمار ، مرجع سابق، ص 55.

²- المرجع نفسه، ص 58.

13- الصدق والثبات:

الصدق: و يعتمد صدق المحتوى على التحليل المنطقي لعناصر أداة التحليل وفقراتها للبحث عن مدى قدرة الأداة على تمثيل المحتوى المراد تحليله وقياسه بدقة¹، أما الثبات فيعني استخدام الباحث لنفس الأسلوب ، ويتبع نفس الإجراءات المطبقة على مادة معينة وبالتالي ينتهي إلى نفس النتائج².

- وفي هذه الدراسة تم إجراء أداة الصدق من خلال عرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من الأساتذة المحكمين والمتخصصين في الإعلام، ومناهج البحث العلمي، لتقدير مدى صلاحيتها وإبداء رأيهم وإعطاء توجيهات وإرشادات منهجية، وتم أخذها بعين الاعتبار، وتم إجراء التعديلات وفقا لتوجيهات الأساتذة المحكمون*.

¹ - رشدي طعيمة، مرجع سابق، ص 173.

² - رشدي طعيمة، مرجع سابق، ص 175.

* - أ.د. لمياء بوبيدي : أستاذة بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة الوادي.
- أ. الطاهر عمارة الأدغم : أستاذ بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة الوادي.
- أ. هشام ميسة : أستاذ بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة الوادي.
- أ. حمزة قدة : أستاذ بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة الوادي.

الفصل الثاني

الخطاب الدعوي المعاصر في الصحافة المكتوبة

المبحث الأول: الخطاب الدعوي المعاصر: الأوليات والواقع.

المبحث الثاني: الصحافة المكتوبة ودورها في تفعيل الخطاب

الدعوي المعاصر.

المبحث الأول: الخطاب الدعوي المعاصر: الأولويات والواقع.

الخطاب الدعوي المعاصر وأهم أساليبه

الخطاب الدعوي المعاصر

أساليب الخطاب الدعوي المعاصر

أولويات الخطاب الدعوي المعاصر

واقع الخطاب الدعوي المعاصر من خلال وسائل الإعلام

المطلب الأول: الخطاب الدعوي المعاصر وأهم أساليبه:

1- **الخطاب الدعوي المعاصر:** سبق وأن عرفنا الخطاب الدعوي المعاصر بأنه نطق أو كتابة تحمل وجهة نظر محددة من المتكلم، أو الكاتب، ويفترض فيه التأثير على السامع، أو القارئ، مع الأخذ بعين الاعتبار كل الظروف التي تم فيها الخطاب.¹

2- أساليب الخطاب الدعوي المعاصر:

وقبل سرد بعض أساليب الخطاب الدعوي المعاصر لا بد أن نعرف الأساليب:

• تعريف الأساليب في اللغة:

الأسلوب في اللغة يعني الطريق، يقال سلكت أسلوب فلان في كذا، أي طريقته ومنهجه، ويقصد به الفن أيضاً، يقال أخذنا في أساليب من القول، أي: فنون متنوعة.²

• تعريف الأساليب اصطلاحاً: هي الطرق التي يسلكها الداعي في دعوته.³

إذن: الأسلوب هو القالب أو الشكل، الذي يقدم به الشيء، والتقنن فيه.

- و تتنوع قوالب الخطاب الدعوي حسب حال المدعويين وظروفهم، والداعية الناجح يحرص على استخدام الأسلوب الأنسب في خطابه، ومن أهم أساليب الخطاب الدعوي نجد:

أ- **أسلوب الترغيب والترهيب:** يعد هذا الأسلوب فن جميل الأثر في الدعوة إلى الله⁴ بل أنه من أهم مؤثراتها، فقد ورد هذا الأسلوب كثيراً في القرآن الكريم منها قوله تعالى: ﴿إِلَّا الَّذِينَ تَابُوا وَأَصْلَحُوا وَاعْتَصَمُوا بِاللَّهِ وَأَخْلَصُوا دِينَهُمْ لِلَّهِ فَأُولَٰئِكَ مَعَ الْمُؤْمِنِينَ^{١٤٦} وَسَوْفَ يُؤْتِي اللَّهُ الْمُؤْمِنِينَ أَجْرًا عَظِيمًا^{١٤٧} مَا يَفْعَلُ اللَّهُ بِعَذَابِكُمْ إِن شَكَرْتُمْ وَعَٰمَنْتُمْ وَكَانَ اللَّهُ شَاكِرًا عَلِيمًا^{١٤٨} لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلَمَ^{١٤٩} وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا^{١٥٠} إِن بُدِّئُوا خَيْرًا أَوْ نُحْفَوْهُ أَوْ تَعَفَّوْا عَنْ سُوءٍ فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ عَفُوًّا قَدِيرًا^{١٥١} إِنَّ الَّذِينَ يَكْفُرُونَ بِاللَّهِ وَرُسُلِهِ

1- جمال محمد بواطنه ، مرجع سابق ، ص2.

2- مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، (ط:1، مصر، مجمع اللغة العربية، 1400هـ / 1980 م) ، مادة (سلب)ص316 .

3- محمد أبو الفتح البيانوني ، مرجع سابق، ص242.

4- أحمد غلوش، الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها، (ط:2، القاهرة، دار الكتاب الإسلامية، 1407هـ / 1987 م)ص325.

وَيُرِيدُونَ أَنْ يُفَرِّقُوا بَيْنَ اللَّهِ وَرُسُلِهِ وَيَقُولُوا نُؤْمِنُ بِبَعْضٍ وَنَكْفُرُ بِبَعْضٍ وَيُرِيدُونَ أَنْ يَتَّخِذُوا بَيْنَ ذَلِكَ سَبِيلًا ﴿١٥٠﴾ أُولَئِكَ هُمُ الْكَافِرُونَ حَقًّا وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ عَذَابًا مُهِينًا ﴿١٥١﴾ ١

ب- أسلوب القسم: وهو أسلوب استخدمه القرآن الكريم في مواطن متعددة منها قوله تعالى: ﴿وَالضُّحَىٰ ﴿١﴾ وَاللَّيْلِ إِذَا سَجَىٰ ﴿٢﴾﴾ ٢

وهو أسلوب يهدف إلى البيان المؤثر في نفوس المدعويين، فينبغي على دعاة العصر الحاضر الاستفادة منه في دعوة الناس. ٣

ج- أسلوب ضرب الأمثال: وهذا الأسلوب يقرب المعاني، ويضع صورتها مثيرة لدى المستمع أو القارئ، ٤ وقد أتى به القرآن الكريم في دقة كبيرة وفنية مؤثرة ٥ مثل قوله عز وجل في سورة البقرة: ﴿أَمْ حَسِبْتُمْ أَنْ تُدْخَلُوا الْجَنَّةَ وَلَمَّا يَأْتِكُم مَثَلُ الَّذِينَ خَلَوْا مِنْ قَبْلِكُمْ مَسْتَهْمِبِينَ ﴿٢١٤﴾﴾ ٦ .

د- أسلوب التدرج مع المدعو: أي مراعاة فقه ترتيب الأولويات في الدعوة، وقد تميزت الشريعة الإسلامية بهذا في الأمور الشرعية، والداعية يجب أن يراعي هذا في خطابه ويقدم الأهم عن المهم، والفرض على النافلة، ٧ وهكذا .

هـ- أسلوب القدوة الحسنة: نستطيع أن نقول أن القدوة الحسنة هي الموعظة الصامته والداعية الصالح صاحب الأخلاق الرفيعة مثلمتحرك للمبادئ الإسلامية التي يعتنقها ويدعو إليها. ٨

١- سورة النساء الآية 146 - 151 .

٢- سورة الضحى الآية 1 - 2 .

٣- أحمد غلوش، مرجع سابق، ص 354 .

٤- المرجع نفسه، ص 355.

٥- المرجع نفسه، ص 362.

٦- سورة البقرة الآية 214 .

٧- أحمد عمر هشام، الدعوة الإسلامية منهجها و معالمها ، (لا، ط: القاهرة، مكتبة غريب، د، ت)، ص 17 .

٨- محمد الغزالي، مع الله، دراسات في الدعوة والدعاة، (ط: 6، لا، م، لا، ن، 2005)، ص 234.

و- أسلوب سرد القصص: للقصّة تأثير كبير في نفس الإنسان ، ولقد شمل القرآن الكريم قصص كالأصناف المدعويين، ذلك لأن الإسلام يدرك أهمية القصّة ودورها في خدمة العمل الدعوي¹.

ي- أسلوب الحكمة: الحكمة أسلوب دعا إليه القرآن الكريم مثلاً قوله تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّ لَهُمْ بِآلَتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾² ، وتختلف مناهج تطبيق هذا الأسلوب حسب طبيعة وموقف الجمهور المستهدف، فما يصلح للمنهج العقلي لا يصلح للمنهج العاطفي، وما يصلح للمنهج الحسي³ ...

ز- أسلوب التذكير والدعوة للتفكير والتأمل: وقد جاء في القرآن الكريم تذكير الناس بجملة من الأمور، ودعائهم للتفكير والتأمل لأنهما سبيل الوصول للمعرفة⁴، قال تعالى ﴿تَنْزِيلُ الْكِتَابِ مِنَ اللَّهِ الْعَزِيزِ الْحَكِيمِ﴾⁵ ﴿إِنَّ فِي السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ لَآيَاتٍ لِّمُؤْمِنِينَ﴾⁶ ﴿وَفِي خَلْقِكُمْ وَمَا يَبُثُّ مِنْ دَابَّةٍ آيَاتٌ لِّقَوْمٍ يُوقِنُونَ﴾⁷.

س- أسلوب الموعظة الحسنة: الموعظة الحسنة ترادف النصيحة وقد تأخذ أشكال متعددة كالمدح والذم، التحمل، الإشارة اللطيفة ... وغيره من هذه الأساليب التي تؤثر في المدعويين وقد فهم إلى الطاعة والإجابة⁸ يقول المولى عز وجل ﴿أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا﴾⁹.

1- شحاتة صقر، إدارة العمل الدعوي، مج 1 ، (لا:ط، مصر، دار الفتح الإسلامي، د،ت) ، ص789- 790 .

2- سورة النحل الآية 125 .

3- محمد أبو الفتح البيانوني ، مرجع سابق، ص249.

4- آلاء أحمد هشام ، مصباح عمار، الإعلام مقوماته، ضوابطه، أساليبه في ضوء القرآن الكريم -دراسة موضوعية(رسالة ماجستير في تخصص التفسير و علوم القرآن)، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، غزة 1430هـ/2009م)ص158

5-سورة الجاثية الآية 2- 4 .

6- محمد أبو الفتح البيانوني ،مرجع سابق، ص258-259.

7- سورة النساء الآية 63 .

- هذا وقد يأخذ الخطاب الدعوي أشكالاً أخرى من الأساليب كالمجادلة والحركات الخفيفة...كلها تهدف إلى الوصول إلى التأثير في المتلقي وإقناعه بمضمون الرسالة المقدمة

المطلب الثاني: أولويات الخطاب الدعوي المعاصر:

مما لا شك فيه أن الخطاب الدعوي هو السبيل الأول لنشر رسالة الدين الإسلامي، وهو لسانها الناطق بالحق المبين لمضامينها وتعاليمها وتوجيه المسائل الدعوية حسب الأهمية والأولوية، من جملة هذه المسائل أو القضايا نذكر:

- من أولويات الخطاب الدعوي المعاصر تصحيح ثقافة المسلم، وتنقيفه في دينه بمراعاة تقديم ما ينبغي تقديمه وتأخير ما ينبغي تأخير، وحذف ما يجب حذفه من ثقافة المسلم¹.

- اهتمام الخطاب الدعوي المعاصر بما هو أحق وأولى بالرعاية والتقديم في أمور الدين الإسلامي عبادات، معالجات، أحكام ... والعناية بها على قدر ما عني بها القرآن الكريم²

- إبراز النزعة الإنسانية للخطاب الدعوي التي تستوعب الآخر من خلال التعارف والحوار³ لقوله تعالى: ﴿يَتَأْتِيَ النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاهُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاهُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاهُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ﴾⁴.

- معالجة القضايا الاجتماعية، وهي كثيرة أهمها: مراعاة الأخلاق والالتزام بمعاني العدالة الاجتماعية والأسرة، وبيان مركز المرأة في المجتمع وحقوقها في التملك والتعليم والعمل وقضايا الشباب... وغيرها⁵

1- يوسف القرضاوي، فقه الأولويات دراسة جديدة في ضوء القرآن الكريم و السنة ، (لا:ط، لا:م، المكتبة الإلكترونية www.fiseb.com، د، ت)، ص63.

2- يوسف القرضاوي ، فقه الأولويات دراسة جديدة في ضوء القرآن الكريم و السنة، مرجع سابق، ص65.

3- طالب حماد أبو شعر، مرجع سابق، ص14.

4- سورة الحجرات الآية 13 .

5- عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة ، (ط:3، لا:م، لا:ن، 1396هـ، 1976م)، ص100.

- العلاقة بين الحاكم والمحكوم، وإبراز الغاية والهدف من نظام الحكم مثل الثورة والعدل¹...
- اهتمام الخطاب الدعوي بالواقع المحلي والإقليمي والعالمي، مع المحافظة على الموازنة بينهما فلا ينهمك في قراءة الواقع العالمي ويهمل أو يغفل واقعه المحلي أو الإقليمي والذي هو له حق الأولوية على غيره².
- تهذيب الأخلاق وتقويمها، وإبراز مكانتها في الإسلام، ومدى ارتباطها بمعاني الإيمان والتقوى³.
- تركيز الخطاب الدعوي المعاصر على القضايا الكبرى التي تشكل هماً مشتركاً بين الأمة الإسلامية مثل قضية القدس والأقليات المسلمة في الخارج⁴... الخ.
- الحاجيات الاقتصادية للناس وما يختص به مجال الاقتصاد من التنمية، فرص عملاً لأجور⁵... الخ.
- العمل على ترسيخ القيم السامية التي دعا إليها الإسلام وفق آيات قرآنية وأحاديث نبوية، والتي تتجسد في مناحي حياة الإنسان المختلفة، كالقيم الفردية النبيلة التي تنعكس إيجاباً على حياة الجماعة، وبذلك يتحقق التكافل والتعاون الاجتماعي، والاحترام وحسن الجوار.... وكذلك القيم الإنسانية والقيم الثقافية، وغيرها من القيم التي تدل على سماحة الإسلام وإنسانية الإنسان.
- و ما يمكن قوله أن الوضع الراهن للحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية... يمكن أن يستفيد منها الخطاب الدعوي اليوم ويتخذها كأساس في بناء مضمون الرسالة المقدمة.

1- المرجع نفسه، ص 193.

2- يوسف القرضاوي، خطابنا الإسلامي في عصر العولمة، مرجع سابق، ص 125-126

3- عبد الكريم زيدان، مرجع سابق، ص 76-78.

4- محمد مصطفى الياقوتي، الخطاب الدعوي الواقع و المأمول، الملتقى التنسيقي السابع للوزراء المعنيين بالدعوة تحت شعار (ادع إلى سبيل ربك بالحكمة و الموعظة الحسنة)، السودان 22-23-ربيع الأول 1433هـ، 15-16 فيفري 2012م، ص 4.

5 - عبد الكريم زيدان ، مرجع سابق ، ص 228 .

المطلب الثالث: واقع الخطاب الدعوي المعاصر من خلال وسائل الإعلام:

تطور وسائل الإعلام بتطور وسائل التكنولوجيا الحديثة، فأصبح الإعلام الإسلامي جزء من هذه الوسائل، وهو إعلام متكامل شامل شمولية العقيدة الإسلامية¹.

ورغم شمولية الدين الإسلامي، وتطور وسائل افلا مالا أن الخطاب الدعوي المعاصر يعد ضعيف سواء من حيث الكم أو تنوع الأساليب الإعلامية المعالجة للمحتوى الديني ككل أو حتى من حيث التأثير والافتتاح مقارنة بالكم الهائل للمادة الإعلامية الأخرى المقدمة في وسائل الإعلام².

وبما أن الدراسة تعالج أو تدرس الصفحة الدينية في صحيفة "الجديد الجزائرية"، فإنها (الدراسة) تحاول أن تفحص و تستكشف واقع الخطاب الدعوي المعاصر، في الصحافة المكتوبة بشكل عام، حيث تتميز هذه الصفحات بخصائص منها:

- إنتقلت الأحكام والفتاوى فإن محتواها يكون حول قضايا ومشكلات اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية أو عبادات أو معاملات... دون الحديث عن النظم السياسية أو الثقافية أو التعليمية أو الأمنية أو بقية النظم الأخرى.
- جزئية الطرح في القضايا المهمة كقضية المرأة والطفل وقضايا الشباب المعاصر كقضية (البطالة، الحريات العامة وحقوق الإنسان ...) دون وضع اقتراحات أو بدائل مبدءاها الإسلام لمواجهة أعباء الحياة وإدراك واقعها .
- ضعف العرض للكتب والإصدارات أو المنشورات الدينية ،إذا ما قورنت بالعروض الأخرى.

- أما بالنسبة لطبيعة إعداد الصحفية، ووسائل الإبراز المستخدمة (العناصر التيبوغرافية) في تقديم مادة الخطاب الدعوي فإنها تقدم بشكل متواضع جدا لا يظهر من خلاله اهتمام الصحيفة بالموضوع³.

- كما أنه يعاني محدودية الرؤية وضيق الأفق وغياب الرؤية المستقبلية⁴.

1- نصيرة بوعلي، الخطاب الديني ووسائل الإعلام، قدمت هذه الدراسة في مؤتمر ((الخطاب الديني المعاصر و المتغيرات الدولية))، جامعة الجزائر، 2007، ص7.

2- المرجع نفسه، ص16.

3- نصير بو علي ، مرجع سابق، ص10-11

4- عبد العزيز بن عثمان التويجري، العالم الإسلامي في عصر العولمة ، (لاط ، لا، م، دار الشروق، دت) ص164.

-وما يمكن قوله أن الخطاب الدعوي المعاصر وبشكل عام يتسم بالضعف على مستوى الشكل والمضمون في معظم وسائل الإعلام، و يفنقر إلى الحيوية في النشاط وإلى الحرية في طرح بعض القضايا أحياناً.

المطلب الرابع: سبل النهوض الخطاب الدعوي المعاصر:

يواجه الخطاب الدعوي اليوم صعوبات وعراقيل كثيرة منها ما ذكر سابقاً في هذه الدراسة، وما يتعلق بالداعية، ومنها ما يتعلق بمضمون الخطاب ومنهجية توجهه لدى بعض الدعاة، والقوالب التي يطرح بها، ومنها أيضاً ما يتعلق بالداعية، مما ينعكس سلباً على الخطاب الدعوي، وعلى هذا الأساس نقترح مجموعة حلول منها:

- مراعاة فقه ترتيب الأولويات في الخطاب ، ومعرفة تشخيص واقع الناس ، ومعالجة أوضاعه المتردية¹.
- تيسير لغة الخطاب، وتنويع أساليبه بما يتوافق مع حال وواقع الجمهور، بما يحقق التأثير والإقناع.
- استغلال وسائل الاتصال الحديثة، وإدراك أهمية تأثيرها على الجماهير، والاستفادة منها في مجال العمل الدعوي.²
- ضرورة التآخي وإرساء روح التضامن بين المؤمنين عامة وبين الدعاة خاصة، لإعلاء كلمتهم وتوحيد صفوفهم، لمواجهة كيد المتربصين بالدعوة الإسلامية ومقوماتها.
- التحرر من الإنتمائية الحزبية والحركية سواءً للداعية في خطابه أو المدعو الذي ينصت فقط للداعية الذي يؤيد حركته أو اتجاهه أو حزبه، والعمل على علاجها وإدراك أن الدعوة إلى الله عمل مقدس لا يمكن مساواته بحركة أو مذهب³.... الخ

¹ - جمال محمد بواطنه ، مرجع سابق ، ص10.

² - سعد بن عبد الله بن سعد القعود ، فقه مقاصد الدعوة إلى الله تعالى وأثره في حياة الداعية (رسالة ماجستير في تخصص الدعوة) ، كلية الدعوة وأصول الدين ، جامعة أم القرى ، السعودية ، 1431-1432هـ ، ص123.

³ - محمد أبو الفتح البيانوني ، مرجع سابق ، ص363.

- تيسير الخطاب وتجنب التعسير والغلو فيه: لقد خص الله سبحانه وتعالى رسالة الإسلام بالرحمة والتوسعة، ويتجلى هذا في فهم الدين الإسلامي وأحكامه وتشريعاته وسهولة العمل به، تخفيفاً عن عباده، وفي هذا يقول الله عز وجل في محكم تنزيله ﴿وَلَقَدْ يَسَّرْنَا الْقُرْآنَ لِلذِّكْرِ فَهَلْ مِنْ مُدَكِّرٍ﴾¹ ، لذلك يتوجب على الدعاة نهج هذا المنهج في خطابهم، واجتناب نهج التضيق والتعسير.

- الموازنة بين العقل والعاطفة في الخطاب الدعوي، وضرورة التوجه إلى العقل بالخطاب كأساس للفهم والإقناع².

- كانت هذه بعض المقترحات التي قد تساهم في النهوض بالخطاب الدعوي المعاصر، في مختلف وسائل الإعلام والهيئات الدعوية.

¹ - سورة القمر الآية 17 .

² - يوسف القرضاوي ، الصحوة الإسلامية من المراهقة إلى الرشد ، (ط: 1 ، مصر: دار الشروق ، 2002 م) ، ص 140 - 141.

المبحث الثاني: الصحافة المكتوبة ودورها في تفعيل الخطاب الدعوي المعاصر

- نبذة تاريخية عن الصحف الجزائرية قبل وبعد الإستقلال
- الصحافة المكتوبة وأهم أنواعها
- الصحافة المكتوبة
- أنواع الصحافة المكتوبة
- دور الصحافة المكتوبة في تفعيل الخطاب الدعوي المعاصر

المطلب الأول: نبذة تاريخية عن الصحف الجزائرية قبل وبعد الاستقلال:

تعرضت بعض الدول العربية في مطلع القرن (19م) لاحتلال يمس جميع مجالات الحياة السياسية والثقافية والدينية والاقتصادية... الخ ، ومن بين هذه الدول الدولة الجزائرية، التي تعمل لاحتلال الفرنسي منذ احتلالها سنة 1830 على طمس الهوية والثقافة الإسلامية للشعب الجزائري، متبعاً في ذلك وسائل شتى، من بينها وسيلة الصحافة حيث عملت على إصدار الصحف باللغتين العربية والفرنسية، فكانت أول صحيفة أصدرتها فرنسا صحيفة (المبشر) عام 1847م، بهدف خدمة مقاصدها السياسية والاستعمارية، إلى جانب صحف أخرى تحمل أسماء جزائرية وهدفها فرنسي مثل صحيفة (الجزائر الجديدة) الجزائري.

وفي مقابل الإصدار الفرنسي للصحف، لم يلبث العلماء والمفكرين والكتاب في الجزائر واجتهدوا في إصدار صحف وطنية تدافع عن الدين والشخصية الإسلامية الجزائرية¹.

كما أنها ساهمت في دعم التحام الشعب الجزائري بالثورة التحريرية، والتعريف بعدالة القضية الجزائرية في المحافل الدولية إلى جانب دورها السياسي والثقافي... في داخل الوطن².

ولعل ابرز الصحف التي برزت في هذه الفترة الصحف الإسلامية لجمعية علماء المسلمين الجزائريين، حيث اهتمت هذه الأخيرة (الجمعية) بالصحف وأدركت دورها وأهميتها واتخذتها وسيلة من أجل المحافظة على اللغة العربية ، ونشر أفكارها الوطنية والإصلاحية والثورية الداعية إلى النهضة والتوعية والتنبيه والتحريض على العدو الفرنسي³.

¹-تيسير أبو عرجه، دراسات في الصحافة و الإعلام ، (ط:1، عمان، دار مجدلاوي، 1421 هـ، 2000م) ص37-38 .

²- المرجع نفسه ، ص254.

³- شهرة شفري، الخطاب الدعوي عند جمعية العلماء المسلمين الجزائريين، دراسة مقارنة بين عبد الحميد بن باديس ومحمد البشير الإبراهيمي ، (رسالة ماجستير في الدعوة الإسلامية) ، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، قسم أصول الدين جامعة الحاج لخضر، باتنة، 1429 هـ -1430 هـ/2008-2009 م ، ص214-215.

إضافة إلى إن اهتمام صحف جمعية العلماء المسلمين الجزائريين لم يكن مهتما فقط بالقضية الجزائرية، بل اهتمت أيضا بالقضايا العربية والإسلامية وشؤون الدول الأوربية ومستعمراته.¹

تعددت وتنوعت الصحافة المكتوبة لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين بين صحف ومجلات وكتب ومطويات ... ويمكن أن نلخص البعض منها في الجدول الآتي:

اسم الجريدة أو المجلة	سنة التأسيس
المنقذ	1925 م
الصراف	1935 م ²
الشريعة	1947 م ³
الشهاب الأسبوعي	1925 م
مجلة الشهاب الشهرية	1929 م ⁴
الإصلاح	1927 م ⁵
البصائر	1935 م

هذا وقد واصلت صحافة جمعية علماء المسلمين الجزائريين الصدور بعد نهاية الحرب العالمية الثانية (1939-1945) حينها توقف بعضها عن الصدور نظراً لسياسة الاحتلال التعسفية ضدها.⁶

¹ - هند عزوز، المعالجة الصحفية لانتفاضة الأقصى، دراسة تحليلية ليوميتي النصر والشروق اليومي ، (رسالة ماجستير في الدعوة والإعلام) ، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، قسم أصول الدين، فرع الدعوة والإعلام، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 1426 هـ - 1427/2005-2006 م، ص52-53 .

2- عمار بوحوش، التاريخ السياسي للجزائر، (ط:2، بيروت، دار الغرب الإسلامي، 2005م) ، ص248.

3- عبد المالك مرتاض، الإسلام و القضايا المعاصرة ، (لا:ط ، الجزائر، دار هومة، 2009م) ، ص55.

4- شهرة شفري، مرجع سابق ، ص217-219.

5- مروة أديب، الصحافة العربية نشأتها و تطورها ، (لا:ط ، لبنان، دار مكتبة الحياة، دت)، ص296.

6- هند عزوز، مرجع سابق، ص54.

وبعد الاستقلال شهدت الجزائر ظهوراً كبيراً للصحف والمجلات ، على اختلاف اتجاهاتها وانتماءاتها ولغاتها¹، تهتم بانشغالات الجمهور الجزائري وتبلور إرادته في التعبير نحو الأفضل إسهاماً منها في تحسين الأوضاع بمختلف مجالاتها في الجزائر.²

والجدول الآتي يبين بعض الصحف الصادرة بعد الاستقلال:

اسم الجريدة	سنة التأسيس	طبيعة الصدور
- الشعب	- 1962 م	- يومية
- المساء	- 1985 م	- يومية مسائية
- النصر	- صدرت بالفرنسية عام 1963 م ثم عربت عام 1972 م	- يومية مجهولة ³
- العصر	- 1981 م	- أسبوعية نصفية ⁴
- الخبر	- 1990 م	- يومية
- البيان	- 1995 م	- أسبوعية ⁵

1- تيسير أبو عرجه، مرجع سابق ، ص 258-259

2- المرجع نفسه، ص 263.

3- المرجع نفسه ، ص 260.

4- المرجع نفسه، ص 265.

5- هند عزوز، مرجع سابق، ص 77-78 .

المطلب الثاني: الصحافة المكتوبة وأهم أنواعها:

1- الصحافة المكتوبة :

سبق وأن عرفنا الصحافة بأنها: صناعة إصدار الصحف وذلك باستقاء الأنباء ونشر المقالات، يهدف الإعلام ونشر الرأي والتعليم والتسلية، كما أنها واسطة تبادل الآراء والأفكار بين أفراد المجتمع، وبين الهيئة الحاكمة والهيئة المحكومة، فضلا عن أنها من أهم وسائل التوجيه الرأي العام.¹

2-أنواع الصحافة المكتوبة

تعتبر الصحافة المكتوبة من أهم الوسائل الإعلامية الحديثة حيث استعملها الإنسان لإشباع حاجته المعنوية ويعرف المستجندات والأحداث الواقعة حولها ولهذا فإن الصحافة المكتوبة تقسم إلى عدة تقسيمات أهمها²:

1- الصحف الصباحية والصحف المسائية: الصحف الصباحية تصدر في فترة

الصباح خاصة وهي في معظم بلدان العالم³، تحتوي الصحف الصباحية على:

*الأخبار اليومية المحلية كالأحداث الجنائية ... الخ

*الأخبار المحلية اليومية .

* الأخبار الجاهزة الجديدة .

- الصحف المسائية: وهي تأتي بما يحدث في النهار من أحداث ومستجندات وقد تتحدث وتحلل ما نشر في الصحف الصباحية⁴، والجرائد المسائية عادة تصدر في المدن الكبرى كصحيفة المساء المصرية⁵.

2- الصحف الجماهيرية والصحف النخبوية: الجرائد الجماهيرية هي الجرائد ذات

التوزيع الواسع والكثيف، وتهتم بالدرجة الأولى الأخبار والموضوعات التي تثير اهتمام

1-أحمد زكي بدوي، مرجع سابق ، ص124

2- مصطفى الدمينري، الصحافة في ضوء الإسلام ، (لا:ط ، مكة المكرمة، مكتبة الطالب الجامعي، 1408-1987م-1988م).

3- طلعت همام،مائة سؤال عن الصحافة ، (ط:2،عمان، دار الفرقان، 1408 هـ -1988م) ، ص29.

4- مصطفى الدمينري، مرجع سابق، ص46 .

5- بييرا لبير،الصحافة ،(لا:ط ،لا، م،الهيئة المصرية العامة للكتاب،1987م) ، ص21.

القارئ العادي مثل الرياضة، الجرائم، الشخصيات في المجتمع... وذلك عن طريق التركيز على العناصر الطبوغرافية في إخراج المادة الصحفية .

- صحف النخبة: تهتم بتحليل الأخبار وتفسيرها، خاصة الأحداث والأخبار الدولية والاقتصادية والسياسية، ويتميز هذا النوع من الصحف بالاتزان في عرض المادة وإخراجها الفني، وقلة التوزيع، وعمق المادة الصحفية، وغالبا ما تصدر في الحجم الكبير¹.

3- **الصحف القومية والصحف المحلية:** الصحف المحلية هي التي تهتم بالأخبار العامة والدولية، وتميل إلى القضايا القومية العامة، وتهدف إلى الوصول إلى جميع القراء في الدولة التي تصدرها .

• **والصحف المحلية أو الإقليمية:** هي التي تصدر في إقليم معين من الأقاليم التابعة للدولة، وهي محلية الأنباء، وتهتم بأخبار المجتمع في الإقليم والمناطق المجاورة².

4- **الصحف العامة والصحف المتخصصة:** الصحف العامة تهتم بنشر الأخبار العامة وتتنوع مادتها وتتسع اهتماماتها لتشمل جميع أوجه النشاط الإنساني في المجتمع .

- **والصحف الخاصة أو المتخصصة:** تلك التي تركز على الأخبار الخاصة بالمجال أو الفئة أو الطبقة التي تهتم بها كمجال النشاط الإنساني الذي تتخصص فيه الفئة المهنية التي تخدمها...³

- يوجد نوعين من الصحف المتخصصة:

أ- **الصحف التي تقدم مادة متخصصة لجمهور متخصص من القراء، مثل الصحيفة الطبية أو الهندسية أو السياسية، تقدم مادة صحفية متخصصة لقراء متخصصين.**

ب- **الصحف التي تقدم مادة متخصصة لجمهور عام من القراء كالصحيفة الفنية أو الرياضية... تقدم مادة صحفية متخصصة لجمهور عام غير متخصص ويتضمن هذا النوع من الصحافة غالبية الصفحات المتخصصة في الصحف العامة مثل: الصفحة الإسلامية في جريدة الجديد وجريدة الخبر⁴.**

1- فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة ، (لا نط ، القاهرة، عالم الكتاب، 1986م) ، ص 177-178.

2- مصطفى الدمينري، مرجع سابق، ص 47.

3- محمد فريد محمود عزت، مرجع سابق، ص 55.

4- فاروق أبو زيد، الصحافة المتخصصة ، مرجع سابق، ص 5.

5- **الصحف المستقلة والصحف الحزبية:** الصحف المستقلة صحف حرة تعرض جميع الاتجاهات والآراء وجميع المذاهب السياسية والفكرية والاجتماعية ... ويغلب في هذه الصحف الطابع الخبري: مثل صحيفة (تايمز اللندنية).

والصحف الحزبية هي التي تتبع جهة سياسة معينة، وتعبّر عن اتجاه أو فكر أو رأي خاص، وتبني الدفاع عن مواقفه السياسية، ويغلب في هذه الصحف طابع صحافة الرأي كصحيفة (الشعب الصينية)

6- **الصحف اليومية والصحف الأسبوعية:** و تقوم بتجميع الأحداث الجارية، والأخبار المستجدة، تهدف إلى اطلاع الجهود بكل ما هو جديد¹.

والصحف الأسبوعية: تقوم بجمع الأحداث والربط بينهما، وتحليل أبعادها ودلالاتها لذلك فهي تتمتع بما تتميز به الصحف اليومية من متابعة الأحداث، ومن أشكال الصحف الأسبوعية: جرائد الأحد التي تصدر في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية، وصحيفة الأهرام الجمعة، وأخبار اليوم في مصر².

المطلب الثالث: دور الصحافة المكتوبة في تفعيل الخطاب الدعوي المعاصر:

- يقول الله سبحانه وتعالى في محكم تنزيله: ﴿وَمَا هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ لِلْعَالَمِينَ﴾³

ويقول أيضا في سورة الأعراف: ﴿قُلْ يَتَّيِّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يُحْيِي وَيُمِيتُ فَآمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ النَّبِيِّ الْأُمِّيِّ الَّذِي يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَكَلِمَتِهِ وَاتَّبِعُوهُ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ﴾⁴ ، فمن هذه الآيات تتجلى عالمية الدين الإسلامي وشموليته⁵ ومن هنا يبرز الدور المنوط بوسائل الإعلام في تعريف الناس كافة بتعاليم الدين الإسلامي، ومن بين هذه الوسائل نجد الصحافة المكتوبة التي يتمثل دورها في تفعيل أو خدمة الخطاب الدعوي المعاصر من خلال:

¹ - محمد فريد محمود عزت، مرجع سابق، ص55.

² - فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة ، مرجع سابق، ص179.

³ - سورة القلم الآية 52 .

⁴ - سورة الأعراف الآية 158 .

⁵ - إبراهيم إسماعيل، الإعلام الإسلامي ووسائل الاتصال الحديثة، دعوة الحق، كتاب شهري يصدر عن رابطة العالم الإسلامي، العدد 133، السنة 13، محرم 1414، ص74.

*الاهتمام بالإخراج الفني والوسائل الإبرازية في شكل المادة الدينية (الإسلامية) المدروسة مثل جودة الطباعة وسلامة اللغة وإنتاج صور إبرازية ...¹
-اعتناء المؤسسات الصحفية بالتدريب العلمي للدعاة وتعليمهم مهارات وفن الكتابة والحديث الصحفي .

-تنويع الأساليب المستخدمة وتحديث طرق عرضها في الخطاب بغرض التوجيه والتأثير بما يساهم في النشاط العمل الدعوي²

-حتمية التعاون والتنسيق بين المؤسسات الصحفية والسعي لتحقيق عمل دعوي مشترك لضمان استمرارية ونجاح الخطاب الدعوي في الوقت الحاضر³

لقله تعالى: ﴿وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَلَا تَنَازَعُوا فَتَفْشَلُوا وَتَذْهَبَ رِيحُكُمْ وَاصْبِرُوا إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ﴾⁴

-اعتبار ميول الجمهور وتوجهاته مصدرا لمضمون الرسالة الدعوية منطلقا وأداء وغاية وهذا حتى يكون تناسق بين الرسالة الدعوية وحال المخاطبين أو الجمهور المستهدف بما يحقق التأثير والإقناع⁵.

- إبراز صلاحية دور الخطاب الدعوي لكل زمان ومكان، وأنه يتضمن الحلول الناجحة لمشكلات العصر .

- توضيح أن الخطاب الدعوي يدعو إلى الحياة المتوازنة في كل ميادينها الفردية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية⁶.

- نستطيع أن نقول أن دور الصحافة في تفعيل الخطاب الدعوي المعاصر يكمن في ضرورة تجديد وتحديث أساليب ومناهج الخطاب الدعوي.

¹-جمعه شعبان وافي، المناهج الإعلامية وأثرها على الدعوة، مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، 7، 8 ربيع الأول 1426هـ - 16، 17 أبريل 2005م، كلية أصول الدين الجامعة الإسلامية، غزة، ص 1374.

²-آلاء أحمد هشام، مصباح عمار، مرجع سابق، ص 151.

³- سعد بن عبد الله بن سعد القعود ، مرجع سابق ، ص 173.

⁴ - سورة الأنفال الآية 46 .

⁵- جمعه شعبان وافي ، مرجع سابق ، ص 1351 .

⁶- رانية بنت جميل بن سليم أبو حنانه ، الخطاب الدعوي الموجه إلى المرأة المسلمة في القرآن الكريم وأوجه الاستفادة الاستفادة منه في العصر الحاضر، (رسالة ماجستير في الدعوة والاحتساب) ، كلية الدعوة والإعلام ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية ، 1426، 1427 هـ ، ص 305.

الفصل الثالث

عرض وتحليل النتائج الخاصة بفئات المضمون والشكل في صحيفة

الجديد اليومي

التعريف بصحيفة الجديد اليومي

1- عرض وتحليل النتائج الخاصة بالمضمون في الصحيفة

2- عرض وتحليل النتائج الخاصة بالشكل في الصحيفة

التعريف بصحيفة الجديد اليومي:¹

جريدة الجديد حصلت على الاعتماد الرسمي في شكلها الأسبوعي يوم 2007/12/16 وانطلقت في الصدور يوم 2008/04/01 بكمية سحب 5000 نسخة أسبوعيا عبر مطبعتي الجزائر العاصمة وورقلة وبطاقم صحفي وتقني لا يتعدى 10 وبعدد مراسلين فاق آنذاك 15 مراسلا عبد عدد من ولايات الوطن.

جريدة الجديد انطلقت في شكلها اليومي في الفاتح من شهر نوفمبر 2011 بطاقم صحفي وتقني قدر بنحو 28 مع عدد المراسلين فاق 20 مراسلا ومتعاوننا بكمية سحب قدرت بنحو 11 ألف نسخة يومية عبر الطابع ورقلة الجزائر العاصمة وقسنطينة. عرفت الجديد عدة تحديات كبيرة خاصة ما يتعلق بالجانب المالي نقص الإشهار عبر ولايات الجنوب المتواجدين فيها إضافة إلى بعدنا على المعلومة الموجودة في العاصمة وهو أكبر تحدي لجريدة موجودة بإحدى ولايات الجنوب.

¹ - مقابلة مع. أحمد رزاق لبزة، المدير العام ومسؤول النشر لجريدة الجديد اليومي، الأحد 2014/05/11.

- بعد أن عرضت الدراسة في الفصل الأول الإجراءات التطبيقية الخاصة بالدراسة التحليلية وتفرغ استمارة تحليل المحتوى في الجداول التفرغية، ستقوم الدراسة بعرض النتائج المتحصل عليها وتحليلها من حيث المضمون والشكل ، بما يتوافق مع إشكالية الدراسة والتساؤلات المطروحة ، ومناقشتها في إطار الدراسات التحليلية في البحوث العلمية.

أولاً- عرض وتحليل النتائج الخاصة بفئاتالمضمون في صفحات عينة الدراسة من صحيفة الجديد اليومي :

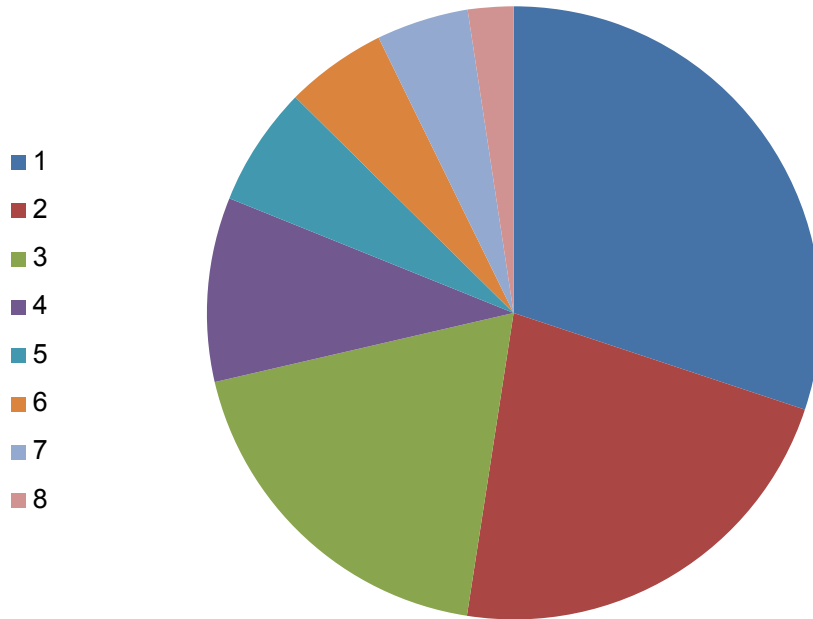
1- عرض وتحليل النتائج الخاصة بفئة الموضوعات في صفحات عينة الدراسة :

- وفيما يأتي عرض وتحليل النتائج المتوصل إليها بعد تحليل مضمون صحيفة الجديدمن حيث الموضوعات الرئيسية والتي تتضمن فئات فرعية وهي:
- الموضوعات الأخلاقية
 - الموضوعات الاجتماعية
 - الموضوعات العقائدية
 - الموضوعات الإسلامية المتخصصة.
 - الموضوعات الصحية.
 - الموضوعات الثقافية والحضارية.
 - الموضوعات التعبدية (العبادات).
 - السير والتراجم
 - أ- عرض النتائج الخاصة بالموضوعات الرئيسية في صفحات عينة الدراسة :

جدول (02) يبرز أهم الموضوعاتالرئيسية

الرقم	الموضوعات	التكرار	النسبة %
01	الموضوعات الإسلامية المتخصصة	62	30.10
02	العبادات	46	22.33
03	الأخلاقية	39	18.93
04	العقدية	20	9.70
05	الاجتماعية	13	6.31

06	السير والتراجم	11	5.33
07	الثقافية والحضارية	10	4.85
08	الصحية	5	2.42
المجموع		206	%100



تمثيل بياني رقم 02 يوضح اهم الموضوعات الرئيسية

يشير الجدول رقم (2) إلى أهم الموضوعات التي تناولتها صفحات عينة الدراسة من الجريدة المذكورة، فجاءت الموضوعات الإسلامية المتخصصة في المرتبة الأولى بتكرار (62) ونسبة (30.09%) ثم جاءت مواضيع العبادة في المرتبة الثانية بتكرار (46) أي بنسبة (22.33%) وكانت في المرتبة الثالثة المواضيع الأخلاقية التي جاءت بتكرار (39) ونسبة (18.93%) فيما جاءت المواضيع العقدية في المرتبة الرابعة بتكرار (20) ونسبة (9.70%)

أما المواضيع الاجتماعية فكانت في المرتبة الخامسة بتكرار (15) بنسبة (6.31%) فيما جاءت فئة السير والتراجم في المرتبة السادسة بتكرار (11) و بنسبة (5.33%) وكانت في المرتبة ما قبل الأخيرة المواضيع الثقافية والحضارية بتكرار (10) وبنسبة

(4.85%) أما المواضيع الصحية فتحصلت على المرتبة الأخيرة بتكرار (05) ونسبة (02.42%)

- عرض النتائج الخاصة بفئة الموضوعات الفرعية في صفحات عينة الدراسة :

جدول رقم (03) يمثل الفئات الفرعية للموضوعات الإسلامية المتخصصة :

النسبة %	التكرار	الفئات الفرعية
13.84	27	فضائل الأعمال
05.64	11	الاقتداء بهدي النبي صلى الله عليه وسلم وصحابته الكرام
04.10	08	تفسير آيات القرآن الكريم وعلومه
04.10	08	تفسير الأحاديث النبوية
04.10	08	التأكيد على المسائل والأحكام الشرعية
31.79	62	المجموع

يتبين من خلال هذا الجدول فئة فضائل الأعمال قد احتلت المرتبة الأولى من حيث التكرارات التي بلغت (27) تكراراً بنسبة مئوية بلغت (13.84)، وجاءت بعدها فئة الاقتداء بهدي النبي صلى الله عليه وسلم وصحابته الكرام بتكرار (11) ونسبة (05.64%) فيما جاءت في المرتبة الثالثة الفئات الثلاث (تفسير آيات القرآن الكريم وعلومه، تفسير الأحاديث النبوية، والتأكيد على المسائل والأحكام الشرعية) بتكرار (08) ونسبة (04.10%)

جدول رقم (04): يمثل الفئات الفرعية لموضوعات العبادة

النسبة %	التكرار	الفئات الفرعية
11.28	22	الدعاء
04.61	09	الصلاة
03.58	07	الصوم
01.53	03	الزكاة
01.02	02	الحج
01.02	02	الجهاد

00.51	01	الطهارة
23.59	46	المجموع

يشير الجدول رقم (04) إلى أن صفحات عينة الدراسة قد جاءت فيها فئة الدعاء في المرتبة الأولى بتكرار (22) ونسبة (11.28%)، ثم تليها فئة الصلاة التي جاءت بتكرار (09) ونسبة (04.61%)، أما المرتبة الثالثة فكانت لفئة الصوم بتكرار (07) ونسبة (03.58%)، فيما جاءت الزكاة في المرتبة الرابعة بتكرار (03) ونسبة (01.53%)، فيما كانت فئة الحج والجهاد بنفس التكرار (02) ونسبة واحدة (01.02%)، أما الطهارة فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بتكرار (01) ونسبة مئوية (00.51%).

جدول رقم(05): يمثل الفئات الفرعية للموضوعات الأخلاقية

النسبة %	التكرار	الفئات الفرعية
08.20	16	محاسن الأخلاق
02.05	04	محاسبة النفس
01.58	03	العدل
01.58	03	التواضع
01.58	03	البر
01.58	03	فعل الخير
01.02	02	حق الطريق
01.02	02	الرحمة
0.51	01	التقوى
0.51	01	الصبر
0.51	01	السلام
% 20	39	المجموع

يمثل الجدول رقم(05) الفئات الفرعية للمواضيع الأخلاقية في صفحات عينة الدراسة في الجريدة المذكورة ويظهر هذا الجدول حصول فئة محاسن الأخلاق على المرتبة الأولى بتكرار (16) ونسبة (08.20%) بينما حصلت فئة محاسبة النفس على المرتبة الثانية بتكرار(04)و بنسبة (02.05%)، أما الفئات (العدل،التواضع، البر، فعل الخير)فقد احتلت نفس المرتبة وبتكرار بلغ (03) بنسبة واحدة(01.58%)، والتساوي أيضا في المرتبة الرابعة بين فئة (حق الطريق، وفئة الرحمة)(02) ونسبة مئوية(01.02%)، أما المرتبة الخامسة والأخيرة فقد تساوت فيها الفئات التالية(التقوى، الصبر، السلام) بتكرار (01) وبنسبة تعادل (0.51%).

جدول رقم(06): يمثل الفئات الفرعية للموضوعات العقدية

النسبة %	التكرار	الفئات الفرعية
08.71	17	الإيمان
01.53	03	التوحيد
10.26	20	المجموع

يوضح الجدول رقم (06) أن فئة الإيمان قد حازت المرتبة الأولى بتكرار (17) أي بنسبة (08.71%) أما المرتبة الثانية فكانت لفئة التوحيد بتكرار (03) و بنسبة (01.53%).

جدول رقم(07): يمثل الفئات الفرعية للموضوعات الاجتماعية:

النسبة %	التكرار	الفئات الفرعية
03.08	06	العلاقات الاجتماعية
03.08	06	التأكيد على التربية الإسلامية العامة
0.52	01	ترسيخ المبادئ والقيم الإسلامية العامة
06.67	13	المجموع

أشار الجدول رقم (07) إلى أهم الفئات الفرعية للمواضع الاجتماعية في صفحات عينة الدراسة فجاءت فئة العلاقات الاجتماعية وفئة التأكيد على التربية الإسلامية العامة في المرتبة الأولى بتكرار (06) ونسبة (03.08%)، وترسيخ المبادئ والقيم الإسلامية في المرتبة الثانية بتكرار (01) وبنسبة (00.52%).

جدول رقم (08): يمثل الفئات الفرعية للموضوعات الثقافية والحضارية

النسبة %	التكرار	الفئات الفرعية
03.58	07	التاريخ الإسلامي
01.02	02	الآثار الحضارية الإسلامية
00.51	01	أهمية الوقت
05.13	10	المجموع

يوضح جدول رقم (08) الفئات الفرعية للموضوعات الثقافية والحضارية في صفحات عينة الدراسة حيث يشير إلى أن أعلى نسبة حصلت عليها فئة التاريخ الإسلامي بتكرار (07) ونسبة مئوية (03.58%)، أما المرتبة الثانية فكانت للآثار الحضارية الإسلامية بتكرار (02) ونسبة (01.02%)، أما فئة أهمية الوقت فكانت في المرتبة الأخيرة بتكرار (01) ونسبة مئوية تساوي (0.51%).

جدول رقم (09): يمثل الفئات الفرعية للموضوعات الصحية:

النسبة %	التكرار	الفئات الفرعية
01.53	03	الصحة النفسية والبدنية
01.02	02	النظام الغذائي
02.56	05	المجموع

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن فئة الصحة النفسية والبدنية حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (03) ونسبة (01.53%)، فيما جاءت فئة النظام الغذائي في المرتبة الثانية بتكرار (02) ونسبة (01.02%).

جدول رقم (10) : يمثل الفئات الفرعية لفئة السير والتراجم :

النسبة %	التكرار	الفئة
2.42	05	شخصيات أسلمت
1.94	04	النبي صلى الله عليه وسلم
0.48	01	سيدات بيت النبوة
0.48	01	الصحابية الكرام
00	00	الخلفاء الراشدين
5.33%	11	المجموع

يوضح الجدول رقم(10)المتعلق بفئة سيروتراجم شخصيات جاءت بها بعض صفحات عينة الدراسة في جريدة (الجديد اليومي)، حيث احتلت فئة شخصيات أسلمت المرتبة الأولى بتكرار (05) ونسبة (2.42%) فيما جاءت فئة سيرة النبي صلى الله عليه وسلم في المرتبة الثانية بتكرار(04) ونسبة (1.94%)، أما فئتا الصحابة الكرام وسيدات بيت النبوة فقد حصلت على نفس المرتبة وهي المرتبة الثالثة بنفس التكرار (01)ونسبة واحدة أيضا(0.48%)،أما الخلفاء الراشدين فقد جاءت بدون تكرار.

من خلال نتائج الجدول أعلاه يتضح أن تكرارات نسب فئات الجدول كانت متقاربة إلى حد ما.¹

ب-تحليل النتائج الخاصة بفئة الموضوعات في صفحات عينة الدراسة :

يتبين من خلال نتائج الجدول رقم(02)الخاص بالموضوعات التي عالجتها صفحات عينة الدراسة أن تلك الموضوعات بلغ عددها(08) مواضيع فقط بتكرار(206) حيث جاءت الموضوعات الإسلامية المتخصصة في الرتبة الأولى بتكرار (62) ونسبة (30.09%)ومن بين ماقدمته فئة الموضوعات الإسلامية المتخصصة :فضائل الأعمال التي بلغ عددها (27)من مجموع(62) أي ما يعادل نسبة(13.84%)، وقد ساقطت صفحات العينة هذه الموضوعات في بيان مراتب ودرجات الأعمال من خلال الأحاديث النبوية بشقيها القدسي والشريف، مثل ذكر فضائل يوم الجمعة وفضل الاستغفار، صلاة النوافل

¹ - أنظر الجدول رقم (10).

وتمييزها- وبذلك فقد جاءت فئة الاقتداء بهدي النبي صلى الله عليه وسلم وأصحابه في المرتبة الثانية ، وذلك من خلال عرض بعض المواقف من حياة النبي صلى الله عليه وسلم من النواحي الأسرية والاجتماعية ... وكذا أصحابه الكرام، مشيرة (الصحيفة) بذلك إلى اهتداء واقتداء الناس بذلك فيما جاءت باقي الفئات، وهي على الترتيب تفسير آيات القرآن وعلومه وتفسير الأحاديث النبوية، والتأكيد على المسائل والأحكام الشرعية بنسب متقاربة¹، وقد ورد هذا في شكل آيات قرآنية وأحاديث نبوية تدعو إلى موضوع معين كالتفكير والتدبر في آيات الله والأخلاق في الأحاديث النبوية، والتأكيد على الأحكام والمسائل الشرعية مثل التأكيد على حد السرقة الذي ورد في حديث نبوي واحد تكرر في عديدين من أعداد الدراسة.

أما الموضوعات التعبدية أو العبادات فقد وقعت في الترتيب الثاني بترار (46) وبنسبة (22.33%) فمن الموضوعات الإجمالية التي تناولتها صفحات عينة الدراسة، وما تصدر الموضوعات الفرعية لمواضيع العبادة: موضوع الدعاء الذي لازم وجوده كل صفحات الدراسة تقريباً، لهذا حصل على أعلى النسب الموضوعات الفرعية، وهذا لأهمية الدعاء في تقوية صلة العبد بربه ولعل هذا ما تهدف صفحات الدراسة لتحقيقه، وبذلك تحقيق الراحة النفسية والطمأنينة للفرد، لقوله تعالى: قَالَ تَعَالَى: أَغُوذُ بِاللَّهِ مِنَ الشَّيْطَانِ الرَّجِيمِ ﴿الَّذِينَ ءَامَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ﴾^(٢٨)، فيما جاءت الصلاة والصوم متقاربتان نسبياً²، وفيما يخص الصلاة فقد تميزت بالحضور في معظم صفحات العينة ، ولكن الملاحظ في شأن الصلاة هو تكرار المادة نفسها التي تحتوي موضوع الصلاة في أغلب صفحات الدراسة دون تجديد في ذلك.

أما عن الصوم فقد تزامن الحديث عنه مع شهر رمضان، وهذا أمر طبيعي ، أما فريضة الزكاة فقد جاءت في المرتبة الرابعة، ومن خلال التحليل لوحظ أن الهدف من دراستها هو ترسيخ قيم اجتماعية باعتبار أنها تساهم في التكافل والتعاون الاجتماعي، وقيم

1- أنظر الجدول رقم (03).

2- أنظر الجدول رقم (04).

أخرى فردية انطلاقاً من أنها تركي المال وتطهر النفس، تطبيقاً لقوله تعالى ﴿ خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا ﴾¹

و أما بالنسبة لموضوعات الحج والجهاد فقد تحصلا على نفس المرتبة، من فئة المواضيع الفرعية في موضوع العبادات، أما المرتبة الأخيرة كانت لموضوع الطهارة التي وردت في سياق حديث واحد للنبي صلى الله عليه وسلم يرغب فيه على الطهارة بما فيها طهارة النفس وطهارة الجسد.

هذا بالنسبة لفئة المواضيع الخاصة بالعبادات.

أما بالنسبة للمواضيع الأخلاقية و التي حصلت على المرتبة الثالثة بمجموع (39) من أصل (206)

وبنسبة مئوية بلغت (18.93%) وقد تضمنت هذه الفئة فئات فرعية جاء في مقدمتها وعلى حسب نتائج الجدول² موضوع محاسن الأخلاق الذي حل في المرتبة الأولى بتكرار (16) ونسبة قدرت بـ (08.20)، أما باقي المواضيع الفرعية فقد كانت بتكرارات ونسب متقاربة إلى حد ما³.

ومن خلال نتائج الجدول أعلاه يظهر أن صفحات عينة الدراسة تسعى إلى تحسين مستوى الأخلاق وتقويمها، سواء على الصعيد الفردي أو الاجتماعي، وذلك من خلال إبراز أخلاق النبي صلى الله عليه وسلم حيث جاء عرضها (الأخلاق) في سياق معين ضمن عنوان واحد يشمل مجموعة من الأخلاق ، كالأمانة الصدق، الإحسان... تعكس أسلوب دعوة الفرد إلى الاقتداء بها.

أما المرتبة الرابعة في فئة الموضوعات ، فقد كانت لفئة الموضوعات العقدية ، حيث بلغت (20) تكراراً أي ما نسبته (9.70%)، وهذه الفئة تضمنت بدورها فئتين فرعيتين تبلورت في الإيمان والتوحيد⁴، حيث تطرقت صفحات عينة الدراسة في دراسة الإيمان إجمالاً إلى الإيمان بالله وأسمائه الحسنی، والإيمان باليوم الآخرة، والإيمان بالملائكة والرسول من خلال آيات قرآنية وأحاديث نبوية، أما التوحيد فقد ورد في سياق أحاديث

¹ - سورة التوبة الآية 103 .

² - أنظر الجدول رقم (05).

³ - أنظر الجدول رقم (05).

⁴ - أنظر الجدول رقم (06).

نبوية، والإيمان والتوحيد يعبران عن العقيدة الصحيحة للإنسان ولها تأثير كبير في تقويم وبناء سلوك الفرد، وبالتالي بناء مجتمع سوي متكامل دينيا وثقافيا وحضاريا... الخ.

أما خامس المواضيع اهتماماً بالنسبة لصفحات عينة الدراسة، كانت المواضيع الاجتماعية التي حصلت على (13) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (6.31%)، حيث اقتصرَت دراسة المواضيع الاجتماعية على فئات محددة¹، على الرغم من أن هناك العديد من المواضيع الاجتماعية التي تستحق الدراسة والمعالجة، كالعادات والأنماط الاجتماعية السائدة في المجتمع، والتنمية والتخلف، الخ.

أما بالنسبة للسير و التراجم فقد كانت بتكرار (11) ونسبة (5.33%) ، وما تقدم فئة السير كانت الشخصيات التي دخلت الإسلام وهذا يعكس اهتمام الجريدة بأخبار الإسلام من هذه الناحية، ولكنه لا يظهر هذا من نواحي أخرى كالاهتمام بأخبار الأقليات المسلمة في الخارج، والمعالم الثقافية والحضارية الإسلامية كالمساجد والإصدارات الإسلامية وغيرها، فكل هذه الأمور وأمثالها شبه مغيبة في صفحات عينة الدراسة. أما سيرة النبي صلى الله عليه وسلم فكانت في المرتبة الثانية وذلك بإبراز مراحل حياته صلى الله عليه وسلم في أعداد مختلفة من صفحات عينة الدراسة مشيرة إلى الاقتداء بها، أما سيرة الخلفاء الراشدين فلم يكن لهم حظا من الدراسة في صفحات العينة.

ويلي فئة السير و التراجم في الترتيب ، الموضوعات الثقافية والحضارية في المرتبة السابعة ، والتي جاءت بتكرارات ضئيلة قدرت بـ(10) من مجموع (206) ونسبة لا تتجاوز (04.85%)، وهذا مناف للثقافة والحضارة الإسلامية التي تتميز بالتنوع والشمول من جهة ومن جهة أخرى منافي لارتباط الخطاب الدعوي المعاصر بالثقافة الإسلامية ولندرة طرح مثل هذه المواضيع فقد اعتمدت الدراسة على دراسة ثلاثة فئات فرعية في هذا المجال وهي على الترتيب: التاريخ الإسلامي ، الآثار الحضارية الإسلامية، أهمية الوقت² وفي المرتبة الأخيرة كانت الموضوعات الصحية التي بلغ مجموعها العام (05) تكرارات فقط ونسبة لا تتعدى (02.42%)، ومن حيث الفئات

1- أنظر الجدول رقم (07).

2- أنظر الجدول رقم (08).

الفرعية للموضوعات الصحية فقد جاء موضوع الصحة النفسية والبدنية في المرتبة الأولى ويقصد بالنفسية كل ما يدخل في إطار معالجة بعض أمراض النفس كالنميمة والغيبة والتكبر وغيرها، أما البدنية فالمقصود بها كل ما يخص الجسم، فيما كان موضوع النظام الغذائي في المرتبة الثانية¹، وتعزو الدراسة هذه النتيجة إلى (غياب) الثقافة الصحية لدى معدي الصفحات الإسلامية، رغم أن الخطاب الدعوي شامل لجميع مناحي حياة الفرد الصحية، الثقافية، الاجتماعية، اقتصادية السياسية...

وفي ضوء تناول الموضوعات كلها يتضح ما يلي:

- الاعتماد بشكل كبير على الأحاديث النبوية في كل الموضوعات، وهذا شيء له جانب إيجابي لا ننكره إلا أنه ليس على حساب القرآن الكريم الذي هو دستور الحياة والمصدر الأول في التشريع الإسلامي إضافة إلى ذلك التنوع في مواضيع الخطاب مطلب أساسي لتحقيق التأثير وإقناع المتلقي، وهناك العديد من الشواهد والمصادر بإمكانها إثراء وتنويع مادة الخطاب الدعوي في الصفحات الإسلامية.

- تكرار نفس بعض الموضوعات في كثير من أعداد عينة الدراسة، وهذا قصور في تجديد وتحديث مواضيع الخطاب الدعوي المعاصر.

- عدم التوازن في تناول الموضوعات الإسلامية في صفحات عينة الدراسة فالموضوعات الإسلامية المتخصصة مثلت أعلى نسبة والتي بلغت (30.09%) بينما الموضوعات الثقافية والصحية التي لها علاقة هي الأخرى بالخطاب الدعوي بلغت نسب ضئيلة جدا تتراوح بين (4.85 و 2.42%)، وهذا مؤشر على غياب التخطيط في إعداد مواضيع الخطاب الدعوي في الصفحات الإسلامية في الجريدة.

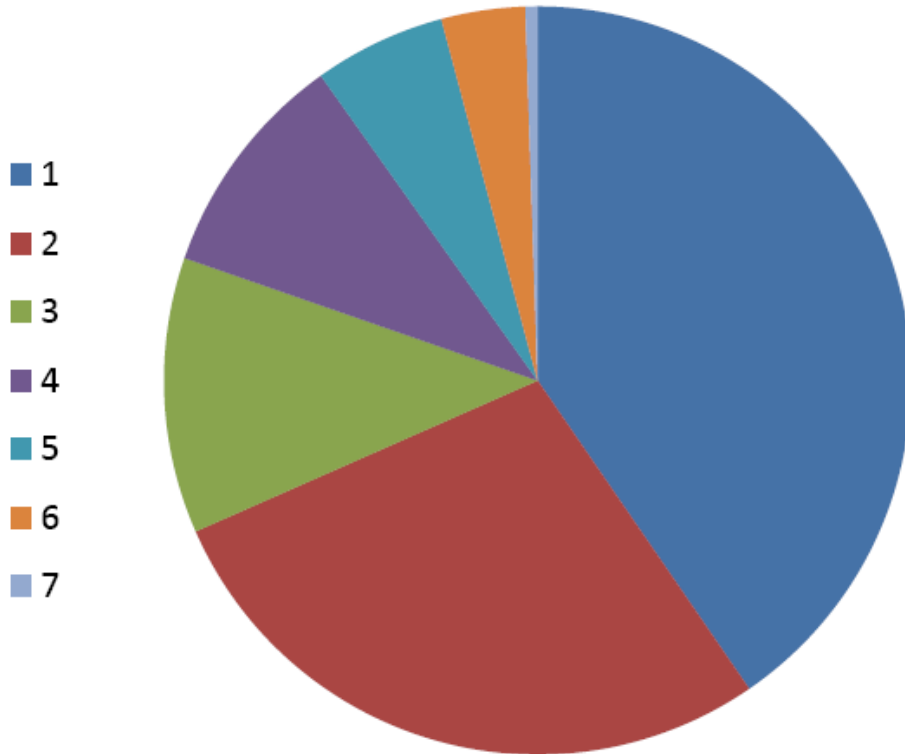
- هذا كله يثبت ما سبق ذكره في أن الخطاب الدعوي المعاصر في بعض وسائل الإعلام يتسم بجزئية الطرح في المواضيع ومعالجتها بأسلوب تقليدي متواضع.

1- أنظر الجدول رقم (09).

2- عرض وتحليل النتائج الخاصة بفئة القيم :

جدول رقم (11): يمثل أهم القيم المستهدفة

الرقم	القيمة	التكرار	النسبة %
01	فردية	78	40.41
02	دينية	54	27.98
03	أخلاقية	23	11.92
04	اجتماعية	19	09.84
05	ثقافية وحضارية	11	05.69
06	أسرية	07	3.52
07	إنسانية	01	00.52
المجموع		193	%100



تمثيل البياني رقم (11) يوضح اهم القيم المستهدفة

يبين الجدول رقم(11) القيم الرئيسية التي جاءت في صفحات الدراسة من الجريدة حيث حصلت القيم الفردية على المرتبة الأولى بتكرار (78) ونسبة(40.41%)، فيما جاءت القيم الدينية في المرتبة الثانية بتكرار (54) أي ما يعادلنسبة (27.98%)، ثم تلتها القيم الأخلاقية بتكرار (23) ونسبة (11.92%)، أما المرتبة الرابعة فكانت للقيم الاجتماعيةبتكرار(19) ونسبة(09.84%)، أما القيم الثقافية والحضارية فكانت في المرتبة الخامسة بتكرار (11) ونسبة (05.69%)، أما القيم الأسرية فقد احتلت المرتبة السادسة بتكرار (07) ونسبة (03.64%)، والمرتبة السابعة والأخيرة كانت للقيم الإنسانية والتي جاءت بتكرار (01) فقط ونسبة (0.52%).

-ولقد حرصت الدعوة الإسلامية منذ بداياتها على الربط بين أصول العقيدة وعلى رأسها التوحيد، وبين القيم الإنسانية والاجتماعية التي تشكل طاقة التعمير والنهضة، وهذه بالطبع إشارة بالغة الدلالة على عناية الإسلام، واهتمامه بمنظومة القيم كرافعة تحمل أسمى معاني الإعلاء لشأن الإنسان، وكشبكة أمان تحفظ المجتمعات من العبث والانهيال¹ حيث يظهر من خلال بيانات الجدول يتبين أن القيم الفردية قد احتلت المرتبة الأولى، حيث تعكس هذه المرتبة اهتمام صفحات عينة الدراسة ببناء شخصية الفرد المسلم، وهذا ما ورد في معظم صفحات العينة، وذلك من خلال تقديم توجيهات قيمية تستهدف الفرد المسلم، وفق ضوابط وتشريعات دينية، وعليه فقد جاءت القيم الدينية في المرتبة الثالثة وقد تجسدت هذه القيم غالبا في الشعائر الدينية كالصلاة، الحج، أي في إطار العبادة بشكل عام.

هذا و لأن القيم تعتبر موجهاً لسلوك الأفراد،وتعد أيضاً عنصراً أساسياً في البناء الاجتماعي وكذا البناء الأسري، فهي متكاملة متداخلة لا توجد حدود فاصلة بينها² لذلك جاءت باقي القيم (الأخلاقية والاجتماعية، والثقافية والأسرية) بنسب متقاربة³ في صفحات عينة الدراسة، بينما كانت القيم الإنسانية في المرتبة الأخيرة تمثلت في حديث نبوي واحد.

¹ - سعاد جبر سعيد، القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني، (ط:1؛ الأردن، جدارا للكتاب العالمي، 1429هـ/2008م)، ص31.

² - مساعد بن عبد المحيا، القيم في المسلسلات التلفازية، (ط:1، السعودية، دار العاصمة، 1414هـ)، ص39.

³ -أنظر الجدول رقم (11).

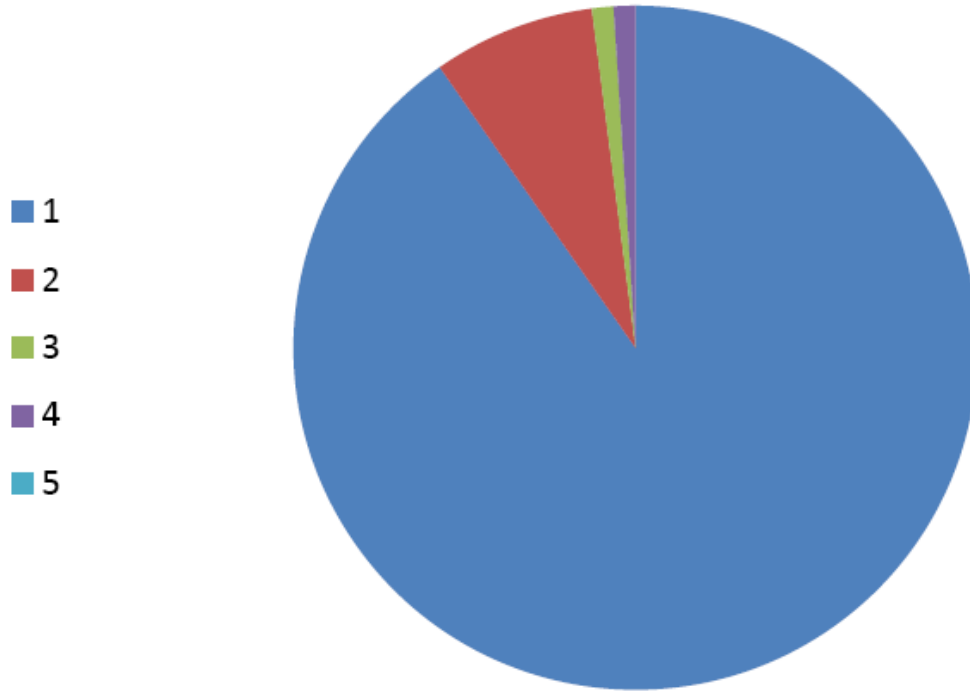
ومن خلال التحليل ترى الدراسة أن القيم المعبر عنها في صفحات العينة كانت ضمنية يستدل عليها من خلال حديث نبوي في الأخلاق مثلاً أو آية قرآنية تشير إلى قيمة معينة أو تقديم موقف من حياة النبي صلى الله عليه وسلم أو أصحابه الكرام تحمل قيمة ما . وعلى هذا فإن صفحات الدراسة لا تعتمد طابع المعالجة للقيم العامة و المتعارف عليها في المجتمع ،بل تكتفي فقط بتقديم نموذج يدل على قيمة معينة.

ومن خلال دراسة محتوى الموضوعات التي طرحتها صفحات العينة ودراسة القيم تبين أن هناك تناسق بين طبيعة هذه الموضوعات وبين القيم المستهدفة والمتضمنة في تلك المواضيع.

3- عرض وتحليل النتائج الخاصة بفئة مصدر المعلومة :

جدول رقم (12): يمثل مصدر المعلومة

الرقم	المصدر	التكرار	النسبة %
01	مجهولة	177	90.31
02	الكتب المتخصصة	15	07.65
03	مواقع العلماء والدعاة	02	01.02
04	الباحث والإمام	02	01.02
05	الصحفي	00	00
المجموع		196	%100



تمثيل البياني رقم (12) يوضح مصدر المعلومة

يمثل الجدول رقم (12) مصدر المعلومات التي استندت عليها الصحيفة في تحرير مادة الخطاب الدعوي في صفحات عينة الدراسة، فمن خلال الجدول يظهر تقدم المصادر المجهولة في المرتبة الأولى بتكرار (177) وبنسبة (90.31%) فيما تأتي الكتب المتخصصة في المرتبة الثانية بتكرار (15) وبنسبة (7.65%) أما فئة الباحث والإمام ومواقع العلماء والدعاة فتحصلت على نفس المرتبة بتكرار (02) وبنسبة (1.02%)، فيما جاء الصحفي في المرتبة الأخيرة بدون تكرار.

تكشف نتائج الجدول أن الصحيفة لا تعتمد مصادر معلومة في انتقاء مادة الخطاب الدعوي في صفحات عينة الدراسة في غالب الأحيان إذ جاءت نسبة المصادر المجهولة كبيرة جداً بتكرار (177) وبنسبة (90.31%) وهذا أمر يؤخذ سلباً على الصحيفة، إذ الجدير بها تحديد مصدر المادة الدعوية حتى تكتسب مصداقية أكثر للقارئ .

فما جاءت الكتب المتخصصة في المرتبة الثانية بفارق كبير بينها وبين الفئة الأولى وتمثلت هذه الكتب في كتب الصحاح ، وكتب لبعض الفقهاء والعلماء مثل كتاب إغاثة اللفهان من مكائد الشيطان لابن القيم كذلك زاد المعاد فيماتلا الكتب المتخصصة بالباحث والإمام ومواقع العلماء والدعاة، أما الصحفي وبعد تحليل صفحات العينة من حيث معرفة

مصدر المعلومة، فعلى ما يبدو لم يكن له إسهام في إصدار معلومة تخص شأن الخطاب الدعوي في صفحات العينة، نظراً لعدم وجود ولو تكرار واحد له في صفحات الدراسة .
-وما يمكن استنتاجه أن محدودية المصادر في المعلومات دليل على محدودية النشاط والتفاعل في إعداد الصفحات الإسلامية في الجريدة.

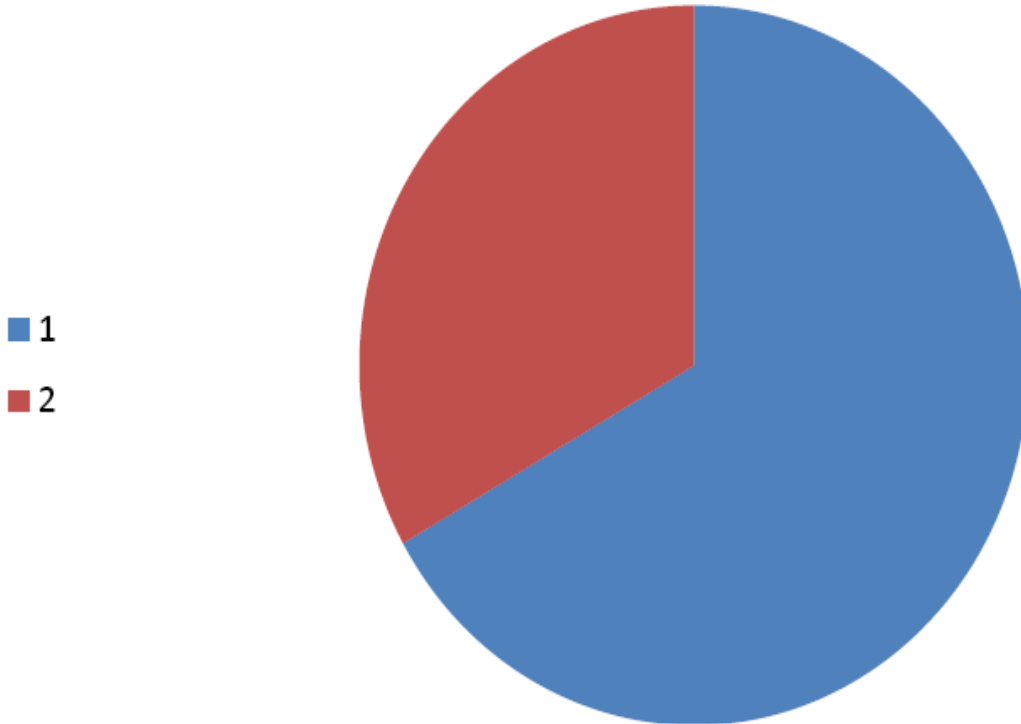
ثانياً: عرض وتحليل النتائج الخاصة بفئة الشكل في صفحات عينة الدراسة من صحيفة الجديد اليومي :

وفيما يأتي عرض و تحليل النتائج المتعلقة بفئات الشكل في الجريدة ،وهي فئة الأشكال الصحفية ،والأساليب الإقناعية،وفئة الصور الفوتوغرافية.

1-عرض وتحليل النتائج الخاصة بفئة الأشكال الصحفية وغير الصحفية :

جدول رقم (13) يمثل الأشكال الصحفية وغير الصحفية :

الرقم	الأشكال	التكرار	النسبة %
01	الأشكال غير الصحفية	161	80.10
02	الأشكال الصحفية	40	19.90
المجموع		201	100



تمثيل بياني رقم (13) يوضح الأشكال الصحفية وغير الصحفية

جدول رقم (14): يبرز الأشكال غير الصحفية :

أشكال غير صحفية		
النسبة %	التكرار	الشكل
52.17	84	أحاديث نبوية
16.77	27	غير محدد
13.66	22	أدعية
6.21	10	أقوال مأثورة
4.97	08	أقوال الصحابة
2.48	04	آيات قرآنية
2.48	04	آيات وأحاديث
1.24	02	أمثال وحكم
	161	المجموع

جدول رقم (15): يبرز الأشكال الصحفية :

الأشكال الصحفية		
النسبة %	التكرار	الشكل
35	14	تقرير
32.50	13	مقال
32.50	13	بورتريه
0	0	خبر
0	0	حديث صحفي
100	40	المجموع

من خلال الجدول رقم (14) يتبين أن الأشكال غير صحفية احتلت المرتبة الأولى بتكرار (161) وبنسبة (80.10%) والأشكال الصحفية جاءت في المرتبة الثانية بتكرار (40) وبنسبة مئوية بلغت (19.90%) ومما تقدم في الأشكال غير الصحفية شكل الأحاديث النبوية بتكرار (84) وبنسبة (52.17%) فيما جاءت فئة غير محدد في المرتبة

الثانية بتكرار (27) و بنسبة (16.77%) ، أما المرتبة الثالثة فكانت لفئة الأدعية بتكرار (22) ونسبة (13.66%) تلتها أقوال مأثورة ب(10) تكرارات وبنسبة (6.21%) أما أقوال الصحابة فحازت المرتبة الخامسة بتكرار (08) وبنسبة مئوية (4.97%) أما الآيات القرآنية والأحاديث فقد تساوت في المرتبة السادسة بتكرار (04) ونسبة (2.48%)، والمرتبة الأخيرة كانت لفئة أمثال وحكم بتكرار (02) ونسبة (1.24%) .

تشير نتائج بيانات الجدول رقم (15) الخاص بالأشكال الصحفية بصنفها الأشكال الصحفية، والأشكال غير الصحفية التي اعتمدتها الصحيفة في تحرير المادة الدعوية في صفحات عينة الدراسة، إلى أن الصحيفة اعتمدت بالدرجة الأولى على الأشكال غير الصحفية إذ بلغت نسبة (80.10%) بينما جاءت الأشكال الصحفية بنسبة ضئيلة جداً قدرت ب (10.90%) وهذا فارق كبير بينهما، وعن الأشكال التي تضمنتها الأشكال غير صحفية والتي اعتمدتها بشكل رسمي نجد شكل الأحاديث النبوية التي بلغت نسبتها (52.17%) بتكرار (84)، فيما كانت فئة (غير محددة) في المرتبة الثانية بتكرار (27) نسبة (16.77%) نظراً لتعذر تصنيف بعض المواد الدعوية إلى قوالب صحفية في صفحات عينة الدراسة، يلي المرتبة الثانية شكل الأدعية في المرتبة الثالثة بتكرار (22) بنسبة (13.66%)، وهذا يدل على قصور الإعلام في تقديم الخطاب الدعوى المعاصر وهذا يؤكد ما ذكرته الدراسة آنفاً بأن وسائل الإعلام لا تهتم بشكل المادة الصحفية التي تعنى بفنون الكتابة الصحفية وتوظيفها يوحى باهتمام الصحيفة بالموضوع المعالج¹. أيضاً غياب العناصر التيبوغرافية التي لها أهمية كبيرة في التأثير على نفسية القراء أو المستمعين².

حيث أن بعض وسائل الإعلام ترى أن الخطاب الدعوي يقتصر فقط على سرد آيات قرآنية وأحاديث نبوية وأدعية ، وحصره في نطاق عالم الآخرة والثواب والعقاب، وتقديمه في قالب تقليدي لا يرقى إلى مستوى تحقيق الأهداف المنوطة بالخطاب الدعوي المعاصر، وفي المقابل توجد أشكال أو قوالب صحفية متنوعة كالخبر والبورترية

¹ - يوسف تمار ،مرجع سابق، ص52.

² - المرجع نفسه ،ص56.

والتحقيق والبربر تاج...كلها من شأنها تفعيل الخطاب الدعوي المعاصر وإيصال رسالة الإسلام للملتقى والتأثير في موافقة وسلوكاته

وما يؤكد هذا التقصير النسب التي تحصلت عليها الأشكال الصحفية في هذه الدراسة التيلا تتجاوز (19.90%) فقط ويتكرر (40) من مجموع (201)، فيما تضمنت هذه الأشكال شكل التقرير والمقال والبورترية التي جاءت بنسب متقاربة تتراوح بين (32.50-35%) بينما كان شكل الخبر والحديث الصحفي بدون تكرار فلم يكن لهما أثر في صفحات عينة الدراسة وهذا يعكس عدم اهتمام معدي الصفحة الإسلامية في الجريدة بتوظيف القوالب الصحفية في الخطاب الدعوي، علما بأن أشكال التحرير الصحفي تستجيب من خلال البيئة التي تعمل فيها الوسيلة الصحفية بهدف تحقيق التفاعل بينها وبين المجتمع¹.

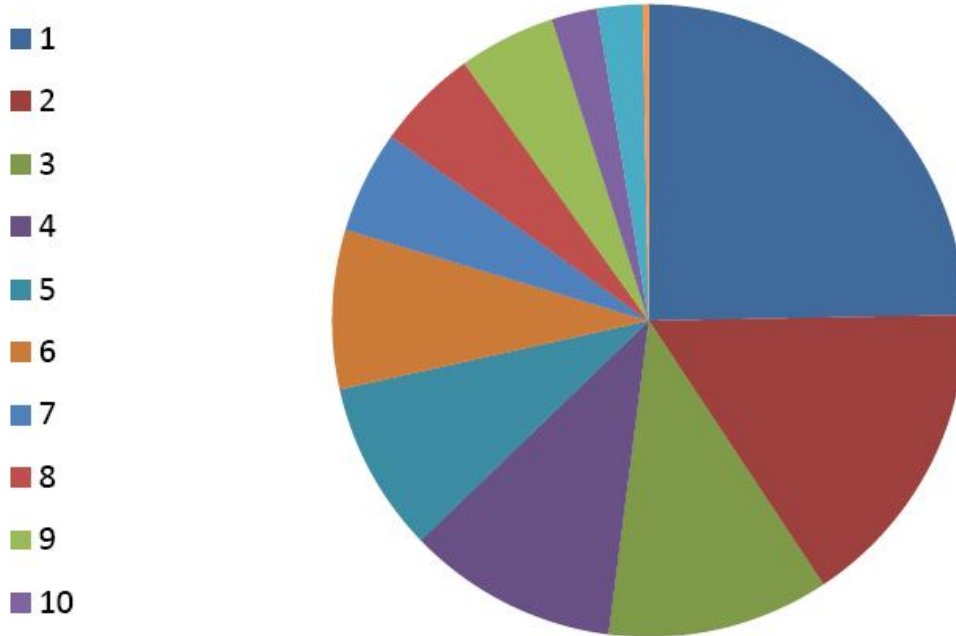
2- عرض وتحليل النتائج المتعلقة بفئة الأساليب الإقناعية

جدول رقم (16): يمثل فئة الأساليب الإقناعية:

الرقم	الأسلوب	التكرار	النسبة %
01	الاستدلال بالأحاديث النبوية	85	24.71
02	الترغيب والترهيب	55	15.99
03	النصح والإرشاد والتذكير	39	11.34
04	الاستدلال بالقرآن الكريم	37	10.76
05	الاستدلال بأقوال الصحابة والفقهاء	30	08.72
06	سرد القصص	28	08.14
07	الموعظة الحسنة	18	05.23
08	أخرى	18	05.23
09	القدوة الحسنة	17	04.94
10	الاستدلال بالسيرة النبوية	08	02.32
11	الاستدلال بالأحاديث التاريخية	08	02.32
12	الاستدلال بالدراسات العلمية	01	00.29

¹ - عبد العزيز شرف الأساليب الفنية في التحرير الصحفي ، (لا:ط، القاهرة، دار قباء، 2000م)، ص51.

المجموع	344	%100
---------	-----	------



تمثيل بياني رقم (16) يوضح فئة الأساليب الإقناعية

يوضح الجدول رقم (16) الذي يمثل فئة الأساليب الإقناعية المستخدمة في هذه الصفحات إذ تشير فئة الاستدلال بالأحاديث النبوية إلى المرتبة الأولى بتكرار (85) ونسبة (24.71%) يأتي بعدها الترغيب والترهيب بتكرار (55) ونسبة (99.15%) فيما جاءت فئة النصح والإرشاد والتذكير في المرتبة الثالثة بتكرار (39) ونسبة (11.34%) أما فئة الاستدلال بالقرآن الكريم فقد جاءت بتكرار (37) ونسبة (10.76%) في المرتبة الرابعة، بينما جاءت فئة الاستدلال بأقوال الصحابة والفقهاء في المرتبة الخامسة بتكرار (30) ونسبة (8.72%) وتلت هذه الفئة فئة سرد القصص التي جعلت على تكرار (28) ونسبة (8.14%)، أما المرتبة السابعة فتساوت بين فئة الموعدة الحسنة وفئة أخرى بتكرار (18) ونسبة (5.23%) لكل منهما، أما القدوة الحسنة فقد جاءت في المرتبة الثامنة بتكرار (17) ونسبة (4.94%) والمرتبة التاسعة أيضا تساوت فيها فئتا الاستدلال بالسيرة النبوية والاستدلال بالأحداث التاريخية بتكرار

(08) وبنسبة (02.32%) أما المرتبة الأخيرة فكانت لفئة الاستدلال بالدراسات العلمية بتكرار (01) فقط وبنسبة (00.29%).

- أسفرت نتائج الدراسة المتعلقة بالأساليب الإقناعية في صفحات عينة الدراسة على تقدم أسلوب الاستدلال بالأحاديث النبوية في المرتبة الأولى بتكرار (85) وبنسبة مئوية تعادل (24.71%)، ويرجع هذا إلى وضوح وسهولة فهم مقصد الأحاديث النبوية بالنسبة لقراء الجريدة لهذا اعتمدته الجريدة بشكل كبير، إلا أن الترتيب المنطقي للاستدلال بالأحاديث النبوية، كان يجب أن يكون في المرتبة الثانية باعتباره المصدر الثاني من مصادر التشريع الإسلامي .

أما أسلوب الترغيب والترهيب فقد جاء في المرتبة الثانية، من خلال التحليل عادة ما يكون توظيف هذا الأسلوب في آيات قرآنية وأحاديث نبوية تنتهج أسلوب الترغيب والترهيب هذا لأنه يتفق مع فطرة الإنسان وطبيعته المحبة للثواب والكراهية للعقاب، لذلك كان من أقوى الأساليب في التأثير والإقناع.

أما أسلوب النصح والإرشاد والتذكير فقد كان في المرتبة الثالثة حيث أن هذا الأسلوب يتوافق مع طبيعة المادة الدعوية المقدمة في صفحات العينة ويعد هذا الأسلوب من أقرب الطرق في مخاطبة العقل، وبيّن الحقائق، وهو ما يجعل المتلقي أكثر قبولاً وإقناعاً، كما أن النصح والإرشاد له أثر كبير في تصحيح بعض الأخطاء التي قد يقع فيها الإنسان¹ وهذا ما تجسد في صفحات عينة الدراسة، وتمثل في التذكير والتنبيه لبعض الأخطاء في المواسم الدينية والتي قد يقع فيها الحاج في حجه، أو الصائم في صومه، أو المصلي في صلاته...وما يتعلق بأمور العبادات ككل.

أما فيما يخص الاستدلال بالقرآن الكريم فقد جاء في المرتبة الرابعة، وهذا يبدو غريباً نوعاً ما، في أن صفحة إسلامية مصدر رسالتها القرآن الكريم يأتي فيها الاستدلال به في المرتبة الرابعة، والذي كان يجب أن يكون في المرتبة الأولى باعتباره المصدر الأول في التشريع الإسلامي.

¹ - مقال منشور في شبكة الأنترنت ، بعنوان (التربية عن طريق التوجيه والإرشاد) ، لمحمد بن سالم بن علي جابر

ضمن الموقع الإلكتروني WWW.ALUKAH.NET.

تاريخ التصفح 2014/4/11م ، الساعة 36:5 مساءً

ويلي أسلوب الاستدلال بالقرآن الكريم أسلوب الاستدلال بأقوال الصحابة والفقهاء في المرتبة الخامسة، والاستدلال بهذا الأسلوب غالباً ما يكون على شكل توجيه في المجالات الأخلاقية للمسلم، أما باقي الأساليب التي كانت بنسب متقاربة¹.

وما يجدر الإشارة إليه هنا هو أن فئة الأساليب الأخرى كانت بنسبة معتبرة قدرت ب(05.23%) حيث تمثلت في أسلوب التشبيه والاستفهام اللذين وردا في حديث للنبي صلى الله عليه وسلم، وتمثلت أيضاً في الدعاء الذي جاء بنسبة كبيرة فئة (أخرى) في فئة الأساليب، والمرتبة الأخيرة كانت لأسلوب الاستدلال بالدراسات العلمية وترجع الدراسة هذه النتيجة إلى نسبتين أثبتت هما:

- عدم احتواء صفحات الدراسة على دراسات علمية كثيرة .
- عدم اهتمام صفحات عينة الدراسة بالدراسات العلمية الحديثة التي تختص في الشؤون الإسلامية .

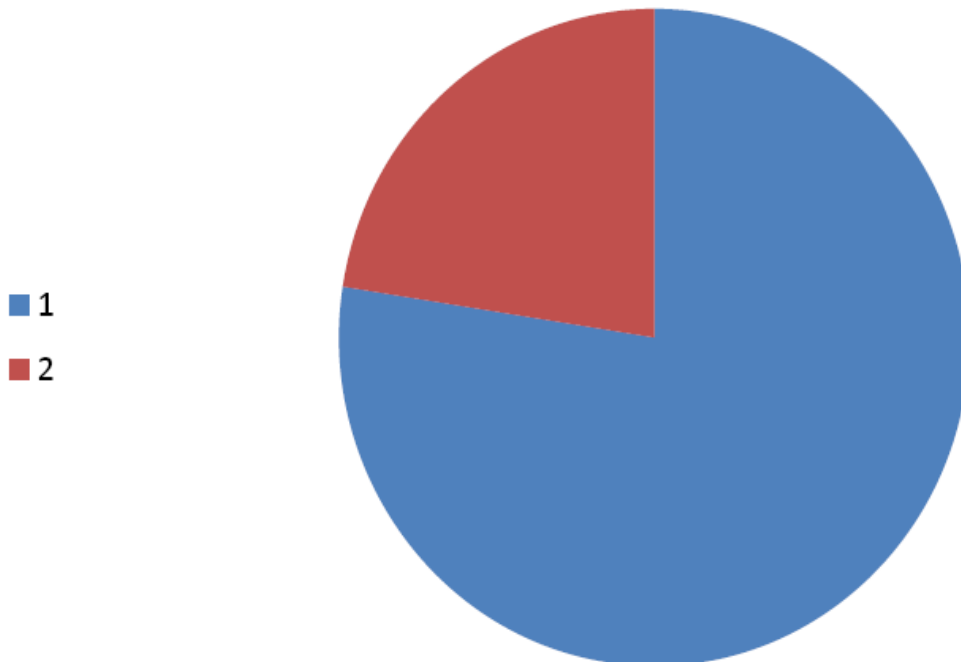
الملاحظ في الأساليب الإقناعية: تفاوتت النسب فيما بينها والتباين في مراتب الاستدلال فكان من المفروض أن يكون الاستدلال بالقرآن الكريم أولاً ثم الاستدلال بالأحاديث والسيرة النبوية ثانياً ثم الأساليب الإقناعية الأخرى، كما يلاحظ أيضاً على هذه الأساليب الوفرة الكمية، لكنها تقتصر إلى التنوع والتجديد في الصياغة.

3- عرض وتحليل النتائج الخاصة بفئة الصور الفوتوغرافية :

جدول رقم (17): يمثل استخدام الصورة الفوتوغرافية

الرقم	الفئة	التكرار	النسبة %
01	لا توجد صورة	153	78.06
02	توجد صورة	43	21.94
المجموع		196	%100

¹ - أنظر الجدول رقم (16).



تمثيل بياني رقم (17) يوضح استخدام الصورة الفوتوغرافية

يشير الجدول رقم (17) الخاص بفئة الصور الفوتوغرافية في صفحات عينة الدراسة أن فئة (لا توجد صورة) احتلت المرتبة الأولى بتكرار بلغ (153) وبنسبة (78.06%)، أما فئة (توجد صورة) فقد كانت في المرتبة الثانية بتكرار (43) وبنسبة (21.94%) فمن خلال هذه النتائج يتبين أن المادة الدعوية التي لا تحتوي على صور قد حازت المرتبة الأولى، فيما جاءت المادة الدعوية المرفوقة بصور في المرتبة الثانية، فمن خلال عملية التحليل تبين أن صفحات عينة الدراسة تفتقر إلى الأشكال الصحفية التي تحتاج إلى صور كالخبر والروبرتاج والتحقيق وغيرها، واحتوائها على أشكال غير صحفية كالأحاديث النبوية والآيات القرآنية وأقوال الصحابة... وهذا النوع من الأشكال لا يحتاج إلى صور تدعم مضمون الرسالة الدعوية لذلك لا تولي الصحيفة اهتماماً كبيراً بالصورة الفوتوغرافية هذا من جهة، ومن جهة أخرى وبالنسبة لوضعية الصور فقد تمثلت غالباً في خلفيات إسلامية في مواسم دينية كالحج ورمضان، وتكون أحياناً صور شخصية للشخصيات الإسلامية التي دخلت الإسلام.

-ومن جملة ما توصلت إليه الدراسة من خلال ما سبق ، واللافت للنظر، أن هناك تقصير في طرح الخطاب الدعوي المعاصر ، ويتجلى ذلك في حصر مادة الخطاب

الدعوي في صفحة واحدة فقط ، مقارنة بالمواد الإعلامية الأخرى ، كالرياضة مثلاً التي تتعدى الصفحتين ، أو السياسة ، أو الإشهار الذي يفوق ثلاث صفحات أحياناً في الجريدة، وهذا التقصير الذي ينبغي أن تتفاداه الصحيفة ، خاصة وأن مجتمع اليوم في أمس الحاجة إلى خطاب دعوي بناء ، يمس جميع مجالات حياة الفرد ، ومن شأنه أن يساهم في طرح و معالجة القضايا المعاصرة للمجتمع ، ويتعاطى معها بشكل إيجابي .

نتائج الدراسة :

أسفرت نتائج دراسة أعداد العينة في صحيفة الجديد اليومي إلى ما يلي:

1- أظهرت نتائج الدراسة إلى أنّ صفحات عينة الدراسة ، ركزت على دراسة الموضوعات الإسلامية المتخصصة بشكل كبير ، ذلك أنّ نسبتها (30.09%) وهي نسبة معتبرة مقارنة بالموضوعات الأخرى، وهذه النتيجة تتوافق مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة حاتم بديوي عبيدالشمري بعنوان المواضيع الإسلامية في الصحافة الحلية - صحيفة الفيحاء أنموذجاً- حيث أكدت هذه الدراسة أنّ الموضوعات الإسلامية المتخصصة جاءت في المرتبة الأولى في الصفحات الإسلامية للجريدة ، وأما الموضوعات التعبدية أو العبادة فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (22.33%)، والموضوعات الأخلاقية كانت في المرتبة الثالثة بنسبة (18.93%)

2- كشفت نتائج الدراسة أنّ صفحات عينة الدراسة لا تعتمد مصدر في انتقاء المعلومات في غالب الأحيان ، حيث كانت المصادر المجهولة بنسبة (90.30%)

3- بينت نتائج الدراسة عدم تنوع الأساليب الإقناعية المستخدمة في صفحات عينة الدراسة فقد أشارت نتائجها إلى تقدم أسلوب الاستدال بالأحاديث النبوية بما نسبته (24.71%)، ثم يلي ذلك في المرتبة الثانية أسلوب الترغيب والترهيب بنسبة (15.99%) ، أما باقي الأساليب فقد كانت بنسب ضئيلة جداً.

4- استخدمت صفحات عينة الدراسة في تحرير المادة الإسلامية الأشكال غير الصحفية أكثر من غيرها بنسبة (80.10%)، فيما جاءت الأشكال الصحفية في المرتبة الثانية بنسبة (19.90%) فقط.

5- أوضحت نتائج الدراسة أنّ صفحات الدراسة تميل إلى الاهتمام بالقيم الفردية بنسبة (40.41%) فيما كانت القيم الدينية في المرتبة الثانية بنسبة (27.98%)، والقيم الأخلاقية في المرتبة الثالثة بنسبة (11.92%)

6- أظهرت نتائج الدراسة أنّ صفحات عينة الدراسة لا تولي اهتمامًا كبيرًا بالصور الفوتوغرافية ذلك لأنّ نسبة فئة (لا توجد صورة) كانت كبيرة قدرت ب(78.06%) بينما جاءت فئة (توجد صورة) في المرتبة الثانية بنسبة (21.94%).

التوصيات:

يمكننا أن نخلص بهذه الدراسة إلى بعض التوصيات نذكر منها:

- تكوين وتأهيل القائمين على الصفحة الإسلامية في الجريدة ، فحكمة وقدرة الكادر أو القائم على الصفحة الإسلامية ، يعني كمال ونجاح الخطاب الدعوي في الجريدة.
- الاهتمام بالجانب الفني للصفحة الإسلامية مع ضرورة تجديد وتحديث أساليب مادة الخطاب الدعوي ، بما يناسب مستويات الناس من جهة، وتحقيق الأهداف المنوطة بالخطاب الدعوي المعاصر من جهة أخرى.
- ضرورة الاهتمام بمضمون الخطاب الدعوي في الصفحة الإسلامية وتجديده ومراعاة تقديم ما يقدم وتأخير ما يؤخر، أي مراعاة فقه الأولويات في الدعوة.
- حتمية الاعتماد على مصادر إعلامية متنوعة في إيراد المعلومة وهذا يولد ثقة أكبر بين القارئ والمادة الدعوية الموجودة في الصفحة الإسلامية.
- ضرورة اهتمام الخطاب الدعوي المعاصر في الصحيفة بالقضايا المعاصرة ، سواء كانت محلية كقضايا الشباب والتنمية والتخلف والتعليم... أو قضايا الأمة الإسلامية عامة كالقضية الفلسطينية ، وقضايا الأقليات المسلمة في الخارج.. الخ.
- تفعيل الخطاب الدعوي في الصفحة الإسلامية ، وذلك عن طريق تخصيص ركن لبريد القراء مثلا ، وركن آخر للفتاوى والأحكام، وفتح المجال أمام الدعاة والكتاب والباحثين للإسهام لكتاباتهم وآراءهم حول القضايا والشؤون المعاصرة.
- فهذه خطوات من شأنها أن تسهم في إخراج الخطاب الدعوي المعاصر من دائرة الجمود والتقليد إلى التجديد والفعالية.

الخاتمة

خاتمة

بعد دراسة مضمون الخطاب الدعوي المعاصر في جريدة الجديد اليومي، وعلى ضوء إشكالية الدراسة وتساؤلاتها المطروحة، توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- 1- أن المواضيع الأكثر اهتماماً بالنسبة لصفحات العينة كانت الموضوعات الإسلامية المتخصصة ثم مواضيع العبادات، فالموضوعات الأخلاقية.
 - 2- أن مصادر المعلومات في صفحات عينة الدراسة كانت أغلبها مصادر مجهولة.
 - 3- ركزت صفحات عينة الدراسة على ترسيخ القيم الفردية ثم القيم الدينية ثم القيم الأخلاقية
 - 4- اهتمت صفحات العينة بسير من دخلوا الإسلام حديثاً ثم سيرة النبي صلى الله عليه وسلم.
 - 5- قلة التنوع في الأساليب الإقناعية، فقد ركزت على أسلوب الاستدلال بالأحاديث النبوية ثم أسلوب الترغيب والترهيب وأسلوب النصح والإرشاد والتذكير.
 - 6- اعتمدت صفحات عينة الدراسة الأشكال الغير الصحفية في تحرير مادة الخطاب الدعوي المعاصر.
 - 7- أغلب الموضوعات في صفحات عينة الدراسة لم ترفق بصور فوتوغرافية.
- وهذا ومن خلال دراسة محتوى المادة الإسلامية في صفحات عينة الدراسة، من حيث المضمون والشكل ترى الدراسة أن الصحيفة لم تكن موفقة إلى حد ما في خدمة وتفعيل الخطاب الدعوي المعاصر.

قائمة المصادر والمراجع

* القرآن الكريم

(1) الكتب:

- (1) إبراهيم إسماعيل، الإعلام الإسلامي ووسائل الاتصال الحديثة، دعوة الحق، كتاب شهري يصدر عن رابطة العالم الإسلامي، العدد 133، السنة 13 محرم 1414.
- (2) أحمد عمر هاشم، الدعوة الإسلامية منهجها ومعالمها ، لا: ط، القاهرة، مكتبة غريب، د، ت.
- (3) أحمد غلوش، الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها، ط: 2، القاهرة، دار الكتاب الإسلامية، 1407 هـ / 1987 م.
- (4) ببيرا لبير، الصحافة ، لا: ط ، د، م، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987 م.
- (5) تيسير أبو عرجه، دراسات في الصحافة والإعلام ط: 1، عمان، دار مجدلاوي 1421 هـ، 2000 م .
- (6) رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، مضمونه، أسسه، استخداماته لا: ط، د، م، دار الفكر العربي، د، ت.
- (7) ريتشارد بن لويس دونهيو روبرت ثورب، (ترجمة) محمد ناجي الجوهر: تحليل مضمون الإعلام المنهج والتطبيقات العربية ط: 1، د، م، قدسية للنشر، 1412 هـ / 1992 م.
- (8) شحاتة صقر، إدارة العمل الدعوي، مج 1، لا: ط، مصر، دار الفتح الإسلامي، د، ت
- (9) طلعت همام، مائة سؤال عن الصحافة ط: 2، عمان، دار الفرقان، 1408 هـ - 1988 م)
- (10) عبد العزيز بن عثمان التويجري، العالم الإسلامي في عصر العولمة، لا: ط، د، م، دار الشروق، د، ت.
- (11) عبد العزيز شرف الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، لا: ط، القاهرة، دار قباء 2000 م.
- (12) عبد المالك مرتاض، الإسلام والقضايا المعاصرة لا: ط، الجزائر، دار هومة 2009.
- (13) عبد الكريم زيدان : أصول الدعوة ، ط: 3، لا ، م ، لا ، ن 1396 هـ ، 1976 م .
- (14) عمار بوحوش، التاريخ السياسي للجزائر، ط: 2، بيروت، دار الغرب الإسلامي 2005 م .

- 15) عاطف عدلي العبد، إستطلاعات وبحوث الإعلام والرأي العام الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، لا: ط، القاهرة، دار الفكر العربي، 2006.
- 16) فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، لا: ط، القاهرة، عالم الكتاب 1986م.
- 17) فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، ط: 1، مصر، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفني، 2002 م.
- 18) فؤاد توفيق العاني، الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة، ط: 1 بيروت، مؤسسة الرسالة، 1414هـ - 1993م.
- 19) مجموعة مؤلفين، بحوث في الصحافة المعاصرة، ط: 1، القاهرة، العربي للنشر، 2000م.
- 20) محمد أبو الفتح البيانوني، المدخل إلى علم الدعوة، ط: 3، بيروت: مؤسسة الرسالة 1415هـ / 1990 م .
- 21) محمد الغزالي، مع الله، دراسات في الدعوة والدعاة، ط: 6، لا، م، لا، ن، 2005
- 22) محمد حسن عبد العزيز، لغة الصحافة المعاصرة، لا: ط، القاهرة، دار المعارف، د.ت.
- 23) محمد سيد محمد، الصحافة بين التاريخ والأدب، ط: ، القاهرة، دار الفكر العربي 1405 هـ - 1980م.
- 24) محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ط: 1، القاهرة، عالم الكتب، 1412 هـ/ 1992م.
- 25) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، لا: ط، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1979 م.
- 26) محمد عبيدات ، و آخرون: منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات ط: 2، عمان، دار وائل، 1999 م.
- 27) محمد فريد محمود عزت، مدخل إلى الصحافة، لا: ط، القاهرة، لا، ن، 1414هـ - 1993م.
- 28) مروة أديب، الصحافة العربية نشأتها وتطورها لا: ط، لبنان، دار مكتبة الحياة، د.ت.
- 29) مساعد بن عبد المحيا، القيم في المسلسلات التلفازية، ط: 1، السعودية، دار العاصمة، 1414هـ.

- (30) مصطفى الدمينري، الصحافة في ضوء الإسلام، لا: ط، مكة المكرمة، مكتبة الطالب الجامعي، 1408هـ/1987م-1988م.
- (31) يوسف القرضاوي، الصحوة الإسلامية من المراهقة إلى الرشد، ط: 1، مصر: دار الشروق، 2002.
- (32) يوسف القرضاوي، خطابنا الإسلامي في عصر العولمة، ط: 1، القاهرة، دار الشروق، 1424هـ، 2004م.
- (33) يوسف القرضاوي، فقه الأولويات دراسة جديدة في ضوء القرآن الكريم والسنة لا: طلا، م، المكتبة الإلكترونية www.fiseb.com، د.ت.
- (34) يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط: 1، الجزائر، طاكسيج كوم، 2007م).
- (35) مرعي مدكور، الصحافة الإخبارية، ط: 1، القاهرة، دار الشروق، 1422هـ/2002م.
- (36) محمد الدروبي، الصحافة والصحفي المعاصر، ط: 1، د، د، م، لا، د، 1996م.
- (37) فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، المصدر موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي.
- (2) المعاجم و الموسوعات :
- (38) مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ط: 4، مصر، مكتبة الشروق العربية، 1425هـ/2004م.
- (39) أحمد بن محمد بن علي الفيومي المقرئ، المصباح المنير لا: ط، بيروت، مكتبة لبنان 1987م.
- (40) أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، ط: 2، بيروت دار الكتاب اللبناني 1414/1994م.
- (41) إسماعيل بن حماد الجوهري، الصحاح، تحقق، أحمد عبد الغفور عطار، ج4، ط: 2، بيروت، دار العلم للملايين، 1399هـ/1979م.
- (42) مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي الشيرازي، القاموس المحيط، ج1، ط: 3، لا، م، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1301هـ.
- (43) مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، ط: 1، مصر، مجمع اللغة العربية، 1400هـ-1980م.

(44) مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، لا: ط، مصر، وزارة التربية والتعليم، 1415 هـ - 1994 م.

(45) محمد نسيب الرفاعي، تيسير العلي القدير لاختصار ابن كثير، مج 4، لا: ط، الرياض، مكتبة المعارف، د. ت.

(46) محمد الأمين بن عبد الله الأرمي العلوي الهري الشافعي، تيسير حدائق الروح والريحان في علوم القرآن ج 31، لا: ط، مكة المكرمة، دار طوق النجاة، د. ت.

(3) الرسائل الجامعية:

(47) هند عزوز، المعالجة الصحفية الانتفاضة الأقصى، دراسة تحليلية ليوميتي النصر والشروق اليومي (رسالة ماجستير في الدعوة والإعلام) كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، قسم أصول الدين، فرع الدعوة والإعلام، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 1426-1427 هـ/2005-2006 م.

(48) يمينه بن عيسى، الصحافة الفنية الجزائرية، دراسة سوسيولوجية لثلاثة جرائد، مشوار الأسبوع، بانوراما الشروق العربي، (رسالة ماجستير في علم الاجتماع) كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة الجزائر 2003-2004 م

(49) آلاء أحمد هشام، مصباح عمار، الإعلام مقوماته، ضوابطه، أساليبه في ضوء القرآن الكريم - دراسة موضوعية، (رسالة ماجستير في تخصص التفسير وعلوم القرآن) كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، غزة، 1430 هـ/2009 م

(50) شهرة شفري، الخطاب الدعوي عند جمعية العلماء المسلمين الجزائريين، دراسة مقارنة بين عبد الحميد بن باديس ومحمد البشير الإبراهيمي (رسالة ماجستير في الدعوة الإسلامية) كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، قسم أصول الدين، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 1429 هـ - 1430 هـ/2008-2009 م.

VI - الملتقيات والمؤتمرات :

(51) طالب حماد أبو شعر، معالم الخطاب الدعوي عند النبي صلى الله عليه وسلم مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر: 7-8 ربيع الأول 1426 هـ، 16-17 أبريل 2005 م، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين.

(52) محمد مصطفى الياقوتي، الخطاب الدعوى الواقع والمأمول، الملتقى التنسيقي السابع للوزراء المعنيين بالدعوة، تحت شعار (ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة) السودان 22-23-ربيع الأول 1433هـ، 15-16 فيفري 2012م

(53) جمال محمد بواطنه، تجديد الخطاب الديني المعاصر ضرورة ملحة، المؤتمر العام الواحد والعشرون للمجلس الأعلى للشؤون الإسلامية، فلسطين

(54) إسماعيل الحكيم، نحو خطاب دعوي معاصر ومتجدد، الملتقى التنسيقي السابع للوزراء المعنيين بالدعوة، تحت شعار «ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة» السودان، 22-23 ربيع الأول 1433 هـ/ 15-16 فبراير 2012 م.

(55) نصيرة بوعلي، الخطاب الديني ووسائل الإعلام، قدمت هذه الدراسة في مؤتمر (الخطاب الديني المعاصر والمتغيرات الدولية)، جامعة الجزائر، 2007.

IV-المواقع الالكترونية:

- 56) WWW.ALUKAH.NET/SOCIAL
- 57) www.al.raeed.net/training
- 58) <http://site.iugaza>.

IIIV-المقابلات:

(59) مقابلة مع أ. أحمد رزاق لبزة، المدير العام ومسؤول النشر لجريدة الجديد اليومي، الأحد 2014/05/11.

فهرس الآيات

الصفحة	رقم الآية	السورة ورقمها	شطر الآية
10	214	البقرة(2)	<<أم حسبتم أن تدخلوا الجنة ولما...>>
	151-146	النساء(4)	<<إلا الذين تابوا وأصلحوا واعتصموا...>>
	63	النساء(4)	<<وعظهم وقل لهم في أنفسهم قولاً...>>
	158	الأعراف(7)	<<قل يا أيها الناس إني رسول الله...>>
	46	الأنفال(8)	<<وأطيعوا الله ورسوله ولا تنازعوا...>>
	103	التوبة(9)	<<خذ من أموالهم صدقة تطهرهم...>>
	28	الرعد(13)	<<الذين آمنوا وطمئنت...>>
	125	النحل(16)	<<ادع إلى سبيل ربك بالحكمة...>>
	20	ص(38)	<<وآتيناه الحكمة وفصل الخطاب...>>
	52	القلم(68)	<<وما هو إلا ذكر للعالمين...>>
	87	الجاثية(45)	<<إن في السماوات والأرض...>>
	3-2	الحجرات(49)	<<يا أيها الناس إنا خلقناكم من...>>
	13	القمر(54)	<<ولقد يسرنا القرآن للذكر...>>
	19-18	الأعلى(87)	<<إن هذا لفي الصحف الأولى...>>
	2-1	الضحى(93)	<<والضحى والليل إذا سجى...>>

فهرس الأشكال

الشكل	رقمه	رقم الصفحة
تمثيل بياني لفئات الموضوعات الرئيسية	2	43
تمثيل بياني لفئات القيم	11	54
تمثيل بياني لفئات مصدر المعلومة	12	56
تمثيل بياني لفئات الأشكال الصحفية وغير الصحفية	13	58
تمثيل بياني لفئات الأساليب الإقناعية	16	61
تمثيل بياني لفئات الصور الفوتوغرافية	17	64

فهرس الجداول

الجدول	رقمه	رقم الصفحة
أعداد عينة الدراسة	1	23
الموضوعات الرئيسية	2	53
الموضوعات الإسلامية المتخصصة	3	55
موضوعات العبادة	4	55
الموضوعات الأخلاقية	5	57
الموضوعات العقدية	6	58
الموضوعات الاجتماعية	7	58
الموضوعات الثقافية والحضارية	8	59
الموضوعات الصحية	9	59
السير والتراجم	10	60
القيم المستهدفة	11	65
مصدر المعلومة	12	67
الأشكال الصحفية و غير الصحفية	13	69
الأشكال غير الصحفية	14	70
الأشكال الصحفية	15	70
الأساليب الإقناعية	16	72
الصور الفوتوغرافية	17	75

الملاحق