

دور البرامج الدينية فى الفضائيات المصرية  
فى تجديد الخطاب الدينى  
دراسة تطبيقية

اعداد /

رنا عادل عبد الله

رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير فى الآداب من قسم الاعلام

2021م - 1443هـ

## المقدمة:

يشهد العالم اليوم تطورات كبيرة في كافة المجالات، وهو ما يعود بالتأثير علي استخدام وسائل الإعلام والاتصال، ومع مرور الزمن واستمرار الإنسان في اكتشاف وسائل الإعلام بأنواعه المختلفة سواء الشخصي أو الجمعي أو الجماهيري، اتسعت الوسائل المستخدمة في تقديم الخطاب الديني، والتي بدورها اختلفت عن وسائل تقديم الخطاب الديني سابقاً، وهو ما يستدعي العناية بتطوير الرسائل الإعلامية الموجهة إلي الفئات المختلفة من الجمهور، من خلال استخدام التكنولوجيا الحديثة في الاتصال العالية المستوي.

ومما لا شك فيه أننا أصبحنا نعيش في عصر تكنولوجي يتسم بالتقدم وأن وسائل الإعلام الجماهيرية كالتلفزيون والإذاعة والصحافة وغيرها تلعب دوراً هاماً في تشكيل حياة الأفراد اجتماعياً وثقافياً، وبعد انتشار الأقمار الصناعية والبريد المباشر وتطور المعلوماتية ازداد أبعاد هذا الدور وأصبح الجمهور موضوعاً وعرضة للتأثير من كافة جهات ودول العالم وتعاضم استخدام البث الإعلامي فأصبح لهذه الوسائل إمكانية نشر القيم والمعتقدات وترسيخ المبادئ سواء كانت معارضة أو مطابقة لما يحمله المجتمع من قيم وثقافة ومعتقدات.

كما أن الانتشار الواسع للإعلام الديني في مجتمعاتنا العربية والإسلامية يؤكد على أهمية الدين وما يمثله في هذه المجتمعات ورغم النجاحات المهمة التي حققها هذا الإعلام إلا أننا لانزال في حاجة ماسة إلى إجراء مراجعة نقدية تفتح أمامنا سبلاً جديدة لتطوير منتجات الإعلام الديني بما يعزز القيم الجوهرية للدين ويُعمق ثوابته وأُسسهِ في المجتمع.

والخطاب الديني هو ما يطرحه العلماء والدعاة المنتمين إلي المؤسسات الإسلامية والدعوية، في بيان الإسلام وشريعته وتطبيقاته في الحياة الدنيا والآخرة، ومن أهم دواعي تجديد الخطاب الديني هو احتواء المشاكل المعاصرة التي انتشرت وإستفحلت علي المجتمع المصري، إضافة إلي القضاء علي التطرف والتشدد جراء ظهور وسائل تطرح من خلال بعض الأبقاق الكثير من المواد الإعلامية التي تحمل بعض المفاهيم والمعلومات الخاطئة، والتي بدورها تعثي في الدين فساداً، وقد يكون ذلك لعجزهم وعدم درايتهم بحقيقة الدين الإسلامي، أو لأنهم أُستخدموا عنوة من طرف بعض الجهات المتطرفة من أجل إستقطاب بعض من الجمهور والتأثير علي معتقداتهم وأفكارهم، بنشر الكثير من المعلومات المغلوطة عن الدين، الأمر الذي يهدد استقرار المجتمع وأمنه.

لذا فإن تجديد هذا الخطاب ضرورة فطرية وبشرية لأن الخطاب الديني الحالي مفكك وفردى كما أن نهضة العالم الإسلامي إن لم تصدر من مفهوم ديني فهي محكوم عليها بالفشل، لذا لا بد من خطاب ديني منضبط ومعاصر يستطيع النهوض بالأمة الإسلامية وقادر على إيجاد الحلول الشرعية المناسبة لمشكلات الواقع. وتتناول الدراسة الحالية تحليل لبعض من البرامج الدينية المعروضة علي القنوات

الفضائية وهى (برنامج المسلمون يتساءلون - قلوب عامرة- لعلمهم يفقهون ) والتي تحتوى على العديد من المضامين الدينية التى لها تأثير بالغ الأهمية على معارف واتجاهات المشاهدين نحو القضايا الدينية المختلفة ، والتي تهدف الى تعريف الأفراد بقيم وتعاليم الاسلام والتي يقوم بتقديمها مجموعة من المتخصصين من أجل التوعية والاستتارة، التى تعد بمثابة دليل ومرشد لكل من يبحث عن التعاليم السليمة للدين الاسلامى بصورة مبسطة ، وقد تم اختيار تلك العينة من البرامج الدينية بناءً على دراسة استطلاعية قامت الباحثة بها للوقوف على أهم البرامج الدينية المقدمة بالفضائيات المصرية من وجهة نظر الجمهور، وتحليل مضمون محتواهم ومعرفة مدى تأثير كل منها على تجديد الخطاب الدينى فى كل منهم.

وتلك البرامج الدينية تقدم حلقات وفقا لأسس علمية صحيحة وبأساليب متعددة وبمحتوى متنوع من القضايا ما بين قضايا العقائد من القرآن والسنة النبوية وما بين القضايا التى تتناول القيم والآداب والأخلاقيات ، كما طرحت بعض البرامج منها بعض الجوانب المهمة فى العلاقات الاجتماعية والأسرية ، اضافة الى تناول العديد من القصص الدينية ومواقف الأنبياء - عليهم السلام - وكيفية تحملهم الابتلاءات والتصرف فى المواقف التى كانوا يواجهونها طوال مسيرتهم الدينية والدعوة الى الله عز وجل ، اضافة الى نشر الفكر الديمقراطى والعدل والمساواة داخل المجتمع ، وتوضيح دور الاسلام فى محاربة الارهاب والتطرف والدعوة الى التمسك بتراث السلف وعدم الاساءة الى المقدسات والرموز الدينية ونبذ التمييز الطائفى والمذهبي التأكيد على سماحة الدين الاسلامى وأهمية التكافل داخل المجتمع المصرى.

كل هذا اضافة الى شرح آيات من القرآن الكريم فى كل حلقة من حلقات تلك البرامج والوقوف على أسباب نزول تلك الآيات والشرح المبسط لها للجمهور والحث على الاستناد الى القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة كمراجع رئيسية فى الحياة والمواقف الحياتية ، والاستعانة بمواقف الصحابة فى مواجهة الأمور الحياتية وكيفية الاقتداء برسول الله صلى الله عليه وسلم.

#### المشكلة البحثية:

تتمثل المشكلة البحثية فى رصد وقياس الدور الدينى للاعلام المرئى متمثلا فى الفضائيات المصرية من خلال دراسة دور تلك الفضائيات فى تجديد الخطاب الدينى الذى يواكب مستجدات العصر ويلبى احتياجات المسلمين فى عالم متغير ينطوى على العديد من المستجدات والأفكار الجديدة ، مع رصد حدود التزام هذا الخطاب الجديد بالثوابت الدينية ، وقياس المتغيرات الوسيطة التى تدعم أو على العكس تعوق الدور التنويرى والتجديدى للاعلام المرئى بشأن الخطاب الدينى والمعاصر، وتتمثل تلك المتغيرات الوسيطة Contingent Conditions فيما يلى:

1- إدراك المشاهدين لأهمية تجديد الخطاب الدينى.

2- مستويات اعتماد المشاهدين على البرامج الدينية فى التعرف على ملامح الخطاب الدينى الجديد، واستلهاهم توجهاته، والالتزام بها فى قضايا المعاملات وغيرها.

3- مستويات الثقة التي يُوليها المشاهدون لمضامين البرامج الدينية المتعلقة بالخطاب الديني الجديد.

4- اتجاهات المشاهدين نحو الأطروحات الإعلامية الخاصة بعملية تجديد الخطاب الديني والتي ترد في تناول البرامج الدينية بالفضائيات المصرية.

وانطلاقاً من أهمية دور القنوات الفضائية، وقوة تأثيرها علي المجتمع بشكل عام فكرياً وثقافياً وسلوكياً وعقائدياً، وقدرتها علي التوجيه والإقناع باعتبارها أداة تحويل في العادات والتقاليد وبعض الأفكار والمعتقدات، ونظراً للنهضة الكبيرة والتطور المستمر لتلك القنوات، وما صاحب ذلك التطور من اهتمام من جانب المشاهدين، حيث أن القنوات الفضائية تعمل علي تقديم الصوت والصورة معاً، وسيكون لذلك حتماً تأثيراً مباشراً علي جميع فئات المشاهدين، الأمر الذي دفعنا إلي هذه الدراسة في كونها تضع أيدينا علي طبيعة الدور الفعلي الذي تقوم به القنوات الفضائية المصرية في تجديد الخطاب الديني، وهو الأمر الذي يُعد مقدمة ضرورية لفهم أبعاد هذا الدور ولفت انتباه القائمين علي جميع وسائل الإعلام وخاصة القنوات الفضائية للتوصل إلي توصيات لتوضيح وتفسير هذه الإشكالية أو معالجتها في عصر أصبح العالم فيه منفتحاً علي نفسه. وتظهر مشكلة الدراسة في عدة نقاط نذكرها فيما يلي:

- أن بعض البرامج الدينية التي تُبث بالقنوات الفضائية المصرية لا تمتلك رؤيا وأهداف واضحة أو محددة في تقديم وتجديد الخطاب الديني.

- أن الكثير من القنوات الفضائية المصرية لها أجنات إعلامية لا تتوافق وخصوصيات المجتمع المصري الدينية والأخلاقية والاجتماعية، وتقوم بدور الناقل لمفاهيم وقيم غربية تتناقض وقيم ومفاهيم الشريعة الإسلامية.

- مازالت تعاني الكثير من البرامج الدينية من الجمود والثبات في عرض الخطاب الديني، بما لا يتلاءم ومستلزمات العصر الحالي.

- إنتشار القنوات الفضائية المتعددة وتنوع برامجها جعل الكثير من المشاهدين يعانون من إزدواجية في الخطاب الديني لديهم، وهو ما يترتب عليه آثاراً سلبية في بناء رؤياهم المستقبلية.

#### \* أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع نفسه، باعتباره يمس جانب روحاني عقائدي يخص شريحة كبيرة من المجتمع المصري، وعليه تحدد أهمية الدراسة في:

1- احتلت قضية تجديد الخطاب الديني مساحة كبيرة من الاهتمام سواء علي مستوي النخب الدينية والسياسية والإعلامية، أو علي مستوي الرأي العام.

2- تباين الاتجاهات نحو قضية تجديد الخطاب الديني ما بين مؤيد أو معارض، هذا التباين يدعوا إلي الاهتمام بتلك القضية.

3- طبيعة الظروف العامة التي تشهدها المجتمعات العربية والإسلامية بوجه عام وتنامي حالات التطرف والتعصب، وسعي الحكومات لمواجهة الأفكار المتطرفة والمتشددة من خلال تجديد الخطاب الديني.

4- تعاضد دور القنوات الفضائية في حياة الأفراد والجماعات إلى الحد الذي أصبحت تمثل جزءاً أساسياً من حياتنا اليومية، ومما يضاعف من تأثير القنوات الفضائية قدرتها على الاستقطاب، لما تتسم به من عناصر الجذب والتشويق، فقد يعمل البث الفضائي في ظل العولمة الإعلامية على تشكيل نوع من ازدواجية الخطاب الديني والفكري الذي يجمع بين الأصالة والمعاصرة، مما يؤثر على معتقدات وأفكار الجمهور، وهو ما يوضح خطورة الدور الذي تمارسه القنوات الفضائية في تشكيل الجدل حول الخطاب الديني.

5- أهمية دراسة الخطاب الديني كونه منتجاً إعلامياً يأتي في إطار بنية اجتماعية محددة ، إلى جانب كونه شكلاً من أشكال التواصل الفعالة في المجتمع وله قدرة على التأثير في الملتقى وإعادة تشكيل وعيه.

6- ان الخطاب الديني بحاجة إلى المراجعة والمتابعة والتطوير بصفة مستمرة لأن العالم يتغير ويحقق في اليوم ما لم يمكن تحقيقه في عقود.

7- ان الكشف عن سمات وخصائص الخطاب الإعلامي نحو قضية تجديد الخطاب الديني سيفيد القائمين عليه في تصويب مسارهم بتقديم خطاب ديني موضوعي متزن ، ويضعهم أمام مسؤولياتهم الاجتماعية والمهنية والأخلاقية .

#### ● أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي هو التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية في تجديد الخطاب الديني.

وينبثق من هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية أخرى تتمثل فيما يأتي:

1- التعرف على أهمية وأهداف البرامج الدينية في القنوات الفضائية المصرية.

2- الوصول إلى أعلى درجة من الكفاءة والفاعلية للبرامج الدينية التي تقدمها القنوات الفضائية محل الدراسة، وذلك من خلال توفير قاعدة بيانات عريضة ومعلومات تفيد في الخطط الإعلامية المستقبلية والمعنية بالخطاب الديني، حتي يتسني للقائمين رسم سياسة إعلامية لتوظيف تلك البرامج في تجديد الخطاب الديني.

3- الوقوف على مفهوم الخطاب الديني.

4- إستكشاف أهم ملامح الخطاب الديني في البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية، ومدى اهتمام هذه البرامج بموضوع تجديد الخطاب الديني.

5- التعرف على الأبعاد الرئيسية للدور الذي تقوم به القنوات الفضائية المصرية في تجديد الخطاب الديني.

6- التعرف علي أهم المفاهيم والقضايا التي تتناولها البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية لتجديد الخطاب الديني.

7- التعرف علي القوالب والأشكال الفنية التي تستخدمها القنوات الفضائية المصرية في تجديد الخطاب الديني.

#### • الدراسات السابقة:

1-دراسة سماح حسين حميدة، بعنوان " دور البرامج الدينية فى الفضائيات العربية بتشكيل الصورة الذهنية لعلماء الدين الإسلامى ودعاته: دراسة مسحية" (2019) <sup>(1)</sup>

ان الناظر إلى الساحة الإعلامية يشاهد الكثير من علماء الدين ودعاته المعروفين ، سواء من يقوم بتقديم البرامج الدينية منهم أو من يتم استضافته عبر حلقات تلك البرامج ، والذين أصبح لديهم الكثير من المتابعين والمتأثرين بهم نتيجة تشكيل صورة ذهنية معينة عنهم، لذلك يمكن تحديد مشكلة الدراسة بالسؤال الرئيسى الآتى:- ما دور البرامج الدينية فى الفضائيات العربية بتشكيل الصورة الذهنية لعلماء الدين الإسلامى ودعاته لدى الجمهور الأردنى؟ حيث يتمثل الهدف الرئيسى للدراسة فى: التعرف على دور البرامج الدينية فى الفضائيات العربية بتشكيل الصورة الذهنية والعوامل المؤثرة فى تشكيلها لعلماء الدين الإسلامى ودعاته لدى الجمهور الأردنى، التعرف على أبعاد الصورة الذهنية المتكونة عن علماء الدين الإسلامى ودعاته وتقييمها لدى الجمهور الأردنى من خلال البرامج الدينية، حيث اعتمدت الدراسة على توظيف نظريتى (الاعتماد على وسائل الإعلام، نظرية التوافق المعرفى)، حيث اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقه الميدانى بالتطبيق على عينة متاحة من سكان محافظة اربد بواقع (400) مفردة. ومن أهم النتائج التى تم التوصل إليها :- كانت درجة اعتماد الجمهور الأردنى على البرامج الدينية فى تشكيل الصورة الذهنية عن علماء الدين الإسلامى ودعاته درجة متوسطة وبنسبة (58%) وتعتبر هذه نسبة جيدة. وفيما يتعلق بمساهمة البرامج الدينية فى تشكيل الصورة الذهنية لعلماء الدين الإسلامى ودعاته، جاءت بالمرتبة الأولى عبارة عن (تدعم الصورة الإيجابية للعلماء والدعاة لدى الجماهير ) بنسبة (24,2%).

2- دراسة سناء محمدي السيد عامر، بعنوان: " صورة وسطية الإسلام كما تقدمها البرامج التليفزيونية بالفضائيات وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحوها " (2018) <sup>(2)</sup>

هدفت الدراسة إلى الوقوف على صورة وسطية الإسلام كما تقدمها البرامج التليفزيونية بالفضائيات وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحوها، والكشف عن مفهوم وسطية الإسلام

(1) سماح حسين حميدة ، دور البرامج الدينية فى الفضائيات العربية بتشكيل الصورة الذهنية لعلماء الدين الإسلامى ودعاته: دراسة مسحية ، رسالة ماجستير غير منشورة(الأردن، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، 2019)

(2) سناء محمدي السيد عامر . صورة وسطية الإسلام كما تقدمها البرامج التليفزيونية بالفضائيات وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، 2018.

الذي وصل للمراهق من خلال الإعلام الديني وتأثيره على فكر واتجاهات المراهق الدينية والإجتماعية والسياسية، والتعرف على العلاقة بين الإعلام الديني المقدم في القنوات الفضائية وبين خلط بعض المفاهيم الدينية التي تصل للمراهق من خلاله، وتحديد الجوانب الايجابية والسلبية للدور الذي يؤديه الإعلام الديني في تنشئة المراهقين دينياً وتكوين اتجاهاتهم ومفاهيمهم الدينية، وتنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية وتستخدم منهج المسح الإعلامي، واعتمدت الدراسة علي عدة أدوات بحثية هي الملاحظة المباشرة، واستمارة الاستبيان، واستمارة تحليل المضمون، واعتمدت الدراسة علي عينة بشرية تكونت من 642 مفردة، وعينة تحليلية تكونت من 12 حلقة من كل برنامج يومي، و12 حلقة من كل برنامج أسبوعي، وقد توصلت الدراسة إلي أن معظم البرامج بالقنوات الفضائية لم تقدم الصورة الوسطية للدين الإسلامي في خطابها، وتعددت الأسباب التي دعت المراهقين وكان من أهمها التعرف علي بعض المفاهيم الدينية الصحيحة، والوقوف علي أهم المضامين الدينية التي تحتويها البرامج بالقنوات الفضائية.

### 3- دراسة Mohammad Ahmad Abualrob، بعنوان: " الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية: قوة الخطاب السلفي في تشكيل الرأي العام " (2018) <sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة الحالية إلي تحديد العوامل المؤثرة في قوة وتأثير الخطاب الديني المقدم بالبرامج الدينية بالقنوات الفضائية، وملامح الخطاب الديني بالبرامج الدينية المقدمة بالقنوات الفضائية، وتأثير تقنيات الإخراج علي توصيل الرسالة الدينية المقدمة بالقنوات الفضائية، واعتمدت الدراسة الحالية علي منهج المسح الإعلامي التحليلي، إلي جانب دراسة الحالة، وتكونت عينة الدراسة من مجموعة من حلقات برنامج " نحن معكم " بقناة المجد، والتي قامت بتغطية الثورة السورية، وقناة الناس وتحليل إعلاناتها، إلي جانب دراسة حالة قناة الرسالة، واعتمدت الدراسة علي أداة تحليل المضمون، وقد توصلت الدراسة إلي تنوع الخطاب الديني المقدم بالبرامج الدينية بالقنوات الفضائية، ويختلف المنهج المتبع من قناة إلي أخرى كل حسب الإيدولوجية الفكرية التي تحكم العمل داخل القناة، أحدثت التكنولوجيا الحديثة حالة من الدمج بين الدين والحياة بكل مادياتها، وهو ما زرع ثقافات دينية تختلف عن ثقافة السلف من الصحابة، تبني كثير من القنوات آليات التحديث وأسلوبه وما تأثر به من خلال العولمة، وهو ما يفرض عنف رمزي علي الجمهور.

### 4- دراسة Kanaker, O., & Abd Ghani, Z، بعنوان: " استراتيجيات تجديد الخطاب الإسلامي بالقنوات الفضائية المسلمة: دراسة مقارنة بين قناتي الرسالة والهجرة " (2018) <sup>(2)</sup>.

(1) Abualrob, M. Preaching Arab Satellite Television Channels: The Power of Salafi Discourse in forming Public Opinion, **PhD Thesis**, University of Wlon, 2018.

(2) Kanaker, O., & Abd Ghani, Z. Islamic Discourse Renewal Strategy Of Islamic Television Channels: A Comparison Of Al-Resalah And Al-Hijrah, **Journal Abqari**; V(9), N(12), 2018.

هدفت الدراسة الحالية إلي تحديد رؤية ورسالة وأهداف البرامج الدينية بالقنوات الفضائية، كما هدفت إلي تحليل بعض البرامج التعليمية لقناة الرسالة وقناة الهجرة، واعتمدت الدراسة علي المنهج التحليلي إلي جانب المنهج المقارن، واستخدمت أداة تحليل المضمون لتحليل برامج قناتي الرسالة والهجرة لمدة أسبوع متواصل من البث، وقد توصلت الدراسة إلي أن هناك بعض التشابه بين القناتين يتمثل في الهدف الرئيسي لكل قناة وهو نشر التعاليم الإسلامية للجمهور المسلم، كما يوجد هناك قصور من جانب القناتين مؤداه أن القناتين فشلتا في تقديم الوعظ الديني وتعاليم الدين الإسلامي بشكل وسطي، يضرب التخطب معظم برامج القناتين، فلا توجد خطة محكمة وإنما العمل يتم بشكل عشوائي وهو ما يقلل من دورها في تقديم التعاليم الإسلامية للجمهور، يوجد لكل قناة ثقافتها ومنهجها ومعتقداتها الخاصة، وبالتالي يجب أن يتم نشر الرسالة بحكمة لتكون مقبولة.

#### 5- دراسة آية محمود محمد عبدالوهاب بعنوان: " معالجة قضية تجديد الخطاب الديني في البرامج الدينية بالفضائيات العربية " (2020) <sup>(1)</sup>.

هدفت الدراسة الحالية إلي التعرف على كيفية معالجة البرامج الدينية لقضية تجديد الخطاب الديني وقد تم اختيار عينة تحليل الخطاب من آخر 5 سنوات وبالنسبة لعينة الدراسة الميدانية فتم اختيار عينة عشوائية من متابعي هذه البرامج والفضائيات للوقوف على مدى تأثير تناول قضية تجديد الخطاب بوسائل الإعلام على اتجاهاتهم نحو تلك القضية واعتمدت الباحثة على عينة عمدية من ممثلي الأزهر الشريف وذلك لدراسة الموضوع من الناحية الفقهية والدينية ومعرفة أبعاده الشاملة وليس فقط دراسة المعالجة الإعلامية لقضية تجديد الخطاب الديني كما أنها توصلت إلي مجموعة من النتائج أهمها: أن الخطاب الديني المعاصر في وضع انفصامي مع مستجدات العصر حيث أن المجتمع يتطور ويتغير خاصة في ظل الأزمات التي مرت بها الأمة العربية خاصة في القرن الـ20 واحتلال الدول العربية وانتشار الأمية والتخلف فكانت حركة الحياة أسرع من حركة الأمة في حد ذاتها ولكن الدين لا يزال مربوطاً بالماضي ويستورد قضايا قديمة يشغل بها الناس مثل (النقاب، التكفير، الاختلاط، لعن اليهود والنصارى) فالجيل الجديد انشغل بقضايا جديدة، إضافة إلي ضعف وتدهور الخطاب الديني إلي جانب عدم وجود تربية دينية صحيحة تساعد على استعلاء الهمم ولا يوجد نظام يطبق الشريعة الإسلامية في كافة المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية ومحاولة تطبيق فتاوى أو أحكام تم إصدارها في زمن محدد لمصلحة محددة، كما أنه لا يوجد دعاة مقربون من الخطاب النبوي فالرسول تم إرساله لناس أميين بعيدين عن الأخلاق والعلم ومع ذلك قام الدين بالإرتقاء بهم وبأنفسهم دينياً وسلوكياً وعلمياً.

#### 6- دراسة مها مدحت حسين، بعنوان: " الاستراتيجية المقترحة لتفعيل الخطاب الديني الوسطي في الإعلام المرئي وأثر ذلك على الأمن القومي " (2019) <sup>(2)</sup>.

أشارت هذه الدراسة إلي أن هناك عاملاً يربط الخطاب الديني باستنهاض الأمة ويثبت البشر على دعوتهم إلي الخير والاصلاح ممثلاً فيمن يحمل لواء الوسطية والاعتدال وهم من وجهة نظر الباحثة "الأزهر الشريف ووزراء الأوقاف ودار الافتاء" فضلاً

عن خطاب الأزهر والكنيسة الوسطى لإحداث كثير من التوازنات ودرء الفتن ومواجهة الإسلاموفوبيا، كما أكدت الباحثة أن جوهر الاستراتيجية القومية المقترحة فى تفعيل الخطاب الدينى الوسطى فى الإعلام المرئى لمواجهة أبرز تحدياته وهى التطرف والعنف والإرهاب تعتمد على استغلال عناصر قوى الدولة الشاملة وخاصة القدرة السياسية الداخلية والإعلام من خلال استخدام الثورة الإعلامية والاتصالية الحديثة التى نعيشها حالياً وهذه الثورة الإعلامية لها دور كبير فى تنقيف النشئ والشباب وتنمية قدراتهم العلمية والثقافية ، وكذلك نشر ثقافة الدين والقيم كما أكدت الاستراتيجية

(1) آية محمود محمد عبدالوهاب ، معالجة قضية تجديد الخطاب الدينى فى البرامج الدينية بالفضائيات العربية ، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة كلية الإعلام، 2020م.

(2) مها مدحت حسين فهميم ، الاستراتيجية المقترحة لتفعيل الخطاب الدينى الوسطى فى الإعلام المرئى وأثر ذلك على الأمن القومى ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، أكاديمية ناصر العسكرية ، 2019م.

التي تقدمت بها الباحثة على محاربة الفساد والاعتزاز بالهوية والمحافظة على القيم الروحية والمعنوية.

#### \* تساؤلات الدراسة:

مما سبق تتمثل مشكلة الدراسة فى التساؤل الرئيس التالي : ما دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية فى تجديد الخطاب الدينى؟ ويتفرع من التساؤل الرئيس مجموعة من الأسئلة الفرعية.

1- ما نوع الأطر المستخدمة من قبل الفضائيات المصرية لمعالجة قضية تجديد الخطاب الدينية؟

2- ما أهمية وأهداف البرامج الدينية فى الفضائيات المصرية؟

3- ما المقصود بالخطاب الدينى؟

4- ما ملامح الخطاب الدينى للبرامج الدينية بالفضائيات المصرية؟

5- ما الأبعاد الرئيسة للدور الذى تقوم به الفضائيات المصرية فى تجديد الخطاب الدينى؟

6- ما أهم المفاهيم والقضايا التى تتناولها البرامج الدينية بالفضائيات المصرية لتجديد الخطاب الدينى؟

7- ما القوالب والأشكال الفنية التى تستخدمها الفضائيات المصرية فى تجديد الخطاب الدينى؟

8- ما أنواع الاستمالات المستخدمة فى عرض المفاهيم والمعلومات فى البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية؟

9- ما أنماط اللغة المستخدمة فى البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية؟

10- ما معايير تقديم الخطاب الدينى بالبرامج الدينية؟

11- ما نوع الجمهور المشارك وأسلوب مشاركته فى البرامج الدينية ؟

12- ما عناصر الابرار الداعمة فى البرامج الدينية؟

• فروض الدراسة:

- 1- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى الاهتمام بالخطاب الدينى التى يتعرض اليه المبحوثون فى البرامج والقنوات الفضائية واتجاهاتهم نحو قضية تجديد الخطاب الدينى.
- 2- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائياً بين دوافع الجمهور للبرامج الدينية وبين مستوى المعرفة لديهم بالقضايا الدينية التى تطرحها هذه البرامج.
- 3- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى الاهتمام بالخطاب الدينى وتأثيراتها المعرفية والوجدانية والسلوكية.
- 4- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل التعرض للخطاب الدينى بالبرامج الدينية والفضائيات المصرية وتأثيراتها المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى المبحوثين.
- 5- هناك فروق معنوية ذات دلالة احصائية فى معدل التعرض للخطاب الدينى بالبرامج الدينية بالفضائيات المصرية باختلاف الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة ( النوع- المرحلة العمرية - المستوى التعليمى - الدخل).

## • الإطار النظري للدراسة :

## يعتمد الإطار النظري للدراسة على تحليل الخطاب الإعلامي

يتميز الإعلام المعاصر بالكثافة والغزارة وحدة المنافسة، حيث أتاح التطور التكنولوجي وتطبيقاته المتسارعة في مجال الاتصال للفرد المعاصر أن يحدد خياراته وأن ينتقي من متعدد ما يناسبه من مواد إعلامية متنوعة ومختلفة، ومن أهم وسائل الإعلام المعاصر كانت القنوات الفضائية، حيث استطاعت ظاهرة القنوات الفضائية في السنوات الأخيرة أن تنتشر بوتيرة سريعة بفعل الأجهزة الإلكترونية والأقمار الاصطناعية التي تُبث على مدار الساعة، وأصبح إقبال الجمهور على برامج الفضائيات قوياً، كما شكل تأثير هذه البرامج في سلوكيات الفرد والعائلة، والمجتمع عموماً، منعطفاً في الاتجاهات والقيم، ولا سيما الاتجاهات الدينية والاجتماعية والثقافية والسياسية. وتحتل مسألة الخطاب الديني ركناً أساسياً في سياق الحديث عن دور الأديان في تطوير المجتمعات، إذ أن للخطاب الديني تأثيراً بالغاً في توجيه وتشكيل فكر الناس ووجدانهم وسلوكهم في مجتمعاتنا العربية، وخصوصاً تلك التي يشكل الدين فيها مكوناً بارزاً من مكونات الهوية الفردية والجماعية، والخطاب الديني هو شكل من أشكال الاتصال مع الناس في ظل مجتمعات عربية تعتبر في غالبيتها متدينة، فالحديث عن الخطاب الديني ذا أهمية فائقة في وقتنا الراهن، وخاصة أنه يقوم أيضاً بصقل ثقافة الناس الدينية، وبالتالي الحفاظ على القيم والمبادئ والسلوكيات الاجتماعية. ولذلك تستند هذه الدراسة على نظرية تحليل الخطاب الإعلامي كإطار نظري يمكن من خلاله التعرف على دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية في تجديد الخطاب الديني، وذلك من خلال ما تحقق في الحصول على المعلومات والمعرفة المختلفة.

## مفهوم الخطاب:

اتسعت دائرة تعريف وتناول مصطلح الخطاب كأهم عناصر التحليل الكيفي للمحتوى، فوجد أن الخطاب من المنظور الإعلامي هو "الرسالة من حيث موضوعاتها وعناصرها وكافة مكوناتها الظاهرة والمستترة بما ينطوي عليه من معان ودلالات وأهداف في سياقها الزمني والمؤسسي والمجتمعي، فالخطاب يشمل اللغة سواء كانت مكنوية أو منطوقة، والتعبيرات غير اللفظية (تعبيرات الجسد)، كما يشمل المادة المرئية والألوان وكافة المؤثرات وعناصر الإبراز والإخفاء في التعامل مع الموضوع وكل ما له علاقة مباشرة أو غير مباشرة بهذا الموضوع في سياقه الشامل" (1)

الخطاب Discourse لفظ مشتق من الأصل اللاتيني Discoursus وتعنى في اللاتينية الحوار، وكما انتقل إلينا عدد من المصطلحات الغربية، كالبنوية، والتفكيكية...، انتقل إلى ساحتنا العربية مصطلح الخطاب مؤكداً أثناء عملية انتقاله فروقا واضحة في الفهم والتعريف من دارس إلى آخر. (2)

(1) بركات عبدالعزيز، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق ط1 (القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2011) ص302.

(2) محمد ناصر الخوادة، مفهوم الخطاب كوسيلة اتصالية متاح على:

<http://www>shrooq2.com/vb/showthread.php?t=1490>

وابتكر هاريس مصطلح الخطاب وعرفه بقوله " إن الخطاب منهج في البحث في أي مادة مشكلة من عناصر متميزة ومترابطة في امتداد طولى سواء أكانت لغة أم شيئا شبيهاً باللغة، ومشتمل على أكثر من جملة أولية، إنها بنية شاملة تشخص الخطاب في جملته. أو أجزاء كبيرة منه"<sup>(1)</sup>

بينما ربط البعض بين تعريف الخطاب كمنظومة لفظية ومنتج الخطاب وهدفه من تقديم الخطاب، وفي هذا السياق يأتي تعريف محمود خليل للخطاب بأنه "مجموعة من النصوص التي تشكل خطاباً أو فكرة، فالخطاب باعتباره مقولة الكاتب هو بناء من الأفكار تحمل وجهة نظر مصوغة في بناء استدلالى يتضمن مقدمات ونتائج"<sup>(2)</sup>

### مفهوم تحليل الخطاب:

يمكن القول على ضوء ما سبق من تعريفات للخطاب أن تحليل الخطاب هو عملية استخدام منتج الخطاب للجمل داخل البناء اللغوى للنص في سبيل تحقيق غايته الإقناعية في إطار تفاعلى فمفهوم تحليل النص هو جزء لا يتجزأ من عملية تحليل الخطاب ويكمن الفرق الجوهرى في كون " تحليل الخطاب يتجاوز تحليل النص ، فتحليل النص عبارة عن تحليل داخلى لا يتجاوز إطار النص وتحليل الخطاب يتطلب استرجاع الظروف التي أدت إلى إنتاجه (السياق اللغوى والسياق الخارجى) فتحليل الخطاب يتجه إلى توظيف الرؤية الاجتماعية الشاملة، بينما يقتصر تحليل النص على مجال اللسانيات أى مادة الكلام وشكله وبنائه بعيداً عن مضمونه ووظيفته الاجتماعية التي يعنى بها تحليل الخطاب"<sup>(3)</sup>

**يتطلب تحليل الخطاب** استرجاع الظروف التي أدت إلى إنتاج النص وهو ما نسميه بتحليل السياق، فالسياق جزء أساسى من عملية تحليل الخطاب<sup>(4)</sup> لا تعتمد العمليات الاتصالية فقط على السياق حتى تفهم بل انها تغير ذلك السياق ويمكن أن ننشئ داخل السياق النص سياقاً آخر له مسرده الخاص من المؤشرات وبالفعل يمكن اقام سياقات جديدة داخل السياقات المركبة.<sup>(5)</sup>

**وفى ضوء ما سبق نجد أن** تحليل الخطاب يختلف عن تحليل المضمون في أن تحليل المضمون يركز على التصنيف الكمي للمحتوى الظاهر أما تحليل الخطاب فلا يركز على مجرد التصنيف تحت فئات محددة تصنيفاً كمياً وان كان من الممكن أن يتضمن ذلك مع الاستعانة بالوصف التحليلي الكيفى باستخدام أدوات خاصة، واستخراج المعانى والدلالات الكامنة فى الرسالة والنفاد الى ما وراء المحتوى الظاهر والاستفادة من هذا المحتوى الظاهر وتفسيراته فى بلورة المعانى الكاملة ودلالاتها، وبلورة تفسيرات واضحة وتأكيد استنتاجات معينة.

(1) ديان مكنيل، مقدمة من نظريات الخطاب، ترجمة وتقديم، د. عز الدين إسماعيل (القاهرة، المكتبة الأكاديمية 2001) ص30.

(2) محمود خليل، مفهوم الخطاب الصحفى، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، 2005.

(3) كرم شلبى ، معجم المصطلحات الاعلامية ط1 ( القاهرة: دار الشروق 1989) ص39 .

(4) على بن شويل القرنى، الخطاب الاعلامى العربى، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد الأول، يناير 1997، ص39.

(5) ج.ب. براون، بول و.ج، تحليل الخطاب ، ترجمة وتعليق محمد لطفى الزلنى، منير التركى، (المملكة العربية السعودية، جامعة الملك سعود، 1997)، ص59.

**نشأة تحليل الخطاب:** في البداية لابد من أن نتعرض لنشأة الخطاب المتعلقة بالخطابة التي تعد فن القول الأول في فنون الخطاب (الخطاب، الحوار، الجدل، المناقشة، الحديث) واليونان أوائل الذين بحثوا في فن الخطابة وأوائل من وضعوا قواعد أساسية في التواصل اللغوي ويعد العالم اليوناني "كوراكس" أول من اهتم بوضع قواعد خطابية وتبعه تلميذه "تسياس" من خلال أسلوب المرافعة في المحاكم فوضعت الملامح العامة للاقتناع فأصبح أسلوب الاقتناع فنا وظهر في علم مستقل يعرف بعلم البلاغة، وقد جاء سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم- بالدين الجديد في قوم القول صناعتهم والبلاغة جل عنايتهم فناداهم بأبلغ القول، وخاطبهم بأروع الكلام وخطب في مجامعهم داعيا لرسائله وناشرا دعوته حتى ضاقت صدور بعضهم عن سماع قوله، بعد أن عجزوا عن مجادلته ومقارعة الحجة بالحجة، فامتشقوا الحسام وتكلموا بالسنان بدل اللسان مما جعل الخطابة الأداة الأولى للدعوة الإسلامية والسلاح الذي يرفعه خصومه في الرد عليه فكانت تلك الدعوة سببا في ازدهار الخطابة ورفع درجات البيان<sup>(1)</sup>. وبهذا وصلت الخطابة في العصر الإسلامي أوجها، وذلك بفضل هذا الدين والدعوة، إذ اتخذت الدعوة الخطابة وسيلة من أقوى الوسائل في بناء الدولة الإسلامية الجديدة إذ عملت على نر تشريعاتها ورسم حدودها وذلك من خلال ظاهرة الوفود المستمرة فأبو بكر يستقبل وفد من اليمامة وعمر يستقبل ما لا يحصى من الوفود جماعات وأفراد<sup>(2)</sup>.

**مدارس تحليل الخطاب:** ظهرت في مطلع الثمانينات مدارس تحليل الخطاب التي انتشرت وأصبح لها وجود وتأثير ملحوظ في الدراسات الأجنبية والعربية. ومع ذلك فإن هناك غموضا وعدم اتفاق بين هذه المدارس حول مفهوم الخطاب الإعلامي ومكوناته وبغض النظر عن هذه الاختلافات فإنه يجب التسليم بأن **الخطاب الإعلامي** ممارسة اجتماعية متغيرة ويتعرض دائما للتغير والتطور لكن الأمر الأكثر أهمية هو أن نفهم أن **الخطاب الإعلامي** ليس شيئا واحدا بل هناك عدد من الخطابات الإعلامية المتصارعة أو المتعاونة، كما أن هناك تداخلا أو تعايشا بين أكثر من خطاب. وتعكس هذه الخطابات المتداخلة حقائق اجتماعية متباينة ومصالح متعارضة، ومع ذلك فقد تحدث استعارات في المفاهيم والأطروحات في إطار محاولة كل خطاب أن يواكب الواقع ويحظى بقدر أكبر من التأثير الاجتماعي. وعلى سبيل المثال قد يتبنى **الخطاب الإعلامي** لحكومة ما بعض المقولات أو المفاهيم لحزب معارض ويدمج في إطار بنيته الخطابية بهدف التأثير في الجمهور وحرمان المعارضة احتكار هذا التأثير ومثل هذه التداخلات الخطابية موجودة على المستوى النظري بين مدارس واتجاهات تحليل الخطاب المختلفة. لكن مازال عدم الاتفاق هو الوضع المسيطر على المشهد العلمي **لتحليل الخطاب الإعلامي**، ويبدو أن غياب الاتفاق بين مدارس **تحليل الخطاب** يرجع إلى اختلاف وتباين التخصصات ومجالات الدراسة والمنطلقات الفكرية والمعرفية للمنتمين لهذه المدارس، أو ربما أصبح الاختلاف وعدم الاتفاق أحد مظاهر عصر ما بعد البنيوية أو عصر ما بعد الحداثة الذي نعيشه<sup>(3)</sup>.

(1) عبدالله علي الجابري، الخطابة عند الفاروق، دراسة أسلوبية، رسالة ماجستير (الأردن، جامعة الشارقة الأوسط، كلية الآداب والعلوم، قسم اللغة العربية، 2011-2012) ص 21.

(2) مصطفى ناصف، محاورات في النثر العربي (القاهرة دار البلاغة العربية، 1999) ص 102.

(3) الخطاب الإعلامي غموض المفهوم واختلاف أدوات التحليل، متاح على :

http://zizoutima.weebly.com/uploads/2/4/6/1/24612844/pdf تاريخ

الولوج 2015/10/6م

ومن أبرز تلك المدارس التي تعنى بدراسة الخطاب (1) :

- 1- مدرسة التحليل اللغوي للخطاب الإعلامي
- 2- مدرسة ميشيل فوكو وتحليل الخطاب
- 3- التحليل السيميولوجي للخطاب الإعلامي
- 4- تحليل المحادث
- 5- تحليل الخطاب في إطار مدرسة التحليل الثقافي
- 6- منهج تحليل الخطاب الإعلامي
- 7- المدرسة الألمانية في تحليل الخطاب الإعلامي
- 8- التحليل النقدي لخطاب نورمان فيركلام.

**الهدف من تحليل الخطاب:** أشار فان ديك عام(1988) الى ان الهدف من تحليل الخطاب اعطاء وصف صريح ومنظم للوحدة اللغوية تحت الدراسة، وهذا الوصف له بعدان هما **النص والسياق**، حيث يتوجه **النص** لبيانات الخطاب على عدد من مستويات الوصف، بينما يقوم **البعد السياقي** بمهمة ربط هذه البيانات بعدد من خصائص السياق الإدراكية والاجتماعية والثقافية، وبمعنى آخر ان الخطاب يتجاوز تحليل النص بينما يتطلب تحليل الخطاب استرجاع الظروف التي أدت الى انتاج النص، وهذا ما يسمى بتحليل الخطاب ويستخدم لتحليل الخطاب مناهج مختلفة يمكن تصنيفها الى مجموعتين، مجموعة يغلب عليها الطابع الكمي أو الاحصائي في التحليل ومجموعة يغلب عليها الطابع الكيفي.(2)

**كما يهدف الخطاب الى** فك شفرة النص بالتعرف على ماوراءه من افتراضات أو ميول فكرية أو مفاهيم، فتحليل الخطاب عبارة عن محاولة للتعرف على الرسائل التي يود النص أن يرسلها ويضعها في سياقها التاريخي والاجتماعي وهو يضم في داخله هدف أو أكثر، وله مرجعية أو مرجعيات وله مصادر يشتق منها مواقفه وتوجهاته.

**أدوات تحليل الخطاب:** وعند الانتقال الى الجانب التطبيقي سنجد ان تحليل الخطاب يعد مدخلا منهجيا متكاملًا تدرج تحته العديد من الأدوات المنهجية التي تستخدم كأساليب تحليل كفي مثل مسارات البرهنة، وتحليل القوى الفاعلة، وتحليل الأطر المرجعية، وتحليل الأطروحات.

**توظيف النظرية في الدراسة الحالية:** ويمكن للدراسة الحالية الاستفادة من هذه النظرية، في تحليل الرسائل الإعلامية بشكل متعمق وتقني القضايا الهادفة والمضامين المتعلقة بتلك الدراسة بشكل دقيق وحيادي .

- (1) على حسين عمار، الخطاب الصحفي لقضايا حقوق الانسان المدنية والسياسية في الصحافة اليمنية، دراسة في المضمون والقائم بالاتصال، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الصحافة، 2008) ص31
- (2) محمد عابد الجابري، الخطاب العربي المعاصر، دراسة تحليلية نقدية، مركز دراسات الوحدة العربية (بيروت، دارس الطليعة، 1992) ص4

## الاجراءات المنهجية للدراسة التحليلية:

اعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المضمون اذ يعد تحليل المضمون الأداة الأساسية المستخدمة في جمع البيانات الخاصة بمضمون البرامج الدينية محل الدراسة ، والكشف عن الشكل والمضمون لهذه البرامج لهذا تم الاعتماد عليها لمعرفة أكثر القضايا والموضوعات التي تناولها هذه البرامج وما هي أبرز الأشكال الفنية التي قدمت من خلالها ، والوقوف على السمات الشخصية التي تميز الأداء المهني لمقدمي تلك البرامج الدينية.

## النتائج العامة للدراسة التحليلية:

أولاً: فئات الشكل:

## 1- أنماط اللغة: جدول رقم (1)

أنماط اللغة المستخدمة في البرامج الدينية محل الدراسة

البرامج		برنامج المسلمون يتسائلون		برنامج قلوب عامرة		برنامج لعلمهم يفقهون		الإجمالي	
أنماط اللغة		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
اللغة العربية الفصحى		6	16,7	20	33,3	12	16,6	38	22,6
يجمع بين الفصحى والعامية		30	83,4	40	66,6	60	83,3	130	77,4
الإجمالي		36	100	60	100	72	100	168	100%

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلي أنماط اللغة المستخدمة في البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية عينة الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول ( الجمع بين اللغة العربية الفصحى والعامية ) بتكرارات بلغت 130 وبنسبة 77,4%، ثم جاء في الترتيب الثاني (اللغة العربية الفصحى) بتكرارات بلغت 38 وبنسبة 22,6%، بينما لم تمثل اللغة العامية بأي تكرارات وبدون أي نسب ممثلة.

## 2- مشاركة الجمهور: الجدول رقم (2)

مشاركة الجمهور في البرامج الدينية محل الدراسة

البرامج		برنامج المسلمون يتسائلون		برنامج قلوب عامرة		برنامج لعلمهم يفقهون		الإجمالي	
مشاركة الجمهور		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
يشارك		30	83,4	60	100	50	63,4	140	83,4
لا يشارك		6	16,7	-	-	22	30,5	28	16,7
الإجمالي		36	100	60	100	72	100	168	100

تشير بيانات الجدول السابق إلي مدي مشاركة الجمهور في البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية، حيث جاءت مشاركة الجمهور في الترتيب الأول بتكرارات بلغت 140 وبنسبة 83,4%، بينما جاء عدم مشاركة الجمهور في الترتيب الثاني بتكرارات بلغت 28 وبنسبة 16,7% ، وهو ما يدل علي مدي اهتمام الجمهور وحرصه علي المشاركة في تلك النوعية من البرامج . ومما سبق يتضح مدي حرص الجمهور علي المشاركة في تلك البرامج لاكتساب المعلومات وتفسير أمور دينهم بشكل صحيح اضافة

الى تفسير القضايا الحياتية فى ظل الدين، كما أن برنامج قلوب عامرة يحتل المركز الأول من بين البرامج عينة الدراسة بنسبة 100% حيث أن مقدمة البرنامج هى الدكتورة نادية عمارة وموعد البرنامج من السبت الى الأربعاء وقت المساء وتتناول القضايا والتفسير بشكل مبسط يفهمه الجمهور بجميع فئاته اضافة الى ان الدكتورة نادية عمارة تتميز بالحضور على الشاشة والشخصية المتألقة من كافة الجوانب العلمية والاعلامية.

## 3- نوع الجمهور المشارك: جدول رقم (3)

## نوع الجمهور المشارك فى البرامج الدينية محل الدراسة

البرنامج		برنامج المسلمون يتسائلون		برنامج قلوب عامرة		برنامج لعلمهم يفقهون		الإجمالي	
نوع الجمهور		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الإثنان معا (الذكور والاناث)		36	100	60	100	72	100	168	100
الإجمالي		36	100	60	100	72	100	168	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى نوع الجمهور المشارك فى البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية، حيث جاء النوعان ( الذكر والأنثى ) الإثنان معاً فى الترتيب الأول بتكرارات بلغت 168 وبنسبة 100%، وهى نسبة ممثلة للعينة بالكامل، وهو أمر طبيعي نظراً لأهمية البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية، ومدى تأثير الجمهور بها من كلا النوعين.

## 4- وسائل مشاركة الجمهور فى البرامج: جدول رقم (4)

## وسائل مشاركة الجمهور فى البرامج الدينية محل الدراسة

البرنامج		برنامج المسلمون يتسائلون		برنامج قلوب عامرة		برنامج لعلمهم يفقهون		الإجمالي	
وسائل مشاركة الجمهور		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
اتصال تليفوني		27	75	37	61.7	52	72,2	116	69
رسالة نصية		5	13,8	-	-	-	-	5	2,9
رسالة إلكترونية		4	11,11	23	25	20	27,7	47	27,9
الإجمالي		36	100	60	100	72	100	168	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى وسائل مشاركة الجمهور فى البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية، حيث جاء فى الترتيب الأول الاتصال التليفوني بتكرارات بلغت 116 وبنسبة 69%، ثم جاء فى الترتيب الثانى الرسالة الإلكترونية بتكرارات بلغت 47 وبنسبة 27,9%، بينما جاءت الرسالة النصية فى الترتيب الثالث بتكرارات بلغت 5 وبنسبة 2,9%، بينما لم تمثل كل من الفاكس وجمهور الاستديو وأخرى بأي تكرارات وبدون أي نسب ممثلة ويحتل الاتصال التليفونى المركز الأول من بين وسائل مشاركة الجمهور فى تلك البرامج وهذا يحقق التفاعل بين الجمهور والبرامج عينة الدراسة

والمساعدة على الاستفسار الأكبر من مقدمى البرامج والجمهور حول القضية وشرح كافة جوانبها .

## 5- أسلوب مشاركة الجمهور: جدول رقم (5)

البرنامج		برنامج المسلمون يتسألون		برنامج قلوب عامرة		برنامج لعلمهم يفقهون		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
36	100	60	100	72	100	168	100		
36	100	60	100	72	100	168	100		
36	100	60	100	72	100	168	100		

تشير بيانات الجدول السابق إلي أسلوب مشاركة الجمهور في البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية هو طرح أسئلة واستفسارات بتكرارات بلغت 168 وبنسبة 100%. ويتضح أن الأسلوب الرئيسى لمشاركة الجمهور في تلك البرامج هو طرح أسئلة واستفسارات وتلك الأسئلة عن الأمور الدينية لتفسيرها بشكل مبسط وفك اللبس عند الجمهور لفهم أمور دينهم كما تشمل الأسئلة أمور حياتهم الاجتماعية والأسرية للوقوف على نتائج وحلول في إطار الشريعة الإسلامية.

## 6- القوالب الفنية المقدمة في البرامج: جدول رقم (6)

البرنامج		برنامج المسلمون يتسألون		برنامج قلوب عامرة		برنامج لعلمهم يفقهون		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
-	-	-	-	-	-	25	34,7	25	15
20	55,5	42	70	15	20,83	77	45,8	77	45,8
-	-	-	-	-	-	14	19,4	14	8,3
16	44,4	18	30	13	18	47	28	47	28
-	-	-	-	-	-	5	6,9	5	3
36	100	60	100	72	100	168	100	168	100

تشير بيانات الجدول السابق إلي القوالب الفنية المقدمة في البرامج الدينية بالقنوات الدينية الفضائية المصرية، فقد جاء في الترتيب الأول قالب أسئلة وأجوبة بتكرارات 77 وبنسبة 45,8%، ثم جاء في الترتيب الثانى قالب حديث مباشر بتكرارات بلغت 47 وبنسبة 28%، وجاء في الترتيب الثالث قالب الحوار بتكرارات بلغت 25 وبنسبة 15%، وفي الترتيب الرابع قالب المقابلة بتكرارات بلغت 14 وبنسبة 8,3%، أما في الترتيب الخامس والأخير جاء التقرير بتكرارات بلغت 5 وبنسبة 3%. ويتضح من العرض السابق أن برنامج قلوب عامرة يحتل المركز الأول من حيث استخدام قالب أسئلة وأجوبة من بين البرامج عينة الدراسة وهذا يؤكد على مدى الحرص على عرض وتفسير القضايا من كافة الجوانب، بينما يحتل برنامج لعلمهم يفقهون المركز الأول من بين البرامج عينة الدراسة من حيث التنوع في القوالب الفنية المستخدمة في هذا البرنامج مما يدعم عرض القضايا وتفسيرها واستخدام أكثر من قالب طالما يخدم القضية أو الموضوع المتناول.

ثانيا: فئات المضمون:

## 1- أهداف الخطاب الديني في البرامج الدينية: جدول رقم (7)

الإجمالي		برنامج لعلمهم يفقهون		برنامج قلوب عامرة		برنامج المسلمون يتسائلون		البرنامج
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	أهداف الخطاب الديني
64,28	108	70.8	51	65	39	50	18	أهداف معرفية
22,6	38	22.2	16	20	12	27,7	10	أهداف سلوكية
13,09	22	6,9	5	15	9	22,2	8	أهداف وجدانية
100	168	100	72	100	60	100	36	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلي أهداف الخطاب الديني في البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية، حيث جاءت الأهداف المعرفية في الترتيب الأول بتكررات بلغت 108 وبنسبة 64,28%، بينما جاءت الأهداف السلوكية في الترتيب الثاني بتكررات بلغت 38 وبنسبة 22,6%، بينما جاءت الأهداف الوجدانية في الترتيب الثالث والأخير بتكررات بلغت 22 وبنسبة 13,09%. ويتضح مما سبق أن الهدف الرئيسي للبرامج الدينية عينة الدراسة هو هدف معرفي لاكساب الجمهور معلومات قيمة عن الدين وأصوله إضافة الر تفسير قضايا الجمهور المعاصرة من الناحية الدينية. ويحتل برنامج لعلمهم يفقهون المركز الأول من حيث تحقيق الهدف المعرفي للبرنامج بنسبة 70.8%، وجاء برنامج قلوب عامرة في الترتيب الثاني بنسبة 65% أما برنامج المسلمون يتسائلون في الترتيب الثالث والأخير بنسبة 50%.

## 2- قضايا الخطاب الديني في البرامج الدينية: جدول رقم (8)

الإجمالي		برنامج لعلمهم يفقهون		برنامج قلوب عامرة		برنامج المسلمون يتسائلون		البرنامج
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	قضايا الخطاب الديني
8,3	14	12.5	9	5	3	5,5	2	الاعتدال في الإسلام
8,3	14	15.2	11	3.3	2	2,7	1	الحوار مع الغير
8,3	14	4.1	3	11.6	7	11,11	4	العدل والمساواة
6,54	11	2,7	2	8,3	5	11,11	4	نشر الفكر الديمقراطي
3.57	6	1.4	1	6.6	4	2,7	1	التكافل داخل المجتمع
8,92	15	9,7	7	10	6	5,5	2	احترام وقبول الآخر
4,76	8	2,7	2	6,6	4	5,5	2	سماحة الدين الإسلامي
5,95	10	6,9	5	5	3	5,5	2	دور الإسلام في محاربة الإرهاب
7,73	13	6,9	5	8.3	5	8,3	3	الدعوة والإرشاد
13,69	23	19,4	14	6.6	4	13,8	5	نبذ التمييز الطائفي والمذهبي
7,73	13	5,5	4	8,3	5	11,11	4	تجديد أساليب الخطاب الديني
4,76	8	4,16	3	5	3	5,5	2	التمسك بتراث السلف

11,3	19	8,3	6	15	9	11,11	4	عدم الإساءة إلى المقدسات والرموز الدينية
100	168	100	72	100	60	100	36	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن قضايا الخطاب الديني المقدمة بالبرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية، قد تضمنت العديد من القضايا، وكانت قضية نبذ التمييز الطائفي والمذهبي من أكثر القضايا التي تحاول البرامج الدينية تقديمها، فقد جاءت في الترتيب الأول بتكررات بلغت 23 وبنسبة 13,69%، ثم يأتي في الترتيب الثاني قضية عدم الإساءة إلى المقدسات والرموز الدينية بتكررات بلغت 19 وبنسبة 11,3%، ثم يأتي في الترتيب الثالث قضية احترام وقبول الآخر بتكررات بلغت 15 وبنسبة 8,9%، وفي الترتيب الرابع جاءت كلاً من قضية الاعتدال في الإسلام وقضية الحوار مع الغير وقضية العدل والمساواة بتكررات متساوية بلغت 14 وبنسبة 8,3%، وفي الترتيب الخامس تأتي كلاً من قضية الدعوة والإرشاد وقضية تجديد أساليب الخطاب الديني بتكررات متساوية بلغت 13 وبنسبة 7,7%، أما في الترتيب السادس فجاءت كلاً من قضية نشر الفكر الديمقراطي بتكررات بلغت 11 وبنسبة 6,5%، وفي الترتيب السابع كانت قضية دور الإسلام في محاربة الإرهاب بتكررات بلغت 10 وبنسبة 5,9%، أما في الترتيب الثامن كانت قضية التمسك بتراث السلف بتكررات بلغت 8 وبنسبة 4,7%، ثم جاءت في الترتيب التاسع قضية سماحة الدين الإسلامي بتكررات بلغت 8 وبنسبة 4,7%، بينما جاءت قضية التكافل داخل المجتمع في الترتيب العاشر والأخير بتكررات بلغت 6 وبنسبة 3,5%. ومما سبق يتضح أن البرامج الدينية عينة الدراسة تقوم بدورها في المجتمع من حيث تناول قضايا نبذ التمييز الطائفي وعدم الإساءة إلى المقدسات والرموز الدينية مما يحقق التماسك داخل المجتمع المصري إضافة إلى القضايا الهامة التي تناولتها تلك البرامج والتي بدورها تؤكد على نشر القيم الدينية الصحيحة ودور الإسلام في المجتمع.

### 3- المضامين التي يركز عليها الخطاب الديني بالبرامج الدينية محل

الدراسة: جدول رقم (9)

الإجمالي		برنامج لعلهم يفقهون		برنامج قلوب عامرة		برنامج المسلمون يتسانلون		البرنامج
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	المضامين
12.5	21	15.3	11	11.6	7	8,3	3	مضامين متعلقة بالمعاملة الحسنة مع الغير
13.09	22	11.2	8	16.6	10	11,1	4	مضامين تدعو إلى نشر القيم الإسلامية
8,92	15	5.6	4	15	9	5,5	2	مضامين تدعو إلى عمل الخير
10,71	18	9.7	7	11,6	7	11,1	4	مضامين تدعو إلى نشر المساواة والعدل
5.95	10	4.2	3	6.6	4	8,3	3	مضامين تدعو إلى حب الوطن
8.38	14	8.3	6	8.3	5	8.3	3	مضامين تدعو إلى وحدة المجتمع
5.35	9	6.9	5	1.7	1	8,3	3	مضامين تدعو إلى نبذ العنف والتفرقة

7,14	12	8.3	6	3.3	2	11,1	4	مضامين متعلقة بواقع العالم المعاصر
1.78	3	4.1	3	-	-	-	-	مضامين تتعلق بالمعاملات الاقتصادية المستحدثة
4,76	8	6.9	5	3,3	2	2,7	1	مضامين تتعلق بالرؤية الدينية للقضايا السياسية
21.42	36	19.4	14	21.6	13	25	9	مضامين تعرض مبادئ العقيدة الإسلامية في وضوح ويسر
100	168	100	72	100	60	100	36	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن المضامين التي يركز عليها الخطاب الديني المقدمة بالبرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية، قد تضمنت العديد من المضامين، وكانت مضامين تعرض مبادئ العقيدة الإسلامية في وضوح ويسر في الترتيب الأول بتكررات بلغت 36 وبنسبة 21.4%، ثم جاءت في الترتيب الثاني مضامين تدعو إلي نشر القيم الإسلامية بتكررات بلغت 22 وبنسبة 13.09، ثم جاءت في الترتيب الثالث مضامين متعلقة بالمعاملة الحسنة مع الغير بتكررات بلغت 21 وبنسبة 12,5%، وفي الترتيب الرابع جاءت مضامين تدعو إلي نشر المساواة والعدل بتكررات بلغت 18 وبنسبة 10,7%، وفي الترتيب الخامس جاءت مضامين تدعو الى عمل الخير بتكررات بلغت 15 وبنسبة 8,9%، أما في الترتيب السادس فقد جاءت مضامين تدعو إلي وحدة المجتمع بتكررات بلغت 14 وبنسبة 8,38%، وفي الترتيب السابع جاءت مضامين متعلقة بواقع العالم المعاصر بتكررات بلغت 12 وبنسبة 7,14%، أما في الترتيب الثامن فقد جاءت مضامين تدعو إلي حب الوطن بتكررات بلغت 10 وبنسبة 5.9%، وفي الترتيب التاسع جاءت مضامين تدعو الى نبذ العنف والتفرقة بتكررات بلغت 9 وبنسبة 5,3%، وفي الترتيب العاشر جاءت مضامين تتعلق بالرؤية الدينية للقضايا السياسية بتكررات بلغت 8 وبنسبة 4,7%، وأخيراً وفي الترتيب الحادي عشر فقد جاءت مضامين تتعلق بالمعاملات الاقتصادية المستحدثة بتكررات بلغت 3 وبنسبة 1.78%.

#### 4- المرجعيات الدينية للخطاب الديني بالبرامج الدينية محل الدراسة: جدول رقم

(10)

الإجمالي		برنامج لعلهم يفقهون		برنامج قلوب عامرة		برنامج المسلمون يتسائلون		البرنامج
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
39	23,2	18	25	11	18.3	10	27,7	المرجعيات الدينية
33	19,6	17	23.6	7	11.7	9	25	القرآن الكريم
36	21,4	12	16.7	15	25	9	25	السنة النبوية الشريفة
26	15,4	11	15.2	12	20	3	8,3	أحكام الدين والشريعة الإسلامية
19	11.3	9	12.5	8	13.3	2	5,5	الحقوق في الدين الإسلامي
5	2,9	1	1.4	2	3.3	2	5,5	أقوال وأفعال الصحابة والتابعين
								سير الشخصيات الإسلامية

5,9	10	5.6	4	8.3	5	2,7	1	أقوال وأفعال أئمة وعلماء المسلمين
100	168	100	72	100	60	100	36	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى المرجعيات الدينية للخطاب الديني في البرامج الدينية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية، حيث كان القرآن الكريم في الترتيب الأول بتكررات بلغت 39 وبنسبة 23.2%، وفي الترتيب الثاني جاءت أحكام الدين والشريعة الإسلامية كأحد المرجعيات الدينية للخطاب الديني بالبرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية بتكررات بلغت 36 وبنسبة 21%، أما في الترتيب الثالث فقد جاءت السنة النبوية الشريفة كأحد المرجعيات الدينية للخطاب الديني المقدم بالبرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية بتكررات بلغت 33 وبنسبة 19,6%، وفي الترتيب الرابع حلت الحقوق في الدين الإسلامي بتكررات بلغت 26 وبنسبة 15,4%، بينما في الترتيب الخامس كانت أقوال وأفعال الصحابة والتابعين بتكررات بلغت 19 وبنسبة 11.3%، أما في الترتيب السادس فكانت أقوال وأفعال أئمة وعلماء المسلمين بتكررات بلغت 10 وبنسبة 5,9%، وأخيراً جاءت سير الشخصيات الإسلامية في الترتيب السابع بتكررات بلغت 5 وبنسبة 2,9%. ومما سبق يتضح أن القرآن الكريم يتصدر المرجعيات الدينية للخطاب الديني في البرامج الدينية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية عينة الدراسة والذي يعتبر المرجع الأول والرئيسي الذي يستند إليه علماء الدين في تفسير القضايا الدينية وأمور الحياة العامة حيث أنه المرجع الشامل للتفسير، وجاء من بعده أحكام الدين والشريعة الإسلامية و السنة النبوية الشريفة وغيرها من المرجعيات وهي بدورها تقوم بتفسير نصوص القرآن تفسير مبسط للأمور الدينية إضافة إلى تفسير ديني يتماشى مع متطلبات العصر بالنسبة للقضايا الحياتية الاجتماعية.

#### 5- معايير تقديم الخطاب الديني بالبرامج الدينية محل الدراسة: جدول رقم (11)

الإجمالي		برنامج لعلمهم يفقهون		برنامج قلوب عامرة		برنامج المسلمون يتسائلون		البرنامج
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
10	5,9	4	5,5	3	8,3	3	8,3	معايير تقديم الخطاب الديني
25	14,8	13	18,1	8	11,1	4	11,1	احترام الدولة المدنية
23	13,6	10	13,9	10	16,6	3	8,3	التسامح المجتمعي
16	9,5	10	13,9	3	8,3	3	8,3	يدعم التماسك المجتمعي
27	16,7	7	9,72	13	21,6	7	19,4	حفظ السلم العام
17	10,11	3	4,1	9	13,8	5	13,8	يوجه الخطاب الديني الرأي العام إلى ركيزة من الحقائق الدقيقة لإحداث التنوير واليقظة
27	16,07	13	18,05	7	11,6	7	19,4	الخطاب الديني هو خطاب تحري الحق والفضيلة والبيئة في التناول
23	13,6	12	6,6	7	11,1	4	11,1	يعظم من قدسية حدود الله
168	100	72	100	60	100	36	100	يؤكد على حرمة حقوق عباد الله
168	100	72	100	60	100	36	100	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى معايير تقديم الخطاب الديني بالبرامج الدينية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية، حيث جاءت كلا من معايير يوجه الخطاب الديني الرأي العام إلى ركيزة من الحقائق الدقيقة لإحداث التنوير واليقظة ومعايير يعظم من قدسية حدود الله في الترتيب الأول بتكررات متساوية بلغت 27 وبنسبة 16,7%، وفي الترتيب الثاني جاء التسامح المجتمعي بتكررات بلغت 25 وبنسبة 14,8%، وفي الترتيب الثالث جاءت معايير يؤكد على حرمة حقوق عباد الله و يدعم التماسك المجتمعي بتكررات متساوية بلغت 23 وبنسبة 13,6%، وفي الترتيب الرابع جاءت معايير الخطاب الديني هو خطاب تحري الحق والفضيلة والبيئة في تناول بتكررات بلغت 17 وبنسبة 10,11%، وفي الترتيب الخامس جاءت معايير حفظ السلم العام بتكررات بلغت 16 وبنسبة 9,5%، وفي الترتيب السادس جاءت معايير احترام الدولة المدنية بتكررات بلغت 10 وبنسبة 5,9%، بينما لم تمثل كل من المعايير التالية: الصراع، وإشاعة الفوضى المجتمعية، تكفير الخصوم، العنف تجاه الآخر، أبدي الخطاب الديني توجهاً أحادياً ومتحيزاً من خلال المواقف واللغة، تنامي الطابع الدعائي السياسي للخطاب الديني ليصبح شريكاً في الصراع، غياب التنوع والتوازن في عرض الآراء، يتلون إيديولوجياً وفقاً لبعض المصالح السياسية، إثارة النعرات والإتباع المغلوط والاهتمام بالفروع دون النصوص بأي تكررات أو نسب تذكر.

#### 6- الأدوات التي يستخدمها البرنامج في تقديم الخطاب الديني. جدول رقم (12)

البرامج		برنامج المسلمون يتسائلون		برنامج قلوب عامرة		برنامج لعلمهم يفقهون		الإجمالي	
الأدوات		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
عرض مقدمة مقروءة عن القضية		36	100	60	100	61	84,7	157	93,4
عرض صور ثابتة حول القضية		-	-	-	-	5	7	5	3
عرض تقرير مصور عن القضية		-	-	-	-	6	8,3	6	3,5
الإجمالي		36	100	60	100	72	100	168	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى الأدوات التي يستخدمها البرنامج في تقديم الخطاب الديني فقد جاءت عرض مقدمة مقروءة عن القضية في الترتيب الأول بتكررات بلغت 157 وبنسبة 93,4%، ويحتل برنامجي المسلمون يتسائلون وبرنامج قلوب عامرة الترتيب الأول بنسبة 100% من حيث عرض مقدمة مقروءة عن القضية أما برنامج لعلمهم يفقهون جاء بالترتيب الثاني بنسبة 84,7%، أما بالنسبة لأداة عرض تقرير مصور عن القضية فقد جاءت بالترتيب الثاني من بين الأدوات المستخدمة في البرامج الدينية عينة الدراسة بتكررات بلغت 6 وبنسبة 3,5%، وفي الترتيب الثالث والأخير جاءت عرض صور ثابتة حول القضية بتكررات بلغت 5 وبنسبة 3%، وهنا يحتل برنامج لعلمهم يفقهون الترتيب الأول من بين البرامج عينة الدراسة.

7- استراتيجيات تناول الإعلام للخطاب الديني في البرامج الدينية محل الدراسة:

جدول رقم (13)

الإجمالي		برنامج لعلهم يفقهون		برنامج قلوب عامرة		برنامج المسلمون يتسائلون		البرنامج	الاستراتيجيات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
4,1	7	6,9	5	-	-	5,5	2	عرض الحجج الداعمة لموقف واحد فقط	
26,7	45	27,7	20	18,3	11	38,8	14	عرض موقف الطرف الآخر من القضية وتفنيده	
69,0	116	65,2	47	81,7	49	55,5	20	عرض الأدلة والبراهين	
4		2		7					
100	168	100	72	100	60	100	36	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى الاستراتيجيات الخاصة بالتناول الإعلامي للخطاب الديني، فقد جاءت عرض الأدلة والبراهين في الترتيب الأول بتكررات بلغت 116 وبنسبة 69,04%، حيث تمثلت في برنامج قلوب عامرة بنسبة 81,7%، وجاءت في برنامج لعلهم يفقهون بنسبة 65,2%، بينما جاءت في برنامج المسلمون يتسائلون بنسبة 55,5%، وفي الترتيب الثاني جاءت عرض موقف الطرف الآخر من القضية وتفنيده بتكررات بلغت 45 وبنسبة 26,7%، حيث تمثلت في برنامج المسلمون يتسائلون بنسبة 38,8%، وجاءت في برنامج لعلهم يفقهون بنسبة 27,7%، بينما جاءت في برنامج قلوب عامرة بنسبة 18,3%، وفي الترتيب الثالث جاءت عرض الحجج الداعمة لموقف واحد فقط بتكررات بلغت 7 وبنسبة 4,1%، حيث تمثلت في برنامج لعلهم يفقهون بنسبة 6,9%، وجاءت في برنامج المسلمون يتسائلون بنسبة 5,5%، بينما لم تمثل أي نسب في برنامج قلوب عامرة بينما لم تمثل التهكم من موقف الطرف الآخر في القضية أي تكررات ونسب في البرامج عينه الدراسة. ويتضح مما سبق أن من أهم الاستراتيجيات المستخدمة في الخطاب الديني بالبرامج الدينية عينه الدراسة هي عرض الأدلة والبراهين وهذا يدل على عدم التحيز في الخطاب الديني وأنه يتميز بالموضوعية في عرض الأدلة والبراهين حول القضايا المعروضة في تلك البرامج وتفنيد القضية من كافة الجوانب وتفسيرها تفسيراً دينياً صحيحاً وعدم التحيز نحو طرف أو رأي معين .

8- الضوابط المهنية إعلامياً في تقديم الخطاب الديني بالبرامج الدينية محل الدراسة:  
جدول (14)

الضوابط المهنية إعلامياً في تقديم الخطاب الديني في البرامج الدينية محل الدراسة

البرنامج	برنامج المسلمون يتسائلون						برنامج قلوب عامرة						برنامج لعلمهم يفقهون					
	نادراً		أحياناً		دائماً		نادراً		أحياناً		دائماً		نادراً		أحياناً		دائماً	
الضوابط المهنية	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الاختيار الجيد للموضوع	30	83,3	4	11,1	2	5,6	49	81,7	8	13,3	3	5	62	86,1	6	8,3	4	5,6
الاختيار الجيد للضيوف	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	72	100	-	-	-	-
الاختيار الملائم للضيوف وعلاقتهم بالموضوع محور التناول	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	72	100	-	-	-	-
التناول الجيد للمحاور الرئيسية في القضايا المطروحة	31	86,1	5	13,9	-	-	55	91,7	5	8,3	-	-	66	91,7	6	8,3	-	-
تقديم معلومات وافية وكافية ومتكاملة	33	91,7	3	8,3	-	-	57	95	3	5	-	-	70	97,2	2	2,8	-	-
إبراز الهدف من البرنامج	36	100	-	-	-	-	60	100	-	-	-	-	72	100	-	-	-	-
الترتيب المنطقي للأسئلة	33	91,7	3	8,3	-	-	46	76,7	9	15	5	8,3	72	100	-	-	-	-
ادارة الوقت بشكل سليم	36	100	-	-	-	-	60	100	-	-	-	-	72	100	-	-	-	-
الإجمالي	ن=36						ن=60						ن=72					

تشير بيانات الجدول السابق إلي الضوابط المهنية التي تلتزم بها البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية في تقديم الخطاب الديني، حيث جاء الإختيار الجيد للموضوع في برنامج المسلمون يتسائلون موزعة ما بين دائماً بنسبة 83,3%، وأحياناً 11,1%، ونادراً بنسبة 5,6%، وجاء الإختيار الجيد للموضوع في برنامج قلوب عامرة ما بين دائماً بنسبة 81,7%، وأحياناً بنسبة 13,3%، ونادراً بنسبة 5%، بينما جاء الإختيار الجيد للموضوع في برنامج لعلمهم يفقهون ما بين دائماً بنسبة 86,1%، وأحياناً بنسبة 8,3%، ونادراً بنسبة 5,6%. وجاء الإختيار الجيد للضيوف في برنامج لعلمهم يفقهون موزعة ما بين دائماً بنسبة 100%، بينما لم تمثل أحياناً ونادراً بأي نسب في تلك العينة، بينما جاء الإختيار الجيد للضيوف غير ممثل في عينة كل من برنامج المسلمون يتسائلون وبرنامج قلوب عامرة. كما جاء الإختيار الملائم للضيوف وعلاقتهم بالموضوع محور التناول في برنامج لعلمهم يفقهون موزعة ما بين دائماً بنسبة 100%، بينما لم تمثل أحياناً ونادراً بأي نسب في تلك العينة، بينما جاء الإختيار الجيد للضيوف غير ممثل في عينة كل من برنامج المسلمون يتسائلون وبرنامج قلوب عامرة. وجاء التناول الجيد للمحاور الرئيسية في القضايا المطروحة في برنامج المسلمون يتسائلون موزعة ما بين دائماً بنسبة 86,1%، وأحياناً بنسبة 13,9%، بينما لم تمثل نادراً بأي نسب في تلك العينة، بينما جاء التناول الجيد للمحاور الرئيسية في القضايا المطروحة في برنامج قلوب عامرة موزعة ما بين دائماً بنسبة 91,7%، وأحياناً بنسبة 8,3%، بينما لم تمثل نادراً بأي نسب في تلك العينة، وجاء التناول الجيد للمحاور الرئيسية في القضايا المطروحة في برنامج لعلمهم يفقهون موزعة ما بين دائماً بنسبة 91,7%،

وأحياناً بنسبة 8,3%، بينما لم تمثل نادراً بأي نسب في تلك العينة كما جاء تقديم معلومات وافية وكافية ومتكاملة في برنامج المسلمون يتسائلون موزعة ما بين دائماً بنسبة 91,7%، وأحياناً بنسبة 8,3%، بينما لم تمثل نادراً بأي نسب في تلك العينة، بينما جاء تقديم معلومات وافية وكافية ومتكاملة في برنامج قلوب عامرة موزعة ما بين دائماً بنسبة 95%، وأحياناً بنسبة 5%، ولم تمثل نادراً بأي نسب في تلك العينة، كما جاء تقديم معلومات وافية وكافية ومتكاملة في برنامج لعلمهم يفقهون موزعة ما بين دائماً بنسبة 97,2%، وأحياناً بنسبة 2,8%، بينما لم تمثل نادراً بأي نسب في تلك العينة. وجاء إبراز الهدف من البرنامج في برنامج المسلمون يتسائلون موزعة ما بين دائماً بنسبة 100%، بينما لم تمثل أحياناً أو نادراً بأي نسب في تلك العينة، بينما جاء إبراز هدف من البرنامج في برنامج قلوب عامرة موزعة ما بين دائماً بنسبة 100%، ولم تمثل أحياناً أو نادراً بأي نسب في تلك العينة، أما في برنامج لعلمهم يفقهون جاء إبراز الهدف من البرنامج موزعة ما بين دائماً بنسبة 100%، في حين لم تمثل أحياناً أو نادراً بأي نسب في تلك العينة. وجاء الترتيب المنطقي للأسئلة في برنامج المسلمون يتسائلون موزعة ما بين دائماً بنسبة 91,7%، وأحياناً بنسبة 8,3%، بينما لم تمثل نادراً بأي نسب في تلك العينة، بينما جاء الترتيب المنطقي للأسئلة في برنامج قلوب عامرة موزعة ما بين دائماً بنسبة 76.7%، وأحياناً بنسبة 15%، ونادراً بنسبة 8.3%، كما جاء الترتيب المنطقي للأسئلة في برنامج لعلمهم يفقهون موزعة ما بين دائماً بنسبة 100%، في حين لم تمثل أي من أحياناً ونادراً بأي نسب في تلك العينة.

#### 9- الأنماط الاتصالية بالبرامج الدينية محل الدراسة: جدول رقم (15)

البرامج	برنامج المسلمون يتسائلون		برنامج قلوب عامرة		برنامج لعلمهم يفقهون		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دعوة	13	36,1	38	63.3	51	70.8	102	60,7
إعلام	9	25	3	5	18	25	30	17,9
تعليم	14	38,9	19	31.7	3	4.2	36	21,4
الإجمالي	36	100	60	100	72	100	168	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى الأنماط الاتصالية بالبرامج الدينية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية، فقد جاءت أنماط الدعوة في الترتيب الأول بتكررات بلغت 102 وبنسبة 60,7%، وهو ما يتناسب مع الهدف الرئيسي للبرامج الدينية وهو الدعوة، حيث تمثلت في برنامج لعلمهم يفقهون بنسبة 70.8%، كما جاءت في برنامج قلوب عامرة بنسبة 63.3%، بينما جاءت في برنامج المسلمون يتسائلون بنسبة 36,1%، ثم جاءت في الترتيب الثاني أنماط التعليم بتكررات بلغت 36 وبنسبة 21,4%، حيث تمثلت في برنامج المسلمون يتسائلون بنسبة 38,9%، كما جاءت في برنامج قلوب عامرة بنسبة 31.7%، بينما جاءت بنسبة 4.2% في برنامج لعلمهم يفقهون، وفي الترتيب الثالث جاءت أنماط الإعلام بتكررات بلغت 30 وبنسبة 17,9%، حيث تمثلت

في برنامج المسلمون يتسائلون بنسبة 25%، كما جاءت في برنامج لعلمهم يفقهون بنسبة 25%، بينما جاءت في برنامج قلوب عامرة بنسبة 5%، أما بينما لم تمثل أنماط الدعاية أى تكررات أو نسب في عينة الدراسة.

## 10- الأساليب الإقناعية: جدول رقم (16)

البرنامج		برنامج المسلمون يتسائلون		برنامج قلوب عامرة		برنامج لعلمهم يفقهون		الإجمالي	
الأساليب الإقناعية		ك		%		ك		%	
أسلوب الدعوة والموعظة الحسنة		12	33,3	15	25	22	30.5	49	29,16
أسلوب الترغيب والترهيب		6	16.6	9	15	10	13.8	25	14.8
أسلوب السرد القصصي		4	11,1	7	11.6	8	11.1	19	11,3
أسلوب مخاطبة العقل		6	16.6	10	16.6	7	9.72	23	13.7
أسلوب القدوة الحسنة		5	13,9	13	21.6	15	20.83	33	19,6
أسلوب الإثارة والمبالغة		3	8,3	6	10	10	13.8	19	11,3
الإجمالي		36	100	60	100	72	100	168	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج الدينية بالفتوات الفضائية المصرية، فقد جاء أسلوب الدعوة والموعظة الحسنة في الترتيب الأول بتكررات بلغت 49 بنسبة 29,16%، حيث تمثلت في برنامج المسلمون يتسائلون بنسبة 33,3%، وجاء في برنامج لعلمهم يفقهون بنسبة 30.5%، بينما في برنامج قلوب عامرة بنسبة 25%، ثم جاء أسلوب القدوة الحسنة في الترتيب الثاني بتكررات بلغت 33 بنسبة 19,6%، حيث تمثلت في برنامج قلوب عامرة بنسبة 21.6%، وجاء في برنامج لعلمهم يفقهون بنسبة 20.83%، بينما في برنامج المسلمون يتسائلون بنسبة 13,9%، ثم جاء أسلوب الترغيب والترهيب في الترتيب الثالث بتكررات بلغت 25 بنسبة 14,8%، حيث تمثلت في برنامج المسلمون يتسائلون بنسبة 16.6%، وجاء في برنامج قلوب عامرة بنسبة 15%، بينما في برنامج لعلمهم يفقهون بنسبة 13.8%، ثم جاء أسلوب مخاطبة العقل في الترتيب الرابع بتكررات بلغت 23 بنسبة 13,7%، حيث جاء بنسب متساوية في برنامجي المسلمون يتسائلون و قلوب عامرة بنسبة 16.6%، بينما جاء في برنامج لعلمهم يفقهون بنسبة 9.72%، ثم جاء كلاً من أسلوب السرد القصصي والإثارة والمبالغة في الترتيب الخامس بتكررات متساوية بلغت 19 بنسبة 11,3%.

11- أطر المعالجة الاعلامية للبرامج الدينية لموضوع الخطاب الديني: جدول رقم (17)

الإجمالي		برنامج لعلمهم يفقهون		برنامج قلوب عامرة		برنامج المسلمون يتسائلون		البرنامج	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	أطر المعالجة	
62,5	105	62,5	45	66,6	40	55,5	20	اطار عام ( وثائق ومعلومات مستفيضة)	
37,5	63	37,5	27	33,3	20	44,4	16	اطار محدد (أمثلة محددة ووقائع ملموسة)	
100	168	100	72	100	60	100	36	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلي أطر المعالجة الاعلامية للبرامج الدينية للخطاب الديني ، فقد جاء اطار عام ( وثائق ومعلومات مستفيضة) في الترتيب الأول بتكرارات بلغت 105 ونسبة 62,5% ، حيث تمثلت في برنامج قلوب عامرة بنسبة 66,6% ، وجاء في برنامج لعلمهم يفقهون بنسبة 62,5% بينما في برنامج المسلمون يتسائلون بنسبة 55,5% ، بينما جاء اطار محدد (أمثلة محددة ووقائع ملموسة) في الترتيب الثاني بتكرارات بلغت 63 ونسبة 37,5% ، حيث تمثلت في برنامج المسلمون يتسائلون بنسبة 44,4% ، وفي برنامج لعلمهم يفقهون بنسبة 37,5% ، بينما في برنامج قلوب عامرة بنسبة 33,3% ، بينما لم يمثل اطار غير محدد اي تكرارات بدون اي نسب

12- عناصر الإبراز الداعمة في البرامج الدينية محل الدراسة: جدول رقم (18)

الإجمالي		برنامج لعلمهم يفقهون		برنامج قلوب عامرة		برنامج المسلمون يتسائلون		البرنامج	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	عناصر الإبراز	
29,7	50	34,7	25	25	15	27,8	10	تلاوات قرآنية	الدعمات السمعية
7,14	12	4,16	3	-	-	25	9	إنشاد ديني	
5,9	10	11,1	8	-	-	5,5	2	ابتهالات	
22,02	37	12,5	9	33,3	20	22,2	8	أدعية	
3	5	6,9	5	-	-	-	-	لقطات أرشيفية	الدعمات البصرية
3	5	6,9	5	-	-	-	-	صور ثابتة	
4,76	8	11,8	8	-	-	-	-	تقارير	

		1						خارجية	
7,7	13	-	-	16,6	10	8,3	3	لا يوجد	
61,7	28	12,5	9	25	15	11,11	4	لا يوجد	النصية المدعمات
100	168	100	72	100	60	100	36		الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلي عناصر الإبراز والمدعمات، فقد جاءت المدعمات السمعية بالعديد من عناصر الإبراز، فقد جاء منها في الترتيب الأول تلاوات قرآنية بتكررات بلغت 50، وبنسبة 29,7%، حيث تمثلت في برنامج المسلمون يتسائلون بنسبة 27,8%، وفي برنامج قلوب عامرة بنسبة 25%، بينما جاءت في برنامج لعلهم يفقهون بنسبة 34,7%، وفي الترتيب الثاني جاءت الأدعية بتكررات بلغت 37 وبنسبة 22,02%، حيث تمثلت في برنامج المسلمون يتسائلون بنسبة 22,2%، وفي برنامج قلوب عامرة بنسبة 33,3%، بينما جاءت في برنامج لعلهم يفقهون بنسبة 12,5%، بينما جاء في الترتيب الثالث الانشاد الديني بتكررات بلغت 12 وبنسبة 7,14%، حيث تمثلت في برنامج المسلمون يتسائلون بنسبة 25%، ولم تمثل في برنامج قلوب عامرة بأى نسبة، بينما جاءت في برنامج لعلهم يفقهون بنسبة 4,16%، بينما جاء في الترتيب الرابع الابتهاالات بتكررات بلغت 10 وبنسبة 5,9%، حيث تمثلت في برنامج المسلمون يتسائلون بنسبة 5,5%، ولم تمثل في برنامج قلوب عامرة بأى نسبة، بينما جاءت في برنامج لعلهم يفقهون بنسبة 11,1%، بينما لم تمثل الأغاني الدينية ولا يوجد بأى نسب في برامج العينة. أما عناصر الإبراز والمدعمات البصرية فقد كان عدم وجود عناصر الإبراز البصرية في الترتيب الأول بتكررات بلغت 13 وبنسبة 7,7%، حيث تمثلت في برنامج المسلمون يتسائلون بنسبة 8,3%، وفي برنامج قلوب عامرة بنسبة 16,6%، بينما لم يمثل في برنامج لعلهم يفقهون بأى نسب، بينما جاء في الترتيب الثاني تقارير خارجية بتكررات بلغت 8 وبنسبة 4,76%، حيث لم تمثل بأى نسب في برنامجي المسلمون يتسائلون وبرنامج قلوب عامرة، بينما جاءت في برنامج لعلهم يفقهون بتكررات بلغت 8 وبنسبة 11,1%، بينما جاء في الترتيب الثالث لقطات ارشيفية وصور ثابتة حيث تساوت بتكررات بلغت 5 وبنسبة 3%، حيث لم تمثل بأى نسب في برنامجي المسلمون يتسائلون وبرنامج قلوب عامرة، بينما جاءت في برنامج لعلهم يفقهون بتكررات بلغت 5 وبنسبة 6,9% لكليهما، بينما لم تمثل مواقع تواصل و مقاطع برامجية بأى نسب في برامج العينة. وبالنسبة لعناصر الإبراز والمدعمات النصية كان عدم وجود عناصر إبراز نصية في حلقات البرامج الدينية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في الترتيب الأول وبنسبة 61,7%، بينما لم تمثل عرض وثائق، منشورات صحف، الرسائل النصية، شرائح للعرض - بأي نسب في برامج العينة.

## • نتائج الدراسة:

- 1- أوضحت نتائج الدراسة أنماط اللغة المستخدمة في البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية عينة الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول ( الجمع بين اللغة العربية الفصحى والعامية ) ثم جاء في الترتيب الثاني (اللغة العربية الفصحى) مما يجعلها أن توصل الرسالة والمقصد من المحتوى المقدم من خلالها فيها يمكن استنباط المعاني اللفظية والجمالية في النص القرآني والسنة النبوية الشريفة .
- 2- كما أشارت نتائج الدراسة إلى مدي مشاركة الجمهور في البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية، حيث جاءت مشاركة الجمهور في الترتيب الأول وهو ما يدل علي مدي اهتمام الجمهور وحرصه علي المشاركة في تلك النوعية من البرامج .
- 3- كما أوضحت نتائج الدراسة نوع الجمهور المشارك في البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية، حيث جاء النوعان ( الذكر والأنثى ) الإثنان معاً في الترتيب الأول ، وهي نسبة ممثلة للعينة بالكامل، وهو أمر طبيعي نظراً لأهمية البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية، ومدي تأثير الجمهور بها من كلا النوعين .
- 4- كما أوضحت نتائج الدراسة أهداف الخطاب الديني في البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية، حيث جاءت فيه الأهداف المعرفية في الترتيب الأول بينما جاءت الأهداف السلوكية في الترتيب الثاني ، بينما جاءت الأهداف الوجدانية في الترتيب الثالث والأخير. وهذا يؤكد على أن الهدف الرئيسي للبرامج الدينية عينة الدراسة هو هدف معرفي لاكساب الجمهور معلومات قيمة عن الدين وأصوله إضافة الى تفسير قضايا الجمهور المعاصرة من الناحية الدينية.
- 5- وأشارت نتائج الدراسة إلى أن قضايا الخطاب الديني المقدمة بالبرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية، قد تضمنت العديد من القضايا، فقد جاءت في الترتيب الأول قضية نبذ التمييز الطائفي والمذهبي من أكثر القضايا التي تحاول البرامج الدينية تقديمها ، ثم يأتي في الترتيب الثاني قضية عدم الإساءة إلى المقدسات والرموز الدينية
- 6- وأوضحت نتائج الدراسة إلى أن المضامين التي يركز عليها الخطاب الديني المقدمة بالبرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية، قد تضمنت العديد من المضامين، وكانت مضامين تعرض مبادئ العقيدة الإسلامية في وضوح ويسر في الترتيب الأول ، ثم جاءت في الترتيب الثاني مضامين تدعو إلي نشر القيم الإسلامية.
- 7- وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم المرجعيات الدينية للخطاب الديني في البرامج الدينية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية هو القرآن الكريم .
- 8- وأوضحت نتائج الدراسة أن من أهم معايير تقديم الخطاب الديني بالبرامج الدينية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية هي معايير يوجه الخطاب الديني الرأي العام إلي ركيزة من الحقائق الدقيقة لإحداث التنوير واليقظة ومعايير يعظم من قدسية حدود الله .
- 9- وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم أطر المعالجة الإعلامية للبرامج الدينية للخطاب الديني ، هو إطار عام ( وثائق ومعلومات مستفيضة) ثم إطار محدد (أمثلة محددة ووقائع ملموسة).

## • توصيات الدراسة:

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة الحالية من نتائج يوصى بما يلي:

- 1- أهمية إضافة لغة الإشارة في البرامج الدينية المقدمة بالفضائيات المصرية للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور باختلاف احتياجاتهم لأن ذلك يعد واجب مجتمعي على القائمين على البرامج الدينية.
- 2- يجب أن تظلم جميع القنوات الفضائية المصرية بدورها ، وتضع خريطة للبرامج الدينية ضمن فقراتها على أن تبث في أوقات متعددة لتصل وتخاطب برسالتها جميع أفراد الأسرة، إضافة إلى الاهتمام بالدعاية الجيدة للبرامج الدينية .
- 3- الحد من انتشار بعض القنوات الفضائية المغالاة في خطابها الديني الإعلامي، الذي يروج للعنف والتشدد في الدين، والذي بدوره يعزز الفكر الديني المتطرف الذي ربما يروج لأفكار ذات أهداف هدامة، مما يزعزع وينال من استقرار الدولة المصرية.
- 4- يجب العمل على إيقاف والحد من فوضى البث الفضائي الديني ، والعمل على إيجاد ميثاق شرف إعلامي ، من خلال إصدار بعض المواثيق والتشريعات التي من شأنها السيطرة على هذا السيل من البرامج المختلفة ، ذات الأيديولوجيات الفكرية المتنوعة ، التي قد تخالف فكر وعقيدة الدولة.
- 5- ضرورة إخضاع كل ما يقدم في البرامج الدينية عبر القنوات الفضائية إلى العلماء والفقهاء من ذوي التخصص والعلم.
- 6- تأهيل القائمين على تقديم البرامج الدينية بالقنوات الفضائية المصرية علمياً وتدريبهم والعمل على زيادة قدراتهم لإنتاج برامج تشبع احتياجات الجمهور.
- 7- يجب أن تجرى العديد من البحوث والدراسات الميدانية والتحليلية والتجريبية على مختلف الأعمار التي تتابع البرامج الدينية بالقنوات الفضائية ، بهدف التعرف على مستوى تأثير هذه المعاجات الإعلامية على هذه القطاعات المختلفة.
- 8- إجراء الكثير من الدراسات التحليلية حول المضامين الإعلامية الدينية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية ، شكلاً ومضموناً ، مع ربطها بمتغيرات أخرى.
- 9- استغلال شبكات التواصل الاجتماعي ( فيسبوك وتويتر ويوتيوب وغيرها) في بث خطاب إسلامي معتدل يبرز تسامح الإسلام ووسطيته ، وعدم ترك هذه المواقع ساحة يساء استخدامها من قبل الجماعات الإرهابية - مثل "داعش" و"القاعدة" - في نشر أفكار متطرفة أبعد ما تكون عن الإسلام المعتدل.
- 10- تعزيز دور الأزهر الشريف كمؤسسة دينية وسطية تنشر تعاليم الإسلام السمحة في العالم أجمع ، مع استغلال كافة وسائل الإعلام سواء التقليدية أم الإلكترونية في هذا الشأن ، وفي هذا الإطار، قد يصدر الأزهر مجلة عالمية تعبر عنه بعدة لغات ، فضلاً عن تدشين قناة فضائية دينية باسمه بلغات عدة.

## قائمة المراجع والمصادر

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً: السنة الشريفة

ثالثاً: الكتب (عربية – مترجمة)

- (1) بركات عبدالعزيز، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق ط1 (القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2011) ص302.
- (2) ج.ب. براون، بول و.ج، تحليل الخطاب، ترجمة وتعليق محمد لطفي الزلني، منير التركي، (المملكة العربية السعودية، جامعة الملك سعود، 1997)، ص59.
- (3) ديان مكوينيل، مقدمة من نظريات الخطاب، ترجمة وتقديم، د.عز الدين إسماعيل (القاهرة، المكتبة الأكاديمية 2001) ص30.
- (4) كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية ط1 ( القاهرة: دار الشروق 1989) ص39
- (5) مصطفى ناصف، محاورات في النثر العربي (القاهرة دار البلاغة العربية، 1999) ص102.
- (6) محمد عبد الحميد. الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، القاهرة: عالم الكتب، 2009، ص 257.
- (7) محمود خليل، مفهوم الخطاب الصحفي، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005).
- (8) هشام رشدي خير الله. نظريات الإعلام، جامعة المنوفية، كلية التربية النوعية، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، 2019، ص 175.

## رابعاً: رسائل الماجستير والدكتوراه:

- (1) آية محمود محمد عبدالوهاب، معالجة قضية تجديد الخطاب الديني في البرامج الدينية بالفضائيات العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2020م.
- (2) سماح حسين حميدة، دور البرامج الدينية في الفضائيات العربية بتشكيل الصورة الذهنية لعلماء الدين الإسلامي ودعائه: دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة (الأردن، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، 2019)
- (3) سناء محمدي السيد عامر. صورة وسطيبة الإسلام كما تقدمها البرامج التلفزيونية بالفضائيات وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، 2018.
- (4) عبدالله على الجابري، الخطابة عند الفاروق، دراسة أسلوبية، رسالة ماجستير (الأردن، جامعة الشرق الأوسط، كلية الآداب والعلوم، قسم اللغة العربية، 2011-2012) ص21.
- (5) على حسين عمار، الخطاب الصحفي لقضايا حقوق الإنسان المدنية والسياسية في الصحافة اليمنية، دراسة في المضمون والقائم بالاتصال، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2008) ص31
- (6) محمد عابد الجابري، الخطاب العربي المعاصر، دراسة تحليلية نقدية، مركز دراسات الوحدة العربية (بيروت، دارس الطليعة، 1992) ص4

(7) مها مدحت حسين فهميم ، الاستراتيجية المقترحة لتفعيل الخطاب الديني الوسطى في الإعلام المرئي وأثر ذلك على الأمن القومي ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، أكاديمية ناصر العسكرية ، 2019م.

#### خامسا: المجلات:

- (1) داليا إبراهيم الدسوقي. التماس المعلومات السياسية علي مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمصداقية المضمون لدي دارسي الإعلام التربوي بالجامعات المصرية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 49، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2014، ص391.
- (2) على بن شويل القرني، **الخطاب الاعلامي العربي**، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد الأول، يناير 1997، ص39.

#### سادسا: المراجع الأجنبية

- (1) Abualrob, M. Preaching Arab Satellite Television Channels: The Power of Salafi Discourse in forming Public Opinion, **PhD Thesis**, University of Wlon, 2018.
- (1) Meng et.al. The Role and Interplay of Intragroup Conflict and Team Emotion Management on Information Seeking Behaviors in Team Contexts, **Communication Research**, Vol .42, No.5, 2015, p681.
- (2) Kanaker, O., & Abd Ghani, Z. Islamic Discourse Renewal Strategy Of Islamic Television Channels: A Comparison Of Al-Resalah And Al-Hijrah, **Journal Ábqari**; V(9), N(12), 2018.